

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

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 9.2017





CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ
CÔNG NGHỆ QUỐC GIA
24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: (024) 38262718

TIN TỨC SỰ KIỆN

01

VỀ TINH THẦN KHỞI NGHIỆP:
VIỆT NAM DẪN ĐẦU THẾ GIỚI

02

BỘ KẾ HOẠCH ĐẦU TƯ SẼ
KHỞI THÔNG NGUỒN VỐN
ĐẦU TƯ KHỞI NGHIỆP

03

CÔNG BỐ CHƯƠNG TRÌNH HỢP
TÁC HỖ TRỢ THANH NIÊN KHỞI
NGHIỆP GIAI ĐOẠN 2017-2020

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

04

HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP VỚI
CÔNG NGHỆ NANO

05

TRUNG TÂM KHỞI NGHIỆP
BERLIN: SỰ TRỖI DẬY CỦA
TƯƠNG LAI

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

06

VÒNG XOẢN TIỀN TRONG HỆ
THỐNG ĐỔI MỚI QUỐC GIA



VỀ TINH THẦN KHỞI NGHIỆP: VIỆT NAM DẪN ĐẦU THẾ GIỚI

Việt Nam đang đứng đầu thế giới về Chỉ số tinh thần khởi nghiệp theo kết quả của một nghiên cứu vừa được công bố tại Diễn đàn Khởi nghiệp trẻ 2017

Khảo sát về tinh thần khởi nghiệp (AGER) tại 45 quốc gia với 50.861 người từ 14 tuổi trở lên vừa được công bố bởi sự phối hợp thực hiện của Tập đoàn Amway, Đại học Technische Universität München (TUM) và công ty nghiên cứu thị trường GfK. Đáng chú ý, theo báo cáo này, Việt Nam đứng đầu thế giới về Chỉ số tinh thần khởi nghiệp (AESI) và thứ 2 về Thái độ tích cực đối với khởi nghiệp.

Cụ thể, 91% người Việt được hỏi cho biết họ xem chuyện bắt đầu một công việc kinh doanh mới

như một cơ hội nghề nghiệp đáng ao ước. 95% có thái độ tích cực với tinh thần khởi nghiệp, làm chủ. Đồng thời, 96% cho rằng họ hoàn toàn cảm thấy thoải mái với việc tìm kiếm và thu hút khách hàng tiềm năng. Ngoài ra, 76% trả lời lý do muốn khởi nghiệp là “để được độc lập trong kinh doanh và tự chủ trong công việc kinh doanh của mình”.

Theo báo cáo, mặc dù các nhóm tuổi và nhóm học vấn khác nhau đều có cùng thái độ tích cực với khởi nghiệp, nhưng thái độ của những người lớn

tuổi và học đại học lại tích cực hơn so với nhóm ngược lại.

Nhóm tuổi 35-49 có nhiều mong muốn bắt đầu kinh doanh riêng và cũng tự tin hơn so với các nhóm tuổi khác. Đáng chú ý, nhóm trên 50 tuổi gia tăng đáng kể trong sự tự tin và ổn định của họ đối với áp lực xã hội. Trong khi đó, những người trẻ có thể do dự trong việc bắt đầu và duy trì công việc kinh doanh trong tình hình kinh tế hiện nay.

“Nghiên cứu cho thấy triển vọng tích cực của người Việt với tinh thần khởi nghiệp. Tiềm năng và tinh thần khởi nghiệp của họ cao hơn đáng kể so với những người được hỏi ở khu vực Châu Á và trên toàn cầu. Lý do đầu tiên của họ khi mạo hiểm là tìm kiếm sự độc lập và để hòa hợp với gia đình cũng như những thú vui của bản thân”, tiến sĩ Huong Nguyen làm việc tại Đại học Kinh tế Đà Nẵng, đối tác thực hiện nghiên cứu của TUM tại Việt Nam, bình luận.

Trên phạm vi quốc tế, 77% người được hỏi có thái độ tích cực đối với tinh thần khởi nghiệp. 39% người được hỏi cho rằng việc tự làm chủ trong kinh doanh sẽ hấp dẫn hơn trong 5 năm nữa. 56% cảm thấy thoải mái trong việc tìm kiếm và thu hút khách hàng tiềm năng – một yếu tố quyết định sự thành công trong khởi nghiệp.

Cả nam và nữ giới đều có thái độ tích cực đối với khởi nghiệp. Tuy nhiên, tỷ lệ sẵn sàng và thoải mái tiếp cận với khách hàng lại nghiêng về nam giới nhiều hơn. Sinh viên vừa tốt nghiệp đại học cũng có điểm số cao hơn trong những câu hỏi này so với những người chưa tốt nghiệp. Họ cũng là nhóm có thái độ tích cực với khởi nghiệp nhiều hơn so với những người chưa có bằng đại học.

“Ngày nay, môi trường làm việc đã khác đi so với trước đây, ngày càng nhiều người muốn làm việc độc lập và coi đó là sự thành công trong cuộc sống - đặc biệt là thế hệ Y (những người sinh ra trong khoảng thời gian từ 1980 đến những năm đầu thập niên 2000). Chúng tôi cho rằng, điều quan trọng cần phải thực hiện là phải có những cuộc đối

thoại khách quan nhằm thu hẹp những khoảng cách này. Từ đó, việc tiếp cận với khởi nghiệp sẽ dễ dàng hơn và không chịu tác động của bất cứ rào cản nào. Hơn hết, khởi nghiệp sẽ điều khiển kinh tế thế giới và tạo ra nhiều việc làm trong tương lai”, ông Doug DeVos - Chủ tịch Tập Đoàn Amway và Chủ Tịch Hiệp hội Bán hàng trực tiếp thế giới nhận định.





BỘ KẾ HOẠCH ĐẦU TƯ SẼ KHƠI THÔNG NGUỒN VỐN ĐẦU TƯ KHỞI NGHIỆP

Bộ Kế hoạch và đầu tư cho rằng trong bối cảnh hiện tại, việc tạo lập hành lang pháp lý về đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo cũng như các chính sách khuyến khích hoạt động này là rất cấp thiết.

Cụ thể trong Dự thảo tờ trình về ban hành Nghị định quy định chi tiết về đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo, Bộ Kế hoạch và đầu tư khẳng định trong xu hướng phát triển nhanh chóng của công nghệ thông tin, các cuộc cách mạng công nghiệp, khởi nghiệp sáng tạo (hay còn gọi là start-up) là lực lượng chính của hệ sinh thái đổi mới sáng tạo.

Các công ty khởi nghiệp sáng tạo không giống như các công ty thương mại, sản xuất kinh doanh

truyền thống vì yếu tố nghiên cứu công nghệ và sáng tạo trong các start-up rất cao. Do đó, khởi nghiệp sáng tạo gắn liền với yếu tố rủi ro, nhưng nếu vượt qua các khó khăn thì có thể đem lại giá trị kinh tế lớn.

Để có thể khởi nghiệp thành công thì vấn đề vốn luôn là điều kiện tiên quyết đối với bất kỳ một Start-up nào. Tuy nhiên, với bản chất rủi ro lớn của các Start-up thì các kênh huy động vốn truyền thống như vay vốn ngân hàng hầu như là không thể. Đầu tư mạo hiểm vào Start-up chính là cung cấp nguồn lực để nuôi dưỡng thành công các ý tưởng đổi mới sáng tạo.

Chính vì đặc thù đó, trên thế giới, Chính phủ các nước thường có chính sách khuyến khích thành lập các tổ chức đầu tư cho khởi nghiệp, đưa ra các chính sách hỗ trợ hoạt động đầu tư cho khởi nghiệp; hỗ trợ miễn, giảm thuế cho doanh nghiệp khởi nghiệp; hỗ trợ vốn mồi, vốn đối ứng, hoặc cho vay tín chấp đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp nhằm giảm thiểu rủi ro cho nhà đầu tư tư nhân.

KHỞI NGHIỆP VIỆT NAM THƯỜNG CHỈ GỌI VỐN ĐƯỢC TỪ 5.000 - 50.000 USD

Thực tế tại Việt Nam, số lượng các quỹ đầu tư trong và ngoài nước cho khởi nghiệp sáng tạo đang có xu hướng gia tăng sự hiện diện tại Việt Nam. Các quỹ ngoại như CyberAgent, 500 Startups, Golden Gate Ventures... hiện mở văn phòng đại diện hoặc có đối tác tại Việt Nam. Trong số các quỹ nội địa thì hiện tại mới có quỹ FPT Venture là đang tích cực thực hiện đầu tư cho khởi nghiệp. Nhiều nhà đầu tư trong nước khác như các công ty lớn, các nhà đầu tư cá nhân cũng đã thể hiện sự quan tâm và nhu cầu muốn đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo.

