Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á
Năm thứ 29, Số 1 (2018), **–**

JABES
Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á

www.jabes.ueh.edu.vn

Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế và Kinh doanh Châu Á

Tác động của định hướng sáng nghiệp đối với thành quả hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ: Một nghiên cứu ở Việt Nam

NGUYỄN THÀNH LONG[a], LÊ NGUYỄN HẬU[b]

[a] *Công ty Nghiên cứu - Tư vấn - Đào tạo Phương Nam - An Giang*

[b] *Đại học Bách khoa – Đại học Quốc gia TP.HCM*

THÔNG TIN

Ngày nhận : 07/02/2018
Ngày nhận lại : 28/02/2018
*Duyệt đăng : **/**/****

Mã phân loại JEL:
M13; D22; L26

Từ khóa:
Định hướng sáng nghiệp; Chủ động, Đổi mới; Chấp nhận rủi ro; Doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Keywords
Entrepreneurial orientation; Proactiveness; Innovativeness; Risk taking; SMEs.

TÓM TẮT

Định hướng sáng nghiệp (Entrepreneurial Orientation) là nguồn lực tổ chức quan trọng giúp các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ cạnh tranh để tồn tại và phát triển trong môi trường luôn biến động như hiện nay. Nghiên cứu nhằm xác định tác động cụ thể từ ba thành phần của định hướng sáng nghiệp (Chủ động, Đổi mới và Chấp nhận rủi ro) đến kết quả hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam – một quốc gia có nền kinh tế chuyển đổi vốn chưa được quan tâm nhiều trong các nghiên cứu trước đây. Kết quả phân tích PLS-SEM dựa trên dữ liệu từ 198 doanh nghiệp vừa và nhỏ cho thấy Chủ động và Chấp nhận rủi ro có tác động tích cực đến Thành quả hoạt động. Hơn nữa, các mối quan hệ này chịu sự điều tiết của mức biến động thị trường. Ngoài ra, không như kỳ vọng, Đổi mới không có vai trò ảnh hưởng trong việc tạo dựng thành quả hoạt động của doanh nghiệp.

Abstract

Entrepreneurial orientation is an important resource for an SME to compete and grow in an ever-changing business environment nowadays. The current study investigates the effects of three components of entrepreneurial orientation, namely proactiveness, innovativeness, and risk taking, on the performance of SMEs in

[a] long.nguyen@southernrct.com
[b] lnhau@hcmut.edu.vn, * tác giả liên hệ.

Vietnam, a transitional economy which has not received much attention in prior studies. The results of PLS-SEM analysis based on the data collected from 198 SMEs have shown that proactiveness and risk taking have significant positive effects on performance. These effects are moderated by the extent of dynamic environment. Unexpectedly, there is no empirical evidence to support the positive effect of innovativeness on business performance.

1. Giới thiệu

Doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) hiện được thừa nhận là một nhân tố quan trọng cho sự phát triển của nhiều quốc gia trên thế giới. Đóng góp vào nền kinh tế của DNVVN được thể hiện qua số lượng việc làm, tỷ trọng trong tổng sản lượng quốc gia và xuất khẩu, hoặc các đổi mới kinh doanh - công nghệ. Trong khối APEC và EU, DNVVN chiếm hơn 98% tổng số doanh nghiệp đăng ký, tạo ra 50% tổng số việc làm và đóng góp vào khoảng 50% GDP (ECORYS, 2012; Yuhua, 2013). Ở Việt Nam, từ những năm 1990, sức hút từ các cơ hội trong quá trình chuyển đổi sang kinh tế thị trường đã tạo ra sự gia tăng đáng kể số lượng DNVVN, dẫn đến sự đóng góp ngày càng lớn của các DNVVN vào phát triển kinh tế (Hakkala & Kokko, 2007). Đến năm 2016, tại Việt Nam có khoảng 500.000 DNVVN hoạt động (chiếm 97% tổng số doanh nghiệp), trong đó: 60% là doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, số doanh nghiệp này đóng góp gần 45% GDP, 31% ngân sách quốc gia và tạo ra 5 triệu việc làm (Quang Lê, 2016). Như các nước có nền kinh tế chuyển đổi khác, môi trường kinh doanh ở Việt Nam được cho là khá thách thức đối với DNVVN vì: (1) Chính sách nhiều biến động; (2) Cơ sở hạ tầng kinh tế và thể chế không đầy đủ, kém hiệu lực; (3) Thị trường vốn, tài chính chưa phát triển; và (4) Cạnh tranh khốc liệt và đầy bất định (Estrin & cộng sự, 2006; McMillan & Woodruff, 2003).

Nhiều học giả nhìn nhận rằng DNVVN có nhược điểm cố hữu là nguồn lực yếu (vốn tài chính, công nghệ và nhân lực, trình độ chuyên nghiệp trong quản trị). Ngược lại, DNVVN lại có ưu điểm nổi trội là cấu trúc phẳng, quán tính nhỏ, linh hoạt và mềm dẻo (Deros & cộng sự, 2006). Những ưu điểm này là tiền đề cơ bản để DNVVN hạn chế nhược điểm của mình qua sự hình thành ý chí và hành động của cả công ty trong việc chủ động tìm kiếm cơ hội, phản ứng nhanh; tự làm mới nguồn lực, rời bỏ quá trình và đầu ra cũ; chấp nhận rủi ro để đổi mới nhằm thích ứng với các biến động nhanh, mạnh, bất định hiện nay của môi trường. Những đặc trưng này chính là biểu hiện của quá trình và hành động sáng nghiệp công ty, được giới học thuật quan tâm nghiên cứu qua khái niệm định hướng sáng nghiệp (Entrepreneurial Orientation – EO) (Lumpkin & Dess, 1996). Sáng nghiệp công ty giúp doanh nghiệp giành lợi thế tiên phong, độc quyền tạm thời để đạt thành quả vượt trội trong cạnh tranh (Rumelt, 2005; Shane & Venkataraman, 2000).

Đã có một số nghiên cứu về định hướng sáng nghiệp công ty, nhưng hầu hết tập trung vào các nước có nền kinh tế phát triển, trong khi ở các nước đang phát triển và chuyển đổi còn ít (Wales & cộng sự, 2013), đặc biệt rất ít ở Việt Nam. Câu hỏi nghiên cứu cụ thể đặt ra đối với nền kinh tế thị trường non trẻ, chưa hoàn thiện như Việt Nam là: (1) Định hướng sáng nghiệp của các DNVVN, cụ thể là các thành phần của nó có tác động như thế nào đến thành quả hoạt động của tổ chức; (2) Sự biến động của môi trường ảnh hưởng như thế nào đến các mối quan hệ nêu trên.

Sau phần giới thiệu, nghiên cứu được cấu trúc như sau: Phần 2 khái quát cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu; phần 3 trình bày phương pháp nghiên cứu; phần 4 là kết quả nghiên cứu; phần 5 là thảo luận kết quả nghiên cứu; và cuối cùng là phần 6, kết luận và hàm ý.

