

Khởi sự kinh doanh ở Việt Nam năm 2014: nhìn nhận qua nghiên cứu chỉ số khởi sự kinh doanh toàn cầu

Lương Minh Huân^{1*}, Nguyễn Thị Thùy Dương²

¹Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

²Trường Đại học Thương mại

Ngày nhận bài 21.8.2015, ngày chuyển phản biện 24.8.2015, ngày nhận phản biện 17.9.2015, ngày chấp nhận đăng 28.10.2015

Tìm hiểu về các cơ hội kinh doanh, khả năng nắm bắt các cơ hội này để khởi sự kinh doanh tại các quốc gia chính là mục đích của nghiên cứu chỉ số khởi sự kinh doanh toàn cầu (Global Entrepreneurship Monitor - GEM). Được bắt đầu từ năm 1999, đến năm 2014 nghiên cứu GEM đã thu hút được 73 quốc gia và vùng lãnh thổ tham gia, chiếm 72,4% dân số và 90% GDP của thế giới. Năm 2014 là năm thứ hai liên tiếp Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đại diện cho Việt Nam tham gia nghiên cứu GEM. Dựa trên dữ liệu thu thập được từ cuộc khảo sát người trưởng thành ở Việt Nam, VCCI đã xây dựng báo cáo GEM Việt Nam 2014. Báo cáo đã cho thấy bức tranh về khởi sự kinh doanh ở Việt Nam năm 2014. Những so sánh với các quốc gia khác, nhất là các quốc gia cùng trình độ phát triển với Việt Nam đã cho thấy tình hình kinh doanh ở Việt Nam năm 2014 đã khả quan hơn so với năm 2013, tuy nhiên vẫn còn nhiều bất cập ảnh hưởng tới quá trình khởi sự. Báo cáo cũng chỉ ra rằng, để khởi sự thành công, một trong những chìa khóa là cần sự đổi mới sáng tạo.

Từ khóa: cơ hội kinh doanh, đổi mới, động lực khởi sự, GEM, khởi sự kinh doanh.

Chỉ số phân loại 5.2

Giới thiệu về nghiên cứu GEM

Lịch sử hình thành và phát triển của nghiên cứu GEM

Ý tưởng xây dựng chỉ số GEM được triển khai lần đầu vào năm 1999 với sự tham gia của 10 nước phát triển, trong đó có 7 nước thuộc nhóm G7 (Canada, Pháp, Đức, Ý, Nhật Bản, Vương quốc Anh, Hoa Kỳ) và 3 nước khác là Đan Mạch, Phần Lan và Israel. Sau 16 năm thành lập, nghiên cứu GEM đã được thực hiện tại 73 quốc gia và vùng lãnh thổ, trở thành nghiên cứu có quy mô lớn nhất về kinh doanh trên toàn cầu. Với phương pháp nghiên cứu thống nhất được điều hành bởi các nhà nghiên cứu kinh tế hàng đầu, GEM có thể thu thập được bộ cơ sở dữ liệu đồng bộ tại quốc gia thành viên, từ đó có thể giúp so sánh sự phát triển kinh doanh và các yếu tố tác động đến sự phát triển kinh doanh giữa các quốc gia, khu vực một cách chính xác.

Trên thế giới hiện cũng có nhiều nghiên cứu về khởi sự và phát triển kinh doanh, tuy nhiên nghiên cứu GEM có những điểm khác biệt chiếm ưu thế. Không chỉ nghiên cứu các hoạt động kinh doanh mới thành lập hoặc đã ổn định, thông qua việc khảo sát người trưởng thành, GEM còn tập trung nghiên cứu hoạt động của các doanh nhân từ giai đoạn khởi sự đến khi hoạt động

kinh doanh đã ổn định. Cách tiếp cận này cung cấp một bức tranh chi tiết về hoạt động kinh doanh hơn là những con số tìm được trong cơ sở dữ liệu của cơ quan đăng ký kinh doanh.

Báo cáo GEM toàn cầu năm 2014 đã dựa trên kết quả phỏng vấn của 206.000 người trưởng thành và 3.936 chuyên gia đại diện cho 73 quốc gia và vùng lãnh thổ, chiếm 72,4% dân số và 90% GDP của thế giới [1]. Những con số này cho thấy vai trò và vị trí của GEM trong số các báo cáo kinh doanh hiện nay trên thế giới. Năm 2014 cũng là năm thứ hai liên tiếp VCCI đại diện cho Việt Nam tham gia dự án GEM.

Trong nghiên cứu GEM, các quốc gia tham dự được phân thành 3 giai đoạn theo trình độ phát triển kinh tế như phân loại của Diễn đàn Kinh tế thế giới [2]. Giai đoạn I - phát triển dựa trên nguồn lực, bao gồm các nước cạnh tranh dựa chủ yếu vào nguồn lực đầu vào là lao động phổ thông và tài nguyên thiên nhiên. Tại các nền kinh tế này, các doanh nghiệp cạnh tranh chủ yếu dựa trên giá bán và kinh doanh các sản phẩm thông dụng, với năng suất thấp phản ánh thông qua mức lương thấp. Giai đoạn II - phát triển dựa trên hiệu quả, gồm các quốc gia cạnh tranh dựa trên các quy trình sản xuất hiệu quả hơn và tăng chất lượng sản phẩm. Tại

*Tác giả liên hệ: Email: luongminhhuhan@gmail.com

Entrepreneurship development in Vietnam in 2014: through the approach of the global entrepreneurship monitor

Summary

Learning about entrepreneurial opportunities and the capability to grasp these opportunities to start a business in different nations is the purpose of Global Entrepreneurship Monitor (GEM) research. Starting from 1999, in 2014, the GEM study attracted 73 participating nations and territories, accounting for 72.4% of the world's population and 90% of the world's GDP. 2014 was the second consecutive year when Vietnam Chamber of Commerce and Industry (VCCI) represented for Vietnam to participate in GEM study. Based on the data collected from the adult population survey in Vietnam, VCCI built GEM Vietnam Report 2014. It provided a picture of characteristics and conditions for business development in Vietnam in 2014. Comparisons among other economies, especially those in the same level of development with Vietnam, showed that business development in Vietnam in 2014 was better than in 2013; however, there were still many inadequacies influencing the process of business start-up and development in Vietnam. The report also showed that the key of success for business start-up was innovation.