Ngoài ra còn có một số quỹ đầu tư thành lập theo Luật Chứng khoán của các ngân hàng, công ty lớn như Vietcombank, BIDV, VPBank, VietA bank, Tổng công ty dầu khí có hoạt động đầu tư cho doanh nghiệp. Ví dụ như Công ty Liên Doanh Quản Lý Quỹ Đầu Tư Chứng Khoán Vietcombank đang quản lý hai quỹ mở là Quỹ Đầu Tư Cân Bằng Chiến Lược VCBF (VCBF-TBF) và Quỹ Đầu Tư Cổ Phiếu Hàng Đầu VCBF.

Tuy nhiên, hầu hết các quỹ này không đầu tư từ giai đoạn khởi đầu của doanh nghiệp và không đầu tư nhỏ mà chỉ đầu tư vào những dự án có quy mô thường vài trăm ngàn đô. Các quỹ này đầu tư vào một danh mục đa dạng các cổ phiếu niêm yết có giá trị vốn hóa thị trường lớn và các trái phiếu Chính phủ Việt Nam. Do đó, hầu như không đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo.



Trung bình trong 3 năm gần đây, mỗi năm chỉ có khoảng vài chục doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam nhận được đầu tư từ những quỹ đầu tư trong và ngoài nước có đăng ký thành lập. Thực tế hiện nay, các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam thường huy động vốn từ các nhà đầu tư cá nhân, tổ chức chuyên đầu tư vào khởi nghiệp, thậm chí đầu tư vào các cá nhân/ nhóm cá nhân chưa thành lập doanh nghiệp mà mới chỉ đang phát triển sản phẩm, dịch vụ.

Các khoản đầu tư này không lớn, khoảng từ 5.000-50.000 USD thông qua hình thức cùng thành lập, hoặc góp vốn, mua cổ phần của các doanh nghiệp khởi nghiệp, và nhà đầu tư có vai trò như một cổ đông; thành viên góp vốn theo quy định của Luật doanh nghiệp.

Vì vậy, để khơi thông dòng vốn đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo, việc tạo lập hành lang pháp lý về đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo cũng như các chính sách khuyến khích hoạt động này là hết sức cần thiết, đáp ứng kịp thời nhu cầu thực tiễn khách quan.

Chính vì vậy hiện Bộ Kế hoạch và Đầu tư đang lấy ý kiến góp ý dự thảo Nghị định nhằm tạo lập hành lang pháp lý về đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo cũng như các chính sách khuyến khích hoạt động này ngay trên trang điện tử của Bộ.



CÔNG BỐ CHƯƠNG TRÌNH HỢP TÁC HỖ TRỢ THANH NIÊN KHỞI NGHIỆP GIAI ĐOẠN 2017-2020

Nhằm tổ chức tốt các hoạt động tư vấn, hỗ trợ và đào tạo cho thanh niên triển khai thực hiện ý tưởng kinh doanh, Trung tâm Hỗ trợ Thanh niên Khởi nghiệp đã ký kết hợp tác với Công ty TNHH VAL Making triển khai các hoạt động hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp trong giai đoạn 2017 - 2020.

Cùng với lễ ký kết sáng nay, Trung tâm Hỗ trợ Thanh niên Khởi nghiệp và Công ty TNHH VAL Making cũng bố chương trình hợp tác “Hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp” giai đoạn 2017-2020.

Cụ thể, chương trình sẽ thực hiện hỗ trợ việc đánh giá thẩm định ý tưởng, tranh biện tính khả thi

của các dự án và tổ chức các hoạt động đào tạo, tư vấn,..cho các dự án khởi nghiệp.

Bên cạnh đó, chương trình cũng sẽ cũng huy động nguồn lực tài chính, nhân lực, cơ sở vật chất phù hợp với quy định của pháp luật để hỗ trợ, toa điều kiện thuận lợi giúp thanh niên khởi nghiệp

Hoạt động đầu tiên và thiết thực nhất của chương trình là giới thiệu và phát hành cuốn sách "Khi bạn là CEO" của tác giả - TS. Võ Văn Thành Nghĩa - Cựu CEO Tập đoàn Thiên Long, số tiền nhuận bút thu được sẽ được dùng để hỗ trợ trực tiếp cho các dự án khởi nghiệp.

Phát biểu tại lễ công bố, ông Nguyễn Phi Long, Bí thư BCH Trung ương Đoàn – Chủ tịch Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam cho rằng, đây là chương trình hỗ trợ lớn cho thanh niên khởi nghiệp, Trung ương đoàn ghi nhận đánh giá cao nỗ lực của VAL Making hỗ trợ cho các doanh nghiệp nhiều vấn đề, đặc biệt là trong vấn đề tập hợp các ý tưởng.

Sự hợp tác này cũng sẽ góp phần hỗ trợ kinh nghiệm quản lý, giải quyết các bài toán thị trường, cũng như tạo ra môi trường tốt cho các bạn trẻ có đam mê nhiệt huyết.

“Tôi rất mong muốn các tổ chức, doanh nghiệp có thể làm được các chương trình như vậy để, hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp, từ đó tạo ra cơ chế, tạo ra những điều kiện tin cậy để cho các doanh nghiệp trẻ” Ông Long nói.

Trung tâm hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp (SYS) được thành lập nhằm thực hiện Nghị quyết số 49/ NĐ-CP ngày 7/6/2016 của Chính phủ; Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”; Chương trình “Thanh niên khởi nghiệp giai đoạn 2016-2021” của Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh.

VAL Making là tổ chức chuyên về hoạt động hỗ trợ, tư vấn doanh nghiệp và phụng sự cộng đồng, xã hội. Được thành lập bởi TS. Võ Văn Thành Nghĩa. Một trong những nội dung hoạt động của VAL Making là hỗ trợ các hoạt động tổ chức và quản trị doanh nghiệp đối với dự án khởi nghiệp khả thi.





HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP VỚI CÔNG NGHỆ NANO

Cùng với sự phát triển của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 những năm trở lại đây, rất nhiều lĩnh vực đã ra đời và đóng góp vào sự phát triển của ngành KH&CN. Kể từ năm 2014, sự thành công của công nghệ nano và khoa học vật liệu đã mở ra sự phát triển trong nhiều lĩnh vực công nghệ như may mặc, thực phẩm và đặc biệt là y tế... Các dược phẩm trước đây thường bào chế theo dạng viên nén hoặc bột, nhưng ngày nay, công nghệ nano trong bào chế thuốc giúp cho các hoạt chất có thể tan trong nước,

từ đó thẩm thấu vào các tế bào dễ dàng và tối đa. Công nghệ nano có thể thấy ở mọi nơi, nhưng ở Việt Nam, công nghệ này vẫn còn xa lạ và cũng không nhiều người tham gia vào nghiên cứu, ứng dụng. Tuy nhiên, trong số ít đó có một người đã dành niềm đam mê hơn 10 năm để tìm tòi và cho ra sản phẩm đặc biệt này: Tiến sỹ Lưu Hải Minh.

BƯỚC ĐẦU KHỞI NGHIỆP

Sau khi tốt nghiệp ngành công nghiệp cơ khí ô tô, trường Đại học Giao thông Vận tải, Lưu Hải Minh

tiếp tục dành thời gian học thêm về Công nghệ thông tin do trong thời gian làm luận văn tốt nghiệp tại Đại học Giao thông Vận tải anh phải sử dụng khá nhiều ứng dụng công nghệ thông tin để hoàn thiện, và quãng thời gian này, anh nhận thấy rằng Công nghệ thông tin mới chính là nghề phù hợp mà mình cần theo đuổi.

Ra trường, Hải Minh được nhận vào làm việc tại Cty VMEP-một Doanh nghiệp chuyên sản xuất xe máy của Đài Loan. Mặc dù đã có một công việc ổn định với mức lương khá cao nhưng Anh vẫn không yên tâm và luôn mong muốn một công việc nào đó liên quan đến máy tính. Thật tình cờ, một hôm Hải Minh thấy mục rao vặt trên báo có tuyển người của FPT, biết đây là một Doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực Công nghệ thông tin nên Hải Minh đã bỏ lại tất cả, nộp đơn xin thi vào làm nhân viên kinh doanh tại đây.

KHỞI NGHIỆP BẰNG ... 500 NGÀN ĐỒNG

Làm việc tại FPT được hơn một năm, sau khi đã có một chút kinh nghiệm, Hải Minh thấy rằng phải làm gì đó để có thể kiếm được nhiều tiền và thỏa nỗi đam mê kinh doanh, thế là anh quyết định rời FPT ra ngoài lập nghiệp.