2. Cơ sở lý thuyết và mô hình nghiên cứu

2.1. Sáng nghiệp (Entrepreneurship)

Sáng nghiệp là một khái niệm khó định nghĩa, gắn liền với vai trò của cá nhân doanh nhân (Entrepreneur) trong các lý thuyết kinh tế, tiêu biểu là hai trường phái: German và Austrian. Trường phái German, đại biểu là Schumpeter (1928, 1930, 1934, 1935, dẫn theo Hebert & Link (1989)) cho rằng doanh nhân là người tạo ra sự mất cân bằng thị trường bằng các hoạt động sáng nghiệp như: Đổi mới, sáng tạo mang tính đột phá, hủy diệt cái hiện hành và tạo ra sự phát triển kinh tế. Trường phái Austrian mà đại biểu là Kirzner (1973, 1979, 1985, dẫn theo Hébert & Link (1989), lại cho rằng doanh nhân sáng nghiệp bằng cách nhận ra các nhu cầu chưa được thỏa mãn trên thị trường, tổ chức kết hợp các nguồn lực để đáp ứng các nhu cầu đó. Nhờ vậy, cung cầu dịch chuyển về cân bằng (Hébert & Link, 1989). Trong cả hai trường hợp, doanh nhân sáng nghiệp phải chấp nhận rủi ro vì tính bất định của môi trường là yếu tố luôn hiện hữu và tác động đến kết quả hoạt động.

Ở cấp vĩ mô, các nghiên cứu kinh tế thường đồng nhất sáng nghiệp với sự thành lập, tồn tại, phát triển của doanh nghiệp nhỏ và khảo sát sự đóng góp của chúng vào sự phát triển, tăng trưởng kinh tế (Acs & cộng sự, 2008; van Praag & Versloot, 2007). Ở cấp cá nhân, các nghiên cứu quản trị thường tập trung giải thích và dự báo kết quả quá trình sáng nghiệp (tạo lập kinh doanh, đổi mới, sáng tạo, xác định và khai thác cơ hội) qua các yếu tố tính cách, tâm lý hay hành vi của doanh nhân (Maes, 2003; Rauch & Frese, 2000). Ở cấp tổ chức, sáng nghiệp công ty là một bộ phận của lý thuyết sáng nghiệp kết hợp lý thuyết quản trị chiến lược, tập trung nghiên cứu tinh thần sáng nghiệp của cá nhân thể hiện ở hành vi, phong thái chiến lược của tổ chức hiện hữu (Covin & Slevin, 1991; Maes, 2003). Trong đó, khái niệm định hướng sáng nghiệp (EO) được giới nghiên cứu thực nghiệm quan tâm hơn cả (Rauch & cộng sự, 2009; Wales & cộng sự, 2013). Khái niệm này giúp giải thích hiệu quả hoạt động của công ty trong môi trường biến động nhanh, mạnh, khó lường như hiện nay.

2.2. Định hướng sáng nghiệp

Sáng nghiệp công ty được Mintzberg (1973) đề cập đầu tiên khi giới thiệu ba dạng tạo lập chiến lược (Strategy-Making) – là các quá trình mà tổ chức ra các quyết định quan trọng và liên kết chúng để hình thành chiến lược, gồm: (1) Sáng nghiệp, (2) hoạch định, và (3) thích ứng. Tổ chức sáng nghiệp (Entrepreneurial Organization) luôn tìm kiếm cơ hội mới thay vì giải quyết vấn đề; ra quyết định đặc trưng bởi các bước nhảy, đột phá thay vì tiệm tiến; đồng thời, quyền lực được tập trung và tăng trưởng luôn là mục tiêu chính.

Sau đó, Miller (1983) cho rằng công ty là sáng nghiệp (Entrepreneurial Firm) khi hoạt động của nó luôn gắn liền với đổi mới sản phẩm, thị trường, thực hiện kinh doanh với ít nhiều mạo hiểm và luôn đi đầu đổi mới, chủ động để đánh bại đối thủ. Theo Miller (1983), sáng nghiệp công ty là một khái niệm bậc cao gồm 3 thành phần đơn hướng có tương quan: Đổi mới, chủ động và chấp nhận rủi ro.

Sáng nghiệp công ty càng được chú ý hơn khi Covin và Slevin (1989) đưa ra khái niệm phong thái chiến lược (Strategic Posture), được định nghĩa như định hướng cạnh tranh (sáng nghiệp - bảo thủ) tổng quát của công ty. Công ty có phong thái chiến lược sáng nghiệp luôn thể hiện sự chấp nhận rủi ro của quản trị cấp cao, ủng hộ thay đổi và đổi mới để giành lợi thế cạnh tranh và chủ động cạnh tranh quyết liệt với đối thủ, đặc trưng này đồng nhất với quan điểm công ty sáng nghiệp của Miller (1983) cho rằng chủ động, đổi mới, chấp nhận rủi ro là 3 đặc trưng không tách rời. Covin và Slevin (1989) đề xuất và khẳng định phong thái chiến lược sáng nghiệp có cấu trúc đơn hướng trong nghiên cứu thực nghiệm của mình.

Tiếp theo, Covin và Slevin (1991) đưa ra khái niệm sáng nghiệp công ty (Corporate Entrepreneurship - CE) trong một mô hình khái niệm tổng quát. Trong đó, sáng nghiệp công ty được định nghĩa là phong thái chiến lược sáng nghiệp của cả công ty thể hiện qua 3 đặc trưng: (1) Khuynh hướng chấp nhận rủi ro (Risk Taking); (2) Mở rộng tần suất đổi mới sản phẩm (Innovativeness) và khuynh hướng dẫn đầu công nghệ; (3) Hướng cạnh tranh chủ động (Proactiveness) và quyết liệt. Trong khung khái niệm đề xuất, Covin và Slevin (1991) cho rằng sáng nghiệp công ty cần được đo lường qua hành vi và tác động dương đến thành quả hoạt động; trong khi đó, các yếu tố môi trường (như: Độ biến động, cường độ cạnh tranh) vừa là tiền tố của sáng nghiệp công ty, vừa là biến điều tiết quan hệ giữa sáng nghiệp công ty và thành quả hoạt động.

Lumpkin và Dess (1996) đề xuất khái niệm định hướng sáng nghiệp, đề cập đến quá trình, sự thực thi và ra quyết định tạo lập kinh doanh mới (New Entry): Gia nhập vào thị trường mới hoặc hiện hữu với sản phẩm/dịch vụ mới hoặc hiện hữu thông qua một doanh nghiệp hoàn toàn mới hoặc hiện hữu. Chủ thể sáng nghiệp ở đây có thể là một công ty hay một đơn vị chiến lược kinh doanh (Strategic Business Unit – SBU). Lumpkin và Dess (1996) cho rằng định hướng sáng nghiệp có 5 đặc trưng: (1) Chủ động, (2) đổi mới, (3) chấp nhận rủi ro (như: Sáng nghiệp công ty), và bổ sung thêm: (4) Tự chủ, (5) quyết liệt cạnh tranh. Theo hai học giả này, các nghiên cứu trước cho thấy doanh nhân có thể rất cẩn trọng và ngại rủi ro trong các tình huống cụ thể, công ty có thể thu lợi từ bắt chước hơn là đổi mới, hơn nữa, có rất nhiều loại hành vi sáng nghiệp. Do đó, định hướng sáng nghiệp được cho là gồm 5 thành phần độc lập có thể tác động khác nhau đến thành quả hoạt động tùy thuộc vào bối cảnh; ngoài ra, các biến môi trường chỉ đóng vai trò điều tiết tác động của định hướng sáng nghiệp đến thành quả hoạt động mà thôi.

