

Khởi nghiệp và Sáng tạo:

# “Lỗi kép” cho tăng trưởng

ĐẶNG LÊ NGUYỄN VŨ,  
NANCY K. NAPIER,  
VƯƠNG QUÂN HOÀNG<sup>1</sup>

Cục diện địa kinh tế - chính trị thế giới đang ở trong giai đoạn biến chuyển nhanh chóng. Những sự kiện quan trọng: Cuộc đua vào Nhà Trắng tới tháng 11 mới ngã ngũ; chuyển giao quyền điều khiển “con tàu” nền kinh tế lớn thứ hai thế giới với hơn 1,3 tỷ hành khách đang diễn ra và được kỳ vọng sẽ sớm hoàn tất trong Q1/2013; khủng hoảng Eurozone vẫn dai dẳng và đầy bất trắc; ngòi nổ xung đột quân sự tại Trung Đông và các vùng biển tiếp giáp Trung Quốc chưa được tháo gỡ.

Khởi nghiệp và sáng tạo để tìm kiếm động lực mới cho tăng trưởng kinh tế, thoát khỏi vòng xoáy suy giảm hiệu quả là nhiệm vụ cấp bách trước mắt. Tạp chí Kinh tế và Dự báo giới thiệu bài viết của 3 tác giả trong 2 kỳ tạp chí.

## LÝ LUẬN VỀ KHỞI NGHIỆP VÀ SÁNG TẠO



Nghiên cứu nổi tiếng về mối liên hệ giữa khởi nghiệp và sáng tạo của Schumpeter (1942) lần đầu tiên đề cập đến thuật ngữ ngày nay đã trở nên nổi tiếng - sự phá hủy mang tính kiến tạo – nêu lên cuộc cách mạng của chủ nghĩa tư bản thông qua thị trường và cạnh tranh. Nghiên cứu đã đưa Schumpeter trở thành một trong những người đầu tiên kết nối khởi nghiệp và sáng tạo với quan điểm rất mạch lạc về phát triển kinh tế.

Cuối những năm 1950 và đầu 1960, các học giả tiếp tục nghiên cứu khởi nghiệp và sáng tạo trong kinh tế và kinh doanh. Silberman (1956) thảo luận các khía cạnh khác nhau của khởi nghiệp trong bối cảnh hồi

(1) - Nội dung bài viết có tham khảo kết quả nghiên cứu đã giới thiệu của Vu Dang Le Nguyen & Nancy K. Napier & Quan Hoang Vuong, 2012. “It Takes Two to Tango: Entrepreneurship and Creativity in Troubled Times – Vietnam 2012,” *Working Papers CEB 12-022*, ULB — Université Libre de Bruxelles và được chấp nhận công bố trên tạp chí khoa học *Journal of Sociology Study (USA)*.

phục kinh tế hậu Chiến tranh Thế giới II. Silberman đề xuất các khái niệm như “chủ nghĩa dân tộc là ngôn ngữ thứ hai của khởi nghiệp” và “công nghiệp hóa là nội dung chủ đạo của khởi nghiệp”. Sau đó Taylor (1960) định nghĩa suy nghĩ sáng tạo trong quá trình phát triển sản phẩm mới, và gợi ý rằng quan điểm của ông không mâu thuẫn với quan điểm về tính mới (novelty) và giá trị (worth). Taylor coi sáng tạo là một quá trình phức tạp, và bao gồm nhiều yếu tố, từ sản phẩm, quá trình, con người, nhiệm vụ, tới môi trường và sự tương tác giữa các yếu tố này.

Đầu những năm 1980, Greenfield và Strickon (1981) và Klein (1982) tiếp tục phát triển các khái niệm này. Họ coi khởi nghiệp là “cơ chế qua đó xã hội tiến hóa từ giai đoạn này sang giai đoạn khác”. Người khởi nghiệp là trung tâm của cơ chế này bởi những đặc trưng của họ là sự độc nhất và tính sáng tạo.