Ban đầu, Hải Minh thuê một cửa hàng để bán linh kiện và máy tính. Vốn ban đầu của anh lúc này chỉ là 5 triệu đồng dành dụm được. Thực tế Hải Minh đã phải bỏ ra 4,5 triệu để trả cho 3 tháng tiền thuê nhà, số còn lại chỉ là 500 ngàn đồng, không đủ mua 1 chiếc mainboard lúc bấy giờ. Cái khó ló cái khôn, với năng khiếu kinh doanh cùng quan hệ rộng rãi, Hải Minh đã mạnh dạn mua chịu linh kiện của anh em bạn bè về để lắp máy và bán. Thật may mắn, tháng đầu tiên anh đã thu về hơn 2.000 USD, một số tiền khá lớn đối với cửa hàng nhỏ bé của mình.

Sau khoảng 3 năm tích góp với số vốn kha khá, lúc này Minh lại nghĩ rằng đã đến lúc mình phải làm cái gì đó lớn hơn và kinh doanh một cách đàng hoàng, có tên tuổi. Nghĩ là làm, Minh quyết định thành lập Doanh nghiệp.

Ngày 13/10/1997, Cty Công nghệ và Thương mại Nhật Hải ra đời, đến năm 2003 chuyển thành Cty cổ phần Dự án Công nghệ Nhật Hải – OIC. Cũng từ đó thương hiệu OIC được đăng ký bản quyền toàn cầu và chính thức bắt đầu đầu chinh phục thị trường Công nghệ thông tin.

THÀNH CÔNG TỪ NHỮNG ĐIỀU KHÁC BIỆT

Mặc dù đã đạt được những thành công nhất định, nhưng sau 10 năm gắn bó với CNTT, Hải Minh chuyển ngã rẽ sang nghiên cứu sản phẩm chăm sóc sức khỏe thuộc ngành y sinh bởi anh nhận ra xu hướng này sẽ phát triển rất mạnh.

Mê Hóa học từ phổ thông nhưng quá trình học tập lại không được gắn bó với Hóa học-Y sinh, nên khi bắt đầu khởi nghiệp vào lĩnh vực công nghệ mới, Hải Minh gặp không ít khó khăn. Anh xác định tài nguyên trên trái đất là hữu hạn, nên để sử dụng bền vững tài nguyên thì cách tốt nhất là giảm kích cỡ nguyên liệu, công nghệ nano là lời giải đáp tối ưu cho phương thức này.

Bắt đầu nghiên cứu công nghệ nano từ năm 2014, giai đoạn đầu tiên, Hải Minh định hướng làm sản phẩm nano bạc, nano đồng, nano sắt ứng dụng cho nông nghiệp nhưng khi ứng dụng thực tế ở Việt Nam, dự án gặp rất nhiều khó khăn khiến anh phải chuyển hướng: Khó khăn đầu tiên, đó là tìm kiếm các sản phẩm thành công từ nước ngoài đưa về Việt Nam. Hải Minh đã phải sang Nhật Bản để đề nghị được chuyển giao máy móc và mua một số sản phẩm về nano để nghiên cứu. Sau khi đã chiết xuất được các sản phẩm nano, khó khăn thứ hai cũng là lớn nhất chính là các sản phẩm khó được cấp phép tại Việt Nam trong khi nguồn lực tài chính có hạn.

Để có thể thực hiện Dự án về nano, Hải Minh chuyển sang nghiên cứu ứng dụng nano trong các cây dược liệu tại Việt Nam. Cụ thể, Hải Minh nghiên cứu công nghệ nano ứng dụng trong chiết xuất tinh chất từ nghệ giúp chữa trị viêm loét dạ dày có khả năng phòng chống ung thư lên đến 3% cùng với tác dụng làm đẹp, giảm cân, trị nám, làm trắng da,... Để

TS. Lưu Hải Minh: Chúng tôi đã chọn giải pháp “Bán những thứ mà khách hàng cần, chứ không chỉ bán những thứ mà mình có”



khắc phục hạn chế lớn nhất của curcumin là ít tan trong nước (nếu dùng đường để uống chỉ hấp thụ 2-3% vào máu), Hải Minh và các cộng sự đã điều chế thành công loại dung dịch nano curcumin đầu tiên mang thương hiệu “made in Việt Nam”.

Nano curcumin có kích thước siêu nhỏ giúp tiết kiệm nguồn nguyên liệu thô đang ngày càng trở nên khan hiếm và không đáp ứng đủ nhu cầu. Đồng thời trong mỗi hạt lại chứa hàm lượng trên dưới 15%-rất cao so với các sản phẩm cùng loại. Chiết xuất được kích cỡ hạt 10^{-9} rất khó khăn, thậm chí khi đạt được kích cỡ hạt nhưng không đồng nhất cũng có nghĩa là đã thất bại. Do vậy, dù là có tiềm năng nhưng không phải ai cũng có đủ kiến nhẫn tham gia được.

Qua tìm hiểu, Hải Minh thấy rằng, trong 5 năm trở lại đây, bằng sáng chế được cấp ở Việt Nam

tăng 60% nhưng hầu hết các công trình được áp dụng trong thực tế là ít ỏi. Đây là điều Hải Minh trăn trở tìm cách liên kết với các nhà nghiên cứu, nhà khoa học để đưa các công trình nano vào ứng dụng tạo các sản phẩm hữu ích với cộng đồng trong lĩnh vực y sinh.

Là một người học kỹ thuật nhưng lại khởi nghiệp thông qua kinh doanh, Hải Minh hiểu được những khó khăn để tập hợp, liên kết giữa các nhà khoa học và doanh nhân bởi nhà khoa học thường không có khả năng kinh doanh và yêu cầu phải có đầu tư để nghiên cứu, trong khi doanh nhân mặc dù thiếu sản phẩm công nghệ mới nhưng luôn yêu cầu phải có sản phẩm nghiên cứu cuối cùng mới đầu tư để tránh rủi ro. Do vậy, Hải Minh quyết định sẽ trực tiếp làm Giám đốc nghiên cứu phát triển, để có thể gần gũi và tập hợp được nhiều chuyên

gia giỏi trong lĩnh vực sinh-hóa. Đã có người hỏi Hải Minh, khởi nghiệp khi đã gần 40 tuổi liệu có muộn, đặc biệt lại trong một lĩnh vực mới và chưa có nhiều thông tin như nano nhưng với Hải Minh, Anh cho rằng có ý tưởng là có thể thực hiện được, điều quan trọng là cần tập hợp đội ngũ làm việc (TEAM) nhiệt huyết, đồng lòng. Với Hải Minh, đã có lúc đội ngũ có 5 người thì 4 người nói lời chia tay với Anh vì mặc dù ban đầu rất hào hứng nhưng đối với làm công nghệ, sau 1 năm mà chưa có sản phẩm thì cần phải nghiêm túc xem xét lại. Điều này cho thấy làm khởi nghiệp về công nghệ đòi hỏi sự kiên trì rất lớn vì thời gian cho “trái ngọt” không thể là ngày một, ngày hai. Và Hải Minh luôn quan niệm, đã làm nghiên cứu và phát triển thì dù có thể ngày mai thất bại nhưng hôm nay vẫn phải làm việc nghiêm túc, hết mình để ngày mai có thể thành công.

Để thực hiện dự án, Hải Minh và cộng sự đã phải học hỏi kinh nghiệm từ nước ngoài cũng như mua sắm máy móc của các nước có thành tựu về nano. Đôi khi, anh phải tự nghiên cứu và đặt hàng các chi tiết cho phù hợp với công nghệ của mình. Có sản phẩm tưởng đã hoàn thiện nhưng khi đi kiểm tra sản phẩm thì hạt lại không đồng nhất, tất cả thành quả nghiên cứu bị hủy hết nhưng với Hải Minh, mỗi thất bại là một lần tích lũy thêm kinh nghiệm quý báu.

Đối với hạt nano curcumin, tiêu chuẩn kích thước hạt trên thế giới từ 40-50 nm nhưng Hải Minh đặt ra với bản thân và cộng sự là 20-30 nm, khoảng cách hạt trên thế giới từ 300-500 nm nhưng anh yêu cầu khoảng cách phải xa 550 nm để người dùng chỉ cần dùng ít sản phẩm nhất nhưng đạt hiệu quả cao nhất.

Kết quả nghiên cứu của Hải Minh và nhóm cộng sự đã đưa ra các sản phẩm đồng đều, đồng

Những thành tích mà Cty OIC và cá nhân TGD Lưu Hải Minh đã đạt được: Cúp Vàng ISO, Giải Siêu cúp thương hiệu mạnh, Cúp Vàng Top 50 sản phẩm hàng đầu về Sở hữu trí tuệ, Cúp Sen vàng thương hiệu nổi tiếng VN và quốc tế, Giải thưởng Sao Khuê, Sao Vàng Đất Việt và hàng loạt chứng nhận là Tổng đại lý, đại lý vàng của Microsoft, Canon, Intel, IBM, HP, Cisco và các hãng máy tính lớn trên thế giới.

