

Đổi mới sáng tạo -

Con đường tất yếu của doanh nghiệp Việt Nam

GS ĐẶNG HỮU

Ngày nay, công nghệ, tri thức và sáng tạo đang trở thành yếu tố then chốt quyết định năng lực cạnh tranh và tăng trưởng kinh tế của mỗi quốc gia. Sự hình thành và phát triển nền kinh tế tri thức toàn cầu đang làm thay đổi diện mạo nền kinh tế thế giới. Trong đó, doanh nghiệp dựa trên tri thức hay doanh nghiệp đổi mới sáng tạo giữ vai trò trung tâm trong quá trình phát triển.

Cạnh tranh trong nền kinh tế tri thức toàn cầu

Hội nhập quốc tế ngày nay là hội nhập vào nền kinh tế tri thức kết nối toàn cầu: sản xuất kinh doanh toàn cầu, chuỗi cung ứng toàn cầu, chuỗi giá trị toàn cầu... Do đó, sự cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt (siêu cạnh tranh). Mỗi nền kinh tế, mỗi doanh nghiệp cần biết mình đang đứng ở đâu trong nền kinh tế toàn cầu này. Quốc gia nào biết nắm bắt cơ hội, quốc gia đó sẽ vượt lên. Chính vì vậy, đã hội nhập mà vẫn giữ mô hình tăng trưởng dựa vào nhân công rẻ và bán tài nguyên, không lấy tri thức và đổi mới sáng tạo làm nguồn lực chính thì không thể tham gia vào các phân khúc có giá trị cao hơn mà chỉ làm gia công - khâu thấp nhất trong chuỗi giá trị và sẽ trở thành lệ thuộc.

Thật rõ ràng để thấy rằng, tài sản vô hình đang trở thành quan trọng hơn tài sản hữu hình. *Tài sản vô hình* bao gồm *tài sản trí tuệ* (ý tưởng, R&D, thiết kế, cơ sở dữ liệu, thương hiệu, uy tín, chiến lược, quy trình kinh doanh, quan hệ khách hàng...) và *quyền sở hữu trí tuệ* (bằng sáng chế, bản quyền, nhãn hàng, kiểu dáng

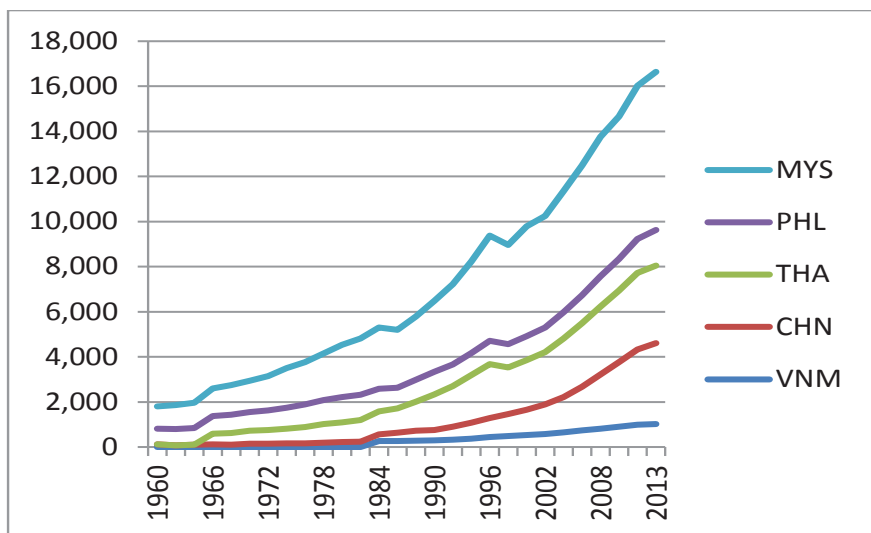
công nghiệp...). Theo số liệu từ Ocean Tomo (quỹ đầu tư hoạt động trong lĩnh vực tài sản trí tuệ), cơ cấu tài sản vô hình theo giá trị thị trường của 500 công ty tên tuổi nhất ở Mỹ đã tăng từ 17% năm 1975 lên mức 84% trong năm 2015 [1]. Trong chuỗi giá trị của một sản phẩm, khâu gia công có giá trị thấp nhất. Giá trị cao nhất nằm ở thượng nguồn (ý tưởng, thương hiệu, R&D, quyền sở hữu trí tuệ, thiết kế, cung ứng) và hạ du (phân phối, bán hàng, tiếp thị, dịch vụ hậu mãi). Chẳng hạn, trong chuỗi giá trị hàng da giày may mặc, các đại gia tên tuổi trên thế giới chiếm lợi nhuận kếp sù nhờ thương hiệu, thiết kế, tiếp thị, cung ứng, phân phối; còn các nước đang phát triển thường làm phần gia công, chỉ được vài ba phần trăm giá bán. Đối với sản phẩm công nghệ cao cũng vậy, Trung Quốc tuy sản xuất thành công và là nước xuất khẩu chủ yếu các loại máy nghe nhạc, nhưng phần lớn nhất của giá trị được tạo ra từ những chiếc máy nghe nhạc này lại được dồn về các nhà thiết kế, cung ứng, phân phối và dịch vụ bán lẻ tại Hoa Kỳ - chủ yếu nhờ vào những đổi mới trong thiết kế, tiếp thị và