Như vậy, dù có một số thuật ngữ và định nghĩa cụ thể không đồng nhất, nhưng về bản chất, sáng nghiệp công ty là các quá trình, hành động và hoạt động mang tính chiến lược của cả công ty với 3 đặc trưng cốt lõi nhất: Chủ động, đổi mới và chấp nhận rủi ro. Sau nghiên cứu của Lumpkin và Dess (1996), sáng nghiệp công ty dưới thuật ngữ định hướng sáng nghiệp ngày càng được giới nghiên cứu thực nghiệm quan tâm và sử dụng rộng rãi để kiểm định cấu trúc cùng các tiền tố, hệ quả và biến điều tiết (Covin & Wales, 2012; Rauch & cộng sự, 2009; Wales & cộng sự, 2013)

Làm rõ hơn vai trò đối với thành quả hoạt động, Covin và Miles (1999) cho rằng sáng nghiệp công ty có thể tạo ra các lợi thế cạnh tranh như: Khác biệt, dẫn giá, biến hóa đặc trưng hay phản ứng nhanh.

2.3. Lược khảo một số nghiên cứu trước đây về định hướng sáng nghiệp trong bối cảnh DNVVN

Bảng 1 tóm lược các kết quả chính từ 15 nghiên cứu như thế ở nhiều bối cảnh ngành, quốc gia khác nhau tập trung cho mối quan hệ giữa định hướng sáng nghiệp và thành quả hoạt động. Có thể đưa ra các nhận định sau: (1) 3 thành phần: Chủ động, đổi mới, chấp nhận rủi ro luôn hiện diện; (2)

Cấu trúc định hướng sáng nghiệp có thể đơn hướng (như: Sáng nghiệp công ty) hoặc đa hướng; (3) Tác động dương trực tiếp của định hướng sáng nghiệp đến thành quả hoạt động không luôn được khẳng định; (4) Còn ít nghiên cứu ở bối cảnh nền kinh tế chuyển đổi; (5) Tác động điều tiết của môi trường chưa được quan tâm nhiều. Tổng kết này khá nhất quán với tổng kết của Wales và cộng sự (2013), do vậy, quan hệ giữa định hướng sáng nghiệp và thành quả hoạt động cũng như vai trò điều tiết của môi trường trong bối cảnh Việt Nam là chủ đề nghiên cứu có ý nghĩa nhất định cho hiểu biết về DNVVN.

Bảng 1

Tổng kết một số nghiên cứu thực nghiệm về định hướng sáng nghiệp trong DNVVN

	Định hướng sáng nghiệp								Hệ quả	Điều tiết	Bối cảnh					
	Thành phần					Cấu trúc					Ngành				Quốc gia	
Nghiên cứu	Chủ động	Đổi mới	Chấp nhận rủi ro	Tự chủ	Cạnh tranh quyết liệt	Đơn hướng	Đa hướng bậc I	Bậc II – nguyên nhân	Thành quả hoạt động	Môi trường	Sản xuất	Thương mại - Dịch vụ	Công nghệ cao	Phổ rộng	Phát triển	Đang phát triển
Runyan và cộng sự (2006)	X	X	X					X	C		X	X			USA	
Chen và cộng sự (2007)	X	X	X	X	X		X		P					X	TPE	
Madsen (2007)	X	X	X			X			C		X	X			NOR	
Wiklund và cộng sự (2009)	X	X	X			X			C		X	X	X		SWE	
Kraus và cộng sự (2012)	X	X	X				X		P		X	X			NED	
Theriou và Chatzoudes (2015)	X	X	X			X			N					X	GRE	
Wiklund và Shepherd (2003)	X	X	X			X			C		X	X			SWE	
Frishammar và Andersson (2009)	X	X	X				X		P		X				SWE	
Wolff và Pett (2007)	X	X	X					X	C		X				USA	
Moreno và Casillas (2008)	X	X	X					X	N		X	X			ESP	
Baker và Sinkula (2009)	X	X	X			X			C		X	X			USA	
Fairoz và cộng sự (2010)	X	X	X			X			C		X					SRI
Matchaba-Hove và cộng sự (2015)	X	X	X		X		X		C		X	X				RSA
Keh và cộng sự (2007)	X	X	X					X	C					X	SIN	
Affendy và cộng sự (2015)	X		X			X			N					X		MAS

Ghi chú: C: Ủng hộ; P: Ủng hộ một phần, N: Không ủng hộ

2.4. Các giả thuyết nghiên cứu

Ở Việt Nam, bắt đầu từ những năm 1990, sức hút từ các cơ hội thu lợi ích trong quá trình chuyển đổi sang kinh tế thị trường đã tạo ra sự tăng trưởng đáng kể của số lượng DNVVN, dù hầu hết là nhỏ và siêu nhỏ với nguồn lực, trình độ hạn chế (Hakkala & Kokko, 2007). Cùng với sự tăng trưởng này là một môi trường cạnh tranh khốc liệt và hết sức biến động (Estrin & cộng sự, 2006; McMillan & Woodruff, 2003).

Trong điều kiện đó, DNVVN Việt Nam có thể khắc phục hạn chế về nguồn lực của mình bằng cách xây dựng và thực thi các quá trình định hướng sáng nghiệp để tạo lợi thế cạnh tranh và đạt thành quả kinh doanh tốt. Tuy nhiên, DNVVN hoạt động trong nhiều ngành, nhiều môi trường cạnh tranh với cường độ, mức biến động và bất định rất khác nhau, chẳng hạn: Kinh doanh hàng tiêu dùng thông dụng có mức rủi ro thấp hơn kinh doanh địa ốc; tính đổi mới trong sản xuất lương thực không phải là yêu cầu tiên quyết cho thành công như sản xuất đồ chơi. Mặt khác, DNVVN trong nghiên cứu này là các doanh nghiệp độc lập, được trực tiếp điều hành bởi doanh nhân cũng là người chủ doanh nghiệp, nên có thể xem tính tự chủ là như nhau; nội hàm cạnh tranh quyết liệt khá gần với chủ động và ít được khẳng định ở các nghiên cứu trước (Bảng 1). Do đó, cấu trúc đa hướng của Lumpkin và Dess (1996) với 3 thành phần (chủ động, đổi mới, chấp nhận rủi ro) là phù hợp hơn cho DNVVN ở nhiều lĩnh vực hoạt động khác nhau. Cấu trúc này cũng đã được sử dụng với các mức độ khác nhau trong các nghiên cứu trước (Bảng 1), chẳng hạn: Chủ động (Chen & cộng sự, 2007; Kraus & cộng sự, 2012; Frishammar & Andersson, 2009); Đổi mới (Chen & cộng sự, 2007; Matchaba-Hove & cộng sự, 2015); Chấp nhận rủi ro (Kraus & cộng sự, 2012; Matchaba-Hove & cộng sự, 2015).