Keywords: business start-up, entrepreneurial motivations, entrepreneurial opportunities, GEM, innovation.

Classification number 5.2

thời điểm này, tính cạnh tranh ngày càng được thúc đẩy bởi giáo dục và đào tạo, hiệu quả của các thị trường hàng hóa, hiệu quả của thị trường lao động, sự phát triển của thị trường tài chính, khả năng khai thác các lợi ích của công nghệ hiện có và một thị trường quy mô lớn trong nước hoặc quốc tế. Giai đoạn III - phát triển dựa trên đổi mới, bao gồm các quốc gia cạnh tranh chủ yếu dựa vào các sản phẩm mới và độc đáo. Ở giai đoạn này, các công ty phải cạnh tranh bằng cách sản xuất hàng hóa mới và khác biệt dựa trên việc sử dụng quy trình sản xuất tinh vi nhất và đổi mới. Việt Nam hiện vẫn đang ở giai đoạn I, giai đoạn phát triển dựa trên nguồn lực. Trong số các nước ASEAN tham gia GEM có Philippines cùng trình độ phát triển với Việt Nam, trong khi Indonesia, Thái Lan và Malaysia thuộc giai đoạn II, còn Singapore phát triển ở giai đoạn III.

Phương pháp nghiên cứu của GEM

Để phân tích được theo mô hình nghiên cứu của GEM, các quốc gia thành viên phải thực hiện cuộc điều tra người trưởng thành (*Adult Population Surveys* - APS) để thu thập dữ liệu [3]. Cuộc điều tra này được các chuyên gia của GEM thiết kế, hướng dẫn các quốc gia thành viên thực hiện thu thập dữ liệu của quốc gia. Dữ liệu này sau đó được tổng hợp lại cho các chuyên gia phân tích dữ liệu của GEM xử lý, hợp nhất và gửi lại cho các quốc gia thành viên.

Cuộc khảo sát người trưởng thành nhằm mục đích thu thập thông tin về sự tham gia của cá nhân người trưởng thành vào các hoạt động kinh doanh và thái độ, nhận thức của họ về các hoạt động kinh doanh. Ngoài ra, cuộc khảo sát này cũng cung cấp các thông tin liên quan đến các mối quan hệ trong kinh doanh, xu hướng đổi mới sáng tạo trong kinh doanh và việc đăng ký kinh doanh. Cuộc khảo sát này phải được thực hiện bởi các công ty/tổ chức chuyên thực hiện các cuộc điều tra khảo sát, với mẫu khảo sát ít nhất là 2.000 người trưởng thành, từ 18 đến 64 tuổi. Mẫu khảo sát này phải mang tính đại diện cho mỗi quốc gia, thỏa mãn được các tiêu chí vùng miền, giới tính, độ tuổi và nơi sống (thành thị/nông thôn).

Thực trạng khởi nghiệp ở Việt Nam

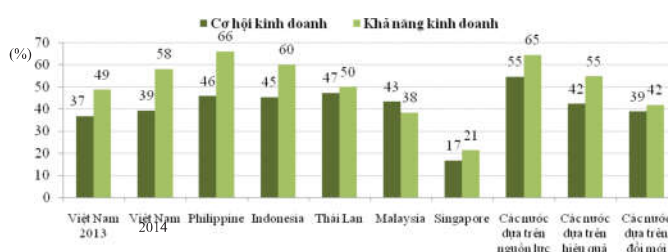
Cơ hội và tiềm năng khởi nghiệp ở Việt Nam năm 2014

Kinh tế Việt Nam năm 2014 tiếp tục có những dấu hiệu của sự phục hồi khi mà tốc độ tăng trưởng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) đạt 5,98%, cao nhất kể từ năm 2011 đến nay. Chính sự phục hồi này đã cải thiện tình hình khởi sự kinh doanh ở Việt Nam năm 2014 dù ở mức vẫn còn thấp. Tỷ lệ người trưởng thành nhận thấy có cơ hội để bắt đầu một việc kinh doanh mới ở Việt Nam đã tăng từ mức 37% năm 2013 lên mức 39% năm 2014. Tuy đã cải thiện, nhưng nhận thức

về cơ hội khởi nghiệp ở Việt Nam vẫn còn thấp hơn rất nhiều so với mức bình quân 55% của các nước đang ở trong giai đoạn phát triển tương tự như Việt Nam, tăng trưởng kinh tế dựa trên các yếu tố đầu vào.

Nếu so với các nước trong nhóm ASEAN-5, tỷ lệ nhận thức về cơ hội kinh doanh ở Việt Nam chỉ cao hơn so với Singapore (17%), quốc gia đang ở giai đoạn III của sự phát triển - tăng trưởng dựa trên sự đổi mới, còn lại đều thấp hơn so với các nước khác như Malaysia (43%), Thái Lan (47%), Indonesia (45%) và nhất là Philippines (46%), là nước cùng giai đoạn phát triển với Việt Nam [4].