Khởi nghiệp – với vai trò là trụ cột kinh tế của mô hình kinh tế tư bản – đã từng chìm xuống trong hệ thống nghiên cứu kinh tế, mặc dù là vấn đề chủ đạo của trường phái Áo, theo quan điểm của Leff (1979).

Nhưng rõ ràng người khởi nghiệp tìm kiếm cải tiến trong khi tiến hành các dự án kinh doanh mới. Điều gì sẽ xảy ra nếu các quá trình này được mở rộng ra cho cả xã hội? Baumol (1990) đề xuất rằng thay vì cố gắng thay đổi các doanh nghiệp, có lẽ xã hội nên lựa chọn phương thức nghĩ và hoạt động giống như các doanh nghiệp/người khởi nghiệp. Thật thú vị khi Baumol mở đầu tác phẩm *Bandits* (1969) đã trích câu nói của nhà sử học người Anh (và cũng là một doanh nhân) Eric J.E. Hobsbawm “quan niệm rằng một nền kinh tế tư nhân tự nó đã quan tâm tới đổi mới là không đúng. Xã hội dạng này chỉ quan tâm tới lợi nhuận”.

Trong luận điểm của Baumol, sự phân biệt giữa khởi nghiệp hiệu quả – cụ thể là doanh nhân tiến hành các hoạt động hiệu quả và có tính xây dựng như các cải tiến trong công nghệ và quản lý – và các hoạt động khởi nghiệp có tính phá hủy như tìm kiếm tô lợi hoặc tội phạm có tổ chức – là đúng và phù hợp, bởi vì sự phân bổ các nỗ lực giữa những hành động này liên quan đến những thành quả tương ứng đạt được. Chính vì vậy, chính sách của chính phủ nên khuyến khích khởi nghiệp hiệu quả bằng cách tái phân bổ nỗ lực theo hướng xây dựng hơn là

cố gắng thay đổi mục tiêu và hành vi của những hoạt động phá hủy.

Drucker (1993) cũng khảo sát lại mối liên hệ giữa khởi nghiệp và sáng tạo/đổi mới đã được nêu ra trong nghiên cứu của Schumpeter đầu thập kỉ 40 trong *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Nhưng ngoài các học giả theo trường phái Áo, ngoại trừ Sternberg và Lubart (1993), các nghiên cứu không sử dụng nhiều khái niệm đề cập trong trường phái này.

Day (1995) cũng thảo luận về khởi nghiệp và sáng tạo. Day nhấn mạnh tầm quan trọng của “sáng tạo kinh tế” đối với các hệ thống quản lý mà trái tim là các nhân tố tạo ra phát minh, đổi mới và phổ biến phát minh. Người khởi nghiệp và nhà quản lý cần trí tưởng tượng bị hạn chế của mình (bounded rationality) để định hướng tương lai và tìm tòi sáng tạo. Cả nhà phát minh và người khởi nghiệp phải hình dung ra những cái mới chưa từng tồn tại, thiết kế những bước đi cho phép họ thực hiện được ý tưởng sáng tạo và tạo ra những cải tiến hữu ích. Những hành động của họ – trí tưởng tượng, cải tiến, bất chước – làm thay đổi xã hội. Sự đồng tồn tại của quản lý, khởi nghiệp và bất chước chứng minh cho khả năng giới hạn của chức năng nào đó trong bất kì hệ thống kinh tế nào. Đây là cách phân bổ nguồn lực rất kinh tế.

Day (1995) khẳng định rằng nhu cầu khởi nghiệp ngủ yên bên trong các doanh nghiệp lâu năm, trong các tổ chức xã hội và luật pháp, nơi luật lệ yêu cầu con người phải tuân theo. Để xử lý các hệ thống ngày càng phức tạp, xã hội lựa chọn các thủ tục mẫu, khiến tạo ra thói quen, sức ì, sự thiếu linh hoạt và phản ứng chậm. Hậu quả là, bài tập sáng tạo bị bó trong những lựa chọn được coi là hợp lý tồn tại trong một phạm vi giới hạn. Vì vậy, bằng cách tạo ra sức ì nhằm ổn định doanh nghiệp, các quy định cùng lúc ngăn cản các hoạt động sáng tạo, khiến doanh nghiệp không có trí tưởng tượng và sự sáng suốt.

