

Khởi sự kinh doanh: Các mô hình lý thuyết và định hướng nghiên cứu tương lai

Ths. Nguyễn Thu Thủy, GS.TS. Nguyễn Thành Độ

Đại học Kinh tế Quốc dân

Khởi sự kinh doanh là lĩnh vực nghiên cứu thu hút sự quan tâm đặc biệt của giới học thuật thời gian gần đây vì khởi sự doanh nghiệp mới là nhân tố chính trong công cuộc xây dựng nền kinh tế năng động và bền vững. Khởi sự kinh doanh là động lực cho phát triển kinh tế. Khởi sự kinh doanh là lĩnh vực nghiên cứu rộng lớn, trong phạm vi bài viết, xin tổng hợp một số lý thuyết được chấp nhận phổ biến trong các nghiên cứu về nhân tố dẫn tới quyết định khởi sự kinh doanh của cá nhân và gợi ý một số hướng nghiên cứu mới trong lĩnh vực này.

Từ khóa: Khởi sự kinh doanh, mô hình lý thuyết khởi sự kinh doanh

1. Khởi sự kinh doanh

Khởi sự kinh doanh (entrepreneurship) đề cập việc mở một doanh nghiệp mới (start a new business - Krueger & Brazeal, 1994; Zhao 2005), hoặc sở hữu một doanh nghiệp (to own a business - Crant, 1996) hay tự làm chủ (self-employment - Kolvereid, 1996). 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 (Nguyễn Thị Như Ý, 2007). Làm thuê được hiểu là cá nhân sẽ làm việc cho một tổ chức. Như vậy, khởi sự được hiểu theo nghĩa trái với ý định đi làm thuê, là tự làm chủ, tự mở doanh nghiệp.

Khởi sự kinh doanh qua việc tạo lập các doanh nghiệp mới là động lực cho phát triển kinh tế. Một nền kinh tế phát triển được là nhờ sự phát triển về cả số lượng và chất lượng của các doanh nghiệp. Các nghiên cứu trên thế giới chỉ ra rằng có mối quan hệ chặt chẽ giữa việc khởi sự kinh doanh với phát triển kinh tế vùng và địa phương (Malecki, 1997), Reynolds (1994). Những nơi có tỷ lệ thành lập doanh nghiệp cao thường có tốc độ phát triển kinh tế cao. Các doanh nghiệp mới thành lập ngoài việc đóng góp vào GDP của nền kinh tế còn tạo ra nhiều việc làm cho xã hội, và làm giàu cho bản thân chủ doanh nghiệp. Chính vì lẽ đó, Chính phủ các nước phát triển cũng như đang phát triển đều dành nhiều chính sách hỗ trợ và nỗ lực để thúc đẩy việc khởi sự kinh doanh trong giới trẻ, đặc biệt trong giới sinh viên khuyến khích họ không đi làm thuê mà hãy tự tạo việc làm, gia tăng số lượng doanh nghiệp cho phát triển kinh tế.

Trong giới nghiên cứu, lĩnh vực nghiên cứu về

khởi sự kinh doanh là đề tài đang nổi trong thập kỷ vừa qua với số lượng bài viết ngày càng gia tăng. Các nghiên cứu về khởi sự doanh nghiệp rất đa dạng có thể chia thành 4 lĩnh vực khác nhau: (a) nghiên cứu về quá trình phát hiện khai thác cơ hội kinh doanh, (b) nghiên cứu về đặc điểm cá nhân và nhóm, quá trình hình thành vốn tri thức và vốn con người cho khởi sự, (c) lĩnh vực nghiên cứu về các phương thức khởi sự và (d) lĩnh vực nghiên cứu về các nhân tố văn hóa, thể chế và môi trường tạo thuận lợi và cản trở khởi sự (Lowell, 2003). Trong số đó, một lĩnh vực được các học giả đặc biệt quan tâm là nghiên cứu về lý do, nhân tố tác động tới và dẫn đến quyết định của một cá nhân khởi sự doanh nghiệp mới. Đây là lĩnh vực nghiên cứu rất có ý nghĩa thực tiễn cho các nhà hoạch định chính sách, các nhà quản lý giáo dục khi mà nhu cầu tìm hiểu nguyên nhân, cơ chế dẫn tới việc khởi sự kinh doanh để từ đó có các giải pháp chính sách tác động phù hợp để phát triển hệ thống doanh nghiệp cho phát triển kinh tế là yêu cầu của nhiều quốc gia trên thế giới. Xin tổng hợp một số cách tiếp cận trong các nghiên cứu điển hình của lĩnh vực nghiên cứu này.

