

Ảnh hưởng của sáng tạo đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp lớn khu vực Đồng bằng sông Cửu Long

Nguyễn Thanh Tú⁽¹⁾ • Nguyễn Hữu Đặng⁽²⁾

Ngày nhận bài: 29/5/2018 | Biên tập xong: 02/11/2018 | Duyệt đăng: 10/11/2018

TÓM TẮT: Nghiên cứu nhằm đánh giá sự ảnh hưởng của nhân tố sáng tạo đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp lớn khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Nghiên cứu sử dụng hệ số Cronbach's Alpha để kiểm định độ tin cậy của các thang đo, sử dụng phương pháp phân tích hồi quy để xác định mức độ ảnh hưởng sáng tạo của nhân viên đến kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Số liệu được thu thập bằng bảng câu hỏi phỏng vấn 260 lãnh đạo cấp phòng, ban của doanh nghiệp lớn khu vực Đồng bằng sông Cửu Long. Kết quả nghiên cứu cho thấy, nhân tố sáng tạo của nhân viên có ảnh hưởng tích cực đến kết quả kinh doanh của các doanh nghiệp lớn.

TỪ KHÓA: sáng tạo, kết quả kinh doanh, Đồng bằng sông Cửu Long.

1. Giới thiệu

Nghiên cứu về sáng tạo có nhiều cách tiếp cận khác nhau nhưng tập trung ở hai xu hướng chính, đó là môi trường đối mới sáng tạo của tổ chức và khả năng sáng tạo của cá nhân. Theo Amabile (1997), sự sáng tạo là sản phẩm của cá nhân còn sự đổi mới là việc ứng dụng sản phẩm đó ở cấp độ tổ chức. Không phải mọi sự đổi mới đều xuất phát từ sự sáng tạo bên trong tổ chức, mà có thể được tiếp thu từ bên ngoài.

Shalley (1991, 1995), Amabile (1997), Oldham & Cummings (1996) và Zhou & Shalley (2003) cho rằng, sự sáng tạo được xem như là sản xuất ra sản phẩm mới hoặc ý kiến hữu ích liên quan đến sản phẩm, dịch vụ, quy trình hoặc thủ tục thực hiện. Theo Amabile (1997), sáng tạo là một đặc điểm mà những người sáng tạo có hoặc làm, các cá nhân sáng tạo có một số tính năng khác phân biệt với đồng nghiệp ít sáng tạo hơn, họ có kiến thức

phong phú trong phạm vi có liên quan và phát triển kỹ năng; tìm thấy công việc có động cơ thúc đẩy; có xu hướng độc lập, độc đáo và chấp nhận rủi ro lớn; có nhiều ham muốn và sự cởi mở hơn cho những trải nghiệm mới. Theo Zhou & George (2001), sự sáng tạo tại nơi làm việc là tạo ra các ý tưởng, giải pháp mới lạ và hữu ích. Couger (1995) thì cho rằng, sáng tạo là khả năng phân biệt các mối quan hệ mới, kiểm tra các đối tượng từ cái nhìn ban đầu, và hình

⁽¹⁾ **Nguyễn Thanh Tú** - Trường Đại học Cần Thơ; Số Khu II, Đường 3/2, Phường Xuân Khánh, Quận Ninh Kiều, TP. Cần Thơ; **Email:** thanhthu2ct@yahoo.com.

⁽²⁾ **Nguyễn Hữu Đặng** - Trường Đại học Cần Thơ; Số Khu II, Đường 3/2, Phường Xuân Khánh, Quận Ninh Kiều, TP. Cần Thơ; **Email:** nhdang@ctu.edu.vn.