quản lý chuỗi cung ứng. Hay cụ thể hơn như đối với các sản phẩm của Apple: với mỗi iPhone được bán với giá bán lẻ là 600 USD, Apple kiếm được 270 USD lợi nhuận, trong khi các công ty Hàn Quốc (cung cấp thành phần cốt lõi) kiếm được 80 USD, và doanh nghiệp ở Trung Quốc (cung cấp dịch vụ lắp ráp) kiếm được 6,5 USD (chỉ hơn 1% tổng giá trị) [2].

Doanh nghiệp Việt Nam trên con đường đổi mới sáng tạo

Sau 30 năm đổi mới, nước ta đã đạt những thành tựu quan trọng, từ nước thu nhập kém trở thành nước thu nhập trung bình (thấp), đời sống nhân dân được cải thiện, Việt Nam có vai trò rõ nét hơn trên trường quốc tế. Tuy nhiên so với các nước trong khu vực thì chúng ta vẫn đang tụt hậu. Đồ thị hình 1 cho thấy, GDP/đầu người của Việt Nam ngày càng tụt xa so với các nước ASEAN và Trung Quốc [3].

Doanh nghiệp, chủ thể tạo ra của cải và tăng trưởng của Việt Nam đang gặp nhiều khó khăn. Doanh nghiệp tư nhân phát triển mạnh từ khi có Luật Doanh nghiệp 2002, nhưng đến 2008 thì



Hình 1: GDP/đầu người của Việt Nam so với các nước
(GDP tính theo giá USD 2005 - cơ sở dữ liệu WDI của WB tháng 3.2015)

giải thể hàng loạt, do khó khăn về nguồn lực, sự lấn át của doanh nghiệp nhà nước và nhất là do tham nhũng. Chi phí không chính thức của các doanh nghiệp đã tăng từ 44% năm 2013 lên 66% năm 2014 [4]. Doanh nghiệp khó tiếp cận vốn, đất đai, nhân lực, công nghệ, thị trường; số giải thể nhiều, số thành lập mới ít hơn [5]. Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu vào toàn cầu hóa, thu hút FDI nhiều hơn, xuất nhập

khẩu tăng, nhưng doanh nghiệp không nâng cao được trình độ công nghệ, và vẫn đứng ở đáy chuỗi giá trị toàn cầu, không cạnh tranh được với các doanh nghiệp nước ngoài. Phần lớn các doanh nghiệp dựa chủ yếu vào vốn, đất đai, ưu đãi của chính phủ, các khe hở của pháp luật để có lợi nhuận. Các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp vừa và nhỏ rất khó tiếp cận nguồn vốn, nhân lực, công nghệ, thông tin về thị trường.



