

# TINH THẦN DOANH NHÂN - TỪ LÝ THUYẾT TỚI THỰC TẾ VÀ CÁC GỢI Ý VỚI SINH VIÊN VIỆT NAM

Lê Ngọc Thông\*, Lê Ngọc Cương\*\*

*Ngày nay, các quốc gia thịnh vượng đều tôn vinh tinh thần doanh nhân, coi đó là động lực quan trọng trong phát triển kinh tế. Bài viết giới thiệu các nguyên lý cơ bản nhất về tinh thần doanh nhân nói chung, tìm hiểu và đánh giá thực tế tinh thần doanh nhân của sinh viên thế giới và Việt Nam để trên cơ sở đó đưa ra một vài gợi ý cho việc phát triển tinh thần doanh nhân của sinh viên Việt Nam.*

**Từ khóa:** doanh nhân; sinh viên; tinh thần; tinh thần doanh nhân.

## 1. Giới thiệu

Các quốc gia hùng mạnh có nền kinh tế thịnh vượng đều tôn vinh tinh thần doanh nhân (TTDN) và tinh thần sáng tạo lấy hiệu quả kinh tế làm trung tâm. Chính nhờ TTDN và sáng tạo, chỉ sau 20 năm, Nhật đã xây dựng thành công đế chế kinh tế hàng đầu thế giới. Bằng TTDN và yêu nước, Hàn Quốc đã trở thành cường quốc kinh tế trong chỉ 25 năm sau khi bị nội chiến tàn phá. Trong khi đó, Người Việt Nam, về tố chất không hề thua kém người Hàn, người Nhật,... điều kiện địa chính trị, tài nguyên không hề bất lợi so với các quốc gia đó, nhưng đã gần 40 năm sau thống nhất, Việt Nam vẫn nghèo, vẫn yếu kém về khoa học kỹ thuật.

Thực tế ấy do nhiều nguyên nhân, trong đó có nguyên nhân rất căn bản: TTDN, tinh thần sáng tạo khởi nghiệp chưa được xây đắp để trở nên bản thể của văn hóa Việt Nam. Chưa có TTDN, biên giới “mềm” không được mở rộng, không gian phát triển của dân tộc sẽ bị co hẹp; thậm chí là nguy cơ bị “nô thuộc” về kinh tế ngay chính tại sân nhà. Như một tất yếu, TTDN và tinh thần sáng tạo khởi nghiệp cần phải được nhanh chóng khởi phát mạnh mẽ, bắt đầu từ thay đổi tâm thức của thế hệ trẻ, của sinh viên (SV) trên con đường kiến quốc dựng nghiệp. Chỉ khi nào có được TTDN trong cộng đồng thì khi ấy mới có cơ sở để xây dựng một nền kinh tế đất nước hùng mạnh. Do vậy, nghiên cứu TTDN (trên bình diện lý luận và thực tiễn) và đề ra các giải pháp phát triển tinh thần doanh nhân cho SV là việc làm có ý

nghĩa to lớn trong điều kiện mới của Việt Nam hiện nay.

## 2. Tổng quan về “Tinh thần doanh nhân”

Thuật ngữ “Tinh thần doanh nhân” được sử dụng lần đầu bởi nhà kinh tế học Áo Joseph Schumpeter. Nét đặc trưng của TTDN là sự sẵn sàng và quyết tâm chuyển đổi những ý tưởng sáng tạo thành những hoạt động đổi mới trong hoạt động kinh doanh. Biểu hiện của nó là việc dám chấp nhận rủi ro và dám làm.

Thực chất, TTDN là những giá trị cốt lõi thuộc về tố chất, năng lực và phẩm chất đạo đức mà doanh nhân có và theo đuổi. Theo Nguyễn Việt Lộc (2011), TTDN hội tụ các phẩm chất sau: khát vọng kinh doanh; khả năng tìm kiếm, tạo dựng, nắm bắt cơ hội kinh doanh; độc lập, quyết đoán, tự tin; dám làm, dám chịu trách nhiệm; linh hoạt, chủ động;...

