

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP QUẢNG NINH
BỘ MÔN QUẢN TRỊ KINH DOANH - KHOA KINH TẾ



BÀI GIẢNG
ĐỀ ÁN KHỞI SỰ KINH DOANH
(LƯU HÀNH NỘI BỘ)

Quảng Ninh, 2020

Chương 1. Tổng quan về khởi sự kinh doanh

1.1. Khái niệm, đặc trưng của nghề kinh doanh

1.1.1. Khái niệm

Để duy trì và phát triển, con người phải tiến hành các hoạt động khác nhau như hoạt động văn hóa, tôn giáo, xã hội, kinh tế,... Trong đó, kinh tế là hoạt động con người tạo ra các sản phẩm hoặc dịch vụ đáp ứng các nhu cầu của chính mình. Người ta có thể tiến hành hoạt động kinh tế không nhằm mục tiêu lợi nhuận hoặc nhằm vào mục tiêu lợi nhuận.

Kinh doanh là một hoạt động kinh tế nhằm mục tiêu sinh lời của chủ thể kinh doanh trên thị trường.

Kinh doanh là hoạt động của con người tạo ra và cung cấp sản phẩm/dịch vụ cho khách hàng nhằm thu được lợi nhuận.

Trong cuộc sống, con người cần tiêu dùng các sản phẩm/dịch vụ cụ thể nhằm thỏa mãn các nhu cầu của mình. Vì thế, xã hội xuất hiện nhu cầu tạo ra sản phẩm/dịch vụ cung cấp cho xã hội loài người. Từ khi xuất hiện nền kinh tế trao đổi, mọi sản phẩm/dịch vụ đều được người kinh doanh bán cho người khác với mục đích thu lợi nhuận. Khi xuất hiện mô hình kinh tế hỗn hợp, có sự can thiệp của nhà nước vào nền kinh tế thị trường, những loại hàng hóa công cộng đã được tổ chức sản xuất và cung cấp sao cho “có lợi cho xã hội” nhất. Theo đó, người ta không bán sản phẩm/dịch vụ công cộng theo kiểu kinh doanh mà biến các sản phẩm/dịch vụ công cộng thành các sản phẩm/dịch vụ công ích. Như vậy, trong nền kinh tế hỗn hợp, toàn bộ sản phẩm/dịch vụ được chia làm 2 loại:

- Loại sản phẩm/dịch vụ thông thường sẽ được tạo ra và mua bán theo các quy luật thông thường của thị trường. Các doanh nghiệp được lập ra để sản xuất/tạo ra các loại sản phẩm/dịch vụ này được gọi là doanh nghiệp kinh doanh.

- Loại sản phẩm/dịch vụ công cộng sẽ được tạo ra và mua bán có sự điều tiết của nhà nước. Các doanh nghiệp được lập ra để sản xuất/tạo ra các loại sản phẩm/dịch vụ này được gọi là doanh nghiệp công ích.

Người kinh doanh có thể kinh doanh sản phẩm/dịch vụ hoàn chỉnh và cũng có thể chỉ kinh doanh một bộ phận sản phẩm (bán thành phẩm) hay dịch vụ. Vì vậy, điều 4 luật doanh nghiệp 2005 quy định:

Kinh doanh là việc thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc thực hiện dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lời.

Nghề kinh doanh, xưa nay vẫn thường bị hiểu chỉ như là nghề “kiếm tiền”. Nhưng thực chất, không hề có nghề chỉ kiếm tiền, bởi nghề nào thì cũng kiếm tiền cả. Chẳng hạn, luật sư kiếm tiền bằng việc hành nghề luật, bác sĩ kiếm tiền bằng cách chữa bệnh cứu người... Và doanh nhân, người hành nghề kinh doanh, cũng

kiếm tiền bằng cách lãnh đạo một doanh nghiệp và thông qua doanh nghiệp đó để giải quyết vấn đề hay đáp ứng nhu cầu nào đó của xã hội.

Nhưng điều khác biệt của nghề kinh doanh là trong quá trình hành nghề của mình doanh nhân không hành động một cách đơn lẻ mà biết kiến tạo ra các chuỗi giá trị. Cụ thể hơn, họ nắm lấy một doanh nghiệp và tập hợp bên mình nhiều thành viên để cùng cộng hưởng lại nhằm hình thành một sức mạnh tổng lực, từ đó tạo ra nhiều giá trị hơn cho xã hội. Đó cũng chính là lý do mà nghề kinh doanh thường kiếm được nhiều tiền hơn so với những nghề khác và vẫn được cộng đồng xã hội ủng hộ.

- Nghề kinh doanh là nghề tìm kiếm lợi nhuận, người hành nghề kinh doanh kiếm lợi nhuận bằng cách lãnh đạo doanh nghiệp và thông qua doanh nghiệp để giải quyết vấn đề/đáp ứng nhu cầu nào đó của xã hội.

1.1.2. Đặc trưng của nghề kinh doanh

* Nghề kinh doanh – Một nghề cần kỹ năng

Trên phương diện lý thuyết, làm nghề gì thì phải biết nghề ấy. Trình độ am hiểu nghề được gọi là trình độ nghề nghiệp. Trong thực tế, với bất cứ nghề nào cũng có người hành nghề khi chưa biết nghề, có người làm nghề với trình độ nghề nghiệp rất thấp và có người hành nghề ở trình độ cao, thậm chí tinh thông nghề nghiệp.

Làm nghề gì cũng cần có kỹ năng nghề nghiệp, kỹ năng nghề nghiệp đưa người hành nghề đến đỉnh cao của nghề - sự thành đạt. Kỹ năng nghề nghiệp càng cao, khả năng kinh doanh thành công càng lớn, ngược lại, kinh doanh với kỹ năng thấp, càng dễ đưa doanh nghiệp đến chỗ phá sản. Điều đáng sợ nhất nếu người không biết nghề lại tưởng mình đã biết, biết nghề chưa nhiều lại tưởng mình đã biết nhiều, chưa tinh thông nghề nghiệp lại tưởng mình tinh thông...

* Nghề kinh doanh – Một nghề cần nghệ thuật

Nghệ thuật quản trị là tính mềm dẻo, linh hoạt trong việc sử dụng các nguyên tắc, công cụ, phương pháp kinh doanh; tính nhạy cảm trong việc phát hiện và vận dụng các cơ hội kinh doanh một cách khôn khéo và tài tình nhằm đạt các mục tiêu đã xác định với hiệu quả kinh doanh cao nhất. Để đưa doanh nghiệp phát triển, nghiệp chủ cần thể hiện cách ứng xử nghệ thuật ở nhiều góc độ. Đó là nghệ thuật dùng người, nghệ thuật gây thiện cảm, nghệ thuật dẫn dụ người khác,...

* Nghề kinh doanh – Một nghề cần có chút may mắn

Khác với nhiều nghề khác, nghề kinh doanh luôn gắn với rủi ro, môi trường kinh doanh ngày càng biến động, Mặc dù ngày nay, khoa học quản trị đã phát triển song nghề kinh doanh rất cần có một chút may mắn để đem lại thành công kinh doanh.

1.2. Khái niệm và vai trò của khởi sự kinh doanh

1.2.1. Khái niệm

* Khởi sự kinh doanh

Khởi sự theo từ điển tiếng Việt là bắt đầu một cái gì mới.

Khởi sự kinh doanh theo nghĩa tiếng Việt là việc bắt đầu tạo lập một công việc kinh doanh mới.

Trong lĩnh vực nghiên cứu học thuật đó là một khái niệm đa chiều. Khởi sự kinh doanh là việc mở một doanh nghiệp mới (có thể là “start a new business”; hay là “new venture creation”, “tinh thần doanh nhân- entrepreneurship”) hay là tự làm chủ, tự kinh doanh (self-employment).

Trên các góc độ nghiên cứu khác nhau, thì Khởi sự kinh doanh được gắn với các thuật ngữ và lĩnh vực nghiên cứu rất khác nhau. Khởi sự kinh doanh được gắn chủ yếu với 2 nghĩa và 2 hướng nghiên cứu chính sau:

- Các học giả trong lĩnh vực kinh tế lao động thì cho rằng khởi sự kinh doanh là một sự lựa chọn nghề nghiệp của cá nhân giữa việc đi làm thuê hoặc tự tạo việc làm cho mình nên gắn khởi sự kinh doanh với thuật ngữ “*tự tạo việc làm – self employment*” và các nghiên cứu về lựa chọn nghề nghiệp. Theo hướng nghiên cứu này Khởi sự kinh doanh là lựa chọn nghề nghiệp của những người không sợ rủi ro tự làm chủ công việc kinh doanh của chính mình và thuê người khác làm công cho họ. Làm thuê được hiểu là cá nhân sẽ làm việc cho một doanh nghiệp hoặc tổ chức do người khác làm chủ. Như vậy, Khởi sự kinh doanh được hiểu là tự tạo việc làm theo nghĩa trái với đi làm thuê, là tự làm chủ – tự mở doanh nghiệp và thuê người khác làm việc cho mình.

