

ĐÁNH GIÁ CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN SỰ THÀNH CÔNG CỦA DOANH NHÂN VIỆT NAM

Nguyễn Văn Hà

Khoa Quản trị Kinh doanh – Học viện Ngân Hàng

Email: nguyenvanha3003@gmail.com

Nguyễn Thành Hiếu

Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: nguyenthanhhiieu2002@yahoo.com

Ngày nhận: 5/4/2016

Ngày nhận bản sửa: 25/4/2016

Ngày duyệt đăng: 25/5/2016

Tóm tắt:

Bài viết tổng kết lại lý thuyết có liên quan và nghiên cứu thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nhân tại Việt Nam và trên thế giới. Bằng việc sử dụng phương pháp phân tích – tổng hợp và định lượng, nhóm tác giả đã kết luận được 5 nhóm yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của các doanh nhân Việt Nam: “Tổ chất & giáo dục đào tạo”, “Điều kiện kinh doanh”, “Quan hệ xã hội”, “Gia đình” và “May mắn”. Từ đó đề xuất giải pháp góp phần nâng cao năng lực của đội ngũ doanh nhân để họ có thể đóng góp nhiều hơn vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Từ khóa: Doanh nhân, điều kiện kinh doanh, thành công, tổ chất & giáo dục đào tạo.

Assessing the factors affecting the success of Vietnamese entrepreneurs

Abstract:

The research summarizes the relevant theoretical and empirical research on the factors affecting the success of entrepreneurs in Vietnam and around the world. By using the methods of analysis - synthesis and econometrics, the authors conclude that 5 groups of factors affecting the success of Vietnam entrepreneurs: “characteristics & education”, “business conditions”, “social relations”, “family” and “luck”. The author then proposes solutions to improve the capacity of entrepreneurs, which enable them to contribute more to the development of the country.

Keywords: Entrepreneurs, business conditions, success, characteristics & education

1. Giới thiệu

Cùng với sự phát triển của xã hội, các doanh nghiệp đã trở thành một phần tử không thể thiếu trong nền kinh tế thị trường. Trong môi trường cạnh tranh khốc liệt, các doanh nghiệp muốn thành công cần có sự dẫn dắt và lãnh đạo của đội ngũ doanh nhân. Trong một xu thế vận động và phát triển trên tất cả các lĩnh vực của đời sống, kinh tế, xã hội đòi hỏi mỗi doanh nhân phải cố gắng không ngừng. Phải biết chấp nhận thách thức và sẵn sàng học hỏi

kiến thức thực tế là cách tốt nhất để Doanh nhân nhìn lại mình, biết mình cần chuẩn bị gì cho cuộc cạnh tranh gay gắt trong cuộc sống ngày càng phát triển này. Vậy những yếu tố nào ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nhân Việt Nam?

Mục tiêu của nghiên cứu là tổng kết lại các lý thuyết có liên quan và các nghiên cứu thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nhân tại Việt Nam và trên thế giới. Từ việc tìm hiểu, phân tích và đánh giá được các nhân tố ảnh

hưởng đến sự thành công của các doanh nhân Việt Nam hiện nay, bài viết đề xuất giải pháp nâng cao năng lực của đội ngũ doanh nhân Việt Nam.

2. Tổng quan tình hình nghiên cứu

2.1. Sơ lược tình hình nghiên cứu trên thế giới

2.1.1. Nghiên cứu về định nghĩa doanh nhân

Ahmad & Seymour (2008) đã đưa ra định nghĩa tổng quát nhất cho kinh doanh, doanh nhân và các hoạt động quản trị kinh doanh khác. Các định nghĩa trong nghiên cứu này tập trung nhấn mạnh bản chất của doanh nhân và các hoạt động kinh doanh, tập trung vào các hành động cụ thể của doanh nhân. Nghiên cứu chưa đi sâu vào vấn đề doanh nhân và các tác động môi trường bên trong và bên ngoài ảnh hưởng đến thành công của họ.

2.1.2. Nghiên cứu về sự tác động của nhân tố giới tính

De Bruin & cộng sự (2007) đã xây dựng mô hình “5M” bao gồm 5 nhân tố ảnh hưởng đến doanh nhân, trong đó đưa vào nhân tố Chức năng làm mẹ (Motherhood) bên cạnh 3 nhân tố quyết định đến khả năng thành công của doanh nhân là tiền bạc (Money), thị trường (Markets) và quản lý (Management), môi trường trung gian, vĩ mô (Meso/Macro Environment) là các mạng lưới nghề nghiệp, kỳ vọng xã hội và các quy tắc văn hóa, chiến lược mỗi quốc gia. Các nhân tố về kỹ năng của người doanh nhân chưa được chú trọng.

