TỈNH UỶ - HĐND - UBND TỈNH NINH BÌNH

KỶ YẾU

HỘI THẢO KHOA HỌC

"KHỞI TẠO VÀ THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO HỘI NHẬP QUỐC TẾ TẠI NINH BÌNH - VẤN ĐỀ VÀ GIẢI PHÁP"

Ninh Bình, năm 2024

MỤC LỤC

STT	Bài tham luận	Trang
1	**Báo cáo trung tâm:** Khởi tạo và thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hội nhập quốc tế tại Ninh Bình **Ông Nguyễn Thanh Việ**t - *Chủ tịch HĐQT Intracom Group*	
2	Những giải pháp thiết kế cho làng nghề Ninh Bình **Nhà Thiết kế Minh Hạnh** - *Giám đốc Viện Thiết kế Thời trang Việt Nam tại Thành phố Hồ Chí Minh*	
3	Thu hút đầu tư vào ngành công nghiệp biểu diễn tại Ninh Bình, đưa Ninh Bình trở thành trung tâm biểu diễn nghệ thuật quy mô quốc gia và quốc tế **Đạo diễn Lê Hải Yến** - *Giám đốc Công ty Newday Media*	
4	Hệ sinh thái bảo đảm cho xây dựng, quản trị, vận hành, khai thác, phát huy hiệu quả Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại tỉnh Ninh Bình **Ông Kiều Công Thược** - *Chủ tịch Quỹ Khởi nghiệp sáng tạo Việt Nam*	
5	Giải pháp thúc đẩy kết nối mạng lưới Trường Đại học, Viện nghiên cứu trong nước và quốc tế trong việc khởi tạo và phát triển Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hội nhập quốc tế tại Ninh Bình **Ông Nguyễn Tử Quảng** - *Chủ tịch Tập đoàn Công nghệ BKAV*	
6	Phân tích ma trận SWOT- cơ hội/thách thức/điểm yếu/điểm mạnh xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo tại tỉnh Ninh Bình **Ông Vũ Tuấn Anh** - *Phó Tổng Giám đốc Công ty tư vấn tái cấu trúc và chuyển đổi số Dr SME*	
7	Khởi nghiệp sáng tạo trong xây dựng mô hình kinh doanh mới hướng vào khách hàng mới, dịch vụ mới, quy trình mới dựa trên khả năng tích hợp đa giá trị: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra **TS. Ngô Minh Tuấn** - *Chủ tịch Tập đoàn CEO Việt Nam Global*	

STT	Bài tham luận	Trang
8	Môi trường thể chế vĩ mô và chính sách địa phương bảo đảm xây dựng, vận hành, phát huy hiệu quả Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình **Ông Ngô Vĩnh Bạch Dương** - *Giám đốc Trung tâm tư vấn pháp luật, Viện Nhà nước và Pháp luật*	
9	Phân tích thị trường trao đổi, mua bán, nhượng quyền các ý tưởng, phát minh, sáng chế, thiết kế sáng tạo trên thế giới gắn với quyền sở hữu trí tuệ - Gợi ý tham chiếu khởi tạo và thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hội nhập quốc tế tại Ninh Bình **Viện Khoa học Sở hữu trí tuệ, Bộ Khoa học và Công nghệ**	
10	Kinh nghiệm xây dựng, vận hành Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trên thế giới - Giá trị tham chiếu cho Ninh Bình **PGS. TS. Lê Văn Chiến** - *Viện trưởng Viện Lãnh đạo học và Chính sách công - Học viện Chính trị quốc gia Hồ chí Minh*	
11	Đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp: Nhìn từ Israel **PGS.TS. Bùi Văn Huyền** - *Viện trưởng Viện Kinh tế, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh*	
12	Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình: Tìm kiếm mô hình kinh doanh đột phá trong tương lai **TS. Vũ Việt Anh** - *Chủ tịch Học viện Thành Công*	
13	Hướng tới thành phố toàn cầu - tầm nhìn và giải pháp cho Ninh Bình xây dựng đô thị di sản thiên niên kỷ **PGS. TS. Trần Phương Trà** - *Giám đốc Chương trình Thạc sĩ Chính sách công & Hợp tác quốc tế, Trường Kinh doanh Audencia, Pháp, Giám đốc Mạng lưới Chính sách Kinh tế - AVSE Global*	
14	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực du lịch gắn với kiến tạo sản phẩm độc đáo, khác biệt, đẳng cấp: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra **TS. Nguyễn Quốc Kỳ** - *Chủ tịch HĐQT Công ty Du lịch Vietravel*	
15	Một số đề xuất về thiết kế mỹ thuật công nghiệp trong phát triển du lịch văn hoá ở Ninh Bình **PGS.TS. Trang Thanh Hiền** - *Trường Đại học Mỹ thuật Việt Nam*	

STT	Bài tham luận	Trang
16	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực công nghiệp ẩm thực **Ông Lã Quốc Khánh** - *Phó Chủ tịch kiêm Tổng Thư ký Hiệp hội Văn hóa Ẩm thực Việt Nam*	
17	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực an ninh dinh dưỡng cho sức khoẻ: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và định hướng giải pháp **NGND.PGS.TS.BS. Phạm Ngọc Khái** - *Chủ tịch Hội Dinh dưỡng Việt Nam*	
18	Đầu tư cho thể thao ở Ninh Bình - Xây dựng nền kinh tế bền vững **TS. Phạm Thành Trí** - *Chủ tịch Hội đồng sáng lập Viện Kinh tế Thể thao*	
19	Ứng dụng Trí tuệ nhân tạo tạo sinh (GenAI) trong du lịch **PGS.TS. Phạm Văn Cường** - *Trưởng khoa Trí tuệ nhân tạo, Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông*	
20	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế phương tiện tự hành: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra cho Ninh Bình **PGS. Trần Quang Vinh** - Trưởng khoa Kỹ thuật Ô tô và Năng lượng, Trường Đại học Phenikaa	
21	Khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, chuyển giao và thương mại hoá trong lĩnh vực công nghệ sinh học: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra đối với tỉnh Ninh Bình **PGS.TS. Trương Ngọc Kiểm** - *Giám đốc Trung tâm Chuyển giao Tri thức và Hỗ trợ khởi nghiệp, Đại học Quốc gia Hà Nội*, **TS. Võ Thành Phong** - *Phó Vụ trưởng Vụ Khoa học và Công nghệ, Ban Tuyên giáo Trung ương*	
22	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ y - sinh: Vai trò của sở hữu trí tuệ, đặc điểm, cơ hội, thách thức **GS.TS. Lê Mai Hương** - *Phó Chủ tịch Hội Nữ trí thức Việt Nam*	
23	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa công nghệ vật liệu mới: Phân tích đặc điểm, cơ hội, thách thức và các vấn đề đặt ra **PGS.TS. Đào Văn Dương** - *Trưởng khoa Công nghệ Sinh học, hoá học và kỹ thuật môi trường, Trưởng nhóm nghiên cứu mạnh, Đại học Phenikaa*	

STT	Bài tham luận	Trang
24	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, sáng chế, ứng dụng công nghệ nano vào các lĩnh vực đời sống: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra **GS.TS. Phạm Thành Huy** - *Hiệu trưởng Trường Đại học Phenikaa*	
25	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ môi trường - Trường hợp công nghệ xử lý chất thải rắn sinh hoạt: Đặc điểm, Cơ hội, Thách thức và Những vấn đề đặt ra **Công ty Cổ phần Tập đoàn Công nghệ Huy Hoàng**	
26	Khởi nghiệp nông nghiệp sáng tạo gắn với hệ sinh thái khởi nghiệp tỉnh Ninh Bình **TS. Đàm Quang Thắng** - *Chủ tịch Hội đồng Cố vấn Khởi nghiệp ĐMST Quốc Gia*	
27	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực doanh nghiệp hóa, cơ cấu lại mô hình kinh doanh của các ngành nghề gia truyền, đặc sản: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra **Ông Nguyễn Thanh Việt** - *Chủ tịch HĐQT Intracom Group*	
28	Khởi nghiệp từ nghệ thuật Điêu khắc ánh sáng **Nhà điêu khắc ánh sáng, nghệ sĩ Bùi Văn Tự** - *Chủ tịch HĐQT Công ty cổ phần điêu khắc ánh sáng Đại Việt*	
29	Quy hoạch xây dựng Công viên Tổ nghề gốm Bồ Bát tại làng Bạch Liên, xã Liên Thành, huyện Yên Mô, tỉnh Ninh Bình **Ông Nguyễn Thế Cường** - *Nghệ nhân SVC Việt Nam, Chủ tịch Công ty Cổ phần Tập đoàn Thạch Bàn*	
30	Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo dựa trên kết hợp "di sản hóa" với "thương mại hóa", "doanh nghiệp hóa" các tài nguyên văn hóa và thiên nhiên độc đáo, phong phú, đặc sắc của địa phương **Luật sư Lê Quang Tuấn**-*Chánh Văn phòng Tạp chí Vietnam Travel; PGĐ Trung tâm Di sản kết nối*	
31	Phát triển hệ sinh thái và nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo: Kinh nghiệm từ Trường Đại học Ngoại thương và kiến nghị với tỉnh Ninh Bình **TS. Nguyễn Thu Hằng** - *Phó Giám đốc Trung tâm Đổi mới sáng tạo Trường Đại học Ngoại thương Hà Nội*	

STT	Bài tham luận	Trang
32	Kinh nghiệm phát triển vườn ươm khởi nghiệp ở trong và ngoài nước và một số đề xuất cho tỉnh Ninh Bình **PGS.TS. Đỗ Hương Lan** - *Phó Giám đốc Trung tâm Khởi nghiệp và sáng tạo xã hội, Trường Đại học Kinh tế quốc dân*	
33	Các trụ cột của Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo - Những vấn đề đặt ra cho Ninh Bình **Ths. Trần Đạo Hạnh** - *Giám đốc đầu tư Quỹ BK Fund*	
34	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực quà tặng du lịch khác biệt, đẳng cấp, bản sắc, mang giá trị thương hiệu địa phương **Ông Phạm Ngọc Long -** *Giám đốc Công ty Cổ phần quốc tế Thịnh Đạt*	
35	Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo từ góc nhìn tài chính "xanh" **PGS.TS. Đỗ Hùng** - *Trường Đại học Massey, New Zealand, Giám đốc Mạng lưới Tài chính Ngân hàng - AVSE Global*	
36	Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng xây dựng, ứng dụng, vận hành dữ liệu lớn vào các lĩnh vực đời sống: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra **PGS.TS. Tạ Hải Tùng-** *Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông, Đại học Bách khoa Hà Nội*	
37	Xây dựng Trung tâm đổi mới sáng tạo tại tỉnh Ninh Bình từ góc nhìn Doanh nghiệp **Ông Hoàng Nam Tiến** - *Phó Chủ tịch Hội đồng Trường Đại học FPT*	
38	Xây dựng Ninh Bình thành Trung tâm đổi mới sáng tạo ngoài trời lớn nhất thế giới: Thực trạng và giải pháp **Ông Hoàng Hà** - *Công ty Nestle Việt Nam, Chuyên gia mạng lưới đổi mới sáng tạo - AVSE Global*	
39	Khởi nghiệp sáng tạo của một số doanh nghiệp du lịch tại tỉnh Ninh Bình thời gian qua - Bài học thực tiễn và những vấn đề đặt ra cho thời gian tới **TS. Bùi Văn Mạnh** - *TUV, Giám đốc Sở Du lịch tỉnh Ninh Bình*	
40	Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thông qua phát triển các mô hình nông nghiệp đa giá trị tại tỉnh Ninh Bình **Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn**	

STT	Bài tham luận	Trang
41	Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thông qua công nghiệp hoá các ngành nghề truyền thống dựa trên tri thức bản địa **Sở Công thương**	
42	Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức cho Ninh Bình đẩy mạnh chuyển đổi số gắn với xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo **Ths. Đoàn Thanh Hải -** *Giám đốc Sở Thông tin và Truyền thông*	

BÁO CÁO TRUNG TÂM CỦA HỘI THẢO KHOA HỌC

"Khởi tạo và thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hội nhập Quốc tế tại Ninh Bình"

Shark Việt
Chủ tịch HĐQT Intracom Group

Chúng ta đang sống trong một thời đại mà "Khởi nghiệp và Đổi mới sáng tạo" thực sự đã hòa nhập, hài hòa với nhau như nước với sữa: Nhắc đến khởi nghiệp là phải nghĩ ngay đến hàm lượng đổi mới sáng tạo trong khởi nghiệp, khi có sự Đổi mới- Sáng tạo ta nghĩ ngay đến việc tạo ra Khởi nghiệp.

Với bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển không ngừng của công nghệ, việc xây dựng một hệ sinh thái "khởi nghiệp - đổi mới sáng tạo hội nhập Quốc tế" vô cùng cần thiết và cấp bách. Điều này không chỉ giúp chúng ta tận dụng được những cơ hội mới mà còn tạo ra nền tảng vững chắc để đối mặt với những thách thức trong tương lai.

Trước làn sóng doanh nghiệp khởi nghiệp trên toàn thế giới hiện nay, Việt Nam cũng không nằm ngoài xu hướng này. Thậm chí, còn được xếp trong danh sách nhóm các quốc gia có tinh thần khởi nghiệp đứng TOP đầu. 2017 – 2020 được coi là giai đoạn bùng nổ mạnh mẽ nhất của các doanh nghiệp startup ở nước ta với số lượng tăng vọt nhanh chóng. Theo Tổng cục Thống kê, tính đến 2020 cả nước có 760 nghìn doanh nghiệp đang hoạt động, các doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm đến 97% (trong đó bao gồm cả các doanh nghiệp khởi nghiệp).

Nhìn vào các con số và các xếp hạng trên, có lẽ nhiều người sẽ đánh giá ngay rằng hoạt động của các doanh nghiệp startup Việt Nam rất sôi động với nhiều tiềm năng phát triển. Tuy nhiên, thực tế Việt Nam lại nằm trong số 20 quốc gia có khả năng thực hiện các kế hoạch kinh doanh thành công với những kết quả tốt là rất thấp. Chỉ khoảng 3% trong đó được coi là thành công so với đúng định hướng ban đầu mà các doanh nghiệp đã đặt ra. Ngoài ra, dựa trên kết quả khảo sát của Phòng thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), có một kết quả đáng buồn mà chúng ta cần phải biết đó là trong các doanh nghiệp khởi nghiệp ở thời điểm tiến hành khảo sát thì chỉ có 10% là thành công mà thôi.

Trước khi đi sâu vào các điều kiện cụ thể và kiến nghị mô hình khởi nghiệp đổi mới sáng tạo đối với tỉnh Ninh Bình, tôi xin phép điểm qua một số "nỗi đau" của các

Startup Việt Nam cũng như Quốc tế. Điều này sẽ giúp chúng ta có cái nhìn tổng quan và so sánh, từ đó tìm ra những điểm mạnh và cơ hội mà Việt Nam nói chung, tỉnh Ninh Bình nói riêng có thể tận dụng để thúc đẩy sự phát triển khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo.

I. KHÓ KHĂN TRONG HOẠT ĐỘNG KNĐMST TẠI VIỆT NAM, THẾ GIỚI

Nhận diện một số khó khăn thách thức của các công ty khởi nghiệp được chia thành hai nhóm:

(1) Thách thức đến từ chính nội bộ DNKN;

(2) Rào cản đến từ môi trường bên ngoài DNKN.

Cụ thể như sau:

1.1. Rào cản nội bộ

1.1.1. Về pháp lý

Các startup thường xuất phát từ việc tập trung làm sản phẩm, không phải đội ngũ sáng lập nào cũng đầy đủ nhân sự thuộc các lĩnh vực, đặc biệt là pháp lý, tài chính,…,.Marketing,…một số vấn đề pháp lý thường gặp:

- Thỏa thuận sáng lập viên: Nếu startup chưa hình thành pháp nhân thì thỏa thuận giữa các sáng lập viên cần làm thế nào cho hợp pháp và có tính ràng buộc nhau.

- Các chấp thuận cần thiết: Hình thái pháp lý của startup là gì, có cần xin chấp thuận của cơ quan chức năng hay không? Sản phẩm, dịch vụ mà startup cung cấp có bị cấm hay hạn chế kinh doanh hay không? Đó là một số câu hỏi mà các sáng lập viên cần lưu ý và sau này cũng là mối quan tâm của các nhà đầu tư nếu startup huy động vốn.

- Tài sản trí tuệ: Startup thường mang tính đổi mới sáng tạo. Các startup thành công hiện nay đa phần trong lĩnh vực công nghệ hoặc có ứng dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật. Khi đó tài sản trí tuệ là một tài sản quan trọng, ảnh hưởng đến việc nhà đầu tư định giá startup tại thời điểm rót vốn.

- Tiếp nhận vốn đầu tư: Về pháp lý, nhà đầu tư sẽ quan tâm chủ yếu đến việc hình thái pháp lý là gì, hoạt động của startup có hợp pháp hay không. Ở chiều ngược lại, startup cũng cần biết về quyền sở hữu, nghĩa vụ thuế và các cam kết đã ký khi tiếp nhận vốn.

- Trách nhiệm cá nhân: Sáng lập viên startup thường là cá nhân, do đó các thỏa thuận, nghĩa vụ thuế từ hoạt động kinh doanh thu lợi trên thực tế gắn liền với cá nhân. Ngoài doanh nghiệp, cá nhân hoặc nhóm cá nhân cần biết – hiểu – kiểm soát các rủi ro pháp lý khi khởi nghiệp.

- Việc không am hiểu về pháp lý dẫn đến những rủi ro rất lớn ảnh hưởng đến hoạt

động liên tục của Doanh nghiệp khởi nghiệp. Do vậy sự bổ trợ về lĩnh vực này cho các startup là vô cùng cấp thiết, có thể đào tạo cho chính đội ngũ sáng lập, điều hành cũng như thông qua các đơn vị dịch vụ hỗ trợ chuyên nghiệp trong các trung tâm khởi nghiệp.

1.1.2. Về xác định mô hình kinh doanh

a) Mô hình doanh nghiệp không phù hợp

- Nỗi đau kinh doanh mà các doanh nghiệp thường gặp chính là việc lựa chọn mô hình không phù hợp. Việc lựa chọn mô hình doanh nghiệp không phù hợp dẫn đến việc hoạt động lúc nào cũng khó khăn, lãng phí ngân sách và không tận dụng được các lợi thế của mình. Ngay từ bước nghiên cứu thị trường, xác định nhu cầu và cách thức tạo ra doanh thu đã cần phải tiến hành lựa chọn mô hình phù hợp nhất với mình. Phải xem xét kỹ " Mô hình kinh doanh" phù hợp và có định hướng phát triển lâu dài.

- Không am hiểu thị trường: Điều này xảy ra không ít ở các doanh nghiệp khởi nghiệp, đặc biệt là ở các bạn trẻ vẫn còn thiếu rất nhiều kinh nghiệm thực chiến. Sản phẩm rất tốt, vượt trội hơn các đối thủ khác hoặc thậm chí là chưa từng có trước đó. Nhưng lại không biết thị trường mục tiêu của mình là gì, khách hàng của mình là ai, nhu cầu của họ là gì, mong muốn của họ ra sao,… thì rất khó để có thể bán được sản phẩm của mình.

- Vô tình tạo ra một sản phẩm lỗi: Ở giai đoạn mới startup rất khó để tạo ra một sản phẩm hoàn hảo, lý tưởng ngay từ đầu. Đây là các lý do vì sao, các doanh nghiệp khởi nghiệp thường phải thử nghiệm hoặc tạo ra các chương trình test lỗi cho cộng đồng để phát triển sản phẩm của mình tốt hơn. Bên cạnh đó, còn có một trường hợp đó là giới thiệu sản phẩm sai cách, nói quá về công năng của chúng. Dẫn đến việc khi khách hàng mua về không đáp ứng được nhu cầu của mình thì đây cũng là một sản phẩm bị lỗi trong mắt họ. Không có gì khiến khách hàng cảm thấy chán nản, buồn hơn là việc cảm giác mình bị "dắt mũi" và mua phải những sản phẩm không đáp ứng đủ kỳ vọng. Nên việc vô tình tạo ra một sản phẩm lỗi là nỗi đau mà rất nhiều doanh nghiệp startup gặp phải trong thời gian đầu.

b) Quản trị doanh nghiệp

- Sếp ôm hết việc, nhân viên ngồi chơi: Trường hợp này còn có thể xếp vào trong danh sách nỗi đau của doanh nhân vẫn thường bắt gặp. Thân làm sếp nhưng nhiều người lại ngập mặt trong công việc cả ngày không hết, trong khi đó nhân viên lại nhàn hạ đi làm như đi chơi. Không phủ nhận rằng, làm sếp thì phải lo toan rất nhiều vấn đề khác nhau nhưng để nỗi đau trong doanh nghiệp này xuất hiện thì sẽ rất đáng báo động. Nỗi đau này xuất hiện thực chất là do doanh nghiệp đã sai lầm ngay từ ban đầu trong quá trình tuyển dụng, phân bổ công việc, tính KPI chưa đúng với thực tế làm việc của đội ngũ nhân viên.

- Chiến lược hay nhưng không có người thực thi: Không chỉ có những doanh nghiệp lớn mới tạo được ra những chiến lược ấn tượng, mang tính khả thi. Tuy nhiên, điểm khác biệt lớn nhất chính là họ luôn có đủ nhân lực để triển khai những chiến lược này thành hiện thực so với các doanh nghiệp khởi nghiệp. Việc doanh nghiệp trong giai đoạn startup bị thiếu người ắt hẳn không phải là điều gì xa lạ gì. Hơn thế, nhiều người khi nộp CV và thậm chí đi làm được một thời gian đều nghỉ việc tại các doanh nghiệp khởi nghiệp. Nên đây là lý do vì sao rất nhiều chiến lược hay nhưng nỗi đau của doanh nghiệp startup lúc này lại là không có người thực thi hóa chúng.

- Đội ngũ quản lý kém: Một doanh nghiệp khởi nghiệp muốn có những bước tiến thành công bắt buộc đội ngũ quản lý, ban lãnh đạo phải là những đầu tàu vững chắc. Tuy nhiên, bản thân nhiều doanh nghiệp startup đội ngũ quản lý phần lớn chỉ mạnh duy nhất về khả năng vốn, còn lại những kỹ năng, khả năng liên quan lại không tốt. Ngay cả khi một cá nhân giỏi cũng không thể gánh vác được tất cả, nếu quản lý kém thì nguy cơ doanh nghiệp bị phá sản càng tăng cao. Vì vậy, khi quyết định hợp tác với những ai, ai sẽ là cộng sự của mình Startup cần cân nhắc một cách tổng thể thật kỹ lưỡng.

- Không tuyển, giữ chân được người tài: Đây chính là một trong những nỗi đau trong quản trị nhân sự mà không chỉ có các doanh nghiệp startup mới gặp phải. Nhưng có một tình trạng rất phổ biến đó chính là họ rất khó tuyển dụng được nhân sự. Bởi không chỉ có doanh nghiệp mới xem xét, cân nhắc CV của ứng viên mà ngược lại ứng viên cũng sẽ tìm hiểu các thông tin về quy mô, lĩnh vực, hoạt động của doanh nghiệp để cân nhắc. Bên cạnh đó, nỗi đau của các startup thường xuất hiện rất nhiều trong vấn đề này đó chính là tuyển dụng, đào tạo xong thì họ lại nhảy việc.

- Kinh nghiệm quản lý, giám sát: Phần lớn các doanh nghiệp khởi nghiệp lại chưa làm tốt điều này hoặc hay chăng cho rằng là chưa cần thiết. Tuy nhiên, việc mất cắp dữ liệu, nhân viên quay xe là điều không thiếu trong thị trường kinh doanh hiện nay; nhất là khi đang có một ý tưởng rất mới lạ, độc đáo và thu hút được nhiều sự quan tâm của xã hội. Chưa kể tình trạng nhân viên lấy cắp sản phẩm, rút lõi chi phí hoạt động, kinh doanh là điều hoàn toàn có thể xảy ra. Không có một hệ thống kiểm tra, giám sát tổng thể đồng nghĩa với việc Startup sẽ gặp rất nhiều rủi ro.

c) Quản trị tài chính

- Không kiếm được đủ vốn và không tạo được dòng tiền tốt: Thiếu vốn có lẽ là tình trạng chung mà gần như các doanh nghiệp startup đang gặp phải hiện nay. Việc vận hành một doanh nghiệp ở giai đoạn nào cũng đều "ngốn" một khoản phí không hề nhỏ. Bên cạnh vốn của bản thân, người chủ doanh nghiệp thường đi kêu gọi vốn. Nhưng không phải lúc nào cũng có thể kêu gọi thành công, có chăng cũng chỉ được một nơi chấp nhận rót vốn cho. Tuy nhiên, khi nhà đầu tư rút vốn mà startup lại không có dòng

tiền tốt thì đương nhiên cả doanh nghiệp sẽ gặp khó khăn. Start up không được lệ thuộc vào số vốn ban đầu, trong suốt quá trình phát triển phải tạo ra một dòng tiền đủ mạnh để duy trì hoạt động kinh doanh.

- Hệ thống kế toán – tài chính không theo dõi tốt: có những doanh nghiệp mặc dù đã có sản phẩm tốt; tuy nhiên, khi tiếp cận các quỹ đầu tư thì việc định giá, sổ sách kế toán, tài chính lại không thuận lợi. Vậy nên, nếu muốn tăng khả năng cạnh tranh dự án của mình thì cần có số liệu báo cáo kế toán chuyên nghiệp.

- Còn nữa việc định giá vốn góp về Kinh nghiệm, Công nghệ lõi ,… khi thành lập doanh nghiệp sẽ gặp khó với cơ quan đăng ký kinh doanh.

d) Vấn đề về kinh doanh

- Các startup khó tìm được nguồn khách hàng tốt: Nguồn khách hàng chất lượng là những khách tiềm năng, trung thành và sẵn sàng tha thứ lỗi lầm. Đó là những điều ý nghĩa và cần thiết cho bất kỳ công ty khởi nghiệp nào. Những khách hàng tốt sẽ mang đến doanh thu, lợi nhuận góp phần xây dựng và phát triển công ty khởi nghiệp. Mối quan hệ hai bên đều có lợi thay vì khách hàng xấu luôn tìm những sơ hở, lỗ hổng và chờ thời cơ để hưởng lợi, kiện cáo và cố gắng thanh lý công ty khởi nghiệp. Đối với một công ty khởi nghiệp, việc tìm nguồn khách hàng tốt được xem là một trong những thách thức lớn nhất. Start up phải phân biệt đâu là khách hàng tốt để chăm sóc, đầu tư bằng tất cả thiện chí thay vì tốn công vô ích cho những khách hàng xấu.

- Hạn chế trong việc giới thiệu sản phẩm: Nhiều dự án khởi nghiệp ở nước ta hiện nay chỉ biết cắm cúi làm để cho ra sản phẩm mà chưa biết cách giới thiệu chúng ra thị trường như thế nào cho hiệu quả nhất. Chính điều này cũng khiến cho khả năng thành công của dự án không cao.

Ngoài ra, một số hạn chế khác cũng làm các Startup khó phát triển như:

- "Tuổi trẻ" cũng là một rào cản đối với Startup bởi đặc thù không cạnh tranh được với các Doanh nghiệp lớn về uy tín và hiểu biết pháp luật, khó khăn hơn trong việc xây dựng và duy trì mối quan hệ với các đối tác, không thể dựa vào danh tiếng trên thị trường tài chính, khó khăn hơn trong việc xây dựng mạng lưới hoặc tạo sự cân bằng trong liên minh.

- Bên cạnh đó, người sáng lập Startup còn thiếu kinh nghiệm trong thực tiễn. Phong trào khởi nghiệp nở rộ đã bộc lộ điểm yếu của các nhà sáng lập tại Việt Nam. Đó là họ thiếu kỹ năng, hầu hết không có nền tảng và kinh nghiệm kinh doanh, nên không có cái nhìn thấu đáo.

- Trong khi đó, các nhà sáng lập thiếu quyết tâm và nỗ lực. Tình trạng Startup Việt Nam không đi đến cùng khiến các Quỹ đầu tư "ngại" tiếp cận. Ở Việt Nam, khi mới

bắt đầu thành công, các nhà sáng lập thường hài lòng quá sớm và bắt đầu tự mãn, không sống với đam mê ban đầu. Thậm chí, hầu hết các doanh nhân trẻ thường nghĩ đến việc xây dựng một ý tưởng và sau đó bán nó. Điều này hoàn toàn trái ngược với suy nghĩ của các nhà đầu tư. Họ không muốn những người sáng lập hài lòng quá sớm. Vì vậy, ngay từ đầu, nếu một DNKN đã "bám" vào ý tưởng "làm để bán" thì càng khó thu hút đầu tư.

- Một trong những thách thức, rào cản khác là người sáng lập không giỏi tiếng Anh. Đối với Startup Việt Nam tiếng Anh chưa thông thạo khiến Startup khó tiếp thu kiến thức bên ngoài và vươn ra khu vực, cũng như thế giới.

1.2. Rào cản từ bên ngoài

- *Khả năng chấp nhận mạo hiểm của Nhà đầu tư:* Thực tế ở nước ta cho thấy rất khó tìm nhà đầu tư thiên thần trong giai đoạn đầu ở các lĩnh vực như bất động sản, tài chính và tài nguyên. Những doanh nhân thành đạt từ các lĩnh vực này thường có cái nhìn rất khác và chưa quen với khởi nghiệp. Vì vậy, họ sẵn sàng bỏ tiền đầu tư vào những lĩnh vực có thế mạnh, có nhiều mối quan hệ và am hiểu thị trường, thay vì startup. Không dễ để kêu gọi họ đầu tư vào một lĩnh vực kinh doanh mới chỉ dừng lại ở "tiềm năng, ý tưởng" nhưng có giá "trên trời".

- *Khả năng tiếp cận vốn hạn chế:* Ngay cả huy động vốn từ các quỹ đầu tư cũng là bài toán nan giải đối với các DNKN Việt Nam. Hiện thị trường đã ghi nhận sự tham gia của một số quỹ đầu tư vào khởi nghiệp tại Việt Nam như: IDT (Việt Nam), Cyber Agent (Nhật Bản), Golden Gate (Singapore), IDG, 500 Startup (Mỹ)…thị trường vốn của Việt nam đang chưa tiệm cận được thế giới.

- *Nguồn vốn đầu tư cho các Start up Việt Nam rất hạn chế*: Mặc dù trên thực tế đã huy động được hàng triệu USD, nhưng các công ty khởi nghiệp cũng phải đối mặt với những khó khăn về vốn trong quá trình hoạt động, và một số nhà sáng lập thậm chí đã phải rời bỏ các công ty khởi nghiệp tâm huyết dù đã có rất nhiều nỗ lực và thời gian để xây dựng chúng.

- *Ưu đãi còn hạn chế cho nhà đầu tư:* việc kết nối giữa Quỹ đầu tư ngoại với DNKN Việt Nam còn gặp không ít khó khăn. Hành lang pháp lý quy định về vấn đề này còn chưa rõ ràng, chưa có nhiều chính sách ưu đãi, hỗ trợ startup tại Việt Nam, cũng như chính sách cho nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào Việt Nam và ngược lại. Các nhà đầu tư nước ngoài vẫn chưa thực sự hiểu thị trường Việt Nam và hành vi của người tiêu dùng.

- *Cơ chế, chính sách hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp được ban hành còn chưa đồng bộ*. Chưa có chính sách ưu đãi để khuyến khích doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, ngay từ giai đoạn đầu. Các hoạt động kết nối hệ sinh thái khởi nghiệp, các hoạt động của các Bộ, Ban, Ngành nhằm chia sẻ, cung cấp kiến thức, thông tin kinh nghiệm về hoạt động khởi nghiệp còn hạn chế, chưa thống nhất, chưa đồng bộ. Hiện tại, còn nhiều quỹ đầu tư vẫn

phải thành lập pháp nhân tại Singapore để chủ động giải quyết các vấn đề liên quan tới ngân hàng. Để nhận được vốn đầu tư nước ngoài, các công ty Việt Nam vẫn phải sang Singapore để thực hiện các giao dịch.

- *Hệ thống vườn ươm khởi nghiệp chưa hoàn thiện:* Các cơ sở ươm tạo còn non trẻ, vẫn còn những hạn chế như: Cơ sở vật chất yếu kém, không năng động làm giảm hiệu quả dự án, chưa có khung pháp lý chính thức, hoạt động nhỏ lẻ, thiếu đồng bộ…

- *Hệ sinh thái khởi nghiệp đang ở giai đoạn sơ khai*: Mặc dù, thời gian qua, hệ sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam đã đạt được những bước tiến nhất định cả về số lượng, chất lượng, nhưng các nhân tố trong hệ sinh thái khởi nghiệp phát triển còn chậm, thiếu tính bền vững.

- *Các lĩnh vực có chỉ số hệ sinh thái khởi nghiệp ở nước ta còn xếp hạng ở mức thấp như:* Giáo dục kinh doanh trong trường phổ thông; giáo dục kinh doanh sau phổ thông; tài chính cho doanh nghiệp; chuyển giao nghiên cứu, ứng dụng, y tế...

- *Rào cản lớn đối với hoạt động khởi nghiệp sáng tạo là công nghệ ở Việt Nam chưa phát triển.* Thủ tục đăng ký bảo hộ sở hữu trí tuệ còn mất nhiều thời gian, hiệu quả chưa cao, khả năng bảo hộ kém. Chính vì vậy, nhiều DN đã phải mất rất nhiều công sức tự tạo ra các rào cản công nghệ để cạnh tranh với các đối thủ nước ngoài.

- *Bên cạnh những hạn chế trên*, qua kết quả khởi nghiệp ở nước ta trong thời gian qua cho thấy, các start up ở nước ta còn kém xa so với các nước cùng trình độ phát triển kinh tế và các nước trong khu vực như: Sợ thất bại trong kinh doanh, khả năng kinh doanh, lĩnh vực kinh doanh và yếu tố sáng tạo đổi mới trong kinh doanh.

- *Từ điển Collin định nghĩa:* Doanh nhân là người chủ hoặc người quản lý doanh nghiệp sử dụng sự mạo hiểm và sáng kiến để tạo ra lợi nhuận. Khái niệm này cho biết hai đặc điểm/phẩm chất cơ bản của doanh nhân và đòi hỏi muốn trở thành doanh nhân thì người khởi sự kinh doanh phải chấp nhận mạo hiểm và có sáng kiến. Đây chính là điểm yếu trong văn hoá của Việt Nam so với các quốc gia phương Tây.

- *Chính sách hỗ trợ pháp lý cho DNKN:* ở nước ta vẫn còn chồng chéo, chưa rõ ràng, phải qua nhiều khâu thủ tục giấy tờ. Điều này là trở ngại chính khiến các dự án khởi nghiệp gặp nhiều khó khăn trong hoạt động kinh doanh trong thực tiễn. Số lượng DNKN đủ điều kiện mời chuyên gia cố vấn còn khá thấp. Các DNKN vẫn phải nghiên cứu, thu thập các quy định liên quan đến ngành, nghề kinh doanh của mình trên hệ thống pháp luật Việt Nam.

Từ những khó khăn trên, chúng tôi thấu hiểu khó khăn không chỉ riêng ở Startup, các nhà đầu tư mà còn đến từ tất cả các chủ thể tham gia.

3. Một số trường hợp cụ thể

3.1. Thất bại từ giai đoạn ý tưởng

• Nhiều startup gặp khó khăn ngay từ khi bắt đầu do không có đủ vốn hoặc không thể tìm kiếm được nhà đầu tư. Một ví dụ điển hình là các dự án khởi nghiệp được biết đến khi tham gia các chương trình cuộc thi khởi nghiệp. Chúng tôi đã chứng kiến, tiếp xúc các cuộc thi với hàng nghìn Startup tham dự, hàng trăm Startup đạt giải cao trong các cuộc thi này nhưng đến nay số Dự án đưa vào triển khai có sản phẩm thương mại chưa đến đầu ngón tay.

• Nhiều doanh nghiệp trẻ mong muốn xây dựng ứng dụng di động hoặc trang web nhưng không thể huy động vốn đủ để phát triển sản phẩm ban đầu. Họ có thể đối mặt với khó khăn trong việc thuyết phục nhà đầu tư về tính khả thi của dự án hoặc gặp phải sự cạnh tranh quá lớn từ các đối thủ đã có sẵn trên thị trường. Không có cái tên cụ thể nào được đưa ra đây vì các ý tưởng của các startup còn chưa được "khai sinh" trên thị trường

Vấn đề: Thiếu kinh nghiệm trong việc phân tích thị trường, lập kế hoạch kinh doanh không chắc chắn, và không có mối quan hệ với các nhà đầu tư hoặc cố vấn có thể dẫn đến thất bại ngay từ giai đoạn ý tưởng.

3.2. Khởi Nghiệp thất bại giai đoạn phát triển

• Có những startup về thương mại điện tử tại Việt Nam có thể thành công trong việc thu hút lượng lớn người dùng và bán hàng trong giai đoạn đầu nhờ chi phí quảng cáo thấp và sản phẩm mới lạ. Tuy nhiên, khi quy mô mở rộng, chi phí vận hành tăng lên, họ không thể duy trì lợi nhuận hoặc gặp khó khăn trong việc quản lý nguồn lực. Kết quả là doanh nghiệp gặp khó khăn về tài chính và có thể phải đóng cửa.

• WeFit, một ứng dụng kết nối người dùng với phòng tập gym và dịch vụ thể dục tại Việt Nam, ban đầu thu hút được lượng lớn người dùng nhờ mô hình mới lạ và tiện lợi. Tuy nhiên, khi mở rộng quy mô, WeFit không thể duy trì mối quan hệ tốt với các đối tác cung cấp dịch vụ cũng như dòng tiền từ hoạt động kinh doanh suy yếu, dẫn đến sự sụp đổ của hệ thống và cuối cùng là phải tuyên bố phá sản.

• Startup Pets.com: Ra mắt năm 1998 như một trang thương mại điện tử chuyên bán các sản phẩm chăm sóc thú cưng, Pets.com đã huy động được khoảng 110 triệu USD từ các nhà đầu tư, bao gồm Amazon và Hummer Winblad. Số tiền huy động thấp hơn nhiều so với các startup khác cùng thời, song chính các bong bóng dotcom đầu những năm 2000 mới là điều khiến sự thất bại của Pets.com trở thành thảm họa. Công ty này đã đổ hàng triệu USD vào các chiến dịch tiếp thị, bao gồm cả việc mua quảng cáo tại sự kiện đắt đỏ nhất trong năm ở Mỹ là Super Bowl hồi tháng 1/2000, một tháng sau có đợt

phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng và huy động được tới 82,5 triệu USD. Tuy nhiên, bội chi quảng cáo cùng các khoản thua lỗ từ mô hình kinh doanh kém bền vững đã khiến Pets.com phá sản ngay thời điểm cuối năm. Công ty bắt đầu thanh lý tài sản vào tháng 11/2000.

Vấn đề: Sự mở rộng quá nhanh mà không có kế hoạch tài chính và quản lý vững chắc, hoặc không thể điều chỉnh mô hình kinh doanh để phù hợp với quy mô lớn hơn.

3.3. Thành công rồi lại vướng pháp lý

• Một startup trong lĩnh vực fintech (công nghệ tài chính) có thể gặp vấn đề pháp lý khi bắt đầu mở rộng dịch vụ của mình. Tại Việt Nam, một số doanh nghiệp fintech đã phải đối mặt với các quy định chặt chẽ từ chính phủ, như các yêu cầu về giấy phép hoạt động, bảo mật dữ liệu, và tuân thủ các quy định về thanh toán. Một số công ty đã phải dừng hoạt động hoặc thay đổi mô hình kinh doanh do không thể đáp ứng các yêu cầu pháp lý này.

• Uber, một trong những startup thành công nhất thế giới, đã gặp rất nhiều vấn đề pháp lý khi mở rộng sang Việt Nam. Uber phải đối mặt với sự phản đối từ các hãng taxi truyền thống và các quy định khắt khe về vận tải của chính phủ. Cuối cùng, Uber đã phải bán lại hoạt động kinh doanh tại Đông Nam Á, bao gồm Việt Nam, cho đối thủ Grab. Một trong những điều dẫn đến thất bại của Uber còn nằm ở vấn đề pháp lý. Như Grab, khi gia nhập thị trường Việt Nam, họ đã sử dụng xe có biển hiệu, biển số, đã đóng thuế, và có pháp nhân tại Việt Nam. Grab khi vào Việt Nam, đã nghiên cứu rất kỹ thị trường nơi đây và hoàn thiện tính pháp lý nhanh hơn hẳn đối thủ. Ngược lại, Uber lại có những tiền lệ xấu về việc lách thuế, nợ thuế. Khi hoạt động tại Việt Nam, hãng này khẳng định mình không phải là một doanh nghiệp vận tải, chỉ là ứng dụng kết nối tài xế và khách đi xe, và thường xuyên trong tình trạng lỗ nên không có nghĩa vụ phải đóng thuế. Những sau thanh tra, Cục Thuế TP.HCM phát hiện Uber có hành vi kê khai sau dẫn đến thiếu số tiền thuế phải nộp. Với vi phạm này, Uber đã bị phạt lên tới 10,3 tỷ đồng.

Vấn đề: Không hiểu rõ về luật pháp hoặc không có chiến lược để đối phó với các thay đổi trong quy định có thể khiến doanh nghiệp bị đình trệ hoặc thậm chí phải đóng cửa.

3.4. Thành công trên thế giới nhưng không thành công ở Việt Nam

Mặc dù gặp nhiều khó khăn, việc mở rộng hoạt động ra thị trường quốc tế thường là cách duy nhất để các doanh nghiệp tăng doanh thu. Khi tăng trưởng trong nước chậm lại, các quốc gia khác có thể cung cấp cho doanh nghiệp nguồn khách hàng tiềm năng

trong một lĩnh vực có ít cạnh tranh hơn, hoặc có cầu cho một sản phẩm hoặc dịch vụ nào đó cao hơn. Và tất nhiên, sự hiện diện ở nhiều quốc gia sẽ giúp doanh nghiệp tránh được ảnh hưởng từ những biến động kinh tế ở một quốc gia. Tuy nhiên, việc thâm nhập một thị trường khác là vô cùng khó khăn.

- Starbucks là một ví dụ điển hình. Dù thành công rực rỡ trên toàn cầu, thương hiệu này lại gặp nhiều khó khăn trong việc chiếm lĩnh thị trường Việt Nam. Phong cách uống cà phê của người Việt Nam, với sự yêu thích cà phê phin đậm đà và giá cả phải chăng, không phù hợp với mô hình kinh doanh của Starbucks, dẫn đến việc thương hiệu này phải điều chỉnh chiến lược rất nhiều để có thể tồn tại ở Việt Nam.

- eBay, nền tảng thương mại điện tử nổi tiếng thế giới, đã từng cố gắng xâm nhập thị trường Việt Nam nhưng không thành công. Văn hóa mua sắm trực tuyến ở Việt Nam có nhiều khác biệt so với các thị trường khác, và sự cạnh tranh khốc liệt từ các nền tảng địa phương như Shopee và Lazada đã khiến eBay phải rút lui

- McDonald's, thương hiệu thức ăn nhanh nổi tiếng, mặc dù rất thành công trên toàn cầu nhưng lại gặp nhiều khó khăn khi mở rộng tại Việt Nam. Người tiêu dùng Việt Nam vẫn ưa chuộng các món ăn truyền thống và có mức độ nhận thức cao về giá cả, điều này khiến McDonald's khó khăn trong việc tạo dựng vị thế tương tự như ở các quốc gia khác.

Vấn đề: Khác biệt về văn hóa tiêu dùng, thị hiếu, hoặc môi trường kinh doanh địa phương có thể làm giảm hiệu quả của một mô hình kinh doanh vốn thành công ở các thị trường khác.

Những vấn đề này cho thấy rằng khởi nghiệp không chỉ đòi hỏi ý tưởng và nguồn vốn mà còn cần sự hiểu biết sâu sắc về thị trường, pháp lý, văn hóa và khả năng điều chỉnh chiến lược khi cần thiết.

II. THÀNH CÔNG CỦA MÔ HÌNH KHỞI NGHIỆP TẠI MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM

1. Singapore

Singapore, con rồng châu Á là một trong những trung tâm khởi nghiệp, trung tâm công nghệ hàng đầu toàn cầu. Theo Báo cáo Hệ sinh thái Khởi nghiệp Toàn cầu (GSER) 2023, Singapore đã tăng 10 bậc lên vị trí thứ 8 về trung tâm khởi nghiệp trên bảng xếp hạng thế giới. Bên cạnh đó, Thung lũng Silicon giữ vững vị trí số một, trong khi Thượng Hải đứng thứ chín.

Báo cáo này dựa trên đánh giá 3,5 triệu công ty khởi nghiệp trên 290 hệ sinh thái toàn cầu thông qua xem xét các yếu tố như nguồn vốn khởi nghiệp, tài năng công nghệ sẵn có, khả năng tiếp cận thị trường, hiệu suất, v.v để xếp hạng các thị trường khởi nghiệp

thế giới. Trong tình hình kinh tế toàn cầu đầy thách thức, Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) vẫn hoạt động tốt hơn một số khu vực khác, Tại Singapore, Bộ Thương mại và Công nghiệp nước này (MIT) cho biết trong Báo cáo Khảo sát Kinh tế 2023 rằng nền kinh tế nước này sẽ tăng trưởng từ 0,5% đến 2,5%.

Theo Báo cáo GSER, Singapore đã đạt được kết quả rất ấn tượng dù đã trải qua mùa đông tài trợ. Hàng loạt thương vụ sáp nhập, mua lại và niêm yết công khai đã được thực hiện. DealStreetAsia báo cáo có 176 giao dịch đã được thực hiện tại Singapore vào năm 2022, tăng 50% so với năm 2021. Singapore cũng có vốn tư nhân cao nhất trong ASEAN vượt mặt hai thị trường được đánh giá khá cao trong khu vực là Indonesia và Malaysia, với tỷ lệ lần lượt là 46% so với 27% và 12%.

*** Yếu tố giúp Singapore tăng khả năng cạnh tranh**

Trước hết, động lực nằm ở nguồn lực tài trợ và hỗ trợ của chính phủ. Chính phủ Singapore đang tích cực cung cấp vốn nhằm giúp chuyển đổi kinh tế số trên quy mô quốc gia. Mặc dù người dân Singapore vốn nổi tiếng là có hiểu biết về công nghệ và sớm áp dụng công nghệ nhưng họ vẫn được đào tạo bổ sung và nâng cao kỹ năng về công nghệ Chính phủ nước này vẫn đang tích cực áp dụng công nghệ vào các dịch vụ công nhằm đảm bảo công chúng tiếp cận đầy đủ công nghệ để trở thành các chuyên gia với mục tiêu xa hơn là xây dựng một quốc gia thông minh.

Với cơ sở hạ tầng kỹ thuật số tiên tiến cùng việc áp dụng các giải pháp công nghệ trong nhiều lĩnh vực khác nhau, Singapore từ lâu đã được định vị là trung tâm chuyển đổi số của ASEAN. Hiện tại, chính phủ Singapore vẫn đang tích cực nâng cấp cơ sở hạ tầng kỹ thuật số. Trong khu vực, Singapore là quốc gia tiên phong trong phát triển các giải pháp 5G.

Ngoài ra, việc điều chỉnh quy định/thay đổi chính sách nhằm cải thiện môi trường pháp lý đã giúp Singapore trở thành môi trường đầu tư và khởi nghiệp thân thiện. Chẳng hạn như những thay đổi về Luật nhập cư đã và đang giúp nước này thu hút các chuyên gia công nghệ.

Cuối cùng, nguồn lực tài chính từ vốn đầu tư nước ngoài đang giúp các công ty khởi nghiệp Singapore có đủ điều kiện để phát triển và thực hiện hóa các kế hoạch kinh doanh.

*** Các chương trình giảm thuế**

- Giảm 75% thuế thu nhập DN cho $100,000 doanh thu chịu thuế đầu tiên và 50% cho $100,000 doanh thu tiếp theo.

Hoặc

- Giảm 75% thuế thu nhập DN cho $10,000 doanh thu đầu tiên và 50% cho $190,000 doanh thu tiếp theo.

- Ngoài ra còn nhiều ưu đãi khác khi đầu tư vào các dự án Nghiên cứu và Phát triển (R&D) hoặc sử dụng tài sản trí tuệ.

- Giảm 200% chi phí phát triển thị trường nước ngoài phù hợp vào thuế thu nhập, tối đa $150,000/năm.

*** Kết quả đạt được của Singapore:**

- 18 công ty kỳ lân (giá trị trên 1 tỷ đô) (2020-2022)

- Thời gian hoạt động trung bình 7 năm

- 4000 công ty startup tại Singapore

- Đứng hạng 8th trên biểu đồ khởi nghiệp Thế giới

*** Các startup thành công tại Singapore**

(1) SEA LTD. (TRƯỚC ĐÂY LÀ GARENA)

Nhà đầu tư: Tencent Holdings, Cathay Financial Holding, GDP Venture

Khi mới thành lập vào năm 2009, công ty này được đặt tên là Garena và tới năm 2017, nó đã đổi tên thành Sea. Trụ sở chính của Sea đặt tại Singapore - một trong những quốc gia phát triển rất nhanh ở Đông Nam Á. Hiện tại, Sea Ltd. là một tập đoàn công nghệ chuyên phát triển và xuất bản trò chơi.

Kể từ đầu năm nay, Sea sở hữu đội ngũ nhân viên với hơn 67 nghìn người và là một trong những công ty đóng góp khá nhiều cho nền kinh tế quốc gia. Công ty này cũng hậu thuẫn một số công ty lớn khác, như Sea Monkey và Shopee. Một trong những thành tựu nổi bật nhất của Sea là huy động được 884 triệu USD khi niêm yết trên Sàn giao dịch Chứng khoán New York (NYSE) vào năm 2017, sau khi trở thành một trong những kỳ lân đầu tiên trong khu vực vào năm 2016 nhờ vào khoản đầu tư từ Cathay Financial Holding.

(2) GRAB HOLDINGS INC.

Nhà đầu tư: Microsoft, Hyundai Motor Company, Beacon Venture Capital, Invesco, Toyota

Một ví dụ điển hình khác về kỳ lân Đông Nam Á được thành lập tại Singapore là Grab. Khi nhìn vào danh sách các nhà đầu tư, chắc hẳn ai cũng dự đoán rằng đây là một công ty cực kỳ tiềm năng và nhận được sự chú ý của rất nhiều ông lớn công nghệ.

Grab được thành lập vào năm 2012 và là một dịch vụ vận chuyển kỹ thuật số tích hợp. Hiện Grab có mặt tại 500 thành phố lớn nhỏ trên 8 quốc gia. Theo CNN, vào năm 2021, giá trị đầu tư của công ty rơi vào khoảng 14 tỷ USD - một con số rất ấn tượng. Hai nhà sáng lập là Anthony Tan và Tan Hooi Ling đã thực hiện nhiều giải pháp và thương vụ mua lại để mở rộng quy mô công ty, biến Grab trở thành một "siêu ứng dụng". Các nhà đầu tư của Grab hiện tại bao gồm các quỹ đầu tư mạo hiểm và đầu cơ, các công ty sản xuất ô tô và nhiều công ty khác.

(3) LAZADA

Nhà đầu tư: Tesco, Temasek Holdings, JPMorgan Chase, Rocket Internet

Không thể thiếu đi sự góp mặt của một trong những kỳ lân nổi tiếng nhất Đông Nam Á - Lazada. Công ty đã trải qua một chặng đường dài kể từ khi được thành lập vào năm 2012 bởi Maximilian Bittner. Lazada là một trong những nền tảng thương mại điện tử do Tập đoàn Alibaba sở hữu và hiện đã có mặt tại nhiều quốc gia.

Lazada đã gây được sức hút lớn với nhiều nhà đầu tư khó tính và nhận được con số 647 triệu USD trong vòng đầu tư. Kể từ năm 2013, khi mô hình bán hàng thay đổi và có thêm mô hình thị trường (các nhà bán lẻ bên thứ 3 có thể bán sản phẩm của họ thông qua trang web), tầm ảnh hưởng của công ty này bắt đầu tăng lên. Bất kỳ thứ gì cần mua, người tiêu dùng cũng có thể tìm kiếm được trên Lazada. Đây cũng là lý do tại sao Tập đoàn Alibaba lại mua cổ phần kiểm soát của công ty.

2. Trung Quốc

Thâm Quyến của thời kỳ đầu chỉ được biết đến là một cửa ngõ từ Hồng Kông vào Trung Quốc đại lục. Tuy nhiên, ngày nay, thành phố này đã có sự biến đổi nhảy vọt từ một thị làng chài nhỏ ven biển thành "Thung lũng Silicon" hàng đầu Trung Quốc. Trải qua hơn 40 năm, từ năm 1979 đến nay, Thâm Quyến đã trở thành một thành phố lớn hiện đại, tiên tiến và đang được định hướng phát triển tới một thành phố công nghệ cao

2.1. Hệ sinh thái khởi nghiệp ở Thâm Quyến

Thâm Quyến là một trong bốn đặc khu kinh tế (SEZ) đầu tiên của Trung Quốc thành lập từ năm 1980. Thành phố này đã trở thành một thành phố có hệ sinh thái khởi nghiệp phát triển vượt bậc, đặc biệt trong lĩnh vực khoa học công nghệ trong vòng bốn thập kỷ qua.

2.2. Chính sách phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp ở Thâm Quyến

a) Chính sách kinh tế

- Chính sách mở cửa và đổi mới: Tại Đại hội Đảng Cộng sản Trung Quốc khóa XI, Ban Chấp hành Trung ương quyết định thực hiện chính sách cải cách và mở cửa đã

tạo nên nhiều bước đi mang tính đột phá trong việc phê duyệt, xúc tiến và xây dựng Đặc khu kinh tế Thâm Quyến. Đồng thời năm 1992, Trung Quốc đã trao quyền lập pháp hợp pháp cho Thâm Quyến có thẩm quyền đưa ra các quy định phù hợp với tình hình cụ thể và nhu cầu thực tế. Tất cả sự đối xử đặc biệt này của Chính phủ đã trở thành tiền đề thúc đẩy sự phát triển của HSTKN tại thành phố tiềm năng này.

Sau khi được trao quyền lập pháp, chính quyền Thâm Quyến đã trực tiếp đưa ra các chính sách linh hoạt, trong đó Thâm Quyến đã không ngừng ban hành các chính sách đổi mới để kịp thời thích ứng với sự thay đổi của Trung Quốc. Từ năm 2003-2012, thành phố tập trung đổi mới vào công nghệ ở khắp các lĩnh vực sản xuất, từ phần cứng đến phần mềm, thúc đẩy các ngành công nghiệp chiến lược như công nghệ sinh học, Internet, công nghệ thông tin thế hệ mới và AI. Thâm Quyến trở thành trung tâm công nghệ phát triển mạnh mẽ và là môi trường thuận lợi để nuôi dưỡng cho các công ty đã và đang khởi nghiệp lĩnh vực công nghệ cao.

- Chính sách thu hút đầu tư nước ngoài: Thâm Quyến đã phê chuẩn Quy định tạm thời về phê duyệt các dự án xin đầu tư nước ngoài (1986), thành lập Cục Xúc tiến Đầu tư Thâm Quyến (1996), ban hành Đề án mở rộng chiến lược của Thâm Quyến và Kế hoạch 5 năm hợp tác kinh tế đối ngoại của Thâm Quyến lần thứ 11 (2006), đồng thời khuyến khích các doanh nghiệp có năng lực mở rộng ra thị trường quốc tế sau những năm 2000. Đây là chiến lược cốt lõi tạo ra các nguồn vốn mới và tăng cường năng lực tài chính cho các doanh nghiệp khởi nghiệp (DNKN) trong những giai đoạn đầu của sự phát triển. Đồng thời, Thâm Quyến muốn tạo điều kiện cho các DNKN có thể học hỏi, áp dụng và chuyển giao những công nghệ tiên tiến từ các nhà đầu tư nước ngoài.

- Chính sách về vốn: Thâm Quyến đã ban hành chính sách "Vốn đầu tư mạo hiểm" thông qua việc hợp tác với các nhà đầu tư tư nhân để nhắm mục tiêu vào các DNKN trong các lĩnh vực then chốt, đặc biệt về mặt công nghệ. Năm 1999, Thâm Quyến thành lập một chi nhánh vốn đầu tư mạo hiểm mang tên Quỹ đầu tư mạo hiểm Thâm Quyến và đổi tên thành Tập đoàn Capital Thâm Quyến vào năm 2002. Đây là một tập đoàn cổ phần kiểm soát một nhóm các công ty con đầu tư và các quỹ đồng quản lý. Nó vận hành các khoản đầu tư cổ phần, quỹ tương hỗ, công ty cổ phần, bất động sản, chứng khoán hóa tài sản và các hoạt động kinh doanh khác.

Bắt đầu từ năm 2000, Cục Tài chính Thành phố Thâm Quyến đã phân bổ 10 triệu nhân dân tệ (1,46 triệu USD) và Quỹ Công nghệ đã phân bổ 20 triệu nhân dân tệ (2,93 triệu USD) mỗi năm để khuyến khích sinh viên nước ngoài khởi nghiệp kinh doanh riêng tại Thâm Quyến. Ngoài ra, tối đa 3 triệu nhân dân tệ (0,44 triệu USD) được dùng để trợ

cấp cho các vườn ươm doanh nghiệp công nghệ đã được chính quyền thành phố chứng nhận. Mục đích của việc hỗ trợ vốn mạo hiểm của Thâm Quyến nhằm hỗ trợ xây dựng cơ sở vật chất công cộng cho các vườn ươm công nghệ, bao gồm nền tảng dịch vụ công cộng, mạng lưới truyền thông, cơ sở vật chất và thiết bị cho các phòng thí nghiệm chuyên nghiệp.

b) Chính sách ưu đãi thuế và tài trợ tài chính

Chính phủ Trung Quốc đã có chính sách thuế ưu đãi về mặt thuế quan dành cho doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa và các doanh nghiệp nhỏ và lợi nhuận thấp về việc giảm hoặc miễn thuế VAT, giảm 20% thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) và giảm thuế thu nhập cá nhân cho chủ doanh nghiệp nhỏ khởi nghiệp.

Đặc biệt để khuyến khích đổi mới công nghệ cho các công ty khởi nghiệp, Chính phủ Trung Quốc cũng đưa ra các ưu đãi về thuế suất, bao gồm: giảm từ mức 25% xuống mức 15% thuế TNDN đối với doanh nghiệp công nghệ cao, công nghệ mới(2017) và các doanh nghiệp dịch vụ công nghệ tiên tiến, đồng thời các doanh nghiệp ATSE cũng được hưởng mức thuế suất VAT bằng 0 khi cung cấp một số dịch vụ nước ngoài nhất định theo quy định (2016).

Bên cạnh đó, năm 2023, Thâm Quyến cũng thực hiện chỉnh sửa các chính sách mới nhằm hỗ trợ tài chính cho DNKN. Nổi bật là chính sách trợ cấp khởi nghiệp – mỗi doanh nghiệp có thể nộp đơn xin trợ cấp khởi nghiệp 10.000 nhân dân tệ và tối đa 10 doanh nghiệp trong quan hệ đối tác có thể nộp đơn xin trợ cấp lên tới 100.000 nhân dân tệ. Bên cạnh đó là chính sách hỗ trợ lãi suất khởi nghiệp với việc hỗ trợ trợ cấp lãi suất lên tới 600.000 nhân dân tệ mỗi người và 3 triệu nhân dân tệ mỗi DNKN. Ngoài ra, mỗi DNKN có thể nhận khoản hỗ trợ trợ cấp lãi suất tới 9 năm.

c) Chính sách xã hội

- Chính sách lao động: Năm 1980, Thâm Quyến đi đầu trong việc thử nghiệm hệ thống hợp đồng lao động tại các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Tháng 8/1983, Chính quyền thành phố Thâm Quyến đã ban hành "Các biện pháp tạm thời để thực hiện hệ thống hợp đồng lao động ở Thâm Quyến". Hệ thống hợp đồng lao động này đã thu hút người lao động từ các khu vực khác của Trung Quốc và cả người nước ngoài đến Thâm Quyến để tìm kiếm cơ hội làm việc. Điều này đã tạo ra một nguồn lao động đa dạng về trình độ và nguồn gốc, cung cấp cho các DNKN nhiều lựa chọn trong việc tuyển dụng và phát triển.

Vào tháng 2/1987, Thâm Quyến ban hành "Quy định tạm thời về khuyến khích nhân viên khoa học và công nghệ thành lập doanh nghiệp công nghệ tư nhân". Quy định này đã khai sinh ra làn sóng khởi nghiệp cơ sở đầu tiên ở Thâm Quyến. Các doanh nghiệp

công nghệ cao nổi tiếng như Huawei và ZTE được thành lập trong làn sóng này, đặt nền móng cho sự phát triển của ngành công nghệ cao của Thâm Quyến, đồng thời tạo thêm nhiều việc làm và thu hút nhân tài cho thành phố.

- Chính sách trợ cấp xã hội: Từ những năm 1990 đến nay, chính quyền Thâm Quyến khởi xướng nhiều chương trình thu hút du học sinh xuất sắc trở về nước. Các chính sách như giảm thuế, trợ cấp, cho vay khoa học và tài trợ vườn ươm công nghệ, công viên công nghệ đã thúc đẩy nguồn nhân lực chất lượng cao này hồi hương để phục vụ cho HSTKN. Điều đặc biệt trong chính sách này của Thâm Quyến đó là nhân tài có học vị càng cao thì chính sách đãi ngộ càng lớn. Những người có học hàm tiến sĩ trở lên làm việc tại các cơ quan nghiên cứu khoa học ở thành phố sẽ được tạo điều kiện nhập hộ khẩu, cấp tiền mua nhà ở và sẽ được trợ cấp 50.000 nhân dân tệ (7.320,64 USD) mỗi năm.

Ngoài ra với các sinh viên tốt nghiệp đại học, sinh viên nước ngoài trở về và nhân viên mới đã đăng ký thành công hộ khẩu Thâm Quyến có thể nộp đơn xin trợ cấp khi thuê nhà ở Thâm Quyến. Khoản tiền trợ cấp nhà cũng chia theo trình độ học vấn của họ với 15.000 nhân dân tệ (2.162 USD) cho những người có bằng cử nhân; 25.000 nhân dân tệ (3.603 USD) cho những người có bằng thạc sĩ và 30.000 nhân dân tệ (4.323 USD) cho những người có bằng tiến sĩ.

d) Chính sách giáo dục

- Chính sách mở rộng quy mô các cơ sở giáo dục: Từ những năm 2000, chính quyền Thâm Quyến đã đưa ra một loạt chính sách phát triển giáo dục đại học và nâng cao chất lượng giảng dạy, nghiên cứu bao gồm cho thuê đất miễn phí và trợ cấp tài chính để thu hút các trường đại học hàng đầu Trung Quốc. Nổi bật trong số đó là việc mở rộng các cơ sở xuyên tỉnh ở cấp độ trong nước, chẳng hạn như Viện Công nghệ Cáp Nhĩ Tân (Campus Thâm Quyến) và Trường Sau đại học Thâm Quyến của Đại học Bắc Kinh. Chính quyền thành phố Thâm Quyến đã hỗ trợ các cơ sở này như một phần không thể thiếu của giáo dục đại học của Thâm Quyến và là sức mạnh trong việc hiện thực hóa những chuyển giao hướng tới đóng góp cho nghiên cứu và phát triển HSTKN tại thành phố này. Cho đến nay, các biện pháp này đã hoạt động rất thành công.

- Chính sách đào tạo nguồn giáo viên chất lượng cao: Được thúc đẩy bởi sự hỗ trợ chính sách mạnh mẽ, số lượng sinh viên theo học tại Thâm Quyến đã tăng đáng kể so với thập kỷ trước. Sự gia tăng này cho thấy tiềm năng có thêm nhiều người có trình độ học vấn cao trên thị trường lao động của khu vực. Theo đó, các trường đại học cần đảm bảo chất lượng giảng dạy và nghiên cứu tốt để đáp ứng số lượng giáo viên và sinh viên ngày càng tăng. Do đó, các văn bản chính sách, chẳng hạn như văn bản do Chính quyền nhân dân thành phố Thâm Quyến ban hành năm 2016, yêu cầu Thâm Quyến phải

tuyển dụng thêm giáo viên có năng lực để đào tạo được những sinh viên xuất sắc giúp đóng góp tốt hơn cho sự phát triển kinh tế và xã hội địa phương. Từ đây, HSTKN sẽ được phát triển một cách toàn diện và mạnh mẽ.

- Chính sách liên kết hợp tác với các sơ sở nghiên cứu: Bên cạnh đó, Chính phủ cũng chú trọng hợp tác với các trường đại học và các tổ chức nghiên cứu để thành lập các trung tâm nghiên cứu chung, trung tâm đổi mới trong khu vực. Những quan hệ đối tác này tạo điều kiện trao đổi kiến thức, hợp tác nghiên cứu và chuyển giao công nghệ, thúc đẩy đổi mới và khởi nghiệp trong khu vực. Từ năm 2015, Chính phủ Trung Quốc đã thúc đẩy chính sách thúc đẩy thương mại hóa khoa học công nghệ và cải thiện hệ thống bảo vệ sở hữu trí tuệ tại các trường đại học và viện nghiên cứu, nhấn mạnh việc thiết lập HSTKN đổi mới sáng tạo phù hợp với chiến lược phát triển theo định hướng đổi mới quốc gia.

2.3. Hiệu quả của các chính sách thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp tại Thâm Quyến

Trải qua gần 45 năm phát triển, từ năm 1979 đến nay, HSTKN tại Thâm Quyến đã bước vào giai đoạn thành công và gặt hái được những thành tựu nổi bật tại Trung Quốc đại lục thể hiện qua năng lực công nghệ ngày càng tiên tiến. Trong đó:

- Thâm Quyến là một trong những thành phố có nhiều bằng sáng chế nhất tại Trung Quốc. Theo số liệu từ Cục Sở hữu trí tuệ Quốc gia Trung Quốc, Thâm Quyến đã xin cấp 24.800 bằng sáng chế trong năm 2020, tăng 15,6% so với năm 2019. Trong đó, có 21.600 bằng sáng chế phát minh, chiếm 87,1% tổng số bằng sáng chế. Các bằng sáng chế của Thâm Quyến liên quan đến nhiều lĩnh vực công nghệ khác nhau, như viễn thông, điện tử, máy tính, sinh học, y tế, năng lượng và vật liệu. Điều này có thể được lý giải khi Thâm Quyến đứng thứ nhất về chỉ số sáng tạo và khởi nghiệp trong năm thứ ba liên tiếp trở lại đây.

- Thâm Quyến cũng là một trong trong bốn thành phố lớn, bên cạnh Bắc Kinh, Thượng Hải, Hàng Châu, dẫn đầu về số lượng công ty khởi nghiệp phát triển nhanh chóng. Tính đến năm 2019, Thâm Quyến có hơn 14.000 công ty công nghệ cao, cùng với hàng trăm dự án mới được thành lập hàng năm giúp định hình hệ sinh thái. Thâm Quyến được coi là quê hương của các công ty công nghệ hàng đầu Trung Quốc như Huawei, Tencent, hãng BYD, BGI và DJI. Các công ty này từng là một trong nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Thâm Quyến, bây giờ họ không chỉ hỗ trợ các DNKN địa phương mà còn thường mua lại nhiều công ty khởi nghiệp nhỏ và khuyến khích các doanh nhân tạo ra các sản phẩm để hợp tác với họ.

- Mức độ đầu tư của Thâm Quyến vào phát triển công nghệ được thể hiện qua chỉ số Nghiên cứu và Phát triển (R&D), năm 2016, tổng chi tiêu cho R&D của thành phố

lên tới 4,1% GDP, con số này cao hơn đáng kể so với mức trung bình toàn quốc là 2,1%. Đồng thời năm 2018, Thâm Quyến là thành phố có tỷ lệ chi tiêu R&D cao nhất thế giới theo báo cáo của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế – OECD. Thành phố này cũng sở hữu nhiều cơ quan nghiên cứu và sáng tạo quốc gia và địa phương, như Viện Nghiên cứu Công nghệ Thông tin Thâm Quyến, Viện Nghiên cứu Công nghệ Sinh học Thâm Quyến và Viện Nghiên cứu Công nghệ Vật liệu Thâm Quyến.

Về chỉ số Cơ sở hạ tầng Công nghệ: Thâm Quyến có một hệ thống viễn thông hiện đại và phủ sóng rộng khắp, với tỷ lệ sử dụng Internet hiện nay là 88,8%, cao nhất Trung Quốc. Thành phố này cũng có một mạng lưới máy tính lớn và hiệu quả. Hiện nay Thâm Quyến đang cho xây dựng các trung tâm dữ liệu lớn để hỗ trợ cho các ứng dụng công nghệ cao như 5G, trí tuệ nhân tạo, điện toán đám mây và blockchain.

Với sự phát triển mạnh mẽ của HSTKN cùng với năng lực công nghệ tăng cao, Thâm Quyến từ một thành phố nông nghiệp, làng chài với dân số chỉ tầm 300.000 người (năm 1979) nay đã một bước nhảy vọt trở thành một thành phố công nghệ hàng đầu thế giới với hơn 18 triệu dân. Năm 1980, GDP của Thâm Quyến từ mức chỉ khoảng 270 triệu nhân dân tệ đến năm 2019 đã đạt tới gần 2,7 nghìn tỷ nhân dân tệ, tăng gấp 10.000 lần trong vòng gần 40 năm, tới năm 2021 con số này đã vượt mốc 3 nghìn tỷ nhân dân tệ, đứng thứ ba Trung Quốc chỉ sau Thượng Hải và Bắc Kinh. Trong đó, năm 2019, giá trị sản lượng của các ngành công nghiệp công nghệ cao Thâm Quyến đã vượt quá 2,6 nghìn tỷ nhân dân tệ và giá trị gia tăng của các ngành công nghệ cao là 923,085 tỷ nhân dân tệ. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các doanh nghiệp công nghệ cao cấp quốc gia của Thâm Quyến đã tạo ra GDP khoảng 1,3 nghìn tỷ nhân dân tệ .

Nhận xét: Dựa vào các đặc điểm và chỉ số phía trên, có thể nhận thấy rằng Thâm Quyến là một thành phố có HSTKN rất phát triển và tiên tiến. Xét về tổng thể, Thâm Quyến đã đạt được nhiều thành tựu đáng kể trong quá trình phát triển HSTKN của mình. Thành phố này đã chứng tỏ được sự sáng tạo trong nhiều lĩnh vực công nghệ khác nhau, thuận lợi cho các DNKH phát triển mạnh mẽ.

3. Hàn Quốc

Nhằm hỗ trợ và thúc đẩy doanh nghiệp khởi nghiệp, Chính phủ Hàn Quốc đã phát triển các trung tâm ươm mầm doanh nghiệp, hỗ trợ tư vấn khởi nghiệp và tài chính. Năm 2016, Hàn Quốc có 67 trung tâm hỗ trợ 6.655 doanh nghiệp với tổng ngân sách 25 tỷ Won (khoảng 23,2 triệu USD). Trong đó khoảng 80% trung tâm được đặt tại các trường đại học và trung tâm nghiên cứu, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển liên kết giữa doanh nghiệp và các trường đại học, trung tâm nghiên cứu. Để truyền cảm hứng khởi nghiệp, MSS đã tổ chức các trại khởi nghiệp BizCool dành cho học sinh ở nhiều cấp học từ tiểu học cho tới trung học, để thúc đẩy suy nghĩ tích cực về khởi nghiệp ở trẻ em và

thanh thiếu niên. MSS cũng tổ chức các bài giảng về các doanh nghiệp khởi nghiệp, hỗ trợ các câu lạc bộ, học viện và các giải đấu ở trường đại học nhằm khuyến khích truyền cảm hứng khởi nghiệp cho sinh viên, học sinh như những doanh nhân tiềm năng trong tương lai.

Chương trình Ươm tạo công nghệ cho khởi nghiệp (TIPS) được chính phủ đưa ra năm 2014 nhằm mục tiêu kết hợp phát triển công nghệ với kinh doanh. Chương trình này được mô phỏng theo Vườn ươm Công nghệ của Israel (TI) được thiết kế để thúc đẩy các nhà đầu tư kết hợp với R&D của chính phủ hỗ trợ các doanh nghiệp thông qua cung cấp các chuyên gia tư vấn và hỗ trợ tài chính. Với quan điểm, giáo dục đóng vai trò quan trọng cho khởi nghiệp thành công, cơ quan quản lý doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMBA) đã thành lập các trường dạy về khởi nghiệp nhằm đào tạo các doanh nhân trẻ khởi nghiệp, đồng thời triển khai các hoạt động đào tạo hướng dẫn khởi nghiệp ở các trường đại học, cao đẳng hay học viện.

Số doanh nghiệp kỳ lân liên quan đến các startup không niêm yết trên sàn chứng khoán có trị giá tài sản hơn 1 tỷ USD, là 23 tính đến cuối tháng 6/2022, tăng 5 doanh nghiệp so với 6 tháng trước.

Trong năm 2021, Hàn Quốc có thêm 7 doanh nghiệp được bổ sung vào danh sách kỳ lân.

Theo CB Insights, một nền tảng phân tích thị trường của Mỹ, Hàn Quốc xếp thứ 10 về số doanh nghiệp kỳ lân, đứng sau Mỹ với 629 doanh nghiệp, Trung Quốc với 173 doanh nghiệp và Ấn Độ với 68 doanh nghiệp

Hàn Quốc sẽ tập trung hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp ở 10 lĩnh vực công nghệ mới, trong đó có chip bán dẫn, trí tuệ nhân tạo (AI), hàng không vũ trụ, để các doanh nghiệp này có thể vươn lên dẫn đầu và duy trì cách biệt với các đối thủ trên thị trường thế giới

Giá trị xuất khẩu của các công ty khởi nghiệp trong năm 2023 lên tới 3.300 tỷ won (2,4 tỷ USD), tăng gấp 9 lần so với 6 năm trước

Để thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp, Chính phủ Hàn Quốc sẽ lập ra nguồn quỹ khởi nghiệp đổi mới khu vực quy mô 1.000 tỷ won cho tới năm 2026, củng cố hơn nữa hạ tầng hỗ trợ tăng trưởng cho doanh nghiệp

4. Israel

Dân số Israel vào năm 2020 rơi vào khoảng hơn 9,2 triệu người, chỉ bằng khoảng 1/10 dân số Việt Nam. Nhưng với số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp (startup) khoảng 6.500 công ty, Israel được mệnh danh là "quốc gia khởi nghiệp" bởi sở hữu mật độ tập trung các startup cao nhất trên thế giới, tương đương với 1 công ty trên 1.400 người

Trong vòng 10 năm từ 2009 đến 2018, Israel có tới hơn 10.000 startup được thành lập; hơn 42,8 tỷ USD vốn đầu tư được rót vào các công ty công nghệ cao. Xuyên suốt quốc gia nhỏ bé này là hàng loạt các cơ sở được tạo ra để hỗ trợ startup, với khoảng 300 quỹ đầu tư mạo hiểm, 351 trung tâm R&D, 296 quỹ tăng tốc khởi nghiệp, cùng hàng loạt vườn ươm.

Tel Aviv – 1 thành phố tại Israel đã có hệ sinh thái khởi nghiệp lớn thứ 7 thế giới với số lượng bằng sáng chế tăng 169% kể từ năm 2021. Giá trị khởi nghiệp trong năm 2022 lên đến 120 tỷ USD, thu hút được 30 kỳ lân mới, nâng tổng cộng số kỳ lân lên 92 vào năm 2022. Các trung tâm đổi mới được thành lập với sự xuất hiện của các công ty hàng đầu như Volkswagen, Anheuser - Busch, Apple, Citibank…

Thu hút nhất vẫn là các chính sách hỗ trợ kinh phí để các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo. Hiện Israel có hơn 40 chương trình tài trợ và ưu đãi thuế cho các dự án R&D (nghiên cứu và phát triển) dành cho các công ty đa quốc gia, doanh nhân, cá nhân, tổ chức nghiên cứu và tổ chức phi chính phủ, bao gồm trợ cấp có điều kiện, giảm thuế và miễn thuế… Các ưu đãi vốn đều khuyến khích tinh thần, dù khởi nghiệp thất bại nhưng doanh nghiệp vẫn có cơ hội làm lại.

Ngoài hỗ trợ kinh phí, trong năm 2022, Chính phủ Israel đã đẩy mạnh chương trình hỗ trợ việc làm, trợ cấp lương cho nhân viên mới từ 10%-40% cho đến vài năm, ưu đãi sở hữu trí tuệ, tài sản sở hữu trí tuệ được tạo ra ở Israel hoặc được chuyển giao cho các công ty ở Israel đủ điều kiện sẽ được giảm thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp, được tặng cổ tức và lãi vốn… Hiện nay, 1/10 kỳ lân trên thế giới đến từ Israel. Các công ty khởi nghiệp đáng chú ý của Israel gồm có Wiz với 900 triệu USD vốn, dự kiến sẽ định giá 10 tỷ USD vào năm 2023. Đây là công ty an ninh mạng chuyên về bảo mật cho cơ sở hạ tầng đám mây và cũng là kỳ lân an ninh mạng có giá trị nhất thế giới.

5. Tại Việt Nam

Hiện nay, trên cả nước đã hình thành nhiều đơn vị hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, cả từ khu vực tư nhân, khu vực công và cả các tổ chức quốc tế, dưới nhiều mô hình phong phú. Có thể kể đến một số trung tâm như sau

5.1. BSSC: Trung tâm Hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp

Trung tâm Hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp (BSSC) trực thuộc Thành đoàn TP. Hồ Chí Minh.

- Hoạt động hỗ trợ:

➢ Đào tạo - Tư vấn chuyên gia: Hỗ trợ Dự án kết nối với chuyên gia cố vấn để phát thảo chiến lược, chuẩn bị kế hoạch kinh doanh, và các kỹ năng điều hành.

➢ Hỗ trợ Không gian làm việc: Hỗ trợ văn phòng hoặc chỗ ngồi làm việc tại các Không gian làm việc thuộc BSSC, toạ lạc tại trung tâm TP. Hồ Chí Minh

➢ Hỗ trợ Xúc tiến Thương mại: Hỗ trợ kết nối Dự án với đối tác kinh doanh, xây dựng mối quan hệ với khách hàng thông qua các chương trình và sự kiện khởi nghiệp.

➢ Hỗ trợ Tài chính: Hỗ trợ Dự án vay lãi suất thấp hoặc không lãi suất và kết nối Doanh nghiệp với cộng đồng nhà đầu tư, các quỹ đầu tư trong nước và quốc tế

➢ Hỗ trợ Nhân lực: Hỗ trợ Dự án thực hiện các công việc full-time hoặc part-time như lễ tân, thư ký và kế toán.

- Tổ chức cuộc thi Startup Wheel để tạo Hệ sinh thái Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo

Startup Wheel là một trong những cuộc thi khởi nghiệp thường niên quy mô quốc tế. Trong 11 năm, Startup Wheel chào đón hơn 2,000 startups mỗi năm từ 43 quốc gia trên cả 5 châu lục; 1.500 quỹ đầu tư mạo hiểm, nhà đầu tư cá nhân, chuyên gia đầu ngành và các đối tác toàn cầu

- Tổ chức sự kiện thường niên InnoEx

InnoEx mang định hướng là một sự kiện quốc tế cùng cộng đồng được tạo dựng nhiều năm từ các tổ chức thành viên, InnoEx đã mời được rất nhiều tổ chức, Hiệp hội, Doanh nghiệp quốc tế tham gia: 20.000 lượt tham gia; 2.000 Nhà lãnh đạo doanh nghiệp, Chuyên gia tham gia trên các diễn đàn; 50 Quỹ đầu tư quốc tế và trong nước; 200 Doanh nghiệp, Startups đến từ 33 quốc gia đang được tuyển dựa trên tiêu chí có yếu tố đổi mới mô hình, công nghệ nổi bật và tiên phong.

5.2. NSSC: Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo Quốc gia

- Là tổ chức khoa học công nghệ công lập trực thuộc Cục phát triển thị trường và doanh nghiệp KHCN (Bộ Khoa học Công nghệ).

- Hoạt động nổi bật nhất là chuỗi sự kiện Techfest.

- Techfest là sự kiện thường niên của Chính phủ dành cho cộng đồng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Chương trình này được tổ chức lần đầu tiên năm 2015 dưới sự chỉ đạo của Bộ Khoa học và Công nghệ phối hợp Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học và công nghệ (NATEC), Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài, Quỹ Khởi nghiệp Doanh nghiệp Khoa học Công nghệ Việt Nam, Văn phòng Đề án 844, Trung tâm Hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo Quốc gia (NSSC). Sự kiện quy tụ rất nhiều Quỹ đầu tư, các doanh nghiệp, các tổ chức, chuyên gia và các start up.

- Bên cạnh đó NSSC có tổ chức các hoạt động đào tạo, thành lập các làng công nghệ các lĩnh vực, các hội nghị hội thảo, tọa đàm chính sách…

5.3. Sihub: Trung tâm Ứng dụng Tiến bộ Khoa học và Công nghệ TP. Hồ Chí Minh

SAIGON INNOVATION HUB (Sihub) là nơi tập hợp và kết nối các nguồn lực trong hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của Thành phố Hồ Chí Minh, trong và ngoài nước; là nơi giúp lan tỏa các chính sách hỗ trợ của nhà nước về đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp cho cộng đồng, cung cấp các dịch vụ về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, hỗ trợ hoạt động chuyển giao công nghệ, nghiên cứu phát triển và thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học, nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh cho thành phố trong khu vực và quốc tế về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

a) Sihub có các hoạt động chính

- Dịch vụ kiểm toán năng lượng, tư vấn hệ thống điện mặt trời, đầu tư Esco

- Đào tạo kiến thức khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, IPO, NSCL,…

- Tư vấn thành lập không gian khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, TTO, Quỹ

- Phát triển cộng đồng và hỗ trợ Startup:

- Đào tạo nâng cao năng lực, hỗ trợ phát triển ý tưởng khởi nghiệp

- Hỗ trợ hoàn thiện sản phẩm trong phòng thí nghiệm, - Liên kết ươm tạo và tăng tốc hoàn thiện mô hình kinh doanh, sản phẩm và dịch vụ

- Hỗ trợ giới thiệu ý tưởng, mô hình kinh doanh và sản phẩm dịch vụ

- Tổ chức các chương trình và sự kiện kết nối cộng đồng và hệ sinh thái KNĐMST

- Hỗ trợ tài chính khởi nghiệp thông qua chương trình Speed Up 2017.

b) Cung cấp hạ tầng cho Startup và doanh nghiệp SMEs

- Phòng tre: Là Studio lab, phục vụ cho họp báo, phỏng vấn…

- Phòng Lotus: Phục vụ cho các sự kiện/ khóa đào tạo với quy mô nhỏ tối 20 người.

- Phòng Coworking: Khu vực hỗ trợ chỗ ngồi làm việc cho các công ty/nhóm khởi nghiệp.

- Phòng SMEs: Khu vực hỗ trợ chỗ ngồi làm việc cho các công ty SMEs.

- Phòng Hub coffee: Tổ chức sự kiện có sức chứa lên đến 80 người.

c) Đào tạo kiến thức Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, IPO, NSCL

- Sihub có chuỗi khóa học đào tạo nâng cao năng lực khởi nghiệp đổi mới sáng

tạo, với mục tiêu giúp thanh niên, tổ chức cá nhân, dự án, Doanh nghiệp,… trang bị kiến thức trong quá trình khởi nghiệp tinh gọn nhằm nâng cao tăng tỷ lệ thành công cũng như các kỹ năng vận hành mô hình kinh doanh ứng với các xu thế hiện nay.

d) Các khóa đào tạo cụ thể

- Xây dựng mô hình kinh doanh bền vững, tuyên bố giá trị và sản phẩm khả dụng tối thiểu

- Khởi nghiệp tinh gọn

- Ứng dụng công nghệ trong nâng cao sản xuất cho Doanh nghiệp

- Thương mại điện tử

- Quản trị tài sản trí tuệ, xây dựng và phát triển thương hiệu

- Xây dựng hồ sơ vốn và tiếp cận thị trường

5.4. NIC: Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc gia Việt Nam

Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc gia Việt Nam (NIC) là đơn vị trực thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư được thành lập theo Quyết định số 1269/QĐ-TTg ngày 02/10/2019 của Thủ tướng Chính phủ, với chức năng hỗ trợ và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo của Việt Nam, góp phần đổi mới mô hình tăng trưởng dựa trên khoa học và công nghệ.

a) Các hoạt động chính

- Hỗ trợ doanh nghiệp

- Đào tạo

- Kết nối các quỹ đầu tư, doanh nghiệp đặt tại NIC, tổ chức ươm tạo và trung tâm đổi mới sáng tạo liên kết

b) Các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp

- Chương trình hợp tác hỗ trợ doanh nghiệp quản trị rủi ro bằng báo cáo thông tin doanh nghiệp

- Google for Startups

- Hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp có tính đổi mới sáng tạo

- Sáng kiến đổi mới sáng tạo Mekong

- Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới sáng tạo cùng Amazon

c) Cố vấn & tư vấn đổi mới sáng tạo

- Tư vấn Công nghệ thông tin

- Tư vấn thành lập doanh nghiệp

- Tư vấn truyền thông

- Tư vấn quản lý nguồn nhân lực

c) Khóa học

- NIC cung cấp những khóa đào tạo ngắn hạn và dài hạn dành cho học sinh, sinh viên. Đồng thời, NIC sẽ tổ chức các buổi workshop phù hợp với nhu cầu thực tiễn về các chủ đề, lĩnh vực chuyên môn cũng như các kỹ năng cần thiết dành cho startups, doanh nghiệp,...

- Chương trình phát triển Nhân Tài Số

- Chương trình được phối hợp tổ chức bởi NIC và Tập đoàn Google nhằm hỗ trợ nâng cao năng lực nguồn nhân lực, phát triển Nhân tài số.

d) Các khóa học: Phân tích dữ liệu, thiết kế UX, hỗ trợ kỹ thuật CNTT, quản lý dự án, tiếp thị kỹ thuật số và thương mại điện tử, kinh doanh thông minh, an ninh mạng.

Vốn đầu tư xây dựng Trung tâm được huy động đóng góp từ doanh nghiệp trong và ngoài nước dưới các hình thức đa dạng, thích hợp và thông qua xã hội hóa đầu tư;

5.5. Các trung tâm khởi nghiệp tại các trường Đại học

Trong hệ sinh thái khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo thì vai trò của các Trường đại học/Cao đẳng là vô cùng quan trọng. Đặc biệt dưới góc độ ở một trường đại học thì tổ chức tiên phong thúc đẩy các hoạt động về đổi mới sáng tạo chính là các Trung tâm đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trực thuộc các trường, là những người tiếp cận, lĩnh hội và thúc đẩy những điều mới theo hướng đổi mới sáng tạo.

Mạng lưới Đổi mới sáng tạo và Khởi nghiệp Đại học và Cao đẳng Việt Nam (VNEI) ra đời dưới sự bảo trợ của Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc gia (NIC) với mục tiêu gắn kết, tăng cường hợp tác chặt chẽ giữa các tổ chức có cùng chức năng, nhiệm vụ hỗ trợ, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trong các trường đại học, cao đẳng để thực hiện các hoạt động đổi mới sáng tạo trong đào tạo, nghiên cứu, chuyển giao công nghệ và phát triển năng lực toàn diện cho cơ sở giáo dục và đào tạo.

Từ 13 thành viên đầu tiên của Mạng lưới trong buổi ra mắt ngày 15.11.2022, hiện nay số lượng thành viên chính thức của Mạng lưới đã lên đến 45 thành viên là các Trường Đại học, Cao đẳng và các Trung tâm đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trực thuộc Trường.

II. ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH TRUNG TÂM KHỞI NGHIỆP VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TỈNH NINH BÌNH

Mô hình trung tâm khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo được cấu thành từ hai thành phần quan trọng, bao gồm cơ sở vật chất và cơ chế quản trị vận hành. Cơ sở vật chất đóng vai trò nền tảng, bao gồm không gian làm việc, phòng thí nghiệm, trang thiết bị kỹ thuật, và các tiện ích hỗ trợ khác nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp khởi nghiệp thực hiện ý tưởng và phát triển sản phẩm. Tuy nhiên, để một trung tâm khởi nghiệp thực sự phát huy hiệu quả, cơ sở vật chất cần phải được hỗ trợ bởi một cơ chế quản trị vận hành linh hoạt và hiệu quả. Cơ chế này bao gồm các chính sách, quy trình, và hệ thống quản lý, đảm bảo rằng mọi hoạt động trong trung tâm diễn ra một cách suôn sẻ, từ việc thu hút và hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp, đến việc kết nối với các nhà đầu tư, tổ chức nghiên cứu và các đối tác chiến lược. Sự kết hợp hài hòa giữa cơ sở vật chất và cơ chế quản trị vận hành là yếu tố then chốt giúp trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trở thành một hệ sinh thái mạnh mẽ, thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp khởi nghiệp và góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội.

1. Đề xuất về cơ sở vật chất cho mô hình TTKN&ĐMST tỉnh Ninh Bình

1.1. Tên dự án

- Tên dự án dự kiến: Trung tâm khởi nghiệp và Đổi mới sáng tạo tỉnh Ninh Bình

1.2. Mục tiêu Dự án

Dự án Trung tâm Khởi Nghiệp và Đổi Mới Sáng Tạo tại tỉnh Ninh Bình nhằm tạo ra một môi trường hỗ trợ và thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp khởi nghiệp và các hoạt động đổi mới sáng tạo. Mục tiêu của dự án được xây dựng trên các yếu tố chính như sau:

- **Tạo nền tảng cho sự phát triển của doanh nghiệp khởi nghiệp**: Xây dựng một không gian văn phòng hiện đại và tiện nghi, cung cấp các dịch vụ hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể phát triển và mở rộng hoạt động kinh doanh của mình.

- **Thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo:** Tạo ra một môi trường kích thích sự sáng tạo và đổi mới thông qua việc tạo ra các cơ hội giao lưu, hợp tác và học hỏi giữa các doanh nghiệp, nhà nghiên cứu và cộng đồng địa phương.

- **Hỗ trợ quy trình nghiên cứu và phát triển sản phẩm:** Cung cấp không gian và trang thiết bị cho các hoạt động nghiên cứu, thử nghiệm và phát triển sản phẩm mới, từ ý tưởng đến giai đoạn thử nghiệm và triển khai thương mại.

- **Tạo ra cộng đồng khởi nghiệp đa dạng và năng động:** Kết nối các doanh nghiệp khởi nghiệp với nhau và với các nguồn lực địa phương, tạo điều kiện cho sự hỗ trợ và hợp tác giữa các thành viên trong cộng đồng khởi nghiệp.

- **Thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương:** Đóng góp vào sự phát triển kinh tế và xã hội của tỉnh Ninh Bình thông qua việc tạo ra các cơ hội việc làm, tăng trưởng kinh tế và sự đổi mới.

- **Xây dựng hình ảnh và danh tiếng cho tỉnh Ninh Bình:** Trở thành một trung tâm khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo nổi tiếng không chỉ tại Việt Nam mà còn trên khu vực và toàn cầu.

- **Kết nối và giao lưu quốc tế:** Xây dựng các chương trình và sự kiện để tạo cơ hội kết nối với cộng đồng khởi nghiệp và các tổ chức đổi mới sáng tạo trên toàn thế giới. Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tham gia vào thị trường quốc tế và hợp tác với các đối tác quốc tế để thúc đẩy sự phát triển và mở rộng quốc tế.

- **Huy động vốn đầu tư cho các doanh nghiệp khởi nghiệp:** Tạo ra các chương trình hỗ trợ và môi trường thuận lợi để thu hút các nhà đầu tư và tổ chức tài trợ, giúp các startup có cơ hội tiếp cận nguồn vốn cần thiết để phát triển và mở rộng hoạt động kinh doanh.

Bằng cách tạo ra một môi trường kết nối và giao lưu quốc tế, dự án này không chỉ thúc đẩy sự phát triển của cộng đồng khởi nghiệp tại Ninh Bình mà còn đóng góp vào sự hòa nhập và phát triển của Việt Nam trên bước đường hội nhập quốc tế.

2. Quy mô dự kiến và công năng các công trình

a) Đề xuất quy mô Dự án

Diện tích khu vực Dự án đề xuất khoảng 6ha, với bảng chỉ tiêu chính như sau:

TT	Khu vực	Diện tích (m^2)	Tỷ lệ (%)	Mật độ xây dựng	Diện tích xây dựng (m^2)	Tầng cao tối đa (tầng)	Diện tích sàn xây dựng (m^2)
1	Khu Văn Phòng	11,975	21%	33%	4,009	15	36,215
2	Khu Trung Tâm Hội Nghị và Sự Kiện	8,166	14%	25%	2,030	2	2,570
3	Khu Cơ Sở Đào Tạo và Học Viện Khởi Nghiệp	7,989	14%	33%	2,664	9	18,882

TT	Khu vực	Diện tích (m^2)	Tỷ lệ (%)	Mật độ xây dựng	Diện tích xây dựng (m^2)	Tầng cao tối đa (tầng)	Diện tích sàn xây dựng (m^2)
4	Khu Dịch Vụ và Tiện Ích 1	3,912	7%	39%	1,540	3	7,039
5	Khu Dịch Vụ và Tiện Ích 2	3,215	6%	48%	1,554	3	4,662
6	Khu Vui Chơi Giải Trí và công viên cây xanh	7,723	14%	10%	772	1	772
7	Khu thể thao	3,796	7%	10%	380	1	380
8	Khu Công trình hạ tầng kỹ thuật	746	0,1%	20%	149	1	149
9	Đường giao thông nội bộ và bãi đỗ xe	9,262	6%	-	-	-	-
	Tổng	**56,784**	**00%**	**23%**	**13,098**		**70,669**

b) Đề xuất công năng các khu vực dự án như sau

- Khu Văn Phòng: Cung cấp không gian làm việc chuyên nghiệp cho các công ty, tổ chức, và các doanh nghiệp khởi nghiệp. Bao gồm các tiện ích hỗ trợ như phòng họp, trung tâm dịch vụ, và các tiện ích công cộng.

- Khu Trung tâm hội nghị và sự kiện: Được sử dụng cho tổ chức hội nghị, sự kiện, triển lãm, và các hoạt động văn hóa. Bao gồm phòng hội nghị, phòng triển lãm, và các dịch vụ hỗ trợ cho sự kiện.

- Khu Cơ sở đào tạo và học viện khởi nghiệp: Cung cấp không gian đào tạo, nghiên cứu, và hỗ trợ cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Bao gồm phòng học, phòng thí nghiệm, và trung tâm đào tạo.

- Khu Công viên và khu vui chơi giải trí: Tạo ra một không gian xanh, thoáng đãng, và tiện ích cho cộng đồng, bao gồm khu vui chơi, công viên cây xanh, và các hoạt động giải trí.

- Khu Dịch vụ và tiện ích: Cung cấp các dịch vụ hỗ trợ và tiện ích, lưu trú cho cộng đồng và doanh nghiệp. Hoạt động thể thao tạo ra một không gian thể thao đa dạng và thuận tiện cho cộng đồng, bao gồm sân tập thể dục, sân cầu lông, sân bóng đá nhỏ, và các hoạt động thể thao khác. Điều này nhằm thúc đẩy sự khỏe mạnh và tích cực cho cộng đồng và nhân viên làm việc trong khu vực.

- Công trình hạ tầng kỹ thuật: xây dựng các công trình hạ tầng như cấp điện, cấp nước, xử lý nước thải, thông tin liên lạc.

- Đường Giao Thông và bãi đỗ xe: Tạo ra hệ thống đường giao thông nội bộ thuận tiện và an toàn, cũng như không gian đỗ xe của toàn khu.

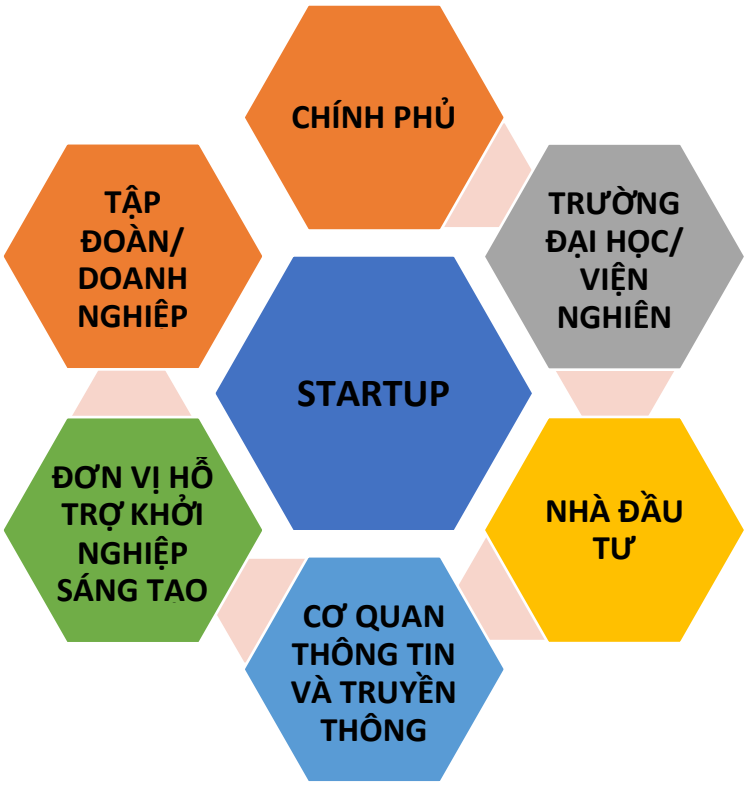
3. Đề xuất Cơ chế và mối quan hệ giữa các chủ thể trong mô hình Trung tâm khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo tỉnh Ninh Bình

Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở là bước phát triển cao hơn của Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo và được hiểu là hệ sinh thái bao gồm nhiều chủ thể (các doanh nghiệp, cơ quan quản lý nhà nước, nhà đầu tư, viện nghiên cứu, trường đại học, khách hàng...) và các chủ thể này đều tích cực thực hiện các hoạt động khởi nghiệp sáng tạo Mở.

Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Mở sẽ đề cao và tập trung vào các hoạt động ĐMST như một kết quả của các hoạt động hợp tác giữa các chủ thể trong hệ sinh thái. Trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo thì sự tham gia của các Tập đoàn và Doanh nghiệp là rất giới hạn trong khi đó, trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Mở, các Tập đoàn và doanh nghiệp sẽ tham gia như một chủ thể chính. Theo đó, các chủ thể này không chỉ dựa vào kiến thức, nguồn lực và tài nguyên nội bộ của chính họ để hình thành kết quả Khởi nghiệp sáng tạo (sản phẩm, dịch vụ, mô hình kinh doanh, quy trình, v.v.) mà còn chủ động tìm kiếm và sử dụng nhiều nguồn bên ngoài để thúc đẩy nhanh hơn quá trình Khởi nghiệp sáng tạo và hướng tới việc tạo ra giá trị chung. Tuy nhiên, trung tâm của hệ sinh thái này vẫn là các giải pháp khởi nghiệp sáng tạo từ các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo. Việc định hướng hỗ trợ, xúc tác kết nối, tìm kiếm nguồn lực đầu tư từ tập đoàn, doanh nghiệp lớn cho các giải pháp khởi nghiệp sáng tạo này là nhiệm vụ rất quan trọng trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở. Hiện nay, tại các nước có hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở năng động nhất trên thế giới, trung bình 2/3 số lượng việc làm mới trong năm được tạo ra trong cả quốc gia là từ các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo đồng thời cũng là loại hình tổ chức thu hút nhiều nhất FDI và chuyên gia chất lượng cao.

Việc hình thành một tổ chức thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở là cần thiết đối với Việt Nam tại thời điểm này.

Các chủ thể chính trong Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Mở



1. Vai trò của các chủ thể chính trong hệ sinh thái

Trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Mở, có ba vai trò chính mà các chủ thể có thể nắm giữ, đó là:

(1) Bên đưa ra bài toán

(2) Bên đưa ra giải pháp

(3) Bên hỗ trợ

2. Cơ quan quản lý nhà nước

Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở trong phạm vi Quốc gia và địa phương tại Việt Nam hiện nay vẫn còn sơ khai, vì thế vai trò của Nhà nước rất quan trọng tại thời điểm này. Nhà nước có vai trò **kiến tạo** ra một môi trường để thúc đẩy các thành tố trong hệ sinh thái phát triển. Chức năng của nhà nước ở giai đoạn này là chủ trì, nuôi dưỡng và điều tiết trong toàn bộ hoạt động liên quan đến việc kết nối giữa các chủ thể và tạo giá trị xã hội từ các kết nối này thông qua hệ thống hành lang pháp lý phù hợp và cụ thể.

Dưới đây là một số kiến nghị sơ bộ về hỗ trợ của chính quyền tỉnh đối với Trung tâm và hoạt động liên quan:

(1) Hỗ trợ về đất đai cho Trung tâm

(2) Hỗ trợ về thuế cho trung tâm và các doanh nghiệp khởi nghiệp.

(3) Hỗ trợ kết nối thị trường tài chính & thị trường vốn trong nước và Quốc tế

(4) Xin cơ chế thoáng cho các quỹ đầu tư được dễ dàng đầu tư vốn vào, thoái vốn ra, bảo vệ các nhà đầu tư tài chính theo luật Quốc tế.

(5) Có chính sách hỗ trợ cho các Công ty công nghệ ở các lĩnh vực sản xuất, từ phần cứng đến phần mềm, thúc đẩy các ngành công nghiệp chiến lược như công nghệ sinh học, Internet, công nghệ thông tin thế hệ mới và AI.

(6) Có chính sách hỗ trợ các nhà khoa học, các sinh viên trong và ngoài nước đến Ninh bình khởi nghiệp.

(7) Có chính sách hỗ trợ Trung tâm kết hợp với các trường Đại học danh tiếng trong nước và Quốc tế đào tạo và đào tạo khởi nghiệp tại trung tâm.

(8) Khuyến khích các bằng sáng chế, được nghiên cứu tại trung tâm, hỗ trợ đăng ký toàn cầu.

3. Doanh nghiệp lớn, tập đoàn

Doanh nghiệp lớn, tập đoàn được coi là chủ thể **tiềm năng nhất** trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở. Các doanh nghiệp lớn, tập đoàn có tất cả các yếu tố thành công như nguồn tài chính vững mạnh, thị trường lớn, thương hiệu lớn, đội ngũ quản lý và nghiên cứu chất lượng cao, nên trong hệ sinh thái họ có thể đóng vai trò là **người hỗ trợ** để

(1) Xây dựng quỹ đầu tư vào các dự án khởi nghiệp,

(2) Hỗ trợ vốn để duy trì các dự án khởi nghiệp cụ thể và

(3) Hỗ trợ những kiến thức, kinh nghiệm đối với cộng đồng khởi nghiệp.

Hơn cả việc tạo giá trị cho xã hội, trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở, doanh nghiệp lớn và tập đoàn đóng vai trò là những **bên đưa ra bài toán,** còn giải pháp có thể đến từ nội bộ của doanh nghiệp nhưng cũng có thể được cung cấp nhanh chóng hơn, thậm chí đột phá và hứa hẹn hơn từ các chủ thể khác trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở, điển hình như đến từ các công ty khởi nghiệp. Như vậy lợi ích dành cho hai bên là win-win.

4. Doanh nghiệp SMEs

Trong mọi hệ sinh thái đều chứa đựng 3 nội hàm:

(1) tính đa dạng: có rất nhiều chủ thể;

(2) Tính logic trong vận hành thành dòng chảy: Chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng hoặc chuỗi phân phối;

(3) Tính tuần hoàn và tăng trưởng: đơn vị này trở thành đầu vào của đơn vị kia với giá trị gia tăng được tạo ra. Như vậy trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở, các

SMEs có thể trở thành các mắt xích trong chuỗi giá trị với các doanh nghiệp lớn và các chủ thể khác và được hưởng lợi khi các chủ thể trong hệ sinh thái vận hành thành chuỗi và tăng trưởng. SMEs cũng có thể đóng vai trò là **bên đưa ra bài toán**, đặc biệt sau đại dịch COVID-19, việc đứt gãy các mắt xích trong chuỗi khiến cho các SMEs nhận thấy sự cần thiết phải thay đổi mô hình kinh doanh hoặc tái cấu trúc cũng như là phải có một hướng đi đột phá hơn, chính là Khởi nghiệp sáng tạo giúp cho họ nâng cao năng lực cạnh tranh nhưng cái khó khăn của SMEs chính lại là năng lực và quy mô của doanh nghiệp còn hạn chế. Với những khó khăn đó, SMEs không thể tự mình giải quyết các nỗi đau của mình mà nên trở thành bên đưa ra bài toán để các chủ thể cung cấp giải pháp đưa ra lời giải cho họ.

5. Công ty khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (Startup)

Về bản chất các Startups đã hội đủ 3 yếu tố tri thức, văn hóa và công nghệ, cái họ thiếu chính là kết quả đầu ra cho phần thị trường và khách hàng. Vì thế trong một hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Mở, các doanh nghiệp khởi nghiệp/ doanh nghiệp công nghệ chính là trung tâm, là **bên cung cấp giải pháp** sẵn có mang tính mới, triệt để hay thậm chí là đột phá cho các bên có bài toán bao gồm doanh nghiệp lớn, tập đoàn, các doanh nghiệp SMEs và kể cả các cơ quan quản lý nhà nước, tuy nhiên việc kết nối hai bên giữa bên có bài toán - bên có giải pháp không hề đơn giản mà cần có sự trợ lực từ các chủ thể đóng vai trò hỗ trợ khác như Cơ quan quản lý nhà nước (đã phân tích ở trên) và các tổ chức trung gian.

6. Trường đại học và viện nghiên cứu

Chức năng của trường đại học là cung cấp nguồn lực con người cho hệ sinh thái, nếu chúng ta muốn có nhiều nhà sáng lập thì trường đại học phải tạo ra nhiều sinh viên có tinh thần doanh nhân, tinh thần khởi nghiệp. Chức năng thứ hai là chuyển giao tri thức bên cạnh chuyển giao công nghệ. Với các chức năng như trên thì trong một hệ sinh thái đóng góp của các trường đại học có độ trễ về mặt thời gian từ 5 -10 năm trở lên. Vì thế có thể xếp trường đại học vào vai của **bên hỗ trợ cho** các chủ thể khác trong hệ sinh thái

Đối với viện nghiên cứu chức năng của các viện đầu tiên là nghiên cứu khoa học (bao gồm nghiên cứu cơ bản và nghiên cứu ứng dụng), thứ 2 là đào tạo và thứ 3 mới là triển khai thương mại. Như vậy, viện nghiên cứu nói riêng và cả khối các trường đại học luôn đóng vai trò như rất quan trọng để cung cấp kiến thức và công nghệ vào cho hệ sinh thái dưới vai trò là bên hỗ trợ, tuy nhiên trong nhiều trường hợp, viện nghiên cứu cũng

chính là **bên cung cấp giải pháp** cho các doanh nghiệp do chức năng kết nối giữa những nhà khoa học và thị trường dưới hình thức tổ chức lại các doanh nghiệp spin-off hoặc thực hiện các dịch vụ khoa học và công nghệ.

7. Các tổ chức trung gian

Vai trò **hỗ trợ** của các tổ chức này là vô cùng quan trọng. Vì khi chúng ta nói đến khởi nghiệp sáng tạo là chúng ta phải giải quyết vấn đề bằng cách mới, rủi ro cao và đôi khi khó để thấu hiểu. Nên cần có các bên trung gian ở giữa để kết nối các bên có vấn đề và giải pháp và hơn thế nữa là các hỗ trợ toàn diện như tư vấn, cố vấn, đầu tư, gọi vốn, hỗ trợ phần cứng, phần mềm, hỗ trợ về thị trường, mô hình kinh doanh,..nhưng cũng là bên kiểm soát về chất lượng và hiệu quả của các dự án. Trong thời gian gần đây, hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Mở của chúng ta đã tiếp nhận và đã đặt đúng vị trí của các đơn vị trung gian rất quan trọng để các ý tưởng mới, sản phẩm mới, mô hình mới và cả những doanh nghiệp mới có cơ hội thành công được sớm hơn, chắc chắn hơn và tỷ lệ cao hơn. Hình thức của các tổ chức trung gian cũng rất đa dạng từ: Trung tâm xúc tiến và hỗ trợ hoạt động chuyển giao công nghệ; Trung tâm hỗ trợ định giá tài sản trí tuệ; Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo; Cơ sở ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp khoa học và công nghệ, Các nền tảng kết nối bên cung và cầu về Khởi nghiệp sáng tạo; Sàn giao dịch công nghệ,…

Trong thời đại số hiện nay, ***các nền tảng số kết nối bên cung và cầu về Khởi nghiệp sáng tạo*** *sẽ là* ***một thành tố không thể thiếu*** để thúc đẩy sự kết nối liên tục, theo nhu cầu và không bị giới hạn về mặt thời gian và không gian giữa các chủ thể trong hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Mở. Chỉ khi những nền tảng này hoạt động tích cực và sôi nổi thì mới tối đa hóa được những luồng thông tin về Khởi nghiệp sáng tạo và kích những tương tác, kết nối giữa các chủ thể nhiều nhất và nhanh nhất. Với kinh nghiệm quan sát được từ nước ngoài, luôn cần có sự kết hợp công - tư để có thể phát triển và vận hành những nền tảng như vậy một cách có hiệu quả nhất./.

Những giải pháp thiết kế cho làng nghề Ninh Bình

Nhà thiết kế Minh Hạnh
Giám đốc Viện Thiết kế Thời trang Việt Nam tại TPHCM

Toàn tỉnh Ninh Bình hiện có 76 làng nghề được công nhận danh hiệu làng nghề. Trong đó có những nghề truyền thống có tuổi đời hàng trăm năm như thêu ren, gốm sứ, chạm khắc đá, nghề mộc…

Các làng nghề nổi tiếng ở tỉnh Ninh Bình:

- Làng nghề thêu ren Văn Lâm
- Làng nghề đá mỹ nghệ Ninh Vân
- Làng nghề cói mỹ nghệ Kim Sơn
- Làng nghề gốm Bồ Bát
- Làng nghề mộc Phúc Lộc.

1. Làng nghề thêu ren Văn Lâm

1.1. Hiện trạng

- Làng nghề thêu ren Văn Lâm có 09 doanh nghiệp, hàng chục tổ hợp sản xuất và trên 600 hộ gia đình làm nghề thêu.

- Sản phẩm: Váy, áo, túi xách, giày dép, ga trải giường, mặt gối, bộ khăn ăn, rèm cửa, áo ki-mô-nô, áo hanbok, khăn tay, tranh, ảnh.

- Hàng năm đạt doanh thu 80-90 tỷ đồng từ nghề thêu ren.

1.2. Giải pháp

- Truyền nghề cho thế hệ kế tiếp nối

- Liên kết với các địa phương khác để có nguồn nguyên liệu ổn định

- Đào tạo đội ngũ thiết kế (người địa phương)

- Tổ chức những workshop giữa các Nhà thiết kế

- Tổ chức những triển lãm và show diễn

- Tổ chức một không gian trưng bày tập trung và bán các sản phẩm làng nghề truyền thống của Ninh Bình. Không gian này cần có nghệ nhân tương tác với khách hàng.

Tất cả sản phẩm này đều phải có thiết kế mang tính hiện thực ứng dụng cao, theo được khuynh hướng tiêu dùng của thời đại.

2. Làng nghề đá mỹ nghệ Ninh Vân

2.1. Hiện trạng

- Hoa Lư được mệnh danh là "Kinh đô đá". Từ những sản phẩm đơn giản như cối giã, cối xay, con lăn trục lúa…dần dần, các sản phẩm được đa dạng và phong phú hơn phục vụ đời sống hàng ngày, nhóm chạm khắc đá mỹ nghệ và nhóm phục vụ nhu cầu tâm linh.

- Các công trình nổi tiếng như Nhà thờ đá Phát Diệm, Lăng Bà Chúa Liễu, tượng mẹ Suốt, tượng đài mười cô gái ở ngã ba Đồng Lộc, tượng đài Bà mẹ Tổ quốc.

- Đến nay, xã Ninh Vân có 10/12 thôn có nghề chạm khắc đá trong đó có 10 làng nghề đá. Hiện nay có 1.600 hộ chế tác đá và trên 3.000 thợ đá chuyên nghiệp.

- Tổng doanh thu của làng nghề mỗi năm đạt hàng trăm tỷ đồng.

2.2. Giải pháp

- Truyền nghề lại cho thế hệ kế tiếp nối

- Sáng tạo những sản phẩm trang trí nội thất và tiêu dùng

- Tổ chức những workshop giữa Nghệ nhân các tỉnh

- Tổ chức triển lãm Đá nghệ thuật và trại sáng tác dành cho các điêu khắc gia nổi tiếng.

Nâng tầm nghệ thuật của nghề chạm khắc đá. Mở rộng thị phần Đá trong tiêu dùng và nội thất.

3. Làng nghề cói mỹ nghệ Kim Sơn

3.1. Hiện trạng

- Kim Sơn có khoảng 4000ha trồng cói, 100% làng, xã đều tham gia chế biến cói, với hơn 5.000 doanh nghiệp, cơ sở và hộ cá thể tham gia trồng cói.

- Kim Sơn còn tạo ra những sản phẩm khác như chiếu, mũ, dép, túi sách, hộp, cốc…

- Tổng doanh thu mỗi năm đạt khoảng 250 tỷ đồng.

3.2. Giải pháp

- Truyền nghề lại cho thế hệ tiếp nối

- Sáng tạo những sản phẩm hiện đại phù hợp xu thế tiêu dùng toàn cầu

- Xác định thương hiệu Chiếu Kim Sơn

Thay đổi mẫu dệt chiếu để tiệm cận với người tiêu dùng trong nước và quốc tế. Tăng cường sản phẩm trang trí nội thất và tiêu dùng hàng ngày.

4. Làng nghề gốm Bồ Bát

4.1. Hiện trạng

- Gốm cổ Bồ Bát được làm bởi nguồn đất sét trắng quý hiếm chỉ ở vùng này mới có.

- Thời gian gần đây gốm Bồ Bát đang dần được "hồi sinh"

- Những kinh nghiệm trong kỹ thuật vẽ các họa tiết hoa văn cổ và những yêu cầu quy chuẩn của đồ gốm xuất khẩu.

4.2. Giải pháp

- Truyền nghề lại cho thế hệ kế tiếp nối

- Sáng tạo những sản phẩm tiêu dùng gia đình hàng ngày bằng công nghệ và thiết bị hiện đại

- Tổ chức những workshop giữa nghệ nhân các vùng miền

- Xác định thương hiệu Gốm Bồ Bát

Sáng tạo sản phẩm tiêu dùng hàng ngày có tính mỹ thuật và thiết bị hiện đại để giảm giá thành.

5. Làng nghề mộc Phúc Lộc

5.1. Hiện trạng

- Phúc lộc có khoảng 200 hộ theo nghề, hơn 800 lao động mức thu nhập bình quân hơn 9 triệu đồng/người/tháng.

- Làng Phúc Lộc ở Ninh Bình nổi tiếng với nghề mộc có từ xa xưa. Sản phẩm gỗ được ưa chuộng ở đây bao gồm: giường, tủ, bàn ghế, cửa…

- Tất cả các sản phẩm từ làng được chế tạo từ tay những thợ nghề lâu năm.

5.2. Giải pháp

- Truyền nghề lại cho thế hệ tiếp nối

- Sử dụng thiết bị công nghệ mới linh hoạt

- Sáng tạo mẫu hiện đại thích nghi với thói quen tiêu dùng hiện tại

- Xác định thương hiệu Mộc Ninh Bình

Cập nhật và thích nghi với yêu cầu thị trường trong nước và quốc tế bằng công nghệ hiện đại hơn.

Làng nghề truyền thống tại Ninh Bình có từ khoảng hơn 800 năm trước gần nhất là 200 năm. Lịch sử làng nghề là niềm tự hào của Ninh Bình nhưng cũng là trở ngại lớn cho việc thích nghi với nhu cầu tiêu dùng của thời đại.

Cần kích hoạt tiêu dùng ngay trong tỉnh bằng nhiều biện pháp

Quy tụ lực lượng nghệ nhân, các công ty và những người làm nghề thành một tổ chức sáng tạo chuyên nghiệp.

Không gian thương mại tập trung được xây dựng trên bản sắc tự nhiên của Ninh Bình và được điều hành chuyên nghiệp.

Các nghệ nhân truyền nghề cho thế hệ tiếp nối

Là vùng đất nghệ thuật nên sản phẩm mỹ nghệ cần thiết phải chuyển đổi thành sản phẩm mỹ thuật tiêu dùng mang tính ứng dụng cao.

Cần tư duy sáng tạo thích nghi với thời đại với cái nhìn thực tiễn cho cuộc sống hiện tại.

Không sao chép copy của bất kỳ ai trong nước và nước ngoài.

Việc đóng gói bao bì là rất quan trọng cho tất cả sản phẩm

Đội ngũ Marketting chuyên nghiệp hợp thời đại

Công nhận bản quyền sáng tạo thuộc về mỗi nghệ nhân, mỗi Công ty và của tỉnh Ninh Bình.

Thương hiệu luôn luôn có chữ NINH BÌNH.VIỆT NAM

Thu hút đầu tư vào ngành công nghiệp biểu diễn tại Ninh Bình, đưa Ninh Bình trở thành trung tâm biểu diễn nghệ thuật quy mô quốc gia và quốc tế

Đạo diễn Lê Hải Yến - CEO Newday Media JSC

I. Mở đầu

Ninh Bình là một trong những điểm đến du lịch nổi bật của Việt Nam, là vùng đất cố đô ngàn năm lịch sử, "địa linh nhân kiệt", gắn liền với nhiều danh thắng và cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ, mang tầm dân tộc và nhân loại; là nơi bảo tồn, lưu giữ nhiều giá trị văn hóa đặc sắc; chứng nhân của một giai đoạn lịch sử hào hùng thể hiện bản lĩnh, khí phách Đại Cồ Việt. Tuy nhiên, lĩnh vực biểu diễn nghệ thuật tại Ninh Bình lại chưa thực sự phát triển xứng tầm với tiềm năng sẵn có. Việc thu hút đầu tư vào ngành tổ chức biểu diễn không chỉ mở ra những cơ hội kinh tế mới mà còn góp phần nâng cao hình ảnh của Ninh Bình trên bản đồ nghệ thuật quốc gia và quốc tế; đóng góp vào mục tiêu trở thành đô thị di sản thiên niên kỷ, thành phố sáng tạo và là một trung tâm lớn, có giá trị thương hiệu cao về du lịch, công nghiệp văn hóa, kinh tế di sản của cả nước và khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Trong bài tham luận này tôi sẽ tích hợp phân tích các yếu tố theo phương pháp SWOT (Điểm mạnh, Điểm yếu, Cơ hội, Thách thức) phương pháp PESTEL (Chính trị, Kinh tế, Xã hội, Công nghệ, Môi trường, và Pháp lý) để phân tích thực trạng và đề xuất các giải pháp chiến lược cụ thể nhằm hiện thực hóa mục tiêu đưa Ninh Bình trở thành trung tâm biểu diễn nghệ thuật tầm cỡ.

II. Tiềm năng và xu hướng phát triển ngành công nghiệp biểu diễn

1. Sự phát triển của ngành công nghiệp biểu diễn trên thế giới

Ngành công nghiệp biểu diễn đang phát triển mạnh mẽ trên toàn cầu, với sự gia tăng về số lượng và quy mô của các sự kiện nghệ thuật. Theo báo cáo của PwC, thị trường biểu diễn nghệ thuật toàn cầu được dự báo đạt giá trị 55,6 tỷ USD vào năm 2024, với tốc độ tăng trưởng hàng năm kép (CAGR) là 6,6% từ năm 2019 đến 2024. Con số này phản ánh sự gia tăng nhu cầu về các sự kiện nghệ thuật sống động, đa dạng, và trải nghiệm văn hóa độc đáo từ phía khán giả.

Theo thống kê của UNESCO, châu Á với nhiều quốc gia có ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo hàng đầu như Nhật Bản, Hàn Quốc và Ấn Độ đã trở thành thị trường CCIs lớn nhất thế giới, vượt cả châu Âu và Bắc Mỹ. Trong đó, ngành nghệ thuật biểu diễn đứng thứ 7 với 127 tỷ USD và 3.538.000 người làm việc trong ngành.

Economic Times trích báo cáo của Cơ quan Nội dung Sáng tạo Hàn Quốc (KOCCA) năm 2017 chỉ ra rằng, xuất khẩu K-pop đã đưa bản quyền âm nhạc thành "mặt hàng phi vật chất" đặc biệt có giá trị xuất siêu khoảng 5 tỉ USD.

Những ngày đầu tháng 3/2024, cả khu vực Đông Nam Á hướng về Singapore với sức nóng từ 6 đêm diễn của Taylor Swift trong khuôn khổ The Eras Tour. Chuyến lưu diễn này giúp Singapore thu về khoảng 500 triệu USD từ khách du lịch, gấp nhiều lần con số 3 triệu USD mà quốc gia này chi trả để mời Taylor Swift về diễn độc quyền tại Đông Nam Á. Từ tháng 7-2023, UOB và Citibank là hai ngân hàng hưởng lợi lớn với các chương trình ưu đãi mua vé Taylor Swift sớm 48 tiếng so với thời gian mở bán chính thức tại Singapore, Việt Nam, Thái Lan, Malaysia và Indonesia. Trong thông cáo báo chí thời điểm đó, UOB cho biết, số lượng người đăng ký thẻ tín dụng tại Singapore, Việt Nam, Thái Lan, Malaysia, Indonesia đã tăng 45% trong tuần Swift công bố lịch biểu diễn tại Singapore, so với thời điểm đầu tháng 6. Số lượng đơn đăng ký mở thẻ ở Singapore và Việt Nam đã tăng gần 130%.

Theo CNBC, Singapore đang coi các ngành công nghiệp biểu diễn với các concert là động lực tăng trưởng kinh tế mới, khi nguồn thu cho mỗi sự kiện ước tính lên đến hàng trăm triệu SGD. Trước Taylor Swift, nước này đã đón nhiều ca sĩ, nhóm nhạc nổi tiếng khác, như Coldplay, Ed Sheeran, Bruno Mars hay Blackpink. Yun Liu - nhà kinh tế học tại HSBC cho biết "Các sự kiện âm nhạc quy mô lớn đang làm bùng nổ ngành dịch vụ tại Singapore. Dịch vụ liên quan đến du lịch đóng góp tới 10% GDP Singapore". Theo Giám đốc nghiên cứu Erica Tay thuộc ngân hàng Maybank, khoảng 70% khách đến xem biểu diễn là người nước ngoài.

CEO Lighthouse Sean Fitzpatrick từng tuyên bố "Taylor Swift không chỉ là một biểu tượng âm nhạc, cô ấy là một động lực kinh tế". Sức ảnh hưởng của siêu sao người Mỹ này lớn đến mức một số chuyên gia còn dùng thuật ngữ "Swiftonomics" để chỉ hiện tượng tác động tài chính mà cô tạo ra đối với nền kinh tế. Theo Washington Post, riêng ở Mỹ Taylor Swift đã góp phần tạo ra khoảng 5,7 tỉ USD cho nền kinh tế.

2. Tiềm năng phát triển ngành biểu diễn nghệ thuật tại Việt Nam

Tại Việt Nam, ngành nghệ thuật biểu diễn cũng đang trên đà phát triển mạnh mẽ. Theo số liệu từ Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, doanh thu từ các sự kiện nghệ thuật biểu diễn tại Việt Nam đã tăng trung bình 10% mỗi năm từ 2015 đến 2022. Các sự kiện âm nhạc, kịch nghệ, và múa ballet đang thu hút lượng lớn khán giả trẻ, đặc biệt là tại các thành phố lớn như Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh.

Theo công bố nghiên cứu Green Shoots Radar của Công ty thanh toán điện tử Visa mới nhất ghi nhận trong 12 tháng qua, người tiêu dùng Việt Nam xếp thứ hai khu vực châu Á – Thái Bình Dương (41%) về tần suất tham dự hoạt động biểu diễn nghệ thuật ở cả trong và ngoài nước, trong đó dẫn đầu là Ấn Độ (45%) và thứ 3 là

Indonesia (40%). Đáng chú ý là có tới 40% người tiêu dùng Việt du lịch nước ngoài cho mục đích tham dự các buổi biểu diễn. Đặc biệt, Thái Lan và Hàn Quốc là 2 điểm đến hàng đầu của những người hâm mộ cuồng nhiệt này.

Theo báo cáo từ Ban Tổ chức Born Pink World tour Hanoi diễn ra từ ngày 29 đến 30-7, quy mô show diễn lên đến 67.000 khán giả, đạt kỷ lục về số lượng khán giả trên sân Mỹ Đình (Hà Nội), vượt qua số lượng của show Mỹ Tâm, trong đó đêm 29-7 có khoảng 36.000 người xem, buổi diễn tối 30-7 thu hút 31.000 người. Như vậy, tính trung bình, doanh thu Born Pink World tour Hanoi vào khoảng 335 tỷ đồng (khoảng 14,1 triệu USD). Mức thu này khá đồng đều so với các concert của BlackPink tại châu Á. Với kết quả này, Born Pink trở thành buổi hòa nhạc có doanh thu và số lượng khán giả cao nhất tại Việt Nam. Concert của nhóm nhạc BlackPink không chỉ thu hút được lượng khách nội địa đông đảo, mà còn thu hút được các du khách quốc tế, nhất là từ các nước như Trung Quốc, Hàn Quốc, Singapore… đến Hà Nội, thưởng thức đêm nhạc của thần tượng kết hợp tham quan, khám phá thành phố. Các hoạt động, sản phẩm du lịch, khách sạn, cơ sở lưu trú, nhà hàng, dịch vụ vận tải và các ngành kinh tế liên quan khác tại Hà Nội được ghi nhận gia tăng mạnh mẽ trong thời gian này, tạo ra sự tăng trưởng trong ngành Du lịch. Sự kiện này tạo ra cú hích lớn đối với kinh tế địa phương nói riêng và Việt Nam nói chung, minh chứng cho sự phát triển song song giữa lĩnh vực âm nhạc và kinh tế du lịch.

Những năm gần đây, Việt Nam được xem là điểm đến mới của các ngôi sao quốc tế. Đặc biệt, năm 2023, hàng loạt tên tuổi lớn đã liên tiếp xuất hiện tại Việt Nam như: Charlie Puth, BlackPink, Maroon 5 lưu diễn tại Việt Nam. Các nghệ sỹ quốc tế đã bắt đầu nghiêm túc coi Việt Nam là một thị trường tiềm năng bởi lượng khán giả hâm mộ cuồng nhiệt tại Việt Nam. Điều này đang từng bước nâng cao vị thế Việt Nam trên bản đồ ngành công nghiệp biểu diễn trên thế giới.

3. Xu hướng phát triển ngành công nghiệp biểu diễn

Nghệ thuật biểu diễn giờ đây không chỉ còn là những nhu cầu nghe và xem biểu diễn đơn thuần mà với sự phát triển nhanh chóng của các loại hình công nghệ giải trí, nhu cầu của công chúng giờ đây đòi hỏi ngày một cao hơn, đáp ứng mọi giác quan, đa trải nghiệm, tăng tính tương tác, ứng dụng công nghệ hiện đại, hay personalize theo từng cá nhân. Trong đó nổi bật và tiêu biểu nhất là các xu hướng sau đây:

3.1. Xu hướng quốc tế hóa

Các lễ Hội âm nhạc quốc tế lớn trên thế giới không chỉ thu hút hàng triệu du khách mỗi năm mà còn trở thành biểu tượng văn hóa, góp phần nâng cao hình ảnh của các địa điểm tổ chức, đem lại giá trị lớn cho kinh tế và du lịch tại địa phương. Nổi tiếng nhất phải kể đến như:

- Lễ hội âm nhạc và nghệ thuật Coachella Valley diễn ra hàng năm vào tháng 4 tại California (Mỹ). Hàng năm, sự kiện này tổ chức hàng trăm buổi biểu diễn của các nghệ sĩ nổi tiếng khắp thế giới, mang đến đa dạng các dòng nhạc như EDM, hiphop, rock, electronic, indie, pop...

- Lễ hội âm nhạc Tomorrowland – Bỉ - được xem là 'Lễ hội âm nhạc EDM số 1 thế giới' theo bình chọn của tạp chí DJ Magazine. Điểm độc đáo của Tomorrowland là ý tưởng sáng tạo, quy mô lớn, và trải nghiệm âm nhạc đa dạng với âm nhạc điện tử sôi động và cuốn hút.