- Trong lĩnh vực kinh tế và quản trị kinh doanh, Khởi sự kinh doanh gắn với thuật ngữ “*tinh thần doanh nhân- entrepreneurship*” và các nghiên cứu trong lĩnh vực này. “Entrepreneurship- tinh thần doanh nhân” cũng được hiểu và định nghĩa khác nhau. Nếu hiểu theo *nghĩa hẹp* “tinh thần doanh nhân” là việc một cá nhân bắt đầu khởi sự công việc kinh doanh của riêng mình, hay là việc một cá nhân chấp nhận rủi ro để tạo lập một doanh nghiệp mới và tự làm chủ nhằm mục đích làm giàu, hoặc là việc bắt đầu tạo lập một công việc kinh doanh mới bằng đầu tư vốn kinh doanh, hay mở cửa hàng kinh doanh. Nếu hiểu theo *nghĩa rộng* thì tinh thần doanh nhân lại là một thái độ làm việc đề cao tính tự chủ, sáng tạo, đổi mới và chấp nhận rủi ro tạo ra các giá trị mới trong các doanh nghiệp hiện tại; là sự đổi mới; là một phong cách nhận thức và suy nghĩ; là dự định phát triển nhanh. Hiện nay các nhà nghiên cứu lý thuyết lẫn thực tiễn rất đa dạng trong khái niệm và khuôn khổ nghiên cứu về tinh thần doanh nhân. Tinh thần doanh nhân với nghĩa rộng hơn thường được các học giả nghiên cứu trong lĩnh vực quản trị kinh doanh và quản trị chiến lược.

Giữa Khởi sự kinh doanh theo nghĩa tự tạo việc làm và theo khái niệm tinh thần doanh nhân có sự khác biệt đôi chút. Tự tạo việc làm nhấn mạnh tới khía cạnh tự làm chủ chính mình, không đi làm thuê cho ai cả trong khi Khởi sự kinh doanh theo nghĩa tinh thần doanh nhân còn có thể bao gồm cả những người thành

lập doanh nghiệp mới để tận dụng cơ hội thị trường nhưng lại không trực tiếp quản trị doanh nghiệp mà thuê người khác nên vẫn có thể đi làm thuê cho doanh nghiệp khác.

Khởi sự kinh doanh trong nghiên cứu này sẽ được hiểu theo nghĩa hẹp của từ tinh thần doanh nhân. Theo đó, *khởi sự kinh doanh là việc một cá nhân (một mình hoặc cùng người khác) tận dụng cơ hội thị trường tạo dựng một công việc kinh doanh mới.*

Từ góc độ lựa chọn nghề nghiệp: "Khởi sự kinh doanh là một sự lựa chọn nghề nghiệp của cá nhân giữa việc đi làm thuê hoặc tự tạo việc làm cho mình" hoặc "Khởi sự kinh doanh là lựa chọn nghề nghiệp của những người không sợ rủi ro tự làm chủ công việc kinh doanh của chính mình và thuê người khác làm công cho họ". Làm thuê được hiểu là cá nhân sẽ làm việc cho một doanh nghiệp hoặc tổ chức do người khác làm chủ. Như vậy, khởi sự kinh doanh được hiểu là tự tạo việc làm theo nghĩa trái với đi làm thuê, là tự làm chủ – tự mở doanh nghiệp.

Từ góc độ tạo dựng doanh nghiệp mới: Wortman định nghĩa "Khởi sự kinh doanh là việc một cá nhân chấp nhận rủi ro để tạo lập một doanh nghiệp mới và tự làm chủ nhằm mục đích làm giàu", hoặc "Khởi sự kinh doanh là việc bắt đầu tạo lập một công việc kinh doanh mới bằng đầu tư vốn kinh doanh, hay mở cửa hàng kinh doanh". Giữa khởi sự kinh doanh góc độ tự tạo việc làm và theo góc độ tạo lập doanh nghiệp mới có sự khác biệt đôi chút. Tự tạo việc làm nhấn mạnh tới khía cạnh tự làm chủ chính mình, không đi làm thuê cho ai cả trong khi khởi sự kinh doanh theo góc độ thứ hai còn bao gồm cả những người thành lập doanh nghiệp mới để tận dụng cơ hội thị trường nhưng lại không quản lý mà thuê người khác quản lý nên anh ta vẫn có thể đi làm thuê cho doanh nghiệp khác. Tuy có sự khác biệt nhưng khởi sự kinh doanh đều đề cập tới việc một cá nhân (một mình hoặc cùng người khác) tạo dựng *một công việc kinh doanh mới.*

Khởi sự kinh doanh gắn liền với phát triển kinh tế và tạo của cải, giới thiệu các sản phẩm chu trình giải pháp và dịch vụ mới cho người tiêu dùng và các nhà sản xuất, là công việc có ý nghĩa cho những người thích quyền lực, thách thức và là cơ hội để phát huy tính sáng tạo. Như vậy có thể hiểu, *Khởi sự kinh doanh là quá trình tạo ra một tổ chức kinh doanh mới độc lập, hoạt động vì lợi nhuận để tận dụng cơ hội thị trường* bởi vì loại hình Khởi sự kinh doanh này phù hợp với bối cảnh nghiên cứu ở sinh viên đại học, những đối tượng đang ở thời kỳ lựa chọn nghề nghiệp và định hướng tương lai.

Khởi sự kinh doanh là một *quá trình* vì Khởi sự kinh doanh liên quan tới nhiều hoạt động (hình thành ý tưởng, lập kế hoạch, chuẩn bị nguồn lực...) diễn ra trong khoảng thời gian dài, chứ không chỉ đơn thuần là quyết định của một thời điểm hoặc một sự kiện.

Mới: là để nhấn mạnh tới việc bắt đầu tạo dựng ra một cơ sở- công việc kinh doanh.

Độc lập: là hình thành doanh nghiệp mới thuộc sở hữu của người khởi sự, không phải loại hình Khởi sự kinh doanh ở các doanh nghiệp đang hoạt động.

Vì lợi nhuận: Khởi sự kinh doanh trong nghiên cứu này không hướng tới việc đáp ứng các yêu cầu hoặc mục đích xã hội mà Khởi sự kinh doanh tiến hành một hoặc nhiều hoạt động kinh doanh hướng tới mục tiêu lợi nhuận.

*** Người khởi sự kinh doanh (Entrepreneur)**

Trong từ điển Webster Dictionary, người khởi sự kinh doanh được định nghĩa là người tổ chức hoặc quản trị các doanh nghiệp, đặc biệt các công việc kinh doanh có nhiều rủi ro và sự không chắc chắn.

Bird (1988) định nghĩa người khởi sự kinh doanh là người bắt đầu (hoặc tạo dựng) một công việc kinh doanh mới.

MacMillan và Katz (1992) cho rằng người khởi sự kinh doanh là người kiếm tiền bằng cách bắt đầu hoặc quản trị công việc kinh doanh có tính rủi ro. Người Khởi sự kinh doanh là người tạo dựng doanh nghiệp mới và phát triển kinh doanh, họ năng động trong các hoạt động kinh tế, quản trị các thay đổi về kỹ thuật và tổ chức trong doanh nghiệp, tạo dựng văn hóa đổi mới và học tập trong doanh nghiệp.

Như vậy *người khởi sự kinh doanh là người thực hiện hành vi khởi sự kinh doanh*. Sau khi khởi sự, người khởi sự trở thành nghiệp chủ. Nghiệp chủ là người chủ của doanh nghiệp. Một doanh nhân khởi sự, tạo lập và đưa doanh nghiệp vào hoạt động được gọi là nghiệp chủ.

1.2.2. Vai trò của khởi sự kinh doanh

- Khởi sự kinh doanh thúc đẩy các sáng tạo mới: Khởi sự kinh doanh là hoạt động vô cùng quan trọng với nền kinh tế và xã hội. Trong cuốn “*The Theory of Economic Development*”, Schumpeter lập luận rằng những doanh nhân phát triển những sản phẩm và công nghệ mới, theo thời gian sẽ làm cho những sản phẩm và công nghệ cũ bị lỗi thời. Schumpeter gọi quá trình này là sự phá hủy mang tính sáng tạo. Vì những sản phẩm và công nghệ mới thường tốt hơn những gì mà nó thay thế, đồng thời sự xuất hiện của những sản phẩm và công nghệ mới này cũng làm gia tăng nhu cầu của người tiêu dùng, sự phá hủy mang tính sáng tạo này sẽ kích thích những hoạt động kinh tế. Sản phẩm và dịch vụ mới cũng có thể làm tăng năng suất tất cả các thành phần trong xã hội. Quá trình phá hủy mang tính sáng tạo thường xảy ra tại các doanh nghiệp mới, với việc cải tiến những sản phẩm đang tồn tại trên thị trường.