Xét về năng lực kinh doanh, năm 2014, 58% số người trưởng thành được hỏi ở Việt Nam tự đánh giá có đủ kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm cần thiết để bắt đầu kinh doanh, cao hơn nhiều so với mức 49% của năm 2013. Việc tỷ lệ người Việt Nam tự tin về khả năng kinh doanh tăng cao hơn so với năm 2013 chủ yếu do môi trường kinh doanh năm 2014 đã được cải thiện, giúp người dân tự tin hơn vào khả năng kinh doanh của họ. Tuy nhiên, tỷ lệ này vẫn thấp hơn so với bình quân của các nước phát triển ở giai đoạn I (65%). So với các nước trong khối ASEAN-5, tỷ lệ người có khả năng kinh doanh ở Việt Nam cao hơn ở Singapore, Malaysia và Thái Lan, nhưng lại thấp hơn ở Indonesia và Philippines. Điều này cho thấy, Việt Nam vẫn cần hoàn thiện hệ thống giáo dục, đào tạo kiến thức và kỹ năng khởi nghiệp và vận hành hoạt động kinh doanh cho người dân, bắt đầu từ học sinh phổ thông và sinh viên đại học.



Hình 1: nhận thức về cơ hội khởi nghiệp ở Việt Nam so với các nước trên thế giới năm 2014

(Nguồn: khảo sát người trưởng thành trên toàn cầu năm 2014)

Lo sợ thất bại và ý định khởi sự kinh doanh

Lo sợ thất bại là một trong những yếu tố tâm lý quan trọng cản trở sự khởi nghiệp kinh doanh của các cá nhân. Để đánh giá tiêu chí này, GEM đã sử dụng chỉ số đo lường tỷ lệ những người cảm thấy sự lo sợ

thất bại đã cản họ tham gia vào kinh doanh mặc dù họ đã thấy có cơ hội kinh doanh. Lý do khiến người trưởng thành lo sợ thất bại có thể đến từ môi trường bên ngoài và cá nhân họ. Ở Việt Nam, môi trường kinh doanh trong những năm gần đây là một trong những yếu tố khiến người dân cảm thấy lo sợ thất bại trong kinh doanh. Nền kinh tế Việt Nam vẫn chưa lấy lại sự tăng trưởng như trước đây và môi trường kinh doanh vẫn còn nhiều quy định và thủ tục chưa hợp lý, gây lo sợ và phiền hà cho việc kinh doanh. Tình trạng các doanh nghiệp đăng ký thành lập có xu hướng giảm và số lượng doanh nghiệp phải ngừng hoạt động hoặc giải thể tăng lên chính là một minh chứng rõ nét cho thấy sự rủi ro trong kinh doanh ở Việt Nam vẫn còn cao. Trong giai đoạn 2011-2014, mỗi năm có khoảng trên 50 nghìn doanh nghiệp phải ngừng hoạt động hoặc giải thể và con số này có xu hướng ngày càng tăng, cụ thể: năm 2011 là khoảng trên 51 nghìn doanh nghiệp, năm 2012 là 54.261 doanh nghiệp, năm 2013 là 60.737 doanh nghiệp, năm 2014 là 67.823 doanh nghiệp. Trong khi đó, số doanh nghiệp đăng ký thành lập lại có xu hướng giảm, từ 89.187 doanh nghiệp năm 2010, xuống 77.548 doanh nghiệp năm 2011, tiếp tục giảm xuống còn 69.874 doanh nghiệp năm 2012 và tăng trở lại 76.955 doanh nghiệp năm 2013, sau đó lại giảm còn 74.842 doanh nghiệp năm 2014. Nếu xét về các hộ kinh doanh cá thể, tốc độ tăng trưởng về số lượng đã giảm từ 7,4%/năm trong giai đoạn 2002-2007 xuống chỉ còn 4,3%/năm trong giai đoạn 2007-2012. Tính đến thời điểm 1.7.2012, Việt Nam có 4,63 triệu hộ kinh doanh cá thể hoạt động, thu hút 7,9 triệu lao động [5]. Bên cạnh đó, năng lực kinh doanh của người Việt Nam thấp cũng là yếu tố khiến cho người Việt Nam lo sợ thất bại trong kinh doanh. Các chương trình đào tạo về khởi sự kinh doanh dù đã bắt đầu xuất hiện nhưng vẫn tập trung chủ yếu ở các trường khối kinh tế, trong khi kiến thức này cần mở rộng ra ở khắp các trường đại học để sinh viên ra trường có những kiến thức tối thiểu để khởi nghiệp.

Chỉ số lo sợ thất bại của Việt Nam năm 2014 là 50,1%, giảm so với mức 56,7% của năm 2013. Điều này cho thấy những nỗ lực cải thiện môi trường kinh doanh của Chính phủ trong năm 2014 đã giúp lấy lại lòng tin của người làm kinh doanh. Năm 2014 cùng với việc thông qua Luật Doanh nghiệp sửa đổi và Luật Đầu tư sửa đổi với những quy định đơn giản hơn về thủ tục gia nhập thị trường, Chính phủ đã quyết liệt thực hiện việc cải thiện môi trường kinh doanh thông qua việc thực thi Nghị quyết số 19/NQ-CP ngày 18.3.2014

về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

Nghiên cứu GEM toàn cầu 2014 [4] đã chỉ ra rằng, ở các quốc gia càng phát triển, người dân càng cần thận hơn khi kinh doanh, chính vì vậy sự lo sợ thất bại gây cản trở nhiều hơn ở các nước này. Tuy nhiên, với một quốc gia đang phát triển ở giai đoạn I, tỷ lệ lo sợ thất bại khi kinh doanh của người Việt Nam năm 2014 dù đã giảm nhưng vẫn ở mức cao so với các quốc gia cùng trình độ phát triển và cao hơn mức trung bình của các nước phát triển ở giai đoạn III.

