

THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

LÊ DIỄM THU*

Thời gian gần đây, làn sóng khởi nghiệp đang hình thành và phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam. Hệ sinh thái khởi nghiệp quốc gia, đạt nhiều kết quả, góp phần thúc đẩy sự hình thành và phát triển doanh nghiệp đổi mới sáng tạo. Bài viết phân tích thực trạng 39 doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, thiết kế - thử nghiệm sản phẩm và thương mại hóa sản phẩm được hỗ trợ từ Vườn ươm Doanh nghiệp Công nghệ cao (SHTP-IC) và Nông nghiệp Công nghệ cao (AHTP) tại TP HCM. Qua đó, đề xuất giải pháp phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong thời gian tới.

*Từ khóa: khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, chu kỳ sống của doanh nghiệp, TP HCM
Nhận bài ngày: 06/7/2021; đưa vào biên tập: 08/7/2021; phản biện: 22/9/2021;
duyet đăng: 20/11/2021*

1. DẪN NHẬP

Nghị định số 80/2021/NĐ-CP về Luật Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, quy định chi tiết một số điều luật cho doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo, cụ thể hóa một số quy định liên quan đến việc hỗ trợ cơ sở ươm tạo, cơ sở kỹ thuật; hỗ trợ công nghệ, đào tạo; thử nghiệm, hoàn thiện sản phẩm, mô hình kinh doanh mới; hỗ trợ truyền thông, xúc tiến thương mại, kết nối mạng lưới khởi nghiệp sáng tạo... Đây là căn cứ để các bộ, ngành liên quan tiếp tục cập nhật, hướng dẫn và triển khai các chính sách đối với hoạt động này.

Theo báo cáo của Sở Khoa học và

Công nghệ TP HCM, qua 2 năm (2017-2019) triển khai thực hiện Quyết định số 1339/2017/QĐ-UBND của Ủy ban nhân dân TP HCM phê duyệt kế hoạch hoàn thiện hệ sinh thái khởi nghiệp tại TP HCM, Thành phố hiện có gần 900 nhóm (cá nhân, tổ chức) tham gia hoạt động khởi nghiệp trên nhiều lĩnh vực, cụ thể: 24 cơ sở ươm tạo hoạt động kết nối hỗ trợ cho 1.677 dự án khởi nghiệp phát triển ý tưởng kinh doanh, trong đó có 12 doanh nghiệp gọi vốn thành công và 20 doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được cấp giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp khoa học và công nghệ. Hơn nữa, Thành phố đã hỗ trợ đào tạo - tư vấn cho 7.100 doanh nghiệp về đổi mới sáng tạo, hỗ trợ đào tạo khởi nghiệp cho 140 giảng

* Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.

viên của 20 trường đại học, hình thành đội ngũ giảng viên giảng dạy về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (dẫn theo Minh Trai, 2019).

Qua đó, cho thấy vườn ươm đóng vai trò “bà đỡ” cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, giúp doanh nghiệp tránh được những rủi ro trong bước đầu khởi nghiệp. Sau một thời gian hoạt động, một số mô hình vườn ươm thành công, đem lại tín hiệu tích cực cho thị trường, đồng thời giúp doanh nghiệp tồn tại và phát triển, đặc biệt trong giai đoạn đầu khởi nghiệp.

Tuy nhiên, trong quá trình ươm tạo, doanh nghiệp khởi nghiệp gặp phải những khó khăn, thách thức trong quá trình hình thành và phát triển từ việc hình thành ý tưởng, chuyển hóa ý tưởng đến thương mại hóa sản phẩm. Phạm vi bài viết này, tác giả tập trung phân tích làm rõ thực trạng của các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được hỗ trợ tại Vườn ươm Doanh nghiệp Công nghệ cao (SHTP-IC)⁽¹⁾ và Nông nghiệp Công nghệ cao (AHTP)⁽²⁾ tại TPHCM, trên cơ sở đó đề xuất các giải pháp phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cho TPHCM nói riêng và cả nước nói chung.

2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1. Khái niệm khởi nghiệp kinh doanh và khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Có nhiều khái niệm về “khởi nghiệp” (startup). Trong bài *What's A Startup? First Principles* (Blank, 2010) khởi nghiệp được hiểu là doanh nghiệp

hoặc một tổ chức tạm thời, được thiết kế để tìm ra một mô hình hoạt động có thể lặp lại hoặc mở rộng nhanh chóng. Chính vì vậy, khởi nghiệp là chìa khóa tăng trưởng kinh tế, động lực thúc đẩy phát triển kinh tế ở nhiều quốc gia trên thế giới.