Một trang trại hoa ở Đà Lạt áp dụng quy trình chăm sóc hiện đại

Mối liên kết giữa công nghiệp với khoa học rất yếu. Chỉ có khoảng 6% doanh nghiệp tham gia vào hợp tác liên quan đến đổi mới với một đối tác bên ngoài và khoảng 1% cộng tác với các viện nghiên cứu, trường đại học [6, 7].

Khu vực đầu tư nước ngoài đã phát triển mạnh, nhưng chỉ một số nhỏ các doanh nghiệp này tiến hành nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ. Số doanh nghiệp sử dụng các phương pháp sản xuất mới nhất còn ít. Đáng lưu ý là hiệu ứng lan tỏa từ các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài chưa thấy rõ. Nhà nước chưa có những chính sách khuyến khích mạnh các doanh nghiệp Việt Nam hợp tác liên kết với các doanh nghiệp FDI có công nghệ tiên tiến để tiếp cận và đổi mới công nghệ. Các nước như Singapo, Hàn Quốc... trong giai đoạn đầu nâng lực công nghệ bản địa thấp, đã có các chính sách khuyến khích đặc biệt (hỗ trợ trợ vốn, đất đai, miễn giảm thuế...) đối với các doanh nghiệp nội địa liên kết với các công ty đa quốc gia công nghệ cao. Nhờ đó, các doanh nghiệp này nhanh chóng nâng cao năng lực công nghệ và đổi mới sáng tạo. Lẽ ra trong khi trên thế giới bùng nổ tri thức và công nghệ, dòng đầu tư nước ngoài (FDI) vào nước ta khá nhiều, cùng với sự phá sản của các doanh nghiệp kinh doanh không hiệu quả là cơ hội để phát triển mạnh các doanh nghiệp khởi nghiệp và chuyển các doanh nghiệp hiện có thành doanh nghiệp đổi mới sáng tạo. Thế nhưng trong thể chế và môi trường kinh doanh hiện nay, các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo chưa có vị trí trong nền kinh tế.

Trong thời gian tới, ngoài việc chính thức tham gia Cộng đồng

Kinh tế ASEAN (AEC), Việt Nam có thể ký kết nhiều hiệp định thương mại tự do (FTA): Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), ASEAN+6 (RCEP), Việt Nam - EU, Việt Nam - Hàn Quốc, Việt Nam - Liên minh hải quan Nga - Belarus - Kazaxtan... Điều này mở ra nhiều thuận lợi song cũng mang lại không ít khó khăn, đặc biệt khi Việt Nam là nước có năng lực cạnh tranh thấp nhất trong số 12 nước tham gia TPP.

Có thể nói, doanh nghiệp đổi mới sáng tạo - nhân vật trung tâm đưa nền kinh tế nước ta lên kinh tế tri thức, đang đứng trước những cơ hội và thách thức mới do nền kinh tế tri thức toàn cầu tạo ra. Doanh nghiệp nếu không đổi mới sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh thì sẽ bị chèn ép, khó vươn lên. Nhà nước nếu không thay đổi chính sách, cơ chế tạo môi trường kinh doanh thuận lợi hỗ trợ và thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo trong nước thì rất cuộc các doanh nghiệp nước ngoài, sản phẩm nước ngoài sẽ chiếm lĩnh thị trường trong nước. Khi đó, Việt Nam vẫn chỉ là nền kinh tế gia công.

