

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

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 16.2019



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Các mô hình kinh doanh mới và khởi nghiệp sáng tạo tại Việt Nam: Nút thắt và các kiến nghị
- 02 Làn sóng khởi nghiệp kế tiếp của Việt Nam sẽ không còn là “bản sao”?
- 03 K-Startup Grand Challenge 2019 - Bộ phóng cho các Startup công nghệ Việt Nam tiến vào thị trường châu Á
- 04 Vietnam Silicon Valley đầu tư vào Minet Asia

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Dichung - Giải pháp giao thông trong cuộc cách mạng 4.0
- 06 Hệ sinh thái hỗ trợ khu vực doanh nghiệp tạo tác động xã hội tại Việt Nam

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Các mô hình hợp tác startup - doanh nghiệp ty lớn và một số minh họa trong ngành công nghiệp nông lương (P1)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

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



CÁC MÔ HÌNH KINH DOANH MỚI VÀ KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO TẠI VIỆT NAM: NÚT THẮT VÀ CÁC KIẾN NGHỊ

Trong khuôn khổ Diễn đàn Kinh tế tư nhân Việt Nam 2019, sáng ngày 2/5, ông Nguyễn Hồng Sơn, Phó Trưởng Ban Kinh tế Trung ương; ông Trần Văn Tùng, Thứ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ; ông Nguyễn Kim Anh, Phó Thống đốc NHNN Việt Nam đồng chủ trì Hội thảo chuyên đề 6: “Các mô hình kinh doanh mới và khởi nghiệp sáng tạo tại Việt Nam: Nút thắt và các kiến nghị”.

HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP VIỆT NAM ĐÃ BẮT ĐẦU ĐI VÀO THỰC CHẤT

Phát biểu khai mạc Hội thảo, ông Nguyễn Hồng Sơn cho biết: Bắt nhịp với những diễn biến nhanh chóng của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, một trong những cách thức ứng phó phù hợp mà Việt Nam đưa ra là đẩy mạnh hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Hoạt động khởi nghiệp doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp tư nhân được Đảng và nhà

nước Việt Nam rất quan tâm.

Văn kiện đại hội 12 của Đảng khẳng định, nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa của Việt Nam có nhiều thành phần kinh tế, trong đó kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo, kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng.

Hội nghị Trung ương V khoá 12 đã ban hành nghị quyết số 10 phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế thị trường. Chủ

trương phát triển kinh tế tư nhân cho thấy sự cạnh tranh lành mạnh của hoạt động khởi nghiệp, khuyến khích tinh thần khởi nghiệp ở Việt Nam với nền tảng là các doanh nghiệp tư nhân có khả năng tăng trưởng nhanh dựa trên tài sản trí tuệ, công nghệ và mô hình kinh doanh mới đã trở thành hướng đi đúng đắn".

Thời gian qua, số lượng và chất lượng các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo ngày càng tăng, cả nước có hàng nghìn doanh nghiệp khởi nghiệp, gần 70 khu không gian làm việc chung, 50 cơ sở ươm tạo và tổ chức thúc đẩy kinh doanh, đã hình thành thêm một số quỹ đầu tư mạo hiểm như Quỹ đầu tư mạo hiểm của Tập đoàn Vingroup, Startup Viet Partner..., với những vườn ươm tiêu biểu như: Vườn ươm doanh nghiệp công nghệ cao Hòa Lạc, Vườn ươm doanh nghiệp công nghệ cao thành phố Hồ Chí Minh, Vườn ươm Đà Nẵng (DNES), Trung tâm Hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp (BSSC), Vườn ươm doanh nghiệp công nghệ thông tin đổi mới sáng tạo Hà Nội, ... Chất lượng và số lượng thương vụ đầu tư các startup có xu hướng tăng mạnh trong năm 2018 với tổng số vốn đầu tư 889 triệu USD, tăng gấp 3 lần so với năm 2017.

Sự hiện diện của các nhà đầu tư quốc tế cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cũng ngày càng tăng. Số lượng và hoạt động của các nhà đầu tư thiên thần có xu hướng tăng, đã có tính hệ thống hơn, phát triển các hoạt động liên kết, kết nối, hình thành một số câu lạc bộ, mạng lưới đầu tư cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

Những thành quả ban đầu đó trước hết là do tiềm năng con người Việt Nam được đánh thức thông qua những chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước về phát huy sức mạnh kinh tế tư nhân, là quyết tâm của chính phủ xây dựng thành công chính phủ điện tử, hướng tới chính phủ số và nền kinh tế số.

Tuy nhiên, môi trường phát triển doanh nghiệp

khởi nghiệp tại Việt Nam vẫn còn nhiều khó khăn, nhất là chính sách về đầu tư, các vấn đề liên quan tới thoái vốn, cho vay, vốn và đầu tư mạo hiểm, khiến các nhà đầu tư còn e ngại, các doanh nghiệp khởi nghiệp mất đi cơ hội kinh doanh.

Phát biểu tại sự kiện, Thứ trưởng Trần Văn Tùng tin tưởng rằng Hội nghị sẽ là kênh tham vấn đối với chính sách công - tư, liên tục, chặt chẽ nhằm phát triển kinh tế tư nhân, đóng góp vào sự tăng trưởng kinh tế bền vững của đất nước. Thứ trưởng cho biết, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và mô hình kinh doanh mới là những khái niệm mới nhưng rất quan trọng với phát triển kinh tế, chính trị và xã hội một cách bền vững. Cụ thể hơn, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo được hiểu là những doanh nghiệp mà nguồn lực chủ yếu bằng phát triển công nghệ, là công nghệ, là tri thức và sáng tạo, hướng tới phát triển nhanh trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, có những sản phẩm, có các dịch vụ mô hình kinh tế mới nhằm đa dạng hóa, số hóa các sản phẩm, dịch vụ thương mại, tài chính, sản xuất, tiếp tục đóng góp cho sự phát triển của đất nước trong kỷ nguyên chuyển đổi số mà các quốc gia trên thế giới đều đang nỗ lực để có được thành tựu trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0".

Dưới góc độ đơn vị chủ trì xây dựng và phát triển một môi trường bền vững và thuận lợi cho sự hình thành và phát triển của các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, Bộ KH&CN thông qua cách tiếp cận xây dựng một hệ sinh thái bao quanh, hỗ trợ những doanh nghiệp này và đề án 884 đã và đang phát huy vai trò, trách nhiệm, đi đúng với chỉ đạo của Đảng, chính phủ trong việc kiến tạo môi trường pháp lý, kỹ thuật để đạt mục tiêu quốc gia khởi nghiệp. Điều này bao gồm việc xây dựng và liên kết các thành phần hỗ trợ, đầu tư, đề xuất, kiến nghị hoàn thiện cơ chế chính sách cũng như tăng cường kết nối hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo của Việt Nam với hệ sinh thái khởi nghiệp quốc tế.



Thủ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ Trần Văn Tùng phát biểu tại sự kiện

Trong thời gian qua, Bộ KH&CN đã có nhiều chính sách thu hút mạng lưới khởi nghiệp toàn cầu. Năm 2018, đại diện của Mạng lưới khởi nghiệp toàn cầu đã tới Việt Nam tham dự sự kiện Ngày hội Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia 2018. Đây là dấu ấn khẳng định hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam đã và đang đi cùng khởi nghiệp trên thế giới.

Thủ trưởng Trần Văn Tùng nhận định: "2019 sẽ tiếp tục là năm trọng tâm thực hiện nhà nước kiến tạo, chính phủ hành động cộng hưởng với các nỗ lực nhằm tháo gỡ vướng mắc về thể chế của các Bộ, ngành trong giai đoạn 2016-2018, đặc biệt là các nỗ lực cắt giảm, đơn giản hóa thủ tục đăng ký kinh doanh, tăng cường cơ chế hỗ trợ, giúp cho môi trường kinh doanh thực sự minh bạch, bình đẳng".

MÔ HÌNH KINH DOANH MỚI

Ông Nguyễn Thiện Nghĩa, Phó Vụ trưởng Vụ Công nghệ Thông tin, Bộ TT&TT cho rằng mô hình kinh doanh mới có thể hiểu là mô hình kinh doanh những gì mà trước nay chưa làm. Xét về khía cạnh

tư duy, công nghệ thì mô hình kinh doanh mới áp dụng công nghệ để tạo ra sự khác biệt.

Mô hình kinh doanh mới cũng mở ra phân khúc thị trường chưa có tiền lệ. Tính ưu việt khi dùng công nghệ vào mô hình kinh doanh mới giúp tính cạnh tranh cao. Một số doanh nghiệp cho rằng mô hình kinh doanh mới phá hủy kinh doanh truyền thống. Nhưng ông Nghĩa cho rằng mô hình kinh doanh mới có áp dụng công nghệ tạo ra cạnh tranh cao. Chẳng hạn Uber có kết hợp giữa thương mại điện tử với vận chuyển. Và đề án thí điểm xe công nghệ của Bộ GTVT là một trong những mô hình sandbox thành công nhất của Bộ.

Trả lời câu hỏi định nghĩa thế nào về mô hình kinh doanh mới, ông Phạm Hồng Quát, Cục trưởng Cục Phát triển thị trường khoa học và công nghệ, Bộ KH&CN cho rằng những mô hình kinh doanh mới có khả năng nhân rộng phải là những mô hình tạo ra dịch vụ, sản phẩm mới hoặc phương thức mới. Bản chất của mô hình mới này không dựa trên giá rẻ mà

phải dựa trên tài sản trí tuệ, công nghệ mới, khẳng định được tính mới, tính sáng tạo và khả năng áp dụng công nghệ. Bản thân bảo hộ sở hữu trí tuệ đã là thước đo về khả năng phát triển bền vững. Bài học từ Israel, Singapore và các nước khác cho thấy họ đều quan tâm đến bảo hộ sở hữu trí tuệ, mức độ phạm vi bảo hộ phải mang tính toàn cầu.

NHỮNG KHÓ KHĂN CẦN GIẢI QUYẾT

TS. Nguyễn Đình Cung cho rằng, trong bối cảnh khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là không gian mà chúng ta gọi là cách mạng 4.0, tạo ra những cơ hội suy nghĩ khác và làm khác để đạt được các mục tiêu. Thế thì, những gì chúng ta nói ở đây là phải thay đổi một cách căn bản với sự tham gia của Chính phủ chứ không phải chỉ vài ba bộ ngành.

