CHÍNH SÁCH THÚC ĐẨY DOANH NGHIỆP DỆT MAY VIỆT NAM ĐỔI MỚI SÁNG TẠO MARKETING VÀ TỔ CHỨC

Nguyễn Thị Lan Hương[1]
Trường Đại học Công nghiệp Dệt may Hà Nội, Việt Nam

Tóm tắt:

Việt Nam là một trong những quốc gia xuất khẩu hàng dệt may lớn trên thế giới nhưng giá trị thu về còn thấp, hoạt động sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp dệt may đang nằm ở phía dưới của chuỗi giá trị toàn cầu. Trong khi đó, so với các ngành khác, các doanh nghiệp dệt may lại chưa thực sự có sự liên kết chặt chẽ với nhau, chưa tập trung vào công đoạn mang lại giá trị gia tăng cao như thiết kế, phân phối, dễ bị tác động tiêu cực bởi các chính sách bên ngoài. Do đó, đổi mới sáng tạo (ĐMST) và chính sách thúc đẩy ĐMST về marketing và tổ chức trong doanh nghiệp dệt may có ý nghĩa cốt yếu trong việc khắc phục các nhược điểm trên, qua đó từng bước nâng cao hiệu quả của ĐMST, cải thiện năng suất, chất lượng và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp ở thị trường trong nước, cũng như thị trường quốc tế.

Từ khóa: *Đổi mới sáng tạo; Chính sách; Kinh tế; Doanh nghiệp; Dệt may.*

Mã số: *22050902*

POLICIES TO PROMOTE MARKETING AND ORGANIZATION INNOVATION IN VIETNAMESE TEXTILE AND GARMENT ENTERPRISES

Abstract:

Vietnam is one of the major textile and garment exporters in the world, but the value is still low, production and business activities of textile and garment enterprises are located at the bottom of the global value chain. Meanwhile, compared to other industries, textile and garment enterprises have not really had a close connection with each other, have not focused on the stages that bring high added value such as design, distribution, easy to negatively affected by external policies. Therefore, innovation and policies to promote innovation in marketing and organization in textile and garment enterprises are essential in overcoming the above disadvantages, thereby gradually improving the effectiveness of innovation. innovation, improving the productivity, quality and competitiveness of enterprises in the domestic market, as well as the international market.

Keywords: *Innovation; Policy; Economic; Enterprise; Textile.*

[1] Liên hệ tác giả: huongntl@hict.edu.vn

1. Tổng quan tình hình nghiên cứu

1.1. Các nghiên cứu đề cập tới chính sách đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp

Ở Việt Nam, đã có nhiều nghiên cứu về chính sách ĐMST. Chính sách ĐMST có nội hàm tương đối rộng vì đặc điểm căn bản của chính sách ĐMST là tổ hợp của các chính sách, ví như chính sách thúc đẩy phát triển công nghiệp, chính sách KH&CN, chính sách đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, chính sách kinh doanh, chính sách thuế, chính sách tín dụng, chính sách môi trường. Đặng Duy Thịnh (2008) đã nghiên cứu về đổi mới cơ chế, chính sách tài chính của Nhà nước đối với hoạt động KH&CN và hoạt động đổi mới công nghệ. Một số nghiên cứu trong nước đề cập tới các nội dung có liên quan tới chính sách thúc đẩy ĐMST như: Hoàng Văn Tuyên (2017) nghiên cứu về chính sách phát triển các loại hình tổ chức và hoạt động KH&CN ở các tập đoàn kinh tế và doanh nghiệp lớn tại Việt Nam, chính sách phát triển nhân lực KH&CN cho doanh nghiệp ở Việt Nam và một số chính sách thúc đẩy hoạt động nghiên cứu và triển khai của doanh nghiệp; Nguyễn Quang Tuấn (2012, 2017) nghiên cứu về chính sách thúc đẩy thương mại hoá kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ của các tổ chức KH&CN Việt Nam; Nguyễn Hữu Xuyên (2014) nghiên cứu về chính sách khoa học và đổi mới công nghệ; Nghiên cứu do Viện Chiến lược và Chính sách KH&CN chủ trì *(NISPASS, 2020)* đã đề cập tới chính sách thúc đẩy chuyển giao công nghệ, ĐMST hướng tới sự phát triển của các cụm liên kết ngành và các giải pháp hoàn thiện, nâng cao hiệu quả thực thi chính sách, pháp luật về khoa học, công nghệ, ĐMST, trong đó tập trung hướng tới giải pháp về làm chủ, ứng dụng và phát triển các công nghệ có ảnh hưởng quyết định đến tăng trưởng của nền kinh tế, tạo ra các sản phẩm mới có tính cạnh tranh cao.

Việc đề xuất chính sách ĐMST thông qua đo lường ĐMST đã được một số tổ chức nghiên cứu. Năm 2004, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM) đã tổ chức điều tra về năng lực cạnh tranh và công nghệ trong doanh nghiệp công nghiệp trong khuôn khổ Dự án VIE/01/025 do UNDP tài trợ. Trong giai đoạn 2010 đến 2014, CIEM và một số đơn vị phối hợp đã tiến hành khảo sát 8.000 doanh nghiệp ngành chế biến, chế tạo, từ đó đưa ra thực trạng và các biện pháp tăng cường đầu tư đổi mới công nghệ và nâng cao trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp ở cấp độ doanh nghiệp, chuyển giao công nghệ và tác động lan tỏa trong nền kinh tế sản xuất *(CIEM, 2013).* Tiếp đến năm 2018, Cục Thông tin KH&CN Quốc gia (NASATI) đã đưa ra các khuyến nghị về chính sách thúc đẩy ĐMST trên cơ sở đánh giá thực trạng ĐMST của 7.641 doanh nghiệp dựa trên cách tiếp cận của OECD (2005).

Chính sách ĐMST được đề xuất và hoàn thiện trên cơ sở đánh giá hệ thống các tiêu chí thống kê KH&CN, gồm 09 nhóm tiêu chí thống kê liên quan đến

ĐMST theo hướng dẫn Oslo *(OECD, 2005)*: Tỷ lệ doanh nghiệp thực hiện ĐMST; Chi phí cho ĐMST trong doanh nghiệp; Chi mua máy móc, thiết bị; Chi cho đổi mới công nghệ, thiết bị trong doanh nghiệp; Số hợp đồng chuyển giao công nghệ được thực hiện; Số doanh nghiệp có Quỹ phát triển KH&CN; Tỷ lệ chi cho nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ trên lợi nhuận trước thuế; Số hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu công nghiệp đã đăng ký; Tỷ lệ tăng trưởng (tốc độ) đổi mới công nghệ, thiết bị *(Bộ KH&CN, 2018)*. Do vậy, số liệu tổng hợp, đánh giá về ĐMST, tiêu chí thống kê ĐMST trong doanh nghiệp tại Việt Nam có thể so sánh với các kết quả điều tra ĐMST của các nước và khu vực trên thế giới. Đây là một trong những căn cứ quan trọng để đưa ra giải pháp chính sách thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp.