Theo Trần Quốc Dân (2003), cấu trúc, ngoài tri thức, TTDN còn là thái độ trách nhiệm, ý nghĩ, tình cảm sâu sắc của con người với công việc kinh doanh, là ý chí ham muốn thành công, định hướng cho khát vọng cháy bỏng trong làm giàu, tính bền bỉ, kiên trì với ý tưởng sáng tạo, kiên quyết, dám chấp nhận mạo hiểm. Nó là cái sâu sắc nhất, cốt lõi nhất của hành động kinh doanh, từ đó, đặt ra các yêu cầu về năng lực tương ứng:

+ Có đầu óc doanh nghiệp, tức là biết kết hợp, trong một tình huống nhất định, những đức tính của cá nhân, những phương tiện tài chính và các nguồn lực khác mà người ta có được vào công việc kinh doanh.

+ Biết phát hiện và đánh giá những cơ may xuất hiện trong công việc làm ăn, tìm ra những phương tiện và các nguồn lực cần thiết để lợi dụng những cơ may đó và tìm ra những quyết định thích hợp để đảm bảo thành công cho hành động mà người ấy sắp thực hiện.

+ Là con người của hành động và giàu trí tưởng tượng, có nhân cách mạnh mẽ, đầy trách nhiệm, chấp nhận mạo hiểm và rủi ro để đạt tới những mục tiêu của mình.

Các nhận xét trên cho thấy, có nhiều dấu hiệu để nhận diện người có TTDN:

Người có TTDN thể hiện như một người lãnh đạo, đứng sau những sự kiện kinh tế, nhìn về tương lai, và mong muốn tình trạng trong tương lai sẽ tốt hơn tình trạng thực tại; bằng khả năng và cảm nhận sâu sắc, họ sẽ biến tầm nhìn thành hiện thực thông qua những chiến lược và kế hoạch cụ thể.

Người có TTDN có khả năng thu phục, cuốn hút người khác làm theo ý tưởng kinh doanh mới, truyền bá cho mọi người, nhân rộng niềm tin tới nhiều người chung quanh. Và những người liên quan nhận được sức sống, một ý chí mới khi thực hiện ý tưởng cùng người có TTDN.

Do vậy, TTDN có tác dụng ảnh hưởng tích cực tới đời sống kinh tế - xã hội: tạo ra một sự đổi mới sáng tạo trên phạm vi rộng trong nền kinh tế, hình thành nên những ngành nghề kinh doanh và mô hình kinh doanh mới, thay thế cho những mô hình cũ lạc hậu, kém hiệu quả; góp phần cho sự tăng trưởng kinh tế nhanh và vững chắc.

Trong điều kiện hiện nay, TTDN cũng phải được nhìn nhận mới, trên nền tảng văn hóa doanh nhân. Phạm Duy Đức (2008) đã chỉ ra cấu trúc tinh thần

của Văn hóa doanh nhân: hệ quan điểm tư tưởng chính trị xã hội bao gồm; năng lực tư duy và khả năng nắm bắt cơ hội kinh doanh; biết phát huy dân chủ và khéo léo sử dụng tài năng, có khả năng kích thích sự sáng tạo của cộng đồng. Không thể khác hơn, người có TTDN thực sự là người chủ xã hội, dám nghĩ, dám làm, người chủ với tinh thần trách nhiệm cao và tài năng đưa nền kinh tế - xã hội tới đỉnh cao phát triển.

Qua các nội dung trên, tác giả đề xuất tìm hiểu thực tế về TTDN bằng các tiêu chí cơ bản sau:

- + Tha thiết mong đợi được thực hành nghề nghiệp;
- + Có ý tưởng kinh doanh rõ ràng;
- + Sẵn sàng và tích cực thực hiện ý tưởng kinh doanh;
- + Mong muốn và nhanh chóng thành lập công ty riêng;
- + Có khả năng tạo vốn, tìm vốn kinh doanh;
- + Sẵn sàng và có khả năng vượt qua các rào cản trong quá trình thành lập công ty;
- + Có khả năng và hứng thú tham gia các lớp, các khóa bồi dưỡng TTDN.

### 3. Thực tế TTDN của sinh viên thế giới và Việt Nam

#### 3.1. Thực tế TTDN của sinh viên thế giới

Căn cứ vào kết quả nghiên cứu của GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students 'Survey) (2011),<sup>[1]</sup>. Nghiên cứu thực tế TTDN của sinh viên trên các phương diện sau: mong đợi nghề nghiệp; ý định và mức độ thực hiện ý định kinh doanh; sở thích ngành nghề kinh doanh; khả năng tạo nguồn vốn kinh doanh;...