Khởi nghiệp kinh doanh được xem là quá trình tạo ra các doanh nghiệp mới có tính năng động, sáng tạo và đổi mới góp phần tạo ra tăng trưởng và việc làm (Schroeter, 2009). Theo Ekaterina Nagui (2015), khởi nghiệp đổi mới sáng tạo nhấn mạnh đến việc kinh doanh dựa trên những ý tưởng sáng tạo, chấp nhận rủi ro rất lớn để phá vỡ các cấu trúc và trật tự kinh tế hiện hữu, tạo ra mô hình kinh doanh mới thông qua giới thiệu những sản phẩm/dịch vụ mới, độc đáo và hữu ích, giới thiệu các phương thức sản xuất mới, tạo ra những giá trị mới, có hiệu quả cao, vượt trội trong cạnh tranh.

Theo Luật Doanh nghiệp vừa và nhỏ (2017), khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được hiểu là quá trình hiện thực hóa ý tưởng kinh doanh và hình thành mô hình kinh doanh có giá trị tăng cao, có khả năng tăng trưởng nhanh thông qua ứng dụng các thành tựu nghiên cứu, giải pháp kỹ thuật, công nghệ, quản lý để nâng cao hiệu quả kinh tế, năng suất, chất lượng hoặc giá trị của sản phẩm.

2.2. Các giai đoạn trong chu kỳ sống của doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Có nhiều lý thuyết mô tả các giai đoạn phát triển khởi nghiệp. Nhìn chung,

các tiếp cận đều có điểm chung khi đề cập đến giai đoạn đầu của sự khởi nghiệp nhưng khác nhau ở cách phân chia giai đoạn của quá trình này, những nội dung cụ thể của từng giai đoạn, đặc biệt là điểm kết thúc của giai đoạn khởi nghiệp.

Mô hình của David Stokes và Nick Wilson (2006) đã hiệu chỉnh 5 giai

đoạn trong chu kỳ sống của doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Đây chính là tiền đề để Peitsche (2020) đề xuất 7 giai đoạn trong chu kỳ này, trong đó 2 giai đoạn đầu thuộc thời kỳ trước khi thành lập doanh nghiệp và 5 giai đoạn kế tiếp thuộc về thời kỳ sau khi thành lập doanh nghiệp (Bảng 1).

Bảng 1. Các giai đoạn trong chu kỳ sống của doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Giai đoạn	Đặc trưng	Hoạt động chủ yếu	Các yếu tố cần thiết	Các hỗ trợ
Sáng tạo	Hình thành ý tưởng kinh doanh	Phát triển ý tưởng bằng những công cụ sáng tạo; nhận dạng cơ hội thị trường bằng trực giác; tìm kiếm nguồn lực sẵn có	Sáng tạo, trực giác và kinh nghiệm trước đây	Hệ thống giáo dục; Các cơ sở nghiên cứu; các cuộc thi sáng tạo và khởi nghiệp; không gian làm việc chung
Phát triển	Chuyển hóa ý tưởng thành sản phẩm hay dịch vụ mẫu	Thẩm định khả thi về thị trường; tạo sự kết nối và cam kết giữa các thành viên; xây dựng đội nhóm; tìm kiếm nguồn lực và đánh giá khả thi về thị trường, công nghệ, tổ chức và tài chính	Tinh thần khởi nghiệp kinh doanh; nguồn lực về cơ sở vật chất, tài chính và công nghệ	Các trường đại học; các viện nghiên cứu; vườn ươm doanh nghiệp; hỗ trợ tài chính từ gia đình, bạn bè và các nhà đầu tư thiên thần
Khởi sự/ Thương mại hóa	Tạo lập doanh nghiệp và lên kế hoạch marketing để tung sản phẩm ra thị trường	Lập kế hoạch kinh doanh và kế hoạch thương mại hóa; tìm các nguồn lực bổ sung	Mạng tương tác để giới thiệu sản phẩm; các chương trình hỗ trợ để tiếp cận chuỗi phân phối	Các vườn ươm doanh nghiệp; các tổ chức tăng tốc khởi nghiệp; các tổ chức cung cấp dịch vụ pháp lý và kế toán; các nhà đầu tư thiên thần
Tồn tại	Có được một số đơn hàng nhưng doanh số chưa đạt mức hòa vốn	Tiếp cận khách hàng; sử dụng các kỹ thuật marketing khởi nghiệp; tiếp tục hoàn thiện sản phẩm	Nguồn vốn đầu tư; các chương trình hỗ trợ tiếp cận khách hàng; kỹ năng về marketing	Các nhà tư vấn (Mentor); các tổ chức cung cấp chương trình tăng tốc khởi nghiệp; đầu tư thiên thần và đầu tư mạo hiểm