Ngoại trừ Malaysia, các nước khác ở khu vực ASEAN cũng có tỷ lệ lo sợ thất bại khi kinh doanh cao: Thái Lan (42,2%), Singapore (39,4%), Indonesia (38,1%), Philippines (37,7%). Kết quả này khiến ASEAN trở thành khu vực có tỷ lệ người lo sợ thất bại cao thứ 2 (39,1%), chỉ kém khu vực EU (40,7%) nơi mà các quốc gia vẫn đang chịu ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng nợ khiến lòng tin vào kinh doanh bị suy giảm, điển hình như Hy Lạp (61,6%), Ba Lan (51,1%), Bỉ (49,4%), Italy (49,1%).

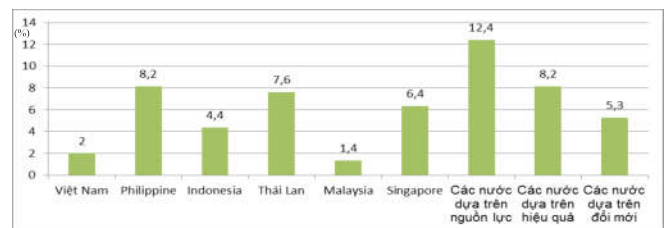
Kết quả nghiên cứu GEM toàn cầu 2014 đã cho thấy mối quan hệ ngược chiều giữa lo sợ về thất bại và ý định khởi sự. Nếu sự lo sợ về thất bại khi kinh doanh tăng dần theo trình độ phát triển của nền kinh tế thì ý định khởi sự kinh doanh lại giảm dần. Các nước phát triển ở giai đoạn I có tỷ lệ người có ý định khởi sự trung bình cao nhất, 40,2%, tiếp đến là các nước phát triển ở giai đoạn II với 22,8% và cuối cùng là các nước ở giai đoạn III, 12,3%. Nghiên cứu GEM 2014 đã chỉ ra rằng, ở các nước, khi mà các sự lựa chọn tìm kiếm công việc mang lại thu nhập bị hạn chế thì người dân có xu hướng khởi sự kinh doanh nhiều hơn. Ngoài ra, nhận thức xã hội và điều kiện kinh doanh cũng là những yếu tố thúc đẩy hoặc cản trở ý định khởi sự kinh doanh. Chỉ số ý định khởi sự kinh doanh được tính toán dựa trên tỷ lệ người trưởng thành hiện tại không tham gia vào hoạt động kinh doanh nhưng dự kiến sẽ khởi sự kinh doanh trong 36 tháng tới. Cũng theo logic này, tỷ lệ người có ý định khởi sự kinh doanh ở Việt Nam năm 2014 chỉ ở mức thấp, 18,2%, giảm so với mức 24,1% của năm 2013 và kém xa so với mức trung bình của các nước cùng trình độ phát triển với Việt Nam.

Ở khu vực Đông Nam Á, tỷ lệ người có ý định khởi sự kinh doanh ở Việt Nam tuy cao hơn so với Malaysia và Singapore, nhưng lại thấp hơn Thái Lan, Indonesia

và nhất là Philippines, nước cùng giai đoạn phát triển với Việt Nam. Cũng cần lưu ý rằng Singapore thuộc nhóm các nước phát triển dựa trên sự đổi mới, còn Malaysia cũng đang trong quá trình chuyển từ nhóm các nước phát triển dựa trên hiệu quả sang nhóm các nước phát triển dựa trên sự đổi mới, chính vì vậy tỷ lệ người có ý định khởi sự ở hai nước này chỉ ở mức thấp, lần lượt là 9,4% và 11,6%. Việc tỷ lệ người có ý định khởi sự kinh doanh ở Việt Nam thấp chủ yếu do kinh tế Việt Nam vẫn đang phục hồi chậm, cơ hội kinh doanh chưa nhiều, năng lực kinh doanh của người dân vẫn hạn chế trong khi mức độ rủi ro trong kinh doanh cao.

Khởi sự kinh doanh ở Việt Nam năm 2014

Báo cáo GEM toàn cầu 2014 đã chỉ ra rằng, thực trạng khởi sự kinh doanh có xu hướng giảm dần, ngược chiều với sự phát triển của nền kinh tế, nghĩa là các nước tăng trưởng dựa trên nguồn lực có tỷ lệ khởi sự kinh doanh sẽ cao nhất, còn các nước phát triển dựa trên đổi mới thì sẽ có tỷ lệ khởi sự thấp nhất. Tuy nhiên, trong trường hợp của Việt Nam, một quốc gia thuộc nhóm các nước phát triển dựa trên nguồn lực, tỷ lệ khởi sự kinh doanh lại thấp hơn cả mức trung bình của các nước ở giai đoạn III (hình 2).



Hình 2: khởi sự kinh doanh ở Việt Nam so với các nước trên thế giới năm 2014

(Nguồn: khảo sát người trưởng thành trên toàn cầu năm 2014)

Như đã dự báo trong báo cáo chỉ số kinh doanh Việt Nam năm 2013, việc Việt Nam là nước có tỷ lệ người lo sợ thất bại trong kinh doanh cao, trong khi tỷ lệ người nhận thấy có cơ hội kinh doanh thấp, tỷ lệ người có ý định khởi sự kinh doanh thấp sẽ dẫn đến tỷ lệ khởi sự kinh doanh ở Việt Nam năm 2014 thấp. Tỷ lệ khởi sự kinh doanh thấp cho thấy, nền kinh tế Việt Nam vẫn chưa lấy lại được sự năng động và phát triển như những năm trước cuộc khủng hoảng tài chính thế giới 2008. Chính tỷ lệ khởi sự kinh doanh rất thấp đã kéo theo tỷ lệ các hoạt động kinh doanh dưới 3,5 năm (TEA) của Việt Nam thấp hơn nhiều so với mức bình quân của các nước trong cùng giai đoạn phát triển. Nghiên cứu GEM 2014 đã cho thấy mối tương quan tỷ lệ thuận chặt chẽ giữa khả năng kinh doanh và chỉ

số TEA. Điều này khẳng định, để phát triển các hoạt động kinh doanh mới, cần tăng cường các hoạt động giáo dục và đào tạo dưới mọi hình thức nhằm trang bị kiến thức, kỹ năng và tinh thần kinh doanh cho người trưởng thành.