- Tác động của khởi sự kinh doanh đến sự ổn định của nền kinh tế:

+ **Đổi mới**: Đổi mới là một quá trình sáng tạo ra những cái mới mà trung tâm của nó là hoạt động thành lập doanh nghiệp.

+ **Tạo việc làm**: Các doanh nghiệp quy mô nhỏ tạo ra phần lớn việc làm và sử dụng hơn một nửa nhân công của khu vực tư nhân.

- Tác động của khởi sự kinh doanh đến xã hội: Sự đổi mới trong hoạt động thành lập doanh nghiệp có ảnh hưởng mạnh mẽ đến xã hội, những sản phẩm và dịch vụ mới ra đời khiến cho cuộc sống của chúng ta dễ dàng hơn, tăng năng suất công việc, cải thiện sức khỏe, cải thiện cuộc sống...

- Tác động của khởi sự kinh doanh đến những doanh nghiệp lớn: Ngoài tác động đến nền kinh tế, xã hội, khởi sự kinh doanh mới còn có ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả hoạt động của những doanh nghiệp lớn. Chẳng hạn, một hãng sản xuất thiết bị phụ tùng, cung cấp từng phần của sản phẩm cho doanh nghiệp lớn lắp ráp và phân phối. Do đó, rất nhiều sản phẩm mới như smartphone, máy quay kỹ thuật số và những loại thuốc mới không chỉ là kết quả nỗ lực của những công ty lớn với các thương hiệu mạnh như Samsung, Canon,... chúng còn được sản xuất từng phần với sự nỗ lực nghiên cứu và phát triển của nhiều doanh nghiệp nhỏ khác.

Tầm quan trọng của Khởi sự kinh doanh trong tăng trưởng kinh tế và thay đổi công nghệ được tranh cãi qua nhiều thế kỷ trên các diễn đàn học thuật. Sau chiến tranh thế giới thứ 2, các học giả cho rằng phát triển các doanh nghiệp quy mô lớn mới có lợi cho nền kinh tế quốc dân. Lý do là các doanh nghiệp lớn có lợi thế hơn so với doanh nghiệp nhỏ vì các doanh nghiệp lớn mới có được tính kinh tế do quy mô, có năng lực cạnh tranh quốc tế và khả năng tồn tại trong cạnh tranh tốt hơn, các doanh nghiệp nhỏ mới thành lập không có được khả năng đó nên vai trò bị lu mờ [16]. Trong những năm gần đây, nhiều nghiên cứu chứng minh rằng các doanh nghiệp nhỏ đóng vai trò rất quan trọng trong phát triển kinh tế và hoạt động Khởi sự kinh doanh mới trong nền kinh tế tạo động lực cho phát triển kinh tế xã hội của nhiều nền kinh tế trên thế giới [17]. Khởi sự kinh doanh được coi như là biến thứ tư trong “lý thuyết mới về phát triển” được gọi là biến “vốn khởi sự – entrepreneurship capital” bên cạnh 3 biến truyền thống là vốn vật chất, nhân lực và tri thức. Vốn Khởi sự kinh doanh là khả năng của một nền kinh tế trong tạo ra các hoạt động Khởi sự kinh doanh bao gồm nhiều nhân tố từ luật pháp, thể chế tới xã hội [16]. Vốn Khởi sự kinh doanh gia tăng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Theo Carree và Thurik (2003) [18], hoạt động Khởi sự kinh doanh trong nền kinh tế tạo động lực cho phát triển kinh tế xã hội, những nơi có tỷ lệ thành lập doanh nghiệp cao thường có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao. Khởi sự kinh doanh góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bền vững trên 3 phương diện: tăng cường đổi mới và chuyển giao tri thức, tăng cạnh tranh và tăng cường mức độ đa dạng hóa trong ngành và trong doanh nghiệp.

Thứ nhất, Khởi sự kinh doanh thúc đẩy quá trình truyền bá, khai thác, phát triển các tri thức mới đặc biệt ở loại hình Khởi sự kinh doanh tận dụng cơ hội. Nghiên cứu của Audretsch (2004) [24] khẳng định rằng tri thức mới có mối quan hệ dương với phát triển kinh tế vùng và tri thức mới có tác động gián tiếp tới phát triển kinh tế vùng thông qua các hoạt động tạo lập doanh nghiệp mới. Thành lập doanh nghiệp mới là cơ sở cho gia tăng việc khai thác, vận dụng các tri thức mới

một cách hiệu quả hơn. Lý thuyết về truyền bá tri thức qua Khởi sự kinh doanh cũng cho rằng, tri thức mới là kết quả của các hoạt động đầu tư đổi mới của một tổ chức, doanh nghiệp đang hoạt động. Tri thức mới ra đời sẽ tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp mới gia nhập vào thị trường để khai thác các vùng thị trường mới hình thành mà cầu chưa được đáp ứng hoặc đáp ứng chưa tốt. Đặc biệt việc một nguồn tri thức mới có được thương mại hóa, khai thác hiệu quả hay không phụ thuộc vào khả năng khai thác của các doanh nghiệp mới gia nhập thị trường chứ không phải phụ thuộc vào doanh nghiệp hiện đang hoạt động. Các doanh nghiệp mới thành lập có thể gia tăng việc khai thác, vận dụng các tri thức mới một cách hiệu quả hơn khi các công ty hiện tại có khả năng sáng tạo ra tri thức nhưng không khai thác hiệu quả tri thức đó [18]. Sự gia tăng sự chia sẻ và trao đổi tri thức giữa các doanh nghiệp và các ngành kinh doanh lại là cơ sở cho các hoạt động đổi mới và phát triển công nghệ, đó chính là nhân tố hỗ trợ cho phát triển kinh tế [16].

Thứ hai, việc gia nhập mới của các doanh nghiệp trong ngành làm gia tăng sự cạnh tranh. Cạnh tranh gia tăng sẽ đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt hơn do các doanh nghiệp mới chịu sức ép phải tạo ra các ý tưởng, sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu riêng biệt của một nhóm khách hàng hoặc thị trường ngách. Các thị trường mới mang tính chuyên biệt được hình thành lại tiếp tục khuyến khích các doanh nghiệp mới gia nhập. Do vậy có tác động cải thiện sự phát triển của vùng và thúc đẩy tự do thương mại [19].

Thứ ba, Khởi sự kinh doanh tạo ra doanh nghiệp mới có tác động tích cực tới năng suất. Những ngành nào có nhiều doanh nghiệp mới gia nhập thường có sự tăng lên trong năng suất lao động và đổi mới trong dài hạn, đặc biệt đúng trong ngành dịch vụ. Doanh nghiệp mới gia nhập không nhất thiết là doanh nghiệp dẫn đầu hoạt động đổi mới và có năng suất lao động cao hơn, mà việc gia nhập của các doanh nghiệp mới là có tác động tới kết quả hoạt động của ngành nói chung. Tăng số lượng doanh nghiệp mới thúc đẩy cạnh tranh trên thị trường và tính chất đào thải của cạnh tranh sẽ làm gia tăng năng suất, hiệu quả của chính các doanh nghiệp trong nỗ lực cải thiện vị thế thị trường; thúc đẩy đổi mới đặc biệt tạo ra những thị trường mới với đa dạng hóa hàng hóa và dịch vụ. Theo Ghulam và Liánan (2011)[20], Khởi sự kinh doanh qua tạo ra doanh nghiệp mới tạo ra cơ chế làm giảm tính không hiệu quả nền kinh tế.