2.1.3. Nghiên cứu về kỹ năng doanh nhân

Ardichvilia & cộng sự (2003) đã tập trung xác định sự ảnh hưởng của các nhân tố tính cách, mạng lưới xã hội và kiến thức của doanh nhân trong việc nhận biết và xác định các cơ hội kinh doanh trên thị trường và các kỹ năng liên quan như nhận thức, đánh giá, phát triển và phân tích để đưa ra các quyết định kinh doanh phù hợp. Nghiên cứu chưa tập trung khai thác các nhân tố khác không kém phần quan trọng như đặc điểm giới tính, môi trường kinh tế, xã hội.

2.1.4. Các nghiên cứu khác

Oosterbeek & cộng sự (2008) khẳng định các khóa học kỹ năng có mức tác động rất thấp tới việc tạo động lực cho các nhà khởi nghiệp và khả năng lãnh đạo doanh nghiệp tiến tới thành công. Các kỹ năng và kinh nghiệm cần được tích lũy và rèn luyện qua một quá trình dài và các khóa học chỉ là một phần rất nhỏ trong quá trình đó. Các nhân tố có mức

ảnh hưởng lớn chưa được quan tâm trong nghiên cứu này.

2.2. Sơ lược tình hình nghiên cứu tại Việt Nam

2.2.1. Nghiên cứu tổng quan về doanh nhân

Đỗ Minh Cường (2009) đã nêu lên cái nhìn tổng quan nhất về doanh nhân. Theo đó doanh nhân không chỉ là một giai cấp hay tầng lớp xã hội mà còn là một cộng đồng gồm hàng triệu người làm nghề kinh doanh có mức độ sở hữu, quyền lực và địa vị xã hội khác nhau, ít được đào tạo kiến thức và kỹ năng chuyên môn, là lực lượng đông nhưng chưa mạnh, có tiềm năng phát triển lớn. Ngoài ra, bài viết đã đặt ra các tiêu chuẩn xã hội để xác định một doanh nhân đúng nghĩa, tuy nhiên chưa đề cập đến thể nào là một doanh nhân thành công và các yếu tố cấu thành nên thành công đó.

2.2.2. Nghiên cứu về doanh nhân xã hội

Trung tâm hỗ trợ sáng kiến phát triển cộng đồng (CSIP) (2008) đã thực hiện nghiên cứu nhằm phát hiện ra những doanh nhân xã hội trong cộng đồng, liệu họ có phù hợp với môi trường Việt Nam, lĩnh vực họ đang hoạt động và động lực thành công của họ như tham vọng, khả năng lập kế hoạch, kỹ năng sống và định hướng bản thân, cũng như những đóng góp của họ cho xã hội, cùng với đó là các nhân tố dẫn tới thành công của các doanh nhân xã hội như sự nhận thức, sự ủng hộ của xã hội và nhân tố tài chính. Nghiên cứu chỉ dừng lại ở khía cạnh gợi mở và phạm vi nghiên cứu vẫn còn hẹp, chỉ gói gọn trong thành phần doanh nhân kinh doanh trong lĩnh vực xã hội.

Nhìn chung các đề tài nghiên cứu về sự thành công của doanh nhân đều chủ yếu tập trung vào việc làm rõ khái niệm doanh nhân, một số kỹ năng và sự ảnh hưởng của nhân tố giới tính quyết định sự thành công của doanh nhân, cũng như xu thế phát triển của doanh nhân tại Việt Nam và trên thế giới. Các công trình nghiên cứu, đề tài về doanh nhân nói chung và đề cập đầy đủ tới các nhân tố ảnh hưởng trực tiếp và gián tiếp đến sự thành công của họ vẫn chưa được đề cập đến một cách chi tiết.

3. Cơ sở lý luận và mô hình nghiên cứu

3.1. Cơ sở lý luận về doanh nhân và sự thành công của doanh nhân

Khái niệm doanh nhân đã được đề cập đến trong đời sống kinh tế xã hội và kinh tế học từ khá lâu. Tuy nhiên, cho đến nay vẫn chưa có quan niệm

thống nhất về đối tượng này. Schumpeter (1912) coi doanh nhân là những con người đổi mới sáng tạo sử dụng một quá trình phá hủy hiện trạng của các sản phẩm và dịch vụ hiện có, xây dựng sản phẩm, dịch vụ mới. Hoặc có thể hiểu họ là những người nghĩ ra các ý tưởng đổi mới và đưa nó vào hoạt động kinh doanh nhằm tạo ra lợi nhuận. Lê Thị Minh Loan & Đỗ Hồng Khanh (2013) định nghĩa doanh nhân là những người làm nghề kinh doanh, là bộ phận những người chủ sở hữu, lãnh đạo, quản lý hoạt động kinh doanh trong những hộ gia đình và doanh nghiệp. Tựu chung lại nhóm tác giả cho rằng: Doanh nhân là những người chủ kinh doanh, bao gồm cả kinh doanh được đăng ký chính thống và những hoạt động kinh doanh chưa chính thống.