Thành công	Tăng số lượng đơn hàng, bắt đầu có lợi nhuận	Mở rộng lượng khách hàng cơ sở; nhận dạng nhãn hiệu và thương hiệu; hoàn thiện cơ cấu tổ chức	quản trị doanh nghiệp. Nguồn lực tài chính; năng lực nghiệp.	Các tổ chức đào tạo - tư vấn; các nhà đầu tư mạo hiểm, ngân hàng thương mại
Cát cánh	Định vị được thương hiệu, hàng hóa được chấp nhận, có thị phần đáng kể	Cải tiến khả năng mở rộng quy mô từ các quy trình và nguồn lực; nâng cao năng lực quản trị.	Nguồn lực tài chính; năng lực định hướng chiến lược; quản trị dòng tiền	Các nhà đầu tư tư nhân, đầu tư mạo hiểm; ngân hàng thương mại và ngân hàng đầu tư
Tăng quy mô	Khai thác và mở rộng thị trường	Khai thác các cơ hội thị trường cho tăng trưởng; thuê mướn các nhà quản trị chuyên nghiệp; gọi vốn cổ phần; chăm lo đời sống của doanh nghiệp khởi nghiệp.	Năng lực định hướng chiến lược; tạo các liên kết chiến lược; định giá tài sản trí tuệ; quản trị tài chính	Các ngân hàng đầu tư, các nhà đầu tư tư nhân

Nguồn: Peitsche, 2020.

Các lý thuyết về chu kỳ sống của doanh nghiệp cung cấp một bức tranh tổng quát về các giai đoạn hình thành, phát triển và mở rộng quy mô. Qua đó, cho thấy một trong những nguyên nhân gây ra sự thất bại của các doanh nghiệp khởi nghiệp chính là trong từng giai đoạn của chu kỳ sống, nhà khởi nghiệp hay doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ đối diện với những thách thức khác nhau và nếu không vượt qua được thì sẽ thất bại. Theo nghiên cứu khởi nghiệp toàn cầu GEM (2017) với 3.200 doanh nghiệp khởi nghiệp thì chỉ có 12 doanh nghiệp tồn tại và chỉ có 1 doanh nghiệp giới thiệu thành công sản phẩm dịch vụ trên thị trường và còn tiếp tục phát triển (dẫn theo Bạch Thị Thanh Hà, 2017). Còn theo số liệu thống kê Việt Nam, trung bình có 70% doanh nghiệp khởi nghiệp thất bại ngay trong năm đầu tiên, 20% thất

bại trong năm thứ 2 và chỉ có 10% thành công (Thanh Giang, 2016). Trung bình chung, trên 90% doanh nghiệp khởi nghiệp thất bại hầu hết do doanh nghiệp tốn nhiều thời gian và tiền bạc vào những sản phẩm và dịch vụ không như kỳ vọng (Marmer, Hermann, Berman, 2011). Do đó nhận dạng những thách thức này và tìm cách giải quyết từ bản thân nhà khởi nghiệp và sự trợ giúp từ các tác nhân khác trong hệ sinh thái khởi nghiệp là một yêu cầu bức thiết. Từ những kết quả được dẫn chứng trên ứng với 7 giai đoạn chu kỳ sống Peitcher (2020), có thể thấy rằng các doanh nghiệp khởi nghiệp không chỉ ở Việt Nam mà cả trên thế giới cũng gặp phải khó khăn trong việc tồn tại và thường thất bại trong giai đoạn đầu khởi sự doanh nghiệp. Chính vì vậy, bài viết chỉ tập trung tìm hiểu 3 giai

đoạn đầu của doanh nghiệp khởi nghiệp.

3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Bài viết phỏng vấn sâu các thành viên sáng lập doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (Start-up) đang được hỗ trợ bởi Vườn ươm Doanh nghiệp Công nghệ cao và Nông nghiệp Công nghệ cao tại TPHCM. Kết quả cho thấy các thành viên đều quan tâm đến một số vấn đề trong cả ba giai đoạn: sáng tạo (hình thành ý tưởng), phát triển (chuyển hóa ý tưởng thành sản phẩm) và khởi sự

(thương mại hóa sản phẩm dịch vụ bằng cách khởi sự kinh doanh). Nội dung phỏng vấn sâu đã giúp chúng tôi thiết kế bảng câu hỏi theo thang đo Likert 5 bậc và tiến hành khảo sát vào tháng 11/2020 đối với 45 thành viên sáng lập doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo đã và đang được ươm tạo tại Vườn ươm Công nghệ cao và Nông nghiệp Công nghệ cao ở TP HCM.