Khởi nghiệp là công cụ hữu ích để giải phóng các hoạt động sáng tạo. Từ những ràng buộc cứng nhắc của hệ thống hạ tầng đã quá phát triển, tương tự như chủ nghĩa tư bản đã làm đối với chế độ phong kiến. Thông qua nỗ lực khởi nghiệp, người khởi nghiệp có thể kích thích các phát minh, cải tiến, và phá vỡ những hình thái vật chất của hệ thống kinh tế đang tồn tại, đẩy nó vào một quá trình đổi mới cấp tiến hơn. Hơn thế nữa, các nỗ lực khởi nghiệp chỉ hiệu quả trong môi trường tồn tại cơ chế thị trường và hệ thống giá giúp phối kết các hoạt động kinh tế theo cách giúp người tham gia thị trường có thể đạt được những lợi ích thương mại cao hơn chi phí bỏ ra. Khi điều này xảy ra, người khởi nghiệp tương lai có thể thu được lợi ích. Tất nhiên, cạnh tranh cũng sẽ đẩy các doanh nghiệp thua lỗ (thiếu hiệu quả, thiếu năng lực) ra khỏi thị trường. Việc tiếp quản các nguồn lực và lãi suất trong trò chơi thị trường thường cho thấy áp lực khởi nghiệp gây ra bởi những phần thưởng bất cân và cả sự trừng phạt bất cân xứng trong hệ thống thị trường.

Những học giả khác, như Amabile (1996) gợi ý

ràng khởi nghiệp thường được định nghĩa bằng đổi mới, nhưng những học giả như Kirzner (1973) định nghĩa khởi nghiệp là sự ý thức được những cơ hội mới hoặc chưa được khai thác trên thị trường, và chấp nhận những rủi ro cho phép họ đi tiếp.

Bước sang kỷ nguyên mới, nhiều học giả cũng chuyển trọng tâm sang mối liên hệ tự nhiên giữa sáng tạo/đổi mới và khởi nghiệp (ví dụ: Brown, Davidsson & Wiklund, 2001; Kaufmann, 2004; Gilson & Shalley, 2004; Miron, Erez & Naveh, 2004; McAdam & Keogh, 2004). Brown, Davidsson và Wiklund, (2001) nhấn mạnh sự cần thiết phải có các chiến lược có thể kiểm định bằng phương pháp thực nghiệm để tiếp tục phát triển giả thiết rằng “quản lý khởi nghiệp, được định nghĩa là một tập hợp các biện pháp quản lý dựa trên cơ hội, có thể giúp các doanh nghiệp giữ nguyên vai trò thiết yếu và đóng góp cho quá trình tạo ra giá trị ở cấp độ doanh nghiệp và xã hội”. Thực tế, cơ chế hoạt động của các chiến lược như vậy không sẵn sàng để kiểm định bằng thực nghiệm. Đóng góp của các chiến lược là nhằm biến các giả thiết và khung lý thuyết thành hiểu biết thực tế. Điều này làm tăng nhu cầu đối với các bằng chứng thực nghiệm có khả năng áp dụng trong thực tế quản lý và vận hành kinh doanh.