Các khuyến nghị về chính sách ĐMST đến năm 2030 trong báo cáo về nâng cao ĐMST Việt Nam *(Bộ KH&CN và Ngân hàng thế giới, 2021)* đã đưa ra phương hướng, giải pháp chính sách nhằm góp phần hoàn thiện hệ thống ĐMST quốc gia của Việt Nam trên cơ sở thúc đẩy khu vực sản xuất ĐMST, hướng tới tăng trưởng bền vững; đồng thời Bộ KH&CN cũng phối hợp với Chương trình AUS4INNOVATION của Úc (2020) đã đưa ra khuyến nghị chính sách về phát triển công nghệ ở Việt Nam như tăng cường đổi mới công nghệ giữa các doanh nghiệp, nâng cao hiệu quả kỹ thuật giữa các doanh nghiệp, thúc đẩy hoạt động R&D và phát triển các ngành kinh tế mới nổi để mở rộng đường biên công nghệ, phát triển nguồn nhân lực, xây dựng các công cụ chính sách, cơ chế thực hiện để điều phối tổng thể và tăng cường các nỗ lực phát triển công nghệ.

Như vậy, các chính sách ĐMST trong doanh nghiệp đã được nhiều tác giả nghiên cứu ở các góc độ khác nhau với quy mô khác nhau. Theo đó, chính sách thúc đẩy ĐMST của doanh nghiệp được Chính phủ quan tâm và từng bước bổ sung hoàn thiện chính sách về hệ thống ĐMST quốc gia, từ đổi mới tổ chức tới đổi mới cơ chế, nội dung chính sách nhằm hỗ trợ doanh nghiệp ĐMST, đặt doanh nghiệp vào vị trí trung tâm của hệ thống đổi mới quốc gia. Điều này tạo nền tảng thuận lợi cho các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp dệt may nói riêng ĐMST, hạn chế được các rủi ro về chính sách hay rủi ro trong quá trình thực hiện ĐMST, đặc biệt đối với doanh nghiệp dệt may còn phụ thuộc vào nguồn nguyên phụ liệu đầu vào.

1.2. Các nghiên cứu đề cập tới chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may Việt Nam đổi mới sáng tạo

Dệt may là ngành công nghiệp có đóng góp đáng kể vào nền kinh tế của Việt Nam. Một trong các hoạt động quan trọng đối với doanh nghiệp dệt may Việt Nam là cần thiết phải nâng cao năng lực ĐMST, qua đó từng bước nâng cao năng suất, chất lượng và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp *(Bộ Công Thương, 2019).* Do vậy, các chính sách thúc đẩy ĐMST thường hướng tới hoạt động ĐMST trong doanh nghiệp dệt may, đồng thời hướng đến các yếu tố như

nguồn nhân lực ngành dệt may, nguồn vốn đầu tư đổi mới công nghệ và máy móc linh kiện cơ khí dệt may (thiết bị kéo sợi; thiết bị, công nghệ dệt thoi; thiết bị, công nghệ dệt kim; thiết bị, công nghệ ở khâu in nhuộm, hoàn tất; thiết bị, công nghệ ngành may), các sản phẩm đầu ra phục vụ cho ngành dệt may, ứng dụng công nghệ vào quản lý chuỗi cung ứng.

Chính sách thúc đẩy ĐMST tiếp thị (marketing) trong doanh nghiệp dệt may được đề cập trong một số nghiên cứu như: Đặng Thị Kim Thoa (2017) đã đưa ra các nhân tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng mua hàng may mặc nội địa của người tiêu dùng Việt Nam ở các thành phố nhằm mở rộng phát triển thị trường nội địa; Lê Hồng Thăng và cộng sự (2016) đã nghiên cứu về các hiệp định thương mại tự do dành cho doanh nghiệp dệt may; Phùng Thị Quỳnh Trang (2017) đã làm rõ thực trạng cạnh tranh marketing sản phẩm may mặc của doanh nghiệp trên thị trường, từ đó đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh marketing sản phẩm may mặc của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường các tỉnh Đồng bằng Bắc bộ.

Chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức trong doanh nghiệp dệt may Việt Nam cần thực hiện tái cấu trúc vốn để doanh nghiệp dệt may tận dụng tốt những cơ hội về xuất khẩu và vượt qua những thách thức về xuất xứ hàng hóa *(Phạm Hải Châu, 2016).* Nguyễn Kế Nghĩa (2016) đã nghiên cứu chính sách phát triển khu công nghiệp dệt may áp dụng mô hình tổ chức sản xuất theo lãnh thổ, công tác quy hoạch cụm liên kết công nghiệp trong quy hoạch phát triển kinh tế theo vùng lãnh thổ, đánh giá vai trò của nhà nước trong việc định hướng phát triển cụm liên kết công nghiệp dệt may.

Nhìn chung, các chính sách thúc đẩy doanh nghiệp ĐMST ngày càng tăng, điều này cho thấy tính cấp bách của việc thúc đẩy ĐMST trong doanh nghiệp ở Việt Nam nói chung và doanh nghiệp dệt may nói riêng, các chính sách trên là cơ cở pháp lý để các doanh nghiệp thực hiện ĐMST. Tuy nhiên, doanh nghiệp trong các ngành khác nhau lại có những đặc điểm nhất định, do đó cần có những chính sách riêng biệt để doanh nghiệp có thể phát triển và nâng cao vị thế cạnh tranh hơn dựa trên ĐMST. Các doanh nghiệp dệt may chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa, vì vậy, để cải thiện vị thế của doanh nghiệp dệt may thì nỗ lực của doanh nghiệp là chưa đủ mà cần có sự hỗ trợ từ chính sách của nhà nước, đặc biệt là các chính sách thúc đẩy doanh nghiệp ĐMST.

1.3. Khái niệm chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp dệt may

Chính sách thúc đẩy ĐMST trong doanh nghiệp dệt may trên thế giới chủ yếu hướng tới bốn phương thức sản xuất từ cao tới thấp, bao gồm: phương thức sản xuất gia công (CMT), phương thức sản xuất thiết bị gốc hoặc mua nguyên liệu bán thành phẩm (OEM/FOB), phương thức sản xuất thiết kế gốc (ODM) và phương thức sản xuất bằng thương hiệu của doanh nghiệp (OBM) *(Vinatex,*

2019). Theo *(OECD, 1997, 2005),* chính sách ĐMST được coi là tổ hợp của chính sách KH&CN và chính sách công nghiệp. Với cách tiếp cận chính sách ở các góc độ khác nhau, chính sách thúc đẩy ĐMST được hiểu là quá trình hành động có mục tiêu, mà một hoặc một số chủ thể theo đuổi, để giải quyết những vấn đề mà họ quan tâm liên quan tới ĐMST *(Peter B. G., 1997; Peter Aucoin, 2000; Yabin Yu và Hua Cheng, 2021)*, chính sách bao gồm các hoạt động thực tế do Chính phủ tiến hành, có ảnh hưởng trực tiếp hay gián tiếp đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may và xã hội.