Riêng Tổng Giám đốc Lưu Hải Minh được tặng nhiều giải thưởng cao quý như: danh hiệu Nhà quản lý giỏi, Doanh nhân trẻ Thăng Long, Doanh nghiệp trẻ tiêu biểu TP Hà Nội.

nhất, có tính sinh khả dụng cao đã nhận được đánh giá cao của các chuyên gia quốc tế và đã được xuất khẩu sang Angola.

Để thuyết phục người dùng, anh đã sử dụng trước và minh chứng cho sản phẩm có hiệu quả. Đồng thời, sử dụng phần mềm thống kê, phản hồi của người dùng để không ngừng cải thiện và nâng cao. Mặc dù bằng sáng chế được cấp có giá trị 20 năm nhưng với Hải Minh, Anh chỉ thỏa thuận với nhà khoa học trong 10 năm và cho rằng sản phẩm tồn tại trong 5 năm là đạt yêu cầu bởi với anh, quá trình nghiên cứu sản phẩm mới là liên tục. Lợi nhuận đạt được, Hải Minh dành tối thiểu 30% để đầu tư trở lại nghiên cứu, thu hút thêm nhiều chuyên gia giỏi đến cộng tác.

MANG TRÍ TUỆ VIỆT VƯƠN RA THẾ GIỚI

Hiện tại, Liquid Nano Curcumin OIC đã được bán ra thị trường thông qua các kênh phân phối. Ngoài ra, sản phẩm “thuần Việt” này đã được bán tại Úc, cùng một số quốc gia nói tiếng Bồ Đào Nha như Angola và Brazil. Để tiếp cận được thị trường nước ngoài, Tiến sĩ Minh đã vạch ra rất nhiều chiến lược để phát triển thương hiệu.

Đầu tiên là phải xác định được mục tiêu tiếp

Công nghệ nano, (tiếng Anh: nanotechnology) là ngành công nghệ liên quan đến việc thiết kế, phân tích, chế tạo và ứng dụng các cấu trúc, thiết bị và hệ thống bằng việc điều khiển hình dáng, kích thước trên quy mô nanomet ($1 \text{ nm} = 10^{-9} \text{ m}$).

Nano Curcumin là một thành phần hoạt chất quý hiếm được chiết xuất từ Nghệ vàng (hoạt chất này chỉ có trong củ nghệ vàng của Việt nam). Liquid Nano Curcumin OIC - LNCO có tác dụng bảo vệ niêm mạc dạ dày, chống viêm loét dạ dày, hành tá tràng cực kỳ hiệu quả, có tác dụng hồi phục nhanh các vết thương ngoài da, sử dụng thường xuyên sẽ làm da hồng hào, căng mịn hơn. Ngoài ra, Curcumin là một chất hủy diệt tế bào ung thư cực mạnh, nó vô hiệu những tế bào ung thư, ngăn chặn tế bào ung thư ác tính mới hình thành mà không làm ảnh hưởng đến tế bào ung thư lành tính. Vì vậy, curcumin là chất phòng và chống ung thư hữu ích.

cận thị trường, có nghĩa là tìm ra một khúc hay một phân đoạn khách hàng tiềm năng mà phục vụ. Anh lấy ví dụ: Nhật Bản là nơi có mặt hàng tối đen tốt nhất, thì chúng ta sẽ chọn Nhật Bản làm thị trường kinh doanh tối đen. Để chứng minh và khẳng định rằng “Tối đen OIC của chúng tôi cũng là mặt hàng có chất lượng tốt không thua kém gì sản phẩm của quốc gia này”, Tiến sĩ Minh cho biết.

Tiếp theo, để lựa chọn thị trường mục tiêu, doanh nghiệp cần phải bắt đầu từ thị trường tổng thể (thị trường được xác định với tất cả các khách hàng cùng với nhu cầu của họ trên một khu vực địa lý có quy mô cụ thể nào đó), thu hẹp vào thị trường sản phẩm chung (là thị trường với các loại sản phẩm khác nhau có khả năng thỏa mãn một loại nhu cầu nào đó của khách hàng).

Cuối cùng, sử dụng kỹ thuật phân đoạn thị trường để xác định các thị trường thành phần (là các phân đoạn biểu hiện các nhóm khách hàng có nhu cầu đồng nhất). Sau đó lựa chọn các nhóm khách hàng có nhu cầu để xác định thị trường mục tiêu và giải pháp để chinh phục thị trường đó.

Minh Phương

TRUNG TÂM KHỞI NGHIỆP BERLIN: SỰ TRỖI DẬY CỦA TƯƠNG LAI

Tầm quan trọng kinh tế của các công ty khởi nghiệp công nghệ là rất lớn. Một nghiên cứu của Quỹ Kauffman (2011) kết luận rằng gần như tất cả các việc làm mới ở Hoa Kỳ trong khoảng giữa các năm 2000 và 2010 được tạo ra bởi các công ty công nghệ mới thành lập phát triển nhanh. Tuy nhiên, mặc dù tầm quan trọng của nó với tư cách như một động lực tăng trưởng cho việc làm là rất lớn, nhưng cơ hội thực sự để khởi nghiệp thành công là không đáng kể.



Theo một nguyên tắc chung được thừa nhận rộng rãi, cứ 10 công ty khởi nghiệp thì có 9 thất bại. Thậm chí, ở bên ngoài các trung tâm lớn, tỷ lệ thành công nhỏ nhoi này còn thấp hơn nữa. Kết quả là hầu hết các công ty khởi nghiệp thành công (ví dụ như Apple, Oracle, Yahoo, Google, Salesforce hoặc Facebook) đã được tạo ra ở không quá ba thành phố (Silicon Valley, Boston, Tel Aviv). Tuy nhiên, xu hướng này dường như sắp đi đến hồi kết.

Cùng với sự bùng nổ của công nghệ mới trên toàn thế giới, sự ra đời của các trung tâm công nghệ mới đã bắt đầu. Rất nhiều thành phố như New York, Chicago, Atlanta, Toronto, London hay Berlin đã thành công trong việc khẳng định mình là địa điểm công nghệ được thừa nhận.

XUẤT PHÁT

Tại Đức, Berlin nổi lên như là trung tâm quan trọng nhất cho việc khởi nghiệp công nghệ sau khi thống nhất vào năm 1990. Việc nổi lên vị trí hàng đầu này gắn liền với lịch sử của Berlin. Berlin đã thành công trong việc xây dựng lại chính mình như là một trung tâm văn hoá nở rộ - không chỉ đối với các chính trị gia, nghệ sĩ hay nhạc sĩ mà đặc biệt là những người sáng lập các công ty khởi nghiệp trẻ và dũng cảm. Sự phát triển này được định hình bởi một "phong trào cơ sở" gắn chặt với bối cảnh sáng tạo.

Khẩu hiệu cũ của thị trường Berlin Klaus Wowereit "arm, aber sexy" ("nghèo, nhưng quyến rũ") dường như không được áp dụng một cách triệt để nữa. Những người kinh doanh từ các bang và quốc gia khác đã đến đây và lập ra các công ty mà không có sự hỗ trợ của chính phủ. Sự đa dạng về địa lý của những người mới đến là rất đáng lưu ý. Những người tiên phong từ Scandinavia, các nước Benelux (Bỉ, Hà Lan và Lucxămbua), Pháp, Tây Ban Nha, và Ý đã bị hút về Berlin và vẫn đang tiếp tục đổ vào đây. Điều này có thể được giải thích bởi sự hấp dẫn tuyệt vời của thành phố, với một vài lý do.

THỨ NHẤT, Berlin đã tái thiết lập bản thân như một ngôi nhà cho các chính trị gia. Sau khi nước Đức thống nhất, hầu hết các cơ quan chính phủ và nhân viên của họ chuyển đến Berlin. Điều này làm tăng tính hấp dẫn của nó như một địa điểm công nghiệp.

THỨ HAI, Berlin có chi phí sinh hoạt tương đối thấp. Thậm chí phần lớn sinh viên đều có thể thuê

một căn hộ riêng hoặc phòng chung cư tại một trong những khu dân cư cũ nổi tiếng: "Kiezes".

THỨ BA, do chi phí sinh hoạt thấp này, Berlin đã trở thành địa chỉ của nhiều nghệ sĩ và công việc sáng tạo. Đặc biệt trong 20 năm qua, đã có một phong trào sáng tạo mạnh mẽ. Thông qua bản chất mở, thay thế và nổi loạn, Berlin đã cho phép nhiều nghệ sĩ tìm thấy bản thân và bắt đầu các dự án thành công. Giống như nghệ thuật, kinh doanh là một phần trong gen và tinh thần của con người. Đây là một cách khác để thể hiện sự sáng tạo cá nhân và chia sẻ nó với những người khác. Vì vậy, chúng ta thấy có mối liên hệ chặt chẽ giữa các ngành công nghiệp sáng tạo và các doanh nhân.

