

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

BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

SỐ 21.2021



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Chờ khung pháp lý thử nghiệm cho ngành mới
- 02 Các startup vượt bão Covid để ghi tên Việt Nam trên bản đồ công nghệ thế giới
- 03 Ascend Vietnam Ventures - Quỹ đầu tư mạo hiểm mới của Việt Nam có gì đặc biệt?
- 04 Làn sóng đầu tư vào Startup Logistics và công nghệ bắt động sản đang tăng mạnh

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Sharebuy - Mô hình mua chung theo nhóm kiểu mới của người Việt
- 06 Hệ sinh thái khởi nghiệp của Đức đang trở nên xanh hơn

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Đánh giá chính sách hỗ trợ DNNVV và khởi nghiệp tại Việt Nam của OECD: Các lỗ hổng chính sách và khuyến nghị



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

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



Đổi mới sáng tạo được coi là yếu tố quan trọng trong việc đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam.

CHỜ KHUNG PHÁP LÝ THỬ NGHIỆM CHO NGÀNH MỚI

Baodautu.vn - Dòng vốn đầu tư cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được dự báo bứt phá trong 2021 và những năm tới. Nhưng để thành hiện thực, cần sớm có khung pháp lý thử nghiệm cho các ngành mới.

Các quỹ đầu tư sẽ có thêm nhiều thương vụ hấp dẫn

451 triệu USD là tổng vốn đầu tư vào các startup công nghệ Việt Nam trong năm 2020, giảm 48% so với năm 2019. Trong khi đó, số khoản đầu tư giảm không đáng kể, ở mức 17%, trong đó ghi nhận 60 thương vụ vào nửa cuối năm - tương đương cùng kỳ năm 2019.

Các con số trên được nhấn mạnh trong Báo cáo Đổi mới sáng tạo và Đầu tư công nghệ Việt Nam 2020, do Do Ventures phối hợp với Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia (NIC) thực hiện.

Bỏ qua yếu tố dịch bệnh Covid-19 ảnh hưởng chung đến dòng vốn đầu tư nước ngoài, cũng như vốn đầu tư của các quỹ ngoại đầu tư vào khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, có thể thấy các quỹ nội cũng đã bắt đầu “nhập cuộc”, khẳng định sự hấp dẫn của lĩnh vực đầu tư này.

Nguồn vốn ổn định đổ vào các startup giai đoạn đầu được xem là đặc biệt quan trọng đối với sức khỏe của toàn bộ hệ sinh thái đầu tư mạo hiểm. Do Ventures ghi nhận, hơn một nửa số thương vụ đầu tư vào startup công nghệ Việt Nam được thực hiện bởi các quỹ đầu tư nội địa.

Theo bà Lê Hoàng Uyên Vy, Giám đốc điều hành Do Ventures, nguồn nhân lực công nghệ ở Việt Nam rất dồi dào, nhưng các nhà sáng lập chưa thực sự mạnh về tư duy sản phẩm do họ phần lớn chỉ mới làm quen với hoạt động gia công phần mềm trước kia. Tuy nhiên, các nhà sáng lập thế hệ trẻ ngày nay lại có cơ hội tiếp cận những mô hình kinh doanh tiên tiến nhất trên thế giới và học hỏi được rất nhiều từ đó.

“Chúng ta đã có những startup có thể tự mình phát triển những sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao, như Palexy - startup hỗ trợ các nhà bán lẻ truyền thống tối ưu vận hành cửa hàng vật lý và trải nghiệm khách hàng thông qua ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo và dữ liệu lớn”, bà Vy nói.

Theo CEO của Do Ventures, Covid-19 đã tạo ra những thay đổi lớn trong hành vi của cả người tiêu dùng và doanh nghiệp khi các hoạt động trong đời sống và công việc dần dịch chuyển sang online. Đây là cơ hội bứt phá cho những ngành như EdTech (công nghệ giáo dục), MedTech (công nghệ y tế), SaaS (phần mềm dạng dịch vụ) và các giải pháp số cho doanh nghiệp. Cùng với các ngành vốn đã phát triển mạnh mẽ như thương mại điện tử hay Fintech (công nghệ tài chính), các ngành nói trên sẽ thu hút mạnh vốn đầu tư trong giai đoạn tới.

Có thể nói, các startup Việt đang có nhiều cơ hội thu hút vốn đầu tư, nếu kịp thời nắm bắt nhu cầu của thị trường và đưa ra được những sản phẩm mang lại giá trị cho người dùng, đặc biệt trong những thời điểm có nhiều biến động như hiện nay.

Cần sớm có khung pháp lý thử nghiệm cho những ngành mới

Trong những năm gần đây, đổi mới sáng tạo được coi là yếu tố quan trọng trong việc đẩy nhanh tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam. Đặc biệt, vào tháng 1/2021, Chiến lược quốc gia về Cách mạng công nghiệp lần thứ tư đến năm 2030, do Thủ

tướng Chính phủ ban hành với những mục tiêu rõ ràng nhằm cụ thể hoá Nghị quyết số 52-NQ/TW của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư.

Báo cáo Đổi mới sáng tạo và Đầu tư công nghệ Việt Nam 2020 đánh giá, sự vào cuộc mạnh mẽ của Bộ Kế hoạch và Đầu tư và các bộ, ngành liên quan đã góp phần hoàn thiện nhiều cơ chế pháp lý nhằm hỗ trợ và khuyến khích hoạt động đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp tại Việt Nam.

Ông Vũ Quốc Huy, Giám đốc NIC cho biết, Trung tâm đang nghiên cứu và đề xuất xây dựng môi trường pháp lý cho đổi mới sáng tạo Việt Nam và các chương trình, chính sách đặc thù, cơ chế thử nghiệm hỗ trợ các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo.

Từ góc độ của quỹ đầu tư mạo hiểm, bà Lê Hoàng Uyên Vy kỳ vọng, các khung pháp lý thử nghiệm cho những ngành mới như Fintech hoặc MedTech sẽ sớm được nhân rộng nhằm tạo điều kiện cho các start-up Việt Nam cho ra đời các sản phẩm có tính đột phá và mang lại giá trị thiết yếu cho người dùng trong điều kiện bình thường mới hiện nay.

Theo ông Trần Duy Đông, Thứ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư, kết quả đầu ra của đổi mới sáng tạo là hiệu quả phát triển kinh tế-xã hội, nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm hàng hóa. Do vậy, để phát triển hiệu quả đổi mới sáng tạo trong thời gian tới, cần sự vào cuộc của toàn bộ chủ thể của hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, đó là các doanh nghiệp, các viện, trường, các hiệp hội, cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức tài chính, các quỹ đầu tư, các chuyên gia, nhà khoa học, người dân...

“Các chủ thể này phải liên kết với nhau, trong đó 3 chủ thể quan trọng nhất là cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và người dân, để thực hiện các hoạt động đổi mới sáng tạo”, ông Đông nói./.



CÁC STARTUP VƯỢT BÃO COVID ĐỂ GHI TÊN VIỆT NAM

Vneconomy.vn - Trong bối cảnh khó khăn, đầy biến động như hiện nay, việc duy trì phát triển, giữ thị phần hiện có đã rất vất vả thì liệu các startup công nghệ có cơ hội vươn ra biển lớn, cạnh tranh với thị trường quốc tế và bằng cách nào?...

Với những thế mạnh, tiềm lực công nghệ của mình, bài toán này đã được các nhà sáng lập, CEO, CTO của các startup, doanh nghiệp công nghệ Việt đã giải đáp đưa ra lời giải. Bởi thực tế, dù gặp nhiều rào cản và hạn chế do Covid-19, không ít doanh nghiệp công nghệ Việt vẫn duy trì hợp tác và cung cấp dịch vụ cho khách hàng ở nhiều nước và tăng trưởng mạnh qua môi trường online.

Khi giao thương trong thế giới thực bị hạn chế phần nào thì cơ hội lại mở ra với nhiều, startup công nghệ hoạt động trên môi trường online trong đó có JobHopin, Abivin hay Eureka Robotics...

XÓA RÀO CẢN COVID

Từng nhận vốn 2,45 triệu USD trong năm 2020, CEO kiêm nhà sáng lập JobHopin Kevin Tùng Nguyễn (startup tuyển dụng bằng AI) chia sẻ khi dịch bùng phát, đã tác động mạnh mẽ đến khách hàng ở nhiều ngành nghề lĩnh vực. Nhưng cũng có những lĩnh vực như tài chính, chứng khoán, bảo hiểm, công nghệ... lại ít bị ảnh hưởng. JobHopin đã tập trung vào những khách hàng của nhóm và đẩy mạnh phát triển trên môi trường online. Do đó, startup này vẫn phát triển vượt trội trong năm Covid vừa qua.