Thứ tư, thành lập nhiều doanh nghiệp mới tạo ra nhiều việc làm. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã tạo ra hàng triệu việc làm trên thế giới [21]. Ở Việt Nam, vai trò của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ngày càng được xã hội công nhận bằng việc đóng góp đáng kể vào nền kinh tế của đất nước, với GDP chiếm khoảng 45% tổng GDP của cả nước, hàng năm thu hút hơn 90% lao động mới vào làm việc [22]. Đặc biệt, ở các nước đang phát triển Khởi sự kinh doanh góp phần tăng trưởng kinh tế, chuyển đổi cơ cấu kinh tế, giảm nghèo đói [8]. Doanh nghiệp nhỏ là xương sống của khu vực kinh tế tư nhân, tạo ra nhiều việc làm và đóng góp thuế cho chính phủ, cải thiện cơ sở hạ tầng. Đó là lý do hiện nay chính phủ các

nước đều chú trọng quan tâm tới đào tạo định hướng tinh thần doanh nhân và tăng cường hỗ trợ hoạt động Khởi sự kinh doanh và nghiên cứu về Khởi sự kinh doanh có ý nghĩa lớn và là một hướng nghiên cứu được nhiều sự quan tâm thời gian gần đây.

*** Các loại hình khởi sự kinh doanh**

+ Theo tiêu chí nền tảng kiến thức khi khởi sự. Có thể phân biệt khởi sự theo hai loại: doanh nghiệp hoạt động vì kế sinh nhai (khởi sự thiếu kiến thức nghề nghiệp) và doanh nghiệp khởi sự trên cơ sở tận dụng cơ hội thị trường (khởi sự có kiến thức nghề nghiệp).

- Thứ nhất, khởi sự vì kế sinh nhai. Loại khởi sự này thường gắn với việc cá nhân bị bắt buộc phải khởi sự do yếu tố môi trường, hoàn cảnh như bị thất nghiệp, bị đuổi việc, gia đình khó khăn... Khởi sự không phải để nắm bắt cơ hội làm giàu do thị trường mang lại mà khởi sự là phương thức duy trì sự sống, thoát nghèo, chống đói. Doanh nghiệp do những người này tạo lập về cơ bản có thể cung cấp cho người chủ của nó thu nhập tương tự với thu nhập họ có thể kiếm được khi làm một công việc thông thường. Về cơ bản khởi sự vì kế sinh nhai là hình thức khởi sự trên cơ sở thiếu kiến thức nghề nghiệp cần thiết nên ít được người khởi sự cân nhắc, tính toán kỹ lưỡng. Thông thường những người khởi sự thuộc loại này là những người không được trang bị các kiến thức cần thiết nên không quan niệm kinh doanh là một nghề; hoặc họ quan niệm đơn thuần ai cũng có thể kinh doanh được, hoặc anh ta bị dồn vào đường cùng nên buộc phải khởi sự (thất nghiệp, rất cần thu nhập cho cuộc sống,...). Vì khởi sự với ước mơ rất nhỏ là có việc, có thu nhập nên tuyệt đại bộ phận doanh nghiệp do những người thuộc loại này thành lập là doanh nghiệp thuộc loại siêu nhỏ, một số trong đó có thể có qui mô nhỏ. Ví dụ điển hình loại này là các cửa hàng tạp hóa, tiệm gội đầu cắt tóc, quán ăn,... Có thể nói, ở các nước càng lạc hậu bao nhiêu thì số doanh nghiệp được khởi sự vì kế sinh nhai càng nhiều bấy nhiêu. Do không khởi sự trên cơ sở có kiến thức, tính toán cẩn thận nên những doanh nghiệp khởi sự thuộc loại này tạo ra các sản phẩm/dịch vụ thông thường, đơn giản, đã có trên thị trường mà không có sự cải tiến nào. Có thể nói cách khác, sản phẩm/dịch vụ được sao chép từ những sản phẩm/dịch vụ đã có. Do họ thiếu kiến thức mà đi sao chép nên trong nhiều trường hợp sản phẩm/dịch vụ do các doanh nghiệp này tạo ra có chất lượng và cách thức phục vụ còn kém hơn nhiều so với sản phẩm/dịch vụ của các doanh nghiệp “bị” họ sao chép. Có thể nói, khi mới khởi sự, các doanh nghiệp này có tác dụng giảm gánh nặng lo “công ăn, việc làm” cho xã hội và trong chừng mực nhất định cũng làm cho xã hội đỡ tệ nạn hơn. Song xét về lâu dài, những doanh nghiệp khởi sự loại này có đặc trưng là dễ thất bại và khó phát triển: hoặc khởi sự được thời gian ngắn là rơi vào tình trạng khó khăn, có thể thất bại; hoặc nếu không thất bại cũng chỉ tồn tại ở dạng siêu nhỏ, tạo ra thị trường với đủ khuyết tật nên khó thích hợp với thị trường ngày nay. Nếu nhiều người khởi sự vì kế sinh nhai, xét về lâu dài, còn gây ra nhiều bất lợi đối với sự phát triển kinh tế – xã hội.

- Thứ hai, khởi sự kinh doanh trên cơ sở có kiến thức nghề nghiệp. Các doanh nghiệp sẽ đưa ra thị trường những sản phẩm và dịch vụ mới bằng cách sáng tạo và tận dụng tất cả những nguồn lực mà họ đang có. Khởi sự kinh doanh nhằm tìm kiếm, khám phá, khai thác cơ hội để kiếm lợi nhuận. Doanh nghiệp phát triển hoạt động kinh doanh mới đưa ra thị trường những sản phẩm và dịch vụ mới. Sự mệnh của một doanh nghiệp là tạo ra giá trị mới và mang giá trị đó đến đông đảo người tiêu dùng. Google, Facebook là những hãng nổi tiếng, thành công và là ví dụ điển hình cho một doanh nghiệp thực hiện hoạt động kinh doanh mới. Khi nhận ra một cơ hội kinh doanh, những người đứng đầu công ty này đã tạo ra những sản phẩm, dịch vụ có giá trị, khác biệt và quan trọng với khách hàng, cung cấp các tiện ích không thể tìm thấy ở những nơi khác cho khách hàng của họ. Ngược với khởi sự vì kế sinh nhai, những người tạo lập doanh nghiệp loại này là những người có kiến thức, họ coi kinh doanh là một nghề và họ có sẵn chủ đích, thận trọng cân nhắc khi tiến hành khởi sự. Xã hội càng phát triển, thị trường càng mở rộng thì những người khởi sự trên cơ sở có kiến thức nghề nghiệp cần thiết ngày càng nhiều. Các doanh nghiệp được tạo lập từ những người có đủ kiến thức cần thiết thường dễ thành công và tạo ra sự phát triển bền vững trong tương lai. Càng ngày, chính phủ các nước phát triển càng nhận thức được điều này và tạo khung khổ pháp lý để loại này phát triển.

+ Theo mục đích khởi sự. Có thể phân biệt khởi sự theo hai loại với mục đích của người tạo lập doanh nghiệp khác nhau: tạo lập doanh nghiệp nhằm mục đích lợi nhuận (kiếm tiền) và thành lập doanh nghiệp không vì mục đích lợi nhuận (xã hội).

- Thứ nhất, khởi sự tạo lập doanh nghiệp vì mục đích lợi nhuận. Chủ doanh nghiệp thành lập doanh nghiệp để làm giàu cho bản thân, kiếm lợi nhuận từ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Khởi sự kinh doanh thường bắt nguồn từ sự hấp dẫn về tiền bạc. Những người như Jeff Bezos của Amazone.com, Mark Zuckerberg của Facebook, Larry Page và Sergey Brin của Google đã kiếm được hàng trăm triệu đôla khi xây dựng công ty riêng. Kiếm lợi nhuận và gia tăng giá trị của doanh nghiệp là mục đích chính của nhiều người khi khởi sự kinh doanh. Phần lớn các doanh nhân khởi sự kinh doanh vì mục đích này.

- Thứ hai, người khởi sự không vì mục tiêu lợi nhuận. Mục tiêu khởi sự của chủ doanh nghiệp là không vì lợi nhuận mà vì xã hội. Những người này phát triển kinh doanh các sản phẩm/dịch vụ nhưng không vì lợi ích cá nhân mình mà nhằm mục đích nhân đạo – các doanh nghiệp này được gọi là các doanh nghiệp xã hội (xem một ví dụ ở hộp 2.1).

Khác với doanh nhân kinh doanh, doanh nhân xã hội không có mục đích lợi nhuận mà họ hoàn toàn tự nguyện cống hiến cuộc đời mình cho hoạt động mang tính nhân đạo. Xã hội đánh giá thành công của họ không phải qua lợi nhuận mà bằng những tiến bộ xã hội mà họ đóng góp cho cộng đồng. Doanh nghiệp xã hội đã xuất hiện trong một thời gian khá dài nhưng gần đây mới được biết tới như là

một cách tiếp cận sáng tạo và có định hướng thị trường để giải quyết các vấn đề xã hội. Doanh nghiệp xã hội lấy lợi ích xã hội làm mục tiêu chủ đạo, dùng mục tiêu kinh tế để đạt được mục tiêu xã hội/môi trường. Doanh nghiệp xã hội có thể dưới dạng các tổ chức từ thiện, các tổ chức xã hội, các tổ chức vì cộng đồng phi lợi nhuận hoặc doanh nghiệp xã hội có lợi nhuận hoặc là kết hợp cả hai mô hình trên thành mô hình doanh nghiệp xã hội hỗn hợp. Điều này tùy thuộc vào mục tiêu mà doanh nghiệp muốn đạt được và cách thức mà doanh nghiệp cho rằng hiệu quả nhất để đạt mục tiêu.