- Lễ Hội âm nhạc Rock in Rio tại thành phố Rio De Janeiro, Brazil sau đó mở rộng đến nhiều thành phố khác trên thế giới như Lisbon (Bồ Đào Nha), Madrid (Tây Ban Nha)... Hằng năm, Rock in Rio Music Festival thu hút hơn 700.000 người yêu âm nhạc để tận hưởng màn trình diễn sôi động của các ban nhạc và ca sĩ hàng đầu trên toàn thế giới.

- Lễ hội âm nhạc Mawazine được tổ chức với mục đích quảng bá hình ảnh đẹp của đất nước Morocco và thu hút nhiều ca sĩ, nhạc sĩ nổi tiếng trên thế giới. Đây là sự kiện âm nhạc với tỷ lệ tham dự người hâm mộ cao nhất thế giới (2,5 triệu người năm 2013).

- Lễ hội âm nhạc Glastonbury (Anh) - được coi như lễ hội ngoại trời lớn nhất thế giới, diễn ra hằng năm tại thị trấn Glastonbury ở miền Nam nước Anh. Lễ hội ra đời từ năm 1970 và nhanh chóng thu hút sự quan tâm của khán giả quốc tế. Mỗi năm, sự kiện âm nhạc đình đám này quy tụ tới 175.000 du khách với nhiều tiết mục âm nhạc đa dạng, sôi động kéo dài trong 5 ngày liên tục.

- Lễ hội Sunburn Goa được biết đến như lễ hội âm nhạc điện tử lớn nhất châu Á và là một trong những lễ hội âm nhạc lớn nhất thế giới. Sự kiện này diễn ra trên bãi biển tại Vagator, Goa (Ấn Độ), và có sự tham gia của những nghệ sĩ nổi tiếng thế giới, kết hợp âm nhạc, giải trí, mua sắm và ẩm thực một cách hoàn hảo...

Tại Việt Nam xu hướng quốc tế hóa và hợp tác với các nghệ sĩ, đoàn nghệ thuật quốc tế đang ngày càng gia tăng và thu hút khán giả. Các Lễ Hội âm nhạc quốc tế tiêu biểu nhất tại Việt Nam như:

- Hozo Festival (Hò Dô) - một lễ hội âm nhạc đa sân khấu - đa thể loại - đa sắc tộc độc đáo nhất tại tại TP Hồ Chí Minh, thu hút hàng chục nghìn khán giả tham dự. Bên cạnh phần âm nhạc cực kì chất lượng đến từ những siêu sao làng nhạc Việt cùng các đại diện đáng chú ý ở nhiều quốc gia (đặc biệt là nhạc sĩ - ca sĩ Babyface năm 2022), HOZO còn sở hữu nhiều các hoạt động bên lề, đan xen như liên hoan âm nhạc, workshop, không gian ảo metaverse, cuộc thi tài năng, các liveshow...

- Monsoon Festival Music tại Hà Nội là nơi hội tụ của các nghệ sĩ trong nước và quốc tế đem đến một bữa tiệc âm nhạc đa sắc màu phục vụ công chúng. Bên cạnh hiện tượng "tạo hit" làng Vpop, indie, underground 'gây bão' mạng xã hội, người hâm

mộ còn có cơ hội gặp gỡ với nhóm nhạc nổi tiếng tại Châu Á, Châu Âu và các quốc gia. Gần một thập kỷ qua Monsoon đã trở thành món ăn tinh thần cho người yêu nhạc thủ đô mỗi mùa thu sang.

- 8Wonder Festival (tại Phú Quốc) đã nhanh chóng trở thành đại nhạc hội nổi tiếng với giới trẻ khi mời được những nghệ sĩ nổi tiếng của âm nhạc đương đại thế giới về Việt Nam như Charlie Puth và ban nhạc Maroon 5… biểu diễn cùng các ngôi sao nhạc Việt. Khác với các lễ hội âm nhạc khác, 8Wonder lại tổ chức ở các thành phố biển. Show mùa hè diễn ra tại Nha Trang và show mùa đông diễn ra tại Phú Quốc với sâu khấu bên bờ biển nhìn ra vịnh trong không gian hòa quyện với thiên nhiên.

- HAY Glamping Music Festival (HAY Fest): Chủ yếu hoạt động tại Hà Nội, ra đời năm 2022, HAY Fest đã từng đưa về các nhóm nhạc và nghệ sỹ nổi tiếng quốc tế một thời là The Moffatts, 911, A1 và Blue hay thần tượng âm nhạc một thời Ronan Keating, cựu thành viên của ban nhạc nức tiếng thập niên 1990 là Boyzone.. và các nghệ sỹ, nhóm nhạc quốc tế tại Việt Nam

- Ngoài các Lễ Hội âm nhạc quốc tế, Việt Nam còn là điểm đến của nhiều dàn nhạc giao hưởng và đoàn nghệ thuật lớn trên thế giới, thu hút lượng lớn khán giả tại các chương trình này như Vietnam Airlines Classic - Hà Nội Concert - chương trình hòa nhạc cổ điển ngoài trời đầu tiên tại Việt Nam, với sự tham gia biểu diễn của các dàn nhạc giao hưởng quốc tế nổi tiếng (Dàn nhạc hoàng gia Anh, Dàn nhạc Giao hưởng Quốc Gia Nga Russian National Orchestra..). Các chương trình biểu diễn giao hưởng quốc tế như Dàn nhạc Giao hưởng Nhà hát Hoàng gia Versaille (L'Orchestre de L'Opéra Royal de Versailles) tại Nhà hát Hồ Gươm năm 2024….

Điều này cho thấy tiềm năng lớn của thị trường nghệ thuật biểu diễn tại Việt Nam trong việc hợp tác quốc tế và quốc tế hóa.

3.2. Xu hướng Music Tourism (du lịch âm nhạc)

Xu hướng **Music Tourism (du lịch âm nhạc)** từ lâu đã phát triển ở Châu Mỹ và Châu Âu, nhưng kể từ sau đại dịch Covid-19, khi mà nhu cầu "xê dịch" của con người tăng cao trở lại, thì xu hướng này đã trở thành một trào lưu bùng nổ và phát triển mạnh mẽ ở Châu Á. Theo Future Market Insights, thị trường du lịch âm nhạc dự kiến đạt 14 tỷ USD trong 10 năm tới. Do đó, đây được xem là công cụ đắc lực trong việc phát triển ngành kinh tế mũi nhọn của một quốc gia. Tháng 2 năm 2023, khi concert "The Wild Dreams Tour" của nhóm Westlife dừng chân ở Kuala Lumpur, Malaysia, tỷ lệ lấp đầy của 65 khách sạn tại đây đã tăng 87.9% so với cùng kỳ năm ngoái. Tương tự, khi chuyến lưu diễn "The Eras Tour" của Taylor Swift càn quét khắp nước Mỹ, tạp chí The Wall Street Journal đã ghi nhận người đi xem concert của nữ ca sĩ ngoài việc bỏ tiền mua vé còn chi trung bình 1.300 USD cho các khoản như trang phục, chỗ ở, ăn uống, phương tiện đi lại, v.v..

Tại Việt Nam, xu hướng này cũng phát triển mạnh mẽ trong vài năm trở lại đây. Tiêu biểu là các mô hình sân khấu âm nhạc biểu diễn định kỳ, để đón khách nghe nhạc kết hợp du lịch: Mây lang thang ở Đà Lạt, Soul in the forest ở Flamingo Đại Lải resort, Hoa bay ở Tam Đảo, River flows in you tại bãi đá sông Hồng, Hà Nội, Thung lũng ngân nga ở Tú Lệ, huyện Văn Chấn, tỉnh Yên Bái,… Bên cạnh đó là các Fesival như HAY glamping music festival tại Hà Nội - mô hình mà các bạn trẻ cắm trại (glamping) tại công viên Yên Sở để nghỉ ngơi, ăn uống và nghe nhạc từ chiều tới đêm. Đặc biệt là những Live concert lớn như của Hà Anh Tuấn ở Đà Lạt, Ninh Bình đã đem lại trung bình 10.000 khán giả cho mỗi địa phương mà ca sỹ tổ chức.

3.3. Xu hướng ứng dụng công nghệ

Công nghệ đang thay đổi cách chúng ta trải nghiệm nghệ thuật biểu diễn. Cách mạng công nghiệp 4.0 và các công nghệ hiện đại không chỉ là phương tiện, công cụ cần thiết để nâng hình thức sân khấu lên tầm hiện đại mà còn mang đến những sáng tạo mới, hấp dẫn, lôi cuốn khán giả đến gần hơn với nghệ thuật.

Việc sử dụng thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR), công nghệ AI, công nghệ 3D mapping, 3D Hologram, Robostic và trình diễn trên các nền tảng kỹ thuật số đang mở ra những tiềm năng mới cho việc tổ chức và trải nghiệm các sự kiện nghệ thuật. Việc kết hợp các công nghệ này trong nghệ thuật biểu diễn này giúp mở rộng phạm vi tiếp cận và tạo ra các trải nghiệm độc đáo cho khán giả, đặc biệt là giới trẻ.

3.4. Xu hướng kết hợp truyền thống và hiện đại

Gần đây, thị trường nhạc Việt chứng kiến sự trỗi dậy của nhiều tác phẩm âm nhạc kết hợp phong cách hiện đại với chất liệu dân gian (còn gọi là Folktronica). Năm 2023, xu hướng này trở nên bùng nổ với hàng chục tác phẩm mới của các ca sĩ trẻ, làm mê hoặc giới mộ điệu và nhận về những hiệu ứng tích cực. Điển hình trong số này là sự thành công của DTAP - nhóm nhạc sĩ kiêm nhà sản xuất ca khúc gắn với thành công của Hoàng Thùy Linh, Phương Mỹ Chi. Hay nhà sản xuất Masew và Quán quân Rap Việt mùa 3 Double2T… Xu hướng này không chỉ thu hút nhiều đối tượng khán giả mà còn tạo nền tảng cho nghệ thuật truyền thống phát triển trong bối cảnh đương đại.

Cùng với việc nghệ sĩ và khán thính giả ngày càng nhận thức sâu sắc hơn về vấn đề bảo tồn văn hóa dân tộc, Folktronica cũng dần tạo nên tầm ảnh hưởng nhất định đối với các sản phẩm âm nhạc Việt Nam. Báo cáo từ Spotify cho biết, có 42% Gen Z tin rằng âm nhạc có thể kết nối nhiều nền văn hóa; 85% người trẻ đã sử dụng âm nhạc và podcast để trải nghiệm…,

Cùng xu hướng đó, các sự kiện văn hóa nghệ thuật của Việt Nam hiện đại ngày càng kết hợp các hình thức nghệ thuật truyền thống với các yếu tố đương đại để thu hút nhiều đối tượng khán giả. Sự kết hợp này không chỉ bảo tồn các loại hình nghệ

thuật truyền thống mà còn làm cho chúng phù hợp với khán giả ngày nay. Việc kết hợp các yếu tố truyền thống và hiện đại trong các sự kiện văn hóa Việt Nam phản ánh cam kết bảo tồn di sản trong khi đổi mới.

3.5. Xu hướng Edutainment

Edutainment được định nghĩa là sự kết hợp giữa giáo dục và giải trí, sử dụng các phương pháp giải trí để truyền tải nội dung giáo dục theo một cách thú vị, mới lạ và hấp dẫn, không nhàm chán như các cách thức truyền thống. Năm 1950, công ty Walt Disney đã bắt đầu sản xuất các nội dung giáo dục cho trẻ em thông qua việc sử dụng hoạt hình để truyền tải các bài học về khoa học, lịch sử và văn hóa. Và đến năm 1970, thuật ngữ Edutainment đã chính thức được đặt tên và được hàng loạt các nhà nghiên cứu và nhà giáo dục bắt đầu khám phá để sử dụng trong việc học tập. Numberblocks là một ví dụ diển hình của việc ứng dụng phương pháp Edutainment khi sáng tạo ra loạt series chương trình hoạt hình nhiều tập về chủ đề giáo dục toán học dành cho trẻ nhỏ. Chương trình này được sản xuất bởi Blue-Zoo và phát sóng trên kênh CBeebies của BBC. Sự thành công của Numberblock trong việc tạo ra chương trình giáo dục kết hợp với giải trí hữu ích dành cho trẻ em đã nhận được rất nhiều giải thưởng quốc tế, trong khi thị trường mà có rất nhiều chương trình giải trí đơn thuần khác.

Tại Việt Nam, edutainment đang dần trở thành xu hướng trong việc lan tỏa những giá trị văn hóa và lịch sử đến gần hơn với công chúng. Để những câu chuyện lịch sử hào hùng của dân tộc hàng trăm và hàng ngàn năm không còn nằm trong sách vở "khô khan", mà được thổi hồn một cách sống động và độc đáo. Tiên phong trong xu hướng này phải kế đến chương trình nghệ thuật "Dòng sông kể chuyện" nằm trong Lễ hội Sông nước Thành phố Hồ Chí Minh 2023. Với những thủ pháp sân khấu, công nghệ trình diễn đặc biệt, Newday Media – đơn vị tổ chức sự kiện này - đã đưa khán giả trở về với dòng sông lịch sử từ thời khởi thủy cho đến thời kì phát triển hưng thịnh, rực rỡ của hiện tại. Edutainment lại tiếp tục "bùng nổ" trong chương trình "Dòng sông kể chuyện mùa 2 – Chuyến tàu huyền thoại" nằm trong Lễ hội Sông nước Thành phố Hồ Chí Minh lần thứ 2 năm 2024. Lần này, khán giả được "chứng kiến" những trang sử hào hùng được kể lại theo cách chân thực và trực quan nhất về những chuyến tàu gắn liền với vận mệnh của dân tộc Việt Nam, để mỗi người dân đều cảm thấy niềm tự hào trào dâng, để thêm trân quý những thành quả phi thường của cha ông thế hệ trước. Sự kết hợp hài hòa giữa công nghệ sân khấu, nghệ thuật và các yếu tố văn hóa lịch sử khẳng định sự tiên phong trong xu hướng edu-tainment (kết hợp giữa giáo dục và giải trí) của Newday Media, góp phần thúc đẩy phát triển công nghiệp văn hóa tại Việt Nam, từ đó thu hút sự chú ý của du khách trong nước cũng như quốc tế, đem lại những giá trị thiết thực cho Thành phố Hồ Chí Minh.

III. Ninh Bình - Tiềm năng và cơ hội thu hút đầu tư

1. Strengths (Điểm mạnh)

1.1. Vị trí địa lý và giao thông thuận tiện

Ninh Bình có vị trí thuận lợi, cách Hà Nội hơn 90km, là một trong hai trung tâm phân phối khách lớn nhất cả nước. Với hệ thống giao thông ngày càng hoàn thiện, bao gồm Quốc lộ 1A, tuyến đường sắt xuyên Việt, quốc lộ 10 và các sân bay Nội Bài, hệ thống cảng biển, cảng sông… đã giúp Ninh Bình trở thành cầu nối quan trọng trong giao lưu kinh tế - thương mại - du lịch và văn hóa giữa hai miền Nam Bắc và thuận tiện cho việc di chuyển đi lại dễ dàng thu hút du khách và các sự kiện nghệ thuật lớn với những khán giả ở các tỉnh lân cận. Với những khán giả ở các tỉnh xa thì chỉ mất 90’ di chuyển đến Ninh Bình từ hai sân bay tại miền Bắc là sân bay Nội Bài - Hà Nội và sân bay Thọ Xuân - Thanh Hóa

1.2. Cảnh quan thiên nhiên độc đáo

Ninh Bình được tạo hóa ưu ái, ban tặng nhiều cảnh quan thiên nhiên phong phú, độc đáo và hấp dẫn như: Quần thể danh thắng Tràng An (được UNESCO ghi danh là Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới), Tam Cốc - Bích Động, Vườn quốc gia Cúc Phương, khu Bảo tồn Thiên nhiên đất ngập nước Vân Long, Khu du lịch sinh thái hồ Yên Thắng, Yên Đồng, Yên Thái, Đồng Chương… đã điều kiện cho sự phát triển của du lịch Ninh Bình, mang lại bối cảnh hoàn hảo cho các sự kiện nghệ thuật ngoài trời. Việc kết hợp nghệ thuật với du lịch sinh thái sẽ tạo ra những trải nghiệm độc đáo, thú vị mới cho khán giả.

1.3. Di sản văn hóa phong phú

Ninh Bình sở hữu số lượng di tích lịch sử văn hóa không lồ với trên 1.000 di tích lịch sử văn hoá, trong đó có 78 di tích được xếp hạng cấp quốc gia, 160 di tích xếp hạng cấp tỉnh, điển hình như đền thờ vua Đinh Tiên Hoàng, đền thờ Trương Hán Siêu, đền thờ Nguyễn Công Trứ, chùa Địch Lộng, chùa Non Nước, phòng tuyến Tam Điệp Biện Sơn, khu căn cứ Cách mạng Quỳnh Lưu,… đặc biệt là Cố đô Hoa Lư, gắn liền với ba vương triều Đinh - Tiền Lê – Lý, Chùa Bái Đính - ngôi chùa lớn nhất Việt Nam với rất nhiều kỷ lục đã được xác lập; nhà thờ đá Phát Diệm - quần thể thánh đường độc nhất vô nhị kết hợp nét tinh tuý trong kiến trúc đình chùa phương Đông và kiến trúc Gôtic của phương Tây.

Ninh Bình là một trong những địa phương còn lưu giữ nhiều nhất văn hóa truyền thống làng quê vùng đồng bằng Bắc bộ với 49 làng nghề truyền thống đã và đang được đưa vào khai thác phục vụ du lịch và trải nghiệm và 76 lễ hội truyền thống cùng nhiều nếp nhà cổ đang được gìn giữ và phát triển. Cùng với đó là đa dạng các loại hình ẩm thực độc đáo của địa phương. Đây là những chất liệu nghệ thuật phong phú, là nền tảng vững chắc để phát triển các chương trình nghệ thuật mang đậm dấu ấn lịch sử vầ văn hóa Việt Nam để thu hút cả khán giả trong nước và quốc tế.

1.4. Cơ sở lưu trú và dịch vụ ăn uống

Cở vật chất và hạ tầng tổ chức của Ninh Bình đang ngày càng phát triển cả về chất và lượng hơn 190 cơ sở lưu trú du lịch sức chứa hơn 3.229 phòng nghỉ từ 1 sao đến 4 sao và khoảng gần 800 nhà hàng với khoảng 2000 phòng ăn. Toàn tỉnh có trên 20.000 cơ sở kinh doanh thương mại, khoảng 200 điểm kinh doanh dịch vụ vui chơi giải trí. Đây là điều kiện để tỉnh có thể đáp ứng được nhu cầu về số lượng lớn những khán giả đến xem các chương trình nghệ thuật và concert lớn tại Ninh Bình

1.5. Địa điểm tổ chức biểu diễn

Ninh Bình có rất nhiều địa điểm tổ chức biểu diễn có quy mô lớn trên 1000 khán giả ở các không gian địa hình khác nhau như:

Quảng trường Đinh Tiên Hoàng (sức chứa 20.000 khán giả)

Cổng vào Tràng An (Sức chứa tầm 5000 khán giả)

Khu du lịch Thung Nham (Sức chứa tầm 15.000 khán giả)

Bến xe Đồng Gừng - Khu Du lịch Tam Cốc - Bích Động (Sức chứa 10.000 khán giả)

Đàn Kính Thiên - Thung Ui (Sức chứa (15.000 khán giả)

Đảo Khế Cốc (sức chứa 20.000 khán giả)

Trung tâm hội nghị quốc tế chùa Bái Đính (Sức chứa 3.500 khán giả)

Hội trường Bến thuyền Tràng An (Sức chứa 1.000 khán giả)

Sân khấu thuỷ đình - Phố cổ Hoa Lư (Sức chứa 1.000 khán giả)

Hồ Kỳ Lân - Phố cổ Hoa Lư (Sức chứa khoảng 15.000 người)

Sân lễ hội Khu di tích lịch sử văn hóa Cố đô Hoa Lư (Sức chứa 30.000 khán giả)

Khán đài - Nhà thi đấu thể dục thể thao Tỉnh (Sức chứa 500 ghế)

Khu vực Nhà thi đấu thể dục thể thao Tỉnh (Sức chứa 10.000 khán giả)

Đặc biệt là Nhà hát Phạm Thị Trân vừa mới khánh thành tại phường Thanh Bình, TP Ninh Bình với vị trí đắc địa ba mặt tiền: phố Lê Đại Hành, phố Hoàng Diệu giao Lý Thái Tổ có tổng diện tích sàn gần 8.500 m2, trang thiết bị hiện đại, sức chứa hơn 1.000 khán giả để phục các hoạt động biểu diễn nghệ thuật, thính phòng trong nhà hát đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Đây là những tiềm năng, lợi thế lớn của Ninh Bình trong phát triển ngành công nghiệp biểu diễn, cũng như là tiềm năng để thu hút khán giả và công chúng đến với Ninh Bình trong những chương trình nghệ thuật biểu diễn quy mô lớn.

1.6. Chính sách hỗ trợ của chính quyền địa phương

Chính quyền tỉnh Ninh Bình cũng rất cởi mở và tạo điều kiện cho các hoạt động tổ chức biểu diễn, giao lưu quốc tế để thúc đẩy các hoạt động biểu diễn nghệ thuật tại Ninh Bình căn cứ theo Nghị định 110/2018/NĐ-CP của Chính phủ, trong đó chính sách gồm:

- Hỗ trợ hoạt động phục dựng, bảo vệ lễ hội truyền thống nhằm duy trì các giá trị văn hóa đặc sắc, tiêu biểu, đáp ứng đời sống tinh thần của nhân dân.

- Khuyến khích các hoạt động văn hóa, văn nghệ, thể thao dân gian truyền thống; ứng dụng khoa học, công nghệ hiện đại trong tổ chức lễ hội văn hóa, lễ hội ngành nghề, lễ hội có nguồn gốc từ nước ngoài.

- Nâng cao chất lượng đào tạo, bồi dưỡng cán bộ chuyên môn, nghiệp vụ về quản lý hoạt động lễ hội.

- Mở rộng hợp tác quốc tế trong hoạt động lễ hội..

Và Nghị định số 144/2020/NĐ-CP, quy định về hoạt động nghệ thuật biểu diễn do Chính phủ ban hành ngày 14 tháng 12 năm 2020:

- Tổ chức biểu diễn nghệ thuật theo quy định của pháp luật. Được hiểu, hoạt động tổ chức biểu diễn nghệ thuật hoàn toàn được pháp luật bảo vệ, tạo điều hiện về hành lang pháp lý cho triển khai với điều kiện theo quy định của pháp luật.

- Thụ hưởng các lợi ích hợp pháp từ việc tổ chức biểu diễn nghệ thuật.

- Bên cạnh đó, chính sách này cho thấy hoạt động nghệ thuật biểu diễn được thúc đẩy và khuyến khích sáng tạo, góp phần phát triển văn hóa địa phương.

- Việc ban hành các chính sách hỗ trợ cho tổ chức biểu diễn nghệ thuật còn nâng cao nhận thức cộng đồng. Tăng cường sự quan tâm và tham gia của người dân vào các hoạt động văn hóa nghệ thuật.

Đối với việc xin cấp phép tổ chức biểu diễn nghệ thuật tại Ninh Bình, Nghị định số 79/2012/NĐ-CP quy định như sau:

- Khuyến khích tổ chức, cá nhân Việt Nam thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia biểu diễn nghệ thuật, trình diễn thời trang; thi người đẹp và người mẫu; lưu hành, kinh doanh bản ghi âm, ghi hình ca múa nhạc, sân khấu theo quy định của pháp luật;

- Đầu tư cho việc sưu tầm, nghiên cứu, giữ gìn, phát huy giá trị các loại hình nghệ thuật biểu diễn truyền thống, tiếp thu có chọn lọc những tinh hoa nghệ thuật thế giới;

- Tài trợ biểu diễn nghệ thuật phục vụ tại vùng có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn và đặc biệt khó khăn;

- Tài trợ, đặt hàng sáng tác, dàn dựng và biểu diễn tác phẩm nghệ thuật chất lượng cao, tác phẩm nghệ thuật phục vụ thiếu niên, nhi đồng;

- Đào tạo, bồi dưỡng tài năng nghệ thuật trẻ.

Các chính sách và quy định, thủ tục hành chính cũng được ưu tiên hỗ trợ với hình thức nộp trực tiếp hoặc trực tuyến. Chính quyền tỉnh Ninh Bình đã thể hiện sự cam kết mạnh mẽ trong việc thúc đẩy phát triển văn hóa và du lịch. Các chính sách hỗ trợ, ưu đãi đầu tư vào lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn.

2. Weaknesses (Điểm yếu)

2.1. Giao thông hạn chế đối với các tỉnh xa

Mặc dù có vị trí khá thuận lợi về giao thông, nhưng tỉnh Ninh Bình không sở hữu sân bay nên khi tổ chức những show diễn lớn với khán giả từ phương xa tới (miền Nam, miền Trung…) sau khi xuống sân bay sẽ phải tiếp tục di chuyển quãng đường khoảng 100km tiếp theo để đến được Ninh Bình. Đây cũng là một cản trở khi tổ chức tại đây và cũng là lý do nhiều khán giả phương xa đã phải nhượng lại vé khi tham gia show "Chân Trời Rực Rỡ" của Hà Anh Tuấn.

2.2. Cơ sở hạ tầng chưa đồng bộ

Dù có nhiều địa điểm tổ chức nhưng Ninh Bình lại chưa có những địa điểm tổ chức có sức chứa quy mô đẳng cấp quốc tế lên tới hàng vạn khán giả (như sân vận động, nhà thi đấu, trung tâm hội nghị…). Đồng thời cơ sở hạ tầng không đồng bộ, thiếu những dịch vụ đi kèm theo tiêu chuẩn quốc tế như các khu vực hậu cần, hậu đài, khu vực ban tổ chức, khu trung tâm giải trí để tạo ra các dịch vụ hỗ trợ cho ban tổ chức, khán giả khi tham dự các show diễn theo hình thức du lịch âm nhạc. Đó có thể là rào cản trong việc thu hút các sự kiện lớn.

Lượng khách sạn của Ninh Bình tuy có nhiều, nhưng lượng khách sạn 5 sao còn hạn chế và quỹ phòng của mỗi khách sạn cũng chưa đủ lớn để đáp ứng nhu cầu của những show diễn quy mô và lượng du khách/ khán giả lớn cùng một lúc. Trường hợp show Hà Anh Tuấn là một ví dụ điển hình về khả năng cung ứng phòng nghỉ trong cùng một thời tại Ninh Bình.

2.3. Nguồn nhân lực về sự kiện hạn chế

Ninh Bình hiện tại chưa có lực lượng nhân sự chuyên nghiệp, được đào tạo bài bản trong lĩnh vực tổ chức sự kiện và nghệ thuật biểu diễn. Việc thiếu hụt nhân lực chất lượng cao có khả năng và kinh nghiệm quản lý vận hành các sự kiện quy mô cũng làm giảm sức hấp dẫn trong việc đầu tư cho các công ty sự kiện tại địa phương.

Do số lượng sự kiện lớn tại Ninh Bình không nhiều, nên cũng không có các đơn vị cung cấp thiết bị phục vụ sự kiện chuyên nghiệp tại Ninh Bình (như âm thanh ánh sáng, nhà bạt, bàn ghế, khán đài, sản xuất décor, thiết bị logicstic…), đa phần

đều phải lấy từ các thành phố lớn (Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh) về khiến chi phí nhân công vận chuyển tăng cao, giảm lợi thế cạnh tranh trong việc tổ chức sự kiện tại địa phương.

2.4. Chưa có các Lễ Hội thường niên đẳng cấp quốc tế tạo thành thương hiệu

Hàng năm, Ninh bình có 1 lễ hội do cấp tỉnh (Lễ hội Hoa Lư hay còn gọi là Lễ hội Trường Yên), 11 lễ hội do cấp huyện và 231 lễ hội do cấp xã chỉ đạo tổ chức. Các lễ hội trên địa bàn tỉnh chủ yếu là lễ hội làng, thôn, bản với quy mô nhỏ, tập trung vào dịp đầu xuân (từ tháng 01 đến hết tháng 03 âm lịch với 180 lễ hội), thu hút sự tham gia chủ yếu của người dân trong địa bàn khu vực nơi có di tích và lễ hội. Tuy số lượng rất nhiều, nhưng lại chưa có một Lễ Hội độc đáo, đẳng cấp và quy mô quốc tế tạo nên thương hiệu và biểu tượng của Ninh Bình như Lễ Hội lớn của các tỉnh thành phố như: Lễ Hội Pháo Hoa Đà Nẵng, Festival Huế, Lễ Hội Hoa Đà Lạt, Lễ Hội Vịnh Ánh Sáng Quốc Tế Nha Trang (Thi đấu Drone light)… Các Lễ Hội này đã trở thành thương hiệu, thu hút lượng lớn du khách trong nước và quốc tế, thậm chí có thể kinh doanh bán vé như Lễ Hội Pháo Hoa Đà Nẵng. Festival Ninh Bình mới tổ chức được 2 năm, mặc dù chương trình Festival Ninh Bình năm 2023 rất hấp dẫn nhưng lượng thông tin truyền thông còn hạn chế nên chưa tạo được tiếng vang lớn và đa phần mới chỉ thu hút khán giả tại Ninh Bình và các tỉnh lân cận.

3. Opportunities (Cơ hội)

3.1. Tiềm năng dân số trẻ và xu hướng tiêu dùng và nhu cầu giải trí tăng cao

- Tỉnh Ninh Bình có khoảng 30% dân số dưới 15 tuổi, tỷ lệ dân số trẻ tương đối cao.

- Thu nhập bình quân đầu người (GDP) ước tính khoảng 60 triệu đồng/năm (khoảng 2.600 USD), nhưng con số này có thể thay đổi theo từng năm.

- Ninh Bình đang có xu hướng tiêu dùng ngày càng tăng, đặc biệt trong các sản phẩm tiêu dùng nhanh và dịch vụ. Chỉ số giá tiêu dùng và dịch vụ chung trên địa bàn tỉnh (CPI) bình quân năm 2023, CPI tăng 2,69%. Doanh thu bán lẻ hàng hóa trên thị trường toàn tỉnh trong tháng 12/2023 ước đạt trên 6.891,1 tỷ đồng, tăng 42,4% so với tháng 12/2022.

- Nhu cầu giải trí của người dân Ninh Bình cũng đang ngày càng gia tăng. Người dân Ninh Bình cũng đang hưởng ứng tích cực đối với các Lễ Hội, biểu diễn nghệ thuật truyền thống, góp phần gìn giữ và phát huy văn hóa địa phương. Đặc biệt là các chương trình mang tính giải trí, có sự tham gia của cac nghệ sỹ lớn, ứng dụng nhiều công nghệ hiện đại mới lạ đã thu hút lượng lớn người dân tham dự đặc biệt là giới trẻ.

3.2. Xu hướng phát triển nghệ thuật và du lịch âm nhạc

Xu hướng phát triển của ngành công nghiệp biểu diễn đặc biệt là xướng du lịch âm nhạc đang "bùng nổ" ở Việt Nam đang mở ra cơ hội lớn cho ngành du lịch và giải trí tại các địa phương có sở hữu cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp như Ninh Bình. Concert của Hà Anh Tuấn tại Ninh Bình là một minh chứng cụ thể và rõ ràng. Theo thống kê của ngành Du lịch, lượng khách đổ về các khu, điểm du lịch trong 2 ngày cuối tuần trong dịp diễn ra sự kiện âm nhạc "Chân trời rực rỡ" của Hà Anh Tuấn tại Ninh Bình tăng cao đột biến. Trung bình các cơ sở lưu trú đạt công suất trên 95%, nhiều khách sạn, homestay đạt 100%. Ông Hà Văn Siêu, Phó Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam khẳng định, du lịch âm nhạc là hướng đi mới đầy triển vọng, hứa hẹn góp phần thúc đẩy phát triển mạnh mẽ du lịch Ninh Bình. Bên cạnh thành công của nhiều sự kiện âm nhạc có tiếng vang, sức hút lớn, tỉnh cần nâng cấp các sản phẩm âm nhạc nhằm giúp du khách có thêm nhiều trải nghiệm, lựa chọn cũng như ghi dấu ấn đậm nét về mảnh đất Ninh Bình.

Sự tham gia ngày càng đông đảo của các nhà đầu tư, doanh nghiệp, đơn vị tổ chức vào lĩnh vực giải trí và tổ chức biểu diễn cùng với chính sách khuyến khích của chính phủ cho ngành công nghiệp văn hóa cũng mở ra cơ hội lớn cho Ninh Bình để có thể phát triển thành một trung tâm nghệ thuật biểu diễn.

3.3. Hợp tác quốc tế và hỗ trợ từ các tổ chức văn hóa

Tỉnh Ninh Bình đã có mối quan hệ hợp tác và kết nghĩa với các thành phố như: thành phố Asan - Hàn Quốc, tỉnh Udomxay - Lào, thành phố Saiki - Nhật Bản, thành phố Luxor - Ai Cập, tỉnh Hồ Bắc - Trung Quốc, Azerbaijan, Kazakhstan… Đây là nền tảng để Tỉnh Ninh Bình có thể mời các đoàn nghệ thuật, các nghệ sỹ quốc tế tham dự vào các Lễ Hội, liên hoan nghệ thuật của Tỉnh và nâng tầm quy mô các sự kiện này lên tầm quốc tế.

4. Threats (Thách thức)

4.1. Cạnh tranh từ các trung tâm nghệ thuật khác

Các thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng đều đã có nền tảng vững chắc, cơ sở hạ tầng, giao thông thuận lợi và nhiều kinh nghiệm trong việc tổ chức các sự kiện nghệ thuật lớn, quy mô quốc tế tại Việt Nam. Điều này cũng tạo ra sự cạnh tranh cho Ninh Bình trong việc thu hút các nhà đầu tư khi lựa chọn địa điểm tổ chức những sự kiện và concert lớn tại Việt Nam.

Yếu tố cạnh tranh này cũng có thể ảnh hưởng đến việc thu hút nghệ sĩ lớn tên tuổi, đoàn biểu diễn và khán giả đến với Ninh Bình, nếu tỉnh không có chiến lược phát triển và quảng bá mạnh mẽ.

4.2. Tác động của biến đổi khí hậu

Theo báo cáo của Tổ chức Khí tượng Thế giới (WMO), Việt Nam nằm trong

top 10 quốc gia chịu ảnh hưởng nặng nề nhất từ biến đổi khí hậu. Biến đổi khí hậu và các hiện tượng thời tiết cực đoan có thể ảnh hưởng đến việc tổ chức các sự kiện ngoài trời tại Ninh Bình. Ví dụ: mưa bão, lũ lụt có thể làm gián đoạn các kế hoạch biểu diễn, gây thiệt hại về tài chính và uy tín của đơn vị tổ chức chức, điều này đòi hỏi Ninh Bình phải có kế hoạch đối phó với các rủi ro thiên nhiên.

Thời tiết cũng là 1 yếu tố bất lợi tại các tỉnh miền Bắc khi mùa hè thì oi bức và mùa đông thì rét buốt. Vì vậy, mùa đông thường không phải là mùa du lịch phát triển mạnh ở các tỉnh miền Bắc. Đây cũng là một yếu tố gây cản trở cho ngành biểu diễn của miền Bắc vào thời điểm mùa đông nếu không có phương án đảm bảo điều kiện thời tiết khắc nghiệt cho khán giả tham dự chương trình.

IV. Kết luận và giải pháp

1. Giải pháp khắc phục và phát huy tiềm năng

Để thúc đẩy ngành công nghiệp biểu diễn, hướng tới đưa Ninh Bình trở thành trung tâm biểu diễn nghệ thuật lớn của Việt Nam và khu vực Châu Á, tỉnh Ninh Bình cần một chiến lược dài hạn và những giải pháp cụ thể để khắc phục nhược điểm và phát huy tiềm năng của tỉnh. Trong tham luận này, tôi đề xuất các giải pháp theo mô hình **PESTEL:**

1.1. Political (Chính trị)

Chính sách hỗ trợ của chính quyền:

- Chính quyền đóng vai trò quyết định trong việc xây dựng Ninh Bình trở thành trung tâm nghệ thuật của Việt Nam và khu vực. Vì vậy, tỉnh cần nghiên cứu và xây dựng các chính sách hỗ trợ khởi nghiệp và phát triển văn hóa nghệ thuật tại địa phương. Tỉnh cần cụ thể hóa các chính sách hỗ trợ đặc thù cho lĩnh vực nghệ thuật và tổ chức biểu diễn như miễn giảm thuế, tối ưu thời gian và thủ tục cấp phép tổ chức cho các chương trình tại Ninh Bình, và các chính sách ưu đãi đặc để thu hút đầu tư từ các tập đoàn lớn trong và ngoài nước vào lĩnh vực nghệ thuật và tổ chức sự kiện.

- Chính quyền và các cơ quản quản lý văn hóa có thể nghiên cứu cấp ngân sách cho các dự án nghệ thuật tiềm năng, đem lại hiệu quả và kinh tế và du lịch cho Tỉnh để phát triển các dự án điển hành của Tỉnh.

Hợp tác quan hệ quốc tế:

- Phát huy tiềm năng quan hệ quốc tế, Tỉnh Ninh Bình cần mở rộng thêm các mối quan hệ hợp tác với nhiều thành phố lớn của các quốc gia có sự phát triển mạnh mẽ về ngành công nghiệp biểu diễn, cũng như các đối tác/ tổ chức nghệ thuật lớn trên thế giới để có thể đưa các nghệ sỹ sao quốc tế, sự kiện nghệ thuật tầm cỡ thế giới về tổ chức tại địa phương, nâng cao chất lượng, tầm cỡ, quy mô các sự kiện tại Ninh Bình và thu hút lượng lớn khán giả tham dự. Điều này không chỉ nâng cao vị thế của

Ninh Bình mà còn mở ra cơ hội học hỏi, trao đổi văn hóa và kỹ thuật, kinh nghiệm tổ chức cho Ninh Bình

1.2. Economic (Kinh tế)

Đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng:

- Để trở thành trung tâm biểu diễn nghệ thuật tầm cỡ quốc gia và quốc tế, Ninh Bình cần đầu tư mạnh mẽ vào cơ sở hạ tầng, bao gồm các dự án xây dựng nhà hát đan năng, trung tâm hội nghị, trung tâm biểu diễn và không gian biểu diễn ngoài trời đạt chuẩn quốc tế. Các trung tâm này cần nằm ở vị trí thuận lợi về giao thông, xung quanh cần có các tổ hợp dịch vụ vệ tinh như giải trí, ăn uống, nghỉ ngơi, lưu trú… để cung cấp và tối ưu cho các nghệ sỹ, khán giả tham dự các sự kiện, lễ hội và show diễn lớn được tổ chức tại Ninh Bình.

- Chính quyền và các doanh nghiệp cần hợp tác công tư trong việc huy động vốn, bao gồm cả vốn nhà nước, vốn tư nhân và vốn từ các quỹ phát triển văn hóa và các nguồn vốn ODA để đầu tư cho các dự án hạ tầng này.

- Bên cạnh việc xây dựng mới, Tỉnh cũng cần có kế hoạch dài hạn để nâng cấp, cải tạo các cơ sở hạ tầng hiện có với quy hoạch hợp lý để phát huy tiềm năng sẵn có và đáp ứng nhu cầu của các sự kiện nghệ thuật lớn.

1.3. Social (Xã hội)

Xác định đối tượng mục tiêu:

- Cần xác định rõ những đối tượng mục tiêu trong từng loại hình biểu diễn nghệ thuật, giải trí để có những chiến lược tiếp cận khán giả phù hợp cho mỗi loại hình:

- Thế hệ trẻ GEN Y & GEN Z: Nhóm độ tuổi 18-35 thường đi xem các chương trình ca nhạc giải trí như phim ảnh, nhạc kịch, nghệ thuật đương đại và các lễ hội âm nhạc. Họ dành nhiều thời gian và tiền bạc cho các hoạt động giải trí này, đặc biệt là các bạn trẻ ở các thành phố lớn.

- Người có thu nhập trung và cao: Những người có thu nhập từ trung bình đến cao thường xuyên tham gia các chương trình văn hóa nghệ thuật như hòa nhạc, nhạc kịch kịch, triển lãm, liveshow ca nhạc, vì họ có điều kiện chi trả. Họ coi đây là cách thể hiện phong cách sống và gu thẩm mỹ của bản thân.

- Các gia đình thuộc tầng lớp trung lưu: Các gia đình này thường mang theo con cái đi tham gia các hoạt động văn hóa nghệ thuật gia đình như xem xiếc, múa rối, nhạc kịch... để tạo cơ hội học hỏi và gắn kết gia đình.

- Khách du lịch nước ngoài: Khách du lịch quốc tế, đặc biệt là người Âu Mỹ, thường dành nhiều thời gian và chi phí để tham gia các hoạt động văn hóa truyền thống của Việt Nam như múa rối, ca trù, hát chèo...

Nghiên cứu thị hiếu khán giả: Cần nghiên cứu kỹ về thị hiếu nghệ thuật và thói quen của người dân địa phương cũng như du khách để định hướng các chương trình biểu diễn phù hợp:

Nhu cầu cao và đa dạng: Toàn cầu hóa và kết nối thông tin toàn cầu đã khiến nhu cầu của khán giả hiện nay càng càng cao hơn, đa dạng và phong phú hơn. Họ không chỉ thưởng thức các loại hình nghệ thuật truyền thống đơn thuần, mà ngày càng tiếp cận đến các loại hình nghệ thuật cao hơn, các loại hình âm nhạc mới hiện đại, các loại hình nghệ thuật đương đại, nghệ thuật bác học, nghệ thuật cổ điển của phương Tây.

Tò mò và nhạy bén với các xu hướng mới: Khán giả hiện đại đặc biệt là giới trẻ ngầy càng nhạy bén với xu hướng mới. Khán giả Việt khá tò mò và quan tâm, hưởng ứng những công nghệ mới, xu hướng và hình thức biểu diễn nghệ thuật, giải trí mới ứng dụng tại Việt Nam

Tăng độ phổ biến mức tiêu dùng: Ngày càng có nhiều người, đặc biệt là giới trẻ, dành nhiều thời gian và chi tiêu cho các hoạt động văn hóa nghệ thuật. Họ không chỉ chi tiêu cho bản thân mà còn mua vé cho bạn bè, gia đình, tạo thành một xu hướng gia tăng số lượng người tiêu dùng.

Trải nghiệm là trọng tâm: Người tiêu dùng không chỉ quan tâm đến việc tham dự một chương trình nghệ thuật, mà còn muốn được trải nghiệm không gian, tương tác, kết nối với nghệ sĩ và cộng đồng. Họ coi việc thưởng thức nghệ thuật là cách thể hiện phong cách sống, thể hiện bản sắc cá nhân.

Tăng vai trò của công nghệ số: Công nghệ số giúp người tiêu dùng dễ dàng tiếp cận, tìm hiểu và đăng ký tham gia các chương trình nghệ thuật. Sự phát triển của công nghệ số cũng mở ra nhiều cách thức tiếp cận nghệ thuật mới như xem phim, nghe nhạc trực tuyến, tham gia các sự kiện livestream. Các nhà sản xuất cũng áp dụng công nghệ để nâng cao trải nghiệm người xem, như livestream, thực tế ảo, tương tác trực tuyến.

Nhìn chung, xu hướng tiêu dùng văn hóa nghệ thuật của khán giả Việt đang trở nên đa dạng, phổ biến và chú trọng đến yếu tố trải nghiệm đặc biệt là những trải nghiệm cá nhân. Đây là cơ hội để các nhà sản xuất và nghệ sĩ đổi mới, đáp ứng nhu cầu đang thay đổi của khán giả.

Khai thác lợi thế từ cộng đồng và văn hóa địa phương:

- Ninh Bình có bề dầy lịch sử, nền văn hóa và truyền thống phong phú, là nguồn cảm hứng dồi dào cho các sáng tạo trong lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn. Việc khai thác các đề tài lịch sử cùng các yếu tố văn hóa đặc sắc của địa phương, kết hợp ứng dụng phương thức truyền tải mới lạ, độc đáo và công nghệ trình diễn hiện đại theo xu hướng Edutainment sẽ giúp các sự kiện nghệ thuật tại Ninh Bình mang màu

sắc riêng biệt, quảng bá được văn hóa lịch sử của địa phương, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, thu hút sự quan tâm của công chúng trong và ngoài nước.

- Chính quyền tỉnh cũng cần xây dựng những chiến lược truyền thông trong nội bộ Tỉnh để tạo được sự ủng hộ đồng lòng, hướng ứng về tham gia tích cực của người dân trong các hoạt động sự kiện và Lễ Hội của Tỉnh, tạo ra hiệu ứng truyền miệng tích cực, xây dựng hình ảnh của một trung tâm nghệ thuật biểu diễn với nhiều hoạt động của cộng đồng, do cộng đồng tổ chức và được cộng đồng ủng hộ .

Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực:

- Phối hợp với các Trường Đại Học, Cao Đẳng, Học viện nghệ thuật trong nước và quốc tế để đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành tổ chức sự kiện và nghệ thuật biểu diễn tại tỉnh Ninh Bình

- Kết hợp với các tổ chức/ chuyên gia trong nước và quốc tế để tổ chức các khóa học ngắn hạn, diễn đàn, Workshop, Talkshow chuyên đề về quản lý sự kiện, nghệ thuật biểu diễn để nâng cao năng lực cho các cán bộ địa phương và các đơn vị tổ chức sự kiện tại Ninh Bình.

Quảng bá và xây dựng thương hiệu:

- Xây dựng chiến lược truyền thông để quảng bá thương hiệu và hình ảnh Ninh Bình không chỉ là một điểm đến du lịch nổi tiếng mà còn là một trung tâm biểu diễn nghệ thuật tầm cỡ quốc gia và quốc tế. Triển khai chiến lược truyền thông 360 độ, sử dụng các kênh truyền thông hiện đại như digital marketing, social media, Advertirsing và các nền tảng trực tuyến trong nước và quốc tế.

- Tổ chức Festival Ninh Bình, như liên hoan nghệ thuật quốc tế thường niên để thu hút sự quan tâm của công chúng và giới truyền thông toàn cầu.

- Xây dựng cộng đồng Phóng viên báo chí, Youtuber, Blogger, Tiktoker để họ quảng bá và giới thiệu vẻ đẹp thiên nhiên, con người và các Lễ Hội tại Ninh Bình

- Quảng bá du lịch bằng âm nhạc: Kết hợp với các nghệ sỹ trẻ nổi tiếng, tài trợ địa điểm hoặc tài trợ 1 phần kinh phí cho các nghệ sỹ tên tuổi để khuyến khích họ quay MV giới thiệu cảnh đẹp tại Ninh Bình

- Quảng bá du lịch bằng điện ảnh: Tài trợ địa điểm hoặc Kết hợp với các đơn vị sản xuất truyền hình, sản xuất nội dung, hãng phim điện ảnh, kênh truyền hình lớn của thế giới để họ sử dụng bối cảnh trường quay tại Ninh Bình

- Kết nối kết hợp với các công ty quản lý nghệ sỹ, các nghệ sỹ lớn, tài trợ địa điểm để họ tổ chức show diễn tại Ninh Bình.

1.4. Technological (Công nghệ)

Đầu tư và ứng dụng công nghệ trong lĩnh vực tổ chức biểu diễn:

- Đầu tư vào hạ tầng công nghệ thông tin, mạng lưới internet tốc độ cao và các phần mềm quản lý, cấp phép biểu diễn, hệ thống CCTV để kiểm soát an ninh và giám sát ra vào tại các khu vực công cộng, các trung tâm biểu diễn và giả trí lớn để đáp ứng yêu cầu và đảm bảo công tác an ninh cho các sự kiện quy mô tầm cỡ.

- Ứng dụng công nghệ số hóa và các nền tảng trực tuyến cũng trong việc giới thiệu, quảng bá, platform đăng ký tham dự các sự kiện nghệ thuật của Ninh Bình đến công chúng quốc tế, thu hút nhiều khán giả hơn thông qua các kênh truyền thông xã hội và livestream sự kiện trên các nền tảng trực tuyến.

- Ứng dụng xu hướng kết hợp giữa truyền thống và hiện đại, ứng dụng các công nghệ trình diễn mới lạ để nâng cao chất lượng nội dung trong các Lễ Hội, các chương trình nghệ thuật và hoạt động biểu diễn truyền thống tại Ninh Bình, giúp các sự kiện này hấp dẫn và thu hút khán giả hơn

1.5. Environmental (Môi trường):

Xây dựng hình ảnh văn minh, bảo vệ môi trường:

- Xây dựng những quy định, biện pháp và các công cụ hỗ trợ để người dân, khán giả và du khách cùng ý thức chung tay bảo vệ môi trường, phân loại rác và vứt rác đúng nơi quy định trong các hoạt động sự kiện, Lễ Hội, chương trình biểu diễn lớn tại địa phương đặc biệt là các sự kiện công cộng ngoài trời và tại các khu di sản để bảo vệ môi trường và gìn giữ di sản. Xây dựng hình ảnh một thành phố sạch sẽ, văn minh, thân thiện với môi trường trong các hoạt động sự kiện tại Tỉnh.

- Khuyến khích việc đầu tư xây dựng các không gian biểu diễn bền vững, sử dụng các vật liệu thân thiện với môi trường và thiết kế cảnh quan phù hợp để bảo vệ cảnh quan thiên nhiên và vùng di sản.

Ứng phó với thời tiết và biến đổi khí hậu:

- Lãnh đạo ngành văn hóa cần có những định hướng chiến lược về thời gian và địa điểm tổ chức cho show diễn, Lễ Hội lớn, đồng thời có các kế hoạch dự phòng để ứng phó với các tình huống thời tiết bất lợi đặc biệt là vấn đề biến đổi khí hậu tại Việt Nam và tại Ninh BÌnh.

- Biến nhược điểm thành ưu điểm, xây dựng những chiến lược khai thác du lịch âm nhạc, tổ chức biểu diễn vào mùa đông tại Ninh Bình. Chuẩn bị các địa điểm trong nhà hoặc các thiết bị sưởi ấm ngoài trời cho những show diễn vào mùa đông. Biến cái lạnh của mùa đông trở thành một thử thách/ trải nghiệm thú vị cho dự khách

1.6. Legal (Pháp lý)

Khung pháp lý và quy định:

- Chính quyền cần đưa ra các quy định rõ ràng và hướng dẫn cụ thể về việc

cấp phép tổ chức sự kiện, bảo đảm an ninh trật tự và quản lý môi trường cho các sự kiện cộng đồng lớn tại tỉnh.

- Cần có các chính sách ưu đãi đặc biệt cho các dự án khởi nghiệp trong lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn, từ đó khuyến khích các doanh nghiệp và tổ chức sự kiện đầu tư vào Ninh Bình.

Bản quyền và sở hữu trí tuệ:

- Đảm bảo quyền lợi cho các nhạc sỹ, nghệ sĩ và nhà tổ chức sự kiện thông qua việc thực thi nghiêm ngặt các quy định về bản quyền và sở hữu trí tuệ. Điều này không chỉ bảo vệ tài sản trí tuệ của nghệ sĩ mà còn tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh và bền vững tại Ninh Bình.

2. Thời gian và nguồn lực thực hiện

2.1. Thời gian thực hiện

- Xây dựng kế hoạch, lộ trình triển khai theo từng giai đoạn cụ thể trong lộ trình từ 2025 - 2035 với các mục tiêu cụ thể cho từng giai đoạn, bao gồm xây dựng cơ sở hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực, và quảng bá thương hiệu.

- Xây dựng kế hoạch tổ chức các Lễ Hội, sự kiện nghệ thuật quy mô quốc gia và xây dựng thương hiệu sự kiện cho Tỉnh trong 1 - 2 năm đầu, sau đó từ năm thứ 3 trở lên thì nâng cấp quy mô thành sự kiện quốc tế và đẩy mạnh quảng bá truyền thông ra quốc tế để thu hút khán giả và du khách nước ngoài tham dự.

2.2. Nguồn lực

- Huy động nguồn vốn từ ngân sách nhà nước, các quỹ phát triển văn hóa, vốn doanh nghiệp tư nhân, và vốn ODA.

- Khai thác các nguồn lực xã hội như sự tham gia của cộng đồng và các tổ chức phi chính phủ trong việc tổ chức và phát triển các dự án và sự kiện nghệ thuật cho Tỉnh.

3. Kết luận

Việc thu hút đầu tư vào ngành tổ chức biểu diễn tại Ninh Bình, nhằm đưa Ninh Bình trở thành trung tâm biểu diễn nghệ thuật tầm cỡ quốc gia và quốc tế, là một mục tiêu khả thi và có tiềm năng. Tuy nhiên, để đạt được mục tiêu này, Ninh Bình cần phải khắc phục các nhược điểm, khai thác tiềm năng thế mạnh, tận dụng cơ hội, và ứng phó với các thách thức. Với sự quyết tâm của chính quyền địa phương, sự tham gia đồng hành của các doanh nghiệp, nhà đầu tư, và sự hợp tác chặt chẽ với các tổ chức nghệ thuật trong và ngoài nước, Ninh Bình chắc chắn sẽ vươn lên trở thành một trong những điểm đến nghệ thuật đặc sắc, mang tầm cỡ quốc gia và quốc tế trong tương lai.

Đó cũng là nền tảng để Tỉnh thực hiện mục tiêu của Thủ tướng chính phủ về kế hoạch đề ra trong giai đoạn 2026 – 2030, tạo đột phá đưa công nghiệp văn hóa, kinh tế sáng tạo, kinh tế di sản trở thành ngành kinh tế quan trọng đóng góp vào tăng trưởng xanh và phát triển bền vững, cơ cấu lại nền kinh tế, quảng bá tiềm năng, sức mạnh mềm của tỉnh Ninh Bình. Định hình cơ bản các ngành, sản phẩm công nghiệp văn hóa, kinh tế sáng tạo và kinh tế di sản có lợi thế, sức cạnh tranh, giá trị thương hiệu cao trong khu vực và thế giới. Tầm nhìn đến năm 2050, đưa Ninh Bình trở thành một trung tâm lớn về công nghiệp văn hóa, kinh tế sáng tạo và kinh tế di sản của đất nước, có giá trị thương hiệu cao trong khu vực và trên thế giới, đóng góp lớn vào tăng trưởng kinh tế và thu ngân sách, giải quyết việc làm, khẳng định vị thế, sức mạnh mềm của đô thị di sản thiên niên kỷ, thành phố sáng tạo./.

Hệ sinh thái đảm bảo cho xây dựng, quản trị, vận hành, khai thác, phát huy hiệu quả Trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình

Ths. Kiều Công Thược
Chủ tịch VNFUND

Phần I. MỞ ĐẦU

I. Bối cảnh quốc tế

Thế giới đang chứng kiến một cuộc cách mạng công nghệ, đặc biệt là trong lĩnh vực chuyển đổi số và trí tuệ nhân tạo. Các quốc gia và khu vực trên thế giới đang đua nhau phát triển các trung tâm đổi mới sáng tạo để nắm bắt cơ hội từ cuộc cách mạng công nghệ này. Chuyển đổi số là một xu hướng toàn cầu đang diễn ra mạnh mẽ, được thúc đẩy bởi sự phát triển vượt bậc của công nghệ thông tin và truyền thông. Các quốc gia và doanh nghiệp trên toàn thế giới đang chuyển đổi các quy trình, hoạt động, và mô hình kinh doanh truyền thống sang môi trường kỹ thuật số để tăng cường hiệu quả, giảm chi phí, và mở rộng phạm vi tiếp cận. Chuyển đổi số đã tạo ra các lĩnh vực mới như trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data), và Internet vạn vật (IoT), đồng thời thay đổi cách thức vận hành của các ngành công nghiệp từ tài chính, sản xuất, đến y tế và giáo dục.

Xu thế các nền kinh tế tiên tiến đang chuyển dịch từ nền kinh tế sản xuất dựa trên tài nguyên sang nền kinh tế tri thức, nơi mà tri thức, sáng tạo và công nghệ đóng vai trò then chốt. Các trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế đã trở thành một yếu tố không thể thiếu trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh toàn cầu. Nền kinh tế tri thức sẽ là yếu tố chính thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và phát triển xã hội trong tương lai. Đây là nền kinh tế mà các ngành công nghiệp sáng tạo, công nghệ cao, và dịch vụ trí tuệ đóng vai trò chủ đạo. Các quốc gia và doanh nghiệp ngày càng nhận thức được tầm quan trọng của việc liên kết và hợp tác quốc tế trong lĩnh vực đổi mới sáng tạo. Điều này đòi hỏi các trung tâm đổi mới sáng tạo phải được thiết kế với khả năng kết nối toàn cầu, từ đó thúc đẩy sự phát triển của công nghệ và kinh tế.

II. Bối cảnh trong nước

Việt Nam đang đẩy mạnh chuyển đổi số trong các lĩnh vực kinh tế và xã hội. Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách và chiến lược quốc gia nhằm thúc đẩy chuyển đổi số, như Chương trình Chuyển đổi số Quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Chuyển đổi số tại Việt Nam tập trung vào việc phát triển hạ tầng số, nâng cao năng lực số cho người dân và doanh nghiệp, và ứng dụng công nghệ số trong các lĩnh vực trọng yếu như giáo dục, y tế, nông nghiệp, và chính phủ điện tử. Các tập đoàn lớn tại Việt Nam như Viettel, FPT, VNG và BKAV đang dẫn đầu trong

việc ứng dụng và phát triển công nghệ số, đóng góp vào quá trình chuyển đổi số của quốc gia. Các chính sách mới được tạo lập cho những xu hướng này như:

1. Chiến lược Quốc gia về Đổi mới sáng tạo: Với mục tiêu xây dựng Việt Nam trở thành một quốc gia sáng tạo, tập trung vào các ngành công nghiệp có giá trị gia tăng cao, đổi mới công nghệ, và phát triển năng lực nghiên cứu và phát triển (R&D). Chính phủ đã có chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào R&D, xây dựng cơ sở hạ tầng khoa học và công nghệ (KH&CN), phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo.

2. Chính sách hỗ trợ Doanh nghiệp Đổi mới sáng tạo: Mục tiêu chính sách này là thúc đẩy doanh nghiệp đổi mới sáng tạo trong các lĩnh vực công nghiệp, nông nghiệp, dịch vụ và công nghệ cao, chính phủ đã có những văn bản hỗ trợ tài chính, giảm thuế cho doanh nghiệp thực hiện các hoạt động đổi mới sáng tạo, hỗ trợ khởi nghiệp và các doanh nghiệp nhỏ và vừa (SMEs) áp dụng công nghệ mới.

3. Chương trình phát triển hệ sinh thái Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo Quốc gia đến năm 2025 (Đề án 844): Mục tiêu tiêu của chương trình này là xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, hỗ trợ các startup từ giai đoạn ý tưởng đến thương mại hóa sản phẩm. Những chính sách về tài trợ, đào tạo, cố vấn cho các startup, kết nối các doanh nghiệp khởi nghiệp với các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

4. Chính sách khuyến khích Đổi mới công nghệ: Mục tiêu chính sách này là đổi mới công nghệ trong sản xuất, nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, điều này khuyến khích doanh nghiệp áp dụng công nghệ tiên tiến, hỗ trợ tài chính cho các dự án đổi mới công nghệ, thành lập các quỹ hỗ trợ phát triển công nghệ.

5. Chính sách phát triển nguồn nhân lực Đổi mới sáng tạo: Mục tiêu là nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đặc biệt là trong lĩnh vực KH&CN, R&D, và quản lý đổi mới sáng tạo; giúp tăng cường đào tạo kỹ năng về KH&CN, hợp tác quốc tế trong đào tạo và nghiên cứu, hỗ trợ phát triển nhân lực chất lượng cao trong các trường đại học và viện nghiên cứu.

6. Chính sách Hợp tác quốc tế về Đổi mới sáng tạo: Mục tiêu tăng cường hợp tác quốc tế, học hỏi kinh nghiệm và thu hút đầu tư nước ngoài vào các lĩnh vực KH&CN và đổi mới sáng tạo. Chính sách này nhằm thúc đẩy các hiệp định hợp tác quốc tế, xây dựng các dự án hợp tác nghiên cứu và phát triển chung với các nước phát triển.

III. Cơ hội và thách thức

Việt Nam đang đứng trước cơ hội lớn từ cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, với tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong các lĩnh vực như công nghệ thông tin, sản xuất thông minh, và kinh tế số. Tuy nhiên, thách thức lớn là khả năng cạnh tranh, năng lực đổi mới sáng tạo còn hạn chế và cần có sự hỗ trợ mạnh mẽ từ các trung tâm đổi mới

sáng tạo.

1. Cơ hội

1.1. Tiềm năng tăng trưởng kinh tế: Theo Ngân hàng Thế giới, nếu Việt Nam tăng cường đổi mới sáng tạo, năng suất lao động có thể tăng thêm 5-10% mỗi năm. Việt Nam có cơ hội nâng cao năng suất lao động và tăng trưởng kinh tế thông qua việc áp dụng các công nghệ tiên tiến và đổi mới sáng tạo trong các ngành kinh tế chủ lực như nông nghiệp, công nghiệp và dịch vụ. Theo Ngân hàng Thế giới, nếu tăng cường đổi mới sáng tạo, năng suất lao động của Việt Nam có thể tăng thêm 5-10% mỗi năm.

1.2. Hội nhập kinh tế quốc tế: Báo cáo của World Economic Forum (WEF) chỉ ra rằng các hiệp định thương mại đã giúp Việt Nam gia tăng xuất khẩu công nghệ cao và thu hút đầu tư vào lĩnh vực công nghệ thông tin. Việt Nam đã tham gia vào các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA giúp Việt Nam tiếp cận các thị trường quốc tế và thu hút đầu tư nước ngoài vào các lĩnh vực công nghệ cao và đổi mới sáng tạo. World Economic Forum chỉ ra rằng các hiệp định thương mại đã giúp Việt Nam gia tăng xuất khẩu công nghệ cao và thu hút đầu tư vào lĩnh vực công nghệ thông tin.

1.3. Nguồn nhân lực trẻ và năng động: Việt Nam có lực lượng lao động trẻ, dồi dào và dễ thích ứng với công nghệ mới, là nền tảng quan trọng cho việc phát triển nền kinh tế tri thức và đổi mới sáng tạo. Theo UNESCO, 70% dân số Việt Nam dưới 35 tuổi, tạo ra lợi thế lớn cho quốc gia trong việc phát triển các ngành công nghệ mới và đổi mới sáng tạo.

1.4. Chính sách khuyến khích đổi mới sáng tạo: Các chính sách của chính phủ như chiến lược quốc gia về đổi mới sáng tạo đến năm 2030 tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và tổ chức nghiên cứu, phát triển và áp dụng công nghệ mới. Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam đã triển khai nhiều chính sách hỗ trợ tài chính và thuế cho doanh nghiệp đổi mới sáng tạo.

2. Thách thức

2.1. Thiếu cơ sở hạ tầng và công nghệ: Báo cáo của OECD cho thấy mức đầu tư của Việt Nam vào R&D chỉ chiếm khoảng 0,5% GDP, thấp hơn nhiều so với các nước phát triển. Mặc dù có tiềm năng, cơ sở hạ tầng công nghệ của Việt Nam vẫn kém phát triển, đặc biệt trong các lĩnh vực công nghệ cao và R&D, hạn chế khả năng đổi mới sáng tạo.

2.2. Nguồn nhân lực chưa đáp ứng nhu cầu: Chất lượng nguồn nhân lực còn hạn chế, đặc biệt trong các lĩnh vực khoa học và công nghệ, dẫn đến thiếu hụt nhân tài cho các dự án đổi mới sáng tạo. Theo UNESCO, tỷ lệ nhân lực có trình độ cao trong lĩnh vực khoa học và công nghệ ở Việt Nam chỉ khoảng 10%.

2.3. Cạnh tranh quốc tế và khu vực: Việt Nam phải cạnh tranh với các quốc gia khác trong khu vực như Singapore, Hàn Quốc, Trung Quốc, những quốc gia đã đi trước và có nền tảng vững chắc về công nghệ và đổi mới sáng tạo. WEF đánh giá rằng Việt Nam cần cải thiện nhiều về môi trường kinh doanh và đổi mới sáng tạo để cạnh tranh với các nước trong khu vực.

2.4. Khả năng bảo vệ tài sản trí tuệ: Việt Nam còn yếu kém trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, làm giảm động lực đầu tư vào R&D và đổi mới sáng tạo. Báo cáo của WIPO chỉ ra rằng việc thực thi quyền sở hữu trí tuệ ở Việt Nam còn nhiều hạn chế, gây khó khăn cho các doanh nghiệp và nhà sáng tạo.

3. Bối cảnh Tỉnh Ninh Bình

3.1. Vị trí địa lý và tiềm năng phát triển: Ninh Bình nằm ở cửa ngõ phía Nam của vùng đồng bằng sông Hồng, có vị trí chiến lược trong việc kết nối kinh tế giữa các vùng miền. Tỉnh có tiềm năng phát triển mạnh mẽ trong lĩnh vực du lịch, nông nghiệp, công nghệ cao và công nghiệp chế biến.

3.2. Nhu cầu phát triển đổi mới sáng tạo: Để duy trì và nâng cao tốc độ phát triển kinh tế, Ninh Bình cần thúc đẩy đổi mới sáng tạo, nhất là trong các lĩnh vực có lợi thế cạnh tranh như du lịch sinh thái, nông nghiệp công nghệ cao và công nghiệp hỗ trợ.

3.3. Chính sách và cam kết của tỉnh: Chính quyền tỉnh Ninh Bình đã xác định đổi mới sáng tạo là một trong những yếu tố quan trọng để thúc đẩy phát triển bền vững và nâng cao chất lượng cuộc sống cho người dân. Tỉnh đã có những bước đi cụ thể trong việc thu hút đầu tư vào các lĩnh vực công nghệ cao, nghiên cứu và phát triển, đồng thời cam kết hỗ trợ mạnh mẽ cho việc xây dựng trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế.

II. Mục tiêu Tham luận

Tác giả tổng hợp và đưa ra các gợi mở cho Lãnh đạo tỉnh Ninh Bình những mục tiêu thực tiễn gắn với thế mạnh và quy hoạch của tỉnh như sau:

1. Xây dựng Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình từ các nguồn lực đa dạng

1.1. Nguồn lực tài chính: Tìm kiếm và huy động vốn từ các nguồn khác nhau như ngân sách nhà nước, các quỹ đầu tư công nghệ, các doanh nghiệp trong và ngoài nước, cũng như các tổ chức quốc tế thông qua mô hình được thiết kế với những chính sách thử nghiệm đột phá.

1.2. Nguồn lực con người: Thu hút và phát triển đội ngũ nhân lực chất lượng cao, bao gồm các chuyên gia, nhà khoa học, và các nhà quản lý giàu kinh nghiệm từ cả trong nước và quốc tế thông qua chính sách **"Visa tích hợp"** sống – làm việc tại

Ninh Bình.

1.3. Nguồn lực công nghệ: Đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ hiện đại, tạo ra một môi trường thuận lợi cho nghiên cứu, phát triển và thương mại hóa công nghệ cho thị trường trong nước và quốc tế.

2. Quản trị vận hành Trung tâm một cách hiệu quả và bền vững

2.1. Mô hình quản lý: Xây dựng một mô hình quản trị linh hoạt và tiên tiến, đảm bảo sự kết hợp giữa sáng tạo và hiệu quả trong hoạt động của Trung tâm gắn với liên kết vùng, quốc gia và khu vực.

2.2. Quy trình và hệ thống: Thiết lập các quy trình quản lý minh bạch, ứng dụng công nghệ số trong vận hành, từ đó nâng cao khả năng quản lý và tối ưu hóa các nguồn lực, quản trị các rủi ro trong quá trình vận hành.

2.3. Phát triển nhân lực: Đào tạo và phát triển đội ngũ nhân viên tiên phong, tạo điều kiện để họ liên tục cập nhật kiến thức và kỹ năng liên tục, đáp ứng yêu cầu phát triển của Trung tâm.

3. Khai thác và phát huy hiệu quả của Trung tâm trong phát triển kinh tế - xã hội

3.1. Thương mại hóa kết quả nghiên cứu: Thúc đẩy việc chuyển giao công nghệ, phát triển các sản phẩm, dịch vụ sáng tạo có giá trị kinh tế cao và phù hợp với thị trường được định hướng ngay từ đầu gắn mới chiến lược phát triển của trung tâm.

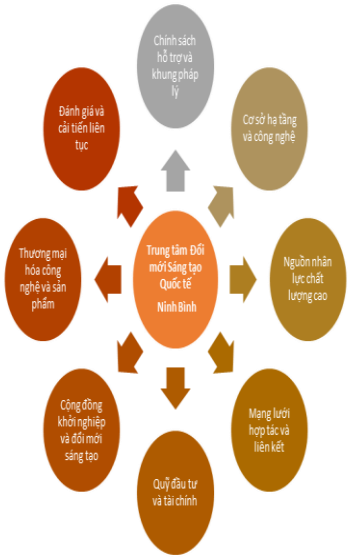
3.2. Hợp tác và liên kết: Tạo lập và duy trì mối quan hệ hợp tác chặt chẽ với các doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu và các đối tác quốc tế để mở rộng phạm vi ảnh hưởng và khả năng cạnh tranh của Trung tâm.

3.3. Đóng góp vào phát triển địa phương: Đảm bảo Trung tâm không chỉ là một đầu tàu trong đổi mới sáng tạo mà còn là nhân tố quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Ninh Bình, nâng cao đời sống và thu nhập của người dân địa phương.

Phần II. NỘI DUNG THAM LUẬN

I. Hệ sinh thái đảm bảo cho xây dựng Trung tâm Đổi mới Sáng tạo quốc tế tại tỉnh Ninh Bình.

Hệ sinh thái trong Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy quá trình nghiên cứu, phát triển và khởi nghiệp, tạo nên động lực mạnh mẽ cho sự phát triển kinh tế - xã hội của khu vực. Với các hợp phần như chính sách hỗ trợ và khung pháp lý, cơ sở hạ tầng và công nghệ hiện đại, nguồn nhân lực chất lượng cao, mạng lưới hợp tác chặt chẽ, và quỹ đầu tư tài chính, cộng đồng khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo, thương mại hóa công nghệ và sản phẩm, đánh giá và cải tiến liên tục hệ sinh thái này tạo điều kiện tối ưu cho các ý tưởng sáng tạo được hiện thực hóa và thương mại hóa.



Hình 1: Cấu trúc HST Trung tâm ĐMST Ninh Bình

1. Xây dựng chính sách hỗ trợ và khung pháp lý

Theo báo cáo của World Bank (2020), các quốc gia có chính sách ưu đãi thuế cho doanh nghiệp khởi nghiệp đã ghi nhận mức tăng trưởng số lượng startup trung bình 15-20% hàng năm, các quốc gia có khung pháp lý hỗ trợ đổi mới sáng tạo thường có mức độ tăng trưởng kinh tế cao hơn 2-3%. OECD (2021) cũng nhấn mạnh rằng, các chính sách hỗ trợ đổi mới sáng tạo giúp tăng cường khả năng cạnh tranh và thu hút đầu tư nước ngoài.

1.1. Chính sách ưu đãi

- Chính quyền tỉnh Ninh Bình cần xây dựng các chính sách ưu đãi về thuế, hỗ trợ tài chính, và thủ tục hành chính để thu hút đầu tư vào Trung tâm. Những ưu đãi này không chỉ dành cho các doanh nghiệp công nghệ cao mà còn cho các nhà nghiên cứu, khởi nghiệp và các tổ chức giáo dục.

- Cần thiết lập các chính sách thuế ưu đãi cho doanh nghiệp khởi nghiệp và các nhà đầu tư vào trung tâm đổi mới sáng tạo (ĐMST). Điều này bao gồm miễn giảm thuế doanh nghiệp trong những năm đầu, và các ưu đãi về thuế thu nhập cá nhân cho các chuyên gia nước ngoài làm việc tại trung tâm. Các chính sách này nên nhắm đến việc khuyến khích doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu và khởi nghiệp phát triển các dự án đổi mới sáng tạo.

- Đơn giản hóa thủ tục hành chính, giảm bớt các rào cản pháp lý và tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp có thể tiếp cận nhanh chóng với các nguồn lực cần thiết cho đổi mới sáng tạo.

1.2. Khung pháp lý linh hoạt

- Thiết lập một khung pháp lý cụ thể và thuận lợi cho các hoạt động nghiên cứu, phát triển và thương mại hóa công nghệ tại Trung tâm. Khung pháp lý này cần đảm bảo quyền sở hữu trí tuệ, hỗ trợ việc đăng ký và bảo vệ sáng chế, cũng như tạo điều kiện cho các hoạt động hợp tác quốc tế.

- Đề xuất xây dựng các khung pháp lý hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp, trên cơ sở Luật Đổi mới sáng tạo, khung pháp lý cho các loại hình kinh doanh mới (blockchain, fintech), và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong các dự án ĐMST.

- Cần thiết lập một khung pháp lý linh hoạt, thuận lợi cho việc triển khai các hoạt động nghiên cứu, phát triển và thương mại hóa công nghệ.

- Xây dựng một khung pháp lý cụ thể và minh bạch để hỗ trợ các hoạt động đổi mới sáng tạo. Điều này bao gồm việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, quy định về hợp tác công – tư (PPP), và các điều kiện pháp lý thuận lợi cho các doanh nghiệp khởi nghiệp và các tổ chức nghiên cứu.

2. Cơ sở hạ tầng và công nghệ

Theo báo cáo của McKinsey, các khu công nghệ cao trên thế giới, như Silicon Valley, đã góp phần tạo ra hơn 30% các doanh nghiệp công nghệ lớn trong thập kỷ qua. Nghiên cứu từ Bộ Thông tin và Truyền thông Việt Nam cho thấy, đầu tư vào cơ sở hạ tầng kỹ thuật số giúp tăng trưởng GDP lên đến 6-8% hàng năm. Báo cáo của World Economic Forum (2022), các quốc gia đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng công nghệ có mức độ tăng trưởng GDP cao hơn 3-4% so với các quốc gia không đầu tư. McKinsey & Company (2021) nhấn mạnh rằng, việc phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ hiện đại có thể tăng hiệu suất lao động và giảm chi phí vận hành doanh nghiệp lên đến 15-20%.

2.1. Hạ tầng hiện đại

- Đầu tư vào xây dựng cơ sở vật chất đạt chuẩn quốc tế, bao gồm các phòng thí nghiệm tiên tiến, trung tâm nghiên cứu, không gian làm việc chung, và các cơ sở hỗ trợ như nhà ở cho chuyên gia, trung tâm hội nghị và triển lãm.

- Ninh Bình cần đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ hiện đại, bao gồm hạ tầng mạng lưới thông tin, trung tâm dữ liệu (data centers), và hệ thống an ninh mạng. Điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các hoạt động nghiên cứu, phát triển và ứng dụng công nghệ cao.

- Thành lập các trung tâm nghiên cứu công nghệ cao với trang thiết bị hiện đại, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu có không gian để tiến hành các dự án R&D như AI- Big data, Blockchain có tính ứng dụng thực tiễn cho Ninh Bình và Khu vực. Các trung tâm này nên được trang bị các phòng thí nghiệm, phòng thử nghiệm, và các công cụ tiên tiến khác.

- Xây dựng các khu vực thử nghiệm công nghệ cho phép các doanh nghiệp và tổ chức nghiên cứu thử nghiệm các sản phẩm, dịch vụ mới trong môi trường thực tế. Điều này giúp thúc đẩy sự sáng tạo và nhanh chóng đưa các giải pháp mới vào thị trường.

2.2. Công nghệ thông tin và truyền thông

- Phát triển hệ thống công nghệ thông tin tiên tiến với mạng lưới internet tốc độ cao, hệ thống quản lý dữ liệu hiệu quả và các nền tảng hỗ trợ nghiên cứu và phát triển (R&D). Điều này sẽ đảm bảo rằng Trung tâm có thể nắm bắt và ứng dụng các công nghệ mới nhất.

- Áp dụng các giải pháp quản lý thông minh (smart management) dựa trên công nghệ số và IoT (Internet of Things) để nâng cao hiệu quả quản lý và vận hành cơ sở hạ tầng. Điều này bao gồm quản lý hệ thống điện, nước, giao thông, và các dịch vụ công cộng khác một cách tự động và hiệu quả.

3. Nguồn nhân lực chất lượng cao

Theo báo cáo của UNESCO, các quốc gia đầu tư vào giáo dục và phát triển nguồn nhân lực công nghệ cao đã ghi nhận mức tăng trưởng năng suất lao động từ 20-25%. Báo cáo từ McKinsey & Company (2021) cho thấy, việc đầu tư vào nguồn nhân lực chất lượng cao có thể tăng năng suất lao động lên đến 20%.

3.1. Thu hút và phát triển tài năng

- Trung tâm cần có các chương trình hấp dẫn để thu hút nhân tài từ khắp nơi trên thế giới, bao gồm các nhà khoa học, kỹ sư, chuyên gia công nghệ, và các nhà quản lý có kinh nghiệm. Ngoài ra, việc hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu và tổ chức giáo dục địa phương là cần thiết để phát triển nguồn nhân lực tại chỗ.

- Phối hợp với các trường đại học, viện nghiên cứu để đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao. Đẩy mạnh các chương trình đào tạo, bồi dưỡng chuyên gia trong các lĩnh vực công nghệ, quản lý và khởi nghiệp.

- Xây dựng các chương trình thu hút nhân tài trong và ngoài nước đến làm việc tại Ninh Bình. Điều này có thể bao gồm việc cấp visa đặc biệt, hỗ trợ chi phí sinh hoạt, và tạo môi trường làm việc thân thiện. Tạo ra môi trường làm việc hấp dẫn, cung cấp các gói hỗ trợ tài chính và điều kiện sinh hoạt thuận lợi cho các chuyên gia và nhà nghiên cứu.

- Xây dựng các chương trình thu hút chuyên gia, nhà khoa học và kỹ sư quốc tế, đồng thời tạo điều kiện phát triển nguồn nhân lực địa phương thông qua các chương trình đào tạo và liên kết với các trường đại học, viện nghiên cứu.

3.2. Đào tạo liên tục

- Phát triển các chương trình đào tạo liên tục và nâng cao kỹ năng cho lực

lượng lao động tại địa phương. Tập trung vào các kỹ năng liên quan đến công nghệ, quản lý đổi mới, và khởi nghiệp để đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp trong hệ sinh thái đổi mới sáng tạo.

- Hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu để phát triển các chương trình đào tạo chuyên sâu về khoa học, công nghệ, và quản lý. Khuyến khích học sinh, sinh viên theo học các ngành liên quan đến đổi mới sáng tạo thông qua các học bổng và chương trình hỗ trợ tài chính. Cung cấp các khóa đào tạo liên tục và nâng cao kỹ năng cho đội ngũ nhân sự, đảm bảo họ có khả năng làm việc với các công nghệ mới và đáp ứng nhu cầu phát triển của trung tâm.

4. Mạng lưới hợp tác và liên kết

Báo cáo của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) cho thấy, các liên kết chiến lược và hợp tác quốc tế là yếu tố then chốt trong việc thúc đẩy ĐMST, với các quốc gia có mạng lưới hợp tác quốc tế mạnh mẽ ghi nhận tăng trưởng trung bình 10-15% trong hoạt động ĐMST. Báo cáo của Global Entrepreneurship Monitor (2022) chỉ ra rằng, các hệ sinh thái đổi mới sáng tạo với mạng lưới hợp tác mạnh mẽ có tỷ lệ khởi nghiệp thành công cao hơn 50%. Theo nghiên cứu của World Economic Forum (2021), việc xây dựng mạng lưới hợp tác và liên kết giúp nâng cao khả năng sáng tạo và đổi mới của doanh nghiệp.

4.1. Hợp tác quốc tế

- Thiết lập mối quan hệ hợp tác chiến lược với các trung tâm đổi mới sáng tạo, tổ chức nghiên cứu, và các doanh nghiệp hàng đầu trên thế giới. Điều này sẽ giúp Trung tâm tiếp cận với các nguồn lực toàn cầu và ứng dụng các phương pháp tiếp cận đổi mới tiên tiến.

- Xây dựng mối quan hệ hợp tác chiến lược với các viện nghiên cứu, trung tâm ĐMST quốc tế, và các tập đoàn công nghệ lớn. Điều này giúp Ninh Bình tiếp cận với công nghệ tiên tiến, mô hình kinh doanh mới, và mở rộng mạng lưới hợp tác toàn cầu.

- Thường xuyên tổ chức các sự kiện, hội thảo, và diễn đàn ĐMST để thúc đẩy trao đổi kinh nghiệm, ý tưởng giữa các doanh nghiệp, nhà khoa học, và nhà đầu tư.

- Tạo ra các không gian làm việc chung (co-working spaces), vườn ươm khởi nghiệp (incubators), và các trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp để thúc đẩy sự tương tác và hợp tác giữa các thành viên trong hệ sinh thái.

4.2. Liên kết địa phương

- Trung tâm cần tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp địa phương, tổ chức xã hội và chính quyền tỉnh để đảm bảo sự hỗ trợ liên tục và khai thác tối đa nguồn lực địa phương. Việc này sẽ tạo ra một môi trường thuận lợi cho sự phát triển bền vững của Trung tâm.

- Thường xuyên tổ chức các hội nghị, hội thảo, và triển lãm về đổi mới sáng tạo để tạo cơ hội kết nối, chia sẻ ý tưởng và thiết lập các mối quan hệ hợp tác mới với các địa phương trong khu vực.

5. Quỹ đầu tư và tài chính

Báo cáo của Crunchbase cho biết, các quỹ đầu tư mạo hiểm đã đóng góp hơn 70% tổng số vốn đầu tư vào các startup công nghệ trên toàn cầu trong năm 2022. Theo Ngân hàng Thế giới, các chương trình bảo lãnh tín dụng và bảo hiểm rủi ro đã giúp giảm thiểu 20-30% rủi ro tài chính cho các startup trong giai đoạn khởi nghiệp. Báo cáo của National Science Foundation (2021), các quỹ đầu tư mạo hiểm đóng góp trực tiếp vào việc tăng trưởng của các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ cao. Báo cáo từ World Bank (2020) cho thấy, sự hỗ trợ tài chính mạnh mẽ từ chính phủ giúp nâng cao hiệu quả của các hoạt động R&D, từ đó thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế tri thức.

5.1. Huy động vốn

- Để xây dựng và duy trì hoạt động của Trung tâm, cần huy động các nguồn vốn đa dạng từ ngân sách nhà nước, các quỹ đầu tư mạo hiểm, quỹ đầu tư công nghệ và các nhà đầu tư tư nhân. Điều này sẽ đảm bảo sự phát triển bền vững và liên tục cho Trung tâm.

- Khuyến khích thành lập các quỹ đầu tư mạo hiểm chuyên biệt để hỗ trợ các startup và doanh nghiệp khởi nghiệp trong giai đoạn đầu. Khuyến khích các quỹ đầu tư nước ngoài và các tổ chức tài chính quốc tế tham gia vào hệ sinh thái ĐMST của Ninh Bình.

- Tạo lập các quỹ đầu tư mạo hiểm (venture capital) tại Ninh Bình để hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp khởi nghiệp và các dự án đổi mới sáng tạo. Thu hút sự tham gia của các nhà đầu tư trong và ngoài nước.

5.2. Hỗ trợ tài chính

- Phát triển các chương trình hỗ trợ tài chính dành cho các doanh nghiệp khởi nghiệp và các dự án đổi mới sáng tạo, bao gồm các quỹ tài trợ, quỹ nghiên cứu, và các khoản vay ưu đãi. Điều này sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp và nhà sáng tạo phát triển ý tưởng và sản phẩm mới.

- Ninh Bình cần thiết lập các chương trình hỗ trợ tài chính, bảo lãnh tín dụng, và bảo hiểm rủi ro cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, giúp họ vượt qua giai đoạn khó khăn ban đầu.

- Cung cấp các chương trình tài trợ và ưu đãi tài chính cho các dự án nghiên cứu và phát triển (R&D). Khuyến khích doanh nghiệp và các tổ chức nghiên cứu đẩy mạnh hoạt động R&D thông qua các chính sách hỗ trợ tài chính.

- Khuyến khích việc áp dụng các công cụ tài chính sáng tạo như crowdfunding (gây quỹ cộng đồng), angel investment (đầu tư thiên thần), và corporate venturing (đầu tư từ doanh nghiệp) để huy động vốn cho các dự án đổi mới sáng tạo.

6. Cộng đồng khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo

Theo The Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Report (2021) đề cập đến tầm quan trọng của cộng đồng khởi nghiệp trong việc thúc đẩy sáng tạo và sự phát triển kinh tế. Báo cáo của World Economic Forum về hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu nhấn mạnh vai trò của các không gian làm việc chung và mạng lưới cố vấn.

6.1. Cộng đồng mạnh và hấp dẫn

- Một cộng đồng mạnh mẽ gồm các doanh nghiệp khởi nghiệp, nhà đầu tư, cố vấn, và chuyên gia trong các lĩnh vực liên quan. Hoạt động tương tác và chia sẻ kiến thức thường xuyên giữa các thành viên trong cộng đồng, tạo điều kiện cho các ý tưởng mới phát triển.

- Xây dựng các không gian làm việc chung (co-working spaces), tổ chức các sự kiện và chương trình đào tạo thường xuyên để kết nối, trao đổi kinh nghiệm giữa các doanh nhân khởi nghiệp.

- Xây dựng một mạng lưới cố vấn bao gồm các chuyên gia từ các lĩnh vực khác nhau, giúp đỡ các startup vượt qua những khó khăn về quản lý, phát triển sản phẩm, và gọi vốn.

- Sử dụng nền tảng trực tuyến để tạo ra cộng đồng khởi nghiệp trực tuyến nơi các startup có thể kết nối, chia sẻ tài nguyên, và nhận được sự hỗ trợ từ cộng đồng.

6.2. Chính sách hỗ trợ cho cộng đồng

- Chính quyền tỉnh cần có chính sách hỗ trợ đặc biệt về tài chính, thuế, và pháp lý dành cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, đặc biệt trong giai đoạn đầu.

7. Thương mại hóa công nghệ và sản phẩm

Nghiên cứu của OECD (2020) về đổi mới sáng tạo cho thấy thương mại hóa công nghệ là yếu tố then chốt trong việc biến đổi nghiên cứu thành giá trị kinh tế thực sự. Báo cáo của McKinsey (2021) nhấn mạnh tầm quan trọng của liên kết viện nghiên cứu và doanh nghiệp trong việc thúc đẩy thương mại hóa công nghệ.

7.1. Mô hình thương mại hóa

- Thúc đẩy hợp tác giữa các doanh nghiệp và viện nghiên cứu, trường đại học để chuyển giao công nghệ và thương mại hóa các sản phẩm nghiên cứu.

- Thúc đẩy quan hệ hợp tác với các đối tác quốc tế nhằm học hỏi kinh nghiệm, tiếp cận thị trường mới và mở rộng quy mô thương mại hóa.

- Thành lập quỹ hỗ trợ thương mại hóa công nghệ và sản phẩm để giúp các

startup vượt qua các rào cản về vốn trong giai đoạn đầu.

7.2. Chính sách cho mô hình

- Tỉnh cần tạo ra các chương trình hỗ trợ đặc biệt dành cho việc thương mại hóa các sáng tạo công nghệ, bao gồm cả tài trợ, tư vấn và kết nối với các nhà đầu tư.

- Cơ chế và hạ tầng hỗ trợ thương mại hóa các phát minh, sáng chế và sản phẩm công nghệ mới. Các dịch vụ hỗ trợ như tư vấn pháp lý, phát triển sản phẩm, marketing, và chiến lược kinh doanh.

8. Đánh giá và cải tiến liên tục

Báo cáo của Harvard Business Review (2021) về quản lý hiệu suất nhấn mạnh tầm quan trọng của đánh giá và cải tiến liên tục trong quản lý tổ chức. Nghiên cứu của Deloitte (2020) về đổi mới sáng tạo cho thấy sự cần thiết của các quy trình đánh giá hiệu quả liên tục để duy trì tính cạnh tranh.

8.1. Quy trình đánh giá

- Thiết lập các chỉ số đo lường hiệu quả cụ thể và tiến hành đánh giá định kỳ để theo dõi và phân tích hoạt động của Trung tâm Đổi mới Sáng tạo.

- Hệ thống đánh giá hiệu quả hoạt động của các dự án, doanh nghiệp trong trung tâm, từ đó đưa ra các cải tiến cần thiết. Các quy trình và công cụ quản lý chất lượng để đảm bảo tính bền vững và hiệu quả của các hoạt động trong trung tâm.

8.2. Cái tiến tích cực

- Khuyến khích các bên liên quan (doanh nghiệp, nhà đầu tư, chính quyền) đóng góp ý kiến phản hồi để cải tiến hoạt động và chính sách.

- Sử dụng các công cụ công nghệ và phân tích dữ liệu để đánh giá hiệu quả một cách chính xác và nhanh chóng.

- Cập nhật chiến lược và kế hoạch hoạt động của Trung tâm Đổi mới Sáng tạo dựa trên kết quả đánh giá và những thay đổi trong môi trường kinh doanh.

Kết luận

Hệ sinh thái đảm bảo cho việc xây dựng Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình cần phải bao gồm các yếu tố từ chính sách, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực, mạng lưới hợp tác, đến nguồn vốn tài chính. Sự kết hợp đồng bộ của các yếu tố này sẽ tạo ra một môi trường thuận lợi cho sự phát triển của Trung tâm, từ đó góp phần vào việc nâng cao vị thế của tỉnh Ninh Bình trên bản đồ đổi mới sáng tạo quốc tế.

Xây dựng và phát triển một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo mạnh mẽ là yếu tố cốt lõi để tỉnh Ninh Bình vươn lên trở thành trung tâm sáng tạo hàng đầu, không chỉ trong nước mà còn trên bản đồ quốc tế. Các thành phần chính của hệ sinh thái, bao

gồm ***chính sách hỗ trợ và khung pháp lý, cơ sở hạ tầng và công nghệ, nguồn nhân lực chất lượng cao, mạng lưới hợp tác và liên kết,*** *và* ***quỹ đầu tư và tài chính*** *đều đóng vai trò quyết định. Việc đồng bộ và tối ưu hóa các thành phần này sẽ tạo ra một môi trường thuận lợi cho việc thúc đẩy sáng tạo, chuyển giao công nghệ, và phát triển các doanh nghiệp khởi nghiệp tại Ninh Bình. Điều này không chỉ góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, mà còn đặt nền móng vững chắc cho Ninh Bình trở thành một trung tâm đổi mới sáng tạo có tầm ảnh hưởng quốc tế.*

II. Quản trị Vận hành Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình

Quản trị vận hành Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình là một yếu tố then chốt để đảm bảo Trung tâm hoạt động hiệu quả, phát huy tối đa tiềm năng và đáp ứng các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh. Dưới đây là các nội dung quan trọng trong quản trị vận hành:

1. Mô hình quản trị và tổ chức

Theo Harvard Business Review, các tổ chức sử dụng mô hình quản trị linh hoạt ghi nhận mức tăng trưởng năng suất lên đến 25% và cải thiện khả năng ra quyết định nhanh chóng hơn 30% so với các mô hình truyền thống.

1.1. Mô hình quản trị linh hoạt

- Áp dụng mô hình quản trị hiện đại với cấu trúc tổ chức linh hoạt, cho phép nhanh chóng thích nghi với những thay đổi của môi trường kinh doanh và công nghệ. Cần thiết lập một ban quản lý trung tâm bao gồm các chuyên gia trong lĩnh vực công nghệ, kinh doanh, và quản lý, kết hợp với đại diện từ chính quyền tỉnh và các đối tác chiến lược.

- Sử dụng mô hình tổ chức ma trận, kết hợp giữa quản lý chức năng và quản lý dự án, giúp tối ưu hóa việc sử dụng nguồn lực và đảm bảo sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ phận. Báo cáo từ McKinsey cho thấy, mô hình tổ chức ma trận giúp tăng hiệu quả làm việc nhóm và tối ưu hóa sử dụng nguồn lực đến 20%.

1.2. Phân quyền rõ ràng

- Xây dựng hệ thống phân quyền rõ ràng, đảm bảo sự phối hợp nhịp nhàng giữa các bộ phận và tạo điều kiện cho sự chủ động trong quản lý. Điều này sẽ giúp tối ưu hóa quy trình làm việc, tăng cường hiệu quả hoạt động và giảm thiểu các rủi ro quản lý.

- Áp dụng chính sách lương thưởng, phúc lợi cạnh tranh để thu hút và giữ chân nhân tài. Đồng thời, xây dựng môi trường làm việc hấp dẫn với văn hóa sáng tạo, cởi mở và khuyến khích sự đổi mới.

2. Quản lý nhân sự và phát triển nguồn lực

Báo cáo của Deloitte chỉ ra rằng, các doanh nghiệp đầu tư mạnh vào đào tạo và phát triển nhân sự có khả năng tăng trưởng doanh thu nhanh hơn 2,5 lần so với các doanh nghiệp khác. Theo Glassdoor, các công ty có chính sách đãi ngộ và văn hóa làm việc tốt thường có tỷ lệ giữ chân nhân sự cao hơn 20-30%.

2.1. Chiến lược phát triển nhân sự

- Thiết lập các chương trình đào tạo và phát triển nhân sự liên tục nhằm nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng quản lý cho đội ngũ nhân viên. Chú trọng vào việc thu hút và giữ chân nhân tài, đồng thời tạo điều kiện cho họ phát triển nghề nghiệp tại Trung tâm.

- Đề xuất các chương trình đào tạo liên tục nhằm nâng cao năng lực chuyên môn và kỹ năng quản lý cho nhân sự. Phát triển các khóa học về công nghệ mới, quản lý dự án, và kỹ năng mềm để chuẩn bị cho các thách thức trong môi trường ĐMST.

2.2. Đánh giá và cải thiện hiệu suất

- Áp dụng các hệ thống đánh giá hiệu suất nhân viên định kỳ, giúp nhận diện các điểm mạnh và yếu, từ đó đưa ra các biện pháp cải thiện hiệu quả làm việc. Hệ thống này cũng nên gắn kết với các chương trình khen thưởng, khuyến khích nhằm tạo động lực cho nhân viên.

- Áp dụng chính sách lương thưởng, phúc lợi cạnh tranh để thu hút và giữ chân nhân tài. Đồng thời, xây dựng môi trường làm việc hấp dẫn với văn hóa sáng tạo, cởi mở và khuyến khích sự đổi mới.

3. Ứng dụng công nghệ trong quản trị vận hành

Nghiên cứu từ Gartner cho thấy, các doanh nghiệp sử dụng ERP có thể giảm chi phí hoạt động từ 10-20% và tăng độ chính xác của các dự báo tài chính lên đến 30%. Theo báo cáo của PwC, các công ty áp dụng quản lý từ xa hiệu quả đã ghi nhận mức tăng năng suất lao động trung bình 15%.

3.1. Hệ thống quản lý tích hợp

- Sử dụng các hệ thống quản lý tích hợp (ERP, CRM, HRM, v.v.) để tự động hóa các quy trình quản lý, tối ưu hóa hiệu suất vận hành và nâng cao khả năng ra quyết định dựa trên dữ liệu thực tế. Điều này cũng giúp giảm bớt các công việc hành chính và tập trung nguồn lực vào các hoạt động cốt lõi.

- Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ quản lý từ xa, đặc biệt là trong bối cảnh xu hướng làm việc từ xa gia tăng. Điều này giúp đảm bảo hoạt động liên tục và hiệu quả ngay cả trong những tình huống bất thường như dịch bệnh.

3.2. Chuyển đổi số

- Đẩy mạnh chuyển đổi số trong mọi hoạt động của Trung tâm, từ quản lý nội bộ đến tương tác với đối tác và khách hàng. Xây dựng cơ sở dữ liệu và nền tảng số

mạnh mẽ để hỗ trợ các hoạt động nghiên cứu, phát triển, và đổi mới sáng tạo.

- Áp dụng các hệ thống quản lý thông minh như ERP (Enterprise Resource Planning), CRM (Customer Relationship Management) và các công nghệ AI, Big Data để tối ưu hóa quy trình quản lý và đưa ra các quyết định dựa trên dữ liệu.

4. Quản lý tài chính và nguồn lực

Theo nghiên cứu của Accenture, các tổ chức áp dụng Lean Management có thể giảm chi phí vận hành từ 15-25% và cải thiện tốc độ thực hiện dự án đến 35%. Báo cáo từ IMF cho thấy, việc lập kế hoạch tài chính chi tiết giúp các tổ chức giảm thiểu rủi ro tài chính lên đến 40%.

4.1. Quản lý ngân sách

- Thiết lập và quản lý ngân sách một cách chặt chẽ, đảm bảo tối ưu hóa việc sử dụng các nguồn lực tài chính. Các nguồn vốn cần được phân bổ hiệu quả cho các hoạt động nghiên cứu, phát triển, đầu tư công nghệ và các dự án khởi nghiệp.

- Lập kế hoạch tài chính dài hạn và ngắn hạn chi tiết, bao gồm dự báo chi phí, quản lý dòng tiền, và các nguồn tài trợ. Điều này giúp trung tâm duy trì hoạt động ổn định và tránh rủi ro tài chính.

4.2. Kiểm soát chi phí

- Xây dựng hệ thống kiểm soát chi phí chặt chẽ, giúp giám sát và quản lý các khoản chi tiêu, đảm bảo tuân thủ các nguyên tắc tài chính và giảm thiểu rủi ro về tài chính.

- - Áp dụng các phương pháp quản lý nguồn lực như Lean Management, giúp giảm thiểu lãng phí và tối ưu hóa quy trình làm việc. Đồng thời, phân bổ nguồn lực hiệu quả cho các dự án có tiềm năng cao.

5. Quản lý rủi ro và đảm bảo chất lượng

Báo cáo của ISO cho thấy, các tổ chức áp dụng tiêu chuẩn ISO 9001 ghi nhận mức độ hài lòng của khách hàng cao hơn 15-20% và giảm thiểu lỗi sản phẩm đến 30%. Nghiên cứu từ Harvard Business Review chỉ ra rằng, các doanh nghiệp có quy trình quản lý rủi ro tốt giảm thiểu được 50% các tác động tiêu cực từ biến động thị trường.

5.1. Quản lý rủi ro

- Phát triển các chiến lược quản lý rủi ro toàn diện, bao gồm việc nhận diện, đánh giá và kiểm soát các rủi ro liên quan đến hoạt động của Trung tâm. Các rủi ro có thể bao gồm rủi ro tài chính, rủi ro công nghệ, và rủi ro từ các thay đổi trong môi trường kinh doanh.

- Thiết lập các quy trình quản lý rủi ro chặt chẽ, bao gồm việc nhận diện, đánh giá và xử lý rủi ro. Đặc biệt, cần có kế hoạch dự phòng cho các tình huống khẩn cấp

và biến động thị trường.

5.2. Đảm bảo chất lượng

- Xây dựng và duy trì các tiêu chuẩn chất lượng cao trong mọi hoạt động của Trung tâm, từ nghiên cứu phát triển, sản xuất cho đến cung cấp dịch vụ. Điều này sẽ đảm bảo Trung tâm luôn đáp ứng hoặc vượt qua các yêu cầu của thị trường và đối tác.

- Áp dụng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế như ISO 9001 trong quản lý chất lượng. Thực hiện các quy trình kiểm tra, đánh giá định kỳ và cải tiến liên tục để duy trì chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

Kết luận: *Quản trị vận hành Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình đòi hỏi một hệ thống quản lý linh hoạt, hiệu quả, và hiện đại. Bằng việc kết hợp giữa quản lý nhân sự, ứng dụng công nghệ, quản lý tài chính, và kiểm soát rủi ro, Trung tâm có thể hoạt động một cách tối ưu, đạt được các mục tiêu chiến lược và đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Ninh Bình.*

III. Khai thác Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình

Việc khai thác Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình nhằm tối ưu hóa tiềm năng của trung tâm, tạo ra giá trị gia tăng cho khu vực và góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội. Dưới đây là các chiến lược quan trọng trong việc khai thác hiệu quả trung tâm này:

1. Thúc đẩy nghiên cứu và phát triển (R&D)

Báo cáo từ McKinsey & Company cho thấy, việc đầu tư vào R&D có thể mang lại lợi nhuận cao, với tỷ lệ hoàn vốn lên đến 20% cho các công ty công nghệ cao. Theo OECD, các quốc gia đầu tư vào R&D thường có mức tăng trưởng GDP cao hơn 1-2% so với các quốc gia không đầu tư vào lĩnh vực này.

1.1. Ưu tiên các lĩnh vực công nghệ mũi nhọn

- Tập trung vào các lĩnh vực có tiềm năng phát triển cao như công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo (AI), sáng tạo nghệ thuật, di sản gắn với các sản phẩm du lịch, năng lượng tái tạo, công nghệ sinh học, và vật liệu mới. Trung tâm cần khuyến khích và hỗ trợ các dự án nghiên cứu phát triển trong các lĩnh vực này, tạo điều kiện cho sự ra đời của các sản phẩm công nghệ tiên tiến.

- Phát triển các khu vực nghiên cứu và phòng thí nghiệm tiên tiến trong trung tâm, cung cấp cơ sở vật chất và công nghệ mới nhất cho các nhà nghiên cứu và các nhóm nghiên cứu.

- Cung cấp các quỹ nghiên cứu và tài trợ cho các dự án R&D tiềm năng. Phát triển các chương trình khuyến khích đổi mới sáng tạo, như các giải thưởng nghiên cứu hoặc các quỹ đầu tư mạo hiểm.

1.2. Hợp tác với các viện nghiên cứu và trường đại học

- Xây dựng mối quan hệ hợp tác với các viện nghiên cứu, trường đại học trong và ngoài nước để thúc đẩy nghiên cứu và phát triển. Việc hợp tác này sẽ giúp tận dụng nguồn lực khoa học và công nghệ, đồng thời hỗ trợ việc chuyển giao công nghệ và thương mại hóa kết quả nghiên cứu.

- Tổ chức các hội thảo và tọa đàm nghiên cứu để tạo cơ hội giao lưu học thuật và hợp tác nghiên cứu.

2. Hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp và sáng tạo

Theo báo cáo từ Global Entrepreneurship Monitor (GEM), các vườn ươm khởi nghiệp có thể tăng cường khả năng thành công của các doanh nghiệp khởi nghiệp lên đến 50%. Nghiên cứu từ Harvard Business Review chỉ ra rằng, các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp giúp tăng tỷ lệ sống sót của các doanh nghiệp mới thành lập lên đến 70%.

2.1. Vườn ươm doanh nghiệp

- Xây dựng các chương trình vườn ươm để hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp từ giai đoạn ý tưởng đến khi sản phẩm ra thị trường. Trung tâm cần cung cấp các dịch vụ tư vấn, hỗ trợ pháp lý, tài chính, và tiếp cận thị trường cho các startup.

- Cung cấp không gian làm việc, hỗ trợ kỹ thuật, và kết nối mạng lưới cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Tạo ra các chương trình huấn luyện và cố vấn cho các nhà sáng lập doanh nghiệp.

- Cung cấp dịch vụ tư vấn pháp lý, kế toán, và quản lý doanh nghiệp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Hỗ trợ các thủ tục đăng ký kinh doanh và bảo vệ sở hữu trí tuệ.

2.2. Chương trình tăng tốc khởi nghiệp (Accelerator)

- Tổ chức các chương trình tăng tốc khởi nghiệp để giúp các doanh nghiệp phát triển nhanh chóng, mở rộng quy mô và tiếp cận thị trường quốc tế. Các chương trình này có thể bao gồm đào tạo, kết nối với các nhà đầu tư và doanh nghiệp lớn, cũng như hỗ trợ phát triển sản phẩm và dịch vụ.

- Tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp và các sự kiện kết nối để tìm kiếm và phát triển các ý tưởng sáng tạo và khởi nghiệp. Hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp trong việc tiếp cận nguồn vốn và khách hàng.

3. Xây dựng nền tảng hợp tác công - tư (PPP)

Báo cáo của World Bank cho thấy, các dự án PPP có thể giúp tăng cường hiệu quả đầu tư và giảm thiểu rủi ro cho các dự án công cộng lên đến 30%. Theo OECD, các nền kinh tế có mô hình PPP phát triển thường có khả năng thu hút đầu tư tư nhân

cao hơn 25% so với các nền kinh tế không áp dụng mô hình này.

3.1. Hợp tác với doanh nghiệp tư nhân

- Tạo lập các mối quan hệ hợp tác chiến lược với các doanh nghiệp tư nhân, đặc biệt là các doanh nghiệp công nghệ lớn trong và ngoài nước. Việc này không chỉ giúp huy động nguồn lực mà còn mang lại kinh nghiệm và công nghệ tiên tiến cho Trung tâm.

- Tạo điều kiện hợp tác công – tư bằng việc thiết lập các cơ chế và chính sách khuyến khích hợp tác giữa chính phủ, các tổ chức nghiên cứu và khu vực tư nhân. Phát triển các dự án PPP để đầu tư vào cơ sở hạ tầng và các hoạt động nghiên cứu sáng tạo.

- Cung cấp các ưu đãi đầu tư cho các nhà đầu tư tư nhân tham gia vào các dự án đổi mới sáng tạo. Xây dựng các mô hình tài chính hấp dẫn và minh bạch cho các dự án PPP.

3.2. Phát triển các dự án hợp tác công - tư (PPP)

- Thúc đẩy các dự án hợp tác công – tư trong việc phát triển hạ tầng công nghệ và các chương trình đổi mới sáng tạo. Mô hình PPP sẽ giúp chia sẻ rủi ro, đồng thời đảm bảo sự tham gia của các đối tác chiến lược trong quá trình khai thác Trung tâm.

- Xây dựng các mô hình hợp tác bền vững và lâu dài giữa các bên liên quan, bao gồm các chính sách chia sẻ lợi ích, rủi ro và trách nhiệm

4. Thương mại hóa kết quả nghiên cứu và công nghệ

Theo báo cáo của National Science Foundation, việc thương mại hóa kết quả nghiên cứu có thể tăng doanh thu từ các công nghệ mới lên đến 40%. Báo cáo từ European Commission cho thấy, các trung tâm hỗ trợ thương mại hóa giúp tăng cường khả năng thương mại hóa công nghệ thành công lên đến 50%.

4.1. Chuyển giao công nghệ

- Đẩy mạnh các hoạt động chuyển giao công nghệ từ Trung tâm ra thị trường, thông qua việc hợp tác với các doanh nghiệp sản xuất và dịch vụ. Điều này sẽ giúp nhanh chóng biến các kết quả nghiên cứu thành sản phẩm thương mại có giá trị cao.

- Thiết lập các quy trình và cơ chế để thương mại hóa các kết quả nghiên cứu và công nghệ. Phát triển các hợp đồng chuyển nhượng công nghệ và cấp phép sở hữu trí tuệ.

- Thành lập các trung tâm hỗ trợ thương mại hóa, nơi cung cấp dịch vụ hỗ trợ, đào tạo, và kết nối với các nhà đầu tư và khách hàng.

4.2. Tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới

- Khuyến khích và hỗ trợ việc phát triển các sản phẩm, dịch vụ sáng tạo dựa

trên kết quả nghiên cứu tại Trung tâm. Các sản phẩm này có thể là công nghệ mới, dịch vụ thông minh hoặc các giải pháp kỹ thuật tiên tiến, đáp ứng nhu cầu của thị trường trong nước và quốc tế.

- Cung cấp các dịch vụ tư vấn và hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc phát triển và đưa sản phẩm công nghệ ra thị trường. Tổ chức các sự kiện kết nối giữa các nhà nghiên cứu và doanh nghiệp.

5. Xây dựng thương hiệu và vị thế quốc tế

Nghiên cứu từ McKinsey & Company cho thấy, các tổ chức có chiến lược thương hiệu quốc tế mạnh mẽ có thể tăng trưởng doanh thu quốc tế lên đến 35%. Theo báo cáo từ World Economic Forum, các tổ chức xây dựng mạng lưới đối tác quốc tế và tham gia vào các liên minh toàn cầu thường có khả năng mở rộng thị trường và nâng cao vị thế quốc tế hiệu quả hơn 25%.

5.1. Tổ chức các sự kiện quốc tế

- Trung tâm cần tổ chức và tham gia vào các sự kiện, hội thảo, triển lãm quốc tế để quảng bá và nâng cao vị thế của mình trên trường quốc tế. Các sự kiện này không chỉ giúp Trung tâm thu hút đầu tư mà còn tạo cơ hội hợp tác và chia sẻ kiến thức với các đối tác toàn cầu.

- Phát triển các chiến lược tiếp thị và quảng bá cho trung tâm tại các sự kiện quốc tế, hội thảo và triển lãm công nghệ. Tạo các chiến dịch truyền thông để nâng cao nhận thức về trung tâm và các hoạt động đổi mới sáng tạo.

- Đảm bảo chất lượng và uy tín: Áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế trong quản lý chất lượng và đảm bảo các hoạt động của trung tâm đáp ứng các yêu cầu quốc tế. Thực hiện các cuộc đánh giá và chứng nhận quốc tế để nâng cao uy tín của trung tâm.

5.2. Phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo

- Xây dựng và phát triển một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo mạnh mẽ, thu hút sự tham gia của các doanh nghiệp, nhà đầu tư, viện nghiên cứu và các tổ chức quốc tế. Hệ sinh thái này sẽ tạo ra môi trường thuận lợi cho việc chia sẻ tri thức, kết nối tài nguyên và thúc đẩy sự phát triển bền vững.

- Xây dựng và duy trì các mối quan hệ với các tổ chức, doanh nghiệp và các trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế. Tham gia vào các mạng lưới và liên minh toàn cầu để nâng cao vị thế của trung tâm.

***Kết luận**: Việc khai thác Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các yếu tố nghiên cứu và phát triển, hỗ trợ khởi nghiệp, hợp tác công – tư, thương mại hóa công nghệ, và xây dựng thương hiệu quốc tế. Chỉ khi các yếu tố này được triển khai một cách đồng bộ và hiệu quả, Trung tâm mới có thể thực sự phát huy vai trò là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế -*

xã hội của tỉnh Ninh Bình, đồng thời khẳng định vị thế của mình trên bản đồ đổi mới sáng tạo toàn cầu.

IV. Giải pháp phát huy hiệu quả Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình

Để Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình hoạt động hiệu quả và đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, cần triển khai đồng bộ các giải pháp chiến lược. Dưới đây là những giải pháp cụ thể nhằm phát huy tối đa tiềm năng và hiệu quả của Trung tâm:

1. Tăng cường hợp tác quốc tế và thu hút đầu tư

- Theo báo cáo từ OECD, các trung tâm đổi mới sáng tạo có hợp tác quốc tế mạnh mẽ thường có khả năng thu hút đầu tư nước ngoài cao hơn 30%. Báo cáo của World Economic Forum (2022) chỉ ra rằng, hợp tác quốc tế giúp tăng cường khả năng đổi mới và nâng cao chất lượng nghiên cứu khoa học.

1.1. Thiết lập quan hệ đối tác chiến lược

- Xây dựng mối quan hệ hợp tác chiến lược với các trung tâm nghiên cứu, các doanh nghiệp công nghệ hàng đầu, và các tổ chức đổi mới sáng tạo quốc tế. Điều này sẽ giúp Trung tâm tiếp cận nguồn lực, công nghệ tiên tiến, và học hỏi từ các mô hình thành công trên toàn cầu.

- Thiết lập các mối quan hệ đối tác với các tổ chức quốc tế, trung tâm nghiên cứu, và các trường đại học hàng đầu trên thế giới. Tham gia vào các mạng lưới và diễn đàn quốc tế để trao đổi kiến thức và kinh nghiệm.

- Tổ chức các hội nghị, hội thảo, và triển lãm quốc tế tại Ninh Bình để giới thiệu tiềm năng của trung tâm và thu hút sự quan tâm từ cộng đồng quốc tế.

1.2. Thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)

- Tạo môi trường đầu tư hấp dẫn cho các doanh nghiệp quốc tế trong các lĩnh vực công nghệ cao, nghiên cứu và phát triển. Chính quyền địa phương có thể xem xét việc áp dụng các chính sách ưu đãi thuế, hỗ trợ hạ tầng, và các thủ tục hành chính thông thoáng để thu hút các nhà đầu tư.

- Phát triển các chiến lược thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào các dự án nghiên cứu và phát triển, cũng như các dự án khởi nghiệp sáng tạo. Cung cấp các ưu đãi thuế và các điều kiện thuận lợi cho nhà đầu tư.

2. Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao

Báo cáo của UNESCO (2022) cho thấy, đầu tư vào đào tạo và phát triển nhân lực chất lượng cao giúp tăng cường năng lực đổi mới sáng tạo lên đến 40%. Theo McKinsey & Company, các tổ chức có chương trình phát triển nhân lực hiệu quả thường có năng suất lao động cao hơn 25%.

2.1. Chương trình đào tạo chuyên sâu

- Tổ chức các chương trình đào tạo chuyên sâu về công nghệ, quản lý đổi mới sáng tạo, và khởi nghiệp nhằm nâng cao trình độ chuyên môn của đội ngũ nhân lực tại Trung tâm. Đồng thời, hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu để xây dựng các khóa đào tạo, cung cấp kiến thức và kỹ năng cần thiết cho các nhân sự tương lai.

- Phối hợp với các trường đại học và viện nghiên cứu trong và ngoài nước để phát triển các chương trình đào tạo chuyên sâu về công nghệ, quản lý đổi mới sáng tạo, và nghiên cứu khoa học.

- Phát triển các chương trình đào tạo liên tục và nâng cao năng lực cho đội ngũ nhân viên địa phương. Tạo cơ hội học tập và phát triển nghề nghiệp thông qua các chương trình trao đổi và học bổng.

2.2. Chính sách thu hút và giữ chân nhân tài

- Triển khai các chính sách đãi ngộ hấp dẫn nhằm thu hút các chuyên gia, nhà khoa học, và các nhà quản lý giỏi trong nước và quốc tế. Tạo môi trường làm việc chuyên nghiệp, cởi mở và sáng tạo để giữ chân nhân tài, đồng thời khuyến khích họ đóng góp lâu dài cho sự phát triển của Trung tâm.

- Xây dựng các chương trình tuyển dụng và thu hút nhân tài quốc tế đến làm việc và nghiên cứu tại trung tâm. Cung cấp các gói hỗ trợ tài chính và điều kiện làm việc thuận lợi cho các chuyên gia nước ngoài.

3. Thúc đẩy hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D)

Báo cáo của National Science Foundation (2022) chỉ ra rằng, đầu tư vào R&D thường mang lại tỷ lệ hoàn vốn trung bình từ 15% đến 20%. Theo World Bank, các quốc gia có nền tảng R&D mạnh mẽ thường có mức tăng trưởng GDP cao hơn 1-2%.

3.2. Tăng cường đầu tư vào R&D

- Đầu tư mạnh mẽ vào các dự án nghiên cứu và phát triển, đặc biệt là trong các lĩnh vực công nghệ mũi nhọn như trí tuệ nhân tạo (AI), blockchain, công nghệ sinh học, và năng lượng tái tạo. Việc đầu tư này không chỉ giúp Trung tâm tạo ra những sản phẩm, dịch vụ đột phá mà còn thu hút thêm sự quan tâm và đầu tư từ các doanh nghiệp.

- Nâng cấp và mở rộng các phòng thí nghiệm, trung tâm nghiên cứu và cơ sở vật chất cho các hoạt động R&D. Trang bị các công nghệ tiên tiến và tạo điều kiện thuận lợi cho các dự án nghiên cứu.

- Tạo điều kiện hợp tác giữa các viện nghiên cứu, doanh nghiệp và chính phủ để thực hiện các dự án R&D chung. Phát triển các mô hình hợp tác công – tư (PPP)

trong lĩnh vực nghiên cứu và phát triển công nghệ.

3.2. Hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo

- Phát triển các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo, từ việc cung cấp vốn khởi nghiệp, không gian làm việc, đến tư vấn và hỗ trợ pháp lý. Các chương trình này sẽ giúp các ý tưởng sáng tạo được hiện thực hóa, tạo ra các sản phẩm, dịch vụ mới có giá trị kinh tế cao.

- Phát triển các chương trình tài trợ nghiên cứu và các quỹ hỗ trợ cho các dự án R&D có tiềm năng. Cung cấp các khoản thưởng và hỗ trợ tài chính cho các nhóm nghiên cứu xuất sắc.

4. Xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo mạnh mẽ

Theo báo cáo của World Economic Forum, các trung tâm đổi mới sáng tạo có hệ sinh thái mạnh mẽ thường có tỷ lệ khởi nghiệp thành công cao hơn 35%. Nghiên cứu từ Global Entrepreneurship Monitor (GEM) cho thấy, sự hỗ trợ từ mạng lưới khởi nghiệp có thể tăng tỷ lệ thành công của các doanh nghiệp mới thành lập lên đến 50%.

4.1. Tạo lập môi trường hợp tác và kết nối

- Xây dựng một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo toàn diện, nơi các doanh nghiệp, viện nghiên cứu, tổ chức phi chính phủ, và chính quyền địa phương cùng hợp tác và chia sẻ tri thức, tài nguyên. Hệ sinh thái này sẽ là nền tảng cho sự phát triển bền vững của Trung tâm và tạo ra giá trị cộng hưởng cho tất cả các bên liên quan.

- Cung cấp các không gian làm việc chung, dịch vụ hỗ trợ, và kết nối mạng lưới cho các doanh nghiệp khởi nghiệp và các dự án sáng tạo. Hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tiếp cận nguồn vốn và thị trường.

- Khuyến khích các doanh nghiệp địa phương tham gia vào các hoạt động đổi mới sáng tạo, từ việc áp dụng công nghệ mới đến việc phát triển sản phẩm và dịch vụ mới. Cung cấp các chương trình hỗ trợ và khuyến khích doanh nghiệp đổi mới.

4.2. Phát triển các dịch vụ hỗ trợ đổi mới sáng tạo

- Cung cấp các dịch vụ hỗ trợ như tư vấn pháp lý, tiếp cận thị trường, phát triển sản phẩm, và bảo hộ sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp và cá nhân tham gia vào Trung tâm. Việc này sẽ giúp họ giảm thiểu rủi ro và tập trung vào phát triển ý tưởng sáng tạo.

- Tạo lập một mạng lưới gồm các nhà đầu tư, doanh nhân, chuyên gia, và các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp. Phát triển các cộng đồng sáng tạo và các diễn đàn để thúc đẩy trao đổi ý tưởng và hợp tác.

5. Xây dựng thương hiệu và quảng bá

Nghiên cứu của McKinsey & Company cho thấy, các tổ chức có chiến lược thương hiệu mạnh thường đạt được mức tăng trưởng doanh thu quốc tế lên đến 30%. Báo cáo từ World Economic Forum (2022) nhấn mạnh tầm quan trọng của quảng bá quốc tế trong việc thu hút đầu tư và tài năng toàn cầu.

5.1. Quảng bá trên quy mô quốc tế

- Đẩy mạnh các hoạt động quảng bá Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình trên quy mô quốc tế, thông qua việc tham gia và tổ chức các sự kiện quốc tế, hội nghị, triển lãm công nghệ. Việc này sẽ nâng cao hình ảnh và uy tín của Trung tâm, thu hút sự quan tâm của cộng đồng quốc tế.

- Tham gia vào các hội thảo, triển lãm và sự kiện quốc tế để giới thiệu trung tâm và các thành tựu đạt được. Phát triển các ấn phẩm, tài liệu quảng cáo và các kênh truyền thông để quảng bá hình ảnh của trung tâm.

- Thiết lập và duy trì quan hệ hợp tác với các trung tâm đổi mới sáng tạo hàng đầu trên thế giới. Tham gia vào các liên minh và hiệp hội quốc tế để nâng cao vị thế của trung tâm trên trường quốc tế.

5.2 Xây dựng thương hiệu mạnh

- Phát triển một chiến lược thương hiệu mạnh mẽ, tạo dựng hình ảnh Trung tâm như một biểu tượng của sự đổi mới và sáng tạo tại Việt Nam. Thương hiệu này cần phản ánh sự tiên phong trong công nghệ, tính bền vững, và sự hợp tác quốc tế.

- Phát triển một chiến lược thương hiệu mạnh mẽ và nhất quán cho trung tâm, tập trung vào các giá trị cốt lõi và những lợi thế cạnh tranh độc đáo. Sử dụng các công cụ truyền thông hiện đại để tiếp cận các đối tượng mục tiêu trên toàn cầu.

6. Đánh giá và cải tiến liên tục

Báo cáo của European Commission (2022) chỉ ra rằng, các tổ chức có quy trình cải tiến liên tục thường có khả năng duy trì cạnh tranh cao hơn 20% so với các tổ chức không có quy trình này. Theo McKinsey & Company, việc đánh giá và cải tiến liên tục giúp tăng hiệu suất hoạt động lên đến 25%.

6.1. Hệ thống đánh giá hiệu quả hoạt động

- Xây dựng một hệ thống đánh giá hiệu quả hoạt động (KPI) rõ ràng và minh bạch để đo lường và theo dõi tiến độ thực hiện các mục tiêu chiến lược. Hệ thống này sẽ giúp phát hiện sớm các vấn đề cần cải thiện và đưa ra các điều chỉnh cần thiết để đảm bảo Trung tâm luôn hoạt động hiệu quả.

- Mời các tổ chức tư vấn và đánh giá độc lập tiến hành các cuộc đánh giá định kỳ về hoạt động của trung tâm. Sử dụng kết quả đánh giá để điều chỉnh chiến lược và cải tiến hoạt động.

- Khuyến khích văn hóa cải tiến liên tục trong toàn bộ tổ chức. Tạo điều kiện cho nhân viên và các bên liên quan đóng góp ý kiến và đề xuất các giải pháp cải tiến.

6.2. Đổi mới và cải tiến liên tục

- Khuyến khích tinh thần đổi mới và cải tiến liên tục trong toàn bộ hoạt động của Trung tâm. Cần thường xuyên tổ chức các buổi đánh giá, chia sẻ kinh nghiệm, và học hỏi từ các mô hình thành công khác để không ngừng nâng cao chất lượng và hiệu quả hoạt động.

- Xây dựng một hệ thống đánh giá và theo dõi hiệu quả hoạt động của trung tâm. Sử dụng các chỉ số KPI để đo lường hiệu suất và tác động của các hoạt động đổi mới sáng tạo.

Kết luận: *Việc phát huy hiệu quả Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình không chỉ nằm ở việc xây dựng cơ sở vật chất và hạ tầng mà còn ở việc triển khai các giải pháp chiến lược toàn diện, từ tăng cường hợp tác quốc tế, phát triển nguồn nhân lực, thúc đẩy R&D, xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, đến quảng bá thương hiệu và liên tục cải tiến. Những giải pháp này sẽ đảm bảo rằng Trung tâm trở thành một động lực quan trọng cho sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Ninh Bình và khẳng định vị thế của Việt Nam trên bản đồ đổi mới sáng tạo toàn cầu.*

V. Quản trị vận hành và khai thác hiệu quả

1. Mô hình quản trị linh hoạt

Theo Harvard Business Review (2021), các tổ chức áp dụng mô hình quản trị linh hoạt có khả năng tăng hiệu quả làm việc lên đến 25% và tốc độ đưa sản phẩm ra thị trường nhanh hơn 30% so với mô hình quản trị truyền thống. McKinsey & Company (2020) cũng chỉ ra rằng, phân quyền quản lý giúp giảm thời gian quyết định xuống 50%, tăng sự hài lòng của nhân viên và khách hàng.

1.1. Cơ cấu tổ chức

- Thiết lập một mô hình quản trị linh hoạt, có thể điều chỉnh theo nhu cầu và thách thức của thị trường, với một ban quản lý đa ngành, bao gồm các chuyên gia từ các lĩnh vực khác nhau.

- Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại Ninh Bình nên áp dụng mô hình quản trị linh hoạt (Agile Management) để thích ứng nhanh với sự thay đổi của thị trường và công nghệ. Mô hình này giúp tăng cường khả năng phản ứng nhanh với các biến động, đồng thời khuyến khích sự sáng tạo và đổi mới trong quản lý.

- Áp dụng mô hình quản lý phân quyền, trong đó các bộ phận chức năng được trao quyền tự chủ trong quyết định liên quan đến lĩnh vực chuyên môn của mình. Điều này giúp rút ngắn thời gian phản hồi và tăng cường hiệu quả quản lý.

1.2. Quy trình quản lý

- Xây dựng các quy trình quản lý rõ ràng, minh bạch, tập trung vào việc thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo trong toàn bộ hoạt động của trung tâm.

- Sử dụng các công cụ phân tích dữ liệu và trí tuệ nhân tạo (AI) để hỗ trợ quá trình ra quyết định trong quản lý. Dữ liệu thời gian thực giúp lãnh đạo nhanh chóng nắm bắt tình hình và đưa ra các quyết định chính xác hơn.

2. Đánh giá và cải tiến liên tục

Báo cáo của Deloitte (2021) cho thấy, các tổ chức thực hiện đánh giá liên tục có khả năng cải thiện hiệu suất hoạt động lên đến 35%. Nghiên cứu của Lean Enterprise Institute (2020) cho biết, việc áp dụng các công cụ Lean Management giúp giảm thiểu 20% chi phí vận hành và tăng cường hiệu quả quản lý chất lượng.

2.1. Hệ thống đánh giá

- Thiết lập hệ thống đánh giá hiệu quả hoạt động của trung tâm, bao gồm các chỉ số về hiệu suất, tác động kinh tế và xã hội.

- Áp dụng mô hình đánh giá hiệu suất liên tục (Continuous Performance Management) thay vì chỉ đánh giá định kỳ. Hệ thống này giúp nhận diện nhanh các vấn đề cần cải thiện và tạo điều kiện để điều chỉnh kịp thời.

- Sử dụng các công cụ quản lý chất lượng như Six Sigma, Lean Management để cải tiến quy trình và loại bỏ các lãng phí không cần thiết. Điều này giúp tối ưu hóa hoạt động vận hành và nâng cao chất lượng dịch vụ.

2.2. Cải tiến quy trình

- Liên tục rà soát và cải tiến các quy trình vận hành, đảm bảo trung tâm luôn đáp ứng được yêu cầu và xu hướng phát triển mới.

- Khuyến khích thu thập phản hồi từ khách hàng và đối tác thường xuyên để đảm bảo trung tâm luôn đáp ứng được nhu cầu của thị trường và điều chỉnh các hoạt động phù hợp.

3. Khai thác và phát huy hiệu quả

Theo World Bank (2022), mô hình hợp tác công tư đã giúp tăng hiệu quả khai thác các dự án hạ tầng lên đến 40% so với việc chỉ do nhà nước quản lý. Báo cáo của IDC (2021) cho thấy, việc tận dụng tối đa các công nghệ hiện đại có thể giúp doanh nghiệp tiết kiệm 20-30% chi phí vận hành và tăng hiệu quả khai thác lên đến 50%.

3.1. Chuyển giao công nghệ

- Tạo điều kiện thuận lợi cho việc chuyển giao công nghệ và thương mại hóa các kết quả nghiên cứu, nhằm tạo ra giá trị kinh tế cho trung tâm và cộng đồng.

- Đảm bảo rằng mọi cơ sở hạ tầng và công nghệ đã được đầu tư đều được khai thác tối đa công suất. Sử dụng các công nghệ thông minh và tự động hóa để tăng cường hiệu suất và giảm thiểu chi phí vận hành.

- Khuyến khích sự tham gia của các doanh nghiệp tư nhân vào việc khai thác các dịch vụ và hạ tầng của trung tâm. Mô hình hợp tác công tư (PPP) sẽ giúp chia sẻ nguồn lực và tăng cường hiệu quả sử dụng.

3.2. Tối ưu hóa nguồn lực

- Sử dụng hiệu quả các nguồn lực sẵn có, tối ưu hóa chi phí và đảm bảo sự bền vững trong dài hạn.

- Xây dựng các dịch vụ hỗ trợ bổ sung như tư vấn khởi nghiệp, phát triển sản phẩm, hỗ trợ tài chính, và kết nối thị trường. Điều này không chỉ giúp tối ưu hóa hiệu quả khai thác mà còn tạo thêm giá trị cho doanh nghiệp và người dùng.

Kết luận: *Quản trị vận hành và khai thác hiệu quả là yếu tố then chốt để đảm bảo thành công và phát triển bền vững của Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình. Một mô hình quản trị linh hoạt không chỉ giúp trung tâm thích nghi với những thay đổi nhanh chóng của thị trường và công nghệ, mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho việc thực hiện các chiến lược phát triển dài hạn. Việc đánh giá và cải tiến liên tục sẽ giúp trung tâm duy trì được hiệu suất hoạt động cao, đồng thời phát hiện và khắc phục kịp thời những vấn đề trong quá trình vận hành. Điều này không chỉ đảm bảo sự phát triển ổn định mà còn nâng cao chất lượng dịch vụ và hiệu quả của các hoạt động sáng tạo.*

Khai thác và phát huy hiệu quả trung tâm không chỉ nằm ở việc tối ưu hóa nguồn lực và công nghệ sẵn có mà còn ở khả năng phát triển các giá trị mới từ các dự án đổi mới sáng tạo. Sự kết hợp giữa quản trị linh hoạt, đánh giá liên tục và khai thác hiệu quả sẽ tạo ra một môi trường sáng tạo mạnh mẽ, thúc đẩy sự phát triển kinh tế và nâng cao vị thế của Ninh Bình trên bản đồ đổi mới sáng tạo quốc tế.