Một startup khác cũng đạt được kết quả tăng

trưởng tốt trong năm qua là Abivin, chuyên cung cấp giải pháp tối ưu chuỗi cung ứng trong nhiều lĩnh vực. CEO kiêm nhà sáng lập Abivin Phạm Nam Long cho biết, mặc dù bị ảnh hưởng của Covid-19 nhưng Abivin vẫn đạt tăng trưởng dương. Trong 5 tháng đầu năm đã tăng trưởng gấp đôi và mục tiêu trong năm 2021 sẽ tăng trưởng gấp 3 lần so với năm trước.



Nếu các startup biết nắm bắt thì cơ hội, tiềm năng mở rộng phát triển ở những thị trường mới thông qua các kênh online là rất lớn. Các doanh nghiệp nên tính toán cân nhắc lựa chọn các thị trường để vươn ra phát triển, phù hợp với khả năng và điều kiện của mình.

Mặc dù Covid-19 đã gây khó khăn rất lớn tới hoạt động của doanh nghiệp cung cấp giải pháp như Eureka Robotics bởi làm về robot cần phải hỗ trợ, lắp đặt hệ thống, giải quyết các sự cố trong vận hành... Nhưng “trong nguy có cơ”, để giải quyết thách thức này, đồng sáng lập kiêm CTO của Eureka Robotics Phạm Tiến Hùng cho biết đã phát triển các giải pháp công nghệ hỗ trợ lắp đặt robot từ xa, tận dụng nguồn nhân công bản địa. Chính điều này đã giúp cho Eureka Robotics có cơ hội tiếp cận, phát triển rộng hơn nữa ra nước ngoài, ở cả những thị trường khó hơn như Trung Quốc, Nhật Bản...

Để giúp các doanh nghiệp vượt qua khó khăn tác

động bởi Covid-19, hiện nay đã có rất nhiều chương trình hỗ trợ giảm giá các giải pháp công nghệ cũng như marketing bán hàng... Do đó, nếu các startup biết nắm bắt thì cơ hội, tiềm năng mở rộng phát triển ở những thị trường mới thông qua các kênh online là rất lớn. Các doanh nghiệp nên tính toán cân nhắc lựa chọn các thị trường để vươn ra phát triển, phù hợp với khả năng và điều kiện của mình.

CEO Kevin Tùng Nguyễn cho rằng, khi mọi thứ đã được đẩy lên online, làm việc từ xa nên đã tối ưu hóa hiệu quả mọi hoạt động. Các doanh nghiệp, đặc biệt trong lĩnh vực công nghệ đã và đang phát triển tốt thì vẫn có thể đẩy mạnh phát triển ở các thị trường khác. Thông qua nền tảng làm việc từ xa, các nhân sự Việt Nam vẫn có thể làm việc và có cơ hội tiếp cận với các công việc ở những công ty ở Nhật, Mỹ, Hàn Quốc, Singapore...

Cũng vì thế mà trong quá trình gọi vốn, JobHopin không chỉ gọi các quỹ tài chính mà cả các tập đoàn lớn về tuyển dụng nhân sự, giáo dục trực tuyến... Khi đó, startup không chỉ có vốn mà còn có cả những khách hàng ở thị trường mới...

"BẢO BỐI" GÌ ĐỂ CẠNH TRANH?

Có thể thấy, những rào cản do Covid đã được xóa tan bằng các giải pháp công nghệ kết nối online. Các startup có thể rộng đường vươn ra cung cấp giải pháp ở các thị trường. Vấn đề còn lại là tiềm lực và sức cạnh tranh của các doanh nghiệp với các đối thủ mạnh ở thị trường.

Trong quá trình cung cấp các giải pháp công nghệ logistics ở thị trường toàn cầu, CEO Abivin Phạm Nam Long thừa nhận gặp phải những áp lực, sức ép cạnh tranh từ các ông lớn với xuất phát điểm và tiềm lực tài chính lớn hơn Việt Nam rất nhiều, đơn cử như tại Ấn Độ, nơi có nguồn nhân lực công nghệ dồi dào và khả năng nói tiếng Anh tốt với chi phí nhân công cạnh tranh. Do đó, với thị trường Global, các startup phải có tư duy đưa ra các giải pháp

Global, chứ không thể dựa vào lợi thế cạnh tranh từ thị trường trong nước. Các sản phẩm, dịch vụ khi đi ra thị trường nước ngoài phải đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng Global, giải pháp mới phải tốt hơn giải pháp cũ nhiều lần.

Các giải pháp chuyển đổi số cho logistics của Abivin ở thị trường Việt Nam khi mang sang các thị trường khu vực không phải thay đổi nhiều. Với các công ty đa quốc gia, mặc dù đã chuyển đổi số từ lâu và cung cấp giải pháp toàn cầu nhưng vẫn có nhu cầu tìm kiếm các thuật toán thông minh, tối ưu và tự học, giúp duy trì vị trí dẫn đầu về hiệu suất lao động.

"Cách đây 6 năm, tôi đã suy nghĩ "chúng ta đang ở Việt Nam nhưng tầm nhìn phải giải quyết bài toán của thế giới". Thế hệ trẻ Việt Nam hiện nay có khả năng, mơ ước và có điều kiện tốt hơn xưa. Mong muốn, sứ mệnh của chúng tôi và những người làm công nghệ là đưa Việt Nam lên bản đồ công nghệ thế giới dựa vào trí tuệ, nhân sự người Việt".

CEO Abivin Phạm Nam Long

CEO Abivin cho biết, ngoài việc đánh giá nhu cầu số hóa, tối ưu giá trị mang lại cho khách hàng khi tiếp cận công nghệ, một trong những giải pháp để cạnh tranh Global chính là tạo sự khác biệt trong dịch vụ chăm sóc khách hàng. Dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp phải rất kịp thời để giải quyết các vấn đề nhạy cảm về thời gian. Bởi theo Abivin, hệ thống quản lý logistics rất giống hệ thống quản lý dòng tiền, nếu không sử dụng được trong vài phút thì hàng hóa không thể lưu thông và thiệt hại kinh tế sẽ rất lớn.

Cùng quan điểm, CEO Kevin Tùng Nguyễn cho rằng, khi cung cấp giải pháp, các doanh nghiệp phải tư vấn, chỉ rõ được "nỗi đau" cho khách hàng và đưa

ra "thuốc" để điều trị, cung cấp các giải pháp đơn giản, mang lại giá trị khác biệt. Đó là cách để các startup cạnh tranh với các "ông lớn" nhiều tiềm lực trên thị trường quốc tế.

Là startup thành lập ở Singapore, ngay từ ngày đầu đã hoạt động ở thị trường nước ngoài, CEO Eureka Robotics Phạm Tiến Hùng chia sẻ, trong lĩnh vực robot hiện có rất nhiều nhà cung cấp lớn, tồn tại 20-30 năm, có hàng trăm robot với hệ thống hỗ trợ rất tốt... Do đó, "cách để cạnh tranh với các doanh nghiệp này đó là không cạnh tranh".



CEO Eureka Robotics lý giải, các startup phải tận dụng điểm mạnh công nghệ AI để tiếp cận với các doanh nghiệp này, "giúp họ làm các giải pháp mạnh hơn, những điều mà trước đó họ không làm được". Ở Eureka có hợp tác đối tác lớn, hỗ trợ để robot hoạt động linh hoạt hơn mà các doanh nghiệp này đang không có.

Ngoài các "ông lớn", startup này cũng phải cạnh tranh với những doanh nghiệp nhỏ hơn đang sử dụng công nghệ AI, robotics và xây dựng hệ thống thông minh. Để cạnh tranh, Eureka đã tập trung vào điểm mạnh về công nghệ. Đó là cách khôn ngoan duy nhất để cạnh tranh trong điều kiện nguồn lực nhỏ hơn, để làm các dự án mà đối thủ không làm được như sản xuất thấu kính cho robot...

Tận dụng thế mạnh công nghệ đã giúp startup thắng ở các thị trường lớn và khó. Điều này sẽ tạo bàn đạp để doanh nghiệp triển khai những giải pháp dễ hơn với chất lượng cao hơn và tốc độ nhanh hơn./.

ASCEND VIETNAM VENTURES - QUỸ ĐẦU TƯ MẠO HIỂM MỚI CỦA VIỆT NAM CÓ GÌ ĐẶC BIỆT?