Những người khởi sự doanh nghiệp xã hội có thể là doanh nhân, nhân viên xã hội, nhà hoạt động từ thiện,... tùy thuộc mô hình hoạt động của họ. Tuy nhiên, doanh nhân xã hội khác với những người hoạt động xã hội – từ thiện kiểu truyền thống ở chỗ họ sở hữu những phẩm chất, kỹ năng như của một doanh nhân thực thụ. Họ nhạy bén trong việc phát hiện, sử dụng các nguồn lực tiềm năng; đam mê, khát vọng tạo ra sự thay đổi; trực tiếp tạo lập, điều hành các tổ chức/doanh nghiệp xã hội; dám chấp nhận thách thức.

Doanh nhân xã hội là người có đầu óc sáng tạo mang lại những thay đổi cho cộng đồng. Như thế, người lập ra doanh nghiệp xã hội lại hoàn toàn không nhằm mục đích kiếm tiền mà vì mục đích nhân đạo; doanh nghiệp do họ lập ra phát triển bất cứ sản phẩm/dịch vụ nào nền kinh tế cần để có lợi nhuận nhưng lợi nhuận không dành cho người tạo lập mà dành cho hoạt động từ thiện. Như thế, doanh nghiệp xã hội lại tối đa hóa lợi ích xã hội nhưng bằng con đường kinh doanh.

Hộp 2.1. Doanh nghiệp xã hội Tohe

Phan Thị Ngân tốt nghiệp khoa tiếng Trung – Đại học ngoại ngữ (thuộc Đại học quốc gia Hà Nội). Ban đầu, chị và người thân mở một công ty thiết kế và quảng cáo. Trong quá trình làm việc, chị và những người bạn có tham gia một số dự án xã hội của các tổ chức phi Chính phủ. Một số dự án có vài hoạt động dành cho các em thiệt thòi, trẻ em vùng sâu vùng xa như hoạt động học vẽ. Lúc đó, họ băn khoăn bởi khi hết tiền dự án sẽ dừng lại và như vậy các em cũng chỉ có vài buổi vui chơi nên cũng sẽ có ít cơ hội được thể hiện sự sáng tạo của mình. Năm 2009, sau một thời gian tìm hiểu tại các Trung tâm có trẻ em thiệt thòi, từ những bức vẽ đầy sáng tạo và hồn nhiên của trẻ cùng với kinh nghiệm trong nghề chị cùng chồng và bạn bè quyết định mở công ty với tên gọi là Tò he. Tò he là một doanh nghiệp xã hội được thành lập dưới sự hỗ trợ của Hội đồng Anh Việt Nam và Trung tâm sáng kiến phục vụ cộng đồng (CSIP). Khi ra đời công ty hoạt động ở hai mảng: xã hội và kinh doanh. Trong đó, Tò he mở ra sân chơi là các lớp học vẽ sinh hoạt miễn phí thường xuyên vào các ngày cuối tuần cho các em khuyết tật, thiệt thòi nhằm cải thiện đời sống tinh thần cho các em. Đồng thời công ty tìm kiếm khách hàng giúp bán tranh của các em vẽ với thương hiệu Tò he để giúp các em có được chút thu nhập. Một phần lợi nhuận từ bán tranh sẽ được chuyển lại cho các em hoặc cho trung tâm bảo trợ để cải thiện cuộc sống vật chất lúc nào cũng thiếu thốn của các em, một phần công ty sẽ giữ để chi trả cho các hoạt động cộng đồng mà công ty đứng ra tổ chức

† I neo phạm vi kinh doanh sau khởi sự

- Thứ nhất, khởi sự kinh doanh ở phạm vi quốc tế. Khởi sự kinh doanh ở phạm vi quốc tế nếu chủ doanh nghiệp thực hiện các hoạt động khởi sự tạo lập doanh nghiệp đáp ứng cầu của thị trường nước ngoài. Các hoạt động của doanh nghiệp mới thành lập đều nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng mục tiêu trên thị trường ngoài nước. Doanh nghiệp được thành lập trong nước nhưng doanh nghiệp tiến hành xuất khẩu, mở chi nhánh nước ngoài, quảng cáo trên báo chí nước ngoài... Việc khởi sự kinh doanh quốc tế hoàn toàn phụ thuộc vào việc chủ doanh nghiệp có phát hiện và nắm bắt được cơ hội kinh doanh trên các thị trường ngoài nước hay không. Khởi sự quốc tế có thể đem lại lợi ích lớn nếu nền kinh tế nước ngoài có độ tăng trưởng cao, hệ thống pháp luật phù hợp và doanh nghiệp có năng lực đặc biệt mà các đối thủ bản địa không có. Tuy nhiên gặp nhiều rào cản liên quan tới luật pháp, ngôn ngữ, môi trường kinh doanh và công nghệ.

- Thứ hai, khởi sự kinh doanh phạm vi thị trường trong nước. Theo cách này doanh nghiệp mới thành lập thực hiện tất cả các hoạt động kinh doanh từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm/dịch vụ tại thị trường trong nước. Hiện nay, do tư duy và khả năng của người khởi sự dẫn đến ở nước ta số đông người tạo lập doanh nghiệp khởi sự theo cách này. Sẽ có doanh nghiệp xác định ngay từ đầu là thị trường trong nước (cả nước); cũng có những doanh nghiệp khi khởi sự chỉ xác định cung cấp sản phẩm/dịch vụ cho một thị trường bộ phận ở trong nước như Công ty Bia Yên Bái chỉ cung cấp bia chủ yếu cho thị trường Tây Bắc.

- Thứ ba, khởi sự kinh doanh phạm vi thị trường cả trong nước và quốc tế. Toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới còn cho phép và đòi hỏi doanh nhân có tư duy không phân biệt thị trường trong hay ngoài nước: khởi sự kinh doanh tạo lập doanh nghiệp ngay từ đầu hướng đến cả thị trường trong và ngoài nước. Vấn đề là ở chỗ người tạo lập doanh nghiệp phải đặt ra và trả lời câu hỏi kinh doanh sản phẩm/dịch vụ gì mà Việt Nam có lợi thế? Trả lời câu hỏi này không dễ nhưng lại là điều kiện để khởi nghiệp thành công.

+ Theo tính chất của sản phẩm/dịch vụ sẽ kinh doanh

- Thứ nhất, khởi sự kinh doanh với sản phẩm/dịch vụ hoàn toàn mới. Khởi sự kinh doanh sản phẩm/dịch vụ hoàn toàn mới là hình thức mà người tạo lập doanh nghiệp trên cơ sở sẽ sản xuất và cung cấp loại sản phẩm/dịch vụ hoàn toàn mới, chưa hề có trước đó.

Hiểu đúng nghĩa phải có quan niệm toàn cầu, sản phẩm/dịch vụ mới là sản phẩm mà thị trường thế giới chưa có. Đây là cách quan niệm hiện đại, chỉ coi phẩm/dịch vụ chưa bao giờ có là sản phẩm/dịch vụ hoàn toàn mới. Cần chú ý rằng khởi sự với sản phẩm/dịch vụ hoàn toàn mới thường chứa đựng tính rủi ro rất cao vì nhiều nguyên nhân: Phải gắn với người có tính sáng tạo cao nhưng những con người này thường say mê nghiên cứu; nhiều người trong số đó ít hiểu biết cũng như hứng thú kinh doanh. Do đó, thường đòi hỏi có sự gặp nhau giữa người nghiên cứu và người kinh doanh mà không phải lúc nào cũng thực hiện được. Phải gắn với nguồn kinh phí cho nghiên cứu lớn cho nên lượng sản phẩm/dịch vụ

mới thường xuất hiện ở các cơ quan nghiên cứu, các công ty đã phát triển và còn phải ở các quốc gia có truyền thống sáng tạo. Cần đầu tư lớn khi khởi sự và gắn với rủi ro không bán được sản phẩm/dịch vụ là rất cao. Vì thế, hầu như số người khởi sự với sản phẩm/dịch vụ hoàn toàn mới chiếm tỉ trọng rất khiêm tốn; thậm chí khá hiếm hoi ở nước ta.