2. Các trường phái lý thuyết

Các nghiên cứu giải thích quyết định khởi sự doanh nghiệp có thể chia thành 3 trường phái chính. Những nghiên cứu trước năm 1980 về chủ yếu tập trung vào nghiên cứu các đặc điểm cá nhân điển hình của người khởi sự. Một trường phái khác thì tập trung vào sự khác biệt về đặc điểm nhân khẩu học như giới tính, độ tuổi, văn hóa, dân tộc,... Sau này nghiên cứu dự định khởi sự theo mô hình hành vi có kế hoạch lại là cách tiếp cận được nhiều

Bảng 1: Tổ chất của doanh nhân

Đặc tính	Các nghiên cứu của các tác giả
Nhu cầu thành tựu (Need for achievement)	Begley - Boyd, 1987; Henry và cộng sự, 2003; McClelland, 1961
Nhu cầu quyền lực (Need for power)	Hatch - Zweig, 2000; McClelland, 1961
Nhu cầu liên minh (need of affiliation)	McClelland, 1961; Wainer và Rubin, 1969
Kiểm soát bản thân (Internal locus of control)	Begley và Boyd, 1987; Bird, 1988; Brockhaus, 1975; Chen và cộng sự, 1998; Cromie, 2000; Cromie và Johns, 1982; Sexton - Bowman, 1985; O'Gorman và Cunningham, 1997; Rotter, 1966. Davidsson, 1995; Kets de Vries, 1996; Kirby, 2003; Lawrence - Hamilton, 1997; và Gelderen - Jansen, 2006
Chấp nhận không chắc chắn (Tolerance of ambiguity, Uncertainty)	Busenitz, 1996; Douglas và Shepherd, 2000; Gaglio và Katz, 2001; Hornaday - Bunker, 1970; Kirzner, 1979; Knight, 1921; MacDonald, 1970; McMullen- Shepherd, 2006; Mitton, 1989; Schumpeter, 1934; Sexton- Bowman, 1985
Chấp nhận rủi ro (Risk-taking propensity)	Begley-Boyd, 1987; Brice, 2002; Brockhaus, 1980; Drucker, 1985; Kets de Vries, 1996; Palich - Bagby, 1995; Shaver - Scott, 1992; Simon và cộng sự, 2000; Stewart and Roth, 2001

Nguồn: Tổng hợp của tác giả

nghiên cứu khai thác.

2.1. Các nghiên cứu về đặc tính cá nhân (personal traits)

Trường phái nghiên cứu này sử dụng đặc tính của cá nhân để giải thích hành vi khởi sự kinh doanh. Các cá nhân có đặc tính khác nhau thì sẽ có ham muốn khởi sự khác nhau (McClelland 1965, Begley and Boyd 1987). Các nghiên cứu theo quan điểm này cho rằng chỉ những người có tố chất và tính cách doanh nhân thì mới có thể trở thành doanh nhân được và đi tìm kiếm dạng đặc điểm tính cách của doanh nhân để phân biệt doanh nhân với nhóm người khác. Điển hình là nghiên cứu về 5 tố chất doanh nhân - "big five traits", nghiên cứu McClelland... Bảng 1 tổng kết 6 đặc tính cá nhân thường được các nghiên cứu theo trường phái này đề cập tới.