Dệt may là một chuỗi sản xuất khép kín, đi từ khâu trồng bông, sản xuất xơ; kéo sợi; dệt vải, nhuộm hoàn tất; may và phân phối sản phẩm *(Yves - Simon Gloy, 2021; Vinatex, 2019).* Do đó, theo cách tiếp cận hệ thống ĐMST ngành (SIS), các chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may ĐMST đã được nghiên cứu và áp dụng, lấy doanh nghiệp làm trung tâm để khắc phục được những khiếm khuyết của thị trường và khiếm khuyết hệ thống trong ĐMST. Ví dụ như chính sách hỗ trợ chuyển đổi phương thức sản xuất từ công nghệ thủ công sang công nghệ tích hợp đã ảnh hưởng tới việc lựa chọn, sử dụng hệ thống điều khiển tập trung, tự cân bằng toàn dây chuyền sản xuất, hay sử dụng hệ thống vận chuyển tự động lõi và ống sợi thô từ máy thô sang máy con, ống sợi từ máy con sang máy đánh ống. Từ các nghiên cứu trên cho thấy, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may ĐMST được hiểu là các tác động của Nhà nước tới doanh nghiệp dệt may bằng những biện pháp hỗ trợ, kích thích nhằm tạo môi trường thuận lợi để doanh nghiệp nhanh chóng tiến hành các hoạt động ĐMST trên cơ sở phù hợp với mục tiêu phát triển KH&CN, kinh tế và xã hội của đất nước trong từng giai đoạn cụ thể.

2. Một số chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp dệt may

Tại Việt Nam, chính sách thúc đẩy ĐMST trong doanh nghiệp dệt may được thể chế hoá dưới dạng các đạo luật, pháp lệnh, sắc lệnh; các văn bản dưới luật (Nghị định, Quyết định, Chỉ thị, Thông tư,…). Mỗi một loại hình ĐMST gắn với chính sách nhất định, trong đó chính sách thúc đẩy ĐMST marketing, chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức có ảnh hưởng nhất định tới ĐMST trong doanh nghiệp dệt may.

2.1. Chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo marketing trong doanh nghiệp dệt may

Chính sách thúc đẩy doanh nghiệp đổi mới marketing trong doanh nghiệp dệt may có quan hệ chặt chẽ với cách thức, phương thức đưa sản phẩm ra thị trường. Những năm gần đây, ĐMST đã làm thay đổi cách thức tư duy phát triển sản phẩm của doanh nghiệp và lĩnh vực dịch vụ *(Chesbrough, Henry William, 2003; Markus và cộng sự, 2019)*. ĐMST được thực hiện qua một quá trình khám phá ra những cách làm mới, có mối liên hệ mật thiết với thay

đổi mô hình kinh doanh và thích nghi với những thay đổi để tạo ra những sản phẩm dịch vụ tốt hơn *(Sareena Umma M. A. G. and Varothayan V., 2015; Theodore Henderson, 2017)*. Do xu thế quốc tế hoá nền kinh tế thế giới và xu hướng hội nhập kinh tế khu vực có các quốc gia, các doanh nghiệp sản xuất phải tuân thủ luật lệ, thông lệ kinh doanh quốc tế và chịu sự tác động của các hoàn cảnh chính trị *(Ribeiro L.C và cộng sự, 2006; Wei Cong và cộng sự, 2021)*. Để thúc đẩy doanh nghiệp ĐMST về marketing, nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp thông qua các cơ quan nghiên cứu nhằm phân tích và dự báo thị trường, tình hình cạnh tranh, các trung gian phân phối, kết nối cung cầu, phân tích môi trường chính trị, luật pháp, kinh tế, công nghệ, văn hoá, xã hội khi doanh nghiệp mở rộng hoạt động của mình ra thị trường bên ngoài.

Như vậy, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp đổi mới marketing trong doanh nghiệp dệt may được hiểu là những phương thức nhà nước tác động đến doanh nghiệp dệt may thông qua các tổ chức, cơ quan, các đại diện thương mại ở nước ngoài, trọng tài thương mại để hỗ trợ mở rộng thị trường mới, thị trường xuất khẩu; thúc đẩy mở rộng thị trường nội địa, mạng lưới bán lẻ, đưa sản phẩm ra thị trường thông qua các hội chợ, triển lãm, các chính sách hỗ trợ tài chính, hoàn thiện cơ sở hạ tầng về thương mại điện tử; khuyến khích doanh nghiệp đăng ký nhãn hiệu, xây dựng, quảng bá thương hiệu, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thực hiện hoạt động đổi mới phương thức bán hàng.

2.2. Chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo tổ chức trong doanh nghiệp dệt may

Chính sách thúc đẩy doanh nghiệp ĐMST tổ chức có quan hệ với cách thức vận hành, quản lý sản xuất của doanh nghiệp dệt may. Các hoạt động đổi mới tổ chức, phương pháp quản lý trong hoạt động sản xuất kinh doanh giúp doanh nghiệp dệt may đạt được hiệu quả kinh tế, tự chủ trong việc ra quyết định *(Texmin, 2019; Glenn và Anastasia, 2020; Jadranka S và Marina D, 2021)*. Để thúc đẩy doanh nghiệp ĐMST về tổ chức, nhà nước đưa ra các chính sách thích ứng với cơ cấu tổ chức sản xuất và các phương pháp sản xuất tinh gọn *(Tao, 2014; Lê Tiến Trường, 2019; Wei Cong và cộng sự, 2021)*, mở rộng chính sách nguồn nhân lực để tổ chức sản xuất theo cụm, giải quyết các nhu cầu về kỹ năng quản lý, xây dựng văn hóa, hệ sinh thái đổi mới chia sẻ nguồn lực tri thức và công nghệ.

Như vậy, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp ĐMST tổ chức trong doanh nghiệp dệt may được hiểu là phương thức nhà nước tác động lên doanh nghiệp một cách trực tiếp hay gián tiếp thông qua hệ thống văn bản, các cơ quan quản lý nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp kiến thức về tổ chức sản xuất theo chuỗi giá trị, theo cụm, quản lý theo hướng tinh gọn, hiệu quả; thúc đẩy doanh nghiệp chuyển đổi phương thức tổ chức sản xuất theo hướng hiện đại, kiểm soát hiện đại trong tổ chức sản xuất, các công cụ nâng cao năng suất,

chất lượng; khuyến khích doanh nghiệp tái cơ cấu tổ chức sản xuất; chuyển đổi địa điểm tổ chức sản xuất theo hướng phù hợp, dịch chuyển sản xuất từ các thành phố lớn về các địa phương có nguồn lao động dồi dào, quy hoạch cụm công nghiệp đồng bộ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh toàn ngành.