Ahmad & Seymour (2008) định nghĩa các hoạt động của một nhà lãnh đạo doanh nghiệp có mối liên kết chặt chẽ với 3 hoạt động chính: hoạt động con người (human activity), hoạt động thúc đẩy (Leveraging activity) và các hoạt động khác.

Doanh nhân là một trong những nhân tố quan trọng nhất trong sự phát triển kinh tế của một quốc gia. Doanh nhân đóng một vai trò quan trọng không chỉ trong sự phát triển ngành công nghiệp của một quốc gia mà còn trong sự phát triển của ngành nông nghiệp và dịch vụ. Tại Việt Nam, những đóng góp của doanh nhân có thể liệt kê như sau: là lực lượng tạo ra của cải và phân phối của cải đáng kể trong xã hội; góp phần tạo ra cơ hội việc làm quy mô lớn, thu hút lao động, tăng thu nhập cho dân cư; đảm bảo an sinh xã hội và đẩy mạnh xuất khẩu thương mại, thúc đẩy xuất khẩu thương mại của một quốc gia.

Không có một định nghĩa chung về “thành công

của một doanh nhân”, bởi mỗi người sẽ rút ra kết luận về điều này thông qua trải nghiệm và cảm nhận của chính bản thân mình. Đối với doanh nhân, quan niệm về thành công có thể được đánh giá trên khía cạnh kinh doanh (doanh nghiệp đạt được lợi nhuận cao, ngày càng phát triển), khía cạnh vật chất (thành công của doanh nhân là khi họ giàu có, có nhiều của cải trong tay), cũng có thể là khía cạnh được xã hội coi trọng (địa vị xã hội).

3.2. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Theo quan điểm của nhóm tác giả, các yếu tố ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nhân bao gồm các yếu tố chủ quan và các yếu tố khách quan. Các yếu tố chủ quan gồm có: Tổ chất, trình độ giáo dục đào tạo, gia đình và những mối quan hệ xã hội. Các yếu tố khách quan bao gồm: Các yếu tố kinh tế tài chính, cơ chế chính sách & thủ tục hành chính và yếu tố may mắn. Trong đó “Tổ chất” là một trong những nhân tố nằm trong “Vốn con người” đã được nhắc đến trong mô hình của Lerner & cộng sự (1997), may mắn là nhân tố đã được cân nhắc cho vào mô hình sau khi tham khảo ý kiến một số doanh nhân qua phỏng vấn sâu trong giai đoạn khảo sát thí điểm.

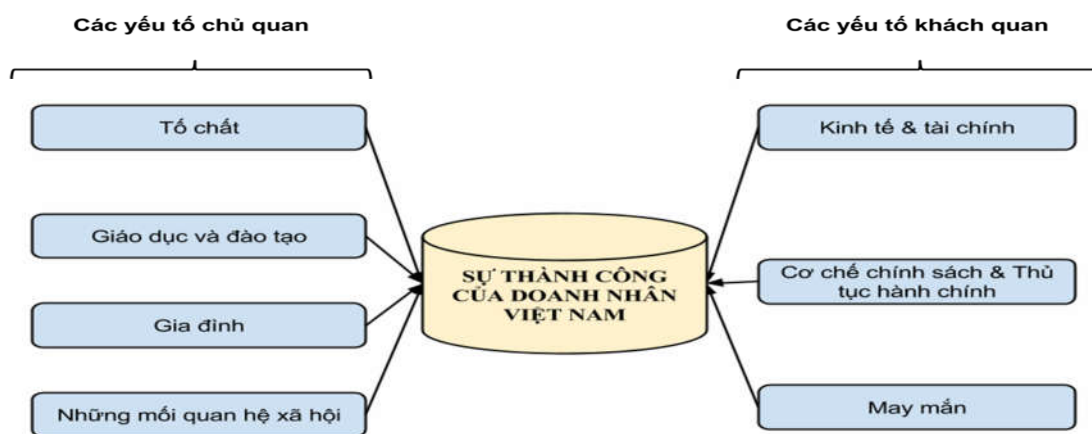
3.3. Phân tích mô hình và xây dựng giả thiết nghiên cứu

3.3.1. Tổ chất

Tổ chất bao gồm “Đặc điểm tính cách” và “những kỹ năng cá nhân”.