Nhiều nghiên cứu gần đây tiếp tục phát triển các khái niệm và các mối liên hệ. Kaufmann (2004) phân biệt giữa sáng tạo chủ động và bị động do sự khác nhau giữa hai loại sáng tạo này chống lại học thuyết thích nghi-cải tiến (adaptor-innovator theory of creativity). Gilson và Shalley (2004) đề xuất rằng nếu thành viên trong nhóm làm việc tin rằng công việc của họ đòi hỏi tính sáng tạo cao, phải kết hợp lẫn nhau và các mục tiêu cần được chia sẻ có xu hướng đánh giá cao việc cùng nhau giải quyết vấn đề và đánh giá cao môi trường ủng hộ sáng tạo. Trên thực tế, những thành viên sáng tạo có xu hướng dành nhiều thời gian và nỗ lực giao tiếp với nhau. Nếu những thái độ này xuất phát từ môi trường ủng hộ khởi nghiệp, có lẽ có thể mở rộng cho các môi trường khác, như môi trường phát triển kinh tế, đây là vấn đề sẽ được giải quyết ở phần cuối của nghiên cứu.

Miron, Erez và Naveh (2004) tiếp tục nghiên cứu xem bằng cách nào năng lực sáng tạo cá nhân và giá trị văn hóa thúc đẩy cải tiến, chất lượng và hiệu quả. Các học giả chỉ ra rằng mặc dù cực kỳ quan trọng trong việc thúc đẩy đổi mới, chỉ riêng sáng tạo không đủ để tạo ra thành quả sáng tạo. Những con người sáng tạo không nhất thiết là những người đổi mới nhất về năng lực làm việc, một phần bởi vì những hành vi đổi mới bị ảnh hưởng rất nhiều bởi yếu tố trợ giúp của văn hóa doanh nghiệp.

Nghiên cứu của Peters (2009) giúp giải thích luận điểm của Miron, Erez và Naveh (2004) bằng cách nghiên cứu mối liên hệ giữa “nền kinh tế của những đam mê” với giáo dục và sáng tạo. Peters (2009) khẳng định rằng sức sáng tạo của con người là nguồn lực tối cao cho sự phát triển kinh tế. Tuy nhiên, đặc điểm “personal anarcho-aesthetics” của sáng tạo – được

cho là xuất phát từ chủ nghĩa lý tưởng và chủ nghĩa lãng mạn Đức – có xu hướng ủng hộ giả thiết chung rằng các nguồn sáng tạo phát sinh từ các quá trình tiềm thức, bao gồm trí tưởng tượng, có gốc rễ từ các đam mê cá nhân. Những nguồn sáng tạo này hầu như không thể bị điều khiển hoặc bị kiểm soát bởi những thứ khác ngay cả với bản thân người sáng tạo. Những đặc tính cá nhân đó sẽ phù hợp với môi trường kinh doanh cởi mở, nơi những suy nghĩ xây dựng, kế hoạch chiến lược gợi mở, và năng lực dung hòa rủi ro khởi nghiệp được chấp nhận và khuyến khích.

Văn hóa doanh nghiệp ủng hộ khoảng cách cấp bậc nhỏ (lower power distance), dung hòa rủi ro cao hơn và chủ nghĩa cá nhân cao hơn có xu hướng tự nhiên ủng hộ các ý tưởng kinh doanh và phương thức sản xuất mới.

Đi vào nghiên cứu sáng tạo sâu hơn, McAdam và Keogh (2004) tiếp tục tìm hiểu khả năng áp dụng sáng tạo và đổi mới vào kinh doanh. Mô hình minh họa sự kết hợp phức tạp của các yếu tố “động lực thay đổi” trong sáng tạo và đổi mới.

McAdam và Keogh (2004) còn gợi ý rằng đổi mới có thể không được nhìn thấy rõ thậm chí ở trong các tổ chức giàu tính sáng tạo, với những người rất tài năng và sáng tạo. Đổi mới không phải là những sự kiện diễn ra ở những thời điểm cách biệt, mà phải là kết quả của một quá trình quản lý thay đổi liên tục, nơi các ý tưởng sáng tạo phục vụ chức năng là đầu vào quan trọng.