Tuy nhiên, nói như vậy không có nghĩa là Việt Nam hoàn toàn thiếu vắng các doanh nghiệp có năng lực. Một số doanh nghiệp của Việt Nam đã kiên trì, sáng tạo vượt qua thách thức, rào cản để đạt được mục tiêu và chứng minh rằng Việt Nam có thể làm được những gì mà các nước khác làm được. Điển hình như: các *doanh nghiệp kinh doanh công nghệ cao* trở thành doanh nghiệp toàn cầu như: FPT, Viettel...; các *doanh nghiệp không ngừng đổi mới công nghệ, sản phẩm, kỹ năng kinh doanh*, tham gia thị trường toàn cầu như: Vinamilk, Hoàng Anh Gia Lai, Trung Nguyên...; các *doanh nghiệp khởi nghiệp* từ kết



Thu hoạch mía bằng công nghệ hiện đại trên cánh đồng của Tập đoàn Hoàng Anh Gia Lai

quả nghiên cứu và triển khai như nhiều doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghệ thông tin hay doanh nghiệp trong Khu công nghệ cao TP Hồ Chí Minh...; các *doanh nghiệp nông nghiệp công nghệ cao* như Hashfarm, các trang trại trồng hoa xuất khẩu ở Lâm Đồng...; nhiều *doanh nghiệp công nghiệp sáng tạo* (creative industry) trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, giải trí cũng bắt đầu phát triển. Đặc biệt, đã có những doanh nghiệp được thành lập bằng nhập công nghệ tiên tiến nhất của thế giới và ngay từ đầu hoạt động như một doanh nghiệp tri thức, như Tập đoàn TH True Milk - đưa nông nghiệp nông thôn lên thẳng kinh tế tri thức ở khu vực Tây Nghệ An, bằng công nghệ mới nhất tự động hóa toàn bộ của Israel, liên kết các khâu nuôi trồng, chế biến, tiêu thụ sản phẩm thành một quy trình khép kín, làm tăng giá trị của một ha đất lên gấp hàng chục lần (khoảng 500 triệu đến 1 tỷ đồng/ha/năm). Một điển hình khác là từ một kết quả nghiên cứu khoa học thành lập doanh nghiệp để thương mại hóa sản phẩm của mình, nhà khoa học không một

đồng vốn, sau hơn hai thập kỷ tự lực cánh sinh, vượt qua bao nhiêu gian khổ đã trở thành doanh nhân quốc tế; đó là Tập đoàn Sơn Kova đã không ngừng đổi mới sáng tạo, nâng cao chất lượng sản phẩm, trở thành thương hiệu sơn hàng đầu Việt Nam; đồng thời chinh phục nhiều thị trường trong khu vực. Hiện nay Sơn Kova đã trở thành doanh nghiệp quốc tế, có nhiều cơ sở sản xuất ở nước ngoài, đã áp dụng thành công công nghệ nano từ trấu... Điều đó minh chứng rằng, nếu có môi trường thuận lợi và không ngừng đổi mới sáng tạo, những “con đẻ” hoàn toàn có thể trở thành những “con voi”.

Doanh nghiệp đổi mới sáng tạo

Trong hệ thống đổi mới sáng tạo, *doanh nghiệp đổi mới sáng tạo* là nhân vật trung tâm của quá trình biến tri thức thành của cải. Doanh nghiệp đổi mới sáng tạo là những doanh nghiệp mà nguồn lực chủ yếu để phát triển là công nghệ, tri thức và sáng tạo. Đó là những doanh nghiệp được thành lập từ sáng chế, từ kết quả nghiên cứu vào triển khai hay từ ý



Trang trại bò sữa của Tập đoàn TH True Milk áp dụng các tiêu chuẩn và quy cách chuồng trại chăn nuôi tiên tiến nhất trên thế giới.

tưởng... Đó cũng là những doanh nghiệp thường xuyên đổi mới bằng công nghệ mới, tri thức kinh doanh mới. Điểm chung của các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo là:

- *Tinh thần doanh nhân.* Thực tế cho thấy, các quốc gia hùng mạnh có nền kinh tế thịnh vượng như Mỹ, Đức, Nhật Bản, Hàn Quốc, Israel... đều thượng tôn tinh thần doanh nhân và tinh thần sáng tạo, lấy kinh tế làm trung tâm. Tinh thần doanh nhân là động lực của đổi mới sáng tạo. Doanh nhân có vai trò quan trọng trong cơ chế để cho các ý tưởng và tri thức tạo ra trong các trung tâm R&D được đưa ra thị trường và phổ biến một cách rộng rãi trong doanh nghiệp và trong nền kinh tế. Doanh nhân làm lan tỏa tri thức và biến tri thức thành giá trị. Ngày nay, nhiều nhà nghiên cứu đã nói đến “*nền kinh tế của tinh thần doanh nhân*” (entrepreneurial economy) [8].