Đặc điểm tính cách: Đặc điểm tính cách đầu tiên thường được nhắc đến là một trong những nhân tố quyết định đối với sự thành công một doanh nhân là “Khát vọng thành công”. Theo Boyd & Vozikis

Hình 1: Mô hình nhân tố ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nhân Việt Nam đề xuất



Nguồn: Nhóm nghiên cứu đề xuất

(1994), khởi sự kinh doanh cần phải có tính kiên trì và tự tin, lòng tin mãnh liệt vào năng lực bản thân và khả năng chấp nhận rủi ro. Tính chủ động có thể giúp cho doanh nhân nắm thế chủ động, thay vì chờ đợi các tình huống xảy ra, những người này tạo tác động đến môi trường và buộc chúng xảy ra.

Các kỹ năng cá nhân: Trong các kỹ năng cá nhân, kỹ năng nắm bắt cơ hội là một trong những nhân tố quan trọng nhất ảnh hưởng đến sự thành công của một doanh nhân (Ardichvilia & cộng sự, 2003). Cùng với kỹ năng nắm bắt cơ hội thì các kỹ năng giải quyết vấn đề, kỹ năng thuyết phục, kỹ năng lập kế hoạch cũng là những kỹ năng quan trọng giúp một nhà kinh doanh đạt được thành công.

Giả thuyết H1: Các tố chất đặc trưng của doanh nhân có tác động mạnh mẽ theo chiều dương đến sự thành công của doanh nhân Việt Nam.

3.3.2. Gia đình

Sự ủng hộ từ các thành viên trong gia đình và xã hội có thể thúc đẩy doanh nhân tạo ra kết quả tích cực từ công việc kinh doanh của họ.

Giả thiết nghiên cứu H2: Gia đình hạnh phúc và sự ủng hộ từ gia đình tác động mạnh mẽ theo chiều dương tới khả năng thành công trong công việc kinh doanh của doanh nhân Việt Nam.

3.3.3. Các mối quan hệ xã hội

Xây dựng quan hệ xã hội rộng rãi là cơ sở quan trọng cho một doanh nhân thành công. Trong một xã hội đan xen nhiều quan hệ phức tạp như hiện nay, việc xây dựng được một quan hệ xã hội tốt đẹp bền vững là một việc không dễ dàng.

Giả thuyết nghiên cứu H3: Những mối quan hệ xã hội tốt tác động mạnh mẽ theo chiều dương tới khả năng thành công trong công việc kinh doanh của doanh nhân Việt Nam.

3.3.4. Giáo dục và đào tạo

Để thành công doanh nhân phải có trình độ chuyên môn vững vàng, tức là họ phải thực sự am hiểu và vững vàng về lĩnh vực chuyên môn của mình, nhất là phải có sự kết hợp hài hòa giữa kiến thức lý thuyết hàn lâm với kiến thức thực tế sinh động.

Giả thuyết nghiên cứu H4: Giáo dục và đào tạo tốt tác động mạnh mẽ theo chiều dương tới sự thành công của doanh nhân Việt Nam.

3.3.5. Điều kiện kinh tế tài chính

- *Điều kiện tài chính cá nhân:* Theo nghiên cứu tại Libanon, mục đích dẫn thân vào kinh doanh của doanh nhân bị chi phối bởi áp lực tài chính gia đình chứ không chỉ vì tinh thần tự nguyện.

- *Điều kiện kinh tế tài chính của doanh nghiệp:*

Về khả năng tiếp cận các nguồn tài chính: Theo VCCI (2005), 55% số doanh nhân nam và 35% số doanh nhân nữ gặp khó khăn trong việc vay vốn kinh doanh. Nguyên nhân là: Sự rườm rà của quy trình thủ tục xin vay vốn, điều kiện khắt khe từ phía ngân hàng về tài sản thế chấp.

Về khả năng tiếp cận các nguồn lực khác phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh: lao động, nguyên vật liệu... VCCI (2005) cũng cho biết, Việt Nam xếp thứ 14, 40 và 21 lần lượt về chỉ số khó khăn trong thuê lao động, chỉ số khó khăn trong sa thải lao động và chỉ số về mức độ cứng nhắc trong việc làm.

Tóm lại, các nhân tố kinh tế tài chính là một trong những nhân tố cơ bản cần phải được xét đến khi nói tới thành công của doanh nhân hay doanh nghiệp.

Giả thuyết nghiên cứu H5: Các nhân tố kinh tế tài chính có tác động mạnh mẽ đối với sự thành công của một doanh nhân.