Từ nhận xét ấy, ông thẳng thắn cho rằng: “Hệ sinh thái của chúng ta đang thiếu rất nhiều. Bắt đầu từ đăng ký kinh doanh đã gặp vướng mắc, như doanh nghiệp khởi nghiệp còn chưa biết làm gì, mà đăng ký đòi hỏi phải cụ thể. Một mô hình kinh doanh du lịch nhỏ phải xin phép 6 tháng, đi đến đâu vướng đến đấy, ngăn cản đổi mới sáng tạo. Ứng xử với nó theo tôi là đừng lo quản lý, cứ để dân làm. Không phải nhà nước biết đến đâu quản đến đấy, mà quản lý phải vì phát triển. Start up sẽ tin rằng khó khăn của mình sẽ được giải quyết”.

Ông Trần Ngọc Thái Sơn, nhà sáng lập - CEO Tiki từ góc độ Doanh nghiệp tư nhân thì cho rằng, các công ty khởi nghiệp ngày càng giỏi lên, tuy nhiên họ vấp phải vấn đề nguồn vốn. Thực tế là doanh nghiệp start up khi mời gọi đầu tư đều phải trả lời các câu hỏi như lợi nhuận ra sao? “Khi nhà đầu tư vào Việt Nam sẽ nhìn vào quy mô thị trường và Việt Nam là thị trường hấp dẫn nhưng chưa đủ lớn, chưa đạt mức nghìn tỷ USD. Cần khuyến khích các công ty đi ra khỏi Việt Nam, hướng tới thị trường Đông Nam Á với quy mô hơn 2.000 tỷ USD và lớn hơn nữa”.

Tổng giám đốc BK - Holding Nguyễn Trung Dũng

sau khi nhận định rằng, hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo ở Việt Nam đã phát triển và tiến bộ nhưng, ông vẫn cho rằng, hệ sinh thái ấy như một dàn nhạc mà thiếu nhạc trưởng để dẫn dắt. Hệ sinh thái và chính sách cần chiến lược và chiến thuật đúng đắn. Chúng ta hào hào có những doanh nghiệp tỷ USD nhưng không có chính sách, chiến lược bài bản, dài hơi mà chỉ làm ngắn hạn thì sẽ rất khó. Và, phải kéo giới đại học và doanh nghiệp đang đứng ngoài cuộc chơi vào cuộc. Trong cuộc chơi ấy, yếu tố quan trọng nhất vẫn là con người, nếu thiếu con người sẵn sàng cho khởi nghiệp sáng tạo thì chúng ta sẽ không thể có Startup với quy mô khổng lồ.

TỔNG KẾT CÁC GIẢI PHÁP ĐỀ XUẤT

Bà Trương Lý Hoàng Phi, Sáng lập trung tâm khởi nghiệp sáng tạo TP. Hồ Chí Minh (BSSC), Giám đốc Vintech City, tổng kết các giải pháp cụ thể dựa trên 5 nhóm ý kiến:

***Giải pháp 1.* Nguồn vốn**

- Một là chính sách liên quan đến khuyến khích IPO, giữa các doanh nghiệp IPO với startup và chính sách đầu tư nước ngoài.

- Thứ hai là huy động vốn từ cộng đồng thế nào, chúng ta có nên khuyến khích mô hình crowdfunding hay không?

- Thứ ba là hợp tác công - tư trong đầu tư. Trong bài phát biểu, Grab đã đề cập rằng các doanh nghiệp như Grab cũng có thể tham gia đầu tư vào các doanh nghiệp startup khi họ muốn đi ra khu vực. Các doanh nghiệp lớn của Việt Nam có thể đóng vai trò dẫn dắt cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Ở các nền kinh tế lớn đều có doanh nghiệp dẫn đầu và những doanh nghiệp này họ có những mối quan hệ trong kinh doanh để giúp cho startup.

- Thứ tư, các nhà đầu tư thiên thần cũng như quỹ đầu tư đóng vai trò quan trọng trong vấn đề nguồn vốn nên cần ban hành các chính sách khuyến khích họ đưa vốn vào các startup, như cách họ đưa vốn

vào bất động sản hay chứng khoán. Với tính mạo hiểm cao, các nhà đầu tư cần có chính sách tốt hơn.

Giải pháp 2. Tổ chức trung gian khởi nghiệp, hay còn gọi là "cò" khởi nghiệp

Chúng ta nói đến mô hình kinh doanh mới không chỉ từ start up mà các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp cũng phát sinh nhiều hình thức hỗ trợ mới. Cần có chính sách đặc thù để hỗ trợ cho các tổ chức trung gian này. Ngoài ra, khi đưa ra các chương trình thí điểm nên tham khảo ý kiến của các tổ chức trung gian này vì mỗi ngày họ nhận được rất nhiều ý tưởng. Khuyến khích môi trường hỗ trợ khởi nghiệp đặc biệt.

Giải pháp 3. Vấn đề pháp lý

Các doanh nghiệp nêu quan điểm về "thượng phương bảo kiếm". Không phải đòi hỏi quyền đặc biệt nhưng về pháp lý, không hình sự hoá các quan hệ về kinh doanh vì khi làm những cái mới cần có sự

hướng dẫn của các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp, trung gian khởi nghiệp cũng như cơ quan nhà nước nên nhìn nhận vấn đề một cách đơn giản hơn.

Giải pháp 4. Đào tạo

Các trường đại học, các tổ chức trung gian khởi nghiệp cần đào tạo các đi ra thị trường bên ngoài, cách thương mại hoá một sản phẩm khoa học công nghệ, và quan trọng nhất là tinh thần khởi nghiệp.

Giải pháp 5. Những hỗ trợ khác

Những hỗ trợ khác có thể kể đến từ chính phủ như kêu gọi nguồn vốn bên ngoài, chính sách dành cho doanh nghiệp lớn để họ có động lực hơn khi tham gia vào thị trường start up. Chính sách khuyến khích các mô hình khởi nghiệp vốn đã thành công ở các thị trường thế giới hoặc các mô hình thành công ở thị trường Việt Nam - một bên đi vào và một bên đi ra - cũng nên cởi mở hơn./.



LÀN SÓNG KHỞI NGHIỆP KẾ TIẾP CỦA VIỆT NAM SẼ KHÔNG CÒN LÀ “BẢN SAO”?

Doanhnhhanplus - Hệ sinh thái khởi nghiệp đang phát triển của Việt Nam dự kiến sẽ đạt 33 tỉ USD vào năm 2025.

Nhưng cho đến nay, hầu hết các công ty công nghệ hàng đầu tại Việt Nam đều là bản sao của những công ty thành công ở nơi khác thay vì tạo ra điều gì đó đặc trưng cho văn hóa và xã hội Việt Nam.

Tiki là một Amazon của Việt Nam, Foody là phiên bản của Meituan và VNG là bản sao của Tencent.

Nhân bản thì không có gì sai. Thực ra, các bản sao này cũng mang lại nhiều lợi ích cho sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam.

Ngày nay, người tiêu dùng có nhiều sự lựa chọn hơn: họ có thể đặt vé máy bay và phòng khách sạn

một cách thuận tiện, có thể gọi xe, đặt mua quần áo và nhiều mặt hàng hay dịch vụ khác qua mạng internet.

Các công ty công nghệ này đang góp phần làm cho nền kinh tế Việt Nam năng động hơn, trở nên dễ tiếp cận hơn và cởi mở hơn.

Thế nhưng làn sóng startup kế tiếp của Việt Nam sẽ ra sao? Liệu các nhà khởi nghiệp sẽ tạo nên những công ty giải quyết được những vấn đề của kinh tế xã hội Việt Nam? Và vấn đề thiết thân nào của đời sống đang cần sự tham gia tìm giải pháp của

các nhà khởi nghiệp?

Hiện nay hầu hết các startup công nghệ đều tập trung vào tầng lớp trung lưu đang lên ở các thành phố. Thế nhưng, 65% dân số Việt Nam vẫn đang sống ở vùng nông thôn và đó là một thị trường khổng lồ.

Nhà khởi nghiệp, nhà đầu tư Justin Nguyen - người từng có nhiều kinh nghiệm ở Silicon Valley, Trung Quốc và Việt Nam cho rằng nông thôn Việt Nam có thể trở thành tiêu điểm cho làn sóng khởi nghiệp kế tiếp và giúp thay đổi đời sống.

“Hãy nhìn vào những ảnh hưởng của Uber và các ứng dụng gọi xe tương tự đối với các thành phố lớn trên thế giới như New York và Singapore.

Trong một cách nào đó, những ứng dụng này đã đóng vai trò của những Robin Hoods trong lĩnh vực giao thông, lấy tiền từ các công ty lớn và đặt vào tay những tài xế độc lập”, Justin Nguyen viết trên trang blog của công ty đầu tư Monk’s Hill Ventures.

Điều gì sẽ xảy ra nếu các nhà khởi nghiệp có thể

làm điều tương tự cho người nông dân Việt Nam?

Điều gì sẽ xảy ra nếu họ tìm cách tối ưu hóa chuỗi cung ứng cho nông dân nghèo ở nông thôn, đặt nhiều lợi nhuận hơn vào tay người nông dân thay vì vào túi của các công ty chế biến thực phẩm? Điều gì sẽ xảy ra nếu họ tạo ra công nghệ cho phép những người con đang sống ở thành phố duy trì sự hiện diện trong đời sống của cha mẹ ở nông thôn mà không phải ở tại nhà?

Dù cho giải pháp là gì đi nữa thì vẫn có nhiều thách thức - từ sự phân mảnh thị trường, hiểu biết về công nghệ cho đến khả năng truy cập băng thông rộng. Nhưng các doanh nhân giỏi xem thách thức là cơ hội. Họ luôn tìm giải pháp cho những vấn đề lớn.

“Vì vậy, nếu cơ sở hạ tầng để tiếp cận người nông dân ở nông thôn đang thiếu, có lẽ đó chỉ là cơ hội. Có rất nhiều cơ hội tiềm năng mà những người đang sống ngoài Việt Nam không thể nhìn thấy. Và phần thưởng khả dĩ sẽ là rất lớn”, Justin viết./.



Ông Nguyễn Viết Thế - Phó Chủ tịch Thường trực Hiệp hội Internet Việt Nam (VIA)

K-STARTUP GRAND CHALLENGE 2019 - BỆ PHÓNG CHO STARTUP CÔNG NGHỆ VIỆT NAM TIẾN VÀO THỊ TRƯỜNG CHÂU Á

Chương trình được Hiệp hội Internet Việt Nam (VIA) phối hợp với Trung tâm Hợp tác CNTT Hàn Quốc tại Hà Nội (KICC), thuộc Cơ quan Xúc tiến Công nghiệp CNTT Hàn Quốc (NIPA) tổ chức.

