

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

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 23.2018



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Vai trò của IPP2 trong việc thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam
- 02 Startup Việt Logivan lọt top 10 tại hội nghị công nghệ châu Á
- 03 Business Challenges 2018 gay cấn với "chiêu" giành giật đội thi của các mentor
- 04 Hỗ trợ, khuyến khích doanh nghiệp nhận chuyển giao, đổi mới công nghệ, khởi nghiệp sáng tạo

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 ezCloud: Giải pháp tổng thể cho quản lý khách sạn
- 06 Thúc đẩy dịch vụ của doanh nghiệp nhờ cơ chế hoạt động của đổi mới mở

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Doanh nghiệp nhỏ và vừa và doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

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



VAI TRÒ CỦA IPP2 TRONG VIỆC THÚC ĐẨY HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP CỦA VIỆT NAM (P1)

Chương trình Đối tác ĐMST Việt Nam - Phần Lan giai đoạn 2 (IPP2) là Chương trình hợp tác phát triển giữa hai Chính phủ Việt Nam và Phần Lan, thực hiện trong 4.5 năm (3/2014-10/2018).

Trong những năm qua, IPP2 đã tiên phong thử nghiệm các mô hình mới trong đào tạo, xây dựng năng lực và hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo (KNST) ở Việt Nam, thúc đẩy sự phát triển lành mạnh của hệ sinh thái KNST, làm cơ sở phát triển lực lượng doanh nghiệp sáng tạo tăng trưởng nhanh, đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội bền vững. Dưới đây là tóm lược các kết quả nổi bật của Chương trình:

PHẦN 1. Hỗ trợ xây dựng thể chế, chính sách quan trọng trong lĩnh vực ĐMST(ĐMST) và khởi nghiệp và đào tạo cán bộ hoạch định chính sách

1.1. Hỗ trợ chuyên gia quốc tế và trao đổi học thuật phục vụ soạn thảo các chính sách lớn của

Việt Nam về đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp và chuyển giao công nghệ

Phương thức hỗ trợ của IPP2 đối với các dự án chính sách của Bộ gồm: Cung cấp chuyên gia quốc tế hoặc/và trao đổi đoàn ra để học hỏi kinh nghiệm về xây dựng chính sách, pháp luật có liên quan, kết hợp với kết nối quan hệ đối tác trong tương lai. Các văn bản được IPP2 hỗ trợ bao gồm:

- Chương trình quốc gia về hệ sinh thái khởi nghiệp và ĐMST (được Thủ tướng Chính phủ ban hành theo Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016): Hỗ trợ chuyên gia Hoa Kỳ vào làm việc với nhóm soạn thảo của Cục Thị trường và doanh nghiệp KH&CN.

- Luật Chuyển giao công nghệ sửa đổi (được Quốc hội thông qua tháng 6/2017): Hỗ trợ chuyên gia Phần Lan vào làm việc với nhóm soạn thảo của Vụ

Đánh giá, Thẩm định và Giám định công nghệ đồng thời hỗ trợ tổ chức các hội nghị, hội thảo hoàn thiện Dự Luật.

- Đề án Khuyến khích tư nhân thành lập hoặc liên kết với Nhà nước thành lập quỹ đầu tư mạo hiểm phát triển công nghệ mới, công nghệ cao: Hỗ trợ chuyên gia Phần Lan vào làm việc với nhóm soạn thảo của Viện Chiến lược và chính sách KH&CN. Kết quả Đề án này được Cục Thị trường và Phát triển doanh nghiệp KH&CN tiếp quản, vận dụng đưa vào một số chế định của Luật Hỗ trợ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, được Quốc hội thông qua tháng 6/2017.

- Chương trình Quốc gia/Chiến lược về phát triển sở hữu trí tuệ: Hỗ trợ nhóm soạn thảo của Cục Sở hữu trí tuệ trao đổi học thuật tại Cơ quan Sở hữu trí tuệ Pháp vào cuối năm 2015, kết nối hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm xây dựng Chương trình Quốc gia/chiến lược về sở hữu trí tuệ. MoU giữa hai cơ quan sở hữu trí tuệ Pháp và Việt Nam đã được ký kết vào đầu năm 2018.

1.2. Đào tạo, xây dựng năng lực cho cán bộ hoạch định chính sách về quản lý đổi mới sáng tạo

Từ cuối năm 2016 và trong năm 2017, với mục tiêu giúp Việt Nam nâng cao chất lượng và hiệu quả của các văn bản chính sách về ĐMST dựa trên cơ sở thực chứng, để có các chính sách tốt phù hợp với thông lệ quốc tế và đáp ứng trúng nhu cầu của thực tiễn phát triển của đất nước, Việt Nam cần có các nhà hoạch định chính sách giỏi, được đào tạo, bồi dưỡng bởi các chuyên gia nước ngoài và những trong môi trường thực tiễn của các quốc gia phát triển trên thế giới. Việc lựa chọn quốc gia để cử người đi học (Phần Lan và Singapore) được cân nhắc dưới góc độ thế mạnh của từng quốc gia phù hợp với chủ đề và đối tượng cán bộ cần đào tạo.

Việc lựa chọn đơn vị cung cấp dịch vụ đào tạo

được tiến hành thông qua đấu thầu quốc tế công khai, minh bạch với sự trợ giúp của Bộ Ngoại giao Phần Lan và Công ty Tư vấn kỹ thuật NIRAS. IPP2 đã lựa chọn được đơn vị đào tạo rất mạnh và chuyên nghiệp là Học viện Đào tạo lãnh đạo của Đại học Aalto Phần Lan - Aalto University Executive Education Academy (AEE). Đây là trường đại học thuộc top 10 thế giới trong xếp hạng các trường đại học có tuổi đời dưới 50 năm. Nội dung và chương trình đào tạo do AEE thiết kế, IPP2 đã chủ động phối hợp chặt chẽ với phía bạn để điều chỉnh cho phù hợp với nhu cầu của phía Việt Nam, đề nghị bổ sung nội dung chủ đề học, giảng viên hoặc chủ động đặt hàng các địa điểm, cơ quan cần thiết cho khảo sát thực địa.

Để lan tỏa tri thức và thúc đẩy đổi mới tư duy ĐMST trong toàn hệ thống công, các đối tượng được cử đi học không chỉ là cán bộ thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ mà được mở rộng tới các Bộ quản lý tổng hợp và chuyên ngành, Văn phòng Chính phủ, Văn phòng Quốc hội, các tỉnh, thành phố và các trường đại học.

Với quan điểm tiếp cận như trên, từ cuối 2016 đến nay, IPP2 đã phối hợp với AEE tổ chức 4 khóa đào tạo tại Phần Lan và Singapore cho gần 100 cán bộ hoạch định và thực thi chính sách về ĐMST và KNST của Việt Nam. Hoạt động này nhằm tăng cường năng lực hoạch định chính sách về ĐMST cho cán bộ trực tiếp tham gia vào quá trình chỉ đạo thiết kế, soạn thảo, phản biện, tham mưu chính sách và pháp luật về KH&CN và ĐMST; trang bị kiến thức và tư duy mới cho người học về bối cảnh quốc tế, các xu hướng quốc tế, bài học thực hành tốt nhất và kinh nghiệm của các quốc gia phát triển trong quản lý hoạt động ĐMST, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, quản lý KH&CN; từ đó, đóng góp tốt hơn cho chất lượng và hiệu quả của các chính sách phát triển KH&CN và ĐMST ở Việt Nam.

1.3. Mời các chuyên gia hàng đầu thế giới về Việt Nam thuyết trình và tham vấn chính sách về ĐMST gắn với tăng trưởng kinh tế

Cũng trong khuôn khổ hoạt động đào tạo nâng cao năng lực cho cán bộ hoạch định chính sách của Việt Nam về quản trị ĐMST, trong tháng 8 và tháng 9/2017, IPP2 đã mời hai chuyên gia hàng đầu thế giới về ĐMST vào Việt Nam thuyết trình trước Lãnh đạo và cán bộ chủ chốt của Bộ Khoa học và Công nghệ: Giáo sư Goran Roos - học giả có tầm ảnh hưởng hàng đầu thế giới về ĐMST và phát triển kinh tế và ông Esko Aho - cựu Thủ tướng Phần Lan.

Với chủ đề ĐMST với tăng trưởng kinh tế, bối cảnh mới của thế giới, kinh nghiệm của Phần Lan trong đó có các vấn đề chính sách công nghiệp và xã hội, chính sách giáo dục và phát triển kỹ năng, chính sách phát triển nghiên cứu và ĐMST và các khuyến nghị đối với Việt Nam, buổi thuyết trình của hai chuyên gia quốc tế đã thu hút sự tham dự của hơn 500 lượt đại biểu gồm Lãnh đạo Bộ Khoa học và Công nghệ, cán bộ chủ chốt của Bộ Khoa học và Công nghệ, cán bộ trẻ tiềm năng và khách mời từ Đại sứ quán Phần Lan tại Hà Nội, đại diện một số Bộ, ngành, trường đại học và hai viện hàn lâm. Bên cạnh đó, trong các ngày thuyết trình, các chuyên gia đều dự phiên thảo luận chính sách phát triển KH&CN và ĐMST phục vụ tăng trưởng kinh tế với Bộ trưởng, các Thứ trưởng và thủ trưởng của các đơn vị tham mưu chuyên ngành và tham mưu tổng hợp của Bộ Khoa học và Công nghệ, được Lãnh đạo Bộ và các đơn vị đánh giá cao.

PHẦN 2. Hỗ trợ xây dựng năng lực, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực trong KNST

2.1. Thiết kế chương trình đào tạo khung về KNST và tổ chức khóa đào tạo chuyên gia tư vấn khởi nghiệp (ToT1)

Trong năm 2015, IPP2 đã hoàn thành thiết kế Chương trình Đào tạo khung tiêu chuẩn quốc tế về

Sự hỗ trợ của IPP2 trong việc giúp Việt Nam xây dựng thể chế, chính sách quan trọng trong lĩnh vực ĐMST, khởi nghiệp và chuyển giao công nghệ có ý nghĩa lớn và tác động dài hạn tới hệ thống ĐMST quốc gia (NIS) của Việt Nam. Đặc biệt, Chương trình quốc gia về hệ sinh thái ĐMST và khởi nghiệp (Chương trình 844) là cơ sở pháp lý đầu tiên và quan trọng làm cơ sở để Chính phủ Việt Nam chỉ đạo thực hiện các giải pháp tổng thể và toàn diện hướng tới tạo lập một môi trường thuận lợi nhất cho cộng đồng khởi nghiệp và ĐMST Việt Nam.

Nhiều cán bộ qua các khóa đào tạo đã và đang trực tiếp tham gia xây dựng và tổ chức thực hiện các chính sách về ĐMST và khởi nghiệp (Đề án 844 về hệ sinh thái KNST đến năm 2025; Đề án 1665 hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp; Nghị định hướng dẫn thi hành Luật doanh nghiệp vừa và nhỏ về quỹ hỗ trợ khởi nghiệp; Nghị quyết 35 của Chính phủ về hỗ trợ phát triển doanh nghiệp đến năm 2020;...). Hoạt động đào tạo của IPP2 nhằm nâng cao năng lực cho cán bộ hoạch định chính sách góp phần hình thành và thực thi có hiệu quả các giải pháp tổng thể và toàn diện hướng tới tạo lập môi trường thuận lợi nhất cho cộng đồng khởi nghiệp và ĐMST Việt Nam.

ĐMST và khởi nghiệp làm cơ sở để từng bước chuyển giao cho các trường đại học, cơ sở đào tạo trong nước. Trên cơ sở Chương trình đào tạo khung, IPP2 đã hoàn thành Chương trình đào tạo 8 tháng (Training of Trainers 1 - ToT1) cho 12 chuyên gia tư vấn về khởi nghiệp khu vực công và tư ở cả 3 miền Bắc, Trung, Nam. Các học viên được lựa chọn trực tiếp bởi các chuyên gia quốc tế theo các tiêu chí khách quan, công khai và cạnh tranh.

Sau khi hoàn thành khóa đào tạo 8 tháng, các học viên đã trở thành hạt nhân trong mạng lưới kết nối chuyên gia về tư vấn KNST, thành lập được các công ty dịch vụ khởi nghiệp, tổ chức các khóa đào tạo tự nguyện ở các trường phổ thông, trường đại

học, cơ quan nhà nước; tổ chức các hội nghị, hội thảo, câu lạc bộ để lan tỏa và truyền bá các kiến thức và tư duy mới về KNST trong cả nước.

Trong năm 2016, nhóm này đã tổ chức các diễn đàn “Fail Smart” tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh (chia sẻ kinh nghiệm thất bại trong khởi nghiệp, truyền bá văn hóa dũng cảm chấp nhận, đương đầu với rủi ro, thất bại để thành công trong tương lai), thu hút sự tham gia của đông đảo các bạn trẻ khởi nghiệp và sinh viên các trường đại học.

