Nhận diện cơ hội khởi nghiệp – Góc nhìn từ trải nghiệm sống của nhà khởi nghiệp

Trương Minh Chương

***Tóm tắt*—Nhận diện cơ hội khởi nghiệp đã được tập trung nghiên cứu theo phương pháp định lượng trong các nền kinh tế phát triển, đã đạt được một số kết quả đáng kể. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chỉ cung cấp góc nhìn bên ngoài của hiện tượng trong khi việc nhận diện cơ hội khởi nghiệp là một quá trình diễn ra trong tư duy, và cần góc nhìn sâu từ bên trong nhà khởi nghiệp. Nghiên cứu này nhằm nhận diện các yếu tố ảnh hưởng đến nhận diện cơ hội khởi nghiệp của nhà khởi nghiệp trong nền kinh tế đang phát triển của Việt Nam theo phương pháp phân tích hiện tượng diễn dịch. Nghiên cứu đã nhận diện được một số yếu tố riêng biệt ảnh hưởng đến nhận diện cơ hội khởi nghiệp trong nền kinh tế đang phát triển và một số hàm ý quản lý đã được đề xuất.**

***Từ khóa*—nhà khởi nghiệp, nhận diện cơ hội khởi nghiệp**

1 GIỚI THIỆU

Nhận diện cơ hội khởi nghiệp là một chủ đề trong nghiên cứu quản lý được quan tâm phát triển trong những năm gần đây [1]. Nhận diện cơ hội khởi nghiệp – bao gồm cảm nhận và đánh giá cơ hội khởi nghiệp - là bước quan trọng khởi đầu cho việc khởi nghiệp. Nhận diện cơ hội khởi nghiệp bị ảnh hưởng bởi các đặc điểm cá nhân của nhà khởi nghiệp, môi trường kinh doanh. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu về nhận diện cơ hội khởi nghiệp chỉ dựa trên một góc nhìn như các đặc điểm tâm lý [2], tri thức, kinh nghiệm [3, 4] hay hành vi của nhà khởi nghiệp [5] đến khả năng phát giác cơ hội khởi nghiệp – một tiền tố của cảm nhận cơ hội khởi nghiệp. Điều này làm hạn chế kết quả nghiên cứu vì chưa khảo sát được ảnh hưởng của các đặc điểm của nhà khởi nghiệp, hoàn cảnh cá nhân, môi trường kinh doanh đến việc cảm nhận, đánh giá cơ hội và ra quyết định khởi nghiệp [6, 7].

Ngoài ra, các nghiên cứu trước được tiến hành ở các nền kinh tế phát triển với các đặc điểm như giáo dục đào tạo, trình độ quản lý, sự hỗ trợ của nhà nước… khác biệt nhiều so với các nền kinh tế đang phát triển [8]. Do đó, nghiên cứu về nhận diện cơ hội khởi nghiệp trong bối cảnh nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam là điều có ý nghĩa.

Nhận diện cơ hội khởi nghiệp là quá trình nhận thức diễn ra trong tư duy của nhà khởi nghiệp đối với cơ hội khởi nghiệp [1]. Vì vậy, phương pháp định lượng thống kê thường được dùng trong các nghiên cứu trước sẽ bị hạn chế vì không thể đi sâu vào trải nghiệm sống của chính nhà khởi nghiệp trong việc nhận diện cơ hội khởi nghiệp [9, 10]. Để có thể hiểu được hiện tượng này theo đúng những điều đã diễn ra trong tư duy của nhà khởi nghiệp, phương pháp phân tích hiện tượng diễn dịch (Interpretative Phenomenological Analysis - IPA) là một phương pháp thích hợp và được sử dụng nhiều trong thời gian gần đây [9-12].

Do đó, nghiên cứu này nhằm nhận diện ảnh hưởng của các đặc điểm, hoàn cảnh cá nhân, môi trường kinh doanh của nhà khởi nghiệp đến việc cảm nhận, đánh giá cơ hội và quyết định khởi nghiệp của nhà khởi nghiệp theo phương pháp IPA trong bối cảnh của nền kinh tế Việt Nam. Kết quả của nghiên cứu này sẽ đóng góp cho sự phát triển lý thuyết về nhận diện cơ hội khởi nghiệp trong nền kinh tế đang phát triển.

2 CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cơ sở lý thuyết và khung phân tích

Cơ hội khởi nghiệp là các tình huống mà trong đó sản phẩm, dịch vụ, các nguyên vật liệu và phương pháp tổ chức mới có thể được giới thiệu và được bán ở mức giá cao hơn so với chi phí sản xuất [13]. Theo Schumpeter, cơ hội khởi nghiệp không tồn tại sẵn trên thị trường, nhưng được tạo

Bài nhận ngày 07 tháng 11 năm 2016, hoàn chỉnh sửa chữa ngày 12 tháng 4 năm 2017.

Trương Minh Chương - Trường Đại học Bách khoa – ĐHQG-HCM (email: tmchuong@hcmut.edu.vn)

ra một cách chủ quan từ sự kết hợp mới của những tài nguyên sẵn có trên thị trường [14]. Theo Kirzner, cơ hội khởi nghiệp có sẵn trên thị trường, là khách quan và nhà khởi nghiệp là người có khả năng nhận diện được cơ hội này [15]. Các nghiên cứu gần đây đã cho rằng cả hai phép tiếp cận được xem là bổ túc cho nhau. Các tài nguyên được sử dụng không tối ưu hay sự thay đổi trong nhu cầu của khách hàng cần được cảm nhận và các kết hợp mới để sử dụng hiệu quả hơn các nguồn tài nguyên, đáp ứng các thay đổi của nhu cầu khách hàng cần được sáng tạo ra [16, 17].