“K-Startup Grand Challenge” là chương trình thường niên do Chính phủ Hàn Quốc tổ chức từ năm 2016 với mục đích xây dựng một hệ sinh thái mở, giúp các Startup mở rộng thị trường tại các nước châu Á thông qua việc sử dụng thị trường Hàn Quốc làm bước đệm. Năm 2019 này là năm thứ 4 chương trình được tổ chức trên phạm vi toàn cầu.

Phát biểu khai mạc buổi họp báo, ông Nguyễn Viết Thế - Phó Chủ tịch Thường trực Hiệp hội Internet Việt Nam (VIA) cho biết, tham gia chương

trình, các Startup không chỉ có cơ hội được tham gia các khoá đào tạo chuyên nghiệp, được các chuyên gia có kinh nghiệm tư vấn, hỗ trợ, được tiếp cận các nguồn vốn đầu tư, mà còn có dịp được giới thiệu, kết nối hợp tác với các đối tác tại Hàn Quốc tạo đà giúp các Startup tăng tốc phát triển và mở rộng thị trường tại khu vực Châu Á. “Tôi hy vọng các Startup Việt Nam sẽ giành được nhiều vị trí cao trong cuộc thi này” - ông Nguyễn Viết Thế chia sẻ.

Cũng tại buổi họp báo, bà Youn Jung Park - Giám

đốc Trung tâm Hợp tác Công nghệ thông tin Hàn Quốc tại Hà Nội (KICC), thuộc Cơ quan Xúc tiến Công nghiệp CNTT Hàn Quốc (NIPA) chia sẻ, Việt Nam là quốc gia được đánh giá cao về phong trào khởi nghiệp, với cộng đồng đông đảo các Startup trẻ, năng động, giàu ý tưởng sáng tạo. “Đó là lý do tại sao NIPA tiếp tục lựa chọn Việt Nam làm quốc gia tổ chức vòng loại K-Startup Grand Challenge 2019 trong khu vực” - bà Youn Jung Park nhấn mạnh.

Theo đó, vòng loại sẽ được tổ chức tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh trong tháng 7/2019 để lựa chọn các Startup Việt tiềm năng đưa sang Hàn Quốc tham gia vòng chung kết. Sẽ có 40 Startup trên toàn cầu được nhận kinh phí hơn 3000\$/nhóm/tháng để chi trả các kinh phí sinh hoạt trong thời gian 3.5 tháng đào tạo

và hỗ trợ kết nối đầu tư, hợp tác tại Hàn Quốc.

Top 20 Startup sau vòng chung kết sẽ được cấp kinh phí hơn 3000\$/nhóm/tháng cho 3.5 tháng hoạt động tiếp theo tại Hàn Quốc. Các Startup trong tất cả các lĩnh vực có áp dụng công nghệ đều có cơ hội tham gia chương trình này.

K-Startup Grand Challenge luôn khuyến khích những ý tưởng và mô hình kinh doanh mới vì vậy tiêu chí xét duyệt dựa trên mức độ sáng tạo của ý tưởng/mô hình kinh doanh, công nghệ đột phá cùng tiềm năng phát triển... Có thể nói, đây là một trong các “bộ phóng” hiệu quả, giúp các Startup phát huy được ý tưởng để khởi nghiệp thành công.

Hạn cuối cùng để nộp đơn online sẽ kết thúc vào ngày 14/6/2019./.



Ông Gibs Song (trái) - đối tác đầu tư của VSVA và ông Đặng Thanh Định (phải) - sáng lập Minet ký kết thỏa thuận

VIETNAM SILLICON VALLEY ĐẦU TƯ VÀO MINET ASIA

VnExpress - Nguồn vốn này sẽ giúp startup Minet mở rộng hoạt động tại Việt Nam, Thái Lan và Indonesia, tạo nền tảng phát triển ra toàn Đông Nam Á trong thời gian tới.

Lễ ký kết đầu tư góp vốn vòng 2 của Vietnam Sillicon Valley (VSV) vào startup Minet - mạng lưới SocialFeed Marketing tại Việt Nam vừa diễn ra ở TP HCM ngày 23/4. Hai bên không công bố tổng vốn đầu tư và tiến trình giải ngân. Tuy nhiên VSV đánh giá Minet là doanh nghiệp tiềm năng, được định giá khoảng trên một triệu USD.

Ông Gibs Song - đối tác đầu tư của Vietnam Sillicon Valley Accelerator (VSVA) đánh giá Minet sở hữu đội ngũ nhân sự chất lượng, sáng tạo, cung cấp sản phẩm và dịch mang đến cách tiếp cận và làm marketing hiệu quả cho các nhãn hàng.

Như vậy, tính đến thời điểm hiện tại, Minet đã nhận vốn từ hai nhà đầu tư lớn là VSVA và Lotte Accelerator. Trong sự kiện này, Minet cũng giới thiệu công nghệ mới SocialFeed Marketing giúp các doanh nghiệp tiếp cận khách hàng tiềm năng với chi phí thấp hơn 11 lần so với nền tảng thông thường.

Chia sẻ về kế hoạch phát triển sau khi nhận đầu tư từ VSV, đại diện Minet cho biết công ty sẽ tập trung phát triển mạnh trên 3 nước Việt Nam, Thái Lan, Indonesia và mở rộng ra toàn Đông Nam Á trong vòng 2 năm. Doanh nghiệp vẫn tiếp tục vòng gọi vốn series A trong vòng 6 tháng đến 2 năm tới để

hướng đến kế hoạch mở rộng ra toàn cầu.

Tiền thân là Famus (thành lập ngày 3/7/2018), sau đó đổi tên thành Minet (1/11/2018), định vị ban đầu của startup là nền tảng Influencer Marketing. Nhưng để phù hợp với xu hướng truyền thông hiện tại, Minet đã thay đổi chiến lược và chuyển thành nền tảng SocialFeed Marketing.

Ông Đặng Thanh Định - sáng lập Minet cho rằng hiện nay việc các nhãn hàng chi nhiều tiền cho quảng bá từ những người có tầm ảnh hưởng không còn hiệu quả cao như trước đây. Theo xu thế, marketing sẽ dịch chuyển sang cách tiếp cận mới với nguồn thông tin tự nhiên, gần gũi hơn, ví dụ như những tài khoản mạng xã hội có khoảng 1.000 "friend" và nhiều tương tác (like, comment, share, click). Thông tin của những người này có thể tiếp cận đến bạn bè và người thân của họ với độ tin tưởng cao hơn.

Minet ghi nhận hiệu quả từ SocialFeed Marketing mang lại so với sử dụng kênh truyền thống giúp thương hiệu tiết kiệm chi phí hơn lên đến 11,2 lần,

lượng tương tác cao hơn 380 lần, lượt nhắc đến thương hiệu hoặc chiến dịch cao hơn 39 lần.

Công ty ứng dụng nền tảng công nghệ tiên tiến hiện nay gồm trí tuệ nhân tạo (AI) và công nghệ học máy (Machine Learning). Hệ thống sẽ phân tích nhân khẩu học bao gồm độ tuổi, giới tính, vị trí và sở thích theo dõi người nổi tiếng... phân biệt tài khoản thật ảo, sau đó đề xuất danh sách phù hợp với mục tiêu chiến dịch của nhãn hàng.

Truy xuất báo cáo theo thời gian thực (real time) cũng là một trong những tính năng nổi bật của Minet, giúp thương hiệu theo dõi chiến dịch mọi lúc, mọi nơi, trên mọi thiết bị như máy tính bảng, điện thoại... để có những điều chỉnh kịp thời.

Minet đang hoạt động tại Việt Nam, Thái Lan và Indonesia, kết nối nhiều người có tầm ảnh hưởng trên mạng xã hội Facebook, Instagram, YouTube và Tiktok, triển khai hơn 300 chiến dịch cho nhiều nhãn hàng lớn như Vingroup, Lazada, Casio, Nescafé, Traveloka./.



Dichung.vn

DICHUNG-GIẢI PHÁP GIAO THÔNG TRONG CUỘC CÁCH MẠNG 4.0

Những năm gần đây, mô hình kinh tế chia sẻ đã và đang phát triển nhanh chóng, giúp giảm chi phí giao dịch và sử dụng tài sản, tài nguyên hiệu quả hơn. Tại Việt Nam, nhiều doanh nghiệp cũng đã hoạt động kinh doanh theo mô hình này, trong đó có các doanh nghiệp khởi nghiệp như “Đi chung” (Dichung) là một trong những dự án khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ vận tải, hoạt động dựa trên nguyên lý của nền kinh tế chia sẻ, giải quyết các vấn đề của xã hội. Dự án là kết quả của quá trình nỗ lực nghiên cứu của **Nguyễn Thành Nam** - một chàng trai thuộc thế hệ 8X.

TỪ Ý TƯỞNG ĐẾN THỰC TIỄN

Năm 2012, trong một lần về quê trên chuyến xe cá nhân của mình, Nguyễn Thành Nam nhận thấy chỗ trống trên xe thực sự lãng phí, trong khi có nhiều người đang phải chen chúc, mệt mỏi ở các bến xe để được về quê. Chính từ lúc đó, ý tưởng khởi nghiệp của Dichung đã ra đời như một giải pháp và lựa chọn mới cho nhu cầu đi lại, di chuyển. Xuất phát điểm từ năm 2013, Thành Nam và các cộng sự đã cho ra mắt thị trường sản phẩm đầu tiên-một sản phẩm hoàn

toàn miễn phí, đó là tạo ra một cộng đồng để mọi người có thể chia sẻ nhu cầu đi chung xe của mình nhằm tối ưu hóa chỗ trống trên các phương tiện di chuyển.

Thành Nam chia sẻ về ý tưởng và mô hình hoạt động của Dichung: “Đây là hệ thống trực tuyến, khi bạn có một hoặc nhiều chỗ trống (ví dụ trên đường về quê), bạn có thể đăng chỗ trống lên hệ thống để những người có nhu cầu và cùng tuyến đường tìm đến một cách thuận tiện. Như vậy, hệ thống đóng vai trò trung gian kết nối. Các vấn đề về chuyến đi như thời gian, giá cả cũng như những vấn đề phát sinh khác, sẽ do các bên thương thảo với nhau. Đây là giải pháp miễn phí hoàn toàn cho cộng đồng”.

Trên thực tế, mô hình này đã xuất hiện và thành công ở nhiều nước châu Âu. Tuy nhiên, khi bắt đầu đưa dịch vụ này vào thị trường Việt Nam, dù đã nghiên cứu rất kỹ nhưng Thành Nam và các cộng sự vẫn gặp rất nhiều khó khăn trở ngại. Một phần là tâm lý ngại đi chung xe của người Việt Nam, một phần là bài toán về mặt phương tiện sẵn có.