2.2. Tổ chức Chương trình đào tạo tăng tốc về ĐMST và khởi nghiệp trong 6 tháng (Innovation Accelerator Program - IAP) để cung cấp các hỗ trợ mềm cho các nhóm dự án khởi nghiệp được IPP2 tài trợ trong năm 2015

Cùng với các tài trợ vốn mới cho hoạt động của các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST có tiềm năng tăng trưởng cao và các liên danh cung cấp dịch vụ hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, IPP2 đã song song hỗ trợ các dự án này trong việc nâng cao kỹ năng và kiến thức về hoạt động khởi sự kinh doanh, phát triển hoạt động kinh doanh, cải thiện mô hình kinh doanh, kỹ năng thuyết trình gọi vốn,... thông qua IAP này.

2.3. Hợp tác và hỗ trợ các trường đại học đào tạo giảng viên nguồn về ĐMST và khởi nghiệp (ToT2), hình thành hệ sinh thái KNST trong khuôn viên các đại học

- Trong khóa đào tạo giảng viên nguồn về khởi nghiệp và ĐMST đầu tiên năm 2016, IPP2 đã lựa chọn 11 trường đại học của Việt Nam đại diện cho cả ba miền Bắc, Trung, Nam, khu vực công và tư để hợp tác đào tạo, gồm: Đại học Ngoại thương, Đại học Bách khoa Hà Nội, Đại học Bách khoa Đà Nẵng, Đại học Bách khoa TP. Hồ Chí Minh, Đại học Công nghệ Sài Gòn; Đại học Nha Trang; Đại học Đà Lạt; Đại học FPT; Đại học Tài chính - Marketing TP. HCM; Đại học Mở TP. Hồ HCM; Cao đẳng Công nghiệp Huế. Trường Nghiệp vụ quản lý của Bộ Khoa học và Công

Từ giữa năm 2016, IPP2 bắt đầu triển khai hoạt động hợp tác với các trường đại học của Việt Nam để đưa chương trình và phương pháp đào tạo về ĐMST và khởi nghiệp vào giảng dạy trong các trường đại học, thúc đẩy sự hình thành và phát triển hệ sinh thái ĐMST của các trường đại học. Đến nay, IPP2 đã tiến hành được 5 khóa đào tạo giảng viên nguồn (ToT2) cho 150 cán bộ, giảng viên đến từ trên 50 trường đại học và các cơ quan hỗ trợ KNST ở cả ba miền Bắc, Trung, Nam. Nhiều trường đại học đã hình thành các hệ sinh thái KNST, bước đầu phát triển năng động và tích cực, có sức lan tỏa đến cộng đồng các trường đại học của Việt Nam. Qua đó, góp phần thúc đẩy sứ mệnh của các trường đại học cung cấp cho xã hội và doanh nghiệp nguồn nhân lực có chất lượng cao, từng bước đổi mới tư duy và văn hóa về ĐMST và khởi nghiệp, kết nối và lan tỏa văn hóa khởi nghiệp, văn hóa ĐMST từ các trường đại học ra ngoài xã hội và cộng đồng.

nghệ tham gia với tư cách dự thính.

Mỗi trường cử 3 giảng viên (tổng số 33 giảng viên của 11 trường đại học và 2 giảng viên dự thính của Trường nghiệp vụ quản lý) tham gia Chương trình đào tạo trong 6 tháng với các chuyên gia đến từ Phần Lan và Hoa Kỳ. Hoạt động này của IPP2 nhằm hướng tới mục tiêu dài hạn, giúp các trường thiết kế được các chương trình đào tạo về ĐMST và khởi nghiệp cho sinh viên năm cuối và các doanh nhân, từ đó, cung cấp cho xã hội và doanh nghiệp nguồn nhân lực có chất lượng cao, góp phần đổi mới tư duy và văn hóa của người Việt về ĐMST và khởi nghiệp.

- Năm 2017 và 2018, IPP2 phối hợp với các đối tác tiềm năng ở Việt Nam thực hiện việc nhân rộng mô hình đào tạo giảng viên nguồn (ToT2 Replication) với 4 khóa ở cả ba miền trong cả nước. Bên cạnh các đại học công nghệ và kinh tế, IPP2 hướng tới các đại học trong các lĩnh vực mà Việt Nam có thế mạnh hoặc cần phát triển như nông nghiệp, lâm nghiệp,



Vụ trưởng, Trợ lý Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ, Giám đốc Chương trình IPP2 Trần Thị Thu Hương phát biểu tại Sự kiện IPP Grand Harvest Day

kinh tế biển,... để đào tạo giảng viên nguồn về khởi nghiệp và ĐMST cho các trường này.

+ ToT2-TP. HCM: Đầu năm 2017, IPP2 phối hợp với Saigon Innovation Hub (SIHUB) thuộc Sở Khoa học và Công nghệ TP. Hồ Chí Minh tổ chức hoạt động đầu tiên trong chuỗi các hoạt động liên kết nhân rộng mô hình đào tạo giảng viên nguồn về ĐMST và khởi nghiệp của IPP2, với các giảng viên quốc tế đến từ Phần Lan và Hoa Kỳ, cho 23 giảng viên đến từ 6 trường đại học trên địa bàn TP. Hồ Chí Minh bao gồm: Trường đại học Khoa học tự nhiên - Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh, Trường đại học Ngoại thương TP. Hồ Chí Minh, Trường đại học Lao động - Xã hội, Trường đại học Hoa Sen, Trường đại học Nguyễn Tất Thành và Trường đại học Việt - Đức.

+ ToT2-Hà Nội: Tháng 10/2017, IPP2 hợp tác với Đại học Bách khoa Hà Nội và Đại học Ngoại thương tổ chức đào tạo giảng viên nguồn cho 32 học viên đến từ 13 trường đại học khu vực Hà Nội và phía Bắc gồm: Đại học Bách khoa Hà Nội; Đại học Ngoại

thương; Học viện Nông nghiệp Việt Nam; Học viện Ngân hàng; Đại học Quốc gia Hà Nội; Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn; Đại học Kinh tế Quốc dân; Đại học Hàng hải; Đại học Lâm nghiệp; Đại học Kiến trúc; Đại học Công nghệ Việt - Hung; Đại học Khoa học và Công nghệ Hà Nội; Đại học Nông lâm Thái Nguyên.

+ ToT2-Đà Nẵng: Tháng 1/2018, IPP2 hợp tác với Vườn ươm Doanh nghiệp Đà Nẵng DNES và Hội đồng Khởi nghiệp Đà Nẵng đào tạo 15 học viên đến từ 8 trường đại học và tổ chức trên địa bàn, gồm: Trường đại học Kiến trúc Đà Nẵng; Trường đại học Bách khoa Đà Nẵng; Trường đại học sư phạm Đà Nẵng; Trường đại học Đà Nẵng - cơ sở Kon Tum; Viện nghiên cứu và giáo dục Việt-Anh; Vườn ươm doanh nghiệp Đà Nẵng; Hội đồng Khởi nghiệp Đà Nẵng; ASEM Việt Nam.

+ ToT2-Huế: Tháng 3/2018, IPP2 hợp tác với Trường Cao đẳng công nghiệp Huế tổ chức đào tạo 34 học viên đến từ 14 trường đại học, cao đẳng và tổ

chức từ cả 3 miền, chủ yếu là khu vực miền Trung, gồm: Trường Đại học Cần Thơ; Trường Đại học Bách Khoa Thành phố Hồ Chí Minh; Trường Đại học Nha Trang; Trường Đại học Đà Lạt; Trường Cao đẳng Công thương Miền Trung; Trường Đại học Bách Khoa, Đại học Đà Nẵng; Trường Cao đẳng Công nghiệp Huế; Trường Cao đẳng Giao thông Huế; Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế; Trường Đại học Ngoại ngữ, Đại học Huế; Viện Công nghệ Sinh học, Đại học Huế; Trường Cao đẳng nghề Thừa Thiên Huế; Trường Cao đẳng Sư phạm Thừa Thiên Huế; Trường Cao đẳng Du lịch Huế.

- Từ năm 2017, IPP2 cũng thực hiện các gói tài trợ cho các dự án đại học nhằm phát triển chương trình đào tạo khung về ĐMST và khởi nghiệp; tạo lập và phát triển hệ sinh thái ĐMST và khởi nghiệp trong khuôn viên các trường đại học, trong đó có cả các dự án tích hợp giữa đại học và liên danh phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo. Các trường đại học có dự án tiềm năng nhất được lựa chọn hỗ trợ bao gồm: Đại học Ngoại thương, Đại học Bách khoa Hà Nội, Đại học Bách khoa Đà Nẵng, Đại học Tài chính - Marketing, Đại học Kỹ nghệ Sài Gòn; Đại học Nha Trang; Đại học Đà Lạt và Cao đẳng Công nghiệp Huế.

- Cuối năm 2017, IPP2 đã tổ chức khóa đào tạo kết hợp làm việc với các trường đại học lớn của Phần Lan (Đại học Aalto, Đại học Tampere,...) cho các đối tượng là lãnh đạo các trường đại học Việt Nam.

Tháng 9/2018, IPP2 dự kiến sẽ tổ chức một Diễn đàn kết nối mạng lưới hiệu trưởng các trường đại học Việt Nam và Phần Lan với sự tham dự của lãnh đạo các trường đã tham gia đào tạo tại Phần Lan, lãnh đạo Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Giáo dục và

Sự hỗ trợ của IPP2 trong hoạt động xây dựng năng lực có ý nghĩa trong ngắn hạn và về lâu dài sẽ thực sự tác động tích cực tới việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực của Việt Nam trong lĩnh vực KNST. Các đối tượng thụ hưởng chương trình đào tạo ngắn hạn chất lượng cao của IPP2 về ĐMST và khởi nghiệp bao gồm cả khu vực công và tư, từ các cán bộ hoạch định chính sách cấp trung của Việt Nam ở trung ương và địa phương; lực lượng chuyên gia tư vấn, cố vấn hỗ trợ khởi nghiệp; cho tới giảng viên các trường đại học, các cơ sở đào tạo. Chính phủ Việt Nam đã đưa vào nội dung Chương trình 844, Đề án 1665, Nghị quyết 35 về hỗ trợ phát triển doanh nghiệp đến năm 2020 một nội dung quan trọng liên quan tới việc đào tạo nguồn nhân lực, đặc biệt là nhiệm vụ đưa chương trình đào tạo về KNST vào giảng dạy trong các trường đại học Việt Nam.

Đào tạo,... để chia sẻ kinh nghiệm giữa hai quốc gia về việc hình thành hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST trong các trường đại học.

- Tháng 7/2017, tại Hội nghị thúc đẩy hoạt động nghiên cứu trong các trường đại học Việt Nam do Bộ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo và Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ đồng chủ trì, chương trình phối hợp công tác giữa hai Bộ đã được hai Bộ trưởng ký kết tại Hội nghị liên Bộ này và có nội dung hợp tác về hoạt động đào tạo giảng viên nguồn và thúc đẩy hình thành hệ sinh thái KNST trong các trường đại học.

(Còn nữa)

BAN QUẢN LÝ DỰ ÁN IPP2



STARTUP VIỆT LOGIVAN LỘT TOP 10 TẠI HỘI NGHỊ CÔNG NGHỆ CHÂU Á

VnExpress - Với "tỷ lệ chơi" 1/7, ứng dụng số hóa ngành công nghiệp vận tải vượt qua nhiều startup trong khu vực để thuyết trình tại sự kiện RISE, Hong Kong.

Công ty khởi nghiệp Logivan mới đây lọt vào phần thuyết trình dành cho Top 10 startup phát triển giai đoạn đầu (startup gọi được vốn ít hơn 3 triệu USD) tại hội nghị công nghệ và khởi nghiệp quốc tế RISE, tổ chức ngày 9-12/7 tại Hong Kong.

"Đây là cơ hội để công ty kết nối với các nhân tài trong ngành, xây dựng quan hệ với các nhà đầu tư, quỹ mạo hiểm danh giá nhất của Đông Nam Á và trên thế giới", EO Linh Phạm chia sẻ với *VnExpress*.

RISE là sự kiện bao gồm 13 hội nghị thượng đỉnh công nghệ, kết nối nhiều nền công nghiệp, được các

hãng truyền thông tên tuổi trên thế giới như *CNN*, *Wall Street Journal* và *Forbes* lần lượt đánh giá "lớn nhất tại châu Á", "ngày hội công nghệ tốt nhất hành tinh", và "sân chơi của các gã khổng lồ".

Năm nay, sự kiện tập trung hàng trăm các diễn giả, nhà lãnh đạo đến từ Amazon, Microsoft, Alibaba, Didi Chuxing...với các gian hàng triển lãm của IBM, Google, Facebook cùng các startup mới nổi như Stripe, Grab, Tinder và WeChat. Năm 2017, với sự tham gia của 650 báo đài hăng đưa tin, RISE được ước tính đã lan tỏa và tác động đến 2 tỷ người.

"Cuộc chiến Startup" (PITCH- The Startup Battle) là một trong những hoạt động nổi bật của hội nghị. Phần thi startup này sẽ quy tụ hàng nghìn công ty khởi nghiệp đang phát triển ở giai đoạn đầu trên toàn thế giới thuyết trình trực tiếp trên sân khấu. Top 70 được lựa chọn từ đơn đăng ký sẽ thuyết trình trước những nhà đầu tư, cơ quan truyền thông quốc tế và các đối tác trên toàn cầu trong vòng 3 ngày diễn ra sự kiện để lựa chọn ra top 10 chung cuộc. Startup quán quân sẽ được vinh danh tại RISE 2018.