3.3.6. Yếu tố cơ chế pháp lý & thủ tục hành chính

Các chính sách được đề xuất do các nhà làm luật phần nào đó đã nhận ra được những tiềm năng to lớn của doanh nhân trong việc đóng góp cho GDP quốc gia và sự phát triển của nền kinh tế, thông qua những tấm gương từ các nước phát triển như Mỹ và Châu Âu (Tuladhar, 1996).

Giả thuyết nghiên cứu H6: Yếu tố cơ chế chính sách và thủ tục hành chính tốt tác động mạnh mẽ theo chiều dương tới sự thành công của doanh nhân Việt Nam.

3.3.7. May mắn

Một trong những yếu tố góp phần tạo nên sự thành công cho doanh nhân là sự may mắn. Trong quá trình khảo sát thử nghiệm để xây dựng bảng hỏi, nhiều ý kiến trong số những doanh nhân mà nhóm tiếp xúc cho rằng may mắn là một nhân tố không thể thiếu khi nhắc tới các nhân tố ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nhân.

Giả thuyết nghiên cứu H7: May mắn có tác động mạnh mẽ theo chiều dương đến sự thành công của

doanh nhân.

4. Phương pháp nghiên cứu

4.1. Tiến hành soạn thảo và đánh giá các câu hỏi

Các câu hỏi sẽ được chia thành tám phần đại diện cho tất cả các kích thước ở trên. Những người trả lời được yêu cầu đánh giá mức độ đồng ý cho mỗi câu. Thang Likert (1-5) được sử dụng với mức độ đồng ý tăng dần từ 1 đến 5.

Việc xử lý dữ liệu được thực hiện qua các bước sau: Thống kê mô tả, Phân tích độ tin cậy, Kiểm định nhân tố khám phá (EFA) và Phân tích hồi quy.

4.2. Thiết kế mẫu

Tổng thể: đối tượng tham gia nghiên cứu này bao gồm tất cả các doanh nhân với giới tính, độ tuổi ở mọi ngành nghề kinh doanh khác nhau đang sinh sống và làm việc tại Việt Nam, không bao gồm đối tượng đang sinh sống và làm việc ở nước ngoài.

Khung lấy mẫu: doanh nhân kinh doanh trên mọi ngành nghề lĩnh vực trên đất nước Việt Nam.

Phương pháp lấy mẫu: Các câu hỏi được quyết định phân phối theo hai phương thức: phỏng vấn trực tiếp và gửi bằng hỏi trực tuyến (qua email, các trang mạng xã hội). Khi những người tham gia thực hiện theo các liên kết và trả lời các câu hỏi, các dữ liệu sẽ được lưu trữ trong tài khoản của tác giả trong hệ thống Google. Một khi kích thước mẫu đã được đáp ứng, các tác giả sẽ đóng link đó và sử dụng các dữ liệu để tạo ra các số liệu thống kê.

5. Phân tích dữ liệu

5.1. Thống kê mô tả

Theo kế hoạch khảo sát đã trình bày, cỡ mẫu cần thu thập là ít nhất 205 doanh nhân với tổng số bản câu hỏi phát ra là 400 bản tương ứng với tỷ lệ hồi đáp là 51,25%. Thực tế, nhóm đã phát ra 295 bản câu hỏi và đã thu về được 208 quan sát, tương ứng với tỷ lệ hồi đáp 70,51%. Trong số 208 bản câu hỏi thu về có 2 bản không hợp lệ do sai đối tượng khảo sát, 1 bản không hợp lệ do thiếu thông tin. Kết quả có 205 bản câu hỏi hợp lệ được sử dụng làm dữ liệu cho nghiên cứu, đạt chỉ tiêu đề ra khi xây dựng phương pháp.

Trong 205 doanh nhân tham gia trả lời khảo sát có 137 người là nam giới chiếm tỷ lệ 66.8% và 68 người là nữ chiếm tỷ lệ 49.6%. Các đối tượng tham gia trả lời phần lớn là ở độ tuổi trên 40 (55.1%), kể đến là ở độ tuổi từ 26 – 40 (41.5%). Chỉ có 3.4% đối

tượng đang ở độ tuổi từ 18 – 25).

5.2. Kiểm định độ tin cậy của các thang đo thành phần bằng Cronbach alpha

Để kiểm tra độ tin cậy, bài nghiên cứu sử dụng thông qua chỉ số Cronbach's Alpha. Mục đích của kiểm định này là để tìm ra hệ số tương quan giữa các biến và hệ số tương quan các biến với biến tổng cho một tập hợp các biến quan sát, chỉ giữ lại các biến có sự tương quan mạnh với biến tổng đồng thời loại bỏ các biến không đảm bảo độ tin cậy trong thang đo. Theo đó những biến có hệ số tương quan biến tổng <0.3 sẽ bị loại, thang đo sẽ được chấp nhận khi có hệ số Cronbach alpha lớn hơn hoặc bằng 0.6. (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2005).