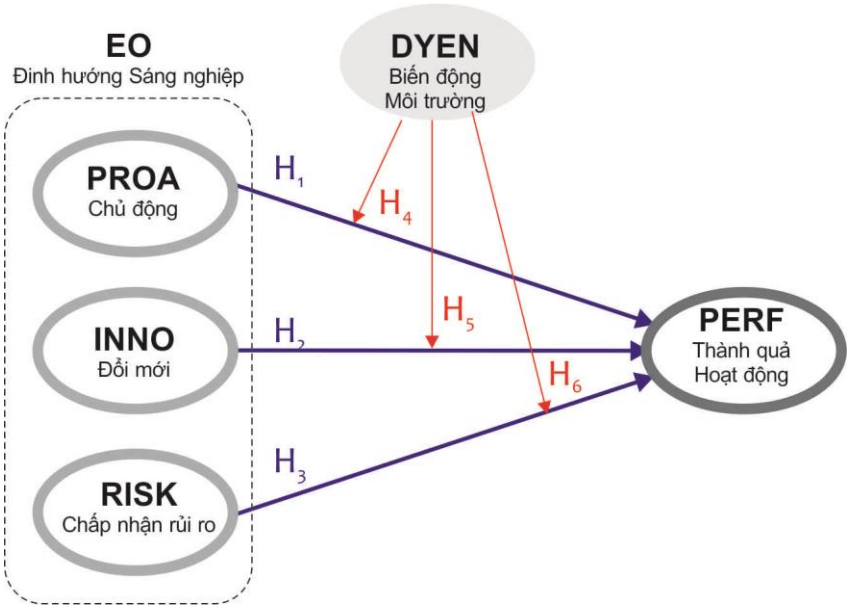
Trong điều kiện môi trường cạnh tranh khốc liệt và hết sức biến động, sự chủ động tìm kiếm, phát hiện cơ hội để tạo dựng vùng thị trường – sản phẩm/dịch vụ mới cho mình trước các đối thủ (không nhận ra cơ hội hoặc không tích cực khai thác) sẽ giúp doanh nghiệp giành lợi thế phản ứng nhanh (Covin & Miles, 1999). Ngoài ra, sự chủ động đưa ra các hành động, chiến lược cạnh tranh mới trước các đối thủ cũng giúp doanh nghiệp có lợi thế biến hóa để duy trì vị thế cạnh tranh ở thị trường hiện hữu (Covin & Miles, 1999). Từ cơ sở đó, có thể phát biểu giả thuyết như sau:

H_1: Tính chủ động có quan hệ dương với Thành quả hoạt động của DNVVN.

Sự đổi mới sản phẩm/dịch vụ không thể có nếu doanh nghiệp không ủng hộ các ý tưởng mới, phát kiến mới trong tổ chức và nhanh chóng triển khai thực hiện chúng. Điều này góp phần tạo lợi thế tiên phong cho doanh nghiệp. Không chỉ ở đầu ra, các ý tưởng đổi mới còn có thể tạo ra các quy trình công nghệ mới, các quy trình này làm hạ thấp chi phí, tăng lợi thế dẫn giá cho doanh nghiệp (Covin & Miles, 1999).

H_2: Tính đổi mới có quan hệ dương với Thành quả hoạt động của DNVVN.

Trong bối cảnh đầy biến động, thông tin thị trường để ra quyết định không thể chờ để có đầy đủ (và càng không đủ đối với DNVVN); việc ra quyết định trước một cơ hội kinh doanh phải được cân nhắc giữa lợi nhuận kỳ vọng, tổn thất khả dĩ trong bất định và cả khả năng, cơ hội bị bỏ qua hoặc bị tước mất. Sự nhạy cảm và táo bạo chấp nhận rủi ro của nhà quản trị có thể giúp doanh nghiệp giành lợi thế người dẫn đầu hoặc phản ứng nhanh.



Hình 1. Mô hình nghiên cứu

H_3: Tính chấp nhận rủi ro có quan hệ dương với Thành quả hoạt động của DNVVN.

Thêm vào đó, Lumpkin và Dess (1996) cho rằng môi trường kinh doanh và bối cảnh có vai trò điều tiết quan hệ giữa định hướng sáng nghiệp và thành quả hoạt động. Ở môi trường càng biến động, cạnh tranh càng dữ dội, ngành công nghiệp càng thâm dụng công nghệ thì vai trò của sáng nghiệp công ty càng lớn (Covin & Slevin, 1991). Biến động chính sách, biến động giá là đặc điểm quan trọng của môi trường kinh doanh Việt Nam (McMillan & Woodruff, 2003), các biến động này có thể khác biệt theo tình huống của doanh nghiệp và ngành.

Do định hướng sáng nghiệp gồm 3 thành phần độc lập, giả thuyết này được kiểm định bằng 3 giả thuyết sau:

H_4: Mức biến động của thị trường điều tiết quan hệ giữa Chủ động và Thành quả hoạt động.

H_5: Mức biến động của thị trường điều tiết quan hệ giữa Đổi mới và Thành quả hoạt động.

H_6: Mức biến động của thị trường điều tiết quan hệ giữa Chấp nhận rủi ro và Thành quả hoạt động.

3. Phương pháp nghiên cứu

Tác giả sử dụng phương pháp nghiên cứu định lượng khảo sát (Survey), trước đó, các thang đo được việt hóa và hiệu chỉnh định tính bằng cách phỏng vấn trực tiếp 8 doanh nhân tại An Giang và TP.HCM. Dữ liệu được thu thập qua bản hỏi giấy, bản điện tử hoặc online. Phương pháp PLS-SEM được dùng để phân tích dữ liệu, kiểm định mô hình và các giả thuyết.

3.1. Mẫu và đối tượng khảo sát

Mẫu được thu thập theo hạn ngạch ngành (sản xuất, thương mại và dịch vụ) từ các DNVVN ở Nam bộ, chủ yếu ở An Giang, thành phố Cần Thơ, TP.HCM và Đồng Tháp qua 3 dạng: Giấy (thư

tín), điện tử (email) và bản hỏi online. Các địa phương trên có điểm chung là đã có sự phát triển của kinh tế thị trường từ trước năm 1975, còn hiện nay đều là những vùng kinh tế năng động với sự đóng góp lớn từ khu vực tư nhân.

Đối tượng trả lời bản hỏi là các doanh nhân sở hữu ít nhất 40% vốn và điều hành trực tiếp DNVVN của mình. Các doanh nghiệp này đã hoạt động ít nhất 2 năm; số nhân viên tối thiểu là 7 – đây là điều kiện cho phép hình thành năng lực và ước lượng tin cậy thành quả của tổ chức, thường được các nghiên cứu trước sử dụng.

