

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO - Nguồn dư địa bất tận để phát triển doanh nghiệp bền vững

TS Võ Hải Quang¹, Võ Hải Đăng²

¹Sở Khoa học và Công nghệ Nghệ An

²Sinh viên Lớp 65D - Kinh tế quốc tế Chất lượng cao, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Trước những biến đổi không ngừng của nền kinh tế thế giới, doanh nghiệp đang phải đối mặt với nhiều thách thức vượt trội. Trong tình hình đó, đổi mới sáng tạo đã trở thành yếu tố quyết định đến sự tồn tại và phát triển của một doanh nghiệp. Bài viết tập trung vào việc khai thác sức mạnh của đổi mới sáng tạo - nguồn dư địa bất tận trong môi trường kinh tế ngày càng khó khăn, từ đó giúp doanh nghiệp tìm ra những cơ hội mới để tiến xa hơn trên con đường phát triển bền vững.

Đổi mới sáng tạo để phát triển bền vững

Tình hình biến động liên tục của thị trường và sự gia tăng cạnh tranh khiến doanh nghiệp đang phải đối mặt với nhiều thách thức. Việc chậm lại của tăng trưởng kinh tế đặt ra câu hỏi về sự bền vững của mô hình kinh doanh hiện tại. Những biến đổi nhanh chóng trong nhu cầu của khách hàng đòi hỏi tính linh hoạt và sự đáp ứng nhanh nhạy của doanh nghiệp. Đồng thời, sự gia tăng áp lực về giá cả, từ nguyên vật liệu đến sản phẩm cuối cùng, đang tạo ra áp lực tài chính lớn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ. Để vượt qua những thách thức này, doanh nghiệp cần phải đưa ra những phương án đột phá nhằm tìm kiếm cơ hội mới. Điều này có thể bao gồm việc tối ưu hóa quy trình sản xuất, tìm kiếm thị trường tiềm năng mới, đầu tư vào nghiên cứu phát triển sản phẩm và công nghệ. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần thiết lập một chiến lược linh hoạt để có thể thích ứng

với những biến đổi không lường trước của thị trường.

Đổi mới sáng tạo không chỉ đơn thuần là việc áp dụng công nghệ mới, mà còn mở rộng ra việc tư duy sáng tạo, mạo hiểm và tạo ra những giá trị mới cho khách hàng. Đây là một quy trình toàn diện, bao gồm việc khám phá và áp dụng những cách tiếp cận tiên tiến trong mọi khía cạnh của hoạt động kinh doanh. Sự sáng tạo cần phải trở thành một phần không thể thiếu trong văn hóa tổ chức, lan tỏa từ nghiên cứu và phát triển cho đến quy trình sản xuất, chiến lược tiếp thị và dịch vụ hậu mãi. Đây không chỉ là việc đáp ứng nhu cầu thị trường mà còn là việc định hình và dẫn dắt xu hướng tiên tiến. Những doanh nghiệp có khả năng đổi mới sẽ có lợi thế cạnh tranh vượt trội. Chúng có khả năng đáp ứng nhanh chóng với biến đổi, tạo ra sản phẩm và dịch vụ xuất sắc hơn, thu hút và duy trì khách hàng hơn. Điều quan trọng là, đổi mới sáng tạo không chỉ là mục tiêu ngắn hạn mà là yếu tố

song hành, quyết định về sự tồn tại trong quá trình phát triển bền vững của một doanh nghiệp.

Đổi mới sáng tạo - nguồn dư địa bất tận

Dư địa không chỉ đơn thuần là những tài nguyên vật chất, mà còn bao gồm cả sự khai thác tri thức, tương tác chặt chẽ với khách hàng và mở rộng thị trường tiềm năng. Đây là một khái niệm bao quát, đòi hỏi sự linh hoạt và nhạy bén trong quá trình tận dụng các nguồn lực khác nhau. Doanh nghiệp có thể khai thác dư địa bằng cách tiến hành một phân tích kỹ lưỡng về môi trường kinh doanh, từ việc định rõ các yếu tố ảnh hưởng đến việc tìm hiểu rõ nhu cầu và thị yếu của khách hàng. Đồng thời, việc phát triển các giải pháp tiên tiến và đáp ứng tối ưu sự biến đổi trong nhu cầu cũng là một cách quan trọng để tận dụng dư địa. Ngoài ra, sự tương tác mở rộng với khách hàng, lắng nghe và phản hồi nhanh chóng sẽ giúp doanh nghiệp cảm nhận được những

thay đổi tiềm ẩn để điều chỉnh kịp thời. Bằng cách kết hợp sự hiểu biết sâu rộng về thị trường và khả năng sáng tạo của mình, doanh nghiệp sẽ có cơ hội tiềm ẩn không giới hạn để phát triển và vươn tới thành công trong bối cảnh kinh tế ngày càng khó khăn.