- *Sự sáng tạo.* Công nghệ mới, sản phẩm mới, quy trình mới... sẽ đem lại của cải mới, giá trị mới. Người ta thường nói “Sáng chế đẻ ra doanh nghiệp, doanh nghiệp phát sinh từ một sáng chế”. Doanh nghiệp ngày nay muốn thành công là phải đổi mới, sáng tạo, tạo ra được công nghệ mới, sản phẩm

mới, quy trình kinh doanh mới... để trở thành duy nhất, không có đối thủ, chứ không còn là hoàn thiện, tối ưu hóa cái đã có như trước đây.

- *Đầu tư mạnh vào vốn tri thức.* Coi trọng tài sản vô hình hơn tài sản hữu hình.

- *Thay đổi trước khi qua đỉnh cao phát triển,* không chờ đến lúc đi xuống, tụt hạng mới thay đổi.

- *Chú trọng quản trị tri thức,* nhằm thúc đẩy sự sáng tạo tri thức, phát triển vốn tri thức và sử dụng tri thức. Quá trình sáng tạo tri thức là một quá trình phức tạp, trong đó tri thức mới được tạo ra trong quá trình chuyển hóa giữa tri thức ẩn và tri thức hiện và không ngừng tăng về chất và lượng qua quá trình tương tác giữa cá nhân với cá nhân, cá nhân với tổ chức và với môi trường. Sự khác biệt của các cá nhân có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển tri thức của doanh nghiệp, chính sự khác biệt qua nhiều chu trình tương tác sẽ tạo được tri thức mới có giá trị.

- *Không coi lợi nhuận là mục đích trên hết.* Vì hạnh phúc của cộng đồng và bản thân, các cá nhân trong doanh nghiệp cùng nhau chia sẻ ước mơ, với tầm nhìn luôn được đeo đuổi, họ sáng

tạo những giá trị độc đáo, tạo sự khác biệt, qua đó tạo nguồn của cải mới mang lại hạnh phúc cho cộng đồng và theo đó là lợi nhuận.

- *Không gian mới cho kinh doanh* luôn rộng mở do những đột phá về công nghệ, sự phát triển vượt bậc về công nghệ thông tin, sự bùng nổ các sáng chế, ý tưởng mới, sự thay đổi thị hiếu tiêu dùng... Đó là cơ hội cần nắm bắt để tạo không gian kinh doanh mới đi trước đối thủ cạnh tranh của mình.

- *Đam mê và niềm vui trong kinh doanh.* Kinh doanh là sự say mê, sự thắng lợi trong sáng tạo ra cái mới. Đó là niềm vui, và niềm vui đã trở thành yếu tố bao trùm trong chiến lược của nhiều doanh nghiệp thành đạt. Suy cho cùng, vai trò của các cá nhân có niềm vui vô tận trong say mê sáng tạo đã góp phần to lớn thúc đẩy hình thành nền kinh tế tri thức ngày nay ✍

Tài liệu tham khảo

- [1] OCEAN TOMO (2015), Annual Study of Intangible Asset Market Value from Ocean Tomo, LLC.
- [2] OECD (2012), “New source of growth”.
- [3] The World Bank (2015), World Development Indicators 2015.
- [4] VCCI (2014), “Báo cáo Năng lực cạnh tranh năm 2014”.
- [5] VCCI (2014), “Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam 2014”.
- [6] OECD-WB (2014), “Review of Science, Technology, Innovation in Viet Nam”.
- [7] OECD (2013), “Interconnected Economies: Benefiting from Global Value Chains”, OECD Publishing.
- [8] OECD (2012), “SMEs, Entrepreneurship and Innovation”, OECD Publishing.