

BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 12.2019



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Hải Phòng tổ chức Khóa đào tạo Huấn luyện viên khởi nghiệp
- 02 Sở KH&CNC Nghệ An tổ chức chương trình “ngày hội đầu tư - demo day Việt Nam - Hàn Quốc 2019”
- 03 Khởi động hành trình tìm kiếm 'kỳ lân' Startup Việt 2019
- 04 Việt Nam tổ chức hội nghị về khởi nghiệp châu Á - Thái Bình Dương

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Mopi: Tranh phẳng cho không gian làm việc hiện đại
- 06 Chính sách thúc đẩy hệ sinh thái hợp tác trường đại học-doanh nghiệp: Kinh nghiệm của một số quốc gia

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Agtech trong thời đại công nghiệp 4.0



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: (024) 38262718



HẢI PHÒNG TỔ CHỨC KHÓA ĐÀO TẠO HUẤN LUYỆN VIÊN KHỞI NGHIỆP

Ngày 3/4, Sở KH&CN Hải Phòng tổ chức khóa tập huấn “Đào tạo huấn luyện viên khởi nghiệp” nhằm trang bị những kiến thức, kỹ năng và phương pháp nền tảng cho các học viên mong muốn trở thành các huấn luyện viên khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, đồng thời xây dựng và hình thành mạng lưới các huấn luyện viên khởi nghiệp có đủ trình độ, năng lực để hỗ trợ và đồng hành cùng các dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trên địa bàn thành phố.

Khoá đào tạo đã đón nhận sự tham gia nhiệt tình, sôi nổi của gần 100 học viên là các chuyên gia, doanh nhân hiện đang điều hành, quản lý doanh nghiệp; các cán bộ hỗ trợ khởi nghiệp tại các đơn vị; các cán bộ, giảng viên tại các trường đại học, cao đẳng; các cá nhân trên địa bàn thành phố quan tâm đến các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp, có tinh thần nguyện, cống hiến và cam kết tham gia các hoạt động hỗ trợ các bạn khởi nghiệp.

Giảng viên khoá đào tạo là ông Phạm Duy Hiếu, Phó Chủ tịch Quỹ Khởi nghiệp doanh nghiệp KH&CN Việt Nam (SVF) và là Tổng Giám đốc Ngân hàng TMCP An Bình.

Trong thời gian đào tạo, thông qua phương pháp trải nghiệm, các học viên đã được trang bị rất nhiều kiến thức hữu ích, ví dụ như cố vấn (mentoring) là gì, cố vấn khác với huấn luyện viên (coaching), đào tạo (training) và tư vấn (advising) như thế nào hay các nguyên tắc mentoring là gì. Ngoài các kiến thức về mentoring cho startup, các học viên còn được trang bị các kỹ năng về quản lý, cách đặt mục tiêu và cách tìm ra giải pháp để đạt được mục tiêu.

MỘT SỐ NỘI DUNG CHÍNH CỦA LỚP HỌC

Các nguyên tắc người mentor cần lưu ý

Vui vẻ. Điều đầu tiên là người cố vấn (mentor) hãy luôn vui vẻ vì nếu bạn bất an thì sự bất an đó sẽ

lan toả đến những người xung quanh. Do vậy, bí quyết thành công là bạn phải tập cho mình sự bình an, vui vẻ. Có một cách để bạn thực sự có được sự vui vẻ ngay từ khi khởi động mentoring cho ai đó là đặt câu hỏi: "Điều tuyệt vời nhất xảy ra với em trong 30 ngày vừa qua là điều gì?" sau đó bạn lắng nghe và nhìn thẳng vào mắt người đối diện. Bạn chỉ lắng nghe một cách tĩnh lặng, không nhận xét, phán xét và tôn trọng họ. Tiếp theo đó, bạn cũng chia sẻ điều tuyệt vời nhất xảy ra với bạn trong thời gian 30 ngày qua là gì và khi đó, bạn đã kết nối hơn với một người bạn mới và tạo ra năng lượng. Chỉ cần 1 câu hỏi thôi mà năng lượng được tạo ra. Nếu không có năng lượng thì bạn không thể tạo ra hành động. Bạn muốn có hành động thì trước hết bạn phải tạo ra năng lượng và sau đó năng lượng chuyển hoá thành hành động thì lúc này hành động mới dẫn đến kết quả. Quá trình tạo ra năng lượng diễn ra như sau: Khi bạn hỏi điều tuyệt vời nhất của người kia là gì thì tâm trí của người được hỏi sẽ đi tìm điều tuyệt vời nhất vì trong 30 ngày là khoảng thời gian có rất nhiều biến cố và sự kiện cho nên họ có thể tìm ra một sự kiện nào đó mà họ cho là điều tuyệt vời nhất. Tất cả những gì họ tìm ra và họ cho là điều tuyệt vời nhất thì giây phút mà họ kể lại giống như họ đang được thưởng thức lại niềm vui đó 1 lần nữa và năng lượng được tạo ra. Nếu như bạn hỏi ngược lại "Điều tồi tệ nhất xảy ra với bạn trong 30 ngày qua là gì?", lúc này tâm trí của người được hỏi sẽ đi tìm điều tồi tệ và đương nhiên trong 30 ngày vừa qua có rất nhiều điều tồi tệ có thể kể ra và khi ta nói về điều tồi tệ thì năng lượng giảm xuống, sau đó bạn cũng kể về điều tồi tệ của bạn thì cả hai đều mất hết năng lượng. Việc hợp tác kinh doanh rất không hiệu quả.

Luôn có bài học. Các startup thường hay rơi vào tình trạng buồn chán, ví dụ như khi gặp một cú sốc về mặt tâm lý như khi một người đồng sáng lập rời khỏi công ty hay kinh doanh thua lỗ, nợ nần bán nhà

bán cửa. Khi đối diện với vai trò của một mentor, nếu bạn chọn cách động viên bằng cách kể về nỗi khổ của mình thì bạn sẽ chỉ kéo chìm cảm xúc của người đối diện. Nhiệm vụ của bạn không phải để cho người ta khổ hơn mà là để cho người ta tự tin hơn. Khi tổn thất mất mát xảy ra thì đừng bỏ lỡ bài học cho nên câu hỏi thứ hai bạn đặt ra là "bài học của bạn là gì". Khi bạn hỏi bài học của bạn là gì, người kia bắt đầu rời ra khỏi tâm trạng đau buồn, nhìn lại xem những gì đã xảy ra, điều gì nên làm, điều gì không nên làm. Người ấy đứng ra khỏi nỗi đau của người mình và quan sát nỗi đau để tìm ra bài học. Giây phút người ta tạm rời khỏi nỗi đau và tìm ra được bài học là giây phút người ấy không còn cảm thấy bị mất mát mà ngược lại, họ tìm thấy giá trị từ sự mất mát. Giây phút họ nhận ra bài học có giá trị, giây phút nhận ra bài học là vô giá thì họ thấy rằng họ không còn bị mất mát nữa mà đang có được những kinh nghiệm quý giá. Bài học này mang đến sự phát triển. Hãy luôn hỏi startup bài học và yêu cầu startup ghi lại bài học và thỉnh thoảng mở ra xem. Một trong những cách mà nhà đầu tư quan sát là xem startup có học các bài học không. Không có bài học thì bạn mãi mãi đứng yên một chỗ. Sự phát triển của một ai đó xét cho cùng là số lượng những bài học mà họ học được và được ứng dụng.

Đúng giờ. Người mentor phải đúng giờ và phải dạy cho startup luôn đúng giờ. Các nhà đầu tư chỉ đầu tư vào các startup mà người sáng lập hay đồng sáng lập có giữ lời cam kết hay không. Một trong những thứ mà họ quan sát là xem startup có đúng giờ hay không bởi vì cách mà một người làm một việc sẽ là cách mà họ làm rất nhiều việc khác. Nếu như chỉ việc đúng giờ thôi mà không làm được thì có nghĩa là rất nhiều cam kết họ không thực hiện được.