Logivan là ứng dụng giúp số hóa ngành công nghiệp vận tải đường bộ, được đánh giá như một "Uber của xe tải". Ứng dụng cung cấp hệ thống kết hợp tự động chất lượng cao, cho phép lái xe kiếm được nhiều tiền hơn, các doanh nghiệp vận chuyển chi tiêu hiệu quả hơn, bảo vệ môi trường bằng cách giảm rác thải khí CO2 trên mỗi chuyến đưa hàng.

Theo nghiên cứu của startup, hiện 93% chủ sở hữu xe tải là các cá nhân. Các tài xế đang phải bỏ ra khá nhiều chi phí để vận chuyển hàng hóa khiến lượng CO2 thải ra gấp đôi nhưng 60-70% các chuyến xe tải lại chạy rỗng chiều về, gây lãng phí.

Theo bảng xếp hạng của Ngân hàng Thế giới (WB), Việt Nam hiện đứng thứ 64 trong 160 quốc gia toàn cầu và xếp hạng bốn trong khu vực, sau Singapore, Malaysia và Thái Lan về sự phát triển của

ngành dịch vụ logistics. Theo Hiệp hội Doanh nghiệp dịch vụ logistics Việt Nam, hiện nay chi phí trong ngành vẫn còn khá cao, tương đương với khoảng 20% GDP trong khi đối với những quốc gia phát triển, con số này chỉ chiếm 9% đến 14%.

Logivan cho biết quy mô vận tải hàng hóa đường bộ Việt Nam năm 2017 đạt khoảng 9 tỷ USD với một tỷ tấn hàng hóa, trong đó phương tiện xe tải chiếm hơn một triệu xe và tốc độ tăng trưởng trung bình của thị trường đạt 9,5%. Quy mô nền kinh tế càng lớn, thị trường vận chuyển hàng hóa càng mở rộng, là mảnh đất màu mỡ cho các công ty khởi nghiệp kinh doanh các dịch vụ trung gian.

Tháng 4/2018, startup này huy động thành công 600.000 USD từ quỹ đầu tư Insignia Ventures Partners đặt tại Singapore. Trước đó, Logivan là một trong các startup tốt nghiệp chương trình huấn luyện khởi nghiệp Topica Founder Institute (TFI), được lựa chọn tham gia "Founder Showcase" – buổi thuyết trình gọi vốn trước 40 quỹ đầu tư mạo hiểm như 500 Startup, Artesian, CyberAgent, IDG, Golden Gate Venture, Leonie Hill... Tháng 11/2017, ứng dụng chiến thắng cuộc thi khởi nghiệp UberEXCHANGE, giành tám vé đến thung lũng Silicon gặp các chuyên gia, nhà cố vấn cấp cao cùng các quỹ đầu tư uy tín./.



BUSINESS CHALLENGES 2018 GAY CẦN VỚI "CHIÊU" GIÀNH GIẬT ĐỘI THI CỦA CÁC MENTOR

Báo đầu tư - Nằm trong khuôn khổ cuộc thi khởi nghiệp Business Challenges 2018, ngày 7/7, Ngày kết nối Đội thi - Mentor “Demo Day” đã diễn ra tại Hà Nội với sự tham dự của 10 đội thi và đông đảo các nhà tài trợ, cố vấn.

Phát biểu khai mạc sự kiện, PGS-TS. Nguyễn Anh Thu, Phó Hiệu trưởng Trường Đại học Kinh tế - ĐHQGHN cho biết, sứ mệnh của Đại học Kinh tế là cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực kinh tế, kinh doanh cho xã hội. Để giữ vững mục tiêu đó, nhà trường không chỉ đào tạo kiến thức, kỹ năng mà còn trang bị kiến thức thực tế, tâm thế hội nhập và sẵn sàng thay đổi cho các em sinh viên.

“Business Challenges 2018 là cơ hội tuyệt vời,

không chỉ dành cho sinh viên Đại học Kinh tế mà cho tất cả các bạn trẻ để sẵn sàng cho hội nhập và sự thay đổi. Ngày hôm nay là ngày hết sức đặc biệt. Chúng tôi mong muốn các đội khởi nghiệp sẽ tìm được những mentor cùng chung ý tưởng và có những kinh nghiệm để cùng đồng hành với các bạn trong suốt cuộc thi, biến những ý tưởng trở thành những startup trong tương lai”, PGS-TS. Nguyễn Anh Thu nhấn mạnh.

Tại sự kiện, 10 đội thi nhánh 1 - Khởi nghiệp, đã trình bày một cách chi tiết các ý tưởng, dự án của đội mình.

Điểm hấp dẫn của cuộc thi khởi nghiệp Business Challenges 2018 đó là việc kết nối đội thi với mentor kịch tính như... các cuộc thi âm nhạc. Sau khi lắng nghe tất cả 10 ý tưởng, dự án tại Demo Day, các mentor là lãnh đạo, quản lý các doanh nghiệp và các startup thành công như BestB, Công ty bảo hiểm Bưu điện Trảng An, các chuyên gia trong lĩnh vực nhân sự, marketing, công nghệ... sẽ lựa chọn những dự án phù hợp với chuyên môn của mình để hỗ trợ.

Đối với những dự án khả thi, được nhiều mentor lựa chọn, chính các mentor này sẽ phải đưa ra những lý lẽ thuyết phục để kêu gọi đội thi lựa chọn, tham gia cố vấn. Mentor Ngô Xuân Thắng, CEO CLB học Tiếng Anh ALIBABA còn “chiêu mộ” các đội thi bằng cách “khoe” Facebook cá nhân đang có 60.000 người theo dõi, Fanpage có 2 triệu like. Theo anh Thắng, điều này sẽ hỗ trợ các đội thi trong việc truyền thông, marketing rất tốt.

Trong khi đó, nếu các đội thi không được mentor nào lựa chọn thì sẽ có cơ hội thuyết phục các mentor thêm một lần nữa.

Kết quả, cả 10 đội thi đều có mentor lựa chọn để tham gia cố vấn. Theo TS. Hồ Chí Dũng, Phó trưởng Ban tổ chức Business Challenges 2018, điều này cho thấy các dự án được lựa chọn vào vòng này đều là các dự án được chuẩn bị kỹ lưỡng, có tính khả thi cao.

Sau phần kết nối đội thi với mentor, mỗi đội đã chọn được 1 mentor chính và 2 mentor phụ để cùng đồng hành trong suốt cuộc thi và trong tương lai.

Kết quả Vòng 2 - Beginning của cuộc thi Business Challenges 2018 sẽ được công bố vào ngày 20/7, trước khi các đội thi bước vào Vòng 3 - Challenging với thử thách Gọi vốn./.

10 ĐỘI THI NHÁNH 1 - KHỞI NGHIỆP

Đội 1: U-Farm với dự án cùng tên là ý tưởng về dự án nông trại “xanh” cung cấp thực phẩm sạch ra thị trường - Mentor chính là Ông Bùi Phương Nam.

Đội 2: Yolife cùng ý tưởng Trung tâm dành cho người cao tuổi với các dịch vụ: Lớp học Internet, Lớp khiêu vũ dưỡng sinh, Lớp học handmade, Lớp học tiếng Anh cơ bản - Mentor chính Bà Phạm Thị Thanh Hoa.

Đội 3: Bù nhìn rơm với dự án Kinh doanh sản phẩm thủ công thú nhồi rơm nhằm mục đích phát triển sản phẩm thủ công - Mentor chính Ông Nguyễn Việt Linh.

Đội 4: 6Sense với dự án Xây dựng bộ câu hỏi và tổ chức gameshow trí tuệ với mục đích xây dựng Apps bộ câu hỏi và xây dựng chương trình gameshows thực tế - Mentor chính Ông Lê Văn Hiên.

Đội 5: Home Heroes với ý tưởng cùng tên nhằm xây dựng App giúp kết nối các bạn sinh viên có thời gian rảnh với các hộ gia đình cần người làm việc nhà và làm gia sư cho con em họ - Mentor chính Ông Trần Việt Tùng.

Đội 6: TFE với ý tưởng hộp đựng thức ăn làm từ hữu cơ BOX EAT - Mentor chính Ông Trần Kiên.

Đội 7: Where trip với dự án app mang tên Where Trip - Nền tảng tìm kiếm, kết nối, chia sẻ thông tin du lịch Phượt ứng dụng giúp tìm kiếm các địa điểm, lên lịch trình nghỉ ngơi, ăn uống, đi lại và xây dựng cộng đồng người dùng đam mê du lịch phượt - Mentor chính Ông Trần Ngọc Mạnh.

Đội 8: ViShare với dự án mang tên ViShare - Ứng dụng chia sẻ đồ dùng “rảnh” với mục đích tạo điều kiện cho nhu cầu muốn thuê đồ dùng ngắn hạn trên địa bàn Hà Nội tiếp cận với những người có đồ dùng rảnh muốn cho thuê - Mentor chính Ông Trương Đức Lượng.

Đội 9: SCDeaf với dịch vụ sử dụng apps gọi video call để kết nối người Điếc với người nghe thông qua phiên dịch ngôn ngữ ký hiệu SCDeaf - Hỗ trợ và kết nối người Điếc với cộng đồng - Mentor chính Ông Phan Thái Trung.

Đội 10: Compa với dự án Healthy Food sử dụng nền tảng thương mại điện tử cho người tiêu dùng đặt mua thực phẩm, người bán bán thực phẩm trên ứng dụng - Mentor chính Ông Bùi Phương Nam.



HỖ TRỢ, KHUYẾN KHÍCH DOANH NGHIỆP NHẬN CHUYỂN GIAO, ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ, KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

Nghị định số 76/2018/NĐ-CP quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Chuyển giao công nghệ, trong đó có một số quy định hỗ trợ, khuyến khích doanh nghiệp nhận chuyển giao, đổi mới công nghệ, khởi nghiệp sáng tạo do Chính phủ đã ban hành có hiệu lực từ ngày 01/7/2018.

Theo quy định tại Nghị định, để được hỗ trợ trong việc nhận chuyển giao công nghệ từ tổ chức KH&CN, doanh nghiệp phải đáp ứng các điều kiện sau: Có dự án thuộc ngành, nghề ưu đãi đầu tư, địa bàn ưu đãi đầu tư theo quy định của pháp luật về đầu tư; có hợp đồng chuyển giao công nghệ hoặc Giấy chứng nhận đăng ký chuyển giao công nghệ (nếu thuộc đối tượng phải đăng ký chuyển giao công

nghệ); công nghệ được chuyển giao thuộc dự án thuộc ngành, nghề ưu đãi đầu tư, địa bàn ưu đãi đầu tư theo quy định của pháp luật về đầu tư.

Các hình thức hỗ trợ doanh nghiệp bao gồm: Cho vay vốn với lãi suất ưu đãi, hỗ trợ lãi suất vay để thực hiện chuyển giao công nghệ và Hỗ trợ kinh phí thông qua thực hiện nhiệm vụ khoa học và công nghệ hoặc hỗ trợ trực tiếp. Nguồn kinh phí hỗ trợ sẽ

được bố trí từ các chương trình khoa học và công nghệ cấp quốc gia; quỹ phát triển khoa học và công nghệ của doanh nghiệp, bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương; nguồn ngân sách nhà nước dành cho khoa học và công nghệ và kinh phí huy động từ các nguồn hợp pháp khác hoặc từ quỹ phát triển khoa học và công nghệ của bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương; nguồn ngân sách nhà nước dành cho khoa học và công nghệ và kinh phí huy động từ các nguồn hợp pháp khác tùy thuộc vào từng loại hình hỗ trợ.

Bên cạnh đó, nhằm hướng dẫn cho doanh nghiệp sử dụng Quỹ phát triển khoa học và công nghệ của doanh nghiệp, Nghị định cũng quy định về nội dung hoạt động đầu tư của Quỹ phát triển khoa học và công nghệ của doanh nghiệp, bao gồm: Đầu tư, đối ứng vốn đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo; Đổi mới công nghệ, ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp khoa học và công nghệ, thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ; Giải mã công nghệ, đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật cho hoạt động giải mã công nghệ; Thuê tổ chức, cá nhân trong nước, nước ngoài để tư vấn, quản lý hoạt động đầu tư của quỹ phát triển khoa học và công nghệ của doanh nghiệp theo hợp đồng giữa các bên.