- Thứ hai, khởi sự kinh doanh với sản phẩm/dịch vụ đã có. Khởi sự kinh doanh sản phẩm/dịch vụ đã có là hình thức mà người tạo lập doanh nghiệp trên cơ sở sẽ sản xuất và cung cấp loại sản phẩm/dịch vụ đã có trên thị trường. Nếu xét tại một thị trường hẹp, người ta hay quan niệm sản phẩm/dịch vụ đã có là sản phẩm/dịch vụ mà thị trường đang có rồi. Như thế, mọi sản phẩm/dịch vụ đang có được người tạo lập doanh nghiệp sản xuất và cung cấp cho thị trường. Cần chú ý rằng khởi sự với sản phẩm/dịch vụ đã có trên thị trường thường được áp dụng phổ biến, chứa đựng tính rủi ro không cao vì nhiều nguyên nhân: Không cần gắn với người có tính sáng tạo cao mà chỉ cần có trình độ sao chép kết hợp với cải tiến, nâng cao giá trị cho khách hàng. Không đòi hỏi nguồn kinh phí cho nghiên cứu lớn. Rủi ro không bán được sản phẩm/dịch vụ thấp. Tuy nhiên, tính rủi ro đầu tiên là rủi ro khó thâm nhập thị trường vì người tiêu dùng đã quá quen biết với sản phẩm/dịch vụ cùng loại khác. Mặt khác, rủi ro cao lại nằm ở sự phát triển dài hạn: nếu người khởi sự không đủ sức cải tiến, hoàn thiện, nâng cao giá trị phục vụ khách hàng thì sau khởi sự khó có thể tiếp tục phát triển, thậm chí nếu “an phận thủ thường” sẽ dẫn đến hầu như sau khởi sự chỉ có thể duy trì cuộc sống mà không tạo ra điều gì khác biệt cả cho mình và cho xã hội.

+ Theo nguồn gốc người khởi sự

- Thứ nhất, khởi sự bằng cách tạo doanh nghiệp mới độc lập. Doanh nghiệp mới được tạo dựng bởi một hoặc nhiều cá nhân độc lập, không bị kiểm soát hoặc tài trợ bởi các doanh nghiệp đang hoạt động khác. Như vậy doanh nghiệp độc lập thuộc sở hữu của cá nhân các sáng lập viên và các nhà đầu tư.

- Thứ hai, khởi sự trong doanh nghiệp (intrapreneurship). Theo cách này sẽ tạo dựng một doanh nghiệp mới từ việc khai thác các cơ hội phát sinh từ doanh nghiệp hiện đang hoạt động. Khởi sự doanh nghiệp mới phát sinh do: Ý tưởng mới được hình thành trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Do doanh nghiệp hiện tại không khai thác hiệu quả một nguồn lực nào đó. Hoạt động khởi sự trong doanh nghiệp này lại được hỗ trợ và sở hữu (một phần) bởi các công ty hiện đang hoạt động. Khởi sự doanh nghiệp trong doanh nghiệp đòi hỏi các doanh nghiệp đang hoạt động có môi trường, văn hóa và cơ chế khuyến khích việc nhân viên theo đuổi các ý tưởng cơ hội kinh doanh.

Hộp 2.2. Khởi sự kinh doanh trong công ty ở Xerox

Xerox là công ty có giá trị thị trường 15 tỷ USD và có mặt trong danh sách 100 công ty lớn nhất thế giới do tạp chí Fortune bình chọn. Xerox được đánh giá là công ty có định hướng khởi sự trong công ty. Năm 1989 nó thành lập Quỹ công nghệ Xerox (XTV). Mục đích của quỹ là để đầu tư vào các công nghệ mới có triển vọng của công ty, tránh việc các công nghệ mới hình thành không được công ty sử dụng sẽ bị rò rỉ ra ngoài và nhiều nhà đầu tư bên ngoài sẽ tận dụng khai thác các công nghệ này. Quỹ đã đầu tư cho việc khởi sự kinh doanh của nhiều trường hợp như vậy. Ví dụ

1.3. Môi trường kinh doanh và đặc điểm chủ yếu của môi trường tác động đến khởi sự kinh doanh

1.3.1. Môi trường kinh doanh

Môi trường kinh doanh là tổng thể các yếu tố bên ngoài và bên trong doanh nghiệp vận động tương tác lẫn nhau, tác động trực tiếp hoặc gián tiếp đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

1.4.2. Đặc điểm chủ yếu của môi trường tác động đến khởi sự kinh doanh

* Tư duy manh mún, truyền thống cũ kỹ

Tư duy manh mún, truyền thống cũ kỹ chi phối và tác động rất mạnh mẽ đến quá trình khởi sự cũng như kết quả và hiệu quả kinh doanh của các nghiệp chủ. Tư duy manh mún, truyền thống cũ kỹ biểu hiện ở nhiều góc độ, chẳng hạn:

- Thiếu cái nhìn dài hạn về sự phát triển và lợi ích
- Kinh doanh với quy mô quá nhỏ
- Kinh doanh theo phong trào
- Thiếu tính sáng tạo và đổi mới
- Kinh doanh thiếu vắng hoặc hiểu và làm không đúng tính chất phường hội
- Kinh doanh với trình độ quản trị thấp

* Các yếu tố thị trường nước ta đang được hình thành

Mặc dù nước ta đã xây dựng nền kinh tế thị trường nhưng tính chất “kế hoạch hóa tập trung” kiểu quan hệ “xin – cho” vẫn còn tồn tại ở các cơ quan công quyền rất nặng nề. Việc thực thi các chính sách nhiều khi còn bị ách tắc bởi các cán bộ công chức ở các cấp trực tiếp xử lý công việc liên quan đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Các yếu tố “chưa thị trường” biểu hiện ở nhiều lĩnh vực quản lý nhà nước về kinh tế từ các quy định pháp luật, các chính sách đến sự thực thi chính sách của cán bộ công quyền tác động rất lớn: Các hành các thủ tục cần thiết để khởi nghiệp còn rườm rà, chậm trễ trong đó có thủ tục cấp phép kinh doanh; các chính sách, quy định, thủ tục chưa minh bạch, rõ ràng... làm cản trở hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

* Nền kinh tế thị trường mang tính đan xen

Nhiều doanh nghiệp nước ta ngày nay kinh doanh trong nền kinh tế thị trường mang tính đan xen: Vừa là nơi thị trường mang tính cạnh tranh, vừa là nơi mà thị trường chưa hoặc chưa thực sự cạnh tranh. Trong khi nước ta chưa có thị

trường cạnh tranh thì thị trường ở nhiều nước đã mang tính cạnh tranh. Hơn nữa, dù thị trường tổng thể ở nước ta chưa thực sự cạnh tranh thì rất nhiều sản phẩm cụ thể cũng đã mang tính cạnh tranh. Nhiều doanh nghiệp nước ta vẫn phải trực tiếp hoặc gián tiếp cạnh tranh với các doanh nghiệp cùng loại của nước ngoài.

Ở Việt Nam, thị trường mang nhiều màu sắc: Có loại hàng hóa thị trường đã mang tính cạnh tranh như thị trường bán lẻ hàng hóa, thị trường nông sản ở chợ truyền thống, thị trường viễn thông... và cũng còn thị trường của nhiều loại hàng hóa chưa thực sự là thị trường, đặc biệt là thị trường hàng hóa liên quan đến các tập đoàn kinh tế, tổng công ty nhà nước,...

Vì thế doanh nhân không thể chỉ am hiểu thị trường chưa cạnh tranh lại không am hiểu thị trường mang tính cạnh tranh. Trong bối cảnh này, một lời khuyên đơn giản là nguyên tắc “nhập gia tùy tục”, kinh doanh ở thị trường nào phải biết đưa ra quyết định phù hợp với thực trạng ở thị trường đó. Nếu muốn kinh doanh thành đạt trong nền kinh tế hiện đại, người khởi nghiệp hãy biết “quên” dần các ứng xử trong thị trường phi cạnh tranh hoặc ít cạnh tranh để hình thành cách thức ra quyết định kinh doanh trong môi trường cạnh tranh.

* Môi trường kinh doanh hội nhập quốc tế

Thế kỷ 21 là thế kỷ mà môi trường kinh doanh vận động mang các đặc trưng cơ bản:

- Phạm vi kinh doanh mang tính toàn cầu: Quá trình toàn cầu hóa và khu vực hóa nền kinh tế thế giới đã tiến những bước dài. Ngày nay, thế giới đã hình thành nhiều khu vực kinh tế như khối thị trường chung châu Âu, ASEAN, khu vực bắc Mỹ, trung Mỹ, châu Phi.... Tổ chức WTO ngày càng lớn mạnh thu hút nhiều nước tham gia...