Trong tổng số 45 bảng câu hỏi thì số phản hồi là 39 (tỷ lệ phản hồi là 87%) với cơ cấu mẫu như sau:

Bảng 2. Mô tả mẫu trong cuộc khảo sát

Tiêu thức phân loại	Các nhóm	Số lượng	Tỷ trọng (%)
1. Loại hình doanh nghiệp	Doanh nghiệp tư nhân	4	10,3
	Công ty trách nhiệm hữu hạn	24	61,5
	Công ty cổ phần	11	28,2
2. Ngành	Sản xuất nông nghiệp công nghệ cao	17	43,6
	Công nghiệp công nghệ cao	22	56,4
3. Quy mô	Dưới 50 lao động	26	66,7
	Từ 50 đến 100 lao động	13	33,3
4. Giới tính người được phỏng vấn	Nam	32	82,1
	Nữ	7	17,9
5. Nghề nghiệp người được phỏng vấn	Khoa học kỹ thuật	31	79,5
	Khoa học xã hội	8	20,5
6. Kinh nghiệm làm việc trước khi khởi nghiệp của người được phỏng vấn	Dưới 5 năm	31	79,5
	Từ 5 đến dưới 10 năm	3	7,7
	Từ 10 đến 15 năm	5	12,8
7. Thời gian hoạt động của doanh nghiệp	Từ 3 năm trở xuống	24	61,5
	Trên 3 năm	15	38,5
8. Truyền thống kinh doanh của người được phỏng vấn	Gia đình đã từng kinh doanh	28	71,8
	Gia đình chưa từng kinh doanh	11	28,2
	Tổng số	39	100

Nguồn: Lê Diễm Thu, 2020.

4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Thực trạng các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được hỗ trợ tại Vườn ươm Doanh nghiệp Công nghệ cao và Nông nghiệp Công nghệ cao TPHCM

Kết quả xử lý và phân tích dữ liệu từ bảng câu hỏi khảo sát cho thấy:

4.1.1. Giai đoạn sáng tạo (hình thành ý tưởng)

Các thành viên sáng lập đều nhấn mạnh sự hỗ trợ từ các cơ sở ươm tạo doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, như giúp cho doanh nghiệp hoàn thiện tính mới và độc đáo của ý tưởng, tạo sản phẩm mới và đổi mới công nghệ.

Thứ nhất, tính mới của sản phẩm: các chủ doanh nghiệp khởi nghiệp nhấn mạnh đến các ý tưởng kinh doanh, về sản phẩm dịch vụ hoàn toàn mới trên thị trường (giá trị trung bình 4), so với việc ứng dụng những gì đã có ở thị trường nước ngoài nhưng chưa có ở thị trường trong nước (giá trị trung bình là 3,7). Bên cạnh đó, tính mới này xuất phát chủ yếu từ cải tiến những sản phẩm hiện hữu trên thị trường (nhận giá trị trung bình 4,3), chứ chưa xuất phát từ những gì mà khách hàng cần và có nhu cầu nhưng chưa được đáp ứng để tạo ra sản phẩm/dịch vụ mới.

Thứ hai, nhận dạng các tiến bộ kỹ thuật mới cho phép làm ra sản phẩm (4,7) và các cải tiến về công nghệ hiện tại (4,3). Trong khi đó việc khai thác các bằng phát minh sáng chế đã hết thời gian sử dụng để tạo ra sản

phẩm/dịch vụ mới chưa được ứng dụng nhiều (giá trị trung bình chỉ là 3,3), điều này cho thấy việc tiếp cận các nguồn thông tin về các bằng phát minh sáng chế còn hạn chế.

4.1.2. Giai đoạn phát triển (chuyên hóa ý tưởng thành sản phẩm)

Cơ sở ươm tạo doanh nghiệp đã hỗ trợ tốt hoạt động phân tích khả thi đặc biệt là phân tích khả thi về công nghệ nhưng chưa tốt trong việc hỗ trợ doanh nghiệp phân tích khả thi về thị trường, tài chính và nguồn lực, đây là một trong những hạn chế của các đơn vị ươm tạo doanh nghiệp khi quá tập trung vào công nghệ và kỹ thuật sản xuất.

Thứ nhất, đánh giá khả thi về thị trường, các chủ doanh nghiệp khởi nghiệp hầu như chỉ tập trung vào việc nhận dạng khách hàng mục tiêu, mức giá mà họ sẵn lòng chi trả và quy mô thị trường (các giá trị trung bình lần lượt là 4,4; 4,2 và 4,3), mà ít quan tâm nhu cầu mua cũng như tần suất mua của khách hàng (giá trị trung bình lần lượt là 3,6 và 3,5).

Thứ hai, các thành viên sáng lập doanh nghiệp chỉ quan tâm nhiều đến khả thi về trang thiết bị và nguyên vật liệu cho sản xuất (các giá trị trung bình 4,4 và 4,3) mà quên vai trò nhân công - yếu tố quan trọng trong những ngành thâm dụng kỹ thuật (trong sản xuất công nghiệp và nông nghiệp công nghệ cao); cũng như ít quan tâm đến các nguồn lực khác có thể huy động để tăng sản lượng và quy mô (các giá trị trung bình lần lượt là 3,8

và 3,5). Tương tự như vậy, nguồn lực tài chính có thể huy động từ nhiều nguồn khác nhau, nhưng mối quan tâm lớn nhất của các doanh nghiệp chỉ tập trung vào các quỹ đầu tư mạo hiểm, nhà đầu tư thiên thần và khả năng tự huy động (các giá trị trung bình lần lượt là 4,6; 4,3 và 4,2); các nguồn lực khác như huy động từ người thân, tín dụng thương mại khi mua vật tư nguyên liệu và khả năng tự sinh tồn từ chi phí thấp lại ít được chú trọng (các giá trị trung bình là 3,7; 3,8 và 3,9).