Hoạt động đầu tư, đối ứng vốn đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo được thực hiện theo các hình thức sau: Góp vốn thành lập DNKSáng tạo; mua cổ phần, phần vốn góp của DNKSáng tạo; Góp vốn vào quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo; Hợp tác kinh doanh. Hoạt động đầu tư, đối ứng vốn đầu tư trên được thực hiện trong lĩnh vực, ngành nghề kinh doanh chính của doanh nghiệp và tuân theo quy định

của Luật Đầu tư, Luật Doanh nghiệp, Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa và quy định pháp luật khác có liên quan. Doanh nghiệp nhà nước thực hiện các hoạt động đầu tư đó phải tuân theo quy định về quản lý, sử dụng vốn nhà nước đầu tư vào sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

Nghị định cũng đưa ra các quy định nhằm khuyến khích hình thức hợp tác giữa doanh nghiệp với cơ quan, tổ chức, cá nhân để triển khai các dự án đầu tư đổi mới công nghệ, khởi nghiệp sáng tạo, phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ phát triển khoa học và công nghệ, hoạt động nghiên cứu chung. Một số ưu đãi doanh nghiệp được hưởng khi hợp tác với cơ quan, tổ chức, cá nhân để triển khai dự án đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng phục vụ phát triển khoa học và công nghệ như: Được ưu tiên đầu tư vào khu công nghệ cao đối với các dự án đáp ứng điều kiện về lĩnh vực công nghệ cao; Được hỗ trợ kinh phí sửa chữa và sử dụng, khai thác cơ sở ươm tạo, cơ sở kỹ thuật, khu làm việc chung với mức giá ưu đãi cho hoạt động ươm tạo, khởi nghiệp sáng tạo; đầu tư trang thiết bị dùng chung cho hoạt động ươm tạo, khởi nghiệp sáng tạo; lắp đặt hạ tầng công nghệ thông tin.

Ngoài ra, chính sách hỗ trợ, ưu đãi doanh nghiệp đầu tư cơ sở vật chất - kỹ thuật cho hoạt động giải mã công nghệ, tổ chức, cá nhân thực hiện việc giải mã công nghệ cũng được quy định cụ thể trong Nghị định. Doanh nghiệp thực hiện một trong các hoạt động đầu tư cơ sở vật chất - kỹ thuật cho hoạt động giải mã công nghệ được hưởng các ưu đãi, hỗ trợ: hỗ trợ vốn, bảo lãnh vay vốn, hỗ trợ lãi suất vay vốn từ Quỹ Đổi mới công nghệ quốc gia, tổ chức tín dụng; được ưu tiên đầu tư vào khu công nghệ cao./.



TS. Đặng Thành Trung, Co-Founder & C.I.O
Công ty TNHH Công nghệ ezCloud Toàn cầu thuyết trình
tại sự kiện

EZCLOUD: GIẢI PHÁP TỔNG THỂ CHO QUẢN LÝ KHÁCH SẠN

Đại diện cho 35 dự án khởi nghiệp nhận hỗ trợ tài chính và tư vấn từ Chương trình Đối tác đổi mới sáng tạo Việt Nam - Phần Lan giai đoạn 2 (IPP2) - Chương trình hợp tác giữa Bộ Ngoại giao Phần Lan và Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam - phát biểu tại lễ tổng kết hoạt động của Chương trình, bài thuyết trình của TS. Đặng Thành Trung, đồng sáng lập Công ty TNHH Công nghệ ezCloud Toàn cầu nhận được sự quan tâm đặc biệt của khán phòng bởi những thành tích nổi bật mà Công ty đã đạt được.

ezCloud là một giải pháp công nghệ quản lý khách sạn được phát triển dựa trên nền tảng công nghệ điện toán đám mây kết hợp cùng các nền tảng dịch vụ khác như tin nhắn, thư điện tử, giúp chủ khách sạn có thêm nhiều công cụ để chăm sóc và phát triển thêm nhiều khách hàng hơn. ezCloud chính là chìa khoá giúp chủ khách sạn tận dụng

được sức mạnh của làn sóng công nghệ 4.0 trong quản trị và kinh doanh khách sạn nhằm đẩy mạnh lợi thế cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế.

Tuy mới thành lập từ năm 2013 với 6 sáng lập viên là những người bạn cùng lớp đại học tại Khoa Công nghệ thông tin, Đại học quốc gia Hà Nội, Công ty TNHH Công nghệ ezCloud Toàn cầu đã có những

hành trình đáng khâm phục như: Top ba khởi nghiệp xuất sắc nhất của HATCH tháng 12/2015; top 15 doanh nghiệp xuất sắc nhất châu Á tham sự hội thảo của Seedstars World toàn cầu tại Thụy Sĩ vào tháng 2 năm 2016; một trong 8 DNKN được lựa chọn tham dự hội nghị thượng đỉnh toàn cầu tại PaLo ALTO, bang California, Mỹ; một trong 10 DNKN được yêu thích nhất tại Startup Festival 2016; một trong 14 doanh nghiệp điển hình tham dự hội nghị công nghệ Slush tại Hensiki, Phần Lan vào 11/2016, top 10 Best Startup tại Startup Festival Vietnam 2016...

ezCloud ra đời từ ý tưởng của những người đồng sáng lập mong muốn xây dựng một phần mềm dựa trên những kiến thức học được ở trường để phát triển một sản phẩm của riêng mình - một sản phẩm do người Việt phát triển, trước hết dành cho người Việt và sau đó có thể mở rộng ra nước ngoài. TS. Đặng Thành Trung cho biết: "Chúng tôi nhận thấy việc tiếp nhận và phát triển các giải pháp về công nghệ thông tin tại Việt Nam không hề thua kém các nước trên thế giới. Cùng với đó, lĩnh vực du lịch là một trong những định hướng phát triển đầy tiềm năng và được sự hỗ trợ rất nhiều từ định hướng phát triển kinh tế du lịch của Đảng và Nhà nước. Do đó, ezCloud được thành lập và hướng đến việc cung cấp các giải pháp trong lĩnh vực TravelTech (Công nghệ du lịch) cho các khách sạn không chỉ để quản lý các hoạt động hàng ngày mà còn giúp các khách sạn kinh doanh và phát triển. Đây là sự khác biệt mà chúng tôi muốn mang tới cho các khách hàng của mình".

Trong những năm đầu thành lập, ezCloud gặp rất nhiều khó khăn. Mặc dù công ty được thành lập nhưng chưa có văn phòng mà chủ yếu làm việc tại quán café để tiết kiệm chi phí. Công ty cũng không có chiến lược kinh doanh mà chỉ bán hàng dựa trên các mối quan hệ và thói quen nhỏ lẻ cũng như chưa định hướng được thị trường. Bên cạnh đó, doanh thu chủ

CHẶNG ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN CỦA EZCLOUD

- 14/8/2013: Chính thức thành lập
- 10/2013: Ra mắt phần mềm quản lý khách sạn ezFolio 1.0
- 11/2013: Hợp tác cùng Công ty Goo-M triển khai hệ thống phần mềm ezFolio
- 4/2014: Ra mắt phần mềm quản lý khách sạn ezFolio 2.0
- 7/2014: Hợp tác và nhận tài trợ lần một từ Microsoft.
- 10/2014: Ra mắt hệ thống đặt trực tuyến ezHotel.vn với gần 1000 khách sạn tham gia bán phòng
- 5/2015: Thành lập chi nhánh Công ty tại TP. Hồ Chí Minh
- 7/2015: Nhận tài trợ lần 1 từ dự án IPP
- 10/2015: Ký kết hợp tác chiến lược với Công ty Sitenminder, Sydney, Australia
- 11/2015: Giành giải thưởng Doanh nghiệp có giải pháp sáng tạo tại HATCHIFAIR
- 12/2015: Ra mắt phần mềm quản lý khách sạn ezCloudHotel trên nền tảng điện toán đám mây
- 3/2016: Nhận tài trợ lần 2 từ Microsoft
- 4/2016: Nhận tài trợ lần 2 từ IPP
- 6/2016: Top 8 doanh nghiệp tham dự diễn đàn khởi nghiệp toàn cầu GES 2016, Mỹ
- 7/2016: Ký kết hợp tác chiến lược với Công ty STAAH, NewZealand
- 10/2016: Trở thành đối tác chiến lược với Tập đoàn Viettel
- 11/2016: Một trong 4 DNKN được đại diện trình bày tại Techfest do Bộ Khoa học và Công nghệ tổ chức
- 11/2016 Một trong 14 doanh nghiệp điển hình tham dự hội nghị công nghệ Slush tại Hensiki, Phần Lan
- 12/2016: top 10 Best Startup tại Startup Festival Vietnam 2016
- 1/2017: Ký kết hợp tác chiến lược với Công ty Kwork, Phần Lan; Công ty Cytech, Singapore
- 8/2017: Thành lập Công ty TNHH Công nghệ ezCloud, trụ sở tại Singapore để mang sản phẩm của người Việt ra nước ngoài
- 11/2017: Ký thoả thuận hợp tác với Công ty Book Logic tại Đức
- 2/2018: Mở văn phòng đại diện tại Indonesia và Thái Lan
- Và hành trình này vẫn đang tiếp tục



Văn phòng làm việc của Công ty TNHH Công nghệ ezCloud Toàn cầu tại 266 Đội Cấn, Ba Đình, Hà Nội

yếu đến từ việc bán sản phẩm nên khá ít ỏi. Số lượng các đồng sáng lập Công ty trong giai đoạn đầu nhiều hơn nhân viên và phải kiêm nhiệm hầu hết tất cả các công việc từ kinh doanh, marketing, tài chính, phát triển sản phẩm, ... mà không có lương trong vòng 2 năm. Tuy nhiên, do không có nhiều kinh nghiệm nên việc kiêm nhiệm hiển nhiên là không có hiệu quả. Trong khi đó, Công ty không có định hướng phát triển sản phẩm cụ thể, chỉ dựa trên các yêu cầu của khách hàng nên sản phẩm không được định hình một cách rõ ràng. Cùng với đó, áp lực không chỉ đến từ công việc mà còn đến từ phía gia đình.

Anh Trung cho biết: "Đây cũng là hoàn cảnh chung của các startup trong giai đoạn đầu thành lập và thực sự nếu không có được sự hỗ trợ thì hầu hết các startup đều khó có thể vượt qua được giai đoạn này. Và thật may mắn, ezCloud đã nhận được sự hỗ trợ từ IPP, một dự án có thể coi là mang tới một bước ngoặt cho sự phát triển của Công ty".

Việc ezCloud có được sự hỗ trợ này có thể coi là khá tình cờ, do được sự giới thiệu của một người bạn. Những kinh nghiệm thực tế mà ezCloud rút ra được là trong quá trình khởi nghiệp, ngoài đam mê,

năng lực và sản phẩm hoặc ý tưởng (đây là điều hiển nhiên) thì một trong những yếu tố khá quan trọng mà startup cần phải quan tâm đó là các mối quan hệ. Và ezCloud đã nộp hồ sơ cho IPP thông qua sự giới thiệu của bạn bè và coi việc tham gia gọi vốn từ IPP là một trong những dự án quan trọng của mình nên đã có sự chuẩn bị khá chu đáo.

Là doanh nghiệp khởi nghiệp có bề dày kinh nghiệm trong việc kêu gọi đầu tư, ezCloud đã đúc rút ra một số kinh nghiệm cần chú ý như sau:

- Nghiên cứu kỹ các yêu cầu của quỹ. Mỗi quỹ tài trợ thường có các mục tiêu khác nhau, nên sẽ có các ràng buộc và yêu cầu khác nhau. Việc chuẩn bị hồ sơ phải tập trung vào các yêu cầu này;

- Hiểu rõ các vấn đề mà startup đang gặp phải và nhu cầu thực sự của startup là gì;

- Có kế hoạch chi tiết và phù hợp cho các hoạt động cũng như các chi phí tương ứng.

Anh Trung chia sẻ: "Lúc xin tài trợ, vấn đề quan tâm đầu tiên của ezCloud đối với dự án đó là nguồn vốn. Tuy nhiên, sau này ezCloud nhận ra rằng, đây không phải là vấn đề quan trọng nhất mà chúng tôi nhận được. Trên thực tế, ngoài nguồn vốn, chúng tôi

nhận được nhiều hơn thế: Đó là các mối quan hệ mới; sự tư vấn, cố vấn trực tiếp từ các mentor, những người hướng dẫn thực tế, từng bước cho chúng tôi chiến lược quản lý nhân sự, marketing, kinh doanh, thị trường, chân dung khách hàng, định hướng phát triển sản phẩm và qui trình vận hành doanh nghiệp. Với sự hỗ trợ như vậy, việc sử dụng nguồn vốn mới thực sự hiệu quả đối với các startup vì trên thực tế, các startup thường thiếu các kỹ năng quản trị, vận hành cũng như kế hoạch cụ thể trong việc sử dụng nguồn vốn". "Mô hình hỗ trợ của IPP thực sự rất quan trọng đối với các startup của Việt Nam", Anh Trung nhận định.

Sau khi thành công trong giai đoạn 1, ezCloud đã được lựa chọn vào tiếp giai đoạn 2 của IPP. Và đúng như mục tiêu của giai đoạn 2, sau khi ezCloud đã có được những kinh nghiệm vô cùng quý báu cho việc vận hành và phát triển doanh nghiệp tại giai đoạn 1, ezCloud hướng tới việc mở rộng thị trường dựa trên các sản phẩm mới được phát triển từ việc đánh giá sâu hơn về thị trường và nhu cầu của người dùng cũng như kinh nghiệm phát triển sản phẩm ở giai đoạn 1. ezCloud hiểu được là cần phải làm gì, phát triển cái gì để có thể chiếm lĩnh thị trường và đã phát triển đột phá với các sản phẩm mới của mình, tạo sự khác biệt với thị trường còn lại.