PHẦN III. KHUYẾN NGHỊ CHO NINH BÌNH

Để phát triển Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình, việc xây dựng một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo mạnh mẽ là điều cốt yếu. Dưới đây là một số khuyến nghị quan trọng nhằm giúp Ninh Bình khai thác tối đa tiềm năng của Trung tâm và thúc đẩy sự phát triển kinh tế bền vững trong khu vực. Những giải pháp này tập trung vào việc hỗ trợ khởi nghiệp, thương mại hóa công nghệ, và duy trì hoạt động hiệu quả, tạo tiền đề cho sự thành công của trung tâm trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu.

1. Tăng cường đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D): Tỉnh Ninh Bình cần tạo ra các cơ chế và chính sách khuyến khích đầu tư vào nghiên cứu và phát triển, đặc biệt là trong các lĩnh vực có tiềm năng như du lịch, công nghệ nông nghiệp, và các ngành công nghiệp sáng tạo. Điều này bao gồm việc thiết lập các quỹ hỗ trợ R&D cho doanh nghiệp và viện nghiên cứu địa phương, khuyến khích hợp tác công-tư trong nghiên cứu khoa học và đổi mới sáng tạo.

2. Phát triển hệ thống giáo dục và đào tạo chất lượng cao: Tỉnh Ninh Bình cần tập trung cải thiện hệ thống giáo dục, chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao, có kỹ năng về công nghệ và tư duy sáng tạo. Tỉnh nên thúc đẩy các chương trình đào tạo liên tục và phát triển năng lực cho lao động địa phương trong các ngành công nghiệp có giá trị gia tăng cao. Hợp tác với các trường đại học và viện nghiên cứu hàng đầu trong và ngoài nước để nâng cao chất lượng giáo dục và đào tạo.

3. Chuyển đổi số trong quản lý và kinh doanh: Tỉnh Ninh Bình cần đẩy mạnh chiến lược chuyển đổi số trong các lĩnh vực quản lý nhà nước, kinh doanh và dịch vụ công cộng. Tỉnh nên xây dựng và triển khai các giải pháp số hóa quy trình quản lý, cung cấp dịch vụ công trực tuyến và khuyến khích doanh nghiệp địa phương áp dụng công nghệ số trong sản xuất và kinh doanh. Điều này sẽ giúp nâng cao hiệu quả quản lý, tiết kiệm chi phí và tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển kinh tế tri thức.

4. Xây dựng và quản lý tri thức hiệu quả: Ninh Bình cần phát triển các hệ thống quản lý tri thức tại các cơ quan nhà nước, doanh nghiệp, và các tổ chức khác. Tỉnh nên xây dựng các cơ sở dữ liệu về tri thức, công nghệ và sáng kiến để hỗ trợ các doanh nghiệp và nhà nghiên cứu trong việc khai thác và sử dụng hiệu quả nguồn tri thức hiện có. Điều này cũng bao gồm việc thúc đẩy chia sẻ và lan tỏa tri thức trong cộng đồng doanh nghiệp và các ngành công nghiệp.

5. Xây dựng cộng đồng khởi nghiệp và mạng lưới chuyên gia: Tỉnh Ninh Bình cần xây dựng và hỗ trợ phát triển cộng đồng khởi nghiệp địa phương, tập trung vào các lĩnh vực có lợi thế cạnh tranh như du lịch, nông nghiệp công nghệ cao và ngành công nghiệp sáng tạo. Tỉnh nên tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp, hội thảo, và các chương trình hỗ trợ để thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và kết nối với các chuyên gia trong và ngoài nước. Việc xây dựng mạng lưới chuyên gia cố vấn sẽ giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp có định hướng và cơ hội tiếp cận các nguồn lực quốc tế.

6. Hợp tác quốc tế và kết nối toàn cầu: Ninh Bình cần mở rộng hợp tác quốc tế trong các lĩnh vực nghiên cứu, giáo dục và công nghệ. Tỉnh nên xây dựng quan hệ đối tác với các trung tâm khởi nghiệp, các trường đại học, viện nghiên cứu và doanh nghiệp ở các quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc, Mỹ, và châu Âu. Việc này sẽ giúp Ninh Bình tiếp cận các công nghệ tiên tiến, tri thức hiện đại và cơ hội phát triển kinh tế tri thức.

7. Thiết kế những mô hình mở, hấp dẫn để thu hút các quỹ đầu tư, nhà đầu tư mạo hiểm về Ninh Bình đầu tư bằng việc: Cung cấp các gói ưu đãi về thuế, giảm phí và hỗ trợ tài chính cho các quỹ đầu tư khi đầu tư vào các dự án đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình. Đặc biệt, các ưu đãi có thể nhắm vào các ngành công nghệ cao, khởi nghiệp sáng tạo, và chuyển đổi số. Xây dựng các vườn ươm doanh nghiệp, không gian làm việc chung (co-working spaces) để hỗ trợ các dự án khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. Các không gian này nên được thiết kế để hỗ trợ các doanh nghiệp trẻ tiếp cận nguồn vốn, cố vấn, và thị trường.

8. Thương hiệu là sức hút: Tạo dựng thương hiệu mạnh mẽ cho Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế Ninh Bình thông qua các chiến dịch truyền thông, quảng bá thành công của các dự án và công nghệ mới. Thường xuyên tổ chức các hội nghị, diễn đàn đầu tư và các sự kiện quốc tế để giới thiệu các dự án tiềm năng, cơ hội đầu tư tại Ninh Bình. Tạo cơ hội để các nhà đầu tư tiếp xúc trực tiếp với các dự án và xây dựng mối quan hệ với chính quyền địa phương.

Phần IV. KẾT LUẬN

Xây dựng và phát triển một Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình là một chiến lược quan trọng nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao vị thế cạnh tranh của tỉnh trên bản đồ đổi mới sáng tạo toàn cầu. Để đạt được thành công, việc tạo ra một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo mạnh mẽ và toàn diện là yếu tố then chốt. Cần có sự hợp tác chặt chẽ giữa các bên liên quan, bao gồm chính quyền, doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu và cộng đồng để biến trung tâm thành một điểm sáng của đổi mới sáng tạo không chỉ trong nước mà còn trên quy mô quốc tế. Hệ sinh thái này phải được hỗ trợ bởi các chính sách khung pháp lý rõ ràng và thúc đẩy đổi mới sáng tạo, cùng với cơ sở hạ tầng và công nghệ hiện đại. Nguồn nhân lực chất lượng cao và mạng lưới hợp tác rộng rãi với các đối tác trong và ngoài nước là những yếu tố cần thiết để đảm bảo sự phát triển bền vững của trung tâm.

Quỹ đầu tư và tài chính đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp nguồn lực để thực hiện các dự án đổi mới sáng tạo và hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp. Bên cạnh đó, quản trị vận hành và khai thác hiệu quả trung tâm đòi hỏi một mô hình quản trị linh hoạt, khả năng đánh giá và cải tiến liên tục, cũng như khả năng khai thác tối đa các tiềm năng sẵn có.

Tóm lại, việc xây dựng, quản trị, khai thác, và phát huy hiệu quả Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế tại tỉnh Ninh Bình cần được thực hiện đồng bộ và toàn diện. Sự kết hợp hài hòa giữa các thành phần của hệ sinh thái đổi mới sáng tạo sẽ tạo nên một nền tảng vững chắc, thúc đẩy sự phát triển kinh tế của tỉnh và đóng góp tích cực vào sự phát triển chung của đất nước trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số./.

K.C.T

Nguồn tham khảo:

1. Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam (MOST). Chiến lược phát triển KH&CN và Đổi mới sáng tạo Việt Nam đến năm 2030. MOST

2. Chính phủ Việt Nam (2020). Nghị quyết 52-NQ/TW về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Chính phủ Việt Nam

3. OECD (2021). Science, Technology and Innovation Outlook 2021: Adapting to a Changing World. OECD

4. Ngân hàng Thế giới (2022). Vietnam Digital Economy Assessment. Ngân hàng Thế giới

5. UNESCO (2021). Science, Technology and Innovation in Vietnam: The Role of Policy. UNESCO

6. *World Economic Forum (2022). Innovation-driven Development in Emerging Economies: Vietnam's Approach.* WEF

7. Báo cáo của Ngân hàng Thế giới (World Bank) về Toàn cầu hóa và Phát triển.

8. Báo cáo của Liên Hợp Quốc (UN) về Chuyển đổi số và các mục tiêu phát triển bền vững.

9. Chính phủ Việt Nam: Chương trình Chuyển đổi số Quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.

10. Các nghiên cứu và bài viết của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) về toàn cầu hóa và chuyển đổi số.

11. Các báo cáo và nghiên cứu của các tập đoàn công nghệ và viện nghiên cứu trong nước như FPT, Viettel, và Viện Nghiên cứu Phát triển Kinh tế - Xã hội.

12. OECD (2021). The Knowledge-Based Economy. OECD

13. World Bank (2020). Innovation, Productivity, and Growth in Developing Countries. World Bank

14. UNESCO (2022). Global Education Monitoring Report: Education in a Knowledge Society. UNESCO

15. Ministry of Information and Communications of Vietnam (2023). Vietnam's National Digital Transformation Program. MIC

16. Ngân hàng Thế giới (2021). Vietnam Digital Economy Assessment Report. Ngân hàng Thế giới

17. World Bank. (2020). "Global Startup Ecosystem Report."

18. McKinsey & Company. (2021). "Digital Infrastructure and Economic Growth."

19. UNESCO. (2019). "Investing in Education for Technological Advancement."

20. World Economic Forum (WEF). (2020). "Global Innovation Index."

21. Crunchbase. (2022). "Venture Capital and Startup Investment Trends."

22. Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam. (2021). "Báo cáo Hệ sinh thái Đổi mới Sáng tạo Việt Nam."

23. Bộ Công thương Việt Nam. (2022). "Hợp tác Quốc tế trong Đổi mới Sáng tạo."

24. McKinsey & Company. (2022). "Global Innovation and Market Expansion."

25. OECD. (2021). "Research and Development Investments."

26. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2022). "Startup Support and Success Rates."

27. Harvard Business Review. (2021). "Public-Private Partnerships and Investment Efficiency."

28. World Bank. (2021). "Public-Private Partnership Effectiveness."

29. National Science Foundation. (2022). "Commercialization of Research Results."

30. European Commission. (2021). "Technology Transfer and Commercialization."

31. World Economic Forum. (2022). "Global Branding and Market Positioning."

32. OECD. (2021). "International Collaboration and Investment Attraction."

33. UNESCO. (2022). "Human Resource Development and Innovation Capacity."

34. National Science Foundation. (2022). "Research and Development (R&D) Investment Returns."

35. Global Entrepreneurship Monitor (GEM). (2022). "Startup Ecosystems and Success Rates."

36. McKinsey & Company. (2022). "Global Branding and Market Positioning."

37. World Economic Forum. (2022). "The Role of Continuous Improvement in Organizational Success."

Giải pháp thúc đẩy kết nối mạng lưới Trường Đại học, Viện nghiên cứu trong nước và quốc tế trong việc khởi tạo và phát triển Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hội nhập quốc tế tại Ninh Bình

CEO. Nguyễn Tử Quảng

Chủ tịch Tập đoàn Công nghệ BKAV

I. Đặt vấn đề

1.1 Bối cảnh phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (HSTKNĐMST)

- Lịch sử phát triển của các "con rồng châu Á" như *Hàn Quốc, Đài Loan, Singapore, Hồng Kông*...từ những năm 1960 đến nay là minh chứng cho việc phát triển khoa học công nghệ là tất yếu và then chốt trong quá trình phát triển kinh tế của họ.

- Việt Nam chúng ta được nhiều tổ chức quốc tế đánh giá là quốc gia năng động, tiềm năng trở thành "con rồng châu Á" tiếp theo; đó cũng là khát vọng của người dân Việt Nam và để biến khát vọng này thành hiện thực, Việt Nam tất yếu phải phát triển khoa học công nghệ để làm động lực tạo đà phát triển cho đất nước.

- Bộ Chính trị cũng đã nêu: "Phát triển nhanh và bền vững trên cơ sở khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, phấn đấu đến năm 2030 là nước đang phát triển có công nghiệp hiện đại, thu nhập trung bình cao và đến năm 2045 trở thành nước phát triển, thu nhập cao" - (*Nghị quyết số 52-NQ/TW về chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư).*

- Việt Nam đang là nước có tiềm năng rất lớn để phát triển kinh tế dựa vào khoa học công nghệ: Có địa chính trị ổn định nhất trong khu vực; Việt Nam hiện nay đang trong giai đoạn dân số vàng (bắt đầu từ 2007 đến khoảng 2037), nguồn nhân lực dồi dào và năng động, có tố chất học Toán, các môn khoa học công nghệ ("STEM"- được xem là chìa khóa khơi dậy khả năng vận dụng và sáng tạo cho người học)… do đó, đây là thời cơ ngàn năm có một để Việt Nam phát triển nhanh, bền vững trên cơ sở khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số;

- Cũng vì vậy, từ hàng chục năm nay, nhiều tỉnh thành phố trực thuộc TW đã phát triển các khu công nghệ cao (Khu Công nghệ cao Hòa Lạc, Khu Công nghệ cao TP Hồ Chí Minh, Khu công nghệ cao Đà Nẵng…) nhưng chưa thực sự thành công, chưa tạo động lực cho phát triển kinh tế.

1.2 Tầm quan trọng của mạng lưới các trường đại học, viện nghiên cứu trong việc thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái KNĐMST

- Qua nghiên cứu về các Silicon valley thành công trên thế giới chúng tôi nhận thấy, để xây dựng và phát triển thành công một khu Công nghệ cao hay một Silicon

valley như các nước Mỹ, Hàn Quốc, Đài Loan, Trung Quốc…thì việc đầu tiên là cần phát triển từ một hệ sinh thái trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (HSTKNĐMST); Và vai trò mang tính quyết định cho sự thành công của một HSTKNĐMST là hệ thống các trường đại học, viện nghiên cứu.

- Các trường đại học đóng vai trò như những động lực chính thúc đẩy sự phát triển của các trung tâm này, thông qua nhiều kênh liên kết chặt chẽ như: *Cung cấp Nguồn nhân lực chất lượng cao; Tạo ra môi trường nghiên cứu và phát triển; Nơi cung cấp, chuyển giao công nghệ; Nơi đào tạo nguồn nhân lực cho doanh nghiệp; Nơi tạo ra mạng lưới hợp tác quốc tế…* cho các Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

1.3 Mục tiêu kết nối mạng lưới các trường đại học trong việc thúc đẩy sự phát triển HSTKNĐMST cần đạt được

- Tổ chức các hoạt động kết nối cụ thể mạng lưới các trường đại học với HSTKNĐMST;

- Xây dựng các chương trình hợp tác cụ thể cho mạng lưới các trường đại học với HSTKNĐMST;

- Xây dựng cơ chế chính sách hỗ trợ… để phát huy vai trò của mạng lưới các trường đại học trong và ngoài nước với HSTKNĐMST.

Vậy muốn phát triển thành công khu công nghệ cao hay một Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế, thì cần nhiều yếu tố như tìm ra Kiến trúc sư trưởng, doanh nghiệp dẫn dắt, nguồn vốn đầu tư… tuy nhiên quan trọng nhất Ninh Bình phải làm tốt được việc gắn kết mạng lưới các trường đại học trong và ngoài nước để thúc đẩy sự phát triển HSTKNĐMST của Tỉnh.

Và để có phương pháp luận đúng đắn, chúng ta cùng tìm hiểu các khu công nghệ cao trên thế giới đã phát triển các HSTKNĐMST như thế nào ?

II. Tìm hiểu mô hình phát triển của các HSTKNĐMST, các Khu Công nghệ cao - Silicon Valley trên thế giới

2.1. Vai trò của các Silicon valley đối với sự phát triển của các quốc gia

- Hình thành lên hệ sinh thái đổi mới công nghệ*:* tập trung các công ty công nghệ hàng đầu, các trường đại học danh tiếng, và các nhà nghiên cứu tài năng; những phát minh và sáng tạo từ Silicon Valley đã tác động to lớn đến mọi khía cạnh của cuộc sống;

- Tạo động lực kinh tế: Silicon Valley tạo ra một lượng lớn việc làm và thu hút nguồn vốn đầu tư khổng lồ, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế cho khu vực và cả quốc gia; các công ty khởi nghiệp thành công từ Silicon Valley có thể trở thành những tập đoàn đa quốc gia, tạo ra thêm nhiều cơ hội việc làm và đóng góp vào ngân sách quốc gia;

- Nam châm thu hút nhân tài: Môi trường làm việc năng động, sáng tạo và cơ hội phát triển cao của Silicon Valley thu hút nhân tài từ khắp nơi trên thế giới; điều này giúp đất nước sở hữu Silicon Valley có thể duy trì lợi thế cạnh tranh trong nền kinh tế toàn cầu;

- Nền tảng văn hóa: Silicon Valley được xem là đại diện cho tinh thần đổi mới, dám nghĩ dám làm và không ngừng theo đuổi ước mơ. Văn hóa khởi nghiệp từ Silicon Valley lan tỏa ra, truyền cảm hứng cho nhiều người khởi nghiệp và theo đuổi đam mê của họ.

2.2. Các Silicon valley điển hình trên thế giới

- Silicon Valley, Mỹ 1938 - Mô hình gốc, tập trung vào công nghệ cao và đổi mới sáng tạo

"Thung lũng Silicon" là cái tên mà báo chí đã đặt cho Thung lũng Santa Clara thuộc Bang California từ những năm 1970. Thực ra, Santa Clara chỉ là một "bán" thung lũng, phía tây được bao bọc bởi rừng và các dãy đồi, còn phía đông là Vịnh San Francisco. Năm mươi năm về trước, đây vốn là một nơi yên tĩnh, vắng vẻ, với nhiều vườn cây ăn quả, chỉ mới có duy nhất một trung tâm lớn là Đại học Stanford, đây là trường đại học khoa học kỹ thuật hàng đầu nước Mỹ và thế giới.

Ông Frederick Terman người được coi là "Cha đẻ của Silicon Valley - Mỹ". Ông này vốn là một giáo sư, trưởng khoa kỹ thuật của đại học Stanford nhưng lại có xu hướng gắn việc hoạt động nghiên cứu của trường đại học với doanh nghiệp. Ông đã biến trường Kỹ thuật của Stanford (Stanford Engineering) thành một cỗ máy đổi mới. Thông qua khuyến khích các khoa khoa học và kỹ thuật hợp tác với nhau, kết nối họ với doanh nghiệp địa phương và tập trung nghiên cứu các nhu cầu của ngành. Stanford nổi tiếng với những ngành: *Hàng không Du hành vũ trụ, Kỹ thuật sinh học, Kỹ thuật hóa học, Kỹ thuật Xây dựng Môi trường, Khoa học máy tính, Kỹ thuật điện, Khoa học Kỹ thuật Quản lý, Khoa học Kỹ thuật Vật liệu, Kỹ sư cơ khí.*

Ông Frederick Terman khuyến khích các giảng viên và sinh viên tốt nghiệp thành lập công ty riêng của họ. Với sự nuôi dưỡng của Terman, hai sinh viên tốt nghiệp khoa công nghệ năng lượng tại đại học Stanford là Packard và Hewlett đã phát triển thành công một loại mạch dao động mới. Một năm sau đó, với số vốn ban đầu 538 USD, hai người này đã thành lập nên công ty "Startup" công nghệ cao đầu tiên tại Silicon Valley với tên gọi HP (Hewlett-Packard). HP sau này trở thành một công ty máy tính lớn nhất thế giới.

Sau khi mô hình công ty hình thành từ trường đại học thành công, Terman đã tiếp tục mang về Santa Clara nhà vật lý William Shockley cùng với công nghệ bán dẫn Silicon (Shockley là một trong 3 nhà vật lý nhận giải Nobel với công nghệ này). Với sự khuyến khích của Terman tại đại học Stanford, William Shockley đã thành lập cơ sở riêng của ông mang tên "Phòng thí nghiệm Bán dẫn Shockley" để sản xuất

transitor và các linh kiện bán dẫn khác. Và từ công ty này, tám kỹ sư của Shockley đã rời đi để thành lập ra công ty mới là Fairchild Semiconductor; Trong số họ có Robert Noyce và Gordon Moore là đồng sáng lập ra Intel, và Eugene Kleiner, nhà sáng lập của quỹ đầu tư mạo hiểm Kleiner Perkins. 42 năm sau, Kleiner Perkins lại là nhà đầu tư vào Google.

Cứ như thế, Terman đã nuôi dưỡng các công ty công nghệ cao khác, cho đến khi nơi sau này trở thành Thung lũng Silicon mọc lên xung quanh khuôn viên Đại học Stanford. Đồng thời một loạt quỹ đầu tư mạo hiểm sau này cũng từ đây mà ra; công ty khởi nghiệp sẽ sinh ra công ty khởi nghiệp. Người làm cho công ty khởi nghiệp rồi sẽ tự khởi nghiệp. Người trở nên giàu có nhờ khởi nghiệp sẽ lại đầu tư tiền vào các công ty khởi nghiệp.

Như vậy với sự dẫn dắt của ***Kiến trúc sư trưởng*** Frederick Terman, HP và Intel có vai trò như những ***Doanh nghiệp dẫn dắt*** dẫn đến sự phát triển bùng nổ của Thung lũng Silicon.

- Daedeok Science Town (DST), Hàn Quốc – 1973

Thung lũng Silicon Valley đã truyền cảm hứng cho sự ra đời của hàng loạt các Silicon khác trên thế giới như Daedeok Science Town - Hàn Quốc, Tân Trúc - Đài Loan, và Trung Quang Thôn – Trung Quốc.

Daedeok Innopolis, trước đây gọi là Thị trấn Khoa học Daedeok, là khu nghiên cứu và phát triển ở quận Yuseong-gu ở Daejeon, Hàn Quốc.

Năm 1967, dưới sự tư vấn của Frederick Terman "Cha đẻ của Silicon Valley - Mỹ", chính quyền Tổng thống Park Chung-hee đã lên Kế hoạch tập trung các viện nghiên cứu và trường đại học vào một khu tại Daedeok Innopolis. Đến năm 1973 thì phê duyệt quy hoạch tổng thể tiếp theo, trong đó có trường đại học nghiên cứu quốc gia Hàn Quốc – KAIST. Sau này KAIST được coi là trường đại học danh tiếng nhất Hàn Quốc, nổi bật với các *ngành Kỹ thuật, Khoa học tự nhiên.*

Tổng thống Park Chung-Hee khuyến khích ***các Công ty tư nhân*** tham gia mạnh mẽ vào việc đầu tư phát triển doanh nghiệp công nghệ. Ông đã giao nhiệm vụ cho các doanh nghiệp kinh tế tư nhân như Samsung, LG,.. tập trung phát triển mảng công nghiệp điện tử, dựa trên nguồn lực khoa học kỹ thuật chất lượng cao từ KAIST. Ngoài ra nhiều công ty công nghệ hàng đầu của Hàn Quốc cũng có nguồn gốc từ KAIST.

Như vậy Tổng thống Park Chung-Hee có thể được coi là ***Kiến trúc sư trưởng*** của Thung lũng Silicon Hàn Quốc Daedeok Innopolis, với Samsung và LG là những ***Doanh nghiệp dẫn dắt.***

- Công viên Khoa học Tân Trúc, Đài Loan 1980 - Tập trung vào sản xuất chip và điện tử

Năm 1973, Ông Shu Shien-Siu, cựu chủ tịch của Đại học Thanh Hoa (Đài Loan), người được xem là ***Kiến trúc sư trưởng*** của khu công viên Khoa học Tân Trúc đến Mỹ, Hàn Quốc để nghiên cứu các điều kiện phát triển khoa học và công nghệ ở đó. Ông đã đề xuất ý tưởng thành lập Công viên Khoa học Tân Trúc, dựa trên mô hình của Thung lũng Silicon – Mỹ.

Ban đầu người đứng đầu Đài Loan Tưởng Kinh Quốc (con trai Ông Tưởng Giới Thạch) đề nghị thành lập công viên ở quận Longtan, vì nó có thể mang lại lợi ích cho Viện Khoa học và Công nghệ Quốc gia Chung-Shan và quân đội. Tuy nhiên, Ông Shu cho rằng công viên công nghệ và khoa học không nên được đặt gần quân đội, vì mục tiêu chính của việc tạo ra công viên là mở rộng quy mô của ***khu vực tư nhân và sức sống sáng tạo của tư nhân***. Do vậy Ông Shu đề xuất xây dựng công viên ở Tân Trúc bên cạnh Đại học Quốc gia Thanh Hoa và Đại học Quốc gia Chiao Tung, tương tự như Thung lũng Silicon, giáp với Đại học Stanford và Berkeley.

Đại học Thanh Hoa - Đài Loan (NTHU) là một trường đại học nghiên cứu công lập ở Tân Trúc, là một trong những trường đại học danh tiếng ở Đài Loan với thế mạnh đào tạo trong lĩnh vực khoa học kỹ thuật, đặc biệt là các ngành ***kỹ thuật điện, kỹ thuật máy tính, khoa học vật liệu…***; Đại học Chiao Tung: là một trong những trường đại học hàng đầu Đài Loan và nổi tiếng với chương trình đào tạo về ***khoa học kỹ thuật.***

Sau khi ý tưởng ban đầu và vị trí của công viên khoa học được xác định, người đứng đầu Đài Loan lúc đó là Tưởng Kinh Quốc đã giao nhiệm vụ xây dựng công viên cho ông Li Kwoh-ting, Bộ trưởng Bộ Tài chính Đài Loan vào năm 1979. Ông Li đã tham khảo ý kiến ông Frederick Terman để xây dựng khu Công viên theo mô hình của Thung lũng Silicon – Mỹ. Công viên Khoa học Tân Trúc (HSP) chính thức được thành lập vào ngày 15 tháng 12 năm 1980.

Để có ngay nguồn lực phát triển các doanh nghiệp, ông Li thuyết phục những tài năng đã ra nước ngoài về xây dựng công ty ở Thung lũng Silicon mới ở Đài Loan. Trong số những người trở về có Morris Chang, người sau này đứng đầu Viện Nghiên cứu Công nghệ Công nghiệp ITRI và là nhà sáng lập công ty Bán dẫn Đài Loan TSMC, nhà sản xuất bán dẫn lớn nhất thế giới. Viện ITRI cũng là nơi sinh ra Tập đoàn Vi điện tử Thống nhất UMC. Sau này UMC lại sinh ra MediaTek, nhà sản xuất chip điện thoại lớn nhất thế giới. TSMC và UMC được coi là những ***Doanh nghiệp dẫn dắt*** cho sự phát triển của Công viên Tân Trúc.

Ông Li, Bộ trưởng Bộ Tài chính cũng là người đưa ra khái niệm ***Đầu tư mạo hiểm*** vào Đài Loan, để thu hút vốn tài trợ cho các công ty khởi nghiệp công nghệ cao tại Công viên Tân Trúc.

Ngày nay, các doanh nghiệp trong công viên Khoa học Tân Trúc chiếm một phần đáng kể trong nền kinh tế Đài Loan. Năm 2022 ghi nhận doanh thu 363 tỷ USD, tương đương với 50% GDP của Đài Loan.

- Trung Quan Thôn – Trung Quốc, 1999

Hưởng ứng phong trào của Nhà cải cách kinh tế Trung Quốc Đặng Tiểu Bình *(lãnh đạo tối cao của Trung Quốc lúc đó*) về việc "mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài bơm tiền vào Trung Quốc", năm 1979 ông Chen Chunxian, một nhà vật lý người Tứ Xuyên sau này được gọi là "Cha đỡ đầu của Thung lũng Silicon Trung Quốc" đã đến thăm Thung lũng Silicon California hai lần để học hỏi. Sau đó Ông trở lại Trung Quốc thành lập Hiệp hội Dịch vụ Công nghệ Tiên tiến phi chính phủ ở Trung Quan Thôn tại Bắc Kinh vào năm 1980 (***công ty tư nhân*** đầu tiên của Trung Quốc). Mặc dù công ty không tồn tại được lâu nhưng nó đã đặt nền móng cho những gì sắp xảy ra.

Sở dĩ ông Chen Chunxian lựa chọn Trung Quan Thôn vì đây là nơi tập trung các trường đại học và viện nghiên cứu, đặc biệt là Đại học Thanh Hoa và Đại học Bắc Kinh. Đây là 2 trường danh tiếng hàng đầu Trung Quốc và thế giới. Chuyên ngành mũi nhọn của 2 trường này đều là: ***Kỹ thuật, khoa học máy tính, điện tử, hàng không vũ trụ…*** giống như các chuyên ngành của Đại học Kỹ thuật Stanford.

Khoảng năm 1984, một số cán bộ khoa học và công nghệ ở khu vực Trung Quan Thôn đã thành lập các doanh nghiệp khoa học và công nghệ tư nhân, trong đó nổi tiếng nhất là công ty Legend, mà sau này là Lenovo, công ty máy tính lớn nhất thế giới (gã khổng lồ máy tính sau này đã mua lại mảng máy tính của IBM).

Từ những thành công ban đầu của các doanh nghiệp khoa học và công nghệ tư nhân tại Trung Quan Thôn mang lại, năm 1988, ông Đặng Tiểu Bình đề xuất chủ trương "khoa học và công nghệ là lực lượng sản xuất đầu tiên". Cùng năm đó, Hội đồng Nhà nước Trung Quốc đã phê duyệt thành lập khu thí điểm phát triển công nghiệp công nghệ cao đầu tiên ở Trung Quốc – Khu thí điểm phát triển công nghiệp công nghệ mới Bắc Kinh – chủ yếu dựa trên "Phố điện tử" của Trung Quan Thôn.

Sau khoảng 10 năm hoạt động, năm 1999, chính quyền thành phố Bắc Kinh đã chính thức công nhận Khu khoa học và công nghệ Trung Quan Thôn. Kể từ đó, khu vực này đã trở thành bệ phóng cho các công ty thành công nhất của Trung Quốc, biến nơi đây thành "trung tâm đổi mới quốc gia có ảnh hưởng toàn cầu". Một trong số đó là Baidu, được coi là Google của Trung Quốc, thành lập vào năm 2000.

Chính phủ Trung Quốc ban hành các chính sách ưu đãi, bao gồm giảm thuế và tài trợ, giúp biến nơi này trở thành thỏi nam châm thu hút các tài năng công nghệ và các công ty khắp thế giới. Chính quyền thành phố Bắc Kinh cũng công bố kế hoạch cung cấp nơi ở lâu dài cho những lao động cấp cao và cho phép họ mang theo người giúp việc gia đình - nếu cần - đến Trung Quốc.

Cuối cùng, một yếu tố không kém phần quan trọng để tạo lên thành công của Trung Quan Thôn là ***quỹ đầu tư mạo hiểm***. Chính quyền Trung Quốc góp vốn vào các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ cao bằng cách đầu tư gián tiếp vào các quỹ đầu tư mạo hiểm tư nhân. Ngoài ra còn phổ biến việc các doanh nhân trẻ hợp tác với những nhà đầu tư giàu có, vốn phần lớn là những người thành danh trong thời hoàng kim của đợt bùng nổ Internet đầu tiên tại Trung Quốc, để cùng cho ra những sản phẩm như Baidu, Weibo hay Renren, để thay thế cho phần mềm của Google, Twitter và Facebook.

Và để nói về sự thành công của Trung Quan Thôn, Ning Ken - một nhà văn và nhà báo ở Bắc Kinh, trong cuốn sách gần đây của ông đã đúc kết: tinh thần "***khởi nghiệp, đổi mới, kiên trì và quyết tâm tiến lên phía trước***" tồn tại ở Trung Quan Thôn, đồng thời nhấn mạnh ***lòng nhân từ, sự hào phóng, cao thượng, tính lý trí và sự dịu dàng*** của con người mà tôi tìm thấy ở đó. Hai phần này kết hợp với nhau là những gì đã tạo nên và khiến Trung Quan Thôn thành công đến vậy, và tôi nghĩ chúng cũng là những giá trị phổ quát của nhân loại.

2.3. Mô hình chung và một số điều kiện cần để tạo ra một Silicon Valley

MỘT SỐ ĐIỀU KIỆN CẦN ĐỂ TẠO RA MỘT SILICON VALLEY, THEO PHÂN TÍCH CỦA PAUL GRAHAM:

- Nhân lực: những nhân tài kỹ thuật (nerds) và nhà đầu tư mạo hiểm (angel investors) là hai loại người (right people) mà bất cứ hub khởi nghiệp nào cũng cần thu hút. Đặc điểm của họ là ưa di chuyển, không thích lối mòn và đôi khi hành xử rất lập dị.

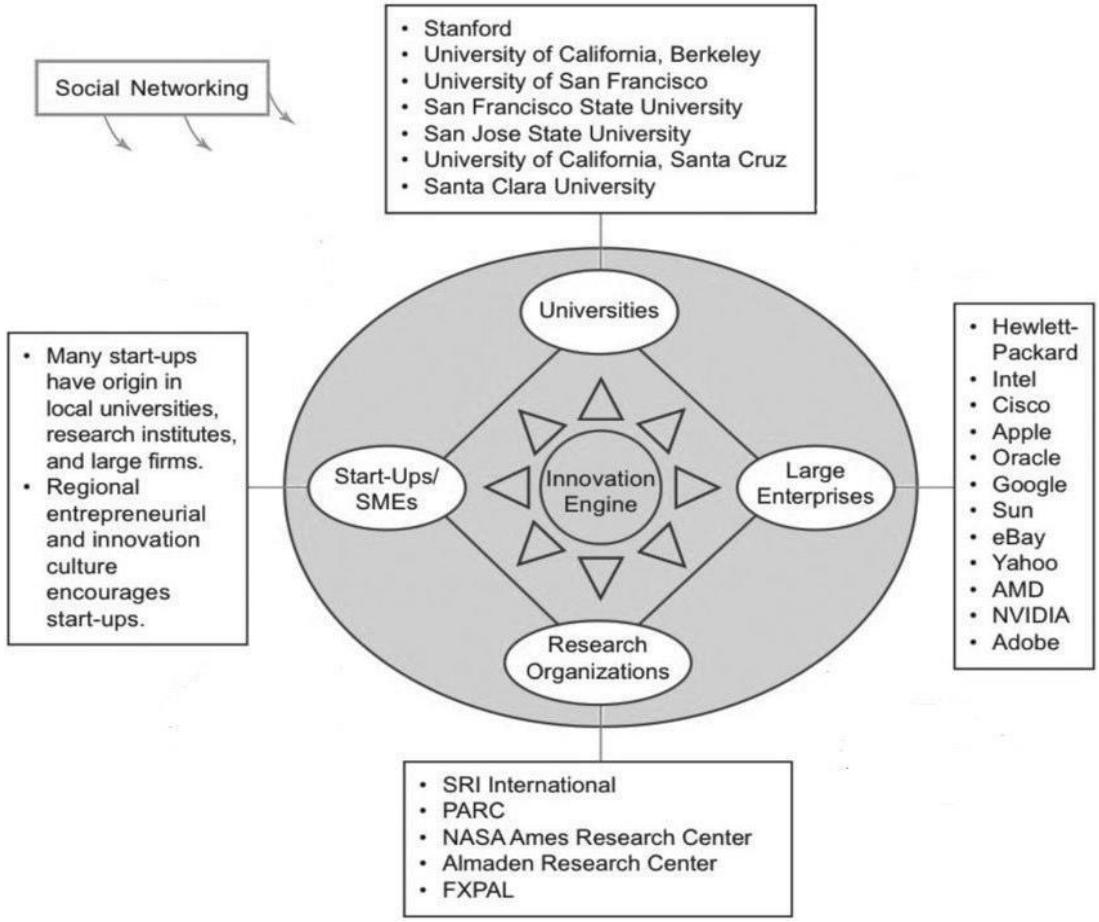
- Các yếu tố khác ảnh hưởng tới lựa chọn của hai loại người trên: môi trường, thời tiết, văn hóa, nghệ thuật,... nhưng điều quan trọng nhất là cần có một đại học nghiên cứu, hay chí ít là một khoa khoa học máy tính (computer science) và kỹ thuật điện (electrical engineering) hàng đầu. Ngay đến nước Mỹ cũng mới chỉ có California là nơi hội tụ đầy đủ những điều kiện này (thời tiết dễ chịu, môi trường và văn hóa phù hợp với người trẻ, tập trung nhiều người giàu có và sẵn sàng chịu mất tiền, bên cạnh hai Đại học Stanford và Berkeley lừng danh).

- Nhà khoa học máy tính, chuyên gia tư vấn khởi nghiệp tên tuổi - Paul Graham từ những quan sát cá nhân đã đúc kết một số điều kiện làm nên thành công của Silicon Valley – mà ngay chính nước Mỹ mặc dù rất cố gắng, song cũng chưa thể tái tạo được thêm thành phố nào khác ngoài California. Ông nhấn mạnh: các tòa nhà, đại lộ, trung tâm mua sắm, dịch vụ tiện ích và cơ sở hạ tầng tốt là chưa đủ để biến một thành phố thành miền đất hứa khởi nghiệp; điều quan trọng là làm thế nào để những nhân tài sáng tạo (nerd) và nhà đầu tư mạo hiểm (angel investors) lựa chọn đến đó khởi nghiệp.

- Tại thung lũng Silicon Valley người ta luôn nhấn mạnh đến vai trò quan trọng của ***cơ chế tư nhân***, Silicon Valley không hình thành bởi học thuật, ngành công nghiệp hay thậm chí nguồn vốn của chính phủ Mỹ. Thung lũng Silicon là tác phẩm

của con người và các mối quan hệ mà ông Terman nuôi dưỡng cẩn thận giữa các khoa trong trường Stanford và các lãnh đạo ngành. Đây cũng là gốc rễ thành công của Thung lũng Silicon, và đây đã trở thành văn hóa của Thung lũng Silicon sau này.

Như vậy, qua những phân tích trên chúng tôi thấy rằng để phát triển thành công một Silicon Valley, thì cần các điều kiện cốt lõi:



Sơ đồ mô hình gốc của Silicon Valley – Mỹ

- Kiến trúc sư trưởng: Các Silicon Valley thành công trên thế giới đều có những cá nhân có tầm nhìn chiến lược, có uy tín trong giới khoa học kỹ thuật, đóng vai trò kiến trúc sư trưởng dẫn dắt và thúc đẩy sự phát triển. Họ thường là các nhà khoa học, giáo sư, giảng viên của các trường đại học khoa học kỹ thuật danh tiếng. Là các nhà khoa học nhưng họ đều gắn liền với hoạt động của các doanh nghiệp công nghệ: Là người tạo dựng và thúc đẩy được các mối quan hệ giữa các khoa ngành trong trường học với các lãnh đạo ngành và doanh nghiệp khởi nghiệp.

- Trường đại học Khoa học Kỹ thuật: Các Silicon Valley thành công trên thế giới đều phải gắn liền với một trường đại học khoa học kỹ thuật danh tiếng, hàng đầu của quốc gia đó với các chuyên ngành *Kỹ thuật, Khoa học Máy tính, Kỹ thuật Điện tử, Khoa học Môi trường, Kỹ thuật Hạt nhân, Hàng không vũ trụ, Khoa học Vật liệu, Kỹ thuật Hóa học, Kỹ thuật Cơ khí…* và thường phải là các trường có truyền thống lâu đời để hấp dẫn với tất cả các người giỏi trong và ngoài quốc gia đó về giảng dạy,

học tập; ở đó luôn là nơi tập trung những người giỏi nhất, giới tinh hoa về Khoa học kỹ thuật của quốc gia đó. Đây là nguồn cung cấp nhân lực chất lượng cao dồi dào cho khu công nghệ cao/hoặc các HSTKNĐMST.

- Doanh nghiệp dẫn dắt: Các Silicon Valley thành công trên thế giới đều phải gắn liền với một vài doanh nghiệp công nghệ tên tuổi có vai trò dẫn dắt, là mô hình chuẩn cho hoạt động của khu công nghệ cao/ hoặc các HSTKNĐMST. Các doanh nghiệp này có đặc điểm của một công ty khởi nghiệp sáng tạo sinh ra từ trường đại học khoa học kỹ thuật danh tiếng, hoặc người sáng lập có xuất thân từ các trường đại học này.

- Quỹ đầu tư mạo hiểm: Vai trò của Quỹ đầu tư mạo hiểm là không thể thiếu đối với sự phát triển của một Silicon Valley. Hầu hết các quỹ đầu tư mạo hiểm của các Silicon Valley cũng từ đây mà sinh ra, bởi vì người trở nên giàu có nhờ khởi nghiệp sẽ lại đầu tư tiền vào các công ty khởi nghiệp. Những người này, ngoài việc có năng lực tài chính, họ còn có kinh nghiệm, trải nghiệm trong việc khởi nghiệp, đổi mới, cũng như có đủ lòng nhân từ, sự hào phóng, tính lý trí và mạng lưới quan hệ, uy tín trong giới để có thể giúp đỡ hiệu quả cho các doanh nghiệp được đầu tư.

Nhìn vào Việt Nam, các khu công nghệ cao tại Việt Nam đã đáp ứng các điều kiện cần để tạo ra một Silicon Valley chưa, đặc biệt là có vai trò thúc đẩy phát triển của hệ thống các trường đại học hay chưa?

III. Các khu công nghệ cao của Việt Nam

3.1. Việt Nam có 03 khu công nghệ cao chính tại các thành phố trực thuộc TW:

+ Khu CNC Hòa Lạc, Hà Nội – 1998;

+ Khu CNC TP. Hồ Chí Minh - 2002;

+ Khu CNC Đà Nẵng – 2010.

3.2. Có thể thấy các khu Công nghệ cao tại Việt Nam chưa đáp ứng được một số điều kiện cần để tạo ra một Silicon Valley như sau:

+ Kiến trúc sư trưởng: Cả 03 khu công nghệ cao Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng đều chưa có Kiến trúc sư trưởng, hoặc có thì vai trò không rõ nét;

+ Trường đại học Khoa học Kỹ thuật: Cả 03 khu công nghệ cao Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng đều chưa gắn liền với trường đại học Khoa học Kỹ thuật danh tiếng, hàng đầu của Việt Nam (Khu CNC Hòa Lạc, hơn một năm trở lại đây mới có một số khoa, bộ môn liên quan Khoa học, Kỹ thuật của Đại học Quốc gia đưa một phần sinh viên lên);

+ Doanh nghiệp dẫn dắt: Cả 03 khu công nghệ cao Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng đều chưa rõ vai trò của doanh nghiệp dẫn dắt. Khu CNC Hòa Lạc có FPT hoạt

động trong lĩnh vực gia công phần mềm, Viện nghiên cứu phát triển Viettel. Khu CNC TP HCM có Intel, Samsung, Nidec chủ yếu hoạt động gia công lắp ráp, đóng gói, FPT mảng gia công phần mềm. Khu CNC Đà Nẵng có 07 doanh nghiệp FDI chủ yếu hoạt động gia công lắp ráp, đóng gói. *Các công ty này đều không có đặc điểm của một công ty khởi nghiệp sáng tạo sinh ra từ trường đại học khoa học kỹ thuật danh tiếng như đã phân tích ở trên*;

+ Quỹ đầu tư mạo hiểm: Cả 03 khu công nghệ cao Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng đều chưa rõ vai trò của quỹ đầu tư mạo hiểm, hoặc có nhưng chưa đủ lớn.

3.3. Quan điểm các chuyên gia đầu ngành về các Khu CNC tại Việt Nam

Đồng quan điểm trên, các chuyên gia, nhà khoa học đầu ngành tại Việt Nam đã tổ chức tọa đàm "Nâng cao hiệu quả hoạt động và phát huy vai trò của Khu Công nghệ cao trong chiến lược phát triển khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo đến năm 2030" ngày 16/5/2023, tại Thành phố Hồ Chí Minh. Tại tọa đàm, các nhà khoa học cho biết: xét trong bối cảnh toàn cầu hóa, nhất là trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, sự phát triển của các Khu công nghệ cao tại Việt Nam ***chưa tạo ra động lực mạnh mẽ*** để thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững. Nhiều hạn chế được các đại biểu đề cập, trong đó có:

+ Thiếu các chuyên gia đầu ngành dẫn dắt;

+ Năng lực nghiên cứu ứng dụng của các viện nghiên cứu, trường đại học còn khiêm tốn, trường đại học chưa phải là chủ thể nghiên cứu mạnh;

+ Năng lực hấp thụ công nghệ, đổi mới công nghệ, đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp trong nước còn nhiều bất cập…

Vậy muốn phát triển thành công khu công nghệ cao hay một Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình, thì Ninh Bình phải ***khắc phục được tất cả các hạn chế nêu trên*** *của các Khu công nghệ cao tại Việt Nam ! Và làm tốt được việc Xây dựng mạng lưới trường đại học để thúc đẩy sự phát triển Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của Tỉnh.*

IV. Để phát triển thành công HSTKNĐMST, Ninh Bình cần thực hiện như thế nào

4.1. Xác định được Kiến trúc sư trưởng

Kiến trúc sư trưởng cho sự phát triển của HSTKNĐMST quốc tế tại Ninh Bình sẽ là cá nhân có tầm nhìn chiến lược, có uy tín trong giới khoa học kỹ thuật, đóng vai trò kiến trúc sư trưởng dẫn dắt và thúc đẩy sự phát triển. Họ thường là các nhà khoa học, giáo sư, giảng viên của các trường đại học khoa học kỹ thuật danh tiếng. Là các nhà khoa học nhưng họ đều gắn liền với hoạt động của các doanh nghiệp công nghệ: Là người tạo dựng và thúc đẩy được các mối quan hệ giữa các khoa ngành trong trường học với các lãnh đạo ngành và doanh nghiệp khởi nghiệp.

4.2. Xây dựng mạng lưới các Trường đại học/Viện nghiên cứu

Các Silicon Valley thành công trên thế giới đều phải gắn liền với một trường đại học danh tiếng, hàng đầu của quốc gia đó với các chuyên ngành *Khoa học, Kỹ thuật, Kinh doanh, Nghệ Thuật…* và thường phải là các trường có truyền thống lâu đời để hấp dẫn với tất cả các người giỏi trong và ngoài quốc gia đó về giảng dạy, học tập.

4.3. Tạo điều kiện cho các Doanh nghiệp dẫn dắt

Như đã phân tích, các doanh nghiệp dẫn dắt phải có đặc điểm của một công ty khởi nghiệp sáng tạo sinh ra từ trường đại danh tiếng, hoặc người sáng lập có xuất thân từ các trường đại học này.

4.4. Cần tìm được Quỹ đầu tư mạo hiểm

Như đã phân tích, vai trò của Quỹ đầu tư mạo hiểm là không thể thiếu đối với sự phát triển của một Silicon Valley. Cần có sự kết nối các quỹ đầu tư mạo hiểm trong và ngoài nước, các doanh nghiệp lớn của tỉnh và các chủ doanh nghiệp thành đạt trong lĩnh vực Khoa học công nghệ. Ngoài ra khi hoạt động, các quỹ đầu tư sẽ sinh ra giống như quy luật hoạt động của các Silicon Valley khác trên thế giới.

4.5. Ngoài ra cần xác định việc phát triển quy mô của HSTKNĐMST Ninh Bình tăng dần theo quy mô của sự phát triển của các công nghệ và các doanh nghiệp khởi nghiệp (startup) như: Vùng lõi; Vùng mở rộng; Vùng đệm

- **Vùng lõi**: sẽ là một trung tâm đổi mới sáng tạo hoàn chỉnh, sẽ gồm một hoặc nhiều tòa nhà được xây dựng tập trung và gắn kết với nhau, kết hợp với các không gian xanh (tạo môi trường năng động cho công việc sáng tạo khoa học kỹ thuật) để hình thành một hạ tầng đầy đủ giúp trường đại học, doanh nghiệp dẫn dắt, quỹ đầu tư và doanh nghiệp đổi mới sáng tạo với quy mô có thể chưa lớn, nhưng phải đầy đủ các tính chất của một Silicon Valley như đã nêu và hoạt động được ngay (có thể trên dưới một năm). Giai đoạn phát triển vùng lõi, song song sẽ xây dựng tại Vùng đệm một vài tiện ích cơ bản nhất về nhà ở cho thuê, y tế, giáo dục, giải trí… để phục vụ nhu cầu kịp thời cho người lao động tại vùng lõi.

- **Vùng mở rộng:** các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo của vùng lõi, khi phát triển đủ lớn về quy mô thì có thể được bố trí xây dựng phát triển tại vùng mở rộng này. Ngoài ra các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo trên khắp cả nước có nhu cầu và đáp ứng đủ điều kiện sẽ được đầu tư phát triển tại đây. Giai đoạn phát triển vùng mở rộng, song song sẽ xây dựng tại Vùng đệm các tiện ích hoàn chỉnh về nhà ở, y tế, giáo dục, giải trí… để phục vụ cho người lao động tại Vùng mở rộng; người lao động có thể mua nhà để định cư lâu dài và hưởng các dịch vụ, tiện ích cao hơn.

- **Vùng đệm:** Nằm giữa Vùng lõi và Vùng mở rộng, gồm các tiện ích về nhà ở, y tế, giải trí, cây xanh…cho toàn khu công nghệ cao và xây dựng theo nhu cầu của

các giai đoạn của Vùng lõi và Vùng mở rộng. Giai đoạn đầu, khi chỉ có Vùng lõi, chỉ xây dựng các tiện ích cơ bản nhất về nhà ở cho thuê, y tế, giáo dục, giải trí phục vụ kịp thời cho người lao động tại Vùng lõi; Giai đoạn tiếp theo, sẽ đáp ứng về nhu cầu cao hơn về nhà ở, y tế, giải trí, giáo dục… cho người lao động tại Vùng mở rộng và toàn HSTKNĐMST/khu công nghệ cao.

4.6. Khu công nghệ cao Ninh Bình sẽ phát triển công nghệ mới

Chuyển đổi số; Trí tuệ nhân tạo (AI); Internet vạn vật (IoT); Công nghệ Y, Sinh học; Công nghệ tài chính (Fintech); Vũ khí thông minh thế hệ mới; Công nghệ điện ảnh; Công nghệ bán dẫn;…

V. Vậy làm thế nào để kết nối được mạng lưới các Trường đại học hàng đầu trong và ngoài nước để khởi tạo và thúc đẩy phát triển HSTKNĐMST Ninh Bình?

5.1. Phát triển HSTKNĐMST phải gắn liền với các Trường đại học danh tiếng

Các Silicon valley thành công trên thế giới đều phải gắn liền với một hoặc nhiều trường đại học danh tiếng, hàng đầu của quốc gia đó:

- Thực tế cho thấy các Silicon Valley/ HSTKNĐMST thành công trên thế giới đều phải gắn liền với một hoặc nhiều trường đại học danh tiếng, hàng đầu của quốc gia đó với các chuyên ngành *Khoa học, Kỹ thuật, Kinh doanh, Nghệ Thuật…* và thường phải là các trường có truyền thống lâu đời để hấp dẫn với tất cả các người giỏi trong và ngoài quốc gia đó về giảng dạy, học tập.

- Trước hết, Ninh Bình cần mời được các Trường Đại học trong nước có danh tiếng về các lĩnh vực như: lĩnh vực Khoa học kỹ thuật - mời Đại học Bách khoa Hà Nội; lĩnh vực Xây dựng nghệ thuật - mời trường Đại học Kiến trúc, trường Đại học Sân Khấu Điện Ảnh; lĩnh vực Kinh tế - mời trường Đại học Ngoại Thương, trường Đại học Kinh tế Quốc dân; … để phát triển được các ngành công nghiệp mang tính đổi mới sáng tạo tương ứng. Tùy theo thực tế của mỗi trường và mỗi ngành để mời các trường theo hình thức về mở cơ sở 2 hoặc phân hiệu, và xin thêm chỉ tiêu tuyển sinh hoặc ít nhất là các học kỳ thực tập tại HSTKNĐMST quốc tế Ninh Bình.

- Một câu hỏi là liệu sinh viên ưu tú có lựa chọn học Đại học Bách khoa, Đại học Kiến Trúc, Đại học Ngoại thương…cơ sở 2 tại Ninh Bình hay không ?

Về bản chất sinh viên của các trường Đại học tại Hà Nội hiện nay hầu hết đều đến từ các tỉnh thành của cả nước, không nhiều sinh viên là người Hà Nội. Do đó việc họ chọn học/thực tập ở Hà Nội hay Ninh Bình cũng không khác nhau nhiều. Đặc biệt, cơ sở 2 tại Ninh Bình lại được đặt trong một Silicon Valley hoặc gắn liền với một HSTKNĐMST với những điều kiện lý tưởng, được tiếp xúc với những doanh nghiệp, những con người hàng đầu về các lĩnh vực như Khoa học,

Kỹ thuật, Nghệ thuật… của đất nước thì chắc chắn sẽ có sức hút được các sinh viên ưu tú lựa chọn và gắn bó.

5.2. Xác định rõ mối quan hệ giữa mạng lưới các trường đại học và HSTKNĐMST là một mô hình cộng sinh

- Trường đại học/Viện nghiên cứu sẽ cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao. *Sinh viên:* Là những người trẻ tuổi, giàu năng lượng và sáng tạo, sinh viên mang đến những ý tưởng mới mẻ, những góc nhìn khác biệt. *Giảng viên, nhà nghiên cứu:* Với kiến thức chuyên sâu và kinh nghiệm nghiên cứu, họ đóng vai trò cố vấn, hướng dẫn và hỗ trợ cho các dự án đổi mới sáng tạo.

- Trường đại học/Viện nghiên cứu sẽ là môi trường nghiên cứu và phát triển công nghệ, là nơi cung cấp, chuyển giao công nghệ cho Doanh nghiệp khởi nghiệp tại HSTKNĐMST; *Các phòng thí nghiệm, trung tâm nghiên cứu*: Cung cấp cơ sở vật chất hiện đại để thực hiện các dự án nghiên cứu, thử nghiệm và phát triển sản phẩm mới; *Môi trường học thuật:* Tạo điều kiện cho việc trao đổi, chia sẻ kiến thức, thúc đẩy hợp tác giữa các nhà nghiên cứu, sinh viên và doanh nghiệp. *Kết nối giữa trường đại học và doanh nghiệp*: Giúp các ý tưởng nghiên cứu được thương mại hóa, tạo ra giá trị kinh tế. Qua đó sẽ kết nối và mời các trường đại học/ viên nghiên cứu xin thêm chỉ tiêu tuyển sinh, mở phân hiệu tại Ninh Bình, hoặc ít nhất là các học kỳ thực tập tại HSTKNĐMST của Ninh Bình;

- Trường đại học/Viện nghiên cứu là nơi tạo ra mạng lưới hợp tác quốc tế với các viện nghiên cứu, trường đại học quốc tế khác. *Hợp tác với các trường đại học và viện nghiên cứu trên thế giới:* Giúp nâng cao năng lực nghiên cứu, tiếp cận với các công nghệ tiên tiến và mở rộng cơ hội hợp tác

- HSTKNĐMST là đối tác lớn và tiềm năng tiếp nhận sản phẩm đầu ra (Sinh Viên, sản phẩm nghiên cứu khoa học…) của các Trường đại học/ viện nghiên cứu.

- HSTKNĐMST là môi trường lý tưởng, chất lượng cao hàng đầu để các Trường đại học/ viện nghiên cứu trong đưa sinh viên thực tập tại đây, thông qua đây sẽ và thu hút được các nhân sự chất lượng và giữ chân được những người muốn gắn bó lâu dài tại đây.

- HSTKNĐMST là động lực để các Trường/ viện nghiên cứu đổi mới mô hình quản lý và đào tạo, xây dựng văn hóa đổi mới sáng tạo: Tạo môi trường làm việc sáng tạo, khuyến khích tinh thần khởi nghiệp, linh hoạt trong việc xây dựng chương trình đào tạo. Tăng cường nhận thức về tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo, khuyến khích sự tham gia của toàn thể cán bộ, giảng viên và sinh viên.

5.3. Tổ chức các hoạt động kết nối hoạt động của HSTKNĐMST và hệ thống các Trường đại học/ Viện nghiên cứu định kỳ và liên tục:

- *Xây dựng cộng đồng khởi nghiệp:* Tạo ra một cộng đồng khởi nghiệp sôi động, nơi các startup có thể chia sẻ kinh nghiệm, tìm kiếm đối tác và hỗ trợ lẫn nhau.

- *Hội thảo, hội nghị:* Tổ chức các hội thảo, hội nghị để các thành viên trong mạng lưới chia sẻ kinh nghiệm, học hỏi lẫn nhau.

- *Cuộc thi khởi nghiệp:* Tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp để tạo ra sân chơi cho các ý tưởng sáng tạo và thu hút sự tham gia của các nhà nghiên cứu, các nhà đầu tư mạo hiểm....

- *Chương trình trao đổi sinh viên, nghiên cứu sinh:* Tạo điều kiện cho sinh viên, nghiên cứu sinh có cơ hội trao đổi, học tập và làm việc tại các trường đại học, viện nghiên cứu khác và vườn ươm của HSTKNĐMST, doanh nghiệp khởi nghiệp của tỉnh. Thông qua việc này để kết nối và mời các trường đại học/ viện nghiên cứu xin thêm chỉ tiêu tuyển sinh, mở phân hiệu tại Ninh Bình, hoặc ít nhất là các học kỳ thực tập tại HSTKNĐMST của Ninh Bình

5.4. Xây dựng các chương trình hợp tác cụ thể và triển khai một cách hiệu quả:

- *Hợp tác với các tổ chức quốc tế:* Tìm kiếm sự hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế để mở rộng mạng lưới hợp tác và tiếp cận các nguồn lực toàn cầu phục vụ cho HSTKNĐMST, doanh nghiệp khởi nghiệp của tỉnh.

- *Hợp tác nghiên cứu:* Khuyến khích các trường đại học, viện nghiên cứu khu vực Hà Nội tham gia mạng lưới để cùng nhau thực hiện các dự án nghiên cứu chung theo đơn đặt hàng của các Doanh nghiệp khởi nghiệp, vườn ươm của HSTKNĐMST của tỉnh. Qua việc này để kết nối và mời các trường đại học/ viên nghiên cứu xin thêm chỉ tiêu tuyển sinh, mở phân hiệu tại Ninh Bình, hoặc ít nhất là các học kỳ thực tập tại HSTKNĐMST của Ninh Bình và sẽ có những chính sách thu hút, giữ chân các nhân sự chất lương cao về làm việc tại đây.

- *Hợp tác chuyển giao công nghệ:* Tạo điều kiện thuận lợi cho việc chuyển giao công nghệ từ các trường đại học, viện nghiên cứu đến các Doanh nghiệp khởi nghiệp.

- *Hợp tác đào tạo:* Phát triển các chương trình đào tạo chung, các khóa học ngắn hạn để nâng cao năng lực cho các cán bộ, giảng viên và sinh viên. Qua việc này để kết nối và mời các trường đại học/ viên nghiên cứu xin thêm chỉ tiêu tuyển sinh, mở phân hiệu tại Ninh Bình, hoặc ít nhất là các học kỳ thực tập tại HSTKNĐMST của Ninh Bình

VI. Kết luận

Giải pháp thúc đẩy để kết nối mạng lưới các Trường đại học/Viện nghiên cứu trong và ngoài nước đóng vai trò là hạt nhân trong việc thúc đẩy phát triển Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trước khi thanh một Khu công nghệ cao. Khi các

Trường đại học/Viện nghiên cứu phát huy được hết tiềm năng của mình, các HSTKNĐMST sẽ trở thành động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội của Khu công nghệ cao/ hoặc một tỉnh/ hay một đất nước.

Để thúc đẩy phát triển hiệu quả HSTKNĐMST quốc tế tại Ninh Bình, Tỉnh cần:

- Tham khảo phương pháp luận và mô hình phát triển đã thành công của một HSTKNĐMST/ Silicon Valley của các nước như Hàn Quốc, Trung Quốc, Đài Loan…;

- Xây dựng cộng đồng khởi nghiệp sôi động, nơi các startup có thể chia sẻ kinh nghiệm, tìm kiếm đối tác và hỗ trợ lẫn nhau. Tổ chức các hoạt động kết nối hoạt động của HSTKNĐMST và hệ thống các Trường đại học/Viện nghiên cứu. Qua việc này để kết nối và mời các trường đại học/ viên nghiên cứu xin thêm chỉ tiêu tuyển sinh, mở phân hiệu tại Ninh Bình, hoặc ít nhất là các học kỳ thực tập tại HSTKNĐMST của Ninh Bình;

- Xây dựng các chương trình hợp tác cụ thể: Tìm kiếm sự hỗ trợ từ các tổ chức quốc tế để mở rộng mạng lưới hợp tác và tiếp cận các nguồn lực toàn cầu phục vụ cho HSTKNĐMST, doanh nghiệp khởi nghiệp của Ninh Bình;

- Xây dựng cơ chế chính sách hỗ trợ cụ thể: ưu đãi về tài chính riêng, ưu đãi hỗ trợ về hạ tầng đặc thù riêng, ưu đãi về thuế, nhà ở … để thu hút nhân lực chất lượng cao về phục vụ cho HSTKNĐMST, doanh nghiệp khởi nghiệp của tỉnh./.

Tài liệu tham khảo:

TT	Tên bài báo	Đường link	QR Code
1	Lược sử Thung lũng Silicon	https://tiasang.com.vn/khoa-hoc-cong-nghe/luoc-su-thung-lung-silicon-985/	
2	Silicon Valley	https://en.wikipedia.org/wiki/Silicon_Valley	
3	Hewlett-Packard	https://vi.wikipedia.org/wiki/Hewlett-Packard	
4	Intel	https://en.wikipedia.org/wiki/Intel	
5	How to Be Silicon Valley	https://paulgraham.com/siliconvalley.html	
6	Daedeok Innopolis	https://en.wikipedia.org/wiki/Daedeok_Innopolis	
7	Hsinchu Science Park	https://en.wikipedia.org/wiki/Hsinchu_Science_Park	
8	Zhongguancun	https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%AD%E5%85%B3%E6%9D%91#%E5%8F%91%E5%B1%95%E5%8E%86%E7%A8%8B	
9	How did Zhongguancun become China's Silicon Valley?	https://www-linkedin-com.translate.goog/pulse/how-did-zhongguancun-become-chinas-silicon-?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=vi&_x_tr_hl=vi&_x_tr_pto=wapp	
10	Zhongguancun: Beijing's innovation hub is at the centre of China's aim to become a tech powerhouse	https://www.scmp.com/tech/start-ups/article/2172713/zhongguancun-beijings-innovation-hub-centre-chinas-aim-become-tech	

11	Khó khăn trong thu hút đầu tư tại Khu công nghệ cao Hòa Lạc	https://nhandan.vn/kho-khan-trong-thu-hut-dau-tu-tai-khu-cong-nghe-cao-hoa-lac-post751295.html	
12	Nâng cao năng lực nội sinh cho các Khu Công nghệ cao	https://nhandan.vn/nang-cao-nang-luc-noi-sinh-cho-cac-khu-cong-nghe-cao-post752957.html	
13	Không thể ‘sao chép’ Thung lũng Silicon	https://vietnamnet.vn/khong-the-sao-chep-thung-lung-silicon-i404970.html	
14	Làm thế nào để trở thành Thung lũng Silicon?	https://nic.gov.vn/thu-vien-kien-thuc/bai-viet-chuyen-mon/lam-the-nao-de-tro-thanh-thung-lung-silicon/	

Phân tích ma trận SWOT- cơ hội/thách thức/điểm yếu/điểm mạnh xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo (KNĐMST) tại tỉnh Ninh Bình

Vũ Tuấn Anh

Phó Tổng Giám đốc Công ty Dr SME

Hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo Việt Nam đã bước sang năm thứ 10 nếu tính từ lần đầu tiên Techfest 2015. Trong gần 10 năm hàng trăm tỷ đã được đầu tư vào các hoạt động thúc đẩy và hỗ trợ khởi nghiệp tuy nhiên kết quả thực sự tạo ra cho nền kinh tế và tăng trưởng của Việt Nam vẫn chưa được làm rõ. Các trung tâm KNĐMST được hình thành và phát triển rất giống nhau về hình thức, hoạt động cũng như các kết quả tạo ra trên cả nước. Các kết quả đó tốt về số lượng nhưng chất lượng lại là một dấu hỏi. Để một hệ sinh thái KNĐMST tạo ra giá trị cho địa phương cần phải làm Đúng về chiến lược và làm CHUẨN thực thi. Trong hai mục tiêu đó, làm đúng về chiến lược là quan trọng nhất cho thúc đẩy hệ sinh thái KNĐMST. Mỗi một địa phương có những thế mạnh và cơ hội khác nhau. Do vậy phân tích ma trận SWOT cho hệ sinh thái KNĐMST là một điều kiện tiên quyết đảm bảo hệ sinh thái hoạt động hiệu quả sau này. Bài viết đưa ra phân tích SWOT và 10 hoạt động cần làm ngay để kiến tạo hệ sinh thái KNĐMST tại tỉnh Ninh Bình.

1. Các cơ hội cho tỉnh xây dựng hệ sinh thái KNĐMST tại Ninh Bình

1.1. Tăng trưởng và phát triển kinh tế Việt Nam

Tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam trong những năm gần đây đã đạt được những thành tựu ấn tượng, nhờ vào sự ổn định chính trị, cải cách kinh tế và hội nhập quốc tế. Các chỉ số kinh tế như xuất khẩu, tăng trưởng, đầu tư quốc tế đều đạt kết quả khả quan. Các ngành như công nghiệp chế biến, chế tạo, xuất khẩu, và dịch vụ đều đóng góp quan trọng vào tăng trưởng GDP. Đặc biệt, Việt Nam đã tận dụng tốt các hiệp định thương mại tự do (FTA) và các mối quan hệ quốc tế chiến lược với các quốc gia để mở rộng thị trường và thu hút đầu tư nước ngoài. Để duy trì tăng trưởng bền vững, Việt Nam cần tiếp tục cải cách, đầu tư vào công nghệ, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và phát triển các ngành kinh tế xanh, bền vững hơn. Đây cũng chính là một yếu tố quan trọng thuận lợi thúc đẩy hình thành trung tâm KNĐMSTtầm cỡ quốc tế tại tỉnh.

1.2. Sự chững lại của các trung tâm đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trên cả nước

KNĐMST tại Việt Nam bắt đầu từ năm 2016 cho tới nay. Trong 8 năm phát triển hệ sinh thái đang có nhiều dấu hiệu chững lại về phát triển như 01-Thiếu đi các hoạt động tạo giá trị cao như vốn mồi, đào tạo chuyên sâu 02-Các hoạt động nhàm

chán lặp đi lặp lại trên nhiều đơn vị tỉnh thành 03-Thiếu đi các trung tâm và chương trình hỗ trợ sâu khởi nghiệp cho một ngành cụ thể ví dụ thực phẩm, du lịch hay nông nghiệp 04- Thiếu chương trình đào tạo phát triển chuyên gia sâu cho các ngành 05- Nhiều trung tâm – hub đổi mới sáng tạo chết lâm sàng trên thực tế. Từ những vấn đề này, Việt Nam rất cần một làn gió mới về đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp

1.3. Đầu tư quốc tế

Trong những năm gần đây, Việt Nam đang nổi lên trên nền kinh tế toàn thế giới như là một điểm đến quan trọng. Các ngành mà thế giới quan tâm như vi mạch, năng lượng tái tạo, sản xuất công nghiệp, nông nghiệp v/v đều được chính phủ Việt Nam tạo điều kiện kêu gọi đầu tư. Việc đầu tư vào các ngành này từ vốn quốc tế cho Việt Nam sẽ là động lực quan trọng nếu Ninh Bình chủ động tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, đáp ứng nhu cầu và đòi hỏi của thị trường đầu tư quốc tế. Trung tâm KNĐMST sẽ là một trụ cột quan trọng kiến tạo dẫn dắt và duy trì những thế mạnh của tỉnh

1.4. Cần thiết có một trung tâm KNĐMST thứ hai tại khu vực Miền Bắc

Nhìn từ hiện trạng KNĐMST phía Nam có rất nhiều địa phương cùng thúc đẩy đổi mới sáng tạo như TP HCM, Bình Dương, Cần Thơ. Nhu cầu có ít nhất hai địa phương như vậy ở phía Bắc bên cạnh anh cả - Hà Nội dẫn dắt hệ sinh thái. Rất cần một địa phương có tầm nhìn và khát vọng xây dựng một trung tâm tầm cỡ quốc tế để cùng cộng hưởng và song hành với Hà Nội hướng tới kiến tạo toàn bộ miền Bắc trở thành một trụ cột quan trọng cho Việt Nam.

1.5. Cơ hội từ hợp tác quốc tế trong KNĐMST

Trong những năm gần đây, rất nhiều cơ hội hợp tác quốc tế giữa Việt Nam và các quốc gia cũng như các trung tâm trên cả thế giới. Việt Nam cũng có rất nhiều hoạt động hỗ trợ kết nối quốc tế với Hàn Quốc, Singapore, Nhật v/v. Các tỉnh và các đơn vị cần tận dụng các cơ hội này thúc đẩy các cơ hội hợp tác quốc tế xây dựng năng lực và hoạt động KNĐMST.

2. Các thách thức cho tỉnh xây dựng hệ sinh thái KNĐMST tại Ninh Bình

2.1. Các địa phương thúc đẩy mạnh KNĐMST

Cho dù có nhiều hạn chế chưa tốt nhưng các tỉnh và địa phương trên cả nước vẫn đầu tư thúc đẩy hệ sinh thái KNĐMST. Các địa phương dẫn đầu như Hà Nội, TP HCM và Đà Nẵng vẫn duy trì và đảm bảo các hoạt động cũng như các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp quan trọng. Đà Nẵng vẫn đảm bảo tam giác hỗ trợ đào tạo- cuộc thi và sự kiện khởi nghiệp hàng năm –Surf. TP HCM vẫn duy trì và hoạt động tốt hai sự kiện khởi nghiệp lớn đó là WHISE và INNOEX hàng năm. TP Hà Nội vẫn duy trì các hoạt động và chương trình lớn trong hệ sinh thái. Các địa phương này là những đơn vị dẫn đầu và đang sở hữu các nguồn lực đáng kể từ tư nhân, nhà nước và cộng

đồng. Các lợi thế dẫn đầu này là những thách thức vô cùng lớn cho các tỉnh thành đi sau xây dựng hệ sinh thái.

2.2. Các hệ sinh thái KNĐMST chuyên ngành

Sau một thời gian phát triển 3- 5 năm, hiện tại hệ sinh thái KNĐMST ở Việt Nam bắt đầu hướng tới xây dựng các hệ sinh thái chuyên ngành – tập trung vào một ngành hẹp hay một sản phẩm hẹp trên thị trường. Ví dụ , Thái Nguyên đang thúc đẩy cho chuyển đổi số nông nghiệp và chè là sản phẩm của tỉnh. Quảng Nam đang thúc đẩy hệ sinh thái dược liệu lấy sâm Ngọc Linh là sản phẩm chủ đạo và cốt lõi. Bến Tre đã và đang xây dựng hệ sinh thái quanh sản phẩm nông nghiệp và cây dừa. Bình Dương đang thúc đẩy hệ sinh thái cho sản xuất xanh, thông minh và bền vững. Các hệ sinh thái chuyên ngành này có những lợi thế quan trọng như cung cấp tri thức, dịch vụ và gọi vốn chuyên sâu cho các lĩnh vực liên quan.

2.3. Tích hợp KNĐMST và chuyển đổi số - chuyển đổi xanh / bền vững

Xu hướng hiện nay cho khởi nghiệp đó là tích hợp các đòi hỏi của kinh doanh trong tương lai như chuyển đổi số, chuyển đổi xanh và phát triển bền vững. Rõ ràng các vấn đề này sẽ được hỗ trợ tốt hơn tại các địa phương như Hà Nội, Đà Nẵng và TP HCM. Các quỹ rót vốn khởi nghiệp đang tập trung cho các lĩnh vực này tại Việt Nam. Tỉnh Ninh Bình có khả năng yếu hơn trong các lĩnh vực này là một bất lợi trong xây dựng hệ sinh thái KNĐMST

2.4. Hệ sinh thái KNĐMST số toàn cầu

Trong khoảng ba năm gần đây, các trung tâm và chương trình hỗ trợ KNĐMST ảo phát triển rất mạnh trên thế giới. Lý do quan trọng đó là hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp chủ yếu là đào tạo , cố vấn và tư vấn cũng như kết nối. Các hoạt động này hầu như có thể diễn ra trên nền tảng số rất hiệu quả với chi phí gần như zero. Các hoạt động này diễn ra rất nhiều và hiệu quả thông qua mạng xã hội chuyên nghiệp Linkedin nơi kết nối hàng trăm ngàn chuyên gia, giảng viên và tư vấn trên toàn thế giới cho các bạn trẻ khởi nghiệp.

2.5. Các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp và hoạt động kinh doanh toàn quốc

Trong thời gian qua, các , Ngành có nhiều chương trình hỗ trợ kinh doanh và khởi nghiệp trên toàn quốc. Các chương trình giúp cho việc xây dựng doanh nghiệp, thúc đẩy kinh doanh thương mại điện tử, kinh doanh xuyên biên giới . Bên cạnh đó cũng có nhiều chương trình hỗ trợ khởi nghiệp từ các tổ chức quốc tế. Các chương trình này đã giúp cho các bạn trẻ khởi nghiệp và vận hành doanh nghiệp hiệu quả. Các chương trình này tác động giảm nhu cầu sử dụng các dịch vụ hỗ trợ khởi nghiệp tại các địa phương.

3. Các điểm yếu nội tại trong xây dựng hệ sinh thái KNĐMST tại Ninh Bình

3.1. Thị trường nhỏ và xa cho KNĐMST

Thị trường với số người dùng đóng vai trò quan trọng nhất cho hoạt động thúc đẩy KNĐMST. Thị trường còn đóng vai trò quan trọng đối với các sản phẩm/ dịch vụ công nghệ cao. Thị trường B2B- thị trường doanh nghiệp ví dụ thị trường cho sản xuất thông minh hoặc nông nghiệp thông minh rất nhỏ tại tỉnh. Do vậy các trung tâm KNĐMST thường phải ngay tại hoặc gần thị trường khách hàng. Vị trí địa lý của tỉnh cũng cách xa hai thị trường lớn nhất cả nước là Hà Nội và TP HCM. Khoảng cách địa lý xa sẽ mang lại bất lợi về chi phí logisitc vận chuyển nguyên vật liệu cũng như sản phẩm tới khách hàng.

3.2. Hệ sinh thái hỗ trợ cho doanh nghiệp

Trong doanh nghiệp có khái niệm chuỗi giá trị. Một startup cần có một hệ sinh thái dịch vụ doanh nghiệp đầy đủ cho các hoạt động. Các dịch vụ này sẽ cung cấp đầu vào cho doanh nghiệp quan trọng như nhân lực, các dịch vụ doanh nghiệp như thuế, kế toán, đào tạo , tư vấn. Các đầu vào còn bao gồm trang thiết bị máy móc và các dịch vụ hỗ trợ. Ví dụ một startup nông nghiệp dễ dàng tìm một đơn vị cung ứng máy sấy lạnh và dịch vụ bảo hành. Nếu tại tỉnh thì các nhà cung cấp sẽ không đa dạng và có khả năng đáp ứng dịch vụ tốt như yêu cầu.

3.3. Đại học và cơ sở giáo dục

Hệ sinh thái KNĐMST đòi hỏi tam giác phát triển bao gồm Nhà nước- Nhà Trường và Doanh Nghiệp. Các cơ sở đại học và giáo dục của tỉnh đã tồn tại nhưng có những năng lực hạn chế so với các đại học tại Hà Nội, TP HCM và Đà Nẵng- những địa phương hàng đầu về KNĐMST. Tỉnh phải có các chương trình đầu tư nâng cấp cho hệ thống đại học và cơ sở giáo dục ít nhất cho những lĩnh vực quan trọng mà trung tâm KNĐMST tầm cỡ quốc tế tập trung. Các năng lực mà đại học và cơ sở giáo dục cần được đầu tư và phát triển đó là giảng viên, cơ sở vật chất cho nghiên cứu và phát triển cũng như nguồn tài chính cho các hoạt động giảng dạy , đào tạo và nghiên cứu.

3.4. Chảy máu nguồn nhân lực

Chảy máu nguồn nhân lực là một vấn đề xảy ra với tất cả các tỉnh ở Việt Nam khi các nhân lực trẻ chuyển lên học đại học tại các địa phương như Hà Nội, TP HCM , Đà Nẵng. Có thể nói tỉnh Ninh Bình hàng năm đã mất đi hàng ngàn nhân lực ưu tú khi các em học đại học ở các địa phương nói trên. Rất ít các bạn trẻ sau khi tốt nghiệp quay lại tỉnh. Nguồn chảy máu nhân lực thứ hai đó là các bạn khởi nghiệp thành công tại các tỉnh sau khi nhận hỗ trợ lại di chuyển tới các thành phố lớn do tại tỉnh không có thị trường đủ lớn và hấp dẫn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp.

3.5. Thiếu đội ngũ giảng viên – chuyên gia và tư vấn

Thiếu đi đội ngũ chuyên gia, giảng viên và tư vấn là khó khăn chung cho các tỉnh và địa phương toàn quốc. Trong quá khứ có vài chương trình đào tạo giảng viên

tuy nhiên chỉ được triển khai tại các địa phương như Hà Nội và TP HCM dẫn tới lực lượng giảng viên- chuyên gia các tỉnh không đươc phát triển đủ cho địa phương. Lý do quan trọng đó là khi tham dự các chương trình đào tạo tại Hà Nội và TP HCM sẽ đòi hỏi thêm các chi phí về di chuyển và ăn ở không được hỗ trợ cho các học viên từ các địa phương. Các địa phương không có lực lượng này sẽ gặp khó khăn triển khai các chương trình đào tạo nhân lực hệ thống , lâu dài và có kinh phí hiệu quả.

4. Các điểm mạnh nội tại xây dựng hệ sinh thái KNĐMST tại Ninh Bình

4.1. Vị trí địa lý thuận lợi

Ninh Bình có vị trí địa lý thuận lợi là trung tâm của các tỉnh xung quanh như Thanh Hóa, Hà Nam, Nam Định, Hòa Bình. Nhìn xa hơn nữa với hệ thống giao thông cao tốc, Ninh Bình tiếp giáp gián tiếp với các địa phương có thị trường và hoạt động kinh tế sôi động đó là Hà Nội, Hải Phòng, Hải Dương. Trong vòng bán kính 150 km, Ninh Bình có thể trở thành trung tâm thứ hai cạnh bên Hà Nội thúc đẩy một số ngành lĩnh vực kinh tế phù hợp đồng thời tiếp cận số lượng khách hàng tiềm năng trên 10 triệu dân tại các tỉnh và địa phương nói trên.

4.2. Lợi thế của người đi sau

Đi trước phát triển có thuận lợi nhưng cũng đối diện không ít khó khăn. Trong nguy có cơ khi Ninh Bình phát triển KNĐMST sẽ học được rất nhiều bài học đáng giá từ các địa phương khác. Quan trọng hơn nữa, tỉnh có thể xem những gì địa phương khác đang làm thì tránh ra tập trung vào những lĩnh vực quan trọng chưa có địa phương nào trên cả nước thực hiện. Người đi sau có những lợi thế chiến lược so với người đi trước nếu tư duy ngược hiệu quả. Cuối cùng, tỉnh có thể tranh thủ kết nối học tập từ những địa phương đang dẫn dầu các ngành để tranh thủ thời gian đi nhanh và hiệu quả cùng với tiết kiệm nguồn lực.

4.3. Sở hữu các tài sản chiến lược du lịch đắt giá

Ninh Bình có lợi thế đặc biệt quan trọng khi tỉnh sở hữu các tài sản du lịch chiến lược tầm cỡ quốc gia và quốc tế. Quần thể danh thắng Tràng An, được UNESCO công nhận là Di sản Thế giới, Ngoài ra, du khách còn có thể khám phá chùa Bái Đính – một trong những ngôi chùa lớn nhất Đông Nam Á, và cố đô Hoa Lư với lịch sử phong phú. Ninh Bình có thể định vị KNĐMST tập trung cho du lịch, di sản và làng nghề sáng tạo.

4.4. Các tập đoàn kinh tế mạnh

Ninh Bình là nơi hình thành nhiều tập đoàn và công ty mạnh hoạt động trên cả nước trong nhiều lĩnh vực. Các công ty và tập đoàn này sẽ là hạt nhân quan trọng hỗ trợ và thúc đẩy hệ sinh thái KNĐMST non trẻ của tỉnh. Các hoạt động hỗ trợ có thể từ hỗ trợ kỹ thuật và hỗ trợ tài chính cho cả hệ sinh thái và các doanh nghiệp khởi nghiệp.

4.5. Quyết tâm của lãnh đạo

Xây dựng hệ sinh thái KNĐMST sẽ gặp rất nhiều khó khăn trong việc lập chiến lược, huy động nguồn lực, phát triển năng lực, triển khai hiệu quả, đánh giá và

hiệu chỉnh. Tất cả những nhiệm vụ đó không thể hoàn thành nếu như không có sự quyết định , quyết đoán , quyết tâm và quyết chí của tập thể lãnh đạo cao nhất trong tỉnh. Đây chính là sức mạnh của tỉnh Ninh Bình vượt qua mọi khó khăn và thách thức.

5. Mười việc việc cần làm ngay xây dựng hệ sinh thái KNĐMST

5.1. Định vị vùng cho hệ sinh thái KNĐMST Ninh Bình

Vị trí địa lý của Việt Nam bao gồm 63 tỉnh dẫn tới sự manh mún thiếu tập trung cho KNĐMST về phương diện vốn, con người, hạ tầng kỹ thuật. Quan trọng nhất đó là thị trường quá nhỏ bé đặc biệt đối với các giải pháp và sản phẩm công nghệ đòi hỏi số lượng người dùng thông thái đủ lớn. Ninh Bình cần định vị là trung tâm của vùng Nam Bắc Bộ với các tỉnh cạnh như Hà Nam, Nam Định, Hòa Bình và Thanh Hóa.

5.2. Đào tạo phát triển hệ sinh thái giảng viên- chuyên gia - tư vấn cho tỉnh

Năm 1945, Bác Hồ đã thành lập Đội Tuyên Truyền Giải Phóng Quân tiền đề của Quân Đội Nhân Dân Việt Nam. Trong 10 năm qua, các tỉnh thành hoạt động kém hiệu quả về KNĐMST do lý do quan trọng đó là thiếu hệ sinh thái giảng viên- chuyên gia – tư vấn nội tại của tỉnh. Các chuyên gia từ bên ngoài có hai hạn chế lớn nhất đó là 01 chi phí cao 02- Thời gian công tác tại địa phương rất hạn chế. Lực lượng chuyên gia này sẽ là cánh tay nối dài của tỉnh trực tiếp thực hiện mọi hoạt động, chương trình và dẫn dắt các doanh nghiệp khởi nghiệp thành công.

5.3. Lựa chọn 03 ngành mũi nhọn cho hệ sinh thái KNĐMST

Tập trung nguồn lực cho thực thi là điều kiện tiên quyết đảm bảo thành công. Tỉnh cần xác định lựa chọn và phân bổ nguồn lực tối đa cho ba lĩnh vực trong một khoảng thời gian nhất định. Chỉ phát triển thêm lĩnh vực khi mà một trong ba lĩnh vực chọn lựa đã phát triển vững chắc và thành công ban đầu. Các lĩnh vực tỉnh có thể chọn để xây dựng một trung tâm KNĐMST quốc tế 01- Du lịch – Di Sản – Làng Nghề 02- Y tế và khoa học cuộc sống 03- Nông nghiệp 04- Giáo Dục 05- Các ngành công nghiệp sáng tạo. Quy tắc phân bổ nguồn lực cho 3 lĩnh vực có thể theo tỷ lệ 5-3-2

5.4. Xây dựng đội ngũ các chuyên gia - doanh nhân - trí thức quê Ninh Bình và muốn cống hiến cho Ninh Bình

KNĐMST với tầm nhìn và tiêu chuẩn quốc tế đòi hỏi số lượng tri thức khổng lồ trong đa ngành và đa lĩnh vực. Tỉnh cũng rất cần các kết nối nhằm sử dụng các nguồn lực tại Việt Nam và trên toàn thế giới. Tỉnh cần phải kiên quyết triển khai các hoạt động kết nối và xây dựng đội ngũ chuyên gia trên toàn thế giới để đóng góp cho tỉnh thành công. Các hoạt động kết nối trong thời gian đầu có thể làm ngay thông qua kết nối online. Trong thời gian tiếp theo, tỉnh có thể tổ chức các hội nghị tại các khu vực trong và ngoài nước để bàn bạc và thúc đẩy các hoạt động mang lại giá trị cho tỉnh

5.5. Lựa chọn hỗ trợ thúc đẩy hạt nhân doanh nghiệp khởi nghiệp tại địa phương

Thành công trong bất kỳ lĩnh vực nào luôn luôn đòi hỏi những người tiên phong. Để xây dựng KNĐMST thành công, tỉnh dứt khoát phải có các đại diện là các startup doanh nghiệp thành công trong các lĩnh vực tỉnh đang phát triển. Mỗi lĩnh vực quan tâm, tỉnh cần ít nhất 03 startup hay doanh nghiệp thật sự thành công và đạt thành tích trên thực tế. Tỉnh cần tránh chạy theo những con số số lượng hình thức không mang lại giá trị gì trên thực tế. Nguồn lực ít mà còn hỗ trợ dàn trải số lượng đơn vị hỗ trợ và lĩnh vực hỗ trợ đang là căn bệnh trầm kha trong toàn bộ hệ sinh thái KNĐMST tại Việt Nam

5.6. Lồng ghép triệt để KNĐMST trong các chương trình ví dụ OCOP, nông thôn mới, kiến tạo doanh nghiệp của các sở ban ngành trung ương và địa phương

Các hoạt động KNĐMST cần được tư duy hệ thống từ khởi nghiệp nhỏ , khởi nghiệp SME và khởi nghiệp khoa học công nghệ. Trong thời gian qua, chính phủ đang có rất nhiều các hoạt động hỗ trợ cho KNĐMST trong các lĩnh vực khác nhau như chương trình nông thôn mới , nâng cao cạnh tranh cho SME, năng suất và chất lượng trong doanh nghiệp, thương mại điện tử và tiếp cận thị trường thế giới. Tỉnh cần cộng hưởng tất cả các nguồn lực hỗ trợ này cho các hoạt động và chương trình của mình.

5.7. Kết nối tận dụng triệt để hệ sinh thái giảng viên và chuyên gia tư vấn trên cả nước

Trong 10 năm qua, các chương trình hỗ trợ của các quốc gia đã tạo ra khoảng 400 chuyên gia và giảng viên KNĐMST. Có hai chương trình tốt nhất đó là chương trình của chính phủ Phần Lan và Bộ Khoa học và Công nghệ đã tạo ra gần 300 chuyên gia gồm hai nhóm 01- Giảng viên KNĐMST và 02- Chuyên gia cố vấn đổi mới sáng tạo Innovation Coach. Chương trình thứ hai là của JICA và Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã kiến tạo ra hơn 100 giảng viên trên cả nước.

5.8. Thành lập nhóm chuyên gia cốt lõi là hạt nhân của tỉnh

Tỉnh cần có một nhóm chuyên gia cốt lõi từ 3-5 người. Các chuyên gia này sẽ trực tiếp phát triển năng lực KNĐMST, triển khai các dự án như đào tạo, cố vấn cho startup, xây dựng cộng đồng chuyên gia trên toàn thế giới. Nhóm cốt lõi này cũng trực tiếp cam kết đảm bảo các KPI triển khai đạt được theo đúng nguồn lực và chỉ đạo của tỉnh. Quan trọng nhất để nhóm chuyên gia thành công là tỉnh cần đáp ứng đầu tư nguồn lực cần thiết cho nhóm triển khai.

5.9. Chính sách thu hút các công ty khởi nghiệp đặt văn phòng hoặc chi nhánh tại tỉnh

Hướng tới hệ sinh thái KNĐMST đòi hỏi tư duy kiến tạo và thu hút các doanh

nghiệp khởi nghiệp. Singapore, Hàn Quốc v/v đang có chính sách thu hút doanh nghiệp khởi nghiệp. Tỉnh cũng nên có các chương trình hỗ trợ kêu gọi đế các doanh nghiệp khởi nghiệp tại các địa phương như Hà Nội, TP HCM chuyển văn phòng về tỉnh lập nghiệp. Cách tiếp cận này sẽ tạo ra sự cạnh tranh lành mạnh giữa các tỉnh và địa phương KNĐMST trên toàn quốc.

5.10. Lựa chọn và kết nối hệ sinh thái khởi nghiệp nước ngoài càng sớm càng tốt

Kết nối với các hệ sinh thái nước ngoài đòi hỏi thời gian dài và nỗ lực lớn. Tỉnh cần phải xác lập và đặt quan hệ càng sớm càng tốt với các hệ sinh thái quốc tế. Kết nối cần nhiều thời gian để kiến tạo các kết quả thiết thực cho cả hai bên. Các hoạt động kết nối quốc tế có thể dựa trên 3 chiến lược cụ thể như sau 01- Dựa trên các cá nhân chuyên gia có quan hệ với tỉnh đang hoạt động quốc tế 02-kết hợp với các hoạt động kết nối của hệ sinh thái khởi nghiệp quốc gia 03- Kết hợp với các chương trình kết nối quốc tế kinh doanh đang triển khai của các Bộ, Ngành.

Năm 2018, tác giả đã có mặt tại Học viện công nghệ hùng cường Technion của Israel trong chương trình hai tuần học về xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo của chính phủ Israel. Học viện Technion hùng cường trong hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, Israel thịnh vượng được xây trên cát và nước biển. Với tất cả những gì hiện có, Ninh Bình có nhiều tài nguyên gấp hàng chục lần so với thời điểm ban đầu Israel xây dựng và lập quốc. Vấn đề quyết định khi tỉnh Ninh Bình phải có hàng trăm lãnh đạo, chuyên gia có tinh thần và hành động như dân tộc Israel thì chắc chắn hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo tại tỉnh sẽ thành công. Cuối cùng kính tặng cho tỉnh Ninh Bình 16 chữ vàng để kiến tạo hệ sinh thái KNĐMST thành công tạo thành trụ cột thứ hai cho KNĐMST Việt Nam bên cạnh Hà Nội.

Lựa Chọn Chiến Lược – Đầu Tư Chọn Lọc – Phát Triển Năng Lực- Thực Thi Hoàn Hảo.

Chúc Tỉnh Ninh Bình kiến tạo thành công hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo./.

Khởi nghiệp sáng tạo trong xây dựng mô hình kinh doanh mới hướng vào khách hàng mới, dịch vụ mới, quy trình mới dựa trên khả năng tích hợp đa giá trị: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra

Ngô Minh Tuấn
Chủ tịch Tập đoàn CEO Việt Nam Global

A. BỨC TRANH DOANH NGHIỆP TẠI VIỆT NAM NĂM 2024

1. Bức tranh về Khởi nghiệp

STT	Danh mục	Thông số
1	Tỷ lệ Doanh nghiệp Khởi nghiệp thất bại sau 01 năm	90%
2	Tỷ lệ Doanh nghiệp Khởi nghiệp thất bại sau 02 năm	92%

2. Bức tranh về biến động Doanh nghiệp tại Việt Nam 07 tháng đầu năm 2024

2.1. Chi tiết biến động Doanh nghiệp Việt Nam 07 tháng đầu năm, năm 2024

Tháng	Số lượng DN mở mới	Số lượng DN hoàn tất thủ tục giải thể	Số lượng DN dừng hoạt động có thời hạn	Số lượng DN quay trở lại hoạt động
1	13,536	2,165	43,925	13,799
2	8,592	1,506	5,146	5,340
3	14,116	1,412	4,139	3,020
4	15,307	1,344	7,618	8,307
5	13,207	1,538	5,303	6,749
6	15,724	2,228	5,418	7,532
7	14,735	1,730	6,837	8,201
Tổng	95,217	11,923	78,386	52,948

(*Trích nguồn: Số liệu thống kê về đăng ký Doanh nghiệp năm 2024 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư*)

2.2. Bảng tổng hợp 07 tháng đầu năm, năm 2024

Danh mục	Thông số	Đơn vị
Tổng số Doanh nghiệp mở mới và quay trở lại hoạt động	148,165	Doanh nghiệp

Tổng số Doanh nghiệp giải thể và dừng hoạt động có thời hạn	90,309	Doanh nghiệp
Số lượng Doanh nghiệp hoạt động tăng thêm	57,856	Doanh nghiệp

3. Dự báo hoạt động Khởi nghiệp trong tầm nhìn 10 năm tới

3.1. Ước tính tổng số Doanh nghiệp đang hoạt động hiện tại

3.2. Tốc độ tăng trưởng Doanh nghiệp tham gia thị trường/ năm.

3.3. Ước tính tổng số lượng Doanh nghiệp hoạt động trên thị trường 10 năm tới

3.4. Dự báo dành cho Startup

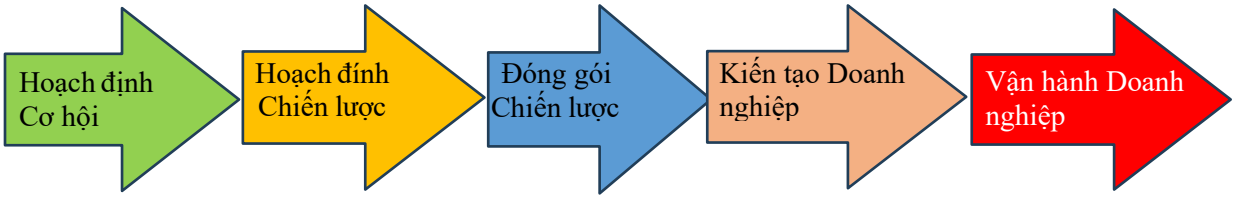
STT	Danh mục dự báo	Nội dung dự báo
1	Mức độ cạnh tranh trên thị trường	Ngày càng khốc liệt
2	Tuyển dụng lao động	Ngày càng khó khăn
3	Thị trường vốn	Ngày càng thuận lợi
4	Tốc độ đào thải Doanh nghiệp khỏi thị trường	Ngày càng lớn

* Lời khuyên cho các bạn trẻ: Khởi nghiệp sớm là một lợi thế

B. CHUẨN NHẬN THỨC VỀ "KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO" VÀ "LỘ TRÌNH KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO"

I. Chuẩn nhận thức về lộ trình "Khởi nghiệp sáng tạo"

Sơ đồ lộ trình "Khởi nghiệp sáng tạo"



II. Chuẩn nhận thức về "Khởi nghiệp sáng tạo"

***** Sáng tạo ra sản phẩm, dịch vụ mới: Phù hợp với quy luật biến động nhu cầu của người tiêu dùng, trên nền tảng quy hoạch Thượng tầng

* Tìm ra thị trường mới: Thị trường thiếu nhà cung cấp trên nền tảng sự biến động của hạ tầng xã hội

* Sáng tạo ra Mô hình bán hàng mới: Phù hợp với tốc độ phát triển của công nghệ

và thỏa mãn hành vi tiêu dùng

1. Bước 1: Hoạch định cơ hội

* Bảng hoạch định cơ hội

Danh mục triển khai		Thấy được cơ hội trong sự biến động	Biến cơ hội, thành giá trị
STT	Danh mục		
1	Thấu hiểu Thượng tầng		
1.1	Kinh tế vĩ mô	Cơ hội đồng hành với định hướng phát triển của Chính phủ và thượng tôn Pháp luật	Chọn đúng ngành hàng
1.2	Quy hoạch phát triển Quốc gia		
1.3	Quy hoạch phát triển của Địa		
1.4	Sự điều chỉnh của Luật pháp		
2	Thấu hiểu xu thế người tiêu dùng		
2.1	Sự biến động về nhu cầu của người tiêu dùng	Cơ hội sáng tạo sản phẩm, dịch vụ mới để phù hợp với sự biến động nhu cầu của người tiêu dùng, có tầm nhìn dài hạn.	Chọn đúng sản phẩm dịch vụ và phân khúc khách hàng
2.2	Sự biến động về nhận thức của người tiêu dùng		
2.3	Sự biến động về hành vi của người tiêu dùng		
3	Thấu hiểu sự thay đổi Hạ tầng		
3.1	Sự thay đổi hạ tầng giao thông	Cơ hội mở rộng thị trường Trên nền tảng của	- Chọn đúng thị trường
3.2	Sự thay đổi hạ tầng công nghệ	sự biến động hạ tầng Cơ hội thay đổi Mô hình bán hàng: Trên nền tảng	- Chọn đúng Mô hình bán hàng

3.3	Sự thay đổi thị trường nhân lực	của công nghệ mới Cơ hội phát triển Quy mô Doanh nghiệp: Trên nền	- Chọn đúng Quy mô Doanh nghiệp
3.4	Sự thay đổi thị trường vốn	tảng của thị trường vốn	

*** Rà soát nội lực để biến cơ hội thành giá trị hiện thực** (*Liệu đây có thật là cơ hội* ?) *(Phân tích SWOT)*

Hạng mục phân tích	Kết quả phân tích	Kết quả đạt được
Phân tích cơ hội (Yếu tố bên ngoài)	1. Cơ hội ngành hàng 2. Cơ hội sản phẩm dịch vụ sáng tạo 3. Cơ hội Mô hình bán hàng sáng tạo	Điều kiện cốt lõi để nắm bắt cơ hội (Sứ mệnh - Ngành hàng - Giá trị cốt lõi)
Phân tích thách thức (Yếu tố bên ngoài)	Liệt kê được các thách thức không thuộc quyền chủ động của Doanh nghiệp (Biến động của yếu tố bên ngoài)	Phương thức để vượt qua hoặc tránh được thách thức
Phân tích điểm mạnh (Yếu tố nội lực)	Liệt kê điểm mạnh của Doanh nghiệp: - Tối ưu được cơ hội: Đáp ứng được điều kiện cốt lõi - Hạn chế được thách thức: Đáp ứng phương thức vượt qua hoặc tránh được thách thức	Liệt kê được các điểm mạnh: Để tối ưu cơ hội và vượt qua thách thức
Phân tích điểm yếu (Yếu tố nội lực)	Liệt kê điểm yếu của Doanh nghiệp: - Điểm "mù" để tối ưu cơ hội - Điểm "mù" để vượt qua thách thức	Liệt kê các giải pháp để xóa "mù"

2. Bước 2: Hoạch định Chiến lược

Hạng mục	Danh mục cần triển khai

	STT	Danh mục
Hoạch định Chiến lược	1	Hoạch định Chiến lược ngành hàng
	2	Hoạch định Chiến lược thị trường
	3	Hoạch định Mô hình Doanh nghiệp
	4	Hoạch định Mô hình Kinh doanh
	5	Hoạch định Mô hình bán hàng
	6	Hoạch định Mô hình quản trị
	7	Hoạch định Cấu trúc nguồn lực

3. Bước 3: Đóng gói Chiến lược

Hạng mục	Danh mục cần triển khai	
	STT	Danh mục
Đóng gói Chiến lược	1	Đóng gói Chiến lược ngành hàng
	2	Đóng gói Chiến lược thị trường
	3	Đóng gói Mô hình Doanh nghiệp
	4	Đóng gói Mô hình Kinh doanh
	5	Đóng gói Mô hình bán hàng
	6	Đóng gói Mô hình quản trị
	7	Đóng gói Cấu trúc nguồn lực
	8	Đóng gói Bản đồ tài chính
	9	Đóng gói Tài liệu thuyết trình

4. Bước 4: Kiến tạo Doanh nghiệp

Hạng mục	Danh mục cần triển khai	
	STT	Danh mục
Kiến tạo Doanh nghiệp	1	Kiến tạo sản phẩm dịch vụ và tiêu chuẩn
	2	Kiến tạo Mô hình mẫu
	3	Kiến tạo Hệ sinh thái (Nhân bản)

5. Bước 5: Vận hành Doanh nghiệp

Hạng mục	Danh mục cần triển khai	
	STT	Danh mục
	1	Kế hoạch phát triển Sản phẩm, dịch vụ
	2	Kế hoạch Kinh doanh
	3	Kế hoạch phát triển Công nghệ
	4	Kế hoạch Nhân sự

Vận hành Doanh nghiệp	5	Kế hoạch Đầu tư
	6	Kế hoạch Tài chính
	7	Phân quyền quản trị Doanh nghiệp
	8	Phân quyền điều hành Doanh nghiệp
	9	Phân quyền giám sát Doanh nghiệp
	10	Tổ chức thực thi theo Chiến lược; Kế hoạch; Phân quyền

III. NGUYÊN NHÂN KHỞI NGHIỆP THẤT BẠI VÀ GIẢI PHÁP

Lộ trình "Khởi nghiệp sáng tạo"	Nguyên nhân thất bại		Giải pháp
	STT	Nguyên nhân	
Hoạch định cơ hội	1	Không thấu hiểu thượng tầng: Chọn sai ngành hàng theo xu hướng phát triển của Chính Phủ; Địa phương	- Nghiên cứu quy hoạch phát triển của Chính Phủ - Nghiên cứu quy hoạch phát triển của Địa phương (Nơi đặt thị trường mục tiêu)
	2	Không thấu hiểu Pháp luật: Bị dừng hoạt động hoặc các rủi ro pháp lý trong quá trình thực hiện	- Nghiên cứu Pháp luật: Liên quan đến các hoạt động của Doanh nghiệp
	3	Không thấu hiểu nhu cầu người tiêu dùng và đối thủ cạnh tranh: Sản phẩm, dịch vụ đưa ra không có tính mới nên rơi vào vùng cạnh tranh hoặc tổng cầu giảm dần	- Nghiên cứu về nhu cầu của con người và đối thủ cạnh tranh
	4	Không thấu hiểu công nghệ và hành vi người tiêu dùng: Mô hình bán hàng lạc hậu nên không phù hợp với hành vi người tiêu dùng, hoặc chi phí bán hàng quá cao	- Nghiên cứu về công nghệ và hành vi mua hàng của khách mục tiêu

	5	Không thấu hiểu sự phát triển hạ tầng giao thông và logictis: Nên không tìm ra thị trường mới và tối ưu chi phí vận hành	- Nghiên cứu về quy hoạch giao thông Quốc gia và Địa phương
	6	Không thấu hiểu quy luật biến động nhu cầu người tiêu dùng: Nên chọn ngành hàng ngắn hạn (chưa thu hồi vốn thì tổng cầu đã hết)	- Nghiên cứu về quy luật biến động nhu cầu của con người và tổng cầu của ngành hàng mục tiêu
	7	Nội lực của tổ chức: Không đủ đáp ứng để vượt qua thách thức và tối ưu cơ hội	- Nghiên cứu và ứng dụng được Mô hình phân tích SWOT
Hoạch định và đóng gói Chiến lược	1	Founder không có nhận thức phải đóng gói Chiến lược: Nên mâu thuẫn nội bộ do không có cùng tầm nhìn	- Phải kiên quyết hoạch định và đóng gói Chiến lược
	2	Founder hoạch định Chiến lược hời hợt: Nên khi triển khai bị sai lệch giữa lý thuyết và thực tiễn, dẫn tới mâu thuẫn nội bộ	- Phải coi hoạch định Chiến lược là một phần quan trọng trong quá trình khởi nghiệp
	3	Founder không đóng gói được Chiến lược: Nên khi triển khai, hệ thống nhân sự không thấu hiểu để thực thi	- Phải có năng lực đóng gói và thuyết trình Chiến lược
Kiến tạo Doanh nghiệp	1	Founder không có nhận thức kiến tạo Doanh nghiệp: Nên thiếu nhân sự tổ chức thực hiện (Co-Founder)	- Phải kiên quyết kiến tạo Doanh nghiệp trước khi vận hành
	2	Founder kiến tạo Doanh nghiệp hời hợt: Nên nhân sự thực thi không có quy trình, quy chế	- Phải có năng lực tổ chức thực hiện kiến tạo Doanh nghiệp
	3	Founder thiếu kinh nghiệm: Nên không lường hết các khó khăn, chi phí,… dẫn tới bị gãy dòng tiền	- Nên đi làm thuê một thời gian để tích lũy kinh nghiệm trước khi khởi nghiệp hoặc cần có Chuyên gia tư vấn trong lĩnh vực triển khai

Vận hành Doanh nghiệp	1	Founder không có kinh nghiệm thực tế: Nên chọn nhân sự điều hành yếu kém, dẫn tới hệ thống không có năng lực thực thi để đạt được mục tiêu	- Phải có năng lực chọn người hoặc cần có Chuyên gia tư vấn trong lĩnh vực nhân sự
	2	Founder không có kinh nghiệm quản trị: Nên mất kiểm soát về hiệu quả Kinh doanh; Tài chính; Thương hiệu; Văn hóa… dẫn tới thất bại	- Phải có năng lực quản trị hoặc cần có Chuyên gia đồng hành quản trị
	3	Founder ngạo mạn: Nên không coi trọng Nhân tài; Đối tác Chiến lược; Cổ đông; Khách hàng… nên vỡ hệ thống	- Phải khiêm tốn trong giao tiếp, công việc và đời sống

C. TỔNG KẾT THAM LUẬN

I. Về tư tưởng "Khởi nghiệp sáng tạo"

1. Phải sáng tạo ra tính mới của sản phẩm, dịch vụ trên thị trường cũ

2. Phải phát hiện ra thị trường mới trên ngành hàng cũ

3. Phải sáng tạo ra Mô hình bán hàng mới

II. Về tư duy "Khởi nghiệp sáng tạo"

- Phải có khát vọng phụng sự Quốc gia; Con người và Cộng đồng

- Phải có ý thức thượng tôn Pháp luật

- Phải có kiến thức; Trải nghiệm

- Phải có ý thức học hỏi, cập nhật không ngừng

- Phải có ý chí để vượt qua các thời khắc khó khăn

III. Về vận hành

- Phải kiểm soát được cảm xúc để triển khai từng bước mạch lạc

- Phải chấp nhận vất vả trong 05 năm khởi nghiệp

- Phải hy sinh các thú vui tầm thường chiếm mất thời gian làm việc

- Phải rèn luyện sức khỏe thường xuyên để có thể lực và tinh thần ổn định

Môi trường thể chế vĩ mô và chính sách địa phương bảo đảm xây dựng, vận hành, phát huy hiệu quả Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình

Ngô Vĩnh Bạch Dương
Giám đốc Trung tâm tư vấn pháp luật, Viện Nhà nước và Pháp luật

Việc phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (innovative startup hoặc innovation-driven startup) nhằm mục tiêu thiết lập môi trường thuận lợi để các doanh nghiệp hình thành và phát triển, tạo ra giá trị vượt trội. Hầu hết các quốc gia đã thiết lập các mạng lưới trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo để thực thi các chính sách hiện hành nhằm hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; Đồng thời, các trung tâm đó xây dựng và thử nghiệm các chính sách mới liên quan đến nhóm khách thể này. Điều quan trọng đầu tiên, không hẳn là năng lực chuyên môn và cở sở vật chất, mà là các thể chế và, chính sách của cả quốc gia lẫn vùng, địa phương nơi trung tâm đó hoạt động. Thể chế, chính sách chính là những nhân tố trao quyền đồng thời ràng buộc các trung tâm khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo có thể hoạt động an toàn và hiệu quả.

Tham luận này được thực hiện với mục tiêu làm rõ, để trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình được thành lập và vận hành hiệu quả, các yếu tố thể chế, chính sách hiện hành là gì và nên có những là gì.

1. Sơ lược về các trung tâm khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo và Trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế

1.1. Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (Innovation Hub)

Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (Innovation Hub) là một tổ chức, thường được thành lập bởi cơ quan nhà nước, các trường đại học, hoặc các doanh nghiệp, nhằm hỗ trợ các cá nhân và doanh nghiệp phát triển ý tưởng kinh doanh mới, đặc biệt là những sáng kiến liên quan đến công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Những trung tâm này cung cấp nhiều loại dịch vụ và hỗ trợ khác nhau, bao gồm:

- Không gian làm việc chung (co-working spaces): Xây dựng văn phòng, phòng thí nghiệm, cơ sở khác có thể dùng cho nhiều người với mức thuê hợp lý. Đó cũng là nơi các doanh nhân và startup có thể làm việc, chia sẻ ý tưởng và cộng tác với nhau.

- Tư vấn và cố vấn (mentoring): Các chuyên gia với kinh nghiệm trong nhiều lĩnh vực giúp đỡ và hướng dẫn doanh nghiệp phát triển.

- Đào tạo: Cung cấp các khoá học về quản lý, kinh doanh, marketing, và kỹ năng khởi nghiệp.

- Hỗ trợ tài chính và kết nối với nhà đầu tư: Một số trung tâm cung cấp hỗ trợ tài chính hoặc kết nối các dự án khởi nghiệp với các nhà đầu tư mạo hiểm.

- Xây dựng mạng lưới và cộng đồng: Các trung tâm tạo cơ hội giao lưu và học hỏi từ các doanh nghiệp khởi nghiệp (startup) khác và với các chuyên gia trong ngành.. Hoạt động xây dựng mạng lưới và cộng đồng thường bao gồm cả việc kết nối với các trung tâm, tổ chức quốc tế và doanh nghiệp nước ngoài.

Thông thường, các trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được thiết lập thành một mạng lưới gồm nhiều trung tâm khác nhau, trong đó mỗi trung tâm có các điều kiện và hạ tầng riêng, phục vụ những nhóm ngành nghề nhất định, phù hợp với điều kiện địa phương, vùng và quốc gia. Điều này cho phép các trung tâm có thể tập trưng phục vụ tối đa cho doanh nghiệp và startup mà không phải đầu tư dàn trải. Chẳng hạn nơi có hạ tầng công nghệ thông tin mạnh có thể phục vụ các startup phần mềm, thương mại điện tử nhưng ở địa phương có truyền thống canh tác nông nghiệp thì lại hướng đến phục vụ các doanh nghiệp công nghệ sinh học, công nghệ canh tác, chế biến nông sản.

1.2. *Trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế (International Innovation Hub)*

Đây là các tung tâm đổi mới sáng tạo có tầm ảnh hưởng vượt ra ngoài ranh giới địa lý của địa phương và cả quốc gia nơi nó đặt trụ sở. Đây là một trung tâm đổi mới sáng tạo được đặt tại một địa phương cụ thể nhưng có mục tiêu, hoạt động và tầm ảnh hưởng mang tính toàn cầu. Trung tâm này có thể thu hút tài năng, doanh nghiệp, nhà đầu tư và các đối tác quốc tế, đồng thời tham gia vào các hoạt động hợp tác xuyên biên giới. Chẳng hạn Thung lũng Silicon là một ví dụ điển hình. Dù nằm ở California, Hoa Kỳ, nó là trung tâm công nghệ và đổi mới toàn cầu, thu hút các công ty và nhân tài từ khắp nơi trên thế giới.

- *Về tầm nhìn và sứ mệnh,* trung tâm này không chỉ phục vụ cho các nhu cầu địa phương mà còn hướng tới giải quyết các thách thức toàn cầu, tạo ra tác động lớn trên quy mô quốc tế. Mặc dù nằm tại một địa phương cụ thể, trung tâm này có khả năng thu hút và giữ chân các chuyên gia, nhà nghiên cứu, doanh nhân, và nhà đầu tư từ khắp nơi trên thế giới bằng dịch vụ của mình và các điều kiện tốt về môi trường sống xung quanh trung tâm đó.

Trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế là thiết chế có năng lực hợp tác quốc tế. Nó thường có các mối quan hệ đối tác và hợp tác với các tổ chức, doanh nghiệp, và chính phủ từ nhiều quốc gia khác nhau. Chẳng hạn, năm 2017, Đan Mạch bổ nhiệm đại sứ công nghệ đầu tiên trên thế giới đên đặt văn phòng làm việc tại Thung lũng Silicon. Đây là một vị trí đặc biệt được Đan Mạch tạo ra để thúc đẩy quan hệ ngoại

giao trong lĩnh vực công nghệ, đặc biệt với các trung tâm công nghệ lớn[1]. Năng lực hợp tác quốc tế còn có thể bao gồm cả việc phát triển các dự án chung, chương trình nghiên cứu hợp tác, hoặc đào tạo và trao đổi nhân tài quốc tế.

Trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế có khả năng thúc đẩy đổi mới xuyên biên giới: Hub tạo ra các giải pháp và công nghệ không chỉ phù hợp với thị trường địa phương mà còn có khả năng mở rộng và ứng dụng trên quy mô toàn cầu.

Đồng thời, một trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế có mạng lưới toàn cầu, nó có thể kết nối với các trung tâm đổi mới khác trên thế giới, tạo thành một mạng lưới toàn cầu hỗ trợ lẫn nhau trong việc phát triển công nghệ và kinh doanh.

- Lợi ích và tác động của việc xây dựng Trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế

Có hàng loạt các lợi ích của việc thành lập và vận hành trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế. Đầu tiên, rõ ràng nó có tác động quan trọng để phát triển kinh tế địa phương: Mặc dù mang tính quốc tế, hub này vẫn đóng góp đáng kể vào sự phát triển kinh tế và xã hội của địa phương thông qua việc cung cấp các việc làm, thúc đẩy các dịch vụ đi kèm như lưu trú, du lịch, cung cấp hàng hóa tiêu dùng, đóng góp ngân sách cho địa phương từ các nguồn thu dịch vụ. Trung tâm này giúp địa phương nơi nó tọa lạc trở thành một điểm đến hấp dẫn cho các doanh nghiệp và nhà đầu tư quốc tế, nâng cao vị thế của địa phương trên bản đồ đổi mới toàn cầu.

Mặc dù là một thành phố-nhà nước nhỏ, Singapore đã phát triển nhiều trung tâm đổi mới sáng tạo mang tính quốc tế, thu hút các công ty công nghệ lớn, startup, và nhà đầu tư từ khắp nơi trên thế giới. Một ví dụ thành công khác, ngoài Singapore hay Thung lũng Silicon là Tel Aviv. Thủ đô Isarael là một trung tâm công nghệ và đổi mới nổi tiếng, không chỉ đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế Israel mà còn có tầm ảnh hưởng toàn cầu, với nhiều công ty khởi nghiệp và sáng tạo được quốc tế công nhận. Đặc biệt, Tel Aviv không chỉ mạnh về công nghệ số, mà còn rất mạnh về nông nghiệp chính xác cũng như công nghệ sinh học.

- Thách thức của việc thành lập International Innovation Hub

Thành lập và vận hành hiệu quả một Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc tế là một nhiệm vụ phức tạp đòi hỏi sự kết hợp của nhiều yếu tố và những nhà quản lý, nhà lập kế hoách phải đối mặt với rất nhiều thách thức.

+ Thu hút và giữ chân nhân tài quốc tế

Cạnh tranh toàn cầu để thu hút các chuyên gia và nhà nghiên cứu hàng đầu là rất khốc liệt. Các trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế cần phải cung cấp môi trường

[1] Adam Satariano, The World's First Ambassador to the Tech Industry, New York Times 03/09 2019. và Office of Damark's Tech Ambassador, USA https://techamb.um.dk/. Sau sự kiện này, cách tiếp cận *ngoại giao công nghệ (The TechPlomacy Approach* trở thành một trào lưu toàn cầu.

làm việc hấp dẫn, cơ hội phát triển nghề nghiệp, và điều kiện sống thuận lợi để thu hút và giữ chân nhân tài.

Giải pháp cho thách thức này có thể là: Cung cấp các gói ưu đãi cạnh tranh, như hỗ trợ tài chính, cơ hội nghiên cứu tiên tiến, kết nối với các trường đại học hàng đầu và môi trường làm việc linh hoạt. Bên cạnh đó, cần tạo ra một hệ sinh thái hỗ trợ cho sự phát triển cá nhân và gia đình của các chuyên gia quốc tế.

+ Huy động vốn và đầu tư

Thách thức: Huy động đủ vốn để khởi động và duy trì hoạt động của hub luôn là một vấn đề quan trọng. Việc thu hút đầu tư từ cả chính phủ và khu vực tư nhân có thể gặp khó khăn, đặc biệt là trong các giai đoạn đầu, khi mà hub chưa có doanh thu.

Giải pháp: Xây dựng một mô hình kinh doanh rõ ràng và hấp dẫn cho các nhà đầu tư với các cam kết giảm thuế, giãn thuế và đặc biệt là thủ tục hành chính doanh nghiệp đơn giản, có thể thực hiện trên môi trường số. Nhà quản lý cũng phải tìm kiếm các nguồn tài trợ từ các quỹ đầu tư mạo hiểm, các tổ chức quốc tế, và các chương trình hợp tác công-tư. Chính phủ cũng có thể cung cấp các ưu đãi tài chính hoặc hỗ trợ thuế để thúc đẩy đầu tư.

+ Cơ sở hạ tầng và công nghệ

Thách thức: Xây dựng và duy trì cơ sở hạ tầng hiện đại, bao gồm các tiện ích kỹ thuật số, phòng thí nghiệm tiên tiến, và không gian làm việc chất lượng cao, đòi hỏi đầu tư lớn và quản lý hiệu quả.

Giải pháp: Phát triển cơ sở hạ tầng phù hợp với các yêu cầu của các ngành công nghiệp trọng điểm. Hợp tác với các nhà cung cấp dịch vụ công nghệ và viễn thông để đảm bảo hạ tầng kỹ thuật số luôn hiện đại và đáng tin cậy. Đặc biệt, cần thiết phải tính toán lựa chọn nhóm ngành công nghệ ít bị cạnh tranh nhưng gần gũi với điều kiện địa phương. Có thể hình dung rằng, sẽ rất lãng phí nếu xây dựng hub về công nghệ thông tin ở Cần Thơ – nơi mà cách đó không xa, Thành phố Hồ Chí Minh đang có ưu thế hơn hẳn, trong khi công nghệ sau thu hoạch, công nghệ canh tác nông nghiệp an toàn lại thiết thực hơn với Cần Thơ – trung tâm của vựa lúa và cây ăn trái của Tây Nam bộ.

+ Hợp tác và kết nối quốc tế

Thách thức: Thiết lập và duy trì các mối quan hệ hợp tác quốc tế có thể phức tạp do sự khác biệt về văn hóa, ngôn ngữ, và luật pháp giữa các quốc gia.

Giải pháp: Xây dựng một đội ngũ quản lý có kinh nghiệm quốc tế và kỹ năng giao tiếp xuyên văn hóa. Thiết lập các thỏa thuận hợp tác với các tổ chức toàn cầu và tham gia vào các mạng lưới quốc tế để thúc đẩy kết nối và chia sẻ tri thức. Việc xây dựng một trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại một tỉnh, hiển nhiên đó không thuần túy là việc của một tỉnh nơi đặt trung tâm mà là việc của quốc gia. Chính phủ

và các cơ quan trung ương cần hỗ trợ địa phương trong các quan hệ quốc tế, đặc biệt là bằng cách tiếp cận *ngoại giao công nghệ* như trường hợp của Đan Mạch.

+ Văn hóa đổi mới và khởi nghiệp

Thách thức: Xây dựng và duy trì một văn hóa khởi nghiệp và đổi mới là một nhiệm vụ khó khăn, đặc biệt là trong các khu vực chưa có truyền thống mạnh về đổi mới.

Giải pháp: Tổ chức các chương trình đào tạo, sự kiện, và các hoạt động cộng đồng để thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp. Hỗ trợ các startup thông qua các vườn ươm doanh nghiệp, cố vấn, và mạng lưới kết nối.

+ Tài chính bền vững và lợi nhuận

Thách thức: Bảo đảm nguồn thu và lợi nhuận bền vững để duy trì hoạt động của hub trong dài hạn là thách thức lớn đối với bất kỳ một đơn vị, tổ chức nào. Những hỗ trợ ban đầu của Nhà nước chắc chắn không thể đủ cho hoạt động lâu dài, đặc biệt khi phải đối mặt với các biến động kinh tế toàn cầu.

Giải pháp: Đa dạng hóa nguồn thu, từ phí dịch vụ, cho thuê không gian làm việc, đến các chương trình hợp tác công-tư hay các tour du lịch công nghệ (dù không phải là nguồn thu chính) và các dịch vụ đi kèm. Hub cũng cần phát triển các sản phẩm và dịch vụ giá trị cao để tối đa hóa lợi nhuận.

+ Thích ứng với thay đổi và đổi mới liên tục

Thách thức: Công nghệ và nhu cầu thị trường thay đổi nhanh chóng, đòi hỏi các hub phải liên tục đổi mới và thích ứng với các trào lưu công nghệ và nhu cầu của để duy trì tính cạnh tranh.

Giải pháp: Xây dựng một hệ thống quản lý linh hoạt và có khả năng phản ứng nhanh với các xu hướng mới.

+ Tác động xã hội và môi trường

Thách thức: Nhà quản lý luôn phải đảm bảo rằng hoạt động của hub không chỉ có lợi về kinh tế mà còn có tác động tích cực đến xã hội và môi trường.

Giải pháp: Thực hiện các sáng kiến bền vững và có trách nhiệm xã hội trong các hoạt động của hub. Hợp tác với các tổ chức phi chính phủ và cộng đồng địa phương để tạo ra các dự án có lợi cho xã hội và môi trường.

+ Chính sách và pháp lý

Thách thức: Thể chế, chính sách là thách thức lớn nhất. Đó là luôn là việc xác định có quyền tự chủ, tự quyết hay là bị cấm làm; hỗ trợ doanh nghiệp, startup mà không vi phạm các quy định về quản lý công sản, quản lý thuế; giảm bớt nghĩa vụ tuân thủ cho doanh nghiệp có tạo ra sự phân biệt đối xử với các doanh nghiệp nằm ngoài sự phục vụ của trung tâm hay không?... Điều chỉnh các chính sách và khung

pháp lý để hỗ trợ đổi mới sáng tạo mà không gây ra những rào cản pháp lý hoặc hành chính phức tạp. Các quy định về quyền sở hữu trí tuệ, thuế, sở hữu nhà và cư trú cũng hoàn toàn có thể cản trở sự phát triển của trung tâm.

Giải pháp: Chính phủ và các nhà lập pháp cần tạo ra một môi trường pháp lý thân thiện với đổi mới, bao gồm việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, cung cấp ưu đãi thuế, và tạo điều kiện thuận lợi cho việc cấp visa lao động cho các chuyên gia, lao động có trình độ cao từ nước ngoài. Việc rà soát bổ sung hoặc bỏ bớt các điều kiện kinh doanh cần được tiến hành liên tục với sự tham gia đóng góp ý kiến của doanh nghiệp, hiệp hội và các nhà khoa học.

2. Thực trạng thể chế, chính sách của Việt Nam đối với việc thành lập và vận hành trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng quốc tế tạo tại Ninh Bình

Đến nay, có thể nói thể chế, chính sách của Việt Nam về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo nói chung và thành lập, vận hành các trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo còn khá trống trải. Ngoài một số quy định mang tính chủ trương, định hướng, có một số các văn bản điều hành dưới luật và các quyết định cá biệt quy định lẻ tẻ về một số chế độ riêng biệt đối với các các trung tâm đổi mới sáng tạo quốc gia. Có thể liệt kê ra các văn bản này theo danh sách dưới đây:

Quyết định số 844/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 18/5/2016 Phê duyệt Đề án Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025.

Quyết định 08/2018/QĐ-TTg ngày 23/02/2018 của Thủ tướng Chính phủ Quy định chức năng, nhiệm vụ, quyền hạn và cơ cấu tổ chức của Học viện Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo trực thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ

Thông tư 01/2018/TT-BKHCN ngày 12/04/2018 của Bộ Khoa học và Công nghệ Quy định tổ chức quản lý Đề án "Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025"

Nghị định 94/2020/NĐ-CP ngày 21/08/2020 của Chính phủ Quy định cơ chế, chính sách ưu đãi đối với Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc gia

Nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27 tháng 9 năm 2019 của Bộ Chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư;

Nghị quyết số 50/NQ-CP do chính phủ ban hành ngày 17 tháng 4 năm 2020 về chương trình hành động của chính phủ thực hiện nghị quyết số 52-NQ/TW ngày 27 tháng 9 năm 2019 của bộ chính trị về một số chủ trương, chính sách chủ động tham gia cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư

Thông tư 45/2019/TT-BTC ngày 19/07/2019 của Bộ Tài Chính Quy đinh quản lý tài chính thực hiện Đề án "Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025".

Quyết định số 2205/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 24/12/2020 Phê duyệt Chương trình phát triển trí tuệ đến năm 2030.

Quyết định số 1322/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 31/08/2020 Phê duyệt Chương trình quốc gia hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm, hàng hóa giai đoạn 2021-2030.

Quyết định số 118/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 25/01/2021 Phê duyệt Chương trình Đổi mới công nghệ quốc gia đến năm 2030.

Quyết định số 130/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 27/01/2021 Phê duyệt Chương trình quốc gia phát triển công nghệ cao đến năm 2030.

Quyết định số 157/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 01/02/2021 Phê duyệt Chương trình phát triển sản phẩm quốc gia đến năm 2030.

Quyết định số 1158/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 13/7/2021 phê duyệt Chương trình phát triển thị trường khoa học và công nghệ quốc gia đến năm 2030

Quyết định số 168/QĐ-BKHCN ngày 17/02/2023 của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ phê duyệt Chương trình Tìm kiếm và chuyển giao công nghệ nước ngoài đến năm 2030.

Dù số lượng khá nhiều nhưng như trên đã trình bày, chúng rời rạc và chưa rõ ràng.

Thứ nhất, hiện nay về thể chế, chính sách chưa có quy định, hướng dẫn rõ ràng về vị trí pháp lý, chức năng, nhiệm vụ, cơ cấu bộ máy tổ chức, cơ chế hoạt động để hình thành trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Thậm chí còn chưa thống nhất được tên gọi. Từ nghiên cứu so sánh, tên gọi Trung tâm đổi mới sáng tạo (inooation bub) đã bao hàm cả nội dung khởi nghiệp (startup) nhưng các khải niệm dùng cả trong văn bản chính thức lẫn truyền thông còn không thống nhất[2]. Đặc biệt là cơ chế hoạt động nên các địa phương đang tự mò mẫm và hoạt động với nhiều hình thức khác nhau.

Thứ hai, hiện có một số trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp đã được đầu tư rất lớn nhưng khi đi vào hoạt động thì bị vướng ở Luật Quản lý và sử dụng tài sản công năm 2017. Một trong vướng mắc đó, Luật này quy định, tài sản công không được sử dụng vào mục đích kinh doanh[3]. Hoặc nêu trụ sở của đơn vị sự nghiệp công lập cho doanh nghiệp thuê làm trụ sở, kể cả cho thuê giá rất rẻ, thì vẫn phải thực hiện theo hình thức

[2] Cổng Thông tin điện tử Bộ Khoa học và Công nghệ: Tập trung xây dựng Nghị định về đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp sáng tạo, tại: Tập trung xây dựng Nghị định về đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp sáng tạo (most.gov.vn), truy cập ngày 29/8/2024.
[3] Điều 10, Luật Quản lý tài sản công 2017.

đấu giá[4]. Tuy nhiên, tài sản công này được nhiều trung tâm xây dựng cho các doanh nghiệp khởi nghiệp sử dụng để ươm tạo, trưng bày công nghệ và làm văn phòng giao dịch tại đó đều là những vi phạm. Trường hợp xây dựng mới thì lại cần đến các thủ tục đầu tư công rất phức tạp và cần nhiều thời gian.

Chắc chắn rằng, trong thời gian tới, việc ban hành quy định mới về khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo cần thống nhất các khái niệm và làm rõ địa vị pháp lý của các trung tâm khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo tại các địa phương.

Ngoài ra, các quy định về cơ chế thử nghiệm đối với các hoạt động nghiên cứu khoa học còn đang trong quá trình soạn thảo. Cho nên dù truyền thông nói nhiều đến đổi mới sáng tạo nhưng, ngoại trừ một vài trung tâm bước đầu đi vào hoạt động và đã có những khách hàng đầu tiên, đa số các trung tâm trong cả nước chủ yếu thực hiện hoạt động tư vấn thủ tục pháp lý. Điều này không làm cho các trung tâm đổi mới sáng tạo khác biệt đáng kể gì so với các trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, trung tâm khuyến công tại các tỉnh.

Riêng đối với Ninh Bình, chúng tôi chưa tiếp cận được văn bản nào của địa phương liên quan đến đổi mới sáng tạo trong cơ sở dữ liệu quốc gia về văn bản pháp luật (www.vbpl.vn), mặc dù có khá nhiều nghị quyết của hội đồng nhân dân các tỉnh thành phố khác đã được ghi nhận và công bố trong cơ sở dữ liệu này.