DNVVN được tiếp cận nhờ vào sự giới thiệu của Hiệp hội Doanh nghiệp Cần Thơ, mạng doanh nghiệp BNI (Mekong – Cần Thơ), mạng doanh nghiệp BusinessPro (TP.HCM) và các quan hệ cá nhân của các tác giả.

3.2. Thang đo

Định hướng sáng nghiệp: Thang đo định hướng sáng nghiệp có 3 thành phần: Chủ động (3 mục đo), Đổi mới (4 mục đo) và Chấp nhận rủi ro (2 mục đo) được tham khảo, hiệu chỉnh từ kết quả nghiên cứu của Covin và Slevin (1989), Wiklund và cộng sự (2009).

Thành quả hoạt động: Như nhiều nghiên cứu trước (Runyan & cộng sự, 2006; Chen & cộng sự, 2007; Kraus & cộng sự, 2012), nghiên cứu này tiếp cận thành quả công ty qua các biểu hiện tài chính và phi tài chính. Khái niệm này được đo qua cảm nhận của doanh nhân về kết quả hoạt động trong 3 năm gần đây theo các tiêu chí: Tăng trưởng nguồn lực, phát triển thị trường, lợi nhuận, sự hài lòng chung… trên cơ sở tham khảo và hiệu chỉnh từ nghiên cứu của Runyan và cộng sự (2006).

Độ biến động của môi trường: Được đo bằng một biến đơn, người trả lời cho biết mức độ biến động của ngành mà DNVVN của mình đang hoạt động trong khoảng "rất ổn định" (mức 1) đến "hết sức biến động" (mức 7).

Tất cả các thang đo đều ở dạng đối nghĩa (Semantic Differential) với 7 điểm chọn.

4. Kết quả

4.1. Thông tin mẫu

Trong số 209 hồi đáp nhận được, có 141 bản giấy, 50 bản điện tử (file.doc) và 18 bản online. Sau khi sàng lọc từng bản, 198 bản đủ điều kiện đưa vào phân tích. Các hồi đáp bị loại bỏ khi người trả lời không phải vừa làm chủ vừa điều hành trực tiếp doanh nghiệp, trả lời có hệ thống hoặc 1 giá trị cho nhiều biến, hoặc thiếu nhiều hơn 1 thông tin cá nhân hoặc thông tin doanh nghiệp. Một số thông tin chính được trình bày ở Bảng 2. Doanh nhân trả lời đa số là nam giới (80%), tập trung ở độ tuổi 36–55 (60%), có trình độ đại học (64%), và hơn 80% doanh nhân có kinh nghiệm điều hành từ 10 năm trở xuống.

Bảng 2

Thông tin mẫu

		Số lượng	Tỷ lệ %			Số lượng	Tỷ lệ %
Ngành	Dịch vụ	73	36,9	Số nhân viên (người)	7–9	23	11,6
	Sản xuất	45	22,7		10–39	84	42,4
	Thương mại	75	37,9		40–99	78	39,4
	Khuyết	5	2,5		100–300	13	6,6
Số năm hoạt động (năm)	2–3	37	18,7	Địa phương	TP.HCM	52	26,3
	4–5	42	21,2		Cần Thơ	29	14,6
	6–7	38	19,2		An Giang	79	39,9
	8–10	39	19,7		Đồng Tháp	13	6,6
	11–37	42	21,2		Khác	25	12,6

4.2. Kết quả kiểm định thang đo

Kết quả phân tích cho thấy mô hình đo lường bốn khái niệm: Chủ động (PROA), Đổi mới (INNO), Chấp nhận rủi ro (RISK) và Thành quả hoạt động (PERF) đạt yêu cầu ở cả ba tiêu chuẩn: Độ tin cậy (Cronbach's Alpha từ 0,68–0,89), giá trị hội tụ (hệ số tải 0,45–0,83 và AVE từ 0,64–0,76) và giá trị phân biệt ($\sqrt{AVE}$ từ 0,80–0,87, lớn hơn hệ số tương quan với các cấu trúc khác, từ 0,22–0,44) (Hair & cộng sự, 2013).

4.3. Kiểm định mô hình cấu trúc và các giả thuyết

Kết quả phân tích cho thấy không có hiện tượng đa cộng tuyến giữa các biến giải thích; hệ số hồi quy của các biến PROA, RISK, DYEN, PROA*DYEN, INNO*DYEN đến biến PERF là có ý nghĩa thống kê; $\bar{R}^2$=0,292; giá trị f^2 của 5 biến nguyên nhân vừa nêu từ 0,032–0,135>0,02 cho thấy các sự hiện diện biến này có giá trị giải thích; giá trị Q^2 của PERF=0,22 cho thấy khả năng dự báo biến phụ thuộc của mô hình đạt mức trung bình.

Vì hệ số hồi quy của biến điều tiết DYEN có ý nghĩa, nên các sự điều tiết của biến này đến quan hệ giữa PROA, INNO đến PERF được xác lập.

Như vậy, giả thuyết H_1, H_3, H_4, H_5 được ủng hộ và H_2, H_6 không được ủng hộ trong nghiên cứu thực nghiệm này.

Bảng 3

Kiểm định các thang đo

	Tên biến	Hệ số tải	Độ tin cậy		Giá trị hội tụ		Giá trị phân biệt			
							Tiêu chí Fornell-Lacker			
			Cronbach's Alpha	Độ tin cậy tổng hợp	Hệ số tải chuẩn hóa	AVE	PROA	INNO	RISK	PERF
PROA	PROA_1	0,882	0,683	0,863	0,779	0,759	**0,871**			
	PROA_2	0,860			0,740					
INNO	INNO_1	0,816	0,836	0,885	0,666	0,657	0,445	**0,811**		
	INNO_2	0,813			0,662					
	INNO_3	0,797			0,635					
	INNO_4	0,818			0,668					
RISK	RISK_1	0,673	0,716	0,840	0,452	0,639	0,333	0,221	**0,799**	
	RISK_2	0,910			0,828					
	RISK_3	0,798			0,637					
PERF	PERF_1	0,860	0,896	0,928	0,739	0,763	0,441	0,221	0,367	**0,873**
	PERF_2	0,906			0,821					
	PERF_3	0,872			0,761					
	PERF_4	0,855			0,730					

Bảng 4

Kết quả kiểm định mô hình cấu trúc và các giả thuyết

		Hệ số hồi quy					f^2	Kiểm định	
	VIF	Hệ số	Sai số chuẩn	P	2,5%	97,5%		Giả thuyết	Ủng hộ
PROA	1,403	0,360	0,070	0,000	0,210	0,487	0,135	H_1	X
INNO	1,334	–0,025	0,072	0,732	–0,142	0,130	0,001	H_2	
RISK	1,215	0,219	0,065	0,001	0,094	0,345	0,058	H_3	X
DYEN	1,008	–0,157	0,057	0,006	–0,265	–0,049	0,036		
INNO*DYEN	1,376	–0,219	0,077	0,005	–0,356	–0,052	0,032	H_4	X
PROA*DYEN	1,330	0,176	0,079	0,026	0,005	0,312	0,054	H_5	X
RISK*DYEN	1,210	–0,005	0,070	0,943	–0,142	0,120	0,000	H_6	