Thêm vào đó, trong giai đoạn 2, ezCloud nhờ các mối quan hệ của IPP, sự tư vấn trực tiếp của các chuyên gia thuộc nhiều lĩnh vực trong cộng đồng của IPP, ezCloud đã tích lũy được các kinh nghiệm về gọi vốn, gọi quỹ đầu tư. Đây là một trong những mục tiêu mà hầu như các startup nào cũng hướng tới khi khởi nghiệp, nhưng thực sự, nó không hề đơn giản và tiềm ẩn rất nhiều rủi ro không lường trước được nếu không có kinh nghiệm. Theo kinh nghiệm của ezCloud, trước khi gọi vốn các startup cần trả lời các câu hỏi sau:

- Gọi vốn để làm gì? Tại sao phải gọi vốn? Có thực sự cần thiết phải gọi vốn không?
- Kêu gọi vốn bao nhiêu là đủ? Bán bao nhiêu cổ

GIÁ TRỊ CỐT LÕI CỦA EZCLOUD

Tận tâm: Chúng ta là người cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho khách hàng làm dịch vụ, vì vậy con người ezCloud luôn hướng đến thái độ phục vụ tận tâm vì lợi ích cao nhất của khách hàng

Sáng tạo: Tạo ra một môi trường làm việc để mọi cá nhân đều được thoải sức sáng tạo. Chúng ta phải sáng tạo trong suy nghĩ, sáng tạo trong hành động, chỉ có sáng tạo mới tạo ra sự khác biệt, chỉ có sáng tạo mới khiến chúng ta tự hào về sản phẩm, dịch vụ của mình

Cam kết: ezCloud duy trì văn hoá giữ cam kết trong tất cả các khía cạnh: Từ cam kết với khách hàng, cam kết với đối tác, cam kết với nhà đầu tư và cuối cùng là cam kết giữa các thành viên trong công ty

Phù hợp: ezCloud luôn cố gắng cung cấp một giải pháp công nghệ phù hợp với chi phí, phù hợp với hạ tầng, phù hợp với văn hoá. Đảm bảo mục tiêu cao nhất là khiến khách hàng hài lòng với mức chi phí hợp lý

Minh bạch: Chúng tôi cố gắng xây dựng một doanh nghiệp phát triển bền vững dựa trên sự minh bạch trong tư duy, minh bạch trong quản trị và đóng góp giá trị cao nhất cho doanh nghiệp và xã hội

phần là đủ?

- Làm sao để không bị các nhà đầu tư chèn ép
- Làm sao để tìm được nhà đầu tư phù hợp với mình?

- Bạn đã có kế hoạch cụ thể để sử dụng nguồn vốn chưa?

Các nhà đầu tư thường rất giỏi về tài chính, do đó, mục tiêu của họ thường không giống như mục tiêu của startup. Chúng ta luôn mong muốn sự kết hợp với các nhà đầu tư để giải quyết được bài toán win-win cho cả hai bên. Nhưng thực tế, không phải lúc nào cũng gặp được nhà đầu tư như mong muốn, trừ các quỹ thiên thần như IPP.

Với sự hỗ trợ 2 lần từ IPP, ezCloud đã đạt được một số phát triển đáng kể: Về sản phẩm: ezCloud đã ra đời một sản phẩm mang tính đột phá tại thị trường Việt Nam, đó là ezCloudHotel, một giải pháp quản lý dựa trên nền tảng công nghệ điện toán đám mây cho

Sản phẩm



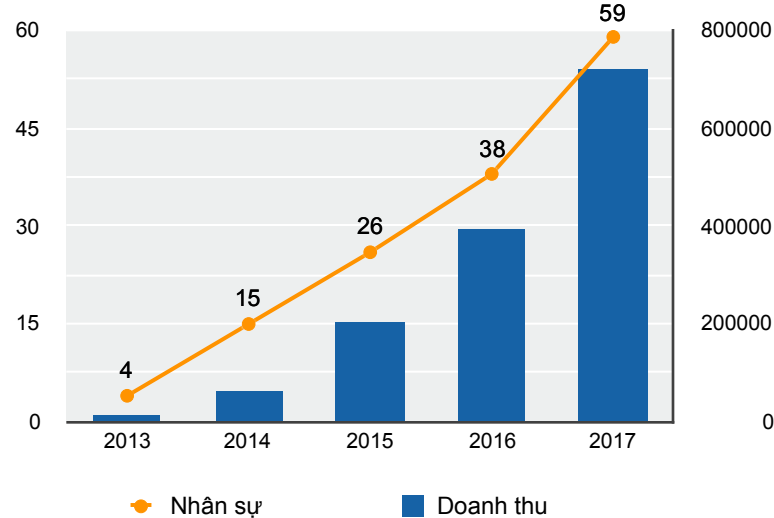
tất cả mọi người và sử dụng rất đơn giản. Từ đó, Công ty đã mở rộng và tích hợp với rất nhiều các kênh kết nối khác hỗ trợ khách sạn không chỉ quản lý mà còn kinh doanh, giúp doanh thu của khách sạn tăng lên đáng kể. Nhờ có sự hỗ trợ của IPP trong giai đoạn này, ezCloud đã có sự phát triển đột phá, vươn lên một tầm cao khác so với giai đoạn khởi nghiệp ban đầu.

Nhân sự của Công ty cũng tăng lên đáng kể, từ ngày thành lập với 4 nhân viên, hiện tại công ty đã có khoảng 80 nhân viên với doanh thu trung bình tăng trưởng 200%/năm. Đến nay, ezCloud có trụ sở ở cả 3 miền Bắc - Trung - Nam và ở Singapore, được tin dùng bởi hơn 1000 khách sạn tại 5 quốc gia gồm Việt Nam, Lào, Thái Lan, Campuchia, Myanmar, quản lý hơn 40.000 phòng khách sạn trên toàn thế giới và hơn 450 tỷ giao dịch mỗi năm.

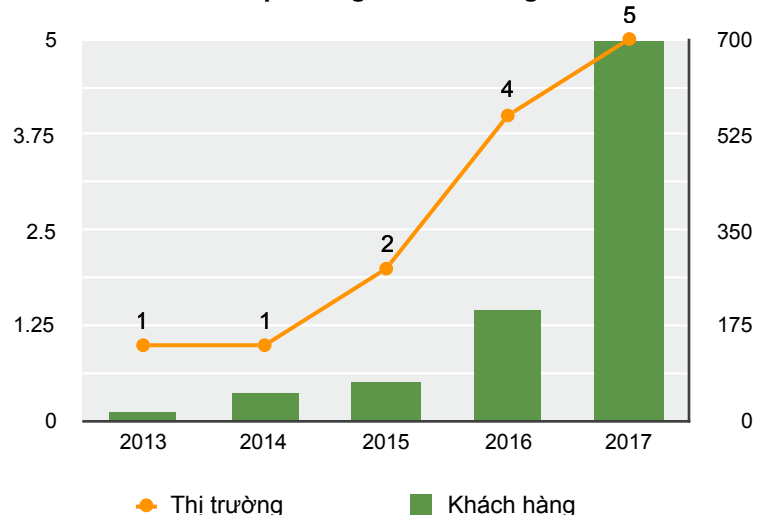
Về tầm nhìn trong thời gian tới, Công ty đặt kế hoạch đến năm 2020, trở thành 1 trong những công ty đứng đầu châu Á về lĩnh vực TravelTech, chiếm 50% thị phần trong ngành dịch vụ khách sạn và là 1 trong những công ty công nghệ hàng đầu, có môi trường làm việc đáng mơ ước tại Việt Nam.

Nguyễn Lê Hằng

Doanh thu - Nhân sự



Thị trường - Khách hàng





THÚC ĐẨY DỊCH VỤ CỦA DOANH NGHIỆP NHỜ CƠ CHẾ HOẠT ĐỘNG CỦA ĐỔI MỚI MỞ

Rất nhiều công ty chỉ chú trọng đến việc đổi mới sản phẩm mà không quan tâm tới đổi mới dịch vụ. Thậm chí rất ít công ty kinh doanh dịch vụ có hoạt động NC&PT cho các dịch vụ mà họ cung cấp. Tuy vậy trong môi trường cạnh tranh, các công ty kinh doanh dịch vụ cần phải đổi mới để khác biệt và nhờ thế phát triển. Tìm kiếm những hướng mới để tăng trưởng đòi hỏi những sáng kiến mới không chỉ cải thiện dịch vụ hiện có của công ty mà còn làm tăng khuôn khổ của dịch vụ đó, hoặc thậm chí tạo ra những dịch vụ hoàn toàn mới.

Một số khái niệm của Đổi mới mở đã được áp dụng vào đổi mới dịch vụ. Tính mở thông thường đề cập tới những cách thức chia sẻ với người khác và

mời họ tham gia. Trong mô hình đổi mới mở, có hai hình thức mở bù trừ cho nhau như đã được trình bày ở các phần trên. Thứ nhất là “bên ngoài vào” trong đó công ty tăng cường áp dụng những ý tưởng và công nghệ phát sinh ở bên ngoài vào doanh nghiệp của mình. Hình thức mở này có nghĩa là vượt qua định kiến “*không được phát minh tại đây*”, trong đó công ty độc quyền nguồn lực đổi mới của mình, thay vì chào đón những sự đóng góp từ bên ngoài.

Hình thức mở thứ hai là “bên trong ra” trong đó công ty cho phép một số ý tưởng, công nghệ hay quy trình của mình được các doanh nghiệp khác sử dụng. Hình thức mở này vượt qua được định kiến “*không bán ở đây*”, trong đó công ty độc quyền sử dụng

những đổi mới của mình, ngăn cấm việc sử dụng bên ngoài. Mở cửa bên trong có nghĩa là sẵn sàng chào đón doanh thu từ việc sử dụng bên ngoài những ý tưởng của một công ty. Hãy xem mỗi một loại hình mở được áp dụng vào đổi mới dịch vụ như thế nào.

“Từ bên ngoài vào - trường hợp của LEGO”. Công ty hoàn toàn có thể thúc đẩy vai trò của khách hàng tham gia vào quy trình đổi mới của công ty. Một số công ty, ví dụ như LEGO, đã thành công rực rỡ trong việc để cho các khách hàng tạo ra các bản thiết kế. Với LEGO, một ví dụ điển hình là chương trình LEGO Mindstorms, trong đó công ty bán kèm các động cơ có thể lập trình với các bộ phận nhựa. Việc này cho phép khách hàng xây dựng những bản thiết kế LEGO có thể di động được. Tuy vậy, một số người đã hack phần mềm đi kèm với những động cơ này, tạo ra các bản cải biến trái phép để khiến cho những bộ trò chơi LEGO có thể thực hiện nhiều chức năng hơn. Ban đầu, những người lãnh đạo LEGO cho rằng việc này là bất hợp pháp và cần ngăn cấm. Tuy nhiên, sau khi xem xét, công ty đã làm ngược lại. Họ mở phần mềm này để cho bất cứ ai cũng có thể cải biến nó và họ quan sát xem khách hàng quyết định tạo ra cái gì. Một trong những thành quả tới từ hướng mở cơ bản này là toàn bộ chương trình giảng dạy bậc trung học cơ sở được triển khai tại Mỹ để dạy cho trẻ em về lĩnh vực robot được minh họa bằng việc sử dụng LEGO. Học sinh giờ đây học cách lập trình và thiết kế, xây dựng các phương tiện vận tải LEGO để di chuyển theo một tuyến đường trên sàn hoặc bắn một quả bóng vào rổ. Thậm chí còn có những cuộc thi được tổ chức để tạo thử thách cho những người tham gia. Theo cách này, các sản phẩm của LEGO đã góp phần thúc đẩy ngành công nghiệp dịch vụ tập trung vào khoa học và giáo dục công nghệ bậc trung học cơ sở.