So với các nước khu vực ASEAN, tỷ lệ khởi sự kinh doanh của Việt Nam năm 2014 chỉ cao hơn Malaysia (1,4%) trong khi thấp hơn 4 quốc gia khác là Philippines (8,2%), Indonesia (4,4%), Thái Lan (7,6%) và Singapore (6,4%).

Động cơ khởi sự kinh doanh năm 2014

Tìm hiểu về động cơ khởi sự kinh doanh là một trong những mục tiêu quan trọng khi nghiên cứu kinh doanh. Nghiên cứu GEM phân ra 2 nhóm động cơ thúc đẩy các cá nhân khởi sự kinh doanh. Nhóm thứ nhất là nhóm khởi sự vì nhu cầu thiết yếu của cuộc sống, là những người khởi sự kinh doanh vì họ không có sự lựa chọn công việc nào tốt hơn. Nhóm thứ hai là nhóm khởi sự để tận dụng cơ hội kinh doanh. Theo cách thức phân loại này, tỷ lệ người khởi sự để tận dụng cơ hội khá phổ biến ở các nước trên thế giới, nhất là ở các nước phát triển dựa trên sự đổi mới. Trong khi đó, tỷ lệ người khởi sự vì nhu cầu thiết yếu có xu hướng giảm dần theo trình độ phát triển của nền kinh tế.

Trong số những người tận dụng cơ hội để khởi sự kinh doanh, một số có thể vì mục đích tăng thu nhập, hoặc trở nên độc lập hơn, một số khác đơn giản chỉ là để duy trì mức thu nhập hiện tại. Nghiên cứu GEM tập trung nhiều hơn vào những người tận dụng cơ hội để tăng thu nhập hoặc để độc lập hơn, vì đây là những người mong muốn tận dụng cơ hội để phát triển hoàn thiện hơn. Kết quả khảo sát người trưởng thành năm 2014 tại 73 quốc gia đã cho thấy, khi nền kinh tế càng phát triển, mọi người ngày càng tham gia vào kinh doanh để tận dụng cơ hội hoàn thiện bản thân hơn là vì kiếm sống.

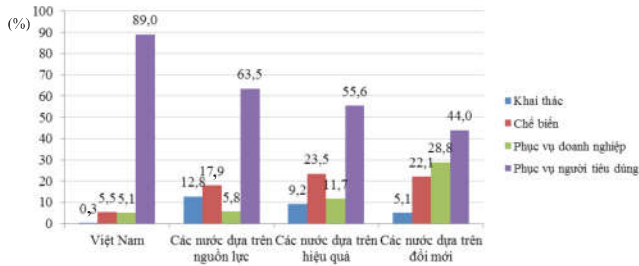
Theo số liệu khảo sát người trưởng thành trên toàn cầu năm 2014, ở Việt Nam, chỉ có 29,7% người khởi sự kinh doanh vì không có sự lựa chọn công việc nào tốt hơn, trong khi có đến 70,3% người khởi sự kinh doanh để tận dụng cơ hội, trong đó 53,3% người khởi sự kinh doanh để tận dụng cơ hội hoàn thiện mình. Tỷ lệ người Việt Nam khởi sự kinh doanh để tận dụng cơ hội hoàn thiện mình cao hơn so với mức trung bình của các nước cùng trình độ phát triển với Việt Nam (47%) và gần bằng mức trung bình của các nước phát triển dựa trên đổi mới (54,9%). Tuy nhiên, nếu xem

xét chi tiết hơn mục đích của việc tận dụng cơ hội thì người Việt Nam khởi sự chủ yếu là để tăng thu nhập, chiếm đến 41,5%, còn để độc lập hơn chỉ là 11,8%. Trong khi đó, tỷ lệ này trung bình ở các nước thuộc giai đoạn I lần lượt là 29,4% và 18,8%, thuộc giai đoạn II là 27,3% và 19,2%, thuộc giai đoạn III là 29,9% và 27,5%. Điều này cho thấy người Việt Nam tham gia vào kinh doanh đa phần để tận dụng cơ hội tăng thu nhập là chính. Điều này hoàn toàn dễ hiểu khi mà GDP bình quân đầu người của Việt Nam chỉ bằng 3,77% của Singapore hay 35,77% của Thái Lan.