Các hoạt động ĐMST sẽ hướng tới việc thực hiện mục tiêu chính sách thúc đẩy ĐMST như nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về ĐMST gia tăng số lượng doanh nghiệp thực hiện các hoạt động ĐMST; nâng cao mức đầu tư của doanh nghiệp cho hoạt động ĐMST; nâng cao hiệu quả các hoạt động ĐMST của doanh nghiệp.

3. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở tổng quan tình hình nghiên cứu, các giả thuyết nghiên cứu được đưa ra như sau:

- Giả thuyết H1: Chính sách thúc đẩy ĐMST marketing có ảnh hưởng tích cực tới ĐMST marketing của doanh nghiệp dệt may?

- Giả thuyết H2: Chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức có ảnh hưởng tích cực tới ĐMST tổ chức của doanh nghiệp dệt may?

Trên cơ sở nghiên cứu của *OECD (2005), OECD (2018)* và tổng quan tình hình nghiên cứu, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp ĐMST gồm chính sách thúc đẩy ĐMST marketing (7 tiêu chí); chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức (9 tiêu chí); đồng thời, sử dụng thang đo Likert-5 để đo lường bốn loại chính sách tương ứng (1 = Rất không đồng ý; 5 = Rất đồng ý).

3.1. Kết quả về chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo marketing trong doanh nghiệp dệt may

Chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may ĐMST marketing được phản ánh thông qua các tiêu chí: hỗ trợ mở rộng thị trường xuất khẩu, mở rộng thị trường mới thông qua các đại diện thương mại ở nước ngoài, trọng tài thương mại; khuyến khích đưa sản phẩm ra thị trường thông qua việc hoàn thiện cơ sở hạ tầng về thương mại điện tử, xây dựng, quảng bá thương hiệu, đăng ký nhãn hiệu, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động đổi mới phương thức bán hàng; thúc đẩy mở rộng thị trường nội địa thông qua chính sách tài chính mở rộng mạng lưới bán lẻ trong nước thông qua các hội chợ, triển lãm.

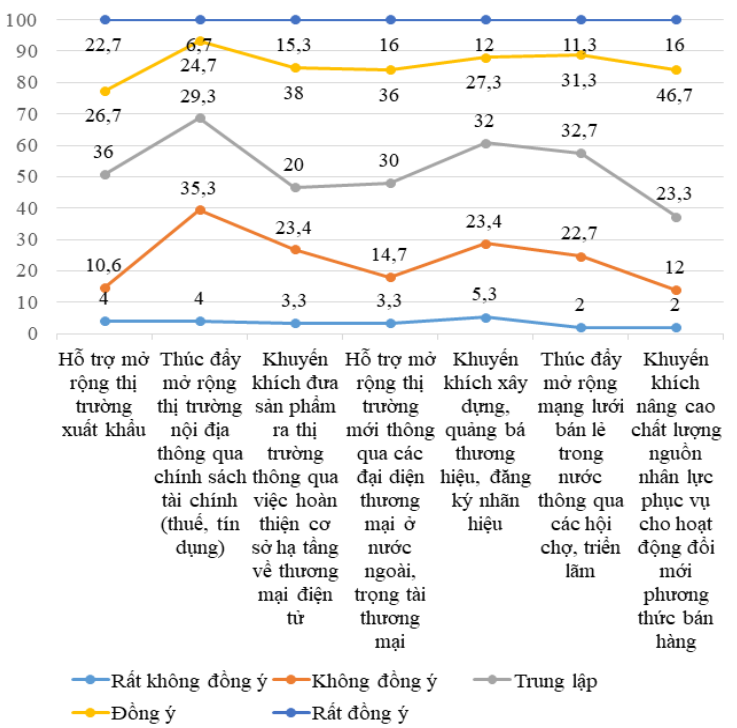
Kết quả khảo sát 150 doanh nghiệp dệt may về thực trạng chính sách thúc đẩy ĐMST marketing được thể hiện tại Bảng 1 và Hình 1.

Bảng 1. Chính sách thúc đẩy ĐMST marketing trong doanh nghiệp dệt may

Chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo marketing	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn

Khuyến khích nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động đổi mới phương thức bán hàng	3,64	0,964
Hỗ trợ mở rộng thị trường xuất khẩu	3,53	1,079
Hỗ trợ mở rộng thị trường mới thông qua các đại diện thương mại ở nước ngoài, trọng tài thương mại	3,47	1,034
Khuyến khích đưa sản phẩm ra thị trường thông qua việc hoàn thiện cơ sở hạ tầng về thương mại điện tử	3,39	1,104
Thúc đẩy mở rộng mạng lưới bán lẻ trong nước thông qua các hội chợ, triển lãm	3,27	1,003
Khuyến khích xây dựng, quảng bá thương hiệu, đăng ký nhãn hiệu	3,17	1,085
Thúc đẩy mở rộng thị trường nội địa thông qua chính sách tài chính (thuế, tín dụng)	2,95	1,015

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả.



Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

Hình 1. Đánh giá của doanh nghiệp dệt may về chính sách thúc đẩy ĐMST marketing

- Các hỗ trợ, khuyến khích, thúc đẩy mở rộng thị trường trong và ngoài nước được các doanh nghiệp quan tâm. Qua đó nâng cao năng lực của doanh nghiệp để đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, mở rộng thị trường nội địa, tiếp tục xuất khẩu tại các thị trường như Hoa Kỳ, châu Âu, Nhật Bản và gia tăng xuất khẩu vào các thị trường như Hàn Quốc, khối BRIC, khối ASEAN, khối

châu Phi, Canada, Thổ Nhĩ Kỳ. Kết quả khảo sát cho thấy, các chính sách đã hỗ trợ mở rộng thị trường xuất khẩu (49,4% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,53); khuyến khích đưa sản phẩm ra thị trường thông qua việc hoàn thiện cơ sở hạ tầng về thương mại điện tử (53,3% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,39); khuyến khích nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động đổi mới phương thức bán hàng (62,7% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,64); thúc đẩy mở rộng mạng lưới bán lẻ trong nước thông qua các hội chợ, triển lãm (42,6% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,27); hỗ trợ mở rộng thị trường mới thông qua các đại diện thương mại ở nước ngoài, trọng tài thương mại (52% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,47);

- Khuyến khích xây dựng, quảng bá thương hiệu, đăng ký nhãn hiệu là một hoạt động quan trọng, tuy nhiên chưa thực sự được doanh nghiệp dệt may quan tâm và đánh giá cao (39,3% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,17). Bên cạnh đó, việc thúc đẩy mở rộng thị trường nội địa thông qua chính sách tài chính cũng chưa có tác động mạnh tới doanh nghiệp dệt may (31,4% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 2,95). Mặc dù Bộ Công thương và Bộ KH&CN đã có hướng dẫn, ví dụ: Thông tư số 05/2019/TT-BKHCN của Bộ KH&CN quy định chi tiết thi hành một số điều của Nghị định số 43/2017 NĐ-CP về nhãn hàng hóa khuyến khích xây dựng, quảng bá thương hiệu, đăng ký nhãn hiệu, Thông tư số 10/2019/TT-BCT của Bộ Công thương về sửa đổi, bổ sung Thông tư số 22/2016/TT-BCT của Bộ Công thương thực hiện Quy tắc xuất xứ hàng hóa trong Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN, Thông tư 11/2019/TT-BCT của Bộ Công thương hướng dẫn thực hiện hoạt động xúc tiến thương mại phát triển ngoại thương thuộc Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại.