Thứ ba, các chủ doanh nghiệp khởi nghiệp quan tâm đến khả thi về công nghệ, cho phép làm ra sản phẩm có chất lượng cao hơn (4,7), đáp ứng các yêu cầu về tính năng và thuộc tính của sản phẩm (4,5), tăng năng suất (4,5) tạo ra được sản phẩm (4,4).

4.1.3. Giai đoạn khởi sự/thương mại hóa)

Sự hỗ trợ tập trung vào hoạt động thử nghiệm sản phẩm trên thị trường để tái thiết kế, nhưng các hỗ trợ về thông tin thị trường, tiếp cận khách hàng và chuỗi cung ứng chưa đạt mức mà doanh nghiệp khởi nghiệp mong muốn.

Thứ nhất, hai hoạt động rất quan trọng là hoàn thiện thiết kế sản phẩm và thử nghiệm sản phẩm đều được các chủ doanh nghiệp triển khai và hoàn thiện trong quá trình ươm tạo (điểm trung bình tổng thể là 4,3 và 4,5). Đối với hoạt động thiết kế sản phẩm, các doanh nghiệp nhấn mạnh đến việc thực hiện xây dựng bộ tiêu chuẩn kỹ thuật của sản phẩm và quy

trình sản xuất (giá trị trung bình là 4,5), hoàn thiện liên tục tính năng và thuộc tính của sản phẩm (4,4) và thử nghiệm kỹ thuật (4,4). Đối với thử nghiệm sản phẩm, điều chỉnh dựa trên thử nghiệm trên thị trường và đăng ký tiêu chuẩn chất lượng trước khi thương mại hóa cũng được quan tâm thực hiện (các giá trị trung bình lần lượt là 4,3; 4,6 và 4,5).

Thứ hai, ở giai đoạn thương mại hóa sản phẩm. Giá trị trung bình của bốn hoạt động này lần lượt là 4,6; 4,5; 4,3 và 4,3. Doanh nghiệp chủ động tiếp cận các thông tin về thị trường chỉ ở mức trên trung bình (3,8 so với trung bình là 3).

Mức độ khó khăn không quá lớn (3,5 và 3,4 so với giá trị trung bình là 3) trong tiếp cận thị trường và kênh phân phối. Trong đó, khó khăn lớn nhất là việc tìm kiếm hợp đồng tiêu thụ (4,3) và nắm bắt thông tin thị trường là 4. Các yếu tố khác như giá cả thị trường không ổn định, bị ép giá bởi người mua, tiếp cận người mua và sản lượng cung ứng không đủ lớn cho đơn hàng không phải là vấn đề khó khăn của doanh nghiệp khởi nghiệp (giá trị nhận được của các yếu tố này theo thứ tự lần lượt nêu trên chỉ là 3,6; 3,2; 3,1 và 3,1).

Khó khăn lớn nhất khi tiếp cận các kênh phân phối của các doanh nghiệp chính là việc chưa định dạng được thương hiệu (4,0) và bán hàng theo hình thức trả chậm gây thiếu hụt nguồn vốn lưu động của doanh nghiệp (4,0). Các vấn đề khác như bảo quản,

tồn trữ, chứng nhận chất lượng và tiếp cận kênh phân phối hầu như không gây khó khăn cho doanh nghiệp (giá trị ở mức trên trung bình).

4.2. Một số nhận xét

Kết quả khảo sát thực tế đa số doanh nghiệp tham gia ươm tạo đều đáp ứng lĩnh vực ươm tạo, có kiến thức, có ý tưởng về sản phẩm, cụ thể: dựa trên kết quả phân tích dữ liệu phần 4.1.1, cho thấy tính mới của sản phẩm được các chủ doanh nghiệp khởi nghiệp nhấn mạnh đến các ý tưởng kinh doanh, về sản phẩm dịch vụ hoàn toàn mới trên thị trường. Tuy nhiên, do thiếu kinh nghiệm nên chọn hướng tiếp cận thị trường không phù hợp, điều này dẫn đến:

Thứ nhất, các doanh nghiệp khởi nghiệp chú trọng nhiều đến việc thiết kế, hoàn thiện sản phẩm và quy trình công nghệ trong quá trình ươm tạo tại các vườn ươm nhưng lại chưa chuẩn bị cho giai đoạn thương mại hóa thông qua xúc tiến thương mại, kênh phân phối và tiếp cận thị trường... Do đó là giai đoạn doanh nghiệp khởi nghiệp gặp nhiều khó khăn nhất và hầu như phải đối mặt với dòng tiền mặt ròng âm và cần nhiều sự hỗ trợ để xâm nhập thị trường.