**Bảng 1. Mong đợi nghề nghiệp của sinh viên thế giới (ĐVT: %)**

Mong đợi nghề nghiệp	Ngay khi tốt nghiệp	Sau 5 năm tốt nghiệp
Trở thành nhân viên	67,8	38,2
Thành lập công ty, làm chủ công ty	11	34,4
Tiếp quản các công ty có sẵn của gia đình	3,9	8,9
Làm tại công ty không điều khiển bởi gia đình	0,6	6,0
Khác	17,3	18,6
Làm việc không chuyên nghiệp, sự nghiệp (du lịch, gia đình,...)	4,8	3,3
Không có ý kiến rõ ràng	7,9	9,9

Nguồn: GUESSS (2011)<sup>[2]</sup>.

**Bảng 2. Ý tưởng kinh doanh của sinh viên thế giới (%)**

Ý định kinh doanh	SV Nga	SV thế giới
Không bao giờ	12,94	16,32
Thoáng qua một cách sơ sài	34,18	39,07
Xuất hiện nhiều lần	25,12	21,54
Ý tưởng bền vững	10,32	9,58
Có quyết định thành lập công ty	9,37	5,60
Đã lập kế hoạch thành lập công ty	5,45	2,77
Bắt tay vào thực hiện công việc	1,53	2,03
Tự kiểm soát công việc	1,04	1,89
Đã thành lập được nhiều công ty	0,60	0,52

Nguồn: GUESSS (2011)

Mong đợi nghề nghiệp của SV trên toàn thế giới (với mẫu khảo sát 2882 SV)

Bảng 1 cho thấy, số đông SV muốn trở thành nhân viên làm công ăn lương (67,8% ngay khi tốt nghiệp và với 38,2% sau 5 năm tốt nghiệp); một số nhỏ muốn trở thành chủ doanh nghiệp (của bản thân hay của gia đình hay từ nguồn khác - 19,5% ngay khi tốt nghiệp và với 38,6% sau 5 năm tốt nghiệp). Như vậy, ý muốn làm chủ doanh nghiệp được tăng dần theo thời gian, khi SV tự tin hơn và có khả năng cao hơn khi mới ra trường.

Ý định kinh doanh của sinh viên Nga và quốc tế

Bảng 2 cho thấy, phần đông SV (39,07% với SV thế giới và 34,18% với SV Nga) được hỏi có ý tưởng thành lập công ty chỉ là ý tưởng thoáng qua,

không bền vững. Số nhỏ (10,23% với SV thế giới và 9,25% với SV Nga) theo đuổi ý tưởng và thực hiện hiện ý tưởng.

Kết quả bảng 3 cho thấy, một số nhỏ (1,5% với SV thế giới và 1,2% với SV Nga) có ý chí quyết tâm, thôi thúc thành lập công ty ngay lập tức. Số đông đã hình thành các ý tưởng kinh doanh chủ yếu (36,7% với SV thế giới và 27,2% với SV Nga).

Số năm chuẩn bị trước khi thành lập công ty riêng

Tiêu chí này phản ánh mức độ hăng say, nhiệt tình của SV ra trường đối với việc tự làm chủ một doanh nghiệp nào đó. Kết quả điều tra của GUESSS được thể hiện qua bảng 4.

Bảng 4 cho thấy, khi đã có quyết tâm thành lập

**Bảng 3. Mức độ thực hiện ý tưởng kinh doanh (%)**

Mức độ thực hiện	SV Nga	SV thế giới
Quyết định ngày thành lập	1,20	1,50
Yêu cầu tổ chức tài chính tài trợ	0,80	1,20
Tiếp cận và thảo luận với khách hàng tiềm năng	4,80	5,60
Làm việc phát triển sản phẩm	4,60	4,00
Mua sắm thiết bị	1,10	2,30
Tìm kiếm đối tác tiềm năng	13,9	11,6
Xác định được cơ hội thị trường	11,6	14,3
Xây dựng kế hoạch kinh doanh	7,80	7,90
Hình thành ý tưởng kinh doanh chủ yếu	36,7	27,2
Không làm gì cho đến nay	13,2	11,4

Nguồn: Dựa theo GUESSS (2011)

**Bảng 4. Thời gian từ ý tưởng tới thực hiện sang lập công ty riêng (%)**

Thời gian thực hiện ý tưởng	Nga	SV thế giới
Khoảng 1 năm	49,21	55,88
Từ 2 – 5 năm	38,20	32,25
Từ 6 – 10 năm	10,64	11,76
Hơn 10 năm	01,95	00,00

Nguồn: GUESSS (2011)

công ty thì thời gian chuẩn bị thành lập công ty không dài. Trong phần lớn trường hợp (55,88% với SV thế giới và 49,21% với SV Nga), thời gian chuẩn bị đó bị kéo dài (hơn 10 năm) chỉ ở số nhỏ (0,0% với SV thế giới và 1,95% với SV Nga).