Tuy nhiên, bằng chứng từ nghiên cứu của Egan (2005) gợi ý rằng những người sáng tạo thuộc về “giống” hiếm, và vì vậy đổi mới là những nguồn lực rất hiếm, điều này giải thích tại sao các doanh nghiệp phải đầu tư rất nhiều để có được. Có bằng chứng ủng hộ khẳng định rằng sáng tạo có xu hướng được đẩy mạnh bằng những gương sáng, phản hồi trong công việc, và việc mọi người ý thức được rằng doanh nghiệp đánh giá cao sức sáng tạo. Nói tóm lại, khi sáng tạo và đổi mới là mục tiêu chiến lược, hai yếu tố này có thể có thể trở thành các giá trị và nguồn lực trong bối cảnh thích hợp.

Mô hình của McAdam và Keogh (2004) nên được kết hợp với mô hình của West (2002) để chỉ ra các điều kiện tạo ra đổi mới thành công từ những ý tưởng sáng tạo ban đầu, đó là: đặc điểm nhiệm

vụ, hiểu biết và kỹ năng, nhu cầu từ bên ngoài, quá trình kết hợp nhóm làm việc, và cảm giác an toàn trong nhóm. Trong nghiên cứu của West, mặc dù hiểu biết và kỹ năng là các yếu tố dự đoán khả năng đổi mới, quá trình làm việc nhóm và năng lực cốt lõi và các nhân tố quyết định thành công của đổi mới.

Amabile *et al.* (2005) còn khám phá mối liên hệ giữa quan hệ với sáng tạo trong công việc. Kết quả chỉ ra rằng quan hệ có liên hệ tích cực với sáng tạo trong doanh nghiệp và quan hệ tốt có thể dẫn đến những suy nghĩ sáng tạo với một độ trễ về thời gian trong thời kỳ “áp ủ”.

Probst *et al.* (2007) nghiên cứu năng suất, những yếu tố cản trở năng suất và sáng tạo thông qua trạng thái bất an trong công việc và kết luận rằng sự bất an việc làm có thể ảnh hưởng xấu đến khả năng sáng tạo của nhân viên. Tuy nhiên, do sự bất an có thể tạo ra một số ảnh hưởng tích cực đến năng suất, việc cân bằng giữa ảnh hưởng xấu tới sáng tạo và ảnh hưởng tốt đến năng suất có thể được áp dụng trong kinh doanh, đặc biệt là trong giai đoạn khởi nghiệp và giai đoạn kinh tế bất ổn.

De Dreu (2010) mô tả mối liên hệ giữa các yếu tố bằng công thức  $C$  (sáng tạo) =  $N$  (tính mới) x  $U$  (sự hữu ích) nhằm khẳng định rằng để có được sáng tạo, cần phải có cả tính mới và sự hữu ích. Thú vị hơn, Dreu phân tích ảnh hưởng của văn hóa với sáng tạo và kết luận rằng văn hóa sẽ ảnh hưởng đến quá trình nhìn nhận cái mới và tính hữu ích. Lý do đưa đến vai trò then chốt của văn hóa bởi vì “cá nhân có xu hướng không muốn thay đổi, muốn làm theo thói quen, theo lối mòn, và theo cách nhìn của đám đông”. Vì vậy, các doanh nghiệp có rất ít lựa chọn mà chỉ còn cách nuôi dưỡng những nhân tố “ảnh hưởng ngoại sinh” đối với năng lực đổi mới của doanh nghiệp, đó là cấu trúc doanh nghiệp, áp lực nhóm, và những ảnh hưởng xã hội liên quan tới lý lịch của cá nhân.