“Theo hướng từ trong ra: Trường hợp của Amazon.com”. Amazon không chỉ tạo ra đổi mới dịch vụ mở bằng cách mang những yếu tố bên ngoài

vào: xem xét các nhận xét của khách hàng về Amazon.com và các bên thứ 3 bán sản phẩm của họ trên trang của Amazon- mà còn bằng cách thực hiện chiến lược từ trong ra. Vì Amazon ngày càng phát triển thành công, công ty bắt đầu hợp tác với những nhà bán lẻ lớn, những người muốn có website bán hàng riêng của họ. Những nhà bán lẻ này nhận ra rằng Amazon biết rất rõ về cách thức điều hành một website bán lẻ nên muốn thuê kinh nghiệm đó để phục vụ cho mình. Lẽ ra Amazon sẽ coi kỹ năng trong lĩnh vực này là bí mật thương mại và từ chối trao những kiến thức đó cho người khác. Nhưng thay vì vậy, Amazon lại nhận ra đây là một cơ hội kinh doanh để tạo ra thêm giá trị từ kinh nghiệm bán lẻ trên Internet và hạ tầng website của mình. Amazon đã giúp những nhà bán lẻ thứ ba phát triển các website của riêng họ. Sau đó, công ty này tiến xa hơn, bằng cách đề nghị host những site của bên thứ ba này trên chính các máy chủ của công ty và vì thế mà trở thành nhà cung cấp hạ tầng cho những bên bán lẻ này. Trong một số trường hợp, Amazon còn thậm chí thực hiện các phần việc giao thương và hoàn tất đơn hàng của các giao dịch cho nhà bán lẻ. Đây là một cách thức đầy hiệu quả để thu lợi từ tri thức của mình của Amazon: đó là đưa hạ tầng mà mình xây dựng được ra thị trường để các công ty khác cũng có thể tận dụng được. Gần đây hơn, Amazon cũng thành công trong một thương vụ nữa khai thác tri thức của mình. Amazon mời chào khách hàng tiềm năng các dịch vụ điện toán đám mây của mình. Nhiều công ty nhỏ hơn Amazon thiếu khối lượng giao dịch và kiến thức để phát triển, quản lý nhân viên và trang thiết bị công nghệ thông tin của mình. Với những khách hàng như vậy, Amazon sẽ host một số chức năng IT của công ty đó và chỉ tính phí những dịch vụ thực sự được sử dụng. Đối với khách hàng, khoản đầu tư cố định lớn vào một lĩnh vực mà họ thiếu kinh nghiệm có thể được chuyển hóa thành phần chi phí biến đổi được quản lý bởi một



bên có kinh nghiệm và tri thức hơn. Với nhận thức của về việc một phần tri thức và hạ tầng của công ty có thể được dùng tận dụng để xây dựng các dịch vụ mở, Amazon đã tự xây dựng một triết lý kinh doanh mạnh hơn và giá trị hơn.

Vậy làm thế nào để thúc đẩy đổi mới sáng tạo mở trong dịch vụ?

Rõ ràng, không dễ dàng để đưa một công ty theo hướng đổi mới dịch vụ mở, đặc biệt là khi công ty đó tập trung vào sản phẩm. Tập trung vào giá trị đối với khách hàng là cách hợp lý đối với công ty để tiếp cận tới định hướng dịch vụ. Sau đây là một số cách để thúc đẩy đổi mới dịch vụ theo hướng mở.

- *Kết hợp chặt chẽ với khách hàng để phát triển những giải pháp mới.* Một cách thực hiện hướng này là những dự án thí điểm buộc công ty phải kết hợp với một nhóm khách hàng cụ thể để giải quyết một vấn đề cụ thể. IBM có một chương trình theo hướng này có tên là “Fist-of-a-Kind”. Khách hàng và IBM đều nhất trí tham gia vào dự án, với việc chia sẻ kinh nghiệm thu được từ dự án. Khách hàng có được giải pháp tốt cho vấn đề của họ trước các đối thủ, còn IBM thì có quyền tái sử dụng giải pháp này để bán

cho các khách hàng khác.

- *Tập trung vào tiện ích, thay vì vào sản phẩm.* Xerox có một chương trình dịch vụ có tên là Dịch vụ quản lý in, trong đó công ty cung cấp quy trình quản lý toàn bộ các máy in và máy copy của một khách hàng. Khách hàng chỉ phải trả một mức giá cố định/trang đầu ra, trong khi toàn bộ các hoạt động thu mua, lắp đặt, vận hành, bảo dưỡng và thay thế đều được Xerox quản lý. Dịch vụ mà Xerox đưa ra cũng làm thay đổi mức chi phí cố định trước đây giờ thành mức chi phí biến đổi đối với khách hàng. Việc này sẽ hiệu quả về vốn hơn cho khách hàng và tạo ra cơ hội phát triển sự nghiệp tốt hơn cho nhân lực trước đây phải phụ trách việc quản lý các máy in và máy photo ở các bộ phận khách hàng. Procter&Gamble đã ký thỏa thuận với Xerox và ước tính rằng công ty này sẽ tiết kiệm hơn 25% chi phí in ấn và photo.

- *“Nhúng” công ty vào khách hàng đối tác.* Một hướng thứ ba liên quan tới việc tự chuyển đổi thành một doanh nghiệp dịch vụ hiệu quả hơn là tự “nhúng” vào khách hàng đối tác và các quy trình của nó. Công ty giao hàng nổi tiếng của Mỹ UPS (United Parcel Service) đưa ra dịch vụ đảm nhận toàn bộ chức năng

chuyển hàng của khách hàng đối tác của công ty, vì vậy mà UPS có thể xử lý toàn bộ quy trình vận chuyển cho khách hàng, dù là hàng được vận chuyển bởi UPS, Dịch vụ Bưu điện Mỹ (U.S Postal Service) hay thậm chí là FedEx. Trong quá trình này, UPS đã đảm nhận thêm nhiều công đoạn vận chuyển khác của khách hàng. Việc này mang lại cho những khách hàng mới cái nhìn sâu sắc hơn về các dịch vụ mới của UPS. Ví dụ, hiện giờ công ty cung cấp cho khách hàng dịch vụ hỗ trợ logistic với việc cung ứng hàng nhập từ chuỗi cung ứng của công ty. Trước đây, UPS không có vai trò nào trong chuỗi cung ứng của khách hàng. Với những dịch vụ mới này, công ty giờ có thể cung cấp những dịch vụ mới, làm tăng mức “share of wallet” (Phần trăm chi tiêu của khách hàng với một công ty nhất định trong một khoảng thời gian nhất định) của công ty với khách hàng và tìm kiếm những nguồn lực mới cho doanh thu của mình. Trường hợp khác là IBM, IBM đã khởi động một loạt các sáng kiến thúc đẩy đưa các dịch vụ của công ty tới khách hàng. Một trong những sáng kiến nội bộ này là “Innovation Jam”, sáng kiến tìm kiếm những cơ hội kinh doanh mới thành công đến nỗi mà IBM đã tạo ra dịch vụ mới từ sáng kiến này cho khách hàng. Hiểu biết của IBM về các mô hình kinh doanh của khách hàng và nghiên cứu cải thiện các quy trình đấu giá trong bán hàng của công ty đã thu được hàng chục triệu USD cho công ty. Sáng kiến khác, Smarter Planet của IBM đã tích hợp các công nghệ với dịch vụ của công ty để mang lại những cơ hội kinh doanh mới trong những ứng dụng ví dụ như năng lượng tái tạo, quy hoạch đô thị, làm sạch nước và quản lý và bảo chế dược phẩm. Ngày nay, đơn vị Research IBM có hàng trăm nhân viên tập trung vào nghiên cứu cho các công ty dịch vụ lớn và đang phát triển của tập đoàn. Trong khi công ty vẫn phát triển phần cứng và phần mềm, thì những nhà nghiên cứu của công ty cũng đồng thời nghiên cứu việc khách hàng sử dụng công nghệ như thế nào và cách thức tốt nhất để thiết kế các quy trình

cho khách hàng để sử dụng công nghệ một cách tốt nhất.

Những công ty như IBM, Xerox và UPS đang khám phá các dịch vụ giúp mở ra những ứng dụng mà khách hàng mong muốn từ một sản phẩm. Khi công ty tạo ra một giá trị thực sự cho khách hàng, thì khách hàng sẽ không dễ ngã sang những đối thủ của công ty, những đối thủ này đang cung cấp một mức giá thấp hơn chút xíu cho cùng sản phẩm đó. Dịch vụ cũng làm một công ty khác biệt với các công ty đối thủ. Khi công ty nắm bắt được những vấn đề của khách hàng và các quy trình một cách rõ hơn, công ty này sẽ thu được những kiến thức mới để tạo ra những cải tiến mới và những dịch vụ mới mà đối thủ của công ty đó không thể biết được. Đổi mới dịch vụ là một hướng quan trọng để hướng tới những mức doanh thu mới, làm tăng lợi nhuận và làm khách hàng hài lòng hơn trong một nền kinh tế theo hướng dịch vụ. Và điều này cũng sẽ mang lại mức tăng trưởng mới và nhiều việc làm hơn cho nền kinh tế.

Kết luận

Đổi mới sáng tạo là quá trình không ngừng phát triển. Hiện nay, sự kết hợp của các công nghệ đột phá và sự tham gia của mọi thành phần trong chuỗi giá trị đã mang lại một môi trường để tạo ra những hình thức đổi mới phức tạp và hấp dẫn hơn. Đổi mới mở là một chiến lược được các công ty áp dụng nhằm cho phép các luồng thông tin, ý tưởng, tri thức, năng lực và các nguồn lực “ra” và “vào” để tối đa hóa lợi ích cho công ty. Mô hình này giờ đã phát triển vượt ra ngoài phạm vi công ty lan tỏa tới nhiều lĩnh vực khoa học công nghệ. Hình thành nên các liên minh, các cụm, các hệ sinh thái theo hướng đổi mới mở sẽ trở thành xu thế tất yếu khi mà mọi thành phần cần phải dựa vào nhau để cùng tồn tại và phát triển. Trong quá trình này, “mở” để đổi mới, để thu hút cũng như tận dụng được nội lực và ngoại lực là xu thế mới và tất yếu.

Phương Anh



DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VÀ DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Trong Bản tin trước chúng tôi đã trình bày sự khác nhau giữa doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) và doanh nghiệp khởi nghiệp, trong Bản tin này chúng tôi phân tích sự khác biệt giữa DNNVV và doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (DNKN ĐMST) qua các ví dụ thực tiễn và những vấn đề chính phủ cần quan tâm.

Steve quyết định đã đến lúc theo đuổi ước mơ của mình và mở một nhà hàng pizza. Anh sẽ chỉ sử dụng các thành phần hữu cơ, một công thức được thiết kế cẩn trọng cho lớp vỏ và một cam kết chung về môi trường. Đối với Steve, nhà hàng là cơ hội để làm việc trở lại sau thời gian ba năm không có việc làm toàn thời gian.

Vui mừng bởi những tiềm năng của các kết quả nghiên cứu gần đây của cô, Karen, một giáo sư kỹ thuật hóa học, đã quyết định nộp đơn xin bằng sáng

chế cho công nghệ hóa học bề mặt mới và cùng với một đồng nghiệp và hai sinh viên sau đại học thành lập một doanh nghiệp. Mục đích chiến lược của họ là phát triển các tấm pin mỏng như tờ giấy cho một loạt các ứng dụng.

Hai cá nhân này có điểm tương đồng quan trọng: Họ là những doanh nhân khởi sự doanh nghiệp mới đã xác định được cơ hội mới và theo đuổi cơ hội đó, không tính đến tài nguyên mà họ cần. Tuy nhiên, những điểm tương đồng của họ dừng lại ở đây.

SỰ KHÁC NHAU GIỮA CÁC DOANH NHÂN KHỞI SỰ KINH DOANH VỚI CÁC LOẠI HÌNH DOANH NGHIỆP KHÁC NHAU

Steve và Karen khác nhau về kỳ vọng cuối cùng của họ. Steve coi thành công là một nhà hàng địa phương thịnh vượng, còn Karen hy vọng sẽ phục vụ nhiều khách hàng trong các thị trường toàn cầu. Steve đổi mới thành phần độc đáo của lớp vỏ pizza và công thức nấu ăn của mình, nhưng pizza của anh cũng chỉ được công nhận là một chiếc bánh pizza. Ngược lại, Karen sẽ mang đến các tính năng và chức năng mới cho khách hàng; nếu mọi thứ suôn sẻ, các tấm năng lượng mặt trời mỏng như tờ giấy của nhóm sẽ làm thay đổi cách thức hoạt động của những người tham gia trong lĩnh vực này, cách các cộng đồng ở nông thôn sạc điện thoại di động của họ và cách thực hành y học ở các cộng đồng hẻo lánh. Nhóm của Karen cũng có thể đổi mới mô hình kinh doanh mà họ sử dụng, không chỉ đơn giản là bán các tấm pin mà còn có thể cho thuê các tấm pin này bằng các phương pháp tiếp cận khác nhau.

Steve và Karen cũng khác nhau về tài nguyên mà họ cần và cách thức họ tổ chức hoạt động kinh doanh. Trong khi Steve chủ yếu làm việc một mình trong một doanh nghiệp cá thể, Karen có một đội ngũ sáng lập viên và sẽ sớm có một hội đồng quản trị và các nhà đầu tư.

Khác nhau quan trọng nhất giữa Steve và Karen là tác động tiềm năng của họ đối với nền kinh tế. Mặc dù việc mở nhà hàng chắc chắn có những rủi ro nhất định, tuy nhiên Steve sẽ có cơ hội thành công khiếm tốn nếu anh thực hiện tốt công việc của mình. Nếu thành công, anh có thể sẽ tạo ra một số ít việc làm - chủ yếu cho nhân viên phục vụ và nhân viên nhà bếp. Ngược lại, việc kinh doanh của Karen rất mạo hiểm và có khả năng (giống như rất nhiều công ty khởi nghiệp công nghệ cao) cô sẽ thất bại, không tạo ra việc làm nào cả. Mặt khác, nếu thành công, cô sẽ tạo ra hàng chục đến hàng trăm việc làm cho các tiến

sĩ và thạc sĩ về hóa học, kỹ thuật và kinh doanh. Cô cũng có thể tạo ra các công việc chế tạo và bán hàng trên khắp thế giới.