Tuy nhiên, sau một thập kỷ nở rộ các nghiên cứu về đặc tính cá nhân của doanh nhân, trường phái này bộc lộ một số nhược điểm. Mỗi nghiên cứu của một tác giả mới lại đưa ra thêm bằng chứng về một tính cách mới khác biệt với các nghiên cứu trước, các nghiên cứu khác nhau đưa ra quá nhiều bằng chứng thực nghiệm về đặc điểm tính cách cá nhân của doanh nhân dẫn tới việc có quá nhiều tính cách cá nhân có thể làm đặc trưng cho doanh nhân, các nghiên cứu không đạt được thống nhất về đặc tính đặc trưng điển hình của doanh nhân. Hơn thế, các nghiên cứu theo dạng này đều có độ giải thích thấp, tố chất chỉ có thể giải thích 10% hành vi khởi sự doanh nghiệp (Ajzen, 1997).

2.2. Các nghiên cứu về đặc điểm nhân khẩu

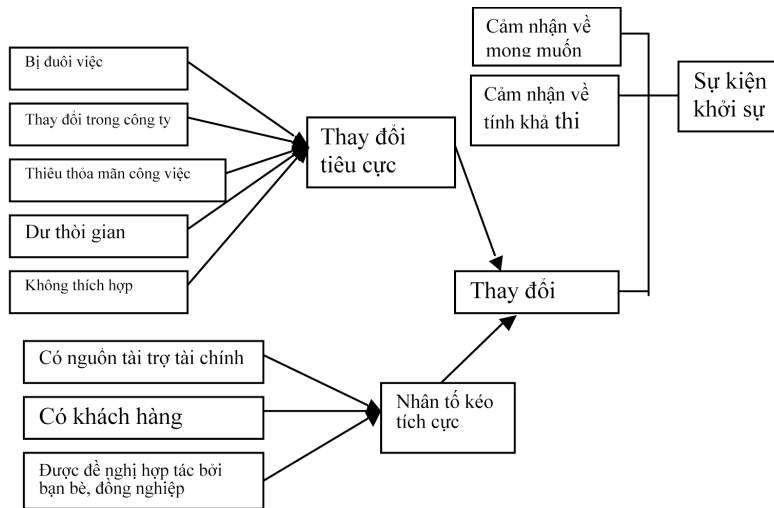
Các nghiên cứu loại này dùng đặc điểm nhân khẩu học của các cá nhân để giải thích tại sao cá nhân lại có xu hướng mở công ty mà người khác thì không. Các đặc điểm thường được nghiên cứu gồm: giới tính, độ tuổi, xuất thân gia đình, dân tộc, tiêu sử bản thân,... Ví dụ, gia đình có truyền thống kinh doanh, bản thân có kinh nghiệm kinh doanh thì cá nhân đó sẽ có xu hướng quan tâm và thích mở doanh nghiệp. Tuổi thơ khó khăn (ốm đau, nghèo khó, cha mẹ ly dị) làm cho cá nhân đó từng trải hơn và như vậy tăng khả năng đối phó với rủi ro, không chắc chắn can khởi sự kinh doanh và thường thích khởi sự (Scherer, Adam 1989).

Tuy nhiên, các nghiên cứu về đặc tính và đặc điểm cá nhân bị phê phán vì độ giải thích thấp. Bởi vì ngoài đặc điểm cá nhân, các cá nhân bị tác động lớn bởi nhân tố môi trường, hoàn cảnh, nhân tố bối cảnh có tác động chi phối nhiều hơn tới quyết định khởi sự. Đó là lý do nhà nghiên cứu quan tâm tới việc lý giải hành vi khởi sự bằng dự định. Các mô hình dự định tạo ra một khuôn khổ cho phép kết hợp phân tích các nhân tố quan trọng cho việc khởi sự kinh doanh gồm: quan niệm cá nhân, hành vi cá nhân, môi trường và nguồn lực.