Cho biết về những khó khăn khi bắt tay vào dự

án, Nam nói: “Khi chúng mình nghiên cứu về lĩnh vực này thì thấy rằng, ở châu Á dù dịch vụ đã có nhưng cũng không không phổ biến, ngay cả tại các nước phát triển như Nhật bản, Hàn Quốc hay Trung Quốc, có thể nói chưa có nước nào thành công. Lý do chung nhất là bởi phần lớn tâm lý người châu Á ngại đi với người lạ và họ không sẵn sàng cởi mở. Một rào cản nữa, đó là sự bất đối xứng giữa bên có chỗ trống và bên có nhu cầu đi xe. Thường người có chỗ trống trên xe mang tâm lý giúp đỡ chứ không phải đang làm việc nên cũng chưa trở thành dịch vụ chuyên nghiệp được. Sau khi triển khai tại Việt Nam, chúng mình thấy rằng, ngoài yếu tố an toàn, mức độ rủi ro thì yếu tố quyết định tính khả thi chính là sự sẵn có. Do vậy, để triển khai thử nghiệm, cần chọn thị trường nào có sự sẵn có cao (lượng xe di chuyển nhiều). Qua theo dõi, cả nhóm nhận thấy, lượng phương tiện di chuyển từ trung tâm các thành phố đến sân bay rất lớn và Dichung đã quyết định lựa chọn khu vực này để bắt đầu”.

Sau 1 năm vận hành cùng với những khó khăn và trở ngại, Thành Nam và cộng sự đã thấy có những tín hiệu khả quan. Tuy nhiên, để ổn định và phát triển cần phải có sự thay đổi bằng phương án mới nhằm thương mại hóa sản phẩm, phục vụ nhu cầu của khách hàng một cách chuyên nghiệp hơn.

Để thực hiện điều này, Thành Nam đã làm việc với các đơn vị vận chuyển chuyên nghiệp như các hãng Taxi, các hãng cho thuê xe trên cả nước để đưa ra dịch vụ Dichung chuyên nghiệp (khách hàng hỏi là có). Đây là dịch vụ có sự sẵn có rất cao (khi đặt xe chỉ đơn giản giống như mua một chiếc vé máy bay hoặc tàu hỏa), người dùng chỉ cần lên hệ thống đặt chỗ và yêu cầu về chủng loại phương tiện (từ xe 4 đến 45 chỗ) là có thể được đáp ứng.

Từ năm 2014, Dichung bắt đầu triển khai chương trình hợp tác với các hãng Taxi, hãng cho thuê xe uy

tín để đưa đón khách đi đến sân bay. Dựa trên nền tảng công nghệ website và di động, Dichung phát triển một giải pháp đặt xe trực tuyến giúp kết nối khách hàng với các hãng xe Taxi trên toàn lãnh thổ Việt Nam với mục tiêu đem lại các trải nghiệm di chuyển thú vị, tiết kiệm và không tác động đến môi trường.

Hành khách có thể sử dụng các công nghệ của Dichung để tìm kiếm, lựa chọn và đặt các loại xe với hai hình thức di chuyển: Đi riêng xe và Đi chung xe. Để dự án được hoạt động một cách chuyên nghiệp, việc thay đổi hành vi người tiêu dùng cũng như tìm kiếm các đối tác cũng khiến các thành viên của Dichung tốn nhiều thời gian, công sức.

Thành Nam chia sẻ: “Thời gian đầu, khi thuyết phục đối tác, họ không tin tưởng vì mình còn non trẻ và mới trong lĩnh vực này. Mình đã phải gặp họ nhiều lần, thuyết phục và đưa ra những lộ trình, kế hoạch hoạt động của dự án. Đồng thời mời chào họ thử nghiệm (trong khoảng 1 tuần). Sau khi thử nghiệm, các hãng thấy rất khả quan do tăng thêm lợi nhuận so với trước khi dùng. Từ đó, các hãng lan truyền cho nhau và chủ động liên hệ với bên mình”.

Nắm bắt được tâm lý, văn hóa người tiêu dùng sẽ có khoảng thời gian để sẵn sàng cho một giải pháp mới, do vậy Dichung tìm cách biến dịch vụ với ý tưởng mới trở thành dịch vụ tiện lợi cho mọi người. Dichung đã tổ chức các sự kiện (event) để nâng cao nhận thức, tạo tác động tích cực với xã hội và cộng đồng. Trong nhiều năm, dự án Dichung đã tổ chức các chuyến xe về quê miễn phí cho học sinh, sinh viên và người lao động có thu nhập thấp.

Giải pháp mà Dichung đem lại đã giúp nhiều người có chung hành trình chia sẻ phương tiện, chi phí sẽ được chia đều cho khách hàng giúp giảm thiểu chi phí đi lại. Hơn nữa, để có thể sử dụng dịch vụ, hành khách chỉ cần cung cấp thông tin về lịch trình di



Một buổi giới thiệu về Dichung với cộng đồng

chuyển trên website hoặc đăng ký qua điện thoại. Khách hàng sẽ được cung cấp thông tin biển số xe, số điện thoại lái xe để chủ động liên lạc.

Không chỉ có lợi với người tiêu dùng, lợi ích mà Dichung đem lại cho các hãng xe đối tác không hề nhỏ (thể hiện ở việc tăng số chuyến và số ghế lấp đầy trong mỗi chuyến).

KHI MỤC TIÊU KINH DOANH CÙNG SONG HÀNH VỚI MỤC TIÊU XÃ HỘI

Có một điểm đặc biệt ở dự án này, đó là công ty cổ phần Dichung hoạt động theo mô hình doanh nghiệp, tạo tác động xã hội, nghĩa là mục tiêu kinh doanh và mục tiêu xã hội sẽ song hành cùng với nhau, trong đó mục tiêu xã hội của Dichung là giảm tải mật độ giao thông, từ đó giảm bớt lượng khí thải ô nhiễm ra môi trường.

Quá trình theo dõi và tính toán, Dichung thấy rằng, với mỗi chuyến xe kết nối có thể giảm thải trung bình được 7kg CO₂ ra môi trường. Cụ thể hơn nữa, mỗi chuyến đi sân bay Nội Bài từ trung tâm thành

phố (khoảng 30km), nếu 2 người đi chung sẽ tiết kiệm đc 3 lít xăng, mỗi lít xăng nếu sử dụng sẽ thải ra khoảng 2,3kg khí thải. Những con số này rất dễ đo đếm và được công khai trên hệ thống website và theo thời gian thực (mỗi chuyến đi thành công, ngay lập tức sẽ được cập nhật lên hệ thống).

Sau hơn 6 năm hoạt động, với những nỗ lực và cố gắng không ngừng nghỉ, Dichung đã có mặt tại hơn 20 sân bay trên cả nước và đang mở rộng phục vụ sang các nước khác như Nhật Bản, Nga, Hàn Quốc, Trung Quốc...Đến nay, đi chung đã có hơn 1 triệu chuyến đi được thực hiện thành công, tiết kiệm được trên 23 tỷ đồng và hơn 2 tấn khí phát thải các bon thải ra môi trường.

Thành công của Dichung đã được cộng đồng và xã hội ghi nhận, thể hiện qua hàng loạt giải thưởng mà dự án được vinh dự trao tặng như: Giải thưởng SEED Award for Low Carbon Winner 2013; giải thưởng Khởi nghiệp sáng tạo ứng phó biến đổi khí hậu do VCIC và World Bank tổ chức; Top 5 xuất sắc

nhất trong cuộc thi “Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo du lịch vùng Mê Công”; giải thưởng “Én xanh” cho dự án vì cộng đồng; Top 5 cuộc thi Khởi nghiệp du lịch TP Hồ Chí Minh...cùng những phản hồi tích cực từ khách hàng.

Thành Nam cho biết: “Các giải thưởng đều rất quý, nhưng tình cảm của khách hàng là điều chúng mình trân trọng nhất. Tỷ lệ phản hồi của khách hàng về sản phẩm của Dichung rất cao và hầu hết đánh giá tốt (khoảng 90%). Sở dĩ khách hàng dành tình cảm cho Dichung bởi tính năng dễ dàng sử dụng ứng dụng, mức giá công khai, minh bạch và cạnh tranh. Đó là những động lực to lớn giúp cho các thành viên của đi chung vượt qua những khó khăn để vững bước trên con đường phát triển sự nghiệp”.

Trong tương lai, Thành Nam vẫn đang tiếp tục cải thiện chất lượng dịch vụ, mở rộng thị trường hoạt động. Dự án Dichung đã đưa ra thị trường một giải pháp công nghệ vận tải mới. Giờ đây, nhiều gia đình cùng quê, cùng chung tuyến đường di chuyển đã có thêm một lựa chọn mới tiện ích hơn, tiết kiệm hơn. Với những người sáng lập Dichung, dịch vụ mà họ sáng tạo ra không chỉ là giải pháp công nghệ mà còn thể hiện cho khát khao tăng tốc quá trình chuyển đổi của nền kinh tế Việt Nam sang hướng phát triển bền vững, góp phần bảo vệ môi trường, mang tới cho mỗi người dân Việt Nam có một cuộc sống tiện lợi và tốt đẹp hơn.

Minh Phương

HỆ SINH THÁI HỖ TRỢ KHU VỰC DOANH NGHIỆP TẠO TÁC ĐỘNG XÃ HỘI TẠI VIỆT NAM

Những kỳ vọng đặt ra từ Chương trình nghị sự 2030 của Liên Hợp Quốc kêu gọi sự hợp tác đa bên, trong mọi lĩnh vực, để thay đổi thế giới chúng ta đang sống và hướng đến việc đạt được các Mục tiêu phát triển bền vững. Đây chính là lý do vì sao khu vực tư nhân với vai trò trung tâm và then chốt cần hợp tác cùng với các tổ chức xã hội dân sự và chính phủ, trong việc thúc đẩy thay đổi và tăng cường các kết quả của sự thay đổi này.

Các doanh nghiệp ngày càng nhận ra rằng đầu tư vào bảo vệ môi trường và thúc đẩy tác động xã hội không chỉ là hành động của sự bác ái mà còn tạo ra giá trị kinh doanh. Những doanh nghiệp cân bằng giữa sứ mệnh xã hội và mục tiêu lợi nhuận đã và đang tạo ra tác động trực tiếp và lâu dài tới cộng đồng xung quanh. Các doanh nghiệp này vẫn có thể vừa tạo giá trị giúp tăng trưởng kinh doanh, vừa mở rộng tác động của mình đối với xã hội.

Mô hình kinh doanh này là tối quan trọng đối với Việt Nam. Đây chính là phát triển cách tiếp cận bền vững và bao trùm hơn cho tăng trưởng kinh tế thông qua đổi mới sáng tạo và công nghệ; nâng cao năng suất lao động, đồng thời giải quyết những thách thức về xã hội và môi trường mà Việt Nam đang đối mặt.