SỰ KHÁC NHAU GIỮA KHỞI SỰ KINH DOANH VỚI DNNVV VÀ DNKN ĐMST

Các hoạt động của Karen thể hiện một loại hình khởi sự được gọi là DNKN ĐMST - sáng lập ra “các doanh nghiệp định hướng ĐMST” theo đuổi các cơ hội toàn cầu dựa trên việc mang đến cho khách hàng những cải tiến mới có lợi thế cạnh tranh rõ ràng và tiềm năng tăng trưởng cao.

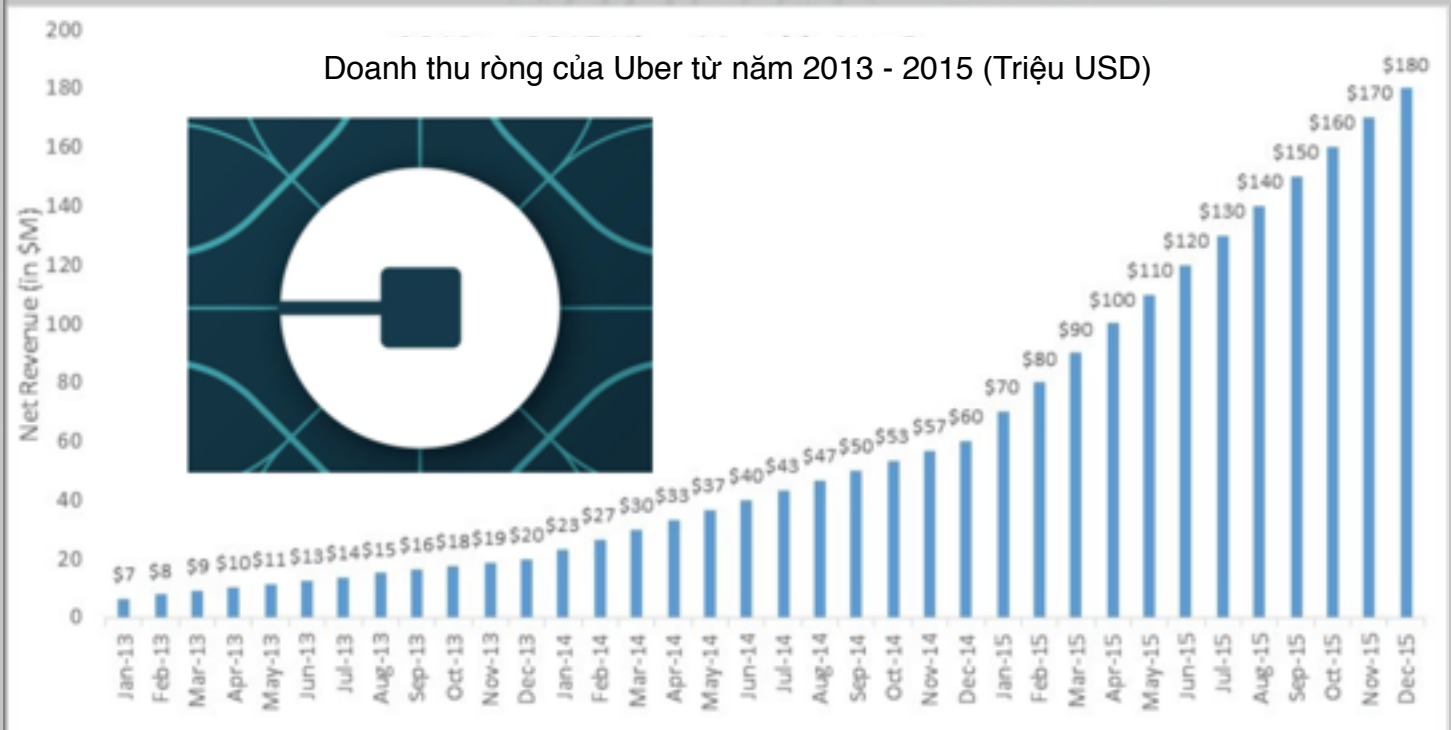
Vậy thế nào là ĐMST (Innovation)? Khái niệm ĐMST đã trở thành một thuật ngữ ngày càng sáo rỗng, nhưng có một định nghĩa rất đơn giản mà Bill Aulet của Viện Công nghệ Massachusetts tiếp nhận từ Giáo sư Ed Roberts cũng của Viện này, đó là:

Đổi mới sáng tạo = Sáng chế × Thương mại hóa

Bill Aulet đã điều chỉnh công thức của Giáo sư Robert, từ phép cộng thành phép nhân vì ĐMST không chỉ là phép cộng của sáng chế và thương mại hóa. Nếu chỉ có thương mại hóa mà không có sáng chế (sáng chế = 0) hoặc chỉ có sáng chế mà không có thương mại hóa (thương mại hóa = 0) thì cũng sẽ không có được ứng dụng ĐMST.

ĐMST (ý tưởng, công nghệ hoặc quyền sở hữu trí tuệ) là rất quan trọng nhưng người khởi nghiệp không cần thiết phải là người tạo ra điều đó. Trên thực tế, sáng chế giúp tạo nên DNKN ĐMST lại thường đến từ bên ngoài. Chẳng hạn như Steve Jobs, người đã phát hiện ra tiềm năng trong sáng chế của công ty khác (chuột máy tính của Xerox PARC là ví dụ nổi tiếng nhất) và thương mại hóa nó một cách hiệu quả thông qua Apple. Tương tự với trường hợp của Google, với doanh thu chủ yếu đến từ Adwords, những quảng cáo dựa trên từ khóa và văn bản của các trang kết quả tìm kiếm. Một công ty khác, Overture, cũng sáng tạo ra cách quảng cáo tương tự nhưng phải chờ đến Google, sáng chế đó mới được thương mại hóa thành công.

DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO



Những ví dụ trên chỉ ra rằng khả năng thương mại hóa sáng chế là rất quan trọng, nên một doanh nhân khởi nghiệp về cơ bản là người thương mại hóa sáng chế.

Ở đây các tác giả đã chú ý không sử dụng thuật ngữ khởi nghiệp “định hướng công nghệ” vì các ĐMST ở đây không chỉ giới hạn trong lĩnh vực công nghệ. ĐMST có thể là về kỹ thuật, quy trình, mô hình kinh doanh, định vị thị trường và nhiều lĩnh vực khác nữa.

Một số ĐMST thú vị nhất của thời đại hiện nay là Google, iTunes, Salesforce.com, Netflix, Zipcar... Cốt lõi của họ là đổi mới về mô hình kinh doanh. Các công ty đó có thể thành công là nhờ công nghệ, như Zipcar sẽ không thể duy trì được mạng lưới lớn xe ô tô như vậy nếu không có công nghệ đi xe mà không cần phải là chủ sở hữu của xe. Nhưng cốt lõi của thành công là nhờ sáng kiến của Zipcar coi việc đi thuê xe thay thế cho sở hữu xe chứ không chỉ là phương tiện di chuyển tạm thời cho chủ xe hay doanh nhân đi công tác đến các vùng xa xôi. Zipcar

không cần hiểu về công nghệ phức tạp để thành công nhưng họ hiểu rõ giá trị của “hợp tác tiêu dùng” đối với khách hàng.

Khi công nghệ ngày càng trở thành một dạng hàng hóa, bạn sẽ thấy ngày càng có nhiều các đổi mới sáng tạo về mô hình kinh doanh lấy công nghệ làm đòn bẩy. Vẫn còn nhiều cơ hội cho các sáng chế định hướng công nghệ trong các lĩnh vực như tích trữ năng lượng, điện tử hiệu suất cao, truyền thông không dây và nhiều hơn nữa nhưng đây không phải là định nghĩa duy nhất về ĐMST.

KHỞI SỰ KINH DOANH VỚI DNNVV

Loại hình đầu tiên là khởi sự kinh doanh với DNNVV. Loại hình doanh nghiệp này thường do một người sáng lập để phục vụ thị trường địa phương và sẽ trở thành một DNNVV hoạt động trong phạm vi địa phương đó. Doanh nghiệp thường được tổ chức theo một nhóm nhỏ, có quan hệ mật thiết với nhau, có thể là một doanh nghiệp gia đình, nơi việc kiểm soát chặt chẽ doanh nghiệp là rất quan trọng.

“Phần thưởng” cho các thành viên sáng lập

doanh nghiệp loại này là sự tự do cá nhân và dòng tiền từ việc kinh doanh. Về cơ bản, loại hình doanh nghiệp này không cần kêu gọi nhiều vốn. Khi rót thêm tiền vào doanh nghiệp thì nhanh chóng có được kết quả là tăng thêm doanh thu và tạo ra công ăn việc làm. Như vậy, doanh nghiệp có thể được phát triển tại địa phương và công việc mà họ tạo ra hầu hết là các việc không thể vươn ra toàn cầu. DNNVV thường là các doanh nghiệp dịch vụ hoặc nhà bán lẻ các sản phẩm của công ty khác. Yếu tố chính để phân biệt là họ tập trung vào các thị trường địa phương.

KHỞI SỰ KINH DOANH VỚI DNKN ĐMST

Những DNKN ĐMST có nhiều rủi ro hơn và cũng khao khát vươn xa hơn thị trường địa phương tới thị trường toàn cầu hoặc ít nhất là trong khu vực.

Những doanh nhân này thường làm việc theo nhóm để xây dựng doanh nghiệp dựa trên công nghệ, quy trình, mô hình kinh doanh, hoặc ý tưởng mới tạo ra cho họ một lợi thế cạnh tranh đáng kể so với các công ty hiện có. Họ quan tâm đến việc tạo ra của cải và giá trị hơn là việc kiểm soát công ty và thường bán cổ phần công ty để theo đuổi kế hoạch phát triển đầy tham vọng của mình.

Mặc dù DNKN ĐMST phát triển trong giai đoạn đầu chậm hơn DNNVV nhưng họ sẽ đạt được tốc độ tăng trưởng theo cấp số nhân một khi họ thu hút được khách hàng (Bảng 1). Do sẵn sàng đánh đổi quyền kiểm soát công ty để tìm kiếm sự tăng trưởng nên DNKN ĐMST thường có nhiều người đồng sở hữu. Trong khi DNNVV tăng trưởng và vẫn giữ quy mô nhỏ (dù không phải lúc nào cũng vậy), DNKN ĐMST tập trung hơn vào việc “đột phá hoặc là đóng cửa”. Để đạt được tham vọng của mình, họ phải lớn mạnh và trưởng thành nhanh chóng để phục vụ thị trường toàn cầu.

TẠI SAO LẠI CÓ SỰ KHÁC BIỆT

Sự khác biệt giữa việc thành lập DNKN ĐMST và DNNVV rất quan trọng đối với các doanh nhân khởi

sự kinh doanh. Hãy cùng một doanh nhân thứ ba khởi sự một doanh nghiệp vào cùng thời gian với Karen và Steve: Joe, một kỹ sư nhập cư với hơn ba mươi năm kinh nghiệm kỹ thuật, người đã mất việc làm trong một doanh nghiệp công nghệ lớn và quyết định thành lập doanh nghiệp riêng của mình. Anh sáng lập một doanh nghiệp nhỏ tư vấn kỹ thuật cùng với một đồng nghiệp cũ. Doanh nghiệp của Joe có thể được khởi sự với mục đích thành lập một DNNVV hoặc một DNKN ĐMST, nhưng hai con đường này hoàn toàn khác nhau. Joe có cơ hội thành công hơn nhiều nếu anh và đối tác xác định mục tiêu và sau đó xây dựng doanh nghiệp phù hợp với mục tiêu đó.

Nếu Joe muốn xây dựng một DNNVV, Joe có thể tập trung vào việc sử dụng các kỹ năng kỹ thuật của mình như một nhà tư vấn cho từng dự án. Anh có thể thuê người khác nhưng chỉ với các dự án cụ thể. Nếu Joe có bất kỳ ý tưởng sản phẩm nào, anh có thể thực hiện và cấp giấy phép cho các công ty lớn - thậm chí là người chủ cũ của mình. Để thành công, Joe cần tập trung vào việc giảm thiểu chi phí và đảm bảo một số hợp đồng nhỏ để giảm thiểu những biến động trong các cam kết và hạn chế mức độ mà anh phải sử dụng hết vốn hoặc thực hiện các thỏa thuận tuyển dụng dài hạn để phục vụ khách hàng của mình.