Nhận diện cơ hội khởi nghiệp, đã được nghiên cứu nhiều và bao gồm hai giai đoạn: (1) Cảm nhận cơ hội khởi nghiệp, (2) đánh giá cơ hội khởi nghiệp và từ đó nhà khởi nghiệp quyết định khởi nghiệp [16, 18]. Nhà khởi nghiệp cảm nhận được cơ hội khởi nghiệp vì có khả năng phát giác cơ hội khởi nghiệp [19]. Phát giác cơ hội khởi nghiệp là khả năng để nhận ra mà không phải tìm kiếm các cơ hội đã bị bỏ qua, hay khả năng nhận ra giá tương lai của các sản phẩm chính xác hơn những người khác [19] và có ảnh hưởng tích cực đến sự cảm nhận cơ hội khởi nghiệp [20, 21].

Các nghiên cứu về nhận diện cơ hội khởi nghiệp thường dựa theo các mô hình nhân quả từ phát giác đến cảm nhận, đánh giá cơ hội và quyết định khởi nghiệp [16, 20, 21]. Các đặc điểm của nhà khởi nghiệp bao gồm đặc điểm tâm lý như nhu cầu thành đạt, tính linh hoạt, sự tự chủ…, các đặc điểm nhân khẩu như trình độ học vấn, kinh nghiệm làm việc, vốn xã hội thường được khảo sát trong các nghiên cứu theo hướng này [22]. Phần lớn các nghiên cứu này cho rằng các yếu tố nêu trên chỉ ảnh hưởng đến phát giác cơ hội khởi nghiệp [16, 20, 22, 23].

Tuy nhiên, theo [1] các đặc điểm này của nhà khởi nghiệp có ảnh hưởng đến việc cảm nhận, đánh giá cơ hội và quyết định khởi nghiệp. Ngoài ra, nền kinh tế đang phát triển với nhiều thay đổi sẽ tạo môi trường kinh doanh với nhiều bất định có ảnh hưởng đến hoàn cảnh cá nhân và việc nhận diện cơ hội khởi nghiệp [24] nhưng chưa được khảo sát. Do đó, nghiên cứu về ảnh hưởng của các đặc điểm tâm lý, nhân khẩu, hoàn cảnh cá nhân của nhà khởi nghiệp, môi trường kinh doanh đến cảm nhận, đánh giá cơ hội và quyết định khởi nghiệp là cần thiết.

Ảnh hưởng của ý định khởi nghiệp đến việc nhận diện cơ hội khởi nghiệp cũng được nghiên cứu nhưng theo hai chiều hướng khác nhau. Theo [21] ý định khởi nghiệp và tìm kiếm cơ hội khởi nghiệp là hai yếu tố đồng thời ảnh hưởng đến cảm nhận cơ hội khởi nghiệp, trong khi [23] cho rằng ý định khởi nghiệp là một yếu tố kiểm soát quan hệ giữa cảm nhận cơ hội và đánh giá cơ hội khởi nghiệp. Quan hệ giữa các khái niệm này cũng cần được làm rõ.

Do đó, nghiên cứu này sẽ đóng góp các điểm sau cho lý thuyết: (a) Nhận diện ảnh hưởng của các đặc điểm, hoàn cảnh cá nhân của nhà khởi nghiệp, môi trường đến việc cảm nhận, đánh giá cơ hội, quyết định khởi nghiệp. (b) Vai trò của ý định khởi nghiệp trong việc nhận diện cơ hội khởi nghiệp.

2.2 Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp IPA dựa trên sự phân tích trải nghiệm sống (lived experience) – các kinh nghiệm tức thời về hiện tượng hay tình huống đã trải nghiệm qua của nhà khởi nghiệp theo cách họ hiểu [25]. Ý nghĩa của mỗi hiện tượng đối với một người phụ thuộc vào cách thức người đó liên hệ hiện tượng này với các hiện tượng khác có liên quan. Thế giới của mỗi người là một mạng lưới của các hiện tượng, sự hiểu biết và các thực hành căn bản có liên quan chặt chẽ với nhau [10, 25]. Nhà nghiên cứu sẽ khám phá chi tiết trải nghiệm của người trả lời về hiện tượng khảo sát và tạo ý nghĩa (sense making) từ trải nghiệm đó của họ. Phương pháp nghiên cứu này đã được dùng để khảo sát phương cách nhà khởi nghiệp cảm nhận, hiểu và dấn thân vào các hoạt động khởi nghiệp [9], học tập để lãnh đạo [26], sự thất bại, thành công của doanh nghiệp [27].

Việc lấy mẫu theo phương pháp IPA là thuận tiện, có chủ đích và tập trung vào mẫu hàm chứa nhiều thông tin để phân tích [12]. Khung lấy mẫu là những nhà khởi nghiệp tại Thành phố Hồ Chí Minh. Những người trả lời được giới thiệu bởi Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và Câu lạc bộ Doanh nghiệp Khởi nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh. Người trả lời trong mẫu là nhà khởi nghiệp có trình độ đại học, khởi nghiệp trong vòng 3-5 năm qua, khởi nghiệp lần đầu sau khi trải nghiệm làm việc trong các ngành khác nhau, trên 30 tuổi để đảm bảo có sự chính chắn trong các quyết định cá nhân. Vì đây là phương pháp phỏng vấn trực tiếp tốn nhiều thời gian và phương pháp này không hướng đến tính tổng quát hóa của kết quả trên kích thước mẫu lớn [25] nên kích thước mẫu được dự kiến là 5-8 người trả lời.