3. Một vài gợi ý đối với Ninh Bình

Với mong muốn thành lập một trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế (international innovation hub) tại Ninh Bình, chúng ta cần thấy trước được các thách thức mà trung tâm này sẽ rất có thể gặp phải như đã nêu trong Phần 1. Không quá khó để thành lập một trung tâm có cơ sở vật chất tốt nhưng để vận hành hiệu quả nó, chắc chắn cần đầu tư nghiên cứu kỹ lưỡng và có những bước đi thích hợp.

- ***Thứ nhất***, về vai trò và mô hình hoạt động: Trung tâm có thể là đơn vị sự nghiệp công lập thuộc Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Kế hoạch và Đầu tư hoặc hoàn toàn có thể thuộc UBND tỉnh. Nó có thể được kết hợp từ các bộ phận tư vấn, hỗ trợ doanh nghiệp trước đây từ các sở, ngành với những tăng cường thêm về nhân sự khoa học, pháp lý, tài chính, quan hệ quốc tế. UBND các tỉnh/ thành lập, bảo trợ để kết nối với các trung tâm khác trong cả nước. Trung tâm nên khai thác các cơ sở hạ tầng sẵn có, tạo tiền đề để phát triển một trung tâm quốc tế hoàn chỉnh trong tương lai với đầy đủ các phân khu, từ nghiên cứu, thử nghiệm, kiểm chuẩn đến sản xuất và thương mại hóa.

- ***Thứ hai***, về chính sách đặc thù: Các cơ chế hỗ trợ đặc thù, đặc biệt là các vấn đề: khai thác thông tin, tư liệu, tài sản trí tuệ, chia sẻ dữ liệu, ưu đãi thuế, tiền sử

[4] Điều 46, khoản 3 Nghị định 151/2017/NĐ-CP của Chính phủ ngày 26/12/2017 quy định chi tiết một số điều của Luật quản lý, sử dụng tài sản công..

dụng đất; nghiên cứu các dịch vụ mới hỗ trợ hoạt động đổi mới sáng tạo nhằm tạo hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới sáng tạo có thể gia nhập, tiếp cận thị trường như: tạo điều kiện tham gia hoạt động mua sắm công, hỗ trợ thủ tục hành chính doanh nghiệp (xuất nhập khẩu khai thuế,….) hỗ trợ thử nghiệm sản phẩm, dịch vụ mới, cho doanh nghiệp thuộc phạm vi hoạt động của trung tâm thuê phòng thí nghiệm, văn phòng với giá thấp, được chậm trả…

- ***Thứ ba***, về lĩnh vực ưu tiên: Đây là một việc khó cần thực hiện nghiên cứu định lượng kỹ lưỡng. Không thể duy ý chí ra quyết định thành lập trung tâm quốc tế ngay và xây dựng hạ tầng với quy mô lớn bởi trung tâm sẽ bị cạnh tranh bởi các trung tâm khác trong và ngoài nước. Giá dịch vụ rẻ là lợi thế nhưng điều kiện xung quanh, chẳng hạn giá cả sinh hoạt, giá nhà, giao thông thuận cho chuyên gia quốc tế hoàn toàn không thuộc phạm vi xây dựng và vận hành trung tâm nhưng ảnh hưởng rất lớn đến tính cạnh tranh của nó.

Theo chúng tôi, từ vị trí địa lý, địa hình, các di sản tự nhiên, vườn quốc gia, di sản văn hóa và những đặc thù trong sản xuất truyền thống, Ninh Bình nên lựa chọn các trọng tâm về công nghệ sinh học, công nghệ nông nghiệp, bảo tồn đa dạng sinh học, công nghệ môi trường, công nghệ y sinh, công nghệ tài chính sẽ thiết thực hơn là theo đuổi các công nghệ thông tin, khoa học máy tính – những lĩnh vực mà Singapore hay Shenzhen đang áp đảo khu vực châu Á. Theo đuổi và cạnh tranh với các trung tâm đó cần quá nhiều thời gian và tiền bạc nhưng không bảo đảm được cơ hội thành công.

- ***Thứ tư***, về cơ chế tài chính: Cần khẳng định lại rằng, thu chính của trung tâm sẽ chỉ là phí dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp và các startup, và cũng chỉ là giá không quá cao. Nguồn kinh phí hoạt động cho trung tâm được hỗ trợ một phần từ ngân sách nhà nước; đóng góp tự nguyện, tài trợ. Trung tâm có thể đa dạng hóa nguồn thu bằng các hoạt động liên kết cung cấp hàng hóa, dịch vụ tiêu dùng, tổ chức các hoạt động du lịch công nghệ.

Phân tích thị trường trao đổi, mua bán, nhượng quyền các ý tưởng, phát minh, sáng chế, thiết kế sáng tạo trên thế giới gắn với quyền sở hữu trí tuệ - Gợi ý tham chiếu khởi tạo và thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hội nhập quốc tế tại Ninh Bình

Viện Khoa học Sở hữu trí tuệ
Bộ Khoa học và Công nghệ

1. Thị trường trao đổi, mua bán, nhượng quyền các ý tưởng sáng tạo trên thế giới

1.1. Khái quát một số khía cạnh mang tính lý luận

Khi đề cập đến thị trường trao đổi, mua bán, nhượng quyền các ý tưởng, phát minh, sáng chế, thiết kế sáng tạo (sau đây gọi chung là "*ý tưởng sáng tạo*"), người ta thường liên hệ tới thị trường công nghệ, trong đó các ý tưởng sáng tạo có thể là chính công nghệ hoặc một phần của công nghệ (được bao gồm trong công nghệ hoặc là đầu vào để tạo ra công nghệ). Thị trường này là nơi diễn ra các giao dịch liên quan tới sản phẩm của hoạt động đổi mới sáng tạo, nói cách khác là nơi các bên tiến hành trao đổi, mua bán, nhượng quyền các ý tưởng sáng tạo, cũng như phát sinh các mối quan hệ kết nối, môi giới, thẩm định giá, thưởng phạt, tranh chấp, khiếu kiện… giữa các bên liên quan. Như vậy, có thể hiểu thị trường trao đổi, mua bán, nhượng quyền các ý tưởng sáng tạo là nơi diễn ra các quan hệ liên quan tới bên cung và bên cầu đối với ý tưởng sáng tạo trên bình diện xã hội.

Cũng như thị trường công nghệ, thị trường trao đổi, mua bán, nhượng quyền ý tưởng sáng tạo vận hành trên cơ sở bốn thành tố cơ bản: (i) hàng hoá (ý tưởng sáng tạo); (ii) bên cung và bên cầu; (iii) tổ chức dịch vụ như môi giới, trung gian, tài chính; và (iv) khuôn khổ pháp lý (thể chế).

Hàng hóa của thị trường trao đổi, mua bán, nhượng quyền ý tưởng sáng tạo là những sản phẩm của quá trình đổi mới sáng tạo. Trong đó, các ý tưởng (abstract idea) là những nguyên lý thuần túy, những nguyên tắc mà chưa được cụ thể hóa dưới hình thức sản phẩm hay quy trình nào, còn phát minh (discovery) là kết quả của quá trình phát hiện một sự vật, hiện tượng mới mang tính quy luật, tồn tại khách quan trong tự nhiên mà con người chưa từng nhận thức. Các phát minh thường được ứng dụng trong hoạt động nghiên cứu khoa học, hoạt động sáng tạo nhằm tạo ra các giải pháp kỹ thuật cho những vấn đề kỹ thuật cụ thể (hay còn gọi là các sáng chế). Nói cách khác, sáng chế (invention) là giải pháp kỹ thuật dưới dạng sản phẩm hoặc quy trình nhằm giải quyết một vấn đề xác định bằng việc ứng dụng các quy luật tự nhiên[1], là một dạng tài sản trí

[1] Điều 4.12 Luật Sở hữu trí tuệ

tuệ được bảo hộ theo pháp luật về sở hữu trí tuệ. Còn thiết kế sáng tạo đề cập đến những sản phẩm có tính thẩm mỹ và ứng dụng thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau như thời trang, đồ gia dụng..., và thường được đề cập tới là kiểu dáng công nghiệp (design) của sản phẩm. Có thể thấy trong các ý tưởng sáng tạo nêu trên, ý tưởng và phát minh chỉ đóng vai trò "chất liệu" để "sản xuất" ra các sản phẩm như sáng chế, kiểu dáng. Bản thân các sáng chế, kiểu dáng này cũng chỉ trở thành "hàng hóa" nếu chúng có giá trị và giá trị sử dụng, nghĩa là có tính hữu ích và có thể trao đổi thương mại.

Thành tố quan trọng thứ hai của thị trường hàng hoá ý tưởng sáng tạo là bên cung và bên cầu. Các nhà cung cấp hàng hoá có thể là các doanh nghiệp, các tổ chức KH&CN (bao gồm các tổ chức nghiên cứu và phát triển - NC&PT, các trường đại học, viện nghiên cứu, các tổ chức dịch vụ KH&CN), các cá nhân... Có những nhà cung cấp tạo ra ý tưởng sáng tạo để phục vụ cho chính nhu cầu phát triển của mình. Có một số tổ chức cung cấp các hàng hoá này, thông qua hoạt động NC&PT của mình, tạo ra các sản phẩm đổi mới sáng tạo để bán. Bên có nhu cầu về hàng hóa có thể là các đơn vị nhà nước, các doanh nghiệp, viện trường, cá nhân,… Doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng ý tưởng sáng tạo để đổi mới, nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh, tăng cường năng lực cạnh tranh và phát triển. Nhà nước cần ý tưởng sáng tạo để thực hiện tốt chức năng của Nhà nước, đảm bảo phát triển các dịch vụ công, đáp ứng một số yêu cầu của xã hội, đảm bảo an ninh, quốc phòng, bảo vệ môi trường... Bên cầu cũng có thể là các cá nhân, hộ gia đình có nhu cầu về ứng dụng KH&CN để nâng cao năng suất lao động, tạo sản phẩm mới, mở rộng hoạt động sản xuất.

Các tổ chức dịch vụ trung gian, môi giới cũng đóng vai trò quan trọng trong thị trường ý tưởng sáng tạo. Các giao dịch mua bán trong thị trường có thể diễn ra một cách trực tiếp (không qua môi giới) giữa bên cung và bên cầu ý tưởng sáng tạo, hoặc gián tiếp (qua tổ chức môi giới); vật lý (mặt đối mặt) hay ảo (thông qua môi trường internet). Các tổ chức dịch vụ này có chức năng bảo đảm thông tin, kết nối các bên cung cầu, hỗ trợ các hoạt động giao dịch ý tưởng sáng tạo.

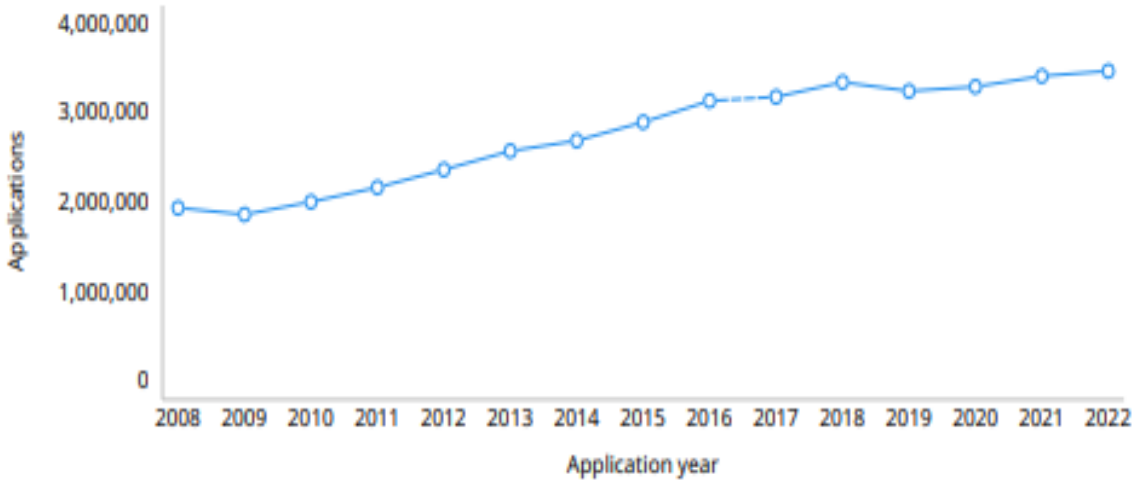
Để thị trường ý tưởng sáng tạo vận hành tốt, cần thiết phải có hệ thống pháp luật phù hợp. Về cơ bản, hệ thống pháp luật cần có đối với thị trường này bao gồm pháp luật về sở hữu trí tuệ, pháp luật về chuyển giao công nghệ, pháp luật về hoạt động tư vấn, thẩm định, giám định công nghệ, tài sản trí tuệ, pháp luật về định giá tài sản trí tuệ, tài sản vô hình...

1.2. Một số căn cứ thực tiễn quốc tế

a) Thực tiễn về hàng hóa của thị trường

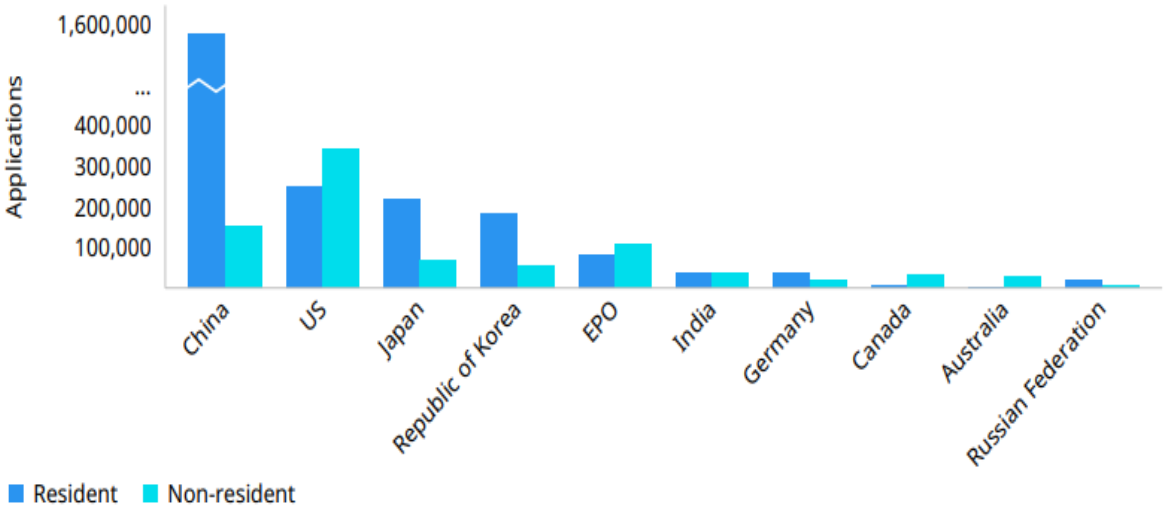
Sản phẩm điển hình của hoạt động đổi mới sáng tạo là sáng chế, ngoài ra còn có kiểu dáng công nghiệp. Đây cũng là các đối tượng quyền SHTT được bảo hộ theo cơ chế mang tính lãnh thổ quốc gia. Dưới đây là một số thống kê của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới về các ý tưởng sáng tạo này.

Biểu đồ 1: Số lượng đơn sáng chế trên thế giới, giai đoạn 2008-2022



Nguồn: World IP indicator 2023

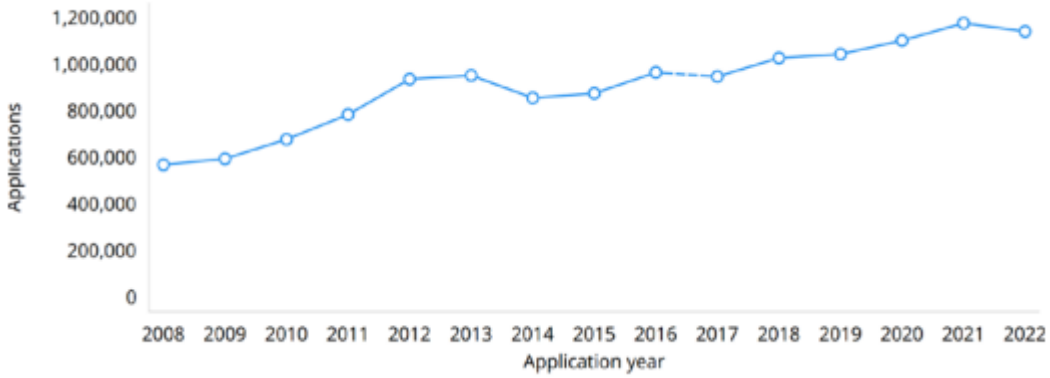
Biểu đồ 2: Số lượng đơn sáng chế của 10 quốc gia dẫn đầu năm 2022



Nguồn: World IP indicator 2023

Nhìn chung, số lượng đơn đăng ký sáng chế trên thế giới có xu hướng tăng, mặc dù một số năm có giảm so với năm liền kề nhưng không đáng kể. Trong đó, Hoa Kỳ, Nhật Bản và Trung Quốc là 3 quốc gia có số lượng đơn sáng chế đứng đầu thế giới.

Biểu đồ 3: Số lượng đơn kiểu dáng công nghiệp trên thế giới, giai đoạn 2008-2022



Nguồn: World IP indicator 2023

Tương tự, tình hình đăng ký các ý tưởng sáng tạo là kiểu dáng công nghiệp trên thế giới nhìn chung cũng có xu hướng tăng lên, một số năm có giảm nhẹ nhưng không đáng kể. Đáng chú ý, năm 2022, riêng Trung Quốc đã có 798.112 đăng ký, chiếm hơn một nửa (53,8%) số đơn của toàn cầu. Tiếp theo là EUIPO (109.132), Thổ Nhĩ Kỳ (84.111), Anh (69.004) và Hàn Quốc (61.136). Số lượng đơn đăng ký của 20 quốc gia đứng đầu về số lượng đơn kiểu dáng công nghiệp chiếm đến 94,6% tổng số đơn của toàn thế giới.[2]

b) Thực tiễn trao đổi, mua bán, chuyển nhượng ý tưởng sáng tạo của một số nước trên thế giới

Trên thế giới, việc trao đổi, mua bán, chuyển nhượng ý tưởng sáng tạo thường được thực hiện thông qua các hình thức sau đây:

- Nghiên cứu được tài trợ, hay thỏa thuận đặt hàng nghiên cứu *(sponsored research agreements)*: Hình thức này đề cập đến nghiên cứu định hướng ứng dụng, theo đặt hàng và tài trợ với điều kiện được sử dụng kết quả nghiên cứu. Bên đặt hàng và tài trợ có thể là một doanh nghiệp cần phát triển sản phẩm/dịch vụ hoặc bởi một bên nào đó quan tâm đến việc thúc đẩy nghiên cứu và đổi mới sáng tạo. Đối với tổ chức nghiên cứu, các nghiên cứu này không giống như nghiên cứu học thuật mà có các mục tiêu, nhiệm vụ xuất phát từ nhu cầu thực tiễn.

- Thương mại hóa quyền SHTT thông qua thỏa thuận li xăng *(IP license agreements):* Trường đại học, viện nghiên cứu hoặc các nhà khoa học ký kết thỏa thuận li xăng cho phép doanh nghiệp sử dụng sáng chế của mình trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Các điều khoản tài chính trong thỏa thuận nhằm chia sẻ lợi nhuận thu được từ việc bán sản phẩm dựa trên sáng chế giữa chủ sở hữu và người sử dụng sáng chế. Phí li xăng có thể được trả một lần và thanh toán ngay sau khi ký thỏa thuận hoặc doanh

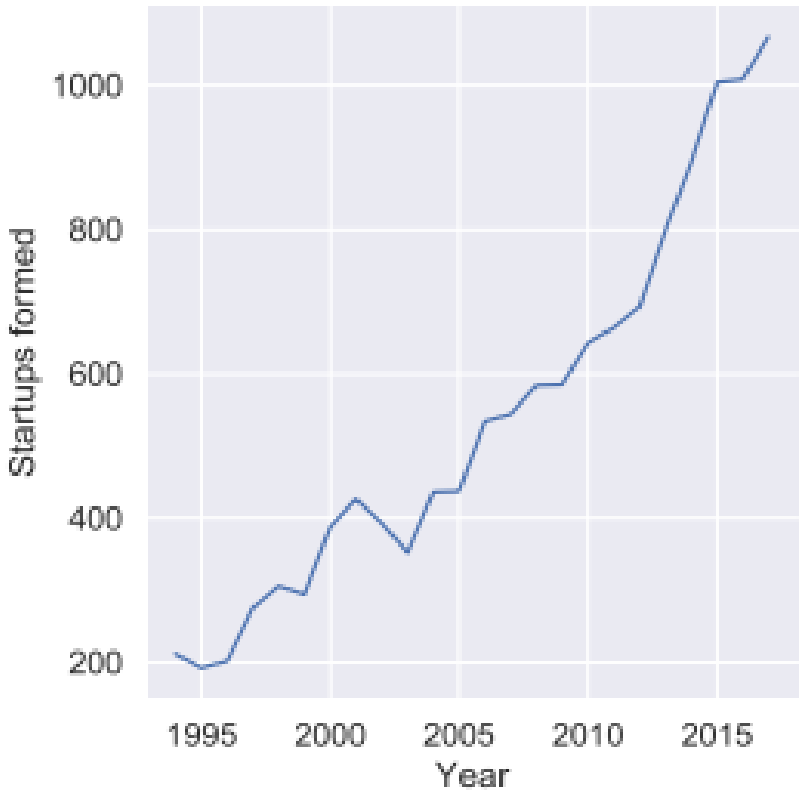
[2] WIPO (2023), World IP Indicator 2023, https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-941-2023-en-world-intellectual-property-indicators-2023.pdf

nghiệp có thể giảm thiểu rủi ro tài chính bằng cách trả một khoản tiền li xăng trước và sau đó định kỳ thanh toán khi bán sản phẩm.

- Thành lập công ty mới*:* Mô hình các công ty mới được thành lập trên nền tảng sáng chế trong các viện/trường được gọi là "spin off". Hình thức này đề cập đến các công ty khởi nghiệp phát triển sản phẩm trên cơ sở một số kết quả nghiên cứu nhất định. Trong nhiều trường hợp, viện/trường nắm giữ một phần quyền sở hữu nhất định của công ty thay cho khoản đầu tư tương ứng với việc cho phép sử dụng sáng chế của mình. Theo mô hình này, viện/trường đại học có thể được hưởng lợi từ việc bán cổ phần của mình trong công ty trong tương lai và khi sản phẩm được đưa ra thị trường thì cũng được hưởng lợi từ tiền li xăng sáng chế.

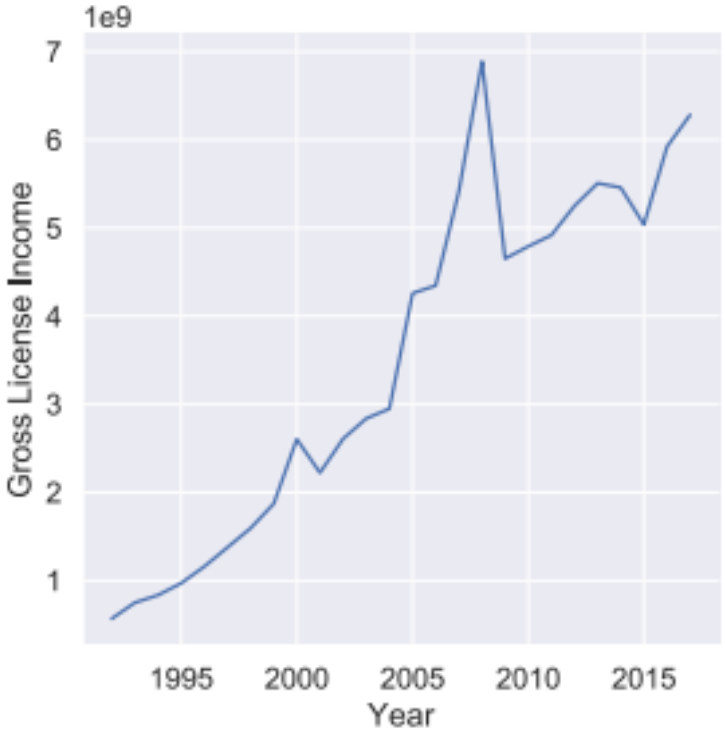
Tại Hoa Kỳ, hoạt động trao đổi, mua bán, chuyển nhượng ý tưởng sáng tạo diễn ra khá sôi nổi, đặc biệt là các trường đại học. Theo thống kê, các trường đại học Hoa Kỳ tạo ra khoảng 1.000 công ty spin-off và kiếm được hơn 2,9 tỷ $ doanh thu từ li xăng sáng chế mỗi năm.

Biểu đồ 4: Số doanh nghiệp spin-off được thành lập từ các trường đại học của Hoa Kỳ



Nguồn: Vinit Nijhawan, Cullum Clark, Christian Blackwell (2020)

Biểu đồ 5: Thu nhập từ li xăng của trường đại học Hoa Kỳ



Nguồn: Vinit Nijhawan, Cullum Clark, Christian Blackwell (2020)

Chính phủ Hoa Kỳ có nhiều chính sách để thúc đẩy hoạt động chuyển giao các ý tưởng sáng tạo, điển hình trong thời gian gần đây là chương trình SBIR (Small Business Innovation Research) và STTR (Small Business Technology Transfer). SBIR là chương trình khuyến khích các nhà khoa học kỹ thuật tự mở công ty khởi nghiệp (start-up), Chính phủ sẽ cấp một khoản kinh phí để họ phát triển sản phẩm có thể thương mại hóa được. STTR tài trợ các giảng viên đại học cộng tác với các công ty vừa và nhỏ để phát triển sản phẩm có thể thương mại hóa được. Mặc dù các chương trình này không đề cập vấn đề bảo hộ SHTT nhưng nó gián tiếp khuyến khích nhà khoa học khi có ý tưởng sáng tạo sẽ chủ động bảo hộ tài sản trí tuệ của mình.

Các chương trình SBIR và STTR có 3 pha: pha đầu tài trợ cho nhà nghiên cứu để phát triển ý tưởng thành sản phẩm mẫu thử nghiệm, pha hai tài trợ để tái thiết kế thành sản phẩm công nghiệp và pha cuối không tài trợ nhưng kết nối nhà nghiên cứu với doanh nghiệp có tiếng tăm trong ngành. Để đánh giá những đề xuất, cơ quan quản lý sẽ liên hệ thành lập hội đồng và có những tiêu chí riêng biệt nhưng rõ ràng. Tiêu chí đánh giá quan trọng là ý tưởng có khả thi hay không và sản phẩm tương lai có đáp ứng nhu cầu thực tế hay không. Nếu sau pha đầu nhà nghiên cứu không làm ra sản phẩm như đã đề xuất thì họ cũng phải hoàn tiền nhưng sẽ khó khăn hơn trong việc xét duyệt các đề xuất trong tương lai của nhà nghiên cứu đó.

Trung Quốc cũng là một trong những quốc gia có hoạt động SHTT sôi động trên thế giới với những cải cách mạnh mẽ trong hai thập kỷ qua. Trung Quốc hiện nay là

quốc gia có số lượng đơn đăng ký sáng chế, kiểu dáng công nghiệp thuộc hàng cao nhất nhì thế giới. Bên cạnh đó, tỷ lệ thương mại hoá thành công (trung bình năm) của Trung Quốc trong giai đoạn 2016 - 2020 là > 30%. Số lượng các giao dịch liên quan đến sáng chế (bao gồm cả chuyển giao quyền sử dụng (li xăng), và thế chấp tài chính) trong giai đoạn này đạt 1,386 triệu lượt, gấp 2,5 lần so với giai đoạn 2011 – 2015[3]. Năm 2022, tỷ lệ chuyển giao sáng chế của Trung Quốc đạt mức 36,7%. Đây là tỷ lệ thương mại hóa sáng chế cao nhất của nước này so với những năm trước đó.[4]

Trung Quốc đạt được các thành tựu như vậy là nhờ có các chính sách thúc đẩy thương mại hoá quyền SHTT của Chính phủ, điển hình như chính sách cho vay thế chấp bằng quyền SHTT. Đây là hình thức huy động vốn mà trong đó doanh nghiệp dùng quyền SHTT để thế chấp vay ngân hàng. Năm 2008, Cơ quan Sở hữu trí tuệ Trung Quốc (CNIPA) cũng bắt đầu triển khai cung cấp dịch vụ hỗ trợ thế chấp bằng tài sản trí tuệ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ có công nghệ nhưng không đủ kinh phí để phát triển sản phẩm. Dịch vụ này gồm có 5 hoạt động chính: đánh giá, bảo lãnh, cho vay, đầu tư và thương mại. Để cung cấp được dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, CNIPA đã thành lập một liên minh gồm các doanh nghiệp thẩm định giá tài sản trí tuệ, doanh nghiệp cho vay thế chấp có vốn đăng ký từ 200 triệu NDT (khoảng 31 triệu USD), các quỹ đầu tư trái phiếu, quỹ có vốn đăng ký từ 500 triệu NDT (khoảng 77,5 triệu USD), và các nền tảng Internet (Internet platform) về giao dịch SHTT và cổ phiếu. Các phương tiện tài chính được cung cấp trong dịch vụ hỗ trợ gồm vay ngân hàng, vay tín chấp, vay hạn mức nhỏ, vay tín thác và vay ngang hàng. Theo thống kê của CNIPA từ 2017 đến 2020, dịch vụ hỗ trợ nói trên đã được triển khai tại 37 thành phố trọng điểm của Trung Quốc với 407.000 lượt giao dịch sáng chế, tương ứng với 168,09 tỷ NDT (tương đương 26 tỷ USD) cho vay thông qua thế chấp sáng chế. Tính riêng năm 2020, 37 thành phố này đã có 188.000 lượt giao dịch sáng chế, nhiều hơn 7,5% so với tỷ lệ trung bình cả nước, và có 80,89 tỷ NDT (tương đương 12,53 tỷ USD) đã được cho vay thông qua thế chấp sáng chế, cao hơn 13,3% so với tỷ lệ trung bình cả nước[5].

Bên cạnh Hoa Kỳ và Trung Quốc, Nhật Bản cũng là một quốc gia có hoạt động đổi mới sáng tạo phát triển với số lượng sáng chế, kiểu dáng công nghiệp hàng năm luôn nằm trong danh sách các quốc gia dẫn đầu thế giới. Năm 2022, số lượng đơn sáng chế của Nhật Bản đứng thứ 3 thế giới, còn số lượng đơn đăng ký kiểu dáng công nghiệp đứng thứ 8 thế giới.[6] Ngoài ra, hoạt động chuyển giao sáng chế ở Nhật Bản cũng có rất nhiều điểm đáng quan tâm, đặc biệt là từ các trường đại học.

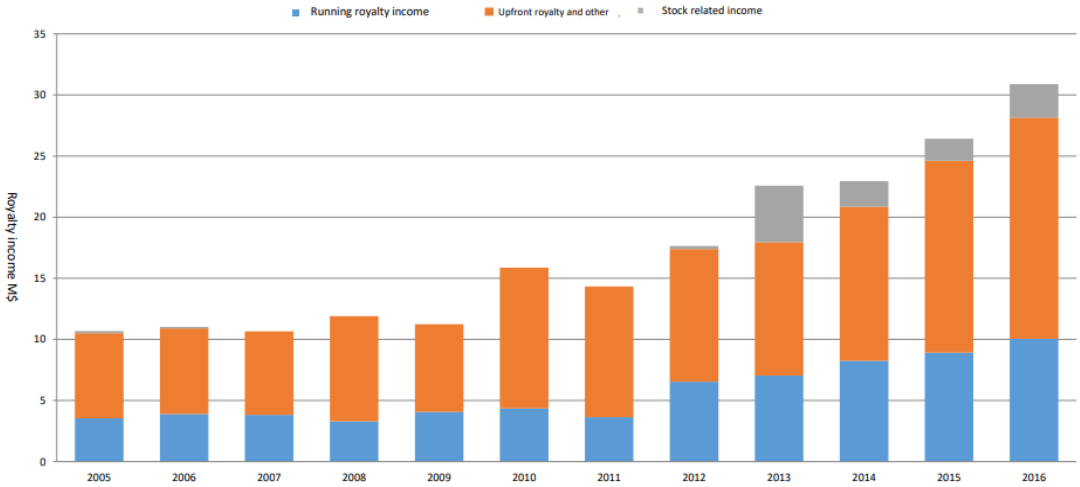
[3] https://www.most.gov.vn/vn/tin-tuc/20800/cho-vay-the-chap-bang-tai-san-so-huu-tri-tue-chinh-sach-thuc-day-thuong-mai-hoa-so-huu-tri-tue-cua-trung-quoc.aspx

[4] https://theleader.vn/trung-quoc-cai-thien-ty-le-chuyen-giao-bang-sang-che-d10488.html

[5] CNIPA (2021), Patent Commercialization Gains Momentum During Past Five Years, China IP News.

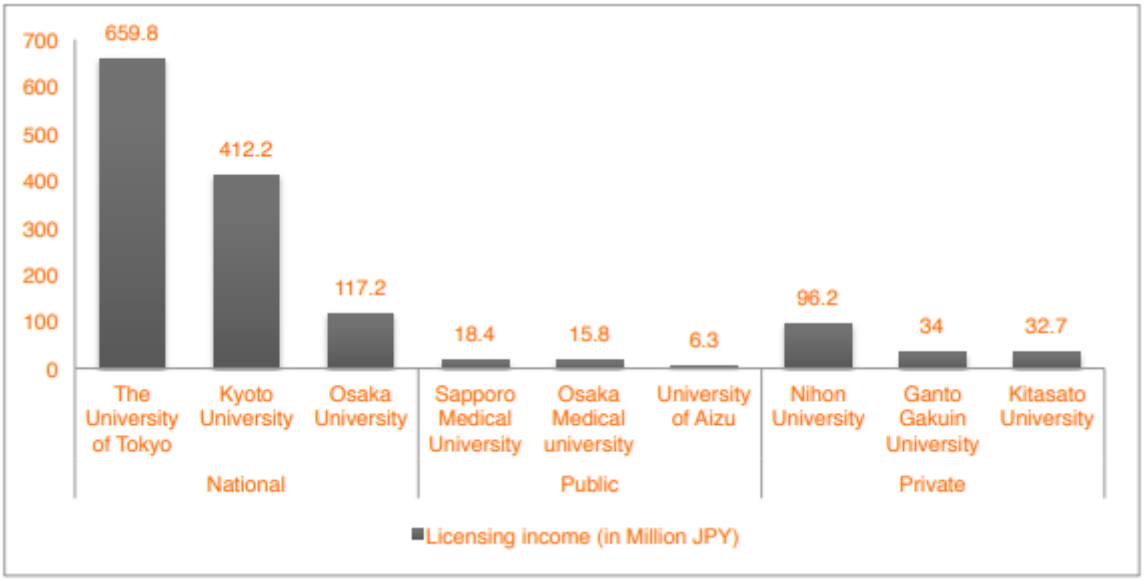
[6] WIPO (2023), World IP Indicator 2023, https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-941-2023-en-world-intellectual-property-indicators-2023.pdf

Biểu đồ 6: Tổng doanh thu từ li xăng của các trường đại học Nhật Bản (triệu đô la)



Nguồn: Takafumi (TAKA) Yamamoto (2019)

Biểu đồ 7: Doanh thu li xăng của một số trường đại học (triệu yên)



Nguồn: Luca Escoffier (2015)

Như đã thấy, thu nhập từ li xăng sáng chế của các trường đại học của Nhật Bản có xu hướng tăng dần theo năm, trong đó một số trường đại học lớn như Đại học Tokyo, Đại học Kyoto, Đại học Osaka là những trường đại học dẫn đầu về thu nhập từ li xăng sáng chế. Để đạt được những kết quả nêu trên, Chính phủ Nhật Bản đã có rất nhiều chính sách phát triển hoạt động chuyển giao sáng chế và các tài sản trí tuệ khác. Từ những năm cuối thế kỷ XX, Chính phủ Nhật Bản đã hỗ trợ việc thành lập các trung tâm chuyển giao công nghệ (TLO/TTO) trong việc chuyển giao kết quả nghiên cứu được phát triển từ các tổ chức nghiên cứu công sang các doanh nghiệp tư nhân. Cùng thời gian đó, Nhật Bản cũng ban hành đạo luật tương tự đạo luật Bayh Dole ở Mỹ, cho phép các trường đại học và tổ chức nghiên cứu công sở hữu tài sản trí tuệ được tạo ra từ ngân sách nhà nước.

Một số trường đại học đã xây dựng các chính sách liên quan đến sáng chế riêng của trường phù hợp với các quy định về SHTT của quốc gia và có cơ chế phân chia lợi nhuận rõ ràng cho các nhà sáng chế. Các văn phòng TTO và TLO thuộc các trường đại học quốc gia và tổ chức nghiên cứu công được trợ cấp từ ngân sách chính phủ trong vòng 05 năm sau khi thành lập. Bên cạnh đó, chính phủ cũng hỗ trợ để phát triển đội ngũ nhân viên giàu kinh nghiệm, nhân viên có khả năng xử lý các vấn đề phức tạp liên quan đến chuyển giao công nghệ, sáng chế cho các TTO và TLO. Các TTO và TLO có thể thực hiện các dịch vụ như tìm kiếm/phát hiện các kết quả nghiên cứu có tiềm năng trở thành độc quyền sáng chế, xử lý các đơn đăng ký sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, hoạt động chuyển giao chuyển nhượng và quản lý các hợp đồng nghiên cứu hợp tác. Mỗi TLO sẽ có các chức năng và phổ hoạt động riêng, điều này giúp cho các TLO cung cấp các dịch vụ đa dạng và hiệu quả. Sự phát triển của các TTO, TLO này đã đóng góp quan trọng vào việc phát triển thị trường chuyển giao, chuyển nhượng sáng chế và các tài sản trí tuệ khác của Nhật Bản.

Qua thực tiễn các nước nêu trên, có thể thấy để phát triển thị trường trao đổi, mua bán, nhượng quyền các ý tưởng sáng tạo, cần sự đóng góp, nỗ lực của các bên liên quan và cơ chế, chính sách thúc đẩy hợp lý để tạo điều kiện cho việc thực hiện các giao dịch này.

2. Kinh nghiệm quốc tế về xây dựng và vận hành trung tâm đổi mới sáng tạo

Trung tâm Đổi mới sáng tạo (ĐMST) xuất hiện và phát triển ngày càng nhiều không chỉ ở các nước phát triển (Hoa Kỳ, Đức, Anh, Nhật Bản...), mà cả ở các quốc gia đang phát triển.

a) Hoa Kỳ

Hoa Kỳ đã thành lập và đầu tư 1 tỷ đô la cho Mạng lưới Quốc gia về Đổi mới sản xuất (National Network for Manufacturing Innovation - NNMI) với mục tiêu thúc đẩy hoạt động sản xuất nội địa của Mỹ. Mạng lưới này tạo ra sự đổi mới mạnh mẽ cho quốc gia được thực hiện bởi các Viện Đổi mới Sản xuất (IMI) thuộc mạng lưới. Cơ quan quản lý (Văn phòng Chương trình Quốc gia Sản xuất Tiên tiến liên ngành -AMNPO) làm việc trực tiếp với Quốc hội để đảm bảo đạt mục tiêu đã đề ra.

NNMI đầu tư các cơ sở hạ tầng mang tính đổi mới tạo điều kiện cho các quy trình sản xuất và công nghệ mới có thể phát triển thuận lợi hơn khi chuyển từ nghiên cứu cơ bản đến triển khai và sản xuất. NNMI có quy mô và chức năng độc đáo và được xây dựng dựa trên quan hệ đối tác công tư gắn kết.

Trong mô hình NNMI, mỗi IMI sẽ hoạt động trong một lĩnh vực sản xuất hoặc công nghệ trọng tâm riêng biệt, được xác định thông qua quy trình đánh giá do AMNPO

quản lý[7]. Quy trình này sẽ xem xét những thách thức và cơ hội, và tập hợp các bên liên quan đến hoạt động sản xuất của từng IMI bao gồm trường đại học, các tổ chức liên quan trong ngành công nghiệp (các tập đoàn, tổ chức phát triển kinh tế, tổ chức lao động, phòng thí nghiệm quốc gia, v.v.), và các cơ quan chính phủ ở tất cả các cấp (Liên bang, Tiểu bang…). Trong các lĩnh vực trọng tâm riêng của mình, các viện sẽ triển khai phát triển cơ sở hạ tầng đổi mới và tiến hành các dự án nghiên cứu. IMI sẽ cung cấp "khu công nghiệp chung" bao gồm R&D, kỹ thuật và khu vực sản xuất cần thiết để biến các kết quả nghiên cứu thành các sản phẩm thương mại có tính cạnh tranh và có thể sản xuất được, từ đó thúc đẩy quá trình hình thành và phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ (SME). Các công ty và các tập đoàn quốc tế có tầm ảnh hưởng lớn ở Hoa Kỳ sẽ tham gia vào các Viện này.

Các Viện được thành lập và hoạt động dựa trên sự hợp tác giữa Chính phủ, ngành công nghiệp và trường đại học, được hỗ trợ chi phí từ nguồn liên bang và phi liên bang. Dự kiến các viện thường sẽ nhận được 70-120 USD triệu trong tổng quỹ Liên bang, tùy thuộc vào tiềm năng, thời gian đáo hạn, vốn công nghệ và phạm vi của lĩnh vực trong khoảng thời gian 5-7 năm. Nếu mức đầu tư ngoài Liên bang lớn hơn, các viện có thể đạt được mục tiêu của mình với mức tài trợ của Liên bang thấp hơn. Trong vòng bảy năm kể từ khi ra mắt, các viện có thể được duy trì ổn định thông qua các hoạt động tạo thu nhập bao gồm phí thành viên, li xăng quyền sở hữu trí tuệ, hợp đồng nghiên cứu và các hoạt động tính phí dịch vụ.

Các Viện trong Mạng lưới cộng tác với nhau thông qua Hội đồng Lãnh đạo Mạng lưới được thành lập gồm đại diện từ các Viện, cơ quan Liên bang và các đơn vị khác nếu phù hợp. Hội đồng Lãnh đạo Mạng lưới sẽ giám sát và nỗ lực phát triển các phương pháp tiếp cận nhất quán cho các vấn đề chung như như sở hữu trí tuệ, hợp đồng, số liệu nghiên cứu…, đồng thời tạo điều kiện chia sẻ những phương pháp, quy trình thực hành tốt nhất. Mỗi Viện cũng sẽ tham gia vào Cổng thông tin do AMNPO xây dựng trên nền tảng web để giúp các Viện theo dõi, xác định các nghiên cứu có liên quan, các đối tác nghiên cứu tiềm năng và thông tin khác trong Mạng lưới. Kết quả nghiên cứu và thương mại hóa của mỗi Viện có thể được cung cấp cho các Viện khác thông qua việc chuyển giao công nghệ và kiến thức.

b) Trung Quốc

Trung Quốc đã phát triển nhanh chóng mạng lưới các trung tâm ĐMST các cấp, gồm: Trung tâm ĐMST cấp quốc gia và các trung tâm ĐMST cấp tỉnh. Trung tâm ĐMST quốc gia của Trung Quốc được xây dựng từ năm 2004 để tích hợp thiết bị, tài

[7] Các tiêu chí đánh giá bao gồm trọng tâm của Viện và tầm quan trọng của nó đối với nền kinh tế Mỹ; Viện có kế hoạch để có tác động đáng kể đến sản xuất ở quy mô sản xuất trong lĩnh vực chuyên môn hóa của Viện từ nghiên cứu, thương mại hóa và đào tạo lực lượng lao động; hiệu quả của việc quản lý và điều hành; các nguồn lực của Viện được đề xuất; mức độ hợp tác đầu tư; sự tham gia của các doanh nghiệp vừa và nhỏ và các bên liên quan khác trong cộng đồng; và sức mạnh của kế hoạch hướng tới sự bền vững.

nguyên, dữ liệu khoa học, tài liệu, công nghệ, cơ sở hạ tầng thông tin, v.v. và hỗ trợ R&D trong các trường đại học và viện nghiên cứu. Trung tâm ĐMST quốc gia thúc đẩy tập trung các nguồn lực đổi mới ở cấp quốc gia và hình thành mạng lưới chia sẻ và hỗ trợ mạnh mẽ cho hoạt động đổi mới trong doanh nghiệp. Một chức năng khác của Trung tâm ĐMST quốc gia là nhằm chuyển giao công nghệ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ tương đối yếu so với những doanh nghiệp khác trong thị trường. Trung tâm ĐMST quốc gia cũng đặc biệt tập trung cho nhiệm vụ cung cấp dịch vụ kỹ thuật cho doanh nghiệp để phát triển hoạt động đổi mới công nghệ, sản phẩm. Bên cạnh đó, từ năm 2004, nhiều tỉnh, thành phố như như Chiết Giang, Giang Tô, Quảng Đông, Thượng Hải và Bắc Kinh đã xây dựng các Trung tâm ĐMST cấp tỉnh nhằm mục đích thúc đẩy sự phát triển kinh tế của toàn thể khu vực thông qua việc nâng cao năng lực đổi mới của địa phương. Không giống như Trung tâm ĐMST quốc gia, các trung tâm này được tài trợ và quản lý bởi chính quyền khu vực. Họ tích hợp nguồn lực và cung cấp dịch vụ trong phạm vi ranh giới khu vực. Tất cả các Trung tâm ĐMST quốc gia và khu vực đã cùng nhau tạo thành nền tảng đổi mới sáng tạo của Trung Quốc, giúp nâng cao hiệu quả trong việc hỗ trợ đổi mới và sáng tạo, góp phần phát triển nền kinh tế Trung Quốc.

Đối với Trung tâm ĐMST quốc gia, Chính phủ Trung Quốc coi công tác phát triển hoạt động ĐMST là cơ chế quan trọng để thúc đẩy phát triển các ngành công nghiệp. Năm 2015, Trung Quốc đã thông qua chiến lược có tên gọi "Made in China" (MIC 2025) nhằm hiện đại hóa năng lực công nghiệp của Trung Quốc. Chiến lược toàn diện được thực hiện trong vòng 10 năm này tập trung chủ yếu vào các lĩnh vực chiến lược và có mục tiêu đảm bảo vị thế cường quốc của Trung Quốc trong các ngành công nghệ cao như robot, hàng không, và các phương tiện sử dụng năng lượng mới như điện và khí sinh học. Kế hoạch định hướng nghiên cứu và phát triển này được coi là một yếu tố quan trọng trong phát triển bền vững tăng trưởng và khả năng cạnh tranh trong những thập kỷ tới khi nước này chuyển đổi sang nền kinh tế phát triển. Kế hoạch này cũng đảm bảo các nhà sản xuất Trung Quốc duy trì khả năng cạnh tranh với các nhà sản xuất chi phí thấp mới nổi. Theo đó, Trung Quốc sẽ thay thế sự phụ thuộc vào nhập khẩu công nghệ nước ngoài bằng những đổi mới của riêng mình và phát triển các công ty Trung Quốc có thể cạnh tranh cả trong nước và ngoài nước. Với trọng tâm là chất lượng, Trung Quốc đầu tư hướng tới đổi mới công nghệ và sản xuất thông minh trong các lĩnh vực như học máy, sản xuất thông minh liên quan đến việc kết hợp internet với mạng không dây cảm biến và robot để cải thiện hiệu quả, chất lượng và năng suất sản xuất. Với chiến lược này, Trung Quốc sẽ nâng cao chuỗi giá trị gia tăng, tái định vị mình từ một nhà sản xuất chi phí thấp thành đối thủ cạnh tranh trực tiếp với các quốc gia như Hàn Quốc, Nhật Bản và Đức.

c) Hàn Quốc

Tại Hàn Quốc kể từ năm 2015, Chính phủ đã thiết lập 17 Trung tâm Xúc tiến ý tưởng sáng tạo kinh tế khu vực (CCEI) với 18 văn phòng ở các địa phương, nhằm hỗ trợ

cho các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST hoạt động trong lĩnh vực công nghệ thông tin - truyền thông và Cách mạng công nghiệp lần thứ 4. Các trung tâm này giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp kết nối với các tập đoàn trong và ngoài địa phương. Mô hình CCEI tập trung hỗ trợ phát triển một lĩnh vực cụ thể bằng cách kết nối chính quyền địa phương với một doanh nghiệp lớn thường là doanh nghiệp dẫn đầu về một lĩnh vực nhất định ở địa phương. Mỗi tập đoàn lớn (Lotte, LG, Hyundai Motor, Samsung, SK…) đều được đề nghị tham gia vào 1 trong 17 trung tâm này và tập trung vào lĩnh vực chuyên môn của mình. Mô hình này trao cho các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST và doanh nghiệp vừa và nhỏ cơ hội tiếp cận vốn đầu tư, công nghệ tiên tiến, hoạt động marketing, hoạt động mua - bán và sáp nhập trên cơ sở tận dụng lợi thế của các tập đoàn. Các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST và doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng được đội ngũ chuyên gia tài chính, pháp luật, sáng chế… của CCEI cung cấp các dịch vụ tư vấn và đáp ứng các dịch vụ toàn diện khác như cho thuê văn phòng, giới thiệu đầu tư và hỗ trợ mở rộng hoạt động kinh doanh ra thị trường quốc tế.

Mỗi CCEI điều hành một hệ thống hỗ trợ trực tiếp cho từng đối tượng trên cơ sở hợp tác với chính quyền địa phương/trung ương và các tập đoàn lớn. Mỗi trung tâm là một đơn vị hoạt động phi lợi nhuận, được lựa chọn từ các tổ chức trực thuộc hoặc hợp tác với các cơ quan nhà nước, tổ chức kinh tế, trường đại học, viện nghiên cứu… trên cơ sở tham vấn với Bộ trưởng Bộ Khoa học, Thông tin truyền thông và Kế hoạch của Hàn Quốc; cán bộ lãnh đạo của doanh nghiệp lớn; thị trưởng thành phố hoặc thống đốc.

Nhờ sự hỗ trợ của CCEI, các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST của Hàn Quốc không chỉ hoạt động thành công trong nước mà còn mở rộng ra toàn thế giới. Gần đây, số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST của Hàn Quốc tham gia hợp tác với các tổ chức đầu tư mạo hiểm, vườn ươm khởi nghiệp và nhà đầu tư thông qua mạng lưới doanh nghiệp lớn toàn cầu - những đơn vị thành viên của trung tâm CCEI tăng cao. Tính đến nay, Hàn Quốc có hơn 5.000 doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST tham gia vào mạng lưới này.

Về tài chính, dưới sự hỗ trợ của nhà nước và tài trợ của khu vực tư nhân, các CCEI có khoảng 1,8 tỷ USD mỗi năm để hoạt động dưới hình thức đầu tư, bảo lãnh và cho vay. Nhờ có khoản vốn này mà mỗi năm đã có thêm hàng chục tỷ USD đầu tư vào hoạt động ĐMST của các doanh nghiệp. Hoạt động dựa trên vốn kiến thức và kinh nghiệm chuyên sâu, cơ chế đầu tư và hợp tác đơn giản, các CCEI hoạt động hiệu quả trong việc hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp tiếp cận các công nghệ, thiết bị hiện đại; cũng như trong mọi hoạt động kinh doanh, từ thiết kế đến xuất khẩu sản phẩm.

Có thể thấy đối với Hàn Quốc, các trung tâm ĐMST đóng vai trò trung gian kết nối các hoạt động liên quan đến ĐMST. Các trung tâm này hoạt động theo mô hình phi lợi nhuận dưới dự bảo trợ của chính phủ hoặc thông qua tài trợ từ các tập đoàn tư nhân lớn. Ngoài ra, các trung tâm này được tổ chức một cách khoa học từ trung ương đến địa phương nhằm thống nhất một định hướng chung.

Tóm lại, mỗi quốc gia đều có chiến lược và cách thức riêng trong việc phát triển hệ thống các trung tâm ĐMST của mình. Điểm chung của các trung tâm ĐMST này là đều có sự hậu thuẫn, hỗ trợ của chính phủ hoặc các tập đoàn lớn trong một giai đoạn hoặc toàn bộ quá trình hoạt động, với đặc thù là đơn vị kết nối trung gian không trực tiếp tham gia vào quá trình tạo ra của cải vật chất cho xã hội. Các trung tâm ĐMST này là sự kết nối tương tác và hợp tác cùng phát triển giữa các thành phần, gồm: cộng đồng doanh nghiệp (doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, doanh nghiệp lớn/dẫn dắt…), các tổ chức nghiên cứu - phát triển (trường đại học, viện nghiên cứu…), các tổ chức hỗ trợ trực tiếp (cơ sở ươm tạo doanh nghiệp, tổ chức thúc đẩy kinh doanh, nhà đầu tư cá nhân, quỹ đầu tư…), các tổ chức hỗ trợ gián tiếp (truyền thông, tổ chức sự kiện, tổ chức cuộc thi, đào tạo – tư vấn – huấn luyện/cố vấn kinh doanh…), và các cơ quan Nhà nước (ban hành chính sách, kiến tạo môi trường hỗ trợ hệ sinh thái phát triển…). Do đó, các trung tâm đổi mới sáng tạo muốn hoạt động tốt phải tạo được môi trường thuận lợi để các thành phần trong hệ sinh thái đổi mới sáng tạo có thể kết nối và cùng phát triển.

3. Gợi ý tham chiếu cho khởi tạo và thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hội nhập quốc tế tại Ninh Bình

Để Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tỉnh Ninh Bình có thể hoạt động một cách hiệu quả, thu hút các doanh nghiệp số, doanh nghiệp ĐMST trong nước và quốc tế về đầu tư, tìm kiếm cơ hội kinh doanh nhằm phát triển tỉnh trở thành trung tâm ĐMST của cả nước thì cần phải đầu tư xây dựng và vận hành Trung tâm một cách bài bản, chiến lược và khả thi.

a) Chức năng, nhiệm vụ

Trung tâm ĐMST là mô hình tổ chức sáng tạo đặc thù, do đó nên được đặt tại các cơ quan cấp cao có chức năng hoạch định về chiến lược, chính sách KH&CN của tỉnh. Điều này giúp cho việc định hướng chiến lược, nắm bắt được xu thế về KH&CN một cách chính xác và có định hướng rõ ràng trong mỗi giai đoạn phát triển. Đối với tỉnh Ninh Bình, Trung tâm ĐMST cần phải trở thành hạt nhân kết nối, quy tụ, tạo ra hệ sinh thái gắn kết chặt chẽ giữa doanh nghiệp – tổ chức nghiên cứu – Nhà nước với các chức năng và nhiệm vụ cụ thể như sau:

Chức năng:

- Dẫn dắt, kết nối và cung cấp các dịch vụ ĐMST hiệu quả và hỗ trợ nghiên cứu và phát triển phục vụ cho hệ sinh thái ĐMST

- Tập trung phát triển các ngành có lợi thế cạnh tranh sẵn có của địa phương/quốc gia.

- Thu hẹp khoảng cách giữa nghiên cứu và thị trường, đưa các công nghệ mới đến gần hơn với doanh nghiệp và người dân

- Hỗ trợ hình thành các giải pháp công nghệ tiên tiến, kích thích các ý tưởng sáng tạo, khơi gợi cảm hứng ĐMST.

- Tận dụng các nguồn lực hiện hữu và thu hút các nguồn lực mới dành cho doanh nghiệp đổi mới sáng tạo.

Nhiệm vụ:

- Xây dựng các chính sách, chương trình hỗ trợ hiệu quả nhằm khuyến khích hoạt động đổi mới sáng tạo của địa phương

- Hỗ trợ, kết nối hoạt động khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, phát triển khoa học công nghệ của các tổ chức nghiên cứu và doanh nghiệp

- Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực đổi mới sáng tạo; tổ chức cung cấp nguồn lực kiến thức, chuyên môn quản trị, khoa học, thiết bị, hạ tầng nghiên cứu phục vụ nghiên cứu, phát triển và thương mại hóa sản phẩm

- Kết nối với hạ tầng hỗ trợ sẵn có, xây dựng quan hệ đối tác đa chiều từ các hiệp hội ngành nghề, tổ chức phát triển chuyên môn, sở ban ngành - trung tâm hỗ trợ phát triển doanh nghiệp, trường viện, các tổ chức phi lợi nhuận và nhà đầu tư tư nhân của địa phương.

- Cung cấp không gian làm việc chung; không gian trưng bày, trình diễn công nghệ; không gian đào tạo, hội thảo hỗ trợ phát triển, kết nối và không gian nghiên cứu.

- Phân tích, đánh giá cơ hội và rủi ro của các dự án khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo;

- Phổ biến công nghệ, các kết quả nghiên cứu, xây dựng mạng lưới thông tin về các sản phẩm đổi mới sáng tạo.

b) Mô hình vận hành

Do hoạt động ĐMST có tính rủi ro cao nên cần phải có nguồn lực mạnh để đầu tư, hỗ trợ doanh nghiệp thực hiện các hoạt động R&D, nâng cao trình độ công nghệ và quản lý. Việc đầu tư, hỗ trợ này nên được thông qua các chương trình/dự án được dẫn dắt bởi Trung tâm ĐMST. Trong đó, Trung tâm ĐMST đóng vai trò là đơn vị đánh giá tính khả thi của các dự án và theo dõi, quản lý và hỗ trợ thực hiện, đánh giá kết quả. Đồng thời, sau khi dự án được hoàn thành, Trung tâm sẽ thực hiện phổ biến, lan rộng kinh nghiệm hoặc kết quả tốt, có tính ứng dụng.

Trung tâm ĐMST cần phải hình thành mạng lưới ĐMST của địa phương với sự tham gia của các thành phần quan trọng trong việc phát triển hoạt động đổi mới của tỉnh, bao gồm đại diện của các tổ chức nghiên cứu, đại diện của các doanh nghiệp, tập đoàn lớn của tỉnh và đại diện của các ban, ngành có liên quan. Mạng lưới này phải thường xuyên kết nối và cam kết hỗ trợ hoạt động đổi mới sáng tạo của địa phương.

Để vận hành hiệu quả, Trung tâm có các Ban chuyên môn theo nhóm ngành chuyên sâu gồm: các chuyên gia hỗ trợ chuyên môn, chuyên gia phát triển thị trường, chuyên gia trong lĩnh vực truyền thông và thông tin; chuyên gia đào tạo và kết nối.

c) Cơ chế tài chính

- Nguồn kinh phí hoạt động cho trung tâm ĐMST có thể từ nhiều nguồn khác nhau: ngân sách nhà nước; đóng góp tự nguyện/tài trợ; khoản thu từ tiền lãi gửi ngân hàng; khoản thu từ các dịch vụ của Trung tâm và các khoản thu hợp pháp khác.

- Các khoản chi của trung tâm tập trung vào: tài trợ, hỗ trợ các chương trình, dự án hoạt động theo điều lệ của trung tâm ĐMST và quy định của pháp luật; tài trợ cho các tổ chức, cá nhân theo đúng đối tượng mà trung tâm hướng tới.

d) Các dịch vụ chính

- Các dịch vụ liên quan đến tìm kiếm các ý tưởng sáng tạo, sáng chế, giải pháp hữu ích, công nghệ, kiểu dáng/mẫu mã sản phẩm phục vụ khách hàng kết nối quan hệ hợp tác với khối tư nhân và khối công lập.

- Thực hiện các hoạt động kết nối nhằm tối ưu hóa và tùy biến các kết quả nghiên cứu khoa học, các công nghệ đảm bảo tính phù hợp với điều kiện thị trường.

- Tư vấn, hỗ trợ thực hiện các thủ tục về sở hữu trí tuệ, chuyển giao công nghệ, li xăng, chuyển nhượng tài sản trí tuệ…

- Tư vấn và hỗ trợ vận hành, quản trị doanh nghiệp khởi nghiệp; tư vấn và hỗ trợ kết nối, xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư.

Một số tài liệu tham khảo

1. U.S. Small Business Administration (2022), 2021 SBIR and STTR Annual Report, https://www.sbir.gov/sites/default/files/202408/SBA_SBIR_STTR_FY21_Annual_Report.pdf

2. Vinit Nijhawan, Cullum Clark, Christian Blackwell (2020), The Innovation Impact of U.S. Universities, https://open.bu.edu/bitstream/handle/2144/41842/gwbi-university-impact-report-ranks-exec-summary-full-report.pdf?sequence=1&isAllowed=y

3. Takafumi (TAKA) Yamamoto (2019), The Technology Transfer Activities in Japan, https://www.wipo.int/edocs/mdocs/aspac/en/wipo_hl_ip_osa_19/wipo_hl_ip_osa_19_s1_5_2.pdf

4. Galyna Zhavoronkova, Vladimir Zhavoronkov, Natalia Kovalenko, Irina Panasiuk (2021), World technology market: features and current trends, International Scientific journal "Industry 4.0", year VI, issue 6

5. WIPO (2023), World IP Indicator 2023, https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo-pub-941-2023-en-world-intellectual-property-indicators-2023.pdf

6. Yuqing Cai (2018), The Evolution of Distribution of Technology Transfer in China: Evidence from Patent Licensing, American Journal of Industrial and Business Management, Vol.8 No.5, May 2018

7. Luca Escoffier (2015), Japan's Technology Transfer System: Challenges and Opportunities for European SMEs, https://cdnw8.eu-japan.eu/sites/default/files/publications/docs/technologytransfer_final.pdf

8. Advanced Manufacturing National Program Office (2013), National Network for Manufacturing Innovation: A Preliminary Design, https://www.energy.gov/eere/amo/articles/national-network-manufacturing-innovation-preliminary-design-0

9. Institute for Security & Development Policy (2018), Made in China 2025. https://www.isdp.eu/wp-content/uploads/2018/06/Made-in-China-Backgrounder.pdf

10. Jizhen Li, Quwen Deng, Olav Jull Sorensen (2011), Building national innovation platform in China: theoretical exploration and empirical study, Journal of Science and Technology Policy in China.

11. Nguyễn Quốc Đạt, Lê Quang Thái (2020), Xây dựng mô hình hoạt động của trung tâm đổi mới sáng tạo quốc gia: Kinh nghiệm của một số nước, Tạp chí Khoa học và Công nghệ Việt Nam, số 9 năm 2020.

12. Nguyễn Việt Đức (2021), Kinh nghiệm xây dựng Trung tâm Đổi mới Sáng tạo, Tạp chí Thị trường Tài chính Tiền tệ số 18 năm 2021.

Kinh nghiệm xây dựng, vận hành Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trên thế giới - giá trị tham chiếu cho Ninh Bình

PGS.TS. Lê Văn Chiến
Viện trưởng Viện Lãnh đạo học và Chính sách công

1. Đặt vấn đề

Cùng với sự ra đời của doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (còn gọi là startup) là sự ra đời của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST). Trong đó, trung tâm đổi mới sáng tạo (ĐMST) có vai trò kết nối các thành phần của hệ sinh thái ĐMST, hỗ trợ cộng đồng khởi nghiệp ĐMST phát triển, hoàn thiện các ý tưởng kinh doanh/công nghệ, kêu gọi đầu tư... Mạng lưới các trung tâm ĐMST ở mỗi quốc gia được hình thành và phát triển theo các định hướng và cách thức tổ chức khác nhau nhưng tất cả đều hướng tới tập trung nguồn lực để phát triển các lĩnh vực theo kế hoạch được định trước nhằm tạo ra những kết quả mang tính đột phá, có tính ảnh hưởng sâu rộng tới một bộ phận hoặc toàn bộ nền kinh tế. Nhiều quốc gia đã thiết lập các mạng lưới trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp, ĐMST để thử nghiệm việc xây dựng và thực thi các chính sách cụ thể liên quan đến thúc đẩy, hỗ trợ hoạt động ĐMST trong doanh nghiệp, kết nối mọi người, hỗ trợ hợp tác, thu hút các nhà đầu tư và củng cố cộng đồng khởi nghiệp – điều cần thiết để xây dựng một chuỗi các doanh nghiệp tạo việc làm trong tương lai và các công việc bền vững, có giá trị cao tại địa phương.

Nằm trong vùng kinh tế vùng đồng bằng Sông Hồng năng động, thuộc Hành lang kinh tế Bắc - Nam trên địa bàn vùng (Bắc Ninh - Hà Nội - Hà Nam - Ninh Bình)[1], những năm qua, tỉnh Ninh Bình đã đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, chuyển hướng phát triển kinh tế-xã hội dựa trên nền tảng khoa học-công nghệ (KH-CN) và đổi mới sáng tạo (ĐMST), chuyển đổi số. Năm 2023, Ninh Bình cơ bản hoàn thành các chỉ tiêu, nhiệm vụ về phát triển hạ tầng, nền tảng số; cơ bản hoàn thành triển khai thí điểm mô hình chuyển đổi số cấp huyện, thí điểm chuyển đổi số cấp sở, ngành; đẩy mạnh xã hội hóa trong nghiên cứu KH-CN, huy động nguồn vốn của các doanh nghiệp đầu tư cho hoạt động KH-CN, hình thành doanh nghiệp KH-CN, khuyến khích hợp tác trong phát triển và ứng dụng KH-CN vào sản xuất và đời sống...Theo đánh giá Bộ chỉ số ĐMST cấp địa phương (PII) năm 2023, tỉnh Ninh Bình với điểm số 43,39 đứng ở vị trí 16 các tỉnh, thành phố về chỉ số ĐMST cấp địa phương, trong đó, nhiều chỉ số có điểm số khá cao như: Thể chế đạt 46,16 điểm; vốn con người và nghiên cứu-phát triển đạt 42,41 điểm; cơ sở hạ tầng đạt 64,05 điểm; trình độ phát triển của doanh nghiệp đạt 40,54 điểm. Kết quả trên cho thấy Ninh Bình đang đi đúng xu thế trong chuyển đổi và

[1] https://xaydungchinhsach.chinhphu.vn/quy-hoach-vung-dong-bang-song-hong-1-vung-dong-luc-quoc-gia-4-cuc-tang-truong-5-hanh-lang-kinh-te-119240504191018998.htm#:~:text=Ph%E1%BA%A1m%20vi%2C%20ranh%20gi%E1%BB%9Bi%20l%E1%BA%ADp,H%C3%A0%20Nam%20v%C3%A0%20Ninh%20B%C3%ACnh.

lựa chọn động lực tăng trưởng dựa trên nền tảng khoa học-công nghệ (KH-CN) và đổi mới sáng tạo (ĐMST), chuyển đổi số để đưa tỉnh phát triển nhanh, bền vững, với tầm nhìn đến năm 2030 là tỉnh khá, trở thành cực tăng trưởng các tỉnh phía Nam Đồng bằng sông Hồng...

Để đạt được mục tiêu trên, việc nghiên cứu mô hình trung tâm ĐMST của một số trung tâm khởi nghiệp lớn trong khu vực và trên thế giới có nhiều điểm tương đồng với Ninh Bình có ý nghĩa rất quan trọng, nhằm rút ra một số vấn đề mang tính gợi mở, tham khảo cho Tỉnh trong việc xây dựng, vận hành Trung tâm ĐMST, kết nối các thành phần của hệ sinh thái KNĐMST, hỗ trợ, thúc đẩy sự phát triển các doanh nghiệp dựa trên ĐMST nhằm đưa nền kinh tế của Tỉnh phát triển bền vững.

2. Một số khái niệm

Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo

Trong Báo cáo Khởi nghiệp 2014 của OECD[2], hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo đã được định nghĩa là "*Tổng hợp các mối liên kết chính thức và phi chính thức giữa các chủ thể khởi nghiệp (đã tồn tại hoặc tiềm năng), các tổ chức khởi nghiệp (ví dụ: công ty, nhà đầu tư mạo hiểm, nhà đầu tư thiên thần, hệ thống ngân hàng), các cơ quan liên quan (trường đại học, các cơ quan nhà nước, các quỹ đầu tư công) và tiến trình khởi nghiệp (tỉ lệ thành lập doanh nghiệp, số lượng doanh nghiệp có tỉ lệ tăng trưởng tốt, số lượng các nhà khởi nghiệp, tinh thần bán hàng và tham vọng kinh doanh) tác động trực tiếp đến môi trường khởi nghiệp tại địa phương*".

Trung tâm đổi mới sáng tạo

Từ những năm đầu thế kỷ 20, các yêu cầu và nhu cầu khởi nghiệp ngày càng tăng buộc các vườn ươm khởi nghiệp phải đa dạng hóa dịch vụ của mình. Vì vậy, các mô hình vườn ươm phát triển hơn và kể từ đó Trung tâm đổi mới (startup hub), đã được thành lập. Giống như các vườn ươm truyền thống, Startup Hub cung cấp các dịch vụ giúp các công ty khởi nghiệp vượt qua những rào cản ban đầu khi khởi nghiệp kinh doanh. Các dịch vụ đó bao gồm các trợ giúp về những vấn đề cơ bản trong kinh doanh, hoạt động kết nối mạng lưới, hỗ trợ tiếp thị, nghiên cứu thị trường…Tuy nhiên, trái ngược với các vườn ươm truyền thống, Trung tâm đổi mới được đặc trưng bởi sự "đổi mới mở" (open innovation) và cộng tác. Thêm vào đó, Trung tâm đổi mới nuôi dưỡng một môi trường thuận lợi nơi cộng đồng doanh nhân có thể phát triển. Đồng thời, nó đóng vai trò là điểm kết nối cho cộng đồng khởi nghiệp địa phương, các nhà đầu tư, viện

[2] Mason, C., & Brown, R. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*. Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. OECD

nghiên cứu, các công ty công nghệ và khu vực tư nhân rộng lớn hơn (de Bastion, 2013)[3] hay nói cách khác là trung tâm kết nối các thành phần của hệ sinh thái khởi nghiệp. Việc kết hợp các nguồn lực khác nhau không chỉ tiết kiệm chi phí mà còn tạo ra tác động tích cực cho các công ty khởi nghiệp và thúc đẩy chuyển giao tri thức.

3. Kinh nghiệm phát triển trung tâm ĐMST trên thế giới

3.2. Kinh nghiệm bang Kerala, Ấn Độ

Bang Kerala ở phía Tây Nam Ấn Độ là một trong những bang đẹp nhất nước này, có rất nhiều điểm tương đồng với Ninh Bình: Kerala là quê hương của các lễ hội đầy màu sắc, truyền thống và cũng là một trong những điểm đến du lịch hàng đầu của đất nước. Kerala hiện là một trong số các bang phát triển nhất hiện nay của Ấn Độ, đứng thứ 9/29 bang về phát triển kinh tế, đóng góp 4% GDP của quốc gia Nam Á này. GDP bình quân đầu người tại Kerala đứng thứ 6 cả nước, đạt 3.156 USD trong năm 2019-2020. Những năm gần đây, Kerala tập trung phát triển ngành công nghệ thông tin và truyền thông, năng lượng tái tạo, nông nghiệp công nghệ cao, đổi mới sáng tạo và được đánh giá là 20 trung tâm khởi nghiệp năng động nhất toàn cầu năm 2021[4].

Bên cạnh triển khai Chương trình Startup India do Chính phủ Ấn Độ khởi xướng từ năm 2016, Chính phủ Kerala đã xây dựng chính sách hỗ trợ startup riêng của Bang. Năm 2014, Chính phủ Bang Kerala ban hành Chính sách Khởi nghiệp Công nghệ Kerala (Kerala Technology Start-up Policy) nhằm tạo ra một hệ sinh thái khởi nghiệp đẳng cấp thế giới ở các lĩnh vực. Chính sách bao gồm 9 nội dung, bao gồm: Kết cấu hạ tầng, Vườn ươm và Chương trình tăng tốc khởi nghiệp; Phát triển nguồn nhân lực; Cấp vốn; Hỗ trợ của Nhà nước; Quản trị; Hợp tác công tư; Mở rộng quy mô hiện có và thành lập Vườn ươm mới và mô hình Startup-Bootup-Scaleup để chuyển nhanh từ ý tưởng đến IPO (India Government, 2017)[5].

Kerala Startup Mission (KSUM) là cơ quan đầu mối của chính quyền Kerala nhằm thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp trong tiểu bang. Đây cũng là cơ quan thực hiện Chính sách khởi nghiệp (dựa trên công nghệ, ĐMST) của Kerala, hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp của tiểu bang thông qua nhiều chương trình và kế hoạch hỗ trợ khác nhau.[6] Các mục tiêu của KSUM cũng bao gồm, trở thành cơ quan đầu não cho tất cả các vườn ươm khác trong tiểu bang, phối hợp các chức năng của họ để tăng cường các hoạt động phát triển tinh thần khởi nghiệp của chính quyền tiểu bang, thúc đẩy các dự án khởi nghiệp dựa trên công nghệ và tri thức của sinh viên, giảng viên, doanh nhân địa phương, v.v., lập kế hoạch và thiết lập các liên kết và mạng lưới các viện nghiên cứu công nghệ, thiết lập các cơ sở R&D

[3] De Bastion, G. (2013): Technology Hubs. Creating space for change: Africa's technology innovation hubs. Edited by Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Bonn. Available online at https://10innovations.alumniportal.com/fileadmin/10innovations/dokumente/GIZ 10innovations-01_Technology-Hubs-Brochure.pdf, checked on 3/15/2016.

[4] https://startupgenome.com/articles/keralas-tech-ecosystem-by-the-numbers

[5] https://www.startupindia.gov.in/

[6] https://startupmission.kerala.gov.in/

và các cơ sở liên quan, khuyến khích tổ chức các chương trình thúc đẩy khởi nghiệp, kinh doanh tại các tổ chức học thuật và các chương trình xây dựng năng lực cho nguồn nhân lực. Trong thập kỷ qua, với vai trò là bàn đạp cho các doanh nhân mới muốn dấn thân vào khởi nghiệp dựa trên công nghệ, KSUM đã xây dựng một hệ sinh thái khởi nghiệp sôi động, cho phép các startups công nghệ theo đuổi mục tiêu và ước mơ của thông qua việc cung cấp cho họ sự hỗ trợ toàn diện trong suốt vòng đời khởi nghiệp. Ngày nay, KSUM cùng với các tổ chức đối tác theo từng lĩnh vực có hơn 2900 công ty khởi nghiệp đã đăng ký, hơn 10 không gian ươm tạo, hơn 40 vườn ươm và hơn 300 trung tâm đổi mới trên khắp tiểu bang Kerala, thành lập Khu đổi mới công nghệ Kerala, một trung tâm ươm tạo đổi mới toàn cầu cho nhiều lĩnh vực và ngành công nghệ dưới một mái nhà duy nhất[7].

Các can thiệp do KSUM thực hiện tại Kerala đã mang lại sự thay đổi về văn hóa trong giới trẻ Kerala. Các nhà sáng lập startups với các giải pháp sáng tạo hiện nhận được sự hỗ trợ của nhiều chương trình ươm tạo, chương trình cố vấn và mở rộng ở các giai đoạn phát triển khác nhau của startup. Cách tiếp cận này của chính phủ Bang cho phép các công ty khởi nghiệp và các tập đoàn lớn, doanh nhân có nhiều cơ hội hợp tác với sự hỗ trợ về cơ sở hạ tầng để phát triển các giải pháp công nghệ có tác động xã hội lớn.

Các sáng kiến chính sách quan trọng của Trung tâm ĐMST Kerala bao gồm[8]:

(1) Chương trình phát triển doanh nhân trẻ: Các Chương trình Phát triển Doanh nhân Thanh niên (YEDP) là một kế hoạch tập trung của Chính phủ Kerala, để các công ty khởi nghiệp cải thiện tài năng doanh nhân của họ trong thời gian ươm tạo.

(2) Technology Innovation Zone (Khu đổi mới công nghệ): Khu đổi mới công nghệ Kerala được hình dung như "on-stop- shop" cho sự đổi mới công nghệ, cung cấp mọi thứ cho startup trong vòng đời phát triển của mình: từ giai đoạn hình thành ý tưởng, đến việc ươm tạo, hỗ trợ cố vấn để thiết lập một doanh nghiệp thành công và thậm chí là một nhóm các nhà đầu tư thiên thần sẵn sàng đầu tư vào một ý tưởng. Vì vậy, tất cả thời gian và năng lượng mà startup có, đều dành cho việc phát triển sản phẩm chứ không phải các lo lắng về luật pháp và thiếu kinh phí hoặc cơ sở hạ tầng phục vụ nghiên cứu sản phẩm.

Hiện nay, Bang Kerala sở hữu một mô hình kết nối các học viện, khu vực sản xuất, tổ chức R&D và startup độc đáo, không giống như các hệ sinh thái khởi nghiệp nào khác trong nước. Kerala được đánh giá là cơ sở lý tưởng cho các công ty sản xuất tiên tiến và công ty sản xuất người máy, trí tuệ nhân tạo (AI), blockchain… nhờ hệ thống cơ sở hỗ trợ đa dạng, bao gồm mạng lưới 22 fablabs, 20 phòng thí nghiệm IoT, Cụm MSME (doanh nghiệp siêu nhỏ) trải khắp tiểu bang và Maker Village (làng chế tạo). Đồng thời, các cụm công nghiệp và sản xuất điện tử của Bang giúp các công ty khởi nghiệp mở rộng quy mô hoạt động sản xuất của họ. Hay Kerala Blockchain Academy là một sáng kiến của Chính

[7] https://startupmission.kerala.gov.in/

[8] https://startupmission.kerala.gov.in/Kerala startup policy

phủ Kerala trực thuộc Đại học Khoa học Kỹ thuật số, Đổi mới và Công nghệ Kerala nhằm cung cấp đào tạo, nghiên cứu và tư vấn về Blockchain.

(3) Fab Kerala Network: KSUM đã thành lập hai Fablab Thiruvananthapuram và Kochi. Bằng cách thành lập Mạng lưới Fablab Kerala, KSUM kỳ vọng sẽ khuyến khích đổi mới, phát triển công nghệ, tạo mẫu sản phẩm, phát triển sản phẩm, có thể thương mại hóa. KSUM cũng kỳ vọng việc xây dựng các Falab sẽ thúc đẩy văn hóa sáng tạo trong mọi lĩnh vực không chỉ là giới hạn trong lĩnh vực CNTT/điện tử như hiện nay. Chương trình Fablab sẽ dẫn đến văn hóa học tập chéo giữa nhiều lĩnh vực công nghệ và tạo ra một nền tảng mạnh mẽ cho những doanh nhân tương lai tạo ra các sản phẩm công nghệ bản địa. Các fablab Kerala là cơ sở hỗ trợ cho cộng đồng sáng tạo bao gồm sinh viên, công ty khởi nghiệp, doanh nhân, tập đoàn, nhà sáng tạo cá nhân, nhóm nghiên cứu, tổ chức học thuật và trường đại học trên khắp Ấn Độ.

(4) Hỗ trợ tài chính: KSUM cũng có các chương trình tài trợ cho các ý tưởng sáng tạo, Tài trợ hạt giống (trước khi thương mại hóa), Cấp vốn giai đoạn đầu, Trợ cấp đầu tư tiêu chuẩn. Đồng thời KSUM cũng là trung gian để kêu gọi các nhà đầu tư mạo hiểm, các nhà đầu tư thiên thần cho các dự án/ý tưởng khởi nghiệp triển vọng.

Ngoài ra KSUM cũng cung cấp các dịch vụ hỗ trợ khởi nghiệp khác như hỗ trợ về pháp lý, thuế, chứng nhận startup, hỗ trợ về mentor (người hướng dẫn, kèm cặp), đào tạo kỹ năng quản lý dự án, doanh nghiệp, xây dựng chiến lược kinh doanh…

Giai đoạn 2010-2021 còn được gọi là "Thập kỷ đổi mới" ở Ấn Độ và Bang Kerala nổi lên như một điểm sáng với nỗ lực đổi mới và kinh doanh ở các lĩnh vực khác nhau. Theo Báo cáo Hệ sinh thái Khởi nghiệp Toàn cầu năm 2021 (GSER 2021) với Bang Kerala xếp hạng trong Top 20 Hệ sinh thái Toàn cầu (StartupGenome, 2021).Trong giai đoạn 2021-2023, Hệ sinh thái này ước tính tạo ra giá trị khoảng 1,7 tỷ đô la, tương ứng với mức tăng trưởng kép hàng năm là 254% từ 2019 - 2021[9].

3. 2. Kinh nghiệm của thành phố Seoul, Hàn Quốc

Thủ đô Seoul, Hàn Quốc trong nhiều thập kỉ qua thường được biết đến như là quê hương của những tập đoàn khổng lồ như Samsung và Hyundai nhưng trong một thập kỉ gần đây, thành phố Seoul lại được xem là trung tâm khởi nghiệp năng động hàng đầu thế giới với môi trường thuận lợi và hấp dẫn cho các startup.

Seoul cũng luôn nằm trong top những thành phố kỹ thuật số hàng đầu thế giới với sự hiện đại của kết cấu hạ tầng CNTT: hệ thống mạng truyền thông tốc độ cao 5G và Wi-Fi công cộng miễn phí. Seoul là quê hương của hơn 70% các thương hiệu công ty lớn nhất thế giới với các công nghệ tiên tiến. Hơn một nửa trong số 500 công ty Fortune Global, bao gồm Apple, Microsoft, Boeing, Amazon, Royal Dutch Shell, Exxon Mobile và Facebook đã xâm nhập vào Hàn Quốc. Ngoài ra, môi trường kinh doanh của Seoul

[9] https://startupgenome.com/articles/keralas-tech-ecosystem-by-the-numbers

rất thuận tiện và minh bạch với hệ thống chính phủ điện tử chất lượng hàng đầu toàn cầu. Hàn Quốc đứng số 1 về Chỉ số tham gia điện tử (EPI) và số 2 về Chỉ số phát triển chính phủ điện tử (EGDI) của Khảo sát về Chính phủ điện tử của Liên hiệp quốc năm 2020. Ngoài nguồn kỹ năng và chuyên môn sâu, các cơ quan chính phủ đặt tại Seoul cũng như các nhà đầu tư địa phương cam kết cung cấp cho các startup tiềm năng những cơ hội tuyệt vời nhằm đảm bảo nguồn vốn cần thiết để phát triển công ty của họ (InvestSeoul, 2021)[10].

Tháng 6/2017, Trung tâm Khởi nghiệp Seoul (Seoul Startup Hub) được thành lập. Đây là vườn ươm startup lớn nhất Hàn Quốc, thành lập với nguồn vốn kết hợp Chính phủ và các quỹ tư nhân, tọa lạc tại Gongdeok-dong, quận Mapo. Seoul Startup Hub là đầu não kiểm soát và vận hành hơn 44 cơ sở hỗ trợ startup trải rộng khắp thủ đô Hàn Quốc. Các trung tâm liên kết tại đại học, hỗ trợ kỹ thuật… thuộc hệ thống này đã ươm mầm hơn 10.000 doanh nghiệp trong suốt bảy năm.

Mục tiêu và tầm nhìn của Seoul Startup Hub là "lấp kín" những lỗ hổng trong hệ sinh thái khởi nghiệp tại Seoul. Trung tâm hỗ trợ các doanh nghiệp chớm nở tại Hàn Quốc ở nhiều mặt như không gian làm việc, kết nối đầu tư, tư vấn chiến lược, hỗ trợ sáng chế, đăng ký phát minh, từ đó tạo ra những kỳ lân, doanh nghiệp toàn cầu. Seoul Startup Hub với dự án Techspace1000 cung cấp không gian văn phòng cho thêm 1.000 công ty khởi nghiệp giai đoạn đầu.[11]

Các chiến lược của Trung tâm là: xây dựng mô hình tăng trưởng mới dựa trên sự hợp tác giữa các công ty lớn/vừa và các công ty startup để tăng trưởng cùng có lợi; Thu hút vốn từ khu vực tư nhân thông qua các cuộc chào hàng vốn đầu tư mạo hiểm theo nhu cầu của khách hàng; Mở rộng quy mô toàn cầu (Hỗ trợ mở rộng quy mô thông qua hỗ trợ chuyên sâu cho công nghệ, đầu tư và mở rộng thị trường toàn cầu; Tìm kiếm kỳ lân tiềm năng và đóng vai trò là đại diện của đất nước); Mở rộng hệ sinh thái khởi nghiệp; Nghiên cứu hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu; Mở rộng quy mô ươm tạo; Tạo môi trường hợp tác giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Không những tại Hàn Quốc, Seoul Startup Hub hiện cũng đang tìm kiếm đối tác tại Việt Nam để xây dựng quỹ hỗ trợ cho các liên doanh startup này với số vốn lên tới 5 triệu USD. Trong thời gian qua, Bộ KH&CN của Việt Nam và Trung tâm Khởi nghiệp Seoul (Seoul Startup Hub) của Hàn Quốc vừa khởi động chiến dịch 'se duyên' cho startup công nghệ Việt Nam và Hàn Quốc[12]. Bốn lĩnh vực ưu tiên được lựa chọn để hợp tác trong năm đầu tiên là Fintech, E-commerce, Du lịch, Dịch vụ. Từ yêu cầu của

[10] Invest Seoul (2021) Seoul Startup Ecosystem, https://investseoul.org/eng/overview_eng.html, truy cập ngày 8 tháng 4 năm 2021

[11] https://www.kedglobal.com/seoul_startup_hub/brandedContent/brd0005

[12] http://startup.gov.vn/Pages/chi-tiet-tin-tuc.aspx?l=Cauchuyenkhoinghiep&ItemID=168

Việt Nam, phía Seoul Startup Hub sẽ tìm kiếm những startup Hàn Quốc phù hợp, đặc biệt là về những lĩnh vực mà khởi nghiệp Việt Nam đang thiếu, đang cần.

Với sự trỗi dậy nhanh chóng của hệ sinh thái khởi nghiệp từ một hệ sinh thái khiêm tốn trở thành một hệ sinh thái hoạt động hàng đầu trên toàn cầu, Seoul chắc chắn là một ví dụ điển hình cho các thành phố khác, như Ninh Bình đang tìm cách phát triển hệ sinh thái và hỗ trợ khởi nghiệp tại địa phương.

4. Các giá trị tham chiếu cho Ninh Bình

Nắm được xu hướng và tầm quan trọng của trung tâm ĐMST, hiện nay các tỉnh/thành phố trên cả nước đã dần thiết lập và xây dựng các trung tâm ĐMST trên cơ sở thành lập mới hoặc sắp xếp lại các đơn vị, tổ chức KH&CN đã tồn tại kèm theo chức năng hoạt động trong lĩnh vực ĐMST. Tuy nhiên, hoạt động của các trung tâm này phần lớn mới dừng lại ở việc tổ chức các sự kiện, kết nối hoạt động liên quan đến khởi nghiệp mà chưa tập trung đi sâu phân tích, dẫn dắt và hỗ trợ doanh nghiệp trong những ngành, lĩnh vực cụ thể.

Từ phân tích mô hình trung tâm ĐMST của Kerala Ấn Độ và Seoul StartupHub của Hàn Quốc, cũng như qua đánh giá sơ bộ mô hình hoạt động Trung tâm ĐMST tại một số địa phương Việt Nam hiện nay, có thể rút ra một số giá trị tham khảo cho Ninh Bình trong việc xây dựng và vận hành Trung tâm ĐMST, cụ thể như sau:

Thứ nhất: Dựa trên khảo sát, đánh giá hệ sinh thái KNĐMST, xây dựng chính sách hỗ trợ khởi nghiệp ĐMST phù hợp với địa phương

Bang Kerala Ấn Độ đã nhấn mạnh tầm quan trọng của chính sách và phương pháp tiếp cận tổng thể, xây dựng chính sách riêng của Bang bên cạnh việc triển khai các chính sách chung của Chính phủ Ấn Độ về hỗ trợ startup, hỗ trợ doanh nghiệp ĐMST. Đối với Hàn Quốc, quốc gia này liên tục cập nhật, hoàn thiện khung luật pháp, chính sách thúc đẩy SMEs và startup. Trọng tâm của khung chính sách hỗ trợ startup là tạo mọi điều kiện cho doanh nghiệp phát triển, từ đó thúc đẩy sự phát triển nền kinh tế Hàn Quốc. Dựa vào khung chính sách của chính phủ trung ương, Chính quyền thành phố Seoul đã có những sáng kiến chính sách riêng phù hợp với điều kiện riêng của thành phố như tập trung hỗ trợ R&D, hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực chất lượng, cung cấp cơ sở vật chất phục vụ nghiên cứu cho startups, kêu gọi, thu hút các tập đoàn lớn của Seoul tham gia hỗ trợ startup.

Tuy nhiên, tại Việt Nam hiện nay, rất ít các chương trình, đề án của các địa phương dựa trên một khung lý thuyết về KNĐMST và đánh giá tiền chính sách, từ đó xây dựng khung chính sách hỗ trợ KNĐMST phù hợp với địa phương. Theo đánh giá, các chương trình hỗ trợ KNĐMST của đa số các địa phương (trừ các trung tâm khởi nghiệp lớn như thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng) cơ bản đều là sự nhắc lại các chính sách hỗ trợ theo Đề án "Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025" (còn gọi là Đề án 844). Vì vậy, theo đánh giá của VCCI (2017), tổ chức thực hiện các đề án hỗ trợ

khởi nghiệp ĐMST tại nhiều địa phương gặp nhiều khó khăn do điều kiện của từng địa phương rất khác nhau trong khi đó ở Việt Nam lĩnh vực khởi nghiệp ĐMST vẫn còn là lĩnh vực mới và khó.

Từ kinh nghiệm của Kerala và Seoul, Ninh Bình trước hết cần phải lựa chọn mô hình/khung chính sách hỗ trợ khởi nghiệp (khung chính sách của UNCTAD là một tham khảo rất hữu ích đối với các quốc gia đang phát triển[13]), thực hiện nghiên cứu đánh giá toàn diện hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST của tỉnh: đánh giá từng thành phần của hệ sinh thái để chỉ ra được những điểm mạnh, điểm yếu, thời cơ và thách thức, từ đó xây dựng chính sách, chiến lược phát triển của Trung tâm ĐMST của tỉnh nhằm phát huy các mặt mạnh và lấp đầy các khoảng trống đang hiện hữu.

Trung tâm ĐMST của Ninh Bình như KSUM của Kerala hay Seoul Startup Hub là mô hình tổ chức sáng tạo đặc thù nhằm mục đích nghiên cứu, dẫn dắt, kết nối và cung cấp các dịch vụ ĐMST hiệu quả và hỗ trợ R&D phục vụ cho hệ sinh thái ĐMST của Tỉnh. Trung tâm này cùng các cơ quan chức năng khác như UBND tỉnh, Sở KH&CN, Sở Tài chính, Sở Công thương, Sở GD&ĐT… sẽ hoạch định về chiến lược, chính sách KH&CN, ĐMST của tỉnh. Điều này giúp cho việc định hướng chiến lược, nắm bắt được xu thế về KH&CN trên thế giới một cách chính xác và có định hướng rõ ràng, đồng bộ trong mỗi giai đoạn phát triển với các mục tiêu chính.

Trung tâm sẽ là cơ quan tham mưu cho Tỉnh xây dựng các chính sách thử nghiệm (sandbox) có kiểm soát dưới hình thức cấp phép có thời hạn và có thể gia hạn trong trường hợp đặc biệt. Các lĩnh vực được ưu tiên là công nghệ, dịch vụ, dự án ý tưởng ĐMST, mô hình kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế, xã hội của tỉnh và hỗ trợ cho các doanh nghiệp ứng dụng KH&CN, ĐMST nhằm phát triển sản phẩm, mở rộng thị trường.

Không chờ đợi các doanh nghiệp đến "xin tài trợ", mà xuất phát từ nhu cầu của địa phương, Trung tâm có thể chủ động đặt hàng, ra bài toán cho các doanh nghiệp, các startups nhằm giải quyết các vấn đề cấp bách của địa phương như dịch vụ công trực tuyến, chuyển đổi số, cải cách thủ tục hành chính, giáo dục, du lịch thông minh, thành phố thông minh, thành phố sinh thái, logistics...

Trung tâm ĐMST của Ninh Bình sẽ đóng vai trò quan trọng trong dẫn dắt hệ sinh thái ĐMST. Tập trung và tổ chức được các nguồn lực đầu vào cho ĐMST, tối ưu, hoàn thiện các mô hình giải pháp ĐMST, phát triển sản phẩm, giải pháp đầu ra hiệu quả, có khả năng ứng dụng cao; Hỗ trợ các tổ chức đầu tư, các đối tác hoạt động tài chính.

Kết nối, thực hiện các dịch vụ KH&CN, khai thác các nguồn lực KH&CN (trong và ngoài tỉnh), cung cấp, hỗ trợ tư vấn, kết nối (đặc biệt kết nối giữa trường, viện nghiên cứu, doanh nghiệp, startups trong thương mại hóa sản phẩm), tối ưu trong sử dụng, đảm

[13] United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2012), Entrepreneurship Policy Framework and Implementation Guidance, United nations, New York and Geneva, 2012.

bảo quyền và nghĩa vụ của tất cả các bên liên quan, thúc đẩy việc ứng dụng các công nghệ, kỹ thuật và các sáng chế ra thực tế.

Thứ hai: Ngoài hỗ trợ tài chính, chính sách tập trung phát triển nguồn nhân lực cho KNĐMST, xây dựng liên kết giữa các thành tố của hệ sinh thái

Từ kinh nghiệm của Kerala và Seoul có thể thấy, bên cạnh hỗ trợ startup thông qua các công cụ tài chính, Trung tâm ĐMST của Ninh Bình cần chú trọng vào xây dựng mạng lưới liên kết giữa những đối tác khác của hệ sinh thái như là các tổ chức tăng tốc, các vườn ươm và các nhà đầu tư tư nhân, viện nghiên cứu; các chương trình đào tạo nâng cao năng lực, kiến thức, kỹ năng cho startup đặc biệt là năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm, nâng cao tính cạnh tranh cho các startup. Bài học từ Bang Kerala, Ấn Độ, tập trung xây dựng mô hình kết nối chặt chẽ, thường xuyên giữa trường đại học,viện nghiên cứu, khu vực sản xuất, tổ chức R&D và doanh nghiệp startup trong thương mại hóa các kết quả nghiên cứu- chính là lợi thế của Bang nhằm thu hút các nhà đầu tư. Ngoài ra, Kerala đã tập trung vào việc nâng cao kỹ năng và đào tạo lại tài năng, nhân lực cho startup thông qua các chương trình đào tạo tại Học viện Kerala BlockChain, Super Fablabs v.v. Các chương trình này cung cấp cho các công ty khởi nghiệp nguồn nhân lực có tay nghề cao, đào tạo cho các nhà sáng lập tiềm năng...Các chương trình nâng cao năng lực R&D của Hàn Quốc cũng rất hiệu quả: thành phố Seoul đầu tư cho đào tạo hàng ngàn kỹ thuật viên hàng năm thông qua các trung tâm công nghiệp mới về Fintech, Blockchain, trí tuệ nhân tạo, Dữ liệu lớn. Các chương trình đào tạo này có ý nghĩa quan trọng trong cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cho các startup. Do đó, thay vì chỉ tập trung hỗ trợ tài chính cho startup, Ninh Bình rất cần chú ý đến các hỗ trợ nâng cao năng lực R&D, đào tạo nguồn nhân lực công nghệ chất lượng cao cho các doanh nghiệp thông qua sự liên kết chặt chẽ giữa với các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp, tập đoàn lớn.

Bên cạnh đó, nhằm thu hút các nhân lực chất lượng cao, tỉnh cần có các chính sách hấp dẫn khác như chính sách lương, phụ cấp, cấp nhà ở…

Thứ ba: Đơn giản hóa thủ tục hành chính, tạo môi trường kinh doanh thông thoáng, cạnh tranh bình đẳng; thành lập một đầu mối hỗ trợ khởi nghiệp duy nhất (startup hub)

Để hiện thực hóa những mục tiêu trên, trước hết, Tỉnh cần tập trung xây dựng Ninh Bình trở thành một thành phố "thông minh hơn", các thủ tục hành chính thông thoáng, tiện ích… chắc chắn sẽ tạo ra không gian cho những ý tưởng sáng tạo mới phát triển, khuyến khích tinh thần sáng tạo trong doanh nghiệp và người dân đặc biệt là giới trẻ, tạo ra lợi thế cạnh tranh, thu hút các nhà đầu tư.

Bang Kerala, Ấn Độ, thành phố Seoul là những ví dụ điển hình về những hệ sinh thái hấp dẫn các ty khởi nghiệp do có môi trường kinh doanh thông thoáng, cơ sở hạ tầng mạng, hạ tầng số rất phát triển. Chính quyền Bang Kerala và Seoul đã rất nỗ lực

trong việc đơn giản hóa thủ tục chỉ thông qua một đầu mối duy nhất (Startup Hub ở Kerala và SBA ở Seoul), xây dựng chính phủ điện tử để thực hiện các vấn đề liên quan từ đăng ký kinh doanh, cơ chế tự chứng nhận startup, đăng ký giảm thuế...đến việc kết nối các vườn ươm, đơn vị tư vấn pháp lý, các trường đại học và trung tâm R&D, nhà đầu tư nước ngoài, mạng lưới nhà đầu tư thiên thần, các ngân hàng,... nhằm giảm bớt gánh nặng hành chính và chi phí cho startup để họ tập trung vào nâng cao chất lượng sản phẩm và kinh doanh, tránh tình trạng dịch chuyển của các startup sang các quốc gia khác có môi trường kinh doanh thuận lợi hơn, chi phí hành chính thấp hơn.

Thứ tư: Tập trung hỗ trợ vào các lĩnh vực thế mạnh

Bên cạnh các chương trình hỗ trợ startup nói chung, kinh nghiệm của Bang Kerala và Seoul cho thấy với nguồn lực có hạn, cần chú trọng đầu tư vào các lĩnh vực cụ thể, thế mạnh của địa phương. Điển hình, mặc dù nguồn lực lớn nhưng Seoul tập trung đầu tư cho các startup trong lĩnh vực công nghệ sinh học, giải trí (games), thương mại điện tử - lĩnh vực thế mạnh của Seoul trong khi đó Bang Kerala quan tâm nhiều đến các startup trong lĩnh vực fintech, giao thông, giáo dục trực tuyến và đã tạo ra những startup hàng đầu thế giới trong lĩnh vực giáo dục trực tuyến và fintech. Đối với Ninh Bình khi nguồn lực của tỉnh hạn chế và phải cạnh tranh với các trung tâm khởi nghiệp lớn trong khu vực như Hà Nội, Quảng Ninh, Hải Phòng thì việc xem xét, lựa chọn dự án, doanh nghiệp trong các lĩnh vực thế mạnh của tỉnh để hỗ trợ cũng là một cách đầu tư hiệu quả như nông nghiệp công nghệ cao, du lịch xanh, logistics…

Tài liệu tham khảo

1. Chính phủ (2024) https://xaydungchinhsach.chinhphu.vn/quy-hoach-vung-dong-bang-song-hong-1-vung-dong-luc-quoc-gia-4-cuc-tang-truong-5-hanh-lang-kinh-te-119240504191018998.htm#:~:text=Ph%E1%BA%A1m%20vi%2C%20ranh%20gi%E1%BB%9Bi%20l%E1%BA%ADp,H%C3%A0%20Nam%20v%C3%A0%20Ninh%20B%C3%ACnh.
2. Mason, C., & Brown, R. (2014). *Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship*. Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship. OECD
3. De Bastion, G. (2013): Technology Hubs. Creating space for change: Africa's technology innovation hubs. Edited by Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Bonn. Available online at https://10innovations.alumniportal.com/fileadmin/10innovations/dokumente/GIZ 10innovations-01_Technology-Hubs-Brochure.pdf, checked on 3/15/2016.
4. http://startup.gov.vn/Pages/chi-tiet-tin-tuc.aspx?l=Cauchuyenkhoinghiep&ItemID=168
5. https://ninhbinh.gov.vn/
6. Seoul Startup Hub, https://www.kedglobal.com/seoul_startup_hub/brandedContent/brd0005
7. Invest Seoul (2021) Seoul Startup Ecosystem, https://investseoul.org/eng/overview_eng.html, truy cập ngày 8 tháng 4 năm 2021
8. India Government (2027) Startup India, https://www.startupindia.gov.in/

Đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp: Nhìn từ Israel

PGS.TS. Bùi Văn Huyền
Viện trưởng Viện Kinh tế - Học viện Chính trị Quốc gia HCM

Đổi mới sáng tạo không chỉ là động lực, mà còn là nền tảng của tăng trưởng và phát triển của một quốc gia trong bối cảnh hiện nay. Nhìn lại 02 thập kỷ vừa qua, thế giới trải qua hàng loạt biến động kinh tế xã hội không thể lường trước: Ngay sau khủng hoảng tài chính toàn cầu 2008 - 2009, là cuộc khủng hoảng nợ công ở châu Âu 2010 - 2011, tiếp đến là Đại dịch COVID-19 và những xung đột, cuộc chiến ở phạm vi quốc gia… tất cả những sự kiện đó đều tác động đến nền kinh tế của mỗi quốc gia và đe dọa sự phát triển bền vững của các quốc gia đó. Để phục hồi kinh tế cũng như tăng sức chống chịu trước những biến động không ngừng, mỗi quốc gia đều nỗ lực tìm kiếm một chiến lược phát triển có thể khai thác được lợi thế riêng có, đảm bảo tính bền vững trong dài hạn, đồng thời thể hiện được trách nhiệm đối với các vấn đề toàn cầu. Với những tiêu chí như thế, dù tiếp cận tăng trưởng và phát triển ở góc độ nào, lời giải tối ưu mà hầu hết các quốc gia đều khẳng định là: Lấy đổi mới sáng tạo làm động lực cho tăng trưởng kinh tế.

1. Điểm lại một vài thành công của hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp Israel

Sự sáng tạo không giới hạn của người Israel đã trở thành nguồn cảm hứng để hai tác giả Dan Senor và Saul Singer viết lên cuốn sách: "Quốc gia khởi nghiệp" được dịch ra nhiều thứ tiếng và được bày bán khắp nơi trên toàn thế giới.

Đất nước Israel chỉ với tổng diện tích hơn 22.000 km^2, trong đó có ¾ diện tích là sa mạc, ¼ là đồi núi, dân số chỉ khoảng gần 10 triệu người, tài nguyên thiên nhiên thiếu thốn, đặc biệt là nguồn tài nguyên nước ngọt, đối mặt với vô vàn khó khăn, thách thức cả về điều kiện tự nhiên, kinh tế, chính trị, xã hội, ngoại giao, nhưng quốc gia 76 năm tuổi đã vươn lên, trở thành đất nước sáng tạo, khởi nghiệp thành công bậc nhất thế giới, sản sinh ra nhiều chủ nhân của giải Nobel. Người Israel luôn tự hào khẳng định: "Sáng tạo là tài nguyên của chúng tôi".

Với quy mô dân số tương đương khoảng 0,1% dân số thế giới, nhưng Israel lại đóng góp tới 8% số kỳ lân công nghệ toàn cầu. Những thành tựu này có được, không chỉ là những nỗ lực không biết mệt mỏi của doanh nghiệp và người dân Israel, mà còn là sự đóng góp không nhỏ từ phía chính quyền. Từ những năm 80 của thế kỷ trước, khi nhiều quốc gia trên thế giới đang nỗ lực để thích nghi với những biến động liên tục bởi toàn cầu hóa kinh tế, Israel đã lựa chọn tập trung vào phát triển khoa học công nghệ để thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Cục Đổi mới sáng tạo Israel (IIA) đã góp phần xây dựng bộ khung pháp lý hoàn chỉnh cho hoạt động đầu tư mạo hiểm, đồng thời thiết kế và vận hành hàng loạt các dự án hỗ trợ và chia sẻ rủi ro cùng doanh nghiệp nhằm giải quyết những thất bại thị trường đến từ hoạt động nghiên cứu cơ bản.

Tại Israel, từ dân thường cho đến các nhà lãnh đạo đều đặt tri thức lên hàng đầu. Nhận thức đó được người Do Thái nâng lên tầm văn hóa. Nghiên cứu sâu hơn về sự thành công của Israel, các nhà nghiên cứu trên thế giới đã đúc kết ra bốn tinh thần đặc trưng của "văn hóa khởi nghiệp" ở Israel mà các quốc gia khác trên thế giới có thể tham khảo: tính Sáng tạo, sự Kiên trì, tư duy Toàn cầu và tạo lập Môi trường ưu tiên cho khởi nghiệp.

Thứ nhất, người Israel coi trọng tính sáng tạo. Trong đó, tinh thần sáng tạo là tinh thần luôn tư duy "xé rào", tiếp cận khôn ngoan và đặc biệt là tinh thần "sáng tạo có trách nhiệm". Người Israel không bao giờ bao giờ hài lòng với một giải pháp có sẵn, không chấp nhận việc chỉ có một ý kiến đúng và luôn có tư duy phản biện về rất nhiều vấn đề trong cuộc sống.

Thứ hai, người Israel có tính kiên trì và luôn theo đuổi đến cùng ước mơ của mình. Văn hóa tri thức, văn hóa khởi nghiệp phát triển mạnh mẽ đã tạo nên một quốc gia khởi nghiệp. Người Israel khởi nghiệp với tham vọng rất lớn và được hỗ trợ tối đa của nhà nước để biến ý tưởng thành hiện thực. Người Israel quan niệm trong quá trình khởi nghiệp sáng tạo và ngay cả trong cuộc sống, thất bại là giai đoạn quá độ để tiến tới một giai đoạn thành công hơn, chứ không phải vì thất bại mà suy sụp, bế tắc. Không ngại khó, không ngại khổ, dám theo đuổi ước mơ đến khi thành công chính là một yếu tố đã giúp cho quốc gia Israel có được vị thế ngày hôm nay.

Thứ ba, người Israel thành công nhờ vào tư duy toàn cầu. Điểm khác biệt lớn nhất của người Israel với nhiều dân tộc khác đó là tầm nhìn không bao giờ bó hẹp trong phạm vi gia đình, xã hội, đất nước mà tầm nhìn luôn vươn ra thế giới, mở rộng hợp tác kinh tế với bất cứ quốc gia nào. Người Israel luôn suy nghĩ về việc tận dụng thời cơ toàn cầu, khai thác thị trường toàn cầu. Bởi việc mở rộng ra phạm vi toàn cầu sẽ mang lại cho Israel một thị trường rộng lớn hơn rất nhiều so với thị trường nội địa.

Thứ tư, chính phủ Israel đã có rất nhiều chính sách hỗ trợ nhằm tạo lập môi trường thuận lợi nhất cho khởi nghiệp. Israel chú trọng việc phát hiện kịp thời, chính xác và bồi dưỡng nhân tài từ nhỏ. Mỗi gia đình Israel có ít nhất một doanh nhân. Điều này là một phần của văn hóa, các cộng đồng được xây dựng xung quanh tinh thần kinh doanh. Bên cạnh đó, có một tinh thần đoàn kết mạnh mẽ giữa những người Israel. Nhiều doanh nhân thành công ở lại Israel (hoặc trở về nước) và chia sẻ kiến thức và tài nguyên của họ với cộng đồng. Nhiều người trong số họ trở thành nhà đầu tư thiên thần. Nghĩa vụ quân sự bắt buộc đối với cả nam và nữ cũng có tác động lớn đến văn hóa doanh nhân Israel. Theo một cách nào đó, quân đội là vườn ươm khởi nghiệp mang tầm quốc gia của Israel. Ngoài ra, việc thiết lập một thể chế linh hoạt nhằm kết nối hiệu quả các đối tượng như các cơ sở nghiên cứu, các trường đại học, các vườn ươm công nghệ, các quỹ đầu tư, các doanh nghiệp…tạo thành một hệ sinh thái hoàn chỉnh cho khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo cũng là một thành tựu lớn của chính phủ Israel.

Những yếu tố trên đã trực tiếp đưa đến thành công của hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp của Israel, đặc biệt Tel Aviv - Thủ đô của Israel. Tel Aviv luôn là một trong những thành phố dẫn đầu toàn cầu về tạo lập hệ sinh thái đổi mới sáng tạo. Tel Aviv có thể có quy mô khiêm tốn nhưng thủ đô công nghệ cao của Israel là một trong những thành phố hàng đầu thế giới về đổi mới và công nghệ. Trái tim đang đập của "Quốc gia khởi nghiệp" tự hào có một công ty khởi nghiệp cho mỗi 154 cư dân, tỷ lệ cao nhất thế giới. Cũng tại Tel Aviv, nhiều tên tuổi đã được định danh, nhiều kỳ lân công nghệ cũng được nuôi dưỡng và trưởng thành. Những kỳ lân công nghệ này được sáng tạo và vận hành bởi chính những người Israel không xem thất bại là suy sụp hay bế tắc, mà là giai đoạn quá độ để tiến đến thành công.

Tel Aviv còn là bơi có nhiều không gian làm việc chung (co-working space) - nơi mà người Israel cho rằng việc trao đổi ý tưởng sẽ là cái nôi để tạo ra một ý tưởng mới tiếp theo. Ngoài ra, Tel Aviv còn có rất nhiều chương trình tăng tốc khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo được các công ty đa quốc gia hàng đầu trên thế giới vận hành. Hiện thành phố có tới 90 co-working space cho các startup, trong đó có 6 trung tâm do thành phố bỏ tiền xây dựng. Tại đây chính quyền thành phố cung cấp đầy đủ thông tin từ dữ liệu quốc gia, thông tin các nhà khoa học, các nhà đầu tư hàng đầu thế giới và các dịch vụ tiện ích khác để giúp start-up kết nối trực tiếp bàn thảo ý tưởng và kêu gọi đầu tư ngay tại trung tâm. Thậm chí có cả những trung tâm chỉ dành riêng cho phụ nữ làm start-up.

Tel Aviv còn là một thành phố thông minh. Toàn bộ công dân Tel Aviv đã được cấp thẻ kỹ thuật số. Trong đó có đầy đủ thông tin bao gồm nhu cầu cá nhân để đầu tư, doanh nghiệp tuyển chọn và qua đó mỗi cá nhân có thể dễ dàng tìm kiếm nhu cầu cần thiết của họ. Hệ sinh thái của Tel Aviv rất phát triển nhờ vào lực lượng lao động có tay nghề cao và có tính kết nối rất là tốt giữa các doanh nghiệp. Thậm chí các doanh nghiệp sẵn sàng học hỏi chia sẻ lẫn nhau và tạo thành một hệ sinh thái rất phát triển. Ở đây các start-up sẵn sàng chấp nhận thất bại, đã có tới 97% start-up thất bại và chỉ có 3% là thành công và trong số 3% đó thì trong quá khứ họ cũng đã thất bại nhiều lần. Vấn đề ở đây là nó đã trở thành bản chất và cốt lõi của giá trị của Israel nói chung.

2. Một số gợi ý từ kinh nhiệm của Israel

Kinh nghiệm của Israel có thể là những tham khảo hữu ích đối với nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam về định hướng thúc đẩy đổi mới sáng tạo khởi nghiệp trong thời gian tới.

- Trước hết, Đổi mới sáng tạo là yêu cầu khách quan của phát triển

Cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và bối cảnh toàn cầu hóa cũng như những vấn đề toàn cầu được đặt ra vừa là cơ hội, vừa là thách thức đối với tất cả các quốc

gia và những xu hướng không thể đảo ngược. Qua thực tiễn phát triển của các quốc gia phát triển nói chung và Israel nói riêng, nhấn mạnh vai trò của đổi mới sáng tạo trong giải quyết những thách thức từ thực tiễn bởi đây là yêu cầu khách quan của phát triển.

Đối với Việt Nam, đổi mới sáng tạo phải bám sát chủ trương của Đảng, các chính sách của Nhà nước nhằm hướng tớ mục tiêu dân giàu, nướcmạnh, bảo vệ chủ quyền và toàn vẹn lãnh thổ, chứng minh trí tuệ, sức sáng tạo của con người Việt Nam. Đổi mới sáng tạo sẽ góp phần cơ cấu lại nền kinh tế, tạo nên những biến chuyển trong tất cả các lĩnh vực của đất nước.

- Thứ hai, xây dựng con người là cốt lõi, là mục tiêu của hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp

Rõ ràng, đề cao nhân tố con người là mấu chốt thành công của đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp quốc gia. Nguồn nhân lực chất lượng cao là tiền đề, là điều kiện để mọi quốc gia đạt được mục tiêu thịnh vượng.

Với Việt Nam, quan điểm về nguồn lực con người, đề cao nhân tố con người, đặt con người vào vị trí trung tâm của chiến lược phát triển là tư tưởng nhất quán của Đảng và Nhà nước Việt Nam. Đại hội XIII của Đảng Cộng sản Việt Nam chỉ rõ, cần: "Xây dựng con người Việt Nam phát triển toàn diện, có sức khỏe, năng lực, trình độ, có ý thức, trách nhiệm cao đối với bản thân, gia đình, xã hội và Tổ quốc"; thực hiện phương châm: "Đào tạo con người theo hướng có đạo đức, kỷ luật, kỷ cương, ý thức trách nhiệm công dân, xã hội; có kỹ năng sống, kỹ năng làm việc, ngoại ngữ, công nghệ thông tin, công nghệ số, tư duy sáng tạo và hội nhập quốc tế (công dân toàn cầu)".

Nhấn mạnh thêm về con người là động lực của sự phát triển, Đảng ta khẳng định con người và nền văn hóa Việt Nam thực sự trở thành sức mạnh nội sinh, động lực phát triển đất nước và bảo vệ Tổ quốc. Xây dựng, tạo môi trường, điều kiện xã hội thuận lợi nhất để khơi dậy tinh thần yêu nước, niềm tự hào dân tộc, niềm tin, khát vọng phát triển, tài năng, phẩm chất của con người Việt Nam là trung tâm, mục tiêu và động lực phát triển quan trọng nhất của đất nước. Con người Việt Nam là nền tảng, là động lực cho hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp. Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp có mục đích cuối cùng tạo nên sự thịnh vượng, đáp ứng nhu cầu vật chất và tinh thần của người dân Việt Nam, hướng tới phát triển bền vững.

- Thứ ba, phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp mở

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp mở cho phép các quốc gia thu hút được ngoại lực, kết hợp với nội lực tạo thành sức mạnh tổng hợp phục vụ chiến lược phát triển của mỗi quốc gia.

Một trong những đặc điểm của hệ sinh thái đổi mới sáng tạo của Việt Nam là việc hình thành các mạng lưới liên kết, thúc đẩy dòng chảy của tri thức, của công nghệ trong và ngoài nước, để kết nối hiệu quả với các hệ sinh thái ở khu vực và trên

thế giới. Trong bối cảnh mới, các sáng kiến, giải pháp, dự án đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp sáng tạo càng phải thể hiện được vai trò tiên phong trong giải quyết những vấn đề của kinh tế - xã hội trên nền tảng phát huy tính tự chủ, sáng tạo, đổi mới của Việt Nam.

Những năm gần đây, Việt Nam đã chứng kiến nhiều chuyển động tích cực ở cả khâu cơ chế chính sách và thị trường khoa học công nghệ cũng như đổi mới sáng tạo, mang đến những thành tựu đầy ấn tượng. Tuy nhiên, vẫn còn đó không ít những trở ngại cho tiến trình phát triển. Nhiều nút thắt về cơ chế chính sách cần tháo gỡ; tư duy và nhận thức của nhiều doanh nghiệp chưa bắt kịp thời đại; hệ sinh thái đổi mới sáng tạo cần có thêm luồng sinh khí mới để tạo bứt phá trong hoạt động và thực sự trở thành động lực mới cho tăng trưởng kinh tế. Chính vì thế, cần tích cực xây dựng mạng lưới hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia, bằng cách kết nối, thu hút sự tham gia của các tập đoàn, doanh nghiệp lớn trong và ngoài nước, thắt chặt sợi dây liên kết không biên giới giữa con người Việt Nam, trí tuệ Việt Nam và khát vọng Việt Nam.

- Thứ tư, huy động nguồn lực toàn cầu với tâm điểm Việt Nam

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp của một quốc gia không tách rời hệ sinh thái toàn cầu.

Nghiên cứu thành công của hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và "văn hóa khởi nghiệp" của Israel, Việt Nam cũng đang có tầm nhìn và định hướng rất cụ thể nhằm xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo quốc gia, với mục tiêu thúc đẩy tính đổi mới sáng tạo, tính mở và tính liên kết sẽ mang lại nhiều lợi ích, đồng thời tạo động lực phát triển nền kinh tế. Để làm được điều này, không chỉ cần phát huy nội lực trong nước mà còn cần thúc đẩy kết nối các nguồn lực dồi dào từ đội ngũ chuyên gia, trí thức, doanh nhân... ở nước ngoài. Theo thống kê sơ bộ của Ủy ban Nhà nước về người Việt Nam ở nước ngoài (Bộ Ngoại giao), Việt Nam hiện có khoảng 50 hội trí thức và mạng lưới trí thức người Việt đã thành lập tại các nước; hơn 500 nghìn chuyên gia, trí thức làm việc tại các viện nghiên cứu, trường đại học nước ngoài, ở hầu hết các ngành và lĩnh vực mũi nhọn. Nhiều bạn trẻ, doanh nhân trẻ người Việt, các du học sinh tại nước ngoài cũng đã có bước đầu thành công ở các hệ sinh thái khởi nghiệp lớn của thế giới.

Đây là những nguồn lực có giá trị quý báu, có thể hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong vấn đề mở rộng thị trường, hỗ trợ vốn, gọi vốn và đặc biệt là sự cộng hưởng nguồn trí tuệ toàn cầu. Ngoài ra, từ đội ngũ trí thức, doanh nhân người Việt ở nước ngoài có thể hình thành mạng lưới chuyên gia cố vấn toàn cầu, hỗ trợ các startup Việt giải quyết các vấn đề khó khăn đang gặp phải.

Theo Bộ Khoa học và Công nghệ, ngày càng có nhiều doanh nghiệp, chuyên gia có kinh nghiệm làm việc ở nước ngoài quay về Việt Nam hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam và đạt được một số thành công, đáng ghi nhận. Nhiều hoạt động nhằm gắn kết trí thức, kiều bào ở nước ngoài hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo đã được tổ chức mang lại nhiều giá trị thiết thực, hiệu quả.

Để phát huy hơn nữa sức mạnh của các nguồn lực Việt từ nước ngoài, góp phần thúc đẩy liên kết giữa cộng đồng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong và ngoài nước, cần sự phối hợp chặt chẽ giữa các bộ, ngành liên quan, thúc đẩy xây dựng cơ sở dữ liệu về người Việt Nam ở nước ngoài; xây dựng cơ chế giới thiệu, kết nối, thu hút chuyên gia người Việt Nam ở nước ngoài hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp trong nước; tổ chức các hội nghị, hội thảo, diễn đàn kết nối đầu tư, kết nối thị trường…

Kết luận

Nhật Bản sau Thế chiến thứ hai đã mất khoảng 25 năm (1950 - 1975) để có thể trở thành cường quốc kinh tế thế giới thứ 2 (sau Hoa Kỳ), mà các nhà nghiên cứu kinh tế vẫn thường gọi là "Thần kỳ Nhật Bản". Hàn Quốc cũng có hơn 25 năm "kỳ tích sông Hàn", để trở thành một trong những "con rồng châu Á" như hiện nay. Bài học phát triển đột phá của các quốc gia đi trước đều có điểm chung bắt nguồn từ đổi mới sáng tạo.

Việt Nam là một quốc gia đang phát triển, hướng tới mục tiêu dân giàu, nước mạnh, với khát vọng và tầm nhìn được *"*Đến năm 2045, kỷ niệm 100 năm thành lập nước Việt Nam Dân chủ Cộng hòa, nay là nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam: Phải *trở thành nước phát triển,* thu nhập cao (GDP bình quân đầu người phải đạt trên 12.535 USD/năm).

Để thực hiện các mục tiêu trên, Đảng và Nhà nước Việt Nam đưa ra 03 đột phá chiến lược về thể chế, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao và hoàn thiện kết cấu hạ tầng. Ba đột phá chiến lược đều trực tiếp hỗ trợ mạnh mẽ đến định hướng xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp quốc gia, cũng là động lực chính đã được xác định rất rõ ràng trong giai đoạn phát triển tiếp theo, hướng tới mục tiêu dân giàu, nước mạnh, sánh vai với các cường quốc năm châu như ước mơ của cả dân tộc Việt Nam./.

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình: Tìm kiếm mô hình kinh doanh đột phá trong tương lai

TS. Vũ Việt Anh
Chủ tịch Học viện Thành Công

Tóm tắt: Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST) đang là xu hướng toàn cầu và được xem là động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm và nâng cao năng lực cạnh tranh của các quốc gia. Tại Việt Nam, phong trào khởi nghiệp đã có những bước phát triển đáng kể, đặc biệt là trong những năm gần đây. Tuy nhiên, mỗi địa phương lại có những đặc điểm riêng, tiềm năng và thách thức khác nhau. Ninh Bình, với tiềm năng du lịch và văn hóa phong phú, đang đứng trước cơ hội lớn để trở thành một điểm đến hấp dẫn và một trung tâm khởi nghiệp sôi động. Tuy nhiên, để hiện thực hóa mục tiêu này, chúng ta cần những giải pháp đột phá, những mô hình kinh doanh mới, phù hợp với xu thế phát triển của thời đại.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Động lực cho phát triển bền vững

Ninh Bình, một tỉnh nằm ở cực Nam của đồng bằng sông Hồng, được thiên nhiên ưu đãi với vị trí địa lý thuận lợi, nơi giao thoa giữa nền kinh tế và văn hóa vùng đồng bằng Bắc Bộ và vùng núi rừng Tây Bắc. Với diện tích tự nhiên 1.377,57 km² và dân số gần 927 nghìn người, Ninh Bình không chỉ nổi bật với cảnh quan thiên nhiên kỳ vĩ mà còn là vùng đất giàu truyền thống lịch sử và văn hóa. Trong số 1.821 di tích trên địa bàn tỉnh, có 298 di tích cấp tỉnh và 81 di tích cấp quốc gia, trong đó 3 di tích được xếp hạng cấp quốc gia đặc biệt.

Đặc biệt, Quần thể danh thắng Tràng An được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới vào năm 2014, đánh dấu bước ngoặt quan trọng trong sự phát triển du lịch của tỉnh. Tràng An không chỉ là di sản hỗn hợp đầu tiên của Đông Nam Á mà còn là di sản hỗn hợp thứ 39 của thế giới, tạo đà cho Ninh Bình phấn đấu trở thành một trung tâm du lịch quốc gia. Năm 2023, Ninh Bình đã đạt nhiều thành tựu đáng kể, khi được trang Booking vinh danh là một trong 10 điểm đến thân thiện nhất thế giới thông qua giải thưởng Traveller Review Awards, và được tạp chí Forbes bình chọn là một trong 23 địa điểm du lịch tuyệt vời nhất. Ngoài ra, The Travel (Canada) cũng đề xuất Ninh Bình là một trong 10 điểm đến nghỉ dưỡng gia đình tuyệt vời nhất thế giới năm 2023. Những thành tựu này không chỉ nâng tầm du lịch Ninh Bình mà còn khẳng định vị thế của tỉnh trên bản đồ du lịch quốc tế.

Tuy nhiên, để hiện thực hóa tầm nhìn phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, Ninh Bình cần phải đẩy mạnh khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST). Trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, việc áp dụng các mô hình kinh doanh mới sẽ là

chìa khóa quan trọng giúp Ninh Bình không chỉ duy trì mà còn phát triển bền vững, đáp ứng nhu cầu thị trường trong nước và quốc tế.

Các doanh nghiệp tại Ninh Bình hiện nay vẫn đang đối mặt với nhiều thách thức, bao gồm hạn chế về nguồn nhân lực, vốn đầu tư, hạ tầng công nghệ và môi trường pháp lý. Để vượt qua những rào cản này, cần có những giải pháp đột phá trong việc xây dựng và áp dụng các mô hình kinh doanh mới, phù hợp với điều kiện đặc thù của tỉnh.

Bài tham luận này sẽ tập trung vào việc phân tích các mô hình kinh doanh mới và đề xuất các giải pháp cụ thể để thúc đẩy khởi nghiệp ĐMST tại Ninh Bình, với tầm nhìn phát triển bền vững đến năm 2050. Mục tiêu là biến Ninh Bình thành một trung tâm khởi nghiệp sáng tạo, không chỉ trong lĩnh vực du lịch mà còn mở rộng sang các ngành kinh tế khác, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống và sự thịnh vượng cho toàn tỉnh.

II. TỔNG QUAN VỀ KHỞI NGHIỆP ĐMST TẠI NINH BÌNH

1. Thực trạng khởi nghiệp tại Ninh Bình

Trong những năm qua, tỉnh Ninh Bình đã đạt được những thành tựu đáng kể trong phát triển sản xuất công nghiệp, đặc biệt là trong các ngành công nghiệp có lợi thế cạnh tranh và ý nghĩa chiến lược như sản xuất, lắp ráp ô tô, điện tử, chế biến nông sản thực phẩm, may mặc và giày da. Những ngành này không chỉ góp phần thúc đẩy tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất công nghiệp mà còn tạo động lực quan trọng cho sự phát triển kinh tế bền vững của tỉnh.

Tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất công nghiệp của Ninh Bình đã đạt mức ấn tượng, với 20,2%/năm trong giai đoạn 2011-2015 và 19,6%/năm trong giai đoạn 2016-2020, vượt qua mục tiêu đề ra. Tổng giá trị sản xuất công nghiệp năm 2020 đạt 80.814 tỷ đồng, tăng gấp 2,4 lần so với năm 2016. Các sản phẩm chủ lực như ô tô, camera modul, và kính nổi đều đạt mức tăng trưởng mạnh mẽ, minh chứng cho sự đổi mới và cải tiến không ngừng trong các ngành công nghiệp của tỉnh.

Tuy nhiên, Ninh Bình không chỉ dừng lại ở việc phát triển công nghiệp theo cách truyền thống mà đã xác định mô hình phát triển "xanh" là hướng đi bền vững cho tương lai. Theo Quy hoạch tỉnh Ninh Bình thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 được phê duyệt tại Quyết định 218/QĐ-TTg ngày 4/3/2024 của Thủ tướng Chính phủ, tỉnh đã lựa chọn phát triển dựa trên bốn ngành kinh tế trụ cột: du lịch, công nghiệp văn hóa gắn với kinh tế di sản; công nghiệp cơ khí ô tô và công nghệ cao; khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; và nông nghiệp sinh thái, đa giá trị. Các hành lang phát triển cũng được định hình rõ ràng với hành lang Bắc - Nam và ba hành lang Đông - Tây cùng hành lang ven biển.

Trong bối cảnh này, Ninh Bình đã và đang xây dựng một hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, đóng vai trò là đột phá để phát huy mọi tiềm năng và lợi thế của địa phương. Quy hoạch đặt mục tiêu đến năm 2035, Ninh Bình sẽ trở thành một trong những trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hàng đầu của khu vực đồng bằng sông Hồng.

Điều này không chỉ góp phần nâng cao giá trị gia tăng của các ngành công nghiệp mà còn đóng góp quan trọng vào mục tiêu phát triển bền vững của tỉnh.

2. Những thách thức hiện tại

Tuy nhiên, để đạt được những mục tiêu này, tỉnh vẫn phải đối mặt với nhiều thách thức, bao gồm quy mô nhỏ và vừa của các doanh nghiệp, trình độ công nghệ còn thấp, và hạn chế trong năng lực quản lý. Sự phát triển của ngành công nghiệp hỗ trợ cũng cần được thúc đẩy mạnh mẽ hơn để tăng cường khả năng tham gia vào chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu. Mô hình phát triển "xanh" mà Ninh Bình lựa chọn sẽ là chìa khóa để vượt qua những thách thức này, giúp tỉnh tiếp tục phát triển bền vững và giữ vững vị thế là một trong những địa phương tiên phong trong đổi mới sáng tạo tại Việt Nam.

III. MÔ HÌNH KINH DOANH MỚI TRONG KHỞI NGHIỆP ĐMST

3.1. Định nghĩa và đặc điểm của mô hình kinh doanh mới: Mô hình kinh doanh mới là một khái niệm hiện đại, phản ánh sự thay đổi sâu sắc trong cách thức các doanh nghiệp hoạt động, tạo ra giá trị và tương tác với khách hàng. Đặc điểm nổi bật của mô hình này nằm ở sự linh hoạt, đổi mới và khả năng thích ứng nhanh chóng với các biến động của thị trường, nhằm duy trì và phát triển lợi thế cạnh tranh.

3.1.1. Linh hoạt: Mô hình kinh doanh mới thường không bị ràng buộc bởi các quy tắc cứng nhắc hay cơ cấu tổ chức truyền thống. Thay vào đó, nó cho phép các doanh nghiệp dễ dàng điều chỉnh chiến lược, sản phẩm, và dịch vụ theo nhu cầu thị trường. Linh hoạt không chỉ là về mặt tổ chức, mà còn thể hiện trong cách các doanh nghiệp tiếp cận khách hàng, tối ưu hóa quy trình và cải thiện trải nghiệm người dùng.