Chính vì vậy, rất cần có sự hỗ trợ cho việc phát triển khu vực doanh nghiệp tạo tác động xã hội (SIB) tại Việt Nam, đồng thời cần ghi nhận các doanh nghiệp, các doanh nhân trong khu vực này như là một trong những nhân tố chủ chốt giúp đạt được các Mục tiêu phát triển bền vững.

KHÁI NIỆM DOANH NGHIỆP TẠO TÁC ĐỘNG XÃ HỘI

Doanh nghiệp tạo tác động xã hội là tổ chức ở đó hoạt động thương mại và cam kết tạo tác động tích cực lên xã hội/môi trường là hai nguyên lý trung tâm của chiến lược vận hành tổ chức. Việc cân bằng giữa mục tiêu xã hội/môi trường với mô hình thương mại

CÁC MỤC TIÊU PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

1. Xoá nghèo
2. Xoá đói
3. Cuộc sống khoẻ mạnh thịnh vượng
4. Chất lượng giáo dục
5. Bình đẳng giới
6. Nước sạch và vệ sinh
7. Năng lượng sạch và bền vững
8. Việc làm đàng hoàng và tăng trưởng kinh tế
9. Ngành công nghiệp, đổi mới và cơ sở hạ tầng
10. Giảm bất bình đẳng
11. Đô thị và cộng đồng bền vững
12. Tiêu dùng và sản xuất có trách nhiệm
13. Hành động ứng phó với biến đổi khí hậu
14. Tài nguyên nước
15. Tài nguyên đất
16. Hoà bình, công bằng và thể chế vững mạnh
17. Xây dựng quan hệ đối tác cho các mục tiêu

cho phép loại hình tổ chức này có thể giải quyết các thách thức xã hội và môi trường một cách bền vững.

SIB có thể được hiểu là khái niệm doanh nghiệp xã hội theo cách tiếp cận cởi mở và linh hoạt (Bảng 1). SIB có các đặc điểm sau:

- Mô hình quản trị: Có thể là tổ chức hay doanh nghiệp;
- Hoạt động thương mại: Kinh doanh là nguồn thu nhập chính;

Bảng 1. So sánh các cách tiếp cận chặt chẽ và cởi mở về doanh nghiệp xã hội

Cách tiếp cận	Mô hình quản trị	Sứ mệnh xã hội	Hoạt động thương mại	Phân bổ lợi nhuận
Chặt chẽ	<ul style="list-style-type: none"> Được thành lập và quản lý một cách có trách nhiệm và minh bạch, đặc biệt với cộng đồng mà doanh nghiệp phục vụ. Tách biệt khỏi khu vực công, không thể là một nhánh của khu vực công (Scotland) 	<ul style="list-style-type: none"> Mục tiêu chính là đạt được sứ mệnh xã hội (Malaysia, Trung quốc, Canada, Anh, Scotland) Cung cấp dịch vụ xã hội, việc làm cho nhóm yếu thế (OECD, Hàn Quốc) 	<ul style="list-style-type: none"> Phần lớn doanh thu (ít nhất 50%) từ hoạt động thương mại (Trung Quốc, Singapore) 	<ul style="list-style-type: none"> Doanh nghiệp không lỗ, kinh doanh phi lợi nhuận (Trung tâm Yunus) Lợi nhuận chủ yếu được tái đầu tư cho mục đích xã hội (Anh) Mọi lợi nhuận đều được tái đầu tư phục vụ những người mà doanh nghiệp phục vụ (Scotland) Khi đóng cửa, tài sản còn lại được tái đầu tư vào doanh nghiệp có mục tiêu tương tự (Scotland)
Cởi mở	<ul style="list-style-type: none"> Tổ chức hoặc sáng kiến (Liên minh Doanh nghiệp xã hội Hoa Kỳ) Bất kỳ hoạt động tư nào thực hiện vì lợi ích cộng đồng (OECD) Có thể không vì lợi nhuận hoặc vì lợi nhuận (Trung Quốc) 	<ul style="list-style-type: none"> Nhằm đạt được một số mục tiêu kinh tế và xã hội nhất định (OECD) 	<ul style="list-style-type: none"> Một mô hình kinh doanh dẫn dắt bởi tinh thần doanh nhân (Anh, OECD, Scotland, Malaysia) 	<ul style="list-style-type: none"> Vì mục đích cân bằng trong việc tạo ra thu nhập và đạt mục tiêu xã hội, văn hóa và/hoặc môi trường (Canada)

- Mục tiêu xã hội: Có mục tiêu xã hội và/hoặc mục tiêu môi trường rõ ràng;

- Tạo giá trị: Hướng tới sự cân bằng trong việc tạo ra giá trị (tạo tác động tích cực lên xã hội đồng thời duy trì tài chính bền vững).

Khu vực SIB bao gồm 4 nhóm (Bảng 2): Doanh nghiệp xã hội; kinh doanh xã hội; khởi nghiệp tạo tác động xã hội và kinh doanh với người có thu nhập thấp. Các nhóm này đều sử dụng mô hình kinh doanh để tạo tác động tích cực về xã hội và/hoặc môi trường. SIB là một phần của khu vực kinh doanh/khởi nghiệp vì xã hội. Về hình thái pháp lý, SIB có thể nằm ở các tổ chức phi lợi nhuận có hoạt động thương mại, hợp tác xã, các trường học và doanh nghiệp.

HỆ SINH THÁI KHU VỰC SIB

Các cấu phần của hệ sinh thái bao gồm các cơ

quan quản lý Nhà nước, khung pháp lý hiện hành và các chính sách liên quan, các nhà đầu tư tạo tác động, trường đại học, khu vực doanh nghiệp thương mại, các tổ chức trung gian hỗ trợ, và giới truyền thông.

Khung chính sách

Chính sách cho doanh nghiệp xã hội

Việt Nam là một trong số ít quốc gia có ghi nhận pháp lý cho doanh nghiệp xã hội, trong điều 10 của Luật Doanh nghiệp 2015. Theo đó, doanh nghiệp xã hội cần đáp ứng 3 điều kiện:

- Đăng ký là doanh nghiệp theo Luật Doanh nghiệp;
- Có mục tiêu xã hội, môi trường rõ ràng;
- Cam kết tái đầu tư lại ít nhất 51% lợi nhuận phục vụ mục tiêu xã hội, môi trường đã đăng ký.

Nghị định 96/2015/NĐ-CP đưa ra một số chính

Bảng 2. Khu vực SIB bao gồm

Doanh nghiệp xã hội	Một doanh nghiệp với mục tiêu xã hội là chính yếu, lợi nhuận chủ yếu được tái đầu tư lại cho doanh nghiệp để phục vụ mục tiêu đó hoặc quay lại cộng đồng, thay vì bị thúc đẩy bởi nhu cầu tối đa hóa lợi nhuận cho cổ đông và chủ sở hữu”. Nhóm này có xu hướng là các doanh nghiệp siêu nhỏ, vừa và nhỏ, có nguồn thu nhập hỗn hợp từ thương mại và các khoản tài trợ.
Kinh doanh xã hội	“Kinh doanh xã hội là hoạt động kinh doanh được thúc đẩy bằng lòng tốt. Các nhà đầu tư/chủ sở hữu có thể dần lấy lại khoản đầu tư, nhưng cổ tức được trả không thể nhiều hơn khoản đã đầu tư. Doanh nghiệp phải chi trả được mọi chi phí và có lãi, đồng thời đạt được mục tiêu xã hội. Tiêu chí đo lường thành công của loại hình này là tác động của kinh doanh lên xã hội và môi trường, thay vì lợi nhuận được tạo ra.
Kinh doanh với người có thu nhập thấp	Mô hình kinh doanh tạo ra tác động lớn thông qua (i) cải thiện khả năng tiếp cận hàng hóa và dịch vụ cho người có thu nhập thấp; và/hoặc (ii) Tạo cơ hội thu nhập và/hoặc việc làm cho người thu nhập thấp trở thành nhà cung cấp, nhà phân phối, người sử dụng lao động và/hoặc nhân viên của doanh nghiệp (ADB40). Nhóm này có xu hướng thương mại, quy mô vừa và lớn, thu hút được nguồn vốn đầu tư, hỗ trợ từ các ngân hàng phát triển.
Khởi nghiệp tạo tác động xã hội	Sáng kiến, doanh nghiệp khởi nghiệp có giải pháp đổi mới, dựa trên công nghệ, giải quyết vấn đề xã hội, môi trường hoặc tạo tác động xã hội, môi trường. Nhóm này có thể là một phần của khu vực sáng tạo xã hội, và thường thu hút được sự quan tâm của các quỹ đầu tư tác động.

sách khuyến khích phát triển khu vực này như sau:

- Nhà nước khuyến khích và tạo điều kiện cho các tổ chức, cá nhân thành lập doanh nghiệp xã hội có mục tiêu hoạt động nhằm giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường vì lợi ích cộng đồng.

- Doanh nghiệp xã hội được hưởng các ưu đãi và hỗ trợ đầu tư theo quy định của pháp luật.

- Doanh nghiệp xã hội được tiếp nhận viện trợ phi chính phủ nước ngoài để thực hiện mục tiêu giải quyết các vấn đề xã hội, môi trường theo quy định của pháp luật về tiếp nhận viện trợ phi chính phủ nước ngoài.

Chính sách hỗ trợ cho doanh nghiệp tham gia xã hội hóa các dịch vụ công

Bên cạnh Luật Doanh nghiệp 2015 và Nghị định 96, các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực giáo dục - đào tạo, dạy nghề; y tế; văn hoá; thể dục thể thao; môi trường có thể hưởng các chính sách ưu đãi xã hội hóa theo Nghị định 69/2008 của Chính phủ, theo đó:

- Ưu đãi về cơ sở hạ tầng, đất đai: Thuê dài hạn với giá ưu đãi; được giao đất, thuê đất đã hoàn thành giải phóng mặt bằng theo hình thức: giao đất không thu tiền sử dụng đất; cho thuê, miễn tiền thuê đất.

- Ưu đãi thuế: Thuế suất thu nhập doanh nghiệp 10% trong suốt thời gian hoạt động; miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 4 năm kể từ khi có thu nhập chịu thuế, giảm 50% trong 5 năm tiếp theo; nhập khẩu máy móc thiết bị cho nghiên cứu khoa học, hàng viện trợ... không phải nộp thuế VAT.

- Cơ sở thực hiện xã hội hóa được tham gia cung cấp các dịch vụ công do nhà nước tài trợ, đặt hàng; tham gia đấu thầu nhận các hợp đồng, dự án sử dụng nguồn vốn trong và ngoài nước phù hợp với chức năng nhiệm vụ hoạt động theo quy định của pháp luật.