Những người trả lời được phỏng vấn trực tiếp để kể lại trải nghiệm của họ một cách tự nhiên theo đúng những gì đã diễn ra trong tư duy của họ. Nhà nghiên cứu chỉ xây dựng một kế hoạch phỏng vấn với một vài câu hỏi gợi ý để dẫn dắt cuộc phỏng vấn. Cuộc phỏng vấn sẽ được ghi âm. Toàn

bộ chi tiết cuộc phỏng vấn sẽ được chuyển thành văn bản trên giấy, và được phân tích.

Việc phân tích dữ liệu được dựa trên phép tiếp cận phân tích chủ đề (thematic analysis approach) và được tiến hành thông qua các bước sau [25, 28]: (1) Đọc văn bản với tư duy mở để hạn chế các diễn dịch của nhà nghiên cứu và ghi lại ý nghĩa của những phát biểu đặc biệt trong văn bản này dưới dạng các ghi nhớ và đánh số thứ tự. Bước này được lặp lại nhiều lần để tăng khả năng nhận ra những ý nghĩa khác nhau của văn bản. Một nhà nghiên cứu khác được mời đọc văn bản và ghi lại các ghi nhớ một cách độc lập với tác giả để cùng so sánh, đối chiếu kết quả của các ghi nhớ. Điều này làm tăng tính khách quan của các ghi nhớ. (2) Các ghi nhớ được chuyển thành các chủ đề (theme) có ý nghĩa rộng hơn và có liên hệ nhiều hơn với lý thuyết nhưng vẫn sát với nội dung của phát biểu trong văn bản. (3) Các chủ đề sẽ được sắp xếp lại theo trình tự logic về mặt lý thuyết. Một số chủ đề có ý nghĩa tương tự nhau hay quá gần nhau sẽ được gom thành một chủ đề. Một số chủ đề là chủ đề con của một chủ đề khác sẽ được tích hợp lại để tạo cấu trúc liên hệ giữa các chủ đề. (4) Nhà nghiên cứu tạo ra một bảng các chủ đề cũng như các chỉ dấu của mỗi chủ đề đến các phát biểu tương ứng trong văn bản. Nhà nghiên cứu sẽ liên kết các chủ đề theo trình tự cấu trúc của câu chuyện được trình bày trong văn bản. Sự liên kết các chủ đề như vậy sẽ tạo sự hiểu biết những điều diễn ra trong tư duy của nhà khởi nghiệp. Để đảm bảo nhận diện được nhiều chủ đề từ những người trả lời khác nhau, các bước từ 1 đến 4 trong việc phân tích dữ liệu được thực hiện cho mỗi văn bản nhận được từ mỗi người… Điều này giúp nhà nghiên cứu có thể dừng ở người trả lời nào đó nếu sự phân tích dữ liệu cho thấy không nhận diện thêm được các chủ đề mới [29].

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Mô tả mẫu và cách thức thu thập dữ liệu

Nghiên cứu đã tiến hành phỏng vấn 6 người là các nhà khởi nghiệp trong đó có 2 nam, 4 nữ, tuổi từ 34 đến 50. Ba nam tốt nghiệp Đại học Kỹ thuật, một nam và một nữ tốt nghiệp Đại học Kinh tế, một nữ tốt nghiệp Đại học Ngữ văn. Sau khi tốt nghiệp đại học, 3 nam đã đi làm cho các công ty cổ phần có vốn nhà nước, 1 nam làm việc trong khu vực hành chính nhà nước, 1 nữ làm việc cho doanh nghiệp tư nhân, 1 nữ làm việc cho doanh nghiệp nhà nước. Một nữ tốt nghiệp Đại học ngành Ngữ văn có ước mơ khởi nghiệp khi còn đi học. Một nữ tốt nghiệp Đại học Kinh tế xuất thân từ gia đình có truyền thống kinh doanh. Các chủ đề nhận được đã trở nên bão hòa sau khi phân tích người trả lời thứ 6.

Mỗi cuộc phỏng vấn một người kéo dài 2 giờ tại doanh nghiệp của họ và được ghi âm. Tập tin ghi âm được chuyển thành tập tin văn bản. Mỗi tập tin có độ dài khoảng 17-20 trang giấy A4. Tổng cộng dữ liệu dạng văn bản dài 110 trang. Dữ liệu dạng văn bản được phân tích theo trình tự như trên.

3.2 Kết quả phân tích dữ liệu

Về các đặc điểm tâm lý nhân khẩu, các nhà khởi nghiệp có tâm lý thích sự tự do, sáng tạo, cải tiến, linh hoạt, muốn chủ động, tự quyết định như đã được nhận diện trong nhiều nghiên cứu trước: "(Mình) nghĩ rằng khi mà lập công ty thì mình mới có thể chủ động quyết định được những cái điều mà mình làm, những điều mà mình mơ ước".

Bên cạnh các đặc điểm nêu trên, các nhà khởi nghiệp có những đặc điểm tâm lý sau đây nhưng chưa được nhận diện trong các nghiên cứu trước đây:

Sự kiên trì, quyết tâm khởi nghiệp: "Kiến thức mình không có thì mình trao dồi, khách hàng không có thì mình đi tìm. Vốn không có thì mình đi vay mượn hoặc đi tìm người đầu tư, hùn. Còn kiến thức chuyên môn giờ mình không có thì mình học, trang bị thì nó cũng có thôi. Còn không có quyết tâm là thua".