3.1.2. Đổi mới: Đổi mới là yếu tố cốt lõi trong mô hình kinh doanh mới. Doanh nghiệp không chỉ đơn thuần cải tiến các sản phẩm hiện có mà còn tìm kiếm những cơ hội mới để phát triển các giải pháp tiên tiến, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Đổi mới không chỉ giới hạn trong việc phát triển sản phẩm mới mà còn mở rộng đến việc tái định hình các quy trình kinh doanh, mô hình doanh thu và thậm chí là các giá trị cốt lõi của doanh nghiệp.

3.1.3. Khả năng thích ứng nhanh chóng với thay đổi thị trường: Trong bối cảnh thị trường toàn cầu hóa và công nghệ phát triển nhanh chóng, khả năng thích ứng là yếu tố quyết định sự tồn tại của doanh nghiệp. Mô hình kinh doanh mới cho phép doanh nghiệp nhanh chóng nhận diện và phản ứng trước các xu hướng mới, thay đổi trong hành vi tiêu dùng và các yếu tố ngoại vi khác. Điều này giúp doanh nghiệp không chỉ tồn tại mà còn dẫn đầu trong bối cảnh cạnh tranh khốc liệt.

Tại Ninh Bình, việc lựa chọn mô hình phát triển "xanh" dựa trên bốn ngành kinh tế trụ cột và các hành lang phát triển trong quy hoạch tỉnh thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 là minh chứng rõ ràng cho sự linh hoạt, đổi mới và khả năng thích ứng của địa phương này. Bằng cách xây dựng các chiến lược phát triển bền vững và tích cực ứng dụng các mô hình kinh doanh mới, Ninh Bình không chỉ phát huy các lợi thế vốn

có mà còn tạo ra những đột phá trong việc phát triển kinh tế - xã hội, giữ vững vai trò là một trong những trung tâm kinh tế lớn của khu vực và cả nước.

3.2. Các xu hướng mô hình kinh doanh mới trên thế giới và trong nước:

3.2.1. Mô hình kinh tế chia sẻ (Sharing Economy):

Mô hình kinh tế chia sẻ đã phát triển mạnh mẽ trên toàn cầu, đặc biệt là trong các lĩnh vực như vận tải, du lịch, và lưu trú. Các nền tảng như Uber, Airbnb là những ví dụ tiêu biểu cho mô hình này, nơi mà tài nguyên dưới dạng tài sản nhàn rỗi được chia sẻ với những người có nhu cầu sử dụng.

- **Thống kê toàn cầu**: Theo báo cáo của PwC, giá trị thị trường của kinh tế chia sẻ toàn cầu có thể đạt 335 tỷ USD vào năm 2025, tăng gấp 22 lần so với năm 2014.

- **Tại Việt Nam**: Năm 2022, theo Bộ Công Thương, giá trị kinh tế chia sẻ chiếm khoảng 2% GDP của Việt Nam, tương đương 4 tỷ USD. Các lĩnh vực như vận tải (Grab, Be), du lịch (Luxstay, homestay) đang dẫn đầu.

3.2.2. Kinh tế số (Digital Economy):

Kinh tế số đã trở thành một phần quan trọng của nền kinh tế toàn cầu. Các công ty dựa trên công nghệ số như Amazon, Alibaba, và Google không chỉ thay đổi cách thức hoạt động của thị trường mà còn tạo ra các mô hình kinh doanh mới.

- **Thống kê toàn cầu**: Theo báo cáo của Hội nghị Liên Hiệp Quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD), giá trị kinh tế số toàn cầu năm 2020 đạt khoảng 11,5 nghìn tỷ USD, chiếm khoảng 15,5% GDP toàn cầu.
- **Tại Việt Nam**: Kinh tế số đóng góp khoảng 14,3% GDP quốc gia vào năm 2023, và được kỳ vọng đạt 20% GDP vào năm 2025 theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư. Các lĩnh vực như thương mại điện tử (Tiki, Shopee), fintech (Momo, ZaloPay) đang phát triển mạnh mẽ.

3.2.3. Mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng (Platform-Based Business Models):

- Mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng là sự phát triển của các mô hình kinh doanh số, nơi mà các nền tảng kết nối người dùng, nhà cung cấp, và các bên liên quan khác trên một hệ sinh thái số.
- **Thống kê toàn cầu**: Theo McKinsey, các công ty nền tảng chiếm hơn 60% giá trị thị trường của 100 công ty lớn nhất thế giới. Các nền tảng như Facebook, Alibaba, và Tencent đã thay đổi hoàn toàn cách thức kết nối và tương tác trong kinh doanh.
- **Tại Việt Nam**: Theo báo cáo của Google, Temasek và Bain & Company, nền kinh tế số của Việt Nam dự kiến đạt 57 tỷ USD vào năm 2025, trong đó các mô hình kinh doanh nền tảng đóng vai trò quan trọng với sự phát triển mạnh mẽ của các nền tảng thương mại điện tử, dịch vụ di động, và ứng dụng fintech.

3.2.4. Kinh tế xanh (Green Economy):

Kinh tế xanh tập trung vào việc phát triển bền vững, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường, đồng thời tạo ra tăng trưởng kinh tế. Xu hướng này đang ngày càng được các quốc gia và doanh nghiệp ưu tiên.

- **Thống kê toàn cầu**: Theo UNEP, kinh tế xanh có thể tạo ra 24 triệu việc làm mới trên toàn thế giới vào năm 2030. Đầu tư vào năng lượng tái tạo và các công nghệ xanh sẽ đóng góp lớn vào tăng trưởng GDP toàn cầu.
- **Tại Việt Nam**: Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư, kinh tế xanh chiếm khoảng 7% GDP vào năm 2022, với tiềm năng tăng trưởng đáng kể trong các lĩnh vực như năng lượng tái tạo, nông nghiệp bền vững và quản lý rác thải.

3.2.5. Kinh tế tuần hoàn (Circular Economy):

Kinh tế tuần hoàn tập trung vào việc tối ưu hóa sử dụng tài nguyên, kéo dài vòng đời sản phẩm, và tái chế, tái sử dụng để giảm thiểu rác thải.

- **Thống kê toàn cầu**: Theo báo cáo của Ellen MacArthur Foundation, kinh tế tuần hoàn có thể tiết kiệm đến 700 tỷ USD hàng năm cho các doanh nghiệp trên toàn thế giới và giảm đến 48% lượng khí thải carbon vào năm 2030.
- **Tại Việt Nam**: Kinh tế tuần hoàn đang dần được áp dụng, đặc biệt trong các ngành công nghiệp như nông nghiệp và sản xuất. Theo Bộ Tài nguyên và Môi trường, đến năm 2025, khoảng 80% chất thải rắn ở Việt Nam sẽ được xử lý theo các phương pháp kinh tế tuần hoàn.

3.2.6. Năng lượng tái tạo (Renewable Energy):

Năng lượng tái tạo đang trở thành xu hướng phát triển chính trên toàn cầu, với sự gia tăng đầu tư vào các nguồn năng lượng sạch như điện mặt trời, điện gió và thủy điện.

- **Thống kê toàn cầu**: Theo IRENA, năng lượng tái tạo chiếm khoảng 29% tổng sản lượng điện toàn cầu vào năm 2022 và dự kiến đạt 50% vào năm 2030.
- **Tại Việt Nam**: Theo Bộ Công Thương, năng lượng tái tạo chiếm khoảng 27% tổng công suất điện quốc gia vào năm 2022, với mục tiêu đạt 45% vào năm 2030.

Các xu hướng này không chỉ thúc đẩy sự thay đổi trong cấu trúc kinh doanh mà còn yêu cầu các doanh nghiệp phải linh hoạt, đổi mới và sẵn sàng thích ứng với sự biến đổi nhanh chóng của thị trường. Việc áp dụng các mô hình kinh doanh mới sẽ giúp doanh nghiệp duy trì tính cạnh tranh, tăng cường hiệu quả và mở rộng quy mô hoạt động trong môi trường kinh doanh toàn cầu hóa hiện nay.

3.3. Áp dụng mô hình kinh doanh mới vào Ninh Bình: Sự phù hợp của các mô hình kinh doanh mới với điều kiện của Ninh Bình:

3.3.1. Mô hình Kinh tế Chia sẻ (Sharing Economy):

- **Sự phù hợp với điều kiện kinh tế**: Ninh Bình, với sự phát triển du lịch mạnh mẽ nhờ di sản thế giới Tràng An và các điểm đến nổi bật khác, có tiềm năng lớn cho mô hình kinh tế chia sẻ trong lĩnh vực lưu trú và vận tải. Các nền tảng như Airbnb có thể thúc đẩy sự phát triển của dịch vụ lưu trú tại các khu vực nông thôn, giúp khai thác tiềm năng du lịch và tạo thêm cơ hội việc làm cho cộng đồng địa phương.

- **Sự phù hợp với điều kiện xã hội**: Ninh Bình có một cộng đồng dân cư nông thôn với nguồn lực lao động phong phú. Mô hình kinh tế chia sẻ có thể giúp cải thiện thu nhập cho các hộ gia đình, đặc biệt là những người có nhà ở gần các điểm du lịch. Tuy nhiên, cần chú ý đến việc đào tạo và nâng cao nhận thức của người dân về các nền tảng chia sẻ và bảo đảm chất lượng dịch vụ.

- **Sự phù hợp với văn hóa**: Ninh Bình có truyền thống văn hóa phong phú và giàu bản sắc. Việc áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ phải chú trọng đến việc gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa địa phương, đảm bảo rằng hoạt động du lịch và lưu trú không làm ảnh hưởng đến môi trường văn hóa của cộng đồng.

3.3.2. Kinh tế số (Digital Economy):

- **Sự phù hợp với điều kiện kinh tế**: Ninh Bình đang trong quá trình hiện đại hóa và chuyển đổi số. Mô hình kinh tế số có thể hỗ trợ sự phát triển của các ngành dịch vụ, du lịch, và thương mại điện tử. Các nền tảng thương mại điện tử và công nghệ số có thể giúp các doanh nghiệp địa phương tiếp cận thị trường rộng lớn hơn và cải thiện khả năng cạnh tranh.

- **Sự phù hợp với điều kiện xã hội**: Với tỷ lệ người dân sử dụng Internet ngày càng cao và sự gia tăng của các dịch vụ ngân hàng điện tử, Ninh Bình có nền tảng tốt để phát triển kinh tế số. Tuy nhiên, cần chú trọng đến việc nâng cao kỹ năng số cho người dân và doanh nghiệp để tận dụng tối đa các cơ hội từ nền kinh tế số.

- **Sự phù hợp với văn hóa**: Sự phát triển kinh tế số cần được triển khai song song với việc gìn giữ các giá trị văn hóa truyền thống. Đặc biệt trong các hoạt động du lịch và dịch vụ, việc kết hợp công nghệ số với các yếu tố văn hóa địa phương có thể tạo ra những sản phẩm và dịch vụ hấp dẫn, nâng cao trải nghiệm cho du khách.

3.3.3. Mô hình Kinh doanh Dựa trên Nền tảng (Platform-Based Business Models):

- **Sự phù hợp với điều kiện kinh tế**: Ninh Bình có thể tận dụng mô hình kinh doanh dựa trên nền tảng để phát triển các dịch vụ liên quan đến du lịch, thương mại và dịch vụ địa phương. Các nền tảng như các chợ trực tuyến, ứng dụng đặt tour du lịch, và các dịch vụ kết nối có thể giúp kết nối các doanh nghiệp địa phương với khách hàng và đối tác mới.

- **Sự phù hợp với điều kiện xã hội**: Mô hình nền tảng có thể giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Ninh Bình dễ dàng tiếp cận thị trường, tăng cường khả năng cạnh tranh. Tuy nhiên, cần có sự hỗ trợ từ chính quyền và các tổ chức để cung cấp cơ sở hạ tầng cần thiết và đào tạo cho doanh nghiệp và người dân.

- **Sự phù hợp với văn hóa**: Ninh Bình có nhiều điểm đến văn hóa và lịch sử quan trọng. Việc áp dụng mô hình nền tảng cần chú trọng đến việc bảo vệ và phát huy các giá trị văn hóa địa phương. Các nền tảng cũng có thể giúp quảng bá văn hóa và lịch sử của Ninh Bình đến với đông đảo khách du lịch quốc tế.

3.3.4. Kinh tế Xanh (Green Economy):

- **Sự phù hợp với điều kiện kinh tế**: Kinh tế xanh phù hợp với xu hướng toàn cầu và có thể mang lại lợi ích lâu dài cho Ninh Bình, đặc biệt trong lĩnh vực du lịch và nông nghiệp. Đầu tư vào năng lượng tái tạo và công nghệ xanh có thể giảm chi phí năng lượng và bảo vệ môi trường, đồng thời tạo ra các cơ hội kinh doanh mới.

- **Sự phù hợp với điều kiện xã hội**: Kinh tế xanh có thể tạo ra nhiều việc làm mới và cải thiện chất lượng cuộc sống cho người dân địa phương. Tuy nhiên, cần có các chính sách và hỗ trợ phù hợp để khuyến khích doanh nghiệp và cộng đồng tham gia vào các hoạt động kinh tế xanh.

- **Sự phù hợp với văn hóa**: Mô hình kinh tế xanh cần tích hợp với các giá trị văn hóa địa phương, như bảo vệ cảnh quan thiên nhiên và di sản văn hóa. Việc phát triển du lịch bền vững và các hoạt động sản xuất xanh cần được kết hợp hài hòa với việc gìn giữ bản sắc văn hóa của Ninh Bình.

3.3.5. Kinh tế Tuần hoàn (Circular Economy):

- **Sự phù hợp với điều kiện kinh tế**: Kinh tế tuần hoàn có thể giúp Ninh Bình tối ưu hóa việc sử dụng tài nguyên và giảm chi phí xử lý rác thải. Việc áp dụng các mô hình kinh tế tuần hoàn trong sản xuất và tiêu dùng sẽ hỗ trợ sự phát triển bền vững của tỉnh.

- **Sự phù hợp với điều kiện xã hội**: Kinh tế tuần hoàn có thể tạo ra các cơ hội việc làm trong các lĩnh vực như tái chế, xử lý rác thải và sản xuất bền vững. Điều này sẽ góp phần vào việc cải thiện điều kiện sống và phát triển cộng đồng bền vững.

- **Sự phù hợp với văn hóa**: Kinh tế tuần hoàn có thể hỗ trợ việc bảo vệ môi trường và tài nguyên thiên nhiên của Ninh Bình, đồng thời duy trì các giá trị văn hóa truyền thống liên quan đến bảo vệ môi trường. Cần triển khai các chương trình giáo dục và nâng cao nhận thức về kinh tế tuần hoàn trong cộng đồng để đạt được hiệu quả cao.

3.3.6. Năng lượng Tái tạo (Renewable Energy):

- **Sự phù hợp với điều kiện kinh tế**: Đầu tư vào năng lượng tái tạo có thể giảm phụ thuộc vào năng lượng hóa thạch và giảm chi phí năng lượng dài hạn cho Ninh Bình.

Các dự án năng lượng mặt trời, gió và sinh khối có thể tạo ra cơ hội kinh doanh và việc làm mới.

- **Sự phù hợp với điều kiện xã hội**: Việc phát triển năng lượng tái tạo có thể mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương qua việc tạo ra việc làm và cải thiện chất lượng không khí. Tuy nhiên, cần có sự hỗ trợ và đào tạo cho người dân và doanh nghiệp trong việc triển khai các công nghệ năng lượng mới.

- **Sự phù hợp với văn hóa**: Việc áp dụng năng lượng tái tạo cần được thực hiện một cách hài hòa với các giá trị văn hóa và cảnh quan của Ninh Bình. Các dự án năng lượng cần đảm bảo không làm ảnh hưởng đến các di sản văn hóa và thiên nhiên của tỉnh.

Các mô hình kinh doanh mới như kinh tế chia sẻ, kinh tế số, nền tảng, xanh, tuần hoàn và năng lượng tái tạo đều có sự phù hợp và tiềm năng phát triển tại Ninh Bình. Việc áp dụng chúng cần được thực hiện đồng bộ với các chính sách hỗ trợ và chiến lược phát triển bền vững của tỉnh, nhằm tối ưu hóa lợi ích kinh tế, xã hội và văn hóa.

4. NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA CHO DOANH NGHIỆP TẠI NINH BÌNH

4.1. Thách thức về nguồn nhân lực

- **Khó khăn trong thu hút và giữ chân nhân tài:**
  - Thiếu các chương trình đào tạo chuyên sâu, cập nhật về các công nghệ mới.
  - Cơ sở vật chất và môi trường làm việc chưa đủ hấp dẫn so với các thành phố lớn.
  - Mức lương và phúc lợi chưa cạnh tranh.
- **Giải pháp:**
  - **Xây dựng các chương trình đào tạo liên kết doanh nghiệp và trường học:** Tạo ra nguồn nhân lực chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp.
  - **Hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp:** Tạo điều kiện để nhân viên phát triển năng lực và sự nghiệp.
  - **Có các chính sách ưu đãi thu hút nhân tài:** Cấp giấy phép lao động ưu tiên, hỗ trợ nhà ở, chi phí sinh hoạt cho chuyên gia nước ngoài.

4.2. Vấn đề về vốn và đầu tư

- **Khó khăn trong tiếp cận vốn:**
  - Thiếu các quỹ đầu tư mạo hiểm hoạt động tại địa phương.
  - Thủ tục vay vốn từ ngân hàng còn phức tạp.
  - Khó khăn trong việc huy động vốn từ cộng đồng.

- **Giải pháp:**

  - **Thành lập quỹ đầu tư mạo hiểm địa phương:** Hỗ trợ tài chính cho các startup ở giai đoạn đầu.

  - **Đơn giản hóa thủ tục vay vốn:** Tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp khởi nghiệp tiếp cận vốn ngân hàng.

  - **Phát triển thị trường chứng khoán địa phương:** Tạo cơ hội cho các startup huy động vốn từ công chúng.

4.3. Công nghệ và hạ tầng

- **Hạ tầng công nghệ thông tin còn hạn chế:**

  - Tốc độ internet chưa cao, kết nối chưa ổn định.

  - Thiếu các trung tâm dữ liệu, các nền tảng công nghệ chung.

- **Khó khăn trong việc tiếp cận và ứng dụng công nghệ mới:**

  - Doanh nghiệp thiếu kiến thức và kinh phí để đầu tư vào công nghệ.

- **Giải pháp:**

  - **Nâng cấp hạ tầng công nghệ thông tin:** Đầu tư vào mạng internet băng thông rộng, xây dựng các trung tâm dữ liệu.

  - **Tổ chức các chương trình đào tạo về công nghệ:** Nâng cao năng lực ứng dụng công nghệ cho doanh nghiệp và người dân.

  - **Xây dựng các nền tảng công nghệ chung:** Hỗ trợ doanh nghiệp chia sẻ chi phí và nguồn lực.

4.4. Môi trường pháp lý và hỗ trợ từ chính quyền

- **Môi trường pháp lý còn nhiều thách thức:**

  - Gây trở ngại cho doanh nghiệp trong quá trình thành lập và hoạt động.

  - Tạo ra rào cản cho đầu tư.

- **Hỗ trợ từ chính quyền chưa đồng bộ:**

  - Thiếu các chính sách ưu đãi cụ thể cho doanh nghiệp khởi nghiệp.

  - Cơ chế phối hợp giữa các sở, ban, ngành chưa hiệu quả.

- **Giải pháp:**

  - **Hoàn thiện khung pháp lý:** Xây dựng các quy định rõ ràng, minh bạch về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

  - **Rút gọn thủ tục hành chính:** Đơn giản hóa các thủ tục đăng ký kinh doanh, cấp phép.

- **Tăng cường hỗ trợ từ chính quyền:** Thành lập các ban chỉ đạo về khởi nghiệp, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận thông tin, thị trường.

Để giải quyết hiệu quả các vấn đề trên, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên:

- **Chính quyền địa phương:** Đóng vai trò chủ đạo trong việc xây dựng chính sách, tạo môi trường thuận lợi cho khởi nghiệp.
- **Doanh nghiệp:** Chủ động đổi mới, ứng dụng công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh.
- **Các tổ chức hỗ trợ:** Cung cấp các dịch vụ tư vấn, hỗ trợ tài chính, kết nối với các nhà đầu tư.
- **Cộng đồng:** Tạo ra một cộng đồng khởi nghiệp sôi động, hỗ trợ lẫn nhau.

Với những giải pháp trên, Ninh Bình hoàn toàn có thể trở thành một trung tâm khởi nghiệp sôi động, góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

5. MỤC TIÊU 2035 VÀ TẦM NHÌN 2050

Mục tiêu dài hạn

Tầm nhìn phát triển của tỉnh Ninh Bình đến năm 2050 là trở thành một trong những trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST) hàng đầu của khu vực miền Bắc. Để đạt được mục tiêu này, tỉnh cần xác định rõ các mục tiêu dài hạn và triển khai các chiến lược phát triển cụ thể, phù hợp với định hướng của Quy hoạch tỉnh thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 218/QĐ-TTg ngày 04/3/2024.

5.1. Mục tiêu 2035 và tầm nhìn 2050

- **Đến năm 2035**: Ninh Bình đặt mục tiêu trở thành thành phố trực thuộc Trung ương với đặc trưng là đô thị di sản thiên niên kỷ và thành phố sáng tạo. Đặc biệt, thành phố sẽ phát triển mạnh mẽ các ngành công nghiệp văn hóa, du lịch, và khởi nghiệp ĐMST, với cơ sở hạ tầng đồng bộ, hiện đại. Ninh Bình sẽ được công nhận là thành phố di sản sáng tạo, gắn liền với việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa di sản.
- **Tầm nhìn đến năm 2050**: Ninh Bình hướng tới việc trở thành một thành phố trực thuộc Trung ương văn minh, hiện đại, thông minh, và có bản sắc riêng. Thành phố sẽ ngang tầm các đô thị di sản và thành phố sáng tạo trên thế giới, với sự phát triển mạnh mẽ của các ngành công nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp sinh thái, và kinh tế xanh.

5.2. Chiến lược phát triển

- **Phát triển nguồn nhân lực**: Đầu tư vào đào tạo và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao là yếu tố cốt lõi để Ninh Bình trở thành trung tâm khởi nghiệp ĐMST. Cần xây dựng các chương trình đào tạo, hỗ trợ khởi nghiệp, và các trung tâm nghiên cứu và phát triển (R&D) để thúc đẩy sự sáng tạo và đổi mới.

- **Đầu tư vào hạ tầng công nghệ**: Phát triển hạ tầng công nghệ thông tin và số là chìa khóa để hỗ trợ môi trường khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. Cần xây dựng hệ thống hạ tầng số hiện đại, bao gồm kết nối Internet tốc độ cao, cơ sở dữ liệu mở, và các trung tâm công nghệ thông tin.
- **Tạo ra môi trường hỗ trợ khởi nghiệp thuận lợi**: Thiết lập các chính sách ưu đãi, hỗ trợ tài chính, và dịch vụ tư vấn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Phát triển các khu công nghiệp công nghệ cao và các trung tâm khởi nghiệp để tạo điều kiện thuận lợi cho việc hình thành và phát triển các dự án khởi nghiệp.

5.3. Kế hoạch hành động cụ thể

5.3.1. Lộ trình đến năm 2030:

- **Giai đoạn 2024-2027**: Tăng cường đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin, xây dựng các trung tâm khởi nghiệp và hỗ trợ doanh nghiệp, cùng với việc phát triển các chương trình đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao.
- **Giai đoạn 2028-2030**: Triển khai các chính sách hỗ trợ đổi mới sáng tạo, thúc đẩy các ngành công nghiệp văn hóa và du lịch, và nâng cao khả năng cạnh tranh của tỉnh thông qua cải cách hành chính và nâng cao năng lực quản trị địa phương.

5.3.2. Lộ trình đến năm 2050:

- **Giai đoạn 2031-2040**: Đẩy mạnh việc phát triển các khu công nghiệp công nghệ cao và các trung tâm nghiên cứu và phát triển. Xây dựng thành phố Hoa Lư thành đô thị loại I và phát triển hệ thống đô thị đồng bộ, hiện đại. Tiếp tục nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và mở rộng hợp tác quốc tế.
- **Giai đoạn 2041-2050**: Tập trung vào việc phát triển các ngành công nghiệp sáng tạo, kinh tế xanh, và nông nghiệp sinh thái. Đảm bảo rằng Ninh Bình trở thành một thành phố trực thuộc Trung ương văn minh, hiện đại, thông minh, và có bản sắc riêng. Phát triển bền vững các nguồn lực văn hóa và thiên nhiên, đồng thời duy trì vị trí của tỉnh như một trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của khu vực miền Bắc.

6. KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

6.1. Tóm tắt các điểm chính:

- **Mô hình Kinh doanh Mới**: Các mô hình kinh doanh mới như kinh tế chia sẻ, nền tảng, và số, cùng với các xu hướng kinh tế xanh và tuần hoàn đang định hình lại cách thức hoạt động của các doanh nghiệp toàn cầu và trong nước. Những mô hình này cung cấp các cơ hội lớn cho sự đổi mới, tối ưu hóa nguồn lực, và phát triển bền vững.

- **Tầm Quan Trọng Đối Với Ninh Bình**: Việc áp dụng các mô hình kinh doanh mới là rất quan trọng đối với Ninh Bình, đặc biệt là trong bối cảnh tỉnh đang hướng tới việc trở thành một trung tâm khởi nghiệp ĐMST tại khu vực miền Bắc. Các chiến lược

phát triển dài hạn của tỉnh đã nhấn mạnh việc đầu tư vào các ngành công nghiệp sáng tạo, công nghệ cao, và nông nghiệp sinh thái, đồng thời phát triển hạ tầng và nguồn nhân lực chất lượng cao.

- **Mục tiêu Đến 2035 và 2050**: Ninh Bình đặt mục tiêu trở thành thành phố trực thuộc Trung ương với vai trò là trung tâm khởi nghiệp ĐMST. Việc phát triển theo hướng "xanh, bền vững và hài hòa" với các trụ cột kinh tế chính như du lịch, công nghiệp văn hóa, công nghệ cao, và nông nghiệp sinh thái là rất quan trọng để đạt được mục tiêu này.

6.2. Khuyến nghị:

Để thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình, các bên liên quan cần tập trung vào các đề xuất cụ thể sau đây:

Đối Với Doanh Nghiệp:

- **Tận dụng các mô hình kinh doanh mới**: Doanh nghiệp nên áp dụng các mô hình kinh doanh như kinh tế chia sẻ, nền tảng, và kinh tế số để tối ưu hóa hoạt động và mở rộng thị trường. Sự linh hoạt và đổi mới là yếu tố quan trọng để duy trì cạnh tranh và phát triển bền vững.

- **Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D)**: Tăng cường đầu tư vào các hoạt động nghiên cứu và phát triển để phát huy khả năng đổi mới sáng tạo và phát triển sản phẩm/dịch vụ mới.

- **Xây dựng mạng lưới hợp tác**: Thiết lập và mở rộng mạng lưới hợp tác với các tổ chức, viện nghiên cứu, và các doanh nghiệp khác để chia sẻ kiến thức, tài nguyên và cơ hội kinh doanh.

Đối Với Nhà Quản Lý:

- **Tạo ra môi trường hỗ trợ khởi nghiệp**: Xây dựng các chính sách hỗ trợ khởi nghiệp, bao gồm các ưu đãi thuế, hỗ trợ tài chính, và các dịch vụ tư vấn. Đảm bảo rằng môi trường pháp lý và hành chính thuận lợi cho việc thành lập và phát triển doanh nghiệp.

- **Phát triển hạ tầng công nghệ**: Đầu tư vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và số để hỗ trợ các hoạt động khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. Cung cấp kết nối Internet tốc độ cao, cơ sở dữ liệu mở, và các trung tâm công nghệ.

- **Khuyến khích đào tạo và phát triển nguồn nhân lực**: Đảm bảo rằng các chương trình đào tạo phù hợp với nhu cầu của thị trường và cung cấp cho doanh nghiệp nguồn nhân lực chất lượng cao.

Đối Với Các Bên Liên Quan Khác:

- **Tăng cường hợp tác công-tư**: Khuyến khích sự hợp tác giữa các cơ quan chính phủ, doanh nghiệp, và các tổ chức xã hội để triển khai các dự án khởi nghiệp ĐMST và các sáng kiến đổi mới.

- **Đẩy mạnh quảng bá và xúc tiến đầu tư**: Tăng cường các hoạt động quảng bá về tiềm năng khởi nghiệp và cơ hội đầu tư tại Ninh Bình để thu hút các nhà đầu tư và doanh nghiệp từ trong và ngoài nước.

- **Hỗ trợ các dự án khởi nghiệp**: Cung cấp các nguồn lực và dịch vụ hỗ trợ cho các dự án khởi nghiệp, bao gồm không gian làm việc chung, tài chính, và các dịch vụ tư vấn chuyên môn.

7. KẾT LUẬN

Việc áp dụng các mô hình kinh doanh mới là rất quan trọng để Ninh Bình đạt được mục tiêu trở thành một trung tâm khởi nghiệp ĐMST hàng đầu. Các doanh nghiệp, nhà quản lý, và các bên liên quan cần phối hợp chặt chẽ và thực hiện các chiến lược và chính sách cụ thể để thúc đẩy đổi mới sáng tạo, phát triển kinh tế bền vững, và nâng cao chất lượng cuộc sống cho cộng đồng.

Hướng tới thành phố toàn cầu - tầm nhìn và giải pháp cho Ninh Bình trong việc xây dựng đô thị di sản thiên niên kỷ

PGS. TS. Trần Phương Trà

Giám đốc Chương trình Thạc sĩ Chính sách công và Hợp tác quốc tế, Trường Kinh doanh Audencia, Pháp, Giám đốc Mạng lưới Chính sách Kinh tế - AVSE Global

"Các thành phố tuyệt vời thu hút những người đầy tham vọng. Bạn có thể cảm nhận được nó khi bạn đi bộ trong thành phố. Bằng hàng trăm cách tinh tế, thành phố gửi cho bạn một thông điệp: bạn có thể làm nhiều hơn nữa; Bạn nên cố gắng hơn nữa", đó là cách mà Paul Graham tả về bản sắc của một thành phố:

Mỗi thành phố đều gửi một thông điệp của riêng mình, để thu hút những con người có cùng chung « tham vọng ». New York gửi thông điệp về tham vọng làm giàu, Washington DC gửi thông điệp về chính trị, hay Sillicon Valley gửi thông điệp về khởi nghiệp, công nghệ.

Có đôi khi thông điệp của một thành phố thay đổi theo thời gian. Paris đã từng là một trung tâm trí tuệ và triết học vĩ đại. Nhưng ở thời điểm hiện tại, thông điệp Paris gửi gắm là: hãy làm mọi thứ thật phong cách và nghệ thuật. Paris là nơi mọi người thực sự quan tâm đến nghệ thuật. Thế vận hội Paris 2024 là một minh chứng cho thông điệp đó. Vì thế, Paris thu hút những người cùng « tham vọng » về nghệ thuật, về phong cách sống, như thông điệp mà thành phố đang gửi đi cho các công dân tương lai của mình.

I. Đặt vấn đề

Ninh Bình, với vị trí chiến lược là cửa ngõ phía Nam của đồng bằng Bắc Bộ và khoảng cách ngắn đến Hà Nội đã và đang có sự phát triển mạnh mẽ trong lĩnh vực du lịch và giao thương. Không chỉ có vị trí thuận lợi, Ninh Bình còn sở hữu tiềm năng du lịch di sản văn hóa và du lịch tâm linh đặc biệt. Quần thể danh thắng Tràng An là một trong số ít các di sản sở hữu danh hiệu di sản kép "Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới" trong khu vực; vườn quốc gia Cúc Phương, đã được trao danh hiệu vườn quốc gia hàng đầu Châu Á trong 5 năm liên tiếp (2019-2023) bởi tổ chức World Travel Awards; Ninh Bình cũng là địa điểm lý tưởng cho các hoạt động nghiên cứu khoa học về địa chất, địa mạo và sinh thái (khu vực đầm Vân Long). Chùa Bái Đính là ngôi chùa nắm giữ nhiều kỷ lục nhất Việt Nam và là một điểm đến tâm linh quan trọng bên cạnh hành trình lịch sử dài và phong phú từ thời kỳ Đinh - Tiền Lê - Lý.

Tuy nhiên, Ninh Bình cũng đối mặt với thách thức trong việc gia tăng số lượng du khách, kéo dài thời gian lưu trú và khai thác tiềm năng du lịch cao cấp. Ví dụ, thời gian lưu trú trung bình dịp cao điểm 30/4-1/5 cũng chỉ đạt 1,7 ngày, tương đối thấp

so với các địa điểm du lịch trong và ngoài nước như Hồ Chí Minh (~5,21 ngày), Đà Nẵng (2,5 ngày) hay Bali (trung bình trên 2.5 ngày). Hơn nữa, các sản phẩm du lịch vẫn chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên di sản tự nhiên, chưa kết hợp hiệu quả yếu tố văn hóa và công nghệ để tạo nên bản sắc riêng biệt và sức hút mạnh mẽ hơn.

II. Tầm nhìn đến 2030-2035 và các trụ cột hỗ trợ Ninh Bình đạt được tầm nhìn

Đến năm 2035, theo Quyết định số 218/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tỉnh Ninh Bình thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050, tỉnh Ninh Bình đang đặt mục tiêu trở thành phố trực thuộc trung ương với đặc trưng đô thị di sản thiên niên kỷ, thành phố sáng tạo. Đây là một mục tiêu tham vọng song cũng sẽ tạo cho Ninh Bình nhiều động lực để thay đổi. Bài tham luận dưới đây mong muốn góp phần tạo ra một hình dung rõ ràng hơn về tầm nhìn cùng các trụ cột mà tỉnh Ninh Bình cần thúc đẩy nhằm hiện thực hoá mục tiêu nêu trên vào năm 2035.

Cụ thể hơn, Ninh Bình nên hướng tới xây dựng ***Một đô thị Di sản thiên niên kỷ, nơi lịch sử, văn hóa, con người, thiên nhiên kết nối một cách nhất quán, thành một Thành phố Công viên khổng lồ.*** Các tiêu chí cụ thể như hướng tới trở thành một Thành phố Di sản quốc tế theo chuẩn UNESCO, đủ sức hấp dẫn du khách tham quan 3-5 ngày, khách cao cấp nghỉ dưỡng dài hạn, và cộng đồng du mục kỹ thuật số. Việc thu hút lượng lớn khách du lịch sẽ thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế và nâng cao thu nhập bình quân, giúp thành phố đạt chuẩn đô thị đặc biệt và trở thành đô thị trực thuộc trung ương vào năm 2035. Để hiện thực hóa tầm nhìn này, thành phố cần xác định 3 trụ cột và 2 nền tảng chính:

- **Trụ cột 1: Kết nối bản sắc** (với hành động cụ thể là phát triển hoạt động du lịch gắn kết dựa trên những "tài sản sẵn có", đồng thời là việc tư duy về hoạt động quy hoạch nhất quán, hướng tới một thành phố công viên khổng lồ như bản giao hưởng di sản & thiên nhiên).

- **Trụ cột 2: Khai sáng** (với hành động cụ thể là việc phát triển công nghiệp văn hóa làm nền tảng cho bản giao hưởng di sản và thiên nhiên, tạo các trải nghiệm mang tính học hỏi về văn hóa, lịch sử, thiên nhiên, giúp Ninh Bình hướng tới tương lai bền vững).

- **Trụ cột 3: Được công nhận** (với hành động cụ thể là tiến tới đạt được sự công nhận từ quốc tế và quốc gia, từ đó gặt hái được các lợi ích về mặt truyền thông, du khách, tài chính và chuyên gia hỗ trợ).

Các trụ cột này cần được xây dựng dựa trên nền tảng các yếu tố hỗ trợ xuyên suốt bao gồm **nguồn nhân lực** được đào tạo bài bản trong hoạt động quy hoạch, thiết kế kiến trúc, cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ phụ trợ khác (giao thông, tài chính ngân hàng...) và **hạ tầng công nghệ thông tin** được đầu tư tương xứng nhằm kết nối tối đa các điểm đến trên địa bàn tỉnh và góp phần hướng tới hoạt động truyền thông quảng bá sáng tạo và hiệu quả.

1. Trụ cột 1: Kết nối bản sắc (Connecting)

a) Khái niệm

Các thế mạnh sẵn có của tỉnh Ninh Bình hiện đã và đang được khai thác tốt song vẫn còn tương đối rời rạc, du khách tới với và biết đến Ninh Bình nhờ những đặc điểm nổi bật nhưng riêng lẻ, do đó, các chuyến đi thường ngắn ngày và tỷ lệ quay lại chưa cạnh tranh. Để giải quyết thực tế này, Ninh Bình có thể cân nhắc tái định nghĩa lại "bản sắc" và hướng tới ***tạo ra hình ảnh của một địa phương có sự kết nối mọi yếu tố trong một tổng thể hài hoà, hướng tới định vị Thành phố công viên khổng lồ, bản giao hưởng của di sản và thiên nhiên.***

Cụ thể, Ninh Bình cần hướng đến trở thành nơi các yếu tố văn hóa, tự nhiên, kinh tế, và xã hội cùng hợp lực, tạo nên một môi trường hấp dẫn và bền vững cho cả du khách và cộng đồng địa phương. Tại đây, các điểm tham quan, dịch vụ lưu trú, ẩm thực, và hoạt động giải trí đều được kết nối chặt chẽ với nhau, tạo thành một chuỗi giá trị liền mạch từ khi du khách đặt chân đến cho đến khi rời đi. Các cơ quan quản lý, doanh nghiệp, và người dân địa phương cùng chung tay duy trì và phát triển các giá trị cốt lõi của địa phương, đảm bảo rằng sự phát triển du lịch không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn bảo vệ và tôn vinh bản sắc văn hóa, cảnh quan tự nhiên và đời sống xã hội.

b) Một số ví dụ minh hoạ và bài học kinh nghiệm cho tỉnh Ninh Bình

- Huế (Việt Nam): Bài học về kiến tạo đô thị cổ kính và hành trình khám phá văn hóa

Huế và Ninh Bình có nhiều điểm tương đồng trong việc bảo tồn và phát triển di sản văn hóa kết hợp với cảnh quan tự nhiên, đặc biệt cả 2 vùng đất đều là Cố Đô thời kỳ phong kiến Việt Nam. Huế đã thành công trong việc duy trì các công trình kiến trúc cổ điển, kết hợp hài hòa với kiến trúc mới mà vẫn giữ được bản sắc trong phạm vi toàn bộ địa bàn thành phố. Ninh Bình có thể học hỏi từ Huế cách quy hoạch đô thị sao cho hài hòa với thiên nhiên và bảo tồn di sản văn hóa ở quy mô lớn.

Cụ thể, Huế đã duy trì hệ thống kiến trúc cổ điển từ thời kỳ nhà Nguyễn mang đậm phong cách Á Đông nhưng cũng xen lẫn những nét chấm phá thời kỳ Pháp thuộc, trong đó các công trình như cầu, đường, kiến trúc đường phố, và nhà cửa đều được giữ nguyên hiện trạng, bảo tồn và tôn tạo. Ví dụ điển hình là việc gìn giữ và khai thác Đại Nội Huế, các lăng tẩm, cầu Trường Tiền và cầu Phú Xuân - những biểu tượng văn hóa lịch sử nổi bật của Huế (Nguyễn Phước Bảo Đàn, 2022).

Huế còn chú trọng vào việc nâng cấp cơ sở hạ tầng và mở rộng đô thị theo hướng tránh tác động tiêu cực đến di sản văn hoá và giữ gìn cảnh quan tự nhiên nhất có thể, nhằm phục vụ nhu cầu phát triển song song với bảo tồn các yếu tố văn hóa truyền thống (Phạm et al., 2019b). Các công trình công cộng như công viên, quảng trường được xây dựng hòa hợp với thiên nhiên, tuân thủ nguyên tắc phong thủy, thể hiện sự hòa quyện giữa con người và môi trường tự nhiên (Nguyễn Phước Bảo Đàn, 2022). Các công trình du lịch được quy hoạch thành một quần thể trải nghiệm, mặc dù khoảng cách giữa các địa điểm có thể xa nhau, nhưng vẫn được kết nối liền mạch, tạo một hệ thống nhất nhờ hệ thống giao thông thuận tiện, công nghệ số (các ứng dụng di động và website du lịch hướng dẫn chi tiết, đặt vé trước, và thậm chí các tour ảo) giúp du khách lên kế hoạch thăm quan hợp lý và trọn vẹn hơn.

Để tạo nên một hành trình liền mạch, bên cạnh việc liên kết về mặt hình thức thì liên kết nội dung cũng được Huế chú trọng. Huế hình thành những tour du lịch liên hoàn kết nối các điểm đến khác nhau, mang lại cho du khách trải nghiệm từ văn hóa, lịch sử đến thiên nhiên và ẩm thực của Huế. Một ví dụ điển hình là tour kết hợp tham quan Đại Nội, lăng tẩm, và thưởng thức bữa ăn với các món ăn đặc sản Huế. Trải nghiệm ẩm thực và làng nghề truyền thống cũng được liên kết với các công trình văn hóa, mang lại cho du khách cảm giác kết nối sâu sắc hơn với văn hóa và con người Huế. Du khách có thể tham gia vào các hoạt động trải nghiệm như làm nón lá, thêu, hoặc thưởng thức ẩm thực cung đình, từ đó cảm nhận được sự gắn kết giữa lịch sử, văn hóa và con người nơi đây.

Bên cạnh đó, quảng bá văn hóa và tổ chức các sự kiện cũng là cách hiệu quả để giữ chân du khách. Các lễ hội và sự kiện văn hóa như Festival Huế, biến các di tích lịch sử trở thành sân khấu cho các buổi biểu diễn nghệ thuật truyền thống, âm nhạc, và diễn xướng cung đình có thể được tổ chức theo một lịch trình phối hợp, tạo ra những chuỗi sự kiện kéo dài tại nhiều địa điểm khác nhau.

- Nara (Nhật Bản): bài học về kết nối chuỗi giá trị di sản lịch sử và văn hóa tâm linh

Với việc cùng là Cố Đô trên một nghìn năm tuổi, Nara chia sẻ những giá trị tương đương với Ninh Bình, về những di sản mang tính lịch sử và tâm linh xen kẽ phong cảnh thiên nhiên bản địa đặc sắc.

Du lịch Nara kết nối chuỗi các di sản lịch sử, tạo nên hệ thống du lịch và trải nghiệm tâm linh và văn hóa kết hợp các yếu tố thiên nhiên một cách hài hòa.

Các tour du lịch bắt đầu từ thời kỳ Nara, nơi mà Nara đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển Nhật Bản, từ đó kết nối với các di sản Phật giáo như chùa Horyuji, Todaiji và Yakushiji. Lộ trình tham quan có thể bao gồm các tour như "Hành Trình Thời Gian", kết nối từ Cung điện Heijo cổ đại đến các đền chùa nổi tiếng, hoặc tour "Di Sản Phật Giáo" đưa du khách khám phá các ngôi chùa lâu đời cùng với các hoạt động thiền định và tìm hiểu nghệ thuật Phật giáo.

Bên cạnh đó, tour "Hành Hương Thiên Nhiên và Tâm Linh" có thể kết hợp leo núi và trải nghiệm tâm linh, tạo nên một hành trình đa chiều về cả thiên nhiên và văn hóa. Yếu tố thiên nhiên cũng đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối, thông qua việc tham quan các khu rừng nguyên sinh và cảnh quan núi non, kết hợp với việc đi bộ trên các tuyến đường mòn lịch sử.

Các hoạt động trải nghiệm mang tính bản địa cũng được tích hợp chặt chẽ thông qua các workshop về nghệ thuật truyền thống như trà đạo, thư pháp, nghệ thuật cắm hoa Ikebana tại các điểm dừng chân trong tour, tham gia lễ hội địa phương như Lễ hội Xuân Heijo Tempyo, các buổi biểu diễn múa và âm nhạc truyền thống tại các đền chùa giúp tăng thêm sự phong phú và hấp dẫn cho trải nghiệm du lịch.

Nình Bình có thể học hỏi Nara về cách thức kết nối các điểm du lịch một cách toàn diện và sâu sắc, xây dựng các kế hoạch và lộ trình trải nghiệm dựa trên việc kết hợp trải nghiệm tâm linh phong phú (như Chùa Bái Đính), câu chuyện lịch sử có chiều sâu (cố đô Hoa Lư), các cảnh quan thiên nhiên ấn tượng (Tam Cốc, Bích Động, Thung Nham, Vườn quốc gia Cúc Phương, động Am Tiên…) và các hoạt động mang tính văn hóa địa phương (Tham gia các hoạt động văn hóa truyền thống như học nấu ăn, làm đồ thủ công, biểu diễn nhạc cụ và các điệu múa truyền thống).

Việc xây dựng sự kết nối và bản sắc thống nhất trong phát triển du lịch tại Ninh Bình có thể mang lại những tác động tích cực rõ rệt. Thứ nhất, điều này có thể giải quyết bài toán về hình ảnh và kéo dài thời gian lưu trú của du khách, đồng thời tăng khả năng họ quay trở lại. Thứ hai, sự kết nối giữa các yếu tố văn hóa, tự nhiên, và kinh tế tạo ra một hệ sinh thái du lịch bền vững, từ đó mang lại nhiều cơ hội phát triển cho các ngành kinh tế khác tại địa phương. Huế, Bali hay Nara chỉ là ba trong số những bài học truyền cảm hứng mà Ninh Bình có thể học hỏi để từng bước tạo ra sự kết nối cùng bản sắc riêng.

2. Trụ cột 2: Khai sáng (Enlighment)

Sau khi tạo ra các giá trị riêng trong một tổng thể hài hoà, Ninh Bình cần phát triển ***ngành công nghiệp văn hóa,*** hướng tới tương lai xa hơn với các trải nghiệm khai sáng - nơi cả các chủ thể tại địa phương (chính quyền, doanh nghiệp, người dân) và du khách đều cần có tư duy sâu hơn về sự phát triển lâu dài của các giá trị lịch sử, văn hoá và thiên nhiên tại Ninh Bình. Để hiện thực hóa tầm nhìn về Ninh Bình như một thành phố di sản thiên niên kỷ, phát triển tri thức và công nghiệp văn hóa nên được tích hợp. Việc này không chỉ giúp khẳng định bản sắc địa phương mà còn tạo nền tảng cho bản giao hưởng giữa di sản và thiên nhiên.

Bằng cách chuyển hóa giá trị văn hóa và di sản thiên nhiên thành các sản phẩm có tính thương mại cao, công nghiệp văn hóa không chỉ bảo tồn mà còn khai thác các giá trị văn hóa để phát triển kinh tế (Truong, 2016). Các hoạt động như sản xuất phim tài liệu, phim thương mại, tiêu biểu như phim Kong 2017 được quay tại Ninh Bình đã tạo nên cú hích lớn về công nghiệp văn hóa và du lịch cho tỉnh. Đồng thời, việc tổ chức sự kiện, lễ hội văn hóa thường niên hoặc sáng tạo các sản phẩm nghệ thuật từ di sản thiên nhiên như tranh, nhạc cụ, và hàng thủ công mỹ nghệ dựa trên di sản địa phương, sẽ giúp chuyển hóa giá trị văn hóa thành tài nguyên kinh tế. Ngoài ra, các sản phẩm văn hóa số như ứng dụng di động và nền tảng thực tế ảo có thể giúp du khách trải nghiệm sâu hơn về văn hóa và thiên nhiên của vùng đất này ngay cả từ xa. Bên cạnh đó, công nghiệp văn hóa cần được phát triển theo hướng bền vững, tránh việc thương mại hóa quá mức gây mất cân bằng xã hội, tổn hại đến môi trường thiên nhiên hay làm phai nhạt giá trị văn hóa bản địa.

Công nghiệp văn hóa không chỉ thúc đẩy du lịch mà còn tạo ra nhiều cơ hội việc làm trong ngành sáng tạo, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế của địa phương. Tác động dài hạn là sự phát triển bền vững, bảo tồn di sản song hành với tăng trưởng kinh tế, làm phong phú thêm trải nghiệm của du khách và nâng cao chất lượng sống của người dân.

Các ví dụ được liệt kê dưới đây là những trường hợp điển hình thành công trên thế giới mà Ninh Bình có thể cân nhắc học hỏi và điều chỉnh cho phù hợp với đặc điểm địa phương.

a) Các hoạt động nâng cao hiểu biết lịch sử/văn hóa Ninh Bình

Ninh Bình có tiềm năng lớn để nâng cao hiểu biết của người dân và du khách về giá trị lịch sử và văn hóa địa phương thông qua việc triển khai các hoạt động giáo dục và trải nghiệm tương tác như tổ chức khóa học về lịch sử các di tích như Hoa Lư, đến các tour trải nghiệm liền mạch kết nối các điểm du lịch chính, và các show diễn thực cảnh sống động (GIANG THỊ THOA, 2022). Ninh Bình có thể học hỏi từ những mô hình thành công ở Athens, Nara và Bắc Kinh.

Việc tổ chức các khóa học và chương trình giáo dục liên quan đến các di tích đã được Athens (Hy Lạp) và Cairo (Ai Cập) thực hiện thành công và không chỉ giúp du khách tham quan mà còn mang lại cơ hội hiểu sâu hơn về lịch sử và văn hóa. Lấy cảm hứng từ những thành công này, Ninh Bình với các di tích nổi bật như Hoa Lư, các hang động, và chùa chiền có thể tận dụng nguồn tài nguyên quý giá này để phát triển các khóa học và trải nghiệm giáo dục tương tự. Các câu chuyện lịch sử về triều đại Đinh, Lê và những trận chiến lịch sử có thể được tích hợp vào chương trình tham quan, từ đó tạo ra những trải nghiệm giáo dục hấp dẫn, sâu sắc cho du khách.

Ngoài ra, show diễn thực cảnh cũng là một công cụ hiệu quả trong việc giới thiệu và bảo tồn văn hóa truyền thống, như những gì đã được chứng minh qua "The Legend of Kung Fu" ở Bắc Kinh hay "The Story of the Gods" ở Bali. Với tiềm năng và những câu chuyện lịch sử phong phú, Ninh Bình hoàn toàn có thể phát triển các show diễn thực cảnh dựa trên những truyền thuyết và câu chuyện địa phương. Điều này không chỉ tạo nên điểm nhấn độc đáo cho du lịch Ninh Bình mà còn giúp giới thiệu vùng đất này đến với thế giới một cách sinh động và hấp dẫn.

b) Hoạt động xây dựng Ninh Bình thành thành phố di sản xanh bền vững

Việc sử dụng vật liệu xây dựng thân thiện với môi trường là một xu hướng đang được các thành phố tiên tiến như Copenhagen và Freiburg áp dụng rộng rãi (Ashui.com, n.d.). Ninh Bình cũng có tiềm năng lớn trong việc phát triển các loại vật liệu xanh nhờ vào nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú, chẳng hạn như thực vật từ Vườn quốc gia Cúc Phương, đá vôi, đất sét địa phương. Việc sử dụng các vật liệu xây dựng thân thiện với môi trường ngay từ giai đoạn đầu trong quá trình phát triển du lịch và xây dựng không chỉ đóng góp vào việc bảo vệ môi trường mà còn xây dựng hình ảnh điểm đến du lịch bền vững của Ninh Bình.

Ngoài ra, việc phát triển rừng để tạo ra nguồn tín chỉ carbon đã được Costa Rica triển khai thành công, góp phần bảo vệ môi trường và tạo ra nguồn thu cho ngân sách địa phương (Lê Ánh Ngọc, 2020). Ninh Bình cũng có thể phát triển các chương trình giáo dục cộng đồng về bảo vệ môi trường và các khoá học ngắn ngày cho du khách về vật liệu và lối sống bền vững, hoạt động trồng cây gây rừng và bảo tồn thiên nhiên cũng như đa dạng sinh học.

3. Trụ cột 3: Được công nhận (Acknowledgement)

Trụ cột này hướng tới xây dựng giá trị thương hiệu cho tỉnh Ninh Bình ở tầm thế giới và trong nước. Việc giành được các danh hiệu uy tín như “Di sản thế giới (World Heritage) của UNESCO”, chương trình thành phố di sản của UNESCO (World Heritage Cities Programme)" và được công nhận ở tầm quốc gia là một đô thị loại 1/loại đặc biệt và thành phố trực thuộc trung ương không chỉ là sự ghi nhận về mặt đáp ứng các tiêu chí mà còn đem lại sự quảng bá miễn phí có giá trị cao với hoạt động thu hút khách du lịch, đặc biệt là khách quốc tế của tỉnh Ninh Bình.

a) Công nhận ở phạm vi quốc tế

Việc được công nhận là Di sản thế giới hay Thành phố di sản đòi hỏi chính quyền địa phương phải đầu tư nguồn lực đáng kể trong một thời gian tương đối dài đồng thời có chiến lược phát triển bền vững để khai thác tối đa các lợi thế mà danh hiệu này mang lại, song lợi ích mà nó mang lại hoàn toàn xứng đáng.

Khi một thành phố được công nhận là di sản thế giới, cả quy mô du lịch và tệp khách hàng sẽ được mở rộng (Ramires và cộng sự, 2018). Những điểm đến được công nhận là di sản thế giới, đặc biệt là các địa điểm mới và ít được biết đến, sẽ có cơ hội phát triển du lịch nhanh chóng và mạnh mẽ (Timothy và Boyd, 2006; Su và Wall, 2011). Sự công nhận của UNESCO còn đóng vai trò quan trọng trong việc bảo vệ di sản văn hóa và thiên nhiên (Santa-Cruz và López-Guzmán, 2017), sự bảo tồn này giúp đảm bảo quá trình phát triển kinh tế xã hội không làm mất đi những giá trị cốt lõi của di sản (Adie and Hall, 2016; Remoaldo et al., 2014).

Việc được UNESCO công nhận là thành phố di sản thế giới cũng sẽ mở ra nhiều cơ hội đầu tư trong và ngoài nước, đặc biệt là trong các lĩnh vực bất động sản, du lịch, dịch vụ cao cấp và công nghiệp sáng tạo (Lai và Ooi, 2015). Những cơ hội này không chỉ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế mà còn góp phần tạo việc làm và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân địa phương (Chu, 2025).

b) Công nhận ở phạm vi quốc gia

Ninh Bình, với tiềm năng và lợi thế sẵn có, đã có một số địa điểm được công nhận ở tầm quốc tế như quần thể Tràng An. Tuy nhiên, để đạt được sự phát triển đồng bộ cho toàn thành phố, việc có được sự công nhận ở tầm quốc gia là điều cần thiết. Hiện tại, Ninh Bình đang là đô thị loại 2 và đang hướng tới mục tiêu nâng cấp thành đô thị thuộc trung ương, với di sản và văn hóa làm trọng tâm phát triển. Để được nâng hạng đô thị, Ninh Bình cần phải vượt qua một số thách thức quan trọng về tăng mật độ dân số, nâng cao thu nhập bình quân đầu người, và đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế - xã hội (xem bảng 1 để thấy chi tiết). Điều này bao gồm việc phát triển các ngành công nghiệp phụ trợ, công nghệ sạch, nông nghiệp hữu cơ, và du lịch, tất cả đều góp phần tạo nên nền kinh tế bền vững cho địa phương.

Bảng 1: So sánh giữa thực trạng tỉnh Ninh Bình và tiêu chí phân loại đô thị quốc gia

Chủ đề	**Đơn vị tính**	**Tình hình hiện tại tỉnh Ninh bình**	**Tiêu chuẩn phân loại đô thị**	
		Ninh Bình	***Đặc biệt***	***I***
Mật độ dân số	người/km2	3.312	≥ 3.500	≥ 3.000

Thu nhập bình quân đầu người năm so với cả nước	Lần	1,03 (2022)	≥ 3	≥ 2,1
Chuyển dịch cơ cấu kinh tế	-	Năm 2023, khu vực dịch vụ chiếm 47,1% (cao hơn mục tiêu theo quy hoạch 2030 là 38,3%), khu vực công nghiệp-xây dựng chiếm 42,7% (thấp hơn quy hoạch 2030 là 45,3%), khu vực nông, lâm, thủy sản chiếm 10,2% (cao hơn quy hoạch 2030 là 11,1%) (Công thông tin Ninh Bình, 2024).	Tăng tỷ trọng công nghiệp, xây dựng và dịch vụ, giảm tỷ trọng nông lâm thủy sản theo mục tiêu đề ra Tăng tỷ trọng công nghiệp, xây dựng hoặc tăng tỷ trọng dịch vụ, giảm tỷ trọng nông lâm thủy sản theo mục tiêu đề ra	

Việc nâng cấp Ninh Bình lên thành phố thuộc trung ương hoặc đô thị loại đặc biệt có khả năng mang lại cho Ninh Bình các cơ chế đặc thù trong quản lý và phát triển, giúp thành phố tự chủ hơn về ngân sách, đồng thời có khả năng triển khai linh hoạt các dự án lớn về cơ sở hạ tầng, dịch vụ công cộng, và phát triển đô thị xanh, bền vững.

Kết luận

Tầm nhìn phát triển tỉnh thành một Đô thị Di sản thiên niên kỷ, dựa trên ba trụ cột chiến lược là kết nối bản sắc, khẳng định bản sắc và đạt được sự công nhận, nhằm tạo ra một Thành phố Công viên khổng lồ, nơi lịch sử, văn hóa, con người và thiên nhiên hòa quyện chặt chẽ, là một tầm nhìn đầy tham vọng và sáng tạo. Tuy nhiên, việc hiện thực hóa tầm nhìn này không hề dễ dàng, đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan, ban ngành và cộng đồng địa phương. Nếu thực hiện thành công, tỉnh sẽ vươn lên tầm cao mới, không chỉ phát triển mạnh mẽ về du lịch mà còn thúc đẩy kinh tế, xã hội, và nâng cao chất lượng đời sống của người dân, xây dựng một đô thị bền vững và thịnh vượng.

Tài liệu tham khảo

Adie, B. A., & Hall, C. M. (2016). Who visits World Heritage? A comparative analysis of three cultural sites. Journal of Heritage Tourism, 12(1), 67–80.

https://doi.org/10.1080/1743873x.2016.1151429

Ashui.com. (n.d.). Thành phố carbon thấp - Tương lai của các đô thị Việt Nam. https://www.ashui.com/mag/chuyenmuc/quy-hoach-do-thi/12724-thanh-pho-carbon-thap-tuong-lai-cua-cac-do-thi-viet-nam.html

Chu, C. L. (2015). Spectacular Macau: Visioning futures for a World Heritage City. Geoforum, 65, 440–450. https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.06.009

Đàn, N. P. B. Kiến trúc chùa Huế: giá trị của một di sản giữa lõng thành phố di sản1. Văn hóa miền Trung, 50. https://csdlkhoahoc.hueuni.edu.vn/data/2022/7/file_nhe_tongTap_san_VHMT_2022.pdf#page=50

Giang Thị Thoa. (2022). Phát triển du lịch theo hướng bền vững ở Tỉnh Ninh Bình: thực trạng và giải pháp. Kinh Tế Và Dự Báo. http://thuvienlamdong.org.vn:81/bitstream/DL_134679/62751/1/CVv39S222022081.pdf

Lai, S., & Ooi, C. (2015). Branded as a World Heritage city: The politics afterwards. Place Branding and Public Diplomacy, 11(4), 276–292. https://doi.org/10.1057/pb.2015.12

Lê Ánh Ngọc, Nguyễn Văn Hồng, Trần Diệu Trang, Nghiêm Thị Huyền Trang. (2020). Giới thiệu một số công cụ kinh tế ứng dụng trong quản lý phát thải khí nhà kính tại Việt Nam. Tạp chí khoa học biến đổi khí hậu. https://imh.ac.vn/files/doc/tapchibiendoikhihau/TAP%20CHI%20BDKK%20SO%2016_bai%205.pdf

Phạm, V. M., Nguyễn, N. T., Bùi, Q. T., Phạm, V. Đ., & Phạm, M. H. (2019). Tác động của mở rộng đô thị đến di sản văn hóa: nghiên cứu ở khu vực quần thể di tích Huế. *Tạp Chí Khoa Học Đo Đạc Và Bản Đồ*, *40*, 34–41. https://doi.org/10.54491/jgac.2019.40.310

Ramires, A., Brandão, F., & Sousa, A. C. (2018). Motivation-based cluster analysis of international tourists visiting a World Heritage City: The case of Porto, Portugal. Journal of Destination Marketing & Management, 8, 49–60. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.12.001

Remoaldo, P. C., Ribeiro, J. C., Vareiro, L., & Santos, J. F. (2014). Tourists' perceptions of world heritage destinations: The case of Guimarães (Portugal). Tourism and Hospitality Research, 14(4), 206–218. https://doi.org/10.1177/1467358414541457

Santa-Cruz, F. G., & López-Guzmán, T. (2017). Culture, tourism and World Heritage Sites. Tourism Management Perspectives, 24, 111–116. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.08.004

Su, M. M., & Wall, G. (2011). Chinese research on world heritage tourism. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 16(1), 75–88. https://doi.org/10.1080/10941665.2011.539392

Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the 21st Century: valued traditions and new perspectives. Journal of Heritage Tourism, 1(1), 1–16. https://doi.org/10.1080/17438730608668462

Truong, B. Q. (2016, December 28). Bảo vệ và phát huy giá trị kho tàng di sản văn hóa phục vụ sự nghiệp phát triển bền vững ở Việt Nam. https://js.vnu.edu.vn/SSH/article/view/4405

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực du lịch gắn với kiến tạo sản phẩm độc đáo, khác biệt, đẳng cấp - Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra

TS. Nguyễn Quốc Kỳ - Chủ tịch HĐQT Công ty Du lịch Vietravel

1. Giới thiệu

Ngành du lịch đang trở thành một trong những lĩnh vực kinh tế quan trọng trên toàn cầu, đóng góp lớn vào GDP và tạo ra hàng triệu việc làm tại nhiều quốc gia, trong đó bao gồm Việt Nam. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển nhanh chóng của công nghệ, ngành du lịch đang đối mặt với những thách thức và cơ hội chưa từng có. Những thay đổi trong hành vi khách hàng, xu hướng tiêu dùng mới, cùng với sự xuất hiện của các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR) và dữ liệu lớn (Big Data) đã làm thay đổi cách thức mà ngành du lịch vận hành. Việc tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo, khác biệt và đẳng cấp không chỉ là một sự đổi mới đơn thuần, đem lại giá trị cho khách hàng những trải nghiệm mới lạ, hấp dẫn mà còn là chìa khóa để các doanh nghiệp khởi nghiệp xây dựng và khẳng định vị thế của mình trên thị trường, qua đó góp phần định vị thương hiệu quốc gia trên bản đồ du lịch thế giới.

Trong phạm vi bài tham luận này, chúng ta sẽ sẽ đi sâu vào phân tích các cơ hội và thách thức đối với khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực du lịch, cũng như đề xuất các chiến lược để phát triển các sản phẩm du lịch mang tính đột phá, khác biệt và đẳng cấp trong bối cảnh hiện nay.

2. Bối cảnh và đặc điểm hiện nay của ngành du lịch

2.1. Sự thay đổi hành vi tiêu dùng và xu hướng du lịch

Thứ nhất, thế giới trong thời gian qua đã chứng kiến sự thay đổi đáng kể trong hành vi tiêu dùng của khách hàng du lịch. Khách du lịch ngày nay không chỉ quan tâm đến việc đi đến đâu mà còn đặc biệt chú trọng đến việc họ sẽ trải nghiệm những gì tại điểm đến. Trải nghiệm du lịch không còn chỉ giới hạn trong việc tham quan các địa điểm nổi tiếng, mà đã mở rộng sang những trải nghiệm sâu sắc hơn về văn hóa, con người và đời sống địa phương.

Hơn nữa, sự phát triển của công nghệ thông tin và truyền thông đã tạo điều kiện cho khách du lịch dễ dàng tiếp cận thông tin và tự tổ chức các chuyến đi của mình. Điều này làm tăng nhu cầu cá nhân hóa trong du lịch, khi khách hàng mong muốn các dịch vụ được tùy chỉnh theo sở thích và nhu cầu riêng của họ. Sự chuyển dịch này tạo ra những cơ hội lớn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo có thể cung cấp những trải nghiệm độc đáo và phù hợp với từng cá nhân.

Thứ hai, trong bối cảnh biến đổi khí hậu và các vấn đề môi trường ngày càng trở nên nghiêm trọng, du lịch bền vững và có trách nhiệm đã trở thành một xu hướng quan trọng. Khách du lịch hiện nay không chỉ quan tâm đến trải nghiệm cá nhân mà còn chú trọng đến tác động của mình đối với môi trường và cộng đồng địa phương. Họ ngày càng lựa chọn những sản phẩm và dịch vụ du lịch thân thiện với môi trường, giúp bảo vệ thiên nhiên và phát triển cộng đồng bền vững.

Điều này tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp tập trung vào phát triển các sản phẩm du lịch bền vững, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường và thúc đẩy sự phát triển cộng đồng. Tuy nhiên, để thành công trong lĩnh vực này, các doanh nghiệp cần phải có sự hiểu biết sâu sắc về các nguyên tắc phát triển bền vững cũng như khả năng sáng tạo để kết hợp chúng vào các sản phẩm và dịch vụ du lịch của mình.

2.2. Tác động của công nghệ đến ngành du lịch

Công nghệ đã và đang đóng vai trò then chốt trong việc định hình lại ngành du lịch. Với sự ra đời của các nền tảng đặt phòng trực tuyến, ứng dụng di động và các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo và thực tế ảo, trải nghiệm du lịch đã trở nên thuận tiện và phong phú hơn bao giờ hết. Công nghệ không chỉ giúp khách du lịch dễ dàng lập kế hoạch, đặt chỗ và chia sẻ trải nghiệm mà còn mang lại nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới.

Trí tuệ nhân tạo có thể được sử dụng để phân tích dữ liệu khách hàng, từ đó đưa ra những gợi ý về hành trình du lịch phù hợp nhất với từng cá nhân. Thực tế ảo và thực tế tăng cường (AR) cũng đang dần trở thành một phần không thể thiếu trong các dịch vụ du lịch, cho phép khách hàng trải nghiệm trước các điểm đến một cách sống động và chân thực nhất. Những công nghệ này không chỉ nâng cao trải nghiệm khách hàng mà còn mở ra những hướng phát triển mới cho các doanh nghiệp khởi nghiệp trong ngành du lịch.

3. Cơ hội cho khởi nghiệp sáng tạo trong du lịch

3.1. Xu hướng cá nhân hóa trải nghiệm du lịch

Xu hướng cá nhân hóa trải nghiệm du lịch đang trở thành một động lực chính trong ngành du lịch hiện đại. Khách du lịch ngày càng mong muốn những trải nghiệm độc đáo, mang dấu ấn cá nhân và khác biệt so với những gì mà thị trường du lịch đại chúng cung cấp. Việc cá nhân hóa trải nghiệm không chỉ dừng lại ở việc điều chỉnh các dịch vụ hiện có mà còn mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo phát triển các sản phẩm du lịch mới lạ, phù hợp với nhu cầu và mong muốn của từng khách hàng.

Ví dụ, thay vì chỉ cung cấp các tour du lịch theo hành trình cố định, các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể sử dụng công nghệ để tạo ra các gói dịch vụ tùy chỉnh, nơi

khách hàng có thể tự chọn các điểm đến, hoạt động và dịch vụ bổ sung theo sở thích cá nhân. Các doanh nghiệp du lịch cung cấp dịch vụ được cá nhân hóa như hướng dẫn viên riêng, phương tiện di chuyển cá nhân và các dịch vụ hỗ trợ khách hàng 24/7,… Điều này không chỉ tăng cường trải nghiệm của khách hàng mà còn giúp doanh nghiệp xây dựng một cơ sở dữ liệu quý giá về hành vi và sở thích của khách hàng, từ đó tối ưu hóa các sản phẩm và dịch vụ của mình.

3.2. Ứng dụng công nghệ mới trong du lịch

Sự bùng nổ của công nghệ đã mang lại những cơ hội chưa từng có cho ngành du lịch. Các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, thực tế ảo và thực tế tăng cường đang cách mạng hóa cách mà các doanh nghiệp du lịch tương tác với khách hàng và cung cấp dịch vụ. Đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp, việc ứng dụng công nghệ có thể giúp họ vượt qua nhiều rào cản truyền thống và nhanh chóng khẳng định vị thế trên thị trường.

Trí tuệ nhân tạo có thể được sử dụng để phân tích dữ liệu khách hàng và dự đoán xu hướng, giúp các doanh nghiệp tạo ra những sản phẩm và dịch vụ phù hợp với nhu cầu thị trường cũng như tiếp cận đúng đối tượng khách hàng. Thực tế ảo và thực tế tăng cường cung cấp những công cụ mạnh mẽ để khách hàng có thể khám phá các điểm đến trước khi đặt chân đến đó, tăng cường sự hài lòng và mong muốn khám phá thực tế. Dữ liệu lớn cho phép các doanh nghiệp theo dõi và phân tích các hoạt động du lịch một cách chi tiết, từ đó tối ưu hóa hoạt động kinh doanh và cải thiện trải nghiệm khách hàng.

Ví dụ, một doanh nghiệp khởi nghiệp có thể sử dụng công nghệ thực tế ảo để phát triển các tour du lịch ảo, nơi khách hàng có thể tham quan các điểm đến nổi tiếng trên thế giới mà không cần phải rời khỏi nhà. Điều này không chỉ mở rộng phạm vi khách hàng mà còn tạo ra một trải nghiệm du lịch hoàn toàn mới, phù hợp với xu hướng du lịch số hóa.

Bên cạnh đó, cũng chính nhờ sự kết nối toàn cầu và công nghệ truyền thông, các doanh nghiệp có thể dễ dàng tiếp cận và mở rộng thị trường ra quốc tế. Đây là một yếu tố quan trọng giúp các doanh nghiệp mở rộng quy mô, tăng trưởng doanh thu và tạo dựng thương hiệu trên thị trường quốc tế. Thông qua sử dụng nền tảng trực tuyến như Booking.com, Airbnb, TripAdvisor và Expedia cho phép các doanh nghiệp du lịch dễ dàng quảng bá sản phẩm và dịch vụ của mình đến khách hàng quốc tế. Những cách này mang lại hiệu quả thu hút du khách từ khắp nơi trên thế giới mà không cần đầu tư nhiều vào cơ sở hạ tầng tại các thị trường nước ngoài. Các website thương mại điện tử và ứng dụng di động giúp doanh nghiệp tiếp cận khách hàng quốc tế, cung cấp các dịch vụ đặt chỗ trực tuyến, thanh toán điện tử và hỗ trợ đa ngôn ngữ. Sử dụng các công cụ tiếp thị kỹ thuật số như quảng cáo trên mạng xã hội (Facebook, Tik Tok,…), Google Ads, email

marketing và SEO để tăng cường khả năng tiếp cận và tạo dựng thương hiệu tại thị trường quốc tế.

3.3. Du lịch bền vững và trải nghiệm xanh

Du lịch bền vững không chỉ là một xu hướng mà còn là một yêu cầu bắt buộc đối với ngành du lịch trong tương lai. Khách du lịch ngày càng quan tâm đến các vấn đề về môi trường và xã hội. Họ sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho những sản phẩm và dịch vụ du lịch bền vững. Điều này tạo ra một thị trường tiềm năng lớn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp tập trung vào phát triển các sản phẩm du lịch xanh.

Điểm mấu chốt để thành công trong khởi nghiệp du lịch sáng tạo là phát triển những sản phẩm mang tính độc đáo, khác biệt, tạo dấu ấn riêng trên thị trường. Điều này có thể đạt được thông qua việc khai thác các giá trị văn hóa, lịch sử, thiên nhiên đặc sắc của địa phương, hoặc sử dụng công nghệ để tạo ra các trải nghiệm mới lạ. Các doanh nghiệp có thể khai thác các tài nguyên thiên nhiên và văn hóa địa phương một cách bền vững để tạo ra các sản phẩm du lịch độc đáo. Ví dụ, một doanh nghiệp khởi nghiệp có thể tổ chức các tour du lịch sinh thái tại các khu bảo tồn thiên nhiên, nơi khách du lịch có thể tham gia vào các hoạt động bảo vệ môi trường, học hỏi về hệ sinh thái địa phương và góp phần vào sự phát triển bền vững của cộng đồng địa phương.

Ngoài ra, việc sử dụng các công nghệ xanh, như năng lượng tái tạo và các giải pháp giảm thiểu phát thải carbon, cũng là một yếu tố quan trọng giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp thu hút khách hàng quan tâm đến du lịch bền vững. Những biện pháp này không chỉ giúp bảo vệ môi trường mà còn tạo ra giá trị lâu dài cho doanh nghiệp và cộng đồng.

3.4. Sự gia tăng của du lịch trải nghiệm và du lịch địa phương

Hiện nay có sự gia tăng trong việc khách du lịch mong muốn du lịch trải nghiệm tập trung vào việc mang lại những trải nghiệm độc đáo và chân thực. Điều này có thể bao gồm việc trao đổi, tương tác văn hóa như du khách tham gia vào các hoạt động văn hóa bản địa như lễ hội, lớp học nấu ăn, hay thử nghiệm các nghề thủ công truyền thống; hoạt động khám phá tự nhiên như tham gia các hoạt động ngoài trời như leo núi, lặn biển, thám hiểm rừng; những trải nghiệm ẩm thực như thưởng thức món ăn địa phương, tham gia các lớp học nấu ăn hoặc tour ẩm thực; và hoạt động cộng đồng như sinh hoạt với cộng đồng địa phương để hiểu rõ hơn về lối sống và phong tục tập quán.

3.5. Hợp tác và xây dựng mạng lưới du lịch

Xây dựng mối quan hệ hợp tác với các đối tác chiến lược, bao gồm cả các cơ quan Nhà nước thuộc Chính phủ, các tổ chức phi Chính phủ và các doanh nghiệp khác trong ngành sẽ giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp mở rộng thị trường và tăng cường khả năng

cạnh tranh. Việc thiết lập quan hệ đối tác không chỉ mở rộng mạng lưới mà còn tạo cơ hội phát triển mới. Tham gia vào các hội thảo, diễn đàn, sự kiện, giải thưởng quốc tế về du lịch là cơ hội để các doanh nghiệp giới thiệu sản phẩm, gặp gỡ đối tác và tìm hiểu về các xu hướng và yêu cầu của thị trường quốc tế. Đồng thời là cơ hội để doanh nghiệp xây dựng hình ảnh và quảng bá thương hiệu Việt Nam đến toàn cầu.

4. Thách thức đối với khởi nghiệp sáng tạo trong du lịch

4.1. Sự cạnh tranh khốc liệt

Ngành du lịch là một trong những ngành có mức độ cạnh tranh cao, với sự hiện diện của nhiều doanh nghiệp lớn và các startup khác bao gồm cả trong và ngoài nước. Bên cạnh sự cạnh tranh về giá và tính mới lạ của sản phẩm, dịch vụ du lịch là sự cạnh tranh về chất lượng dịch vụ. Yếu tố này quyết định sự thành công của một doanh nghiệp du lịch, do đó các doanh nghiệp phải không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, đồng thời xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp để giữ chân khách hàng và duy trì lợi tehes cạnh tranh.

4.2. Biến động kinh tế và xã hội

Những yếu tố như biến đổi khí hậu, khủng hoảng kinh tế, tình hình biến động chính trị các nước có thể ảnh hưởng tiêu cực không nhỏ đến ngành du lịch, từ hành vi và sở thích của du khách đến các hoạt động và chiến lược của các doanh nghiệp trong ngành. Để thích ứng và phát triển, ngành du lịch cần linh hoạt và nhanh chóng điều chỉnh theo các biến động này.

4.3. Nguồn lực còn hạn chế

Khởi nghiệp trong lĩnh vực du lịch, đặc biệt là khi cần đầu tư vào công nghệ mới và phát triển sản phẩm độc đáo, đòi hỏi nguồn vốn lớn. Tuy nhiên, việc tiếp cận nguồn vốn không phải lúc nào cũng dễ dàng, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp mới thành lập. Nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn về năng lực tài chính do chưa phục hồi sua dịch hoặc duy trì nguồn nhân lực có kinh nghiệm. Bên cạnh đó, chi phí công nghệ hiện đại trong xu thế thương mại điện tử cũng là điều mà nhiều doanh nghiệp còn bận tâm.

4.4. Thay đổi hành vi khách hàng

Hành vi của khách hàng trong du lịch thay đổi nhanh chóng dưới tác động của công nghệ và các xu hướng mới. Chính vì vậy, doanh nghiệp cần phải linh hoạt, nhanh nhạy và đáp ứng với những sự biến đổi của thị trường, xu hướng tiêu dùng, công nghệ và các yếu tố ngoại cảnh khác để duy trì cũng như phát triển.

4.5. Quản lý rủi ro

Rủi ro về pháp lý: Ngành du lịch chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ các chính sách và quy định pháp lý, bao gồm cả các quy định về môi trường, lao động và an toàn. Doanh

nghiệp khởi nghiệp cần phải tuân thủ nghiêm ngặt các quy định này, đồng thời đối mặt với các rủi ro pháp lý có thể phát sinh trong quá trình hoạt động.

Rủi ro an ninh mạng: Có thể kể đến như tấn công mạng làm gián đoạn dịch vụ bằng cách làm quá tải máy chủ với lượng lớn yêu cầu, gây ra sự gián đoạn dịch vụ cho khách hàng; lừa đảo người dùng để thu thập thông tin nhạy cảm như thông tin thẻ tín dụng, tài khoản ngân hàng hoặc thông tin cá nhân thông qua email hoặc website giả mạo; các chương trình độc hại có thể tấn công hệ thống, làm hỏng dữ liệu, hoặc đánh cắp thông tin, khiến rò rỉ thông tin khách hàng hay dữ liệu của doanh nghiệp,… gây hậu quả nghiêm trọng cho doanh nghiệp về suy giảm doanh thu, uy tín và chi phí khắc phục lớn. Vì vậy, rủi ro an ninh mạng là một vấn đề quan trọng mà các doanh nghiệp trong ngành du lịch cần phải chú ý và quản lý chặt chẽ. Việc triển khai các biện pháp bảo mật phù hợp, đào tạo nhân viên và lập kế hoạch ứng phó khủng hoảng có thể giúp giảm thiểu tác động của các cuộc tấn công mạng, bảo vệ thông tin của khách hàng và duy trì hoạt động kinh doanh số của doanh nghiệp.

4.6. Bảo vệ văn hóa và mục tiêu về môi trường

Phát triển du lịch dù qua hình thức nào đi chăng nữa thì ngoài việc mang lại nhiều lợi ích kinh tế và xã hội, cũng đều sẽ có nguy cơ gây tổn hại đến văn hóa và môi trường địa phương nếu không được quản lý một cách cẩn trọng. Sự xuất hiện của du khách và các hoạt động du lịch có thể dẫn đến sự thay đổi hoặc mất mát các tập quán và truyền thống địa phương. Văn hóa địa phương có thể bị thương mại hóa, dẫn đến việc mất đi sự chân thực và giá trị bản sắc của nó. Các hoạt động du lịch có thể dẫn đến ô nhiễm môi trường, giảm chất lượng nước, không khí, đất đai, cũng như suy giảm tài nguyên thiên nhiên. Ngoài ra còn gây ra sự xáo trộn trong môi trường sống của động vật hoang dã và dẫn đến tình trạng suy giảm số lượng loài. Dó đó, các doanh nghiệp du lịch cần hợp tác chặt chẽ với cộng đồng địa phương, đồng thời đào tạo nhân viên và cung cấp thông tin cho du khách về tầm quan trọng của việc tôn trọng các giá trị văn hóa cũng như quy tắc ứng xử về bảo vệ môi trường.

5. Kết luận

Khởi nghiệp trong lĩnh vực du lịch là một hành trình đầy thách thức nhưng cũng rất hứa hẹn, đặc biệt khi doanh nghiệp tập trung vào việc kiến tạo sản phẩm độc đáo, khác biệt và đẳng cấp. Trong bối cảnh thị trường du lịch ngày càng cạnh tranh khốc liệt, sự sáng tạo không chỉ là một lợi thế mà còn là yếu tố sống còn. Để đạt được điều này, các doanh nghiệp cần phải hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của khách hàng, đồng thời nắm bắt các xu hướng mới nhất về công nghệ và thị hiếu du lịch.

Việc tập trung vào thị trường ngách và phát triển các sản phẩm du lịch cá nhân hóa

sẽ giúp doanh nghiệp tạo ra những trải nghiệm độc quyền, mang lại giá trị gia tăng cho du khách. Ứng dụng công nghệ hiện đại, từ việc phát triển ứng dụng di động đến sử dụng thực tế ảo và tăng cường, có thể nâng cao trải nghiệm của khách hàng và tối ưu hóa quy trình vận hành. Đồng thời, xây dựng một thương hiệu mạnh mẽ với giá trị cốt lõi là sự độc đáo và đẳng cấp sẽ giúp doanh nghiệp nổi bật trong mắt du khách. Hơn nữa, việc chú trọng vào phát triển bền vững và trách nhiệm xã hội không chỉ đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của du khách có ý thức về môi trường mà còn tạo ra mối quan hệ tốt đẹp với cộng đồng địa phương. Điều này không chỉ giúp bảo tồn các giá trị văn hóa mà còn góp phần phát triển kinh tế địa phương, tạo ra sự gắn kết lâu dài và bền vững giữa doanh nghiệp và cộng đồng.

Tóm lại, khởi nghiệp sáng tạo trong ngành du lịch đòi hỏi sự kết hợp giữa tầm nhìn chiến lược, khả năng sáng tạo và cam kết phát triển bền vững. Bằng cách tập trung vào việc tạo ra sản phẩm du lịch độc đáo và đẳng cấp, các doanh nghiệp không chỉ thu hút được sự quan tâm của du khách mà còn góp phần định hình lại cách thức du lịch được thực hiện và trải nghiệm, mở ra những cơ hội phát triển mới mẻ và tiềm năng trong tương lai.

Một số đề xuất về thiết kế mỹ thuật công nghiệp trong phát triển du lịch văn hoá ở Ninh Bình

PGS.TS. Trang Thanh Hiền
Trường Đại học Mỹ thuật Việt Nam

Tóm tắt :Trong bối cảnh xã hội hiện nay, sự phát triển của sáng tạo mỹ thuật công nghiệp là một trong những tiêu điểm được hầu hết các nền công nghiệp văn hoá hướng đến. Các thiết kế này có thể xem là những phương tiện để chuyển tải những thông điệp quan trọng đến công chúng nói chung cũng như các khách hàng tiềm năng trên mọi phương diện. Thiết kế công nghiệp được hiện diện trên mọi lĩnh vực văn hoá, từ các sản phẩm thủ công, đến các sản phẩm dịch vụ phục vụ cho đời sống hàng ngày, nhằm nâng cao sự hiểu biết về văn hoá, thẩm mỹ của người dân. Đồng thời các sản phẩm thiết kế mỹ thuật ứng dụng này cũng là phương tiện để thúc đẩy sự phát triển của các sản phẩm văn hoá địa phương vươn ra khu vực và quốc tế. Bài viết này nhằm đưa ra những đề xuất phát triển thiết kế mỹ thuật ứng dụng trong phát triển du lịch văn hoá ở Ninh Bình.

Từ khoá: Mỹ thuật công nghiệp, Thiết kế công nghiệp, phát triển du lịch, sản phẩm du lịch

1. Vai trò của mỹ thuật công nghiệp trong nền công nghiệp văn hoá

Mỹ thuật công nghiệp hay còn còn gọi là mỹ thuật ứng dụng. Đây là một chuyên ngành sáng tạo đóng một vai trò to lớn đối với đời sống con người. Đặc biệt trong xã hội hiện đại, các thiết kế mỹ thuật công nghiệp dường như đã đem đến những lợi ích đa dạng cho đời sống. Các thiết kế sáng tạo này trực tiếp phục vụ cho sản xuất ra các sản phẩm nhằm nâng cao đời sống của nhân dân. Nó vừa đạt đến tính tiện dụng lại đạt đến các giá trị thẩm mỹ, phù hợp với lối sống hiện đại. Không chỉ vậy, trong bối cảnh phát triển kinh tế hiện nay, các thiết kế mỹ thuật công nghiệp còn góp phần phổ quát các sản phẩm của địa phương ra khu vực và quốc tế. Chúng góp phần tạo ra những sản phẩm nổi bật lên ở thị trường trong nước và quốc tế, những sản phẩm vừa có giá trị cao về mặt sử dụng, lại hấp dẫn về tính nghệ thuật. Đó là những sản phẩm vừa phản ánh xu thế của thời đại, lại vừa bộc lộ rõ rệt bản lĩnh của dân tộc và đặc biệt ghi được dấu ấn tài năng và phong cách độc đáo của những con người sáng tạo.

Được xác định là một trong những ngành ưu tiên trong lĩnh vực phát triển nền công nghiệp văn hóa, những năm gần đây mỹ thuật ứng dụng bao gồm các lĩnh vực chủ đạo như: thiết kế đồ họa, thiết kế tạo dáng công nghiệp, thiết kế thời trang, thiết kế nội thất và nghệ thuật trang trí. Các sản phẩm thiết kế này không chỉ từng bước từng bước chú trọng ứng dụng vào các sản phẩm phục vụ cho nhu cầu sử dụng con người, mà còn nâng cao đời sống thẩm mỹ. Thông qua đó cũng truyền tải những tư tưởng thông điệp

về văn hoá cũng như các giá trị về di sản. Các sản phẩm của mỹ thuật ứng dụng có mặt khắp nơi trong cuộc sống hằng ngày. Trong nền công nghiệp văn hoá, nó góp phần tạo nên những diện mạo mới vừa mang tính hiện đại, nhưng đồng thời cũng lại mang những giá trị văn hoá quan trọng.

Trong "Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030" được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt năm 2016, đã chỉ rõ 12 lĩnh vực của nền công nghiệp văn hóa Việt Nam bao gồm: quảng cáo; kiến trúc; phần mềm và các trò chơi giải trí; thủ công mỹ nghệ; thiết kế; điện ảnh; xuất bản; thời trang; nghệ thuật biểu diễn; mỹ thuật; nhiếp ảnh và triển lãm; truyền hình và phát thanh; du lịch văn hóa. Có thể thấy rằng trong 12 lĩnh vực này thì thiết kế công nghiệp hầu như có ảnh hưởng đến phần lớn các lĩnh vực. Các vấn đề liên quan đến thiết kế công nghiệp hiện nay không chỉ đơn thuần là tạo ra sản phẩm tiêu dùng mà còn là tạo ra các sản phẩm mang tính phát triển dịch vụ hoặc phát triển thương hiệu. Do đó ngoài thiết kế, quảng cáo, thủ công mỹ nghệ, thì trong ngành du lịch văn hoá, ngành xuất bản, thiết kế công nghiệp cũng đóng một vai trò quan trọng. Và ta cũng có thể thấy rằng, hầu như các lĩnh vực trên không đứng độc lập với nhau để tạo nên sự liên kết. Khi cùng đẩy mạnh, phát triển tương hỗ sẽ khiến các lĩnh vực cùng có sự phát triển, mang đến nhiều lợi ích.

Đơn cử như trong du lịch, thì quảng cáo gắn liền với kiến tạo ra hình ảnh, thiết kế mỹ thuật công nghiệp liên quan đến sản phẩm dịch vụ kéo theo các ngành nghề thủ công phát triển, hệ thống quà tặng du lịch, xuất bản phẩm liên quan… Tất cả tạo nên một tổ hợp cho sự phát triển có tính đồng bộ. Bên cạnh đó sản phẩm này mang lại nhiều lợi ích trên cả mặt vật chất lẫn tinh thần.

Tuy nhiên trong chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa hiện nay, điều cốt yếu là cần có nguồn nhân lực chất lượng cao. Vậy bên cạnh phát triển sản phẩm liên quan đến các lĩnh vực, thì việc đầu tư cho đào tạo nguồn nhân lực cũng vô cùng quan trọng. Sản phẩm của thiết kế mỹ thuật công nghiệp là vô cùng đa dạng, nhiều chủng loại. Do đó những người làm thiết kế cần phải có những kiến thức chuyên ngành sâu rộng trên nhiều phương diện khác nhau. Sự am hiểu về đời sống, sự am hiểu về lịch sử văn hoá, hơn thế nữa là phải có tầm nhìn để định hướng người sử dụng hướng đến những thẩm mỹ cao có tính cạnh tranh cũng như thuận theo hướng phát triển của khu vực và thế giới. Bên cạnh đó, trong “thế giới phẳng”, xu hướng thế giới hiện nay đang rất lưu ý đến yếu tố bản sắc và khai thác những giá trị địa phương. Vậy nên những người là thiết kế mỹ thuật cũng cần có những có tư duy mới mẻ, hiện đại, có khả năng sáng tạo ra các tác phẩm tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc.

Bên cạnh việc sáng tạo ra các sản phẩm mang yếu tố vật chất – tinh thần thì vai trò của thiết kế mỹ thuật công nghiệp hiện nay còn là sự kiến tạo nên những không gian mới. Sự tham gia của mỹ thuật vào những không gian cho dù là thiên nhiên hay không gian mang tính chất sáng tạo sẽ tạo nên những hiệu ứng mới. Đơn cử như những dự án nghệ thuật công cộng, đã biến đổi những không gian quen thuộc thành những không gian mới mẻ. Sự đóng góp của nghệ thuật và nghệ thuật thiết kế đã tạo nên những điểm nhấn thú vị cho người dân cả bản địa lẫn du khách. Nó góp phần tạo nên những không gian văn hoá, sáng tạo, đáp ứng nhu cầu của con người.

Ta có thể thấy rằng, chưa bao giờ con người lại nhiều nhu cầu về sự thay đổi, dịch chuyển, hướng đến việc tìm tòi những giá trị văn hoá trong tiêu dùng như hiện nay. Nhu cầu du lịch, nhu cầu khám phá những không gian mới, tìm hiểu các giá trị mới càng ngày càng phát triển. Họ sẵn sàng trả tiền để có thể tham dự vào những không gian khiến thay đổi cảm xúc, cảm giác. Chính điều này là mấu chốt quan trọng để thiết kế mỹ thuật và mỹ thuật được phát triển. Nó cần sự đa dạng và đa dạng hơn nữa trên mọi hình thức. Đây cũng là vai trò và đóng góp quan trọng của mỹ thuật công nghiệp, mỹ thuật ứng dụng vào sự phát triển của nền công nghiệp văn hoá.

2. Một số đề xuất phát triển thiết kế mỹ thuật công nghiệp trong phát triển du lịch văn hoá ở Ninh Bình

Trước tiên ta thấy rằng, Ninh Bình với tiềm năng, lợi thế là tỉnh nằm ở cực Nam đồng bằng sông Hồng, có vị trí chiến lược quan trọng cả về chính trị, kinh tế và quốc phòng - an ninh; điểm giao cắt giữa 3 vùng (Vùng Đồng bằng sông Hồng - Vùng rừng núi Tây Bắc và Vùng duyên hải Bắc Trung Bộ). Tỉnh cũng sở hữu một khối lượng lớn các di sản văn hoá của Việt Nam. Các di sản văn hóa - lịch sử - sinh thái tự nhiên độc đáo, đặc sắc, tiêu biểu là Cố đô Hoa Lư. Khu di tích lịch sử này còn là một mốc son trong lịch sử dân tộc, đánh dấu thời kỳ độc lập tự chủ đầu tiên và là triều đại khởi đầu cho nền phong kiến Việt Nam. Ninh Bình cũng là nơi sở hữu di sản thiên nhiên và văn hoá độc nhất vô nhị của Đông Nam Á là Quần thể danh thắng Tràng An.

- Với khối di sản hỗn hợp văn hoá thiên nhiên này, việc phát huy du lịch, dịch vụ, nhiều năm nay đã được triển khai trở thành một điểm đến trong du lịch văn hoá ở Việt Nam. Dịch vụ của tỉnh phát triển mạnh mẽ, với du lịch trở thành điểm sáng, nhiều năm liền giữ vững vị trí trong nhóm 15 điểm đến hàng đầu và 10 tỉnh thu hút lượng khách cao nhất cả nước, đang dần trở thành trung tâm du lịch của quốc gia và quốc tế. Đây chính là một điểm tựa, lợi thế quan trọng cho sự phát triển và phát triển hơn nữa các giá trị du lịch cũng như các giá trị di sản.

- Giải pháp cho việc phát triển này có thể triển khai trên những khía cạnh sau với sự đóng góp của thiết kế mỹ thuật ứng dụng:

- Xây dựng các không gian du lịch hiện đại, nhưng cũng mang đậm các giá trị địa phương. Điều này rất quan trọng để tạo nên sự khác biệt.

- Xây dựng hệ thống quà tặng du lịch dựa trên các di sản văn hoá ở Ninh Bình và dựa trên các sản phẩm nổi tiếng của các làng nghề ở địa phương.

- Tổ chức các tuần lễ sáng tạo, lễ hội thiết kế nhằm tìm kiếm các nhân lực vật lực của tỉnh và thu hút chất xám của các nhà khoa học, các nhà thiết kế để đẩy mạnh phát triển thiết kế cho các lĩnh vực văn hoá, du lịch ở Ninh Bình

- Thúc đẩy phát triển văn hóa và nghệ thuật, cũng như góp phần vào việc phát triển và lan tỏa thông điệp về di sản và du lịch.

Kêu gọi tham gia đầu tư của các doanh nghiệp đi theo hướng khác biệt hóa và tôn vinh tinh thần nghiên cứu, đổi mới để tạo ra động lực cho sự thay đổi. Xây dựng hình ảnh thương hiệu mới cho chính các doanh nghiệp du lịch dịch vụ và thông qua đó xây dựng thương hiệu riêng cho Ninh Bình.

Để đóng góp thêm cho việc phát triển những giá trị đó, thiết kế đồ hoạ, thiết kế mỹ thuật công nghiệp chính là một vấn đề cần được lưu tâm để đẩy mạnh hơn nữa. Nó đóng vai trò kết nối giữa phát triển du lịch và tạo ra các sản phẩm du lịch. Kết nối các giá trị di sản với các làng nghề, đề cao sự phát triển các sản phẩm địa phương. Có lẽ đây là điều nhiều năm nay đã được chú ý phát triển nhưng chưa thu lại được những hiệu quả tích cực. Ở các trung tâm du lịch Ninh Bình, gần đây cũng đã tạo ra được những hình ảnh tốt, nhưng sản phẩm cho du lịch, quà tặng, đồ lưu niệm dựa trên những sản vật địa phương dường như chưa thực sự được đề cao. Các sản phẩm dịch vụ này hiện nay vẫn chưa nêu bật lên được những giá trị của các ngành nghề thủ công địa phương, để thị trường trong nước và quốc tế ghi nhận.

Nhìn vào các ngành nghề thủ công truyền thống của Ninh Bình, ta thấy rằng, tỉnh không thua kém bất cứ địa phương nào trong cả nước. Các ngành nghề như: nghề thêu ren Văn Lâm, nghề chạm khắc đá Ninh Vân, nghề cói Kim Sơn, nghề gốm Bồ Bát, nghề đan cót Vân Long, nghề mộc Phúc Lộc vốn là những ngành nghề có tiếng. Vậy, để có thể phát triển tốt, tỉnh cần có những chính sách đầu tư cho việc phát triển mẫu mã sản phẩm. Đưa các sản phẩm địa phương đến các trung tâm du lịch, để giới thiệu và quảng bá. Đẩy mạnh sự phát triển của thị trường bằng cách kết hợp giữa các việc quảng bá di sản văn hoá - thiên nhiên và quảng bá làng nghề.

Đầu tư cho cách thiết kế liên ngành để tìm ra được hình ảnh di sản của tỉnh là một hướng đi cần thiết. Những hình ảnh liên quan đến các giá trị văn hoá biểu tượng của các địa danh nổi tiếng kể trên, đưa lên các sản phẩm có tính đồng bộ, trong chiến lược phát triển song song. Di sản của các triều đại + di sản thiên nhiên + di sản làng nghề thủ công cần được hội tụ để tạo ra sức mạnh mới. Đây không phải là lý thuyết hay những vấn đề trừu tượng, mà đó những vấn đề cần đặt thành chiến lược. Cần sự chung tay của những nhà thiết kế có tầm nhìn.

Đơn cử như trong khu di tích văn hoá - lịch sử Cố đô Hoa Lư, vốn là nơi chứa đựng rất nhiều hoa văn, hoạ tiết của các triều đại phong kiến. Đấy chính là dữ liệu quan trọng cho thiết kế công nghiệp để phát triển nên những yếu tố đặc trưng. Các khu du lịch thiên nhiên như Tràng An, Cúc Phương cũng chứa đựng nhiều các sản vật địa phương đặc sắc. Đây cũng là dữ liệu tốt cho việc vận dụng để tạo ra những thiết kế có tính địa phương, nhưng đồng thời cũng là phương tiện để quảng bá.

Việc ứng dụng hệ thống biểu tượng văn hóa truyền thống trong thiết kế hiện đại có thể được chia thành ba khía cạnh: hình ảnh biểu tượng truyền thống (các hoa văn hoạ tiết), màu truyền thống và vật liệu truyền thống. Điều này cần có sự tham vấn của các nhà mỹ thuật, văn hoá, lịch sử để tìm ra được những đặc trưng riêng cho Ninh Bình. Để thiết kế đương đại có tiếng nói, rất cần thiết chọn lựa các hình thức bên ngoài đại diện và tinh thần bên trong; khéo léo sử dụng chúng trong quá trình sáng tạo thiết kế nghệ thuật, làm cho tác phẩm của các nhà thiết kế truyền tải xuất sắc những nét riêng độc đáo, quyến rũ của văn hoá, mỹ thuật truyền thống, đề cao tính địa phương.

Ngoài ra, các thiết kế đương đại còn cần thể hiện sự tiến bộ của khoa học hiện đại, công nghệ và các khái niệm thiết kế hiện đại. Thiết kế hợp lý có thể làm cho các yếu tố công năng, kinh tế và giá trị văn hóa trở nên độc đáo. Cho đến nay, các thiết kế hiện đại thường được hỗ trợ bởi các máy móc phụ trợ, cho nên, nó cũng thuận lợi để tạo ra các hiệu ứng đa dạng. Các hiệu ứng như bề mặt, hiệu ứng ánh sáng, chất cảm … khiến

cho sản phẩm được đổi mới cả chất lẫn lượng. Và hơn thế nữa, nó góp phần tạo nên một hệ thống thẩm mỹ mới, thay đổi chính những người dân địa phương, đi theo sự phát triển hiện đại dựa trên nền tảng truyền thống. Đây chính là tính hai chiều trong phát triển.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế hiện nay, việc tích hợp các ý tưởng đa dạng và nhiều thông tin khác nhau là một xu thế. Việc sử dụng các yếu tố biểu tượng văn hoá truyền thống có lẽ không chỉ đơn giản là sử dụng lại hình ảnh biểu tượng cổ xưa. Nó còn cần có sự đổi mới trong việc vận dụng các quan niệm hay các thông điệp văn hoá. Trao cho chúng những ý nghĩa mới, thích hợp với đời sống đương đại. Ví dụ như: khi ta vận dụng các hoa văn rồng phượng - vốn là những biểu tượng rút ra trong lịch sử phong kiến, một tôn trọng lịch sử, kể ra những câu chuyện lịch sử. Nhưng trong quá trình xã hội biến đổi, quan niệm xã hội cũng biến đổi. Các motip này vẫn được sử dụng nhưng thường mang một giá trị mới đó là ý nghĩa về sự tốt lành, hạnh phúc, thịnh vượng. Đây cũng là những bài học về biểu tượng trong thiết kế được các nước trong khu vực và quốc tế ứng dụng trong truyền thông về thiết kế mỹ thuật công nghiệp. Điều này cũng có nghĩa hướng tới việc xây dựng những hệ thống biểu tượng mới - đương đại dựa trên những di sản văn hoá truyền thống của triều đại, quốc gia.

Có thể nói lợi thế của Ninh Bình là lợi thế về mọi mặt, từ tài nguyên thiên nhiên đến tài nguyên về văn hoá. Do đó việc phát triển nền công nghiệp văn hoá được xem là có một chỗ dựa vững chắc. Việc thay đổi tư duy, thay đổi cách làm và đặc biệt đầu tư cho những thay đổi về thiết kế công nghiệp hôm nay sẽ tạo động lực không nhỏ cho sự phát triển trong tương lai. Trên cơ sở tôn trọng và tôn vinh các di sản truyền thống, việc đầu tư cho thiết kế kết hợp với ứng dụng hiện đại sẽ tạo ra những đột phá. Từ đó chắc chắn sẽ dẫn đến những thay đổi trên bình diện thị trường. Điều này cần trở thành một chiến lược cho sự phát triển lâu dài, có định hướng./.

T.T.H

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực công nghiệp ẩm thực

Lã Quốc Khánh
Phó Chủ tịch Hiệp hội Văn hóa ẩm thực Việt Nam

Lĩnh vực công nghiệp ẩm thực đang là một thị trường đầy tiềm năng, thu hút nhiều nhà đầu tư và doanh nghiệp.

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực này đòi hỏi sự am hiểu thị trường, khả năng nắm bắt xu hướng và sự nhạy bén trong kinh doanh.

1. Xây dựng thương hiệu ẩm thực độc đáo

- Xây dựng câu chuyện thương hiệu

Tạo câu chuyện hấp dẫn, truyền tải giá trị, văn hóa, và tinh thần của thương hiệu

- Định vị thương hiệu rõ ràng

Xác định đối tượng mục tiêu, phân biệt thương hiệu với đối thủ cạnh tranh

- Tạo dựng hình ảnh thương hiệu

Thiếu kế logo, bao bì, không gian, và nội dung phù hợp với phong cách thương hiệu.

- Quảng bá thương hiệu hiệu quả

Kết hợp các kênh truyền thông truyền thống và trực tuyến để tiếp cận khách hàng mục tiêu.

2. Kết hợp ẩm thực và trải nghiệm

Ẩm thực là một phần không thể thiếu trong trải nghiệm du lịch. Kết hợp ẩm thực với những hoạt động trải nghiệm độc đáo sẽ tạo nên những kỷ niệm đáng nhớ cho du khách.

Du khách có thể tham gia các lớp học nấu ăn truyền thống, trải nghiệm thu hoạch nông sản, ghé thăm các vườn trái cây, hoặc tham gia các tour ẩm thực khám phá văn hóa địa phương.

3. Ứng dụng công nghệ và đổi mới sáng tạo

** Nâng cao hiệu quả quản lý*

Ứng dụng các phần mềm quản lý nhà hàng, đặt chỗ trực tuyến, quản lý kho, giúp tối ưu hóa quy trình, giảm thiểu lãng phí, nâng cao hiệu quả hoạt động.

** Cải thiện trải nghiệm khách hàng*

Sử dụng công nghệ thực tế ảo, thực tế tăng cường, AI để mang đến trải nghiệm độc đáo, cá nhân hóa, tăng sự hài lòng cho khách hàng.

** Phát triển sản phẩm mới*

Áp dụng công nghệ trong chế biến, bảo quản thực phẩm, tạo ra sản phẩm mới, độc đáo, đáp ứng nhu cầu thị trường ngày càng cao.

4. Tập trung phát triển bền vững

** Giảm thiểu tác động môi trường*

Sử dụng nguyên liệu địa phương, hạn chế lãng phí, thúc đẩy nông nghiệp bền vững

** Thúc đẩy tái chế và tái sử dụng*

Giảm thiểu chất thải, sử dụng bao bì thân thiện môi trường

** Hỗ trợ cộng đồng*

Tạo cơ hội việc làm, thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương

** Thúc đẩy thương mại công bằng*

Hỗ trợ nông dân và các nhà cung cấp nhỏ, đảm bảo lợi ích cho người lao động.

5. Phát triển sản phẩm ẩm thực cao cấp

- Nâng cao chất lượng sản phẩm là chìa khóa cho sự thành công của ngành ẩm thực
- Sử dụng nguyên liệu tươi ngon, kỹ thuật chế biến tinh tế, và trình bày đẹp mắt
- Phát triển các món ăn độc đáo, mang đậm bản sắc địa phương
- Tạo ra những trải nghiệm ẩm thực độc đáo và khó quên cho du khách.

6. Mở rộng mô hình ẩm thực quốc tế

Mở rộng mô hình ẩm thực quốc tế là bước quan trọng trong phát triển ngành công nghiệp ẩm thực. Việc tiếp cận thị trường quốc tế mang lại cơ hội tiếp cận đối tượng khách hàng mới, gia tăng doanh thu và củng cố vị thế thương hiệu.

** Xây dựng thương hiệu quốc tế*

Tạo dựng hình ảnh và giá trị thương hiệu ấn tượng với khách hàng quốc tế

** Thấu hiểu thị trường*

Nghiên cứu và nắm bắt nhu cầu, sở thích ẩm thực của thị trường mục tiêu

** Đa dạng hóa sản phẩm*

Phát triển sản phẩm phù hợp khẩu vị và văn hóa ẩm thực quốc tế

* *Kênh phân phối*

Xây dựng hệ thống phân phối hiệu quả để tiếp cận khách hàng quốc tế

7. Vai trò của ẩm thực trong phát triển du lịch

* *Thúc đẩy du lịch*: Ẩm thực là một trong những yếu tố thu hút du khách

* *Tạo ra trải nghiệm*: Du khách có thể khám phá văn hóa, lịch sử

* *Tăng giá trị du lịch*: Ẩm thực độc đáo tạo nên điểm nhấn cho du lịch

8. Tạo ra những trải nghiệm du lịch khác biệt

- Ẩm thực đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra những trải nghiệm du lịch khác biệt. Khách du lịch không chỉ muốn thưởng thức món ăn ngon, mà còn muốn khám phá văn hóa, lịch sử và bản sắc địa phương thông qua ẩm thực.

- Bằng cách kết hợp ẩm thực với các hoạt động trải nghiệm độc đáo như tham quan vườn rau hữu cơ, học nấu ăn truyền thống, hay thưởng thức ẩm thực trên du thuyền, du khách sẽ có những kỷ niệm khó quên về chuyến du lịch của mình.

9. Nâng cao chất lượng dịch vụ ẩm thực

* *Dịch vụ chuyên nghiệp*: Đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản, chuyên nghiệp, am hiểu kiến thức về ẩm thực và dịch vụ.

* *Không gian ấn tượng*:

- Thiết kế không gian độc đáo, sang trọng, tạo điểm nhấn riêng biệt

- Sử dụng vật liệu cao cấp, bố trí ánh sáng phù hợp, tạo cảm giác ấm cúng và thư giãn.

10. Đáp ứng nhu cầu khách hàng khắt khe

- Khách hàng ngày nay có nhu cầu cao về chất lượng, sự độc đáo và trải nghiệm ẩm thực. Họ tìm kiếm những sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu cá nhân và thị hiếu riêng biệt.

- Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải nỗ lực để hiểu rõ nhu cầu của khách hàng, tạo ra những sản phẩm và dịch vụ độc đáo, chất lượng cao, cùng với trải nghiệm dành riêng cho họ.

11. Thúc đẩy sự sáng tạo và sự khác biệt

* *Khám phá ý tưởng mới*: Mang đến những hương vị độc đáo và phương pháp chế biến mới lạ, phù hợp với khẩu vị quốc tế, nâng cao giá trị ẩm thực Việt.

* *Kết hợp văn hóa ẩm thực*: Hòa trộn tinh hoa ẩm thực địa phương với kỹ thuật chế biến hiện đại, tạo ra trải nghiệm ẩm thực độc đáo, thu hút du khách.

* *Tạo dựng phong cách riêng*: Xây dựng thương hiệu ẩm thực độc đáo, mang dấu ấn riêng biệt, khẳng định vị thế của Việt nam trên bản đồ ẩm thực thế giới.

12. Tận dụng công nghệ để cải thiện trải nghiệm

* *Ứng dụng đặt chỗ trực tuyến*: Hệ thống đặt chỗ trực tuyến giúp khách hàng đặt chỗ dễ dàng, tiện lợi và nhanh chóng.

* *Menu kỹ thuật số*: Menu kỹ thuật số cung cấp thông tin chi tiết về món ăn, hình ảnh hấp dẫn và bổ sung thông tin dinh dưỡng.

* *Hỗ trợ thanh toán không tiền mặt*: Việc tích hợp các phương thức thanh toán điện tử mang đến trải nghiệm thanh toán nhanh chóng, an toàn và tiện lợi.

* *Công nghệ thực tế ảo (VR):* VR có thể tạo ra những trải nghiệm thực tế ảo cho khách hàng, giới thiệu không gian nhà hàng, món ăn và dịch vụ.

* *Công nghệ phân tích dữ liệu*: Phân thích dữ liệu khách hàng giúp nhà hàng nắm bắt nhu cầu, sở thích và hành vi khách hàng để đưa ra chiến lược kinh doanh phù hợp.

13. Phát triển bền vững và có trách nhiệm

* *Sử dụng nguyên liệu địa phương*

Ưu tiên các nguồn nguyên liệu tươi ngon, chất lượng cao từ địa phương, góp phần bảo vệ môi trường và phát triển kinh tế địa phương

* *Giảm thiểu lãng phí*

Áp dụng các giải pháp tối ưu hóa chuỗi cung ứng, hạn chế lãng phí thực phẩm và năng lượng trong quá trình sản xuất và kinh doanh

* *Thực hành tái chế:* Nâng cao ý thức bảo vệ môi trường bằng cách tải chế và tận dụng tối đa các vật liệu có thể tái sử dụng.

* *Hỗ trợ cộng đồng*: Tham gia các hoạt động cộng đồng, tạo điều kiện cho người dân địa phương tham gia vào chuỗi giá trị du lịch ẩm thực.

14. Mở rộng thị trường quốc tế

Nâng cao nhận thức về ẩm thực Việt Nam trên thị trường quốc tế. Tìm kiếm đối tác chiến lược để phát triển chuỗi nhà hàng, cửa hàng thực phẩm tại các quốc gia mục tiêu. Thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm ẩm thực Việt Nam sang các thị trường tiềm năng./.

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực an ninh dinh dưỡng cho sức khoẻ: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và định hướng giải pháp

NGND.PGS.TS.BS. **Phạm Ngọc Khái**
Chủ tịch Hội Dinh dưỡng Việt Nam,
nguyên Phó Hiệu trưởng Trường ĐHYD Thái Bình

Tóm tắt

Đặc điểm thực trạng: *Tại tỉnh Ninh Bình trong những năm qua mới chỉ có những dẫn liệu về suy dinh dưỡng còn dẫn liệu về các bệnh liên quan đến hội chứng chuyển hóa và bệnh mạn tính thì còn thiếu, chưa toàn diện, chưa liên tục. Trong khi đó người bệnh đến bệnh viện do các bệnh này ngày càng tăng nhưng thiếu một mạng lưới hoàn thiện để quản lý chăm sóc họ nên tạo sức ép quá tải và tăng chi phí tại bệnh viện. Mặt khác, còn cả một cộng đồng người khỏe (khoảng trên 85% dân số) đang thiếu mạng lưới tại cơ sở để chăm sóc an ninh dinh dưỡng nâng cao sức khỏe, phòng chống bệnh, điều này tất yếu sẽ vẫn là nguy cơ tăng gánh nặng cho bệnh viện.* ***Cơ hội và thuận lợi:*** *Ninh Bình đủ tiềm năng đảm bảo an toàn thực phẩm gắn liền với an ninh thực phẩm, có khả năng phong phú về các loại thảo dược núi rừng cũng như đồng bằng để vừa phát triển thuốc nam vừa tạo nguồn nguyên liệu cho công nghiệp chế biến các loại thực phẩm bảo vệ sức khỏe. Ninh Bình lại là đất cố đô nổi tiếng địa linh nhân kiệt, có tiềm năng phát huy du lịch nổi tiếng quốc gia và quốc tế nếu có những sản phẩm vừa mang bản sắc văn hóa ẩm thực vừa là thực phẩm bảo vệ sức khỏe du lịch, hỗ trợ khách du lịch phòng chống dịch bệnh lây truyền qua đường tiêu hóa gắn liền với mạng lưới cơ sở biết cách quan tâm chăm sóc dinh dưỡng với sức khỏe du lịch sẽ giữ chân khách trở lại với Ninh Bình.* ***Khó khăn và thách thức:*** *Kiến thức và thực hành về an ninh dinh dưỡng của người dân lại không tăng đồng nhịp với sự đô thị hóa, với nền kinh tế phát triển và dân trí người dân ngày càng tăng. Đồng thời bữa ăn công nghiệp và lối sống lạm dụng rượu bia, khẩu phần mất cân đối, ... đang tạo ra nguy cơ tăng tỷ lệ mắc hội chứng chuyển hóa ngay từ nhóm tuổi trẻ. Nhưng bằng con đường nào để tiếp cận các đối tượng phục vụ thì đang bị hẫng hụt trong mạng lưới tuyến cơ sở.* ***Định hướng giải pháp:*** *Mục tiêu của giải pháp là lựa chọn vấn đề ưu tiên để giải quyết thực trạng và cởi những nút thắt thoát khỏi những khó khăn ràng buộc hiện nay. Biến cơ hội thành thời cơ để chớp lấy làm điểm tựa cho khởi nghiệp. Để có hiệu quả cả về kinh tế, xã hội và sức khỏe thì đầu tư an ninh dinh dưỡng phải thành một chu trình khép kín từ bệnh viện đến cộng đồng và từ cộng đồng đến bệnh viện; Phải tập hợp nguồn lực từ chuyên gia, các nhà đầu tư và huy động cộng đồng và lựa chọn cách đi vừa vững chắc vừa đổi mới tạo ra tính khác biệt, tính đặc thù của mình.*

1. Đặt vấn đề và một số khái niệm

Theo định nghĩa của Tổ chức Y tế Thế giới (WHO): "Sức khỏe là trạng thái thoải mái toàn diện về thể chất, tinh thần và xã hội và không chỉ bao gồm tình trạng không có bệnh hay thương tật". Hay nói cách khác, sức khỏe con người gồm 3 phần: Sức khỏe Thể chất - Sức khỏe Tâm thần và Sức khỏe Xã hội. Trong khuôn khổ của bản báo cáo này chúng tôi sẽ tập trung vào 2 vấn đề của sức khỏe thể chất và sức khỏe tâm thần dựa trên nền tảng của đất nước đang từng ngày chuyển mình đổi mới mạnh mẽ, phát triển bền vững theo mục tiêu rất cụ thể mà Đảng đã chỉ ra và cả nước đang phấn đấu để "đến năm 2050, nước ta là nước phát triển, thu nhập cao, xã hội dân chủ, công bằng, văn minh. Hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại. Các vùng phát triển hài hòa, bền vững, khai thác hiệu quả các tiềm năng, thế mạnh. Hệ thống đô thị thông minh, hiện đại, giàu bản sắc, xanh. Giữ gìn bản sắc văn hóa, phát huy những giá trị tốt đẹp của dân tộc".

Ngày nay khoa học đã chứng minh rằng chính dinh dưỡng cùng với cấu trúc di truyền và môi trường sống là 3 yếu tố cùng tương tác tạo nên sức khỏe thể chất và sức khỏe tâm thần của mỗi người; Tùy thuộc vào mỗi giai đoạn của vòng đời mà mỗi yếu tố đó sẽ có đóng góp ở mức độ khác nhau tới cấu trúc cơ thể cũng như tới sức khỏe giai đoạn đó của vòng đời. Cơ thể mỗi người cũng tuân theo quy luật trao đổi chất như vạn vật trong tự nhiên, trong từng tế bào cũng như toàn bộ cấu trúc cơ thể luôn diễn ra quá trình thay cũ đổi mới, sinh sản và tồn tại. Chính an ninh thực phẩm gắn liền với an ninh dinh dưỡng sẽ đảm bảo cung cấp nguyên liệu cân đối, đúng lúc, đầy đủ cho quá trình trao đổi chất bình thường đó của cơ thể. An ninh dinh dưỡng ngày nay không chỉ có quan tâm cung cấp các chất dinh dưỡng theo nhu cầu cơ thể mà còn cung cấp các hoạt chất thiên nhiên hỗ trợ tăng cường các chức năng, chống lão hóa, hỗ trợ phòng chống bệnh tật, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống mỗi người. Như vậy rõ ràng ngày càng hiểu rõ hơn về vai trò của an ninh dinh dưỡng đối với sức khỏe và càng thấy nó hết sức quan trọng cho từng tế bào cũng như cả cơ thể trong mọi giai đoạn của vòng đời. Chính vì thế chúng tôi nghĩ khi đã quan tâm đến mục tiêu phát triển kinh tế xã hội vị nhân sinh thì không thể không coi trọng vấn đề an ninh dinh dưỡng để góp phần cho xã hội được bảo vệ cả sức khỏe thể chất và sức khỏe tâm thần.

Nếu xét về hiệu quả sinh học của an ninh dinh dưỡng thì cấu trúc cơ thể là tính trạng biểu hiện ra ngoài còn sức khỏe thể chất và sức khỏe tâm thần chính là biểu hiện chức năng của từng bộ phận hay toàn cơ thể dưới tác động của an ninh dinh dưỡng. Hay nói cách khác, muốn cân đo đánh giá hiệu quả tác động của an ninh dinh dưỡng tới sức khỏe thì người ta có thể sử dụng nhóm các chỉ số phản ánh về sự phát triển cấu trúc cơ thể hoặc nhóm các chỉ số đánh giá về sức khỏe thể chất cơ thể và

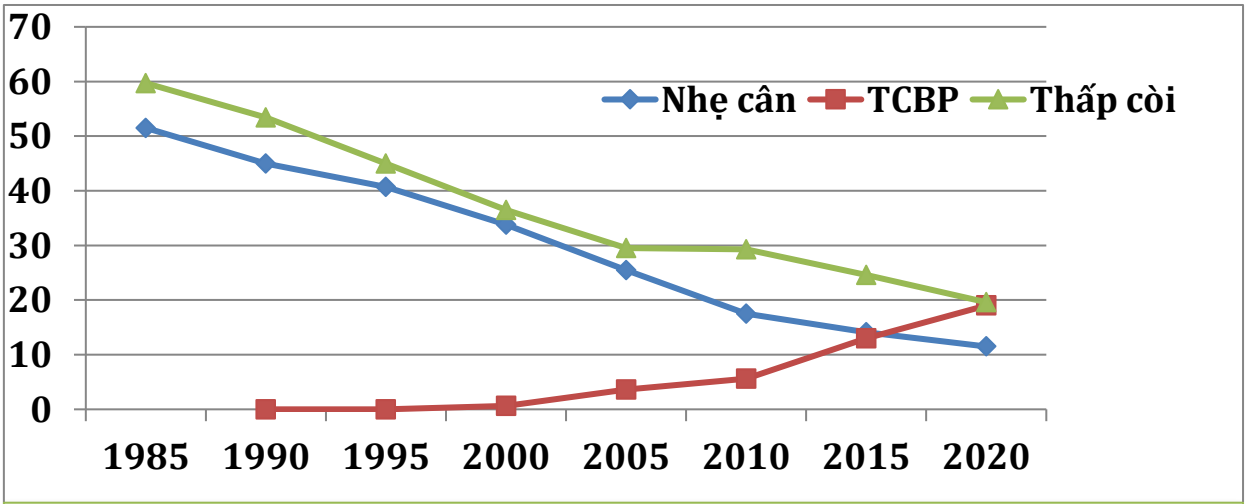
sức khỏe tâm thần. Nhưng trên thực tế người ta sẽ cân nhắc lựa chọn chỉ số nào để đánh giá tình trạng dinh dưỡng thì đó phải là chỉ số biến đổi nhậy trước tác động của điều kiện dinh dưỡng của cơ thể.

Như vậy một vấn đề thực sự rất khó và rất quan trọng mà thực tiễn đang đặt ra là cần phải phân tích, lựa chọn như thế nào để có được đầu tư mang tư duy sáng tạo góp phần cho an ninh dinh dưỡng gắn liền với chăm sức khỏe thể chất và sức khỏe tâm thần không chỉ cho Ninh Bình mà còn hướng tới phục vụ cho vùng, quốc gia và quốc tế ngay trên cố đô Hoa Lư địa linh nhân kiệt đang mở rộng phát triển theo nhiều hướng trong đó có điểm du lịch nổi tiếng quốc tế.

2. Phân tích những căn cứ về đặc điểm tình hình để lựa chọn định hướng ưu tiên đầu tư cho an ninh dinh dưỡng vì sức khỏe

Nếu Việt nam ở những năm 1985- 1995 với tỷ lệ trên 45% trẻ em dưới 5 tuổi mắc suy dinh dưỡng, riêng miền núi và các tỉnh miền Trung, Tây Nguyên còn cao hơn nhiều thì cả nước phải ngày ngày lo phòng chống suy dinh dưỡng cùng với bệnh nhiễm trùng khá phổ biến cũng là lo đảm bảo an ninh thực phẩm. Nhưng sang thế kỷ XXI thì mô hình bệnh tật liên quan đến dinh dưỡng đã thay đổi rõ rệt với gánh nặng kép dinh dưỡng thì vấn đề an ninh dinh dưỡng được đặt ra song song với an ninh thực phẩm với tư cách là 2 mặt của một vấn đề.

Tình trạng thiếu dinh dưỡng giảm tỷ lệ chung đồng thời các thể lâm sàng nặng cũng giảm dần như thiếu dinh dưỡng thể nhẹ cân, thấp còi, gầy còm, thiếu vitamin A, thiếu sắt , thiếu Ioode, thiếu kẽm, thiếu các Vitamin và chất khoáng khác. Tình trạng thiếu kẽm ở trẻ em 6-59 tháng tuổi giảm còn 58,0%, ở phụ nữ có thai giảm còn 63,5% nhưng đây vẫn là tỷ lệ ở mức rất cao (theo phân loại WHO). Hiện nay các tỉnh và Ninh Bình đã có nhiều hoạt động đầu tư có hiệu quả để kiểm soát tình trạng trên nhưng lại mới nổi lên tình trạng mất cơ ở người ốm và người cao tuổi thì chưa mấy người quan tâm.



Biểu đồ 1: Tỷ lệ suy dinh dưỡng 30 năm qua ở trẻ em dưới 5 tuổi của Việt Nam

Trên biểu đồ 1 cho thấy diễn biến trong 30 năm qua ở trẻ em dưới 5 tuổi của Việt Nam đã giảm tỷ lệ suy dinh dưỡng thể nhẹ cân còn 11,4%, thấp còi giảm còn 19,5% nhưng tỷ lệ thừa cân béo phì (TCBP) đang tăng dần lên 19,0% (đạt TB của WHO). Trẻ em tuổi học đường còn 14,8% thấp còi (năm 2010 tỷ lệ này là 23,4%). Tỷ lệ TCBP từ 8,5% (2010) tăng lên 19,0% (2020). Trong đó tỷ lệ TCBP khu vực thành thị là 26,8%, nông thôn là 18,3% và miền núi là 6,9%. Thực tế cho thấy tỷ lệ trẻ em thấp còi nếu không được kiên trì quản lý chăm sóc sẽ tạo nguồn đối tượng TCBP sau này, như thế chúng ta có thể dễ dàng giảm tỷ lệ người gầy, giảm cân, nhưng phanh lại tỷ lệ TCBP trong công đồng là rất khó khăn, trong khi đó đây lại là yếu tố khởi nguồn cho các rối loạn chuyển hóa tiếp sau nếu mất an ninh dinh dưỡng cho cá thể và trong gia đình.

Kết quả "Điều tra quốc gia 2020 với 17.213 người/ ở 8 vùng về tình trạng dinh dưỡng người 25 – 64 tuổi cho thấy: Tỷ lệ TCBP là 16,3%, đang gia tăng theo tuổi, ở nữ giới cao hơn nam giới, thành thị cao hơn nông thôn (32,5% và 13,8%). Tỷ lệ béo bụng (VB/ VM) là 39,75% và tăng theo tuổi trên cả nam và nữ. Mặt khác, có 20,9% đối tượng bị suy dinh dưỡng. Tỷ lệ mắc hội chứng chuyển hóa là 13,1% và đang tăng theo tuổi.

Theo số liệu lưu trữ tháng 7/2024 tại phần mềm quản lý khám chữa bệnh của Bệnh viện Đa khoa tỉnh Ninh Bình cho thấy tổng số lượt người bệnh đến khám là 38.614 trong đó có 16,8% mắc đái tháo đường, có 15,5% tăng huyết áp, có 6,2% viêm gan, 2,0% viêm phổi tắc nghẽn mãn tính (COPD), phải nhập viện là 8.442 người (có 2,45% mắc đái tháo đường, có 2,55% tăng huyết áp, có 0,29 % viêm gan và có 1,22% COPD)

Như vậy tỉnh Ninh Bình cũng nằm trong tình hình chung của các tỉnh khác, những năm qua mới chỉ tập trung nhiều cho phòng chống suy dinh dưỡng còn dẫn liệu về hoạt động quản lý, phòng chống các bệnh liên quan đến hội chứng chuyển hóa và bệnh mạn tính thì còn thiếu, chưa toàn diện, chưa liên tục. Trong khi đó người bệnh đến bệnh viện do các bệnh này ngày càng tăng nhưng thiếu một mạng lưới hoàn thiện để quản lý chăm sóc họ nên tạo sức ép quá tải và tăng chi phí tại bệnh viện. Mặt khác, còn cả một cộng đồng người khỏe (khoảng trên 85% dân số) đang thiếu mạng lưới tại cơ sở để chăm sóc an ninh dinh dưỡng nâng cao sức khỏe, phòng chống bệnh, điều này tất yếu sẽ vẫn là nguy cơ tăng gánh nặng cho bệnh viện, gia đình và xã hội.

3. Cơ hội đang mở ra, nhiều yếu tố thuận lợi và có thể tạo ra thời cơ để phát triển đảm bảo an ninh dinh dưỡng trên nền an ninh thực phẩm của Ninh Bình góp phần chăm sóc sức khỏe người tiêu dùng

Cơ hội thì đang mở đường, chào đón, khuyến khích khởi nghiệp, nhưng cơ

hội lớn nhất đó chính là chủ trương của Tỉnh ủy và đang được các sở ban ngành trong tỉnh chờ đón các nhà đầu tư có hiệu quả, phù hợp nhất cho điều kiện của Ninh Bình, nếu không chớp thời cơ hoặc tạo ra thời cơ như một đòn bẩy nhất là cơ chế hoạt động và huy động trí tuệ sẽ đồng nghĩa với mất cơ hội

Hội Dinh dưỡng Việt Nam sẽ mở rộng thông tin để động viên, giới thiệu một số chuyên gia các trường đại học, viện nghiên cứu trong và ngoài ngành y, phối hợp với Hội Quân dân y Việt Nam cũng có nhiều tướng lĩnh ngành Y giầu kinh nghiệm, đồng thời chúng tôi sẽ tìm kiếm giới thiệu để có sự phối hợp với một số tập đoàn, doanh nghiệp có uy tín, những người con Ninh Bình thành đạt đang lập nghiệp nơi khác có tâm huyết sẽ quy tụ về với Ninh Bình tạo ra nguồn lực khoa học (cả con người, thiết bị, tài chính) cùng chung tay cho một dự án trong tương lai tại Ninh Bình với mục tiêu an ninh dinh dưỡng cho sức khỏe không chỉ cho các lớp tuổi người Ninh Bình mà vươn ra các vùng, khách du lịch và các nhà phân phối quốc tế.

Thuận lợi của Ninh Bình là có đủ tiềm năng đảm bảo an toàn thực phẩm gắn liền với an ninh thực phẩm, có khả năng phong phú về các loại thảo dược núi rừng cũng như đồng bằng để vừa phát triển thuốc nam vừa tạo nguồn nguyên liệu cho công nghiệp chế biến các loại thực phẩm bảo vệ sức khỏe. Ninh Bình lại là đất cố đô nổi tiếng địa linh nhân kiệt, có tiềm năng phát huy du lịch nổi tiếng quốc gia và quốc tế nếu có những sản phẩm vừa mang bản sắc văn hóa ẩm thực vừa là thực phẩm bảo vệ sức khỏe du lịch, hỗ trợ khách du lịch phòng chống dịch bệnh lây truyền qua đường tiêu hóa gắn liền với mạng lưới cơ sở biết cách quan tâm chăm sóc dinh dưỡng với sức khỏe du lịch sẽ giữ chân khách trở lại với Ninh Bình.

4. Một số khó khăn, thách thức cần vượt qua

Qua nhiều nghiên cứu đã đưa ra cảnh báo cho thấy hiện nay khá phổ biến những khẩu phần thừa năng lượng hoặc thiếu dinh dưỡng, dinh dưỡng không cân đối, lạm dụng đồ ăn nhanh, nước giải khát nhiều đường, rượu bia đều có thể dẫn đến rối loạn chuyển hóa rồi tích tụ thành mắc hội chứng chuyển hóa hoặc các bệnh mạn tính liên quan đến dinh dưỡng với một số bệnh phổ biến như: Thừa cân, béo phì, rối loạn lipid máu, tăng huyết áp, đái tháo đường, Bệnh tim mạch, goute, loãng xương, ….