Unsworth và Clegg (2010) nghiên cứu những động lực khiến các cá nhân thực hiện những hành động sáng tạo trong công việc: “... động lực công việc, yêu cầu đòi hỏi sáng tạo, văn hóa ủng hộ sáng tạo, nguồn lực thời gian, và quyền tự quyết. Tất cả là những gợi ý dẫn cho việc quyết định có nên sáng tạo hay không thông qua những kỳ vọng và công cụ trong tay”. Luận điểm này hữu ích

bởi vì đây là một bước đi quan trọng tiến về tính thực tế và hữu dụng của các động lực sáng tạo trong công việc, từ nghiên cứu nổi tiếng trước đó của Unsworth (2001) “Unpacking Creativity”. Trong nghiên cứu của Unsworth (2001), giả thiết rằng sáng tạo là kiến trúc đồng nhất bị kiểm định bằng câu hỏi “tại sao tham gia sáng tạo” và “cái gì là trạng thái ban đầu của ngòi kích hoạt?” nhằm tạo ra các mẫu ma trận sáng tạo, tại đó những mẫu chính – bao gồm phản ứng, kỳ vọng, đóng góp, và chủ động – khiến chúng ta suy ngẫm lại tính hữu dụng của sáng tạo/đổi mới trong công việc.

Barczak, Lassk và Mulki (2010) khảo sát một nhóm gồm 82 sinh viên tại một trường đại học ở Mỹ và tìm ra rằng thông minh cảm xúc nhóm đưa đến niềm tin trong nhóm. Đến lượt niềm tin sẽ trợ giúp văn hóa cộng tác và văn hóa cộng tác sẽ thúc đẩy sáng tạo trong nhóm.

Trong nghiên cứu của Chiu và Kwan (2010), một mô hình được xem xét nhằm tìm ra sự tương tác giữa văn hóa và sáng tạo. Họ chỉ ra rằng văn hóa có ảnh hưởng sâu sắc đến hiểu biết thế giới thực tế. Các học giả chỉ ra rằng văn hóa là nhân tố mấu chốt giúp giải thích mối liên hệ phức tạp giữa sáng tạo-văn hóa.

Erez và Nouri (2010) nghiên cứu sự ảnh hưởng của bối cảnh văn hóa, xã hội và công việc đối với sáng tạo của cá nhân và tổ chức. Do sáng tạo có thể được coi là bao gồm ít nhất một trong hai yếu tố là tính mới và tính hữu ích, các học giả gợi ý rằng phụ thuộc vào văn hóa mà cá nhân đang sống, cá nhân đó có thể hình thành các cách sáng tạo khác nhau.

Bissola và Imperatori (2011) chỉ ra rằng sáng tạo không chỉ được tạo ra từ các thiên tài. Để đẩy mạnh sáng tạo cần kỹ năng sáng tạo và động lực nhóm và cả các giải pháp tổ chức. Năng lực tập thể của tổ chức tạo ra sáng tạo và đổi mới nên là sự tương tác giữa các nhân tố trên.

Coi sáng tạo, đổi mới là một quá trình, Vương, Napier và Trần (2012) gợi ý rằng tồn tại mối liên hệ giữa văn hóa, sáng tạo, và giai đoạn kinh doanh. Bằng chứng thực nghiệm từ một cuộc khảo sát ủng hộ quan điểm rằng sáng tạo đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong giai đoạn khởi nghiệp của chu kỳ kinh doanh, khi những giá trị văn hóa và mục tiêu trong bối cảnh cụ thể sẽ quyết định tầm nhìn dài hạn, kế hoạch và phương thức để đạt được mục tiêu. Ở một chừng mực nhất định, quan điểm này bổ sung cho các luận điểm trong nghiên cứu của Vương *et al.* (2011), cho rằng các quyết định chính trị đưa đến những thay đổi lớn là “một quá trình khởi nghiệp”. Quá trình đó lựa chọn những ý tưởng mới trong quản lý kinh tế, xây dựng nền móng và thu được những ủng hộ chính trị, điều này đã giúp nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung của Việt Nam chuyển sang giai đoạn Đổi Mới (1986), phát triển nền kinh tế thị trường kết hợp trong đó các thành phần thị trường ngày càng giữ vai trò quan trọng hơn trong sự phát triển. ■

(Kỳ sau: Áp dụng khởi nghiệp và sáng tạo trong bối cảnh Việt Nam).