Trên cơ sở thống kê mô tả thực trạng về chính sách thúc đẩy ĐMST marketing (Bảng 1) và kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo, kết quả phân tích tương quan, hồi quy tuyến tính cho thấy, chính sách thúc đẩy ĐMST marketing có tác động tích cực tới ĐMST marketing của doanh nghiệp (ĐMST marketing = 1,786 + 0,368*Chính sách ĐMST marketing). Điều này cho thấy, giả thuyết H1 được chấp nhận.

Như vậy, nhìn chung, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp đổi mới marketing đã tác động tích đến ĐMST marketing của doanh nghiệp dệt may ở nhiều khía cạnh như hỗ trợ nâng cao chất lượng nguồn nhân lực phục vụ cho hoạt động đổi mới phương thức bán hàng, mở rộng thị trường xuất khẩu, mở rộng thị trường mới thông qua các đại diện thương mại ở nước ngoài, trọng tài thương mại, giúp các doanh nghiệp dệt may đưa sản phẩm ra thị trường thông qua việc hoàn thiện cơ sở hạ

tầng về thương mại điện tử. Tuy nhiên, chính sách về thúc đẩy mở rộng mạng lưới bán lẻ trong nước thông qua các hội chợ, triển lãm còn hạn chế, việc xây dựng, quảng bá thương hiệu, đăng ký nhãn hiệu còn gặp khó khăn, mở rộng thị trường nội địa thông qua chính sách tài chính chưa thực sự được doanh nghiệp dệt may chú ý.

3.2. Kết quả về chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo tổ chức trong doanh nghiệp dệt may

Chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may ĐMST tổ chức được phản ánh thông qua các tiêu chí: thúc đẩy dịch chuyển sản xuất dệt may từ các thành phố lớn về các địa phương giúp doanh nghiệp có nguồn lao động dồi dào, chuyển đổi phương thức tổ chức sản xuất theo hướng hiện đại, áp dụng phương pháp kiểm soát hiện đại trong tổ chức sản xuất, quy hoạch cụm công nghiệp dệt may đồng bộ; khuyến khích đổi mới phương pháp quản lý theo hướng tinh gọn, hiệu quả, tái cơ cấu tổ chức sản xuất theo hướng ứng dụng các công cụ nâng cao năng suất, chất lượng, chuyển đổi địa điểm tổ chức sản xuất theo hướng phù hợp; hỗ trợ tiếp cận và học hỏi kinh nghiệm về tổ chức sản xuất theo chuỗi giá trị, tổ chức sản xuất theo cụm nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh toàn ngành.

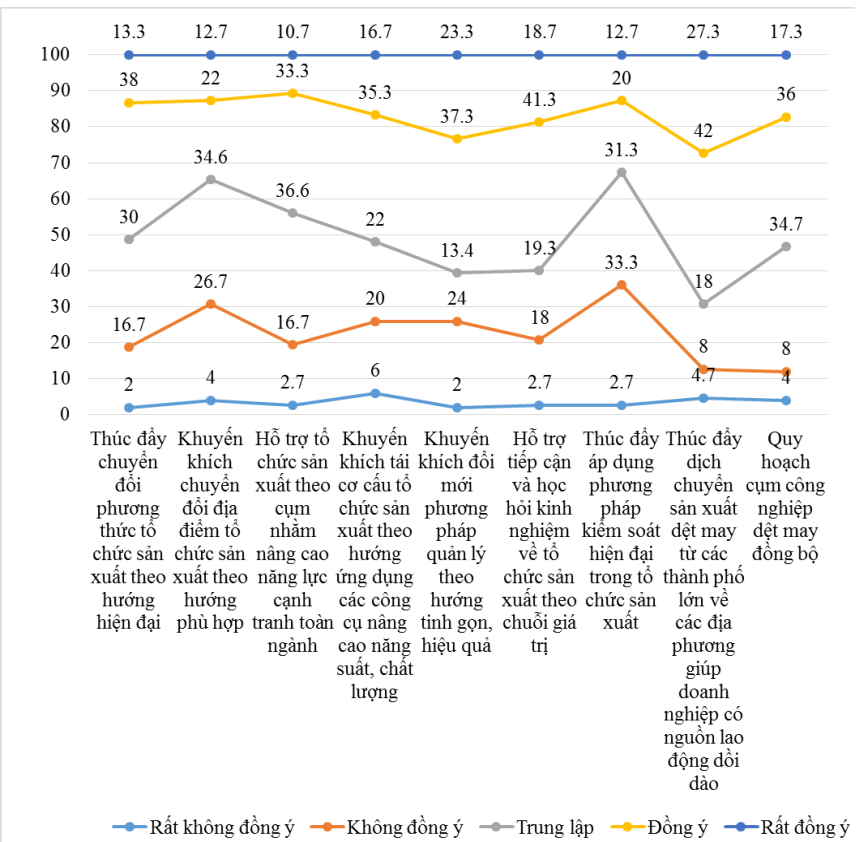
Kết quả khảo sát 150 doanh nghiệp dệt may cho thấy, thực trạng chính sách thúc đẩy ĐMST được thể hiện tại Bảng 2 và Hình 2.