Thứ hai, tâm lý chủ quan trong việc đánh giá những khó khăn trong tiếp cận thị trường và tiếp cận kênh phân phối. Các giá trị trung bình như trên đã thể hiện mức độ khó khăn của các doanh nghiệp khởi nghiệp liên quan đến tính sống còn và sự thành công của hoạt động thương mại.

Thứ ba, hoạt động của các vườn ươm hầu như tập trung vào việc hoàn thiện sản phẩm và công nghệ nhưng chưa chú trọng đến việc hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp xúc tiến những chương trình marketing để thương mại hóa sản phẩm.

4.3. Nguyên nhân của các hạn chế

*** Nguyên nhân từ doanh nghiệp khởi nghiệp**

Khảo sát thực tế cho thấy, doanh nghiệp khởi sự chưa thật sự nắm bắt nhu cầu tiêu dùng khách hàng; ít quan tâm đến việc nâng cao các kỹ năng về quản trị doanh nghiệp và tính chuyên nghiệp cả trong thái độ ứng xử lẫn điều hành công việc của từng thành viên trong công ty. Bên cạnh đó, chưa chuẩn bị đầy đủ các nguồn lực cần thiết (tài chính, nhân lực, công nghệ...) nên mức độ thành công còn hạn chế. Bởi lẽ, yếu tố quyết định sự thành công của một công ty không chỉ là sản phẩm tốt mà là một bộ máy doanh nghiệp có tầm nhìn, chiến lược rõ ràng xung quanh sản phẩm đó.

Thứ nhất, các chủ doanh nghiệp chưa xác định được mô hình kinh doanh để tạo dòng tiền (từ đâu và theo hình thức nào). Các cá nhân có ý tưởng về sản phẩm nhưng không chuyển hóa được thành mô hình kinh doanh trong thực tế. Điều này xuất phát từ năng lực chuyên môn của những thành viên sáng lập. Họ có kiến thức, kỹ năng và những trải nghiệm thực tế về sản xuất và công nghệ nhưng lại không có đủ kiến thức, kinh nghiệm và kỹ năng kinh doanh, nên thường gặp khó

khẩn khi điều hành hoạt động của doanh nghiệp, đặc biệt trong việc định hướng chiến lược và mô hình kinh doanh trước sự cạnh tranh từ các công ty lớn.

Thứ hai, chưa có tầm nhìn chiến lược và khả năng quản trị doanh nghiệp. Các doanh nghiệp thường chỉ tập trung vào làm tốt nhất sản phẩm của mình, đạt những tiêu chuẩn về kỹ thuật và chất lượng nhưng chưa xây dựng được một đội ngũ quản trị chuyên nghiệp có tầm nhìn và chuyên môn sâu để quản trị doanh nghiệp trong giai đoạn ban đầu.

Thứ ba, thiếu các khả năng về marketing khởi nghiệp cho nên sau khi hoàn thiện và thử nghiệm sản phẩm ra thị trường, các nhà khởi nghiệp này chưa biết cách thức định vị mục tiêu, các kênh phân phối, các hình thức xúc tiến thương mại; tiếp cận thị trường sai lầm, không phù hợp với khả năng hoặc không phù hợp với tính chất của sản phẩm.

Thứ tư, thiếu năng lực về tài chính để tiếp tục đầu tư hoàn thiện sản phẩm và công nghệ cho nên phải lệ thuộc vào các nhà đầu tư tư nhân, và chưa đủ bản lĩnh nhận dạng các nhà đầu tư tiềm năng có năng lực cho nên dễ bị đánh cắp ý tưởng khi trao đổi ý tưởng kinh doanh, sản phẩm, công nghệ với các nhà đầu tư không trung thực.

*** Nguyên nhân từ vườn ươm doanh nghiệp**

Sau 6 năm hoạt động, Trung tâm Dạy nghề Nông nghiệp công nghệ cao đã gặp phải một số khó khăn như sau:

Thứ nhất, nguồn nhân lực làm công tác ươm tạo còn mới và chưa có nhiều kinh nghiệm là một thực trạng phổ biến tại vườn ươm và điều này làm giảm hiệu quả của hoạt động ươm tạo.

Thứ hai, các nguồn vốn tài trợ cho hoạt động của ươm tạo còn hạn chế do khung pháp lý chậm được ban hành; khó khăn trong việc tiếp cận các nguồn quỹ hỗ trợ hoạt động ươm tạo từ nhà nước. Ngoài ra, các thủ tục pháp lý, hành chính còn phức tạp gây khó khăn trong việc triển khai hạ tầng kỹ thuật phục vụ hoạt động ươm tạo có nguồn tài trợ từ ngân sách nhà nước.