Dưới đây là một vài ví dụ minh họa điển hình của đổi mới sáng tạo là dự địa bất tận để phát triển doanh nghiệp:

Ví dụ 1: Sự thành công của Công ty công nghệ Grab dựa vào sự linh hoạt, tích hợp công nghệ tiên tiến và khả năng đáp ứng nhanh chóng với nhu cầu thị trường, cùng với việc mở rộng quốc tế và tạo ra giá trị cho cả người dùng và đối tác, cụ thể:

Sự đáp ứng nhanh chóng với nhu cầu thị trường. Grab đã nhận ra và tận dụng được nhu cầu thị trường về dịch vụ gọi xe và giao hàng nhanh chóng, đáp ứng ngay lập tức với các ứng dụng điện thoại thông minh tiện ích.

Mô hình kinh doanh linh hoạt. Grab không chỉ cung cấp dịch vụ gọi xe, mà còn mở rộng sang nhiều lĩnh vực khác như giao hàng, thanh toán di động và nhiều dịch vụ khác. Đây là một minh chứng của việc tận dụng tốt được dự địa.

Tích hợp công nghệ và ứng dụng tiên tiến. Grab sử dụng công nghệ và ứng dụng tiên tiến để mang lại trải nghiệm dễ sử dụng và tiện ích cho người dùng. Điều này giúp họ thu hút và duy trì một lượng lớn người dùng trên nền tảng của mình.

Mở rộng mô hình ra quốc tế. Grab đã mở rộng hoạt động ra nhiều quốc gia và khu vực khác

nhau, tận dụng cơ hội trong các thị trường mới và đa dạng hóa nguồn doanh thu.

Tạo ra giá trị cho cả người dùng và đối tác. Grab tạo ra giá trị cho người dùng bằng việc cung cấp các dịch vụ tiện ích và an toàn. Đồng thời, họ cũng tạo ra cơ hội kinh doanh cho người lái xe dịch vụ và đối tác giao hàng.

Chấp nhận và thích ứng với sự biến đổi. Grab không ngừng đổi mới và thích ứng với sự biến đổi trong ngành công nghiệp và môi trường kinh tế số nói chung. Bằng việc cho ra nhiều dịch vụ mới nhằm cạnh tranh với các đối thủ mới tiềm năng.

Ví dụ 2: Sự thành công của Zalo dựa vào sự đa năng, tập trung vào người dùng địa phương, giao diện thân thiện, khả năng đa nền tảng, quy trình phát triển và cập nhật liên tục, cùng với sự hỗ trợ từ tập đoàn mẹ VNG Corporation, cụ thể dựa vào các yếu tố sau:

Ứng dụng đa chức năng. Zalo không chỉ đơn thuần là ứng dụng nhắn tin, mà còn tích hợp nhiều tính năng khác như gọi video, chia sẻ hình ảnh, video, tạo nhóm trao đổi, kết nối mạng xã hội, giải trí và nhiều tính năng khác. Điều này đã tạo ra một hệ sinh thái trực tuyến đa dạng cho người dùng.

Tập trung vào người dùng địa phương. Zalo đã tập trung phát triển theo hướng phù hợp với thị trường Việt Nam. Họ đã hiểu và đáp ứng nhanh chóng các nhu cầu cụ thể của người dùng, từ ngôn ngữ, văn hóa đến tính năng phù hợp với thị trường nội địa.

Giao diện thân thiện và dễ sử dụng. Zalo được thiết kế với giao

diện đơn giản, dễ sử dụng, giúp người dùng dễ dàng tiếp cận và tận dụng các tính năng một cách thuận tiện.

Khả năng đa nền tảng. Zalo có sẵn trên nhiều nền tảng, bao gồm điện thoại di động (Android và iOS), máy tính cá nhân và các ứng dụng website. Điều này cho phép người dùng truy cập và sử dụng Zalo trên nhiều thiết bị và nền tảng khác nhau.

Quy trình phát triển và cập nhật liên tục. Zalo không ngừng cập nhật và phát triển các tính năng mới để đáp ứng nhu cầu ngày càng biến đổi của người dùng. Điều này giúp duy trì tính hấp dẫn và sự cạnh tranh trên thị trường.

Sự hỗ trợ từ VNG Corporation. Zalo thuộc sở hữu của VNG Corporation - một trong những tập đoàn công nghệ lớn nhất tại Việt Nam. Sự hỗ trợ từ tập đoàn này cung cấp nguồn lực và quyền lực tài chính giúp Zalo phát triển mạnh mẽ hơn.

Một số giải pháp đề xuất

Từ những vấn đề và những ví dụ điển hình nêu trên, tác giả đề xuất một số giải pháp để triển khai đổi mới sáng tạo một cách hiệu quả như sau:

Thứ nhất, tạo ra một môi trường thúc đẩy sáng tạo và tư duy đột phá trong doanh nghiệp. Cần xây dựng một không gian làm việc khuyến khích sự sáng tạo, nơi mà mọi thành viên trong tổ chức được khích lệ để đưa ra ý tưởng mới để giải quyết những thách thức đang phải đối mặt.

Thứ hai, đầu tư vào nghiên cứu và phát triển để tạo ra các

sản phẩm và dịch vụ mới, phù hợp với nhu cầu thị trường. Cung cấp nguồn lực tài chính và nhân lực dồi dào để phục vụ các dự án nghiên cứu và phát triển. Đây là bước quan trọng để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ đáp ứng được sự biến đổi của thị trường và mang lại giá trị mới cho khách hàng.