Tắt điện thoại di động. Hãy tắt điện thoại trong lúc làm việc với startup. Khi người mentor tắt điện thoại thì startup hiểu được rằng người mentor đang

dành toàn bộ thời gian cho mình và anh ta cũng gác lại tất cả các công việc lại và khi ấy buổi mentoring rất hiệu quả.

Không có gì tuyệt đối đúng. Hãy lưu ý là không có gì tuyệt đối đúng. Khi mentoring cho startup, người mentor phải nói với startup rằng, hãy nhớ bài học của họ, sự chia sẻ của họ chỉ đúng với khả năng của họ, trường hợp của họ, hoàn cảnh và thời điểm của họ. Người mentor phải hiểu rằng sự vật hiện tượng luôn biến đổi, họ không bao giờ được áp đặt điều gì cho người khác. Người mentor phải nói là đây là cách mà họ nghĩ, cách họ ứng dụng, cách đem lại cho họ một số hiệu quả nhưng chưa chắc đã đúng với startup tại thời điểm hiện tại. Người mentor chia sẻ kinh nghiệm của mình chỉ để mang lại cho startup một gợi ý, startup sẽ phải tự thực hành và trải nghiệm để rút ra bài học cho riêng mình. Người mentor không nên chỉ định startup làm một việc gì cụ thể và khẳng định điều đó là đúng.

Trải nghiệm, chiêm nghiệm. Người mentor có thể chia sẻ một số bài học thành công hay thất bại với startup nhưng cần nói rằng những điều này chưa chắc đã đúng với startup. Đúng hay không do chính startup trải nghiệm, chiêm nghiệm, đúng hay không

đúng do startup tự trả lời bởi vì các mối quan hệ, thực lực của startup hiện nay khác với những gì người mentor có trước đó.

Vỗ tay. Luôn vỗ tay để tạo ra năng lượng cho startup kích hoạt trí nhớ, kích hoạt khả năng tham gia.

6 Bước để mentoring hiệu quả

1. Bản chất của mỗi quan hệ mentoring là quan hệ liên doanh, ngang bằng, cả hai đều có thể học hỏi được của nhau.

2. Thiết lập rõ ràng kỳ vọng, ranh giới, mục tiêu ngay từ khi khởi đầu.

3. Chia sẻ kinh nghiệm thành công cũng như thất bại. Mục đích của mentor không phải tạo ấn tượng cho startup mà là tạo ra sự tự tin cho startup

4. Mentor giúp startup xây dựng và mở rộng mối quan hệ cần thiết

5. Vận dụng các biện pháp động viên tích cực: Tạo ra sự bình an, lan toả sự bình an.

6. Phát huy tính độc lập. Một người mentor giỏi không chỉ đưa ra những lời giải đáp và lời khuyên thông thái mà còn hướng dẫn startup tìm ra vấn đề và các giải pháp trước khi gặp mentor./.



SỞ KH&CN NGHỆ AN TỔ CHỨC CHƯƠNG TRÌNH “NGÀY HỘI ĐẦU TƯ - DEMO DAY VIỆT NAM - HÀN QUỐC 2019”

Sáng ngày 30/3, Sở KH&CN phối hợp với Vietnam Silicon Valley Accelerator (VSVA) tổ chức chương trình "Ngày hội đầu tư - Demo Day 2019".

Tham dự chương trình về phía UBND thành phố Vinh có: Ông Trần Ngọc Tú - Phó Bí thư Thành ủy, Chủ tịch UBND TP. Vinh; ông Trần Quốc Thành - Tỉnh ủy viên, Giám đốc Sở KH&CN; ông Hoàng Nghĩa Nhạc, Nguyễn Viết Hùng - Phó Giám đốc Sở KH&CN Nghệ An. Về phía VSVA và các đơn vị hỗ trợ có Bà Thạch Lê Anh - Sáng lập, Chủ tịch HĐQT Việt Nam Silicon Valley (VSVA); ông Gibbs Song - nhà đầu tư đến từ Hàn Quốc, ông Ma Lance - Giám đốc Quỹ đầu tư Aevum Capital Management; Bà Yunjung Park - Giám đốc Cục xúc tiến công nghiệp CNTT quốc gia

Hàn Quốc (NIPA) cùng đại diện các sở ban ngành, doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Nghệ An, các trường đại học, các nhà sáng chế và các startup đến từ Hà Nội và Nghệ An.

Ngày hội đầu tư Demo Day Việt Nam - Hàn Quốc có sự phối hợp với các đối tác đến từ Hàn Quốc, được tổ chức bởi Sở KH&CN Nghệ An và tổ chức đầu tư Startup Kised trực thuộc Bộ Doanh nghiệp Hàn Quốc và quỹ đầu tư VSV. Tại buổi Demo, 12 dự án khởi nghiệp đến từ Việt Nam và Hàn Quốc đã được trình bày bao gồm: KROSS, 9Print, FROG

Electric, Jentech, Illunex, Biplug, Blockbusker, Unicos, Cam Vinh Kỳ Yến, Tubudd, Gostream. Tất cả những dự án đó đều đã được hình thành, phát triển, có sự đầu tư của các nhà đầu tư từ các quỹ của VSV và Startup Kised của Hàn Quốc, đem lại hiệu quả cao.

Sự kiện này có ý nghĩa to lớn với sự phát triển cho các startup Việt nói chung và của tỉnh Nghệ An

nói riêng nhằm mở rộng mạng lưới hợp tác phát triển với các Startup và các nhà đầu tư nước ngoài. Đây là cơ hội lớn cho các Startup có cơ hội học hỏi và mở rộng doanh nghiệp của mình tại thị trường Hàn Quốc, là tiền đề thúc đẩy quá trình nuôi dưỡng, ươm mầm hệ sinh thái khởi nghiệp trong tương lai của tỉnh nhà./.



KHỞI ĐỘNG HÀNH TRÌNH TÌM KIẾM 'KỶ LÂN' STARTUP VIỆT 2019

VnExpress - Chương trình tìm kiếm, vinh danh startup xuất sắc do VnExpress tổ chức năm nay có nhiều hoạt động hỗ trợ các công ty khởi nghiệp tiến ra nước ngoài.

Startup Việt là cuộc thi thường niên do Báo VnExpress tổ chức nhằm tìm kiếm và đào tạo các startup tiềm năng ở nhiều lĩnh vực, góp phần xây dựng một hệ sinh thái khởi nghiệp bền vững tại Việt Nam.

Startup Việt 2019 tiếp tục tìm kiếm, ươm mầm các startup tại nhiều lĩnh vực ở Việt Nam.

Trong lần tổ chức thứ tư vào năm nay, chương trình mang chủ đề "Hành trình kỳ lân - Unicorn to be" với kỳ vọng tìm kiếm, đào tạo, mang đến cơ hội cho các startup tiềm năng phát triển nhanh và mạnh ra

quốc tế, trở thành một trong những "startup kỳ lân" (định giá từ một tỷ USD) đầu tiên của Việt Nam.

Từ ngày 4/4 đến 4/6, các công ty khởi nghiệp có thể nộp hồ sơ trực tuyến để tham gia "Hành trình kỳ lân - Unicorn to be" của Startup Việt 2019 [tại đây](#).

Các công ty khởi nghiệp cần đáp ứng một số tiêu chí là đăng ký và hoạt động kinh doanh tại Việt Nam, người đại diện công ty là công dân và cư trú trong nước. Ngoài ra, các startup cần hoạt động trong khoảng thời gian từ tháng 1/11/2016 đến 1/1/2019, đã cung cấp sản phẩm, dịch vụ ra thị trường.