Đặc trưng này mở rộng môi trường kinh doanh của nhiều doanh nghiệp, mỗi doanh nghiệp nước ta kinh doanh ngày nay không chỉ hoạt động ở phạm vi trong nước và còn có quyền kinh doanh ở thị trường khu vực và thế giới. Điều này mở ra cơ hội kinh doanh mới cho nhiều doanh nghiệp. Nền kinh tế toàn cầu đòi hỏi các doanh nghiệp mỗi nước không chỉ kinh doanh theo tư duy cũ “tự cung tự cấp” mà phải chuyển sang cách tư duy mới - sản xuất tối đa các sản phẩm/dịch vụ nước mình có lợi thế. Như thế khai thác tối đa lợi thế cạnh tranh quốc gia trong suy nghĩ, tìm kiếm cơ hội kinh doanh cũng là nhiệm vụ của mỗi người muốn khởi nghiệp thành công.

Bên cạnh đó, trong bối cảnh toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới, mỗi doanh nghiệp kinh doanh ngày nay lại không chỉ cạnh tranh với các doanh nghiệp trong nước mà còn phải cạnh tranh trực tiếp với cả các doanh nghiệp cùng loại trong khu vực và trên thế giới. Như thế số lượng đối thủ cạnh tranh, tính chất, cường độ cạnh tranh sẽ cao hơn, điều này đem lại bất lợi trước tiên cho các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh các sản phẩm/dịch vụ mà nước khác có lợi thế cạnh tranh. Vì vậy, trước khi khởi sự, nghiệp chủ phải tính toán và tránh ngay từ đầu những

sản phẩm/dịch vụ mà các quốc gia khác có lợi thế hơn khi tìm kiếm ý tưởng kinh doanh cho mình.

- Tính bất ổn của thị trường là rất rõ ràng và ngày càng mạnh mẽ: Môi trường kinh doanh càng mở rộng bao nhiêu sẽ càng có sự tham gia của nhiều thành viên bấy nhiêu. Toàn cầu hóa nền kinh tế thế giới đã rút ngắn khoảng cách về không gian, làm cho các doanh nghiệp ở các quốc gia khác nhau vẫn có thể cạnh tranh trực tiếp với nhau không phải chỉ ở sản phẩm đầu ra mà còn ở việc cung cấp các nguồn lực đầu vào. Nhiều đối thủ ở nhiều nước và khu vực khác nhau với trình độ nhận thức và phản ứng trước thị trường hết sức khác nhau lại cùng cạnh tranh với nhau sẽ mang lại bức tranh cạnh tranh nhiều màu sắc. Chính bức tranh đa màu này tất yếu dẫn đến tính bất ổn ngày càng cao của môi trường kinh doanh. Tính bất ổn cao dẫn đến phá vỡ các tính phổ biến trước đây về hoạt động kinh doanh và quản trị kinh doanh. Điều này đòi hỏi những người khởi nghiệp phải nỗ lực nhiều hơn trong việc tích lũy những kiến thức kinh doanh và quản trị kinh doanh hiện đại cần thiết, tìm kiếm con đường đi tương đối đảm bảo cho doanh nghiệp mình đồng thời phải xác định nghiệp chủ có trách nhiệm đưa doanh nghiệp phát triển trong môi trường đầy cạm bẫy và biến động.

1.4. Quy trình khởi sự kinh doanh

1.4.1. Chuẩn bị khởi sự - Quyết định tham gia hoạt động kinh doanh

Một cá nhân quyết định tham gia vào hoạt động kinh doanh là do họ muốn trở thành nghiệp chủ, theo đuổi ý tưởng của bản thân và tìm kiếm lợi nhuận. Quyết định khởi sự kinh doanh sẽ xuất hiện khi xuất hiện những thay đổi trong cuộc đời một con người. Sự thay đổi đó có thể do mất việc, bị đuổi việc, cũng có thể là do có được sự hỗ trợ tài chính,... Nếu những thay đổi này xuất hiện ở các cá nhân có sự tự tin về khả năng thành công khi khởi sự và họ cũng mong muốn trở thành doanh nhân thì các cá nhân này sẽ tiến hành các hoạt động thành lập doanh nghiệp mới.

Như vậy, một cá nhân trước khi tiến hành các hoạt động thành lập doanh nghiệp phải chuẩn bị các điều kiện để khởi sự bởi vì khi có tác động của các yếu tố môi trường kéo hoặc đẩy cá nhân đó tới khởi sự thì bản thân họ phải đủ tự tin và phải có hoài bão, mong muốn thành chủ doanh nghiệp. Chuẩn bị các điều kiện về kiến thức, kinh nghiệm, thái độ có thể giúp các cá nhân sẵn sàng chấp nhận rủi ro bước vào khởi sự kinh doanh. Các công việc cần thực hiện:

- + Đánh giá bản thân
- + Chuẩn bị các tố chất cần thiết: Khát vọng, động lực, tính kỷ luật, sự quyết tâm
- + Chuẩn bị thái độ để sẵn sàng chấp nhận rủi ro bước vào khởi sự kinh doanh
- + Chuẩn bị các kiến thức kinh doanh cần thiết: Các kiến thức liên quan đến sản phẩm, thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh,...

- + Chuẩn bị các kỹ năng cần thiết: Kỹ năng giao tiếp, kỹ năng quản trị,...
- + Chuẩn bị các điều kiện về tài chính, ...

1.4.2. Phát triển ý tưởng và lập kế hoạch kinh doanh

Phát triển ý tưởng kinh doanh bao gồm phát hiện cơ hội kinh doanh, đánh giá và lựa chọn ý tưởng, lập kế hoạch kinh doanh và phát triển một mô hình kinh doanh hiệu quả.

Phát hiện cơ hội kinh doanh không phải là nhiệm vụ dễ dàng. Nhiều doanh nghiệp thất bại là do người khởi sự không phát hiện được cơ hội kinh doanh thực sự có tiềm năng. Phần lớn các cơ hội kinh doanh không tự nhiên xuất hiện mà phải do người khởi sự tìm kiếm và phát hiện. Nghiệp chủ phải nhanh nhạy trong nhận biết cơ hội và sáng suốt lựa chọn, đánh giá để hình thành ý tưởng kinh doanh và được diễn giải, trình bày cụ thể bằng kế hoạch kinh doanh. Kế hoạch kinh doanh là một văn bản diễn giải xúc tích những khía cạnh của ý tưởng. Viết kế hoạch kinh doanh, bắt buộc người khởi sự phải suy nghĩ kỹ lưỡng về cách thức hiện thực hóa cơ hội kinh doanh, cách thức triển khai và các nguồn lực cần thiết để thực hiện ý tưởng. Kế hoạch kinh doanh còn có thể phục vụ cho việc tìm kiếm đối tác đầu tư. Các công việc cần thực hiện:

- Tìm kiếm ý tưởng kinh doanh
- Thiết lập mục tiêu
- Đánh giá nguồn lực tài chính
- Nghiên cứu thị trường
- Xác định đối tượng khách hàng, đối thủ cạnh tranh
- Quyết định vị trí cho hoạt động kinh doanh
- Phát triển kế hoạch marketing
- Lựa chọn hình thức pháp lý cho doanh nghiệp
- Tiến hành các thủ tục thành lập doanh nghiệp
- Tìm kiếm và huy động vốn...

1.4.3. Triển khai hoạt động kinh doanh

Sau bước lập kế hoạch là bước tiến hành các hoạt động để thành lập doanh nghiệp mới, tìm kiếm các nguồn lực để triển khai kinh doanh và đưa doanh nghiệp vào hoạt động. Triển khai hoạt động kinh doanh bao gồm một loạt các công việc từ lựa chọn địa điểm kinh doanh, thiết kế văn phòng, tuyển chọn nhân lực, mua sắm tài sản, tiến hành các thủ tục pháp lý cần thiết... Tham gia môi trường kinh doanh đầy cạnh tranh như hiện nay, tất cả các doanh nghiệp cần được điều hành và phát triển hợp lý để đảm bảo thành công. Đây cũng là giai đoạn cuối cùng của việc đặt nền móng tạo lập doanh nghiệp. Các công việc cần thực hiện:

- In danh thiếp
- Kiểm tra lại các quy tắc kinh doanh

- Ký kết hợp đồng
- Chuẩn bị trang thiết bị
- Tiến hành các thủ tục đăng ký thuế...