THỨ TƯ, tình trạng trước kia của Berlin như một thành phố chia rẽ đã tạo ra nhiều khu vực xám và các phong trào ngầm. Giống như nền văn hoá Hippie ở California, các phong trào tập trung vào "sự khác biệt" cho phép các thành viên của họ phá vỡ các quy ước xã hội - giống như việc thành lập công ty khởi nghiệp ngay cả khi cơ hội thành công thấp.

THỨ NĂM, Berlin chưa bao giờ có một cốt lõi công nghiệp mạnh mẽ. Schering (nay là Bayer) là công ty DAX mới nhất có nguồn gốc ở Berlin và có trụ sở chính tại đây. Bởi vì thiếu công nghiệp lõi, Berlin có cơ hội độc đáo để xây dựng một ngành công nghiệp thay thế dựa trên phần mềm và Internet. Hiện nay, thành phố cảm thấy bản thân như là một khởi nghiệp - nhộn nhịp, không ổn định, bấp bênh - cam kết một sự xuất phát vĩnh viễn!

1. THẾ HỆ THỨ NHẤT: KHỦNG HOẢNG DOT-COM

Sự nổi lên của Berlin gắn liền với cuộc khủng hoảng Dot-Com vào năm 2000. Ngay trước thềm thiên niên kỷ mới đã diễn ra sự bùng nổ của các doanh nghiệp Internet toàn cầu. Mục tiêu chung là sử dụng Internet làm kênh phân phối mới cho các sản phẩm và dịch vụ hiện có. Đầu tiên, các nền

tăng thương mại điện tử (Amazon & eBay), các cổng thông tin (Yahoo!) và các khách hàng email xuất hiện. Các mô hình kinh doanh web 1.0 đầy hứa hẹn này - hầu hết có nguồn gốc ở Hoa Kỳ - đã được sao chép ở Đức và được cung cấp cho thị trường Đức.

Một vài câu chuyện thành công từ thế hệ đầu tiên của Đức đã giúp truyền cảm hứng cho thêm nhiều người bắt đầu thành lập công ty của họ. Những người sáng lập ở mọi nhóm tuổi đã cố gắng số hóa các mô hình kinh doanh truyền thống để sử dụng các cơ hội phân tán và quy mô rộng lớn của Internet. Giống như chiến thắng ở cúp bóng đá thế giới vào năm 1990, đã biến nhiều thiếu niên trở thành những người ham mê bóng đá (Schweinsteiger, Lahm, Podolski, ...), những câu chuyện thành công về kinh doanh có thể truyền cảm hứng cho cả các thế hệ và cung cấp cho họ lòng can đảm để thử dần thân kinh doanh.

Một trung tâm khởi nghiệp công nghệ cần nhóm các dự án thành công đầu tiên, thông qua các phương pháp hiệu quả tốt nhất và truyền lại cho thế hệ tiếp theo. Rocket Internet và Gate5 là những ví dụ của các công ty như vậy ở trung tâm Berlin. Tuy nhiên, hầu hết những người sáng lập đều thử lần đầu tiên. Tốc độ thành công rất chậm do thiếu kinh nghiệm, vốn và cố vấn. Berlin đã trải qua giai đoạn này từ năm 1998 đến năm 2008.

2. THẾ HỆ THỨ HAI: TỪ NĂM 2008

Trong thế hệ thứ hai (ví dụ, sau khi Gate5 được bán cho Nokia), những người sáng lập thành công trở thành các nhà đầu tư giai đoạn đầu, gọi là "Thiên thần cho kinh doanh", ví dụ như Christophe Maire.

Những người khác lại trở thành những doanh nhân nổi tiếp bắt đầu với những ý tưởng mới và bán chúng thành công, ví dụ như Holger G. Weiss (trước đây là Gate5, sau đó là AUPEO, được bán cho Samsung). Trong giai đoạn này, một số khởi nghiệp thành công trong lĩnh vực B2C và B2B đã



BẢNG 1. DANH SÁCH CÁC CÔNG TY TẠI BERLIN

Khởi nghiệp	Năm thành lập	Vốn đầu tư (USD)	Đã bán	Loại hình
Soundcloud	2007	123.000.000	No	B2C
6Wunderkinder	9/2010	25.000.000	No	B2C
Readmill	11/2010	n/a	No	B2C
Gidsy	2011	1.200.000	GetYourGuide	B2C
AUPEO!	2008	n/a	Samsung	B2B
SocialBakers	10/2008	34.000.000	No	B2B
Sociomantic Labs	1/2009	n/a	No	B2B

được tạo ra và cung cấp các giải pháp sáng tạo thay vì chỉ sao chép các doanh nghiệp Mỹ. Bảng 1 là một danh sách mặc dù chưa đầy đủ các công ty khởi nghiệp thế hệ thứ hai ở Berlin.

Trong khi thế hệ đầu tiên phải đi qua khu rừng internet không hề có hướng dẫn, thế hệ thứ hai được hỗ trợ bởi một số vườn ươm ở các trường đại học (ví dụ Viện Hasso Plattner) và các trung tâm thúc đẩy (accelerator). Trong vài năm gần đây, một số chương trình thúc đẩy đã được thành lập tại Berlin: Startupbootcamp, Học viện Khởi nghiệp Berlin, Axel Springer và Microsoft. Các nhà cung cấp dịch vụ đầu tiên tập trung vào các khởi nghiệp đã xuất hiện - ví dụ như cơ quan tuyển dụng i-Potentials hoặc các nhà xây dựng công ty khởi nghiệp giống như dự án A. Tất cả tập hợp với nhau đã tạo thành một cơ sở hạ tầng lớn gồm luật sư, kế toán, ngân hàng và các nhà đầu tư mạo hiểm cho các công ty mới khởi nghiệp. Nhờ sự phát triển này, các tài năng trẻ cũng trở nên dễ dàng hơn cho các công ty công nghệ.

THẾ HỆ THỨ BA sẽ tìm thấy một trung tâm khởi nghiệp hoàn chỉnh và nhiều công ty thành công hơn sẽ phát triển. Tuy nhiên, câu hỏi quan trọng nhất là sự phát triển này sẽ bền vững như thế nào. Những tin đồn độc địa cho rằng bữa tiệc khởi nghiệp ở Berlin đã kết thúc và giờ đây được coi là một loạt

những hạn chế, giải cứu và phá sản. "Sau một thời gian dài bùng nổ, chủ nghĩa hiện thực lan truyền khắp căn cứ internet tại Spree. Nếu không có thêm vốn đầu tư mạo hiểm, khoảng cách tới Thung lũng Silicon sẽ vẫn quá xa vời" được viết bởi Michael Kroker tại Wirtschaftswoche và được trả lời bằng một lời phê bình gay gắt của các nhà đầu tư mạo hiểm ở Berlin (Olaf Jacobi, Ciarán O'Leary, Christoph Janz, ...).

KHÔNG CÓ TRUNG TÂM KHỞI NGHIỆP HOÀN HẢO

Không có trung tâm khởi động nào là hoàn hảo - Thung lũng Silicon cũng vậy. Một sự so sánh đơn giản của Berlin bằng khả năng cấp vốn kinh doanh dường như không chính xác. Quá nhiều vốn làm cho tài năng trở nên đắt đỏ, làm tăng chi phí hiệu quả của công ty khởi nghiệp công nghệ rất nhiều. Đây là lý do tại sao Thung lũng Silicon đang bị thiếu các chuyên gia CNTT.

Mỗi trung tâm khởi nghiệp phải tạo ra bản sắc và những lợi thế độc đáo. Do đó, đánh giá sau đây nhằm mục đích xây dựng một sự hiểu biết tốt hơn về địa vị Berlin như một trụ sở Internet và diễn giải về sự cần thiết của một kế hoạch 20 năm.

BERLIN 2014

Mặc dù đang cạnh tranh với London và Tel Aviv về vốn và tài năng nhưng Berlin được gọi là vườn

uơm cho sự đổi mới sáng tạo hoặc thậm chí là một Thung lũng Silicon châu Âu'. Berlin là một thời nam châm cho những nhà sáng lập tài năng của Thụy Điển như Alexander Ljung (Soundcloud) hay Henrik Berggren (Readmill) và đang được các nhà đầu tư danh tiếng lựa chọn kinh doanh (EarlyBird, ...). Ngoài ra, các công ty khởi nghiệp công nghệ của Hoa Kỳ (AirBnB, General Assembly) đang tập trung tại thành phố để xây dựng các hoạt động của châu Âu và tiếp cận cộng đồng địa phương. Matthew Brimer, đồng sáng lập của General Assembly, ghi nhận rằng "Berlin là một trung tâm đầy tham vọng. Những sự tương đồng có thể được thấy giữa New York một vài năm trước đây và Berlin ngày hôm nay".

