

RÀO CẢN ĐỔI MỚI, SÁNG TẠO ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP TRẺ

● VŨ THỊ THÙY LINH

TÓM TẮT:

Đổi mới sáng tạo có ý nghĩa quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp. Bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu tại bàn, nhằm tổng hợp các rào cản đối với hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp trẻ bao gồm các rào cản đến từ môi trường bên trong và bên ngoài doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu góp phần định hướng giải pháp gỡ bỏ các rào cản nhằm giúp doanh nghiệp đẩy mạnh và nâng cao hiệu quả đổi mới sáng tạo.

Từ khóa: đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp trẻ, khởi nghiệp

1. Đặt vấn đề

Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, hiện Việt Nam có khoảng 760 nghìn doanh nghiệp đang hoạt động; khoảng trên 7 triệu hộ kinh doanh. Trong cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm khoảng 97%. Những năm gần đây, trào lưu khởi nghiệp tại Việt Nam mạnh mẽ hơn, năm 2016 được Chính phủ Việt Nam xác định là “Năm quốc gia khởi nghiệp”. Giai đoạn 2017 - 2020 được xem là thời điểm chín muồi cho khởi nghiệp và sự ra đời của rất nhiều công ty khởi nghiệp khác nhau, điều này làm cho số lượng các doanh nghiệp trẻ tăng lên nhiều hơn.

Những năm qua, nhờ việc ban hành hàng loạt cơ chế, chính sách và triển khai nhiều giải pháp, môi trường kinh doanh của Việt Nam đã có sự chuyển biến tích cực; Số lượng doanh nghiệp thành lập mới và số lượng doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động quay trở lại hoạt động tăng lên.

Từ năm 2016, mỗi năm có thêm hơn 100 nghìn doanh nghiệp thành lập mới. Trong hai năm 2017-2018, cả nước có 258.134 doanh nghiệp đăng ký thành lập mới và 60.458 doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động quay trở lại nhờ môi trường kinh doanh được cải thiện và các chính sách của Nhà nước hỗ trợ, phát triển doanh nghiệp. Như vậy, số lượng doanh nghiệp trẻ tăng lên nhanh nhờ phong trào “Quốc gia khởi nghiệp”.

Tuy nhiên, theo các thống kê gần đây, trong số các startup mới ra đời, chỉ có 3% là thực sự thành công, thỏa mãn được một trong các tiêu chí: Được định giá từ 10 triệu USD trở lên, doanh thu từ 2 triệu USD, có từ 100 nhân viên, đã gọi vốn vòng 2 hoặc đã bán được công ty với giá tốt. Một trong những nguyên nhân dẫn đến tỷ lệ thành công thấp là vì chưa nhiều doanh nghiệp có sự đổi mới sáng tạo đúng nghĩa. Đa phần các doanh nghiệp mới (startup) đi theo trào lưu áp dụng mô hình startup

nước ngoài và có điều chỉnh cho phù hợp với điều kiện ở Việt Nam. Tuy những dự án đó có thể đem lại kết quả nhất định, nhưng đó không phải là sự đổi mới sáng tạo và chúng ta chưa thực sự sở hữu một ý tưởng nguyên bản nào để có thể phát triển lâu dài. Vậy, có những rào cản nào đối với các doanh nghiệp để có thể thực hiện đổi mới sáng tạo?

2. Các rào cản đổi mới sáng tạo đối với doanh nghiệp trẻ

Hiện nay, khái niệm về doanh nghiệp trẻ chưa được rõ ràng. Nghiên cứu của Pellegrino, G. và các tác giả (2012) đưa ra khái niệm về doanh nghiệp đổi mới sáng tạo trẻ là doanh nghiệp có hoạt động đổi mới và dưới 8 năm hoạt động. Chính vì sự “trẻ” cũng là một rào cản đối với các doanh nghiệp bởi những điểm đặc thù. Doanh nghiệp trẻ sẽ kém hơn doanh nghiệp lớn ở danh tiếng và mức độ hiểu biết pháp lý. Điều này khiến họ khó khăn hơn trong việc tạo dựng và duy trì mối quan hệ với các đối tác. Do đó, các doanh nghiệp trẻ không thể dựa vào danh tiếng trên thị trường tài chính mà chỉ có thể xây dựng mối quan hệ ngắn hạn với tổ chức tín dụng và nguồn tài sản thế chấp bị hạn chế và họ ý thức rõ điều này (Pellegrino, 2017). Vì thiếu danh tiếng, sự tín nhiệm, nên việc xây dựng mạng lưới hoặc có được sự cân bằng trong một liên minh là khó đạt được.