1.4.4. Phát triển hoạt động kinh doanh

Để tạo dựng nền tảng cho một doanh nghiệp phát triển lâu dài, ổn định, bền vững ngay từ giai đoạn đầu khi thành lập, nghiệp chủ đã phải thực hiện các công việc thiết lập quan hệ với các đối tác chiến lược, khách hàng, với các cơ quan quản lý vĩ mô và thực thi chiến lược phát triển lâu dài. Các công việc cần thực hiện:

- Tạo ra và duy trì các nhóm nhà quản trị có chất lượng
- Tính toán và tuyển dụng đội ngũ người lao động
- Thiết lập các quan hệ khách hàng
- Thiết lập các chiến lược phát triển dài hạn...

Chương 2. Ý tưởng kinh doanh và lập kế hoạch kinh doanh

2.1. Ý tưởng kinh doanh

2.1.1. Nhận diện cơ hội kinh doanh

Cơ hội là sự xuất hiện những khả năng cho phép người ta làm một cái gì đó

Cơ hội là một tập hợp thuận lợi của những hoàn cảnh tạo ra nhu cầu cho một sản phẩm/dịch vụ hoặc một ngành kinh doanh mới.

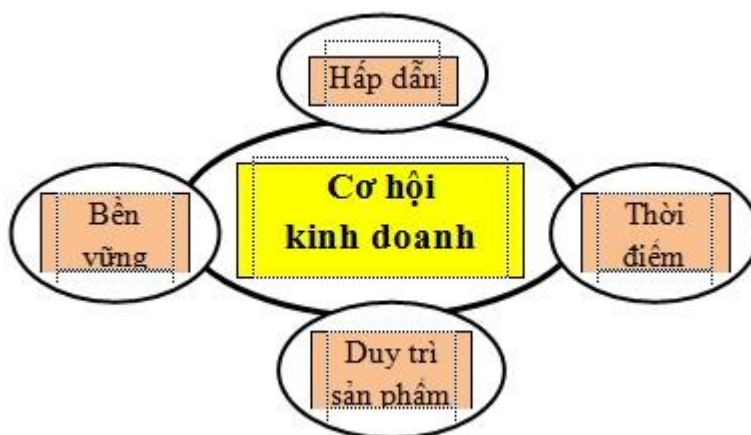
Cơ hội kinh doanh là các điều kiện cụ thể của môi trường kinh doanh tạo điều kiện thuận lợi, có khả năng dẫn đến thành công cho một hoạt động kinh doanh cụ thể nào đó.

Cơ hội trong kinh doanh (cơ hội kinh doanh) là sự xuất hiện nhu cầu của khách hàng và theo đó là việc xuất hiện khả năng bán hàng để thỏa mãn nhu cầu của nhà sản xuất, kinh doanh và người tiêu thụ.

Cơ hội kinh doanh là những điều kiện, hoàn cảnh thuận lợi để bắt tay thực hiện công việc tạo lợi nhuận. Đây là một trạng thái tương lai, là mục tiêu kinh doanh mong muốn khác hiện tại và là niềm tin của doanh nhân mong muốn đạt được như trạng thái đó.

Cơ hội kinh doanh có 4 đặc trưng hay tiêu chuẩn cơ bản là:

- (1) Tính hấp dẫn
- (2) Tính bền vững
- (3) Tính thời điểm
- (4) Tính duy trì sản phẩm/dịch vụ mà nó tạo ra giá trị gia tăng cho người mua và người sử dụng cuối cùng



Người khởi sự tập trung vào một cơ hội thì cánh cửa cơ hội đó sẽ mở ra. Thuật ngữ cánh cửa cơ hội mô tả khoảng thời gian các doanh nghiệp có thể gia nhập thị trường mới. Khi có thị trường cho sản phẩm/dịch vụ mới được thiết lập, cánh cửa cơ hội mở ra; khi thị trường tăng trưởng, các doanh nghiệp tham gia và cố gắng tìm kiếm lợi nhuận; khi chín muồi, cánh cửa cơ hội đóng lại.

Cần phân biệt có sự khác nhau giữa cơ hội và ý tưởng. Một ý tưởng là một suy nghĩ, một ấn tượng, hay một quan điểm. Một ý tưởng có thể hoặc không thể gắn liền với tiêu chí của một cơ hội. Đây là điểm có tính quyết định bởi sự kinh doanh mạo hiểm thất bại không phải vì các doanh nhân không tích cực tìm kiếm cơ hội mà bởi vì không có cơ hội thực sự để bắt đầu. Trước khi tìm kiếm những ý tưởng kinh doanh, chúng ta cần phải hiểu được thế nào là ý tưởng lấp đầy một nhu cầu cũng như thế nào là đáp ứng các tiêu chuẩn hay đặc trưng của một cơ hội kinh doanh.

Cần nhận thức rằng cơ hội thì có thể có, có thể vẫn đang tồn tại nhưng nếu người khởi sự không nhận thức được, không hình thành được ý tưởng tận dụng cơ hội, biến cơ hội thành hiện thực thì cơ hội mãi mãi vẫn chỉ là cơ hội.

* Nhận diện cơ hội kinh doanh

Có ba cách tiếp cận mà các doanh nhân hoặc người khởi sự kinh doanh có thể sử dụng để nhận diện cơ hội kinh doanh như sau:

- Nhận diện cơ hội từ các khuynh hướng thay đổi trong cuộc sống: Nhận diện cơ hội thông qua việc quan sát xu hướng và nghiên cứu cách tạo ra cơ hội cho doanh nghiệp. Chú ý cần phân biệt khuynh hướng với tính nhất thời. Cần quan sát các khuynh hướng và nghiên cứu cách tạo ra cơ hội như thế nào. Những khuynh hướng quan trọng nhất để theo đuổi là những khuynh hướng kinh tế, xã hội, những tiến bộ công nghệ cũng như những thay đổi về chính trị.

- Cách thức giải quyết một vấn đề: Đi khi cơ hội được phát hiện do chúng ta có một vấn đề và phải tìm cách để giải quyết vấn đề đó. Vấn đề này cũng có thể xuất phát từ việc quan sát xu hướng hoặc qua các hình thức đơn giản khác như do trực giác, tình cờ, may mắn.

Đây là cách tiếp cận để nhận diện vấn đề và tìm ra cách để giải quyết. Những vấn đề này có thể được nhận ra bởi sự quan sát những thách thức mà con người gặp phải trong cuộc sống hàng ngày và thông qua những phương tiện đơn giản như trực giác, may mắn và cơ hội.

- Tìm kiếm khoảng trống thị trường. Đây là nhu cầu con người về sản phẩm/dịch vụ chưa được lấp đầy. Hãy xem có nhu cầu nào của thị trường chưa được thỏa mãn đầy đủ bởi các doanh nghiệp hiện thời. Đó cũng là lí do mà bên cạnh những chuỗi đại siêu thị phục vụ nhu cầu đại chúng vẫn còn tồn tại những cửa hàng nhỏ, chuyên biệt phục vụ những nhu cầu đặc thù.

Nhận diện cơ hội kinh doanh còn phụ thuộc vào yếu tố đặc điểm cá nhân của người kinh doanh. Một số người được cho là có khả năng nhận diện cơ hội kinh doanh tốt hơn người khác.

Thông thường, kinh nghiệm làm việc, mạng lưới xã hội, nhận thức và tính sáng tạo của người kinh doanh sẽ ảnh hưởng rất lớn đến nhận diện cơ hội hoặc đó cũng chính là cơ hội của họ.

Trong thời kỳ kinh tế suy thoái, có nên đưa sản phẩm mới ra thị trường hay không? Làm thế nào để không chuốc lấy thất bại khi tung sản phẩm mới ra thị trường?

Theo PGS.TS Nguyễn Đình Thọ, giảng viên Đại học Kinh tế Tp.HCM, một trong những yếu tố không thể bỏ qua là phải tiến hành nghiên cứu thị trường trước khi triển khai ý tưởng.

Nhiều công trình tổng kết cho thấy, phần lớn các sản phẩm mới tung ra trên thị trường gặp thất bại là do doanh nghiệp mơ hồ trong việc xác định khách hàng, thị trường và mục tiêu nên đã không tạo được sự khác biệt cho sản phẩm. Từ chỗ không hiểu rõ khách hàng, không hiểu thị trường nên doanh nghiệp chưa đưa ra được sản phẩm đáp ứng đúng nhu cầu và một chiến lược triển khai phù hợp.

Chính vì thế mà việc đầu tư, nghiên cứu thị trường trước khi quyết định triển khai một sản phẩm mới là rất cần thiết. Thông thường, để phát triển một sản phẩm mới, doanh nghiệp phải trải qua bốn bước. Trước tiên là xác định, nhận dạng, tìm kiếm các cơ hội kinh doanh.