Dựa trên năm tiêu chí - thị trường, vốn, tài năng, văn hoá và cơ sở hạ tầng - Berlin được đánh giá là một địa điểm công nghệ đang phát triển để đạt được sự cần thiết của một tầm nhìn 20 năm để xây dựng nó như là một trung tâm khởi nghiệp 'tự duy trì vận động'.

THỊ TRƯỜNG

Là thủ đô của nền kinh tế lớn nhất châu Âu, Berlin mở ra các cơ hội thị trường to lớn. Hàng nghìn bạn trẻ làm việc trong các ngành công nghiệp âm nhạc và tiếp thị của Berlin là những người am hiểu công nghệ và cởi mở đối với sự đổi mới. Tuy nhiên, chỉ tập trung vào riêng thị trường Đức dường như không có vẻ hứa hẹn. Do đó, hầu hết các công ty mới thành lập tự xác định bản thân là "sinh ra ở quy mô toàn cầu"; nghĩa là không hạn chế trong những thị trường mục tiêu nhất định.

Tuy nhiên, những người sáng lập doanh nghiệp ở Berlin có thể tham vọng hơn: Báo cáo Hệ sinh thái Startup vào năm 2012 cho thấy, những người sáng lập ở Berlin tập trung vào các khe hở thị trường nhỏ nhiều gấp đôi so với các đồng nghiệp của họ ở Thung lũng Silicon!

Berlin tiếp tục tăng vị trí xếp hạng trong hệ sinh thái, từ thứ 9 vào năm 2015 lên thứ 7 trong năm nay. Với sự hấp dẫn của mình, Berlin tiếp tục chào đón các nhà sáng lập và tài năng quốc tế. Hoạt động doanh nghiệp sôi động, hiện có khoảng 1.800-2.400 công ty khởi nghiệp công nghệ. Một số ngành có mức tăng trưởng đáng kể ở Berlin là công nghệ tài chính (FinTech), ý tế số, trí tuệ nhân tạo, di động, công nghệ thực phẩm và an ninh mạng.

Ngày nay, hầu như mọi công ty có ảnh hưởng ở Đức đang vận hành một trung tâm đổi mới trong thành phố này. Rocket Internet trở thành động lực thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái Berlin, huy động được 1 tỉ USD trong năm 2016.

(Startup Ecosystem Report, 2017)

Bất lợi ở đây là sự thiếu vắng các tập đoàn công nghệ lớn. Tuy nhiên, trong vài năm gần đây, một số công ty lớn như Google, Microsoft và SAP chuyển đến Berlin hoặc tăng cường sự hiện diện của họ ở đó. Đây mới chỉ là sự khởi đầu và sẽ có thêm các công ty công nghệ lâu năm cũng có động thái tương tự.

VỐN

Berlin khiến cho vốn không là vấn đề quan trọng. Báo cáo Hệ sinh thái Startup cho thấy các công ty khởi nghiệp ở Berlin huy động vốn thấp hơn 80% so với các công ty khởi nghiệp ở thung lũng Silicon.

Tuy nhiên, do chi phí sinh hoạt thấp, việc thiếu vốn trong những tháng đầu tiên không phải là quá nghiêm trọng đối với hầu hết các công ty. Nhiều công ty khởi nghiệp công nghệ dùng chung văn phòng hoặc tham gia các không gian làm việc chung (ví dụ: St. Oberholz, Betahaus). Điều này cũng dẫn đến sự chia sẻ nhiều hơn kiến thức và thực tiễn tốt nhất

Berlin Startup Map



trong trung tâm. Các thiên thần kinh doanh, trung tâm thúc đẩy doanh nghiệp và các chương trình của chính phủ (ví dụ như EXIST, hỗ trợ giai đoạn hạt giống Pro FIT) giúp các khởi nghiệp giai đoạn sơ khai sớm bằng cách bơm tiền mặt và tiếp cận các mạng lưới. Tuy nhiên, có một lượng vốn khổng lồ cho các khởi nghiệp ở giai đoạn tăng trưởng - như một số ví dụ tích cực, chủ yếu dựa vào vốn mạo hiểm từ Wunderlist Hoa Kỳ (2013), thu hút được khoảng 19 triệu Euro và SocialBakers (2014) đã nhận được 26 triệu Euro từ Hoa Kỳ.

Cho đến nay, ở đây đã các cuộc mua lại công ty lên tới vài tỷ đô la Mỹ và thị trường chứng khoán đã triển khai thành công. Đầu tư vào các công ty địa phương không quá hấp dẫn đối với các nhà đầu tư mạo hiểm. Do không có các công ty lâu năm sẵn sàng tích hợp các giải pháp đổi mới sáng tạo vào danh mục sản phẩm của họ, tiền đầu tư sẽ khó có thể tăng đột biến trong vài năm tới.

TÀI NĂNG

Nhờ tinh thần của nó, một Berlin (giá sinh hoạt rẻ, tính hợp tác, hồn nhiên) dường như rất hấp dẫn và vẫn tiếp tục thu hút tài năng từ khắp nơi trên thế

giới. Con số này tăng lên hàng ngày. Những người trẻ tuổi đến đây học tập rồi ở lại và tham gia vào các công ty đầy tham vọng hoặc tự bắt đầu hoạt động doanh nghiệp. Sự sẵn có tài năng trẻ đã dẫn đến mức lương thấp hơn so với các trung tâm khác ở cả Đức và châu Âu.

Philipp Stelzer, cựu sáng lập ra Task36, nhận xét: Chúng tôi đến từ MIT ở Boston, nơi các công ty lâu năm và các khởi nghiệp thành công mời chào mức lương rất cao. Ở Berlin, tài năng có giá rẻ và dễ tìm. Hơn nữa, hiện nay có nhiều sự kiện bằng tiếng Anh hơn tiếng Đức.

Ngoài nguồn tài năng khổng lồ, ở đây cũng có số lượng cố vấn phong phú - những người sáng lập doanh nghiệp thành công, các giáo sư hoặc các nhà cung cấp dịch vụ (luật sư, kế toán, ngân hàng ...). Tuy nhiên, vẫn còn chỗ cho phát triển ở chiều hướng này. Một trong những phát hiện của Báo cáo hệ sinh thái Startup là các công ty mới thành lập tại Berlin có ít hơn 45% cố vấn cho mỗi công ty so với các dự án của Thung lũng Silicon. Tuy nhiên, cố vấn là vô cùng cần thiết. Họ đóng vai trò quan trọng trong việc thiết lập các mô hình kinh doanh số, bằng cách hoạt động như những mô



hình lý tưởng và giúp những người sáng lập thiếu kinh nghiệm tránh những sai lầm thông thường.

VĂN HÓA/TƯ TƯỞNG

Lợi thế của Berlin như một thời nam châm thu hút tài năng mang lại nhiều ảnh hưởng văn hoá khác nhau. Các tài năng ở đó dường như không thiếu can đảm và sẵn sàng trở thành những người tự làm chủ ở Đức. Việc chấp nhận rủi ro và chấp nhận thất bại dường như cao hơn nhiều so với bất cứ nơi nào khác ở trong nước. Tuy nhiên, trong so sánh quốc tế, cả hai mặt này vẫn còn khá thấp và phải được tăng lên. Sự tập trung cao các tài năng và cố vấn và sự gắn gũi của họ là cơ sở tuyệt vời cho việc gia tăng tỷ lệ thành công của các doanh nghiệp mới thành lập ở địa phương. Mật độ doanh nghiệp - số người và tổ chức làm việc cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, tính theo dân số trưởng thành - được cho là đặc biệt cao ở Berlin.

HẠ TẦNG – CÔNG NGHỆ THÔNG TIN, HẬU CẦN, CỘNG ĐỒNG, PHÁP LÝ

Việc cung cấp mạng WIFI miễn phí nói chung cuối cùng sẽ được kích hoạt. Điều này sẽ tạo ra sự thúc đẩy to lớn cho cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, vốn đã phát triển tốt. Hệ thống giao thông công cộng và 2 sân bay cung cấp cho Berlin một kết nối

vận tải tốt. Tuy nhiên, còn thiếu những tuyến đi thẳng đến Thung lũng Silicon.

Như đã đề cập, số lượng tài năng trẻ tham gia vào các sự kiện hàng ngày đang tăng lên. Bằng cách tạo ra loại kết hợp kiểu "Doanh nhân-công ty" 'Unternehmergesellschaft' (UG) (UG thực sự là một công ty mà bạn là một người sáng lập nhưng không cần 25.000 Euro vốn ban đầu, có thể bắt đầu UG với một Euro. UG rất thích hợp cho các công ty nhỏ hoặc nhà cung cấp dịch vụ), sự bất lợi so với tình trạng pháp lý "hữu hạn" của Anh đã giảm đi. Nó cho phép việc thành lập một công ty diễn ra nhanh hơn nhiều. Các quy định nhập cư của Liên minh Châu Âu giúp các tài năng hòa nhập nhanh chóng ở cấp địa phương. Những tài năng từ bên ngoài Liên minh châu Âu có những vấn đề đáng kể khi xin giấy phép cư trú. Vì điều này, Berlin bất lợi so với nhiều quốc gia thân thiện với người nhập cư.