Vneconomy.vn - Trong 3 năm tới, Ascend Vietnam Ventures dự kiến đầu tư từ 500.000 USD - 2 triệu USD vào 25 startup công nghệ tại Việt Nam...

Theo Bloomberg, Bình Trần và Eddie Thái, hai người đồng sáng lập 500 Startups Vietnam, vừa ra mắt quỹ đầu tư mạo hiểm mới có tên Ascend Vietnam Ventures (AVV).

Bình Trần cho biết trong 3 năm tới, quỹ này dự kiến đầu tư từ 500.000 USD - 2 triệu USD vào 25 startup công nghệ tại Việt Nam, hoạt động trong các lĩnh vực gồm tài chính, giáo dục, y tế, năng suất lao động... Khoảng 1/3 các startup này sẽ nhận được khoản vốn đầu tư giai đoạn tiếp theo 4 triệu USD mỗi công ty.

"Hệ sinh thái startup của Việt Nam đã phát triển và chúng tôi cần thay đổi chiến lược của mình để bắt kịp xu thế mới. Vì vậy, chúng tôi quyết định thành lập Ascend Vietnam Ventures (AVV)", Bình Trần và Eddie Thái cho biết. "Thời gian tới, chúng tôi vẫn giữ vững cam kết của mình với 500 Startups Vietnam. Cùng với một đội ngũ chuyên biệt, chúng tôi sẽ tiếp tục hỗ trợ các công ty của 500 Startups Vietnam tăng trưởng và mang lại lợi nhuận tối ưu cho những LP, những nhà đầu tư đã ủng hộ chúng tôi từ những ngày đầu tiên".

Hiện tại, Bình Trần và Eddie Thái đã hoàn tất giai đoạn triển khai vốn đầu tư cho 500 Startups Vietnam với danh mục gồm 76 công ty. Với Ascend Vietnam Ventures, hai nhà đồng sáng lập muốn đầu tư lớn hơn vào một danh mục nhỏ và tập trung hơn. Bình Trần cho biết các khoản đầu tư của Ascend Vietnam Ventures sẽ lớn hơn khoảng 100.000 - 200.000 USD so với các khoản đầu tư mà 500 Startups Vietnam đã

rót vào các công ty.

"Có thể sẽ có sự trùng lặp với các khoản đồng đầu tư, nhưng không có sự tranh giành (giữa hai quỹ)", Bình Trần cho biết.



Eddie Thai (trái) và Bình Trần - Ảnh: 500 Startups

Bình Trần hiện là đồng Giám đốc quỹ 500 Startups Vietnam, là cựu kỹ sư lập trình. Trước 500 Startups Việt Nam, ông dành phần lớn sự nghiệp là doanh nhân và đồng sáng lập Klout vào năm 2008 - một công ty phân tích dữ liệu xã hội được hỗ trợ bởi các quỹ mạo hiểm cấp cao nhất ở Thung lũng Silicon và được mua lại vào năm 2014.

Eddie Thái cũng Giám đốc quỹ 500 Startups Vietnam. Ông từng làm việc trong lĩnh vực tư vấn chiến lược và tài chính cho các công ty và khách hàng trong nhiều lĩnh vực như công nghệ, truyền thông và viễn thông./.

LÀN SÓNG ĐẦU TƯ VÀO STARTUP LOGISTICS VÀ CÔNG NGHỆ BẤT ĐỘNG SẢN ĐANG TĂNG MẠNH

Vneconomy.vn - Các startup công nghệ bất động sản (Proptech) và logistics đang thu hút sự chú ý của các nhà đầu tư bên cạnh mảng tài chính và thương mại điện tử.



Các báo cáo về tình hình đầu tư vào các startup dồn dập trong thời gian qua cho thấy, đến hết năm 2020, logistics và bất động sản là hai lĩnh vực thu hút vốn đầu tư chỉ sau các ngành "hot" như thanh toán, bán lẻ, giáo dục, dịch vụ tài chính, tự động hóa kinh doanh.

Đơn cử từ đầu năm đến nay, thị trường ghi nhận một số vụ rót vốn đầu tư vào startup lĩnh vực logistics như Dương Minh Logistics gọi 15 triệu USD hay EcoTruck vừa nhận thêm 2 triệu USD từ STIC Ventures (Hàn Quốc).

STARTUP LOGISTICS: DÒN DẬP NHỮNG THƯƠNG VỤ TRIỆU USD

Cuối năm 2020, EcoTruck cũng đã nhận hơn 100 tỷ đồng từ một nhóm nhà đầu tư do VNG dẫn đầu. EcoTruck đang quản lý hơn 300 đối tác nhà xe với hơn 9.000 xe đầu kéo và xe tải các loại, phục vụ hơn 500 khách hàng là các doanh nghiệp có nhu cầu vận

tải. EcoTruck đã vận hành xuyên suốt từ Bắc đến Nam và có nhiều tuyến hàng xuyên biên giới.

Một startup trong lĩnh vực này của Việt Nam là Abivin từng vượt qua hơn 30.000 công ty trên toàn cầu, để trở thành nhà vô địch cuộc thi Startup World Cup diễn ra tại Mỹ và giành giải thưởng 1 triệu USD...

Logistics ở Việt Nam cũng như các khu vực châu Á là một thị trường rất tiềm năng phát triển, hút đầu tư.

Ở khu vực Đông Nam Á cũng đang ghi nhận làn sóng đầu tư vào startup logistics trong thời gian qua. Từ đầu năm 2020 tới nay, đã có 43 thương vụ với 3,2 tỷ USD đổ vào các startup logistics của khu vực này. Tháng 4/2021, J&T Express (Indonesia) huy động được 2 tỷ USD. Trước đó, một công ty logistics chặng cuối khác của Indonesia là SiCepat cũng vừa nhận được 170 triệu USD vốn đầu tư hồi tháng 3.

Mới đây nhất, ngày 18/5, sau khi tuyên bố sáp nhập và đặt tên là GoTo, Gojek và Tokopedia cho biết sẽ hợp tác trên 3 lĩnh vực, trong đó ưu tiên logistics và Việt Nam là một trong những thị trường lớn.

Logistics đang trở thành một trong những lĩnh vực bắt đầu thu hút được sự quan tâm chú ý của các nhà đầu tư. Đại diện startup Abivin đánh giá, logistics ở Việt Nam cũng như các khu vực lân cận là một thị trường rất tiềm năng, chưa được áp dụng nhiều công nghệ tiên tiến.

Tuy nhiên, hiện nay chi phí logistics của Việt Nam vẫn ở mức cao do cơ sở hạ tầng chưa phát triển và việc vận hành logistics còn nhiều khâu thủ



công, đặc biệt ở trong khâu vận tải (chiếm phần lớn trong chi phí vận hành logistics).

Chia sẻ với VnEconomy, một chuyên gia trong lĩnh vực này phân tích, ở những nước phát triển như Hàn Quốc hoặc Nhật Bản, Mỹ..., chi phí cho logistics chỉ chiếm khoảng 8-10% GDP, trong khi tỷ lệ này ở Việt Nam khoảng 20%. Nếu phát triển đến mức chỉ chiếm khoảng 5-7% thì đó là một thị trường lớn hàng chục tỷ USD.

Theo Giám đốc Quỹ đầu tư mạo hiểm Nextrans (Hàn Quốc) tại Việt Nam Lê Hàn Tuệ Lâm, logistic là thị trường rất lớn, tiềm năng lên đến vài chục tỷ USD và nhiều đơn vị muốn làm. Không chỉ năm nay mà trong những năm tiếp theo, các mảng này sẽ tiếp tục nhận được sự quan tâm của nhà đầu tư.

Ông Nguyễn Duy Hồng, Phó tổng giám đốc Công ty Smartlog cho biết, hiện có những nhà đầu tư đang quan tâm tìm hiểu các đơn vị logistics như Smartlog để rót vốn hoặc hợp tác theo cơ chế Swap (hợp đồng hoán đổi cổ phần)...

Một khía cạnh khiến thị trường trở nên hấp dẫn, tạo động lực tăng trưởng khi thương mại điện tử phát

triển mạnh mẽ. Thêm vào đó Việt Nam hiện là một trong những thị trường thương mại điện tử nhiều tiềm năng và phát triển nhanh nhất ở Đông Nam Á và Logistics được dự báo sẽ tiếp tục là lĩnh vực xương sống của nền kinh tế kỹ thuật số.