Mặt khác, Joe có thể xây dựng một DNKN ĐMST. Điều này sẽ đòi hỏi anh phải thực sự hiểu các kỹ năng kỹ thuật độc đáo để đưa ra thảo luận hay đàm phán. Có lẽ Joe có thể xây dựng một cơ sở dữ liệu có độ bao quát rộng các dự án trong toàn ngành công nghiệp, dựa trên kiến thức và tài liệu của riêng mình, làm nền tảng cho tư vấn với giá trị gia tăng cao trong và ngoài nước. Nếu làm điều này, Joe sẽ phải xây dựng một nhóm các cá nhân có kỹ năng cao tương tự, nhưng ở các lĩnh vực khác nhau. Trong khi anh xây dựng danh sách khách hàng (bao gồm các khách hàng hiện tại cũng như các khách hàng tiềm

BẢNG 1. SO SÁNH DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA VÀ DOANH NGHIỆP KN ĐMST

Doanh nghiệp nhỏ và vừa	Doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo
Chi tập trung vào thị trường địa phương và khu vực.	Tập trung vào thị trường khu vực/toàn cầu.
Để thành lập và phát triển DNNVV không cần thiết phải ứng dụng đổi mới sáng tạo, lợi thế cạnh tranh của DNNVV cũng không dựa vào điều này.	Doanh nghiệp dựa trên đổi mới sáng tạo (công nghệ, quy trình, mô hình kinh doanh) và lợi thế cạnh tranh tiềm năng.
Công việc không vươn ra toàn cầu, nghĩa là các công việc thường chỉ thực hiện ở địa phương như nhà hàng, tiệm giặt khô hay ngành công nghiệp dịch vụ.	“Công việc có thể vươn ra toàn cầu, tức là các công việc không chỉ thực hiện tại địa phương.
Thường là doanh nghiệp gia đình hoặc doanh nghiệp với rất ít vốn đầu tư từ bên ngoài.	Chủ sở hữu đa dạng hơn bao gồm mạng lưới các nhà cung cấp vốn bên ngoài.
Doanh nghiệp tăng trưởng theo đường thẳng. Khi được bơm thêm vốn, hệ thống (doanh thu, dòng tiền, việc làm...) sẽ tăng nhanh chóng.	Doanh nghiệp thường bị thua lỗ trong thời gian đầu nhưng nếu thành công thì sẽ đạt được tăng trưởng theo cấp số nhân. Đòi hỏi nhiều vốn đầu tư. Khi được rót thêm vốn, doanh thu/dòng tiền/việc làm không có tác động nhanh chóng.
<p>The graph for SMEs shows a vertical y-axis labeled 'Doanh thu/dòng tiền/công việc' and a horizontal x-axis labeled 'Thời gian'. A straight line starts from the origin and slopes upwards, indicating a steady, linear growth over time.</p>	<p>The graph for disruptive startups shows a vertical y-axis labeled 'Doanh thu/dòng tiền/công việc' and a horizontal x-axis labeled 'Thời gian'. The curve starts at the origin, dips below the x-axis (representing initial losses), and then rises steeply in an exponential fashion, representing rapid growth after an initial period of investment.</p>

năng trong tương lai), nhóm của anh phải thực hiện từng dự án, xây dựng kiến thức chuyên môn để đảm bảo rằng với mỗi dự án mới, chi phí cận biên giảm xuống và giá trị gia tăng của khách hàng tăng lên. Joe có thể thực hiện tốt các dự án với chiến lược bán lỗ để thu hút khách (loss leader) ngay từ đầu để đảm bảo rằng anh có thể xây dựng một vị trí độc chiếm trong ngành công nghiệp. Ngoài ra, Joe có thể phát triển một thiết kế sản phẩm mới độc đáo đáp ứng nhu cầu của một thị trường rộng lớn hoặc ngày

càng mở rộng, nộp đơn xin bằng sáng chế và thuê một số phòng thí nghiệm để bắt đầu các thử nghiệm chứng minh ý tưởng. Chi phí vốn (chi phí để nâng cấp hoặc mua mới các loại tài sản vật chất như bất động sản, nhà máy hoặc trang thiết bị để phát triển sản xuất và duy trì hoạt động của doanh nghiệp) của Joe (và rủi ro) sẽ cao hơn và có lẽ anh sẽ cần một số vốn ban đầu (có thể từ một nhà đầu tư thiên thần). Joe sẽ phải xây dựng một đội ngũ bao gồm các cá nhân có tay nghề cao thuộc các ngành nghề khác

cũng như các kỹ thuật viên. Chi phí đầu tư của Joe vào sản xuất và phân phối sẽ phụ thuộc vào lựa chọn chiến lược của anh đối với các đối tác lớn của doanh nghiệp, nhưng anh sẽ tập trung sự chú ý vào cách xây dựng lợi thế cạnh tranh và tạo ra một chiến lược hiệu quả.

Đây là hai quan điểm rất khác nhau về tương lai của Joe. Một lần nữa, không phải lựa chọn nào là tốt hơn cho Joe - nó thực sự phụ thuộc vào những gì anh mong muốn: mức độ chấp nhận rủi ro của Joe, tình hình tài chính và tầm nhìn của anh đối với việc kinh doanh mà anh mong muốn trong tương lai. Yếu tố quan trọng là sự rõ ràng về mục đích và sự theo đuổi mục đích và cơ hội đó một cách thích hợp. Hơn nữa, không có gì ngăn cản Joe thay đổi ý định và chuyển đổi hướng đi. Chúng tôi không tin rằng các DNNVV không có cơ hội trở thành DNKN ĐMST, nhưng sự thay đổi đó đòi hỏi một phân tích rõ ràng về lợi thế cạnh tranh hiện tại (và tương lai) và cơ hội thị trường khu vực và toàn cầu hợp lý và sự phù hợp giữa nhóm sáng lập và nhân viên hiện tại và các nhu cầu của DNKN ĐMST trong tương lai.

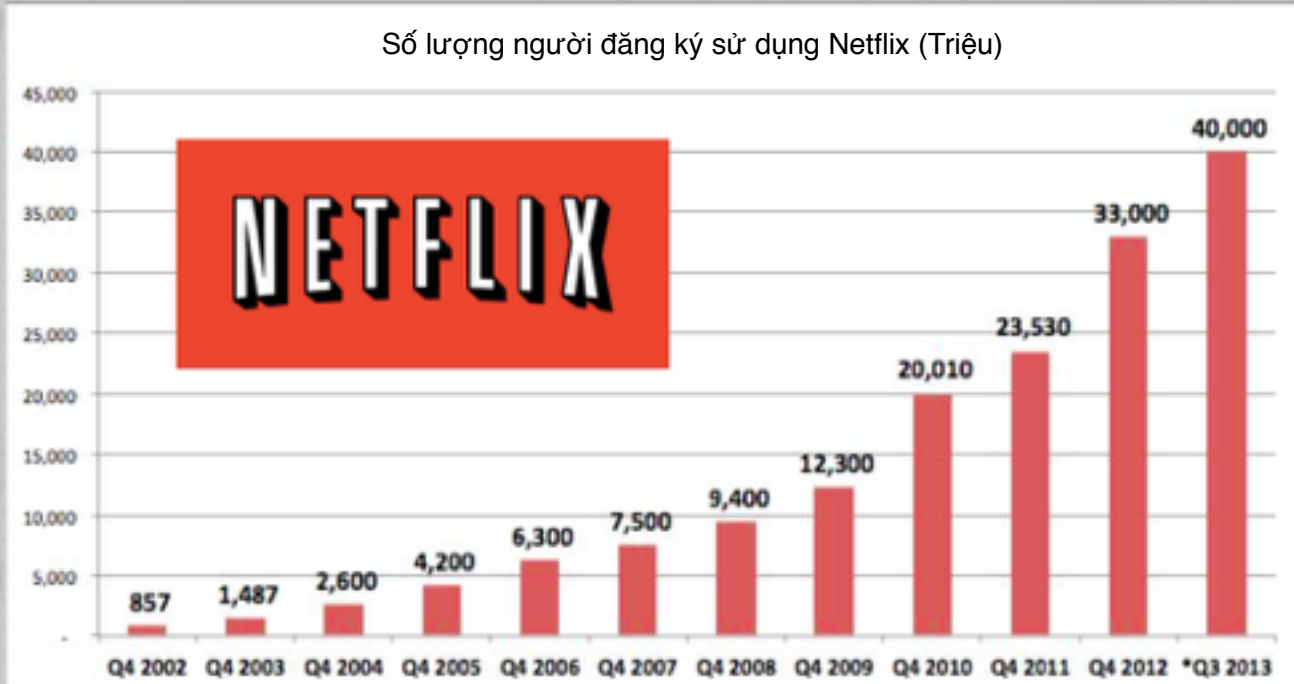
TẠI SAO CHÍNH PHỦ PHẢI QUAN TÂM ĐẾN SỰ KHÁC BIỆT GIỮA DNNVV VÀ DNKN ĐMST

Đối với các chính phủ, việc tìm cách tạo ra việc làm bằng cách thúc đẩy tinh thần kinh doanh, rõ ràng việc hiểu rõ sự khác nhau giữa các loại hình doanh nghiệp khác nhau là cần nhưng thường chưa đủ, do vì chính phủ về cơ bản không phải là tổ chức khởi nghiệp và thường tuyển những người thiếu kinh nghiệm về khởi sự kinh doanh với DNKN ĐMST hay DNNVV. Kết quả là, các chính sách thường “gộp” cả hai loại hình doanh nghiệp này với nhau, mặc dù nhu cầu của những người sáng lập khác nhau đáng kể. Từ các chương trình đào tạo và ưu đãi thuế cho các trung tâm tăng tốc khởi nghiệp và các hoạt động cố vấn, đến các chương trình hỗ trợ khởi sự kinh doanh phải được thiết kế khác nhau cho các doanh nhân thành lập DNKN ĐMST và DNNVV.

Trên thế giới, nhiều tổ chức khác nhau đã nỗ lực để thúc đẩy tinh thần kinh doanh không đạt được kết quả như mong muốn, chính xác là vì họ cố gắng giải quyết vấn đề thúc đẩy DNNVV và DNKN ĐMST thông qua chỉ một tổ chức. Sẽ tốt hơn nếu mỗi tổ chức lựa chọn một trọng tâm để thực hiện tốt, thay vì chọn cả DNNVV và DNKN ĐMST, dẫn đến việc không tập trung và không thành công. Cần có hai cấu trúc hỗ trợ riêng biệt cho hai loại hình doanh nghiệp (DNNVV và DNKN ĐMST) và cần có các nhân viên hỗ trợ khác nhau và các chương trình khác nhau.

Thậm chí quan trọng hơn, các tổ chức có ý định hỗ trợ DNNVV hoặc DNKN ĐMST cần các chuẩn đo khác nhau cho sự thành công và phải được đánh giá qua một khung thời gian khác nhau. Đối với các chương trình thúc đẩy DNNVV, trọng tâm của họ là khu vực và, nếu được thực hiện tốt, có thể cung cấp một khoản hoàn vốn ngắn hạn, nhưng không có tác động đáng kể đến việc tạo việc làm quy mô lớn. Đầu tư vào hỗ trợ DNNVV cũng hấp dẫn bởi vì nó có thể được nhắm mục tiêu theo vùng địa lý, vì vậy một chính trị gia có thể dễ dàng trực tiếp hỗ trợ các thành phần được chỉ định theo khu vực địa lý của mình. Ngược lại, một tổ chức thúc đẩy DNKN ĐMST phải có sự linh hoạt để giải quyết các chiến lược dài hạn cho tăng trưởng kinh tế, có thể chậm hơn, để tạo ra kết quả mong muốn và thường đòi hỏi một loạt các bên liên quan tham gia vào việc tăng tốc DNKN ĐMST ngoài các doanh nhân khởi nghiệp - các tập đoàn lớn, các trường đại học và các nhà cung cấp vốn mạo hiểm. Khởi sự DNKN ĐMST khó khăn hơn, nhưng nó đem lại nhiều tiềm năng lớn hơn về dài hạn. Hãy xem Ý như một ví dụ về những thiếu sót của một chiến lược gây “bối rối”, như tờ Wall Street Journal mô tả vào tháng 11 năm 2011. Tại Ý, các doanh nhân khởi sự kinh doanh ở quy mô nhỏ, tại các thị trường khu vực ổn định, đáng tin cậy, vì chính sách của chính phủ không khuyến khích khát vọng

DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP ĐỐI MỚI SÁNG TẠO



tăng trưởng của họ. Sự suy giảm tăng trưởng kinh tế của Ý một phần là do các doanh nhân không có kế hoạch thành lập các DNKN ĐMST, thay vào đó họ tập trung vào các phương pháp tiếp cận để thiết lập các DNNVV truyền thống.

Với những khác biệt này, các tổ chức thúc đẩy gộp cả DNNVV và DNKN ĐMST có xu hướng không thành công. Bất kể ý định đã được công bố trước đó, theo thời gian, họ có xu hướng phân bổ nhiều nguồn lực cho DNNVV bằng kinh phí cho DNKN ĐMST do khoản đầu tư này có kết quả nhanh chóng và có thể nhìn thấy.

Nếu tạo việc làm và thịnh vượng kinh tế là mục tiêu cho một chính phủ, thì việc thúc đẩy DNKN ĐMST phải là một yếu tố chính của chiến lược và hoạch định chính sách của chính phủ. DNKN ĐMST tạo ra nhiều việc làm mới hơn và nhiều hàng hoá xuất khẩu hơn so với DNNVV. Và để đảm bảo cơ cấu hỗ trợ phù hợp cho DNKN ĐMST, chính phủ cần thiết lập các tổ chức riêng biệt và công bằng với các chương trình và tư duy khác nhau, để hỗ trợ cho từng loại hình doanh nghiệp này.

N.L.H.