Trong quá trình kinh doanh, hai yếu tố chính trong chiến lược cạnh tranh của doanh nghiệp là dẫn đạo về chi phí (giá thấp) và sự khác biệt hóa. Sự khác biệt của các yếu tố này được thực hiện bằng cách đổi mới sáng tạo. Đó là một quá trình bắt đầu từ một ý tưởng và kết thúc bằng việc triển khai thị trường thương mại thành công (Richard, 2006). Cụ thể, đó là quá trình doanh nghiệp phát triển các sản phẩm, dịch vụ, quy trình hay hệ thống quản lý mới để đáp ứng các yêu cầu do sự thay đổi của môi trường kinh doanh, công nghệ hay mô hình cạnh tranh. Nói cách khác, chỉ khi doanh nghiệp biến một phát minh thành sản phẩm, dịch vụ mới bán được ra thị trường (đáp ứng nhu cầu khách hàng) và mang lại lợi nhuận thì mới được coi là đổi mới sáng tạo.

Theo Danneels (2002), doanh nghiệp có hai con đường chiến lược đổi mới sáng tạo: Thứ nhất là

phát triển giá trị, năng lực đối thủ cạnh tranh không có để đó giúp doanh nghiệp duy trì vị trí tiên phong trên thị trường; Thứ hai là tạo ra các rào cản gia nhập thị trường đối với các đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn nhờ vào sự đổi mới để duy trì trạng thái độc quyền tương đối trên thị trường. Một ý tưởng sáng tạo trong hầu hết các trường hợp xuất phát từ một nhu cầu để cạnh tranh tốt hơn trên thị trường. Do đó, để có thể gia tăng sức cạnh tranh trên thị trường, đòi hỏi doanh nghiệp cần phải có ý tưởng đổi mới và thương mại hóa được ý tưởng đó. Tuy nhiên, để có thể đổi mới sáng tạo thành công phụ thuộc vào nhiều yếu tố.

Hewitt-Dundas (2006) dựa vào lý thuyết nguồn lực RBV (Resource-Based View) để chỉ ra sự khác biệt về hoạt động đổi mới sáng tạo giữa các doanh nghiệp có thể bắt nguồn từ sự khác nhau về nguồn lực. Nghiên cứu của Mohan, P.; L. Roller (2005) chỉ ra rằng các doanh nghiệp có thể đối mặt với các rào cản đổi mới sáng tạo như chi phí, nguồn nhân lực, thông tin, thể chế chính sách của chính phủ.

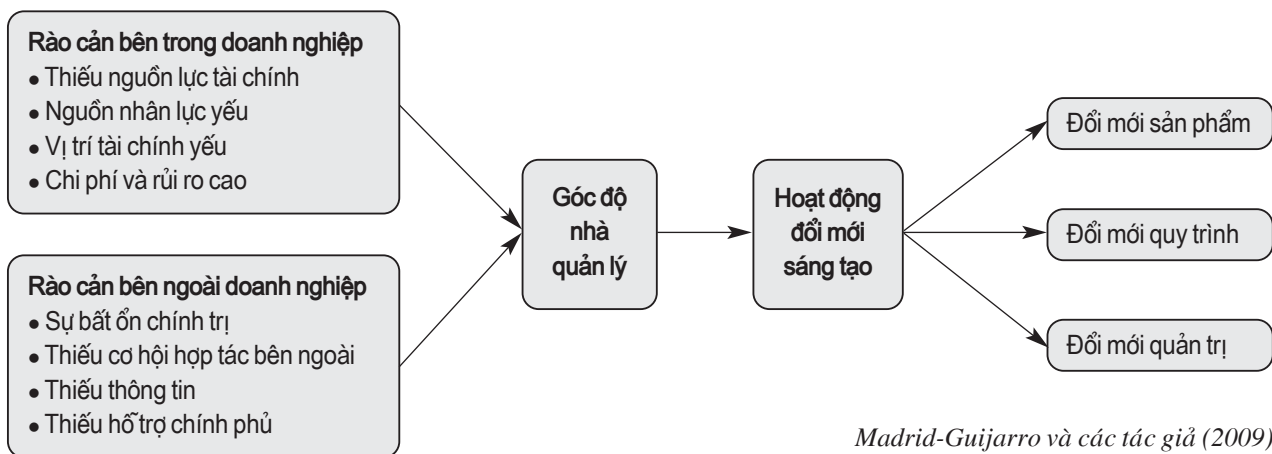
Madrid-Guijarro và các tác giả (2009) đã phân chia các rào cản đổi mới sáng tạo thành rào cản bên trong và rào cản bên ngoài trên góc độ nhà quản trị được thể hiện trên Hình 1.