2.3. Các nghiên cứu về dự định khởi sự

Xuất phát từ các lý thuyết về nhận thức xã hội (social cognitive theory) và lý thuyết về hành vi hợp lý, các học giả cho rằng trước khi đi đến thực hiện một hành vi, thì con người sẽ có dự định về hành vi đó. Trong nghiên cứu về tâm lý học hành vi, thì dự định là chỉ báo chính xác nhất các hành vi có kế hoạch (planned behavior) đặc biệt khi những hành

Hình 1: Mô hình sự kiện khởi sự Shapero và Sokol



vi đó khó quan sát, diễn ra trong khoảng thời gian không dự kiến trước. Khởi sự kinh doanh là một loại hành vi có kế hoạch (Bird 1988, Krueger 2000). Do vậy, dự định khởi sự kinh doanh có khả năng dự báo chính xác các hành vi khởi sự trong tương lai (Ajzen 1991; Kim và Hunter 1993). Nghiên cứu về dự định khởi sự có thể phản ánh được hành vi khởi sự. Để giải thích về quá trình khởi sự kinh doanh, các nhà nghiên cứu theo trường phái dự định đã xây dựng và kiểm chứng nhiều mô hình dự định khởi sự. Điển hình là mô hình sự kiện khởi sự (Shapero, 1982), mô hình lý thuyết hành vi có kế hoạch (Ajzen, 1991), mô hình định hướng thái độ (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991), mô hình dự định cơ bản (Krueger & Carsrud, 1993), mô hình khởi sự tiềm năng (Krueger & Brazeal, 1994), mô hình Davidsson (1995)....

2.3.1. Mô hình sự kiện khởi sự của Shapero (The entrepreneurial event- SEE)

Shapero và Sokol (1982) cho rằng việc khởi sự một doanh nghiệp mới là một sự kiện bị tác động bởi những thay đổi trong đời sống của con người. Theo nghiên cứu này, quyết định một cá nhân khi lựa chọn để thành lập một doanh nghiệp mới phụ thuộc vào: những thay đổi quan trọng trong cuộc sống (displacement) của cá nhân đó và thái độ của cá nhân đó đối với việc khởi sự thể hiện bằng 2 khía cạnh: cảm nhận của cá nhân về tính khả thi; cảm nhận của cá nhân về mong muốn khởi sự doanh nghiệp. Shapero cho rằng dự định sẽ xuất hiện khi một cá nhân phát hiện ra một cơ hội mà họ thấy có khả thi và họ mong muốn nắm lấy cơ hội đó. Tuy nhiên để dự định biến thành hành động mở doanh nghiệp thì cần có chất xúc tác. Đó chính là những thay đổi trong cuộc sống con người. Sự thay đổi có

thể ở dưới dạng tiêu cực như li dị, mất việc, bắt mất công việc hiện tại,... là các nhân tố đẩy hoặc dưới dạng tích cực như tìm được đối tác tốt hoặc, có hỗ trợ tài chính,... là nhân tố kéo. Ví dụ, như một người bị đuổi việc, nhân tố đó sẽ thúc đẩy anh ta mở doanh nghiệp để tự làm chủ; hoặc như nếu tìm thấy một cơ hội kinh doanh tốt thì mặc dù công việc hiện tại không có gì đáng phàn nàn nhưng cá nhân đó vẫn có thể thành lập doanh nghiệp kinh doanh.

Tuy nhiên, các nghiên cứu thực nghiệm về các nhân tố kéo và đẩy lại cho kết quả không đáng tin cậy (Krueger, 1991) vì các thay đổi trong cuộc sống đôi khi lại dẫn tới các hành vi khác chứ không dẫn tới việc khởi sự kinh doanh. Do vậy, mô hình này của Shapero được Krueger điều chỉnh.