BẤT ĐỘNG SẢN PROPTECH TĂNG TỐC

Báo cáo “Đổi mới sáng tạo và đầu tư công nghệ Việt Nam 2020” do Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia và Quỹ Đầu tư mạo hiểm Do Ventures ghi nhận ngoài thanh toán và bán lẻ nhận được nhiều nhất những khoản đầu tư giá trị lớn, lĩnh vực bất động sản đang được chú ý và đã bắt đầu tăng tốc.

Theo thống kê, đến hết năm 2020, logistics và bất động sản thu hút vốn đầu tư chỉ đứng sau các ngành thanh toán, bán lẻ, giáo dục, dịch vụ tài chính, tự động hóa kinh doanh. Riêng năm 2020, trong khi đầu tư vào startup nhiều ngành giảm thì số vốn đầu tư vào startup lĩnh vực bất động sản và hạ tầng lại tăng, đạt khoảng 26 triệu USD, cao hơn năm trước 10 triệu USD.

Từ đầu năm 2021, thị trường đã ghi nhận các thương vụ đầu tư, góp vốn, M&A vào lĩnh vực công

nghe bất động sản (proptech). Gần đây nhất, hồi giữa tháng 5/2021, startup đặt phòng ngắn hạn Go2Joy nhận 1,3 triệu USD từ SV Investment, nâng tổng cộng vòng gọi vốn series A đạt 6,1 triệu USD. Mấy tháng trước đó, Go2Joy nhận 2,5 triệu USD từ các nhà đầu tư.



Ông Lê Hoàng Anh, sáng lập và CEO của EcoTruck.

Thị trường bất động sản Việt Nam sẽ tiếp tục tăng trưởng đặc biệt là ở các thành phố trọng điểm như Hà Nội, TP.HCM và các khu nghỉ dưỡng khác. Các chuyên gia kỳ vọng ngày càng nhiều vốn đầu tư vào proptech để phục vụ thị trường đang phát triển này.

Tháng 3/2021, ứng dụng công nghệ bất động sản Citics đã huy động được 1 triệu USD trong vòng pre-series A từ Vulpes Investment Management, Nexttrans, The Ventures. Trước đó, Citics đã huy động được 700.000 USD từ các nhà đầu tư thiên thần. Bằng việc số hoá nhiều nguồn dữ liệu phân mảnh, startup này đặt mục tiêu xây dựng một nền tảng dữ liệu bất động sản toàn diện đầu tiên tại Việt Nam, giúp các giao dịch liên quan đến bất động sản (định giá, mua, bán, thuê, cho vay, đầu tư...) diễn ra liền mạch, nhanh chóng và hiệu quả. Hiện tại, Citics có dữ liệu của hơn 9 triệu bất động sản (nhà đất, căn

hộ) ở Việt Nam trong đó đã ước tính giá trị của gần 4 triệu.

Ngoài ra, tháng 2/2021, Cen Land đã hoàn tất thu tóm 100% nền tảng bất động sản công nghệ Cenhomes.vn, sau khi nhận chuyển nhượng 2,45 triệu cổ phần, tương ứng 49% vốn điều lệ của Cen Homes.

Thị trường proptech tại Việt Nam đã nhanh chóng trở thành lĩnh vực startup mới nổi với hàng loạt startup ra đời. Trong năm 2020, đã xuất hiện nhiều thương vụ gây chú ý lớn... Ước tính, thị trường hiện đang có gần 100 proptech hoạt động.

Theo đánh giá của các chuyên gia, công ty Proptech đang đóng góp tích cực vào thị trường bất động sản Việt Nam, với quản lý bất động sản, tiếp thị và bán hàng sẽ là các lĩnh vực trọng tâm. Xu hướng đầu tư Proptech tiếp tục tăng.

Tại Việt Nam, trong 2 năm qua, thị trường đã chứng kiến hoạt động sôi nổi của các nhà đầu tư tham gia vào phát triển công nghệ Proptech như nền tảng quản lý tài sản-bất động sản, nền tảng bán hàng và nền tảng định hướng đầu tư fintech khai thác bất động sản...



Đại diện Savills Vietnam cho rằng thị trường proptech của Việt Nam đã tăng được thị phần trong khu vực Đông Nam Á và kỳ vọng xu hướng này sẽ tiếp tục.

Sự tăng trưởng của proptech trong đại dịch Covid-19 được chỉ ra một phần do tiềm năng rộng lớn của thị trường bất động sản Việt Nam. Thị trường vẫn đang trong giai đoạn non trẻ với rất nhiều vấn đề cần giải quyết. Proptech có khả năng đưa ra giải pháp khắc phục những vấn đề tồn đọng này./.



SHAREBUY - MÔ HÌNH MUA CHUNG THEO NHÓM KIỂU MỚI CỦA NGƯỜI VIỆT

2020 là năm mà lĩnh vực thương mại đã có sự phát triển bùng nổ hơn bao giờ hết. Đại dịch Covid-19 hoành hành trên khắp thế giới, gây thiệt hại cho các doanh nghiệp và buộc họ phải thay đổi phương thức kinh doanh sang các hình thức online. Đây cũng chính là cơ hội vàng cho các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực thương mại điện tử. Sharebuy, ý tưởng về sàn thương mại điện tử theo kiểu mua chung của Nguyễn Hải Long ra đời đúng thời điểm vàng này. .

Chàng trai gác việc học ở giảng đường đại học để theo đuổi giấc mơ khởi nghiệp

Người sáng lập startup Sharebuy là Nguyễn Hải Long, một thanh niên trẻ nhưng đầy hoài bão và nhiệt huyết. Hải Long từng là sinh viên của trường đại học FPT khoa Lập trình máy tính-Thiết bị di động. Trong hai năm học tập, trường đại học mang tới cho Hải Long những kiến thức rất bổ ích, nhưng là một người năng động và luôn muốn chinh phục

thử thách, Hải Long quyết định nghỉ học để trải nghiệm thực tiễn và theo đuổi giấc mơ khởi nghiệp. Sau khi nghỉ học, Long đầu quân cho một số công ty lớn và tập đoàn đa quốc gia như Vicostone, Phenikaa, Ba Group... và đảm nhận nhiều vị trí khác nhau như trưởng phòng marketing, trưởng phòng thiết kế. Trải nghiệm, lăn lộn với thực tiễn để kiếm sống, nhưng máu khởi nghiệp vẫn không thôi sục sôi trong huyết quản chàng thanh niên trẻ. Ngày làm việc

8 tiếng ở công ty, đêm về Long miệt mài nghiên cứu và xây dựng mô hình startup của mình. Nhìn nhận lại quá trình tìm hướng khởi nghiệp, Long cho biết đó là quãng thời gian vất vả nhưng hạnh phúc vì được sống cuộc sống của chính mình và làm những điều mình thực sự tâm huyết.



Nguyễn Hải Long - Người sáng lập startup Sharebuy

Ý tưởng xây dựng sàn thương mại điện tử Sharebuy tới với Hải Long diễn ra trong thời điểm xu hướng chuyển đổi số là tất yếu tại Việt Nam. Mọi hoạt động của đời sống đang dần được thu nhỏ trong các thiết bị điện tử, nhất là trên điện thoại di động. Việc mua sắm, đặc biệt là trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19, dần chuyển từ trực tiếp tại cửa hàng sang mua hàng online trên các sàn thương mại điện tử và trên các nền tảng mạng xã hội. Tuy nhiên, Hải Long nhận thấy, mặc dù việc mua sắm online rất nhanh và tiện lợi nhưng kèm theo là những hoài nghi cũng như độ rủi ro về chất lượng và nguồn gốc sản phẩm. Những nhận xét, đánh giá về sản phẩm từ những người xa lạ (trên các sàn thương mại điện tử) không làm thỏa mãn cũng như tạo dựng được niềm tin và quyết định mua hàng. Khách hàng thường lên các

hội nhóm trên mạng xã hội ví dụ như Facebook group để trao đổi, tham khảo về chất lượng sản phẩm, sau đó mới quay lại các trang thương mại điện tử để đặt hàng. Chính vì thế, Hải Long nảy ra ý tưởng gộp hai nền tảng này lại thành một và mô hình nhóm mua Sharebuy ra đời.

Sharebuy - cộng đồng mua bán theo nhóm

Khác với các sàn thương mại điện tử, Sharebuy đem lại một cách tiếp cận mới, đó là cố gắng mô phỏng lại trải nghiệm mua sắm offline trên nền tảng online bằng cách xây dựng cộng đồng thông qua mô hình theo nhóm, tạo ra những trải nghiệm mua sắm cá nhân hóa và có giá trị thông qua tính năng đề xuất mua hàng và mời bạn bè vào nhóm mua chung cùng với mình.