*Sở thích ngành kinh doanh của các doanh nhân tiềm năng*

Theo GUESSS (2011), nhiều lĩnh vực kinh doanh mà SV muốn tham gia. Trong đó, SV thích nhiều hơn cả đối với ngành bán buôn và bán lẻ (15,83% với SV thế giới và 8,26% với SV Nga). Ngành ít được ưa thích nhất là ngành nông nghiệp/lâm nghiệp/cá (2,55% với SV thế giới và 2,39% với SV Nga).

*Nguồn gốc ý tưởng kinh doanh của sinh viên*

Ý tưởng kinh doanh của SV thường xuất hiện từ một vài căn cứ: bẩm sinh, từ gia đình,... Tiêu chí này có thể cho biết phần nào về tính bền vững trong ý tưởng kinh doanh của SV đã ra trường. Với nội dung này, khảo sát thực tế của GUESSS cho kết quả thể hiện qua bảng 5.

Kết quả khảo sát của GUESSS cho thấy, ý tưởng kinh doanh của SV có thể có nhiều xuất phát điểm. Trong đó, yếu tố quan trọng hơn cả là từ việc học tập, nghiên cứu tại các trường ĐH (19,1% với SV thế giới và 18,1% với SV Nga). Do vậy, việc định

hướng nghề nghiệp và đào tạo nghề nghiệp có vai trò rất lớn trong việc phát triển tinh thần doanh nhân cho SV.

*Nguồn vốn kinh doanh tiềm năng của SV thế giới*

Tiêu chí này phản ánh một trong các điều kiện nuôi dưỡng và phát triển tinh thần doanh nhân của SV (lưu ý đây không phải là điều kiện duy nhất). Thực tế, nghiên cứu của GUESSS về vấn đề vốn kinh doanh tiềm năng của SV thế giới được thể hiện ở bảng 6.

Kết quả khảo sát từ bảng 6 chứng tỏ, nguồn vốn tiềm năng lớn nhất là quỹ riêng của SV (32,08% với SV thế giới và 41,12% với SV Nga). Nguồn vốn tiềm năng thấp nhất là từ tiền thưởng (7,75% với SV thế giới và 4,96% với SV Nga).

*Tầm quan trọng của các rào cản trong quá trình thành lập công ty của sinh viên*

Việc thành lập công ty của SV gặp rất nhiều rào cản, GUESSS đã nghiên cứu đánh giá khả năng vượt qua các rào cản đó của SV theo thang điểm qua bảng 7.

Qua kết quả khảo sát tại bảng 7 cho thấy, trong quá trình SV thành lập công ty riêng các rào cản có vai trò gần ngang bằng (từ 3,7 đến 5,1 với SV thế giới và từ 3,37 đến 4,49 với SV Nga). Điều đó gợi

**Bảng 5. Nguồn gốc ý tưởng kinh doanh của sinh viên thế giới (%)**

Nguồn gốc	SV Nga	SV thế giới
Từ công việc đã hoặc đang làm	06,0	11,3
Từ sở thích	21,0	13,1
Từ quá trình học đại học	18,1	19,1
Từ nghiên cứu, ứng dụng học thuật, khoa học	04,4	04,8
Từ bạn bè cùng học	18,1	12,6
Từ bạn bè ngoài trường	06,2	04,6
Từ gia đình	09,7	07,7

Nguồn: GUESSS (2011)

**Bảng 6. Nguồn vốn kinh doanh tiềm năng của SV thế giới (%)**

Nguồn vốn	Nga	SV thế giới
Quỹ riêng	32,08	41,12
Vốn vay từ gia đình và bạn bè	21,74	14,94
Tiền thưởng	7,75	4,96
Trợ cấp	8,41	10,32
Vốn từ các nhà đầu tư	9,28	8,19
Chưa biết	20,74	20,47

Nguồn: GUESSS (2011)

ý rằng khi hỗ trợ SV lập công ty cần chú ý tới tất cả các rào cản này.