Chính sách hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, doanh nghiệp khởi nghiệp

- Ngày 06/06/2017, Thủ tướng Chính phủ ra Chỉ thị 26/CT-TTg khẳng định tinh thần “Chính phủ đồng

hành cùng doanh nghiệp”.

- Năm 2017 Luật Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ được Quốc hội thông qua và đã có hiệu lực ngày 01/01/2018.

- Trong tháng 3/2018, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 39/2018/NĐ-CP về hướng dẫn Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (SME). Theo Nghị định trên, các SME được hưởng nhiều chính sách hỗ trợ từ Nhà nước như: hỗ trợ thông tin, tư vấn, phát triển nguồn nhân lực, chuyển đổi từ hộ kinh doanh, khởi nghiệp sáng tạo, tham gia cụm liên kết ngành, chuỗi giá trị.

- Năm 2016, Quỹ Phát triển Doanh nghiệp vừa và nhỏ (SMEDF) ra đời với quỹ ban đầu là 2.000 tỷ đồng (tương đương 85 triệu USD), tập trung vào các SME thuộc lĩnh vực sản xuất và chế tạo, các doanh nghiệp đổi mới khoa học công nghệ và trang thiết bị tiên tiến. Các doanh nghiệp được vay với mức lãi suất ưu đãi là 5,5% đối với khoản vay ngắn hạn và 7%/năm với khoản vay trung và dài hạn. Riêng trong năm 2017, SMEDF triển khai chương trình “Hỗ trợ SME đổi mới sáng tạo” với hạn mức chương trình là 100 tỷ đồng (4 triệu USD). Thời gian ân hạn trả gốc tối đa 24 tháng. Mức cho vay tối đa là 10 tỷ đồng (400 nghìn USD), với 3 lĩnh vực chính: (i) nông lâm nghiệp thủy sản; (ii) công nghiệp chế biến, chế tạo; (iii) ngành cung cấp nước, hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải.

Chính sách hỗ trợ hợp tác xã

Các chính sách hỗ trợ hợp tác xã cụ thể hóa tại Nghị định số 193/2013/NĐ-CP như sau: (i) hỗ trợ kinh phí đào tạo chính quy, bồi dưỡng về chuyên môn nghiệp vụ, kỹ thuật (hỗ trợ 100% kinh phí bồi dưỡng nguồn nhân lực của HTX); (ii) xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường; (iii) Ứng dụng khoa học, kỹ thuật và công nghệ mới; (iv) tiếp cận vốn và quỹ hỗ trợ phát triển hợp tác xã; (v) ưu tiên tham gia các chương trình mục tiêu, chương trình phát triển kinh

tế - xã hội. Các loại hình hợp tác xã sản xuất, kinh doanh trong những lĩnh vực được khuyến khích được miễn nộp thuế giá trị gia tăng, đồng thời vẫn được khấu trừ thuế giá trị gia tăng đầu vào, được miễn, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp trong nhiều năm sau khi thành lập.

Chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia đầu tư vào khu vực, đối tượng khó khăn

Đối với các doanh nghiệp tham gia đầu tư vào các khu vực, lĩnh vực và phục vụ đối tượng khó khăn đều được hưởng những ưu đãi về thuế thu nhập doanh nghiệp.

Doanh nghiệp thực hiện dự án đầu tư mới thuộc các lĩnh vực: năng lượng sạch, bảo vệ môi trường, xử lý rác thải được áp dụng thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp 10% trong thời hạn 15 năm, miễn thuế 4 năm, giảm 50% số thuế phải nộp trong 9 năm tiếp theo.

Doanh nghiệp thực hiện dự án đầu tư mới trong lĩnh vực xã hội hóa tại địa bàn không thuộc danh mục địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn hoặc đặc biệt khó khăn được miễn thuế 4 năm, giảm 50% số thuế phải nộp trong 5 năm tiếp theo.

Các cơ sở sản xuất, kinh doanh sử dụng từ 30% tổng số lao động trở lên là người khuyết tật (NKT) được hưởng một số chính sách ưu đãi: Được hỗ trợ cải tạo điều kiện, môi trường làm việc phù hợp cho NKT; được miễn thuế thu nhập doanh nghiệp; được vay vốn với lãi suất ưu đãi theo dự án phát triển sản xuất kinh doanh; được ưu tiên cho thuê đất, mặt bằng, mặt nước và miễn, giảm tiền thuê đất, mặt bằng, mặt nước phục vụ sản xuất, kinh doanh theo tỷ lệ lao động là NKT, mức độ khuyết tật của người lao động và quy mô doanh nghiệp.

Các bên hỗ trợ chính sách cho SIB

Các bên hỗ trợ trong hệ sinh thái được hiểu là những cơ chế, tổ chức hỗ trợ cho sự phát triển của khu vực SIB (Bảng 3).

Bảng 3. Các bên hỗ trợ chính hệ sinh thái SIB

Tên	Miêu tả
Chính phủ	
Nghị định 69/2008	Ưu đãi chính sách cho xã hội hóa các ngành giáo dục - đào tạo, dạy nghề; y tế; văn hoá; thể dục thể thao; môi trường
Nghị định 26/2015	Hướng dẫn thi hành Luật Doanh nghiệp, cụ thể là doanh nghiệp xã hội
Đề án 844 - Bộ KH&CN	Phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo
Đề án 1665 - Bộ GD&ĐT	Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp
Định chế tài chính, Quỹ đầu tư, Tổ chức phát triển	
SMEDF	Tập trung vào doanh nghiệp SME đổi mới sáng tạo
Quỹ Abilis	Cung cấp các khoản tài trợ để nâng cao năng lực, tạo việc làm cho NKT
Quỹ Thrive	Chương trình vay vốn không lãi suất doanh nghiệp vừa và nhỏ, hoàn lại bằng sản phẩm, dịch vụ
Oxfam	Triển khai chương trình hỗ trợ doanh nghiệp kinh doanh với người thu nhập thấp
Lotus Impact	Quỹ đầu tư tác động chuyên cho thị trường Việt Nam
Patamar	Quỹ đầu tư
Tổ chức trung gian chuyên biệt, không gian làm việc	
British Council	Chương trình phát triển doanh nghiệp xã hội và sáng tạo
CSIP	Tổ chức trung gian ươm tạo, hỗ trợ doanh nghiệp xã hội
SPARK	Tổ chức hỗ trợ cất cánh/tăng tốc doanh nghiệp xã hội
Evergreen Labs	Một trung tâm ươm tạo và đầu tư vào SIB khu vực miền trung
IBA Việt Nam	Chương trình hỗ trợ DN phát triển kinh doanh liên quan đến người có thu nhập thấp
UNDP SDG Challenge và Youth Co.Lab	Chương trình đổi mới sáng tạo cho khởi nghiệp tạo tác động, tinh thần khởi nghiệp SDG trong thanh niên
Hatch Ventures	Không gian làm việc chung và ươm tạo, tăng tốc SIB
WISE	Mạng lưới khởi nghiệp phụ nữ
SiHUB	Vườn ươm doanh nghiệp TP. HCM
DNES	Vườn ươm doanh nghiệp Đà Nẵng
VCCI	Diễn đàn Kinh doanh phát triển bền vững
Đại học, các tổ chức nghiên cứu	
Viện Quản lý Kinh tế Trung ương	Viện nghiên cứu, lồng ghép khái niệm doanh nghiệp xã hội vào Luật doanh nghiệp

Bảng 3. Các bên hỗ trợ chính hệ sinh thái SIB

Tên	Miêu tả
NEU CSIE	Trung tâm nghiên cứu, giáo dục và ươm tạo sáng tạo và khởi nghiệp xã hội đầu tiên trong trường đại học Việt Nam
FISS	Trung tâm sáng tạo và khởi nghiệp thuộc Đại học Ngoại thương
Khu vực doanh nghiệp thương mại	
Eko Center Coca Cola	Dự án phát triển trung tâm kinh doanh và sinh hoạt nhỏ tại cộng đồng do phụ nữ làm chủ
Tôm Minh phú	Doanh nghiệp thủy sản lớn đầu tiên thành lập doanh nghiệp xã hội nuôi tôm sạch đồng sở hữu với nông dân
Vingroup	2 cơ sở kinh doanh là y tế và giáo dục của tập đoàn tư nhân lớn nhất Việt Nam này đăng ký là doanh nghiệp xã hội
Truyền thông	
Giải thưởng Én Xanh	Giải thưởng năm 2017 của CSIP và VCCI cho các sáng kiến kinh doanh vì cộng đồng
Xếp hạng Doanh nghiệp bền vững	Xếp hạng top 100 doanh nghiệp bền vững từ bởi VCCI, tiếp nối Giải thưởng Trách nhiệm Xã hội từ năm 2005
Forbes Việt Nam	Vinh danh những người dưới 30 tuổi ảnh hưởng nhất, những người ảnh hưởng nhất theo năm, rất nhiều doanh nhân xã hội được vinh danh
VTV1	Chương trình doanh nghiệp với trách nhiệm xã hội, hàng tuần trong năm 2018

ĐÁNH GIÁ HỆ SINH THÁI HỖ TRỢ SIB

Về khung pháp lý và chính sách

Mặc dù không có chính sách cụ thể về hỗ trợ SE, nhưng việc công nhận về pháp lý đã đưa ra một khái niệm chung giúp thu hút sự quan tâm của xã hội, chính phủ và khu vực tư nhân vào mô hình này;

Một số chính sách ưu đãi về cơ sở vật chất, thuế dành riêng cho các ngành mà SIB đang vận hành như cung cấp các dịch vụ xã hội giáo dục, đào tạo, thể thao và văn hóa, y tế hoặc nông nghiệp và môi trường. Hợp tác xã và doanh nghiệp sử dụng người thuộc nhóm ngoài lề xã hội như NKT hoặc đầu tư vào các khu vực có điều kiện kinh tế xã hội khó khăn cũng được hưởng ưu đãi;

Năm 2016 được Chính phủ xác định là Năm quốc gia khởi nghiệp, tiếp sau đó là một loạt các chính sách, cơ chế hỗ trợ phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp được phát triển bởi nhiều cơ quan Chính phủ.

Nhiều chương trình hỗ trợ được ra đời như chương trình 844 của Bộ Khoa học-Công nghệ, Chương trình 1665 của Bộ Giáo dục và Đào tạo, Chương trình 939 của Liên hiệp Hội phụ nữ Việt Nam. Tất cả hướng đến mục tiêu năm 2020 Việt Nam có một triệu doanh nghiệp hoạt động hiệu quả. Hệ sinh thái khởi nghiệp mở ra cánh cửa cho việc lồng ghép các mối quan tâm xã hội và môi trường vào các chương trình đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp hiện tại của Việt Nam.