Cốt lõi của trải nghiệm mua sắm trên nền tảng thương mại điện tử Sharebuy là mô hình mua hàng theo nhóm, nơi mà người mua sẽ lập nhóm hoặc tham gia vào các nhóm có sẵn để mua cùng một sản phẩm, đơn giá sẽ càng giảm nhiều khi số lượng người trong một nhóm mua càng tăng lên.

Hải Long cho biết, “giá siêu rẻ” sẽ là một trong những yếu tố thu hút khách hàng của Sharebuy. Sản phẩm sẽ có thể giảm giá tới 80%, từ các sản phẩm công nghệ cho đến sản phẩm thời trang. Giải thích cho mức giá giảm này, chàng founder trẻ tuổi cho biết, nguyên lý ở đây chính là khách hàng được mua lẻ với mức giá sỉ. Ví dụ, một chiếc tủ lạnh được bán trên các sàn thương mại điện tử như Tiki với giá 12 triệu, nhưng bạn sẽ chỉ phải trả hơn 6 triệu đồng nếu tham gia nhóm mua chung cùng với 10 người nữa trên sàn thương mại điện tử Sharebuy.

Với mỗi sản phẩm, người mua sẽ được quyết định 2 mức giá: giá mua một mình và giá mua khi tham gia cùng nhóm mua chung. Trong mỗi nhóm

mua chung sẽ có phiên mua, kết thúc phiên sẽ chốt ở mức giá áp cho số người tham gia mua chung ở thời điểm kết thúc phiên. Người mua có thể khởi tạo một nhóm mua hoặc tham gia vào nhóm đang kêu gọi mua chung một sản phẩm. Mỗi nhóm mua sẽ được thành lập trong khoảng thời gian tối thiểu là 24 giờ và tối đa 7 ngày để chốt phiên giao dịch. Khi kết thúc phiên, hàng hóa sẽ được xác nhận trong 24 giờ và sau đó sẽ được giao tới khách hàng.

Theo Hải Long, mô hình nhóm mua của Sharebuy có lợi cho cả người mua và người bán. Người mua sẽ mua được hàng hóa với giá rẻ hơn nhiều so với thị trường, còn người bán sẽ bán được nhiều hàng hơn, góp phần làm giải tỏa hàng tồn kho, nhanh xoay vòng vốn để đầu tư vào các sản phẩm mới. Mô hình nhóm mua cũng giải quyết được vấn đề về lòng tin của khách hàng khi mà người tiêu dùng thường phụ thuộc vào giới thiệu xã hội để đưa ra quyết định mua sắm.

Trên thế giới, mô hình mua chung theo nhóm cũng phổ biến ở nhiều nước, ví dụ như Groupon tại Mỹ, với ưu thế là giảm giá thành sản phẩm. Nhưng khác với Groupon, Sharebuy có những điểm khác biệt như:

-Đề xuất bởi người bán/Khởi tạo bởi người mua:
Các deal của Sharebuy do người bán đề xuất nhưng lại được người mua khởi tạo (người mua phải thành lập hoặc tham gia một nhóm có quy mô để có được deal hời), trong khi các deal của Groupon lại chỉ được tạo và quản lý hoàn toàn bởi người bán.

-Hàng hóa thông dụng/ Sử dụng hàng ngày: Các deal của Sharebuy áp dụng cho các loại hàng hóa thông dụng hàng ngày (ví dụ vật dụng trong nhà, hàng may mặc) có giá trị đối với khách hàng, trong khi Groupon là các hàng hóa, dịch vụ độc mà không

được mua, bán ở nơi khác.

-Áp dụng được trên khắp các vùng miền: Sản phẩm trên Sharebuy có ở khắp các vùng miền của Việt Nam. Điều này trái ngược với Groupon, vì người bán sử dụng Groupon để kéo khách hàng tới sử dụng, mua sắm hàng hóa, dịch vụ tại các địa điểm, cửa hàng tại địa phương của Groupon.

Mua hàng theo nhóm thúc đẩy việc chia sẻ, tự nguyện giới thiệu hàng hóa, vì vậy nhóm Sharebuy tự tin sàn thương mại của Sharebuy sẽ tăng trưởng rất nhanh chóng. Một ví dụ điển hình là tại Trung Quốc, với mô hình tương tự, Pindoudou đã vượt qua hàng loạt gã khổng lồ như Alibaba hay Tencent để trở thành nền tảng thương mại điện tử lớn nhất chỉ sau 3 năm hoạt động.



Hiện tại, Sharebuy đang ở giai đoạn cuối của quá trình xây dựng nền tảng với đội ngũ vốn vẹn 8 thành viên nhưng đều chuyên về lập trình, đảm nhiệm mảng công việc khác nhau của dự án. Các thành viên đang nỗ lực gấp rút việc hoàn thiện công nghệ để có thể ra mắt sản phẩm vào giữa cuối năm 2021 và kêu gọi vốn đầu tư và kết nối với các quỹ đầu tư trong và ngoài nước ở các giai đoạn tiếp theo./.

Phương Anh



HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP CỦA ĐỨC ĐANG TRỞ NÊN XANH HƠN

Hệ sinh thái khởi nghiệp của Đức rất đa dạng, do đó mang lại nhiều cơ hội cho các công ty khởi nghiệp từ các lĩnh vực khác nhau. Đặc biệt là “Khởi nghiệp xanh” đang thu hút sự chú ý của Cơ quan Giám sát Khởi nghiệp Xanh (Green Startup Monitor - GSM) mà Hiệp hội Khởi nghiệp Đức đang nêu bật.

Hơn 30% tổng số công ty khởi nghiệp của Đức là Công ty khởi nghiệp xanh, 76% tổng số công ty khởi nghiệp nhìn thấy các tác động môi trường và xã hội của họ có liên quan đến chiến lược kinh doanh của họ và 50% tổng số các công ty khởi nghiệp ở Đức đã tích hợp tác động xã hội/môi trường vào các chỉ số hiệu suất chính.

Khởi nghiệp xanh là gì? Điều gì phía sau sự thành công của hệ sinh thái Khởi nghiệp xanh

của Đức và những rào cản tồn tại là gì?

Các công ty khởi nghiệp đang áp dụng cách tiếp cận kinh doanh để giải quyết những ‘thách thức lớn’ về xã hội và môi trường (biến đổi khí hậu, chuyển đổi và dịch chuyển năng lượng, thay đổi nhân khẩu học và thay đổi thế giới việc làm). Mặc dù được đưa vào vị trí đặc lực trong hầu hết các công ty khởi nghiệp ở Đức, khái niệm này cũng đang ngày càng được tích hợp trong các hướng dẫn quản lý.

Các công ty khởi nghiệp ở Đức được phân loại là ‘xanh’ nếu họ đáp ứng ba tiêu chí sau:

- Đóng góp cho nền kinh tế xanh;
- Tiếp cận chiến lược bền vững;
- Chiến lược bền vững được chuyển thành Chỉ số đánh giá hiệu quả công việc (KPIs).

Do đó, khoảng 30% công ty khởi nghiệp của Đức có thể được phân loại là những công ty khởi nghiệp xanh, trong khi 50% số công ty khởi nghiệp có thể đóng góp cho Nền kinh tế xanh. Hầu hết các Công ty khởi nghiệp xanh ở Đức hoạt động trong lĩnh vực ICT (22%), tiếp theo là lĩnh vực dinh dưỡng và thực phẩm (11%), hàng tiêu dùng (10%), chăm sóc sức khỏe (6%), ô tô và di động (6%), năng lượng và điện (6%), ... Các doanh nghiệp khởi nghiệp xanh chiếm phần lớn trong tổng số doanh nghiệp khởi nghiệp của 5 lĩnh vực: nông nghiệp và kinh doanh nông nghiệp, năng lượng và điện, dệt may, hàng tiêu dùng, dinh dưỡng và thực phẩm. Do đó, với các giải pháp của Đức là nhằm đang thúc đẩy thay đổi cơ cấu bền vững trong các lĩnh vực này mà vốn rất quan trọng đối với việc chuyển đổi sinh thái xã hội ở Đức.

Nhìn chung, các công ty khởi nghiệp xanh tự coi mình là đổi mới sáng tạo. Họ đặc biệt coi các sản phẩm, dịch vụ và công nghệ của họ là sáng tạo hơn hơn so với các công ty khởi nghiệp cổ điển. Tám trong số mười công ty khởi nghiệp Xanh tự xếp loại mình là sáng tạo hoặc rất đổi mới. Trong khi các Công ty khởi nghiệp xanh tiếp tục nổi bật nhờ tỷ lệ nữ sáng lập cao hơn đáng kể với 19%, con số này đã giảm nhẹ so với năm trước.