Khác với những năm trước, Startup Việt 2019 sẽ tổ chức thêm chuỗi hội thảo chuyên sâu với sự tham gia của nhiều chuyên gia đầu ngành. Tại hội thảo, cộng đồng khởi nghiệp sẽ thu nhận nhiều thông tin giá trị, ý kiến đánh giá sắc sảo về các chủ đề, lĩnh vực đáng chú ý hiện nay. Có thể kể đến nền kinh tế chia sẻ, kỹ nguyên trí tuệ nhân tạo, cuộc chiến thương mại điện tử, tiềm năng công nghệ tài chính...

Startup Việt 2019 tiếp tục có sự đồng hành của hội đồng thẩm định uy tín gồm các cố vấn, chuyên gia khởi nghiệp, nhà đầu tư, quỹ đầu tư mạo hiểm, doanh nhân khởi nghiệp thành công...

Dự kiến các startup sẽ nhận sự đánh giá chuyên môn của đại diện Bộ Khoa học và Công nghệ, ông Trương Gia Bình - Chủ tịch Tập đoàn FPT, ông Phạm Phú Ngọc Trai - Chủ tịch Công ty Tư vấn kinh doanh Hội nhập toàn cầu GIBC, ông Phạm Văn Tam - Chủ tịch Tập đoàn Asanzo Việt Nam và ông Phạm Duy Hiếu - Tổng giám đốc Quỹ Khởi nghiệp Doanh nghiệp Khoa học Công nghệ Việt Nam SVF.

Về tiêu chí thẩm định, ngoài các yếu tố về tăng trưởng doanh số, năng lực tổ chức, năng lực lãnh đạo và khả năng phát triển bền vững, ban giám khảo còn đánh giá các startup dựa trên khả năng đóng góp cho cộng đồng cũng như ứng dụng quốc tế.

Trên "hành trình kỳ lân" của Startup Việt 2019, độc giả *VnExpress* tiếp tục tham gia bình chọn để góp phần tìm ra các startup xuất sắc theo các tiêu chí, gồm tính độc đáo, chất lượng và tính tiện ích của sản phẩm.

Các đội cũng sẽ được tham gia huấn luyện cùng các chuyên gia đến từ Startup Vietnam Foundation (SVF) trong vòng một tháng. Nội dung đào tạo xoay quanh cách tư duy, giải quyết những vấn đề hóc búa khi khởi nghiệp và tư vấn mô hình quản lý phù hợp. Chương trình đào tạo không chỉ hỗ trợ startup trong cuộc thi mà còn là hành trang quan trọng trên con

đường phát triển tương lai.

Trong khuôn khổ vòng chung kết diễn ra vào tháng 11/2019 tại TP HCM, Startup Việt 2019 tổ chức nhiều hoạt động kết nối công ty khởi nghiệp với nhà đầu tư như "Speed Dating" và "Matching day". 50 nhà đầu tư nước ngoài sẽ tiếp xúc với các startup để tìm kiếm các dự án tiềm năng. Với điểm nhấn này, chương trình mang đến cơ hội lớn để các startup thể hiện năng lực cạnh tranh, thuyết phục các nhà đầu tư nước ngoài và đi nhanh hơn trên hành trình bước ra thế giới.

Tại đêm Gala trao giải, Top 5 startup xuất sắc nhất sẽ thuyết trình trước hội đồng giám khảo và cộng đồng khởi nghiệp để tìm ra đơn vị xuất sắc nhất. Quán quân chung cuộc Startup Việt 2019 sẽ nhận gói truyền thông trị giá 500 triệu đồng từ báo *VnExpress* cùng cơ hội nhận vốn từ các nhà đầu tư trong và ngoài nước ngay tại vòng chung kết.

Sau ba năm tổ chức, Startup Việt nhận phản hồi tích cực của cộng đồng khởi nghiệp và xã hội với 1.100 hồ sơ dự thi, khoảng 45.200 lượt bình chọn trên *VnExpress* và thu hút hơn 300 chuyên gia từ các quỹ đầu tư, doanh nghiệp tại Việt Nam.

LỘ TRÌNH CUỘC THI STARTUP VIET 2019

- Từ 4/4 đến 4/6: Nhận hồ sơ đăng ký trực tuyến tại <https://startup.vnexpress.net/startup-viet-2019>.
- 15/6/2019: Công bố danh sách hồ sơ vào vòng huấn luyện.
- Tháng 10: Mở cổng bình chọn top 25 startup Việt xuất sắc nhất.
- Tháng 11: Công bố Top 15.
- Tháng 11: Vòng chung kết.



VIỆT NAM TỔ CHỨC HỘI NGHỊ VỀ KHỞI NGHIỆP CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG

VnExpress - 36 đội thi đến từ 25 quốc gia và vùng lãnh thổ cùng tranh tài trong sự kiện Youth Co:Lab Summit 2019.

Hội nghị thanh niên khởi nghiệp sáng tạo xã hội khu vực châu Á (Youth Co:Lab Summit) diễn ra từ 2-5/4 tại ĐH Kinh tế Quốc dân, Hà Nội, do Trung tâm Đổi mới Khu vực Châu Á Thái Bình Dương của Chương trình phát triển Liên hợp quốc (UNDP) phối hợp với Youth Co:Lab tổ chức.

Theo thống kê của Youth Co:Lab, có khoảng 700 triệu thanh niên ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương có khả năng quyết định tương lai khu vực. Họ cần được tiếp cận các chính sách giáo dục, tài chính và nhận được các khoản đầu tư, hỗ trợ để phát huy

tiềm năng đó.

Đồng sáng lập bởi UNDP và tổ chức Citi Foundation, Youth Co:Lab mục tiêu thiết lập chương trình chung cho các quốc gia khu vực châu Á - Thái Bình Dương để trao quyền và đầu tư vào lớp trẻ, giúp họ thực hiện mục tiêu phát triển bền vững thông qua khả năng lãnh đạo, hoạt động đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp.

Theo đại diện ban tổ chức, sự kiện dự kiến thu hút hơn 400 cá nhân tham dự trên hơn 25 quốc gia khu vực châu Á - Thái Bình Dương, bao gồm doanh

nhân trẻ, người làm chính sách cho khởi nghiệp sáng tạo, khu vực tư nhân, nhà đầu tư, chuyên gia và các quan chức cấp cao từ Liên Hợp Quốc.

Tại Hội nghị thanh niên khởi nghiệp sáng tạo xã hội khu vực châu Á - Thái Bình Dương năm nay, Việt Nam có hai đại diện tham gia là Vulcan Augmetics và Fly.

Vulcan Augmetics là mô hình khởi nghiệp chuyên sản xuất các module chân tay giả giá thấp dành cho người khuyết tật, sử dụng công nghệ in 3D. Startup mục tiêu giúp 38 triệu người khuyết tật thay đổi cuộc

sống và có việc làm ổn định. Vừa qua, Vulcan Augmetics là quán quân giải thưởng doanh nhân cộng đồng Blue Venture Award.

Nhóm Fly cung cấp ứng dụng học ngôn ngữ ký hiệu trên smartphone. Ứng dụng này bao gồm các bài học, trò chơi giáo dục và chức năng trò chuyện với giao diện thân thiện, dễ sử dụng. Với công cụ này, nhóm mong muốn ngôn ngữ ký hiệu sẽ đến gần hơn với nhiều gia đình, giúp cải thiện giao tiếp của cộng đồng khiếm thính./.



MOPI: TRANH PHẪNG CHO KHÔNG GIAN LÀM VIỆC HIỆN ĐẠI

Kyna là một công ty startup có tiếng trong giới khởi nghiệp ở Việt Nam, công ty chuyên cung cấp các dịch vụ đào tạo trực tuyến. Đi qua nhiều cánh cửa giống nhau như “khuôn đúc” trong một tòa nhà văn phòng cho thuê là một không gian sống động, có nét riêng và gây sự tò mò. Đó là trụ sở của công ty Kyna.vn. Nó thu hút tôi ngay bởi dãy tranh đầy màu sắc được treo dọc hành lang của công ty. Ai cũng phải dừng bước để ngắm nhìn khi đến thăm công ty và quan trọng hơn là đọc những câu nói trên các bức tranh.