5.3. Phân tích nhân tố

Như đã trình bày trong chương 3, nhóm nghiên cứu sử dụng kiểm định KMO và Barlett's để đánh giá sự phù hợp của phương pháp nhân tố trong trường hợp này. Có 32 biến đo lường được gom lại thành 5 nhóm nhân tố: “Điều kiện kinh doanh”, “Tổ chức và trình độ giáo dục đào tạo”, “Quan hệ xã hội”, “Gia đình”, “May mắn”. Điểm dừng tại giá trị eigenvalue bằng 1.596, tổng phương sai trích đạt 67.436% (>50%) đạt yêu cầu.

5.4. Phân tích hồi quy

5.4.1. Các giả thuyết của mô hình hồi quy

Với 5 biến độc lập mới ta tiến hành đặt lại giả thuyết cho mô hình nghiên cứu: 5 yếu tố đều tác động mạnh mẽ theo chiều dương đến sự thành công của doanh nhân Việt Nam.

5.4.2. Phân tích mô hình hồi quy

Theo thống kê trên, chỉ có 3 nhóm nhân tố được đánh giá ở mức tốt là: “Tổ chức & Giáo dục đào tạo” (Mean TC_GDDT = 3.7159), “Gia đình” (Mean GD = 3.4407), và “May mắn” (Mean MM = 3.4549), 2 nhân tố còn lại là “Quan hệ xã hội”, “Điều kiện kinh doanh” chỉ được đánh giá ở mức bình thường (Mean lần lượt bằng 3.3772 và 2.8550).

Giá trị trung bình của Sự thành công cũng chỉ là 3.2797, như vậy, sự thành công của các đối tượng doanh nhân tham gia trả lời khảo sát cũng chỉ được đánh giá ở mức bình thường.

Kết quả phân tích chỉ ra hệ số hồi quy ($F(5, 199) = 126950, p < 0.01$) chứng tỏ 5 biến độc lập có quan hệ với biến phụ thuộc với $R = 0.873$.

Bảng 1: Kết quả hồi quy giữa các biến độc lập với biến phụ thuộc (sự thành công của doanh nhân)

Mô hình Biến	1 Beta	2 Beta	3 Beta	4 Beta	5 Beta
Điều kiện kinh doanh	0.500				
Tổ chất & Giáo dục đào tạo		0.358			
Quan hệ xã hội			0.186		
Gia đình				0.091	
May mắn					0.133
R ² điều chỉnh	0.755				
F	126.950*				

N= 205; *p= <0.01

Nguồn: Kết quả xử lý số liệu từ bảng hồi bằng SPSS

R² = 0.761 và Adjusted R Square = 0.755 cho biết 75.5% sự biến thiên biến phụ thuộc phổ biến.

Kết quả phân tích hồi quy trên cho thấy có 5 biến độc lập được đưa vào phân tích hồi quy thì cả biến đều được chấp nhận (Sig. < 0.05). Beta của các nhân tố đều mang dấu dương, các giả thuyết đã đặt ra đều được chấp nhận. Trong đó “Điều kiện kinh doanh” và “Tổ chất & Giáo dục đào tạo” là hai nhân tố có tác động lớn nhất đến sự thành công của doanh nhân (Beta (ĐKKD) = 0.500 Beta (TC_GDĐT) = 0.358). Tiếp theo là nhân tố “Quan hệ xã hội” với Beta (QHXH) = 0.186, nhân tố “may mắn” và “Gia đình” thể hiện tác động yếu nhất với Beta (MM) = 0.33 và Beta (GD) = 0.091.

Phương trình hồi quy thể hiện mối quan hệ giữa sự thành công với các biến thành phần như bảng 1.

6. Khuyến nghị

6.1. Giải pháp đối với các yếu tố điều kiện kinh doanh

6.1.1. Nâng cao khả năng sử dụng vốn có hiệu quả của doanh nghiệp

Theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, với nhận định đưa ra là: “Tôi không gặp nhiều khó khăn về tài chính trong quá trình kinh doanh”, số lượng câu trả lời là hoàn toàn không đồng ý và không đồng ý chiếm tỷ lệ khá cao, tiếp đó là số người phân vân, chỉ có một tỷ lệ nhỏ đồng ý hoặc hoàn toàn đồng ý với quan điểm trên.