5. Thảo luận kết quả nghiên cứu

Để có thể thảo luận thấu đáo hơn, cũng cần điểm qua những nét chính về tình hình kinh tế và DNVVN Việt Nam trong những năm gần đây. Từ năm 2008, kinh tế Việt Nam rơi vào trì trệ, tăng trưởng dưới tiềm năng và lạm phát. Đến cuối năm 2013, bắt đầu có vài dấu hiệu lạc quan, GDP có dấu hiệu tăng trở lại nhưng tình hình chung cho đến nay vẫn chưa cải thiện nhiều: Nợ công tăng cao; nợ xấu chưa giải quyết được; thâm hụt ngân sách và tín dụng nghẽn mạch khi ngân hàng thừa tiền, còn doanh nghiệp lại thiếu vốn. Năm 2015, có thêm 80.000 doanh nghiệp ngừng hoạt động (năm 2014 là 68.000), nhiều DNVVN không tăng trưởng, thậm chí giảm quy mô là xu hướng chính. Các rào cản đối với DNVVN vẫn chưa được tháo dỡ: Không tiếp cận được chính sách, chương trình của nhà nước; khó tiếp cận vốn vay; khó tìm mặt bằng sản xuất và thường đứng ngoài chuỗi cung ứng. Rất ít DNVVN quan tâm đầu tư khoa học công nghệ cũng như thương hiệu. Trong khi đó, DNVVN còn phải chịu sức cạnh tranh rất lớn từ hàng nhập khẩu, từ hàng giả, kém chất lượng (Phạm thị Thu Hằng & Vũ Tiến Lộc, 2016).

Với kết quả nghiên cứu, trước hết, có thể thấy ba thành phần của định hướng sáng nghiệp là phân biệt và tác động khác nhau đến thành quả hoạt động, cụ thể: Chủ động và chấp nhận rủi ro có tác động dương đến thành quả hoạt động, trong khi đổi mới không có tác động này. Có thể giải thích hiện tượng này qua đối chiếu bối cảnh và các nghiên cứu trước qua 3 điểm sau:

Một là, đổi mới không phải là hoạt động ưu tiên của DNVVN trong bối cảnh nghiên cứu. Ở Việt Nam cũng như các nước có nền kinh tế chuyển đổi, việc làm và thu nhập là mục tiêu chính của doanh nhân chứ không phải sáng tạo (Aidis, 2005; Perri & Chu, 2012). Cụ thể hơn, trong tình hình kinh tế và môi trường kinh doanh vừa trình bày thì sự tồn tại của doanh nghiệp có lẽ là mục tiêu hàng đầu đối với nhiều DNVVN ở Việt Nam. Để tồn tại khi nguồn lực thiếu và yếu, không có hỗ trợ hiệu quả của chính sách cũng như thiếu bảo đảm pháp lý về sở hữu trí tuệ, bản quyền và chống hàng gian, hàng giả thì chắc chắn hoạt động ưu tiên không là đổi mới mà là củng cố nguồn lực hiện tại, giữ được thị trường, khách hàng. Một cách khác để tồn tại ở môi trường bất định, nơi cơ hội có thể đến và đi rất nhanh là mạo hiểm, chấp nhận rủi ro để ra quyết định kinh doanh. Tìm lợi nhuận nhanh, ngắn hạn cũng là khuynh hướng phổ biến của doanh nhân trong nền kinh tế chuyển đổi (Peng & Shekshnia, 2001).

Hai là, mẫu nghiên cứu là DNVVN thuộc nhiều lĩnh vực hoạt động khác nhau với ¾ là thương mại, dịch vụ và ¾ doanh nghiệp ở các địa phương ngoài TP.HCM, nghĩa là, doanh nghiệp sản xuất công nghệ cao hoạt động ở trung tâm kinh tế – nơi mà đổi mới là sống còn có tỉ lệ thấp trong mẫu. Do đó, vai trò tích cực của đổi mới đối với thành quả hoạt động không được khẳng định trong mẫu dữ liệu nghiên cứu này.

Ba là, hoạt động đổi mới của DNVVN có thể không hiệu quả. Theo Swierczek và Ha (2003), DNVVN Việt Nam có mức định hướng chủ động và đổi mới thấp nhưng định hướng chấp nhận rủi ro lại cao (so với DNVVN Thái Lan). Một giả thuyết khác có thể đặt ra là: Các đổi mới của DNVVN, dù có nỗ lực vẫn không đủ sức tạo ra hiệu quả đáng kể do không đáp ứng đúng nhu cầu của thị trường.

Do vậy, kết luận đổi mới không tác động trong khi chấp nhận rủi ro ảnh hưởng tích cực đến thành quả hoạt động là có căn cứ thực tiễn.

Kết quả trên khá nhất quán với nghiên cứu của Kraus và cộng sự (2012), Frishammar và Andersson (2009), Chen và cộng sự (2007) khi tiếp cận sáng nghiệp công ty như các thành phần độc lập và cho thấy một số thành phần không tác động đến thành quả hoạt động tùy bối cảnh. Ví dụ, chấp nhận rủi ro trong nghiên cứu DNVVN sản xuất mới thành lập ở Đài Loan của Chen và cộng sự (2007); đổi mới và chấp nhận rủi ro trong nghiên cứu DNVVN thuộc nhiều ngành sản xuất ở Hà Lan trong nghiên cứu của Krause và cộng sự (2012). Kraus và cộng sự (2012) giải thích rằng biến động do khủng hoảng kinh tế năm 2009 đã vô hiệu hóa tác động của sáng nghiệp công ty. Kết quả kiểm định tương tự cũng có trong nghiên cứu DNVVN quốc tế hóa ở Thụy Điển của Frishammar và Andersson (2009), và được giải thích bằng sự ưu tiên của các doanh nghiệp dành cho đổi mới thị trường hơn là công nghệ, trong khi thang đo lại nhấn mạnh vào sản phẩm; họ cũng không sẵn lòng cam kết đầu tư lớn vào quốc tế hóa vì hạn hẹp nguồn lực.

Biến động môi trường ngành kinh doanh cũng là yếu tố điều tiết mạnh đến quan hệ giữa định hướng sáng nghiệp và thành quả hoạt động của DNVVN. Có thể thấy, môi trường càng biến động, DNVVN càng khó đạt kết quả tích cực. Tuy nhiên, nếu DNVVN có phong thái chủ động, họ có thể tận dụng sự biến động như cơ hội để giành lợi thế. Điều này phù hợp với lý thuyết của Covin và Slevin (1991), Lumpkin và Dess (1996). Điểm đáng chú ý là sự biến động làm cho các nỗ lực đổi mới của DNVVN ở mẫu nghiên cứu có tác động âm đến thành quả. Điều này có thể hàm ý sự thực hành đổi mới của DNVVN không ứng phó kịp thời và hiệu quả trước các biến động, thách thức từ thị trường đầu ra, đầu vào và chính sách ở Việt Nam như đã đề cập ở các phần trên.