Lĩnh vực hoạt động khởi sự kinh doanh năm 2014

Nghiên cứu GEM phân nhóm ngành các hoạt động kinh doanh thành 4 loại: khai thác, chế biến, phục vụ doanh nghiệp và phục vụ người tiêu dùng. Theo cách phân loại này, đa số các hoạt động kinh doanh, dù là ở giai đoạn đầu (dưới 3,5 năm) hay đã ổn định (trên 3,5 năm), đều chủ yếu là hướng tới phục vụ người tiêu dùng. Tỷ lệ các hoạt động kinh doanh phục vụ người tiêu dùng giảm dần khi trình độ phát triển kinh tế cao hơn. Ở các nước phát triển dựa trên đổi mới, tỷ lệ các hoạt động khởi sự kinh doanh trong lĩnh vực khai thác thấp nhất, trong khi đó tỷ lệ các hoạt động phục vụ doanh nghiệp lại khá cao, trung bình chiếm 28,8%, cao hơn tỷ lệ các hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực chế biến (22,1%). Ở các nền kinh tế dựa trên hiệu quả, các hoạt động khởi sự kinh doanh mang tính chất chế tạo đạt tỷ lệ cao, trung bình 23,5%, chỉ đứng sau các hoạt động phục vụ người tiêu dùng. Kết quả này cho thấy, để một nền kinh tế phát triển, chuyển sang giai đoạn cao hơn, cần có sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tăng tỷ trọng các hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực chế biến và phục vụ doanh nghiệp, giảm tỷ trọng các hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực khai thác và phục vụ người tiêu dùng.

Ở Việt Nam, tỷ lệ các hoạt động kinh doanh trong giai đoạn đầu hướng tới phục vụ người tiêu dùng chiếm 89%, cao hơn nhiều so với mức trung bình 63,5% của các nước thuộc giai đoạn I. Trong khi đó, tỷ trọng các hoạt động kinh doanh trong lĩnh vực chế biến lại thấp hơn nhiều so với mức bình quân của các nước cùng trình độ phát triển (5,5% so với 17,9%). So với cơ cấu các lĩnh vực kinh doanh của các nước thuộc nhóm II, tỷ lệ các hoạt động chế biến và phục vụ doanh nghiệp của Việt Nam còn kém rất xa, vì vậy để tiến gần và dịch chuyển sang nhóm II, Việt Nam cần phải tăng cường các chính sách khuyến khích khởi nghiệp tại các lĩnh vực này.



Hình 3: lĩnh vực của các hoạt động kinh doanh ở giai đoạn đầu
(Nguồn: khảo sát người trưởng thành trên toàn cầu năm 2014)

Định hướng đổi mới của các hoạt động kinh doanh ở Việt Nam

Việc đánh giá định hướng đổi mới của các hoạt động kinh doanh, nghiên cứu GEM dựa vào ba chỉ tiêu:

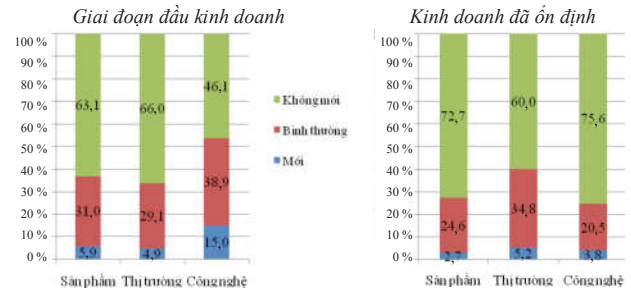
- **Mức độ đổi mới đối với sản phẩm:** đánh giá mức độ mới của sản phẩm/dịch vụ đối với khách hàng tiềm năng. Sản phẩm được coi là mới nếu được nhiều khách hàng công nhận.

- **Mức độ đổi mới đối với thị trường:** đánh giá mức độ cạnh tranh trên thị trường thông qua số lượng đối thủ cạnh tranh kinh doanh cùng loại sản phẩm/dịch vụ đối với nhóm khách hàng tiềm năng. Một hoạt động kinh doanh được coi là mới đối với thị trường nếu hoạt động đó có rất ít hoặc chưa có đối thủ cạnh tranh.

- **Mức độ đổi mới về công nghệ:** đánh giá mức độ cập nhật của các công nghệ/quy trình được sử dụng trong sản xuất kinh doanh. Công nghệ/quy trình được coi là mới nếu chỉ xuất hiện dưới 1 năm ở Việt Nam.

Theo 3 chỉ tiêu này, các hoạt động kinh doanh ở Việt Nam đa phần không mang tính đổi mới, ở cả các hoạt động kinh doanh mới và các hoạt động kinh doanh đã ổn định. Đối với các hoạt động kinh doanh ở giai đoạn đầu, chỉ có 5,9% hoạt động có các sản phẩm mới, 4,9% hoạt động mới đối với thị trường và 15% hoạt động sử dụng công nghệ mới. Ở các hoạt động kinh doanh đã ổn định, tỷ lệ hoạt động kinh doanh mới lần lượt là: 2,7% về sản phẩm, 5,2% về thị trường và 3,8% về công nghệ. Kết quả khảo sát cho thấy, có sự khác biệt giữa các hoạt động kinh doanh ở giai đoạn đầu và đã ổn định. Các hoạt động kinh doanh ở giai đoạn đầu đã có định hướng đổi mới nhiều hơn về sản phẩm và đặc biệt về công nghệ so với các hoạt động kinh doanh đã ổn định. Điều này cho thấy, các hoạt động kinh doanh khi mới bắt đầu đã quan tâm và đầu tư nhiều hơn đến việc áp dụng các công nghệ mới như là chìa khóa cho

sự thành công. Ở chiều ngược lại, các hoạt động kinh doanh đã ổn định lại có định hướng đổi mới về thị trường cao hơn cho thấy mức độ cạnh tranh ngày càng cao đối với các hoạt động kinh doanh mới và việc phát hiện những phân đoạn thị trường không có hoặc có ít đối thủ cạnh tranh là rất khó trong thời kỳ toàn cầu hóa, tự do cạnh tranh và bùng nổ thông tin ngày nay.