*Tinh thần thái độ của SV đối với các yếu tố tác động tới TTDN*

Có nhiều yếu tố tác động tới TTDN. Dự án GUESSS đã nêu ra một số yếu tố và đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đó tới việc hình thành TTDN của SV. Nghiên cứu thực tế của GUESSS được thể hiện về điểm số (1 - hoàn toàn không hài lòng, 7 - hoàn toàn hài lòng) qua bảng 8.

Bảng 8 khẳng định, vai trò của các yếu tố thực tế tác động tới TTDN cho SV đều ở mức sát trên trung bình (>3,5). Do vậy, khi tác động phát triển TTDN của SV cần quan tâm đồng bộ các yếu tố này, không nên quá chú trọng vào một yếu tố nào đó.

Ngoài các yếu tố trên tác động tăng cường TTDN của SV, một yếu tố khác vô cùng quan trọng đối với vấn đề này là vai trò của chính phủ. Điều đó được thể hiện như sau:

Công việc kinh doanh do chủ các doanh nghiệp

(doanh nhân) thực hiện nên các chính phủ đã thực thi các chính sách khuyến khích sự phát triển của các doanh nghiệp. Chính phủ có thể đem lại những ảnh hưởng tích cực qua các giải pháp:

(1) Tạo điều kiện tiếp cận vốn dễ dàng.

(2) Đào tạo tinh thần doanh nhân: xây dựng “vườn ươm doanh nghiệp”- cơ sở giúp những doanh nghiệp mới bắt đầu có chỗ để phát triển, thường gắn liền với các trường đại học; sử dụng Internet giới thiệu các khóa đào tạo trực tuyến, giảng dạy kỹ năng và ý tưởng kinh doanh; thuê chuyên gia về doanh nghiệp vừa và nhỏ giảng dạy kỹ năng kinh doanh trực tuyến.

(3) Cổ vũ và thúc đẩy sự hình thành các doanh nghiệp mới (nhỏ).

(4) Tạo môi trường thuế và pháp quy phù hợp. Ngoài giảm thuế để khuyến khích việc thành lập doanh nghiệp, điều quan trọng là phải giảm và tiến tới loại bỏ những quy định cản trở sự phát triển của doanh nghiệp. Thủ tục pháp lý càng đơn giản và

**Bảng 7. Các rào cản trong quá trình thành lập công ty của sinh viên (%)**

Các rào cản	SV Nga	SV thế giới
Đánh giá với vốn tài chính (nợ và vốn chủ sở hữu)	5,10	4,89
Pháp luật nhà nước (luật lệ và quy định)	3,94	3,89
Thiếu các ý tưởng kinh doanh đúng đắn	3,70	3,40
Có các kỹ năng và khả năng cần thiết	4,80	3,47
Có liên quan bí quyết kỹ thuật	4,22	3,64
Khối lượng công việc cao của một doanh nhân	3,71	3,37
Mang rủi ro tài chính	4,73	4,32
Thiếu tiếp xúc với khách hàng / khách hàng	4,60	3,99
Môi trường kinh tế chung	4,55	4,15

Nguồn: GUESSS (2011)

**Bảng 8. Vai trò của các yếu tố thực tế tác động tới TTDN của SV thế giới**

<b>Yếu tố</b>	<b>Điểm</b>	<b>Yếu tố</b>	<b>Điểm</b>
Sự hỗ trợ về tài chính từ đại học	3,63	Đổi mới và tạo ý tưởng mới	3,77
Công nghệ và nghiên cứu tài nguyên	3,8	Tiếp thị kinh doanh	3,71
Các vấn đề kinh doanh có liên quan	3,69	Hoạt động với các DN có kinh nghiệm	3,70
Chương trình tư vấn và huấn luyện	3,67	Lập kế hoạch kinh doanh	3,7
Các cuộc thi và hội thảo	3,66	Tài trợ cho dự án kinh doanh	3,60
Nền tảng học vấn, kinh nghiệm của các nhà đầu tư tiềm năng	3,61	Các công ty gia đình	3,63

*Nguồn: GUESSS (2011)*

nhau bao nhiêu, doanh nghiệp nhỏ càng có khả năng mở rộng bấy nhiêu.