Nguồn nhân lực chăm sóc đảm bảo an ninh dinh dưỡng cộng đồng đang là thách thức lớn khi chúng ta khởi động đầu tư, nhưng đây chính là cầu nối giữa nhà đầu tư và người tiêu dùng nên không thể không làm. Ninh Bình có 1 hệ thống y tế mạnh, khá đồng bộ, cán bộ ngành y tế được đào tạo bài bản đang được đầu tư theo hướng hiện đại, tiên tiến gắn liền với sự phát triển chung của y tế cả nước và hội nhập quốc tế. Đồng thời Ninh Bình có hệ thống hoạt động dinh dưỡng và thực phẩm khá đồng bộ tạo ra thế hợp tác liên ngành giữa Nông nghiệp, Công thương và Y tế. Nhưng

mạng lưới hoạt động chăm sóc dinh dưỡng còn rất thiếu tại cộng đồng, ngay cả ở các bệnh viện cũng chưa đầy đủ để đáp ứng nhu cầu chăm sóc dinh dưỡng cho người bệnh như Luật Khám chữa bệnh mới được Quốc hội bổ sung và ban hành, có hiệu lực từ 1/1/2024. Đây chính là điểm khuyết thiếu nhưng kinh phí Nhà nước chưa thể lo ngay được, nếu chúng ta có thể tạo ra cơ chế, tạo ra thời cơ để đào tạo, tập huấn một mạng lưới hoạt động dinh dưỡng được xã hội hóa bởi các tập đoàn sản xuất kinh doanh thực phẩm bảo vệ sức khỏe thì cả cộng đồng và doanh nghiệp và ngành y tế đều chung lợi ích là cung cấp thực phẩm vì sức khỏe người tiêu dùng.

Hiện nay du lịch Ninh Bình đang phát triển nhưng nói đến chăm sóc y tế du lịch, vệ sinh an toàn thực phẩm cho du lịch thì chưa có tổng kết, đánh giá và chắc chắn là còn xa so với nhu cầu thực tiễn. Cũng chính vì thế mà an ninh dinh dưỡng với sức khỏe du lịch còn là một ý tưởng rất mới và còn càng xa như một mảnh đất hoang rất mầu mỡ cho đầu tư mới. Như vậy cũng có nghĩa là khi có sản phẩm tốt rồi thì cũng cần tạo ra mạng lưới kết nối giữa người làm dinh dưỡng cơ sở với khách du lịch như cơ chế hợp tác kết nối Dinh dưỡng – Du lịch, phân khúc thị trường quốc gia và quốc tế như thế nào cũng là một thách thức vì khách du lịch sẽ rất ấn tượng và thường là đạt được mục tiêu mà họ đặt ra khi quyết định mua vé du lịch về Ninh Bình. Còn thực phẩm bảo vệ sức khỏe có để lại ấn tượng gì cho họ không khi họ trải nghiệm ở Ninh Bình, rồi họ có tìm đặt mua những sản phẩm dinh dưỡng bảo vệ sức khỏe mà chỉ Ninh Bình mới có thì cũng là thách thức cần lo giải quyết trong một dự án khởi nghiệp về an ninh dinh dưỡng với sức khỏe ở Ninh Bình.

Có một khó khăn luôn luôn có ở mọi tỉnh đó là kiến thức và thực hành về an ninh dinh dưỡng của người dân lại không tăng đồng nhịp với sự đô thị hóa, với nền kinh tế phát triển và dân trí người dân ngày càng tăng. Đồng thời bữa ăn công nghiệp và lối sống lạm dụng rượu bia, khẩu phần mất cân đối, … đang tạo ra nguy cơ tăng tỷ lệ mắc hội chứng chuyển hóa ngay từ nhóm tuổi trẻ. Nhưng bằng con đường nào để tiếp cận các đối tượng phục vụ thì đang bị hẫng hụt trong mạng lưới tuyến cơ sở.

Theo cách làm truyền thống thì quy hoạch phát triển sản xuất thực phẩm phải gắn liền với mục tiêu đảm bảo an ninh thực phẩm. Chúng ta đã bước sang thời kỳ đổi mới tư duy để đảm bảo an ninh thực phẩm gắn liền với an ninh dinh dưỡng do vậy khi bắt đầu vào một dự án an ninh dinh dưỡng với sức khỏe ở Ninh Bình thì tất yếu phải gắn liền với an ninh thực phẩm. Từ đó thách thức mà chúng ta sẽ phải vượt qua đó là nhà đầu tư phải thiết kế phương án đồng bộ từ sản xuất, thu mua,chế biến nguyên liệu theo quy hoạch nào để có thành phẩm là thực phẩm bảo vệ sức khỏe mang tính sáng tạo, đặc thù đáp ứng được chăm sóc sức khỏe có hiệu quả cả về sinh học, kinh tế và xã hội

5. Định hướng giải pháp

Mục tiêu của giải pháp là lựa chọn vấn đề ưu tiên để giải quyết thực trạng và cởi những nút thắt thoát khỏi những khó khăn ràng buộc hiện nay. Biến cơ hội thành thời cơ để chớp lấy làm điểm tựa cho khởi nghiệp.

Không thể có ngay một chương trình lớn mà nên nghiên cứu cân nhắc để lựa chọn đối tượng được ưu tiên theo nhóm tuổi (nhất là trẻ em và người cao tuổi), dựa theo vùng địa lý, dựa theo các cụm dân cư có đặc điểm kinh tế xã hội khác nhau mà lựa chọn áp dụng giải pháp khác nhau. Quan tâm đến cả người bệnh tại bệnh viện đến người quản lý điều trị ngoại trú và không bỏ sót ai trong toàn bộ các nhóm người có nguy cơ cao tại cộng đồng. Để có hiệu quả cả về kinh tế, xã hội và sức khỏe thì đầu tư an ninh dinh dưỡng phải thành một chu trình khép kín từ bệnh viện đến cộng đồng và từ cộng đồng đến bệnh viện;

Phải tập hợp nguồn lực từ chuyên gia, các nhà đầu tư và huy động cộng đồng và lựa chọn cách đi vừa vững chắc vừa đổi mới tạo ra tính khác biệt, tính đặc thù của mình.

Chúng tôi xin đề xuất một số giải pháp, mỗi giải pháp có thể là một dự án và tập hợp lại thành một chương trình về an ninh dinh dưỡng với sức khỏe ở Ninh Bình như sau:

+ Xây dựng và hoàn thiện cơ chế hợp tác kích cầu đầu tư từ sản xuất đến người tiêu dùng lấy mục tiêu đảm bảo an ninh thực phẩm góp phần nâng cao sức khỏe là trên hết dưới sự kiểm soát của các cấp Đảng, chính quyền và ban ngành chuyên môn có liên quan.

+ Nghiên cứu, sản xuất nhóm sản phẩm là thực phẩm bảo vệ sức khỏe đặc trưng của Ninh Bình từ nguồn nguyên liệu thiên nhiên, địa phương đạt chuẩn quốc gia và quốc tế (từ nghiên cứu xây dựng công thức, vùng nguyên liệu sạch, sản xuất chế biến đạt GMP, kiểm định quốc gia và quốc tế, thử nghiệm lâm sàng và nhân ra diện rộng đảm bảo không vi phạm vấn đề đạo đức trong nghiên cứu sản xuất.

+ Hợp tác trên cơ sở xã hội hóa để tạo ra nguồn nhân lực đồng bộ từ cấp tỉnh đến các tuyến cơ sở tạo ra sự hợp tác đa tuyến, đa chiều lấy tâm điểm là an ninh dinh dưỡng với sức khỏe người tiêu dùng vừa là mục tiêu vừa là mục đích hợp tác giữa các nhà khoa học, lãnh đạo, quản lý, sản xuất, kinh doanh, tiêu dùng và sở hữu trí tuệ theo thương hiệu sản phẩm

+ Thực hiện các biện pháp tăng cường thông tin, truyền thông để cải thiện kiến thức, thái độ, thực hành của mọi thành viên trong xã hội: từ nhà lãnh đạo, quản lý đến người sản xuất, chế biến, kinh doanh và tiêu dùng để toàn xã hội cùng tiến tới đảm bảo an ninh dinh dưỡng nâng cao sức khỏe cho mọi người.

Đầu tư cho thể thao ở Ninh Bình - Xây dựng nền kinh tế bền vững

TS. Phạm Thành Trí
Chủ tịch HĐSL Viện Kinh tế Thể thao

Thể thao không chỉ là một phương tiện nâng cao sức khỏe mà còn là một ngành kinh tế mũi nhọn với tiềm năng lớn trong việc thúc đẩy sự phát triển bền vững của một địa phương. Đầu tư vào thể thao không chỉ mang lại lợi ích cho người dân mà còn là động lực mạnh mẽ giúp phát triển kinh tế, văn hóa và du lịch. Ninh Bình, với những tiềm năng sẵn có, hoàn toàn có thể trở thành một trong những tỉnh đi đầu trong phát triển kinh tế thể thao ở Việt Nam.

I. KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỂ THAO

Trên thế giới, nhiều quốc gia đã nhận thấy và khai thác hiệu quả tiềm năng của kinh tế thể thao.

Hoa Kỳ: Ngành công nghiệp thể thao của Hoa Kỳ đóng góp khoảng 2% GDP quốc gia. Theo báo cáo của *Statista*, thị trường thể thao ở Mỹ đã đạt giá trị khoảng 120 tỷ USD trong năm 2023. Các giải đấu hàng đầu như NBA, NFL và MLB tạo ra doanh thu khổng lồ, đồng thời thúc đẩy các ngành công nghiệp phụ trợ như truyền thông, du lịch và bán lẻ.

Đức: Ngành công nghiệp thể thao của Đức có tốc độ tăng trưởng hàng năm khoảng 5% và đóng góp khoảng 1,8% GDP quốc gia. Báo cáo của *German Sports Industry* cho biết, ngành thể thao tại Đức đã đạt giá trị khoảng 30 tỷ USD trong năm 2023. Sự đầu tư vào cơ sở hạ tầng thể thao và tổ chức sự kiện lớn như Bundesliga đã giúp thúc đẩy sự phát triển kinh tế của quốc gia này.

Pháp: Thế vận hội 2024 mang đến 10 tỷ Euro cho khu vực Paris. Các cuộc đua xe đạp và các Giải quần vợt Pháp mở rộng cũng mang lại những nguồn thu đáng kể cho nước Pháp.

Hàn Quốc: Sau khi tổ chức Olympic Seoul 1988, Hàn Quốc đã trở thành một trong những quốc gia hàng đầu về kinh tế thể thao ở châu Á. Giá trị ngành thể thao tại Hàn Quốc vào năm 2023 ước tính đạt khoảng 70 tỷ USD, theo *Korean Sport & Olympic Committee*. Hàn Quốc đã sử dụng các sự kiện thể thao lớn để nâng cao hình ảnh quốc gia và thúc đẩy du lịch. Riêng môn đua ngựa mang lại daonh số hàng tỷ USD cho nền kinh tế Hàn Quốc.

Singapore: Hàng năm cuộc đua công thức 1 mang lại hàng trăm triệu USD cho Singapore. Năm 2023, 2024 tại Singapore đã diễn ra Giải golf LIV cũng mang lại hàng chục triệu USD mỗi giải đấu.

Thái Lan: Ngành công nghiệp thể thao của Thái Lan đạt 2,6 tỷ USD năm 2022. Năm 2022 tại Thái Lan đã diễn ra Giải golf LIV cũng mang lại hàng chục triệu USD.

Việt Nam: Nếu cuộc đua công thức 1 được tổ chức ở Việt Nam đúng như dự định vào đầu năm 2020 thì TP Hà Nội sẽ thu được hàng trăm triệu USD vì đã bán được 40,000 vé xem.

Năm 2023 có 2 triệu khách du lịch golf mang đến cho Việt Nam 4 tỷ USD.

Các quốc gia này đã tận dụng tối đa các sự kiện thể thao quốc tế để xây dựng hình ảnh đất nước, phát triển hạ tầng, và thu hút du lịch. Sự thành công này là minh chứng rõ ràng cho vai trò quan trọng của kinh tế thể thao trong việc thúc đẩy sự phát triển kinh tế và văn hóa của mỗi quốc gia.

II. TIỀM NĂNG CỦA NINH BÌNH TRONG PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỂ THAO

Ninh Bình có nhiều lợi thế để phát triển kinh tế thể thao. Tỉnh Ninh Bình không chỉ có điều kiện tự nhiên thuận lợi mà còn sở hữu những danh lam thắng cảnh nổi tiếng, là điểm đến hấp dẫn cho du khách trong và ngoài nước. Việc đầu tư vào cơ sở hạ tầng thể thao như sân vận động, nhà thi đấu, và trung tâm thể thao có thể tạo ra nhiều cơ hội để Ninh Bình trở thành một trung tâm thể thao - du lịch tầm cỡ khu vực.

Một minh chứng cụ thể cho tiềm năng này là Cúp bóng chuyền quốc tế VTV, một sự kiện thể thao uy tín đã được tổ chức tại Ninh Bình vào năm 2024, với sự tham gia của các đội tuyển hàng đầu quốc tế. Sự kiện này đã thu hút sự quan tâm lớn từ công chúng và các đoàn thể lãnh đạo, thể hiện mong muốn phát triển mạnh mẽ của người dân và chính quyền địa phương. Cúp bóng chuyền không chỉ nâng cao hình ảnh của tỉnh mà còn góp phần thúc đẩy du lịch và dịch vụ liên quan. Đây là minh chứng rõ ràng cho việc Ninh Bình có thể tận dụng các sự kiện thể thao để quảng bá hình ảnh và thu hút đầu tư.

Ngoài ra, Ninh Bình còn là nơi diễn ra nhiều sự kiện thể thao khác như các giải đấu marathon, giải golf, bóng chuyền quốc tế và các giải bóng đá phong trào. Những sự kiện này đã tạo ra một không khí sôi động, thu hút sự tham gia của đông đảo người dân và du khách, đồng thời cũng là cơ hội để phát triển kinh tế địa phương thông qua các dịch vụ đi kèm như lưu trú, ẩm thực, và vận chuyển.

III. CƠ HỘI TỪ VIỆC HỢP PHÁP HÓA CÁ CƯỢC THỂ THAO

Một trong những cơ hội lớn để Ninh Bình phát triển kinh tế thể thao là tận dụng chính sách mới của Việt Nam về việc hợp pháp hóa cá cược thể thao, bao gồm cá cược

bóng đá quốc tế, đua ngựa và đua chó (Nghị định 06/2017/NĐCP năm 2017, sắp được sửa đổi). Đây là một nguồn thu lớn có thể mang về hàng tỷ USD cho ngân sách quốc gia và địa phương.

Nguồn thu từ hoạt động cá cược sẽ không chỉ giúp giảm thiểu việc thất thoát nguồn vốn ra nước ngoài mà còn tạo ra một nguồn tài chính khổng lồ để đầu tư vào thể thao thành tích cao. Theo *UK Gambling Commission*, thị trường cá cược thể thao tại Anh đạt khoảng 14 tỷ USD vào năm 2023, và *American Gaming Association* cho biết thị trường cá cược thể thao tại Mỹ đạt khoảng 32 tỷ USD trong năm 2023. Những quốc gia này đã thu được lợi nhuận lớn từ cá cược thể thao, góp phần đẩy mạnh việc phát triển cơ sở hạ tầng, đào tạo vận động viên và tổ chức các giải đấu quốc tế.

Ninh Bình nên chủ động đón đầu xu hướng này bằng cách xây dựng cơ sở hạ tầng phù hợp, đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp và phát triển các mô hình kinh doanh thể thao gắn liền với cá cược như: đua ngựa, golf, công thức 1.... Việc đi trước đón đầu không chỉ giúp Ninh Bình thu hút đầu tư mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh, biến tỉnh trở thành trung tâm thể thao và giải trí hàng đầu.

IV. KẾT LUẬN

Ninh Bình cần sớm nhận ra và khai thác tối đa tiềm năng của mình trong lĩnh vực kinh tế thể thao. Việc đầu tư mạnh mẽ vào thể thao sẽ không chỉ nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân mà còn là nền tảng vững chắc cho sự phát triển kinh tế bền vững của tỉnh. Viện kinh tế thể thao sẽ phối hợp để đưa Ninh Bình trở thành điểm đến hàng đầu về thể thao và du lịch, góp phần đưa nền kinh tế của tỉnh ngày càng phát triển mạnh mẽ.

Ứng dụng Trí tuệ nhân tạo tạo sinh (GenAI) trong du lịch

PGS.TS. Phạm Văn Cường
Trưởng khoa Trí tuệ nhân tạo, Học viện Công nghệ BCVT

Tóm tắt: Ninh Bình, với những danh lam thắng cảnh nổi tiếng như Tràng An, Tam Cốc, và Bái Đính, đã trở thành điểm đến hấp dẫn cho du khách trong và ngoài nước. Đến nay, sự phát triển của ngành du lịch cũng đi kèm với những thách thức về việc đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Trong bối cảnh đó, trí tuệ nhân tạo tạo sinh (GenAI) đang dần trở thành một công cụ hữu hiệu trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện trải nghiệm khách hàng; từ cá nhân hóa các chuyến đi theo sở thích của khách hang đến đên việc đưa ra những gợi ý hữu ích cho họ nhờ khả năng tạo ra các hành trình độc đáo. Các thuật toán của GenAI có khả năng phân tích sở thích của họ và sắp xếp các trải nghiệm. Bài tham luận này sẽ trình bầy một số lợi ích mà các ứng dụng trí tuệ nhân tạo tạo sinh có thể mang đến diện mạo mới cho ngành du lịch.

I. Giới thiệu về Trí tuệ nhân tạo tạo sinh

Trí tuệ nhân tạo (AI) là lĩnh vực công nghệ nhằm phát triển hệ thống với khả năng thực hiện các nhiệm vụ thông minh giống như con người. AI bao gồm các công nghệ như học máy (machine learning), xử lý ngôn ngữ tự nhiên, thị giác máy và máy học sâu (deep learning). Việc áp dụng AI trong lĩnh vực du lịch sẽ mang lại nhiều lợi ích không chỉ cho doanh nghiệp mà còn cho khách du lịch.

Tác động đáng kể của Trí tuệ nhân tạo (AI) đối với xã hội, tổ chức và cá nhân đã được ghi nhận trong những năm gần đây. Cuộc cách mạng gần đây nhất trong AI là Trí tuệ nhân tạo tạo sinh (GenAI). GenAI là một lĩnh vực chuyên biệt trong lĩnh vực AI tận dụng các phương pháp học máy, đặc biệt là các thuật toán học không giám sát, để tạo ra nhiều tài liệu khác nhau như phim kỹ thuật số, ảnh, âm thanh, văn bản hoặc mã chương trình. Với học không giám sát, các mô hình tự động xác định các mẫu và cấu trúc trong các tập dữ liệu mà không cần sự can thiệp của con người. Mục tiêu chính của GenAI là tạo nội dung mới từ dữ liệu đã phân tích. Việc triển khai GenAI dự kiến sẽ tạo ra ảnh hưởng đáng kể trên nhiều lĩnh vực khác nhau, đặc biệt là du lịch và lữ hành.

Năng suất của ngành du lịch có thể được cải thiện nhờ GenAI thông qua việc đơn giản hóa các hoạt động, tự động hóa các nhiệm vụ lặp đi lặp lại và nâng cao quy trình ra quyết định. Hiệu quả gia tăng này mang lại lợi ích cho cả khách hàng và nhân

viên, chẳng hạn như tiết kiệm thời gian bằng cách tự động hóa các hoạt động tốn thời gian như nhập dữ liệu, lập kế hoạch hành trình và dịch vụ khách hàng. Việc hợp lý hóa các quy trình này cho phép nhân viên tập trung vào các khía cạnh sáng tạo hơn trong nhiệm vụ của họ, tạo ra lực lượng lao động năng suất hơn. Hầu hết các doanh nghiệp sử dụng AI tạo sinh để tăng cường giữ chân và lòng trung thành của khách hàng bằng cách cá nhân hóa trải nghiệm và tối ưu hóa mối quan hệ giữa khách hàng và thương hiệu. Thông qua việc phân tích dữ liệu lớn và phân tích dự đoán dựa trên hành vi của khách hàng. Các doanh nghiệp có được thông tin chi tiết về sở thích và hành vi của khách hàng, cho phép họ cung cấp thông tin chuyên biệt và các sản phẩm được cá nhân hóa cao dựa trên các tìm kiếm và thói quen du lịch trước đó của họ. Từ đó, GenAI có thể được sử dụng để tạo ra nội dung cá nhân hóa nhằm khuyến khích thay đổi hành vi trong các lĩnh vực như lập kế hoạch điểm đến, đặt phòng khách sạn, v.v. Bằng cách tận dụng GenAI, các dịch vụ có thể được điều chỉnh theo nhu cầu và yêu cầu của từng cá nhân, có tiềm năng thúc đẩy cách du lịch bền vững và có trách nhiệm hơn.

II. Những ưu thế của kinh doanh du lịch và lữ hành khi ứng dụng Trí tuệ nhân tạo tạo sinh

1. Tối đa hóa các lượt đặt phòng và doanh thu thông qua các đề xuất du lịch được thiết kế riêng

Công nghệ AI tiên tiến áp dụng các thuật toán Machine Learning [ML] dựa trên quy tắc để sàng lọc lượng lớn thông tin của khách hàng, chẳng hạn như các lần đặt phòng trước, thông tin nhân khẩu học, hành vi duyệt web và cách sử dụng phương tiện truyền thông xã hội. Điều này giúp các công ty du lịch xác định các mô hình nghỉ dưỡng và sở thích riêng của từng cá nhân và sau đó đề xuất các điểm đến, hoạt động và hành trình nghỉ dưỡng có nhiều khả năng được khách hàng đồng tình hơn. Ví dụ: nếu ai đó thường xuyên thể hiện sự quan tâm đến chỗ ở thân thiện với môi trường tại các địa điểm bãi biển, GenAI có thể đề xuất các điểm đến ven biển có liên quan được biết đến với các hoạt động du lịch bền vững.

Tác động của việc đưa ra các đề xuất được cá nhân hóa cho các công ty du lịch là rất đáng kể vì những khách hàng thấy rằng sở thích của họ được hiểu và đáp ứng sẽ có xu hướng hoàn tất đặt phòng nhiều hơn, dẫn đến tỷ lệ chuyển đổi cao hơn. Các đề xuất được thiết kế riêng sẽ tối ưu hóa hành trình của khách hàng bằng cách làm cho hành trình đó trở nên độc đáo và có giá trị hơn. Sự tiếp xúc cá nhân này khiến quá trình tìm kiếm và đặt phòng trở nên hấp dẫn và phong phú, thúc đẩy nhận thức tích cực về thương hiệu. Bằng cách liên tục mang đến những trải nghiệm phù hợp, các công ty du lịch có thể xây dựng mối liên hệ tình cảm vững chắc với khách hàng, từ đó, họ có nhiều khả năng quay lại để lên kế hoạch cho kỳ nghỉ tiếp theo.

2. Hợp lý hóa kế hoạch với hành trình được cá nhân hóa hỗ trợ bởi AI

Khách hàng ngày nay không muốn một hành trình chung chung mà mọi người đều làm theo. Họ muốn một kế hoạch hành trình độc đáo dành riêng cho họ và phục vụ cho sở thích của họ. Bao gồm danh sách những địa điểm họ muốn đến thăm và khách sạn và hoạt động ưa thích của họ, được sắp xếp theo ngân sách của họ. AI tạo ra các hành trình năng động sau khi xem xét nhiều yếu tố phù hợp với mong muốn của khách hàng, chẳng hạn như: các tuyến đường di chuyển và kết nối tối ưu cho các chuyến bay, bao gồm giá vé, thời gian quá cảnh và các hãng hàng không có liên quan; các lựa chọn chỗ ở (ví dụ: khách sạn, nhà trọ và nhà nghỉ cho thuê); các hoạt động và trải nghiệm như thể thao mạo hiểm, lịch hẹn spa và tour du lịch ẩm thực; các giải pháp giao thông địa phương, gợi ý những cách tốt nhất để di chuyển, bao gồm phương tiện công cộng, dịch vụ cho thuê ô tô/xe đạp và các tùy chọn đi chung xe.

Một mô hình GenAI tích hợp tất cả các yếu tố được đề cập ở trên trong hành trình thành một kế hoạch gắn kết, xem xét các chi tiết bổ sung như giờ mở cửa của các điểm tham quan, thời gian di chuyển và thời gian nghỉ ngơi. Nó cũng có thể gợi ý các món ăn địa phương để thử, mẹo ngôn ngữ và nghi thức văn hóa, giúp nâng cao hơn nữa trải nghiệm theo phong cách lễ tân này. Trình lập kế hoạch hành trình thông minh của là người bạn đồng hành du lịch được hỗ trợ bởi AI, giúp ích theo nhiều cách ngoài việc tạo ra hành trình toàn diện, từng ngày cho toàn bộ chuyến đi. Ví dụ: chuyển tiếp chuyến bay và xác nhận đặt phòng khách sạn, cung cấp bản đồ và chỉ đường để giúp điều hướng các điểm đến một cách dễ dàng; tự động cập nhật hành trình nếu chuyến bay bị hoãn hoặc lên lịch, đảm bảo khách hàng luôn biết về những thay đổi.

Đối với các công ty du lịch, hành trình do AI hỗ trợ là một cách để tăng hiệu quả và thúc đẩy trải nghiệm của khách hàng. Quan trọng hơn, họ có thể cung cấp các dịch vụ được cá nhân hóa cao ở quy mô lớn, điều này sẽ cực kỳ tốn kém về mặt tài nguyên nếu không có AI.

3. Tăng cường sự tương tác của khách hàng và thúc đẩy doanh số thông qua trợ lý du lịch ảo 24/7

Mặc dù thuận tiện, việc sắp xếp các chuyến đi trực tuyến đối với nhiều khách hàng là một trải nghiệm mệt mỏi và cồng kềnh. Nghiên cứu cho thấy 87% du khách tương tác với trợ lý du lịch ảo để tiết kiệm thời gian và tiền bạc. Ví dụ, một trong những trợ lý du lịch ảo nổi tiếng của Singapore Airline Group là Pelago, một chatbot AI tạo sinh có thể thực hiện các cuộc trò chuyện dựa trên mục tiêu, trả lời các câu hỏi mở như "lên kế hoạch cho chuyến đi đến California". Nó có thể giúp khách hàng tiềm năng và du khách đặt vé máy bay và khách sạn, tạo hành trình tùy chỉnh, gợi ý mẹo di chuyển và thậm chí giúp gửi khiếu nại. Nó cũng cho phép họ thực hiện tất cả các

khoản thanh toán liên quan đến chuyến đi từ ứng dụng di động của họ. Được hỗ trợ bởi mô hình ngôn ngữ lớn, Pelago có thể hiểu chính xác nhu cầu của khách hàng và hỗ trợ các truy vấn liên quan đến thời gian khởi hành chuyến bay, nâng cấp gói dịch vụ và các hoạt động hàng ngày.

Rõ ràng là việc cung cấp hỗ trợ 24/7 bởi nhân viên công ty lữ hành thường tốn kém và phức tạp, đồng thời ảnh hưởng tiêu cực đến sự hài lòng và lòng tin của khách hàng, nên việc có một trợ lý ảo như vậy là một lợi ích cho các công ty du lịch và các doanh nghiệp khác trong lĩnh vực du lịch và dịch vụ khách sạn. Đồng thời, trợ lý du lịch ảo hỗ trợ giúp các công ty du lịch giảm bớt những điểm khó khăn của khách hàng theo nhiều cách. Ví dụ: công ty du lịch có thể đề xuất các gói tour du lịch được cá nhân hóa dựa trên hành vi du lịch, sở thích và túi tiền. Họ cũng có thể bán thêm một số thứ nhất định để đưa vào hành trình, chẳng hạn như các hoạt động tại điểm đến và sắp xếp phương tiện đi lại, do đó kiếm được nhiều tiền hơn cho các công ty du lịch. Các lợi ích khác khi sử dụng trợ lý du lịch ảo bao gồm:

- Có thể truy cập 24/7 và vì vậy các công ty du lịch không phải thuê các đại lý trực tiếp suốt ngày đêm.

- Trợ lý ảo chỉ chuyển các truy vấn phức tạp hơn cho nhóm dịch vụ khách hàng, giúp tăng tốc hiệu quả giải quyết trường hợp.

- Trợ lý ảo có thể bắt đầu cuộc trò chuyện với nhiều khách hàng cùng lúc bằng các ngôn ngữ khác nhau. Điều này làm tăng cơ hội các công ty du lịch phục vụ lượng khách lớn hơn về mặt địa lý.

Ngoài ta, trợ lý ảo có thể xử lý các đặt chỗ ở quy mô lớn, thay đổi các đặt chỗ hiện có và cung cấp thông tin cập nhật về thời gian bay.

4. Tăng lượng khách hàng bằng các ưu đãi và chiến dịch tiếp thị có mục tiêu

Ngành du lịch được đánh dấu bằng sự cạnh tranh khốc liệt. Khách hàng có thể dễ dàng chuyển đổi giữa các đối thủ cạnh tranh nếu kỳ vọng của họ không được đáp ứng. Điều này cản trở doanh thu của các công ty dịch vụ lưu trú đang gặp khó khăn. Một cách để duy trì kênh bán hàng lành mạnh là dựa vào sức mạnh của tiếp thị. Thuật toán AI có thể sàng lọc qua lượng dữ liệu khổng lồ, bao gồm các lần đặt phòng trước, lịch sử tìm kiếm và tần suất tương tác, để xây dựng hồ sơ toàn diện về từng khách hàng. Hồ sơ này thường bao gồm thông tin liên quan đến sở thích về các điểm đến và hoạt động cụ thể, ngày đi, loại chỗ ở và hạn chế về ngân sách. Với dữ liệu này, các công ty du lịch có thể gửi cho khách hàng các ưu đãi được cá nhân hóa và các đề xuất kỳ nghỉ mà họ có nhiều khả năng thấy hấp dẫn và phù hợp. Ví dụ, đối với những người thường xuyên đi công tác, GenAI tạo ra có thể xác định các kiểu quá cảnh dài,

giúp các công ty du lịch cung cấp quyền sử dụng phòng chờ miễn phí hoặc giảm giá như một phần trong quá trình đặt phòng của họ.

Với các tiện ích bổ sung và nâng cấp được thiết kế riêng như vậy, họ có thể tăng giá trị đặt phòng trung bình và thúc đẩy doanh thu lớn hơn cho doanh nghiệp. Tương tự như vậy, nếu một du khách đơn độc thích các hoạt động phiêu lưu, công nghệ có thể giúp đề xuất nâng cấp lên gói phiêu lưu VIP, bao gồm các trải nghiệm độc quyền như đi khinh khí cầu riêng. Cách tiếp cận cá nhân hóa này khuyến khích đặt chỗ lặp lại, bổ sung cho lợi nhuận ròng của các công ty du lịch trong thời gian dài.

5. Vượt qua rào cản ngôn ngữ

Mặc dù các quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc, Ý, Pháp và Việt Nam là những điểm đến nghỉ dưỡng phổ biến, nhưng thực tế là đây không phải là những quốc gia nói tiếng Anh không phải là điều mà khách hàng không để ý. Ngay cả những hình thức giao tiếp cơ bản nhất, như hỏi đường, cũng có thể là một thách thức. Các ứng dụng du lịch có khả năng dịch thời gian thực có thể cho phép khách hàng điều hướng các điểm đến ở nước ngoài, hiểu các biển báo và phong tục cụ thể và tương tác với người dân địa phương mà không gặp rắc rối chỉ bằng cách nhập câu hỏi hoặc tải hình ảnh lên ứng dụng. GenAI cũng có thể cung cấp hỗ trợ ngay lập tức, trả lời các câu hỏi thường gặp, hỗ trợ đặt chỗ và cung cấp hỗ trợ cho mọi người, bất kể trình độ ngôn ngữ của họ. Trường hợp sử dụng AI tạo sinh này giúp tăng khả năng tiếp cận cho khách hàng.

Trong thời gian dài nhất, Google Dịch đã giúp người dùng dịch thời gian thực. Gần đây, Google đã triển khai tính năng "Chế độ hội thoại" mới cho phép du khách nói nhiều ngôn ngữ khác nhau tham gia vào cuộc trò chuyện hai chiều. Mặt khác, các công ty du lịch có thể bán các gói kỳ nghỉ đến những địa điểm xa lạ bằng cách sử dụng các công cụ dịch thuật hỗ trợ AI trên trang web của họ, công cụ này có thể dịch ngay lập tức các mô tả về khách sạn, tour du lịch và điểm đến, cùng với hướng dẫn đặt phòng và chính sách bằng ngôn ngữ ưa thích. Theo cách đó, khách hàng tiềm năng có thể nghiên cứu một quốc gia hoặc châu lục bằng ngôn ngữ của họ và quyết định xem họ có muốn tiếp tục với một gói kỳ nghỉ hay không.

6. Tăng lợi nhuận với các chiến lược định giá động

Định giá động là một chiến lược phân biệt giá tận dụng các thuật toán AI tiên tiến để phân tích các yếu tố như định vị thị trường, cung, chu kỳ cầu và các yếu tố bên ngoài khác như điều kiện thời tiết, ngày lễ và sự kiện địa phương. Định giá động cũng được gọi là định giá theo nhu cầu, theo thời gian và định giá đột biến. Nó cho

phép khách hàng điều chỉnh chuyến đi của họ theo ngân sách và nhà cung cấp (ví dụ: công ty du lịch) để điều chỉnh các ưu đãi của họ cho phù hợp.

Ví dụ, GenAI tạo ra đánh giá các mẫu đặt phòng để dự báo nhu cầu cho các điểm đến, mùa hoặc ngày cụ thể. Nó theo dõi giá của đối thủ cạnh tranh và sự thay đổi của thị trường và theo dõi mức độ nhạy cảm về giá và sở thích của các phân khúc khách hàng khác nhau. Chẳng hạn, một khách sạn sử dụng định giá động để điều chỉnh chi phí niêm yết dựa trên nhiều yếu tố, bao gồm vị trí, ngày đặt phòng, quy mô bất động sản và nhu cầu tại địa phương. Khi chủ khách sạn chọn mức giá trong phạm vi 5% so với mức giá mà họ đề xuất, khả năng họ được đặt phòng cao hơn gần 4 lần so với những người có mức giá thấp hơn 5% so với mức giá mà khách sạn đề xuất.

Giá động mang lại lợi ích cho các công ty du lịch:

Họ có thể nắm bắt nhiều lượt đặt phòng hơn ở mức giá tối ưu bằng cách đảm bảo tỷ lệ lấp đầy cao hơn cho các chuyến bay hoặc khách sạn. Vì họ có quyền truy cập vào dữ liệu thời gian thực, phản ánh thực tế hiện tại, nên họ có thể điều chỉnh giá của mình để duy trì khả năng cạnh tranh trên thị trường và đảm bảo dịch vụ của họ không bị định giá quá cao hoặc quá thấp. Họ có thể cung cấp các ưu đãi tốt hơn và cải thiện sự hài lòng chung của khách hàng bằng cách hạ giá một cách chiến lược trong thời gian ngoài giờ cao điểm.

7. Tăng cường tương tác của du khách thông qua nội dung sinh ra bởi GenAI

Từ ngữ có sức mạnh to lớn, đặc biệt là trong lập kế hoạch du lịch. Cách một địa điểm nào đó được trình bày trong ảnh hoặc video có thể truyền cảm hứng và ảnh hưởng đến việc ra quyết định. AI tạo ra đã biến đổi nhận thức về nội dung rất nhiều, khiến nó trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Các công ty du lịch phải nghiêm túc sử dụng công cụ này để thu hút đối tượng mới và bán trải nghiệm kỳ nghỉ tốt nhất có thể.

Nhờ sự ra đời của GenAI (ví dụ: DALL·E, Sora), doanh nghiệp du lịch có thể tạo ra hình ảnh và video chất lượng cao về các điểm đến du lịch, mang đến trải nghiệm ảo về trải nghiệm du lịch. Những hình ảnh này có thể được sử dụng trong các chiến dịch truyền thông xã hội khi tính thẩm mỹ là quan trọng. GenAI có thể tạo ra những câu chuyện hấp dẫn về các điểm đến, đan xen các sự kiện lịch sử, giai thoại và truyền thuyết địa phương sẽ tạo nên sự bổ sung thú vị cho các blog, tờ rơi và quảng cáo của trang web. Ví dụ, từ âm thanh của một khu chợ nhộn nhịp trong thành phố đến bầu không khí thanh bình của một bãi biển vắng vẻ, âm thanh do GenAI tạo ra có thể mang đến trải nghiệm thính giác độc đáo, giúp các công ty du lịch quảng bá được bản sắc tại các địa điểm du lịch.

Với AI tạo sinh, doanh nghiệp du lịch có thể tạo ra nội dung vượt trội với chi phí và thời gian chỉ bằng một phần nhỏ. Họ có thể bắt đầu tương tác với khách hàng bằng cách tạo nội dung ở nhiều định dạng và ngôn ngữ khác nhau. Tất cả những điều này làm tăng khả năng chuyển đổi nhiều khách hàng hơn và tăng doanh thu.

8. Cung cấp trải nghiệm kỳ nghỉ nhập vai với các tour du lịch ảo

Theo khảo sát của Booking.com, du khách ngày càng thử nghiệm Metaverse và các ứng dụng thực tế ảo (VR) khác, đã chỉ ra rằng 46% khách hang đồng ý rằng họ có nhiều khả năng đi du lịch đến những điểm đến xa lạ sau khi trải nghiệm VR. Chẳng hạn, để thúc đẩy du lịch, Ả Rập Xê Út đã tận dụng công nghệ VR để cho phép khách du lịch kỹ thuật số khám phá thành phố cổ Hengra, Di sản thế giới đầu tiên của UNESCO tại quốc gia này.

Vì AI tạo sinh có thể tạo ra hình ảnh, âm thanh chi tiết và chân thực, thậm chí là mô hình 3D của các địa điểm dựa trên ảnh, video và dữ liệu đầu vào khác, các công ty du lịch có thể phục vụ các tour du lịch ảo như một công cụ tiếp thị mạnh mẽ để giới thiệu tiềm năng của các dịch vụ của họ. Các doanh nghiệp du lịch có thể xây dựng lòng tin và sự tự tin trong số những khách hàng tiềm năng, giảm sự do dự khi đặt phòng và tăng tỷ lệ hài lòng cao hơn. Các công ty du lịch cũng có thể đề xuất các tour du lịch tùy chỉnh làm nổi bật các điểm tham quan và trải nghiệm đặc biệt phù hợp với từng cá nhân, tăng cường kết nối cá nhân với điểm đến.

III. Kết luận

GenAI có thể đem lại những cơ hội tiềm năng to lớn cho ngành du lịch. Doanh nghiệp du lịch và khách hàng đều có thế khai thác lợi ích của GenAI đem lại. Bao gồm, tùy chỉnh các đề xuất du lịch cho từng khách hàng; bỏ qua cách tiếp cận "một kích thước phù hợp với tất cả" trước đây dẫn đến việc bỏ lỡ các cơ hội bán thêm và xây dựng lòng trung thành của khách hàng đối với doanh nghiệp. Thu thập, phân tích và hành động dựa trên dữ liệu khách hàng để cung cấp các hành trình được cá nhân hóa do AI hỗ trợ và tạo ra những trải nghiệm kỳ nghỉ đáng mơ ước. Tận dụng trợ lý du lịch ảo 24/7 để hỗ trợ khách hàng có câu hỏi vào bất kỳ giờ nào trong ngày (hoặc đêm). Tiếp thị các ưu đãi, giao dịch và khuyến mãi có liên quan với AI tạo ra; truyền cảm hứng, thu hút và chuyển đổi khách hàng bằng các quảng cáo linh hoạt. Biến rào cản giao tiếp thành dĩ vãng với các công cụ dịch ngôn ngữ do AI điều khiển theo thời gian thực. Tối ưu hóa các gói giá một cách năng động với Trí tuệ nhân tạo và đáp ứng kỳ vọng của khách hàng mà không làm giảm lợi nhuận của bạn. Mang đến cho bạn trải nghiệm kỳ nghỉ với nội dung văn bản và hình ảnh do AI hỗ trợ được tuyển chọn tinh tế và các chuyến tham quan ảo.

Trong bối cảnh ngành du lịch tỉnh Ninh Bình đang đi lên và gia tăng sức cạnh tranh, trí tuệ nhân tạo đặc biệt là GenAI sẽ đóng vai trò ngày càng quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ và cải thiện trải nghiệm của du khách. Bằng việc ứng dụng GenAI hiệu quả, các doanh nghiệp du lịch tại Ninh Bình không chỉ nâng cao năng lực cạnh tranh mà còn đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

IV. Tài liệu tham khảo

1. Cathy, H. C., Guoxiong, T., Bela, S.: *A Fine-tuned Tourism Specific Generative AI Concept*. Annals of Tourism Research, 104 (2024) 103723.

2. GenAI in Travel Tourism: https://www.intuz.com/blog/generative-ai-in-travel-tourism (accessed on 3rd September, 2024).

3. Dwivedi, Y. K., Pandey, N., Currie, W., Micu, A.: *Leveraging ChatGPT and other GenAI based applications in the hospitality and Tourism Industry: Practices, Challenges, and Research Agenda*. International Journal of Contemporary, 36 (1) 1-12.

Thông tin về báo cáo viên:

PGS.TS. Phạm Văn Cường tốt nghiệp Tiến sỹ ngành Khoa học Máy tính, Đại học Newcastle, Vương quốc Anh với luận án Tiến sỹ "*Human Activity Recognition for Pervasive Interaction*" dưới sự hướng dẫn của GS Patrick Olivier (Newcastle, Monash) và GS Thomas Ploetz (*George Institute of Technology)*. Anh Cường cũng là Chuyên gia nghiên cứu Trí tuệ nhân tạo (AI Research Scientist) tại VinAI Research (Công ty top 20 thế giới nghiên cứu chuyên sâu về Trí tuệ nhân tạo và là đối tác của PTIT). Anh đã từng là Marie Curie Research Fellow tại Philips Research; và đang hướng dẫn nhiều thế hệ sinh viên tại PTIT và một số trường Đại học lớn như: UC Dublin, Johns Hopkins, Stanford, NUS v.v… Anh Cường đã công bố khoảng 80 công trình nghiên cứu trong đó nhiều công trình được đăng tại hội nghị, tạp chí top-tier về Trí tuệ nhân tạo như CVPR, NeurIPS, ECCV, AAAI, UAI… và cùng với hàng chục bằng sáng chế về trí tuệ nhân tạo đang được đăng ký tại Mỹ.

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế phương tiện tự hành: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra cho Ninh Bình

PGS.TS. Trần Quang Vinh

Trưởng Khoa Kỹ thuật Ô tô và Năng lượng, Trường Đại học Phenikaa

1. Giới thiệu chung

Khởi nghiệp sáng tạo (innovation startup) là quá trình thành lập và phát triển một doanh nghiệp mới với mục tiêu tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ mới mẻ, độc đáo, hoặc cải tiến đáng kể những sản phẩm, dịch vụ hiện có. Điều này thường đòi hỏi sự đổi mới trong công nghệ, mô hình kinh doanh, hoặc cách thức tiếp cận thị trường.

Các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo thường có những đặc điểm sau:

(i) Ý tưởng độc đáo: Tạo ra giải pháp mới cho các vấn đề hiện tại hoặc đáp ứng nhu cầu chưa được đáp ứng trên thị trường.

(ii) Tăng trưởng nhanh: Mục tiêu là phát triển mạnh mẽ trong thời gian ngắn, thường bằng cách thu hút đầu tư từ các quỹ mạo hiểm hoặc nhà đầu tư thiên thần.

(iii) Rủi ro cao: Do đổi mới và chưa được kiểm chứng trên thị trường, khởi nghiệp sáng tạo thường đi kèm với mức độ rủi ro cao hơn so với các doanh nghiệp truyền thống.

(iv) Khả năng mở rộng: Mô hình kinh doanh của khởi nghiệp sáng tạo thường được thiết kế để có thể dễ dàng mở rộng quy mô.

Khởi nghiệp sáng tạo đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế và xã hội thông qua việc tạo ra việc làm mới, cải thiện chất lượng cuộc sống, và đóng góp vào sự tiến bộ của khoa học, công nghệ.

2. Phương tiện tự hành và các phát minh, sáng chế gần đây

2.1 Phương tiện tự hành

Phương tiện tự hành, hay xe tự lái (autonomous vehicle), đang là một lĩnh vực thu hút sự quan tâm lớn từ cả các công ty công nghệ và các hãng sản xuất ô tô truyền thống.

Xe tự hành đã phát triển qua nhiều thế hệ, mỗi thế hệ phản ánh mức độ tự động hóa và khả năng tự hành khác nhau:

1. Thế hệ 0 (Không tự hành): Xe không có tính năng tự động hóa, tất cả do con người điều khiển.

2. Thế hệ 1 (Hỗ trợ người lái): Bao gồm các hệ thống như cảnh báo va chạm, phanh khẩn cấp tự động.

3. Thế hệ 2 (Tự hành một phần): Có thể tự điều khiển trong các tình huống cụ thể, như tự đỗ xe hoặc giữ làn đường.

4. Thế hệ 3 (Tự hành có điều kiện): Xe có thể tự lái trong một số điều kiện cụ thể, nhưng người lái cần sẵn sàng can thiệp.

5. Thế hệ 4 (Tự hành cao cấp): Xe có thể tự lái trong hầu hết các tình huống mà không cần người lái can thiệp.

6. Thế hệ 5 (Tự hành hoàn toàn): Xe hoàn toàn tự động trong mọi điều kiện và tình huống, không cần sự can thiệp của con người.

Hiện tại, các công ty như Waymo và Tesla đang thử nghiệm và phát triển xe tự hành thuộc thế hệ 4 và 5, nhưng việc triển khai rộng rãi vẫn đang gặp nhiều thách thức về mặt kỹ thuật và pháp lý.

2.2 Những thách thức chính để phát triển xe tự hành

Phát triển phương tiện tự hành đối mặt với nhiều thách thức lớn, bao gồm:

1. *An toàn và độ tin cậy*: Đảm bảo phương tiện hoạt động an toàn trong mọi điều kiện giao thông, bao gồm cả tình huống khẩn cấp và các điều kiện thời tiết xấu.

2. *Vấn đề pháp lý và quy định*: Thiếu một khung pháp lý rõ ràng để quản lý việc sử dụng xe tự hành, bao gồm trách nhiệm pháp lý trong trường hợp tai nạn.

3. *Bảo mật mạng*: Phòng chống các cuộc tấn công mạng, đảm bảo dữ liệu và hệ thống điều khiển của xe không bị xâm nhập.

4. *Hệ thống nhận diện và cảm biến*: Cải thiện khả năng nhận diện và phản ứng với môi trường xung quanh, đặc biệt trong môi trường phức tạp và đô thị.

Những thách thức này cần được giải quyết để phương tiện tự hành có thể được triển khai rộng rãi và an toàn trong tương lai.

Riêng về vấn đề pháp lý của xe tự hành, mỗi quốc gia có cách xử lý khác nhau, và vẫn chưa có một tiêu chuẩn toàn cầu thống nhất. Các quốc gia và khu vực thường tự phát triển các quy định của riêng mình.

1. Hoa Kỳ: Các bang như California và Arizona đã ban hành luật cho phép thử nghiệm và triển khai xe tự hành trên đường công cộng, với các yêu cầu về giám sát từ xa và báo cáo sự cố.

2. Châu Âu: Liên minh châu Âu đã thiết lập khung pháp lý cho xe tự hành, bao gồm các tiêu chuẩn an toàn và yêu cầu giám sát.

3. Châu Á: Trung Quốc và Nhật Bản cũng đã bắt đầu thiết lập các quy định thử nghiệm xe tự hành trong khu vực đô thị, với sự giám sát chặt chẽ.

Mặc dù đã có những bước tiến quan trọng, nhiều quốc gia vẫn đang trong quá trình điều chỉnh và hoàn thiện luật pháp để quản lý hiệu quả và an toàn xe tự hành.

2.3 Một số phát minh, sáng chế đáng chú ý gần đây liên quan xe tự hành

Dưới sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, đã có nhiều phát minh, sáng chế mới đáng chú ý trong lĩnh vực xe tự hành được công bố gần đây.

1. Cảm biến và hệ thống nhận diện

• Lidar (Light Detection and Ranging): Sử dụng ánh sáng laser để đo khoảng cách và tạo bản đồ 3D chi tiết của môi trường xung quanh. Các hãng như Velodyne và Luminar đang phát triển các hệ thống lidar với độ chính xác cao và tầm hoạt động xa hơn.

• Camera và radar: Kết hợp camera và radar giúp xe nhận diện các vật thể và điều kiện đường sá tốt hơn. Tesla, chẳng hạn, sử dụng hệ thống camera 360 độ để cung cấp dữ liệu cho AI xử lý.

• Cảm biến siêu âm: Sử dụng sóng siêu âm để phát hiện các vật cản ở khoảng cách gần, thường được dùng cho chức năng đỗ xe tự động.

2. Trí tuệ nhân tạo và học máy (AI/ML)

• Hệ thống học sâu (Deep Learning): Các mô hình AI học từ dữ liệu thực tế và mô phỏng để cải thiện khả năng nhận diện và dự đoán hành vi giao thông. Waymo và Nvidia là những tên tuổi lớn đang sử dụng công nghệ này.

• Xử lý ngôn ngữ tự nhiên: Giúp xe có thể hiểu và phản hồi lại lệnh từ người lái, cung cấp khả năng giao tiếp tự nhiên và tương tác với người dùng.

3. Kết nối V2X (Vehicle-to-Everything)

• Vehicle-to-Vehicle (V2V): Cho phép các phương tiện tự lái trao đổi thông tin với nhau để tránh va chạm và cải thiện hiệu quả giao thông.

• Vehicle-to-Infrastructure (V2I): Phương tiện tự lái kết nối với hạ tầng giao thông như đèn giao thông, biển báo, để thu thập thông tin thời gian thực và điều chỉnh hành vi lái xe.

4. Hệ thống định vị và bản đồ chi tiết

• HD Maps (High-Definition Maps): Bản đồ độ phân giải cao cung cấp thông tin chi tiết về làn đường, vị trí các vật cản cố định, biển báo giao thông, giúp xe tự hành định vị chính xác hơn. Các công ty như Here Technologies và Google Maps đang phát triển loại bản đồ này.

• GPS và hệ thống định vị bổ sung: Kết hợp GPS với các phương pháp định vị khác (như tín hiệu từ các vệ tinh khác nhau) để đảm bảo độ chính xác cao, đặc biệt trong môi trường đô thị phức tạp.

5. An toàn và bảo mật

• Hệ thống phòng ngừa tai nạn tự động: Dùng AI để dự đoán và tránh các tình huống có thể dẫn đến tai nạn, chẳng hạn như phanh khẩn cấp tự động hoặc điều chỉnh tay lái.

• Bảo mật dữ liệu: Đảm bảo hệ thống điều khiển xe và dữ liệu cá nhân của người dùng không bị xâm phạm bởi hacker. Công nghệ blockchain cũng được nghiên cứu để bảo mật các giao dịch dữ liệu giữa xe và hạ tầng.

6. Các loại phương tiện mới

• Robotaxi: Các dịch vụ taxi tự lái như Waymo One và Cruise đang thử nghiệm và triển khai dịch vụ gọi xe không người lái tại các thành phố lớn.

• Xe tải tự lái: Các công ty như TuSimple và Embark đang phát triển xe tải tự lái để cải thiện hiệu quả vận chuyển hàng hóa trên quãng đường dài.

Những phát minh, sáng chế trên đang thúc đẩy nhanh chóng việc hiện thực hóa các phương tiện tự hành, tạo ra sự thay đổi lớn trong cách chúng ta di chuyển và tương tác với phương tiện giao thông.

3. Thương mại hóa các ý tưởng, phát minh về phương tiện tự hành

Đẩy mạnh thương mại hóa và doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh sáng chế trong lĩnh vực phương tiện tự hành là một quá trình phức tạp và đòi hỏi sự kết hợp của nhiều yếu tố. Dưới đây là một số chiến lược và biện pháp có thể áp dụng để thúc đẩy quá trình này:

1. Hỗ trợ từ chính phủ và quy định pháp lý

• Xây dựng và điều chỉnh luật pháp: Cần có khung pháp lý rõ ràng để định nghĩa, quản lý và giám sát các phương tiện tự hành. Việc thiết lập các quy định an toàn, bảo mật và trách nhiệm pháp lý sẽ giúp tạo ra môi trường kinh doanh ổn định và an toàn cho các công ty phát triển công nghệ này.

• Chính sách khuyến khích và ưu đãi: Chính phủ có thể cung cấp các ưu đãi tài chính như giảm thuế, hỗ trợ vốn, và các khoản trợ cấp cho các doanh nghiệp nghiên cứu và phát triển công nghệ tự hành.

• Đầu tư vào hạ tầng giao thông thông minh: Xây dựng cơ sở hạ tầng như đường sá, biển báo, đèn giao thông thông minh để hỗ trợ các phương tiện tự hành, và phát triển các dự án thử nghiệm tại các khu vực đô thị để kiểm tra và hoàn thiện công nghệ.

2. Hợp tác với các công ty và tổ chức khác

• Liên kết với các hãng xe truyền thống: Hợp tác với các nhà sản xuất ô tô lớn để tích hợp công nghệ tự hành vào các dòng xe hiện có hoặc phát triển các mẫu xe mới.

• Hợp tác nghiên cứu và phát triển: Cộng tác với các trường đại học, viện nghiên cứu và các công ty công nghệ khác để chia sẻ kiến thức, tài nguyên và công nghệ. Điều này có thể giúp giảm chi phí R&D và rút ngắn thời gian phát triển.

• Tham gia vào các liên minh công nghiệp: Tham gia vào các liên minh công nghiệp và các nhóm tiêu chuẩn để thúc đẩy sự thống nhất và tiêu chuẩn hóa công nghệ, giúp giảm rào cản gia nhập thị trường.

3. Đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D)

• Tăng cường đầu tư R&D: Đầu tư vào việc nghiên cứu và phát triển các công nghệ lõi như AI, học máy, cảm biến, hệ thống định vị, và an toàn mạng. Điều này sẽ giúp cải thiện hiệu suất và độ tin cậy của các phương tiện tự hành.

• Thử nghiệm thực tế: Thực hiện các dự án thử nghiệm trong các điều kiện giao thông thực tế để kiểm tra và cải tiến công nghệ. Việc thu thập dữ liệu thực tế sẽ cung cấp thông tin quan trọng để cải tiến thuật toán và hệ thống.

4. Chiến lược thị trường và kinh doanh

• Xác định thị trường mục tiêu: Xác định rõ ràng thị trường mục tiêu cho các sản phẩm tự hành, chẳng hạn như xe khách tự lái (robotaxi), xe tải tự lái, hoặc các giải pháp vận tải nội đô. Mỗi phân khúc có yêu cầu và thách thức riêng cần được nghiên cứu kỹ lưỡng.

• Phát triển mô hình kinh doanh bền vững: Tạo ra các mô hình kinh doanh khả thi để thu hồi vốn đầu tư, ví dụ như cung cấp dịch vụ thuê xe tự lái, bán bản quyền công nghệ, hoặc cung cấp dịch vụ hậu mãi.

• Tiếp thị và quảng bá: Tăng cường tiếp thị để nâng cao nhận thức của công chúng về lợi ích của phương tiện tự hành, nhấn mạnh vào các yếu tố an toàn, tiện ích và thân thiện với môi trường.

5. Thu hút đầu tư và tài trợ

• Tìm kiếm vốn từ các nhà đầu tư mạo hiểm: Khởi nghiệp trong lĩnh vực tự hành cần rất nhiều vốn, do đó, thu hút đầu tư từ các quỹ đầu tư mạo hiểm và các nhà đầu tư thiên thần là rất quan trọng.

• Hợp tác với các công ty lớn: Tìm kiếm các đối tác lớn có khả năng tài chính và kinh nghiệm trong ngành để hợp tác phát triển và triển khai công nghệ tự hành.

6. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

• Đào tạo chuyên sâu: Đầu tư vào đào tạo nhân sự có kỹ năng trong các lĩnh vực liên quan như AI, khoa học máy tính, kỹ thuật điện tử, và an toàn mạng.

• Thu hút nhân tài: Thu hút các chuyên gia hàng đầu và tạo ra môi trường làm việc sáng tạo để giữ chân nhân tài.

Bằng cách áp dụng các chiến lược này, các ý tưởng và phát minh trong lĩnh vực phương tiện tự hành có thể được chuyển đổi thành các sản phẩm và dịch vụ thương mại hóa, đóng góp vào sự phát triển của ngành công nghiệp và nền kinh tế nói chung.

4. Tình hình triển khai xe tự hành trên thế giới và cơ hội phát triển tại Việt Nam

4.1 Xe tự hành đã triển khai trên thế giới

Xe tự hành đã được triển khai thực tế tại một số nơi trên thế giới, chủ yếu ở các thành phố lớn và các khu vực có cơ sở hạ tầng công nghệ cao. Một số nơi có xe tự hành đang được sử dụng như sau:

1. Mỹ:

• Waymo (thuộc Alphabet/Google): Đang triển khai dịch vụ taxi tự hành tại Phoenix, Arizona và San Francisco, California. Waymo đã có hàng trăm xe tự hành hoạt động tại các khu vực này.

• Cruise (thuộc General Motors): Đang thử nghiệm và triển khai tại San Francisco. Cruise đã được phép chở khách thương mại tại thành phố này với hàng trăm xe trong đội xe.

• Aurora Innovation: Đang thử nghiệm tại Dallas, Texas và Pittsburgh, Pennsylvania.

2. Trung Quốc

• Baidu Apollo: Triển khai dịch vụ taxi tự hành tại Bắc Kinh, Quảng Châu, Trường Sa và các thành phố khác. Baidu có hàng trăm xe tự hành hoạt động trong các thành phố này.

• AutoX: Đang thử nghiệm và triển khai tại Thâm Quyến, Thượng Hải và các thành phố khác, với số lượng xe tự hành cũng lên đến hàng trăm.

3. Châu Âu

• Nuro: Một công ty xe tự hành nhỏ đang triển khai dịch vụ giao hàng tại Vương quốc Anh.

• Oxbotica: Đang thử nghiệm các phương tiện tự hành tại một số thành phố châu Âu như London.

4. Singapore

• nuTonomy (thuộc Aptiv): Đã triển khai các dịch vụ taxi tự hành trong một số khu vực hạn chế của thành phố.

Xét về số lượng phương tiện, các công ty lớn như Waymo và Baidu có hàng

trăm xe trong đội xe tự hành. Số lượng này thường tăng dần theo thời gian khi công nghệ được hoàn thiện và mở rộng quy mô triển khai.

Về giá cả sử dụng dịch vụ xe tự hành: có thể thay đổi tùy theo địa điểm và nhà cung cấp. Ví dụ, Waymo có mức giá tương đương với các dịch vụ truyền thống như Uber hoặc Lyft, khoảng 0.4 đến 0.5 USD mỗi phút hoặc 1.5 đến 2 USD mỗi dặm. Tuy nhiên, các con số cụ thể có thể thay đổi và thường phụ thuộc vào chính sách giá cả của từng công ty và khu vực triển khai.

Các xe tự hành hiện nay chủ yếu tập trung vào các dịch vụ như taxi tự hành, giao hàng và vận tải công cộng trong các khu vực hạn chế, với sự giám sát và kiểm soát từ xa để đảm bảo an toàn.

4.2 Cơ hội phát triển xe tự hành ở Việt Nam

Xe tự hành có tiềm năng phát triển lớn ở Việt Nam nhờ vào một số yếu tố thuận lợi, mặc dù cũng đối mặt với nhiều thách thức. Một số cơ hội để phát triển xe tự hành ở Việt Nam có thể kể ra như dưới đây.

1. Hạ tầng và công nghệ đang phát triển

• Đầu tư vào cơ sở hạ tầng giao thông: Việt Nam đang đầu tư mạnh mẽ vào phát triển cơ sở hạ tầng giao thông, bao gồm đường bộ, đường cao tốc và các dự án đô thị thông minh. Những cải tiến này có thể tạo nền tảng tốt hơn cho việc triển khai xe tự hành.

• Phát triển mạng lưới 5G: Với việc triển khai mạng 5G, xe tự hành có thể tận dụng tốc độ truyền tải dữ liệu nhanh hơn, giảm độ trễ và tăng cường khả năng kết nối, điều này rất quan trọng cho hoạt động của xe tự hành.

2. Nhu cầu và tiềm năng thị trường lớn

• Dân số trẻ và đô thị hóa: Việt Nam có dân số trẻ và tỉ lệ đô thị hóa ngày càng cao, dẫn đến nhu cầu sử dụng các phương tiện di chuyển thông minh và tiện lợi hơn.

• Nhu cầu giao thông công cộng: Xe tự hành có thể cải thiện dịch vụ giao thông công cộng, giảm thiểu ùn tắc giao thông và cải thiện an toàn giao thông.

3. Hỗ trợ từ chính phủ

• Chiến lược quốc gia về công nghệ cao: Chính phủ Việt Nam đang thúc đẩy các chiến lược về công nghiệp 4.0 và công nghệ cao, bao gồm trí tuệ nhân tạo (AI) và tự động hóa. Xe tự hành là một phần của xu hướng này, và có thể nhận được sự hỗ trợ từ chính phủ thông qua các chính sách khuyến khích và đầu tư vào nghiên cứu, phát triển.

• Hỗ trợ cho các doanh nghiệp khởi nghiệp: Chính phủ và các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp có thể cung cấp các gói tài trợ và ưu đãi thuế cho các công ty phát triển xe tự hành và công nghệ liên quan.

4. Sự hợp tác quốc tế và công ty công nghệ

• Hợp tác với các công ty quốc tế: Việt Nam có thể hợp tác với các công ty công nghệ quốc tế có kinh nghiệm trong lĩnh vực xe tự hành như Waymo, Tesla, Baidu, để học hỏi và áp dụng các công nghệ tiên tiến. Điều này cũng có thể tạo điều kiện cho các công ty nước ngoài đầu tư vào Việt Nam.

• Phát triển công nghệ trong nước: Các công ty công nghệ và viễn thông lớn như VinFast, FPT, Viettel, PhenikaaX đang đầu tư vào nghiên cứu và phát triển xe tự hành, tạo ra cơ hội lớn để phát triển công nghệ trong nước.

5. Ứng dụng trong ngành công nghiệp và dịch vụ

• Logistics và giao hàng: Xe tự hành có thể được sử dụng trong các dịch vụ giao hàng và logistics, giảm chi phí và tăng hiệu quả. Việt Nam là một trung tâm sản xuất và thương mại lớn, do đó nhu cầu cho các giải pháp logistics hiệu quả rất cao.

• Nông nghiệp thông minh: Xe tự hành có thể được ứng dụng trong nông nghiệp thông minh, giúp tăng cường hiệu quả sản xuất và quản lý, giảm sự phụ thuộc vào lao động tay chân.

Tuy nhiên, tương tự các quốc gia đã nghiên cứu và triển khai xe tự hành, chúng ta cũng có một số thách thức cần vượt qua:

• Pháp lý và quy định: Cần xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý để quản lý và giám sát xe tự hành, đảm bảo an toàn cho người dân.

• Giá thành cao: Chi phí phát triển và triển khai xe tự hành hiện tại vẫn còn cao, cần có chiến lược giảm chi phí và tăng cường khả năng tiếp cận.

• Đào tạo nguồn nhân lực: Cần đầu tư vào đào tạo nguồn nhân lực có kỹ năng về AI, công nghệ xe tự hành và quản lý giao thông thông minh.

Nhìn chung, với sự hỗ trợ của chính phủ, sự đầu tư của các doanh nghiệp và sự phát triển của hạ tầng công nghệ, xe tự hành có cơ hội lớn để phát triển và trở thành một phần quan trọng trong hệ thống giao thông và kinh tế của Việt Nam.

5. Kết luận

Xe tự hành là một lĩnh vực công nghệ mới, còn nhiều tiềm năng mở và đang tiếp tục được phát triển. Ngoài các yếu tố chung về hành lang pháp lý, hỗ trợ chính sách từ chính phủ, tỉnh Ninh Bình có những ưu thế riêng về phạm vi ứng dụng loại hình phương tiện này trong nông nghiệp, công nghiệp và dịch vụ.

Đồng thời, với chủ trương trở thành trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế, tỉnh có thêm các lợi thế trong hợp tác với các công ty công nghệ trong nước và quốc tế trong lĩnh vực còn non trẻ và có tiềm năng lớn này.

Tài liệu tham khảo

[1] Andreas Herrmann, Walter Brenner, Rupert Stadler, *Autonomous Driving: How the Driverless Revolution Will Change the World*, Emerald Publishing Limited, 2018.

[2] Johanna Zmud, Liisa Ecola, Peter Phleps, Irene Feige, *The Future of Mobility: Scenarios for the United States in 2030*, RAND research article, 2013.

[3] McKinsey & Company, *Automotive revolution - perspective towards 2030: How the convergence of disruptive technology-driven trends could transform the auto industry*, 2016. Updated 2024.

[4] KPMG, *Levelling Up: China's race to an autonomous future*, 2019.

[5] Lin Tu, Mi Xu, *Market Potential of Applying Autonomous Vehicles in the Shared Mobility Market: Opportunities and Challenges*, doi: 10.20944/preprints202407 .0201.v1, 2024.

[6] Boston Consulting Group (BCG), *Self-Driving Vehicles, Robo-Taxis, and the Urban Mobility Revolution*, 2016.

[7] Một số trang web và cổng thông tin công nghệ: Waymo blog, TechCrunch, MIT Technology Review, CES,…

Khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, chuyển giao và thương mại hoá trong lĩnh vực công nghệ sinh học: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra đối với tỉnh Ninh Bình

TS. Võ Thành Phong[1], PGS.TS. Trương Ngọc Kiểm[2]

[1] Phó Vụ trưởng Vụ Khoa học và Công nghệ, Ban Tuyên giáo Trung ương

[2] Giám đốc Trung tâm Chuyển giao Tri thức và Hỗ trợ Khởi nghiệp, Đại học Quốc gia Hà Nội

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, thế giới đang chứng kiến sự thay đổi vượt bậc trong thời đại công nghệ số của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và ảnh hưởng sâu rộng của khoa học và công nghệ đặc biệt là những tiến bộ trong lĩnh vực công nghệ sinh học (CNSH) đến mọi mặt của đời sống con người. CNSH bao gồm bất kỳ nghiên cứu và ứng dụng công nghệ nào có sử dụng các hệ thống sống, các cơ thể sống, các quá trình sinh học hoặc các dẫn xuất từ chúng để sản xuất (nông lâm ngư nghiệp; công nghiệp y dược và thực phẩm; phát triển và quản lý hệ sinh thái và môi trường bền vững) hoặc chế biến, biến đổi thành vật liệu, năng lượng và các sản phẩm có giá trị gia tăng khác nhau. Nhờ những đóng góp to lớn của CNSH, của cải và phúc lợi xã hội của nhiều nước trên thế giới tăng đột biến, chất lượng cuộc sống được tăng cao, lối sống và phương thức sản xuất biến đổi tích cực, đáp ứng mọi nhu cầu thiết yếu của con người giúp cải thiện môi trường, cung cấp năng lượng tái tạo, bảo đảm sức khỏe con người và duy trì sự đa dạng sinh học.

Ở Việt Nam, trên nền tảng những thành tựu của cách mạng công nghiệp lần thứ tư, ngành CNSH nước ta bước đầu đã có những bước tiến quan trọng, đạt được nhiều thành tựu, mở ra nhiều triển vọng phát triển mới, ứng dụng ngày càng rộng rãi trong đời sống xã hội, tạo đột phá trong các lĩnh vực nông nghiệp, công nghiệp chế biến, y dược, môi trường góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, bảo vệ môi trường, bảo đảm quốc phòng, an ninh. Tại Hội nghị lần thứ 28 của các bên tham gia Công ước khung của Liên hợp quốc về biến đổi khí hậu (COP 28), Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đã đưa ra cam kết mạnh mẽ cùng cộng đồng quốc tế về mục tiêu giảm lượng phát thải khí nhà kính về 0 (Net Zero) vào năm 2050 bởi tăng trưởng xanh là xu hướng của toàn cầu và là con đường phát triển tất yếu cho Việt Nam vì lợi ích quốc gia và vừa sức vươn lên của nền kinh tế Việt Nam. Ứng dụng các thành tựu của CNSH vào cuộc sống sẽ mở ra những "con đường" mới trong phòng ngừa và giảm thiểu tác động của an toàn môi trường và an toàn, vệ sinh thực phẩm đến sức khỏe, chất lượng cuộc sống và an toàn tính mạng của nhân dân.

Ninh Bình là tỉnh nằm ở cực Nam của vùng đồng bằng sông Hồng, cách Hà Nội hơn 90km về phía Nam, diện tích tự nhiên khoảng 1.400km2, nằm trên tuyến giao thông huyết mạch Bắc - Nam; tiếp giáp với các tỉnh: Hòa Bình, Nam Định, Hà Nam, Thanh

Hóa và biển Đông. Ninh Bình có vị trí địa lý lý tưởng để phát triển kinh tế - xã hội, đẩy nhanh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, hội nhập cùng khu vực: thuộc khu vực kinh tế trọng điểm của đồng bằng Bắc Bộ, liền kề với tam giác kinh tế phát triển của cả nước là: Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh. Cũng như cả nước, Ninh Bình đang hướng đến mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa; tuy nhiên, du lịch - dịch vụ và nông nghiệp vẫn giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế của tỉnh. Sản xuất nông nghiệp đạt được năng suất cao và ổn định trong thời gian dài, đã hình thành được những chuỗi sản xuất, tiêu thụ nông sản cho giá trị cao. Theo báo cáo của UBND tỉnh Ninh Bình, trong 6 tháng đầu năm 2024, toàn tỉnh đón 6,28 triệu lượt khách và lưu trú đạt 1,18 triệu lượt, doanh thu đạt 5.939 tỷ đồng, tăng 54,2% so với cùng kỳ năm trước, đạt 72% kế hoạch năm.

Do địa hình đa dạng, khí hậu nhiệt đới gió mùa đặc trưng nên Ninh Bình là một trong những địa phương có đa dạng sinh học cao của cả nước. Ninh Bình có cả rừng sản xuất và rừng đặc dụng các loại. Có 4 khu rừng đặc dụng gồm rừng Cúc Phương; rừng môi trường Vân Long; rừng văn hóa, lịch sử, môi trường Hoa Lư và rừng phòng hộ ven biển Kim Sơn. Trong đó, vùng ven biển và biển Ninh Bình đã được UNESCO công nhận là khu dự trữ sinh quyển thế giới. Hiện có một đảo thuộc Ninh Bình là đảo Cồn Nổi. Mặc dù có tính đa dạng sinh học rất cao, tuy nhiên phần lớn các hệ sinh thái, các loài và nguồn gen sinh vật trên cạn và dưới nước của Việt Nam nói chung và tỉnh Ninh Bình nói riêng đang bị suy thoái nghiêm trọng. Chính vì vậy việc lưu giữ và bảo tồn nguồn gen là việc làm rất cần thiết.

Trong bối cảnh cách mạng công nghiệp lần thứ IV và thực hiện cam kết của Chính phủ về "tăng trưởng xanh", "phát triển bền vững" thì tỉnh Ninh Bình cần lựa chọn hướng đi phù hợp nhằm phát huy các giá trị đặc sắc, lợi thế cạnh tranh của tỉnh để vẫn đạt được mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, gia tăng nguồn thu, nâng cao đời sống nhân dân mà vẫn đảm bảo các mục tiêu về bảo vệ môi trường, phát triển bền vững.

Để đạt các mục tiêu nói trên thì việc phát triển và ứng dụng CNSH đặc biệt là việc khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo (ĐMST), chuyển giao và thương mại hoá các sản phẩm khoa học công nghệ trong lĩnh vực CNSH có vai trò đặc biệt quan trọng để CNSH thực sự trở thành lĩnh vực mũi nhọn phục vụ phát triển bền vững kinh tế - xã hội. Tuy nhiên, việc khởi nghiệp, ĐMST, chuyển giao và thương mại hoá trong lĩnh vực CNSH ở nước ta nói chung và Ninh Bình nói riêng hiện nay chưa tương xứng với tiềm năng, chưa đáp ứng yêu cầu của sự phát triển kinh tế - xã hội mà nguyên nhân chủ yếu là do cơ chế, chính sách chưa phù hợp, thiếu hấp dẫn để thu hút nguồn lực xã hội; đầu tư cho phát triển và ứng dụng CNSH chưa đáp ứng yêu cầu; mối liên kết giữa nhà khoa học, viện nghiên cứu với doanh nghiệp trong phát triển và ứng dụng CNSH chưa hiệu quả.

2. Tiềm năng, cơ hội cho khởi nghiệp, ĐMST, chuyển giao và thương mại hoá trong lĩnh vực công nghệ sinh học

- Căn cứ pháp lý

Đảng, Nhà nước, các Bộ/ngành và địa phương ban hành kịp thời các Chỉ thị, Nghị quyết nhằm đẩy mạnh phát triển và ứng dụng công nghệ sinh học trong các lĩnh vực nông nghiệp, công thương, y tế, bảo vệ môi trường và an ninh quốc phòng. Gần đây nhất, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 36-NQ/TW ngày 30/1/2023 về phát triển và ứng dụng công nghệ sinh học phục vụ phát triển bền vững đất nước trong tình hình mới; Chính phủ ban hành Nghị quyết 189/NQ-CP ngày 16 tháng 11 năm 2023 về Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 36-NQ/TW; Bộ Khoa học và Công nghệ ban hành Quyết định số 3268/QĐ-BKHCN ngày 28/12/2023 về Kế hoạch hành động triển khai thực hiện Nghị quyết số 189/NQ-CP ngày 16/11/2023 của Chính phủ;

Ban Thường vụ Tỉnh uỷ Ninh Bình đã ban hành Kế hoạch số 120-KH/TU ngày 11/4/2023 về phát triển và ứng dụng công nghệ sinh học phục vụ phát triển bền vững đất nước trong tình hình mới; Uỷ ban nhân dân tỉnh Ninh Bình đã ban hành Kế hoạch số 105/KH-UBND ngày 16/6/2023 về thực hiện Nghị quyết số 36-NQ/TW của Bộ Chính trị và Kế hoạch số 120-KH/TU của Ban Thường vụ Tỉnh ủy; Uỷ ban nhân dân tỉnh Ninh Bình cũng đã phê duyệt đề án "Phát triển, ứng dụng công nghệ sinh học và bảo tồn nguồn gen phục vụ phát triển bền vững tỉnh Ninh Bình đến năm 2023, tầm nhìn đến năm 2040" theo quyết định số 391/QĐ-UBND ngày 10/6/2024.

Hệ thống pháp luật liên quan đến khởi nghiệp, ĐMST, chuyển giao và thương mại hoá sản phẩm khoa học công nghệ cũng đã Quốc hội và Chính phủ ban hành: Luật KHCN (2013), Luật Chuyển giao công nghệ (2017), Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (2017), Luật Sở hữu trí tuệ sửa đổi (2022) và các nghị định hướng dẫn của Chính phủ hướng dẫn thi hành Luật và các Nghị định số 13/2019/NĐ-CP về doanh nghiệp KHCN... Đặc biệt, Chính phủ đã ban hành nhiều đề án để hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp, hệ thống ĐMST quốc gia như đề án 844 "Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST quốc gia đến năm 2025", đề án 1665 "Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025", Chương trình 897 "Hỗ trợ Thanh niên khởi nghiệp giai đoạn 2022-2030"...

Đây là hành lang pháp lý quan trọng để nâng cao chất lượng, hiệu quả cũng như là kim chỉ nam để thúc đẩy các hoạt động nghiên cứu khoa học, ứng dụng công nghệ, chuyển giao và thương mại hoá, khởi nghiệp, ĐMST trong lĩnh vực công nghệ sinh học ở Việt Nam nói chung và tỉnh Ninh Bình nói riêng.

- Căn cứ thực tiễn

Công nghệ cao trong đó có CNSH cũng được nhiều quốc gia trên thế giới, dù là nước đã phát triển hay còn ở bước đầu của giai đoạn đang phát triển sử dụng như là vũ khí chiến lược nhằm đảm bảo vị thế của mình trên thế giới cũng như an ninh quốc gia. Đại dịch COVID-19 đã thúc đẩy CNSH phát triển và ứng dụng nhanh hơn bao giờ hết. Theo Công ty tư vấn nghiên cứu thị trường Grand View Research (Mỹ), thị trường CNSH toàn cầu năm 2022 khoảng 860 tỷ USD, năm 2023 là khoảng 1600 tỷ USD, ước đạt năm 2024 khoảng 1700 tỷ USD dự kiến sẽ đạt doanh thu khoảng 3900 tỷ USD vào năm 2030, với tỷ lệ tăng trưởng kép hàng năm CAGR (2024-2030) là 14,0%. Trong đó,

châu Á - Thái Bình Dương sẽ là khu vực phát triển nhất trong giai đoạn từ nay đến năm 2030 với tốc độ tăng trưởng hơn 12,7%.

Ở Việt Nam, CNSH đã dần trở thành động lực thúc đẩy phát triển nền kinh tế. Trong nông nghiệp đã chủ động sản xuất trên 70% các giống cây trồng, vật nuôi thay vì nhập khẩu như trước kia, hàng nông sản nhờ áp dụng CNSH đã đạt những tiêu chuẩn kỹ thuật cao để xuất khẩu ra những thị trường khó tính, phát triển sản xuất nông nghiệp bền vững, nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp an toàn. Trong lĩnh vực y dược, sản xuất được các kháng thể sử dụng điều trị một số bệnh ung thư và bệnh tự miễn. Trong lĩnh vực bảo vệ môi trường, công nghệ vi sinh vật đã góp phần xử lý nước thải của hầu hết các ngành kinh tế. Trong lĩnh vực công nghiệp chế biến đã tạo ra hơn 200 công nghệ; gần 100 sản phẩm đang được sản xuất, kinh doanh tại thị trường nội địa và xuất khẩu. Hiện nay, CNSH đang kết hợp với các ngành khoa học khác để có những bước đi ban đầu như: xây dựng các phần mềm, robots, trí tuệ nhân tạo, thiết bị cảm ứng, sử dụng trong quan sát, giám sát, nhận biết, thu thập số liệu, phục vụ nghiên cứu và phát triển CNSH, số hóa các dữ liệu...

Đối với tỉnh Ninh Bình, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 218/QĐ-TTg ngày 04/3/2024 phê duyệt Quy hoạch tỉnh Ninh Bình thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050. Theo đó, phấn đấu đến năm 2035, Ninh Bình trở thành thành phố trực thuộc trung ương, thành phố sáng tạo, trung tâm khởi nghiệp ĐMST của các tỉnh phía Nam Vùng đồng bằng sông Hồng lấy phát triển du lịch, công nghiệp văn hoá là mũi nhọn với 4 nhóm sản phẩm du lịch chính và 3 nhóm sản phẩm du lịch phụ trợ. Trong đó, các yếu tố về bảo tồn đa dạng sinh học, cảnh quan thiên nhiên gắn với các hệ sinh thái rừng, biển và du lịch nông nghiệp, trải nghiệm ẩm thực... được chú trọng. Như vậy, để đạt mục tiêu này Ninh Bình sẽ phải có chiến lược, kế hoạch cụ thể nhằm thúc đẩy các hoạt động nghiên cứu khoa học, ứng dụng công nghệ, ĐMST, hỗ trợ khởi nghiệp gắn với việc phát triển và ứng dụng công nghệ sinh học trong các lĩnh vực du lịch sinh thái, nông nghiệp, bảo vệ môi trường, sinh y - dược học... để tạo giá trị gia tăng cao, tăng trưởng nhanh và bền vững cho tỉnh.

- Tiềm năng và cơ hội của tỉnh Ninh Bình

Ninh Bình là vùng đất địa linh, nhân kiệt có truyền thống, lịch sử văn hóa lâu đời. Nằm ở phía Nam vùng đồng bằng sông Hồng, cách thủ đô Hà Nội khoảng 90 km, với vị trí địa lý thuận lợi Ninh Bình trở thành cầu nối quan trọng trong giao lưu kinh tế - thương mại - du lịch và văn hóa giữa hai miền Nam Bắc. Ninh Bình có địa hình đa dạng: có đồi núi, sông hồ, đồng bằng, vùng biển, mang đầy đủ sắc thái địa hình Việt Nam thu nhỏ với cảnh quan thiên nhiên phong phú, độc đáo, trung tâm đa dạng sinh học (VQG Cúc Phương, Khu bảo tồn Vân Long, ...) cùng với hệ thống di tích lịch sử văn hoá đặc sắc. Đây là những tiềm năng, lợi thế lớn của Ninh Bình trong phát triển du lịch, có thể tạo nên những sản phẩm du lịch đặc thù, có khả năng cạnh tranh và tạo nên thương hiệu riêng cho du lịch Ninh Bình. Do đó Ninh Bình phải trở thành một trung tâm du lịch

sinh thái - thông minh - hiện đại - đáng sống mang tầm quốc tế tương tự như Bali (Indonesia), Singapore hướng tới thu hút khách quốc tế lưu trú dài ngày để đến năm 2045, Ninh Bình nằm trong nhóm 10 điểm đến du lịch hàng đầu của cả nước và khu vực Đông Nam Á, du lịch thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, đóng góp 10% GRDP.

Để có những bước phát triển đột phá và bền vững thì Ninh Bình phải có những chính sách đặc thù để thúc đẩy ĐMST, ươm tạo, hỗ trợ khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ sinh học để ứng dụng vào trong thực tiễn công tác bảo tồn đa dạng sinh học (các hệ sinh thái, các loài sinh vật quý hiếm, đặc hữu), bảo vệ môi trường và cảnh quan thiên nhiên(xử lý nước thải, chất thải), nông nghiệp hữu cơ và nông nghiệp an toàn (cung cấp lương thực/thực phẩm đảm bảo an toàn vệ sinh thực phẩm, phát triển cây dược liệu), du lịch thông minh (quản lý các loại hình sản phẩm du lịch trên nền tảng số). Việc phát triển các lĩnh vực này sẽ là những điểm nhấn riêng biệt, đặc sắc và thế mạnh của Ninh Bình mà không một thành phố lớn nào ở Việt Nam, ASEAN, Đông Bắc Á có thể làm được.

Bên cạnh đó, lĩnh vực nông nghiệp vẫn giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế, nhằm đảm bảo an ninh lương thực và xuất khẩu của tỉnh. Sản xuất nông nghiệp đạt được năng suất cao và ổn định trong thời gian dài, đã hình thành được những chuỗi sản xuất, tiêu thụ nông sản cho giá trị cao. Song chất lượng nông - lâm - thủy sản cũng đã và đang bộc lộ những bất cập do lạm dụng thuốc trừ sâu hóa học, chất kháng sinh, chất kích thích tăng trưởng trong trồng trọt, chăn nuôi dẫn đến tồn dư chất hóa học trong nông sản lớn, công nghệ chế biến chưa sâu dẫn đến chất lượng sản phẩm chưa cao đã và đang ảnh hưởng không nhỏ đến khả năng cạnh tranh của nông sản trên thị trường trong nước và xuất khẩu. Để thúc đẩy phát triển nông nghiệp theo hướng an toàn và bền vững, ứng dụng CNSH cho sản xuất nông nghiệp; công nghiệp bảo quản, chế biến nông - lâm - thủy sản được coi là công cụ quan trọng và then chốt vừa đảm bảo chất lượng sản phẩm, xây dựng chuỗi giá trị hiệu quả kinh tế cao; giải quyết ô nhiễm môi trường, phòng ngừa dịch bệnh hiệu quả; góp phần xây dựng đô thị xanh, nông thôn mới nâng cao, bền vững.

Chính những nội dung còn "bỏ ngỏ", những "vấn đề" còn chưa được giải quyết, những bài toán đặt ra từ thực tiễn nói trên là những chất liệu tuyệt vời để các nhà khoa học, các chuyên gia cũng như những người lao động trực tiếp trong lĩnh vực này mày mò nghiên cứu, cải tiến, sáng tạo để có những giải pháp hữu ích giải quyết được các vấn đề đó. Đây chính là tiền đề của việc khởi nghiệp, ĐMST, chuyển giao và thương mại hoá các kết quả nghiên cứu, ứng dụng công nghệ để ứng dụng CNSH phục vụ nông - lâm - ngư nghiệp, du lịch sinh thái, chăm sóc sức khoẻ, bảo vệ môi trường, nâng cao sinh kế người dân, phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

3. Khó khăn, thách thức và những vấn đề đặt ra

Cần phải xác định rõ CNSH là công nghệ hiện đại, ứng dụng được các quy trình, công nghệ mới để tạo ra các sản phẩm, dịch vụ phục vụ đời sống kinh tế - xã hội đặc biệt là trong lĩnh vực y học, nông nghiệp, công nghiệp, du lịch, dịch vụ. Trong lĩnh vực

y học, CNSH chủ yếu ứng dụng cho sinh dược (dược phẩm, thuốc, vaccine); trong công nghiệp, CNSH gắn liền với các kỹ thuật vi sinh, hóa sinh, sử dụng các quy trình sản xuất dựa trên chất xúc tác sinh học, vi sinh vật, tế bào, enzyme,... để tạo ra các sản phẩm có giá trị, xử lý ô nhiễm môi trường. Đối với lĩnh vực nông nghiệp, CNSH ứng dụng tạo giống cây trồng, vật nuôi, thủy sản; canh tác bền vững, kháng bệnh; dùng kỹ thuật gen, tế bào để sửa đổi, cải tiến giống, sản phẩm nông nghiệp, giúp sản xuất an toàn, hiệu quả hơn. Đối với lĩnh vực du lịch sinh thái, ứng dụng CNSH để bảo tồn đa dạng sinh học, bảo vệ các hệ sinh thái, các loài sinh vật quý hiếm, đặc hữu, bảo vệ môi trường...

➔ Mặc dù có tính ứng dụng cao và nhiều triển vọng phát triển nhưng do đặc thù chuyên môn nên việc đầu tư cho cơ sở vật chất và phát triển nguồn nhân lực để có thể triển khai các nhiệm vụ khoa học công nghệ trong lĩnh vực công nghệ sinh học thường rất tốn kém và cần đầu tư bài bản, dài hơi trong khi chi ngân sách (cả trung ương và địa phương) cho các hoạt động khoa học công nghệ lại rất khiêm tốn trong khi thiếu các cơ chế chính sách đủ hấp dẫn để thu hút tư nhân, doanh nghiệp đầu tư hoặc hợp tác công tư trong lĩnh vực này.

Sau 10 năm thực hiện Chỉ thị số 50-CT/TW, CNSH Ninh Bình đã có những bước tiến nhanh chóng, được ứng dụng rộng rãi vào các ngành sản xuất và đời sống xã hội, nhất là trong lĩnh vực nông - lâm - ngư nghiệp, y dược, thực phẩm và môi trường. Mặc dù đã đạt được những thành tựu nhất định, nhưng nhìn chung trình độ CNSH trong nhiều lĩnh vực vẫn còn thấp và chậm phát triển, có khoảng cách khá xa so với thế giới và khu vực, chưa đáp ứng được nhu cầu thực tế. Các cơ chế, chính sách phát triển CNSH trên địa bàn tỉnh đã được ban hành định hướng, chưa có các cơ chế chính sách cụ thể, thiếu tính đột phá. Đội ngũ cán bộ khoa học trong lĩnh vực CNSH còn thiếu các chuyên gia có trình độ cao và chuyên sâu…

➔ Lĩnh vực CNSH có đặc thù so với các lĩnh vực khác là để tạo ra các sản phẩm có thể chuyển giao, thương mại hoá hoặc khởi nghiệp ĐMST thì cần phải được đào tạo dù là chính quy hoặc tự trang bị. Do đó, để thúc đẩy việc này thì cần nghiên cứu xây dựng mô hình đào tạo cung cấp nhân lực; Tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp CNSH/ đơn vị sử dụng lao động với các cơ sở đào tạo; gắn đào tạo với nghiên cứu khoa học và nhu cầu thực tiễn.

Bên cạnh đó, hành lang pháp lý cho khởi nghiệp, ĐMST, chuyển giao và thương mại hoá vẫn còn chưa hoàn thiện; cơ chế chính sách để thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp, ĐMST còn nhiều khó khăn, vướng mắc như chưa có quy định về hỗ trợ cho các tổ chức khởi nghiệp ĐMST nên chưa khai thác hiệu quả vốn đầu tư công và cơ sở vật chất công cho các hoạt động ĐMST; thiếu chính sách để khuyến khích cá nhân đầu tư mạo hiểm vào các doanh nghiệp KHCN, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo; còn hạn chế trong việc xây dựng tổ chức ươm tạo, huấn luyện, tư vấn khởi nghiệp; chính sách chuyển giao, thương mại hóa sản phẩm KHCN còn bất cập khi áp dụng trong thực tiễn

➔ Tỉnh nên kiến nghị Bộ KHCN với chức năng quản lý nhà nước về ĐMST làm

đầu mối phối hợp với các Bộ/Ngành có liên quan để xây dựng Nghị định hướng dẫn nhằm tháo gỡ các khó khăn, vướng mắc và thúc đẩy phát triển hệ thống ĐMST quốc gia đồng thời với hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo quốc gia. Đồng thời, xây dựng và trình Chính phủ phê duyệt đề án thí điểm chính sách tạo động lực thương mại hóa, đưa nhanh kết quả nghiên cứu, tài sản trí tuệ được tạo ra từ đầu tư của ngân sách nhà nước vào sản xuất, kinh doanh; xây dựng và áp dụng thí điểm cơ chế, chính sách thử nghiệm có kiểm soát đối với sản phẩm mới, dịch vụ mới, mô hình kinh doanh mới dựa trên thành tựu khoa học, công nghệ và ĐMST hiện nay chưa có quy định; thí điểm cơ chế tài chính sử dụng nguồn ngân sách sự nghiệp KHCN hỗ trợ đầu tư cơ sở vật chất cho phòng thí nghiệm, trung tâm ĐMST, trung tâm hỗ trợ ĐMST, trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo, tổ chức KHCN… nhằm nâng cao tiềm lực KHCN. Khi có hành lang pháp lý rõ ràng sẽ thúc đẩy phát triển doanh nghiệp KHCN, doanh nghiệp khởi nghiệp, ứng dụng và chuyển giao KHCN vào thực tiễn

Kinh nghiệm của Quốc tế cho thấy, các nước hiện đang tập trung vào giải quyết 3 vấn đề chính: (1) Đầu tư cho R&D và tăng cường vai trò chủ đạo của doanh nghiệp trong hoạt động R&D; (2) Đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao thông qua phát triển các trường đại học (ví dụ như Đại học Hoa Lư), tăng cường giáo dục tinh thần khởi nghiệp cho sinh viên; (3) Thúc đẩy ĐMST từ phía cầu thông qua mua sắm công

4. Đề xuất các giải pháp

- Tập trung các nguồn lực xã hội và các lợi thế của tỉnh để tạo động lực ứng dụng khoa học và công nghệ nhằm phát triển công nghiệp CNSH trong các ngành, lĩnh vực; làm thay đổi căn bản trong sản xuất nông nghiệp, bảo quản, chế biến; phát triển bền vững tài nguyên thiên nhiên, bảo vệ môi trường và thích ứng với biến đổi khí hậu; từng bước đưa Ninh Bình trở thành tỉnh có nền sản xuất, ứng dụng CNSH phát triển trong khu vực Nam đồng bằng sông Hồng.

- Thống kê, đánh giá, bảo tồn và khai thác phát triển nguồn gen các giống cây trồng, vật nuôi bản địa, nhất là các loài quý hiếm, đặc hữu, có giá trị kinh tế cao, có giá trị khoa học, phát triển kinh tế - xã hội, bảo vệ môi trường, thích ứng với biến đổi khí hậu và quốc phòng - an ninh tỉnh Ninh Bình.

- Thúc đẩy khởi nghiệp, ĐMST, hỗ trợ doanh nghiệp tiếp nhận công nghệ, kỹ thuật mới, từng bước hình thành và phát triển các doanh nghiệp công nghệ sinh học sản xuất sản phẩm ở quy mô công nghiệp; Phát triển công nghệ sinh học phục vụ sản xuất nông nghiệp an toàn, nông nghiệp tuần hoàn, nông nghiệp hữu cơ có giá trị gia tăng cao, bảo quản sau thu hoạch, chế biến nông - thủy - hải sản, xử lý môi trường, bảo tồn, lưu giữ nguồn gen

- Đầu tư phát triển cho trường Đại học Hoa Lư trở thành "HUB" kết nối đội ngũ chuyên gia, nhà khoa học của các trường đại học/viện nghiên cứu; kết nối để tiếp nhận và chuyển giao công nghệ; đào tạo nguồn nhân lực, thúc đẩy liên kết vùng - liên vùng

trong lĩnh vực ứng dụng CNSH vào nông nghiệp, sinh - y dược học, du lịch sinh thái, bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.

- Thách thức lớn nhất đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST hiện nay là chuỗi cung ứng về công nghệ, nguyên liệu, thị trường đầu ra và nguồn vốn --> Phải có những giải pháp sáng tạo về thể chế, chính sách (ví dụ như Nghị quyết 98/2023/QH15 ngày 24/6/2023 về thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển thành phố Hồ Chí Minh) để khuyến khích, kêu gọi các nhà đầu tư hỗ trợ đầu tư và khởi nghiệp sáng tạo, ưu đãi cho doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo cũng như các chuyên gia, cố vấn khởi nghiệp --> Trên cơ sở Nghị quyết của Quốc hội hoặc Chính Phủ (nếu có), tỉnh Ninh Bình phải xây dựng chính sách thu hút đầu tư vượt trội, tương xứng với tiềm năng, vị thế và cạnh tranh được với quốc gia, khu vực khác; tập trung đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao và xây dựng cơ chế hợp tác, gắn kết chặt chẽ để các thành phần trong hệ sinh thái khởi nghiệp, ĐMST phát huy được thế mạnh của mình.

- Nâng cao năng lực và kết nối các nguồn lực cho các thành phần trong hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST; tổ chức ươm tạo và tăng tốc cho các dự án khởi nghiệp ĐMST đặc biệt là phát triển hệ sinh thái ĐMST trong khu vực công. UBND tỉnh đặt hàng các Trường ĐH, viện nghiên cứu phát triển các công nghệ lõi trong các lĩnh vực mũi nhọn để làm nền tảng cho sự phát triển của tỉnh trong các lĩnh vực đặc thù

- Phát triển Trung tâm Khởi nghiệp sáng tạo cấp tỉnh nhằm kết nối các tổ chức ươm tạo, tăng tốc, hỗ trợ khởi nghiệp ĐMST; kết nối các nguồn lực từ các quỹ đầu tư, doanh nghiệp, trường đại học/viện nghiên cứu và các cơ quan, tổ chức trong và ngoài nước; thúc đẩy chuyển giao công nghệ, nghiên cứu phát triển, thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học, nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh cho Tỉnh trong khu vực và quốc tế.

- Mạnh dạn thí điểm một số chính sách đặc thù trong khi chờ sửa đổi Luật và ban hành Nghị định mới trong lĩnh vực khởi nghiệp ĐMST nhằm tháo gỡ một số rào cản về chuyển giao, thương mại hoá tài sản trí tuệ và sản phẩm khoa học công nghệ (định giá công nghệ, quản lý sản phẩm KHCN như tài sản công, ...); Hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực khoa học công nghệ, ĐMST, hiện đại hoá công nghệ, thiết bị nhằm sản xuất sản phẩm công nghệ đạt trình độ quốc tế

- Tạo ra không gian "kết nối sáng tạo" này cũng là một kênh kết nối giữa cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị, trường, viện nghiên cứu và doanh nghiệp; lan tỏa các sản phẩm, kết quả nghiên cứu trong lĩnh vực CNSH; tập hợp các thông tin, ý tưởng, đề xuất, đặt hàng bài toán phù hợp trong ngành CNSH nhằm định hướng phát triển dịch vụ CNSH; tìm kiếm giải pháp hỗ trợ thúc đẩy chuyển giao công nghệ, ứng dụng kết quả nghiên cứu, phát triển công nghiệp sinh học tại tỉnh Ninh Bình.

5. Kết luận

Công nghệ sinh học ở Việt Nam giữ vai trò quan trọng phục vụ phát triển bền vững kinh tế - xã hội theo hướng bền vững, đảm bảo tăng trưởng xanh, giảm, không

phát thải khí carbon và giải quyết các thách thức quan trọng trong việc bảo vệ sức khỏe, cung cấp thực phẩm và năng lượng cũng như bảo vệ môi trường, an ninh quốc phòng. Với mục tiêu, xây dựng nền CNSH có nguồn nhân lực chất lượng cao, cơ sở vật chất, tài chính đủ mạnh đáp ứng yêu thực tiễn mà nước ta đang hướng tới thì cơ hội khởi nghiệp, ĐMST trong lĩnh vực này càng nhiều.

Ninh Bình có vị trí địa lý, điều kiện tự nhiên, nền tảng văn hoá lý tưởng để phát triển kinh tế - xã hội, đẩy nhanh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, hội nhập quốc tế tuy nhiên các kết quả đạt được vẫn chưa tương xứng với tiềm năng, thế mạnh. Do đó việc đẩy mạnh nghiên cứu khoa học, ứng dụng công nghệ, đổi mới sáng tạo, khởi nghiệp, chuyển giao và thượng mại hoá các sản phẩm khoa học công nghệ trong lĩnh vực CNSH là một trong các khâu đột phá để được các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo an sinh xã hội, hướng tới phát triển bền vững./.

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ y - sinh: Vai trò của sở hữu trí tuệ, đặc điểm, cơ hội, thách thức

GS.TS. Lê Mai Hương
Nguyên phó Viện trưởng Viện Hóa học các Hợp chất thiên nhiên
Phó Chủ tịch Hội Nữ trí thức Việt Nam

1. Khái niệm khởi nghiệp sáng tạo (KNST (startup)) và doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo (DNKNST)

Tại Việt Nam, theo Luật Doanh Nghiệp Vừa và Nhỏ 2017, KNST (startup) là quá trình khởi nghiệp dựa trên việc tạo ra hoặc ứng dụng kết quả nghiên cứu, giải pháp kỹ thuật, công nghệ, giải pháp quản lý để nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng của sản phẩm, hàng hóa và có khả năng tăng trưởng nhanh.

Theo Phó Thủ tướng Vũ Đức Đam, DNKNST là một cộng đồng đặc biệt, "tính chất tạo ra những sản phẩm mới, phân khúc khách hàng mới bằng những công nghệ mới và ý tưởng mới chưa từng có, cách tiếp cận thị trường mới, thường là liên quan đến công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin và vì qua mạng nên không có tính biên giới".

Một cách hiểu tương tự, bà Trương Lý Hoàng Phi- Giám đốc điều hành Trung tâm Hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp TPHCM cho rằng DNKNST phải bảo đảm được hai yếu tố là "start" và "up". "Start" có nghĩa là bạn bắt đầu với một ý tưởng mới, hoặc nếu ý tưởng đó không mới thì cách làm phải đột phá và thường thì gắn với ứng dụng công nghệ. Còn "up" liên quan đến khả năng thương mại hóa và quy mô của thị trường, nghĩa là ý tưởng đó phải có khả năng được triển khai trong thực tế, có khách hàng hoặc khách hàng tiềm năng, đồng thời phải có khả năng mở rộng được để "up" trong thời gian càng nhanh càng tốt.

2. Vai trò của doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo đối với phát triển kinh tế

- Đóng góp vào sự tăng trưởng kinh tế
- Giải quyết lượng lớn việc làm
- Huy động được các nguồn lực xã hội
- Góp phần làm năng động nền kinh tế trong cơ chế thị trường
- Góp phần đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế
- Ươm mầm các tài năng kinh doanh

3. Khởi nghiệp và sáng tạo trong lĩnh vực CNSH và Y sinh

Trước mục tiêu phấn đấu trở thành quốc gia có nền Công nghệ sinh học phát triển

trên thế giới, Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 36-NQ/TW ngày 30/1/2023 về phát triển và ứng dụng công nghệ sinh học phục vụ phát triển bền vững đất nước trong tình hình mới[3]

Theo đó, nghị quyết xác định đến năm 2030, nền Công nghệ sinh học nước ta đạt trình độ tiên tiến thế giới trên một số lĩnh vực quan trọng, là một trong 10 quốc gia hàng đầu Châu Á về sản xuất và dịch vụ thông minh công nghệ sinh học; Được ứng dụng rộng rãi trong các ngành, lĩnh vực, góp phần phát triển kinh tế - xã hội nhanh, bền vững.

Công nghiệp sinh học trở thành ngành kinh tế - kỹ thuật quan trọng; Doanh nghiệp công nghiệp sinh học tăng 50% về quy mô đầu tư và quy mô tăng trưởng, thay thế ít nhất 50% sản phẩm công nghệ sinh học nhập khẩu; Đóng góp 7% vào GDP; Bảo đảm nhu cầu thiết yếu của xã hội.

Tầm nhìn đến năm 2045, Việt Nam là quốc gia có nền công nghệ sinh học phát triển trên thế giới, trung tâm sản xuất và dịch vụ thông minh; Khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo về Công nghệ sinh học thuộc nhóm dẫn đầu khu vực châu Á. Công nghiệp sinh học đóng góp 10 - 15% vào GDP. Về xây dựng nguồn nhân lực, Bộ Chính trị yêu cầu nghiên cứu xây dựng mô hình đào tạo nhân lực công nghệ sinh học từ giáo dục phổ thông đến đại học và trên đại học; Tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp công nghệ sinh học, đơn vị sử dụng lao động với các cơ sở đào tạo nhân lực công nghệ sinh học; Gắn đào tạo với nghiên cứu khoa học và nhu cầu thực tiễn, bảo đảm số lượng và chất lượng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu; Chú trọng xây dựng đội ngũ nhà khoa học đầu ngành, hình thành và phát triển các nhóm nghiên cứu có uy tín đạt trình độ quốc tế trong lĩnh vực công nghệ sinh học; tăng cường hợp tác quốc tế trong đào tạo, xuất khẩu nhân lực công nghệ sinh học có trình độ cao.

Bên cạnh đó, Nghị quyết số 36 cũng yêu cầu tập trung đầu tư nguồn lực nhằm nâng cao năng lực phát triển và ứng dụng công nghệ sinh học, trong đó ngân sách nhà nước chủ yếu đầu tư nâng cao năng lực nghiên cứu làm chủ công nghệ lõi, phát triển sản phẩm công nghệ sinh học mà Việt Nam có lợi thế; Tiếp tục đầu tư hoàn thiện, sớm đưa các trung tâm công nghệ sinh học quốc gia ở ba miền Bắc, Trung, Nam vào hoạt động; Hiện đại hóa hệ thống phòng thí nghiệm công nghệ sinh học, các trung tâm đánh giá, kiểm định; Xây dựng một số trung tâm kiểm soát dịch bệnh theo tiêu chuẩn quốc tế đáp ứng yêu cầu giám sát và phòng, chống dịch bệnh; Hỗ trợ, phát triển các cơ sở ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp khoa học - công nghệ, doanh nghiệp ứng dụng công nghệ sinh học; Hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực khoa học công nghệ, đổi mới sáng tạo, hiện đại hoá công nghệ, thiết bị nhằm sản xuất sản phẩm công nghệ đạt trình độ quốc tế; Nâng cao năng lực của các cơ sở nghiên cứu công nghệ sinh học lĩnh vực quốc phòng, an ninh. Cần thiết đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao

Với mục tiêu, xây dựng nền công nghệ sinh học có nguồn nhân lực chất lượng cao, cơ sở vật chất, tài chính đủ mạnh đáp ứng yêu cầu nghiên cứu, phát triển và ứng dụng công nghệ sinh học… mà nước ta đang hướng tới thì cơ hội start-up trong lĩnh vực này càng nhiều cơ hội.

Tuy nhiên, các sinh viên ngành công nghệ sinh học nếu muốn khởi nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực này trước hết cần có một nền tảng kiến thức vững chắc về công nghệ sinh học và quản trị kinh doanh. Do vậy, việc lựa chọn được môi trường học tập, tích lũy kiến thức, kỹ năng và kinh nghiệm phù hợp là điều tiên quyết đối với các bạn trẻ. Bên cạnh đó, ngoài học tập chính khóa tại các trường đào tạo chuyên sâu về lĩnh vực công nghệ sinh học, các bạn cũng cần tự học hoặc tham dự thêm các khóa đào tạo kỹ năng lãnh đạo - quản lý, kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức công việc… từ đó tạo nền tảng cho quá trình bắt tay vào khởi nghiệp. Hơn nữa, đây là một ngành công nghệ cao, kết hợp các quy trình và thiết bị kỹ thuật hiện đại như di truyền, dung hợp tế bào, nuôi cấy mô, nuôi cấy tế bào, cấy chuyển mô, cấy chuyển phôi... Thậm chí, giới khoa học còn mệnh danh CNSH là "ngành học của tương lai", đóng vai trò tiên phong cho một cuộc cách mạng sinh học trong các ngành khoa học kỹ thuật, kinh tế… và "đích đến" cuối cùng là trong toàn bộ đời sống con người.

Ngành học này mang lại ứng dụng trong nhiều lĩnh vực như: Nông nghiệp công nghệ cao (nghiên cứu tạo ra các giống cây trồng, vật nuôi mới hay các công nghệ sản xuất chế phẩm chăm sóc và bảo vệ cây trồng, vật nuôi); y dược (nghiên cứu, phát triển công nghệ sản xuất các vaccine thiết yếu, vaccine thế hệ mới, chế phẩm chẩn đoán và thuốc chữa bệnh...); Môi trường (nghiên cứu, ứng dụng các giải pháp, chế phẩm CNSH trong xử lý ô nhiễm, khắc phục suy thoái và sự cố môi trường)...

4. Tình hình hoạt động về hoạt động sáng tạo và SHTT tại viện Hàn lâm KH& CN Việt nam trong lĩnh vực y sinh

Không nằm ngoài xu thế phát triển trong trào lưu chung. Từ những năm 2020 trở lại đây, viện Hàn lâm KH&CN Việt nam luôn lưu ý tới quyền sở hữu trí tuệ và bản quyền tác giả trong khoa học công nghệ và bản quyền tác giả trong các sáng chế. Sự phát triển ngày càng tăng về SHTT về công nghệ, đăc biệt là công nghệ y sinh và công nghệ nano phục vụ cuộc sống. Các con số thống kê hàng năm của viện Hà lâm đã nói lên xu thế phát triển của quyền sở hữu trí tuệ trong các sản phẩm của các nhà khoa học và xứng đáng là 1 trung tâm nghiên cứu và triển khai ứng dụng đứng đầu trong cả nước.

Tuy nhiên, do tình hình phức tạp của thị trường, nhiều sản phẩm được quảng bá mang danh của viện Hàn lâm mà chưa được cho phép chính thức của viện Hàn lâm gây hiểu lầm cho người sử dụng, vì vậy Viện Hàn lâm đã có công văn số 1340/VHL-ƯDTKCN ngày 28/6/2018 do Phó CT viện GS Nguyễn Đình Công đã nêu rõ tất cả các

sản phẩm mang tên viện Hàn lâm phải có danh sách trên website chính thức của viện Hàn lâm và phải có các xác nhận của các cơ quan có thẩm quyền xác nhận chất lượng thì mới được phép lưu hành theo qui định của pháp luật. Như vậy các sản phẩm phải có chứng nhận quyền SHTT và bộ y tế

Biểu đồ 1. Khối lượng tài sản trí tuệ của Viện Hàn lâm KHCNVN (theo báo cáo thường niên của Viện Hàn lâm KHCNVN)

Như vậy nhìn vào biểu đồ này cho thấy số lượng các văn bằng xác nhận quyền SHTT của viện Hàn lâm đang tăng dần theo thời gian. Trong đó các văn bằng xác nhận về SHTT trong lĩnh vực y sinh chiếm tỷ lệ cao nhất, thuộc về các đơn vị nghiên cứu trong lĩnh vực Công Nghệ sinh học và Y sinh và nano Y sinh như viện CNSH, Viện KH Vật liệu, viện Hóa học các Hợp chất thiên nhiên, viện nghiên cứu hệ gen; viện Hóa sinh biển, Viện KT nhiệt đới, viện sinh thái và tài nguyên sinh vật… chiếm tới 66/76 tổng văn bằng SHTT của viện

THỐNG KÊ SỐ LƯỢNG VĂN BẰNG SỞ HỮU TRÍ TUỆ

Sắp xếp theo thứ tự giảm dần của tổng số bằng sở hữu trí tuệ

TT	Tên đơn vị	Tổng	Phát minh sáng chế		Giải pháp hữu ích	
			Trong nước	Quốc tế	Trong nước	Quốc tế
1	Viện Công nghệ Sinh học	13	0	0	13	0
2	Viện Khoa học vật liệu	13	8	1	4	0
3	Viện Kỹ thuật nhiệt đới	10	4	1	5	0
4	Viện Nghiên cứu hệ gen	6	0	0	6	0
5	Viện Hóa học các HCTT	5	0	0	5	0
6	Viện Công nghệ hóa học	4	1	0	3	0
7	Viện Hóa học	4	1	0	3	0
8	Viện Hóa sinh biển	4	4	0	0	0
9	Trung tâm Phát triển CNC	3	0	0	3	0
10	Viện NC và UDCN Nha Trang	2	0	0	2	0
11	Viện Công nghệ môi trường	2	1	0	1	0
12	Viện Vật lý	2	1	0	1	0
13	Viện Cơ học	2	2	0	0	0

TT	Tên đơn vị	Tổng	Phát minh sáng chế		Giải pháp hữu ích	
			Trong nước	Quốc tế	Trong nước	Quốc tế
14	Viện Hải dương học	1	0	0	1	0
15	Viện Tài nguyên và MTB	1	0	0	1	0
16	Trung tâm Nghiên cứu và CGCN	1	1	0	0	0
17	Viện Sinh thái và TNSV	1	0	1	0	0
18	Viện Khoa học năng lượng	1	1	0	0	0
19	Bảo tàng Thiên nhiên Việt Nam	1	1	0	0	0
	Tổng cộng	**76**	**25**	**3**	**48**	**0**

- Số liệu tính từ ngày 01/11/2022 - 31/10/2023)

* Những khó khăn và thuận lợi cơ bản của start up và hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo ở Việt nam:

Các khó khăn cơ bản

- Giáo dục đại học không chú trọng đến khởi nghiệp, chủ yếu đào tạo ra các cử nhân đi xin việc thiếu chủ động trong start up

- Ít có cơ hội tiếp xúc với các doanh nghiệp

- Ít cơ hội hỗ trợ phù hợp

- Khó khăn trong tiếp cận nguồn vốn. Các kênh huy động vốn của các start-up Việt chủ yếu đến từ nguồn nhỏ lẻ ...

- Các starup trẻ thiếu kinh nghiệm quản lí và tiếp cận thị trường. ...

- Khó khăn trong việc tìm kiếm nguồn nhân lực chất lượng cao. ...

- Trở ngại về các thủ tục pháp lý

Thuận lợi:

Ở Việt nam, vai trò của kinh tế tư nhân mới được nhìn nhận gần đây thông qua nghị quyết 10/NQ-TƯ ngày 3/6/2017 về việc công nhận phát triển KT tư nhân trở thành động lực quan trọng của nền KT thị trường định hướng XHCN. Vai trò của R&D xây dựng và phát triển start up trong giai đoạn đầu với định hướng xuất khẩu doanh nghiệp của mình. Nguồn lao động có tay nghề cao thông qua việc đầu tư bài bản cho giáo dục; hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo, đẩy mạch trào lưu NCKH sự liên kết khăng khít giữa các công trình , sản phẩm NCKH và việc thương mại hóa và tính ứng dụng trong cuộc sống là cốt lõi của sự thành công. Tạo các quỹ ra đời để hỗ trợ vốn trong NCKH sinh học, CN nano và phát triển thiết bị y tế. Xây dựng các chính sách và luật nhằm thu hút đầu tư (đặc biệt là đầu tư mạo hiểm, giúp các start up tiếp cận nguồn vốn dễ dang và hiệu quả giai đoạn nghiên cứu thậm chí chưa hình thành sản phẩm; Các hỗ trợ về thuế phí, các thủ tục hành chính, giúp start up xã hội hóa rủi ro, hấp dãn khối doanh nghiệp dẫn đầu; tham gia đầu tư kết hợp giữa khối KT tư nhân và chính phủ tạo thành các công ty lớn mạnh trên thị trường . “Thời gian qua, nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo của Việt Nam trị giá hàng trăm triệu, hàng tỷ USD đã và đang

hình thành, phát triển không chỉ tại Việt Nam mà còn ở nhiều nơi trên thế giới. Trí tuệ Việt, sức sáng tạo Việt Nam, ý chí người Việt Nam từng bước khẳng định và vươn lên trong thế giới đầy biến động, vượt ra khỏi biên giới quốc gia, hội nhập với thế giới." Thủ tướng Phạm Minh Chính khẳng định: "Chính phủ luôn ủng hộ, tạo mọi điều kiện, môi trường thuận lợi nhất cho khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, góp phần thúc đẩy mạnh mẽ tăng trưởng kinh tế, nâng cao năng lực cạnh tranh, hiệu quả sản xuất kinh doanh…"

Năm 2023, Việt Nam xếp thứ 46/132 quốc gia và nền kinh tế về đổi mới sáng tạo toàn cầu, đứng thứ 4 trong khu vực ASEAN và nằm trong top dẫn đầu của các nền kinh tế đang phát triển. Việt Nam có hơn 3.000 doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, trên 140 trường đại học, viện nghiên cứu tổ chức hoạt động khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo với các vườn ươm, trung tâm, câu lạc bộ hỗ trợ khởi nghiệp. Nhiều doanh nghiệp, tập đoàn lớn, kiều bào ta ở nước ngoài đã tích cực tham gia vào hệ sinh thái khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo tại Việt Nam. Cơ sở mới của Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc gia vừa được khánh thành tại Hòa Lạc, Hà Nội. Cả nước đã có gần 200 khu làm việc chung, khoảng 70 vườn ươm doanh nghiệp, 30 tổ chức thúc đẩy kinh doanh và 108 quỹ đầu tư mạo hiểm.

Phải nhìn ra thế giới để học hỏi, chẳng hạn Singapore trở thành một trong các quốc gia đứng đầu danh sách những quốc gia start up cao nhất thế giới và sở hữu hệ sinh thái khởi nghiệp sôi động bậc nhất trong khu vực, tập trung vào sở trường nhờ thế mạnh nhờ nền KT cảng biển. Singapore cũng là quốc gia có điều kiện kinh doanh dễ dàng nhất , nới có thể thành lập công ty trong vài giờ (thậm chí và phút). Ở đây bản quyền SHTT được tôn trọng và luật pháp minh bạch, chiến lược chia sẻ rủi ro cho đầu tư mạo hiểm và các chương trình tài trợ rót vốn công vào cùng đầu tư tư nhân (15%: 85%) loại bỏ nỗi lo khi đầu tư mạo hiểm vào các start up giai đoạn đầu. Chính sách thuế ưu đãi, thuế hàng hóa 7% (VN là 10%), thuế TNCN cao nhất là 22%9 VN là 35%. Miễn thuế cho doanh nghiệp nhỏ thu nhập thấp dưới 200.000 SGD hoạc hoàn thuế. Tạo các Block (tiêu biểu là Block71) quy tụ các nhà đầu tư trẻ, hỗ trợ WIFI, đồ ăn và mức giá thuê, ưu đãi các vườn ươm khởi nghiệp trong lĩnh vực y sinh nhằm thương mại hóa các công trình nghiên cứu; Ưu đãi hỗ trợ các start up cho các ý tưởng kinh doanh độc đáo, khả thi; Tiếp theo là các ưu đãi trợ giúp phát triển nhân lực, chi trả tới 70%tổng chi phí tư vấn, phí chứng nhận, chi phí thiết bị và đào tạo cho các start up; Hỗ trợ quỹ mạo hiểm ban đầu cho các start up trong lĩnh vực công nghệ; Hỗ trợ tín dụng…

Hy vọng với các đổi mới trong tư duy của chính phủ Việt nam và đổi mới trong chính mỗi con người Việt nam trong thời đại hội nhập quốc tế hiện nay sẽ giúp Việt nam chuyển mình và tạo ra các thành tích ngày càng đưa đất nước đến bến bờ dân giàu, nước mạnh, văn minh và ngày càng gần ngang tầm với các nước trong khu vực và thế giới.

Tài liệu tham khảo

(1) Phạm Thị Kim Ngọc, Đoàn Thị Thu Trang : Cơ hội và thách thức đối với hoạt động khởi nghiệp sáng tạo ở Việt Nam
(2) Bài đăng trên Tạp chí Tài chính kỳ 2 tháng 6/2023
(3) Phạm Lê. Xu hướng khởi nghiệp trong ngành Công nghệ sinh học . VN media
(4) Scott Anthony: Harvard Business Review năm 2015
(5) Ba nhân tố viết nên "câu chuyện khởi nghiệp". Báo Tuổi trẻ thủ đô 3/7/2017
(6) Tài liệu hướng dẫn và khởi nghiệp dành cho sinh viên. Trường Đại học điều dưỡng Nam định 2018
(7) Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo- Những thách thức và cơ hội phát triển . Liên hiệp các hội KH& KT tỉnh THỪA THIÊN HUẾ 30/11/2023
(8) Nam Du: Công nghệ sinh học - ngành nghề mũi nhọn của thời đại công nghệ cao. Báo kinh tế đô thị cuối tuần 16/6/2024

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa công nghệ vật liệu mới: Phân tích đặc điểm, cơ hội, thách thức và các vấn đề đặt ra

PGS.TS. Đào Văn Dương
Khoa Công nghệ sinh học, Hóa học và Kỹ thuật môi trường
Trường Đại học Phenikaa

Nghiên cứu này phân tích đặc điểm, cơ hội và thách thức của khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa công nghệ vật liệu mới tại Việt Nam. Thị trường vật liệu tiên tiến toàn cầu dự kiến đạt 2,3 nghìn tỷ USD vào năm 2025, với với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) 4,4% (2019-2025). Tại Việt Nam, số lượng công bố quốc tế về vật liệu tăng 176% (2015-2020), tuy nhiên chỉ 7% patent được đăng ký bởi doanh nghiệp nội địa. Nghiên cứu sử dụng phương pháp kết hợp định tính và định lượng, tập trung vào giai đoạn 2015-2024. Kết quả cho thấy các startup vật liệu mới đầu tư trung bình 15-20% doanh thu vào R&D, cao hơn đáng kể so với mức 3-5% của ngành công nghiệp truyền thống. Áp dụng AI có thể giảm 70% thời gian phát triển sản phẩm. Nghiên cứu đề xuất mô hình và giải pháp xây dựng trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế chuyên về vật liệu mới tại Ninh Bình, góp phần thúc đẩy sự phát triển của lĩnh vực này tại Việt Nam.

Keyword: *Khởi nghiệp sáng tạo; Vật liệu mới; Thương mại hóa công nghệ; Đổi mới sáng tạo; Hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam.*

1. GIỚI THIỆU

a) Bối cảnh toàn cầu về phát triển và thương mại hóa vật liệu mới

Trong thập kỷ qua, lĩnh vực vật liệu mới đã chứng kiến sự phát triển vượt bậc, đóng vai trò then chốt trong việc thúc đẩy đổi mới công nghệ và tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Theo báo cáo của Grand View Research, thị trường vật liệu tiên tiến toàn cầu được dự báo sẽ đạt 2,3 nghìn tỷ USD vào năm 2025, với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (Compound Annual Growth Rate, CAGR) là 4,4% trong giai đoạn 2019-2025 [1]. Sự phát triển này được thúc đẩy bởi nhu cầu ngày càng tăng từ các ngành công nghiệp như năng lượng tái tạo, điện tử, y tế, và xây dựng.

Các xu hướng chính trong phát triển vật liệu mới bao gồm:

- Vật liệu nano: Theo Nature Nanotechnology, số lượng bằng sáng chế liên quan đến công nghệ nano đã tăng 45% từ năm 2015 đến 2020 [2].

- Vật liệu composite tiên tiến: Markets and Markets dự báo thị trường composite tiên tiến sẽ đạt 40,2 tỷ USD vào năm 2024, với CAGR là 7,8% từ 2019 đến 2024 [3].

- Vật liệu cho lưu trữ năng lượng: Bloomberg NEF báo cáo rằng giá pin lithium-ion đã giảm 87% từ năm 2010 đến 2019, thúc đẩy ứng dụng rộng rãi trong xe điện và lưu trữ năng lượng tái tạo [4].

Tuy nhiên, quá trình thương mại hóa vật liệu mới vẫn còn nhiều thách thức. Một nghiên cứu của MIT năm 2020 chỉ ra rằng thời gian trung bình từ phát minh đến thương mại hóa thành công một vật liệu mới là khoảng 15-20 năm [5]. Điều này đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa các viện nghiên cứu, trường đại học, doanh nghiệp và chính phủ để rút ngắn chu kỳ đổi mới.

b) Vai trò của khởi nghiệp sáng tạo trong thương mại hóa công nghệ vật liệu mới

Khởi nghiệp sáng tạo đóng vai trò quan trọng trong việc thu hẹp khoảng cách giữa nghiên cứu học thuật và ứng dụng thực tế của vật liệu mới. Các startup có thể nhanh chóng thích ứng với thay đổi công nghệ và nhu cầu thị trường, đồng thời mang lại các giải pháp đột phá. Theo báo cáo của Crunchbase, đầu tư vào các startup về vật liệu mới đã tăng 142% từ năm 2016 đến 2020 [6]. Các startup đóng góp vào quá trình thương mại hóa vật liệu mới thông qua:

- Đổi mới công nghệ: Startup thường tập trung vào các ứng dụng cụ thể, giúp tối ưu hóa vật liệu cho các nhu cầu thị trường cụ thể.

- Mô hình kinh doanh linh hoạt: Khả năng thích ứng nhanh với phản hồi của thị trường và điều chỉnh chiến lược sản phẩm.

- Hợp tác nghiên cứu-sản xuất: Nhiều startup được thành lập từ các spin-off của trường đại học, tạo cầu nối giữa nghiên cứu học thuật và ứng dụng công nghiệp.

Một ví dụ điển hình là startup Kebotix, được thành lập bởi các nhà khoa học từ Harvard, sử dụng AI và robot để tăng tốc quá trình phát hiện vật liệu mới. Công ty này đã huy động được 41,3 triệu USD trong vòng gọi vốn Series B vào năm 2021 [7].

c) Tình hình nghiên cứu và ứng dụng vật liệu mới tại Việt Nam

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể trong nghiên cứu và ứng dụng vật liệu mới. Theo dữ liệu từ Bộ Khoa học và Công nghệ, số lượng công bố quốc tế về vật liệu của các nhà khoa học Việt Nam đã tăng 176% từ năm 2015 đến 2020 [8]. Các lĩnh vực trọng tâm bao gồm: Vật liệu nano và công nghệ nano; Vật liệu composite; Vật liệu sinh học và y sinh; Vật liệu cho năng lượng tái tạo và lưu trữ năng lượng.

Một số thành tựu đáng chú ý: Năm 2019, nhóm nghiên cứu của GS. Phan Thanh Sơn Nam (Trường Đại học Bách Khoa TP.HCM) đã công bố phương pháp tổng hợp vật liệu khung cơ kim mới (MOF) trên tạp chí Nature Communications [9]; Viện Khoa học Vật liệu (IMS) thuộc Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam đã phát triển thành công vật liệu graphene ứng dụng trong pin lithium-ion, với hiệu suất tăng 30% so với pin thông thường [10]. "Nghiên cứu công nghệ và xây dựng nhà máy sản xuất nhựa polyester không no công suất 25.000 tấn/năm phục vụ sản xuất đá nhân tạo gốc thạch anh" của nhóm tác giả: PGS.TS. Hồ Xuân Năng, GS.TSKH. Trần Vĩnh Diệu (Khoa Công nghệ sinh học, Hóa học và Kỹ thuật môi trường, Trường Đại học Phenikaa) và các cộng sự, Công ty cổ phần Tập đoàn Phượng Hoàng Xanh A&A được Giải Nhất lĩnh vực công nghệ vật liệu (VIFOTEC) và Giải thưởng WIPO 2023 của Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới. Tuy nhiên, việc thương mại hóa các kết quả nghiên cứu vẫn còn hạn chế. Theo báo cáo của Bộ Khoa học và Công nghệ năm 2021, chỉ có khoảng 7% số patent về vật liệu mới được đăng ký bởi các doanh nghiệp Việt Nam [11].

d) Mục tiêu và phạm vi nghiên cứu

Nghiên cứu này nhằm mục tiêu phân tích đặc điểm, cơ hội và thách thức của khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa công nghệ vật liệu mới tại Việt Nam; Đánh giá tác động của các chính sách hỗ trợ hiện hành đối với sự phát triển của các startup trong lĩnh vực vật liệu mới; Đề xuất mô hình và giải pháp cho việc xây dựng, quản trị và vận hành trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế chuyên về vật liệu mới tại Ninh Bình.

Phạm vi nghiên cứu bao gồm: Thời gian: Tập trung vào giai đoạn 2015-2024, với dự báo đến năm 2030; Không gian: Tập trung vào Việt Nam, có so sánh với các nước trong khu vực Đông Nam Á và các nền kinh tế phát triển. Lĩnh vực: Tập trung vào các vật

liệu mới có tiềm năng ứng dụng cao trong công nghiệp và đời sống, bao gồm vật liệu nano, vật liệu composite tiên tiến, vật liệu cho lưu trữ năng lượng, và vật liệu sinh học.

2. TỔNG QUAN VỀ KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO TRONG LĨNH VỰC VẬT LIỆU MỚI

a) Khái niệm và đặc điểm của khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới là quá trình thành lập và phát triển doanh nghiệp dựa trên việc nghiên cứu, phát triển và thương mại hóa các vật liệu mới có tính đột phá. Theo định nghĩa của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), khởi nghiệp sáng tạo là "quá trình tạo ra giá trị mới thông qua việc kết hợp các nguồn lực theo cách mới để khai thác cơ hội" [12]. Trong bối cảnh vật liệu mới, điều này thường liên quan đến việc phát triển và ứng dụng các vật liệu tiên tiến vào các sản phẩm hoặc quy trình sản xuất mới. Đặc điểm chính của khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới bao gồm:

- Đổi mới công nghệ cao: Các startup trong lĩnh vực này thường dựa vào các công nghệ tiên tiến như trí tuệ nhân tạo (AI), học máy, và robot để tăng tốc quá trình phát triển vật liệu mới. Theo báo cáo của McKinsey năm 2023, việc áp dụng AI trong phát triển vật liệu mới có thể giúp giảm thời gian từ khái niệm đến sản phẩm đến 70% [13].

- Tập trung vào R&D: Theo báo cáo của Deloitte năm 2022, các startup vật liệu mới đầu tư trung bình 15-20% doanh thu vào R&D, cao hơn đáng kể so với mức trung bình 3-5% của các ngành công nghiệp truyền thống [14].

- Mô hình kinh doanh linh hoạt: Các startup thường áp dụng mô hình "lean startup" để nhanh chóng thử nghiệm và điều chỉnh sản phẩm theo phản hồi của thị trường.

- Hợp tác chặt chẽ với học viện và công nghiệp: Nhiều startup được spin-off từ các trường đại học hoặc viện nghiên cứu, duy trì mối quan hệ chặt chẽ với các tổ chức này để tiếp cận nguồn tri thức và cơ sở vật chất.

- Tập trung vào tính bền vững: Theo báo cáo của World Economic Forum năm 2023, 78% các startup vật liệu mới tập trung vào phát triển các giải pháp bền vững, góp phần giải quyết các thách thức môi trường toàn cầu [15].

b) Mô hình thương mại hóa công nghệ vật liệu mới

Thương mại hóa công nghệ vật liệu mới là quá trình đưa các phát minh và đổi mới từ phòng thí nghiệm ra thị trường. Có nhiều mô hình thương mại hóa khác nhau, nhưng một số mô hình phổ biến trong lĩnh vực vật liệu mới bao gồm:

- Mô hình cấp phép công nghệ: Startup phát triển công nghệ vật liệu mới và cấp phép cho các công ty lớn sử dụng. Ví dụ, startup Nanosys đã cấp phép công nghệ quantum dot cho các nhà sản xuất màn hình lớn như Samsung và LG [16].

- Mô hình sản xuất và bán sản phẩm: Startup tự sản xuất và bán sản phẩm chứa vật liệu mới. Ví dụ, Carbon, một startup in 3D, sản xuất và bán các sản phẩm từ vật liệu polymer tiên tiến [17].