Sự đam mê kinh doanh hay kỹ thuật là một trong những động lực thúc đẩy họ nhận thức cơ hội khởi nghiệp: "Em nghĩ rằng là nếu mà mình ước muốn như vậy mà nếu mình không làm (không khởi nghiệp) thì cuối cùng nó chỉ là ước mơ, mãi là ước mơ thôi". "Mình cứ tạo ra một môi trường riêng (doanh nghiệp riêng) mà mình có thể phát triển hết những kiến thức của mình, rồi những đam mê của mình". Họ khởi nghiệp vì sự đam mê hơn là kỳ vọng tăng thu nhập: "Cái niềm ước mơ nó có trước cái tài chính. Người khởi nghiệp bây giờ thì thường họ cơ bản là họ vì tài chính là chính… Nhưng vì cái điều đó mà nó giảm đi cái sự nhiệt huyết ở trong họ".

Sự dấn thân: Những nhà khởi nghiệp đều cho rằng khởi nghiệp là một quyết định quan trọng và nhà khởi nghiệp phải chấp nhận dấn thân, nỗ lực làm việc vì cá nhân mình, gia đình mình, nhân viên và gia đình của nhân viên: "Em phải suy nghĩ mấy năm trời. Thật sự là một quyết định lớn trong cuộc đời, nó làm cho em mất ăn mất ngủ vì hiện giờ mình có 1 vợ 1 con". "Mình khỏe để chi? Vì sau lưng mình rất là nhiều con người, kể cả khách hàng, kể cả nhân viên và gia đình nhân viên".

Những nhà khởi nghiệp tốt nghiệp ngành kinh tế, quản lý có sự tự tin vào năng lực cá nhân mình khi khởi nghiệp vì có một nền tảng tri thức kinh tế, quản lý: "Tất cả những kiến thức mà mình đã học trong nhà trường như vậy là có thể đủ để mình nuôi sống cái doanh nghiệp của mình rồi. Mình học quá nhiều thứ nào là quản trị, quản trị này, quản trị kia, quá trời thứ quản trị luôn. Thì mình tin tưởng là khi mà minh khởi nghiệp mình sẽ ok".

Những nhà khởi nghiệp tốt nghiệp ngành kỹ thuật không có sự tự tin này và gặp khó khăn khi quản lý doanh nghiệp khởi nghiệp: "Không biết mấy trường hợp khác thì sao chứ em khởi nghiệp thì dùng từ đúng hơn là liều mạng. Khởi nghiệp chưa biết gì. Có nhiều quyết định sai lầm lắm anh, mà quyết định sai lầm nhớ đời luôn".

Cơ hội khởi nghiệp có thể được cảm nhận theo hai phương cách khác nhau – chủ động tìm kiếm hay thông qua trải nghiệm làm việc. Khi có ý định khởi nghiệp, nhà khởi nghiệp sẽ chủ động tìm và cảm nhận cơ hội khởi nghiệp: "Khi mà học trong trường đại học (mình) đã xác định rằng… phải mở công ty. (Vì vậy) thời sinh viên (mình) cũng có đi làm nhiều, thường thì hay đi làm về phát quà khuyến mãi, hay đi làm bán hàng. Mình đi làm bất cứ cái gì mình cũng để ý, mình cũng xem là vì sao họ thành công, vì sao những sản phẩm này được đón nhận, được tiếp nhận như thế nào. Công việc ở ngoài mới giúp cho mình có được niềm đam mê về hình ảnh, về tạo ra những cái hình ảnh đẹp… Cái sự đam mê nó có từ khi đó… Mình phải khởi nghiệp từ những cái việc này, cái việc làm sao mà tạo cái hình ảnh đẹp cho khách hàng tạo những sản phẩm đẹp, những cái nhận diện phía ngoài đẹp".

Những nhà khởi nghiệp khác, chưa có ý định khởi nghiệp, nhưng đã trải nghiệm, tích lũy tri thức kinh nghiệm qua thực tiễn công việc và cảm nhận cơ hội khởi nghiệp: "Thời đó (học đại học) thì em chưa nghĩ nhiều đến việc khởi nghiệp… (Sau thời gian đi làm, nhận ra là) nếu mình cứ đi tiếp tục con đường xuất khẩu thô (sản phẩm) thì nó khó khăn lắm, nan giải. Em nghĩ là mình phải tăng các giá trị gia tăng của nó lên và bán là bán cái thành phẩm, không bán thô".

Những nhà khởi nghiệp đều có chung đặc điểm là họ cảm nhận cơ hội khởi nghiệp trong ngành công nghiệp họ có sự đam mê hay trải nghiệm làm việc: "Lúc đầu em làm trong ngành vận chuyển, vận tải quốc tế nên khi mà em ra (khởi nghiệp) thì em cũng làm trong ngành đó. Tại vì mình cũng chỉ có kinh nghiệm trong ngành đó mà thôi chứ mình đâu có kinh nghiệm trong ngành khác đâu". Sự trải nghiệm làm việc cũng tạo sự đam mê cho nhà khởi nghiệp "Sau một quá trình nghiên cứu, tìm hiểu về sản phẩm và làm trong ngành thì em muốn khởi nghiệp để mình có thể làm cái dòng sản phẩm thật sự là nguyên chất để cho người ta thấy được giá trị của sản phẩm nguyên chất như thế nào".