### **3.2. Thực tế tinh thần doanh nhân tại Việt Nam**

Việt Nam có sẵn tinh thần kinh doanh từ xưa, và chưa bao giờ ngừng nghỉ dù có lúc tăng – giảm. Lịch sử từng ghi nhận nhiều lớp doanh nhân thành đạt, trong nước cũng như trong cuộc cạnh tranh với các thương gia lớn trên thế giới, kể cả với thương gia người Hoa và người Pháp. Điển hình như “ông vua đường thủy” Bạch Thái Bưởi khởi nghiệp từ tay trắng, chấp nhận cạnh tranh thắng lợi với các đối thủ lớn trên thương trường qua các tôn chỉ: thương phẩm, thương hội, tín thực, kiên tâm, nghị lực, trọng nghề, thương học, giao thiệp, tiết kiệm và coi trọng hàng nội hóa. Ngay trong chiến tranh, lớp doanh nhân này vẫn tiếp tục phát triển và đóng góp tích cực cho công cuộc giải phóng dân tộc, cổ sục tinh thần tự tôn của người Việt. Họ đã là một chỗ dựa cho cách mạng giải phóng. Từ tầng lớp doanh nhân ấy đã đưa lại tác dụng to lớn cho xã hội:

Hình thành, phát triển “kinh tế ngầm” nằm ngoài sự kiểm soát của chính quyền.

Xuất hiện “thị trường thật” với hàng chục triệu hộ tư hữu sản xuất hàng hóa nhỏ, bổ sung cho thị trường giả tạo có tổ chức của nhà nước.

Trong đổi mới, lực lượng kinh doanh tư nhân được bung ra. Tinh thần kinh doanh Việt trở dậy, mạnh mẽ, tạo nên sức bật cho cả hệ thống kinh tế Việt Nam.

Tạo công ăn việc làm, thực hiện “từ thiện”,... giống như cái van điều chỉnh, làm giảm thiểu rủi ro và tăng tính linh hoạt cho toàn bộ nền kinh tế.

Tuy nhiên, hiện nay, TTDN ở Việt Nam phải đối mặt với “nhiều biểu hiện định kiến và phân biệt đối

xử”, “thua thiệt trong việc vay vốn, thuê đất, xuất nhập khẩu, tìm kiếm thị trường và buôn bán với nước ngoài...”. Định hướng hoạt động đúng, trong điều kiện có thuận lợi nhưng không ít khó khăn, tầng lớp doanh nhân Việt Nam đã thể hiện được bản lĩnh với tâm trạng tích cực. Theo Nguyễn Thị Lan và Đỗ Ngọc Khanh (2010), đối với công việc của bản thân hiện nay, nhìn chung, các doanh nhân có tâm trạng tích cực khi nghĩ về công việc của mình hơn là tiêu cực. Có 37,3% doanh nhân có suy nghĩ tích cực về công việc của họ; chỉ có 0,3% doanh nhân có suy nghĩ tiêu cực, phần đông các doanh nhân (62,3%) tâm trạng bình thường.

Cũng theo các tác giả trên, đối với công việc kinh doanh, vấn đề mà các doanh nhân luôn quan tâm, suy nghĩ là làm cách nào để doanh nghiệp của họ thu hút được nhiều lao động giỏi, có tay nghề cao (điểm trung bình: 2,62).

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, chỉ có hơn 1/3 số doanh nhân được hỏi (35,5%) thường xuyên cảm thấy mãn nguyện với công việc kinh doanh của mình vì thành công của nó đã đem lại: sự giàu sang, quyền lực, sự nổi tiếng và cả sự kính trọng của xã hội. Có đến hơn 1/2 số doanh nhân (53,5%) thỉnh thoảng mới nghĩ đến vấn đề này và 1/10 (11%) doanh nhân không bao giờ nghĩ về nó. Kết quả phỏng vấn sâu của chúng tôi cũng cho thấy, đối với số đông doanh nhân điều khiến họ hài lòng, mãn nguyện không phải chỉ đơn giản là giàu sang, nổi tiếng, quyền lực... mà trong công việc của mình, điều khiến họ mãn nguyện chính là vì họ đã tạo được nhiều công ăn, việc làm cho mọi người trong xã hội, đóng góp vì sự phát triển của cộng đồng và khẳng định vị thế của doanh nghiệp trong xã hội.

Kết quả phân tích mức độ phù hợp giữa lĩnh vực

kinh doanh với nghề được đào tạo của doanh nhân cũng cho thấy, những người có lĩnh vực kinh doanh phù hợp với nghề được đào tạo vui mừng hơn các doanh nhân hành nghề kinh doanh không đúng với ngành nghề được đào tạo khi nghĩ về công việc của mình với điểm trung bình tương ứng là 2,55 và 2,19.