Chính phủ bắt đầu đặt ưu tiên cao vào phát triển bền vững và kinh doanh vì phát triển bền vững, bao gồm Kế hoạch phát triển Kinh tế - Xã hội Việt Nam và SDG của Liên hợp quốc. Năm 2012, Việt Nam công bố Chiến lược phát triển bền vững. Năm 2017, Chính phủ ban hành Kế hoạch hành động quốc gia thực hiện chương trình nghị sự 2030 vì sự phát triển bền vững. Đầu năm 2018, lần đầu tiên Việt Nam tổ chức Hội nghị toàn quốc về phát triển bền vững 2018 thể

hiện cam kết của Chính phủ với phương pháp tiếp cận đa đối tác và đa ngành vì phát triển bền vững.

Về hoạt động đầu tư, hỗ trợ tài chính

Hoạt động đầu tư tác động chưa mấy sôi động và đổi mới. Chỉ có một quỹ đầu tư tác động Lotus Impact là quỹ duy nhất dành riêng cho thị trường Việt Nam, cho đến quỹ này mới chỉ đầu tư 620.000 USD vào KOTO. Bên cạnh đó có Patamar là một quỹ đầu tư mạo hiểm tập trung vào các SIB tại thị trường Đông Nam Á, đã đầu tư vào Topica, iCare Benefits (Mobivi) và gần đây là JupViec.vn.

Một số quỹ dành riêng cho SME, doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo như SMEDF, Ngân hàng nông nghiệp và phát triển nông thôn vẫn cung cấp các gói tín dụng chi phí thấp cho các lĩnh vực phù hợp với mục tiêu, ưu tiên của các tổ chức này.

Một số quỹ từ thiện chuyên cho nhóm yếu thế như Abilis cung cấp khoản tài trợ khoảng 10.000-20.000 USD cho các tổ chức NKT, hoặc Thriive cho vay để mua máy móc thiết bị cho doanh nghiệp vừa và nhỏ có trách nhiệm xã hội, lãi suất bằng không và trả lại bằng sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp đó.

Nhiều nền tảng gọi vốn cộng đồng (crowdfunding) được phát triển như ig9.vn, comicola.com, firststep.vn, fundingVN.com, Fundstart.vn, tuy nhiên các giao dịch ở mức độ rất khiêm tốn, có khi đóng cửa với 3 lý do chính; (i) thiếu niềm tin của cộng đồng; (ii) thiếu hành lang pháp lý đảm bảo quyền lợi cho người góp vốn; (iii) thiếu các ý tưởng khởi nghiệp hấp dẫn; (iv) hình thức gọi vốn chưa đa dạng chủ yếu là ủng hộ từ thiện hoặc nhận quà tri ân, chưa có dạng góp vốn hoặc cho vay.

Các trường đại học ở Việt Nam được đánh giá là khá tích cực trong việc cung cấp cho sinh viên nguồn tài trợ để tổ chức các cuộc thi, đào tạo và cung cấp nguồn vốn để thử nghiệm và mở rộng quy mô, phát triển ý tưởng khởi nghiệp của sinh viên. Những người tham gia từ Youth Co:Lab đề nghị để hỗ trợ

các dự án khởi nghiệp và các doanh nhân trẻ, cần kết nối các nhà đầu tư với sinh viên ở giai đoạn đầu khởi nghiệp, để các nhà đầu tư cho biết kỳ vọng của họ.

Về hoạt động hỗ trợ, ươm tạo, cung cấp không gian làm việc

Việt Nam đã có các tổ chức trung gian chuyên hỗ trợ SIB như các chương trình ươm tạo, chương trình thúc đẩy, các cuộc thi sáng tạo xã hội, với các tổ chức có 5-10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực này. Bao gồm CSIP, Spark, HATCH! Ventures, Evergreen Labs và Seed Planters;

Văn hóa café ở Việt Nam, với Wi-Fi miễn phí, cung cấp không gian miễn phí cho các doanh nhân khởi nghiệp trẻ. Các vườn ươm mới thành lập như DNES, SIHUB, sYs, BKHUP, UP, The Vuon, đã nhận được một số hỗ trợ từ các Chương trình của Chính phủ về Quốc gia khởi nghiệp đã góp phần vào sự lớn mạnh của các vườn ươm tại Việt Nam. Tuy nhiên, không gian làm việc chung cũng phổ biến ở các thành phố lớn, nhưng cần nhiều hơn nữa mới có thể thực hiện việc cung cấp không gian miễn phí hoặc giá cả phải chăng cho giới trẻ ở ngoại thành hoặc nông thôn.

Các tổ chức quốc tế như Hội đồng Anh đã tham gia tích cực từ năm 2009 cho việc vận động chính sách, phát triển doanh nghiệp xã hội, sáng tạo xã hội trong trường đại học. UNDP đã tham gia vào lĩnh vực Đổi mới từ năm 2015, với mục tiêu khai thác hệ sinh thái khởi nghiệp đang phát triển mạnh ở Việt Nam để tìm ra các giải pháp dựa trên thị trường mới nhằm đạt được SDG. Các sáng kiến của UNDP bao gồm cung cấp vốn môi không cổ tức cho các dự án khởi nghiệp tạo tác động góp phần vào việc đạt được SDG, và một chương trình ươm tạo và tăng tốc kéo dài một năm.

Về hoạt động nghiên cứu, đào tạo

Viện nghiên cứu quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM), CSIP, Spark, Hội đồng Anh, Đại học Kinh tế

Quốc dân là những đơn vị tiến hành các nghiên cứu, các báo cáo khác nhau về khu vực SIB từ năm 2010 đến nay.

Kinh doanh vì xã hội, sáng tạo xã hội đã được lồng ghép vào hoạt động đào tạo, giáo dục trong các trường đại học thông qua các chương trình đào tạo giảng viên nguồn, đào tạo cố vấn khởi nghiệp, đào tạo thanh niên về sáng tạo xã hội, tổ chức Cuộc thi Thử thách Thanh niên Việt nam vì sáng tạo xã hội do Hội đồng Anh và CSIE, trường Đại học Kinh tế Quốc dân, và Youth Co:Lab Việt Nam tổ chức bởi UNDP, Quỹ Citi và Bộ Khoa học và Công nghệ. Như là kết quả của nỗ lực trên, khởi nghiệp xã hội, sáng tạo xã hội đang được lồng ghép vào khoảng bảy trường đại học ở Việt Nam. Hội đồng Anh Việt Nam và CSIE cũng bắt đầu tiến hành lồng ghép nội dung này vào tài liệu đào tạo về khởi nghiệp, và tiến hành đào tạo

200 cán bộ hỗ trợ khởi nghiệp của 200 trường đại học trên toàn quốc trong khuôn khổ đề án 1665 của Bộ Giáo dục và Đào tạo trong thời gian tới.

Nguyễn Lê Hằng

Tổng hợp từ báo cáo: Thúc đẩy phát triển khu vực doanh nghiệp tạo tác động xã hội tại Việt Nam do nhóm nghiên cứu của trường Đại học Kinh tế Quốc dân và Chương trình Phát triển Liên Hợp Quốc tại Việt Nam thực hiện năm 2018.

Đây là nghiên cứu lớn nhất về doanh nghiệp tạo tác động xã hội tại Việt Nam cho đến thời điểm hiện tại. Kết quả nghiên cứu dựa trên 492 phiếu điều tra khảo sát, phỏng vấn 62 cá nhân đại diện cho các bên hữu quan thông qua hình thức phỏng vấn 1-1 hoặc nhóm tập trung và 3 hội thảo tham vấn các bên liên quan.



CÁC MÔ HÌNH HỢP TÁC STARTUP - DOANH NGHIỆP LỚN VÀ MỘT SỐ MINH HỌA TRONG NGÀNH CÔNG NGHIỆP NÔNG LƯƠNG (P1)

Liên tục đổi mới sáng tạo mang lại lợi thế cạnh tranh cho các công ty. Hợp tác với các startup chính là con đường nhanh nhất để các công ty có thể tiếp cận tới nguồn tri thức công nghệ đổi mới. Ngược lại, sự tương tác này cũng giúp các startup vượt qua những khó khăn ở giai đoạn phát triển ban đầu. Trong lĩnh vực nông lương, mô hình kết hợp giữa startup và các công ty tương đối phát triển dưới nhiều hình thức.

Ý NGHĨA CỦA HỢP TÁC GIỮA STARTUP VÀ CÔNG TY

Hợp tác cho phép công ty đạt được vị thế cạnh tranh tốt hơn trên thị trường. Kết hợp với đối tác, công ty có thể cải thiện việc cung cấp sản phẩm và dịch vụ tới thị trường hoặc có được những kiến thức về thị trường mới. Hợp tác cũng liên quan tới sự tương đồng giữa các đối tác, nhưng không có nghĩa

là các đối tác phải có cùng mức tham gia vào thị trường hoặc ở cùng loại hoạt động. Do đó, các công ty có thể hợp tác với nhau dù là có quy mô và ở các giai đoạn phát triển khác nhau.

Năm 1942, trong tác phẩm kinh tế học nổi tiếng “*Tư bản chủ nghĩa, xã hội chủ nghĩa và Dân chủ*”, học giả J.A. Schumpeter đưa ra luận điểm cho rằng các công ty lớn giữ vai trò quan trọng trong thúc đẩy đổi

mới sáng tạo vì chỉ có các công ty lớn mới đủ khả năng chi trả cho các chương trình NC&PT và khắc phục những thất bại. Kể từ thời đại của tác giả, rất nhiều biến đổi về mặt cạnh tranh đã diễn ra. Mặc dù cạnh tranh vẫn cần thiết để đổi mới và phát triển kinh tế, nhưng hợp tác giữa các loại hình công ty khác nhau, với quy mô khác nhau, ngày càng diễn ra, chứ không còn chỉ riêng giữa các công ty lớn.

Theo D.J. Teece, giáo sư kinh tế học của Đại học California, các sản phẩm và quy trình cải tiến mới sẽ không mang lại giá trị nếu không được thương mại hóa. Tuy vậy, thương mại hóa lại yêu cầu có những tài nguyên bổ trợ. Không có những tài nguyên này, quá trình thương mại hóa không thể diễn ra và các giải pháp/sản phẩm mới sẽ không tới được thị trường. Những tài nguyên này gồm: khuyến mãi, những hoạt động tiếp thị, danh tiếng của công ty, hỗ trợ sau bán hàng hoặc thậm chí cả việc tiếp cận tới các kênh phân phối. Hiện tại, các startup thường thiếu những tài nguyên này, dẫn tới gặp khó khăn hoặc thậm chí không thể thương mại hóa các giải pháp của mình. Do đó, hợp tác có thể tạo điều kiện để startup tiếp cận tới các tài nguyên này. Ngoài ra, đặc tính cố hữu của đổi mới là rủi ro. Tuy nhiên, khi hợp tác với các đối tác khác, mạo hiểm có thể được chia sẻ.