Các rào cản đối đổi mới sáng tạo là nhóm các yếu tố liên quan nội bộ của doanh nghiệp (được cho là khó vượt qua và ảnh hưởng tiêu cực đến việc thực hiện đổi mới) và yếu tố bên ngoài công ty (môi trường hoạt động). Ví dụ, các rào cản liên quan thiếu nguồn lực tài chính, nguồn nhân lực không đủ trình độ, tình hình tài chính yếu và rủi ro cao có thể được coi là một thách thức quá lớn để vượt qua, do đó hạn chế hoạt động đổi mới của doanh nghiệp.

2.1. Rào cản bên trong doanh nghiệp

Muốn đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp cần có ý tưởng, nghiên cứu phát triển ý tưởng để có thể thương mại hóa, mang lại lợi nhuận. Hay nói cách khác, doanh nghiệp cần đầu tư vào hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D). Do vậy, chi phí tài chính là một loại rào cản bao gồm cả nguồn bên trong và bên ngoài. Yếu tố chi phí là yếu tố có tác động rõ nét nhất cản trở hoạt động đổi mới sáng tạo. Chi phí R&D là nguồn đầu vào chính

Hình 1: Các rào cản đổi mới sáng tạo với doanh nghiệp



cho hoạt động đổi mới sáng tạo và có thể được huy động từ nguồn bên trong hoặc bên ngoài doanh nghiệp. Đầu tư vào R&D là một đầu tư mạo hiểm và khó kiểm soát hiệu quả hơn so với các hoạt động sản xuất - kinh doanh thông thường vì doanh nghiệp khó có thể tính toán giá thành và hiệu quả. Không có gì chắc chắn đầu tư sẽ thành công, nhưng nếu không đầu tư vào R&D, doanh nghiệp lại khó giữ được vị trí cạnh tranh. Do vậy, sự hạn chế về tài chính cho R&D có thể cản trở hoạt động đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp (Hall, 2008).

Nghiên cứu của Hall (2008) cũng chỉ ra rằng nguồn tài chính cho R&D hạn chế là trở ngại cho các doanh nghiệp trẻ, đặc biệt là doanh nghiệp mới tham gia vào thị trường hoặc doanh nghiệp khởi nghiệp vì làm giảm đáng kể cơ hội tham gia của doanh nghiệp vào hoạt động R&D. Do đó, ở nhiều nước đã hình thành ngành “đầu tư mạo hiểm” để tài trợ chi phí đổi mới sáng tạo cho các doanh nghiệp này.

Bên cạnh rào cản tài chính, rào cản thường gặp khác mà doanh nghiệp phải đối mặt nhiều là thiếu nhân sự đáp ứng các yêu cầu công việc (Tourigny and Le (2004), Galia and Legros (2004)). Chi phí cho nhân sự đổi mới sáng tạo cũng được coi là một đầu tư rủi ro vì nhân sự có thể rời bỏ doanh nghiệp. Không chỉ vậy, đặc trưng của doanh nghiệp trẻ là doanh nghiệp quy mô nhỏ nên có thể có hạn chế về khả năng tổ chức - quản lý, không tạo dựng được

môi trường văn hóa doanh nghiệp vững mạnh gây cản trở sự đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp trẻ (McAdam, R.; T. McConvery, 2004).