Việc đánh giá cơ hội khởi nghiệp có khác nhau tùy theo ngành được đào tạo của nhà khởi nghiệp. Nhà khởi nghiệp tốt nghiệp đại học từ các ngành kinh tế, quản lý rất quan tâm đến điều này và đã dùng tri thức chuyên môn của mình, các mối quan hệ xã hội (vốn xã hội) để thực hiện đánh giá cơ hội khởi nghiệp trước khi khởi nghiệp: "Cái gì nó cũng bắt đầu theo sản phẩm mình cung cấp thì coi thị trường có khả thi hay không… mình sẽ search những mối quan hệ của mình để xem xem sản phẩm đó dưới góc của người ta thì người ta sẽ nhìn như thế nào… có khả thi hay không".

Nhà khởi nghiệp tốt nghiệp ngành kỹ thuật không chú ý đến điều này. Họ cho rằng việc nắm vững kỹ thuật để làm ra được sản phẩm là quan trọng nhất và đủ để khởi nghiệp: "(Khi khởi nghiệp) Em mò mẫm lập một phòng thí nghiệm để em có sản phẩm thôi, chứ lúc đó cũng chưa dự tính là làm sản phẩm để bán cho ai, bán giá như thế nào, chưa định hình được thị trường trước khi mà mình làm".

Những nhà khởi nghiệp đều cho rằng cơ hội khởi nghiệp phải phù hợp với nguồn lực (tài chính và năng lực cá nhân) của chính mình và không nên quá tham vọng: **"**Mình đi từng bước một, rất chắc, rất chậm, rất vững. Và mỗi một bước tiến như vậy mình phải cân nhắc là khả năng của mình có thể chịu nổi hay không. Mình bắt cơ hội đó được rồi, có khả thi luôn rồi, nhưng mà sức của mình có chịu nổi cái đó hay không".

Nhà khởi nghiệp mong muốn khởi nghiệp để thay đổi môi trường làm việc do môi trường họ đang làm việc lúc đó không thỏa mãn tâm lý cá nhân của họ: "Công việc mình làm đơn giản mà con người, môi trường áp lực xung quanh mình có vẻ nó lớn quá, mình không thể nào thể hiện hết khả năng của mình được… (khi khởi nghiệp) chắc có lẽ mình sẽ cải thiện được thu nhập của mình và có môi trường nào đó để mình cảm thấy thoải mái hơn, hoặc là tự quyết hơn, rồi cũng có thể là không phải đối mặt với áp lực của con người nhiều quá".

Quyết định khởi nghiệp cũng phụ thuộc hoàn cá nhân của nhà khởi nghiệp: "Khi lập gia đình thì việc đi làm cũng khó khăn, con cái còn nhỏ cũng khó khăn thế là ngồi lại và định hình rằng bây giờ

là thời điểm mình phải thực hiện ước mơ (khởi nghiệp) của mình".

Quyết định khởi nghiệp cũng phụ thuộc vào tinh thần trách nhiệm đối với cộng đồng. Một nhà khởi nghiệp đã có ước muốn chia sẻ tri thức kinh nghiệm với mọi người về chất lượng một sản phẩm và nâng giá trị sản phẩm này trên thị trường quốc tế: "Em muốn khi mà đi ra ngoài thì em mới có điều kiện để chia sẻ với mọi người nhiều hơn cái việc mà mình đánh giá chất lượng sản phẩm này như thế nào… và chia sẻ cái niềm đam mê đó". "Em thấy là Việt Nam mình hiện giờ là xuất khẩu sản phẩm này hầu như là xuất thô là chính. Em nghĩ mình khi xuất thô như vậy rất dễ bị ép giá, và rất là bị động trong quá trình trồng. Đặc biệt là nông dân, dầm mưa, dãi nắng rất là cực khổ, đến mùa lũ lại bị giảm giá. Em nghĩ là sẽ mong muốn làm một sản phẩm gì đó mình phải trả cho người nông dân cao lên, nó an toàn hơn, nó sạch hơn để nó tốt cho người tiêu dùng".

3.3 Thảo luận

Kết quả của sự phân tích các trải nghiệm thực của chính nhà khởi nghiệp đối với việc nhận diện cơ hội khởi nghiệp đã cho thấy:

Về đặc điểm tâm lý học, ngoài các đặc điểm tâm lý học chung của các nhà khởi nghiệp như thích sự tự do, sáng tạo, linh hoạt, muốn chủ động, tự quyết định… các nhà khởi nghiệp có sự kiên trì, quyết tâm để khởi nghiệp. Điều này là do môi trường kinh doanh của Việt Nam đang phát triển nên có nhiều sự thay đổi, thử thách đối với nhà khởi nghiệp. Các doanh nghiệp khởi nghiệp thuộc doanh nghiệp nhỏ và vừa nên sẽ chịu nhiều thử thách và khó khăn. Nhà khởi nghiệp có sự đam mê kỹ thuật, kinh doanh vì khi nền kinh tế Việt Nam đang phát triển với nhu cầu cao về sản phẩm mới và có nhiều công nghệ mới nên người có sự đam mê kỹ thuật, kinh doanh sẽ có nhiều khả năng để kết nối công nghệ và nhu cầu thị trường để tạo cơ hội khởi nghiệp. Sự đam mê đó cao hơn cả kỳ vọng tài chính và là động lực chính cho sự khởi nghiệp. Họ cũng nghĩ đến trách nhiệm đối với cộng đồng, nhân viên, gia đình của nhân viên, khách hàng khi khởi nghiệp. Điều này thể hiện đạo đức và trách nhiệm xã hội của nhà khởi nghiệp xuất phát từ truyền thống đạo đức của người Việt Nam đối với xã hội, đất nước. Tuy nhiên, sự tự tin khi khởi nghiệp có khác nhau giữa nhà khởi nghiệp tốt nghiệp từ các ngành khác nhau. Điều này là do nhà khởi nghiệp tốt nghiệp từ ngành kinh tế sẽ được trang bị tri thức kinh nghiệm về kinh tế quản lý nên có sự tự tin trong việc quản lý doanh nghiệp khởi nghiệp. Ngược lại, nhà quản tốt nghiệp từ ngành kỹ thuật lại không được trang bị tri thức, kinh nghiệm về kinh tế quản lý nên không có được sự tự tin như thế. Việc thiếu tri thức kinh tế, quản lý của nhà khởi nghiệp tốt nghiệp ngành kỹ thuật là do phần lớn các trường kỹ thuật của Việt Nam chưa trang bị tri thức kinh tế quản lý tổng quát, đặc biệt là tri thức khởi nghiệp cho học viên. Đây là một hạn chế của các nền kinh tế đang phát triển.