Sau cùng, mức giải thích thành quả hoạt động của DNVVN qua định hướng sáng nghiệp còn thấp ($\bar{R}^2$=0,292), điều này cho thấy có thể còn có các biến khác tác động đến thành quả, chẳng hạn, năng lực cá nhân doanh nhân hay các nguồn lực đặc trưng khác của tổ chức.

6. Kết luận và hàm ý

Vấn đề đặt ra trong nghiên cứu này là các thành phần của định hướng sáng nghiệp cấp công ty có tác động như thế nào đến thành quả của các DNVVN ở Việt Nam và tác động này có chịu sự điều tiết của độ biến động môi trường kinh doanh hay không. Khái niệm định hướng sáng nghiệp của Lumpkin và Dess (1996) được vận dụng làm cấu trúc chính cho mô hình nghiên cứu. Kết quả phân tích PLS-SEM từ hồi đáp của gần 200 DNVVN ở các địa phương miền Nam Việt Nam cho thấy các kết quả sau:

Một là, khái niệm định hướng sáng nghiệp gồm 3 thành phần: Chủ động, Đổi mới và Chấp nhận rủi ro được khẳng định là 3 khái niệm phân biệt và có tác động khác nhau đến thành quả của DNVVN. Cụ thể, trong tình huống này, chỉ có Chủ động và Chấp nhận rủi ro tác động dương đến thành quả của DNVVN.

Hai là, độ biến động môi trường kinh doanh được khẳng định là một biến điều tiết. Ở môi trường biến động càng lớn, sự chủ động của DNVVN mang lại tác động tích cực càng lớn. Tuy nhiên, môi trường biến động cũng làm cho nỗ lực đổi mới có kết quả trái với kỳ vọng.

Mặc dù bối cảnh nghiên cứu ở Việt Nam có nhiều khác biệt so với các nước khác, các kết quả tìm thấy là khá nhất quán với một số nghiên cứu thực nghiệm có trước khi tiếp cận định hướng sáng nghiệp như cấu trúc đa hướng. Kết quả đó cũng phù hợp với bối cảnh thực tiễn Việt Nam giai đoạn

vừa qua: Nền kinh tế đang ở giai đoạn trì trệ, rào cản DNVVN chưa được tháo dỡ, nhiều doanh nghiệp phải rời bỏ thị trường. Do vậy, DNVVN vốn nhỏ, yếu, công nghệ thấp nên để tồn tại thì sự chủ động, liều lĩnh hơn sẽ có khả năng thành công hơn đầu tư tập trung vào đổi mới.

Về lý thuyết, kết quả nghiên cứu góp phần khẳng định quan điểm của Lumpkin và Dess (1996) về cấu trúc và vai trò của định hướng sáng nghiệp cũng như môi trường đối với thành quả hoạt động của công ty. Về thực tiễn, kết quả trên cũng hàm ý rằng năng lực đổi mới của DNVVN là không cao, chưa kịp thời và kém hiệu quả trong bối cảnh nền kinh tế chuyển đổi ở Việt Nam. Tự bồi tụ năng lực đổi mới là vấn đề của DNVVN nhưng tạo môi trường pháp lý và kinh doanh phù hợp cho hoạt động đổi mới phát huy vai trò tích cực phát triển kinh tế là vấn đề của các cấp quản lý nhà nước và thiết lập chính sách.

Một số hạn chế đáng lưu ý của nghiên cứu này là: (1) Mẫu là phi xác suất nên tính đại diện chưa cao; (2) DNVVN ở phạm vi rộng nên chưa làm rõ được vai trò của ngành hay địa phương; (3) Độ biến động môi trường là biến đơn nên độ tin cậy còn hạn chế; (4) Mức giải thích thành quả qua định hướng sáng nghiệp còn thấp.

Các nghiên cứu chủ đề định hướng sáng nghiệp ở Việt Nam cho đến nay là chưa nhiều, do đó, từ các kết luận và hàm ý trên có thể đưa ra các hướng nghiên cứu tiếp theo trong bối cảnh Việt Nam như: (1) Vai trò của định hướng sáng nghiệp đối với thành quả hoạt động trong các ngành sản xuất - dịch vụ cụ thể; (2) Định hướng sáng nghiệp trong các tổ chức công/phi lợi nhuận; (3) Định hướng sáng nghiệp trong mối quan hệ với các nguồn lực tổ chức khác (ví dụ: Học tập tổ chức)■

Tài liệu tham khảo

Acs, Z. J., Desai, S., & Hessels, J. (2008). Entrepreneurship, economic development and institutions. *Small Business Economics, 31*(3), 219–234.

Affendy, A., Asmat-Nizam, A.–T., & Farid, M. (2015). Entrepreneurial orientation effects on market orientation and SMEs business performance-A SEM approach. *Review of Integrative Business and Economics Research, 4*(3), 259–271.

Aidis, R. (2005). Entrepreneurship in transition countries: A review. *UCL SSEES Economics and Business working paper series 61*. London, UK.*:* UCL School of Slavonic and East European Studies (SSEES).

Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (2009). The complementary effects of market orientation and entrepreneurial orientation on profitability in small businesses. *Journal of Small Business Management, 47*(4), 443–464.

Chen, C.–N., Tzeng, L.–C., Ou, W.–M., & Chang, K.–T. (2007). The relationship among social capital, entrepreneurial orientation, organizational resources and entrepreneurial performance for new ventures. *Contemporary Management Research, 3*(3), 213–232.

Covin, J. G., & Miles, M. P. (1999). Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 23*(3), 47–64.

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal, 10*(1), 75–87. doi: 10.1002/smj.4250100107

Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior.

Entrepreneurship: Theory and Practice, 16(1), 7–25.

Covin, J. G., & Wales, W. J. (2012). The measurement of entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 36*(4), 677–702.

Deros, B. M., Yusof, S. M., & Salleh, A. M. (2006). A benchmarking implementation framework for automotive manufacturing SMEs. *Benchmarking: An International Journal, 13*(4), 396–430.

ECORYS. (2012). *EU SMEs in 2012: At the crossroads. Annual report on small and medium-sized enterprises in the EU, 2011/12.* Retrieved from https://ec.europa.eu/docsroom/documents/16106/attachments/1/translations/en/renditions/native

Estrin, S., Meyer, K. E., & Bytchkova, M. (2006). Entrepreneurship in transition economies. In M. Casson, B. Yeung, A. Basu, & N. Wadeson (Eds.). *The Oxford Handbook of Entrepreneurship* (pp. 693-725). New York: Oxford University Press.

Fairoz, F. M., Hirobumi, T., & Tanaka, Y. (2010). Entrepreneurial orientation and business performance of small and medium scale enterprises of Hambantota District Sri Lanka. *Asian Social Science, 6*(3), 34–46.

Frishammar, J., & Andersson, S. (2009). The overestimated role of strategic orientations for international performance in smaller firms. *Journal of International Entrepreneurship, 7*(1), 57–77.