Bảng 2. Chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức trong doanh nghiệp dệt may

Chính sách thúc đẩy đổi mới tổ chức	Điểm trung bình	Độ lệch chuẩn
Thúc đẩy dịch chuyển sản xuất dệt may từ các thành phố lớn về các địa phương giúp doanh nghiệp có nguồn lao động dồi dào	3,79	1,076
Khuyến khích đổi mới phương pháp quản lý theo hướng tinh gọn, hiệu quả	3,56	1,150
Hỗ trợ tiếp cận và học hỏi kinh nghiệm về tổ chức sản xuất theo chuỗi giá trị	3,55	1,072
Quy hoạch cụm công nghiệp dệt may đồng bộ	3,55	1,001
Thúc đẩy chuyển đổi phương thức tổ chức sản xuất theo hướng hiện đại	3,44	0,986
Khuyến khích tái cơ cấu tổ chức sản xuất theo hướng ứng dụng các công cụ nâng cao năng suất, chất lượng	3,37	1,155
Hỗ trợ tổ chức sản xuất theo cụm nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh toàn ngành	3,33	0,966
Khuyến khích chuyển đổi địa điểm tổ chức sản xuất theo hướng phù hợp	3,13	1,070

Thúc đẩy áp dụng phương pháp kiểm soát hiện đại trong tổ chức sản xuất	3,07	1,072

Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả



Nguồn: Kết quả điều tra của tác giả

Hình 2. Đánh giá của doanh nghiệp dệt may về chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức

- Doanh nghiệp quan tâm và đánh giá tích cực đối với chính sách: Thúc đẩy dịch chuyển sản xuất dệt may từ các thành phố lớn về các địa phương giúp doanh nghiệp có nguồn lao động dồi dào (69,3% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,79); khuyến khích đổi mới phương pháp quản lý theo hướng tinh gọn, hiệu quả (60,6% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,56); hỗ trợ tiếp cận và học hỏi kinh nghiệm về tổ chức sản xuất theo chuỗi giá trị (60% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,55); quy hoạch cụm công nghiệp dệt may đồng bộ (53,3% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,55); thúc đẩy chuyển đổi phương thức tổ chức sản xuất theo hướng hiện đại (51,3%

doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,44); khuyến khích tái cơ cấu tổ chức sản xuất theo hướng ứng dụng các công cụ nâng cao năng suất, chất lượng (52% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,37); hỗ trợ tổ chức sản xuất theo cụm nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh toàn ngành (44% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,33);

- Doanh nghiệp chưa đánh giá cao việc thúc đẩy áp dụng phương pháp kiểm soát hiện đại trong tổ chức sản xuất (32,7% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,07); khuyến khích chuyển đổi địa điểm tổ chức sản xuất theo hướng phù hợp (34,7% doanh nghiệp đồng ý và rất đồng ý; điểm trung bình 3,13), mặc dù việc quy hoạch phát triển ngành dệt may đã có sự điều chỉnh đến năm 2025, tầm nhìn 2035 *(Bộ Công Thương, 2019).*

Trên cơ sở thống kê mô tả thực trạng về chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức (Bảng 2) và kết quả phân tích độ tin cậy của thang đo, kết quả phân tích tương quan, hồi quy tuyến tính cho thấy, chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức có tác động tích cực tới ĐMST tổ chức của doanh nghiệp (ĐMST tổ chức = 1,279 + 0,565*Chính sách ĐMST tổ chức). Điều này cho thấy, giả thuyết H2 được chấp nhận.

Như vậy, nhìn chung, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may ĐMST tổ chức đã tác động đến sự phát triển của doanh nghiệp dệt may thông qua ĐMST tổ chức. Điều này thể hiện ở nhiều khía cạnh như dịch chuyển sản xuất dệt may từ các thành phố lớn về các địa phương giúp doanh nghiệp có nguồn lao động dồi dào, đổi mới phương pháp quản lý theo hướng tinh gọn, hiệu quả, tiếp cận và học hỏi kinh nghiệm về tổ chức sản xuất theo chuỗi giá trị, cụm công nghiệp dệt may được quy hoạch đồng bộ.

4. Kết luận và khuyến nghị

4.1. Đánh giá chung về chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp dệt may

Thứ nhất, các chính sách đã bước đầu tạo ra hành lang pháp lý thuận lợi cho doanh nghiệp dệt may ĐMST, đặc biệt trong bối cảnh cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đang diễn ra mạnh mẽ, đã tạo ra những cơ hội cho các doanh nghiệp dệt may phát triển.

Các chính sách liên quan tới phát triển ngành dệt may Việt Nam đều nằm trong định hướng phát triển kinh tế, xã hội của đất nước được Đảng và Nhà nước quan tâm như: Nghị quyết số 10-NQ/TW ngày 03/6/2017 về phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa do Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XII ban hành; Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27/9/2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp

lần thứ tư nhằm thúc đẩy phát triển khoa học, công nghệ và ĐMST trên tất cả các ngành, lĩnh vực và thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia, trọng tâm là phát triển kinh tế số, xây dựng đô thị thông minh, chính quyền điện tử, tiến tới chính quyền số.

Các chính sách thúc đẩy ĐMST đã được lồng ghép trong các luật, nghị định hướng dẫn các luật, ví dụ: Luật KH&CN (năm 2013), Luật Sở hữu trí tuệ (năm 2005, sửa đổi bổ sung năm 2009, 2019), Luật Thương mại (năm 2005), Luật Trọng tài Thương mại (năm 2010), Luật Công nghệ thông tin (năm 2006), Luật Giao dịch điện tử (năm 2012), Luật Tiêu chuẩn và quy chuẩn kỹ thuật (năm 2006), Luật Chuyển giao công nghệ (năm 2017), Luật Công nghệ cao (năm 2008), Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hoá (năm 2007, Văn bản hợp nhất 30/VBHN 2018), Luật Đầu tư (năm 2014), Luật Doanh nghiệp (năm 2014), Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (năm 2017), Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu (năm 2016), Luật Bảo vệ môi trường (năm 2014, 2020), Luật Thuế Bảo vệ môi trường (năm 2010), Luật Sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả (năm 2010), Luật Thuế thu nhập doanh nghiệp (năm 2008), Luật Giáo dục (năm 2019). Qua đó, đã thể chế hoá những quan điểm, chủ trương của Đảng và Nhà nước về phát triển khoa học, công nghệ và ĐMST, trong đó có nhiều nội dung liên quan tới chính sách thúc đẩy doanh nghiệp ĐMST.

Thứ hai, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may ĐMST đã góp phần gia tăng số lượng doanh nghiệp ĐMST, có tính phù hợp với sự phát triển của doanh nghiệp dệt may. Số lượng doanh nghiệp tự thực hiện đổi mới và liên kết với bên ngoài để ĐMST có xu hướng tăng, có 61% doanh nghiệp dệt may có hoạt động ĐMST, góp phần cải thiện cơ cấu doanh nghiệp có trình độ công nghệ ngày càng được nâng cao và ngược lại, tỷ lệ % các doanh nghiệp ĐMST cao nếu doanh nghiệp thuộc nhóm trình độ công nghệ cao (Bộ KH&CN, 2018). Cùng với đó mức độ sẵn sàng công nghệ, mức độ tự động hóa máy móc thiết bị và việc vận chuyển trên dây chuyền, quản lý chuỗi cung ứng và đầu tư cho R&D của các doanh nghiệp dệt may có sự cải thiện đáng kể.