Những kết quả trên cho thấy trong bối cảnh của nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam, nhà khởi nghiệp, ngoài các đặc điểm chung đã được nhận ra trong các nghiên cứu trước, cần có những đặc điểm rất khác biệt như sự kiên trì, quyết tâm, dấn thân, sự đam mê kinh doanh, kỹ thuật và có trách nhiệm với cộng đồng, xã hội.

Kết quả phân tích bên trên cũng cho thấy ý định khởi nghiệp là một tiền tố trực tiếp của tìm kiếm cơ hội khởi nghiệp và từ đó gián tiếp ảnh hưởng đến trải nghiệm làm việc, cảm nhận cơ hội. Khi nhà khởi nghiệp chưa có ý định khởi nghiệp, việc trải nghiệm làm việc cũng làm tăng cảm nhận cơ hội khởi nghiệp. Do đó, trải nghiệm thực tiễn làm việc là một yếu tố tạo cảm nhận cơ hội khởi nghiệp. Ý định khởi nghiệp và tìm kiếm cơ hội khởi nghiệp không phải là hai yếu tố đồng thời tác động đến cảm nhận cơ hội khởi nghiệp như [21] và cũng không phải là yếu tố kiểm soát quan hệ giữa cảm nhận và đánh giá cơ hội khởi nghiệp như [23].

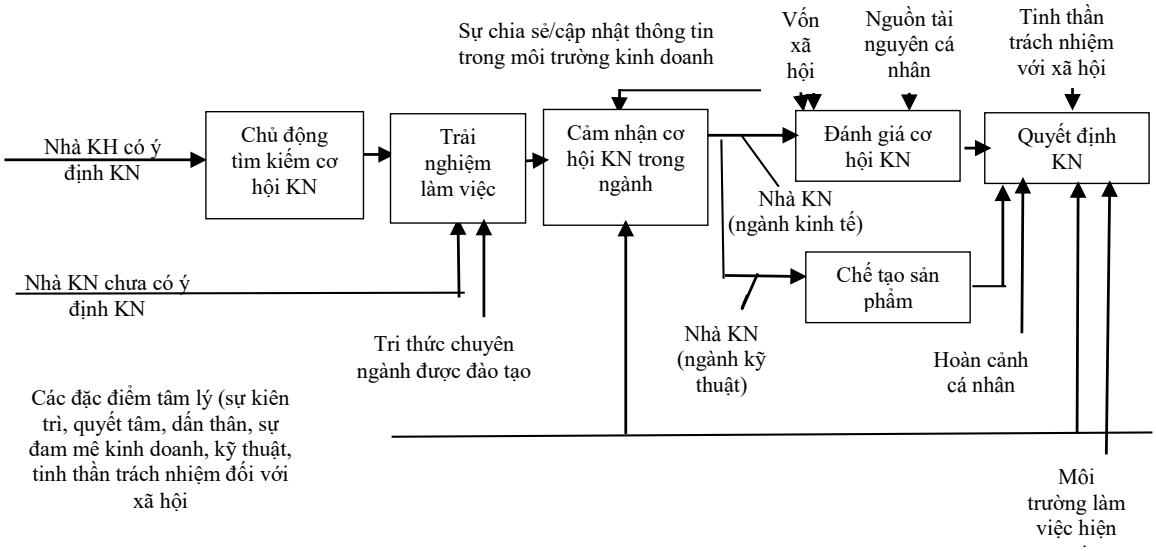
Nhà khởi nghiệp dựa trên tri thức kinh nghiệp tích lũy từ trải nghiệm làm việc trong một ngành công nghiệp và cảm nhận cơ hội khởi nghiệp ngay trong ngành này. Nguyên nhân của điều này là do trong nền kinh tế đang phát triển, sự thay đổi nhanh của môi trường kinh doanh thông tin không được cập nhật, chia sẻ đầy đủ [30], nhà khởi nghiệp khó có thể cập nhật thông tin trong các ngành khác. Do đó, việc khởi nghiệp trong các ngành khác sẽ có nhiều bất định rủi ro. Điều này cho thấy trong nền kinh tế đang phát triển sự lựa chọn ngành công nghiệp để khởi nghiệp của nhà khởi nghiệp có phần hạn chế. Ngoài ra, với tâm lý đam mê kinh doanh, kỹ thuật, việc trải nghiệm làm việc trong ngành cũng tạo cho nhà khởi nghiệp sự đam mê kinh doanh kỹ thuật của chính ngành đó và khởi nghiệp trong ngành đó.