- Mô hình hợp tác nghiên cứu và phát triển: Startup hợp tác với các công ty lớn để phát triển vật liệu mới. Ví dụ, startup Kebotix đã hợp tác với BASF để phát triển các vật liệu mới cho pin lithium-ion [18].

- Mô hình nền tảng: Startup phát triển nền tảng công nghệ cho phép khách hàng tự thiết kế và phát triển vật liệu mới. Ví dụ, Citrine Informatics cung cấp nền tảng AI cho phép các công ty tối ưu hóa quá trình phát triển vật liệu [19].

c) Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực công nghệ cao

Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực công nghệ cao, bao gồm vật liệu mới, là một mạng lưới phức tạp của các tổ chức và cá nhân tương tác để hỗ trợ sự phát triển và thành công của các startup. Các thành phần chính của hệ sinh thái này bao gồm:

Startup: Trung tâm của hệ sinh thái, là các công ty khởi nghiệp đang phát triển và thương mại hóa các công nghệ vật liệu mới.

Trường đại học và viện nghiên cứu: Nguồn cung cấp tri thức, công nghệ và nhân lực cho các startup. Theo báo cáo của UNESCO năm 2022, 60% các startup công nghệ cao có nguồn gốc từ các trường đại học hoặc viện nghiên cứu [20].

Nhà đầu tư: Bao gồm các quỹ đầu tư mạo hiểm, angel investor, và các tổ chức tài chính cung cấp vốn cho startup. Theo báo cáo của PitchBook, đầu tư vào các startup vật liệu mới đã tăng 45% trong năm 2022 so với năm trước đó [21].

Chính phủ: Cung cấp chính sách hỗ trợ, tài trợ nghiên cứu, và tạo môi trường

pháp lý thuận lợi. Ví dụ, chương trình Horizon Europe của EU đã cam kết 95,5 tỷ euro cho nghiên cứu và đổi mới trong giai đoạn 2021-2027 [22].

Công ty lớn: Đóng vai trò là đối tác, khách hàng, và đôi khi là nhà đầu tư cho các startup.

Vườn ươm và tăng tốc: Cung cấp không gian làm việc, mentoring, và các dịch vụ hỗ trợ khác cho startup. Theo báo cáo của InBIA, có hơn 7000 vườn ươm và tăng tốc trên toàn cầu vào năm 2023 [23].

Cộng đồng khởi nghiệp: Mạng lưới các doanh nhân, chuyên gia, và nhà cố vấn chia sẻ kinh nghiệm và hỗ trợ lẫn nhau.

d) Kinh nghiệm quốc tế về thúc đẩy khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới

Nhiều quốc gia đã triển khai các chiến lược và chính sách hiệu quả để thúc đẩy khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới. Một số kinh nghiệm đáng chú ý bao gồm:

Hoa Kỳ: Chương trình "Small Business Innovation Research" (SBIR) cung cấp tài trợ cho các doanh nghiệp nhỏ phát triển công nghệ mới, bao gồm vật liệu mới. Từ năm 2018 đến 2022, SBIR đã tài trợ hơn 1,5 tỷ USD cho các dự án liên quan đến vật liệu mới [24]. Các phòng thí nghiệm quốc gia như Oak Ridge National Laboratory cung cấp cơ sở hạ tầng và chuyên môn cho các startup phát triển vật liệu mới.

Đức: Chương trình "High-Tech Strategy 2025" tập trung vào việc thúc đẩy đổi mới trong các lĩnh vực công nghệ cao, bao gồm vật liệu mới. Mạng lưới các viện nghiên cứu Fraunhofer hợp tác chặt chẽ với công nghiệp để thương mại hóa các công nghệ mới [25].

Nhật Bản: Chương trình "Start-up Japan" cung cấp hỗ trợ toàn diện cho các startup, bao gồm tài trợ, mentoring, và kết nối với các công ty lớn. Viện Khoa học và Công nghệ Tiên tiến Quốc gia Nhật Bản (NIMS) hợp tác chặt chẽ với các startup để phát triển và thương mại hóa vật liệu mới [26].

Singapore: Chương trình "Startup SG" cung cấp nhiều hình thức hỗ trợ cho startup, bao gồm tài trợ, mentoring, và kết nối quốc tế. Viện Khoa học và Kỹ thuật Vật liệu (IMRE) của A*STAR hợp tác với các startup để phát triển và thương mại hóa các công nghệ vật liệu mới [27].

Israel: Chương trình "Technological Incubators" cung cấp tài trợ và hỗ trợ cho các startup công nghệ cao trong giai đoạn đầu. Trung tâm Đổi mới Tiên tiến trong lĩnh vực Vật liệu và Công nghệ Nano tại Đại học Tel Aviv hợp tác chặt chẽ với công nghiệp để thúc đẩy đổi mới trong lĩnh vực vật liệu mới [28].

Những kinh nghiệm này cho thấy tầm quan trọng của việc kết hợp hỗ trợ tài chính, cơ sở hạ tầng nghiên cứu, và hợp tác giữa học viện và công nghiệp để thúc đẩy khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới.

3. ĐẶC ĐIỂM, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC VỀ KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO LĨNH VỰC VẬT LIỆU MỚI TẠI VIỆT NAM

a) Đặc điểm của khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới tại Việt Nam

- *Tính đột phá và liên ngành:* Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới tại Việt Nam nổi bật với tính đột phá và liên ngành cao. Các startup trong lĩnh vực này thường tập trung vào việc phát triển các vật liệu tiên tiến có khả năng ứng dụng trong nhiều ngành công nghiệp khác nhau. Theo báo cáo của Bộ Khoa học và Công nghệ năm 2023, có khoảng 78% các dự án khởi nghiệp trong lĩnh vực vật liệu mới tại Việt Nam có tính chất liên ngành, kết hợp kiến thức từ ít nhất hai lĩnh vực khoa học khác nhau [29]. Điều này phản ánh xu hướng hội tụ của các ngành khoa học trong việc tạo ra các giải pháp vật liệu mới. Một ví dụ tiêu biểu là công ty NanoLife, thành lập năm 2020 tại Hà Nội, đã phát triển thành công vật liệu nano biodegradable cho ngành công nghiệp bao bì, kết hợp kiến thức từ công nghệ nano, khoa học vật liệu và sinh học [30]. Sản phẩm này không chỉ giải quyết vấn đề ô nhiễm môi trường mà còn nâng cao hiệu quả bảo quản thực phẩm.

- *Chu kỳ phát triển sản phẩm dài và yêu cầu đầu tư vốn lớn:* Một đặc điểm quan trọng khác của khởi nghiệp trong lĩnh vực vật liệu mới là chu kỳ phát triển sản phẩm thường kéo dài và đòi hỏi đầu tư vốn lớn. Theo khảo sát của Hiệp hội Các nhà đầu tư mạo hiểm Việt Nam (VVCA) năm 2022, thời gian trung bình từ ý tưởng đến sản phẩm thương mại hóa trong lĩnh vực vật liệu mới là 3,5 năm, cao hơn đáng kể so với các lĩnh vực công nghệ khác [31]. Số liệu này cho thấy các startup trong lĩnh vực vật liệu mới cần có chiến lược tài chính dài hạn và khả năng chịu đựng rủi ro cao hơn so với các lĩnh vực khác.

- *Đặc thù về công nghệ và quy trình sản xuất:* Khởi nghiệp trong lĩnh vực vật liệu

mới tại Việt Nam đòi hỏi công nghệ và quy trình sản xuất đặc thù. Các doanh nghiệp thường phải đối mặt với thách thức trong việc tiếp cận và làm chủ công nghệ tiên tiến, cũng như xây dựng quy trình sản xuất phù hợp. Theo báo cáo của Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học và công nghệ (NATEC) năm 2023, chỉ có khoảng 35% doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực vật liệu mới tại Việt Nam có khả năng tự phát triển công nghệ lõi, trong khi 65% còn lại phải dựa vào việc chuyển giao công nghệ từ các viện nghiên cứu hoặc đối tác nước ngoài [32]. Điều này cho thấy sự cần thiết phải tăng cường năng lực nghiên cứu và phát triển nội bộ của các startup trong lĩnh vực này.

- *Vai trò của hợp tác nghiên cứu-sản xuất:* Sách trắng Khoa học và Công nghệ Việt Nam năm 2021 và Bộ Khoa học và Công nghệ, hợp tác nghiên cứu-sản xuất trong lĩnh vực vật liệu mới tại Việt Nam đã có sự phát triển đáng kể trong giai đoạn 2015-2023. Số lượng dự án hợp tác tăng từ 15 dự án năm 2015 lên 42 dự án (ước tính) năm 2023, với tốc độ tăng trưởng 72,73% trong giai đoạn 2018-2022. Kinh phí đầu tư cũng tăng theo thời gian, với tỷ lệ đầu tư từ ngân sách nhà nước chiếm khoảng 60% tổng kinh phí. Hình thức hợp tác đa dạng, bao gồm hợp đồng nghiên cứu (40%), chuyển giao công nghệ (35%) và liên doanh nghiên cứu và sản xuất (25%). Giai đoạn hợp tác tập trung vào nghiên cứu ứng dụng (40%) và phát triển sản phẩm (30%). Doanh nghiệp đóng vai trò chủ đạo trong các đối tượng hợp tác, chiếm 45% tổng số đối tác. Hiệu quả của hợp tác được thể hiện qua sự gia tăng số lượng bằng sáng chế (tăng 30% từ 2015 đến 2020) và sản phẩm thương mại hóa (tăng 25% từ 2015 đến 2020) [33].

b) Cơ hội cho khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới

- *Nhu cầu thị trường và tiềm năng ứng dụng trong các ngành công nghiệp:* Thị trường vật liệu mới tại Việt Nam đang phát triển nhanh chóng, tạo ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Theo báo cáo của Tổng cục Thống kê, tốc độ tăng trưởng trung bình hàng năm của ngành vật liệu mới trong giai đoạn 2018-2022 đạt 12,5% [34]. Các ngành công nghiệp như điện tử, ô tô, xây dựng và năng lượng tái tạo đang tạo ra nhu cầu lớn cho các vật liệu mới. Ví dụ, nhu cầu về vật liệu composite trong ngành công nghiệp ô tô Việt Nam dự kiến sẽ tăng 20% mỗi năm trong giai đoạn 2023-2025 [35]. Điều này mở ra cơ hội lớn cho các startup chuyên về vật liệu composite nhẹ và bền.

- *Chính sách hỗ trợ từ Chính phủ và vai trò của Quỹ Đổi mới công nghệ quốc gia:* Trong giai đoạn 2015-2021, NATIF đã tiếp nhận gần 1000 ý tưởng, xem xét 300 dự

án, và tài trợ hơn 30 dự án với tổng kinh phí gần 300 tỷ đồng từ ngân sách nhà nước, đồng thời thu hút hơn 1000 tỷ đồng vốn đối ứng từ doanh nghiệp và tổ chức. Lĩnh vực vật liệu mới chiếm tỷ trọng đáng kể trong các dự án được hỗ trợ. Từ năm 2021 đến nay, NATIF đã mở rộng hình thức hỗ trợ, tập trung vào tín dụng ưu đãi, hỗ trợ lãi suất, bảo lãnh vay vốn và hỗ trợ vốn trực tiếp. Quỹ đã tiếp nhận nhiều đề xuất dự án với nhu cầu vay vốn lên đến hơn 300 tỷ đồng, thể hiện sự quan tâm và nhu cầu lớn từ cộng đồng doanh nghiệp trong lĩnh vực đổi mới công nghệ và vật liệu mới [36].

- *Hợp tác quốc tế trong nghiên cứu và phát triển:* Hợp tác quốc tế đang mở ra nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam trong lĩnh vực vật liệu mới. Số lượng dự án hợp tác quốc tế trong lĩnh vực này đã tăng 60% trong giai đoạn 2018-2022 [37]. Các đối tác quốc tế chính bao gồm Nhật Bản, Hàn Quốc và Đức. Một ví dụ điển hình là dự án hợp tác giữa Viện Khoa học Vật liệu Việt Nam và Đại học Tokyo về phát triển vật liệu nano cho pin lithium-ion thế hệ mới, bắt đầu từ năm 2020 [38]. Dự án này đã tạo ra cơ hội cho nhiều startup Việt Nam tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu trong lĩnh vực pin năng lượng cao.

- *Tiềm năng phát triển trong lĩnh vực năng lượng tái tạo và lưu trữ năng lượng:* Lĩnh vực năng lượng tái tạo và lưu trữ năng lượng đang tạo ra cơ hội lớn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực vật liệu mới tại Việt Nam. Theo Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045, tỷ trọng năng lượng tái tạo trong tổng công suất điện sẽ tăng từ 13% năm 2020 lên 30% vào năm 2030 [39]. Nhu cầu về vật liệu mới cho pin năng lượng mặt trời và pin lưu trữ dự kiến sẽ tăng mạnh trong những năm tới. Ví dụ, nhu cầu về vật liệu perovskite cho pin mặt trời hiệu suất cao dự kiến sẽ tăng 35% mỗi năm trong giai đoạn 2023-2025 [40]. Điều này mở ra cơ hội lớn cho các startup chuyên về vật liệu cho năng lượng tái tạo.

c) Thách thức đối với khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới

- *Rủi ro công nghệ và khó khăn trong mở rộng quy mô sản xuất:* Khởi nghiệp trong lĩnh vực vật liệu mới phải đối mặt với rủi ro công nghệ đáng kể. Theo một nghiên cứu của Viện Khoa học và Công nghệ Tiên tiến Hàn Quốc (KAIST) năm 2022, khoảng 60% các dự án nghiên cứu và phát triển vật liệu mới không đạt được mục tiêu kỹ thuật ban đầu [41]. Điều này có thể dẫn đến sự thất bại của các startup trong giai đoạn đầu phát triển sản phẩm. Ngoài ra, việc mở rộng quy mô sản xuất từ phòng thí nghiệm lên

quy mô công nghiệp cũng là một thách thức lớn. Theo báo cáo của Hiệp hội Công nghiệp Vật liệu Tiên tiến (AMI) năm 2023, chi phí để mở rộng quy mô sản xuất vật liệu mới có thể cao gấp 10-100 lần so với chi phí nghiên cứu và phát triển ban đầu [42]. Điều này đòi hỏi các startup phải có nguồn vốn lớn và khả năng quản lý rủi ro hiệu quả.

- *Vấn đề bảo hộ và khai thác sở hữu trí tuệ:* Bảo hộ sở hữu trí tuệ là yếu tố quan trọng đối với các startup vật liệu mới, nhưng cũng là một thách thức lớn. Theo thống kê của Tổ chức Sở hữu Trí tuệ Thế giới (WIPO) năm 2024, thời gian trung bình để cấp bằng sáng chế cho các phát minh về vật liệu mới là 3,5 năm [43]. Điều này có thể gây khó khăn cho các startup trong việc bảo vệ công nghệ của mình trước sự cạnh tranh. Hơn nữa, chi phí đăng ký và duy trì bằng sáng chế quốc tế có thể rất cao. Một nghiên cứu của Đại học Stanford năm 2023 ước tính rằng chi phí trung bình để đăng ký và duy trì một bằng sáng chế vật liệu mới ở 5 thị trường chính (Mỹ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc) trong 20 năm có thể lên tới 250.000 USD [44]. Đây là một gánh nặng tài chính đáng kể đối với các startup.

- *Cạnh tranh từ các công ty lớn và startup công nghệ quốc tế:* Các startup vật liệu mới phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các công ty lớn và các startup công nghệ quốc tế. Theo báo cáo của McKinsey & Company năm 2024, 10 công ty vật liệu hàng đầu thế giới chiếm tới 40% thị phần trong lĩnh vực vật liệu tiên tiến [45]. Điều này tạo ra rào cản lớn cho các startup mới tham gia thị trường. Ngoài ra, sự cạnh tranh từ các startup công nghệ quốc tế cũng ngày càng gay gắt. Theo dữ liệu của Crunchbase, số lượng startup vật liệu mới được thành lập trên toàn cầu đã tăng 35% trong giai đoạn 2020-2024 [46]. Điều này đòi hỏi các startup phải liên tục đổi mới và tìm kiếm lợi thế cạnh tranh độc đáo.

- *Khó khăn trong việc thu hút nhân lực chất lượng cao và vốn đầu tư:* Thu hút nhân lực chất lượng cao là một thách thức lớn đối với các startup vật liệu mới. Theo khảo sát của Hiệp hội Vật liệu Mỹ (MRS) năm 2023, 70% các startup vật liệu mới gặp khó khăn trong việc tuyển dụng và giữ chân các nhà khoa học và kỹ sư có kinh nghiệm [47]. Điều này có thể ảnh hưởng đến khả năng phát triển và thương mại hóa công nghệ của các startup. Về mặt tài chính, thu hút vốn đầu tư cũng là một thách thức lớn. Theo báo cáo của PitchBook năm 2024, chỉ có 5% tổng số vốn đầu tư mạo hiểm toàn cầu được đầu tư vào lĩnh vực vật liệu mới [48]. Điều này phản ánh sự e ngại của các nhà đầu tư đối với rủi ro cao và thời gian hoàn vốn dài trong lĩnh vực này

d) Các vấn đề đặt ra cho phát triển khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới

- *Xây dựng hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp hiệu quả:* Việc xây dựng một hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp hiệu quả là yếu tố quan trọng để thúc đẩy sự phát triển của các startup vật liệu mới. Theo nghiên cứu của Đại học MIT năm 2023, các khu vực có hệ sinh thái khởi nghiệp phát triển mạnh như Silicon Valley, Boston và Tel Aviv có tỷ lệ thành công của startup vật liệu mới cao hơn 30% so với các khu vực khác [49]. Các yếu tố quan trọng của một hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp hiệu quả bao gồm: Sự hiện diện của các trường đại học và viện nghiên cứu hàng đầu; Mạng lưới các nhà đầu tư mạo hiểm và thiên thần; Cơ sở hạ tầng nghiên cứu và phát triển tiên tiến; Chính sách hỗ trợ của chính phủ; Văn hóa khởi nghiệp và chấp nhận rủi ro.

- *Tăng cường liên kết giữa nghiên cứu học thuật và ứng dụng công nghiệp:* Việc tăng cường liên kết giữa nghiên cứu học thuật và ứng dụng công nghiệp là một vấn đề quan trọng để thúc đẩy sự phát triển của các startup vật liệu mới. Theo báo cáo của Ủy ban Châu Âu năm 2024, các quốc gia có mức độ hợp tác giữa đại học và doanh nghiệp cao như Đức, Thụy Điển và Phần Lan có số lượng startup vật liệu mới thành công cao hơn 40% so với mức trung bình của EU [50]. Các biện pháp để tăng cường liên kết này bao gồm: Thúc đẩy các chương trình nghiên cứu hợp tác giữa đại học và doanh nghiệp; Tạo điều kiện cho các nhà khoa học tham gia vào hoạt động kinh doanh; Xây dựng các trung tâm chuyển giao công nghệ hiệu quả; Tổ chức các sự kiện kết nối giữa nhà khoa học và doanh nghiệp.

- *Phát triển mô hình tài trợ và đầu tư phù hợp:* Phát triển các mô hình tài trợ và đầu tư phù hợp là một vấn đề quan trọng để hỗ trợ các startup vật liệu mới. Theo báo cáo của Deloitte năm 2023, các quỹ đầu tư mạo hiểm chuyên biệt về vật liệu mới có tỷ lệ thành công cao hơn 25% so với các quỹ đầu tư mạo hiểm truyền thống khi đầu tư vào lĩnh vực này [51]. Các mô hình tài trợ và đầu tư phù hợp có thể bao gồm: Quỹ đầu tư mạo hiểm chuyên biệt về vật liệu mới; Chương trình tài trợ của chính phủ cho nghiên cứu và phát triển vật liệu mới; Mô hình đầu tư hỗn hợp giữa nhà nước và tư nhân; Nền tảng gọi vốn cộng đồng cho các dự án vật liệu mới.

- *Đào tạo nhân lực chuyên sâu về vật liệu mới và kỹ năng khởi nghiệp:* Đào tạo nhân lực chuyên sâu về vật liệu mới và kỹ năng khởi nghiệp là một vấn đề quan trọng

để phát triển các startup trong lĩnh vực này. Theo khảo sát của Hiệp hội Công nghiệp Vật liệu Tiên tiến (AMI) năm 2024, 80% các startup vật liệu mới thành công có ít nhất một đồng sáng lập với bằng tiến sĩ trong lĩnh vực vật liệu [52]. Các biện pháp để cải thiện việc đào tạo nhân lực bao gồm: Phát triển các chương trình đào tạo liên ngành giữa khoa học vật liệu và quản trị kinh doanh; Tăng cường hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp trong đào tạo; Xây dựng các chương trình thực tập và trao đổi quốc tế; Phát triển các khóa học trực tuyến và chương trình đào tạo ngắn hạn về vật liệu mới và khởi nghiệp.

- *Hoàn thiện khung pháp lý cho thương mại hóa công nghệ vật liệu mới:* Việc hoàn thiện khung pháp lý cho thương mại hóa công nghệ vật liệu mới là một vấn đề quan trọng để tạo điều kiện thuận lợi cho các startup phát triển. Theo báo cáo của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD) năm 2023, các quốc gia có khung pháp lý thuận lợi cho thương mại hóa công nghệ như Mỹ, Israel và Singapore có tỷ lệ đăng ký sáng chế vật liệu mới được thương mại hóa cao hơn 50% so với mức trung bình toàn cầu [53]. Các vấn đề cần được giải quyết trong khung pháp lý bao gồm: Quy định về quyền sở hữu trí tuệ và chuyển giao công nghệ; Chính sách ưu đãi thuế cho hoạt động nghiên cứu và phát triển vật liệu mới; Quy định về an toàn và môi trường trong sản xuất và sử dụng vật liệu mới; Khung pháp lý cho hợp tác công-tư trong nghiên cứu và phát triển vật liệu mới.

4. ĐỀ XUẤT MÔ HÌNH TRUNG TÂM KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO QUỐC TẾ TẠI NINH BÌNH

Việc xây dựng một trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình đặt ra trên cơ sở lý luận và thực tiễn vững chắc. Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, các trung tâm khởi nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy đổi mới sáng tạo và phát triển kinh tế. Ninh Bình, với vị trí địa lý thuận lợi và tiềm năng phát triển to lớn, là địa điểm lý tưởng để xây dựng một trung tâm khởi nghiệp mang tầm quốc tế. Trung tâm này sẽ là cầu nối giữa các startup trong nước với hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu, đồng thời góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trên trường quốc tế.

Về mô hình tổ chức và quản trị, trung tâm cần xây dựng một cơ cấu linh hoạt và hiệu quả. Cơ cấu tổ chức bao gồm ban điều hành, các bộ phận chuyên môn như nghiên

cứu và phát triển, đào tạo, tư vấn, và kết nối đầu tư. Mô hình quản trị và vận hành cần đảm bảo tính minh bạch, hiệu quả và sự tham gia của các bên liên quan. Cơ chế hợp tác với các đối tác trong và ngoài nước cần được thiết lập chặt chẽ, tạo điều kiện cho việc trao đổi kiến thức, công nghệ và nguồn lực.

Chiến lược phát triển dài hạn của trung tâm cần tập trung vào việc xây dựng một hệ sinh thái khởi nghiệp bền vững, thu hút nhân tài và đầu tư từ trong và ngoài nước. Các chương trình ươm tạo và tăng tốc khởi nghiệp cần được thiết kế phù hợp với nhu cầu của các startup trong các giai đoạn phát triển khác nhau. Hỗ trợ tài chính và kết nối đầu tư là yếu tố then chốt, bao gồm việc thành lập quỹ đầu tư mạo hiểm và tổ chức các sự kiện kết nối với nhà đầu tư. Chương trình hợp tác quốc tế cần được đẩy mạnh, tạo cơ hội cho các startup tiếp cận thị trường và công nghệ tiên tiến trên thế giới.

Trong lĩnh vực vật liệu mới, trung tâm cần tập trung vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng nghiên cứu và phát triển hiện đại. Điều này bao gồm việc đầu tư vào các phòng thí nghiệm, trang thiết bị và công nghệ tiên tiến, tạo điều kiện cho các startup thực hiện nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Chương trình mentoring và tư vấn chuyên sâu cần được thiết lập, kết nối các startup với các chuyên gia hàng đầu trong lĩnh vực vật liệu mới. Sự hỗ trợ này sẽ giúp các startup nâng cao năng lực kỹ thuật và quản lý dự án.

Hỗ trợ thương mại hóa và tiếp cận thị trường là yếu tố quan trọng để đảm bảo sự thành công của các startup trong lĩnh vực vật liệu mới. Trung tâm cần cung cấp các dịch vụ tư vấn về bảo hộ sở hữu trí tuệ, chiến lược tiếp thị và phát triển kênh phân phối. Việc tổ chức các hội chợ triển lãm và kết nối với các doanh nghiệp lớn trong ngành sẽ tạo cơ hội cho các startup giới thiệu sản phẩm và tìm kiếm đối tác.

Xây dựng mạng lưới chuyên gia và đối tác là một nhiệm vụ quan trọng của trung tâm. Mạng lưới này bao gồm các nhà khoa học, chuyên gia công nghệ, doanh nhân thành đạt và các tổ chức nghiên cứu trong và ngoài nước. Thông qua mạng lưới này, các startup có thể tiếp cận nguồn kiến thức, kinh nghiệm và cơ hội hợp tác quý giá. Trung tâm cần tổ chức thường xuyên các sự kiện networking, hội thảo chuyên đề và chương trình trao đổi để thúc đẩy sự tương tác và hợp tác trong mạng lưới.

Tóm lại, mô hình trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình cần được xây dựng trên nền tảng vững chắc về tổ chức và quản trị, với chiến lược phát triển dài hạn rõ ràng và các chương trình hỗ trợ toàn diện. Đặc biệt trong lĩnh vực vật

liệu mới, trung tâm cần tập trung vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng nghiên cứu, cung cấp hỗ trợ chuyên sâu, thúc đẩy thương mại hóa và xây dựng mạng lưới đối tác mạnh mẽ. Với những nỗ lực này, trung tâm sẽ trở thành động lực quan trọng thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái khởi nghiệp tại Ninh Bình và Việt Nam, đồng thời nâng cao vị thế của quốc gia trong lĩnh vực đổi mới sáng tạo trên trường quốc tế.

5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Nghiên cứu này đã tổng hợp và phân tích các phát hiện chính liên quan đến việc xây dựng mô hình trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình, đặc biệt trong lĩnh vực vật liệu mới. Các kết quả cho thấy tiềm năng to lớn của Ninh Bình trong việc phát triển một hệ sinh thái khởi nghiệp năng động, cũng như những thách thức cần vượt qua để đạt được mục tiêu này. Về mặt lý thuyết, nghiên cứu đã đóng góp vào việc mở rộng hiểu biết về các yếu tố then chốt trong việc xây dựng và phát triển trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo ở cấp địa phương và quốc gia. Về mặt thực tiễn, nghiên cứu cung cấp một khung tham chiếu có giá trị cho việc thiết kế và triển khai các chính sách và chương trình hỗ trợ khởi nghiệp hiệu quả. Dựa trên các phát hiện của nghiên cứu, chúng tôi đề xuất một số kiến nghị chính sách như sau:

- Đối với Chính phủ và các cơ quan quản lý nhà nước: Xây dựng khung pháp lý thuận lợi cho hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, đặc biệt trong lĩnh vực vật liệu mới. Tăng cường đầu tư vào cơ sở hạ tầng nghiên cứu và phát triển tại Ninh Bình. Thúc đẩy hợp tác quốc tế trong lĩnh vực khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo.

- Đối với các tổ chức nghiên cứu và trường đại học: Tăng cường liên kết giữa nghiên cứu học thuật và nhu cầu thực tiễn của doanh nghiệp. Phát triển các chương trình đào tạo về khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. Thúc đẩy việc thương mại hóa kết quả nghiên cứu và chuyển giao công nghệ.

- Đối với cộng đồng doanh nghiệp và nhà đầu tư: Tích cực tham gia vào các hoạt động của trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Đầu tư vào các startup trong lĩnh vực vật liệu mới và công nghệ cao. Xây dựng mạng lưới mentor và chuyên gia để hỗ trợ các startup.

- Đối với Ninh Bình: Tập trung nghiên cứu, làm rõ về mô hình và nhu cầu phát triển trung tâm khởi nghiệp sáng tạo tại địa phương theo hướng: Đánh giá tác động của trung tâm khởi nghiệp đối với sự phát triển kinh tế-xã hội của Ninh Bình; Nghiên cứu

so sánh mô hình trung tâm khởi nghiệp tại Ninh Bình với các mô hình tương tự ở các địa phương khác và quốc tế; Phân tích sâu hơn về các yếu tố thúc đẩy và rào cản đối với sự phát triển của startup trong lĩnh vực vật liệu mới tại Việt Nam.

Tóm lại, việc xây dựng và phát triển trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình là một bước đi chiến lược, góp phần thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái khởi nghiệp và nâng cao năng lực cạnh tranh của Việt Nam trong lĩnh vực công nghệ cao. Sự thành công của trung tâm này sẽ phụ thuộc vào sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan, từ cơ quan quản lý nhà nước đến các tổ chức nghiên cứu, trường đại học và cộng đồng doanh nghiệp. Với những nỗ lực đồng bộ và bền bỉ, Ninh Bình có thể trở thành một điểm sáng về đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trong khu vực và trên thế giới.

Nghiên cứu này được tài trợ bởi Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia (NAFOSTED) trong đề tài mã số 103.02- 2021.106 và Quỹ Đổi mới sáng tạo Phenikaa (ĐMST 2022.02)

Tài liệu tham khảo

[1] Grand View Research, "Advanced Materials Market Size, Share & Trends Analysis Report By Product, By Application, By Region, And Segment Forecasts, 2019 - 2025," 2019.

[2] Nature Nanotechnology, "The rise of nanotechnology patents," vol. 15, pp. 985-986, 2020.

[3] Markets and Markets, "Advanced Composites Market by Fiber Type, Resin Type, Manufacturing Process, Application, and Region - Global Forecast to 2024," 2019.

[4] BloombergNEF, "Battery Pack Prices Cited Below $100/kWh for the First Time in 2020, While Market Average Sits at $137/kWh," Dec. 2020.

[5] E. S. Saunders et al., "Accelerating advanced-materials commercialization," Nature Materials, vol. 19, pp. 1198-1202, 2020.

[6] Crunchbase, "Funding to Materials Science Startups," 2021.

[7] Kebotix, "Kebotix Raises $41.3 Million Series B to Accelerate Delivery of Its AI-Powered Materials Discovery Platform," PR Newswire, May 2021.

[8] Bộ Khoa học và Công nghệ, "Báo cáo Khoa học và Công nghệ Việt Nam 2020," 2021.

[9] P. T. K. Nguyen et al., "New metal–organic frameworks for chemical fixation of CO2," Nature Communications, vol. 10, no. 2345, 2019.

[10] Viện Hàn lâm Khoa học và Công nghệ Việt Nam, "Báo cáo kết quả nghiên cứu nổi bật 2020," 2021.

[11] Bộ Khoa học và Công nghệ, "Báo cáo đánh giá tình hình sở hữu trí tuệ tại Việt Nam 2021," 2022.

[12] OECD, "Entrepreneurship at a Glance 2021," OECD Publishing, Paris, 2021.

[13] McKinsey & Company, "The Bio Revolution: Innovations transforming economies, societies, and our lives," May 2023.

[14] Deloitte, "2022 Global Advanced Materials Industry Outlook," Deloitte Touche Tohmatsu Limited, 2022.

[15] World Economic Forum, "The Global Risks Report 2023," World Economic Forum, Geneva, 2023.

[16] Nanosys, "Nanosys Quantum Dot Technology," [Online]. Available: https://www.nanosysinc.com/quantum-dot-technology. [Accessed: 30-Aug-2023].

[17] Carbon, "Our Technology," [Online]. Available: https://www.carbon3d.com/our-technology/. [Accessed: 30-Aug-2023].

[18] Kebotix, "Kebotix and BASF Announce Collaboration," Press Release, Mar. 2022.

[19] Citrine Informatics, "AI-Powered Materials Informatics Platform," [Online]. Available: https://citrine.io/. [Accessed: 30-Aug-2023].

[20] UNESCO, "UNESCO Science Report: The race against time for smarter development," UNESCO Publishing, Paris, 2022.

[21] PitchBook, "Emerging Tech Research: Advanced Materials," PitchBook Data, Inc., 2023.

[22] European Commission, "Horizon Europe," [Online]. Available: https://ec.europa.eu/info/research-and-innovation/funding/funding-opportunities/funding-programmes-and-open-calls/horizon-europe_en. [Accessed: 30-Aug-2023].

[23] International Business Innovation Association (InBIA), "Business Incubation Industry Statistics," 2023.

[24] U.S. Small Business Administration, "SBIR/STTR Annual Report," 2022.

[25] Fraunhofer-Gesellschaft, "Annual Report 2022," Munich, 2023.

[26] National Institute for Materials Science (NIMS), "NIMS-SIP Program," [Online]. Available: https://www.nims.go.jp/eng/research/sip/index.html. [Accessed: 30-Aug-2023].

*[27] A*STAR, "Institute of Materials Research and Engineering (IMRE) Annual Report 2022," Singapore, 2023.*

[28] Tel Aviv University, "Center for Nanoscience and Nanotechnology Annual Report," Tel Aviv, 2022.

[29] Bộ Khoa học và Công nghệ, "Báo cáo tổng quan về khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực vật liệu mới tại Việt Nam," 2023.

[30] T. H. Nguyen et al., "Development of biodegradable nano-materials for food packaging: A case study of NanoLife," Journal of Advanced Materials Research, 2022, 15, 245-260.

[31] Hiệp hội Các nhà đầu tư mạo hiểm Việt Nam (VVCA), "Báo cáo đầu tư khởi nghiệp Việt Nam 2022," 2022.

[32] Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học và công nghệ (NATEC), "Đánh giá năng lực công nghệ của doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực vật liệu mới," 2023.

[33] Bộ Khoa học và Công nghệ, "Thống kê hợp tác nghiên cứu-sản xuất trong lĩnh vực vật liệu mới giai đoạn 2018-2022," 2023.

[34] Tổng cục Thống kê, "Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2022," 2023.

[35] Hiệp hội Công nghiệp hỗ trợ Việt Nam, "Dự báo nhu cầu vật liệu composite trong ngành công nghiệp ô tô Việt Nam giai đoạn 2023-2025," 2023.

[36] Quỹ Đổi mới công nghệ quốc gia (NATIF), "Báo cáo thường niên 2022," 2023.

[37] Bộ Khoa học và Công nghệ, "Báo cáo hợp tác quốc tế trong lĩnh vực khoa học và công nghệ giai đoạn 2018-2022," 2023.

[38] Viện Khoa học Vật liệu Việt Nam, "Báo cáo dự án hợp tác nghiên cứu vật liệu nano cho pin lithium-ion," 2022.

[39] Bộ Công Thương, "Quy hoạch phát triển điện lực quốc gia giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2045," 2021.

[40] Vietnam Energy Association, "Forecast on perovskite material demand for high-efficiency solar cells in Vietnam 2023-2025," 2023.

[41] K. J. Lee et al., "Success factors and challenges in new materials R&D projects," KAIST Research Report, vol. 15, no. 3, pp. 45-60, 2022.

[42] Advanced Materials Industry Association, "Scaling up new materials production: Challenges and opportunities," AMI Annual Report, pp. 78-95, 2023.

[43] World Intellectual Property Organization, "Patent processing times for new materials inventions," WIPO Statistics Database, 2024. [Online]. Available: https://www.wipo.int/ipstats/en/. [Accessed: 15-Aug-2024].

[44] S. M. Johnson and A. R. Miller, "The cost of international patent protection for new materials," Stanford Technology Law Review, vol. 26, no. 2, pp. 215-240, 2023.

[45] McKinsey & Company, "Advanced materials market dynamics and competitive landscape," Global Advanced Materials Report, pp. 32-45, 2024.

[46] Crunchbase, "Global new materials startup funding data 2020-2024," Crunchbase Pro Database, 2024. [Online]. Available: https://www.crunchbase.com/. [Accessed: 20-Aug-2024].

[47] Materials Research Society, "Workforce challenges in new materials startups," MRS Bulletin, vol. 48, no. 5, pp. 412-425, 2023.

[48] PitchBook, "Venture capital investments in new materials startups," PitchBook-NVCA Venture Monitor, Q2 2024.

[49] J. Roberts and D. Eesley, "Entrepreneurial impact: The role of MIT – An updated report," MIT Sloan School of Management, pp. 78-92, 2023.

[50] European Commission, "University-industry collaboration in materials science innovation," EU Innovation Scoreboard, pp. 105-120, 2024.

[51] Deloitte, "Specialized vs. traditional VC performance in new materials investments," Deloitte Insights, pp. 45-60, 2023.

[52] Advanced Materials Industry Association, "Educational background of successful new materials startup founders," AMI Startup Survey, pp. 28-35, 2024.

[53] Organisation for Economic Co-operation and Development, "Commercialization of new materials patents across OECD countries," OECD Science, Technology and Innovation Outlook, pp. 152-170, 2023.

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, sáng chế, ứng dụng vật liệu và công nghệ nano vào các lĩnh vực đời sống: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra

GS.TS. Phạm Thành Huy
Hiệu trưởng Trường Đại học Phenikaa

1. Giới thiệu

Tại Việt Nam, các hoạt động khởi nghiệp sáng tạo mặc dù còn rất mới nhưng đã và đang thu hút được rất nhiều sự quan tâm và được coi như là một động lực mới thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội nhanh và bền vững. Với sự quan tâm của Chính phủ, các bộ, ngành, địa phương, các doanh nghiệp và các trường đại học cho đến nay bước đầu đã hình thành nên một hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo bao gồm các cấu phần như: hệ thống các chính sách tạo hành lang pháp lý kiến tạo hệ sinh thái khởi nghiệp; các startup; chương trình hỗ trợ khởi nghiệp; các cơ sở cung cấp các dịch vụ hỗ trợ startup; định chế tài chính, quỹ đầu tư, nhà đầu tư…cung cấp vốn cho startup.

Hiện tại có khoảng 30 quỹ đầu tư cho doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam, trong đó có những quỹ đầu tư hoạt động rất tích cực như IDG Ventures, CyberAgent Ventures, Captii Ventures, Gobi Partners, 500 startups….Nhiều tập đoàn lớn của Việt Nam cũng đã thành lập các quỹ đầu tư cho doanh nghiệp khởi nghiệp như: FPT Ventures, Viettel Venture, Quỹ ĐMST Phenikaa, Quỹ sáng tạo CMC, Quỹ ĐMST Vingroup. Dù chưa nhiều nhưng ở Việt Nam cũng đã bắt đầu hình thành một số mạng lưới đầu tư thiên thần như VIC Impact, Hatch! Angel Investor Network, iAngel (Mạng lưới nhà đầu tư thiên thầnViệt Nam), Angel4us. Đồng thời, đã hình thành nên một mạng lưới các khu làm việc chung (coworking space), không gian sáng tạo (innovation hub) đáp ứng cả nhu cầu về cầu đào tạo, cơ sở vật chất – kỹ thuật, và nhu kết nối của các startup tập trung ở các đô thị lớn như Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội. Bên cạnh việc ra đời Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc gia (NIC), một số tỉnh thành phố như TP Hồ Chính Minh, TP Đà Nẵng, Quảng Ninh, Đắk Lắk…đã thành lập các trung tâm khởi nghiệp sáng tạo làm đơn vị đầu mối kết nối, tổ chức các hoạt động, cung cấp các dịch vụ hỗ trợ và triển khai các chính sách hỗ trợ cho cộng đồng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

Theo đánh giá của Trung tâm nghiên cứu khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo toàn cầu (StarupBlink), trong giai đoạn từ năm 2020 đến nay, Top 5 quốc gia đứng đầu trong Bảng chỉ số xếp hạng Hệ sinh thái khởi nghiệp cho 1000 thành phố và 100 quốc gia trên thế giới là Mỹ, Anh, Israel, Canada và Đức. Năm 2021, ngành có nhiều hoạt động nhất là Phần mềm và Dữ liệu chiếm 34,7% với hơn 24000 công ty khởi nghiệp và 255 kỳ lân. Tiếp theo là Công nghệ xã hội và Giải trí chiếm 12% với hơn 8000

công ty khởi nghiệp và 26 kỳ lân. Thương mại điện tử và công nghệ bán lẻ chiếm 9,8% với gần 7000 công ty khởi nghiệp và 119 kỳ lân. Bên cạnh đó một số ngành mới có mức độ mở rộng cao là Công nghệ tài chính (Fintech) với hơn 8000 công ty khởi nghiệp và 110 kỳ lân, Công nghệ Y tế với hơn 6.000 công ty khởi nghiệp và 40 kỳ lân, Công nghệ Vận tải với hơn 2.000 công ty khởi nghiệp và 55 kỳ lân.

Đánh giá của các tổ chức quốc tế cũng cho thấy, Việt Nam nằm trong Top 3 hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo năng động nhất khu vực Đông Nam Á (chỉ đứng sau Indonesia và Singapore), TOP 20 nền kinh tế có tinh thần khởi nghiệp dẫn đầu thế giới. Các doanh nghiệp khởi nghiệp như Elsa, MoMo, VNPay, Lozi... đã nhận được nhiều khoản đầu tư lớn tại Việt Nam. Các con số này là minh chứng cho thấy khả năng phát triển của hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo còn mới mẻ và đầy sức hút ở Việt Nam. Hơn nữa, dư địa chuyển đổi số của cả khu vực công và tư nhân của Việt Nam còn rất lớn. Nhiều bài toán lớn của khu vực công như dịch vụ công trực tuyến, hệ thống logistic nội địa, hệ thống chăm sóc sức khỏe… sẽ là cơ hội cho các doanh nghiệp phát triển giải pháp đổi mới sáng tạo, hình thành những doanh nghiệp khởi nghiệp mới đáp ứng nhu cầu cấp bách của xã hội.

Như vậy, trong bối cảnh khó khăn chung của kinh tế thế giới nói chung và của các công ty công nghệ nói riêng (do ảnh hưởng của đại dịch covid-19, do chiến tranh Nga - Ucraina), Việt Nam vẫn là một thị trường đầy tiềm năng cho hoạt động đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp. Việc hình thành và xây dựng được các trung tâm khởi nghiệp sáng tạo có khả năng kết nối, thu hút, tìm kiếm, ươm tạo, đầu tư cho các ý tưởng sáng tạo, các công nghệ mới của các nhà khoa học, công nghệ sẽ là cơ hội rất tốt để các doanh nghiệp, địa phương vươn lên trở thành đối tác của nhiều các quỹ đầu tư, hệ sinh thái đổi mới sáng tạo trong nước và quốc tế.

2. Vai trò, đặc điểm, cơ hội và thách thức của doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo

Doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo (startup) được định nghĩa là một công ty hoặc dự án do một hoặc nhiều doanh nhân thành lập nhằm tìm kiếm, phát triển một mô hình kinh doanh mới, một phân khúc thị trường mới khác biệt và thường gắn với những nền tảng công nghệ hoặc phát minh/giải pháp công nghệ mới. Mục tiêu của các doanh nghiệp khởi nghiệp là làm thay đổi/phá vỡ các mô hình kinh doanh, các ngành công nghiệp truyền thống, tạo ra những mô hình/công nghệ mới có khả năng phát triển nhanh, nhân rộng và đem lại lợi nhuận cao.

Trong bối cảnh năng động của kinh doanh hiện đại, các Startup nổi lên như những trung tâm đổi mới và khởi nghiệp sôi động, đóng vai trò then chốt trong việc định hình nền kinh tế và xã hội trên toàn thế giới. Từ những gã khổng lồ công nghệ ở Thung lũng Silicon cho đến các doanh nghiệp quy mô nhỏ ở các thị trường mới nổi, các công ty khởi nghiệp đại diện cho hiện thân của sự sáng tạo, tham vọng và không ngừng theo đuổi các giải pháp trước những thách thức cấp bách.

- Chất xúc tác đổi mới

Có thể nói, Startup chính là điểm nóng của sự đổi mới, là chất xúc tác cho việc hình thành và tạo ra những ý tưởng và công nghệ đột phá. Với sự linh hoạt và đặc tính chấp nhận rủi ro, các Startup có vị trí đặc biệt để thử nghiệm các công nghệ và cách tiếp cận mới. Cho dù đó là phát triển phần mềm tiên tiến, cách mạng hóa việc cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe hay tiên phong đưa ra các giải pháp bền vững, các Startup đều đóng vai trò là chất xúc tác cho sự thay đổi mang tính chuyển đổi, thúc đẩy tiến bộ xã hội.

- Động cơ tăng trưởng kinh tế

Ngoài đổi mới, các Startup còn đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tạo việc làm. Khi mở rộng quy mô, các Startup sẽ tạo ra cơ hội việc làm, thúc đẩy nhu cầu về hàng hóa và dịch vụ, đồng thời kích thích đầu tư vào các lĩnh vực liên quan. Hơn nữa, các Startup có thể tạo ra sự năng động và khả năng cạnh tranh trong các thị trường trì trệ, thúc đẩy các doanh nghiệp truyền thống thích nghi và phát triển. Hiệu ứng tích lũy của hoạt động khởi nghiệp góp phần đáng kể vào tăng trưởng GDP, thúc đẩy việc hình thành những hệ sinh thái doanh nghiệp và phát triển thịnh vượng.

- Ươm mầm tinh thần khởi nghiệp

Các công ty khởi nghiệp thể hiện tinh thần kinh doanh, truyền cảm hứng cho các cá nhân theo đuổi đam mê, chấp nhận rủi ro có tính toán và nhận ra tiềm năng của mình. Thông qua những điển hình thành công, các Startup đóng vai trò là ngọn hải đăng hy vọng cho các doanh nhân, thúc đẩy văn hóa sáng tạo. Hơn nữa, các Startup nuôi dưỡng một cộng đồng gồm những người sáng lập, cố vấn và nhà đầu tư, cung cấp những hiểu biết sâu sắc, mạng lưới và nguồn lực có giá trị để định hướng hành trình khởi nghiệp.

Các đặc điểm chính của một công ty khởi nghiệp bao gồm:

+ Ý tưởng sáng tạo

Hạt nhân của một start-up luôn là một ý tưởng mới, cố gắng đưa ra những giải pháp khác biệt và thường mang tính đột phá cho các vấn đề hàng ngày hoặc thậm chí khám phá những khả năng mới với những ý tưởng khiến nó khác biệt với bất kỳ đề xuất kinh doanh nào khác.

+ Công nghệ

Các công ty khởi nghiệp phụ thuộc rất nhiều vào CNTT để tối đa hóa phạm vi tiếp cận và sự hiện diện của họ, cũng như để tự quản lý hoạt động kinh doanh của mình.

+ Khả năng mở rộng và tăng trưởng nhanh

Tiềm năng tăng trưởng của startup là rất lớn, vì vậy một trong những đặc điểm của nó là tốc độ mở rộng sản xuất và bán hàng mà không ảnh hưởng quá nhiều đến mức chi tiêu.

+ Tài năng trẻ

Môi trường khởi nghiệp thường trẻ trung và hiện đại và gắn với những tài năng trẻ. Điều này được thúc đẩy bởi tầm quan trọng và sự phổ biến của các công nghệ mới ứng dụng trong hoạt động của startup.

+ Mức độ rủi ro cao

Sự phát triển của một start-up phụ thuộc vào sự thành công của ý tưởng. Nếu đối tượng mục tiêu không đón nhận nó như mong đợi, công ty khởi nghiệp sẽ thất bại.

+ Nguồn lực hạn chế

Các công ty khởi nghiệp thường bắt đầu với chi phí cao, doanh thu hạn chế và đội ngũ nhỏ gồm 1-3 người sáng lập. Tuy nhiên, họ đặt mục tiêu phát triển nhanh chóng và xây dựng các ý tưởng một cách nhanh chóng.

+ Những thách thức và cơ hội

Mặc dù các Startup mang lại nhiều hứa hẹn nhưng những doanh nghiệp mới, non trẻ, cũng phải đối mặt với vô số thách thức trên con đường đi đến thành công. Từ những hạn chế về nguồn vốn và các rào cản pháp lý cho đến sự biến động của thị trường và sự cạnh tranh khốc liệt, các công ty khởi nghiệp phải vượt qua những hoàn cảnh phức tạp, và hàm chứa nhiều rủi ro, bất ổn. Tuy nhiên, với chiến lược, tầm nhìn đúng đắn và sự kiên trì của nhưng doanh nhân khởi nghiệp, các Startup có thể vượt qua trở ngại và phát triển mạnh mẽ trước nghịch cảnh. Hơn nữa, các Startup có vị thế tốt để nắm bắt các cơ hội mới nổi trong các ngành đang phát triển và các thị trường chưa được khai thác, tận dụng sự thay đổi sở thích của người tiêu dùng và tiến bộ công nghệ. Khi các chính phủ, doanh nghiệp và xã hội nói chung nhận ra tầm quan trọng của khởi nghiệp, các chính sách hỗ trợ và nuôi dưỡng hệ sinh thái khởi nghiệp đang có đà phát triển trên toàn thế giới. Bằng cách thúc đẩy hợp tác, cung cấp khả năng tiếp cận vốn và xóa bỏ các rào cản, các bên liên quan có thể tạo ra môi trường thuận lợi cho các công ty khởi nghiệp phát triển, giải phóng toàn bộ tiềm năng của họ như động cơ của sự tiến bộ và thịnh vượng.

3. Thương mại hóa và hiện thực hóa các ý tưởng sáng tạo và ứng dụng công nghệ nano vào các lĩnh vực đời sống

Thương mại hóa sáng chế và các ý tưởng sáng tạo được xác định là chìa khóa cho khởi nghiệp. Nói đến doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo thường liên quan đến ứng dụng các ý tưởng mới, cách tiếp cận mới, công nghệ mới được phát triển từ kết

quả của hoạt động nghiên cứu khoa học. Vì vậy hoạt động nghiên cứu phát triển (R&D) và đầu tư cho R&D được xem như là điều kiện tiên quyết cho sự phát triển của các Startup. Để hiện thực hóa các ý tưởng sáng tạo, hình thành các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, và thương mại hóa các sản phẩm đổi mới sáng tạo thành công, trước hết cần phải lựa chọn được những lĩnh vực kinh doanh, sản xuất phù hợp với thế mạnh và các nguồn lực của doanh nghiệp, của địa phương. Việc xây dựng các chính sách hỗ trợ khuyến khích các hoạt động đổi mới sáng tạo, thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao, đầu tư cho nghiên cứu phát triển là hết sức cần thiết.

Hiện nay ở trên thế giới, ngành vật liệu và công nghệ nano đang được phát triển rất mạnh mẽ ở tại các nước tiên tiến. Vật liệu và công nghệ nano là một lĩnh vực khoa học và công nghệ liên ngành-hiện đại có triển vọng sẽ mang lại hiệu quả kinh tế lớn và có thể giải quyết nhiều bài toán về sức khỏe, năng lượng, môi trường… Vấn đề là mỗi quốc gia phải lựa chọn cách đi phù hợp với thực tiễn. Ở tại một số nước đang phát triển, việc đầu tư đúng thời điểm, tập trung và thu hút được các nguồn lực (nhân lực, vật lực) đã giúp tạo ra sự phát triển vượt bậc và thu hẹp được khoảng cách lớn so với các nước phát triển. Ở một số nước như Hàn Quốc, Trung Quốc & Nhật Bản, chính việc đầu tư tập trung cho lĩnh vực này, đã giúp cho hai quốc gia này vươn lên trở thành nhà sản xuất hàng đầu và sở hữu những nghệ tiên tiến nhất trong sản xuất vật liệu và công nghệ nano.

Là một nước đang phát triển, Việt nam đang phải đối mặt với rất nhiều thách thức lớn để đảm bảo sự phát triển bền vững. Một số vấn đề và thách thức mà Việt Nam đang phải đối mặt có thể kể ra như sau:

3.1. Trong lĩnh vực y tế-nông nghiệp

- Việt Nam là một nước nhiệt đới, do đó hàng năm việc bùng phát các dịch bệnh truyền nhiễm có ảnh hưởng lớn đến an toàn sức khỏe của cộng đồng, việc phát triển các vật liệu, công nghệ và thiết bị về kiểm soát và xử lý các tác nhân gây bệnh truyền nhiễm đang là một nhu cầu cấp thiết.

- Tỷ lệ gia tăng các bệnh mãn tính (bệnh không truyền nhiễm) như ung thư, đái tháo đường, tim mạch, phổi tắc nghẽn, dẫn tới nhu cầu về thiết bị chẩn đoán và phát hiện bệnh sớm để có thể đưa ra các giải pháp điều trị phù hợp.

- Vấn đề an toàn thực phẩm ở Việt Nam, tồn dư hóa chất trong thực phẩm, yêu cầu công nghệ và thiết bị kiểm soát các tồn dư thuốc/hóa chất trong thực phẩm.

- Lạm dụng thuốc hóa học trong nuôi trồng, chăn nuôi, cũng tạo ra các bài toán mới trong việc phát triển chế phẩm nông nghiệp mới từ các chế phẩm sinh học an toàn và thân thiện với môi trường thay thế thuốc kháng sinh và thuốc trừ sâu.

3.2. Trong lĩnh vực môi trường

- Ô nhiễm môi trường không khí, môi trường nước, dẫn tới nhu cầu về công

nghệ lọc không khí và công nghệ lọc nước tiên tiến (dựa trên các vật liệu và màng lọc nano).

- Công nghệ quan trắc môi trường, nhu cầu về thiết bị quan trắc môi trường và cảnh cáo sớm.

- Vật liệu thân thiện môi trường (có thể tự phân hủy), nhu cầu phát triển các vật liệu mới thân thiện và không gây hại môi trường

3.3. Trong lĩnh vực năng lượng

- Sản xuất năng lượng: phát triển các nguồn năng lượng tái tạo có nguồn gốc từ thực vật và chất thải động vật (sinh khối) thay thế nhiên liệu hóa thạch truyền thống.

- Công nghệ chuyển đổi & tích trữ năng lượng: Công nghệ pin quang điện, công nghệ chuyển đổi nhiệt-điện.

- Hệ thống năng lượng, vấn đề an toàn năng lượng: nhu cầu tối ưu, sử dụng hiệu quả năng lượng…

Với ưu điểm, thế mạnh là một lĩnh vực nghiên cứu liên ngành, là sự kết hợp của các khoa học về vật liệu, vật lý, hóa học, sinh học, điện tử…việc đầu tư nghiên cứu, phát triển vật liệu và công nghệ nano có thể tạo ra những công nghệ và sản phẩm có những tính chất ưu việt, vượt trội và có khả năng ứng dụng để giải quyết các vấn đề và thách thức trong nhiều lĩnh vực như y tế, môi trường & năng lượng với hiệu quả kinh tế-xã hội cao.

Cụ thể đối với Tỉnh Ninh Bình với những thế mạnh và nguồn lực về tài nguyên rừng và đa dạng sinh học, hệ sinh thái nông nghiệp, tài nguyên khoáng sản (đôlomít, khoáng chất công nghiệp, kim loại, vật liệu xây dựng…), tài nguyên du lịch tự nhiên, sản xuất công nghiệp…việc lựa chọn các lĩnh vực phù hợp để khuyến khích các tổ chức doanh nghiệp tham gia, đầu tư cho nghiên cứu phát triển và hỗ trợ việc hình thành nên các doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ là chìa khóa tạo nên động lực mới cho việc phát triển kinh tế xã hội của tỉnh. Dưới đây, chúng tôi đề xuất một số định hướng nghiên cứu phát triển thuộc lĩnh vực vật liệu và công nghệ nano mà Tỉnh Ninh Bình có thể xem xét lựa chọn, ưu tiên đầu tư cho các hoạt động đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp:

+ Nghiên cứu phát triển và ứng dụng công nghệ nano sinh học

Trong hướng này các hoạt động nghiên cứu phát triển và khởi tập trung vào 03 trọng điểm chính là (i) công nghệ y học nano, (ii) chẩn đoán nano và (iii) nông nghiệp nano. Trong y học nano, sẽ tập trung phát triển các vật liệu mới có thể ứng dụng trong chẩn đoán sớm và điều trị bệnh như hệ dẫn thuốc nano, khả năng tương tác sinh học của vật liệu với tế bào, chẩn đoán hình ảnh. Trong chẩn đoán nano, sẽ tập trung nghiên cứu phát triển các thiết bị và chip cảm biến sinh học nano để phát

hiện các mầm bệnh, các dấu hiệu sinh tồn ở người…Trong lĩnh vực nông nghiệp nano sẽ tập trung phát triển và thử nghiệm các chế phẩm có các thành phần nano an toàn sinh học và môi trường để điều hòa tăng trưởng cây, chế phẩm nano bảo vệ thực vật, chế phẩm nano khử trùng sử dụng trong chăn nuôi thủy sản…

+ Nghiên cứu phát triển & ứng dụng công nghệ nano môi trường

Trong hướng này các nghiên cứu tập trung vào sẽ tập trung vào phát triển các giải pháp công nghệ để giải quyết các vấn đề môi trường thách thức hiện nay bao gồm: (i) kiểm soát và quan trắc môi trường; (ii) công nghệ xử lý nước và (iii) xúc tác nano. Trong vấn đề kiểm soát và quan trắc môi trường, sẽ tập trung phát triển các cảm biến thông minh mới, phát triển các phương pháp đo và thiết bị phân tích môi trường theo hướng có thể xách tay, tích hợp có khả năng truyền dữ liệu qua mạng không dây và có thể quan trắc theo thời gian thực tại thực địa. Trong công nghệ xử lý nước, sẽ phát triển các công nghệ xử lý nước mới ứng dụng các vật liệu nano hấp phụ, vật liệu nano quang xúc tác để tăng cường hiệu quả xử lý và tiết kiệm chi phí sản xuất. Với vấn đề xúc tác nano, sẽ phát triển các cấu trúc nano mới (nano rỗng, cấu trúc nano dị hướng) để ứng dụng trong phản ứng điện-xúc tác (phản ứng tách nước-water spliting), và xúc tác hóa học…

+ Nghiên cứu phát triển & ứng dụng công nghệ nano năng lượng

Trong hướng này các nghiên cứu tập trung vào phát triển các giải pháp công nghệ để giải quyết các vấn đề năng lượng thách thức hiện nay bao gồm: (i) sản xuất năng lượng; (ii) tích trữ và chuyển đổi năng lượng; (iii) linh kiện/hệ thống năng lượng. Trong sản xuất năng lượng tập trung nghiên cứu phát triển các công nghệ pin mặt trời hiệu suất cao, pin mặt trời thế hệ mới…Về tích trữ và chuyển đổi năng lượng sẽ tập trung nghiên cứu các công nghệ tích trữ pin Lithium, siêu tụ điện, ác quy….và các công nghệ chuyển đổi năng lượng mới như vật liệu và linh kiện nhiệt-điện…

4. Kết luận

Trong bối cảnh sự cạnh tranh toàn cầu ngày càng tăng đối với các yếu tố cốt lõi của ưu thế công nghệ, như nhân tài, tri thức… các công ty khởi nghiệp sáng tạo đã bước đầu khẳng định được vai trò quan trọng trong thúc đẩy đổi mới, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và thúc đẩy văn hóa khởi nghiệp. Các chính sách vĩ mô của Chính phủ, địa phương, sự chung tay đồng hành của các doanh nghiệp sẽ là các yếu tố cần thiết để nuôi dưỡng hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo phát triển. Bằng cách thúc đẩy hợp tác, cung cấp khả năng tiếp cận vốn và xóa bỏ các rào cản phát sinh, các bên liên quan có thể tạo ra môi trường thuận lợi cho các công ty khởi nghiệp phát triển, giải phóng toàn bộ tiềm năng của họ tạo nên động lực mới cho sự tiến bộ và phát triển kinh tế xã hội thịnh vượng.

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ môi trường Trường hợp công nghệ xử lý chất thải rắn sinh hoạt Đặc điểm, Cơ hội, Thách thức và Những vấn đề đặt ra

Công ty Cổ phần Tập đoàn Công nghệ Huy Hoàng

Lời giới thiệu

Dựa trên nền tảng kinh nghiệm và kết quả của đổi mới sáng tạo trong quá trình thực hiện gói thầu xử lý triệt để và giải phóng toàn bộ bãi chôn lấp chất thải rắn sinh hoạt (CTRSH) Soi Nam[1], Công ty cổ phần Môi trường Huy Hoàng Eco và Công ty cổ phần Tập đoàn công nghệ Huy Hoàng đã từng bước khẳng định vị thế trong lĩnh vực đầu tư xây dựng và vận hành các nhà máy xử lý CTRSH tại Việt Nam.

Qúa trình đổi mới sáng tạo của chúng tôi được thực hiện thông qua nghiên cứu cải tiến các công nghệ xử lý CTRSH trong và ngoài nước, đảm bảo phù hợp với đặc thù CTRSH của Việt Nam[2]; tích hợp trong một mô hình nhà máy khép kín nhằm: Phân loại (tại nhà máy); Tái sử dụng; Tái chế; Xử lý (Khí hóa); Xử lý tro xỉ sau đốt; Xử lý nước rỉ rác theo mô hình "Kinh tế tuần hoàn" của pháp luật về bảo vệ môi trường.

Đến nay, sau hơn 05 năm khởi nghiệp sáng tạo, Công ty cổ phần Môi trường Huy Hoàng Eco và Công ty cổ phần Tập đoàn công nghệ Huy Hoàng tự hào khẳng định là những doanh nghiệp đầu tiên của Việt Nam sở hữu công nghệ có thể đồng thời xử lý CTRSH hàng ngày và CTRSH đã chôn lấp trong điều kiện chưa phân loại của Việt Nam, đã được Bộ Khoa học và Công nghệ thẩm định, công nhận đủ điều kiện áp dụng thực tế.

Nhằm góp phần hoàn thiện thể chế về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của Việt Nam nói chung và đóng góp ý kiến cho địa phương trong quá trình "Khởi tạo và thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hội nhập quốc tế tại Ninh Bình", Công ty cổ phần Tập đoàn Công nghệ Huy Hoàng và Công ty cổ phần Môi trường Huy Hoàng Eco tham luận hội thảo với chủ đề: *"Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ môi trường - Trường hợp công nghệ xử lý chất thải rắn sinh hoạt: Đặc điểm, Cơ hội, Thách thức và Những vấn đề đặt ra".*

Đặt vấn đề

Chủ trương của Đảng về "*Đẩy mạnh nghiên cứu, chuyển giao, ứng dụng và phát triển mạnh khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo"* được khẳng định là một

[1] Bãi chôn lấp chất thải rắn sinh hoạt Soi Nam tại phường Hải Tân, tỉnh Hải Dương đã đóng cửa từ năm 2011; nằm trong ranh giới của dự án "Đầu tư xây dựng Khu đô thị sinh thái ven sông Thái Bình - Ecorivers" do Công ty cổ phần Đầu tư Ecopark Hải Dương là chủ đầu tư. Bãi rác Soi Nam là một trong những điểm gây ô nhiễm nghiêm trọng cần được xử lý; có quy mô diện tích khoảng 6ha với lượng CTRSH cần xử lý hơn 500.000 tấn.

[2] Chất thải rắn sinh hoạt (rác) chưa phân loại tại nguồn; Tỷ trọng rác hữu cơ lớn; Độ ẩm cao; Nhiệt trị thấp; Lẫn nhiều chất thải rắn là phế liệu xây dựng; gạch, đá, sành sứ…

trong các "đột phá chiến lược" của đất nước giai đoạn 2021-2030[3], đã và đang được Quốc hội, Chính phủ từng bước hoàn thiện thể chế hóa trên hầu hết các ngành, lĩnh vực phát triển của đất nước. Tại Triển lãm quốc tế Đổi mới sáng tạo Việt Nam 2023, Thủ tướng Chính phủ đã khẳng định: *"Đổi mới sáng tạo là một xu thế tất yếu, lựa chọn chiến lược, đòi hỏi khách quan và ưu tiên hàng đầu của Việt Nam. Trong thời gian tới, nhiệm vụ trong tâm của Chính phủ trước hết là hoàn thiện thể chế, chính sách cho hoạt động đổi mới sáng tạo tại Việt Nam, đáp ứng kịp thời yêu cầu phát triển trong thực tiễn của các chủ thể hệ sinh thái đổi mới sáng tạo,* ***đặc biệt là các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp sáng tạo****. Trong đó, cần nghiên cứu, mạnh dạn triển khai những cơ chế thử nghiệm, đặc thù cho các đối tượng, lĩnh vực đổi mới sáng tạo có tiềm năng tạo bứt phá và động lực mới cho nền kinh tế phát triển nhanh, bền vững" (Baochinhphu.vn).*

Do đó, việc triển khai nghiên cứu "Khởi tạo và thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hội nhập quốc tế tại Ninh Bình" nhằm tạo dựng môi trường, hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo cho các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước là hết sức cần thiết, đặc biệt đối với "Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ môi trường".

Đặc điểm về công nghệ xử lý CTRSH và quản lý CTRSH tại Việt Nam: Cơ hội lớn cho "Khởi nghiệp sáng tạo"

Theo báo cáo của Viện Nghiên cứu Quy hoạch và Phát triển (PDI), năm 2023, mỗi ngày cả nước phát sinh hơn 60.000 tấn CTRSH, tỷ lệ phát sinh thêm hàng năm khoảng từ 10%-16%/năm. Mặc dù có rất nhiều công nghệ xử lý CTRSH tiên tiến, hiện đại đã và đang được áp dụng thành công tại các quốc gia phát triển trên thế giới, việc triển khai áp dụng những công nghệ hiện đại này tại Việt Nam gặp rất nhiều khó khăn.

Nguyên nhân chính của vấn đề này bao gồm: *(i) Công nghệ tiên tiến, hiện đại của thế giới không phù hợp với đặc điểm CTRSH của Việt Nam; (ii) Suất vốn đầu tư công nghệ rất lớn, không phù hợp với điều kiện kinh tế xã hội và khả năng chi trả của ngân sách các địa phương; (iii) Năng lực thu gom và quy mô xử lý tại hầu hết các địa phương là nhỏ, không tập trung, không đảm bảo tính hiệu quả về quy mô và thời gian thu hồi vốn cho nhà đầu tư.*

Điều này dẫn tới một thực trạng là hầu hết lượng CTRSH tại Việt Nam được xử lý bằng các công nghệ lạc hậu, tiềm ẩn nhiều rủi ro và ô nhiễm môi trường thứ cấp. Cụ thể, khoảng 71% lượng CTRSH vẫn phải xử lý bằng phương pháp chôn lấp; 16% được xử lý bằng công nghệ chế biến phân hữu cơ; 13% được xử lý bằng phương pháp đốt (đa phần là đốt thiêu hủy thủ công, quy mô nhỏ; một số ít được đốt bằng các lò đốt tiên tiến công suất lớn). Thậm chí, ngay công nghệ đốt rác phát điện (một trong những công nghệ "được cho là tiên tiến, hiện đại ở Việt Nam" và đang là "xu thế/ưu tiên lựa

3 Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII ngày 01/02/2021.

chọn" tại nhiều địa phương) đã bị hạn chế áp dụng hoặc áp dụng có kiểm soát chặt chẽ tại rất nhiều quốc gia phát triển trên thế giới[4], cũng không thể khẳng định được hiệu quả bền vững trong thực tế áp dụng tại Việt Nam[5].

Với thực trạng công nghệ xử lý trong nước đã lạc hậu; các công nghệ tiên tiến, hiện đại của thế giới chưa thực sự phù hợp với đặc điểm CTRSH và điều kiện kinh tế xã hội của Việt Nam; nhu cầu xử lý ngày càng rất lớn; quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường ngày càng cao (*Chất thải rắn sinh hoạt phải được xử lý bằng công nghệ phù hợp, đáp ứng quy chuẩn kỹ thuật môi trường…, hạn chế xử lý chất thải rắn sinh hoạt bằng công nghệ chôn lấp trực tiếp")*, áp lực đổi mới sáng tạo là rất lớn đối với các nhà quản lý, đồng thời là "Cơ hội" cho khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ xử lý CTRSH tại Việt Nam.

Khởi nghiệp sáng tạo từ các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ môi trường: Những thách thức lớn và các vấn đề đặt ra

Thiếu điều kiện để hiện thực hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế

Qúa trình đổi mới sáng tạo nói chung cần sự kết hợp giữa "Nguyên lý" và "Thực tế". Điều này được cụ thể hóa trong Luật Sở hữu trí tuệ về điều kiện bảo hộ đối với phát minh, sáng chế gồm: *a) Có tính mới; b) Có trình độ sáng tạo; c) Có khả năng áp dụng công nghiệp*, trong đó, *"Sáng chế được coi là có khả năng áp dụng công nghiệp nếu có thể thực hiện được việc chế tạo, sản xuất hàng loạt sản phẩm hoặc áp dụng lặp đi lặp lại quy trình là nội dung của sáng chế và thu được kết quả ổn định"*.

Trong lĩnh vực công nghệ xử lý CTRSH, các doanh nghiệp, nhà khoa học cần một số điều kiện đầu vào đặc thù để có thể "áp dụng lặp đi lặp lại quy trình của sáng chế và đánh giá kết quả". Cụ thể gồm: (i) Cần một lượng CTRSH đầu vào đủ lớn để làm công tác thử nghiệm các ý tưởng, phát minh, sáng chế; (ii) Cần địa điểm thử nghiệm phù hợp theo quy định của pháp luật (khoảng cách an toàn về môi trường).

Với những điều kiện đầu vào đặc thù nêu trên, chỉ một số ít các cơ sở xử lý CTRSH hiện hữu (như Nhà máy, khu liên hợp xử lý CTRSH…) mới có đủ điều kiện để hiện thực hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ môi trường. Nói cách khác, các doanh nghiệp, cá nhân khởi nghiệp (chưa có dự án đầu tư) trong lĩnh vực công nghệ xử lý CTRSH thiếu môi trường và điều kiện cần thiết để hiện thực hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế.

Rất khó để khởi nghiệp sáng tạo bằng cách "Thương mại hóa" các phát minh, sáng chế công nghệ môi trường

[4] Châu Âu yêu cầu tuân thủ nguyên tắc 3R gồm Reduce (Tiết giảm); Reuse (Tái sử dụng); Recycle (Tái chế); không được đốt toàn bộ CTRSH khi áp dụng công nghệ đốt rác thu hồi năng lượng (bao gồm cả phát điện).

[5] Một số dự án đốt rác phát điện tại Việt Nam có tỷ lệ tro xỉ, tro bay từ 20%-25% lượng CTRSH đầu vào được xử lý, rủi ro gây ô nhiễm môi trường thứ cấp rất lớn (đốt 1 tấn rác phát thải vào môi trường hơn 1 tấn CO_2), phát sinh thêm nhiều chi phí và quỹ đất để xử lý; tốn rất nhiều ngân sách nhà nước cho xử lý CTRSH và trợ giá điện.

Việc thương mại hóa các phát minh, sáng chế về công nghệ nói chung được thực hiện thông qua một số phương pháp phổ biến như: (i) Chuyển giao công nghệ; (ii) Góp vốn bằng công nghệ vào doanh nghiệp, dự án đầu tư; (iii) Bán trang thiết bị công nghệ. Mặc dù là một trong những công nghệ được khuyến khích chuyển giao theo pháp luật về chuyển giao công nghệ, quá trình "thương mại hóa" các phát minh, sáng chế trong lĩnh vực công nghệ xử lý CTRSH luôn gặp những rào cản pháp lý về thẩm định, đánh giá công nghệ theo quy định của pháp luật.

Ngay cả trường hợp các phát minh, sáng chế trong lĩnh vực xử lý CTRSH đã được cơ quan có thẩm quyền thẩm định, đánh giá trong quá trình cấp chứng nhận công nghệ hoặc đăng ký sở hữu trí tuệ, khi áp dụng vào mỗi dự án khác nhau, đều phải "thực hiện lại" bước thẩm định, đánh giá công nghệ (do các dự án trong lĩnh vực xử lý CTRSH thuộc nhóm dự án đầu tư xây dựng có nguy cơ tác động xấu đến môi trường theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường có sử dụng công nghệ).

Do đó, đối với những phát minh, sáng chế mới (mới chỉ được chứng nhận công nghệ theo pháp luật về chuyển giao công nghệ hoặc được bảo hộ theo pháp luật về sở hữu trí tuệ nhưng chưa từng áp dụng thực tế vào các dự án đầu tư), thậm chí cả công nghệ tiên tiến của nước ngoài lần đầu tiên áp dụng tại Việt Nam, việc "thương mại hóa" là vô cùng khó khăn do bên "Nhận chuyển giao công nghệ/Sử dụng công nghệ" thiếu căn cứ tin cậy để đảm bảo công nghệ đó sẽ được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp thuận áp dụng.

Rất khó để trở thành Doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo thông qua việc ứng dụng các phát minh, sáng chế mới về công nghệ xử lý CTRSH vào Dự án đầu tư

Theo quy định của pháp luật về bảo vệ môi trường, đấu thầu và đầu tư, việc lựa chọn nhà đầu tư thực hiện dự án đầu tư xây dựng và vận hành các cơ sở xử lý CTRSH phải thực hiện thông qua đấu thầu, trong đó, điều kiện tiên quyết về kinh nghiệm thực hiện các dự án tương tự luôn là rào cản kỹ thuật mà các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực này không thể đáp ứng khi tham gia đấu thầu (trừ khi thực hiện liên danh để tham gia đấu thầu).

Bên cạnh đó, rất nhiều địa phương có quan điểm "định hướng công nghệ", hoặc thậm chí "chỉ định công nghệ" khi tổ chức đấu thầu lựa chọn nhà đầu tư thực hiện dự án đầu tư xây dựng và vận hành cơ sở xử lý CTRSH cũng là thách thức lớn đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực này. Thực tế cho thấy, rất nhiều địa phương quy định tiêu chí về công nghệ trong hồ sơ mời thầu dạng: (i) Ưu tiên (thậm chí là chỉ định) công nghệ đốt rác phát điện; hoặc (ii) Ưu tiên công nghệ, trang thiết bị công nghệ có nguồn gốc xuất xứ từ các nước phát triển như G7, EU…cũng là rào cản đối với hoạt động đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực công nghệ xử lý CTRSH tại Việt Nam.

Những vấn đề đặt ra và định hướng giải pháp

Những Đặc điểm, Cơ hội, Thách thức nêu trên đặt ra nhiều vấn đề và nhiệm vụ đối với chính quyền các cấp, các địa phương trong việc hỗ trợ, tạo điều kiện cần thiết cho các doanh nghiệp, cá nhân khởi nghiệp sáng tạo trong công nghệ xử lý CTRSH nói riêng và công nghệ môi trường nói chung. Theo đó, các địa phương cần xây dựng được "Môi trường" cho đổi mới sáng tạo; "Động lực" cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và các "Điều kiện thuận lợi" cho thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các đổi mới sáng tạo. Định hướng giải pháp có thể xem xét như sau:

Cơ sở pháp lý cho việc đề xuất giải pháp

- Nghị quyết Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XIII, trong đó xác định nhiệm vụ trọng tâm trong nhiệm kỳ Đại hội là: *"Đẩy mạnh nghiên cứu, chuyển giao, ứng dụng và phát triển mạnh KHCN, ĐMST là một trong các đột phá chiến lược của đất nước giai đoạn 2021-2030".*

- Luật Khoa học và Công nghệ (Điều 69): *Xây dựng và phát triển thị trường khoa học và công nghệ;*

- Luật Bảo vệ môi trường (Điều 143, 144): *Phát triển ngành công nghiệp môi trường, dịch vụ môi trường;*

- Luật Đấu thầu (Điều 10): *Ưu đãi trong lựa chọn nhà thầu, nhà đầu tư;*

- Quyết định số 569/QĐ-TTg ngày 11/05/2022 về Chiến lược phát triển KHCN, ĐMST đến 2030: *"Tạo dựng khuôn khổ pháp lý triển khai các cơ chế thí điểm, thử nghiệm và đặc thù đối với các loại hình/mô hình kinh tế mới dựa trên khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo…"*

- Tham khảo chính sách: Nghị định số 94/2020/NĐ-CP ngày 21/8/2020 về Chính sách ưu đãi đối với TT ĐMST quốc gia.

Nguyên tắc thực hiện

- Kế thừa mô hình tổ chức, kinh nghiệm quản lý, cơ chế chính sách của/đối với Trung đổi mới sáng tạo quốc gia.

- Lập đề án (tổng thể các lĩnh vực) xin cấp có thẩm quyền cho phép áp dụng thí điểm một số cơ chế ưu đãi đối với các Doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST hoạt động tại Trung tâm (của Ninh Bình).

Nội dung giải pháp

Thứ nhất: Giải pháp hỗ trợ, tạo động lực cho các cá nhân, doanh nghiệp thực hiện đổi mới sáng tạo và các điều kiện để hiện thực hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế thành các sản phẩm công nghệ, sở hữu trí tuệ; được thử nghiệm, thẩm định, công nhận đủ điều kiện áp dụng thực tế.

Cụ thể, doanh nghiệp đổi mới sáng tạo hoạt động tại Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (của Ninh Bình) sẽ được một số ưu đãi gồm:

- *Được ưu tiên bố trí quỹ đất phù hợp, nguồn CTRSH đầu vào để thử nghiệm các ý tưởng, phát minh, sáng chế về công nghệ xử lý CTRSH;*

- *Được hỗ trợ các thủ tục nghiệm thu, thẩm định, công nhận kết quả đổi mới sáng tạo theo pháp luật về Khoa học và Công nghệ; Chuyển giao công nghệ; Sở hữu trí tuệ…;*

- *Được hỗ trợ (rút ngắn, miễn, giảm) các thủ tục về xây dựng; đầu tư; môi trường; Ưu đãi tiền thuê đất, thuế phí có liên quan cho hoạt động thử nghiệm các đổi mới sáng tạo;*

Thứ hai: Thí điểm xây dựng các cơ chế, chính sách nhằm hỗ trợ các cá nhân, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo có thể thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng, phát minh, sáng chế công nghệ môi trường; đặc biệt là các cơ chế, chính sách ưu đãi và khuyến khích đầu tư trong quá trình đấu thầu lựa chọn nhà đầu tư thực hiện dự án.

Về vấn đề này, Chiến lược phát triển khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo của Việt Nam đến năm 2030 đã định hướng giải pháp: *"Sửa đổi, hoàn thiện hệ thống pháp luật về khoa học và công nghệ, các luật liên quan để phù hợp với những yêu cầu mới đặt ra trong phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, thúc đẩy đổi mới sáng tạo gắn với khoa học và công nghệ; tạo dựng khuôn khổ pháp lý triển khai các cơ chế thí điểm, thử nghiệm và đặc thù đối với các loại hình/mô hình kinh tế mới dựa trên khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo".* Các địa phương có thể mạnh dạn đề xuất Chính phủ xem xét, thống nhất cho áp dụng thí điểm "một số định hướng chính sách" của các ngành, lĩnh vực về ưu đãi đầu tư, xây dựng, đấu thầu[6] …trên địa bàn tỉnh đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo hoạt động tại Trung tâm đổi mới sáng tạo của địa phương trong quá trình dự đấu thầu lựa chọn nhà đầu tư.

Cụ thể, doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hoạt động tại Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (của Ninh Bình), khi dự thầu, đăng ký đầu tư và thực hiện chuyển giao công nghệ trên địa bàn tỉnh sẽ được hưởng một số ưu đãi gồm:

- *Miễn một số tiêu chí đánh giá về: Hợp đồng/Dự án tương tự; Doanh thu, tài chính và một số yêu cầu khác cho phù hợp với đặc thù của DN khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (Tương tự như quy định tại Điều 10 Nghị định 94/2020/NĐ-CP);*

- *Trung tâm hỗ trợ các thủ tục đăng ký doanh nghiệp khoa học công nghệ theo*

[6] Điều 10 Nghị định 94/2020/NĐ-CP ngày 21/8/2020 của Chính phủ quy định về ưu đãi Đấu thầu đối với doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, trong đó, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo hoạt động tại Trung tâm được miễn một số tiêu chí khi dự thầu, bao gồm cả tiêu chí về kinh nghiệm thực hiện dự án tương tự, áp dụng trong đấu thầu các gói thầu.

pháp luật về Khoa học và Công nghệ trên cơ sở kết quả đổi mới sáng tạo đã được thẩm định, nghiệm thu;

- *Những kết quả của đổi mới sáng tạo đã được thẩm định (công nghệ) theo pháp luật về Khoa học và Công nghệ thì được miễn thủ tục thẩm định (công nghệ) theo pháp luật về Chuyển giao công nghệ, Bảo vệ môi trường, Đầu tư…*

Lời kết

Chiến lược phát triển khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo của Việt Nam đến năm 2030 được Thủ tướng Chính phủ ban hành tại Quyết định số 569/QĐ-TTg ngày 11/5/2022. Trong đó, Chính phủ khẳng định quan điểm: "*Phát triển khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo là quốc sách hàng đầu, đóng vai trò đột phá chiến lược trong giai đoạn mới..".* Dưới góc nhìn và kinh nghiệm của một "Doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo" trong lĩnh vực môi trường, Công ty cổ phần Tập đoàn Công nghệ Huy Hoàng và Công ty cổ phần Môi trường Huy Hoàng Eco hy vọng đóng góp một phần vào sự thành công trong quá trình "Xây dựng, quản trị và vận hành Trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc tế tại Ninh Bình" nói riêng và đề xuất ý kiến để cơ quan nhà nước có thẩm quyền nghiên cứu, hoàn thiện thể chế, chính sách về khởi nghiệp sáng tạo của đất nước nói chung./.

Khởi nghiệp nông nghiệp sáng tạo gắn với hệ sinh thái khởi nghiệp tỉnh Ninh Bình

TS. Đàm Quang Thắng
Chủ tịch Hội đồng Cố vấn Khởi nghiệp ĐMST Quốc Gia

1. Xác định vai trò của nông nghiệp với hệ sinh thái (HST) khởi nghiệp sáng tạo Ninh Bình

- Gắn Nông nghiệp vào HST Khởi nghiệp dựa trên định hướng phát triển nông nghiệp của tỉnh Ninh Bình

- Tối ưu tài nguyên bản địa, giữ gìn và phát huy di sản lịch sử, bản sắc văn hóa…gắn với lợi thế địa phương

- Vai trò trụ cột trong phát triển kinh tế địa phương, nền tảng vững chắc trong việc xây dựng và pát triển HST Khởi nghiệp sáng tạo địa phương.

2. Lợi thế của Ninh Bình trong việc phát triển Khởi nghiệp Nông nghiệp sáng tạo

- Đa dạng về địa hình (đồng bằng, đồi núi, bán sơn địa, biển…)

- Thuận tiện về hệ thống giao thông và Logistic…

- Đa dạng về tài nguyên (đất, rừng, biển…)

- Tiềm năng phát triển mạnh về Du lịch – Văn hóa - Ẩm thực

- Điểm sáng trong bản đồ Du lịch Việt nam (quy mô Quốc gia, Quốc tế)

- Đa dạng về các sản phẩm nông nghiệp

3. Cơ hội phát triển của Nông nghiệp Ninh Bình Gắn với khởi nghiệp Nông nghiệp sáng tạo

3.1. Thị trường tiêu thụ tại địa phương

- Lượng khách du lịch đông đảo

- Nguồn cung cấp nguyên vật liệu đầu vào cho các mô hình khởi nghiệp, kinh doanh sáng tạo

3.2. Gắn với tiềm năng phát triển du lịch

- Các mô hình du lịch trải nghiệm

- Phát triển du lịch bền vững gắn với bảo tồn môi trường, văn hóa địa phương

- Xu hướng sử dụng các sản phẩm thiên nhiên, gắn với phát triển bền vững và tạo tác động

- Định hướng phát triển dựa trên lợi thế địa phương của tỉnh

4. Giải pháp phát triển nông nghiệp gắn với Hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo

4.1. Kinh doanh Nông nghiệp (AgriBusiness)

- Cung cấp giải pháp/ Đáp ứng được nhu cầu của người dùng các sản phẩm nông nghiệp địa phương

- Tối đa hóa lợi nhuận

- Áp dụng công nghệ, giảm thiểu các tác động của nông nghiệp đến môi trường

4.2. Phát triển nông nghiệp theo chuỗi giá trị (Value Chain)

- Tập trung vào các sản phẩm, dịch vụ lợi thế của Ninh Bình

- Xác định rõ thị trường, khách hàng, giải pháp về sản phẩm, dịch vụ…các sản phẩm chế biến sâu

- Gắn mô hình nông nghiệp với lợi thế văn hóa – du lịch - ẩm thực của địa phương nhằm tạo chuỗi giá trị bền vững (du lịch nông nghiệp, du lịch trải nghiệm, mô hình kinh tế xanh, kinh tế bền vững..)

5. Giải pháp phát triển Hệ sinh thái Khởi nghiệp Nông nghiệp sáng tạo

5.1. Trung tâm khởi nghiệp sáng tạo

- Kết nối nguồn lực trong và ngoài nước để hỗ trợ xây dựng, phát triển HST Khởi nghiệp Sáng tạo tỉnh Ninh Bình và các địa phương lân cận.

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực về ĐMST cho HST địa phương và nhành nông nghiệp

- Hình thành các mạng lưới hỗ trợ (cố vấn, huấn luyện viên, chuyên gia, các nhà đầu tư…)

5.2. Trung tâm ươm tạo AgriBusiness

- Xây dựng các mô hình kinh doanh nông nghiệp sáng tạo (dựa trên chuỗi giá trị liên kết, công nghệ,tài nguyên bản địa…), khuyến khích thửu nghiệm những mô hình mới, giải pháp mới.

- Tìm kiếm các giải pháp về công nghệ nhằm nâng cao chất lượng, an toàn, lợi thế cạnh tranh và giá trị của các sản phẩm nông nghiệp

- Xây dựng thương hiệu, câu chuyện thương hiệu, câu chuyện truyền thông giúp các startup có lợi thế khi đưa sản phẩm ra thị trường./.

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực doanh nghiệp hóa, cơ cấu lại mô hình kinh doanh của các ngành nghề gia truyền, đặc sản: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra

Shark Việt
Chủ tịch HĐQT Intracom Group

PHẦN 1. LÀNG NGHỀ

Làng nghề là một loại tài nguyên văn hóa và lịch sử đang được quốc tế và trong nước quan tâm khai thác nhằm làm giàu thêm sự đa dạng và chiều sâu của sản phẩm du lịch địa phương.

Tuy nhiên, trong bối cảnh hội nhập quốc tế, việc giữ gìn và phát huy các giá trị của các làng nghề còn gặp nhiều khó khăn.

Trên cơ sở phân tích tình hình sản xuất, kinh doanh và thực trạng khai thác gắn với phát triển du lịch của một số làng nghề tiêu biểu ở Ninh Bình hiện nay như làng nghề thêu truyền thống Văn Lâm, làng nghề chế tác đá mỹ nghệ Ninh Vân, làng nghề cói mỹ nghệ Kim Sơn…v.v, chúng tôi sẽ đề xuất một số giải pháp nhằm giải quyết các vấn đề khó khăn mà các làng nghề ở Ninh Bình đang gặp phải, hướng tới mục tiêu bảo tồn và phát huy giá trị các làng nghề, đặc biệt là các làng nghề truyền thống, gắn với thúc đẩy du lịch Ninh Bình phát triển nhanh và bền vững. Để đạt được mục tiêu này, việc hỗ trợ các làng nghề chuyển đổi mô hình kinh doanh là một trong những giải pháp quan trọng và cần thiết.

Trong bối cảnh thị trường ngày càng cạnh tranh và yêu cầu cao về chất lượng, tính sáng tạo, cũng như khả năng đáp ứng nhanh chóng các xu hướng mới, các làng nghề cần được hướng dẫn để chuyển từ các mô hình sản xuất nhỏ lẻ, truyền thống sang các mô hình kinh doanh hiện đại, hiệu quả hơn. Điều này không chỉ giúp nâng cao năng lực sản xuất và chất lượng sản phẩm mà còn mở ra cơ hội tiếp cận thị trường rộng lớn hơn, thu hút đầu tư, và thúc đẩy sự phát triển bền vững của các làng nghề. Việc áp dụng công nghệ mới, cải tiến quy trình sản xuất, và xây dựng thương hiệu đặc trưng cho các sản phẩm của làng nghề cũng sẽ là những yếu tố then chốt giúp tối ưu hóa hiệu quả hoạt động, đồng thời bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống của các làng nghề trong bối cảnh hội nhập.

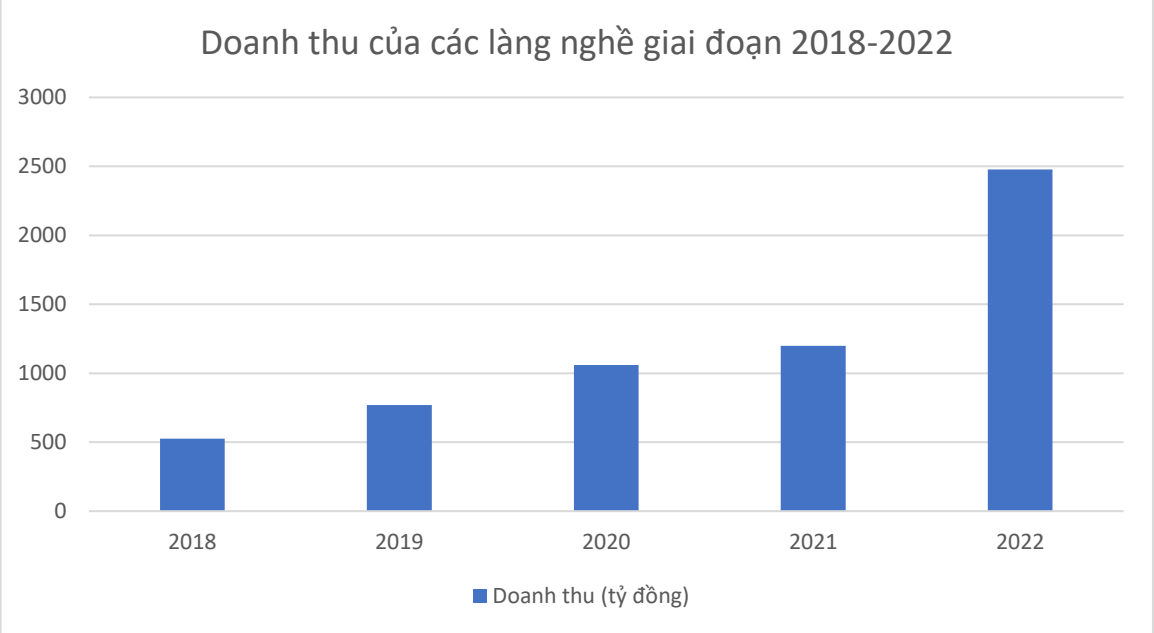
I. ĐẶC ĐIỂM VỀ HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC LÀNG NGHỀ TỈNH NINH BÌNH

Hiện nay, Ninh Bình có trên 76 làng nghề được phân bố ở cả 8/8 huyện, thành phố mang lại việc làm cho khoảng hơn 26.000 người dân địa phương. Trong đó, sản phẩm của một số làng nghề được khách du lịch ưa thích như sản phẩm thêu ren Văn Lâm, gốm Bồ Bát, cói mỹ nghệ Kim Sơn... Các sản phẩm của làng nghề tại Ninh Bình hiện nay đã có những đổi mới về mẫu mã, nâng cao về chất lượng, quan tâm đến phát triển kênh phân phối,… Vì thế đã phần nào đáp ứng được nhu cầu cả thị

trường trong và ngoài nước. Tuy nhiên, doanh thu từ sản phẩm của các làng nghề và thu nhập của người lao động còn khá khiêm tốn. Vì vậy cần có những giải pháp để tăng cường hơn nữa hiệu quả khai thác lợi thế của các làng nghề trên địa bàn tỉnh để tạo ra các sản phẩm mang thương hiệu riêng của Ninh Bình, tăng tính cạnh tranh so với các địa phương khác đồng thời mang lại thu nhập cao cho người dân làng nghề. cho người dân làng nghề.

1. Tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh của các làng nghề tại Ninh Bình

Hiện nay, trong tổng số 76 làng nghề của Ninh Bình có 1 làng nghề (làng nghề thêu truyền thống Văn Lâm) được công nhận là làng nghề truyền thống; 4 nghề: nghề cói Kim Sơn (các xã Hùng Tiến, Kim Chính, Đồng Hướng, TT Phát Diệm); gốm cổ Bồ Bát - Làng Bạch Liên; chế tác đá mỹ nghệ truyền thống - xã Ninh Vân và nghề mộc truyền thống thôn Quỳnh Phong 2 xã Sơn Hà, Nho Quan) được công nhận nghề truyền thống, trong đó 1 nghề được công nhận là di sản văn hóa phi vật thể cấp quốc gia (nghề chế tác đá mỹ nghệ Ninh Vân). Năm 2007, làng nghề thêu ren Văn Lâm được Hiệp hội làng nghề Việt Nam công nhận là một trong 12 làng nghề tiêu biểu của cả nước. Với những nỗ lực của những nghệ nhân tại các làng nghề, nhiều sản phẩm của làng nghề Ninh Bình có đủ điều kiện xuất khẩu tăng thu nhập cho người dân địa phương đồng thời góp phần quảng bá hình ảnh Ninh Bình ra thế giới. Nhiều sản phẩm làng nghề Ninh Bình được công nhận sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên, trong đó có các sản phẩm của làng nghề đạt chứng nhận xếp hạng OCOP 4 sao như sản phẩm thêu ren truyền thống và sản phẩm gốm Bồ Bát… Các sản phẩm làng nghề được đánh giá phân hạng sản phẩm OCOP góp phần khẳng định giá trị thương hiệu, tạo ra tính hấp dẫn cho du lịch Ninh Bình. Tuy nhiên, tỷ lệ sản phẩm được công nhận sản phẩm OCOP của các làng nghề còn khá ít so với tiềm năng.



1.1. Điểm qua tình hình sản xuất kinh doanh tại 1 số làng nghề điển hình

1.1.1. Làng nghề thêu ren Văn Lâm

Nằm trong Quần thể danh thắng Tam Cốc - Bích Động (huyện Hoa Lư, tỉnh Ninh Bình), Làng nghề thêu ren Văn Lâm thuộc xã Ninh Hải là một trong những nơi hội tụ những tinh hoa của nghề thêu ren ở Việt Nam. Trải qua hàng thế kỷ, nghề truyền thống này vẫn được người dân lưu giữ và phát triển với những sản phẩm thêu tay độc đáo có độ tinh xảo cao, phục vụ tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Trước đây, người dân làng Văn Lâm chuyên thêu các sản phẩm phục vụ nghi thức, nghi lễ trong đời sống văn hóa tâm linh, đặc biệt là trong lễ hội: Quần, áo, mũ của đội tế; Tàn, lọng, y môn trong các ngôi đình, đền đều có sự đóng góp, sáng tạo của người thợ thêu làng Văn Lâm. Cùng với sự phát triển của xã hội, người dân Văn Lâm vẫn quyết tâm gắn bó với nghề, đã có những bước đột phá mới trong mẫu mã, sản phẩm của mình. sử dụng kỹ thuật thêu ren trong sản xuất các đồ dùng thường ngày như rèm, khăn trải bàn, khăn ăn, vỏ chăn ga, gối, quần áo thời trang.. Nhiều gia đình thêu ở Văn Lâm đã sáng tạo ra những loại hình sản phẩm mới, đáp ứng nhu cầu của khách hàng như các loại tranh thêu: tùng, cúc, trúc, mai, tranh sơn thủy hữu tình, tranh mừng thọ hay các loại tranh con vật.

Các sản phẩm của làng thêu ren Văn Lâm ngoài phục vụ nhu cầu trong nước, khách du lịch đã xuất khẩu được sang những thị trường có yêu cầu cao về chất lượng cũng như thẩm mỹ như: Mỹ, Nhật, Anh quốc, Tây Ban Nha, Italia, Hàn Quốc,...

Hiện nay, có khoảng 600 trong số 1.462 hộ gia đình tại làng theo nghề thêu ren truyền thống. Doanh thu có đơn vị đã lên tới 1 triệu đô la/năm.

Tuy nhiên, con đường chinh phục người tiêu dùng nội của ren Văn Lâm lại gặp không ít khó khăn: Các sản phẩm thêu ren, đặc biệt là thêu ren đơn sắc trên nền vải sáng màu, hoặc ren rua tuy rất đẹp, thanh nhã, kỳ công, nhưng lại kén khách, đặc biệt là khách nội bởi nhiều lý do. Thí dụ một chiếc ga trải giường màu trắng thêu ren rua trắng rất trang nhã nhưng lại không thể phù hợp với môi trường, khí hậu ở Việt Nam cũng như thói quen sinh hoạt trong các gia đình hiện nay, vì thế khả năng tiêu thụ sản phẩm đó gần như bằng không.

Sản phẩm được sản xuất hoàn toàn thủ công, đòi hỏi sự tỉ mỉ cao nên giá thành của một sản phẩm thêu ren rua cũng chưa thực sự phù hợp với khả năng chi tiêu của số đông người tiêu dùng trong nước. Việc ứng dụng thêu ren rua trong các sản phẩm thường dùng của người dân chưa nhiều, một phần bởi hiện nay rất khó tìm được đội ngũ thiết kế làm ra các mẫu mã sản phẩm phù hợp thị hiếu người Việt, đặc biệt là nhóm khách hàng bình dân mà hiện tại chiếm tới 95 - 97 % dân số.

Những năm gần đây, nhờ vào sự hỗ trợ của Chương trình mỗi xã một sản phẩm (OCOP), các sản phẩm thêu ren Văn Lâm đã được biết đến nhiều hơn, có nhiều kênh quảng bá hơn, tuy nhiên sức mua nội vẫn chưa cao. Các đơn vị sản xuất mới chỉ coi

OCOP là một kênh để quảng bá thương hiệu của mình ở thị trường trong nước, chứ chưa tham vọng tăng doanh số trong nước qua kênh này. Bởi hiệu quả của chương trình đến đâu thì có lẽ còn phải chờ, ít nhất phải 3 - 5 năm tới mới có thể đánh giá được. Song, đây vẫn là một kênh được nhiều kỳ vọng.

Trên thị trường quốc tế, giá thành phẩm hiện đang rất khó cạnh tranh với sản phẩm đến từ một số quốc gia khác như Ấn Độ, Bangladesh,… nguyên nhân là vì giá nhân công của họ thấp hơn. Đặc biệt, trong giai đoạn kinh tế thế giới gặp nhiều khó khăn như hiện nay, không những sức mua giảm, mà khả năng chi trả cho mỗi sản phẩm của người dân cũng giảm, vì thế họ ưu tiên mua các sản phẩm có giá thành tốt hơn.

Những khó khăn trong quá trình tiêu thụ nêu trên phần nào khiến rất nhiều thợ thêu làng Văn Lâm không còn gắn bó với nghề, đẩy làng thêu đứng trước nguy cơ mai một. Đặc biệt trong bối cảnh Ninh Bình đang phát triển nóng về du lịch. Ở thôn Văn Lâm hiện nay, những người biết thêu còn nhiều, nhưng những người theo nghề thì đang ít dần, nguyên nhân chính là bởi nghề thêu chưa thể bảo đảm thu nhập phục vụ sinh hoạt của người dân.

1.1.2. Làng nghề gốm cổ Bồ Bát

Theo sử sách ghi lại, làng gốm Bồ Bát nổi danh từ cách đây hàng nghìn năm, với những sản phẩm gốm sắc trắng độc đáo. Thế kỷ thứ 9, thứ 10, những sản phẩm của làng gốm Bồ Bát rất thịnh hành. Những người thợ tài hoa, khéo léo ở Bồ Bát đã sáng tạo ra sản phẩm cao cấp gạch đất nung "Đại Việt quốc quân thành chuyên", chuyên dùng để xây thành; những sản phẩm tinh xảo, linh vật rồng, phượng, bát đĩa, đồ gia dụng dùng để cung tiến vua chúa, quan lại đương thời.

Khi triều đình nhà Lý dời đô từ Hoa Lư về Thăng Long, những nghệ nhân giỏi của làng Bồ Bát đã theo đó mà về định cư ở vùng ven sông Hồng, lập nên làng gốm sứ Bát Tràng nổi tiếng ngày nay. Còn làng gốm Bồ Bát suy dần đi, rồi rơi vào thất truyền. Sau hơn 1.000 năm tưởng chừng quên lãng, gốm Bồ Bát hồi sinh.

Người có công đưa gốm Bồ Bát quay trở lại là anh Phạm Văn Vang, người con của dòng họ Phạm (dòng họ tương truyền đã di cư tới làng Bát Tràng lập nghiệp).

Trân trọng những giá trị lịch sử, mong muốn làng gốm cổ xưa không chỉ tồn tại trong ký ức, mà hiện hữu trong đời sống hôm nay, chính quyền tỉnh Ninh Bình, huyện Yên Mô đã quyết định công nhận làng Bạch Liên, xã Yên Thành là làng có nghề gốm cổ Bồ Bát. Tỉnh cũng hỗ trợ anh Phạm Văn Vang thành lập Công ty TNHH Bảo tồn và Phát triển Gốm Bồ Bát, tạo quỹ đất, hỗ trợ đầu tư xây dựng nhà xưởng từ nguồn khuyến công. Anh Phạm Văn Vang cũng vinh dự được công nhận là Nghệ nhân Ưu tú lĩnh vực thủ công mỹ nghệ. Nhờ đó, nghề gốm, sản phẩm gốm nơi đây ngày càng phát triển, được nhiều người biết đến.

Các sản phẩm được tạo hình đẹp, những danh thắng nổi tiếng của quê hương

như: Cố đô Hoa Lư, bến thuyền Tràng An, chùa Bái Đính, Tam Cốc-Bích Động, được vẽ trang trí trên sản phẩm, tạo nên nét độc đáo riêng. Vì vậy, gốm Bồ Bát không chỉ nổi danh trong nước, mà còn vươn ra những thị trường nổi tiếng "khó tính" như Mỹ, Nhật Bản. Hiện nay, mỗi năm Công ty TNHH Bảo tồn và Phát triển Gốm Bồ Bát sản xuất được hơn 26 nghìn sản phẩm bát, đĩa, chuyên, chén, lọ hoa, bình phong thủy, tranh gốm sứ... mang phong cách gốm cổ; tạo việc làm cho 20 lao động thường xuyên, thu nhập bình quân từ 5-7 triệu đồng/người/tháng.

Gốm Bồ Bát đã từng hưng thịnh, thất truyền, rồi tái phát triển, định vị trên thị trường gốm sứ có ý nghĩa rất lớn trong việc hồi sinh những giá trị văn hóa lịch sử của vùng đất cố đô cổ kính, góp phần bảo tồn, lưu giữ những giá trị văn hóa lâu đời của cha ông, trong đó có các giá trị văn hóa làng xã. Bên cạnh đó là mang lại cơ hội việc làm rất lớn cho những người dân địa phương, góp phần tích cực trong thúc đẩy phát triển kinh tế nói chung, công nghiệp văn hóa, du lịch nói riêng. Vấn đề cần quan tâm là nguồn nhân lực, nguồn nguyên liệu dần cạn kiệt và chính sách đặc thù hỗ trợ, để sản phẩm gốm Bồ Bát đứng vững trong tương lai.

1.2. Thực trạng phát huy giá trị của làng nghề gắn với du lịch tại Ninh Bình

Từ khi Quần thể danh thắng (QTDT) Tràng An được UNESCO ghi danh là di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới năm 2014 đã tạo điểm nhấn quan trọng đưa Ninh Bình trở thành điểm sáng trên bản đồ du lịch Việt Nam, được nhiều chuyên trang du lịch có uy tín trong nước và quốc tế đánh giá và bình chọn. Bên cạnh đó, Ninh Bình cũng đã để lại trong tiềm thức khách du lịch nội địa và khách du lịch quốc tế là một điểm đến tươi đẹp, yên bình, giàu giá trị văn hoá với những con người thân thiện. Với số lượng 77 làng nghề được công nhận của tỉnh Ninh Bình, đây là tiềm năng rất lớn để Ninh Bình phát triển loại hình du lịch làng nghề trở thành sản phẩm du lịch bổ trợ góp phần đa dạng hoá các sản phẩm du lịch tại Ninh Bình như định hướng của tỉnh trong Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh Ninh Bình đến năm 2025, định hướng đến năm 2030.

Tại Ninh Bình, quan điểm xác định phát triển du lịch làng nghề là một trong những giải pháp phát triển du lịch bền vững đã được đề cập ngay từ Nghị quyết số 15-NQ/TU ngày 13/7/2009 của Tỉnh ủy về phát triển du lịch đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030. Quan điểm này tiếp tục được chỉ đạo tại Nghị quyết số 07-NQ/TU ngày 29/10/2023 của Tỉnh ủy về phát triển du lịch Ninh Bình giai đoạn 2021-2030, định hướng đến năm 2045. Năm 2013, UBND tỉnh ban hành Quyết định số 615/QĐ-UBND ngày 28/08/2013 phê duyệt Quy hoạch phát triển nghề, làng nghề gắn với du lịch tỉnh Ninh Bình đến năm 2020, định hướng đến năm 2030 hướng tới mục tiêu bảo tồn và phát triển làng nghề hiện có và du nhập nghề mới; gắn hoạt động sản xuất của làng nghề với các hoạt động du lịch lễ hội truyền thống; tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động; góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động trong nông thôn và bảo vệ môi trường sinh thái; thực hiện di chuyển các nghề,

làng nghề gây ô nhiễm môi trường ra khỏi khu dân cư. Các làng nghề Ninh Bình cũng chủ động thích ứng linh hoạt với bối cảnh mới, tận dụng có hiệu quả sự hỗ trợ từ chủ trương, chính sách của tỉnh để phát triển bền vững.

Sau khi QTDT Tràng An trở thành di sản thế giới, khách du lịch đến Ninh Bình ngày càng nhiều. Các sản phẩm lưu niệm gắn với địa phương được khách du lịch yêu thích và đang dần trở thành một thành phần quan trọng trong sản phẩm du lịch của Ninh Bình. Những mặt hàng lưu niệm của những làng nghề hiện nay đang nỗ lực cải thiện về mẫu mã, thiết kế sản phẩm có giá trị sử dụng cao đáp ứng được nhu cầu mới và đa dạng của du khách. Công tác bảo tồn và phát huy giá trị làng nghề ngày càng được quan tâm của chính quyền địa phương và thu hút được sự đầu tư của các doanh nghiệp. Không chỉ cung cấp các sản phẩm hàng lưu niệm cho thị trường khách du lịch mà hiện nay, một số làng nghề truyền thống còn trở thành điểm đến du lịch trải nghiệm nơi du khách có thể chiêm ngưỡng, tìm hiểu các giá trị văn hoá độc đáo. Ngày càng có nhiều du khách lựa chọn chương trình du lịch tại Ninh Bình có các hoạt động trải nghiệm tại làng nghề như nghề thêu, nghề làm gốm…Loại hình du lịch này hiện đang được đối tượng khách nước ngoài và khách là trẻ em rất yêu thích.

Một số sản phẩm du lịch gắn với giá trị các làng nghề, nghề truyền thống tại Ninh Bình

TT	Làng nghề, nghề	Xã	Các sản phẩm du lịch gắn với các làng nghề
	Làng nghề thêu truyền thống Văn Lâm	Xã Ninh Hải (Hoa Lư)	Quần áo thời trang thêu tay, ví cầm tay, tranh thêu phong cảnh những điểm đến nổi tiếng ở Ninh Bình,…
	Nghề chế tác đá mỹ nghệ Ninh Vân	Xã Ninh Vân (Hoa Lư)	Một số dòng sản phẩm tranh, ảnh, lộc bình, lọ hoa, ấm, chén, mâm, bát, đũa ăn cơm phù hợp phục vụ nhu cầu mua sắm của du khách.
	Làng Bạch Liên – nghề gốm cổ Bồ Bát	Xã Yên Thành (Yên Mô)	Các sản phẩm bình trà, bình phong thủy, vật dụng trang trí, đồ lưu niệm … đều gắn với hình ảnh các điểm du lịch nổi bật của Ninh Bình
	Nghề Gốm Gia Thủy	Xã Gia Thủy (Nho Quan)	Một số sản phẩm phù hợp phục vụ nhu cầu mua sắm của khách du lịch như lọ hoa, ấm chén có in hình cách điệu các cảnh đẹp của Việt Nam
	Nghề cói Kim Sơn	Xã Kim Chính, Đồng Hướng, Hùng Tiến và Thị trấn Phát Diệm (Kim Sơn)	Túi xách, mũ, hộp, dép, xe thồ, lọ hoa, lẵng hoa… bằng cói bán tại các cửa hàng nằm trên lối vào nhà thờ đá Phát Diệm

TT	Làng nghề, nghề	Xã	Các sản phẩm du lịch gắn với các làng nghề
	Làng nghề Sinh Dược	Xã Gia Sinh (Gia Viễn)	Sản phẩm làng nghề phục vụ cho nhu cầu mua sắm của du khách: xà bông, muối tắm, tinh dầu,…

Các sản phẩm làng nghề bán cho khách du lịch thường có giá cao hơn so với các thị trường khác và là kênh xuất khẩu tại chỗ hiệu quả. Các sản phẩm này được đầu tư và có sự đổi mới về cách thức so với trước đây. Hiện nay, các làng nghề với các sản phẩm đặc trưng của Ninh Bình như thêu ren, gốm Bồ Bát, cói mỹ nghệ, đá mỹ nghệ, sản phẩm tốt cho sức khỏe đều có sự tham gia của các doanh nghiệp, với nguồn vốn lớn, có kiến thức về quản lý thị trường. Thay vì trước đây, sản phẩm của làng nghề thường được trưng bày tại các sạp hàng, gian hàng nhỏ trên lối vào các điểm du lịch thì hiện nay có khu trưng bày riêng với thiết kế đẹp mắt tạo điều kiện thuận lợi cho du khách tham quan thậm chí có khu trải nghiệm phục vụ khi khách cho nhu cầu tự mình khám phá. Ngoài những điểm trưng bày, do doanh nghiệp đầu tư xây dựng, tại một số điểm du lịch nổi tiếng của tỉnh vẫn có các gian hàng giới thiệu sản phẩm nhưng chưa hấp dẫn được du khách. Tuy nhiên, việc tận dụng du lịch để phát triển làng nghề mới chỉ dừng lại ở việc tiêu thụ các sản phẩm của làng nghề, các hoạt động khai thác du lịch trải nghiệm làng nghề chưa được chú trọng, quy mô làng nghề, không gian thực hành nghề còn đơn điệu, chưa lôi cuốn, thu hút khách du lịch.

Hiện chỉ có một số làng nghề với vị trí thuận lợi nằm trong vùng di sản QTDT Tràng An, nơi tập trung mật độ khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch quốc tế cao mới có cơ hội phát triển dựa vào du lịch như làng nghề thêu Văn Lâm, HTX Sinh Dược. Tại các làng nghề này, các dịch vụ dành cho du khách khá đa dạng, ngoài các sản phẩm du khách có thể mua làm quà lưu niệm, họ còn có thể được hoà mình và tận mắt chứng kiến các công đoạn tạo ra sản phẩm, thậm chí được trực tiếp trải nghiệm một công đoạn để khám phá phần nào nét văn hoá của cuộc sống con người địa phương nơi đây. Tuy nhiên, du khách mua sản phẩm nhưng cũng chưa hiểu hết giá trị, tính độc đáo của sản phẩm. Nhìn chung, Ninh Bình có tiềm năng phát triển du lịch làng nghề nhưng thực tế các làng nghề chưa thể trở thành điểm đến độc lập đối với hoạt động du lịch.

II. "NỖI ĐAU" CỦA CÁC LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG HIỆN NAY

1. Loại hình tổ chức kinh tế

Loại hình tổ chức sản xuất trong các làng nghề của tỉnh hiện nay khá đa dạng bao gồm các hộ gia đình, hợp tác xã và doanh nghiệp song kinh tế hộ gia đình với quy mô vốn ít là chủ yếu.

Việc phần lớn là các hộ gia đình, cá nhân, hợp tác xã tổ chức sản xuất kinh

doanh dẫn đến việc khó thu hút nhà đầu tư để mở rộng quy mô cũng như nâng cao năng lực quản trị.

2. Tổ chức sản xuất

So với trước đây, các cơ sở sản xuất hiện nay hầu hết đã được trang bị các máy móc thiết bị hỗ trợ, tuy nhiên thường là các loại máy móc đơn giản chẳng hạn như máy chẻ sợi mây (làng nghề mây tre đan), máy nhào đất (làng nghề gốm Gia Thuỷ),... Một số ít các doanh nghiệp và hợp tác xã áp dụng các trang thiết bị hiện đại vào sản xuất góp phần nâng cao năng suất và kiểm soát được chất lượng đầu ra như lò nung bằng ga (làng nghề gốm Bồ Bát), máy CNC (làng nghề chế tác đá mỹ nghệ Ninh Vân),... Chỉ có các nghề liên quan đến thêu ren và thực phẩm truyền thống như mắm tép, nem chua thì thực hiện chủ yếu bằng phương pháp thủ công là chính.

3. Nguồn nguyên liệu đầu vào

Các làng nghề của Ninh Bình có sự lệ thuộc lớn từ nguồn nguyên liệu đầu vào từ bên ngoài đặc biệt các nghề truyền thống. Chẳng hạn như thêu ren Văn Lâm, vải và chỉ mua từ miền Nam và Trung Quốc; làng nghề đá Ninh Vân nguyên liệu đá xanh có nguồn gốc từ Thanh Hoá và đá trắng có nguồn gốc từ Đà Nẵng. Làng nghề mây tre đan ở Sào Lâm (huyện Nho Quan) có nguy cơ mai một vì hiện nay diện tích trồng mây trên địa bàn huyện còn rất ít, nguyên liệu mây phải nhập từ miền Nam dẫn đến chi phí sản xuất tăng cao. Các sản phẩm như gốm Bồ Bát, gốm Gia Thuỷ cũng đứng trước nguy cơ thiếu nguồn nguyên liệu đầu vào.

4. Thị trường khách hàng

Hiện nay, phần lớn các sản phẩm làng nghề sản xuất tại Ninh Bình phục vụ cho thị trường nội địa, một số mặt hàng đủ khả năng xuất khẩu như sản phẩm thêu ren, cói mỹ nghệ... và bán cho khách du lịch. Tuy nhiên, số lượng khách du lịch mua sản phẩm làng nghề thấp do giá bán các mặt hàng còn cao và mẫu mã chưa đáp ứng kịp nhu cầu của du khách. Tại các khu du lịch trong tỉnh, chỉ có một vài điểm giới thiệu sản phẩm của các làng nghề: Có một gian hàng trưng bày giới thiệu sản phẩm gốm Bồ Bát tại Phố cổ Hoa Lư, tại khu du lịch Tam Cốc Bích Động, ngoài khu trưng bày của công ty TNHH thêu Minh Trang cũng chỉ có một vài cơ sở lưu trú bày bán sản phẩm thêu ren tại khu vực lễ tân; sản phẩm cói mỹ nghệ mặc dù rất nhiều doanh nghiệp lớn trên địa bàn huyện Kim Sơn sản xuất nhưng chủ yếu dành cho xuất khẩu, chỉ có một vài cửa hàng nhỏ bán các mặt hàng này cho khách du lịch trên con đường nhỏ dẫn vào nhà thờ đá Phát Diệm.

5. Về mẫu mã sản phẩm

Các sản phẩm làng nghề đa số được làm theo mẫu sẵn, không có nhiều thợ thủ công đủ khả năng thiết kế mẫu mã mới, nên hàng hóa không đa dạng, thiếu sức cạnh

tranh. Một số làng nghề đang cố gắng cải tiến thiết kế nhưng chưa đáp ứng được nhu cầu thị trường đang biến đổi nhanh và mạnh mẽ. Các sản phẩm hiện nay, ngoài quan tâm đến hình thức của sản phẩm, các hộ kinh doanh, doanh nghiệp, hợp tác xã cũng đầu tư hơn đến hình thức bao gói sản phẩm. Nhiều mặt hàng được bày bán được đóng hộp hoặc được bán kèm theo túi xách thiết kế đẹp mắt ví dụ như hợp tác xã Sinh Dược với thiết kế hộp quà Hà Nội 12 mùa hoa...

6. Nguồn nhân lực tại làng nghề

Lực lượng lao động tham gia vào hoạt động tại các làng nghề có xu hướng ngày càng tăng với các làng nghề sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ tăng từ 4.765 người (2018) đến 8.000 người (2022). Những lao động này đa số được đào tạo dưới hình thức truyền nghề, cầm tay chỉ việc nhưng có kỹ năng nghề nghiệp, tay nghề cao, cần cù, sáng tạo, yêu nghề. Một số nghề được các cấp, các ngành quan tâm hỗ trợ kinh phí để tổ chức các khóa đào tạo nghề sơ cấp, đào tạo dưới 3 tháng để đáp ứng yêu cầu phát triển lao động trong các làng nghề như các nghề đan cói, thêu ren, may mặc, mộc dân dụng. Song chủ yếu, đào tạo nghề theo hình thức cha truyền con nối, cầm tay chỉ việc, thế hệ sau được truyền nghề từ các nghệ nhân, thợ giỏi trong làng.

Tính trung bình, thu nhập bình quân theo tháng của lao động tại các làng nghề hiện nay cao nhất thuộc nhóm ngành nghề sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ với 7.11 triệu đồng/người/tháng, nhóm ngành nghề chế biến, bảo quản nông, lâm thuỷ sản là 5.3 triệu đồng/người/tháng, nhóm ngành nghề khác là 3.16 triệu đồng/người/tháng. Mặc dù các làng nghề đã mang lại công việc và tạo thu nhập cho lao động tại địa phương nhưng một số nhóm ngành nghề như sản xuất đồ gỗ, mây tre đan, gốm, thêu ren… thu nhập của người lao động còn bấp bênh và thấp so với các công việc khác trong xã hội, vì vậy nhiều lao động tại địa phương đi tìm việc làm mới.

Khi phỏng vấn một số nghệ nhân tại sao không cho con cái theo nghề, được biết các lý do chính con cái không theo nghề gồm: (1) Tìm kiếm công việc ổn định hơn; (2) Chuyển sang làm trong lĩnh vực khác có thu nhập cao hơn; (3) Con không thích làm nghề vì lao động vất vả chân lấm tay bùn (nghề gốm); (4) Sản phẩm thủ công khó bán nên thu nhập người lao động thấp; (5) Công việc ngày càng khó khăn vì nguyên liệu ít không đủ việc làm... Cụ thể, một nghệ nhân thêu làng thêu ren Văn Lâm cho biết: “Cả gia đình tôi ai cũng biết thêu nhưng đến giờ tôi không còn thêu nữa mà giúp vợ chồng con trai trông cháu để chúng đi làm. Con trai tôi hiện đi làm công nhân, còn vợ thì đi xuất khẩu lao động nước ngoài”. Nhìn chung, đầu ra của một số làng nghề không ổn định dẫn đến các cơ sở kinh doanh không đầu tư về cơ sở vật chất để mở rộng quy mô, chỉ tập trung sản xuất nhỏ lẻ nên sử dụng đa phần lao động thời vụ, trình độ tay nghề không cao, độ tuổi từ 35 tuổi trở lên dẫn đến không hấp dẫn người lao động với các hoạt động của làng nghề. Công việc tại các làng nghề không thu hút được giới trẻ tại địa phương. Sau khi tốt nghiệp cấp phổ thông trung học hoặc đại học, những người trẻ trong các làng nghề thường tìm kiếm công việc tại các đô

thị lớn với mức lương từ khoảng 8 – 10 triệu đồng/ tháng. Nhiều nghệ nhân tại các làng nghề bây giờ đều độ tuổi cao, hầu như ai cũng có băn khoăn vì bây giờ những người theo nghề, sống được với nghề còn khá ít.

7. Vấn đề về môi trường

Tình trạng ô nhiễm môi trường một số làng nghề có xu hướng ngày càng tăng do mở rộng quy mô. Đặc biệt là làng nghề đá trên địa bàn xã Ninh Vân ngày càng trở nên trầm trọng, hoạt động sản xuất gây ra bụi đá, tiếng ồn, chất thải rắn, a xít, ô nhiễm nguồn nước… ảnh hưởng đến sức khỏe và đời sống nhân dân. Ở một số làng nghề khác, do quy mô của các cơ sở sản xuất nhỏ, thậm chí rất nhỏ, nằm xen kẽ trong khu vực dân cư, vốn đầu tư thấp nên việc xử lý chất thải còn nhiều khó khăn như nghề bún Yên Khánh.

III. GIẢI PHÁP

Việc cấu trúc lại các đơn vị làng nghề truyền thống tại Ninh Bình là rất quan trọng để giúp các làng nghề phát triển bền vững và cạnh tranh trong thị trường hiện đại.

Hiện nay, tỉnh đang đặt mục tiêu hiện thực hóa "chiến lược đưa Ninh Bình đến năm 2030 cơ bản đạt các tiêu chí và đến năm 2035 trở thành thành phố trực thuộc Trung Ương với đặc trưng đô thị di sản thiên niên kỷ, thành phố sáng tạo".

Như vậy, không chỉ có Thành phố Hoa Lư mà cả Ninh Bình sẽ trở thành một thành phố, các huyện sẽ thành quận, các xã sẽ thành Phường. Tuy nhiên, chúng ta nên xây dựng thành một thành phố xanh, với tiêu chí xanh, giảm phát thải, phát triển kinh tế tuần hoàn. Các nước kinh tế phát triển, đặc biệt du lịch phát triển ví dụ như ở Áo có vùng đô thị nông thôn đẹp như trong truyện cổ tích, không ô nhiễm, ở Hà Lan có các làng nghề gắn kết với du lịch là điểm đến của nhiều tour du lịch châu Âu, hay ở Trung Quốc, Nhật, Malaysia, Thái Lan họ cũng rất thành công trong việc tạo ra các đô thị nông thôn gắn kết du lịch, mục tiêu bán dịch vụ du lịch, xuất khẩu tại chỗ sản phẩm địa phương (Hand made) để thu ngoại tệ. Có nhiều làng nghề có show diễn không khác gì chuyên nghiệp (diễn viên chính là chuyên nghiệp, còn lại là nghiệp dư. Thông qua hoạt động này, người dân có thêm thu nhập trên chính công việc hàng ngày).

Chúng ta chỉ cần quy hoạch các đô thị nông thôn vệ tinh xanh (không bê tông hóa, xây dựng bằng cốt liệu giảm phát thải), không ô nhiễm, các homestay, các điểm văn hóa, tâm linh, du lịch tập trung vừa đa dạng vừa kết hợp: làng nghề - du lịch - khởi nghiệp & sáng tạo để cho con cháu Ninh bình sẽ xuất khẩu lao động trên chính quê mình, học & thực hành ngoại ngữ trên chính quê mình.

Dưới đây là một số đề xuất việc cấu trúc lại làng nghề truyền thống tại Ninh Bình:

1. Đa đạng hóa các loại hình dịch vụ

- Phát triển dịch vụ giá trị gia tăng cho làng nghề truyền thống là một hướng đi quan trọng nhằm nâng cao thu nhập và bảo tồn văn hóa bản địa. Một trong những cách hiệu quả nhất là kết hợp làng nghề với các hoạt động du lịch trải nghiệm. Thay vì chỉ sản xuất và bán sản phẩm, làng nghề có thể mở rộng dịch vụ thông qua việc tổ chức các tour du lịch khám phá quy trình sản xuất thủ công, nơi du khách được trực tiếp tham gia vào các công đoạn chế tác, tìm hiểu về lịch sử và giá trị văn hóa của nghề.

- Chẳng hạn, du khách đến các làng nghề làm gốm, dệt lụa hay làm tranh có thể tự tay thử làm sản phẩm và mang về làm kỷ niệm, tạo ra trải nghiệm cá nhân hóa và gắn kết sâu sắc hơn với sản phẩm. Đồng thời, các dịch vụ bổ trợ như nhà hàng ẩm thực địa phương, homestay, hay quà lưu niệm đặc trưng làng nghề cũng có thể được phát triển để thu hút khách du lịch ở lại lâu hơn, từ đó thúc đẩy kinh tế địa phương.

- Tại các làng gốm cổ, có thể tổ chức các chương trình đặc biệt dành cho người cao tuổi từ các viện dưỡng lão, cho phép các cụ tự tay làm ra những sản phẩm gốm cá nhân hóa. Những sản phẩm này có thể được ghi tên, khắc dấu ấn cá nhân để lưu giữ như kỷ vật cho con cháu, tạo ra giá trị tinh thần đặc biệt cho cả gia đình. Hoạt động này không chỉ giúp người cao tuổi có thêm niềm vui, duy trì sự sáng tạo và kết nối với thế hệ sau, mà còn giúp làng nghề có thêm nguồn thu từ dịch vụ du lịch kết hợp.

- Việc kết hợp làng nghề với du lịch không chỉ tạo thêm nguồn thu mà còn giúp quảng bá văn hóa, sản phẩm đặc sản ra thị trường quốc tế, tạo nên một chuỗi giá trị gia tăng bền vững cho cộng đồng làng nghề.

2. Xác định mô hình tổ chức hợp lý

- Hợp tác xã làng nghề: Đây là mô hình phù hợp để các hộ sản xuất nhỏ lẻ trong làng nghề kết hợp với nhau. Hợp tác xã sẽ giúp huy động nguồn lực chung, đồng thời phân chia quyền lợi và trách nhiệm rõ ràng. Việc này phù hợp với chủ trương của Đảng & nhà nước và có thể kêu gọi cổ đông từ ngoài Ninh bình.

- Doanh nghiệp tư nhân: Một số cơ sở có tiềm năng phát triển thành doanh nghiệp riêng lẻ, họ có thể xây dựng thương hiệu cá nhân và mở rộng sản xuất, xuất khẩu sản phẩm ra ngoài nước.

- Liên kết cụm làng nghề: Việc hợp tác giữa các làng nghề trong một cụm khu vực nhằm chia sẻ nguồn tài nguyên và phát huy các thế mạnh riêng biệt của từng làng, từ đó tạo nên chuỗi giá trị gia tăng cho sản phẩm.

3. Cơ cấu tổ chức

- Ban quản lý làng nghề: Nên thiết lập một cơ quan quản lý chung có thể là ban quản lý của hợp tác xã hoặc liên kết các đơn vị sản xuất để điều phối hoạt động

chung. Ban này chịu trách nhiệm lên kế hoạch sản xuất chung, phát triển thị trường và kiểm soát chất lượng.

- Các nhóm sản xuất chuyên môn hóa: Phân chia công việc theo từng nhóm như nhóm chế tác, nhóm hoàn thiện sản phẩm, nhóm bán hàng. Việc chuyên môn hóa sẽ tăng cường hiệu quả sản xuất và giảm chi phí.

4. Phân quyền và trách nhiệm

- Phân quyền quản lý: Trong mỗi hợp tác xã hoặc doanh nghiệp nhỏ cần có sự phân quyền rõ ràng giữa các phòng ban như quản lý sản xuất, tài chính, tiếp thị. Các nghệ nhân lớn tuổi có thể đảm nhiệm vai trò cố vấn, trong khi thế hệ trẻ tập trung vào phát triển công nghệ và mở rộng thị trường. Trong quản lý cần tránh câu chuyện cào bằng, thủ tiêu sáng tạo của các xã viên.

- Trách nhiệm từng nhóm: Đảm bảo mỗi nhóm sản xuất, kinh doanh và tiếp thị đều có trách nhiệm rõ ràng về công việc của mình. Điều này giúp tăng tính tự chủ và trách nhiệm cá nhân.

5. Xây dựng quy trình sản xuất và quản lý

- Cải tiến quy trình sản xuất: Áp dụng công nghệ vào một số khâu sản xuất để tăng năng suất, đồng thời giữ vững yếu tố thủ công tinh xảo. Cải tiến quy trình quản lý để giảm thiểu lãng phí nguyên liệu, thời gian, và nguồn lực.

- Quản lý chất lượng sản phẩm: Thiết lập quy chuẩn chất lượng cho các sản phẩm để đảm bảo uy tín và danh tiếng của làng nghề. Các sản phẩm cần được kiểm tra kỹ trước khi xuất xưởng, đặc biệt là đối với thị trường xuất khẩu.

6. Văn hóa làng nghề và thương hiệu

- Xây dựng thương hiệu làng nghề: Đẩy mạnh thương hiệu truyền thống của làng nghề đá Ninh Vân hoặc các làng nghề khác ở Ninh Bình. Thương hiệu nên được gắn với các giá trị di sản, truyền thống và chất lượng gắn kết với các đơn vị truyền thông.

- Bảo tồn và phát triển văn hóa làng nghề: Tạo ra các sự kiện, triển lãm để quảng bá văn hóa làng nghề, từ đó thu hút khách du lịch và nhà đầu tư. Kết hợp bảo tồn các giá trị truyền thống và sáng tạo sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu hiện đại.