Thứ ba, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may ĐMST đã góp phần nâng mức đầu tư của doanh nghiệp cho ĐMST. Kết quả phỏng vấn chuyên gia cho thấy, các chính sách ĐMST còn góp phần đa dạng hoá nguồn tài chính, xã hội hoá cho hoạt động đầu tư ĐMST nhằm nâng cao năng suất chất lượng, năng lực ĐMST của các doanh nghiệp, thúc đẩy thương mại hóa các ý tưởng sáng tạo thành các sản phẩm mới, dịch vụ mới. Bên cạnh đó, các chính sách đã góp phần thúc đẩy, hình thành và phát triển cơ sở hạ tầng ươm tạo doanh nghiệp một số tổ chức nghiên cứu và phát triển công nghệ tiên tiến, tạo lập thị trường công nghệ ngành dệt may, thúc đẩy hình thành và phát triển các tổ chức trung gian tư vấn, môi giới về công nghệ.

Thứ tư, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may ĐMST đã góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động ĐMST. Kết quả phỏng vấn chuyên gia cho thấy, các hoạt động ĐMST đã được thực hiện thông qua một số chương trình cụ thể như: Chương trình sản phẩm trọng điểm quốc gia; Chương trình phát triển công nghệ cao quốc gia; Chương trình đổi mới công nghệ quốc gia; Chương trình xây dựng phòng thí nghiệm trọng điểm quốc gia; Chương trình KH&CN trọng điểm cấp Nhà nước; Chương trình năng suất chất lượng cao; Chương trình hội nhập quốc tế về KH&CN. Các chương trình này đã góp phần lan tỏa, tạo sự liên kết giữa khu vực công nghiệp và khu vực nghiên cứu, đưa các kết quả nghiên cứu ra thị trường, thúc đẩy kinh tế, xã hội phát triển.

Như vậy, chính sách thúc đẩy doanh nghiệp dệt may ĐMST đã góp phần nâng cao nhận thức của doanh nghiệp về ĐMST, số lượng, mức độ và hiệu quả đầu tư của doanh nghiệp cho ĐMST có xu hướng gia tăng. Các chính sách đã bước đầu có ảnh hưởng tích cực, có hiệu quả, hiệu lực, phù hợp với mục tiêu và có ảnh hưởng lâu dài tới hoạt động ĐMST của doanh nghiệp; đã hỗ trợ cho ngành dệt may phát triển mạnh mẽ trong những năm qua, thị trường mở rộng hơn, các doanh nghiệp nước ngoài cũng đầu tư nhiều hơn vào lĩnh vực dệt may, thu hút được sự chú ý của quốc tế trong lĩnh vực dệt may, góp phần hiện đại hoá hoạt động sản xuất và lao động của các doanh nghiệp dệt may dần được cải thiện.

4.2. Đánh giá ưu điểm, hạn chế của chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp dệt may

4.2.1. Những ưu điểm cơ bản

Thứ nhất, chính sách thúc đẩy ĐMST marketing trong doanh nghiệp dệt may đã hỗ trợ mở rộng thị trường xuất khẩu, hỗ trợ mở rộng thị trường mới thông qua các đại diện thương mại ở nước ngoài, trọng tài thương mại. Cùng với đó, hỗ trợ hoàn thiện cơ sở hạ tầng về thương mại điện tử nên các doanh nghiệp dệt may thuận tiện trong việc xây dựng hồ sơ năng lực đáp ứng điều kiện xuất khẩu. Các doanh nghiệp dệt may Việt Nam đã được dỡ bỏ hạn ngạch và hưởng thuế MFN vào thị trường Hoa Kỳ, thị trường xuất khẩu hàng may mặc dần được mở rộng hơn, tạo cơ hội đầu tư từ các doanh nghiệp nước ngoài vào Việt Nam. Nhà nước khuyến khích mọi thành phần kinh tế đầu tư phát triển ngành may, lấy xuất khẩu làm mục tiêu cho phát triển của ngành, đồng thời phát triển tối đa thị trường nội địa thông qua các hội chợ, triển lãm, thúc đẩy doanh nghiệp mở rộng mạng lưới bán lẻ trong nước.

Thứ hai, chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức trong doanh nghiệp dệt may đã góp phần phát triển cụm công nghiệp dệt may, giúp doanh nghiệp dệt may xử lý môi trường thuận tiện, tổ chức sản xuất theo cụm nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh toàn ngành. Việc thúc đẩy dịch chuyển sản xuất dệt may từ

các thành phố lớn về các địa phương giúp doanh nghiệp có nguồn lao động dồi dào; đồng thời các chương trình năng suất, chất lượng, chương trình phát triển công nghiệp hỗ trợ đã thúc đẩy doanh nghiệp dệt may chuyển đổi phương thức tổ chức sản xuất theo hướng hiện đại, tái cơ cấu tổ chức sản xuất theo hướng ứng dụng các công cụ nâng cao năng suất, chất lượng, đổi mới phương pháp quản lý theo hướng tinh gọn, hiệu quả. Bên cạnh đó, Nhà nước cũng đẩy mạnh cổ phần hoá những doanh nghiệp dệt may nhằm tăng tính tự chủ, tự chịu trách nhiệm cho doanh nghiệp dệt may.

4.2.2. Những hạn chế cần khắc phục

Thứ nhất, chính sách thúc đẩy ĐMST marketing trong doanh nghiệp dệt may còn có những hạn chế trong việc hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường xuất khẩu, đặc biệt là mở rộng thị trường mới thông qua các đại diện ở nước ngoài. Thương hiệu của các doanh nghiệp còn yếu, mẫu mã thời trang chưa được quan tâm; thị trường ngành dệt may được mở rộng khi tham gia các hiệp định thương mại tự do giảm thuế nhập khẩu theo đúng Hiệp định thì hàng may mặc nước ngoài có cơ hội tràn vào, có nguy cơ bị kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ ở các thị trường xuất khẩu lớn hơn.

Thứ hai, chính sách thúc đẩy ĐMST tổ chức trong doanh nghiệp dệt may còn hạn chế trong việc chuyển đổi địa điểm sản xuất theo hướng phù hợp, đặc biệt việc chuyển dịch sản xuất từ các thành phố lớn về các địa phương có nguồn lao động dồi dào chưa thực sự được đẩy mạnh. Chính sách quy hoạch cụm công nghiệp dệt may gặp khó khăn khi các tỉnh thành không khuyến khích doanh nghiệp dệt nhuộm tại các khu công nghiệp do khả năng gây ô nhiễm môi trường, sử dụng ít nhân lực do cần nhân lực có trình độ cao. Việc thúc đẩy áp dụng phương pháp kiểm soát hiện đại trong doanh nghiệp sản xuất gặp khó khăn khi các tiêu chuẩn về môi trường, sử dụng năng lượng tiết kiệm và hiệu quả. Công nghiệp phụ trợ chưa phát triển, cung cấp nguyên phụ liệu vừa thiếu, vừa không kịp thời. Các doanh nghiệp may được khuyến khích chuyển đổi địa điểm tổ chức sản xuất theo hướng phù hợp, tận dụng nguồn nhân lực địa phương, tuy nhiên nguồn lao động dệt may tại các địa phương bị chia sẻ, cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài vốn có lợi thế về tài chính, công nghệ và thị trường./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2019). Báo cáo phát triển ngành Dệt may năm 2018.
2. Bộ Khoa học và Công nghệ và Chương trình AUS4INNOVATION (2020). Đổi mới công nghệ ở Việt Nam: Đóng góp của công nghệ vào tăng trưởng kinh tế. Hà Nội.
3. Bộ Khoa học và Công nghệ (2018). Kết quả điều tra đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp tại Việt Nam.