2.2. Rào cản môi trường bên ngoài

Môi trường bên ngoài của doanh nghiệp bao gồm nhiều yếu tố tác động như cạnh tranh, chính sách chính phủ, môi trường kinh tế vĩ mô... Những thử thách từ môi trường bên ngoài đòi hỏi lãnh đạo doanh nghiệp và ban quản trị phải hiểu được tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo trong chiến lược cốt lõi để giúp doanh nghiệp duy trì lợi thế cạnh tranh thị trường. Porter (1985) nhấn mạnh áp lực cạnh tranh thường thúc đẩy doanh nghiệp thích nghi, ứng dụng công nghệ mới để trở nên khác biệt với đối thủ cạnh tranh và tạo ra lợi thế. Katila and Shane (2005) tìm ra mối quan hệ tích cực giữa môi trường kinh tế bất ổn và chỉ số đổi mới sáng tạo; các doanh nghiệp ở trong môi trường bất ổn hơn có tiềm năng đổi mới sáng tạo hơn vì môi trường bất ổn sẽ là động lực cho doanh nghiệp tích hợp sự đổi mới vào chiến lược kinh doanh của họ để duy trì lợi thế cạnh tranh và tồn tại.

Thiếu thông tin có thể khiến doanh nghiệp bị động trong việc phản ứng với thị trường, thậm chí ảnh hưởng đến sự tồn tại của doanh nghiệp. Thực tế, có nhiều quyết định sai lầm của nhà quản trị là do tiếp nhận hoặc đánh giá thông tin chưa chính xác hoặc chưa đầy đủ. Thông tin với doanh nghiệp bao gồm cả thông tin bên trong và bên ngoài doanh nghiệp và hiện hữu ở tất cả các khâu sản

xuất, kinh doanh. Doanh nghiệp trẻ thường có hạn chế về nguồn lực, kinh nghiệm và sự nhạy bén với thông tin thị trường. Điều này ảnh hưởng đến sự nắm bắt cơ hội, xây dựng chiến lược để đổi mới sáng tạo.

Để phát triển thì doanh nghiệp không thể tồn tại độc lập mà không có các mối quan hệ với các bên liên quan. Tuy nhiên, là doanh nghiệp trẻ nên mối quan hệ chưa được phát triển sâu rộng, cần thời gian thiết lập, duy trì và kỹ năng của nhà quản trị. Các bên liên quan sẽ là nguồn thông tin hữu ích cho doanh nghiệp để kịp thời nắm bắt thị trường, đổi mới sáng tạo phù hợp, hiệu quả. Do đó, sự thiếu nhạy bén thông tin về thị trường, sự không chắc chắn về nhu cầu với sản phẩm mới có thể cản trở đổi mới sáng tạo thành công khi tạo ra sản phẩm không đáp ứng được nhu cầu khách hàng.

Bên cạnh đó, sự hỗ trợ của Chính phủ đóng vai trò quan trọng với doanh nghiệp nói chung và đặc biệt doanh nghiệp trẻ nói riêng. Sự hỗ trợ của Chính phủ có thể ở nhiều khía cạnh thông qua các chương trình phát triển, dự án của các cơ quan, ban, ngành, hành lang pháp lý, chính sách hỗ trợ về nhiều mặt như tài chính, đào tạo, thông tin...

3. Kết luận

Đổi mới sáng tạo được phân loại thành đổi mới sản phẩm và đổi mới công nghệ. Trong đó, đổi mới công nghệ cho phép đưa ra sản phẩm mới cũng như thay đổi về chất lượng, giá thành, gia

tăng mức độ hài lòng của khách hàng. Ngoài ra, đổi mới công nghệ còn tạo điều kiện cho doanh nghiệp tăng thị phần, tăng lợi nhuận với các sản phẩm liên quan. Do đó, trong môi trường kinh doanh hiện đại, trình độ công nghệ đóng vai trò quyết định cả về thành quả và tốc độ để có thể nhanh chóng khẳng định vị trí trên thị trường. Công nghệ thì không ngừng thay đổi nên doanh nghiệp không theo kịp sẽ bị lạc hậu. Do đó, để có thể tạo ra sự khác biệt với đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp có thể tiếp cận từ khía cạnh công nghệ hoặc khách hàng nên cần thiết phải đổi mới cả về công nghệ và khách hàng, thị trường.