Do đó doanh nghiệp muốn đạt được mục tiêu tăng trưởng và tối đa hoá giá trị doanh nghiệp thì hơn hết là cần phải biết quản lý và sử dụng nguồn tài chính sao cho tối đa hóa được đồng vốn bỏ ra: Khai thác nguồn lực vốn một cách triệt để, không để vốn nhàn rỗi, sử dụng vốn đúng mục đích, tiết kiệm;

Có chiến lược sản xuất kinh doanh, kế hoạch quản lý phân bổ sử dụng vốn hợp lý và quan trọng là phải luôn huy động, đầu tư thêm để mở rộng qui mô sản xuất và lĩnh vực hoạt động; Cập nhập phương pháp sản xuất hiện đại, phù hợp với yêu cầu vốn sẵn có nhưng vẫn đảm bảo được năng suất, chất lượng của sản phẩm so với nhu cầu ngày một cao của khách hàng.

6.1.2. Nâng cao khả năng tiếp cận nguồn tài chính cho các doanh nghiệp

Về phía doanh nghiệp: Để nâng cao khả năng tiếp cận vốn, các doanh nghiệp cần nâng cao tính minh bạch trong báo cáo tài chính của mình; Nâng cao hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp; Cởi mở với ngân hàng các thông tin về doanh nghiệp và chủ doanh nghiệp. Ngoài ra, còn cần có sự cam kết của chủ doanh nghiệp trong việc thực hiện các phương án kinh doanh và vay vốn.

Về phía Nhà nước: Cần đổi mới cách thức tiếp cận phù hợp hơn trong hoạt động tín dụng và bảo lãnh tín dụng ngân hàng theo hướng tập trung trọng tâm, trọng điểm. Đồng thời, phải nâng cao khả năng tiếp cận tín dụng của khu vực doanh nghiệp đặt trong quan hệ gắn bó hữu cơ giữa huy động, tập trung có hiệu quả mọi nguồn lực tài chính với chi phí hợp lý, từng bước thiết lập các định chế, thể chế tài chính đặc thù.

6.1.3. Hoàn thiện các cơ chế hành chính pháp lý của nhà nước để tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp

Theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, một trong số những yếu tố ảnh hưởng đến công việc kinh doanh của các doanh nhân hiện nay là do cơ chế pháp lý và thủ tục hết sức rườm rà. Bên cạnh chuyện thủ tục hành chính thì nhiều ý kiến cũng cho rằng

Nhà nước vẫn chưa ban hành nhiều khoản thuế hợp lý, gây nên gánh nặng cho doanh nghiệp và đặc biệt là những doanh nghiệp nhỏ. Cùng với đó là nhà nước ta vẫn chưa có nhiều ưu đãi để khuyến khích các doanh nhân tham gia hay mở rộng sản xuất kinh doanh. Vì vậy, để có thể góp phần giúp các doanh nhân kinh doanh hiệu quả và thành công, nhà nước cần có những điều chỉnh hợp lý về mọi mặt.

6.2. Giải pháp cho các yếu tố Tổ chất & Giáo dục đào tạo

6.2.1. Giải pháp hoàn thiện môi trường giáo dục

Theo kết quả khảo sát của nhóm nghiên cứu, với câu hỏi đưa ra là: “Tôi từng được đào tạo trong một môi trường chuyên nghiệp” số lượng câu trả lời là hoàn toàn đồng ý và đồng ý chiếm tỷ lệ khá cao nhất, tiếp đó là số người phân vân, chỉ có một tỷ lệ nhỏ không đồng ý hoặc hoàn toàn không đồng ý với quan điểm trên.

Để tạo ra môi trường giáo dục tốt cần sự phối hợp chặt chẽ những cách thức sau:

- Định hướng nghề nghiệp rõ ràng cho thế hệ trẻ;
- Xây dựng chương trình đào tạo có tính ứng dụng cao, gắn liền với thực tế;

- Tạo điều kiện cho học sinh, sinh viên rèn luyện những kỹ năng mềm như: thuyết trình, làm việc nhóm, quản lý thời gian, kỹ năng thuyết phục,... Đây là những kỹ năng bắt buộc phải có đối với mỗi doanh nhân;

- Đặc biệt, các trường đại học khối ngành kinh tế cũng cần trang bị cho sinh viên những kiến thức nền tảng về kinh tế vi mô, kinh tế vĩ mô và các kiến thức về quản trị,... Đây là những kiến thức bổ trợ cần thiết cho doanh nhân khi bước vào thực tế.