4. Bộ Khoa học và Công nghệ và Ngân hàng thế giới (MOST và WB, 2021). Báo cáo khoa học, công nghệ và đổi mới tạo: Báo cáo tóm tắt chính sách năm 2020, Hà Nội.
5. Cục Thông tin KH&CN Quốc gia (NASATI, 2018). Báo cáo kết quả điều tra đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp tại Việt Nam giai đoạn 2014-2016. Hà Nội, Nxb Khoa học và Kỹ thuật.
6. Tập đoàn Dệt may Việt Nam (2019). Báo cáo tham luận tại Tọa đàm khoa học "Quan điểm, chủ trương, giải pháp phát triển kinh tế bền vững, sáng tạo, bao trùm". Hà Nội.
7. Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (CIEM, 2013). Năng lực cạnh tranh và công nghệ ở cấp độ doanh nghiệp tại Việt Nam: Kết quả điều tra năm 2012. Hà Nội, Nxb Lao động xã hội.
8. Đặng Duy Thịnh (2008). Nghiên cứu đổi mới cơ chế, chính sách tài chính của Nhà nước đối với hoạt động KH&CN và hoạt động đổi mới công nghệ. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ KH&CN, NISTPASS.
9. Đặng Thị Kim Thoa (2017). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự sẵn sàng mua hàng may mặc nội địa của người tiêu dùng Việt Nam ở các thành phố. Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
10. Hoàng Văn Tuyên (2017). Phát triển hoạt động nghiên cứu và triển khai (R&D) trong các doanh nghiệp Việt Nam. Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
11. Lê Hồng Thăng và cộng sự (2016). Cẩm nang về các Hiệp định thương mại tự do dành cho doanh nghiệp dệt may, Hà Nội, Nxb Công Thương.
12. Nguyễn Hữu Xuyên (2014). Chính sách khoa học và đổi mới công nghệ. Hà Nội, Nxb Đại học Kinh tế quốc dân.
13. Nguyễn Kế Nghĩa (2016). Phát triển các cụm liên kết công nghiệp dệt may ở Vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ, Luận án tiến sĩ Trường Đại học Kinh tế Quốc dân.
14. Nguyễn Quang Tuấn (2012). Nghiên cứu cơ sở lý luận và thực tiễn cho việc xây dựng chính sách thúc đẩy thương mại hoá kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ của các tổ chức KH&CN Việt Nam. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ KH&CN, NISTPASS.
15. Nguyễn Quang Tuấn (2017). Thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ. Hà Nội, Nxb Khoa học và Kỹ thuật.
16. Nguyễn Thanh Tùng (2020). Nghiên cứu chính sách thúc đẩy chuyển giao công nghệ và đổi mới sáng tạo và nhằm phát triển các cụm liên kết ngành. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ KH&CN, NISTPASS.
17. Phạm Hải Châu (2016). Giải pháp tái cấu trúc vốn doanh nghiệp dệt may Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế. Luận án tiến sĩ Học viện Khoa học Xã hội
18. Phùng Thị Quỳnh Trang (2017). Nâng cao năng lực cạnh tranh Marketing sản phẩm may mặc của doanh nghiệp Việt Nam trên thị trường các tỉnh đồng bằng bắc bộ nước ta. Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Thương mại, Hà Nội.
19. OECD (1997). National innovation systems, Paris.
20. OECD (2005). Guideline for collecting and interpreting innovation data, 3rd edition, Oslo manual.
21. OECD/Eurostat (2018). Oslo manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg.

22. Chesbrough, Henry William (2003). Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Boston: Harvard Business School Press. ISBN 978-1578518371.

23. Glenn and Anastasia S. (2020). "Improving recycling of textiles based on lessons from policies for other recyclable materials: A minireview". Sustainable Production and Consumption, Volume 23, July 2020, Pages 42-51.

24. Jadranka S. and Marina D. (2021). "Transformative innovation policy or how to escape peripheral policy paradox in European research peripheral countries". Technology in Society, Volume 67, November 2021, 101705.

25. Markus et al (2019). "Innovation policy for system-wide transformation: The case of strategic innovation programmes (SIPs) in Sweden". Research Policy, Volume 48, Issue 4, May 2019, Pages 1048-1061.

26. Peter Aucoin (1995). "The New Public Management: Canada in Comparative Perspective". McGill-Queen's University Press; 1st edition, ISBN-13 : 978-0886451806

27. Peter B. G. (1997). "Shouldn't Row, Can't Steer: What's A Government to Do?". Public Policy and Administration, Volume: 12 issue: 2, page(s): 51-61.

28. Ribeiro L.C. et al (2006). "National systems of innovation and technological differentiation: a multi-country model". Int. J. Mod. Phys. C., <https://doi.org/10.1142/S0129183106008819>

29. Sareena Umma M. A. G. and Varothayan V. (2015). "An Investigation of Strategic Factors Affecting the Performance of Manufacturing based Small and Medium Enterprises (SMEs) Operating in Batticoloa Distrrict in Sri Lanka", 2nd International Conference on National Capacity Building strategy for Sustainable development and poverty Alleviation. 26-28 May 2015. CR1006, Block 10, American University in the Emirates, Dubai International Academic City, Dubai. UAE.

30. Tao, X, (2014). "Back on the Silk Road: China's Version of a Rebalance to Asia". Glob. Asia 2014,9, 70-76.

31. Ministry of Textiles (2019). "Indian Textile Journal, Department of Industrial Policy and Promotion". Press Information Bureau, <http://texmin.nic.in/>

32. Theodore Henderson (2017). Why Innovation Is Crucial To Your Organization's Long-Term Success, Forbes Councils.

33. Wei Cong et al (2021). "Polycentric approach of wastewater governance in textile industrial parks: Case study of local governance innovation in China". Journal of Environmental Management 280,1-29

34. Yabin Yu and Hua Cheng (2021). "Environmental Taxes and Innovation in Chinese Textile Enterprises: Influence of Mediating Effects and Heterogeneous Factors". Sustainability-MDPI, 1-14

35. Yves-Simon Gloy (2021). Industry 4.0 in Textile Production. Springe; 1st ed. 2021 edition (January 6, 2021).