Những rào cản chính đối với các công ty khởi nghiệp xanh

Một trong những rào cản chính đối với các công ty khởi nghiệp xanh vẫn là khả năng tiếp cận nguồn vốn. Khoảng cách lớn nhất có thể thấy trong lĩnh vực đầu tư mạo hiểm: Trong khi 42% công ty khởi nghiệp xanh muốn tiếp cận nguồn vốn đầu tư mạo hiểm, thì

chỉ 16% có thể thu hút vốn đầu tư mạo hiểm. Điều đáng chú ý nữa là cứ 10 công ty khởi nghiệp xanh thì có 6 công ty mong muốn được chính phủ hỗ trợ kinh phí. Mặc dù các công ty khởi nghiệp xanh đã nhận được nhiều tài trợ của nhà nước hơn (48%) so với các công ty khởi nghiệp khác (42%), một khoảng cách đáng kể về tiếp cận nguồn vốn được xác định đối với 11% doanh nghiệp khởi nghiệp xanh. Do đó, cần có một chương trình tài trợ ‘bền vững’ của chính phủ để thu hẹp khoảng cách này. Ngoài ra, các cơ sở ươm tạo, các nhà xây dựng công ty, tức là các hình thức tài trợ kết hợp, hỗ trợ tài chính và phi tài chính, cũng đóng một vai trò quan trọng đối với các công ty khởi nghiệp Xanh. 23% công ty khởi nghiệp xanh mong muốn nhận được sự hỗ trợ như vậy.

Anna Alex từ Planetly cho rằng có một lý do lịch sử về thách thức đối với các công ty khởi nghiệp thân thiện với môi trường trong việc đảm bảo đầu tư hiện nay. Bà đề cập đến làn sóng khởi nghiệp xanh đầu tiên vào đầu những năm 2000 khi “nhiều nhà đầu tư đã đầu tư vào đó và hầu như họ không nhận được lợi nhuận như mong đợi, ngoại trừ các giao dịch phần mềm công nghệ xanh mang lại lợi nhuận khoảng 3,8% số tiền đã đầu tư”.

Tuy nhiên, Tiến sĩ Andreas Sedlmayr là đồng sáng lập và CEO của instagrid, một công ty khởi nghiệp năng lượng di động đã được vào vòng chung kết Giải thưởng khởi nghiệp về Chuyển đổi Năng lượng năm 2020, tin rằng hệ sinh thái trong lĩnh vực pin, đặc biệt là ở cấp độ châu Âu đang thúc đẩy trao đổi và hợp tác. Ông cho biết một ví dụ điển hình đó là InnoEnergy, một nền tảng được thiết kế đặc biệt cho các công ty non trẻ muốn thúc đẩy cuộc cách mạng năng lượng thông qua công nghệ bền vững. Thông qua đổi mới sáng tạo này, họ nhận được hỗ trợ và sự quan tâm hơn.

Giám đốc điều hành Fabian Mischler của công ty khởi nghiệp xe tay ga điện tử Wind Mobility có trụ sở

tại Berlin cũng lập luận rằng, mọi thứ đang ngày càng tốt hơn trong lĩnh vực này: “Chúng tôi thấy các công ty khởi nghiệp trên khắp nước Đức đang nỗ lực hết sức để trở nên bền vững hơn, từ việc cung cấp cho nhân viên đồ uống trong văn phòng để hạn chế họ mua nước đóng chai và sử dụng tách cà phê mang đi và sử dụng văn phòng phẩm có thể tái chế. ”



Như đã nêu trước đó, công ty khởi nghiệp xanh chiếm phần đáng kể trong tổng số các công ty khởi nghiệp tại Cộng hòa Liên bang Đức. Tuy nhiên, có sự khác biệt đáng kể giữa các tiểu bang, đây cũng là dấu hiệu cho thấy vị trí tốt nhất cho các công ty khởi nghiệp nước ngoài đang tìm cách xây dựng Công ty khởi nghiệp xanh ở Đức. Đặc biệt các bang Mecklenburg-Western Pomerania và Saarland chiếm 35% công ty khởi nghiệp xanh, Hesse (31%), Schleswig-Holstein (29%), Lower Saxony (29%) và Sachsen (29%). Hoạt động Khởi nghiệp Xanh dưới mức trung bình ở Saxony-Anhalt (19%), Hamburg (20%) và Bavaria (21%). Tuy nhiên, đặc biệt là Hamburg đã có sự gia tăng so với năm trước.

Đại dịch Covid-19 cũng đã góp phần tạo ra thách thức lớn khác đối với các công ty khởi nghiệp xanh, đó là thu hút khách hàng và bán hàng. Mặc dù con số này ít hơn so với các công ty khởi nghiệp truyền thống, nhưng 63% tổng số các Công ty khởi nghiệp xanh coi việc thu hút khách hàng và bán hàng là

thách thức lớn của họ. Những thách thức khác được các công ty khởi nghiệp xanh nhấn mạnh bao gồm phát triển sản phẩm, tính thanh khoản, lợi nhuận và thuế cũng như các quy định pháp luật. 12% công ty khởi nghiệp xanh nhận thấy quá trình quốc tế hóa đang gặp nhiều thách thức.

Các nhà hoạch định chính sách nhấn mạnh, 47% công ty khởi nghiệp xanh mong muốn có cơ chế tài trợ 'bền vững' của chính phủ. 47% cũng cảm thấy rằng các dịch vụ hành chính và quan liêu cần được nói lỏng. 40% khác nhận thấy cần mở rộng hỗ trợ đầu tư mạo hiểm và 27% mong muốn có thêm các chương trình trao đổi và hợp tác với các công ty đã thành lập.

Tất nhiên, các công ty khởi nghiệp không hoàn hảo khi nói đến tính bền vững. Nhưng chắc chắn có những thành tựu đáng để ăn mừng. Nhà sáng lập Viện Borderstep (tổ chức đứng sau Cơ quan Giám sát Khởi nghiệp Xanh), Giáo sư Tiến sĩ Klaus Fichter đã nhấn mạnh thực tế rằng, hiện đã có các cơ chế hỗ trợ như các cơ sở ươm tạo lớn tập trung vào các công ty khởi nghiệp chuyển đổi năng lượng. Đây là hy vọng các công ty khởi nghiệp của Đức có thể hoàn thành những gì họ đã bắt đầu và hướng tới một tương lai xanh hơn.

Nhìn chung, các công ty khởi nghiệp xanh là những công ty thúc đẩy sự chuyển đổi bền vững của nền kinh tế và tạo ra cỗ tức kép, về kinh tế cũng như sinh thái và xã hội. Do đó, Đức cũng là một thị trường thú vị cho các công ty khởi nghiệp xanh nước ngoài đang tìm cách đánh chiếm thị trường Đức. Nhận thức của người tiêu dùng đối với các sản phẩm bền vững và công bằng với sinh thái đã tăng lên đáng kể trong những năm gần đây và có khả năng tiếp tục phát triển trên con đường này./.

Minh Phượng (*Theo GINSEP*)



ĐÁNH GIÁ CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ DNNVV VÀ KHỞI NGHIỆP TẠI VIỆT NAM CỦA OECD: CÁC LỖ HỔNG CHÍNH SÁCH VÀ KHUYẾN NGHỊ

Báo cáo tổng quan đánh giá của OECD về chính sách hỗ trợ DNNVV và khởi nghiệp tại Việt Nam được thực hiện dựa trên phương pháp luận tiêu chuẩn, bao gồm bảng câu hỏi được gửi tới các cơ quan chính phủ, phỏng vấn các bên liên quan đến chính sách và kinh doanh và thảo luận dự thảo báo cáo tại một cuộc đánh giá đồng cấp do Ban công tác của OECD về DNNVV và khởi nghiệp (WPSMEE) tổ chức.

CÁC LỖ HỔNG TRONG CHÍNH SÁCH HỖ TRỢ DNNVV VÀ KHỞI NGHIỆP

Số hóa DNNVV chưa được quan tâm đúng mức

Mặc dù số hóa ngày càng quan trọng đối với sự phát triển của DNNVV, chủ đề này không được đề cập trong Luật Hỗ trợ DNNVV. Theo Báo cáo về

mức độ sẵn sàng cho nền sản xuất trong tương lai của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) năm 2018, Việt Nam được xếp vào nhóm sơ khai về mức độ sẵn sàng cho CMCN 4.0. Hơn nữa, giống như các nước ASEAN khác, Việt Nam cũng đang thiếu cơ sở hạ tầng công nghệ, năng lực và đổi mới sáng tạo để tận dụng tối đa công nghệ in 3D, với hầu hết các công ty

chế tạo thiếu vốn và kiến thức để thành lập các cơ sở tạo mẫu và in 3D của riêng mình.