Hakkala, K., & Kokko, A. (2007). The state and the private sector in Vietnam. *EIJS Working Paper Series, No. 236*. Stockholm: The European Institute of Japanese Studies.

Hébert, R. F., & Link, A. N. (1989). In search of the meaning of entrepreneurship. *Small Business Economics, 1*(1), 39–49.

Keh, H. T., Nguyen, T. T. M., & Ng, H. P. (2007). The effects of entrepreneurial orientation and marketing information on the performance of SMEs. *Journal of Business Venturing, 22*(4), 592–611.

Kraus, S., Rigtering, J. P., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial orientation and the business performance of SMEs: A quantitative study from the Netherland. *Review of Managerial Science, 6*(2), 161–182.

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review, 21*(1), 135–172

Madsen, E. L. (2007). The significance of sustained entrepreneurial orientation on performance of firms - A longitudinal analysis. *Entrepreneurship & Regional Development, 19*(2), 185–204.

Maes, J. (2003). The Search for Corporate Entrepreneurship: A Clarification of the Concept and Its Measures. *Working Paper Steunpunt OOI: September 2003*. Retrieved from https://lirias.kuleuven.be/bitstream/123456789/85361/1/OR_0429.pdf

Matchaba-Hove, T., Farrington, S., & Sharp, G. (2015). The entrepreneurial orientation–Performance relationship: A South African small business perspective. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management, 7*(1), 36–68.

McMillan, J., & Woodruff, C. (2003). The central role of entrepreneurs in transition economies. *Pathways Out of Poverty* (pp. 105–121). New York: Springer.

Miller, D. (1983). The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. *Management Science,*

29(7), 770–791.

Mintzberg, H. (1973). Strategy-making in three modes. *California Management Review, 16*(2), 44–53.

Moreno, A. M., & Casillas, J. C. (2008). Entrepreneurial orientation and growth of SMEs: A causal model. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 32*(3), 507–528.

Peng, M. W., & Shekshnia, S. V. (2001). How entrepreneurs create wealth in transition economies. *Academy of Management Executive, 15*(1), 95–108.

Perri, D. F., & Chu, H. M. (2012). Entrepreneurs in China and Vietnam: Motivations and problems. *International Journal of Entrepreneurship, 16*(1), 93–112.

Phạm Thị Thu Hằng, & Vũ Tiến Lộc. (2016). *Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam 2015*. Truy cập từ http://vbis.vn/wp-content/uploads/2016/06/Bao-cao-thuong-nien-DN-VN-2015.pdf

Quang Lê. (2016). Nghịch lý với doanh nghiệp vừa và nhỏ. Truy cập ngày 07/12/2016, từ http://vcci.com.vn/nghi%CC%A3ch-ly%CC%81-voi-doanh-nghie%CC%A3p-vu%CC%80a-va%CC%80-nho%CC%89

Rauch, A., & Frese, M. (2000). Psychological approaches to entrepreneurial success: A general model and an overview of findings. In C. L. Cooper, & I. T. Robertson (Eds.). *International review of industrial and organization psychology* (pp. 101–141). Chichester, UK: Wiley.

Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship: Theory and Practice, 33*(3), 761–787.

Rumelt, R. P. (2005). Theory, strategy, and entrepreneurship. In S. A. Alvarez, R. A. Agarwal, & O. Sorenson (Eds.). *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 11–32). New York: Springer.

Runyan, R. C., Huddleston, P., & Swinney, J. (2006). Entrepreneurial orientation and social capital as small firm strategies: A study of gender differences from a resource-based view. *International Entrepreneurship and Management Journal, 2*(4), 455–477.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review, 25*(1), 217–226.

Swierczek, F. W., & Ha, T. T. (2003). Entrepreneurial orientation, uncertainty avoidance and firm performance: An analysis of Thai and Vietnamese SMEs. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation, 4*(1), 46–58.

Theriou, G., & Chatzoudes, D. (2015). Exploring the entrepreneurship-performance relationship: Evidence from Greek SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development, 22*(2), 352–375.

van Praag, C. M., & Versloot, P. H. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics, 29*(4), 351–382.

Wales, W. J., Gupta, V. K., & Mousa, F.–T. (2013). Empirical research on entrepreneurial orientation: An assessment and suggestions for future research. *International Small Business Journal, 31*(4), 357–383.

Wiklund, J., Patzelt, H., & Shepherd, D. A. (2009). Building an integrative model of small business growth. *Small Business Economics, 32*(4), 351–374.

Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Knowledge-based resources, entrepreneurial orientation, and the performance of small and medium-sized businesses. *Strategic Management Journal, 24*(13), 1307–1314.

Wolff, J. A., & Pett, T. L. (2007). Learning capability and SME growth: The intervening role of entrepreneurial orientation. *Paper presented at the USASBE/SBI Joint Conference, Orlando, Florida.*

Yuhua, B. Z. (2013). *SMEs in the APEC Region*. Retrieved from http://publications.apec.org/publication-detail.php?pub_id=1484

PHỤ LỤC

Danh mục các mục đo

Biến	Mục đo	Mức 1	Mức 7
PROA_1	Doanh nghiệp luôn đưa ra hành động cạnh tranh...	Sau đối thủ	Trước đối thủ
PROA_2	Doanh nghiệp luôn ra sản phẩm hay dịch vụ mới...	Sau đối thủ	Trước đối thủ
INNO_1	Đổi mới quá trình sản xuất – kinh doanh hiện có, doanh nghiệp….	Chưa chú tâm	Đề cao, trọng tâm
INNO_2	Phát triển sản phẩm hay dịch vụ mới, doanh nghiệp…	Chưa chú tâm	Đề cao, trọng tâm
INNO_3	Hoạt động tìm phương thức sản xuất – kinh doanh mới	Hiếm khi có	Luôn luôn có
INNO_4	Tiếp thu, áp dụng ý tưởng mới ở doanh nghiệp	Rất chậm	Rất nhanh chóng
RISK_1	Nếu phải ra quyết định chọn lựa, doanh nghiệp sẽ chọn dự án…	Rủi ro ít, lợi nhuận thấp	Rủi ro nhiều, lợi nhuận cao
RISK_2	Trong môi trường hiện nay, cách tốt nhất là hành động…	Dè dặt, từng bước một	Táo bạo, đồng loạt
RISK_3	Khi ra quyết định mà thông tin ít, bất trắc nhiều, doanh nghiệp…	Cẩn trọng, chờ và xem	Táo bạo khai thác cơ hội
PERF_1	Tăng trưởng thị phần, khách hàng	Rất xấu	Rất tốt
PERF_2	Lợi nhuận tài chính	Rất xấu	Rất tốt
PERF_3	Thành quả chung so doanh nghiệp khác cùng thị trường	Thấp hơn nhiều	Vượt rất xa
PERF_4	Hài lòng về thành quả	Rất thất vọng	Rất hài lòng
DYEN	Doanh nghiệp hoạt động trong một ngành sản xuất – kinh doanh	Rất ổn định	Hết sức biến động