Đối chiếu với các tiêu chí của TTDN đã phân tích trên, dễ nhận ra rằng, tại Việt Nam hiện nay, TTDN chưa phải là tinh thần phổ biến trong xã hội Việt Nam. Điều đó xuất phát từ gốc tâm lý của tư tưởng Nho Giáo, trọng học vấn, xem nhẹ thực nghiệm đã hằn sâu trong nhân dân và ảnh hưởng tới hiện tại. Hơn thế, đất nước vừa trải qua một thời gian khá dài của chiến tranh, tiếp theo là thời gian hoạt động kinh tế theo cơ chế quản lý bao cấp, không chú trọng thỏa đáng tới hiệu quả kinh tế của hoạt động kinh doanh. Nhiều người được giao làm chủ các doanh nghiệp lại làm việc theo tinh thần của người làm công ăn lương, dựa vào Nhà nước, ít phát huy tính tích cực kinh doanh, mà giữ thế an bài.

Một lý do khác cần kể tới là Việt Nam mới bước vào nền kinh tế thị trường. Ở đó, TTDN Việt Nam thấp hơn, lại đi kèm với các yếu tố vật chất, pháp luật,... bất lợi hơn, do vậy xác suất thua thiệt và thất bại trong đưng độ thương trường là khá cao (thực tế những năm qua trong thương mại quốc tế của Việt Nam đã minh chứng điều này). Tất cả những điều đó ít có tác dụng thúc đẩy việc thực hiện TTDN. Thực sự những rào cản trên đã tác động mạnh tới sinh viên Việt Nam hiện nay bằng hình thức nào đó dù tự giác hay tự phát.

Nhưng trong xã hội vẫn tiềm ẩn ngọn lửa của TTDN, tạo nên các doanh nghiệp tư nhân và TTDN lại được nhân lên bởi các doanh nghiệp tư nhân cùng các yếu tố khác (chính sách, pháp luật, quá trình đào tạo kinh doanh, quản trị,...). Các yếu tố này sẽ tác động tới sinh viên Việt Nam hiện nay. Và thực sự theo xu hướng chung của thế giới, khoảng 20% sinh viên có TTDN, có nguyện vọng được hoạt động kinh doanh. Trước hết, khi ra trường (hoặc chưa ra trường) họ bổ sung vào lực lượng doanh nhân trẻ Việt Nam và sẽ là lực lượng tích cực thúc đẩy nền kinh tế Việt Nam trong hội nhập kinh tế thế giới.

#### **4. Kết quả - những điều gợi ý trong quá trình phát triển TTDN cho SV Việt Nam**

##### **4.1. Nguyên tắc chung:**

Cả xã hội tôn trọng và tạo điều kiện phát triển TTDN trong cả xã hội và trong tầng lớp sinh viên hiện nay.

#### **4.2. Các việc làm thiết thực**

Thực hiện thật tốt công việc hướng nghiệp cho học sinh phổ thông, cung cấp đầy đủ các kiến thức về nghề kinh doanh, những khó khăn, rào cản và lợi ích từ hoạt động này.

Thực hiện tốt các khóa bồi dưỡng về tinh thần doanh nhân cả lý thuyết và thực hành.

Trong chương trình đào tạo đại học nên có phần lồng ghép, hướng dẫn TTDN.

Phát huy năng lực kinh doanh, tạo môi trường để SV thể hiện được TTDN của họ.

Các trường đại học nên chẳng có các cơ sở thực thi và nghiên cứu kinh doanh để sinh viên thể hiện được khả năng mỗi người.

Cố gắng hỗ trợ ban đầu cho ý tưởng tham gia kinh doanh, lập nghiệp, lập doanh nghiệp của sinh viên vừa ra trường hay đã được vài năm. Muốn vậy, các cơ sở đào tạo cần có dự án, chương trình phát hiện SV có tinh thần để bồi dưỡng, hỗ trợ ngay từ trên ghế nhà trường. Sẽ là tốt nhất nếu dự án này được thực hiện sớm hơn, không chờ tới khi họ trở thành SV (coi quá trình bồi dưỡng đào tạo này như một nội dung của chính sách đào tạo, bồi dưỡng nhân tài về toán học, vật lý, kỹ thuật,... mà Việt Nam đã từng có nhiều thành công trong các năm qua).