Thứ ba, kết nối giữa các nhà tư vấn với các doanh nghiệp khởi nghiệp tại các vườn ươm còn hạn chế. Mặc dù các nhà tư vấn khởi nghiệp được xem là đối tượng quan trọng trong quá trình ươm tạo và thương mại hóa thành công cho các doanh nghiệp khởi nghiệp và họ song hành cùng doanh nghiệp khởi nghiệp trong phần lớn đời sống của những doanh nghiệp. Tuy nhiên, trong thời gian qua sự kết nối của các vườn ươm với các nhà tư vấn còn hạn chế do nhiều nguyên nhân, trong đó có liên quan đến vai trò và quyền lợi của nhà tư vấn chưa xác định rõ.

Thứ tư, các vườn ươm doanh nghiệp chưa thiết lập được mối quan hệ chiến lược với các doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng và phân phối cho nên sự hỗ trợ thương mại hóa gặp nhiều khó khăn, chưa được quan tâm đúng

mức. Đặc biệt vai trò đầu tư trực tiếp của các công ty đa quốc gia hoạt động trong các khu công nghệ cao sẽ làm nền tảng cho việc đặt hàng triển khai nghiên cứu. Từ đó, hình thành mối quan hệ hỗ trợ cho doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tham gia vào chuỗi nghiên cứu và ứng dụng.

5. MỘT SỐ KHUYẾN NGHỊ

Hiện nay, nhiều chính sách hỗ trợ thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp đang được thúc đẩy thực hiện, gồm Quyết định số 844/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”; Quyết định số 171/QĐ-BKHCN của Bộ Khoa học và Công nghệ phê duyệt danh mục nhiệm vụ đặt hàng thuộc đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến 2025”... Để đảm bảo rằng các chính sách phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp sẽ tạo điều kiện và hỗ trợ cho sự phát triển của các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, chúng tôi thiết nghĩ:

Thứ nhất, xây dựng chính sách tác động đến những đối tượng chính trong cộng đồng khởi nghiệp nhằm: (i) cung cấp các hỗ trợ cho nghiệp chủ trong các giai đoạn trước khi khởi sự, khởi sự, và sau khi khởi sự với các hình thức như hỗ trợ và tư vấn kinh doanh; (ii) hỗ trợ bằng cách lựa chọn các ứng viên đưa vào vườn ươm; (iii) khuyến khích các tổ chức thuộc khu vực tư nhân hoặc có sự phối hợp công ty triển khai các chương trình tăng tốc khởi nghiệp để giúp cho các

doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng cao tiếp cận các nguồn lực công (tài chính, hỗ trợ đổi mới, tiếp cận thị trường,...) nhằm đạt sự tăng trưởng nhanh.

Thứ hai, xây dựng chính sách phát triển các nhà cung cấp nguồn lực trong hệ sinh thái khởi nghiệp như các ngân hàng, các nhà đầu tư thiên thần, các quỹ đầu tư mạo hiểm của các công ty lớn, quỹ đầu tư mạo hiểm..., hướng đến việc giúp cho các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo tiếp cận các nguồn lực tài chính bằng cách gia tăng nguồn cung tài chính, chấp nhận rủi ro trong đầu tư.

Thứ ba, thúc đẩy phát triển những “nhà kết nối khởi nghiệp” bằng cách thúc đẩy sự kết nối giữa các bộ phận, đặc biệt là các tác nhân chính, trong hệ sinh thái khởi nghiệp thông qua các hình thức: hỗ trợ thiết lập các tổ chức nghề nghiệp, hình thành các câu lạc bộ khởi nghiệp, các nhóm đầu tư mạo hiểm được thiết lập bởi các nhà khởi nghiệp thành công và quay trở lại đầu tư cho các doanh nghiệp khởi nghiệp mới, và các hiệp hội doanh nghiệp.

Thứ tư, thúc đẩy và động viên tinh thần khởi nghiệp: một hệ sinh thái khởi nghiệp phát triển mạnh đòi hỏi phải hình thành và phát triển các thái độ và hành vi tích cực đối với khởi nghiệp thông qua các chính sách như: (i) thực hiện các chương trình đào tạo về khởi nghiệp trong trường phổ thông, đại học để hình thành một thái độ tích cực và tạo ra những không

gian khởi nghiệp trong trường học; (ii) hình thành các chương trình và chính sách về truyền thông để tạo một góc nhìn tích cực về “hiện tượng nhập cư nội bộ quốc gia” để thu hút và tạo điều kiện cho các tài năng quy tụ về làm việc trong địa phương; (iii) tạo nên văn hóa thúc đẩy khởi nghiệp thông qua việc tổ chức các sự kiện tôn vinh những doanh nghiệp thành công và có đóng góp cho sự phát triển của cộng đồng địa phương.