Thứ ba, khuyến khích sự tham gia và đóng góp ý kiến từ tất cả các cá nhân trong doanh nghiệp. Tất cả các thành viên trong tổ chức đều có nghĩa vụ và trách nhiệm cho sự phát triển của doanh nghiệp. Những ý tưởng, đặc biệt là những ý tưởng mới, ý tưởng táo bạo sẽ tạo ra các cơ hội, mở ra những hướng đi mới, giúp doanh nghiệp không ngừng đổi mới.

Thứ tư, tìm kiếm cơ hội hợp tác và kết nối với các đối tác tiềm năng để mở rộng lĩnh vực hoạt động. Xem xét các cơ hội hợp tác với các đối tác trong và ngoài ngành công nghiệp hiện tại để tận dụng chuyên môn và nguồn lực khác nhau. Kết nối với cộng đồng doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu và các trung tâm đào tạo cũng là một cách hiệu quả để tiếp cận dư địa và khám phá những cơ hội mới.

*
* *

Tổng kết lại, trong bối cảnh kinh tế ngày càng khó khăn, đổi mới sáng tạo nổi lên như một chìa khóa quan trọng giúp doanh nghiệp vượt qua những thách thức khó khăn. Khả năng khai thác nguồn dư địa này không chỉ mang lại cơ hội mới mà còn giúp doanh nghiệp củng cố vị thế của

mình trên thị trường. Bằng cách áp dụng các phương pháp thực hiện đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp có thể tiến xa trên con đường phát triển bền vững. Sự linh hoạt, sáng tạo và sự tập trung vào việc tạo ra giá trị mới sẽ là những yếu tố quyết định sự thành công của mỗi doanh nghiệp trong hành trình chinh phục thị trường và đạt được sự bền vững trong tương lai ✍

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. P.F. Drucker (1985), *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, HarperCollins, 277pp.
2. C.M. Christensen (1997), *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*, Harvard Business School Press, 225pp.
3. T. Kelley, D. Kelley (2013), *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*, Currency Press, 304pp.
4. W.C. Kim, R. Mauborgne, A. Hassan, et al. (2005), *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*, Norma, 332pp.
5. E. Ries (2011), *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses*, Crown Currency, 336pp.
6. D. Kahneman (2011), *Thinking, Fast and Slow*, Farrar, Straus and Giroux Publisher, 499pp.
7. J. Dyer, H. Gregersen, C.M. Christensen (2011), *The Innovator's DNA: Mastering The Five Skills of Disruptive Innovators*, Harvard Business Review Press, 304pp.
8. H. Chesbrough (2003), *Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology*, Harvard Business Review Press, 272pp.
9. I. Mootee (2013), *Design Thinking for Strategic Innovation: What They Can't Teach You at Business or Design School*, Wiley, 224pp.

10. Richard Rumelt (2011), *Good Strategy Bad Strategy: The Difference and Why It Matters*, Crown Currency, 336pp.

11. Thái Sơn (2019), "Hành trình từ ứng dụng gọi xe đến công ty 40 tỷ USD của Grab", <https://www.saostar.vn/cong-nghe/hanh-trinh-tu-ung-dung-goi-xe-den-cong-ty-40-ty-usd-cua-grab-202104211647439048.html>, truy cập ngày 25/9/2023.

12. Vũ Khuê (2017), "Cuộc đua tranh thị trường gọi xe công nghệ sẽ khốc liệt hơn", <https://vneconomy.vn/cuoc-dua-tranh-thi-truong-goi-xe-cong-nghe-se-khoc-liet-hon.htm>, truy cập ngày 25/9/2023.

13. OD Click (2019), "Mô hình kinh doanh đột phá của Grab tại Việt Nam", <https://odclick.com/chuyen-san/mo-hinh-kinh-doanh-dot-pha-cua-grab-tai-viet-nam/>, truy cập ngày 25/9/2023.

14. Brandsvietnam (2020), "Zalo và hành trình giữ vững vị trí siêu ứng dụng của người Việt", <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/28035-Zalo-Va-Hanh-Trinh-Giu-Vung-Vi-Tri-Sieu-Ung-Dung-Cua-Nguoi-Viet>, truy cập ngày 25/9/2023.

15. Nguyễn Chí Bảo (2020), "Đánh giá ứng dụng Zalo: xứng đáng là ứng dụng chat quốc dân của người dùng Việt Nam", <https://www.thegioioidong.com/tin-tuc/danh-gia-ung-dung-chat-zalo-1272550>, truy cập ngày 25/9/2023.

16. Trường Đại học mở TP Hồ Chí Minh (2022), "Phân tích SWOT của ứng dụng Zalo", <https://www.studocu.com/vn/document/truong-dai-hoc-mo-thanh-pho-ho-chi-minh/nghien-cuu-marketing/zalo-sadfasdf/33440105>, truy cập ngày 25/9/2023.