2.3.2. Mô hình Shapero- Krueger

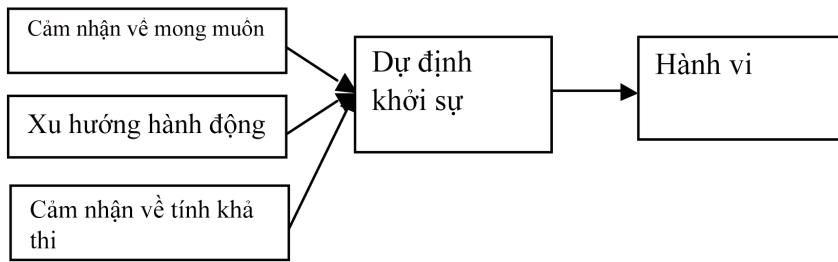
Trong mô hình điều mới từ mô hình của Shapero, Krueger đưa ra 3 nhân tố tác động tới dự định của một cá nhân trong việc khởi sự kinh doanh. Đó là cảm nhận về mong muốn khởi sự; cảm nhận về tính khả thi và xu hướng hành động (là cam kết của một cá nhân sẽ hành động theo như quyết định họ đưa ra).

2.3.3. Lý thuyết về hành vi có kế hoạch của Ajzen, 1991: (TPB)

Lý thuyết này cho rằng hành vi của con người là kết quả của dự định thực hiện hành vi và khả năng kiểm soát của họ. Dự định thực hiện hành vi thì chịu tác động của 3 yếu tố:

- 1) Thái độ của cá nhân đối với hành vi (Tôi có muốn làm việc đó không?)
- 2) Định kiến xã hội (những người khác có muốn tôi làm việc đó không?)
- 3) Cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi (tôi

Hình 2: Mô hình lý thuyết về hành vi có kế hoạch của Shapero- Krueger



thấy là tôi có khả năng làm và đủ nguồn lực để làm việc đó không?).

Nhân tố 1 và 2 là nhân tố tạo động lực để thực hiện hành vi, nhân tố 3 không tạo ra động lực nhưng lại có ảnh hưởng đến hành vi.

Cả hai mô hình lý thuyết về dự định khởi sự của Azjen và Shapero - Krueger có sự tương đồng. Cảm nhận về tính khả thi ở mô hình Shapero cũng giống như cảm nhận về khả năng kiểm soát hành vi ở mô hình Ajzen và đều xuất phát từ cảm nhận của cá nhân về năng lực bản thân (self efficacy); cảm nhận về mong muốn khởi sự chính là kết hợp giữa thái độ của cá nhân với hành vi đó và định kiến xã hội. Cả 2 mô hình trên đều đã được kiểm định có độ tin cậy và giải thích cao và được ủng hộ bởi nhiều nghiên cứu thực nghiệm như Krueger (2000), Armitage & Conner, 2001...

Mô hình định hướng thái độ (Robinson, Stimpson, Huefner, Hunt 1991)

Các tác giả này cho rằng thái độ là chỉ báo chính xác hơn về hành vi khởi sự so với đặc điểm tính cách cá nhân. Tác giả đã mô tả thái độ bằng kết hợp đặc tính cá nhân và đặc điểm nhân khẩu học, bằng cách tạo thang đo định hướng thái độ doanh nhân dùng 4 tiêu chí đo lường (thành tựu, tự hào, kiểm soát cá nhân và đổi mới). Robinson cũng chỉ ra rằng thái độ thay đổi dễ dàng hơn và thường xuyên hơn tính cách cá nhân. Do vậy có thể tác động làm thay đổi thái độ với hành vi khởi sự, điều khó mà làm được với tính cách cá nhân.