Nguyễn Thanh Minh - CEO của Kyna.vn cho biết: Theo nghiên cứu của Business Design, việc tạo ra

không gian văn phòng làm việc có thể làm tăng năng suất làm việc lên 15%. Bởi vậy, sau khi nghiên cứu tìm các phương án trang trí văn phòng tươi mới, trẻ trung để kích thích nguồn năng lượng, ý chí làm việc của mọi người, Kyna đã lựa chọn tranh phăng của Mopi - một dự án khởi nghiệp đầy mới mẻ do Vũ Minh Trà và Hoàng Tùng đang triển khai.

CÂU CHUYỆN NHỎ CỦA HAI CHÀNG TRAI CÓ Ý TƯỞNG LỚN

Văn phòng là nơi làm việc, cũng là nơi truyền tải hình ảnh thương hiệu doanh nghiệp đến khách hàng và các đối tác. Trên thế giới, việc thiết kế một văn phòng mang phong cách riêng và mang thông điệp

luôn được chú trọng. Tại Việt Nam, xu hướng này cũng đang dần được hình thành cho phù hợp với sự phát triển năng động của các công ty trẻ.

Phong cách trang trí văn phòng đơn giản với điểm nhấn là các bức tranh cũng hết sức tối giản mang lại không gian làm việc hiện đại, cao cấp và chuyên nghiệp. Gây ấn tượng bởi những bức tranh và câu nói được in trên đó chính là dự án khởi nghiệp thú vị, độc đáo và đầy sức trẻ, tô điểm cho cuộc sống.

CEO Vũ Minh Trà chia sẻ: “Trước đây, mình có cơ hội du học tại Mỹ, quá trình học mình đã cộng tác làm việc với một số công ty. Trong những công ty mình làm việc, có một công ty mà ở đó, tại văn phòng làm việc có một bức tranh khiến mình rất ấn tượng, mặc dù bức tranh chỉ có một dòng chữ: “Get shit done” (Mọi việc khó đến mấy vẫn phải làm). Sau thời gian học tập và làm việc tại Mỹ, mình trở về Việt Nam và tiếp tục làm việc tại các công ty khởi nghiệp. Khi trang trí văn phòng cho các công ty, mình chợt nhớ đến bức tranh ấn tượng ở bên Mỹ và tìm kiếm xem có nơi nào bán tranh giống như vậy không, nhưng không có kết quả sau 1 tuần “lùng sục”. Dù không thấy nhưng điều mình có được chính là phát hiện ra thị trường trong việc trang trí bằng tranh và mình hoàn toàn có thể khai thác sản phẩm này. Ý tưởng từ đó cũng xuất hiện”.

Mopi là từ ghép của Modern Picture (tranh hiện đại) và những người sáng lập muốn hướng đến là dòng tranh hiện đại dành cho việc trang trí các văn phòng. Ý tưởng với những bức tranh Mopi đến với CEO Vũ Minh Trà một cách tình cờ. Tuy nhiên, để biến nó thành một dự án khởi nghiệp thì cần phải có sự nhạy bén của 1 startup trẻ trung, năng động.

Sự tinh xảo trong bức tranh không phải hình ảnh mà là thông điệp từ những câu nói và phong cách thể

hiện sự sáng tạo đã thổi luồng không khí mới cho các văn phòng. Đó cũng là tiêu chí mà CEO Vũ Minh Trà và đồng sáng lập Hoàng Tùng hướng đến khi thực hiện dự án tranh phẳng Mopi.

Gắn bó với tranh Mopi có lẽ cũng là cái duyên đối với Vũ Minh Trà và Hoàng Tùng, bởi thực tế cả hai đều học chuyên ngành không liên quan đến mỹ thuật hay đồ họa. Nhưng đối với Trà và Tùng, đó là một thế giới bí ẩn mà họ cần phải tìm hiểu, khám phá.

Hoàng Tùng chia sẻ thêm: “Ngạn ngữ có câu “Thinking out of box” (Tư duy vượt giới hạn), vì thế hai anh em không xuất phát từ ngành mỹ thuật, đồ họa nên có tư duy khác biệt, nhưng thật may mắn là được thị trường đón nhận”.

Thoạt nhìn qua có vẻ như tạo nên tranh Mopi rất đơn giản, nhưng để có được sản phẩm đó thực sự là rất khó. Đó là sự kết hợp của yêu cầu thẩm mỹ và nội dung câu nói. Thẩm mỹ là một phạm trù thực sự không dễ để có thể chiều lòng được khách hàng, tiêu chí đơn giản mà đẹp, cách biểu hiện lại phải ấn tượng để gây cảm xúc cho người khác xem là một trong những thách thức cho đội ngũ thiết kế và những người sáng lập. Khó hơn là phần “hồn” của bức tranh, đó là những câu nói. Có những câu nói được trích lại của những người nổi tiếng hoặc là hàm ý của bất cứ ai như giám đốc, lãnh đạo công ty hoặc đơn giản của một cá nhân nào đó. Quan trọng là những câu nói đó phải chứa đựng thông điệp hoặc truyền tải được nội dung muốn gửi gắm. Có thể kể đến như: Tập trung sứ mệnh, chinh phục mục tiêu; Hạnh phúc để thành công; Sáng tạo hay chết; I can and I will; Learning by doing....

Đây có lẽ cũng là thử thách khó nhất trên chặng đường đi đến thị trường của hai nhà sáng lập trẻ. Trà cho biết thêm: “Để làm được điều nay bên mình có một đội riêng chuyên tìm hiểu các content (câu nói



hay, truyền động lực), nhưng cũng rất tuyệt vời khi nhiều content lại đến từ chính khách hàng”.

Hỏi Trà về kỷ niệm nhớ nhất khi thực hiện dự án, Trà nói: “Có rất nhiều kỷ niệm nhưng mình nhớ nhất là có một khách hàng đến đề nghị làm bức tranh với slogan “Hãy tỉnh dậy, xã hội đang cần mày” với mục đích treo trên trần nhà để mỗi lần tỉnh dậy là có thể nhìn thấy ngay và có thêm động lực. Ngay tháng trước, một công ty cũng đến đề nghị được làm bức tranh với khẩu hiệu dí dỏm: “Làm hăng say, thưởng ngay cuối tháng”. Thực ra, nhiều câu nói hết sức đơn giản giống như câu chuyện chia sẻ một cách vui vẻ hàng ngày lại chính là “chìa khóa” liên kết giữa người lao động và người sử dụng lao động. Bởi ở mỗi công ty không phải lúc nào cũng có thời gian họp, Mopi sẽ truyền tải văn hóa và động lực cho nhân viên, nâng cao hiệu suất làm việc một cách mềm mại, nhẹ nhàng”.

Nhớ lại thời kỳ đầu khởi nghiệp, sau khi ra đời được hai tháng, Mopi đã có sản phẩm đầu tiên đưa

ra thị trường, trong đó chủ yếu là các bức tranh bằng tiếng nước ngoài. Sau khi đưa ra, một điều không mong chờ đã đến khi thị trường phản hồi không tốt, trong khi tiền chi cho thiết kế, sản xuất, truyền thông bỏ ra cũng không nhỏ. Mọi người trong dự án đã tổ chức nhiều cuộc họp phân tích vấn đề, trong đó cũng có một số ý kiến đề nghị tạm dừng, bởi nếu tiếp tục sẽ phải đầu tư lớn hơn và anh em phải bỏ vốn cùng xây dựng. Những ý kiến này cho rằng, mặc dù Mopi đã có khách hàng nhưng liệu nguồn thu có đủ cho chi phí. Tuy nhiên, Trà và Tùng vẫn tin vào sự thành công của dự án. Vượt qua những thời điểm khó khăn, Trà và Tùng đã quyết định chuyển sang tranh tiếng Việt cho phù hợp, gần gũi hơn. Hai nhà sáng lập quyết định đầu tư để tạo ra sản phẩm thật ưng ý, đáp ứng yêu cầu khó tính của thị trường. Dần dần, khách hàng phản hồi tốt hơn. Đây chính là động lực giúp Mopi vượt qua khó khăn.