6.2.2. Xây dựng các khóa bồi dưỡng nghiệp vụ

Bên cạnh việc tích lũy kinh nghiệm trong công việc quản lý hàng ngày, các doanh nhân cũng cần được tham gia các khóa bồi dưỡng nghiệp vụ. Đây là cơ hội cần thiết cho doanh nhân nâng cao kiến

thức chuyên môn cũng như bắt kịp với xu hướng. Để tổ chức hiệu quả các khóa học cho doanh nhân, Nhà nước có thể hỗ trợ thành lập Trung tâm hỗ trợ và phát triển doanh nhân trên một số tỉnh thành trong cả nước. Trung tâm có vai trò trợ giúp doanh nhân trong hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như trong bảo vệ quyền và lợi ích của doanh nhân. Các trung tâm hỗ trợ doanh nhân có thể tận dụng sự hỗ trợ của các tổ chức quốc tế như: Chương trình khởi sự và tăng cường khả năng kinh doanh (SIYB) do Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) và phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp thực hiện...

7. Kết luận

Nghiên cứu “Các nhân tố ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nhân Việt Nam” đã được thực hiện qua hai giai đoạn nghiên cứu định tính và nghiên cứu định lượng. Trong đó, giai đoạn nghiên cứu định tính đã thực hiện phỏng vấn sâu và xem xét các ý kiến của 10 doanh nhân về các ý kiến ảnh hưởng đến sự thành công của doanh nhân Việt Nam. Nghiên cứu định lượng sau đó đã được tiến hành nhằm lượng hoá các vấn đề đã được khám phá trong nghiên cứu định tính.

Kết quả chạy mô hình hồi quy đã cho thấy cả 5 nhóm nhân tố được đưa vào phân tích đều có tác động theo chiều dương lên “Sự thành công”. Trong đó tác động lớn nhất thuộc về hai nhóm nhân tố “Điều kiện kinh doanh” và “Tổ chất & Giáo dục đào tạo”. Kết quả này khá tương đồng với các nghiên cứu trước đó, khẳng định thêm độ tin cậy của các nghiên cứu đó và chính bản thân nghiên cứu này. Tuy nhiên sự tác động của nhân tố “may mắn” là rất khó giải thích và cần được xem xét kỹ hơn nữa.

Từ các yếu tố trên, các doanh nhân cần xây dựng định hướng phát triển đúng đắn và thực hiện các giải pháp phù hợp đặc biệt ở hai nhóm nhân tố: “Điều kiện kinh doanh” và “Tổ chất & Giáo dục đào tạo” nhằm nâng cao năng lực bản thân, phát triển hơn nữa cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam. □

Tài liệu tham khảo

- Ahmad, N. & Seymour, R.G. (2008), *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*, OECD Statistics Working Paper.
- Ardichvilia, Alexander, Cardozob, Richard & Ray, Sourav (2003), ‘A theory of entrepreneurial opportunity identification and development’, *Journal of Business Venturing*, 18(2003), 105 – 123.
- Boyd, N.G. & Vozikis, G.S. (1994), ‘The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions’, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, 64-77.

- De Bruin, Anne, Brush, Candida G. & Welter, Friederike (2007), 'Advancing a framework for coherent research on women's entrepreneurship', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 323 – 339.
- Đỗ Minh Cường (2009), 'Bàn về khái niệm doanh nhân Việt Nam', *Tạp chí Khoa học ĐHQGHN: Kinh tế và Kinh doanh*, 25 (2009), 253-261.
- Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, Nhà xuất bản Thống Kê, Hà Nội.
- Lerner, Miri, Brush, Candida & Hisrich, Robert (1997), 'Isarel women enterprenneurs: An examination of factor affecting performance', *Journal of Business Venturing*, 12(4), 315-334.
- Lê Thị Minh Loan & Đỗ Hồng Khanh (2013), *Hệ giá trị của doanh nhân Việt Nam thời kỳ hội nhập*, Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.
- Oosterbeek, Hessel, van Praag, Mirjam C. & Ijsselstein, Auke (2008), 'The Impact of Entrepreneurship Education on Entrepreneurship Skills and Motivation', *European Economic Review*, 54(3), 442 – 454.
- Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam (VCCI) (2005), *Những trở ngại xét từ góc độ giới đối với doanh nhân nữ Việt Nam*, Hà Nội.
- Schumpeter, J.A. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, MA
- Tuladhar, G. (1996), *Factors affecting women entrepreneurship in small and cottage industries in India opportunities and constraints*, ILO –SIDA.
- Trung tâm hỗ trợ sáng kiến phát triển cộng đồng (CSIP) (2008), *Nghiên cứu sơ bộ về doanh nhân xã hội Việt Nam*, Hà Nội.