Hình 4: định hướng đổi mới trong các hoạt động kinh doanh ở Việt Nam năm 2014

(Nguồn: khảo sát người trưởng thành ở Việt Nam 2014)

Kết luận và khuyến nghị, đề xuất

Cùng với sự hồi phục của nền kinh tế Việt Nam năm 2014, thể hiện qua tốc độ tăng GDP đạt 5,98%, các cơ hội và tiềm năng khởi nghiệp ở Việt Nam đã tăng lên so với năm 2013. Điều này được thể hiện thông qua việc nhận thức về cơ hội kinh doanh và khả năng kinh doanh của người trưởng thành ở Việt Nam đã tăng lên. Trong khi đó, tỷ lệ lo sợ thất bại đã giảm đi so với năm 2013. Tuy nhiên, nếu so với mặt bằng chung của các nước cùng trình độ phát triển với Việt Nam (phát triển dựa chủ yếu vào các nguồn lực đầu vào) thì cơ hội và tiềm năng khởi nghiệp ở Việt Nam vẫn thấp. Kết quả này dẫn đến tỷ lệ người có ý định khởi sự kinh doanh ở Việt Nam chỉ đạt 18%, thấp hơn nhiều so với mức trung bình 40% ở các nước cùng trình độ phát triển. Việc tỷ lệ người có ý định khởi sự thấp sẽ ảnh hưởng đến tính năng động và sự phát triển của nền kinh tế, chính vì vậy cần có những giải pháp để khuyến khích người dân tham gia khởi sự kinh doanh.

Đáng chú ý, thanh niên (18-34 tuổi) nhận thấy có khả năng kinh doanh kém hơn người trung niên (35-64 tuổi), vì thế tỷ lệ thanh niên lo sợ thất bại cao hơn (55% so với 45,3%), tuy nhiên họ lại là đối tượng có ý định khởi sự kinh doanh cao (24,2% so với 10,7%). Tỷ lệ thanh niên khởi sự kinh doanh cũng cao hơn so với người trung niên (2,8% so với 1,2%). Tỷ lệ thanh niên tham gia vào kinh doanh để tận dụng cơ hội cao hơn so với trung niên (58,6% so với 46,2%). Kết quả này cho thấy, cần phải tập trung các chính sách khuyến

khích hỗ trợ khởi nghiệp vào nhóm đối tượng thanh niên nhiều hơn. Một khi thanh niên được trang bị thêm kiến thức và kỹ năng kinh doanh, họ sẽ bớt lo sợ những thất bại trong kinh doanh và tỷ lệ khởi sự kinh doanh sẽ cao hơn nữa.

Ở Việt Nam, các hoạt động kinh doanh chủ yếu là có quy mô siêu nhỏ, mang tính chất cá thể hoặc hộ kinh doanh. Các hoạt động kinh doanh ở Việt Nam chủ yếu trong lĩnh vực phục vụ người tiêu dùng, tỷ lệ các hoạt động trong lĩnh vực chế biến và phục vụ doanh nghiệp còn rất thấp. Hơn nữa, các hoạt động kinh doanh ở Việt Nam đa phần không mang tính đổi mới. Để khắc phục thực trạng này, trong thời gian tới, chúng ta cần tập trung vào một số vấn đề sau:

Thứ nhất, tiếp tục ổn định kinh tế vĩ mô, xây dựng lại lòng tin cho người làm kinh doanh

- Nhà nước cần tiếp tục kiên định các chính sách ổn định kinh tế vĩ mô, kiềm chế lạm phát, lấy lại lòng tin cho người kinh doanh. Các chính sách phải dễ dự đoán, dễ tiên liệu để người dân dự kiến được kế hoạch kinh doanh của mình.

- Cần minh bạch hóa các chính sách, tạo điều kiện thuận lợi để người làm kinh doanh có thể tiếp cận các thông tin, sự trợ giúp về kỹ thuật (phi tài chính) cũng như về tài chính. Nhà nước đã ban hành các bộ luật mới sửa đổi nhằm cải thiện môi trường như Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư, tuy nhiên cần phải sớm ban hành các nghị định để hướng dẫn thi hành các luật này.

- Tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các khu vực kinh tế để người dân không có “mặc cảm” bị phân biệt đối xử trong quá trình tiếp cận các nguồn lực kinh doanh. Nhà nước cần giảm sự can thiệp của các doanh nghiệp nhà nước vào các lĩnh vực và ngành nghề mà khu vực tư nhân đã phát triển.

- Tăng cường phổ biến thông tin để người dân nhận biết được nhu cầu của thị trường vì ý tưởng kinh doanh thường xuất phát từ việc giải quyết nhu cầu của cuộc sống (nhu cầu giải quyết khó khăn, nhu cầu tạo cho cuộc sống của người dân thuận tiện và tốt đẹp hơn). Để thực hiện giải pháp này, công nghệ thông tin là một công cụ quan trọng. Với sự phát triển của công nghệ thông tin, Chính phủ và các bộ ngành, cũng như các hiệp hội ngành nghề có thể cung cấp các thông tin thị trường giúp người dân có những định hướng về sản xuất và kinh doanh. Bài học này đã được áp dụng ở nhiều nước trên thế giới và bắt đầu được áp dụng ở Việt Nam bởi Tập đoàn viễn thông quân đội Viettel.

- Tăng cường tuyên truyền các điển hình doanh nhân vượt khó, kiên định với mục tiêu kinh doanh và biết cách khắc phục những khó khăn trong kinh doanh, năng động đổi mới sáng tạo để duy trì công việc kinh doanh. Cần xây dựng nhiều chương trình biểu dương các tấm gương doanh nhân điển hình.