Việc thực hiện hay không thực hiện đánh giá cơ hội khởi nghiệp phụ thuộc nền tảng tri thức được đào tạo ở bậc đại học của nhà khởi nghiệp. Nhà khởi nghiệp tốt nghiệp ngành kinh tế sẽ đánh giá cơ hội khởi nghiệp. Vốn xã hội là một yếu tố chính, bên cạnh tri thức kinh nghiệm cá nhân, được dùng để đánh giá cơ hội này. Nhà khởi

nghiệp tốt nghiệp ngành kỹ thuật thường không thực hiện đánh giá cơ hội khởi nghiệp mà chỉ tập trung vào tạo sản phẩm mới từ tri thức kỹ thuật của mình. Sự khác biệt này giữa hai nhóm nhà khởi nghiệp cũng được giải thích tương tự như sự khác biệt về niềm tin khi khởi nghiệp đã trình bày bên trên. Ngoài ra, do nguồn tài nguyên giới hạn và sự hỗ trợ vốn từ nhà nước cũng hạn chế - một đặc điểm của nền kinh tế đang phát triển - nhà khởi nghiệp luôn đánh giá cơ hội khởi nghiệp dựa trên nguồn tài nguyên cá nhân của mình khi khởi nghiệp.

Kết quả phân tích bên trên cũng cho thấy các nhà khởi nghiệp nhấn mạnh nhiều đến môi trường làm việc không thỏa mãn tâm lý cá nhân hay hoàn cảnh cá nhân không thuận lợi là động lực chính thúc đẩy họ khởi nghiệp, hơn là kết quả đánh giá cơ hội khởi nghiệp. Ngoài ra, trách nhiệm xã hội cũng là một yếu tố ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp. Các kết quả này cho thấy môi trường làm việc, các đặc điểm tâm lý cá nhân, hoàn cảnh cá nhân và trách nhiệm xã hội là những yếu tố có ảnh hưởng đến quyết định khởi nghiệp.

Các kết quả trên đây được trình bày tóm tắt trong Hình 1.



Ghi chú: KN là khởi nghiệp

Hình 1. Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình nhận diện cơ hội khởi nghiệp

4 KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

4.1 Kết luận

Các kết quả nghiên cứu cho thấy nhận diện cơ hội khởi nghiệp là một hiện tượng phức tạp. Ngoài các yếu tố đã được nhận diện trong các nghiên cứu trước, nghiên cứu này đã nhận diện được một số yếu tố khác như sự đam mê kỹ thuật, kinh doanh, sự kiên trì, quyết tâm, ý định khởi nghiệp có ảnh hưởng đến việc tìm kiếm cơ hội khởi nghiệp, nhưng trải nghiệm làm việc là một yếu tố chính ảnh hưởng đến cảm nhận cơ hội khởi nghiệp. Nhà khởi nghiệp cảm nhận cơ hội khởi nghiệp trong ngành mình đã trải nghiệm làm việc. Việc đánh giá cơ hội đó tùy thuộc tri thức chuyên ngành được đào tạo là kinh tế, quản lý hay kỹ thuật. Vì nguồn tài nguyên hạn chế, họ chọn lựa cơ hội khởi nghiệp phù hợp với nguồn tài nguyên hiện có. Quyết định khởi nghiệp phụ thuộc nhiều vào môi trường làm việc, các đặc điểm, hoàn cảnh cá nhân của nhà khởi nghiệp. Trách nhiệm xã hội cũng là một yếu tố thúc đẩy khởi nghiệp.

4.2 Kiến nghị

Để có thể khởi nghiệp thành công, nhà khởi nghiệp tiềm năng cần xây dựng cho mình sự đam mê kỹ thuật, kinh doanh, nâng cao tri thức kinh nghiệm quản lý, trải nghiệm làm việc trong những ngành mình có sự hứng thú để tích lũy tri thức, kinh nghiệm về môi trường, khách hàng và có thể cảm nhận cơ hội khởi nghiệp. Đối với người chưa có ước vọng khởi nghiệp, việc xây dựng các điều trên cũng là cần thiết để có thể khởi nghiệp sau khi trải nghiệm làm việc và cảm nhận cơ hội khởi nghiệp. Việc đào tạo khởi nghiệp, căn bản quản lý doanh nghiệp cho sinh viên các ngành kỹ thuật là một điều cần thiết. Sự chia sẻ thông tin tri thức đầy đủ trong môi trường kinh doanh sẽ giúp nhà khởi nghiệp tiềm năng có thể nhận thức cơ hội khởi nghiệp trong các ngành khác nhau.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] S. Shane and S. Venkataraman, "The promise of entrepreneurship as a field of research," *Academy of Management Review,* vol. 25, pp. 217-226, 2000.

[2] H. Zhao, S. E. Seibert, and G. T. Lumpkin, "The relationship of personality to entrepreneurial intentions and performance: A meta-analytic review," *Journal of Management,* vol. 36, pp. 381 - 404, 2010.

[3] R. A. Baron, "The cognitive perspective: A valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions," *Journal of Business Venturing,* vol. 19, pp. 221 - 239, 2004.

[4] S. Shane, "Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities," *Organization Science,* vol. 11, pp. 448-469, 2000.

[5] R. A. Baron, "Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: Entrepreneurs as the active element in new venture creation," *Strategic Entrepreneurship Journal* vol. 2007, pp. 167 - 182, 2007.

[6] W. B. Gartner, "Variations in entrepreneurship," *Small Business Economics,* vol. 31, pp. 351 - 361, 2008.

[7] J. C. Short, D. J. Ketchen, C. L. Shook, and R. D. Ireland, "The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges," *Journal of Management,* vol. 36, pp. 40 - 65, 2010.

[8] C. Marcotte, "Entrepreneurship and innovation in emerging economies," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research,* vol. 20, pp. 42 - 65, 2014.