Công nghiệp 4.0 gần đây đã trở thành một ưu tiên của chính phủ. Năm 2017, Thủ tướng Chính phủ đã có văn bản chỉ đạo về việc tăng cường năng lực tiếp cận cuộc CMCN 4.0 (Chỉ thị Số 16/CT-TTg ngày 4/5/2017), giao nhiệm vụ cho một số Bộ có hành động chính sách cụ thể nhưng không đề cập cụ thể đến các DNNVV. (Những đánh giá này được nêu trong báo cáo "SME and Entrepreneurship Policy in Vietnam" của OECD công bố ngày 22/1/2021). Tuy nhiên, đến thời điểm hiện tại, trong Chiến lược quốc gia về CMCN 4.0 đến năm 2030 ban hành kèm theo Quyết định số 2289/QĐ-TTg ngày 31 tháng 12 năm 2020, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Kế hoạch và Đầu tư chỉ đạo Quỹ Hỗ trợ DNNVV tăng tỷ lệ vốn hỗ trợ cho các doanh nghiệp có ứng dụng công nghệ ưu tiên để chủ động tham gia cuộc CMCN 4.0, giao Ủy ban Quản lý vốn nhà nước tại doanh nghiệp: khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp có năng lực công nghệ và tài chính phát triển các dịch vụ tư vấn, đào tạo và chuyển giao công nghệ ưu tiên để chủ động tham gia cuộc CMCN 4.0 cho các DNNVV; liên kết với nhau và với các doanh nghiệp công nghệ tư nhân để hình thành các mạng lưới hợp tác chuyên ngành và liên ngành).

Việt Nam đã ban hành nhiều chính sách có lợi cho thương mại điện tử. Một số mục tiêu của Chương trình Phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014-2020 (số 689/QĐ-TTg ngày 11/5/2014) là khuyến khích các doanh nghiệp khởi nghiệp lĩnh vực thương mại điện tử, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp sử dụng rộng rãi mô hình thương mại điện tử và phát triển các thị trường

điện tử xuyên biên giới đáng tin cậy. Mục tiêu cụ thể của chính sách là phát triển nhanh thương mại điện tử xuyên biên giới, phục vụ thiết thực hoạt động xuất nhập khẩu; giao dịch thương mại điện tử loại hình doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B) chiếm 30% kim ngạch xuất nhập khẩu vào năm 2020 nhưng không có mục tiêu nào được đặt ra cho DNNVV. (Một trong các mục tiêu của Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử tiếp theo giai đoạn 2021-2025 (Quyết định Số 645/QĐ-TTg ban hành ngày 15/5/2020) là 50% DNNVV tiến hành hoạt động kinh doanh trên các sàn giao dịch thương mại điện tử, bao gồm mạng xã hội có chức năng sàn giao dịch thương mại điện tử).



Chính phủ có thể phát triển một loạt các biện pháp chính sách toàn diện để hỗ trợ quá trình chuyển đổi kỹ thuật số của các DNNVV, từ việc khuyến khích sử dụng thương mại điện tử, giúp các DNNVV áp dụng tự động hóa trong quá trình sản xuất, đến hỗ trợ các DNNVV sử dụng các chương trình phần mềm như Hệ thống hoạch định nguồn nhân lực (Enterprise Resource Planning - ERP) hay Quản lý quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management - CRM). Các biện pháp này có thể là một phần của Chiến lược số hóa DNNVV mới hoặc



có thể được tích hợp vào các chương trình hiện có, chẳng hạn như Chương trình quốc gia về phát triển công nghiệp hỗ trợ, Chương trình đổi mới công nghệ quốc gia hay Chương trình quốc gia hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, hàng hóa.

Cần có sự phối hợp mạnh mẽ hơn trong hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp

Chính phủ gần đây đã triển khai một số chương trình quan trọng nhằm giúp thanh niên coi khởi nghiệp là một lựa chọn nghề nghiệp, thể hiện qua Đề án Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp (Đề án 1665), Chương trình Thanh niên khởi nghiệp giai đoạn 2016-2021 và Đề án Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025 (Đề án 844). Các chương trình này rất có ý nghĩa ở Việt Nam, vì khoảng 40% dân số dưới 25 tuổi và 45% dưới 30 tuổi.

Tuy nhiên, hiện tại vẫn chưa có sự phối hợp

chính thức giữa 3 chương trình này. Hơn nữa, Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh, chịu trách nhiệm thực hiện Chương trình Thanh niên khởi nghiệp, có nguồn nhân lực hạn chế và chủ yếu dựa vào các mối quan hệ đối tác để thực hiện các hoạt động của chương trình. Bộ Kế hoạch và Đầu tư có thể tìm hiểu tính khả thi của việc xây dựng mối liên kết hợp tác giữa các đối tác thực hiện 3 chương trình này để đạt được cách tiếp cận gắn kết hơn đối với chính sách hỗ trợ khởi nghiệp cho thanh niên.

Mục tiêu chính sách của việc chính thức hóa kinh doanh hộ gia đình cần có tư duy mới

Luật Hỗ trợ DNNVV đưa ra các biện pháp khuyến khích các hộ kinh doanh chuyển đổi thành DNNVV (có Giấy chứng nhận Đăng ký doanh nghiệp theo Luật Doanh nghiệp), chẳng hạn như miễn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 2 năm, miễn lệ phí đăng ký doanh nghiệp và lệ phí cấp giấy phép trong 3 năm, miễn phí tư vấn thủ tục hành chính, miễn, giảm tiền sử dụng đất có thời hạn theo quy định của

pháp luật về đất đai.

Tuy nhiên, những khuyến khích này vẫn chưa thể chuyển đổi nhiều hộ kinh doanh thành doanh nghiệp chính thức. Việc đơn giản hóa quá trình chuyển đổi và thủ tục đăng ký, bao gồm việc cho phép sử dụng lại các giấy phép có sẵn cho các hộ/cơ sở kinh doanh, có thể giúp đẩy nhanh quá trình chính thức hóa. Trên hết, có thể hình thành một chế độ thuế doanh nghiệp đơn giản và riêng biệt mới cho các doanh nghiệp hộ gia đình, ví dụ theo hình thức chế độ thuế cá nhân vi mô (Microempreendedor Individual - MEI) của Brazil áp dụng cho các doanh nghiệp hộ gia đình sử dụng một số lượng rất nhỏ lao động.

Đánh giá tác động theo quy định hiện hành nên bao gồm việc đánh giá các tác động đối với DNNVV

Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2008 và 2015 (Hiện nay Chính phủ đã ban hành Luật Ban hành văn bản quy phạm pháp luật năm 2020 số 23/VBHN-VPQH ngày 15/7/2020) quy định tất cả các dự thảo luật được Quốc hội thông qua và các nghị định/chính sách do chính phủ thông qua đều phải đánh giá tác động (RIA) trước khi trình để ra quyết định cuối cùng. Báo cáo RIA tập trung vào các khía cạnh sau: vấn đề cần giải quyết; mục tiêu của chính sách; giải pháp để thực hiện chính sách; tác động tích cực, tiêu cực của chính sách; chi phí, lợi ích của các giải pháp; so sánh chi phí, lợi ích của các giải pháp; lựa chọn giải pháp của cơ quan, tổ chức và lý do của việc lựa chọn; đánh giá tác động thủ tục hành chính, tác động về giới (nếu có). Mặc dù đây là tất cả các phần quan trọng của RIA, nhưng hiện tại không có yêu cầu đánh giá tác động của các luật mới hoặc

các quy định sửa đổi đối với các DNNVV. Hơn nữa, RIA vẫn chưa được áp dụng thống nhất.

Ở nhiều nước OECD, các chính phủ sử dụng việc đánh giá tác động đối với DNNVV như một phần của quá trình RIA. Việc đánh giá tác động đối với DNNVV thường bao gồm việc tham vấn của chính phủ với các tổ chức đại diện cho DNNVV, phân tích sâu về tác động của luật mới đối với DNNVV và đề xuất các biện pháp khắc phục nếu luật mới dự kiến có tác động tiêu cực đến các DNNVV. Việc đánh giá tác động đối với DNNVV nên được thông qua như là một phần của RIA ở Việt Nam và nên được áp dụng cho Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư, Luật Khoa học và Công nghệ và các luật khác có khả năng tác động đến các DNNVV.