Theo một nghiên cứu năm 2016 về Startup Ba Lan của hai nhà khoa học Skala và Kruczkowska, khách hàng chính của các startup là các công ty. Hơn 3/4 số startup được khảo sát là được bán cho các công ty, một nửa trong số đó được bán cho các công ty hoặc tập đoàn lớn. Ngoài ra còn có một nhóm lớn các startup cung cấp giải pháp cho các công ty nhỏ và siêu nhỏ. Đối với mô hình kinh doanh, một nửa startup được khảo sát cho thấy mô hình Business to Business (B2B) là một mô hình thường xuyên được sử dụng. Các startup khác bán cả cho công ty lẫn khách hàng cá thể (26% số startup được điều tra).

Trong khi 18% startup được điều tra được bán theo mô hình B2C (Business to Consumer). Một phần ba startup được khảo sát bán các dịch vụ của mình theo mô hình SaaS (Phần mềm dưới dạng dịch vụ).

Đối với các công ty lớn, bằng cách hợp tác với một startup nhỏ và sáng tạo, những công ty lớn có thể loại bỏ các đối thủ cạnh tranh tiềm tàng càng sớm càng tốt. Kiểu hợp tác này cũng có thể giúp các công ty cải thiện quy trình phát triển sản phẩm của riêng họ và thử nghiệm những ý tưởng mới. Theo Accdvisor, lợi ích của hợp tác giữa các startup và các công ty lớn chủ yếu thường là kỹ năng và tài năng, thâm nhập thị trường mới và tái đào tạo và đầu tư NC&PT nội bộ. Hợp tác cũng góp phần thúc đẩy đổi mới đột phá trong công ty đồng thời tiếp cận tới không chỉ các sản phẩm dịch vụ mới, mà còn cả công nghệ độc quyền. Hình thức hợp tác giữa startup và công ty thường đơn giản là các giao dịch hoặc dưới dạng sâu hơn là hình thành nên các liên minh. Hình thức hợp tác đơn giản nhất giữa công ty và startup là thu mua hàng hóa và dịch vụ. Theo hình thức này, startup thường kiếm được tiền nhờ sự vận hành của mình. Còn các công ty, nhờ mua sản phẩm của startup, họ có thể dễ dàng tiếp cận tới công nghệ độc quyền. Đối với hình thức liên minh: các liên minh chiến lược là các thỏa thuận để đạt được các mục tiêu lợi ích chung. Một liên minh chiến lược có thể bao gồm: (1) thỏa thuận mua bán độc quyền; (2) thị trường loại trừ hoặc quyền sản xuất; (3) hoán đổi công nghệ; (4) các thỏa thuận NC&PT chung hoặc thỏa thuận hợp tác cùng phát triển; và (5) thỏa thuận hợp tác tiếp thị.

Dưới đây là các hình thức hợp tác giữa startup và các công ty lớn, được bắt đầu bằng tiến trình:

(1) tìm kiếm và thúc đẩy startup – các hoạt động tăng tốc kinh doanh - có nghĩa là phân bổ một số nguồn lực của công ty lớn cho startup;

(2) thông qua đồng phát triển, hợp tác thương



hiệu: tập hợp tài nguyên từ cả hai phía để đạt được lợi nhuận lớn hơn, nhưng đồng thời vẫn tiếp tục quản lý tài nguyên của mình một cách độc lập;

(3) mua lại và sáp nhập giữa các tổ chức khác nhau, điều đó có nghĩa là liên kết các nguồn lực của đối tác kinh doanh và chia sẻ bí quyết.

HÌNH THỨC HỢP TÁC GIỮA CÔNG TY LỚN VÀ STARTUP

1. Các hoạt động thúc đẩy kinh doanh

Các công ty lớn có thể nghiên cứu đầu tư vào các startup và thuê ngoài các quy trình phát triển sản phẩm của mình. Thông thường, một công ty lớn trở thành nhà đầu tư vào startup, hỗ trợ tài chính và tổ chức dưới nhiều hình thức khác nhau. Có thể kể ra ít nhất năm hình thức sau:

(1) vườn ươm: nơi ươm mầm ý tưởng khởi nghiệp, phát triển kế hoạch kinh doanh và chuẩn bị khởi nghiệp;

(2) cơ sở gia tốc: một tổ chức mang tính tập trung, trong đó các startup được nhận hướng dẫn, giáo dục và tài nguyên mạng;

(3) các cuộc thi khởi nghiệp (ví dụ: hackathons và các chương trình giải thưởng) - tạo cơ hội để xác thực khái niệm sản phẩm, dịch vụ hoặc một số ý tưởng của startup trước các chuyên gia có kinh nghiệm; giải thưởng cho người chiến thắng có thể dưới dạng tiền, dịch vụ cố vấn và truy cập trực tiếp vào một số chương trình hỗ trợ khởi nghiệp;

(4) đầu tư thiên thần - cung cấp tư vấn và cố vấn có kinh nghiệm;

(5) đầu tư mạo hiểm - đây là những quỹ dành cho các đối tác hạn chế, những người mong đợi lợi nhuận đặc biệt cao cho khoản đầu tư của mình.

Các loại cơ sở gia tốc là hình thức hợp tác giữa một công ty và một startup. Hiện tại, vẫn chưa có dữ liệu về loại hình thỏa thuận mà các công ty đang thực hiện. Cơ sở gia tốc, vườn ươm và đầu tư mạo hiểm là những hình thức tìm kiếm khởi nghiệp. Tham gia vào mỗi hợp tác như vậy, một công ty lớn sẽ có quyền truy cập vào kiến thức mà startup tích lũy được. Bằng cách đầu tư vào startup này, công ty có thể được lợi từ các cổ phiếu mà công ty sở hữu ở

startup. Rất nhiều công ty và tập đoàn lớn trong ngành công nghiệp nông lương đã thành lập các quỹ để hỗ trợ phát triển thành công các startup. Ví dụ, PepsiCo thành lập chương trình Nhà kính dinh dưỡng với mục tiêu là hỗ trợ các thương hiệu dinh dưỡng và chăm sóc sức khỏe mới nổi. Trong số những startup lọt vào vòng chung kết của chương trình PepsiCo, là startup Pháp Jimini, chuyên sản xuất các thanh protein bằng bột dế. Startup này đã nhận được một khoản tài trợ và cơ hội hợp tác với PepsiCo trong 6 tháng để phát triển thương hiệu. Năm 2007, General Mills đã tổ chức Mạng lưới đổi mới toàn cầu (G-WIN). Mạng lưới này góp phần tăng cường và thúc đẩy đổi mới bằng cách hợp tác với các nhà đổi mới tầm cỡ thế giới, trung tâm gia tốc khởi nghiệp và các mạng lưới doanh nhân khác để tìm kiếm các công nghệ tiềm năng. 301 Inc, một công ty đầu tư mạo hiểm con của General Mills đã đầu tư vào startup Rhythm Superfoods. Startup này là nhà cung cấp các chip cải xoăn, củ cải đường và bông cải xanh – những loại snack này đều chứa rất nhiều chất dinh dưỡng. Một ví dụ khác là Quỹ Danone Manifesto Ventures được Danone thành lập vào tháng 6 năm 2016. Danone Manifesto Ventures, Inc. hoạt động như một công ty đầu tư mạo hiểm và đầu tư vào các công ty thực phẩm và đồ uống. Tương tự, trung tâm gia tốc Startup Bootcamp của IKEA đã chọn cộng tác với startup Flying SpArk. Đó là startup chuyên phát triển một loại bột protein thay thế được làm từ ruồi giấm.

2. Đồng phát triển

Một hình thức hợp tác khác là đồng phát triển. Hình thức này là việc đồng sáng tạo ra một giải pháp giữa startup và một công ty lớn. Hình thức này có thể xảy ra khi startup có những năng lực độc đáo, nhưng lại không có sản phẩm thương mại. Do đó, startup này cần phải kết hợp với các tác nhân khác để giúp đưa giải pháp này vào sản xuất ở quy mô sản xuất.

Điều này thường có nghĩa là sản phẩm được startup hoàn thành ở phòng thí nghiệm và hiện đang trong giai đoạn thử nghiệm. Sự hợp tác như vậy có lợi cả hai mặt: startup vừa có thể tiến hành sản xuất với quy mô lớn và lại có thêm kiến thức về giải pháp. Đồng thời, startup cũng có cơ hội hiểu rõ hơn về ngành công nghiệp. Mặt khác, công ty lớn nhờ đồng phát triển cũng có cơ hội có được công nghệ hoặc sản phẩm làm sẵn, dựa trên giải pháp mà công ty này chưa có. Nhân viên của công ty này cũng có điều kiện để thu được các kỹ năng cần thiết.

Đồng phát triển chính là lý do để startup Ederna của Pháp hợp tác với T.I.A. và Naturex. Ederna là một công ty công nghệ mới rất có tiềm năng và đã được cấp bằng sáng chế cho công nghệ cô đặc lạnh thể hệ mới. Công nghệ tiên tiến của startup này đã được Liên minh Khoa học và Công nghệ Thực phẩm Quốc tế trao giải tại Giải thưởng Công nghiệp Thực phẩm Toàn cầu 2016. Để công nghệ này được sử dụng ở quy mô sản xuất, startup này cần phải hợp tác với công ty khác. Do đó, hợp tác với T.I.A. , một công ty chuyên sản xuất thiết bị công nghiệp sử dụng bộ lọc màng, Ederna bắt đầu phát triển và đưa ra thị trường một quy trình cô đặc thẩm thấu mới. Nhờ đồng phát triển, một dây chuyền sản xuất với ý tưởng của Ederna đã được thiết lập. Các giải pháp được đưa ra nhờ hợp tác giữa Ederna và T.I.A. đã hấp dẫn tập đoàn Naturex, nhà sản xuất các thành phần thực phẩm và đồ uống, dinh dưỡng cũng như các sản phẩm chăm sóc sức khỏe. Giải pháp của Ederna và T.I.A. có thể góp phần cải thiện sự ổn định lâu dài của chất tạo màu xanh, điều này rất quan trọng đối với hoạt động sản xuất của Naturex.

(Còn nữa)

Phương Anh

(Startup as a partner of cooperation for big company in the agri-food industry: Analysis of forms of cooperation on examples)