Tóm lại, Berlin có được tầm quan trọng hơn như là thành trì internet của nước Đức. Việc tập hợp một hệ sinh thái tự vận động hiện đang diễn ra. Thế hệ thứ ba của các nhà sáng lập đã sẵn sàng và sẽ tìm thấy nhiều cơ hội vững chắc cho mình.

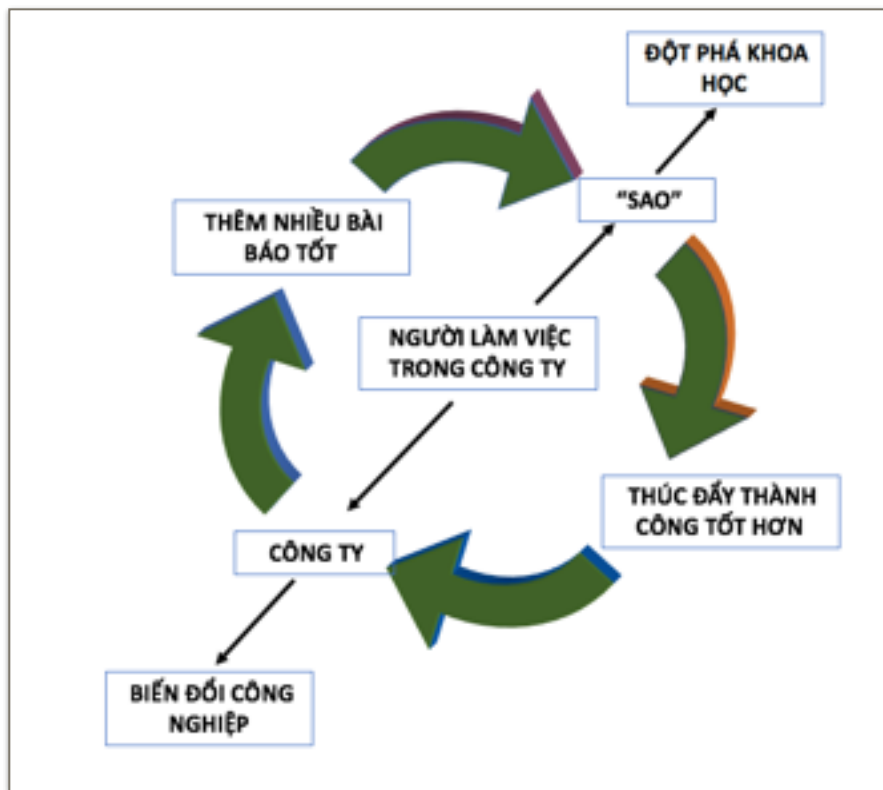
Nguyễn Mạnh Quân



VÒNG XOẮN TIẾN TRONG HỆ THỐNG ĐỔI MỚI QUỐC GIA

Các nhà khoa học có những đột phá quan trọng và thường xuyên nhất thường dễ tham gia vào việc thành lập các công ty mới, hoặc hướng dẫn các công ty hiện hữu trong việc thương mại hóa một số những khám phá đó. Sự tham gia của các "ngôi sao" đó trong các công ty có đóng góp rất lớn vào việc xác định doanh nghiệp nào là người chiến thắng và thất bại. Đồng thời cũng làm tăng hoạt động nghiên cứu khoa học của họ cùng với tác động thực tế ngày càng tăng. Các nhà khoa học cũng lưu ý rằng các đồng nghiệp trong khu vực của họ có năng suất khoa học cao hơn khi tham gia vào các công ty, làm gia tăng sự

tập trung của hoạt động kinh tế và khoa học trong khu vực. Sự tập trung gia tăng cao hơn này có thể dẫn đến tăng cường các tác động tích tụ, bao gồm việc thu hút các nhà khoa học xuất sắc khác trong khu vực. Đây là bản chất của vòng xoắn tiến, trong đó các tài năng tại các trường đại học tốt nhất tạo ra sự tập trung công nghiệp gần đó, từ đó lại dẫn đến tăng cường năng suất khoa học của các nhà khoa học xuất sắc này, nâng cao vị thế của các trường đại học và thu hút các tài năng khác vào vòng xoắn này, để thúc đẩy sự hợp tác cùng phát triển của khoa học và các ứng dụng thương mại của nó. Mô tả sơ lược của quá



Hình 1. Các vòng xoắn tiến trong hệ thống đổi mới quốc gia

trình này được tóm tắt trong hình 1.

Điều kiện tiên quyết cần thiết cho sự phát triển của một vùng trở thành một trung tâm công nghệ sinh học là một đội ngũ các nhân tài ("sao") có những khám phá khoa học cơ bản đã tạo ra cơ hội công nghệ và khả năng thích hợp cần thiết để thương mại hóa thành công.

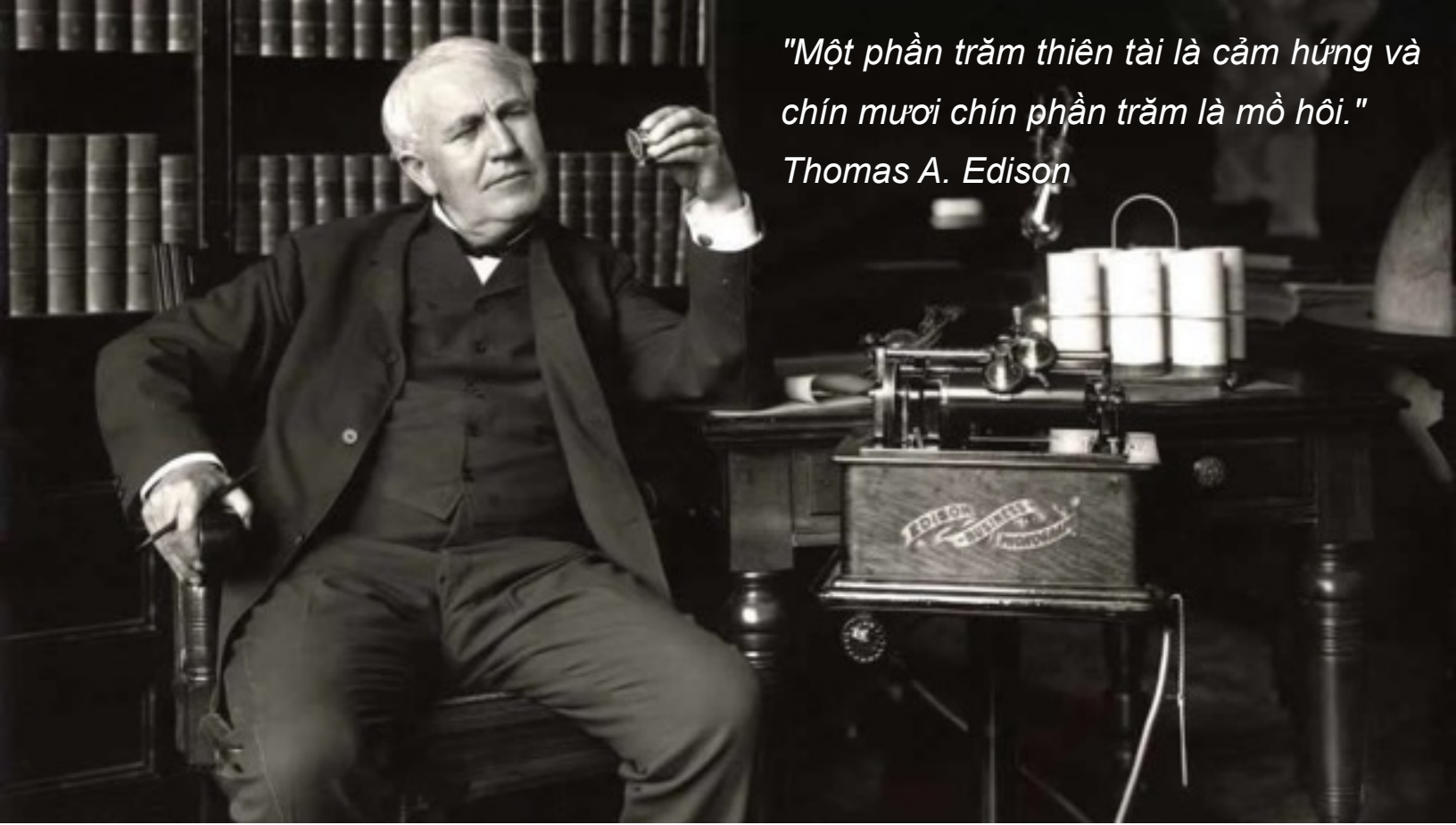
Philip Cooke (2001) lập luận rằng thực tế là các hệ thống đổi mới khu vực chứ không phải quốc gia, và chắc chắn chúng ta đã thấy sự khác biệt giữa các khu vực (ở Hoa Kỳ) về khía cạnh mà các nhà khoa học xuất sắc ban đầu đã dự kiến về sự tập trung của các công ty công nghệ sinh học, các chính sách nghiêm ngặt đã hạn chế hoạt động kinh doanh của các tài năng ở Wisconsin và Đại học California (UCLA) trong khi đó tam giác nghiên cứu ở Bắc Carolina thu hút được các tài năng và tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của họ tại địa phương. Tuy nhiên, pháp luật và thể chế quốc gia đóng một vai trò phổ biến trong việc xác định mức độ khoa học dẫn tới đổi mới thương