Các mô hình lý thuyết về dự định khởi sự đã được

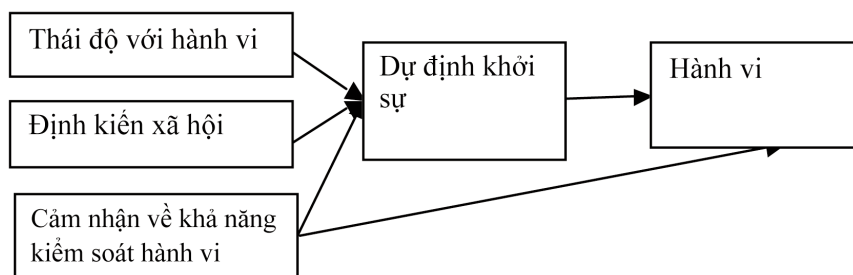
các nhà nghiên cứu phát triển, kiểm định thực tế và trở thành phương pháp tiếp cận được chấp nhận rộng rãi hơn, có khả năng giải thích cao hơn và đáng tin cậy hơn so với các cách tiếp cận khác. Các mô hình dự định cho phép kết hợp phân tích 3 nhân tố quan trọng cho việc khởi sự kinh doanh gồm: cá nhân, môi trường và nguồn lực để lý giải nguyên nhân dẫn tới khởi sự. Các nghiên cứu về dự định khởi sự đều nhấn mạnh tới tầm quan trọng của thái độ tới hành vi khởi sự, muốn thúc đẩy khởi sự kinh doanh đầu tiên phải nghiên cứu tới việc làm thay đổi thái độ, nhận thức của các cá nhân với việc khởi sự. Tuy nhiên, các nghiên cứu về dự định hiện nay mới là nghiên cứu tĩnh, một chiều trong khi đó mối quan hệ giữa thái độ- dự định – hành vi có thể là một mối quan hệ động và có thể là mối quan hệ 2 chiều; các nghiên cứu đều tập trung giải thích nhân tố tác động dự định khởi sự, rất thiếu các nghiên cứu về mối quan hệ giữa dự định và hành vi; rất thiếu mô hình tổng thể có thể mô tả mối quan hệ cạnh tranh giữa dự định khởi sự với dự định khác của con người.

3. Định hướng nghiên cứu trong tương lai

Khởi sự kinh doanh là một lĩnh vực thú vị chắc chắn sẽ thu hút sự quan tâm của giới học thuật trong lĩnh vực quản trị kinh doanh, giáo dục và kinh tế phát triển. Sau đây là một số gợi ý về các khoảng trống nghiên cứu trong lĩnh vực này:

- Bên cạnh các nghiên cứu về nhân tố tác động tới dự định, cần các nghiên cứu làm rõ mối quan hệ giữa dự định khởi sự và quyết định khởi sự kinh doanh- cái có thể diễn ra một thời gian dài sau khi

Hình 3: Lý thuyết hành vi có kế hoạch của Ajzen



có dự định. Cần khám phá các nhân tố về nhận thức hoặc môi trường, xã hội có thể ngăn cản hoặc thúc đẩy việc biến dự định thành hành động. Rất cần các nghiên cứu khám phá cách thức, cơ chế, nhân tố ảnh hưởng để các dự định chuyển thành hành vi trong thực tế.

- Các nghiên cứu cũng cần tìm hiểu liệu dự định khởi sự và các nhân tố tác động tới dự định khởi sự (thái độ, cảm nhận về khả năng kiểm soát) có tồn tại ổn định trong một thời gian dài hay chỉ là một suy nghĩ bột phát một thời điểm. Trong quá trình một cá nhân chuyển từ dự định sang hành vi khởi sự, dự định có thể bị thay đổi, vậy có nhân tố nào tác động tới sự thay đổi đó. Các nghiên cứu mới cần kết hợp sử dụng nhiều phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu, bao gồm cả dữ liệu một thời điểm và đa thời điểm (longitudinal) để có thể giải quyết các câu hỏi trên.