[9] C. L. Bann, "An innovative view of the entrepreneur through exploration of the "lived experience" of the entrepreneur in startup of the business," *Journal of Businesss & Economic Studies,* vol. 15, pp. 62 - 82, 2009.

[10] R. Berglund, "Between cognition and discurse: Phenomenology and the study of entrepreneurship," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research,* vol. 21, pp. 472 - 488, 2013.

[11] D. Hjorth and Johannission, "Building a new road for entrepreneurship research to travel by: On the work of William B. Gartner," *Small Business Economics,* vol. 2008, pp. 341-350, 2008.

[12] H. Neergaard and J. P. Ulhoi, *Handbook of qualitative research methods in entrepreneruship*. UK: Edward Elgar Publishing, Inc. , 2007.

[13] M. Casson, *The entrepreneur*: Barnes & Noble Books, 1982.

[14] J. A. Schumpeter, *The theory of economic development*: Cambrigde, MA: Harvard University Press, 1934.

[15] I. Kirzner, "How markets work: Disequilibrium, entrepreneurship and discovery," *Coronet Book Incorporated* vol. 133, 1997.

[16] A. Ardichvili, R. Cardozo, and S. Ray, "A theory of entrepreneurial opportunity identification and development," *Journal of Business Venturing*, vol. 18, pp. 105 - 123, 2003.

[17] S. Venkataraman, "The distinctive domain of entrepreneurship research," *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth,* vol. 13, pp. 119 - 138, 1997.

[18] P. Davidsson, "Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re conceptualization," *Journal of Business Venturing,* vol. 30, pp. 674 - 695, 2015.

[19] I. M. Kirzner, "The alert and creative entrepreneur: A clarification," *Small Business Economics,* vol. 32, pp. 145 - 152, 2009.

[20] J. Tang, K. M. Kacmar, and L. Busenitz, "Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities," *Journal of Business Venturing,* vol. 27, pp. 77-94, 2012.

[21] D. Valliere, "Towards a schematic theory of entrepreneurial alertness," *Journal of Business Venturing,* vol. 28, pp. 430 - 442, 2013.

[22] N. M. Georgre, V. Parida, L. T., and J. Wincent, "A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: Insights on influencing factors," *International Entrepreneurship Management Journal* vol. 12, pp. 309-350, 2014.

[23] B. Brockman, "Entreprneurial alertness in opportunity identification and opportunity development," *Journal of Business & Entrepreneurship*, vol. 26, pp. 27-44, 2014.

[24] R. Garud, J. Gehman, and A. P. Giuliani, "Contextualizing entrepreneurial innovation: A narrative perspective," *Research Policy,* vol. 43, pp. 1177-1188, 2014.

[25] D. Langdridge, Phenomenological psychology: Theory, research and methods: Pearson Eduction Limited 2007.

[26] S. Kempster and J. Cope, "Learning to lead in the entrepreneurial context," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research,* vol. 16, pp. 5 - 34, 2009.

[27] R. Tasnim and S. Yahya, ""I believe..." The normative committment of the successful entrepreneurs," *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability,* vol. 11, pp. 188 - 217, 2013.

[28] R. Hycner, "Some guidelines for the phenomenological analysis of interview data," *Human Studies,* vol. 8, pp. 279-303, 1985.

[29] R. K. Yin, "Case study research Design and Methods," *SAGE Publications*., 1994.

[30] C. Marcotte, "Entrepreneurship and innovation in emerging economies," *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research,* vol. 20, pp. 42-65, 2014.

Trương Minh Chương tốt nghiệp Kỹ sư Hóa học và Thực phẩm từ Trường Đại học Bách khoa, TP. Hồ Chí Minh năm 1986. Ông đã tham gia giảng day tại Khoa Kỹ thuật Hóa học và Thực phẩm các môn học như hoạch định thực nghiệm, tổng hợp hữu cơ và dầu khí. Ông đã tập trung phần lớn thời gian cho việc viết các chương trình máy tính để hoạch định thực nghiệm, tối ưu hóa các quá trình hóa học và thiết kế cột chưng cất đa cấu tử. Với ước muốn tìm hiểu thực tiễn công nghiệp để bổ túc kiến thức lý thuyết, ông đã rời công tác giảng dạy tại Khoa Hóa vào năm 1993, và tham gia công tác quản lý cho các công ty trong và ngoài nước. Quá trình công tác này đã dẫn dắt ông đến với ngành Quản lý Công nghiệp và ông đã hoàn thành luận văn Thạc sĩ Quản lý Công nghiệp tại Đại học RMIT (Melbourne) vào năm 2000. Năm 2005, ông đã quay trở về với công tác giảng dạy tại Khoa Quản lý Công nghiệp Trường Đại học Bách khoa, ĐHQG-HCM để có dịp tiếp tục học tập và nghiên cứu về quản lý cũng như chia sẻ kinh nghiệm với các sinh viên.

Entrepreneurial opportunity identification – a view from lived experience of entrepreneurs

Truong Minh Chuong
Ho Chi Minh City University of Technology

***Abstract*—Studies in entrepreneurial opportunity identification have been focused and performed in statistical methods in developed economies, achieving some good results. However, the studies provides just outside view of this phenomenon while opportunity identification is a thinking process happening inside the entrepreneur. This study aims at identification of factors impacting opportunity identification of entrepreneurs in developing economy of Vietnam with the use of interpretative phenomena analysis. The study has identified some specific factors affecting this identification and some managerial implications are proposed.**

***Index Terms*—entrepreneur, entrepreneurial opportunity identification.**