mại như đã diễn ra trong các khu vực đô thị cụ thể. Xét tổng thể, quy trình vòng xoắn tiến đã diễn ra rất tốt ở Hoa Kỳ, tương đối tốt ở Nhật Bản, và không được như vậy trong phần còn lại của thế giới.

Việc xem xét bản chất của sáng chế và đổi mới sáng tạo sẽ làm rõ các động lực của các nhà khoa học xuất chúng tham gia vào việc áp dụng thương mại các kiến thức mới.

Phát minh bọ phát và phát minh phi thai

Để hiểu được sự tham gia của các tài năng khoa học vào thương mại hoá, chúng ta phải xem xét lại các ý tưởng về sáng chế. Một quan điểm là sáng chế được tạo ra trong một "hiện thân của hiểu biết sâu sắc" hay "khoảng khắc eureka" (phát hiện ngẫu nhiên) và - một khi điều này xảy ra - có thể được hiểu và sử dụng dễ dàng bởi bất cứ ai có mức độ kiến thức phù hợp. Gần đây hơn, Romer (1990) cho rằng thay đổi công nghệ được mô tả như là "cải tiến trong các hướng dẫn trộn nguyên vật liệu", vốn không gắn liền với con người như



*"Một phần trăm thiên tài là cảm hứng và
chín mươi chín phần trăm là mồ hôi."*

Thomas A. Edison

một phần vốn con người, và do đó bản chất không cạnh tranh. Nếu như niềm tự hào về quyền tác giả, hoặc nhuận bút từ việc xuất bản cung cấp các động cơ khuyến khích đủ cho tất cả những "khoảng khắc eureka" được mã hóa và xuất bản, thì các phát minh bộc phát được mô tả một cách hợp lý là những quà tặng của tự nhiên mà không cần động cơ kinh tế để tạo ra hay mục tiêu thị trường, như bất kỳ nhà sản xuất nào cũng phải đầu tư và phải đối mặt với những điều kiện về chi phí để tham gia vào thị trường. Ví dụ liên quan nhất đến phát minh bộc phát là việc tạo ra một giống ngô lai không tự lan truyền. Đây là phát minh của phương pháp sáng chế - công cụ nghiên cứu khái niệm - có thể được hiểu và áp dụng ngay, mặc dù vậy phải mất gần hai thập kỷ sau khi công bố nó mới dẫn đến việc tạo ra và tiếp thị bất kỳ hạt giống thực tế nào.

Ở một thái cực khác, cùng một "khoảng khắc eureka" được xem là chỉ tạo ra phát minh phi thai đòi hỏi nhiều đầu tư hợp tác để làm cho nó trở nên

thực tế và đưa nó ra thị trường như một đổi mới sáng tạo. Ví dụ, trong nghiên cứu thuốc chữa bệnh, sáng chế phi thai có thể là việc sử dụng một thụ thể cụ thể trên tế bào để kiểm soát hoặc chữa bệnh. Việc chuyển nó thành một sự đổi mới sáng tạo thành công có thể liên quan đến việc phát triển một nguyên mẫu phân tử phù hợp với thụ thể đó, sử dụng hỗn hợp hóa học để tạo ra hàng ngàn biến thể của nguyên mẫu, nhân bản thụ thể sao cho các phân tử biến thể có thể được sàng lọc để có thể liên kết tốt nhất với thụ thể, và sau đó xác định các phân tử thuốc tiềm năng. Những phân tử tiềm năng (ứng viên thuốc) này sau đó phải được kiểm tra hoạt động với các tế bào người bệnh trên đĩa Petri và có tác dụng và an toàn trong các động vật mô hình. Nếu có bất kỳ ứng viên thuốc nào vượt qua kiểm tra, nó sẽ được chọn như là ứng cử viên tốt nhất cho các xét nghiệm rất tốn kém trên người cần thiết để chứng minh tính an toàn và hiệu quả. Khoảng 20 phần trăm ứng viên thuốc tham gia vào các thử nghiệm lâm sàng thực tế được đưa

đến Cơ quan Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) để phê chuẩn cho tiếp thị. DiMasi và cộng sự (2003) ước tính tổng chi phí NC&PT cho mỗi loại thuốc mới được FDA phê duyệt vào khoảng 802 triệu USD trong năm 2000. Sau khi một ứng cử viên thuốc từ phát minh phôi thai đã được phê duyệt, thì lại đòi hỏi tiếp tục đầu tư lớn vào việc tiếp thị để truyền đạt cho các bác sĩ về những lợi ích của sản phẩm liên quan đến các chiến lược điều trị khác.

Theo các tài liệu ghi chép thì những phát minh bộc phát là rất hiếm có trong lịch sử đổi mới công nghệ. Gần như tất cả các đổi mới đều xuất phát từ phát minh phôi thai và tuân theo nguyên tắc "cảm hứng - mồ hôi" nổi tiếng của Edison, đòi hỏi nhiều thời gian và nguồn lực để biến phát minh phôi thai thành một sự đổi mới trong sản phẩm hoặc sản xuất.

Balkin và Gomez-Mejia (1985) nhấn mạnh đặc biệt đến việc trả lương khuyến khích và góp cổ phần cho các nhân viên kỹ thuật trong các công ty công nghệ cao, đặc biệt là đối với "vài cá nhân chủ chốt trong nghiên cứu và phát triển... được xem là thiết yếu cho công ty..." Rõ ràng, phần lớn các phát minh phôi thai không trở thành những đổi mới sáng tạo, ngay cả sau khi được đầu tư lớn thời gian và nguồn lực. Khoảng một nửa số bằng sáng chế được cấp phép sẽ được để cho hết hạn sau 10 năm, thay vì chỉ phải trả một khoản lệ phí gia hạn tương đối nhỏ. Phần lớn các phát minh phôi thai không bao giờ được theo đuổi theo nghĩa đầu tư thực tế hoặc các

tập trung nguồn lực để đưa chúng trở thành các ứng dụng thực tế, chủ yếu là do thiếu các biện pháp khuyến khích, nguồn lực hoặc tầm nhìn của các nhà phát minh.

Chính sách quan trọng nhất ở hầu hết các quốc gia, với sự quan tâm đến các ưu đãi cho đổi mới, là luật bằng sáng chế. Một sự so sánh tốt về vai trò của bằng sáng chế cho phát minh phôi thai như một ứng viên thuốc là quyền hạn với mảnh đất mà trên đó một tòa nhà chọc trời sẽ được xây dựng. Khi quyền sở hữu rõ ràng đối với đất đai được đảm bảo, việc đầu tư xây dựng tòa nhà mới trở nên hấp dẫn. Tuy nhiên, nếu một tòa nhà được xây dựng trên mảnh đất công cộng, tòa nhà đó sẽ mang lại lợi ích cho công chúng nhưng nó có thể làm người đầu tư xây dựng phá sản. Nếu không có bằng sáng chế về một ứng cử viên thuốc, không một công ty dược phẩm tinh táo nào có thể đầu tư để kiểm tra liệu đó có phải là một loại thuốc an toàn và hiệu quả hay không, và khi họ thành công, nhiều đối thủ có thể sản xuất thuốc đó bằng cách đầu tư một khoản chi phí nhỏ nhoi để chứng minh nó tương đương về mặt hoá học. Giá thị trường của thuốc sẽ chỉ đủ bù đắp chi phí sản xuất và chi phí chứng minh tương đương hóa học; đầu tư ban đầu để chứng minh nó an toàn và hiệu quả và nhiều thử nghiệm thất bại của các ứng viên thuốc khác sẽ là một tổn thất cho công ty đầu tư.

N.M.Q. (Lynne G. Zucker, Michael R. Darby. Virtuous circles in science and commerce)