Đến nay, vượt qua rào cản ban đầu về ý tưởng, thị trường, vốn, Mopi đã cho ra nhiều sản phẩm để

tiếp tục đồng hành với các văn phòng và đem lại không gian tươi mới đầy sức sống cho người làm việc tại các văn phòng.

Mopi là số ít trong các dự án khởi nghiệp có được may mắn “sống sót” và phát triển. Đứng sau thành công không thể không kể đến những bậc sinh thành của các người sáng lập. Có thể các bậc phụ huynh tuy không hiểu tường tận về công việc, nhưng luôn ủng hộ con mình bước trên con đường chông gai. Chính sự chia sẻ và tin tưởng của gia đình cũng là động lực to lớn cho các startup trẻ tự tin trên con đường chinh phục và hiện thực hóa ý tưởng mới.

MOPI - CHÌA KHÓA TẠO ĐỘNG LỰC TRONG CÁC VĂN PHÒNG

Sau 5 tháng có mặt ở thị trường, Mopi đã nhanh chóng xuất hiện ở Hà Nội và TP Hồ Chí Minh, là đối tác của hơn 300 công ty, trong đó có nhiều công ty, tập đoàn lớn như: Viettel, Foody, TPbank, Oppo... Số liệu tăng trưởng bình quân của dự án cũng là con số đáng mơ ước (mỗi tháng trung bình tăng trên 30%, có tháng lên đến 50%.)

Để có được con số ấn tượng đó, hai nhà sáng lập luôn giữ “kim chỉ nam” trong kinh doanh của mình, đó là luôn hướng đến sự lựa chọn tốt cho khách hàng.

Điều này thể hiện ở bức tranh ngay bên cạnh Trà: “Hôm nay có gì để làm tốt hơn cho khách hàng không?” Với Trà, công ty luôn hướng đến trải nghiệm của khách hàng và mong muốn từ những khách hàng đầu tiên sẽ lan tỏa xa, rộng hơn nữa.

Trước khi chia tay, tôi chợt hỏi Tùng, anh đã thực hiện nhiều bức tranh nhưng bức nào Tùng ấn tượng nhất? Tùng không ngần ngại chia sẻ “Mình rất thích bức tranh có câu ‘Juts do it but just don’t quit’ (Hãy làm nhưng đừng bỏ cuộc). Đây là câu nói đúng với hầu hết các startup, trong đó có Mopi. Một công ty không thể chờ đợi thời điểm thật hoàn hảo để bắt đầu, và khi bắt đầu chắc chắn sẽ gặp muôn vàn khó khăn, nhưng đừng vì thế mà dừng lại bởi trái ngọt chỉ đến khi lòng quyết tâm và nghị lực luôn tràn đầy”.

Trẻ, đầy đam mê và hoài bão, dám dấn thân và chấp nhận thử thách, luôn hướng đến những sản phẩm tốt hơn nữa, đó là chân dung của CEO trẻ tuổi Vũ Minh Trà và đồng sáng lập Hoàng Tùng, những người tự tin chắc chắn sẽ thành công hơn nữa trên con đường khởi nghiệp của mình bởi sự cống hiến hết mình cho cộng đồng mà họ theo đuổi.

Minh Phương

CHÍNH SÁCH THÚC ĐẨY HỆ SINH THÁI HỢP TÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC-DOANH NGHIỆP: KINH NGHIỆM CỦA MỘT SỐ QUỐC GIA

Khi toàn cầu hoá diễn ra ở tất cả các quốc gia trên thế giới, các yếu tố như tốc độ thay đổi nhanh chóng của công nghệ, sự phát triển của nền kinh tế tri thức và sự lưu động nhân lực trình độ cao đã ảnh hưởng mạnh mẽ đến các trường đại học trên toàn thế giới, thúc đẩy họ thiết lập quan hệ hợp tác chiến lược với các doanh nghiệp. Trong khi đó, việc tích hợp vào nền kinh tế tri thức toàn cầu và sự thay đổi nhanh chóng của công nghệ cũng buộc hầu hết các doanh nghiệp phải tiến hành hoàn thiện liên tục quy trình sản xuất, các hệ thống nội bộ, thực tiễn làm việc và chiến lược tiếp thị. Một trong những cách chắc chắn nhất để giải quyết các thách thức này là các trường đại học hợp tác với doanh nghiệp để phát triển kỹ năng, đổi mới sáng tạo và chuyển giao công nghệ một cách hiệu quả, thúc đẩy tinh thần kinh doanh và tăng trưởng kinh tế.

KHÁI NIỆM QUAN HỆ HỢP TÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC - DOANH NGHIỆP

“Quan hệ hợp tác trường đại học - doanh nghiệp được định nghĩa là tất cả mọi hình thức tương tác trực tiếp và gián tiếp, có tính chất cá nhân hay tổ chức giữa trường đại học và doanh nghiệp nhằm hỗ trợ lẫn nhau vì lợi ích của cả hai bên: Hợp tác trong nghiên cứu và phát triển, lưu động nhân sự (học giả, sinh viên và các nhà chuyên môn đang làm việc tại các doanh nghiệp), thương mại hóa kết quả nghiên cứu và phát triển, xây dựng chương trình đào tạo, tổ chức học tập suốt đời, hỗ trợ các nỗ lực khởi nghiệp và quản trị tổ chức”.

Quan hệ hợp tác trường đại học - doanh nghiệp được hiểu là các giao dịch giữa trường đại học và doanh nghiệp vì lợi ích của cả hai bên. Đẩy mạnh quan hệ hợp tác này và khai thác giá trị của nó có thể giúp trường đại học tháo gỡ những khó khăn về tài trợ công và giúp các doanh nghiệp đạt được và duy trì lợi thế cạnh tranh trong thị trường quốc tế năng động, đồng thời đóng góp vào tăng trưởng kinh tế ở cấp độ khu vực và quốc gia cũng như đáp ứng các đòi hỏi của thị trường lao động trong việc cung cấp tri

thức và kỹ năng phù hợp hơn. Trong bối cảnh này, hợp tác trường đại học - doanh nghiệp tạo ra lợi ích chung cho tất cả các bên liên quan và cho toàn xã hội.

Sự hợp tác thành công của các trường đại học trong các mối quan hệ hiệp đồng với chính phủ và doanh nghiệp (chuỗi xoắn ba) được coi là động lực lý tưởng của các nền kinh tế và xã hội dựa trên tri thức. Trên khắp thế giới, các quốc gia đang phải đương đầu với những thách thức to lớn trong việc đáp ứng đòi hỏi của một thị trường quốc tế năng động hơn bao giờ hết.

Mặt khác, từ những năm 1990, sứ mệnh chiến lược của các trường đại học đã vượt ra ngoài sứ mệnh truyền thống là giảng dạy và nghiên cứu, hướng tới sứ mệnh thứ ba liên quan đến việc giải quyết tốt hơn nhu cầu của doanh nghiệp và đóng góp trực tiếp vào tăng trưởng và phát triển kinh tế thông qua thương mại hoá kết quả nghiên cứu và phát triển.