Thứ năm, hình thành phát triển các tổ chức tăng tốc khởi nghiệp. Sự gia tăng nhanh của các nhà khởi nghiệp và các quỹ đầu tư mạo hiểm trong những năm gần đây đã kích hoạt sự

hình thành của một đối tác mới trong hệ sinh thái khởi nghiệp, đó là các nhà kết nối tăng tốc (Accelerators), có vai trò thúc đẩy hoạt động tăng trưởng và thương mại hóa của các doanh nghiệp khởi nghiệp sau khi họ rời khỏi vườn ươm. Khi các tổ chức tăng tốc khởi nghiệp xuất hiện và phát triển ngày càng nhiều, với vai trò cung cấp các nền tảng hạ tầng cho sự phát triển kinh tế khu vực cũng như hỗ trợ tăng trưởng và mở rộng quy mô cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, thì chúng đã trở thành một đối tác mới và quan trọng trong việc hỗ trợ thương mại hóa các sản phẩm hay dịch vụ của doanh nghiệp đổi mới sáng tạo. □

CHÚ THÍCH

⁽¹⁾ Vườn ươm Công nghệ cao là đơn vị trực thuộc Khu Công nghệ cao TPHCM thành lập năm 2006 với chức năng ươm tạo các DN trong lĩnh vực công nghệ cao; tổ chức triển khai các hoạt động hỗ trợ cho cá nhân, tổ chức có ý tưởng khoa học, kết quả nghiên cứu khoa học công nghệ thực hiện việc hoàn thiện công nghệ.

⁽²⁾ Khu Nông nghiệp Công nghệ cao TPHCM được thành lập vào ngày 14/7/2004 theo Quyết định số 3534/QĐ-UBND. Nhiệm vụ chủ yếu là nghiên cứu triển khai, ươm tạo và thu hút đầu tư cho các dự án nông nghiệp công nghệ cao.

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN

1. Bạch Thị Thanh Hà. 2017. “Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp”. *Tạp chí Công Thương*, <http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/chinh-sach-ho-tro-doanh-nghiep-khoi-nghiep-48131.htm>, truy cập ngày 2/5/2021.
2. Blank S. 2010. “What’s a Startup? First Principles”. <https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/>, truy cập ngày 25/4/2021.
3. Bộ Khoa học và Công Nghệ. 2017. *Quyết định số 171/QĐ-BKHCN ngày 07/02/2017 về phê duyệt danh mục nhiệm vụ đặt hàng thuộc đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” bắt đầu thực hiện năm 2017*.
4. Chính phủ. 2021. *Nghị định số 80/2021/NĐ-CP ngày 26/8/2021 về hướng dẫn một số điều của Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa*. Hà Nội.

5. Ekaterina Nagui. 2015. “Improving Entrepreneurial Teamwork: a Case Study of an Indian Media Startup”. Master's Degree Programme - Second Cycle (D.M.270/2004) in *Economia Gestione Delle Aziende, Curriculum International Management* - (Final Thesis).
6. Lê Diễm Thu. 2020. *Thương mại hóa sản phẩm cho doanh nghiệp khởi nghiệp: Trường hợp Vườn ươm Công nghệ cao và Nông nghiệp Công nghệ cao*. Đề tài cấp cơ sở, Viện Khoa học xã hội vùng Nam Bộ.
7. Marmer, M., Hermann B.L. and Berman R. 2011. “Startup Genome Report 01, A New Framework for Understanding Why Startups Succeed”. http://www.wamda.com/web/uploads/resources/Startup_Genome_Report.pdf. Accessed 20 April 2013, truy cập ngày 12/3/2021.
8. Peitsch, B. 2020. “Seven Stages of SME Growth – One Common Problem: The Challenge of Financing Small Businesses Across Their Life Cycle”, <https://nextbillion.net>, truy cập ngày 11/3/2021.
9. Schroeter, A. 2009. “The Effect of New Business Information on Employment - the Dominance of Density”. *Jena Economic Research Paper*, No. 019-2009. Jena: Friedrich Schiller University and Max Planck Institute of Economics Jena.
10. Stokes David and Nick Wilson. 2006. *Small Business Management and Entrepreneurship*. London: Thomson Learning.
11. Thanh Giang. 2016. “Khởi nghiệp đang cần vốn”. <http://m.daidoanket.vn/kinh-te/khoi-nghiep-dang-can-von/104957>, truy cập ngày 23/7/2021.
12. Thủ tướng Chính phủ. 2016. Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”.
13. Ủy ban nhân dân TPHCM. 2017. Quyết định số 1339/2017/QĐ-UBND ngày 27/3/2017 về phê duyệt kế hoạch hoàn thiện Hệ sinh thái khởi nghiệp tại TPHCM.
14. Vũ Minh Trai. “2019. Phát triển khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại TPHCM và bài học cho thành phố Hải Phòng”. Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia *Khởi nghiệp sáng tạo ở Việt Nam: Cơ hội phát triển bền vững*. Nxb. Lao động - Xã hội.