Thứ hai, đổi mới các chương trình đào tạo, khuyến khích người dân, nhất là thanh niên tìm hiểu về công việc kinh doanh, khởi sự kinh doanh và nâng cao năng lực

- Xây dựng các chương trình giảng dạy ở bậc phổ thông theo hướng đào tạo kỹ năng sáng tạo, độc lập, và khả năng làm việc nhóm. Đồng thời có thể đưa dân một số kiến thức về kinh doanh giúp học sinh có thể sớm định hướng nghề nghiệp cho tương lai. Chương trình “Tìm hiểu công việc kinh doanh” đã được thử nghiệm ở Việt Nam và đã được đưa ra thảo luận để lồng ghép vào chương trình đào tạo ở bậc phổ thông. Nghiên cứu GEM Việt Nam 2014 đã minh chứng cho sự cần thiết phải đổi mới chương trình đào tạo ở bậc phổ thông theo hướng “học để làm gì” chứ không phải “học cái gì”. Đây là chương trình có thể phổ biến trên các phương tiện thông tin đại chúng. Bộ Giáo dục và Đào tạo cần sớm thí điểm, đưa một số chương trình giảng dạy, cung cấp các kiến thức cơ bản về kinh doanh vào các chương trình ở bậc phổ thông.

- Cần hoàn thiện các chương trình đào tạo doanh nhân ở các trường đại học - cao đẳng; hướng dẫn cho sinh viên các trường kỹ thuật, trường nghề về kỹ năng khởi sự doanh nghiệp, tự tạo việc làm bằng cách sử dụng chuyên môn kỹ thuật của mình khởi sự trong ngành, lĩnh vực mà mình được đào tạo chuyên sâu.

- Cần phổ biến rộng rãi chương trình “Nhận thức về kinh doanh” để các cá nhân có thể tự đánh giá năng lực/điều kiện kinh doanh của mình. Phát triển các khóa đào tạo kỹ năng khởi sự doanh nghiệp cho người dân, nhất là nhóm thanh niên. Có thể mở rộng các khóa đào tạo kỹ năng khởi sự và kinh doanh cho các hộ kinh doanh để họ được trang bị kiến thức và khi có điều kiện có thể phát triển thành doanh nghiệp.

Thứ ba, nâng cao hàm lượng khoa học và công nghệ trong kinh doanh

- Phát triển mạnh mẽ các trung tâm ươm tạo doanh nghiệp phát triển dựa vào công nghệ thông qua các “Vườn ươm doanh nghiệp”. Hiện Việt Nam đã có một số trung tâm ươm tạo nhưng chỉ mới nhận được sự

quan tâm của Bộ Khoa học và Công nghệ. Cho đến nay các tỉnh, thành phố vẫn chưa chú ý nhiều đến hình thức này. Đây là hình thức hỗ trợ doanh nghiệp tập trung trong giai đoạn đầu phát triển.

- Khuyến khích thành lập các quỹ đầu tư tư nhân, quỹ đầu tư mạo hiểm để các doanh nghiệp có thể chuyển dịch kinh doanh sang các ngành công nghiệp chế biến - chế tạo, các ngành công nghiệp phụ trợ. Tỷ lệ kinh doanh trong lĩnh vực này ở Việt Nam hiện còn kém xa so với các nước phát triển ở giai đoạn II.

- Đẩy mạnh hoạt động của các quỹ hỗ trợ đổi mới công nghệ, các chương trình đổi mới công nghệ; tiếp thị mạnh mẽ các dự án hỗ trợ đổi mới công nghệ do các nhà tài trợ quốc tế (Ngân hàng thế giới, Chính phủ Phần Lan...) hỗ trợ.

- Nhà nước cần phát triển các loại hình như Quỹ Tiên phong, Quỹ Thách thức ở Việt Nam để bù đắp các rủi ro trong quá trình đổi mới sáng tạo. Mô hình này đã được phổ biến khá thành công ở Việt Nam, giúp cho Việt Nam có thể nhanh chóng chuyển dịch sang giai đoạn II của sự phát triển.

- Xây dựng các cơ chế phối hợp và chuyển giao kết quả nghiên cứu giữa các trung tâm nghiên cứu và các doanh nghiệp để có thể thương mại hóa các kết quả nghiên cứu, sáng chế.

Thứ tư, xây dựng và hoàn thiện các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp và phát triển kinh doanh

- Xây dựng một cơ quan đầu mối tập hợp các chương trình hỗ trợ kinh doanh của Chính phủ để doanh nghiệp và những người làm kinh doanh dễ dàng tiếp cận. Cơ quan này có thể đặt ở Bộ Kế hoạch và Đầu tư và phối hợp với các hiệp hội doanh nghiệp để làm cầu nối các doanh nghiệp.

- Khuyến khích phát triển kinh doanh trong các lĩnh vực chế biến và dịch vụ cho doanh nghiệp. Từng bước xây dựng một cơ cấu kinh tế hợp lý để phát triển lên giai đoạn II, phát triển dựa trên hiệu quả. Có cơ chế hỗ trợ và các chương trình đào tạo nghề hiệu quả để tiếp tục chuyển dịch từ lĩnh vực nông nghiệp sang công nghiệp chế biến.

Tài liệu tham khảo

- [1] Amorós J.E, Bosma N (2014), *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2013 Global Report*, GERA/GEM.
- [2] Schwab K (2013), "The Global Competitiveness Report 2013-2014", *World Economic Forum*, Geneva, Switzerland.
- [3] Levie J, Autio E (2008), "A theoretical grounding and test of the GEM model", *Small Business Economics*, **31**(3), pp.235-263.
- [4] Singer S, Amorós J.E, Arreola D.M (2015), *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014 Global Report*, GERA/GEM.
- [5] VCCI (2015), *Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam 2014, chủ đề năm: Phát triển doanh nghiệp trong kinh doanh nông nghiệp*, NXB Thông tin và Truyền thông, Hà Nội.