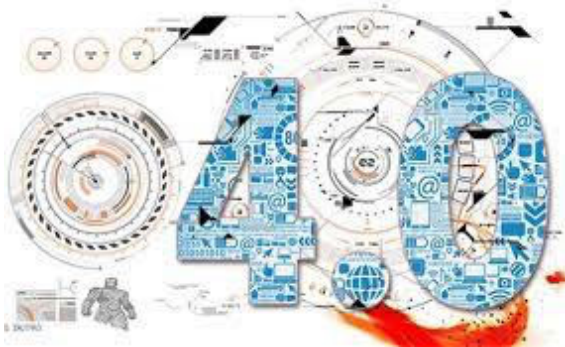


GIÁM SÁT VÀ ĐÁNH GIÁ CHÍNH SÁCH VỀ DNNVV VÀ KHỞI NGHIỆP

Có đủ năng lực giám sát, nhưng thiếu các đánh giá tác động chính thức

Mặc dù các cơ chế giám sát và đánh giá chính thức được áp dụng, tuy nhiên những nỗ lực này chủ yếu tập trung vào giám sát chi tiêu ngân sách và thực hiện các biện pháp chính sách nhất định, mà ít tập trung hơn vào đánh giá tác động chính thức.

Trước năm 2018, Bộ Kế hoạch và Đầu tư xuất bản hằng năm Sách trắng DNNVV bao gồm tổng quan chi tiết về các xu hướng của DNNVV cũng như kết quả từ việc thực hiện các chương trình hỗ trợ DNNVV. Kể từ khi Luật Hỗ trợ DNNVV ra đời, ấn phẩm này đã ngừng phát hành và được thay thế bằng một báo cáo về việc thực hiện Luật Hỗ trợ DNNVV, được Cục Phát triển doanh nghiệp chuẩn bị hằng năm với sự tham gia của các Bộ liên quan. Báo cáo này được trình Thủ tướng Chính phủ trình bày thông tin về tình hình thực hiện các chính sách khác để thực thi Luật Hỗ trợ DNNVV (theo báo cáo của Cục Phát triển doanh nghiệp được công bố vào tháng 3/2020, Chính phủ đã ban hành tổng cộng 5 nghị định, 1 chỉ thị và 7 thông tư để thực thi Luật Hỗ trợ DNNVV).



Việt Nam dường như đã sát sao trong việc giám sát tiến độ thực hiện chương trình, nhưng việc thực hiện các đánh giá tác động chính thức nhằm đánh giá mức độ khác biệt của một can thiệp chính sách đối với các doanh nghiệp tiếp nhận chính sách lại chưa được quan tâm đúng mức. Để đánh giá được chính xác tác động của chính sách đòi hỏi kỹ năng thu thập dữ liệu và phân tích dữ liệu tốt và cần các nguồn ngân sách phù hợp. Tuy nhiên, việc đánh giá rất hữu ích để giúp các nhà hoạch định chính sách biết được những tác động thực sự của chính sách,

điều chỉnh các yếu tố không mang lại hiệu quả tốt. Do đó, Chính phủ Việt Nam cần xem xét thực hiện nhiều nghiên cứu đánh giá chính sách hơn, ít nhất là đối với 3-5 chương trình hàng đầu nhận được hầu hết các nguồn lực của chính phủ về ngân sách.

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH

Luật Hỗ trợ DNNVV liên quan đến tất cả các DNNVV, mặc dù một số điều khoản bổ sung nhằm mục tiêu cụ thể hơn vào 3 nhóm đối tượng: doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, DNNVV tham gia vào chuỗi và cụm giá trị và các hộ kinh doanh chuyển đổi thành doanh nghiệp đăng ký chính thức. Nhìn vào khung chính sách tổng thể DNNVV và khởi nghiệp, dường như có 4 vấn đề chính nổi lên: thiếu các chương trình nhằm mục tiêu cụ thể đến số hóa DNNVV; thiếu sự phối hợp giữa các chương trình khởi nghiệp cho thanh niên; thành công hạn chế của chính sách quốc gia trong chuyển đổi hộ kinh doanh thành doanh nghiệp đăng ký chính thức; và thiếu đánh giá tác động của các luật và quy định mới đối với hoạt động của DNNVV.

Bộ Kế hoạch và Đầu tư với đại diện là Cục Phát triển doanh nghiệp chịu trách nhiệm chính về chính sách DNNVV tại Việt Nam. Tuy nhiên, nhiều Bộ khác cũng tham gia vào quá trình này. Đây là một lợi thế vì sự phát triển của DNNVV được lồng ghép vào nhiệm vụ của nhiều Bộ chuyên môn, nhưng việc này cũng đặt ra thách thức về điều phối chính sách và thực thi chính sách. Đặc biệt, việc thực thi chính sách còn rời rạc trong một số lượng lớn các quyết định lập pháp. Việc chuẩn bị Kế hoạch Phát triển DNNVV có thể giúp làm rõ khuôn khổ hỗ trợ tổng thể cho các DNNVV và khởi nghiệp.

Nền tảng cho sự phối hợp chính sách giữa các Bộ đã có, nhưng lại không hiệu quả. Hội đồng Thúc đẩy và Phát triển DNNVV nên được kích hoạt lại, trong khi Cục Phát triển doanh nghiệp có thể được củng cố để cho phép điều phối tốt hơn các hoạt động triển khai chính sách DNNVV. Sự phối hợp thực thi chính sách giữa cấp quốc gia và cấp địa phương rất mạnh mẽ, vì nhiều chính sách được giao cho các chính quyền cấp tỉnh ở Việt Nam thực thi. Tuy nhiên, một số tỉnh thiếu nguồn nhân lực và tài chính để thực hiện có hiệu quả các chính sách quốc gia; sự hỗ trợ của Cục Phát triển doanh nghiệp trong việc dẫn dắt, chỉ đạo quá trình hoạch định, thực thi chính sách và nâng cao năng lực cho các tỉnh có thể giúp cải thiện tình hình này.

Cuối cùng, việc giám sát và báo cáo tiến độ thực hiện các chính sách hỗ trợ DNNVV đã được thực hiện đúng cách nhưng thiếu các đánh giá tác động chính thức.

Khuyến nghị chính sách về quản trị chính sách hỗ trợ DNNVV và khởi nghiệp

- Xây dựng các biện pháp chính sách toàn diện để hỗ trợ quá trình chuyển đổi kỹ thuật số của các DNNVV có thể là một phần của chương trình mới hoặc được tích hợp vào các chương trình hiện có (ví dụ: Chương trình quốc gia về phát triển công nghiệp hỗ trợ, Chương trình đổi mới công nghệ quốc gia, v.v..).

- Đảm bảo đáp ứng nhu cầu của các DNNVV trong Chiến lược Quốc gia về CMCN 4.0, bao gồm cả việc thiết kế các chương trình mục tiêu.

- Tăng cường phối hợp giữa các chương trình khởi nghiệp thanh niên hiện có nhằm khai thác sức mạnh tổng hợp và xây dựng phương pháp tiếp cận tổng hợp để phát triển tinh thần kinh doanh của

thanh niên.

- Thông qua đánh giá tác động đối với DNNVV như một phần của đánh giá tác động theo quy định hiện hành, áp dụng vào các luật liên quan đến DNNVV, chẳng hạn như Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư và Luật Khoa học và Công nghệ.



- Dự thảo Kế hoạch phát triển DNNVV mới trong đó kết hợp tất cả các sáng kiến chính sách liên quan của các Bộ và cơ quan nhà nước, bao gồm cả những sáng kiến không được quy định cụ thể trong Luật Hỗ trợ DNNVV.

- Cải tổ Hội đồng Thúc đẩy phát triển DNNVV và mở rộng nhiệm vụ của Hội đồng này để thực hiện vai trò điều phối liên bộ mạnh mẽ hơn. Trong bối cảnh này, cần cung cấp đầy đủ các nguồn lực để Cục Phát triển doanh nghiệp thực hiện vai trò Thư ký của Hội đồng.

- Tăng cường năng lực hoạch định chính sách hỗ trợ DNNVV ở các tỉnh chưa xây dựng Kế hoạch phát triển DNNVV tại địa phương với sự hỗ trợ của Cục Phát triển doanh nghiệp.

- Thực hiện nghiên cứu đánh giá tác động chính thức, ít nhất là đối với các chương trình DNNVV lớn nhất của chính phủ, để đánh giá tốt hơn tác động của những can thiệp này đối với những người thụ hưởng dự kiến./.

Nguyễn Lê Hằng (theo OECD)