- Thái độ với hành vi có tác động lớn tới dự định, nhưng mối quan hệ này được Krueger (2007) cho là quan hệ 2 chiều, Krueger cũng kêu gọi các nhà nghiên cứu quan tâm đến việc kiểm định tác động ngược lại của dự định tới thái độ.

- Một số nghiên cứu gần đây đã kiến nghị sử dụng thêm các biến trung gian để tăng khả năng giải thích

tác động của tố chất, đặc tính cá nhân đến dự định khởi sự, giảm thiểu nhược điểm của trường phái lý thuyết về đặc tính và đặc điểm cá nhân. Những nhà nghiên cứu theo trường phái đặc điểm, có thể suy nghĩ cho thêm các biến trung gian ví dụ như định kiến xã hội, điều kiện môi trường, hỗ trợ vĩ mô,... trong mô hình lý thuyết về tố chất doanh nhân. Các nhà nghiên cứu cũng đang kêu gọi kết hợp 3 cách tiếp cận trên để tạo ra một mô hình tổng thể có độ giải thích cao hơn và kết hợp phân tích được ảnh hưởng của cá nhân và yếu tố hoàn cảnh môi trường trong lý giải hành vi.

- Khởi sự kinh doanh có 2 dạng: những người khởi sự vì cần thiết (ví dụ như vì họ thất nghiệp) và những người khởi sự để khai thác cơ hội kinh doanh (có bạn hàng tốt chào mời), vậy mô hình dự định khởi sự của 2 nhóm người này có gì khác nhau.

- Làm rõ vai trò của định kiến xã hội (ý kiến của những người quan trọng xung quanh về khởi sự) tới dự định và quyết định khởi sự của một cá nhân. Hiện nay, tác động của định kiến này tới dự định trong mô hình dự định của Ajzen được kiểm định qua nhiều nghiên cứu cho kết quả trái ngược nhau. □

Tài liệu tham khảo:

1. Ajzen, I., 1987. *Attitudes, traits and actions: dispositional prediction of behaviour in personality and social psychology*. Advances in Experimental Social Psychology 20, 1–63.
2. Ajzen, I., 1991. *The theory of planned behavior*. Organizational Behavior and Human Decision Processes 50, 179–211.
3. Baron, R A. 1998. Cognitive mechanisms in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. *Jouznral of Business Venturing*, 13: 275-294.
4. Bird, B. (1988), “*Implementing entrepreneurial ideas: the case for intention*”, Academy of Management Review, Vol. 13 No. 3, pp. 442-53.
5. Kim, M.S. and Hunter, J.E. (1993), “Relationships among attitudes, behavioral intentions and behavior. A meta-analysis of past research, part 2”, *Communication Research*, Vol. 20 No. 3, pp. 331-64.
6. Krueger, N.F., Reilly, M.D., Carsrud, A.L., 2000. *Competing models of entrepreneurial intentions*. Journal of Business Venturing 15 (5/6), 411–432.
7. Krueger N., 2009, *entrepreneurial intention are dead: long live entrepreneurial intentions*, Understanding the entrepreneurial mind, international studies in entrepreneurship, Carsrud A, Brannback M.
8. Martin Obschonka, Rainer K. Silbereisen, Eva Rodermund, 2010, *Entrepreneurial intention as developmental outcome*, Journal of Vocational Behavior.
9. MacMillan, I., and Katz, J. 1992. *Idiosyncratic milieus of entrepreneurship research: The need for comprehensive theories*. Journal of Business Venturing 7:1–8.
10. MacMillan. I. C. 1991. Editor’s note: Delineating a forum for entrepreneurship scholars. *Journal of Business Venturing*, 6: 83-87.
11. MacMillan, I. C. 1993. The emerging forum of entrepreneurship scholars. *Journal of Business Venturing*, 8: 377-381.
12. Lowell W. Busenitz và cộng sự, 2003, *Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions*, JOURNAL OF MANAGEMENT, 286- 309.