Ba sứ mệnh của trường đại học đã tạo ra các khái niệm riêng biệt về đại học giảng dạy, đại học nghiên cứu và đại học khởi nghiệp. Sự hợp tác giữa

Bảng 1. Các loại hình hợp tác trường đại học - doanh nghiệp

Mức độ cao (Các mối quan hệ đối tác)	Quan hệ đối tác nghiên cứu	Các thỏa thuận giữa các tổ chức để theo đuổi hợp tác NC&PT, bao gồm các côngxocxiom nghiên cứu và các dự án chung, doanh nghiệp tham gia hội đồng tư vấn chuyên môn trong trường đại học
	Dịch vụ nghiên cứu	Các hoạt động liên quan đến nghiên cứu được doanh nghiệp ủy quyền cho trường đại học, bao gồm nghiên cứu theo hợp đồng đặt hàng, tư vấn, kiểm soát chất lượng, thử nghiệm, chứng nhận và phát triển nguyên mẫu.
	Cơ sở hạ tầng dùng chung	Sử dụng phòng thí nghiệm của trường đại học và thiết bị của doanh nghiệp, vườn ươm doanh nghiệp và khu công nghệ nằm trong khuôn viên trường đại học.
Mức trung bình (Sự lưu động)	Khởi nghiệp tại các trường đại học	Phát triển và khai thác thương mại các công nghệ được các nhà nghiên cứu của các trường đại học phát triển thông qua một doanh nghiệp mà họ sở hữu (một phần) (doanh nghiệp spin-off)
	Đào tạo và chuyển giao nguồn nhân lực	Đào tạo nhân lực cho doanh nghiệp, chương trình thực tập, đào tạo sau đại học tại doanh nghiệp, biệt phái giảng viên và cán bộ nghiên cứu của trường đại học sang làm việc tại doanh nghiệp.
Mức độ thấp (Chuyển giao)	Thương mại hóa tài sản trí tuệ	Chuyển giao quyền sở hữu trí tuệ của trường đại học (như bằng sáng chế) cho các doanh nghiệp (ví dụ: thông qua cấp phép).
	Công bố khoa học	Công bố các kết quả hợp tác nghiên cứu.
	Tương tác không chính thức	Hình thành các mối quan hệ xã hội (ví dụ: hội nghị, hội thảo, mạng xã hội).

trường đại học và doanh nghiệp có thể diễn ra theo tất cả các loại hình trường đại học, mặc dù nó sẽ tập trung vào đào tạo trong trường đại học giảng dạy, vào nghiên cứu và phát triển trong các trường đại học nghiên cứu và thương mại hóa công nghệ và spin-off trong trường đại học khởi nghiệp. Trong bất cứ trường hợp nào, sự liên kết giữa trường đại học và doanh nghiệp là khác nhau. Ví dụ, các thỏa thuận để phát triển nghiên cứu chung có thể tạo ra cơ hội đào tạo nghiên cứu sinh. Tương tự như vậy, sự hợp tác trong nghiên cứu có thể tạo ra các doanh nghiệp spin-off hoặc cấp phép bằng sáng chế.

CÁC LOẠI HÌNH HỢP TÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC - DOANH NGHIỆP

Các loại hình hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp có các mục tiêu và phạm vi khác nhau (Bảng 1). Sự hợp tác có thể ở mức độ cao hay thấp và có thể tập trung vào các hoạt động đào tạo hay nghiên cứu. Sự hợp tác có thể là chính thức hoặc không chính thức: từ quan hệ đối tác vốn cổ phần

chính thức, hợp đồng, dự án nghiên cứu, cấp bằng sáng chế, v.v., cho đến lưu động nguồn nhân lực, công bố khoa học và những tương tác trong các hội nghị và nhóm chuyên gia,... Ngoài ra, việc phân biệt giữa hợp tác ngắn hạn và hợp tác dài hạn cũng rất cần thiết. Hợp tác ngắn hạn thường bao gồm việc giải quyết vấn đề theo yêu cầu với các kết quả được xác định trước và có xu hướng được khởi thông qua nghiên cứu theo hợp đồng, tư vấn và cấp phép. Hợp tác dài hạn gắn liền với các dự án chung và quan hệ đối tác công-tư (bao gồm các viện nghiên cứu của trường đại học tư nhân, trung tâm nghiên cứu liên kết doanh nghiệp và trường đại học và côngxocxiom nghiên cứu), thường cho phép các doanh nghiệp ký hợp đồng cho các dịch vụ cốt lõi và định kỳ ký hợp đồng lại cho các sản phẩm cụ thể một cách linh hoạt. Hợp tác dài hạn hơn cung cấp một nền tảng đa diện, nơi các doanh nghiệp có thể phát triển năng lực đổi mới sáng tạo mạnh mẽ hơn về lâu dài, dựa trên năng lực, phương pháp và công cụ của các trường đại học.



Hình 1. Hệ sinh thái hợp tác trường đại học - doanh nghiệp

HỆ SINH THÁI HỢP TÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC - DOANH NGHIỆP

Hình 1 mô tả hệ sinh thái hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp do Davey, Muros tạo ra năm 2011. Mô hình là sản phẩm của công trình nghiên cứu về hợp tác trường đại học - doanh nghiệp năm 2010- 2011 tại châu Âu.

Mô hình khái quát về những mối tương tác giữa các yếu tố khác nhau trong hệ sinh thái hợp tác trường đại học doanh nghiệp. Mô hình cũng cho thấy các yếu tố khác nhau tác động đến các hoạt động hợp tác. Trong mô hình hệ sinh thái này liệt kê 5 cấp độ: tác động, sản phẩm, kết quả, yếu tố, và hành động.

a. Ở cấp độ hành động là cấp độ mà những hành động kích thích mối quan hệ hợp tác diễn ra, ở

cấp độ này chứa đựng bốn trụ cột, qua đó các hoạt động sẽ tạo ra ảnh hưởng đến phạm vi và mức độ của mối quan hệ giữa trường đại học với doanh nghiệp.

Đồng thời, ở cấp độ hành động phải xem xét đến vai trò của các bên liên quan chủ yếu, bao gồm trường đại học, nhà nước và các doanh nghiệp. Trường đại học được hiểu là bao gồm (i) giới hàn lâm, tức những người giảng dạy và nghiên cứu chuyên nghiệp, (ii) giới quản lí, và (iii) giới chuyên gia đang làm ở các doanh nghiệp và tham gia vào một số hoạt động chuyên môn của nhà trường.

b. Ở cấp độ các yếu tố - nơi những nhân tố ảnh hưởng đến nỗ lực hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp cần được cân nhắc trong bất kì thử nghiệm nào nhằm tác động đến mối quan hệ này. Những

nhân tố ảnh hưởng đến quan hệ hợp tác nhà trường và doanh nghiệp có thể là nhận thức về lợi ích, động lực và rào cản đối với quan hệ này, cũng như các nhân tố tình thế tạo thuận lợi hay gây cản ngại cho quan hệ ấy.

c. Cấp độ kết quả - nơi mà phạm vi, mức độ của mối quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp có thể nhìn thấy được. Nhìn vào kết quả, có thể thấy 8 hình thức hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp là: hợp tác trong nghiên cứu; lưu chuyển các nhà khoa học, sinh viên; thương mại hóa kết quả nghiên cứu; xây dựng và thực hiện công tác đào tạo; giáo dục suốt đời; hỗ trợ sáng nghiệp và quản trị tổ chức.

d. Ở cấp độ sản phẩm: Qua hợp tác với doanh nghiệp, GDĐH rút cuộc đã đóng góp những sản phẩm gì cho xã hội? Tạo ra kiến thức mới (thông qua nghiên cứu, thể hiện qua sáng chế, phát minh, bài báo khoa học), thúc đẩy sản xuất (qua chuyển giao công nghệ, thể hiện qua tăng trưởng kinh tế dựa trên tri thức), cung cấp nguồn nhân lực có kỹ năng (thông qua đào tạo, thể hiện qua số sinh viên tốt nghiệp có việc làm) như thế nào?

e. Ở cấp độ tác động: Quan hệ hợp tác giữa nhà trường và doanh nghiệp đã tác động đến tăng trưởng kinh tế ở tầm vĩ mô như thế nào? Những sản phẩm mà quan hệ nhà trường và doanh nghiệp tạo ra có làm thay đổi phương thức sản xuất hay cách thức mà xã hội này đang tồn tại và nền kinh tế này đang vận hành?