Thực hiện tốt vai trò Nhà nước trong phát triển TTDN, với các chính sách bảo trợ, hỗ trợ, khuyến khích tương ứng. Trước hết là hỗ trợ vay vốn lập doanh nghiệp, hay vốn cho học tập cách kinh doanh;...

Điều cốt yếu là SV tự rèn luyện tinh thần dũng cảm, tự tin, vượt khó theo TTDN khi còn là SV và cả khi đã ra trường, sao cho họ thực sự là các hạt nhân quy tụ và nhân lên TTDN trong cả xã hội Việt Nam.

#### **5. Kết luận**

Tinh thần doanh nhân Việt Nam đã từng khẳng định sức sống của nó trong những hoàn cảnh khó khăn. Ngày nay, với xu hướng hội nhập, được đề cao, được tạo điều kiện phát triển, tinh thần ấy sẽ được nảy nở cùng với những tư tưởng tiến bộ khác tạo nên bước đột phá trong sự nghiệp phát triển đất nước. Tương lai thuộc về những ai có và thực hiện tinh thần doanh nhân. □

## Chú thích

1. GUESSSS - Dự án nghiên cứu, đánh giá ý định và hành vi kinh doanh của sinh viên kinh doanh qua tìm hiểu hồ sơ cá nhân về mục tiêu nghề nghiệp, ý định thành lập, hoạt động kinh doanh của họ và môi trường kinh doanh trong các trường đại học.
2. Các bảng kê trong bài viết được tác giả dịch từ tài liệu tiếng Anh của Galina Shirokova, Alexander Kulikov; “Global University Entrepreneurial Spirit” Students’ Survey; St. Petersburg 2011.

## Tài liệu tham khảo:

- Trần Quốc Dân (2003); “Tinh thần doanh nghiệp: Giá trị định hướng của Văn hóa kinh doanh Việt Nam”; Nxb CTQG; Hà Nội 2003
- Nguyễn Viết Lộc (2011), “Tinh thần kinh doanh - Cơ sở xây dựng hệ giá trị văn hóa doanh nhân Việt Nam”, Tạp chí Khoa học ĐHQGHN (Chuyên san Kinh tế và Kinh doanh), tập 27 (4), tr.232-239.
- Nguyễn Thị Lan và Đỗ Ngọc Khanh (2010); “Nghiên cứu một số đặc điểm tâm lý xã hội cơ bản của tầng lớp doanh nhân nước ta” – Đề tài nghiên cứu cấp Bộ thực hiện trong 2 năm 2009 - 2010; Cơ quan chủ trì thực hiện: Viện Tâm lý học.
- Phạm Duy Đức (2008), [Viện trưởng Viện Văn hoá và Phát triển- Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh; “Một số suy nghĩ về Văn hóa Doanh nhân trong thời kỳ đổi mới hiện nay”, truy cập ngày 10 tháng 6 năm 2013, từ [www.doanhnhan360.com/Desktop.aspx](http://www.doanhnhan360.com/Desktop.aspx)
- GUESSSS - Global University Entrepreneurial Spirit Students’ Survey (2011), truy cập ngày 10 tháng 6 năm 2013, từ [www.gsom.spbu.ru/en](http://www.gsom.spbu.ru/en)
- Steve Strauss (2006), Vai trò của Chính phủ trong việc khuyến khích các doanh nghiệp nhỏ phát triển, truy cập ngày 10 tháng 6 năm 2013, từ [vietnamese.vietnam.usembassy.gov](http://vietnamese.vietnam.usembassy.gov) - Tạp chí điện tử của Bộ Ngoại giao Hoa Kỳ, tháng 1/2006.

## Entrepreneurial spirit: from theory to practice and hints for Vietnamese students

### Abstract:

*Nowadays, all wealthy countries honor the entrepreneurial spirit and names it one of the most important force in the development of the economy. This article introduces the most basic principles of the entrepreneurial spirit in general, assessing the entrepreneurial spirit of students over the world and in Vietnam. The paper also provides some recommendations for the development of entrepreneurial spirit in Vietnamese students.*

---

## Thông tin tác giả:

**Lê Ngọc Thông\***, Tiến sĩ

- Cơ quan công tác: Đại học Kinh tế quốc dân

- Lĩnh vực nghiên cứu chính của tác giả: Kinh tế, Triết học

Email: [thongln@neu.edu.vn](mailto:thongln@neu.edu.vn);

- **Lê Ngọc Cương\*\***, Thạc sĩ

- Cơ quan công tác: Trường Đại học Giao thông – Vận tải