Tuy nhiên, để đổi mới sáng tạo hiệu quả, doanh nghiệp trẻ cần nhìn nhận rõ những rào cản cần vượt qua. Những rào cản đó, ngoài việc ngăn cản một doanh nghiệp tham gia vào đổi mới, còn có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc làm chậm quá trình đổi mới. Nói cách khác, khi công ty nhận thức rõ trở ngại có thể có hai tác động tích cực và tiêu cực, đó là biết rõ phải đối mặt với vấn đề gì để tìm cách tháo gỡ và/hoặc bị cản trở, e ngại sự tham gia của họ vào đổi mới. Đồng thời, phía cơ quan, ban, ngành nắm bắt rõ hơn những khó khăn đặc thù của doanh nghiệp trẻ để có thể đưa ra chính sách phù hợp kịp thời. Sự phát triển đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp sẽ tạo ra nhiều giá trị hơn cho nền kinh tế - xã hội đất nước ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Danneels, E., 2002. The Dynamics of Product Innovation an Firm Competences. *Erwin Danneels*, 23(12), pp. 1095-1121.
2. Hall, B., 2008. The Financing of Innovation. In: S. Shane, ed. *Handbook of Technology and Innovation*. West Sussex: John Wiley & Sons, pp. 409-424.
3. Hewitt-Dundas, N., 2006. Resource and Capability Constraints to Innovation in Small and Large Plants. *Small Business Economics*, Volume 26, p. 257-277.
4. Katila, R., and S. Shane (2005). "When Does Lack of Resources Make New Firms Innovative?" *Academy of Management Journal* 48, 814-829.
5. Madrid-Guijarro, A.; Garcia, D.; Van Auken, H., 2009. Barriers to Innovation among Spanish Manufacturing SMEs. *Journal of Small Business Management*, 47(4), p. 465-488..

6. McAdam, R.; T. McConvery, 2004. Barriers to Innovation within Small Firms in a Peripheral Location. *International Journal of Entrepreneurial*, 10(3), pp. 206-221.
7. Mohen, P.; L. Roller, 2005. Complementarities in Innovation Policy. *European Economic Review*.
8. Nhạ, P X; Quân, L, 2013. Đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp Việt Nam. *Tạp chí khoa học ĐHQGHN, kinh tế và kinh doanh*, 29(4), pp. 1-11.
9. Pellegrino, G.; Piva, M.; Vivarelli, M., 2012. Young firms and innovation: A microeconomic analysis. *Structural Change and Economic Dynamics*, 23(4), p. 329–340..
10. Pellegrino, G., 2017. Barriers to innovation in young and mature firms. *Journal of Evolutionary Economics*. *Journal of Evolutionary Economics*, 28(1), p. 181–206.
11. Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. New York: Free Press.
12. Richard, J. G., 2006. Competition and Innovation. *Journal of Industrial Organization*.

Ngày nhận bài: 5/1/2022

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/1/2022

Ngày chấp nhận đăng bài: 15/2/2022

Thông tin tác giả:

ThS. VŨ THỊ THÙY LINH

Trường Đại học Thương mại

BARRIERS TO THE INNOVATION OF YOUNG ENTERPRISES

● Master. **VU THI THUY LINH**
Thuongmai University

ABSTRACT:

Innovation plays a vital role in existence and development of enterprises over the world. However, not many researchers are interested in the topic of the innovation of Vietnamese enterprises in general and young enterprises in particular. In this study, the desk-based research methods are used to analyze secondary data about the theory of barriers to innovation activities of young enterprises including barriers from internal and external environment. The study's results are expected to contribute to orienting solutions to help young enterprises to overcome challenges and improve the efficiency of their innovation activities.

Keywords: innovation, young enterprises, start-up.