LỢI ÍCH/TÁC ĐỘNG CỦA HỢP TÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC - DOANH NGHIỆP

Để duy trì sự hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp, hai tổ chức này phải đạt được lợi ích chung từ các tương tác của họ. Lợi ích tích lũy của trường đại học trong việc hợp tác với các đối tác doanh nghiệp bao gồm:

- Tiếp cận các nguồn tài trợ nghiên cứu ngoài các nguồn truyền thống. Điều này cho phép các nhà

nghiên cứu nâng cao năng lực, kỹ năng do đó khả năng giữ chân các nhà nghiên cứu cũng tăng lên.

- Tăng cường khả năng tiếp cận công nghệ độc quyền được doanh nghiệp phát triển làm thúc đẩy quá trình khám phá.

- Nâng cao vị thế cạnh tranh cho nghiên cứu/dự án được tài trợ công do khả năng chứng minh các kênh phổ biến kết quả nghiên cứu và đóng góp trực tiếp cho sự phát triển kinh tế cho đất nước.

- Các vòng phản hồi nhanh hơn liên quan đến đầu ra của các khám phá của trường đại học và chuyển giao kết quả nghiên cứu giữa trường đại học và doanh nghiệp. Kết quả nghiên cứu từ các trường đại học có thể dễ dàng được xác định hoặc xác nhận bởi doanh nghiệp và các dữ liệu của ngành công nghiệp phản hồi cho trường đại học, dẫn đến sự liên kết tốt hơn giữa kết quả của nghiên cứu với các đối tác công nghiệp

Từ các quan điểm của doanh nghiệp, những lợi ích đạt được khi hợp tác với trường đại học gồm:

- Tiếp cận cơ sở khoa học tại các trường đại học như trong lĩnh vực công nghệ sinh học, nơi sự phức tạp của quá trình đổi mới khiến doanh nghiệp ngày càng khó có thể sở hữu tất cả các năng lực cần thiết

- Tiếp cận tri thức đã được phát triển trong các trung tâm nghiên cứu qua nhiều thập kỷ nghiên cứu được tài trợ công

- Tiếp cận các học giả có trình độ, có hiểu biết về các tri thức khoa học và công nghiệp tiên tiến

- Có được lợi thế cạnh tranh thông qua việc tiếp cận các khách hàng tiềm năng tốt hơn và các kênh nhanh hơn so với đối thủ cạnh tranh, đẩy mạnh quá trình phát triển sản phẩm

- Truy cập vào các nguồn tài nguyên phong phú như các nhà nghiên cứu có tay nghề cao và cơ sở hạ tầng, làm cho một dự án nghiên cứu hợp tác với trường đại học hiệu quả hơn về chi phí.

(Còn nữa)

Nguyễn Lê Hằng

Tài liệu tham khảo

1. Peter Boahin (2018), Effectiveness of innovative policies to enhance university-industry collaboration in developing countries
2. Stellenthin, O.M.(2011), Factors that impact on University-industry collaboration: Empirical Evidence from Sweden and Germany. *Bussels Economic Review*, 54 (1)
3. World Bank (2013), Promoting University-Industry Collaboration in Developing Countries, The innovation policy platform
4. EU (2011), State of European University-Business Cooperation
5. Nguyễn Kim Dung (2017), Thực trạng hợp tác của các trường đại học với doanh nghiệp ở Việt Nam, tạp chí Khoa học trường ĐHSP TP. Hồ Chí Minh, Vol. 14, No. 4 (2017): 29-41



AGTECH TRONG THỜI ĐẠI CÔNG NGHIỆP 4.0

Cho tới gần đây, thuật ngữ “Agtech - công nghệ nông nghiệp” được sử dụng để cập đến các loại thiết bị nặng chứ không phải phần mềm. Nhưng số hóa đang nhanh chóng biến đổi mọi khía cạnh của ngành nông nghiệp toàn cầu. Áp lực từ nhu cầu lương thực ngày càng tăng, đô thị hóa và khan hiếm nước sẽ tiếp tục mở ra những cơ hội đổi mới cho lĩnh vực nông nghiệp cũng như cho Agtech.

Cuộc cách mạng nông nghiệp của thế kỷ 20 đã nuôi sống thành công hàng tỷ người. Ngày nay, nông nghiệp là một trong những ngành công nghiệp lớn nhất trên thế giới. Nhưng năng suất nông nghiệp đang chững lại ở nhiều nơi trên thế giới, thậm chí ngay cả khi sản lượng nông nghiệp cần phải tăng tới 60% tới năm 2050 so với mức sản lượng của giai đoạn từ 2005-2007, để đáp ứng với nhu cầu dinh dưỡng của dân số toàn cầu tăng từ 7,6 tỷ lên 9,7 tỷ người. Bên cạnh đó, phát thải khí nhà kính từ nông nghiệp cũng đang tăng lên, thực phẩm bị lãng phí

nhiều hơn, nguồn cung đất trồng trọt không tăng, còn nguồn nước ngọt sẽ phải đối mặt với mức thiếu hụt tới 40% vào năm 2030.

Tuy vậy, những thách thức này cũng đồng thời mở ra cơ hội kinh doanh cho những phương thức mới để sản xuất, cung cấp và lưu trữ thực phẩm một cách bền vững và sáng tạo. Xu hướng số hóa ngày càng tăng, đặc biệt được thúc đẩy bởi các công ty khởi nghiệp, sẽ thúc đẩy tiến bộ và đảm bảo ngành nông nghiệp có thể đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng trong thế kỷ 21.

CÔNG NGHỆ NÔNG NGHIỆP LÀ GÌ?

Báo cáo Phát triển Thế giới Nước của Liên hiệp Quốc coi “*Công nghệ nông nghiệp (Agtech) là các phương thức thực hành, công cụ hoặc quy trình xử lý ở nông trại theo hướng khoa học bao gồm cây trồng biến đổi sinh học / biến đổi gen, nhân giống độc quyền, nông nghiệp GPS / chính xác, thiết bị cải tiến và quản lý nước, các phương thức thực hành quản lý tốt nhất dựa trên bảo tồn, sản xuất thực phẩm và các tiến bộ liên quan*”. Theo báo cáo này, Agtech bao gồm, nhưng không giới hạn ở khoa học sinh học nông nghiệp, nông nghiệp dữ liệu, tự động hóa và robot, chuỗi cung ứng và logistics, chế biến nông nghiệp, thực phẩm và thịt nhân tạo, canh tác khép kín.

Đầu tư vốn mạo hiểm vào Công nghệ nông nghiệp đã tăng gấp bốn lần trong giai đoạn 2014 đến 2017, từ 185 triệu USD lên 877 triệu USD. Tuy vậy, con số này vẫn chỉ chiếm một phần trăm tổng đầu tư vốn mạo hiểm năm 2017. Điều đó có nghĩa là công nghệ nông nghiệp là lĩnh vực còn rất nhiều tiềm năng tăng trưởng. Các nhà hoạch định chính sách giữ vai trò rất lớn trong việc phát triển tiểu ngành Agtech, sửa đổi các chính sách theo nhu cầu địa phương hóa, kết nối nông dân với các nhà đổi mới và cung cấp hỗ trợ cơ sở hạ tầng hữu hình và vô hình.

NHỮNG ĐỘNG LỰC VÀ XU HƯỚNG CHÍNH

Số người trên thế giới làm việc trong lĩnh vực nông nghiệp rất lớn, nhưng lĩnh vực này lại chỉ đóng góp 3,8% vào giá trị gia tăng toàn cầu (tính theo% GDP). Từ giữa thế kỷ trước, năng suất nông nghiệp đã tăng lên đáng kể, tuy nhiên nông nghiệp vẫn đóng góp ít hơn so với các ngành khác. Nông nghiệp đã bị tụt hậu so với các ngành công nghiệp khác về số hóa và đổi mới. Theo Chỉ số Số hóa Công nghiệp của Viện toàn cầu McKinsey, trong số các ngành công nghiệp lớn, nông nghiệp là một trong những ngành ít số hóa nhất.

Xét quy mô của ngành nông nghiệp, thu nhập ròng nông hộ toàn cầu (net farm income) là 120 tỷ USD và tài sản nông nghiệp trị giá khoảng 2 nghìn tỷ USD - đó chính là cơ hội lớn đối với đầu tư vào số hóa và tự động hóa nông nghiệp.

Các công ty đang tăng cường hoạt động trong lĩnh vực Agtech. Việc startup Climate Corp được mua lại với giá 930 triệu USD trong năm 2013 đã mở ra xu hướng các công ty nông nghiệp đầu tư vào các startup Agtech. Mặc dù sau đó vẫn chưa có một khoản đầu tư nào khủng như việc mua lại Climate Corp, nhưng chắc chắn vốn đầu tư mạo hiểm của công ty (CVC) rót vào các công ty khởi nghiệp Agtech đang tăng lên. Theo PitchBook, luồng CVC đã tăng từ chưa tới 100 triệu USD năm 2013 lên hơn 600 triệu USD trong năm 2017 (tháng 1 tới tháng 11). Số lượng giao dịch tăng theo hệ số năm trong cùng khung thời gian, đạt 30 giao dịch vào năm 2017 (Tháng 1 - tháng 11). Theo CB Insights, các tập đoàn khủng đầu tư vào Agtech cũng tăng mạnh, từ hai tập đoàn năm 2013 tăng lên 20 vào năm 2016 rồi tăng lên 32 vào năm 2017. Hai tập đoàn lớn như Monsanto và Syngenta đều rót vốn đầu tư mạo hiểm vào các công ty Agtech. Từ năm 2012 đến 2016, hai tập đoàn này là một trong những nhà đầu tư mạo hiểm tích cực nhất (xếp thứ 2 và 4 tương ứng về số lượng đầu tư). Các tập đoàn cũng nỗ lực phát triển mối quan hệ với các chương trình gia tốc tập trung vào Agtech, với hy vọng tiếp cận các startup giai đoạn đầu.

Không chỉ vậy, các công ty nông nghiệp truyền thống, ngoài các khoản đầu tư vào Agtech, cũng tích cực đầu tư vào các startup tập trung vào khoa học dữ liệu, công nghệ sinh học, phân tích, AI, IoT, v.v., những lĩnh vực khoa học có thể có nhiều ứng dụng trong hoạt động nông nghiệp.

CANH TÁC IOT VÀ CUỘC CÁCH MẠNG 5G

Nông dân trên toàn thế giới đều ngày càng tăng



cường truy cập vào điện thoại thông minh và internet. Những thành phần trong hệ sinh thái nông nghiệp từ nông dân, nhà sản xuất thiết bị và các công ty nông nghiệp khác đều đang triển khai các công nghệ dựa trên IoT và gặt hái được nhiều lợi ích. Kết nối 5G có thể mang lại cho các khu vực nông thôn internet tốc độ cao, đáng tin cậy, tạo điều kiện sử dụng các ứng dụng và quản lý dữ liệu của Canh tác thông minh kết nối Internet vạn vật (Smart Farming IoT). Canh tác thông minh IoT sẽ có nhiều ứng dụng ở rất nhiều các hoạt động liên quan đến nông nghiệp, giải quyết nhiều vấn đề mà ngành công nghiệp phải đối mặt. Các ứng dụng tiềm năng sẽ bao gồm quản lý nước, cung cấp phân bón theo nước tưới (fertigation), giao tiếp cây trồng, giám sát mức độ trưởng thành và an toàn của vật nuôi, giám sát cây trồng trên không, và gieo mạ, gieo hạt và phun thuốc.

NHU CẦU ĐỊA PHƯƠNG THỨC ĐẨY ĐOÀI MỚI SÁNG TẠO TRONG CÁC CỤM AGTECH

Nông nghiệp là một ngành kinh doanh phân khúc. Nó có thể được phân đoạn theo các đặc điểm khác nhau, những đặc điểm này chỉ duy nhất ở những khu

vực và điều kiện địa lý nhất định. Nông nghiệp còn có thể được phân chia theo loại hình sở hữu đất: lớn, vừa, nhỏ; theo loại đất canh tác; theo loại cây trồng; theo loại khả năng tưới tiêu v.v ... Các doanh nhân có thể không đưa ra được các giải pháp cho các sở hữu đất hay cây trồng khác nhau hoặc một số yếu tố khác, và sẽ phải điều chỉnh các giải pháp của họ dựa trên nhu cầu và yêu cầu của địa phương. Phát triển mô hình FaaS (Farming-as-a-service: Nông nghiệp dịch vụ) ở các quốc gia có diện tích đất rất nhỏ như Ấn Độ là một ví dụ như vậy. Tại Ấn Độ, các startup FaaS được nhận đầu tư và hỗ trợ đáng kể từ nhiều thành phần khác nhau bao gồm cả chính phủ và doanh nghiệp. Theo báo cáo của công ty tư vấn Bain & Co, các khoản đầu tư của VC vào FaaS của Ấn Độ đã tăng gần 5,5 lần từ 2013-2016. Phần lớn các giải pháp FaaS này là các giải pháp quản lý trang trại, vốn chủ yếu chịu ảnh hưởng của các thị trường phát triển với mức độ cơ giới hóa cao.

ĐỔI MỚI TRONG CHUỖI CUNG ỨNG

Theo FAO, khoảng 33% lượng thực phẩm sản xuất cho tiêu dùng của con người bị lãng phí trên

toàn cầu. Tổng chi phí cho số thực phẩm bị lãng phí này trị giá gần 1 tỷ USD. Mặc dù vậy, hầu hết các nghiên cứu trong nông nghiệp chỉ hướng tới việc tăng năng suất cây trồng chứ không hướng tới chuỗi cung ứng. Theo Deloitte, có thể tiết kiệm được 2/3 trong số 33% lượng lương thực bị phí phạm nêu trên thông qua các chuỗi cung ứng hiệu quả và đáng tin cậy hơn. Chuỗi cung ứng chính là cơ hội lớn để các startup Agtech khai thác và đóng góp vào nông nghiệp và nền kinh tế toàn cầu. Định tuyến lại các chuỗi cung ứng bằng cách tăng hiệu suất thông qua tiếp thị nông trại trực tiếp (nông trại trực tiếp đến người tiêu dùng), công nghệ giảm thải và các công nghệ khác có thể giúp các startup đưa ra các giải pháp hữu ích và bền vững.

KỸ THUẬT TÀI CHÍNH TRONG NÔNG NGHIỆP

Ngành công nghiệp dịch vụ tài chính có vai trò rất quan trọng trong nông nghiệp tương lai và trong tương lai chúng ta sẽ chứng kiến sự đổi mới trong cả

hai lĩnh vực nông nghiệp và dịch vụ tài chính. Ví dụ, bảo hiểm nông nghiệp là một ngành công nghiệp trị giá 11 tỷ USD và đang ngày càng xuất hiện nhiều công ty khởi nghiệp như Crop Pro – startup đã gọi được 8 triệu USD từ các quỹ đầu tư mạo hiểm tập trung vào lĩnh vực nông nghiệp như Finistere Ventures và S2G Ventures và nhà cung cấp bảo hiểm GuideOne Insurance. Các dịch vụ thanh toán và ngân hàng như đánh giá tín dụng, định giá, thanh toán chuỗi cung ứng và dự báo kinh doanh hiện vẫn được thực hiện theo cách truyền thống nhưng sẽ là một cơ hội lớn để các công ty khởi nghiệp khai thác. Tương tự, Blockchain có thể giúp nông nghiệp trở nên minh bạch; thanh toán và tín dụng di động sẽ làm giảm chi phí giao dịch; và quản lý theo thời gian thực các giao dịch và tài chính chuỗi cung ứng.

(Còn nữa)

Phuong Anh (Theo Global Startup Ecosystem report 2018, Startup Genome)