Có các show diễn thường xuyên gắn liền câu chuyện riêng biệt của làng nghề bên cạnh các shophouse giới thiệu sản phẩm làng nghề.

Có các khóa đào tạo để mỗi người dân đều tự hào về làng nghề, biết cách hướng dẫn khách du lịch sử dụng dịch vụ, trải nghiệm sản phẩm, trải nghiệm sản xuất sản phẩm hướng đến mỗi người dân là một hướng dẫn viên du lịch.

Tổ chức các cuộc thi sáng tác các tác phẩm của từng làng nghề, có sự tham gia của các nghệ nhân đến từ vùng khác.

7. Quản lý tài chính và nguồn vốn

- Huy động vốn: Các làng nghề có thể tìm kiếm vốn từ các nguồn như ngân hàng, quỹ hỗ trợ phát triển làng nghề hoặc từ các nhà đầu tư. Sử dụng vốn để mở rộng sản xuất và đầu tư vào máy móc, công nghệ.

- Quản lý chi phí: Thiết lập hệ thống kế toán minh bạch và quản lý chi phí hiệu quả. Đảm bảo rằng nguồn thu từ sản xuất và bán hàng được phân bổ hợp lý cho các khoản đầu tư và phát triển.

8. Chiến lược phát triển thị trường

- Mở rộng thị trường trong nước: Tăng cường tiếp cận thị trường qua các kênh bán lẻ, trung tâm thương mại và các chương trình quảng bá sản phẩm thủ công mỹ nghệ trong nước.

- Xuất khẩu và phát triển thị trường quốc tế: Đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm đá mỹ nghệ, gốm sứ hoặc các sản phẩm khác từ làng nghề ra thị trường quốc tế. Điều này có thể thông qua các sàn thương mại điện tử quốc tế hoặc hợp tác với các đối tác ngoại.

9. Ứng dụng công nghệ và đổi mới sáng tạo

- Công nghệ thông tin: Sử dụng công nghệ để quảng bá sản phẩm trực tuyến, phát triển website và các kênh bán hàng online. Điều này giúp tiếp cận khách hàng tiềm năng trên toàn quốc và quốc tế.

- Đổi mới sáng tạo: Kết hợp các yếu tố nghệ thuật truyền thống với các thiết kế hiện đại nhằm đa dạng hóa sản phẩm, tạo ra những dòng sản phẩm mới phù hợp với nhu cầu thị trường.

Công nghệ lõi của làng nghề là thiết kế sản phẩm in 3D, áp dụng công nghệ sản xuất tự động hóa.

10. Tuân thủ pháp lý và bảo vệ môi trường

- Đăng ký nhãn hiệu và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ: Đảm bảo mỗi sản phẩm đều được đăng ký nhãn hiệu và bảo vệ bản quyền để tránh bị sao chép hoặc làm giả.

- Bảo vệ môi trường: Giảm thiểu tác động tiêu cực từ việc khai thác và chế tác đá, gốm sứ, bằng cách áp dụng các biện pháp xử lý chất thải và quản lý nguyên liệu bền vững.

11. Đào tạo và phát triển nhân lực

- Đào tạo tay nghề: Tổ chức các lớp đào tạo nghề để nâng cao tay nghề cho người lao động, đặc biệt là thế hệ trẻ. Đồng thời duy trì các khóa học bảo tồn nghệ thuật truyền thống.

- Phát triển nhân lực quản lý: Cung cấp các chương trình đào tạo về quản lý doanh nghiệp, kỹ năng marketing và quản lý tài chính cho các chủ doanh nghiệp làng nghề hoặc ban quản lý.

PHẦN 2. DOANH NGHIỆP GIA ĐÌNH

Các doanh nghiệp truyền thống, Công ty gia đình nên chuyển đổi như thế nào để hiện thực hóa được mong ước lưu truyền hàng nghìn năm?

I. "Nỗi đau" của Công ty gia đình

Các công ty gia đình thường gặp khó khăn trong việc huy động vốn và các nguồn lực bên ngoài như cơ sở vật chất, nhân sự, do bản chất mô hình quản trị thường khép kín, chỉ xoay quanh phạm vi gia đình. Điều này hạn chế khả năng mở rộng và phát triển của doanh nghiệp.

Sự phát triển bền vững của công ty gia đình phụ thuộc lớn vào yếu tố con người, đặc biệt là sự kế thừa từ thế hệ sau. Tuy nhiên, không phải thế hệ kế tiếp nào cũng đủ khả năng hoặc có khát vọng để tiếp tục quản lý và phát triển công ty như thế hệ trước. Điều này tạo ra thách thức lớn trong việc duy trì doanh nghiệp theo mô hình gia đình.

Mâu thuẫn nội bộ là một yếu tố khác có thể ảnh hưởng nghiêm trọng đến quản lý và hoạt động kinh doanh. Những xung đột và chia rẽ giữa các thành viên trong gia đình thường dẫn đến sự mất ổn định, và trong nhiều trường hợp, có thể dẫn đến tan rã hoặc ngừng hoạt động của công ty.

Như vậy, mô hình Công ty gia đình tuy có nhiều ưu điểm nhưng cũng tồn tại không ít nhược điểm. Để duy trì và phát triển doanh nghiệp bền vững, các thành viên trong gia đình cần xem xét lựa chọn mô hình quản trị phù hợp và xây dựng kế hoạch dài hạn nhằm đảm bảo sự phát triển liên tục của công ty.

II. Những thành quả của các Công ty gia đình chuyển hướng đại chúng thành công

1. Công ty gia đình ở Việt Nam

- Tập đoàn VinGroup: Do ông Phạm Nhật Vượng và vợ là bà Phạm Thu Hương sáng lập và điều hành. Vingroup là một trong những tập đoàn kinh doanh đa ngành nghề lớn nhất Việt Nam hiện nay, hoạt động trong các lĩnh vực như bất động sản, bán lẻ, y tế, giáo dục, ô tô, công nghệ,...

- Tập đoàn Masan: Do ông Nguyễn Đăng Quang sáng lập và vận hành. Masan hoạt động trong nhiều lĩnh vực khác nhau như thực phẩm tiêu dùng, chăm sóc sức khỏe, giáo dục...

- Tập đoàn Trường Hải (THACO): Do ông Trần Bá Dương thành lập và điều hành. THACO chuyên về lĩnh vực sản xuất và kinh doanh ô tô.

- Tập đoàn Hòa Phát: Do ông Trần Đình Long sáng lập và điều hành. Hòa Phát là một trong những tập đoàn sản xuất thép lớn nhất Việt Nam.

2. Công ty gia đình lớn nhất thế giới

- Walmart Inc: Công ty bán lẻ lớn nhất thế giới này do gia đình Walton sở hữu và điều hành.

- Volkswagen AG: Một trong những nhà sản xuất ô tô lớn nhất thế giới, gia đình Porsche và Piëch đang kiểm soát một phần lớn cổ phiếu.

- Berkshire Hathaway Inc: Dù không phải là một công ty gia đình trong nghĩa truyền thống. Nhưng Warren Buffett, người đã dẫn dắt công ty này trong hơn nửa thế kỷ, và gia đình ông có một phần quyền lực đáng kể.

- Samsung Group: Một trong những tập đoàn lớn nhất Hàn Quốc, do gia đình Lee sở hữu và điều hành.

Các công ty thành công ở Việt Nam và trên thế giới đều là các công ty lớn, được niêm yết.

III. Cách thức để các công ty gia đình chuyển đổi mô hình

Đối với các công ty đã đạt được thành công trong hoạt động kinh doanh, việc "chuẩn hóa lại mô hình kinh doanh" là bước quan trọng để chuẩn bị cho quá trình niêm yết cổ phiếu (IPO). Đây không chỉ là việc nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn là cách tối ưu hóa hệ thống quản trị, tài chính và cơ cấu tổ chức để đáp ứng các yêu cầu của thị trường chứng khoán.

Đối với các công ty mới thành lập, cần có sự hỗ trợ từ phía chính quyền thông qua các chương trình đào tạo chuyên sâu, giúp "chuẩn hóa mô hình kinh doanh" ngay từ giai đoạn khởi đầu. Quá trình này cần được xây dựng theo một lộ trình rõ ràng, từ việc phát triển ý tưởng đến khi đạt được mục tiêu IPO. Lộ trình gọi vốn cho các startup có thể được chia thành các giai đoạn sau:

1. Giai đoạn đầu tiên: Gọi vốn từ **Angel Investors** (nhà đầu tư thiên thần) - những người đầu tư sớm nhất vào ý tưởng và tiềm năng của công ty.

2. Tiếp theo là dòng vốn từ **VCs (Venture Capital)** - các quỹ đầu tư mạo hiểm, giúp công ty mở rộng và phát triển quy mô.

3. Sau đó, công ty có thể thu hút sự quan tâm từ các **Quỹ đầu tư tư nhân (Private Equity - PE)** để tiếp tục nâng cao giá trị và năng lực cạnh tranh.

4. **Ngân hàng đầu tư** sẽ tham gia vào các vòng gọi vốn sau để hỗ trợ tài chính cho các hoạt động chiến lược lớn hơn.

5. Cuối cùng, khi công ty đã sẵn sàng, sẽ tiến hành niêm yết trên thị trường chứng khoán thông qua quá trình **IPO (Initial Public Offering)**, mở ra cơ hội huy động vốn từ công chúng và bước vào giai đoạn phát triển quy mô toàn cầu.

Quá trình này không chỉ giúp các công ty khởi nghiệp phát triển bền vững mà còn tạo nền tảng vững chắc cho thành công lâu dài.

PHẦN 3. MÔ HÌNH KINH DOANH GIA TĂNG GIÁ TRỊ

Có rất nhiều nghệ nhân sở hữu tay nghề cao trong các lĩnh vực truyền thống, nhưng họ lại thiếu kiến thức về quản lý và phát triển kinh doanh. Điều này khiến họ khó phát huy hết tiềm năng sáng tạo của mình. Chúng ta có thể hỗ trợ các nghệ nhân này thông qua việc doanh nghiệp hóa, giúp họ xây dựng các công ty khởi nghiệp, tạo ra một nền tảng vững chắc cho việc phát triển sản phẩm và đưa chúng ra thị trường. Việc tổ chức, hỗ trợ họ trong kinh doanh sẽ tạo điều kiện để họ tập trung vào việc sáng tạo, trong khi các doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ đóng vai trò kết nối sản phẩm thủ công truyền thống với nhu cầu của thị trường.

Tại Trung Quốc, những thương hiệu rượu nổi tiếng như Ngũ Lương Dịch và Mao Đài đã trở thành biểu tượng văn hóa quốc gia và đạt tầm cỡ quốc tế nhờ quá trình chuyên nghiệp hóa và phát triển quy mô. Ở Việt Nam, cụ thể là tại Ninh Bình, chúng ta cũng có tiềm năng tổ chức lại các thương hiệu rượu truyền thống như rượu Lai Thành Kim Sơn, để không chỉ đảm bảo chất lượng mà còn nâng tầm các sản phẩm này trên trường quốc tế. Việc xây dựng doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực rượu truyền thống sẽ giúp bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, đồng thời tạo ra cơ hội phát triển kinh tế mạnh mẽ.

Ninh Bình là vùng đất giàu tài nguyên nông nghiệp, với nhiều sản phẩm đặc sản có thể được nâng cao giá trị. Nếu được doanh nghiệp hóa và đầu tư vào các công nghệ tiên tiến, các sản phẩm nông nghiệp tại đây không chỉ có thể tăng năng suất mà còn trở thành điểm nhấn thu hút khách du lịch trong và ngoài nước. Việc kết hợp giữa sản xuất nông nghiệp và du lịch sinh thái sẽ mang lại trải nghiệm độc đáo cho du khách, đồng thời tạo ra cơ hội cho hàng trăm doanh nghiệp khởi nghiệp trong ngành nông nghiệp và du lịch.

Ninh Bình cũng có tiềm năng phát triển du lịch văn hóa thông qua việc tái hiện các di tích lịch sử và cảnh quan cổ xưa. Những khu du lịch này có thể được xây dựng theo mô hình công viên chủ đề, kết hợp làm phim cổ trang và các hoạt động văn hóa giải trí. Đây chính là cơ hội cho các startup trong lĩnh vực văn hóa và giải trí phát triển. Các doanh nghiệp này không chỉ có thể đào tạo diễn viên, ca sĩ chuyên nghiệp để phục vụ cho du lịch, mà còn đưa các sản phẩm văn hóa biểu diễn ra thế giới.

Ninh Bình là một trong những tỉnh vừa có rừng, vừa có biển, tạo ra tiềm năng lớn cho việc phát triển thủy sản và dược liệu. Việc áp dụng công nghệ cao vào nuôi trồng thủy sản và sản xuất dược liệu có thể giúp nâng cao chất lượng sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thị trường và tăng tính cạnh tranh. Đây là mảnh đất màu mỡ cho các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực thủy sản và dược phẩm phát triển.

Không chỉ tập trung vào vùng lõi di sản, các huyện ngoại vi của Ninh Bình cũng có thể phát triển du lịch nông nghiệp kết hợp với làng nghề truyền thống. Mô hình du lịch trang trại, nơi du khách có thể trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất và thu hoạch nông sản, là một hướng đi mới mẻ, thu hút sự quan tâm của du khách trong nước và quốc tế. Điều này có thể tạo ra hàng ngàn cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, vừa phát huy được tiềm năng du lịch của địa phương, vừa bảo tồn và phát triển các ngành nghề truyền thống./.

Khởi nghiệp từ nghệ thuật Điêu khắc ánh sáng

Bùi Quang Tự
Công ty Cổ phần Điêu khắc ánh sáng Đại Việt

Hành trình 10 năm từ tia sáng le lói đầu tiên của những ý tưởng mới cho đến ngày khởi nghiệp nhờ nghệ thuật điêu khắc ánh sáng. Hành trình đầy thử thách và cũng nhiều điều lý thú ấy với kim chỉ nam bắt nguồn cảm hứng từ tiêu đề bài viết của Bác Hồ trên báo Nhân Dân năm 1951: ***"Thực hành sinh ra hiểu biết, hiểu biết tiến tới lý luận, lý luận lãnh đạo thực hành"***

I. Ý tưởng

Ý tưởng cho nghệ thuật điêu khắc ánh sáng được hình thành từ một trải nghiệm cá nhân khi tạo dựng một tiểu cảnh sân vườn: Trong quá trình chiếu sáng khối đá xù xì, ánh sáng đã tạo ra hình ảnh bóng đổ giống một con gấu. Từ đây, tôi nhận thấy tiềm năng sáng tạo trong việc kết hợp ánh sáng và bóng đổ để tạo nên những tác phẩm nghệ thuật độc đáo. Điều này dẫn đến ý tưởng phát triển các tác phẩm điêu khắc mà bóng của chúng có thể kể một câu chuyện hoặc truyền tải một thông điệp nhất định, và đây cũng là hành trang đầu tiên trên con đường khởi nghiệp tìm lối đi cho riêng mình.

II. Thực hành

Giai đoạn thực hành tập trung vào việc hiện thực hóa ý tưởng thông qua các thử nghiệm và quá trình sáng tạo. Các bước chính bao gồm:

* Thử nghiệm vật liệu và ánh sáng: Sử dụng và kiểm nghiệm nhiều loại vật liệu như lá cây, giấy, phế liệu, gỗ, gốm, đá, kim loại... để tìm ra những vật liệu có khả năng tạo hình phần bóng hiệu quả. Đồng thời, thử nghiệm các nguồn sáng khác nhau (LED, halogen...) với cường độ và màu sắc đa dạng để tạo nên hiệu ứng ánh sáng mong muốn.

* Thiết kế mô hình: Phác thảo và thiết kế các tác phẩm trên giấy trước khi tạo mô hình thực tế. Điều này cho phép thử nghiệm các ý tưởng nghệ thuật khác nhau và đánh giá tác động của ánh sáng trên các mẫu thử.

* Tinh chỉnh và tối ưu hóa: Dựa trên kết quả thử nghiệm, liên tục chỉnh sửa các yếu tố như chất liệu, vị trí chiếu sáng, cấu trúc của tác phẩm để đạt hiệu ứng thẩm mỹ tốt nhất. Quá trình này giúp tích lũy kinh nghiệm kỹ thuật và mỹ thuật, góp phần hoàn thiện các tác phẩm nghệ thuật.

III. Hiểu biết

Kỹ thuật tam bất hủ: Sau khi có được các tác phẩm cụ thể, những kiến thức và hiểu biết nhất định về quá trình chế tác, từ đó khái niệm nghệ thuật điêu khắc ánh sáng dần hình thành, và dựa trên ba kỹ thuật cơ bản:

* Kỹ thuật chế tác: Hiểu rõ cách xử lý vật liệu, các thủ pháp tạo hình như điêu khắc, đắp nặn, khắc tỉa, hàn gắn… sao cho phù hợp với mục tiêu chiếu sáng tạo bóng và thể hiện được các đặc tính riêng của từng loại vật liệu.

* Kỹ thuật cảm xúc: Cách truyền tải cảm xúc và thông điệp thông qua ánh sáng và bóng đổ, từ đó tạo ra sự tương tác và kết nối với người xem.

* Kỹ thuật tư duy sáng tạo: Nắm bắt cách thức ánh sáng tương tác với vật liệu để lựa chọn nguồn sáng, điều chỉnh góc chiếu và cường độ một cách tối ưu. Đồng thời, áp dụng các quy tắc thẩm mỹ trong nghệ thuật để tạo ra sự hài hòa và điểm nhấn riêng cho từng tác phẩm.

IV. Lý luận

Trong giai đoạn lý luận, áp dụng khái niệm "MINH ĐỊNH" để phân tích quá trình khởi nghiệp nghệ thuật điêu khắc ánh sáng**:**

Các bước bao gồm:

* Định nghĩa: Làm rõ bản chất, giá trị cốt lõi, và mục tiêu của nghệ thuật điêu khắc ánh sáng. Nghệ thuật này không chỉ kết hợp giữa điêu khắc và ánh sáng mà còn là phương tiện để truyền tải văn hóa, lịch sử và cảm xúc.

* Định hướng: Xác định chiến lược phát triển sản phẩm, kế hoạch tiếp thị và xây dựng thương hiệu, và kế hoạch tài chính cùng nhân sự để đạt được các mục tiêu đề ra.

* Định vị: Phân tích vị trí của doanh nghiệp trong thị trường nghệ thuật và xác định khách hàng mục tiêu. Đánh giá dựa trên mô hình SWOT để xác định điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức. Từ đó, xây dựng chiến lược phát triển và tiếp thị hiệu quả.

* Điểm mạnh: Sự độc đáo, khả năng truyền tải thông điệp, và tiềm năng ứng dụng rộng rãi.

* Điểm yếu: Thiếu kinh nghiệm, chi phí sản xuất cao, và nhận thức hạn chế của thị trường, rất ít người biết đến loại hình nghệ thuật ĐKAS.

* Cơ hội: Nhu cầu ngày càng tăng về các sản phẩm nghệ thuật sáng tạo, sự hỗ trợ từ chính phủ, các cơ quan truyền thông và các tổ chức văn hoá nghệ thuật, và khả năng mở rộng thị trường quốc tế.

* Thách thức: Trong quá trình thực hiện tác phẩm và bộ sưu tập đòi hỏi tổng hợp nhiều kiến thức của nhiều lĩnh vực, bên cạnh đó thời gian thực hiện các dự án cũng là một yếu tố thách thức.

* Quyết định: Đưa ra các quyết định chiến lược như đầu tư phát triển, lựa chọn mô hình kinh doanh, và quản lý vận hành dựa trên các phân tích trước đó. Quyết định này giúp tối ưu hóa nguồn lực và xác định hướng đi lâu dài cho doanh nghiệp.

Kết luận: Thông qua việc áp dụng phương pháp "MINH ĐỊNH" - Định nghĩa, Định hướng, Định vị, và Quyết định, doanh nghiệp sẽ xây dựng được một nền tảng lý luận vững chắc, giúp định hình chiến lược dài hạn và tạo nên một thương hiệu mạnh mẽ trong lĩnh vực nghệ thuật điêu khắc ánh sáng.

V. Lý luận lãnh đạo thực hành

Phần này tập trung vào vai trò của lãnh đạo trong việc thực thi chiến lược khởi nghiệp nghệ thuật điêu khắc ánh sáng. “Lý luận lãnh đạo thực hành” không chỉ đơn thuần là sự quản lý về mặt kỹ thuật, mà còn bao gồm việc xây dựng tầm nhìn, tạo động lực và hướng dẫn đội ngũ để hiện thực hóa các mục tiêu của dự án khởi nghiệp. Các yếu tố chính của lý luận lãnh đạo thực hành bao gồm:

1. Xây dựng và truyền tải tầm nhìn: Người lãnh đạo phải có khả năng xây dựng một tầm nhìn rõ ràng và dài hạn cho doanh nghiệp nghệ thuật điêu khắc ánh sáng. Tầm nhìn này cần được truyền tải đến tất cả các thành viên trong tổ chức, để đảm bảo mọi người hiểu rõ mục tiêu và ý nghĩa của công việc mình đang làm. Điều này giúp tạo ra sự đoàn kết và quyết tâm trong đội ngũ, thúc đẩy họ cống hiến hết mình cho sứ mệnh chung.

2. Phát triển năng lực và kỹ năng: Lãnh đạo thực hành yêu cầu sự đầu tư vào phát triển năng lực chuyên môn và kỹ năng mềm cho đội ngũ. Điều này bao gồm việc đào tạo liên tục về kỹ thuật điêu khắc, nghệ thuật sắp đặt ánh sáng, cũng như các kỹ năng như giao tiếp, quản lý thời gian, và làm việc nhóm. Mục tiêu là để tạo ra một lực lượng lao động không chỉ giỏi về kỹ thuật mà còn sáng tạo và linh hoạt trong tư duy nghệ thuật

3. Quản lý hiệu suất và thúc đẩy sáng tạo: Một phần quan trọng của lãnh đạo thực hành là quản lý hiệu suất, bao gồm việc thiết lập các tiêu chuẩn công việc, đánh giá hiệu quả, và cung cấp phản hồi kịp thời. Tuy nhiên, trong một lĩnh vực sáng tạo như điêu khắc ánh sáng, người lãnh đạo cần khuyến khích sự tự do sáng tạo và tạo điều kiện cho nhân viên thử nghiệm các ý tưởng mới, ngay cả khi chúng có rủi ro thất bại. Sự cân bằng giữa kỷ luật trong công việc và tự do sáng tạo là yếu tố quan trọng giúp tổ chức phát triển mạnh mẽ.

4. Quản lý thay đổi và thích nghi: Thị trường nghệ thuật và sáng tạo thường xuyên biến động. Do đó, người lãnh đạo cần phải có khả năng quản lý thay đổi và

thích nghi nhanh chóng với các xu hướng mới, công nghệ mới, và nhu cầu của khách hàng. Điều này đòi hỏi sự nhạy bén trong việc nhận biết các thay đổi và điều chỉnh chiến lược kịp thời để duy trì tính cạnh tranh và định hướng phát triển của doanh nghiệp.

5. Tạo dựng văn hoá doanh nghiệp sáng tạo: Lãnh đạo thực hành còn liên quan đến việc xây dựng một văn hóa doanh nghiệp khuyến khích sự sáng tạo, đổi mới và hợp tác. Văn hóa này cần được duy trì thông qua các hoạt động thường xuyên như hội thảo, buổi chia sẻ ý tưởng, và các Chương trình đào tạo khuyến khích sáng tạo và học hỏi không ngừng. Điều này giúp tạo ra một môi trường làm việc tích cực, nơi mà mỗi cá nhân đều cảm thấy có giá trị và đóng góp vào sự phát triển chung của tổ chức.

6. Đánh giá và điều chỉnh chiến lược: Cuối cùng, lãnh đạo thực hành yêu cầu người lãnh đạo phải thường xuyên đánh giá hiệu quả của các chiến lược và quyết định đã đưa ra, dựa trên các kết quả thực tế đạt được. Dựa vào đó, họ cần đưa ra những điều chỉnh phù hợp để cải thiện hiệu quả và tối ưu hóa nguồn lực. Việc này đòi hỏi một tư duy phân tích sắc bén và khả năng đưa ra quyết định nhanh chóng trong bối cảnh thay đổi

VI. Kết luận

Những ý tưởng được ấp ủ, nhen nhóm từ những ngày đầu, công ty cổ phần Điêu Khắc Ánh Sáng Đại Việt được thành lập và đến nay đã được 4 năm tuổi, mỗi chặng đường khởi đầu chưa dài, nhưng bước đầu bộ máy tổ chức đã được kiện toàn và quá trình vận hành đã đạt được một số thành tựu nhất định./.

Quy hoạch xây dựng Công viên Tổ nghề gốm Bồ Bát tại làng Bạch Liên, xã Liên Thành, huyện Yên Mô, tỉnh Ninh Bình

Kỹ sư Nguyễn Thế Cường - Nghệ nhân SVC Việt Nam
Chủ tịch Công ty Cổ phần Tập Đoàn Thạch Bàn
Giám đốc Bảo tàng Gạch ngói và Sinh thái Thạch Môn Trang

Là người con của quê hương Kim Sơn - Ninh Bình, tôi rất vinh dự được tham gia đóng góp một vài ý kiến về việc quy hoạch xây dựng Công viên Tổ nghề gốm Bồ Bát tại làng Bạch Liên, xã Yên Thành, huyện Yên Mô, tỉnh Ninh Bình.

Tôi tốt nghiệp Khoa Silicat của Đại học Bách khoa Hà Nội năm 1971. Suốt hơn 50 năm qua tôi đã đam mê dựng nghiệp với nghề sản xuất gạch ngói gắn với thương hiệu Thạch Bàn.

Năm 1991, tôi đã xây dựng nhà máy Gạch Tuynel tại Thạch Bàn. Năm 1993, tôi đã về quê hương Ninh Bình xây dựng nhà máy Gạch Vườn Chanh có công suất 25 triệu viên gạch QTC/năm. Đây cũng là nhà máy Gạch Tuy-nen đầu tiên trong hàng trăm Nhà máy mà công ty Thạch Bàn đã đi xây dựng trên khắp cả nước. Trong quá trình xây dựng, Nhà máy Gạch Vườn Chanh đã vinh dự được đón Chủ tịch nước Lê Đức Anh về thăm và động viên cổ vũ.

Cùng với mệnh Thổ Trời cho, cùng với việc được học tập, tham quan nhiều nhà máy, xí nghiệp, sản xuất nhiều thiết bị và công nghệ các loại gạch ngói; tham quan nhiều Bảo tàng Gạch ngói ở nhiều quốc gia,… tôi đã góp phần tham gia đổi mới nghề sản xuất gạch ngói ở Việt Nam với việc xây dựng và chuyển giao công nghệ cho hàng trăm nhà máy sản xuất gạch ngói ở khắp cả nước và xây dựng chuyển giao công nghệ ở một số nhà máy tại Nga và An-giê-ri-a.

Bằng tri thức và kinh nghiệm của bản thân, tôi đã lập Dự án trình Chính phủ cho phép Thạch Bàn lập dự án và xây dựng nhà máy gạch ốp lát nhân tạo đầu tiên tại Việt Nam năm 1996 với thiết bị và công nghệ của Italia. Năm 2011, Thạch Bàn đã xây dựng thành công nhà máy Gạch ngói Yên Hưng, Quảng Ninh sản xuất bằng công nghệ đất đồi và phế liệu VLXD. Đây là một công nghệ tiên tiến không sử dụng đất sét ruộng để sản xuất gạch ngói và sản phẩm làm ra có chất lượng cao, đạt các tiêu chuẩn kỹ thuật của Châu Âu. Chính các sản phẩm của nhà máy này đã góp phần tham gia xây dựng Tháp Chùa Bái Đính và toàn bộ mái ngói màu nâu xám cho Chùa Tam Chúc của quê hương Ninh Bình.

Ngày 13/9/2022, Gia đình tôi đã tổ chức khánh thành Bảo tàng Gạch ngói và

Sinh thái Thạch Môn Trang. Đây là Bảo tàng Gạch ngói đầu tiên tại Việt Nam và là Bảo tàng ngoài công lập đầu tiên tại tỉnh Bắc Giang có mô hình vừa là Bảo tàng Gạch ngói, vừa là Khu bảo tồn sinh thái các vườn cây cảnh nghệ thuật quý hiếm đầu tiên ở Việt Nam.

Cả gia đình tôi, vợ và con trai đều tốt nghiệp khoa Silicat của Đại học Bách khoa Hà Nội, con rể tôi cũng là kỹ sư điện. Tất cả đều tham gia công tác tại Thạch Bàn. Đam mê nghề sản xuất gạch ngói nên cả gia đình tôi đã dành thời gian, tâm huyết và tiền bạc để đầu tư, xây dựng Bảo tàng gạch ngói sau hàng chục năm trăn trở đi tìm mô hình xây dựng, tìm mẫu vật cho Bảo tàng. Quy mô xây dựng ban đâu chưa lớn, song gia đình chúng tôi đã có ý tưởng tiếp tục mở rộng trong các năm tiếp theo. Điều đặc biệt hơn của Bảo tàng Gạch ngói và Sinh thái Thạch Môn Trang là khu vực trưng bày được gắn liền với khu trang trại sinh thái có hàng trăm cây cổ thụ, hàng ngàn cây cảnh nghệ thuật với hơn 200 chủng loại cây và nhiều cây Di sản Quốc gia, kiệt tác cây cảnh của Việt Nam. Trang trại được quy hoạch và xây dựng cách đây gần 30 năm từ năm 1996.

Bằng kiến thức và kinh nghiệm của bản thân và gia đình, tôi xin mạnh dạn tham gia một số ý kiến về việc Quy hoạch xây dựng Công viên Tổ nghề Gốm BỒ BÁT như sau:

1. Xây dựng danh tiếng để xác định sự cần thiết phải đầu tư

Qua tìm hiểu các tài liệu, tôi hoàn toàn đồng ý với nhận định của GS.TS Phạm Hồng Tung - Viện trưởng Viện Nam học và khoa học phát triển khẳng định: Gốm cổ Ninh Bình là một vùng Gốm cổ quý hiếm của khu vực và trên thế giới.

Cùng với việc khai quật Di chỉ Mán Bạc gần 4000 năm ở giai đoạn văn hóa cuối thời kỳ Phùng Nguyên và đầu thời kỳ Đồng Đậu và các nghiên cứu của khảo cổ khác đã xác định Đồ Gốm xuất hiện ở Ninh bình từ 8-9000 năm trước, được xem là sớm nhất trong khu vực và trên thế giới.

Ninh Bình là vùng đất cổ có người tiền sử sinh sống trong các hang động đá vôi với nhiều sáng tạo vật chất, đặc biệt là đã phát minh ra Gốm đất nung.

2. Xác định mục tiêu đầu tư

Theo tôi, việc xây dựng Công viên Tổ nghề Gốm BỒ BÁT là cần thiết để Bảo tồn và phát triển nghề Gốm cổ của tỉnh Ninh Bình.

Trong công viên có thể có các Dự án, các Công trình xây dựng:

- Khu khảo cổ di chỉ Mán Bạc
- Đền thờ Tổ nghề Gốm Bồ Bát

- Bảo tàng Gốm cổ Bồ Bát. Trong Bảo tàng có phần khu vực trưng bày hiện vật và có khu chiếu phim tư liệu và các hình ảnh Gốm cổ Bồ Bát được sử dụng hay trưng bày với các hình ảnh tư liệu đa dạng.

- Khu mỏ nguyên liệu đất sét trắng quý hiểm Bồ Di - Đất non sương.

- Các cơ sở sản xuất Gốm Bồ Bát

Đã có công ty TNHH bảo tồn và phát triển Gốm Bồ Bát của doanh nhân Phan Văn Bang, song quy mô còn quá nhỏ bé (có 27 công nhân)

- Các cửa hàng bán sản phẩm Gốm
- Các khách sạn, nhà nghỉ, cửa hàng ăn uống và vui chơi, giải trí

- Ưu tiên xây dựng các nhà máy sản xuất Gốm Bồ Bát theo đơn đặt hàng hay dự án đầu tư nhà máy của đối tác nước ngoài.

3. Xác định quy mô đầu tư

Tỉnh nên lập Quy hoạch vùng đất Công viên với cơ sở gốc là làng Bạch Liên, có quy mô rộng để phát triển lâu dài. Ngoài các công trình xây dựng như nhà cửa, Bảo tàng, nơi ăn uống, giải khát thì cần quan tâm đúng nghĩa từ Công viên – nghĩa là cần quy hoạch hệ thống đường đi, vườn hoa, hồ nước đặc biệt là cây xanh, vườn hoa và các cây quý hiếm của địa phương bao gồm cây nhỏ, cây to cổ thụ, cây cảnh nghệ thuật cùng với các khu vui chơi, giải trí, nơi ngồi nghỉ thư giãn, chuyện trò giao lưu.

4. Xây dựng quy hoạch và quy chế đầu tư

Cần phải xác định đây là một dự án lớn, liên quan đến nhiều lĩnh vực như kế hoạch đầu tư, khoa học, văn hoá, giáo dục, tài nguyên môi trường, tài chính, an ninh,…vì vậy theo tôi Tỉnh cần thành lập một đơn vị chuyên trách độc lập ví dụ "Ban dự án Công viên Gốm Bồ Bát" trực thuộc Uỷ ban nhân dân Tỉnh để điều hành lĩnh vực xây dựng dự án, quản lý và phát triển Dự án sau này. Ban Quản lý cần xác định ngay các mục tiêu đầu tư, xây dựng kế hoạch thực hiện và tiến độ thời gian thực hiện, nguồn lực thực hiện,…

5. Xây dựng các chính sách hỗ trợ, huy động các nguồn lực đầu tư

- Tỉnh cần có các kế hoạch quảng bá các dự án đầu tư ở trong nước và các tổ chức quốc tế, các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài.

- Về hỗ trợ xây dựng hạ tầng, Tỉnh cần có chính sách hỗ trợ về cấp phép, chuyển nhượng quyền sử dụng đất, thuế đất và thời gian sử dụng đất.

- Tỉnh cũng cần có lộ trình miễn giảm các loại thuế trong sản xuất, kinh doanh, thuế thu nhập cho doanh nghiệp và người lao động trong Công viên.

- Tỉnh cũng cần thành lập các Hội, các Chi Hội hoặc các tổ chức có tính nghiệp vụ chuyên sâu như: Hội các nhà thiết kế mẫu, Hội thợ Gốm Bồ Bát, Hội thợ Lò nung, sấy, Hội những người yêu Gốm Bồ Bát,…

- Tỉnh cần xây dựng kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực, hỗ trợ kinh phí đào tạo cán bộ, công nhân làm nghề Gốm trong khu vực Công viên.

6. Xây dựng con đường di sản Gốm Bồ Bát

- Xây dựng mối quan hệ giao lưu nghề, giao lưu sản phẩm, giao lưu du lịch và công tác quảng bá, bảo tồn, phát triển nghề sản xuất Gốm Bồ Bát gồm 3 cơ sở: Công viên Gốm Bồ Bát, làng Gốm sứ Bát tràng và Bảo tàng Gạch ngói và sinh thái Thạch Môn Trang. Bộ phận tổ chức kết nối điều hành có thể lập văn phòng ở làng Gốm sứ Bát tràng hoặc Công viên Gốm Bồ Bát.

- Giới thiệu Bảo tàng Gạch ngói và Sinh thái Thạch Môn Trang

Bảo tàng khánh thành ngày 13/9/2022 tại Trang trại Thạch Môn Trang đóng tại xã Xương Lâm, huyện Lạng Giang, tỉnh Bắc Giang.

Bảo tàng bao gồm 3 khu vực trưng bày:

+ Tầng 1: Các mẫu Gạch ngói cổ thu thập ở các địa điểm trên phạm vi cả nước

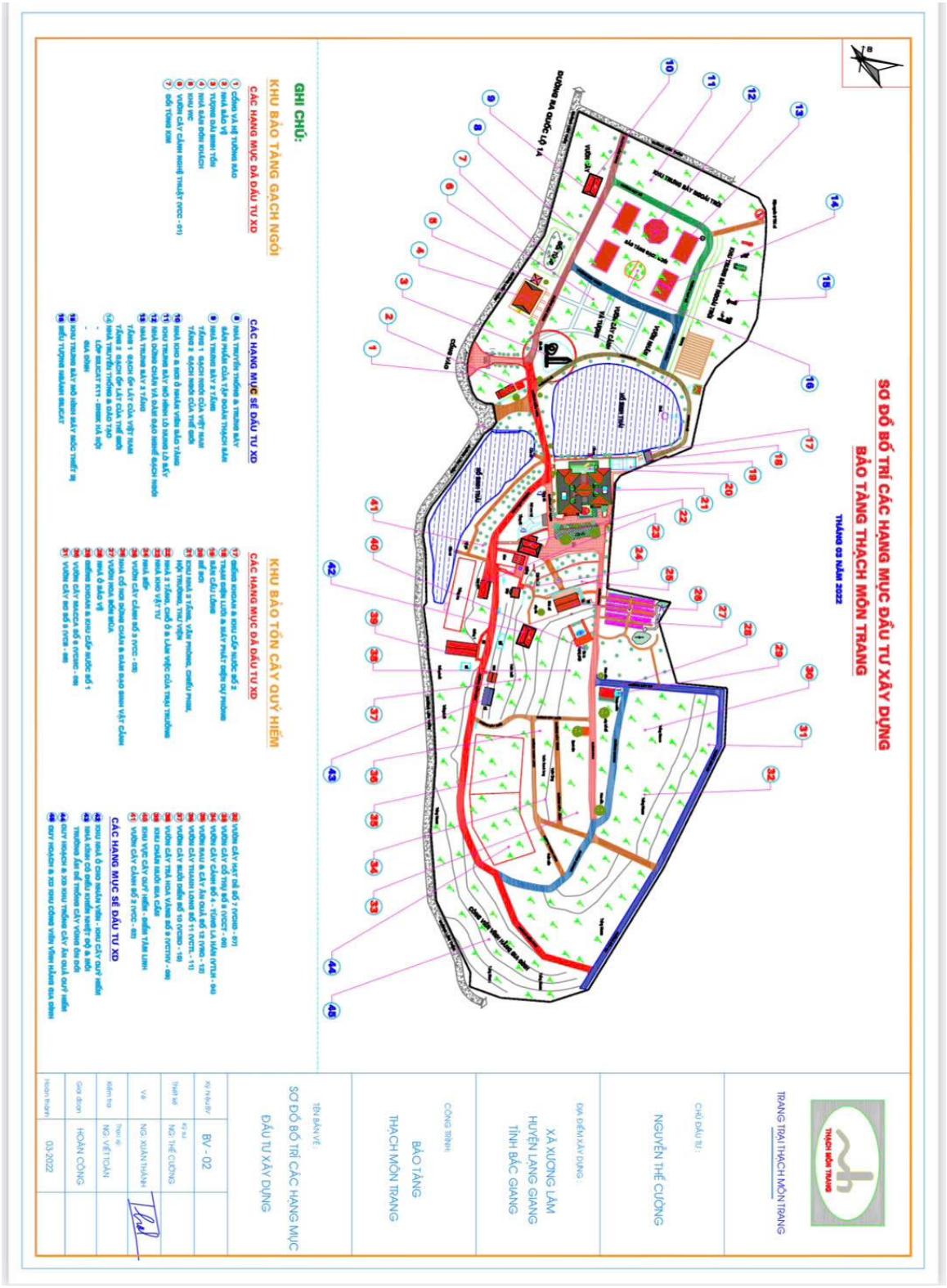
+ Tầng 2: Khu vực trưng bày một số mẫu sản phẩm của công ty Thạch Bàn và giới thiệu quá trình lịch sử phát triển của Tập đoàn Thạch Bàn.

+ Ngoài sân: Khu vực trưng bày 1 số cây cảnh nghệ thuật tiêu biểu và cây cảnh quý hiếm với các con đường đi gồm 15 con đường được lát bằng 15 loại gạch khác nhau.

+ Tổng diện tích Bảo tàng gồm 6 ha, ngoài ra còn có 10 con đường và 12 vườn cây cảnh, cây ăn quả quý hiếm như cây Macca, cây Sâm núi Dành, khu vực trồng Măng tây và Rau sạch công nghệ cao.

Sơ đồ Bảo tàng Gạch ngói và Sinh thái Thạch Môn Trang năm 2022 (trang bên)

Kết luận: Việc xây dựng Công viên tổ nghề Gốm Bồ Bát là việc làm cần thiết và có ý nghĩa chiến lược lâu dài của tỉnh Ninh Bình, vừa tôn vinh bản sắc văn hoá lịch sử lâu đời của vùng đất cố đô Ninh Bình, vừa tạo dựng một khu Công viên tổng hợp đa ngành nghề tạo công ăn việc làm cho người dân; đồng thời bảo tồn và phát triển một nghề Gốm cổ, tăng thêm giá trị, hình ảnh văn hoá đẹp cho tỉnh Ninh Bình, một tỉnh có tiềm năng rất lớn cho ngành du lịch ở Việt Nam.



- Sơ đồ Bảo tàng Gạch ngói và Sinh thái Thạch Môn Trang năm 2022

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo dựa trên kết hợp "di sản hóa" với "thương mại hóa", "doanh nghiệp hóa" các tài nguyên văn hóa và thiên nhiên độc đáo, phong phú, đặc sắc của địa phương

Ths. Luật sư Lê Quang Tuấn
Chánh Văn phòng Tạp chí Vietnam Travel
PGĐ Trung tâm Di sản kết nối

MỞ ĐẦU

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo đã trở thành một xu hướng quan trọng, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và nâng cao năng lực cạnh tranh của các quốc gia. Đặc biệt, việc kết hợp "di sản hóa" với "thương mại hóa" và "doanh nghiệp hóa" các tài nguyên văn hóa và thiên nhiên độc đáo, phong phú, đặc sắc của địa phương là một hướng đi đầy tiềm năng.

Các chính sách của Nhà nước cũng đã định hướng rõ ràng cho việc phát triển kinh tế dựa trên những giá trị văn hóa đặc trưng của từng địa phương. Mục tiêu là tạo ra những sản phẩm, dịch vụ chất lượng cao, mang đậm bản sắc văn hóa Việt, đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Ninh Bình là tỉnh có bề dày lịch sử và truyền thống văn hiến lâu đời, nơi lưu giữ những di sản văn hóa vật thể, phi vật thể mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc hòa quyện trong cảnh quan thiên nhiên hũng vĩ, nên thơ của núi non, sông hồ và đặc biệt là hệ thống các hang động lung linh, huyền ảo. Chủ trương của Ninh Bình là phát triển kinh tế dựa trên các giá trị văn hóa di sản làm nòng cốt, đặc trưng để xây dựng sản phẩm kinh tế xanh, thân thiện, an toàn. Chủ trương đó cũng theo đúng những định hướng mà Chính phủ đã đề ra.

Bên cạnh sự giàu có về di sản lịch sử, Ninh Bình còn sở hữu vẻ đẹp thiên nhiên kỳ vĩ với quần thể danh thắng Tràng An - một di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới độc đáo. Hệ thống hang động kỳ ảo, núi non hùng vĩ cùng những cánh đồng lúa xanh mướt đã tạo nên một bức tranh thiên nhiên tuyệt đẹp, thu hút hàng triệu du khách mỗi năm.

Ninh Bình còn là kho tàng văn hóa phi vật thể vô cùng quý giá. Hàng trăm lễ hội truyền thống được tổ chức hàng năm, mang đậm bản sắc văn hóa của người dân nơi đây. Với những giá trị lịch sử, văn hóa và thiên nhiên độc đáo, Ninh Bình không chỉ là một điểm đến du lịch hấp dẫn mà còn là một nguồn cảm hứng sáng tạo bất tận. Việc khai thác và bảo tồn những giá trị này không chỉ góp phần phát triển kinh tế mà còn giúp gìn giữ bản sắc văn hóa dân tộc.

Bài viết này mong muốn đề cập tới mô hình kinh doanh và khởi nghiệp sáng tạo lấy nguồn lực chính là những giá trị văn hóa và/hoặc di sản của một cộng đồng. Từ việc

kết hợp "di sản hoá" và "thương mại hoá", "doanh nghiệp hoá" các tài nguyên văn hóa và thiên nhiên độc đáo, phong phú, đặc sắc của địa phương, tham khảo những kinh nghiệm, bài học từ những dự án của một số nước trên thế giới và của các tỉnh, thành trong nước, hy vọng có thể mang tới một góc nhìn mới cho vấn đề này và tầm quan trọng của việc khởi nghiệp sáng tạo trên nền tảng văn hoá, di sản tại tỉnh Ninh Bình.

1. Khái niệm và ý nghĩa

Khởi nghiệp sáng tạo là mô hình khởi nghiệp dựa trên việc kết nối nguồn lực, kiến thức và công nghệ từ nhiều bên khác nhau để tạo ra những sản phẩm và dịch vụ mới, đáp ứng nhu cầu của thị trường.

Doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo theo Khoản 2 Điều 3 Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa năm 2017 là doanh nghiệp nhỏ và vừa "được thành lập để thực hiện ý tưởng trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới và có khả năng tăng trưởng nhanh". Như vậy, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo hay start-up có thể được hiểu là một doanh nghiệp bắt đầu hoạt động kinh doanh trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh sáng tạo, có hiệu quả kinh tế cao. Khái niệm doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo được sử dụng không phải để chỉ một hình thức tổ chức pháp lý mới của doanh nghiệp, mà để chỉ một số doanh nghiệp theo tính chất và lĩnh vực hoạt động. Xét về hình thức tổ chức pháp lý, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo có thể là công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần, công ty hợp danh hoặc doanh nghiệp tư nhân và chúng mang đầy đủ các dấu hiệu pháp lý của các loại hình doanh nghiệp này.

"Di sản hoá" là việc lựa chọn một di tích - phế tích, di vật - phế vật, cảnh vật, kiến trúc vật chất, huyền tích nào đó gắn với danh nhân, địa danh,… xây dựng thành "hồ sơ di sản" với những "câu chuyện" chuyển tải giá trị cốt lõi cho hình thành một sản phẩm khác biệt phục vụ du lịch, có thể là sản phẩm trải nghiệm du lịch, sản phẩm ẩm thực hoặc sản phẩm quà lưu niệm du lịch. "Di sản hóa" tập trung vào giải mã thông tin "ẩn", thông tin "chết" hoặc bị "đứt gãy" của di tích – phế tích, di vật – phế vật, cảnh vật, kiến trúc, danh nhân, địa danh… gắn với "thiêng hóa", "số hóa" một cách sáng tạo theo tư duy hệ thống,… làm sống lại di sản bằng ý tưởng sáng tạo của con người, làm gia tăng giá trị và quảng bá thương hiệu di sản thông qua "thương mại hóa" và "doanh nghiệp hóa".

Di sản hoá trong khởi nghiệp sáng tạo có thể hiểu theo hai khía cạnh. Một là di sản hoá những vật thể văn hoá hoặc phi vật thể để tạo nên giá trị cho sản phẩm, dịch vụ kinh doanh. Hai là di sản hoá chính các hoạt động của doanh nghiệp gắn liền với các di sản văn hoá đã được công nhận để biến những di sản đó trở thành tài sản có khả năng thương mại; kết nối di sản với thực tế cuộc sống để làm cho những di sản đó "sống lại" trong thực tại và mang lại giá trị cho cộng đồng.

"Thương mại hóa" là việc biến những giá trị đã được "di sản hoá" này thành các

sản phẩm, dịch vụ có thể kinh doanh, như du lịch văn hóa, sản phẩm thủ công mỹ nghệ, ẩm thực địa phương, v.v.

"Doanh nghiệp hoá" là quá trình xây dựng và phát triển các doanh nghiệp dựa trên các tài nguyên văn hóa và thiên nhiên đã được di sản hóa và thương mại hóa. Điều này bao gồm việc thành lập các doanh nghiệp du lịch, nhà hàng, khách sạn, các cơ sở sản xuất và kinh doanh sản phẩm thủ công mỹ nghệ, đặc sản địa phương, v.v. Các doanh nghiệp này không chỉ tạo ra nguồn thu nhập cho cộng đồng mà còn góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, thiên nhiên của địa phương.

Có thể thấy các yếu tố trên có mối liên hệ chặt chẽ với nhau và có tác động qua lại với nhau. Hoạt động khởi nghiệp góp phần tạo ra thu nhập từ việc di sản hoá, đồng thời là một công cụ hữu hiệu để bảo tồn, lưu giữ và quảng bá di sản và văn hóa truyền thống. Bên cạnh những di sản lớn đã được ghi nhận, bảo vệ bởi nhà nước hay đã có những tập đoàn lớn tham gia đầu tư, khai thác thì vẫn còn rất nhiều những yếu tố văn hoá và di sản khác là "tài sản" chưa được khai thác. Những tài sản này sẽ trở nên thu hút hơn, được quan tâm hơn khi được nâng tầm và đóng vai trò là "nguồn vốn", là tác nhân kích thích sự hình thành và tạo ra giá trị cho khởi nghiệp sáng tạo, đồng thời tạo ra hệ sinh thái phát triển bền vững cho cả cộng đồng.

2. Khởi nghiệp sáng tạo với văn hoá, di sản là động lực và nguồn vốn kinh doanh

2.2. Động lực và nguồn vốn kinh doanh

Văn hóa không chỉ là nền tảng vững chắc mà còn là chất xúc tác mạnh mẽ cho sự đổi mới sáng tạo trong kinh doanh. Đại dịch COVID-19 đã cho thấy sức sống mãnh liệt của văn hóa, khi các cộng đồng nhỏ bé cùng nhau kể những câu chuyện truyền cảm hứng, tạo ra những sản phẩm mang đậm dấu ấn bản sắc. Sự kết hợp hài hòa giữa yếu tố văn hóa và kinh doanh đã trở thành "công thức" thành công cho nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tại Việt Nam, xu hướng khởi nghiệp dựa trên di sản văn hóa ngày càng nở rộ, tạo ra những làn sóng mới trong lĩnh vực sáng tạo. Việc di sản hoá không chỉ giúp bảo tồn giá trị văn hóa mà còn mở ra những cơ hội kinh doanh vô cùng hấp dẫn.

Kinh doanh dựa trên nền tảng văn hóa và di sản không phải là vấn đề mới và lợi ích thu được từ hoạt động kinh doanh này cũng không hề nhỏ. Doanh thu từ các lĩnh vực văn hóa sáng tạo chiếm 3% nền kinh tế toàn cầu, tạo ra 2,25 nghìn tỷ USD hằng năm và hỗ trợ 30 triệu việc làm trên toàn thế giới – nhiều hơn cả ngành công nghiệp ô tô của châu Âu, Nhật Bản và Hoa Kỳ cộng lại. Tuy nhiên, những đóng góp của văn hóa, di sản vẫn chưa thực sự được phản ánh một cách đúng đắn trong đời sống và hoạt động kinh doanh vì nguồn lợi thu được từ lĩnh vực này không đến một cách nhanh chóng như những ngành nghề khác.

Vì sao văn hóa và di sản lại có sức hấp dẫn đến vậy đối với kinh doanh?

Đó là do:

Sự độc đáo và khác biệt: Mỗi nền văn hóa đều mang những nét đặc trưng riêng, tạo ra những sản phẩm và dịch vụ độc đáo, thu hút sự tò mò và khám phá của du khách.

Những giá trị bền vững: Di sản văn hóa là những giá trị lâu đời, được gìn giữ và truyền lại qua nhiều thế hệ. Chúng mang trong mình những câu chuyện, những giá trị tinh thần sâu sắc, tạo ra sức hấp dẫn lâu dài.

Nhu cầu ngày càng tăng: Trong xu hướng toàn cầu hóa, du khách ngày càng tìm kiếm những trải nghiệm văn hóa đích thực, khám phá những nét đẹp độc đáo của từng vùng miền và mong muốn mình sẽ trở thành một phần trong câu chuyện của di sản.

Việt Nam với bề dày lịch sử, văn hóa nghìn năm, với văn hóa phong phú của cộng đồng 54 dân tộc, di sản văn hóa đang trở thành nguồn "vốn" quan trọng để nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp khai thác, phát huy trong quá trình kinh doanh của mình. Vốn di sản vừa tạo ra bản sắc trong các sản phẩm văn hóa, đồng thời, lại có tác dụng ngược trở lại, giúp lan tỏa và nâng cao nhận thức về di sản của cộng đồng.

2.2. Xác định quy mô, mô hình của dự án khởi nghiệp

Quy mô của một dự án khởi nghiệp dựa trên di sản hóa phụ thuộc vào nhiều yếu tố, bao gồm: Loại hình di sản: Di sản vật thể (công trình kiến trúc, hiện vật) hay phi vật thể (nghệ thuật, lễ hội)? Quy mô sẽ khác nhau tùy thuộc vào tính chất của di sản và nguồn lực của những người khởi nghiệp.

Nguồn lực khởi nghiệp bao gồm vốn, nhân lực, kiến thức chuyên môn, mối quan hệ thị trường. Như đã nói ở trên ngoài nguồn vốn kể trên thì di sản cũng chính là nguồn vốn để khởi sự.

Các nhà khởi nghiệp trên cơ sở di sản cũng cần phải xác định thị trường mục tiêu của mình là thị trường địa phương, quốc gia hay quốc tế? Điều này rất quan trọng trong việc xác định quy mô đầu tư, xây dựng câu chuyện sản phẩm và hoạt động tiếp thị, bán hàng.

Một vấn đề cần quan tâm nữa đó là dự án chỉ tập trung vào bảo tồn hay còn kết hợp với các hoạt động kinh doanh khác? Vấn đề này cần xác định rõ để phân định cụ thể sự đam mê, khát khao bảo tồn di sản với mục tiêu kinh doanh thực tiễn.

Dựa trên các yếu tố trên, có thể xây dựng một số mô hình khởi nghiệp sáng tạo từ việc di sản hóa như sau:

Mô hình du lịch:

Du lịch văn hóa: Tổ chức các tour du lịch khám phá di sản, xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng.

Du lịch trải nghiệm: Cho phép du khách tham gia vào các hoạt động truyền thống, học hỏi kỹ năng sản xuất thủ công của người dân địa phương.

Du lịch nghỉ dưỡng: Xây dựng các khu nghỉ dưỡng kết hợp với trải nghiệm di sản văn hóa vật thể và phi vật thể.

Mô hình thương mại:

Sản xuất và kinh doanh sản phẩm thủ công mỹ nghệ: Sản xuất các sản phẩm dựa trên họa tiết, hình ảnh của di sản.

Bán hàng lưu niệm: Bán các sản phẩm lưu niệm mang đậm dấu ấn văn hóa.

Thương mại điện tử: Bán các sản phẩm liên quan đến di sản qua các kênh trực tuyến.

Mô hình giáo dục:

Tổ chức các lớp học, khóa đào tạo: Truyền dạy kiến thức về di sản, kỹ năng bảo tồn.

Xây dựng các trung tâm nghiên cứu: Nghiên cứu về di sản, phục vụ cho công tác bảo tồn và phát triển.

Mô hình kết hợp: Kết hợp du lịch và giáo dục. Tổ chức các tour du lịch kết hợp với các hoạt động học tập; Kết hợp thương mại và bảo tồn: Kinh doanh các sản phẩm thủ công mỹ nghệ đồng thời hỗ trợ cộng đồng bảo tồn di sản.

Việc xây dựng mô hình khởi nghiệp sáng tạo từ việc di sản hóa là một quá trình phức tạp, đòi hỏi sự kết hợp hài hòa giữa yếu tố kinh tế, văn hóa và xã hội tại địa phương nơi doanh nghiệp tổ chức hoạt động sản xuất kinh doanh. Bằng cách xác định rõ quy mô, lựa chọn mô hình phù hợp và cân nhắc các yếu tố liên quan, các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể tạo ra những giá trị bền vững cho cộng đồng và góp phần bảo tồn di sản văn hóa.

2.3. Ứng dụng công nghệ để phát huy thế mạnh và khai thác hiệu quả các tài nguyên văn hoá và thiên nhiên của địa phương

Việc ứng dụng công nghệ vào việc di sản hoá và phát triển các tài nguyên văn hóa và thiên nhiên của địa phương đang ngày càng trở nên phổ biến và hiệu quả.

Công nghệ có thể sử dụng để số hóa các di sản văn hóa như tài liệu, hiện vật, và các di tích lịch sử giúp bảo tồn và dễ dàng truy cập thông tin. Các bảo tàng ảo, ứng dụng di động và trang web tương tác có thể giúp người dân và du khách khám phá các giá trị văn hóa một cách sinh động và tiện lợi. Công nghệ có thể tạo ra các trải nghiệm du lịch ảo, giúp người dùng khám phá các địa điểm du lịch, di tích lịch sử và cảnh quan thiên nhiên một cách chân thực mà không cần phải di chuyển. Điều này không chỉ thu hút du khách mà còn giúp quảng bá hình ảnh địa phương ra toàn cầu.

Các ứng dụng di động và trang web du lịch cung cấp thông tin chi tiết về các điểm

đến, dịch vụ, sự kiện và hoạt động tại địa phương. Chúng cũng có thể tích hợp các chức năng đặt vé, đặt phòng, và hướng dẫn du lịch, giúp du khách dễ dàng lên kế hoạch và trải nghiệm chuyến đi.

Ứng dụng công nghệ blockchain có thể được sử dụng để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và xác thực nguồn gốc của các sản phẩm văn hóa và thủ công mỹ nghệ. Điều này giúp ngăn chặn hàng giả, bảo vệ các nghệ nhân và nâng cao giá trị của sản phẩm. Bên cạnh đó cũng cần áp dụng phân tích dữ liệu lớn để hiểu rõ hơn về xu hướng du lịch, nhu cầu của du khách và hiệu quả của các chiến dịch quảng bá. Từ đó, các doanh nghiệp và cơ quan quản lý có thể đưa ra các quyết định chiến lược, tối ưu hóa hoạt động kinh doanh và nâng cao trải nghiệm của du khách. Ngoài ra nền tảng thương mại điện tử cũng cần được quan tâm. Điều này các doanh nghiệp địa phương tiếp cận thị trường rộng lớn hơn, bán các sản phẩm văn hóa, thủ công mỹ nghệ và đặc sản địa phương trực tuyến. Điều này không chỉ tăng doanh thu mà còn quảng bá văn hóa địa phương ra toàn cầu.

3. Một số mô hình kinh doanh dựa trên văn hoá, di sản trên thế giới và Việt Nam

3.1. Khai thác di sản vật thể Luỹ Hadrian tại Anh Quốc

Lũy Hadrian (Brampton -Vương quốc Anh), một kỳ quan kiến trúc quân sự của đế chế La Mã, không chỉ là một bức tường đá cổ kính mà còn là một bảo tàng sống động về lịch sử và văn hóa. Được xây dựng vào thế kỷ II sau Công nguyên dưới thời Hoàng đế Hadrian, công trình đồ sộ này từng là ranh giới phân chia giữa lãnh thổ thuộc đế chế La Mã và các dân tộc phía bắc. Ngày nay, Lũy Hadrian không chỉ là một di sản thế giới được UNESCO công nhận mà còn là một điểm đến thu hút đông đảo du khách.

Việc khai thác Lũy Hadrian không chỉ dừng lại ở việc bảo tồn di tích mà còn hướng đến việc tạo ra những trải nghiệm sống động cho du khách. Hệ thống bảo tàng dọc theo Lũy Hadrian, được xây dựng trên nền các đồn quân sự cổ, tái hiện một cách sinh động cuộc sống của binh lính La Mã, từ những bữa ăn hàng ngày cho đến các nghi lễ tôn giáo. Mỗi bảo tàng như một câu chuyện nhỏ, kể về một khía cạnh khác nhau của lịch sử và văn hóa La Mã trên vùng đất này.

Ví dụ, tại đồn Housesteads, du khách có thể khám phá một phức hợp quân sự hoàn chỉnh với bệnh viện, nhà tắm, nhà vệ sinh, tái hiện cuộc sống hàng ngày của binh lính. Còn tại đồn Chesters, du khách như lạc vào một khu nghỉ dưỡng với các nhà tắm, bể bơi và phòng xông hơi, cho thấy người La Mã rất coi trọng việc thư giãn và giải trí.

Bên cạnh các bảo tàng, du khách còn có cơ hội tham gia các hoạt động trải nghiệm như hóa trang thành binh lính La Mã, tham gia các buổi đào tạo khảo cổ hoặc đơn giản là đi bộ dọc theo Lũy Hadrian để tận hưởng không gian yên bình và ngắm nhìn phong cảnh xung quanh.

Việc khai thác Lũy Hadrian không chỉ mang lại lợi ích kinh tế cho địa phương mà còn góp phần nâng cao nhận thức của cộng đồng về giá trị di sản văn hóa. Qua đó, Lũy

Hadrian không chỉ là một công trình kiến trúc cổ kính mà còn là một biểu tượng của sự giao thoa giữa các nền văn hóa.

3.2. Khai thác giá trị văn hoá phi vật thể - Vải Batik của Indonesia

Vải Batik của Indonesia, một di sản văn hóa phi vật thể được UNESCO ghi danh, là kết tinh của sự khéo léo và trí tuệ của người dân xứ vạn đảo. Mỗi họa tiết trên tấm vải Batik đều mang một câu chuyện, một ý nghĩa sâu sắc, phản ánh đời sống tâm linh và xã hội của người Indonesia. Ngày nay, Batik không chỉ được sử dụng trong trang phục truyền thống mà còn được biến tấu thành nhiều sản phẩm thời trang hiện đại, góp phần quảng bá hình ảnh đất nước đến bạn bè quốc tế. Indonesia không phải là quốc gia duy nhất sở hữu kĩ thuật tạo ra vải batik, nhưng có lẽ họ là đất nước thành công nhất trong việc di sản hoá vải batik qua cách kể chuyện về vải batik, đưa tấm vải này lên tầm biểu tượng văn hóa dân tộc.

Mặc dù vẫn giữ kỹ thuật truyền thống, nhưng việc sản xuất vải batik đã có những bước phát triển để phù hợp với nhu cầu của thị trường, xu hướng thời trang thế giới. Sự ra đời của các hoa văn và màu sắc mới dựa trên sự sáng tạo tự do của người sản xuất là một ví dụ điển hình. Ví dụ như, trước đây, đen và nâu là hai gam màu chủ đạo trong việc sản xuất vải batik thì giờ đây các màu sắc tươi sáng như đỏ, xanh, vàng, tím đã trở nên phổ biến.

3.3. Nông trang Thanh Cảnh - Mô hình được di sản hoá ở Đài Loan

Nông trang Thanh Cảnh ở Nam Đầu miền trung Đài Loan là một điểm phải đến của khách du lịch, đặc biệt là vào mùa xuân. Dựa theo lịch sử, có một thời gian dài đảo Đài Loan là thuộc địa của Hà Lan, nên khi xây dựng khu vực này những nhà quy hoạch đã định hướng kiến trúc xây dựng toàn bộ khu vực theo phong cách châu Âu thời kỳ phục hưng.

Nông trường Thanh Cảnh (Qingjing Farm) được thành lập năm 1961, nằm ở vị trí 1750 m so với mặt nước biển. Khu vực này được thiết kế theo phong cách châu Âu và được gọi với cái tên "Cõi bồng lai" (Cục Du lịch Đài Loan). Mặc dù là một khu vực mới được xây dựng nhưng qua cách tuyên truyền, quảng bá, du khách có cảm giác thị trấn này là một thị trấn cổ đã tồn tại ở đây từ rất lâu và những ngôi nhà kiểu châu Âu đó dần dần trở thành những di sản về kiến trúc đối khách du lịch. Khu vực nông trang với phong cách một nông trang lớn với trang trại ngựa, cừu, đồng cỏ…trở thành tâm điểm của cả khu vực. Hầu hết các điểm phục vụ khách du lịch, nhà dân ở đây đều có kiến trúc mang hơi hướng châu Âu tạo nên một thị trấn đặc biệt thu hút khách trong và ngoài Đài Loan đến tham quan.

Cùng với sự phát triển của công nghệ, các chủ thể đưa công nghệ kết hợp với các hoạt động du lịch, canh tác nông nghiệp truyền thống tạo nên một thương hiệu nông trang Thanh Cảnh nổi tiếng thế giới, thu hút được đông đảo khách nội địa cũng như quốc tế, tạo thu nhập cao cho cộng đồng địa phương. Với cách làm phù hợp, hiệu quả việc di

sản hoá đã giúp Đài Loan bảo tồn được ngành nông nghiệp với các cảnh đẹp thiên nhiên và sự đa dạng sinh học và ngăn sự ảnh hưởng tiêu cực của quá trình đô thị hóa với các vùng nông thôn.

3.4. Hồi sinh nghề cũ - dệt đũi ở Thái Bình, Việt Nam

Tết Nguyên đán năm 2024, làng dệt đũi Nam Cao (huyện Kiến Xương, Thái Bình) có hoạt động mới, đó là đón khách du lịch về trải nghiệm Tết. Khách du lịch được tham quan trực tiếp các xưởng dệt đũi, giao lưu với các nghệ nhân, được chụp ảnh với tà áo dài lụa đũi truyền thống và được gói bánh chưng cùng các nghệ nhân, ăn những mâm cỗ quê đầy ấm áp…

Đây không chỉ là trải nghiệm mới với khách du lịch mà còn với chính làng dệt đũi Nam Cao, điều mà trước đây không ai hình dung được. Làng dệt đũi Nam Cao hình thành từ 400 năm trước, nổi tiếng cả nước về nghề ươm tơ, dệt lụa, sản phẩm cung cấp cho cung đình. Sự phát triển của kinh tế thị trường đã làm suy thoái làng nghề, tưởng chừng đi đến hồi xoá sổ. Nhưng mọi sự đã thay đổi bởi mong muốn khởi nghiệp với nghề cổ của một phụ nữ, người mà trước đó không biết gì về tơ sợi và nghề dệt.

Sự hồi sinh làng nghề bắt nguồn từ chị Lương Thanh Hạnh, một người đang có công việc ổn định với thu nhập cao nhưng lại có ý tưởng khởi nghiệp với việc giữ nguyên hồn cổ xưa cho sản phẩm đũi, lụa Nam Cao. Mong muốn này của chị Hạnh khiến cho nhiều người bất ngờ trong đó có cả các nghệ nhân làng nghề. Chị phải vận động các nghệ nhân tham gia Hợp tác xã, vận động mọi người chung tay hồi sinh làng nghề. Hồi sinh những sản phẩm truyền thống không chỉ là sản phẩm mà là cả các công đoạn tạo ra sản phẩm. Chị Hạnh có quyết định táo bạo là Hợp tác xã không chỉ dệt lụa mà xây dựng cả chuỗi giá trị từ vùng nguyên liệu - sản xuất - tiêu thụ - xuất khẩu với 16 công đoạn. Từ trồng dâu nuôi tằm đến sản xuất ra sản phẩm hoàn thiện.

Mô hình này đã thành công vì chị Hạnh đã thực hiện thành công việc "di sản hoá" những thứ tưởng chừng cũ kỹ, không phù hợp với cuộc sống hiện đại. Làng nghề Nam Cao hiện nay thu hút rất nhiều khách du lịch, đặc biệt là khách nước ngoài, họ rất thích được tìm hiểu các công đoạn làm ra sản phẩm, chi tiết, cụ thể từng bước một như thể chính họ là những người tạo ra những sản phẩm đó.

3.5. Khởi nghiệp kinh doanh du lịch từ ngôi nhà cũ nát ở Hải Hậu, Nam Định

Ngôi nhà của cụ Nghị Hoàn ở Hải Hậu, Nam Định được xây dựng năm 1921. Thời kỳ này tại Nam Định rất nhiều những ngôi nhà mới được xây theo lối kiến trúc Pháp. Giai đoạn lịch sử có nhiều biến động và sự giao thoa văn hóa rõ rệt giữa phương Tây và phương Đông. Ở giai đoạn này Hải Hậu được biết đến là vùng có nhiều ngôi nhà Pháp cổ trong đó có 4 ngôi nhà vuông nhưng hiện tại chỉ còn sót lại nhà cụ Nghị. Trước kia ngôi nhà bề thế với cửa chính lớn đồ sộ và nhiều công trình phụ trợ. Do biến đổi của lịch sử, ngày nay ngôi nhà chỉ còn sót lại nhà chính với kiến trúc cũ và đã bị cắt bỏ đi phần mặt tiền kiến trúc cầu kỳ. Cảnh quan khuôn viên của ngôi nhà cũng đã thay đổi

nhiều so với thời kỳ mới xây dựng và bị xuống cấp khá nhiều. Ngôi nhà này cũng không phải là di tích được xếp hạng nhưng thuộc chính quyền địa phương quản lý.

Ngôi nhà cũ kỹ này được phục dựng và bảo tồn lại từ tháng 08 năm 2023 cho đến tháng 06 năm 2024 dưới sự đầu tư và phục chế của Công ty cổ phần Huyền thoại Bắc Bộ. Công ty này là mô hình khởi nghiệp với việc khai thác các yếu tố văn hoá và di sản tại địa phương. Với đội ngũ thợ xây hành nghề có kinh nghiệm của xã Hải Trung toàn bộ mái nhà được phục dựng phần mộc, tường nhà được quét lại vôi ve, toàn bộ ngôi nhà được phục chế bảo vệ bởi lớp sơn mới, mái nhà, trần nhà tầng một và tầng hai được phục dựng lại đúng với kiến trúc cũ với những nét đẹp của kiến trúc Pháp cổ trên mảnh đất Quần Anh xưa.

Hiện nay ngôi nhà được gọi là Ngôi nhà di sản Quần Anh, được chính quyền địa phương phê duyệt đưa vào dự án phát triển du lịch của huyện Hải Hậu. Ngôi nhà đã trở thành điểm đến du lịch Văn hóa - Ẩm thực - Trải nghiệm Giáo dục của tỉnh Nam Định, thu hút rất nhiều khách du lịch tới thăm quan, tìm hiểu cuộc sống văn hoá cư dân bản địa.

3.5. "Vốn" văn hoá trong sáng tạo của nhà thiết kế Vũ Thảo Giang

Nhà thiết kế Vũ Thảo Giang là một cô gái dân tộc Tày, khi theo đuổi nghề thiết kế, cô có nhiều thiệt thòi khi xuất thân từ một cô gái "tỉnh lẻ", việc cập nhật các xu hướng thời trang có phần nào thua kém. Nhưng Thảo Giang đã khai thác vốn di sản văn hóa của dân tộc, gồm cả người Việt lẫn những nét văn hóa của người Tày vào việc thiết kế áo dài. Nhà thiết kế đã nhận ra rằng, khi người trẻ sáng tạo, ứng dụng vốn văn hóa vào khởi nghiệp sẽ dễ thành công hơn nhiều. Mỗi bộ sưu tập áo dài của Thảo Giang lại kể một câu chuyện văn hóa khác nhau.

Những thiết kế của Thảo Giang không phải là sự sao chép máy móc những họa tiết, hoa văn, nét đẹp kiến trúc… từ nguồn vốn di sản sẵn có mà còn là từ những trải nghiệm thực tế, quá trình tìm hiểu nguồn gốc của di sản, trao đổi với các nhà nghiên cứu, nghệ nhân. Trên cơ sở đó, cô lựa chọn, chắt lọc những gì tinh tuý nhất, phù hợp nhất để đưa vào sản phẩm của mình.

3.6. Du lịch cộng đồng ở ấp đảo Thiềng Liềng, TP. Hồ Chí Minh

Ấp Thiềng Liềng là ấp đảo nằm cách Trung tâm xã Đảo Thạnh An, huyện Cần Giờ, Thành phố Hồ Chí Minh khoảng 7km với diện tích đảo Thiềng Liềng rộng khoảng 13.000 ha, chủ yếu là rừng ngập mặn. Đây là Ấp đảo nhỏ còn hoang sơ, mộc mạc với hệ thống rừng ngập mặn bao phủ, nơi gần cửa biển giao thương đường biển và những cánh đồng muối... Trên đảo có khoảng 221 hộ dân với hơn 10.000 người dân sinh sống trên ấp đảo. Giao thông đi lại chủ yếu bằng đường thủy, ngành nghề chủ yếu của người dân trên đảo là sản xuất muối, còn lại buôn bán nhỏ, đánh bắt nuôi trồng thủy sản, bắt cua, ốc...

Hiện nay, người dân tại Ấp đảo đều tham gia làm du lịch vì thế tất cả các hoạt động trong tour đều mang đặc trưng của hệ sinh thái rừng ngập mặn và văn hóa của người dân vùng biển do chính người dân bản địa tự tay làm, nấu, chế biến với cách làm thủ công, nguyên liệu có sẵn trong vườn rất tự nhiên như cuộc sống cư dân đã diễn ra cả trăm năm qua.

Du khách đến Thiềng Liềng sẽ được trải nghiệm tại 16 điểm đến trên ấp đảo từ nghề muối, đánh bắt hải sản, cho đến không gian hoài niệm, nghỉ dưỡng tại các homestay, giao lưu văn nghệ và nghe đờn ca tài tử… Tuy mới đi vào hoạt động nhưng điểm đến này đã thu hút rất nhiều du khách trong nước và quốc tế đến tham gia các hoạt động trải nghiệm nét văn hoá truyền thống của làng nghề làm muối và trở thành điểm sáng của du lịch TP. Hồ Chí Minh.

Việc vận dụng các yếu tố văn hóa truyền thống vào kinh doanh còn tạo ra mối liên hệ gắn kết sâu sắc giữa đơn vị kinh doanh với các điểm đến, các nghệ nhân làng nghề, cộng đồng làm nghề truyền thống…Những giá trị mang tính địa phương tạo nên khác biệt, tạo nên bản sắc riêng trong sản phẩm của doanh nghiệp. Di sản hóa và thương mại hoá di sản trong quá trình khởi nghiệp không chỉ giúp bảo tồn di sản, mà còn giúp lan tỏa giá trị văn hóa Việt đến cộng đồng, đến bạn bè quốc tế.

4. Khó khăn khi khởi nghiệp với văn hoá và di sản

Khởi nghiệp từ giá trị văn hóa là một hành trình đầy cam go, đòi hỏi sự kiên trì, sáng tạo và lòng đam mê mãnh liệt. Khác với các lĩnh vực kinh doanh truyền thống, khởi nghiệp từ văn hóa đòi hỏi phải đầu tư lớn vào nghiên cứu, bảo tồn và phát triển những giá trị tinh thần độc đáo của dân tộc. Quá trình này thường kéo dài và đối mặt với nhiều rủi ro, từ việc tìm kiếm thị trường, quản trị kinh doanh đến việc đối phó với những định kiến xã hội.

Tuy nhiên, những khó khăn ấy không thể làm lu mờ giá trị to lớn của việc khởi nghiệp từ văn hóa. Bằng cách kết hợp giữa truyền thống và hiện đại, những người khởi nghiệp không chỉ tạo ra những sản phẩm độc đáo mà còn góp phần gìn giữ và phát huy bản sắc văn hóa dân tộc. Thành công của nhiều dự án khởi nghiệp từ văn hóa đã chứng minh rằng, việc đầu tư vào văn hóa không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống và tạo ra một cộng đồng gắn kết.

Để thành công trên con đường này, người khởi nghiệp cần có một tầm nhìn rõ ràng, một chiến lược kinh doanh hiệu quả và đặc biệt là một tình yêu sâu sắc với văn hóa, di sản của dân tộc. Họ phải sẵn sàng đối mặt với những thách thức, vượt qua những định kiến và kiên trì theo đuổi ước mơ của mình. Bởi vì, khởi nghiệp từ văn hóa không chỉ là một công việc kinh doanh mà còn là một sứ mệnh cao cả, đó là gìn giữ và phát huy những giá trị tinh thần quý báu của dân tộc cho thế hệ mai sau

5. Khuyến nghị và đề xuất về khởi nghiệp sáng tạo dựa trên di sản hoá, thương mại hoá và doanh nghiệp hoá tại tỉnh Ninh Bình

Trong Quyết định số 218/QĐ-TTg ngày 4/3/2024 của Thủ tướng Chính phủ, Quy hoạch tỉnh Ninh Bình thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 lựa chọn mô hình phát triển "xanh" dựa trên 4 ngành kinh tế trụ cột trong đó có du lịch, công nghiệp văn hóa gắn với kinh tế di sản. Trong những năm qua, trên địa bàn Ninh Bình đã hình thành và phát triển nhiều loại hình du lịch như du lịch thắng cảnh, trải nghiệm, khám phá. Tuy nhiên, phần lớn du khách đến đây chỉ mới dừng lại ở mức độ lưu trú, tham quan cảnh quan, di tích mà chưa có nhiều trải nghiệm với đời sống văn hoá địa phương.

Để thực hiện chủ trương, định hướng thì có rất nhiều nội dung trong đó có việc tìm ra cách xây dựng một số mô hình khởi nghiệp sáng tạo với việc di sản hoá để hoàn thiện và rút ra bài học kinh nghiệm. Một mặt cần nghiên cứu kỹ tại các nơi dự kiến làm mô hình và mặt khác phải tìm hiểu thông tin, cách làm của các địa phương.

Xuất phát từ lý do trên, trên cơ sở phát huy điểm mạnh, cơ hội và khắc phục khó khăn, thách thức; các khuyến nghị, đề xuất cho khởi nghiệp sáng tạo với di sản hoá như sau:

Quy hoạch, chính sách quản lý: Các cơ quan nhà nước cần rà soát, bổ sung và đề xuất quy hoạch nội dung khởi nghiệp sáng tạo với văn hoá và di sản phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh tránh tình trạng trùng lặp mô hình giữa các địa phương. Quy hoạch chú trọng vào các khu vực có thế mạnh phát triển các mô hình kinh doanh dựa trên yếu tố di sản hoá đồng thời có khả năng liên kết cao trong phát triển chuỗi liên kết để góp phần đa dạng sản phẩm. Cách khởi nghiệp sáng tạo với tài nguyên di sản văn hoá đúng nghĩa là mô hình đó phải có sự tham gia của người dân địa phương, tạo thêm việc làm và thu nhập cho cư dân, bảo vệ di sản văn hoá góp phần cơ cấu lại kinh tế nông thôn.

Việc "di sản hoá" cần có sự hợp tác liên kết giữa nhiều bên thông qua cam kết, hợp đồng và chịu trách nhiệm. Để liên kết bền vững thì phải có quy chế quản lý và phân chia lợi ích công bằng. Liên kết trong khởi nghiệp là tất yếu để có sản phẩm, dịch vụ đa dạng theo yêu cầu của thị trường.

Thu hút vốn đầu tư: Khởi nghiệp với di sản, văn hoá tuy có thể không đòi hỏi số vốn quá lớn nhưng có nhiều rủi ro; đối tượng sở hữu mô hình thường hạn chế về nguồn vốn. Do vậy, nguồn vốn đầu tư cho khởi nghiệp cần được huy động từ nhiều nguồn, trong đó việc hỗ trợ từ Nhà nước, các quỹ đầu tư, quỹ hỗ trợ có vai trò quan trọng. Đồng thời, cơ chế cho vay vốn đối với các đơn vị khai thác văn hoá, di sản hoá cũng cần có ưu tiên về lãi suất, kỳ hạn.

Xây dựng sản phẩm: xây dựng các sản phẩm dựa trên việc di sản hoá phải đáp ứng nhu cầu trải nghiệm, khám phá và có sự khác biệt, đặc trưng cao so với các sản phẩm đã có. Bởi vậy cần có các nghiên cứu, thiết kế và xây dựng mô hình khảo nghiệm thực tế tại Ninh Bình một cách khoa học, đảm bảo tính thực tiễn cao. Sản phẩm, dịch vụ phải phát huy được các điểm mạnh, lợi thế của địa phương để tạo ra câu chuyện sản phẩm hấp dẫn cho du khách.

Về phát triển nguồn nhân lực: cần khắc phục hạn chế lớn trong chất lượng nhân lực khi xây dựng những sản phẩm, dịch vụ được cung cấp chính từ những người địa phương. Ưu thế của họ là có nhiều kiến thức và kinh nghiệm về văn hóa bản địa, song hầu hết chưa được đào tạo về kinh doanh cũng như thiếu nhiều kỹ năng trong hoạt động dịch vụ.

Xúc tiến, quảng bá: Cần nghiên cứu về đối tượng khách hàng các sản phẩm từ văn hoá. Đa dạng các hình thức quảng bá kết hợp truyền thống với hiện đại, tích hợp chuyển đổi số và khai thác thế mạnh truyền thông của các mạng xã hội. Khuyến khích các mối liên kết doanh nghiệp với người dân và chính quyền địa phương để quảng bá sản phẩm, dịch vụ của các mô hình khởi nghiệp sáng tạo.

5. Kết luận

Bài viết với nhiều giới hạn về nội dung đã cố gắng đưa ra một số vấn đề về khởi nghiệp sáng tạo với "di sản hoá" và "thương mại hoá" với "doanh nghiệp hoá" qua ví dụ về một số mô hình của các nước và vùng lãnh thổ trên thế giới và một số địa phương trong nước. Điểm chung của các mô hình này là khai thác được tính riêng, nét đặc trưng của văn hoá địa phương. Vận dụng cả những điểm lợi và bất lợi để tăng giá trị cho sản phẩm và dịch vụ của mình

Từ cơ sở các lý luận, kinh nghiệm các nơi và thực tế của Ninh Bình, bài viết đã đưa ra một số khuyến nghị về khởi nghiệp sáng tạo với văn hoá và di sản với Ninh Bình là: mô hình cần phải có sự định hướng, quản lý và hỗ trợ của nhà nước, phải xuất phát từ đặc trưng đời sống cư dân địa phương kết hợp khoa học công nghệ hiện đại; có tính chuyên nghiệp, có sự hợp tác liên kết giữa nhiều bên, có sự kết hợp với hoạt động quảng bá, xúc tiến./.

Tài liệu tham khảo

1. Diệu Anh. (2023). Chia sẻ hành trình khởi nghiệp bằng 'vốn văn hóa dân tộc'. https://thanglong.chinhphu.vn/chia-se-hanh-trinh-khoi-nghiep-bang-von-van-hoa-dan-toc-103231123110652398.htm

2. Diệp Anh. (2024). Giá trị văn hóa làm nên điều khác biệt để du lịch Ninh Bình

‘cất cánh’. https://baochinhphu.vn/gia-tri-van-hoa-lam-nen-dieu-khac-biet-de-du-lich-ninh-binh-cat-canh-102230429164144758.htm

3. Hoài Nam - Xuân Huy. (2023). Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo từ nguồn tài nguyên bản địa. Báo tin tức

4. Hoàng Giang. (2022). Khát vọng khởi nghiệp từ tài nguyên bản địa. https://baochinhphu.vn/khat-vong-khoi-nghiep-tu-tai-nguyen-ban-dia-10222061011545545.htm

5. Hoàng Xuân. (2019) Phát triển du lịch di sản: Nhìn từ Ninh Bình. Báo Thanh Hoá

6. Nguyễn Đặng Anh Minh – Nguyễn Đặng Tuấn Minh (2019). Khai thác văn hóa và di sản cho kinh doanh và khởi nghiệp: Câu chuyện từ Ấn Độ. https://www.kisstartup.com/vi/tin-tuc/khai-thac-van-hoa-va-di-san-cho-kinh-doanh-va-khoi-nghiep-cau-chuyen-tu-do

7. Sở VHTT Ninh Bình. (2019). Di sản văn hóa và thiên nhiên Ninh Bình. https://vhtt.ninhbinh.gov.vn/vi/di-san-van-hoa/di-san-van-hoa-va-thien-nhien-ninh-binh-52.html

8. Tuệ Phương. (2024). Khởi nghiệp từ vốn di sản. Báo Đại đoàn kết. https://daidoanket.vn/khoi-nghiep-tu-von-di-san-10273345.html

Phát triển hệ sinh thái và nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo: Kinh nghiệm từ Trường Đại học Ngoại thương và kiến nghị với tỉnh Ninh Bình

TS. Nguyễn Thu Hằng, ThS. Vũ Minh Phương, Ths. Vũ Thị Thương

Trung tâm Sáng tạo và Ươm tạo Trường ĐH Ngoại thương

Tóm tắt:

Phát triển hệ sinh thái và nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là một trong những vấn đề trọng tâm, thu hút sự quan tâm sâu sắc từ chính quyền địa phương và cộng đồng doanh nghiệp. Tại Việt Nam, hiện nay Chính phủ đã và đang triển khai nhiều chính sách nhằm hỗ trợ, thúc đẩy phong trào khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. Trường Đại học Ngoại thương là một trong những trường đại học đi đầu trong việc phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thông qua việc triển khai nhiều sáng kiến và chương trình giúp thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và đào tạo nhân lực đặc thù cho đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp. Kết quả nghiên cứu chỉ ra nhiều bài học kinh nghiệm trong việc xây dựng hệ sinh thái và phát triển nhân lực đặc thù tại Trường Đại học Ngoại thương, đồng thời phân tích tiềm năng và thách thức của tỉnh Ninh Bình trong bối cảnh đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp. Từ đó, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển hệ sinh thái và nguồn nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại tỉnh Ninh Bình, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển của các doanh nghiệp khởi nghiệp trong tỉnh.

Từ khóa: *Hệ sinh thái, Nhân lực đặc thù, Khởi nghiệp, Đổi mới sáng tạo, Trường Đại học Ngoại thương, tỉnh Ninh Bình.*

Giới thiệu

Khởi nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tăng trưởng và phát triển kinh tế bền vững. Không chỉ tạo ra việc làm, khởi nghiệp còn góp phần gia tăng chi tiêu trên thị trường, chuyển giao kiến thức và khuyến khích đổi mới (Langevang & Gough, 2012; Aparermo & cộng sự, 2016; Meyer & De Jongh, 2018). Điều này đã được chứng minh là một yếu tố then chốt trong việc phát triển nền kinh tế, khi nó thúc đẩy tính cạnh tranh và sáng tạo giữa các cá nhân và tổ chức (Jack & Anderson, 1998; Zimmerer & cộng sự, 2005). Porter (2011) đã nhấn mạnh rằng khởi nghiệp không chỉ tạo ra lợi thế cạnh tranh quốc gia mà còn đóng góp vào sự phát triển của các cụm sáng tạo, từ đó tăng cường năng suất kinh tế tổng thể.

Một trong những yếu tố cốt lõi đảm bảo tính bền vững của khởi nghiệp chính là hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, nơi bao gồm các quá trình và tác nhân

xã hội, thể chế, và văn hóa địa phương năng động, nhằm khuyến khích và hỗ trợ sự hình thành cũng như tăng trưởng của các doanh nghiệp mới (Edward, 2018).

Bên cạnh đó, nguồn nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo đóng vai trò quan trọng như động lực thúc đẩy đổi mới, đặc biệt trong bối cảnh các công ty khởi nghiệp nổi lên, đổi mới không chỉ là kết quả của những sáng kiến mới mà còn phụ thuộc vào việc quản lý và duy trì tri thức của doanh nghiệp (Sophie, 2010). Ngày nay, nguồn nhân lực có vai trò rất quan trọng không chỉ đối với các tổ chức đã thành lập mà còn dành cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Một doanh nghiệp muốn phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tốt đòi hỏi nguồn lực phát triển về nhân lực đặc thù phải được đầu tư mạnh mẽ về cả trí lực lẫn thể lực.

Đối với nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam, việc đẩy mạnh các hoạt động khởi nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra sự đổi mới và sức mạnh cạnh tranh. Trong thời gian qua, Đảng và Nhà nước đã ban hành hàng loạt chủ trương, chính sách nhằm đổi mới mô hình tăng trưởng, cải thiện chất lượng tăng trưởng và thúc đẩy các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Chính phủ đang nỗ lực để xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp thông qua việc phê duyệt đề án "Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025". Giai đoạn 2014 - 2023, có hơn 4,6 tỷ USD được rót vốn đầu tư vào các công ty khởi nghiệp Việt Nam thông qua 835 thương vụ lớn nhỏ được Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc gia (NIC) và Quỹ đầu tư do Ventures công bố tại Diễn đàn Đổi mới Sáng tạo Việt Nam 2024 (VnExpress, 2024). Theo số liệu từ Tổng cục thống kê (2023), số lượng doanh nghiệp đăng ký thành lập mới năm 2023 lần đầu tiên chạm mức kỷ lục, đã chạm mốc 159.294 doanh nghiệp, tăng 7,2% so với cùng kỳ năm 2022. Cùng với đó, Đoàn Thanh niên các cấp đã tổ chức hơn 3.000 cuộc thi ý tưởng sáng tạo, thu hút gần 370.000 lượt thanh niên tham gia với gần 14.000 ý tưởng khởi nghiệp; hỗ trợ gần 16.000 dự án với tổng kinh phí gần 700 tỷ đồng (Phạm Tiếp, 2024). Các hoạt động hỗ trợ và khuyến khích khởi nghiệp dành cho học sinh, sinh viên không chỉ tạo điều kiện nhằm khám phá, phát triển bản thân mà còn thúc đẩy sinh viên tham gia các hoạt động đổi mới sáng tạo, trau dồi kỹ năng và trang bị đầy đủ hành trang cần thiết cho hành trình khởi nghiệp.

Là một Trường đại học tiên phong trong việc đi đầu về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, trường Đại học Ngoại thương trong thời gian qua đã xây dựng các chính sách cũng như cơ chế triển khai đa dạng các hoạt động nhằm thúc đẩy sinh viên khởi nghiệp như: "Khởi nghiệp cùng Kawai", "SV STARTUP", "Actnovation Camp". Từ năm 2017, Trường Đại học Ngoại thương đã thành lập Trung tâm Sáng tạo và Ươm tạo FTU (FIIS), với vai trò chính là thúc đẩy các hoạt động khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo, mang đến những trải nghiệm thực tế trong lĩnh vực khởi nghiệp cho sinh viên. Những thành tựu đạt được từ hoạt động phát triển hệ sinh thái và nhân lực cho khởi nghiệp của trường Đại học Ngoại thương có thể được áp dụng để đưa ra những

giải pháp kiến nghị nhằm thúc đẩy hoạt động phát triển hệ sinh thái và nguồn nhân lực cho khởi nghiệp đổi mới tại Ninh Bình - địa phương đang thu hút sự chú ý của nhiều nhà đầu tư và doanh nghiệp trong lĩnh vực.

1. Tổng quan nghiên cứu về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và nhân lực đặc thù cho đổi mới sáng tạo

2.1. Khởi nghiệp

Khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo là một quá trình đa chiều, bao gồm việc tạo ra hoặc hình thành một doanh nghiệp mới (McMullen và cộng sự, 2020), dựa trên ý tưởng sáng tạo hoặc công nghệ mới để tạo lợi thế cạnh tranh (Nagui, 2015). Theo Ortiz-Villajos & Sotoca (2018), quá trình khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là quá trình đòi hỏi các cá nhân chấp nhận rủi ro, từ đó nhận diện và khai thác các cơ hội kinh doanh (Cohen et al., 2020). Trong một số nghiên cứu khác như nghiên cứu của Hemphill & Cullari (2014), Tan và cộng sự (2015), khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được xem xét trên khía cạnh xã hội. Theo những tác giả này, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có thể không chỉ hướng tới kinh doanh tạo ra lợi nhuận mà còn hướng tới việc tạo ra giá trị mới cho xã hội. Khởi nghiệp, dù được hiểu theo cách nào thì sự sáng tạo và đổi mới vẫn luôn là một trong những nhân tố quan trọng dẫn tới thành công của tất cả các công ty khởi nghiệp (Graham, 2012).

2.2. Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Theo Moore (1993), hệ sinh thái kinh doanh được hiểu là tất cả môi trường bên ngoài của doanh nghiệp. Định nghĩa này đã đóng vai trò nền tảng cho định nghĩa về hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo sau này (Malecki, 2018). Isenberg (2010) coi hệ sinh thái khởi nghiệp là một tập hợp các yếu tố như tài chính, kiến thức, văn hóa, cơ sở hạ tầng, thể chế, môi trường pháp lý và quy định. Những yếu tố này có mối quan hệ và phối hợp với nhau giúp hỗ trợ cho việc khởi nghiệp. Tương tự Acs và cộng sự (2017) cũng đưa ra định nghĩa rằng hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được hiểu đơn giản là một tập hợp các tác nhân khởi nghiệp tiềm năng hoặc hiện tại, các tổ chức, định chế, và các tiến trình khởi nghiệp, bao gồm cả các thành phần chính thức và phi chính thức, kết nối và quản trị sự vận hành của toàn bộ môi trường khởi nghiệp trong phạm vi địa phương. Những thành phần này bao gồm các doanh nghiệp, nhà đầu tư, định chế tài chính, tổ chức giáo dục, cơ quan nhà nước và cơ quan truyền thông. Hệ sinh thái khởi nghiệp đề cập đến phạm vi rộng lớn các nhu cầu mà các doanh nghiệp mới có trong giai đoạn đầu của vòng đời (Ács và cộng sự, 2015).

Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có thể được hình thành theo bối cảnh thể chế, địa lý, kinh tế hoặc công nghiệp và có thể được phân tích ở nhiều cấp độ tổng hợp khác nhau (ví dụ: công ty, ngành công nghiệp, trường đại học, khu vực và quốc gia) (Feldman và cộng sự, 2019). The Stam & Spigel (2017), hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có nhiều đặc điểm tương đồng với các khu công nghiệp,

cụm ngành, và hệ thống đổi mới sáng tạo. Tuy nhiên, một đặc điểm nổi bật của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo đó là vai trò trung tâm của doanh nghiệp khởi nghiệp và doanh nhân (Stam & Spigel, 2017). Bên cạnh đó, theo nghiên cứu của Giudice & Schillaci (2018) và Nicotra và cộng sự (2018), hệ sinh thái khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo cũng được đặc trưng bởi hệ thống dịch vụ tài chính tiên tiến, tạo điều kiện tiếp cận vốn đầu tư mạo hiểm, cơ sở hạ tầng tốt, đổi mới công nghệ, các hoạt động nghiên cứu và phát triển thông qua các trường đại học, và những nỗ lực của chính phủ nhằm hỗ trợ các sáng kiến khởi nghiệp.

2.3. Nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Nhân lực đặc thù được định nghĩa là những cá nhân có kỹ năng, kiến thức chuyên sâu và năng lực đáp ứng được yêu cầu đặc biệt của một ngành nghề, lĩnh vực hoặc công việc nào đó (Valenti và cộng sự, 2000). Những cá nhân này thường có giá trị cao đối với tổ chức và khó bị thay thế. Theo Lepak và Snell (1999), nhân lực đặc thù được xác định bởi hai yếu tố bao gồm giá trị chiến lược và tính độc đáo của nguồn nhân lực. Giá trị chiến lược được xác định bởi việc cá nhân đó đóng góp vào lợi thế cạnh tranh của tổ chức như thế nào. Trong khi tính độc đáo xem xét khía cạnh mức độ hiếm có và khó thay thế của kỹ năng và chuyên môn của họ.

Từ cách hiểu ở trên, nhân lực đặc thù cho đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp được hiểu là những cá nhân với kĩ năng và chuyên môn đặc biệt có liên quan trực tiếp tới đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp. Theo Bharadwaj và Menon (2003), những cá nhân này thường được coi là động lực thúc đẩy sự sáng tạo của tổ chức, khả năng giải quyết vấn đề và phát triển các sản phẩm hoặc dịch vụ mới.

Trong những nghiên cứu về đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp, một số đặc điểm của nhân lực đặc thù đã được chỉ ra. Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp có liên quan chặt chẽ tới sự sáng tạo, do đó, Mariz-Perez (2012) đã nhấn mạnh sự cần thiết của những cá nhân có tiềm năng sáng tạo cao, có khả năng tạo ra những ý tưởng mới lạ và hữu ích. Khả năng sáng tạo này đóng vai trò nền tảng cho cả đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp (Ballor và Claar, 2019). Bên cạnh đó, Stolovitch và cộng sự (1999) xem xét nhân lực đặc thù trên khía cạnh chuyên môn kỹ thuật. Theo đó, nguồn nhân lực đặc thù thường có chuyên môn kỹ thuật cao trong lĩnh vực tương ứng của họ, cho phép họ xác định các cơ hội và giải quyết các vấn đề phức tạp (Stolovitch và cộng sự, 1999). Điều này là bởi họ hiểu rõ các xu hướng công nghệ, nhu cầu thị trường và có thể dự đoán được những thay đổi cần thiết để duy trì tính cạnh tranh (Teece, 2016). Nghiên cứu của Nylén và Holmström (2015) cũng đã chỉ ra vai trò quan trọng của khiến thức chuyên môn là yếu tố cốt lõi của quá trình đổi mới sáng tạo, giúp họ phát triển các giải pháp sáng tạo, cải thiện sản phẩm hiện tại hoặc phát triển các sản phẩm mới. Bên cạnh đó, Lumpkin và Dess (1996) cho rằng sự sẵn sàng chấp nhận rủi ro thường là đặc điểm của nguồn nhân lực chuyên biệt trong bối cảnh đổi mới và tinh thần kinh doanh. Trong những nghiên cứu sau của Burt (2004) cũng bổ sung đặc điểm

về khả năng kết nối và cộng tác, tận dụng mạng lưới để tiếp cận các nguồn lực và thông tin hỗ trợ cho đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp

3. Thực trạng hệ sinh thái và nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam

3.1. Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam

Tháng 5 năm 2016, Thủ tướng Chính phủ quyết định ban hành quyết định số 844/QĐ-TTg về việc phê duyệt Đề án "Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025". Với mục tiêu tạo lập môi trường thuận lợi, hỗ trợ quá trình hình thành và phát triển loại hình doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng nhanh, đề án đưa ra những đầu ra cụ thể dành cho các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Trong số đó, phải kể đến như "hỗ trợ được 800 dự án, 200 doanh nghiệp khởi nghiệp, trong đó 50 doanh nghiệp được gọi vốn thành công từ các nhà đầu tư mạo hiểm, thực hiện mua bán và sáp nhập, với tổng quá trị ước tính khoảng 1.000 tỷ đồng".

Có thể thấy, hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể, tạo môi trường thuận lợi cho hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, từ đó góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế quốc gia. Hiện tại, cả nước có hơn 3.000 doanh nghiệp khởi nghiệp, cùng với hơn 140 trường đại học và viện nghiên cứu tổ chức các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp thông qua các vườn ươm, trung tâm, và câu lạc bộ (MOST, 2019). Trong 9 tháng đầu năm 2023, tổng giá trị các thương vụ đầu tư mạo hiểm đạt 427 triệu USD, minh chứng cho sự hấp dẫn của thị trường Việt Nam đối với các nhà đầu tư. Theo Báo cáo Chỉ số Đổi mới Sáng tạo Toàn cầu năm 2023, Việt Nam xếp hạng 46/132 quốc gia, tăng 2 bậc so với năm 2022, và đứng thứ 54 trong hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu (Báo Chính phủ, 2023). Thị trường khởi nghiệp Việt Nam còn là nơi hoạt động của 208 quỹ đầu tư mạo hiểm, trong đó có 40 quỹ đầu tư nội địa như: VSVCapital, Mekong Capital, IDG Ventures Vietnam. Đặc biệt, năm 2021 ghi nhận mức đầu tư kỷ lục với tổng cộng 165 thương vụ và tổng vốn đầu tư lên đến 1,4 tỷ USD. Trung bình, mỗi doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam ở giai đoạn đầu nhận được khoảng 1,15 triệu USD, trong khi ở giai đoạn trung và cuối, con số này đạt khoảng 9,5 triệu USD (Báo Chính phủ, 2024). Những tên tuổi nổi bật như VNG, VNLife, Momo, Tiki, và Topica Edtech đã góp phần định hình và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của Việt Nam. Sau thời kỳ Covid, thu hút vốn đầu tư mạo hiểm tại Việt Nam đã dần tăng trưởng trở lại, với 634 triệu USD Mỹ năm 2022, và đạt 413 triệu USD Mỹ trong nửa đầu năm 2023 (MOST, 2019).

3.2. Nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam

Nhận thức được tầm quan trọng của hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng như hiện nay, các doanh nghiệp và tổ

chức đang nỗ lực không ngừng trong việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, tập trung trang bị những kỹ năng và kiến thức cần thiết để đáp ứng các yêu cầu khắt khe của thị trường toàn cầu. Sự gia tăng này không chỉ mở ra cơ hội tiếp cận nguồn nhân lực dồi dào và đa dạng mà còn tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp khởi nghiệp trong việc tìm kiếm và phát triển nhân tài phù hợp với nhu cầu của thị trường. Một số dự án phát triển nguồn nhân lực được nhận được sự quan tâm lớn đến từ chính phủ và các tổ chức quốc tế phải kể đến như dự án "Nguồn nhân lực cho Đổi mới sáng tạo - Hệ sinh thái khởi nghiệp" của Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) hợp tác với Bộ Kế hoạch và Đầu tư của Việt Nam; dự án "Phát triển nguồn nhân lực làm công tác tham mưu xây dựng pháp luật đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ đến năm 2030". Các dự án được thông qua với mục tiêu đào tạo và nâng cao hơn nữa chất lượng nguồn nhân lực Việt Nam cho cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 cho thấy tầm quan trọng của nguồn nhân lực đóng góp vào hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

Theo Viện Nghiên cứu Chiến lược Chính sách Công thương (2024), lực lượng lao động từ 15 tuổi trở lên năm 2022 đạt 51,7 triệu người, tăng 1,2 triệu người so với năm 2021 (tương đương tăng 2,4% so với năm 2021) đã đặt ra những cơ hội đáng kể về nhân lực cho doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp khởi nghiệp. Tuy vậy, tỷ trọng lực lượng lao động đã qua đào tạo ở nước ta vẫn còn hạn chế. Trong tổng số 51,7 triệu người, chỉ có khoảng 13,7 triệu người đã qua đào tạo, chiếm khoảng 26,4% tổng lực lượng lao động. Điều này cho thấy mặc dù nguồn nhân lực của nước ta trẻ và phong phú, nhưng trình độ tay nghề và chuyên môn kỹ thuật còn hạn chế, đặt ra thách thức lớn trong việc nâng cao chất lượng lao động để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường. Do đó, các doanh nghiệp khởi nghiệp bước đầu thường phải đối mặt với một số những thách thức trong việc phát triển nguồn nhân lực đặc thù. Điển hình, đội ngũ nhân sự trong doanh nghiệp khởi nghiệp chủ yếu là những người làm chuyên môn, thiếu kiến thức về các thủ tục hành chính, pháp lý, dẫn đến sự lúng túng trong hoạt động của các doanh nghiệp khởi nghiệp (Trang & Linh, 2019). Ngoài ra, mức đầu tư vào nghiên cứu và phát triển (R&D) so với GDP của Việt Nam vẫn còn thấp và có xu hướng giảm. Năm 2023, con số được ghi nhận về mức đầu tư R&D so với GDP của Việt Nam là 0,4%, thấp hơn mức trung bình của khu vực Đông Nam Á (Tạp chí Tài chính, 2024).

4. Kinh nghiệm từ hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Trường ĐH Ngoại thương

4.1. Xây dựng các cơ chế, chính sách thúc đẩy và hỗ trợ khởi nghiệp

Với tầm nhìn trở thành Đại học Đổi mới Sáng tạo nằm trong nhóm các đại học hàng đầu Châu Á, Trường Đại học Ngoại thương (FTU) đã tiên phong trong việc xây dựng và triển khai các cơ chế, chính sách nhằm thúc đẩy và hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong nhà trường.

Cụ thể, năm 2019, FTU đã thành lập *Ban chỉ đạo hoạt động Khởi nghiệp và Đổi mới sáng tạo của sinh viên* nhằm phối hợp thực hiện đồng bộ, sâu rộng các hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp. Ban chỉ đạo có chức năng và nhiệm vụ bao gồm (1) Nghiên cứu và đề xuất kế hoạch tổng thể đưa nội dung khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo (E&I) vào chương trình đào tạo của Nhà trường; (2) Nghiên cứu và đề xuất chế độ đối với sinh viên tham gia các dự án khởi nghiệp; (3) Nghiên cứu và thành lập đơn vị/bộ phận phụ trách chuyên môn E&I; (4) Nghiên cứu và đề xuất chế độ đối với cán bộ, giảng viên tham gia hướng dẫn/huấn luyện các dự án khởi nghiệp; (5) Xây dựng kế hoạch giảng dạy E&I trong tuần sinh hoạt công dân đầu khóa, giữa khóa và chính khóa; (6) Rà soát và đề xuất phương án Phòng làm việc cho Trung tâm Sáng tạo và Ươm tạo FTU (FIIS) và nhóm khởi nghiệp; (7) Nghiên cứu đề xuất kế hoạch phát triển hoạt động E&I tại cơ sở Quảng Ninh và CSII TP.HCM; (8) Nghiên cứu đề xuất kế hoạch truyền thông và hợp tác về hoạt động E&I với các đối tác bên ngoài; (9) Tổng hợp Kế hoạch tổng thể triển khai hoạt động E&I của sinh viên Trường Đại học Ngoại thương; (10) Nghiên cứu đề xuất triển khai thành lập đề án Xây dựng Trung tâm Sáng tạo Kinh doanh xã hội (SBC HUB) tại Trường Đại học Ngoại thương.

Sau đó, năm 2021, *Quyết định 2396/QĐ-ĐHNT về "Quy định về chính sách hỗ trợ sinh viên hệ chính quy"* đã chính thức được ban hành đánh dấu bước tiến quan trọng trong việc hỗ trợ tài chính và tạo điều kiện thuận lợi cho sinh viên tham gia khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Hơn hết, chính sách này đã thể hiện cam kết mạnh mẽ của FTU trong việc hỗ trợ sinh viên và thúc đẩy đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp. Hiện tại, Trung tâm Sáng tạo và Ươm tạo FTU (FIIS) đang là đơn vị được giao nhiệm vụ nghiên cứu đề xuất cơ chế triển khai và xây dựng các chương trình cụ thể để hỗ trợ sinh viên, chẳng hạn cơ chế hỗ trợ tài chính cho các dự án khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo cho sinh viên FTU đang trong quá trình xây dựng và sắp được đưa vào thực tiễn. Bên cạnh các cơ chế, chính sách hỗ trợ khởi nghiệp cho sinh viên, Nhà trường cũng chú trọng các cơ chế, chính sách hỗ trợ cho cán bộ, giảng viên tham gia vào đội ngũ cố vấn và huấn luyện viên của các dự án khởi nghiệp của sinh viên. Chẳng hạn, cán bộ giảng viên nhà trường khi đăng kí tham gia chương trình đào tạo giảng viên nguồn chương trình Sáng tạo Kinh doanh xã hội sẽ được hỗ trợ kinh phí đăng ký tham gia chương trinh, nhận hỗ trợ tài chính cũng như kinh phí tham gia trực tiếp tại Canada. Điều này đã thể hiện cam kết mạnh mẽ của Trường Đại học Ngoại thương trong việc thúc đẩy đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp.

Năm 2022, Trường Đại học Ngoại thương đã công bố Chiến lược phát triển giai đoạn 2021-2030 với tầm nhìn đến năm 2040, đặt trọng tâm vào ba đột phá chiến lược: tái cấu trúc và chuyển đổi số; thu hút, phát triển nhân tài và quốc tế hóa đội ngũ nhân sự; cùng với việc thúc đẩy mạnh mẽ đổi mới sáng tạo. Tái cấu trúc và chuyển đổi số nhằm hiện đại hóa cơ cấu tổ chức và quy trình quản lý, giúp nhà trường bắt kịp xu hướng công nghệ và nâng cao hiệu quả hoạt động. Thu hút và phát triển nhân tài, kết hợp với quốc tế hóa nhân sự, giúp FTU xây dựng đội ngũ giảng viên và cán bộ có

trình độ cao, đáp ứng yêu cầu ngày càng khắt khe của thị trường lao động toàn cầu. Đồng thời, cũng trong giai đoạn này, nhà trường cũng đã triển khai đề án "*Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025*" nhằm xây dựng các chương trình, môn học và hoạt động hỗ trợ sinh viên khởi nghiệp một cách toàn diện.

4.2. Thành lập trung tâm Sáng tạo và Ươm tạo FTU (FIIS)

Từ năm 2017, Trường Đại học Ngoại thương đã thành lập Trung tâm Sáng tạo và Ươm tạo FTU (FIIS) là đơn vị chuyên trách thực hiện các hoạt động đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp của FTU. FIIS hoạt động với triết lý: "Chúng tôi tin vào một cộng đồng nơi bất kỳ ai cũng có thể biến thế giới trở thành một nơi tốt đẹp hơn thông qua các ý tưởng kinh doanh bền vững" và tầm nhìn là trở thành một vườn ươm toàn cầu cho các doanh nhân đổi mới sáng tạo với sứ mệnh biến ý tưởng thành các công ty khởi nghiệp, và nuôi dưỡng các doanh nhân khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Với sự hợp tác hiệu quả với cả các tổ chức chính phủ và phi chính phủ và mối liên kết tốt với các tập đoàn và các bên liên quan khác nhau, FIIS đã phát triển thành công một hệ sinh thái mạnh mẽ mang lại 8 giá trị cốt lõi bao gồm Khuyến khích, Kích hoạt, Trao quyền, Trải nghiệm, Kết nối, Tin tưởng, Tăng trưởng và Tác động.

FIIS là đơn vị nghiên cứu, đề xuất, và triển khai nhiều chương trình hỗ trợ, ươm tạo và tăng tốc cho các doanh nghiệp tác động xã hội ở nhiều giai đoạn khác nhau, cụ thể là Entrepreneur Z, Circular Economy, SIP100, Startup Station, Runway… Liên tiếp trong 2 năm 2022 và 2023, FIIS/FTU được công nhận là Tác nhân thay đổi có ảnh hưởng "Most Impactful Change Agent" trong Cuộc thi sáng tạo doanh nghiệp toàn cầu tổ chức bởi Đại học HEC Monteral (Canada) và "Trường đại học tiên phong trong hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam" do VCCI tổ chức năm 2021.

Với niềm tin mạnh mẽ rằng tinh thần khởi nghiệp có thể được tạo ra chứ không phải bẩm sinh, FIIS lấy đào tạo, ươm tạo và tăng tốc làm hoạt động trụ cột. Trong suốt 07 năm thành lập và phát triển, FIIS đã thiết kế và tổ chức khoảng 150 khóa đào tạo trong các lĩnh vực như kinh tế tuần hoàn, kinh doanh tác động xã hội, kinh doanh bao trùm, ESG, xuất nhập khẩu, v.v. và đã ươm tạo thành công hơn 200 dự án bao gồm 100 doanh nghiệp tác động xã hội trong 4 mùa của Chương trình ươm tạo khởi nghiệp (SIP100), Kinh tế tuần hoàn (CE), Bệ phóng vô địch SIB, và Sáng tạo Kinh doanh xã hội (SBC).

FIIS hướng tới một hệ sinh thái mở và hỗ trợ toàn diện, nơi tất cả các cá nhân, không chỉ giới hạn đối tượng là sinh viên, giảng viên tại FTU có thể tham gia mà hướng tới việc thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo toàn cầu. Việc hỗ trợ của FIIS bao gồm đào tạo chuyên sâu và tùy chỉnh, cố vấn 1-1 bao gồm mọi khía cạnh của phát triển kinh doanh như tài chính, nguồn nhân lực, mô hình kinh doanh,... cho đến đầu tư. Bên cạnh đó, FIIS cũng kết nối các công ty khởi nghiệp với các nhà đầu tư, đơn vị tăng tốc, chuyên gia, cố vấn và mạng lưới đối tác toàn cầu.

4.3. Các hoạt động tạo môi trường đổi mới sáng tạo cho sinh viên

Các hoạt động truyền thông, truyền cảm hứng thúc đẩy khởi nghiệp

Trường Đại học Ngoại thương đã làm rất tốt trong việc truyền cảm hứng cho sinh viên và cán bộ giảng viên trong nhà trường ngay từ những bước đầu tiên giúp khơi gợi sự hứng thú và quan tâm. Khi sinh viên và giảng viên cảm thấy hứng thú với đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp, họ sẽ có động lực và dễ dàng hơn trong việc tiếp nhận và tham gia vào các hoạt động và khóa đào tạo tiếp theo. Ngay từ khi mới bắt đầu bước vào trường, sinh viên đã được định hướng và truyền cảm hứng về khởi nghiệp từ tuần lễ sinh hoạt công dân. Ngoài ra, xuyên suốt năm học, sinh viên cũng được truyền cảm hứng thông qua hàng loạt các talkshow và tọa đàm. Các hoạt động truyền thông và truyền cảm hứng được thực hiện đồng bộ, thống nhất với 2 mục tiêu cụ thể: (1) Quảng bá, truyền cảm hứng cho cán bộ giảng viên và sinh viên về khởi nghiệp; (2) Giới thiệu, cung cấp thông tin chi tiết về các hoạt động, các sự kiện, các khóa đào tạo về khởi nghiệp để cán bộ giảng viên, sinh viên tham gia.

Các hoạt động xây dựng, phát triển cộng đồng đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp

Hiện nay trường Đại học Ngoại thương có hơn 100 câu lạc bộ và cộng đồng sinh viên ở cả 3 cơ sở, trong đó có 3 Câu lạc bộ khởi nghiệp bao gồm: CLB Nhà Doanh Nghiệp Tương Lai (TEC), CLB Enactus FTU Hanoi, CLB Khởi nghiệp Sáng tạo - Dynamic FTU (FTU Dynamic Club) thuộc quản lý của Đoàn Thanh Niên và 4 cộng đồng người trẻ thúc đẩy khởi nghiệp sáng tạo thuộc quản lý của Trung tâm Sáng tạo và Ươm tạo FTU (FIIS): SBC Youth Community, Runway Community, Entrepreneur Z Community, Youth Startup Community. Những CLB và cộng đồng này đã tạo ra một cộng đồng đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp sôi nổi thông qua việc tổ chức hàng loạt cuộc thi chuyên môn, chương trình trại hè, hackathon, khóa huấn luyện và đào tạo….như: Khởi nghiệp cùng Kawai, Entrepreneur Z Impact Bootcamp, Runway Acceleration Bootcamp, The Circular Economy Innovative Transformation, CE Hackathon, SBC - Social Business Creation, Business Pizza Hackathon, Impact Startup Station….

Tạo không gian sáng tạo cho sinh viên

Trường Đại học Ngoại thương đã chú trọng việc tạo lập các không gian sáng tạo nhằm thúc đẩy tinh thần đổi mới và khởi nghiệp trong sinh viên. Những không gian này được thiết kế để tạo môi trường làm việc năng động, khuyến khích sự sáng tạo và hợp tác giữa các sinh viên. Một trong những sáng kiến nổi bật của Trường Đại học Ngoại thương là việc thành lập Không gian sáng tạo "FTU Innovation Space" - một không gian mở phục vụ cho các hoạt động nghiên cứu, thảo luận và phát triển ý tưởng kinh doanh. Nơi đây không chỉ là địa điểm làm việc mà còn là nơi tổ chức các sự kiện như hội thảo, triển lãm, workshop về khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo.

Cố vấn và hỗ trợ từ cựu sinh viên, học viên

Trường Đại học Ngoại thương đã xây dựng một mạng lưới cựu sinh viên mạnh mẽ và tích cực, đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ sinh viên và thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp. Thông qua các chương trình mentoring và cố vấn, cựu sinh viên thành đạt trong nhiều lĩnh vực đã chia sẻ kinh nghiệm, kiến thức thực tế và mở rộng mạng lưới quan hệ cho sinh viên đang theo học. Hằng năm, trường cũng tổ chức các hoạt động gặp gỡ cựu sinh viên nhằm tạo kết nối giữa các thế hệ cựu sinh viên, học viên đối với các hoạt động của nhà trường. Tại đây, các cựu sinh viên cũng có cơ hội chia sẻ kinh nghiệm khởi nghiệp, quản lý doanh nghiệp và xu hướng ngành nghề. Thông qua những nỗ lực này, FTU đã tạo ra mạng lưới giúp kết nối sinh viên, cựu sinh viên và nhà trường, giúp kết nối sinh viên với cựu sinh viên có kinh nghiệm trong ngành nghề mà sinh viên quan tâm, tạo cơ hội học hỏi và định hướng nghề nghiệp. Cựu sinh viên thường xuyên chia sẻ cơ hội thực tập và việc làm tại các doanh nghiệp của họ, tạo điều kiện cho sinh viên tiếp cận với môi trường làm việc thực tế.

4.4. Các chương trình giáo dục và đào tạo về khởi nghiệp

Các chương trình và môn học chính quy dành cho người học

Giáo dục khởi nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc trang bị cho sinh viên kiến thức, kỹ năng, phát triển tư duy sáng tạo, nuôi dưỡng tinh thần doanh nhân, khuyến khích sự tự tin và đổi mới sáng tạo, như đã được chỉ ra trong các nghiên cứu của Nair (2020), Reynolds (2021), và Kayyali (2023). Hiểu được tầm quan trọng của giáo dục khởi nghiệp, hiện nay, Trường Đại học Ngoại thương đã xây dựng một hệ thống các chương trình và môn học chính quy đa dạng, nhằm trang bị cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết trong lĩnh vực khởi nghiệp như Khởi sự kinh doanh trong kỷ nguyên số; Khởi sự kinh doanh và quản trị doanh nghiệp nhỏ và vừa; Khởi sự kinh doanh và Quản trị khách sạn vừa và nhỏ; Khởi nghiệp tinh gọn; Quản trị khởi nghiệp; Khởi tạo/ Gọi vốn dự án khởi nghiệp; Khởi nghiệp xã hội và bền vững; Thâm nhập thị trường cho dự án khởi nghiệp; Lãnh đạo khởi nghiệp; Marketing cho khởi nghiệp; Sáng tạo xã hội (Social Innovation); Sáng tạo kinh doanh (Business Innovation).

Các chương trình đào tạo cho đội ngũ cán bộ, giảng viên, cố vấn và huấn luyện viên khởi nghiệp

Bên cạnh chú trọng khởi nghiệp cho sinh viên, Trường Đại học Ngoại thương cũng thể hiện những nỗ lực trong việc xây dựng và phát triển đội ngũ giảng viên, cố vấn và huấn luyện viên khởi nghiệp trường thông qua các khóa đào tạo trong nước và quốc tế. Trong 6 năm gần đây, Nhà trường cùng các đối tác trong nước và quốc tế đã triển khai nhiều chương trình đào về kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp, các phương pháp huấn luyện về khởi nghiệp mới mẻ như mentoring, coaching cũng đã được triển khai và thu hút sự tham gia của các cán bộ giảng viên, chuyên gia, trong và ngoài trường

Một số chương trình đào tạo về khởi nghiệp dành cho cán bộ, giảng viên trong giai đoạn 2017 - 2024 như:

● 2017 - 2018: Chương trình Đào tạo giảng viên nguồn (Training on Trainer - TOT) về Khởi nghiệp và Đối mới sáng tạo IPP; Chương trình TOT của Hội đồng Anh về sáng tạo xã hội; Chương trình đào tạo Investor Bootcamp của VSV.

● 2019 - 2020: Khóa TOT Công dân tích cực - Doanh nhân xã hội do Hội đồng Anh phối hợp với Bộ GD ĐT tổ chức năm 2019; Khóa TOT Công dân tích cực - Doanh nhân xã hội do Hội đồng Anh phối hợp với Bộ GD ĐT tổ chức năm 2029.

● 2020 - 2021: Khóa đào tạo TOT về đào tạo giảng viên nguồn cho chương trình Sáng tạo kinh doanh xã hội (SBC) - Chương trình phối hợp với Trường HEC Montreal Canada; Khóa học TOT: "The Inspioneer - Nhà giáo dục Sáng tạo và Truyền cảm hứng" mùa thứ nhất, năm 2020; Khóa đào tạo TOT về đào tạo cố vấn và giảng viên nguồn cho chương trình Sáng tạo kinh doanh xã hội (SBC) - Chương trình phối hợp với Trường HEC Montreal Canada năm 2020 - 2021, mùa 1 và mùa 2.

● 2021 - 2022: Khóa học TOT: "The Inspioneer - Nhà giáo dục Sáng tạo và Truyền cảm hứng" mùa thứ hai; 2 khóa đào tạo về Kinh tế tuần hoàn - TOT CE; Khóa tập huấn "Nâng cao năng lực đổi mới sáng tạo cho lãnh đạo và viên chức quản lý"; Khóa đào tạo TOT về đào tạo cố vấn và giảng viên nguồn cho chương trình Sáng tạo kinh doanh xã hội (SBC) - Chương trình phối hợp với Trường HEC Montreal Canada, năm 2021 - 2022, mùa thứ 3.

● 2022- 2024: Khóa đào tạo TOT về đào tạo cố vấn và giảng viên nguồn cho chương trình; Sáng tạo kinh doanh xã hội (SBC) - Chương trình phối hợp với Trường HEC Montreal Canada, năm 2022 - 2024, mùa thứ 4 và 5; Khóa đào tạo "SIB Innovation Champion Launchpad" đào tạo hạt nhân đổi mới sáng tạo thúc đẩy kinh doanh tạo tác động xã hội dành cho các chuyên gia và cố vấn năm 2022.

4.5. Hợp tác quốc tế thúc đẩy đổi mới sáng tạo

Trường Đại học Ngoại thương đã tích cực thúc đẩy hợp tác quốc tế trong lĩnh vực đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp, tạo ra một môi trường học tập và nghiên cứu đa dạng, mở rộng cơ hội cho sinh viên và giảng viên. Một số hoạt động nổi bật như Chương trình Sáng tạo Kinh doanh Xã hội (SBC). Theo đó, FTU đã hợp tác với trường HEC Montreal (Canada) để triển các khai chương trình đào tạo về kinh doanh xã hội và cuộc thi quốc tế về khởi nghiệp xã hội. Chương trình này không chỉ mang lại cơ hội học tập và trải nghiệm quốc tế cho sinh viên mà còn góp phần đào tạo đội ngũ giảng viên và cố vấn về khởi nghiệp. Bên cạnh đó, FTU cũng đã hợp tác với các tổ chức lớn như UNESCAP và AED trong phát triển các dự án về kinh doanh bao trùm. Ngoài ra, thông qua các thỏa thuận hợp tác với các trường đại học và tổ chức quốc tế, FTU tạo điều kiện cho sinh viên và giảng viên tham gia các chương trình trao đổi, học tập và nghiên cứu ngắn hạn tại nước ngoài, tiếp cận với các xu hướng

mới nhất về khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. Cuối cùng, FTU cũng thường xuyên hợp tác với các đối tác quốc tế như Đại học Meiji để các hội thảo, diễn đàn quốc tế về khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo. Từ đó mở ra những cơ hội giúp thu hút sự tham gia của các chuyên gia, doanh nhân và nhà đầu tư từ nhiều quốc gia, tạo cơ hội kết nối và học hỏi cho cộng đồng khởi nghiệp của trường.

Thông qua các hoạt động hợp tác quốc tế này, Trường Đại học Ngoại thương đã tận dụng hiệu quả nguồn lực và kinh nghiệm từ các đối tác trong và ngoài nước, nâng cao chất lượng đào tạo và nghiên cứu về khởi nghiệp, đồng thời mở rộng cơ hội cho sinh viên và giảng viên tiếp cận với các xu hướng và thực tiễn tốt nhất trên thế giới trong lĩnh vực đổi mới sáng tạo.

5. Một số kiến nghị với tỉnh Ninh Bình

5.1. Bối cảnh đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp của tỉnh Ninh Bình

5.1.1. Thực trạng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo tỉnh Ninh Bình

Ninh Bình đang đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng bền vững, gắn liền với đổi mới mô hình tăng trưởng dựa trên nền tảng khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo, và chuyển đổi số. Với mục tiêu trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo trong khu vực, tỉnh đã đạt được những thành tựu đáng kể. Ninh Bình hiện xếp thứ 16 trong bảng xếp hạng Bộ chỉ số đổi mới sáng tạo cấp địa phương năm 2023, thể hiện sự tiến bộ trong nhiều lĩnh vực quan trọng. Các chỉ số nổi bật bao gồm: thể chế đạt 46,16 điểm, vốn con người và nghiên cứu-phát triển đạt 42,41 điểm, cơ sở hạ tầng đạt 64,05 điểm, và trình độ phát triển của doanh nghiệp đạt 40,54 điểm (Đài Phát thanh & Truyền hình tỉnh Ninh Bình, 2023).

Hoạt động nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ và đổi mới sáng tạo của tỉnh Ninh Bình trong năm 2023 đã đạt được những thành tựu nhất định, điển hình như: Sở Khoa học và Công nghệ Ninh Bình đã thực hiện nghiệm thu 24 đề tài, dự án, trong đó có 2 đề tài được đánh giá xuất sắc, góp phần nâng cao năng lực nghiên cứu và phát triển của tỉnh (Sở Khoa học và Công nghệ Ninh Bình, 2023). Bên cạnh đó, các hiệp hội liên đoàn tỉnh cũng bày tỏ sự quan tâm lớn đến sự phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp qua tổ chức cuộc thi "Dự án thanh niên khởi nghiệp sáng tạo năm 2023" (Tỉnh đoàn Ninh Bình, 2023), tổ chức hội thảo "Khởi nghiệp sáng tạo - Khát vọng vươn xa năm 2024" (Đài Phát thanh & Truyền hình tỉnh Ninh Bình, 2024).

Ninh Bình có nhiều tiềm năng để phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, đặc biệt trong các lĩnh vực chủ chốt như du lịch, nông nghiệp công nghệ cao, và công nghiệp chế biến. Vị trí địa lý thuận lợi của tỉnh, nằm ở phía Bắc Việt Nam, gần các trung tâm kinh tế lớn như Hà Nội, Hải Phòng và Thanh Hóa, giúp Ninh Bình dễ dàng kết nối và hưởng lợi từ các nguồn lực kinh tế và công nghệ. Ngoài ra, Ninh Bình còn nổi tiếng với di sản thiên nhiên và văn hóa phong phú, tiêu biểu là Quần thể danh thắng Tràng An, một di sản thế giới được UNESCO công nhận. Những lợi thế này không

chỉ tạo nền tảng vững chắc cho phát triển kinh tế mà còn mở ra nhiều cơ hội cho khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo trong tỉnh.

Nhờ những yếu tố thuận lợi về địa lý, văn hóa và các chính sách hỗ trợ, Ninh Bình đang xây dựng và phát triển một hệ sinh thái khởi nghiệp đa dạng, hướng tới việc thúc đẩy sự phát triển kinh tế bền vững và tăng cường vị thế của tỉnh trong khu vực.

5.1.2. Thực trạng nguồn nhân lực tỉnh Ninh Bình

Ninh Bình có một lực lượng lao động dồi dào với tỷ lệ dân số trong độ tuổi lao động chiếm phần lớn, tuy nhiên, chất lượng nguồn nhân lực vẫn còn nhiều hạn chế. Phần lớn lao động của tỉnh chủ yếu tham gia vào các ngành nông nghiệp, công nghiệp chế biến, và dịch vụ, nhưng tỷ lệ lao động qua đào tạo còn thấp, dẫn đến hạn chế trong khả năng tiếp thu công nghệ mới và thực hiện các công việc yêu cầu kỹ năng cao. Theo Ban Quản lý các Khu công nghiệp tỉnh Ninh Bình, hiện nay toàn tỉnh có trên 42.000 nghìn lao động đang làm việc tại 73 doanh nghiệp ở các khu công nghiệp (KCN) trên địa bàn. Hiện tại, không ít các doanh nghiệp (DN) tại địa phương bị thiếu đơn hàng, tuy nhiên một số doanh nghiệp sản xuất công nghiệp hỗ trợ (CNHT) lại đang thiếu lao động chất lượng cao (Chien, 2023).

Trong những năm gần đây, Ninh Bình đã chú trọng vào việc nâng cao chất lượng nguồn nhân lực thông qua các chương trình đào tạo và phát triển kỹ năng, đặc biệt là trong các lĩnh vực có tiềm năng phát triển như du lịch, nông nghiệp công nghệ cao, và công nghiệp chế biến. Theo Báo Đầu Tư (2024), tính đến ngày 30/5/2024, trên địa bàn tỉnh hiện có 27 cơ sở giáo dục nghề nghiệp, trong đó có 19 cơ sở công lập và 8 cơ sở tư thục. Các điều kiện bảo đảm chất lượng đào tạo được đã dần được nâng cao, nội dung, chương trình, phương thức đào tạo nghề nghiệp được cập nhật, đổi mới, bảo đảm "học đi đôi với hành". Dự kiến, đến hết năm 2025, tỷ lệ lao động qua đào tạo đạt 72%, trong đó tỷ lệ lao động có bằng cấp, chứng chỉ đạt 36% (Báo Đầu Tư, 2024). Tuy nhiên, nhu cầu về nhân lực có trình độ chuyên môn cao, nhất là trong các lĩnh vực khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo, vẫn chưa được đáp ứng đầy đủ. Điều này đặt ra thách thức lớn cho tỉnh trong việc thu hút và giữ chân nhân tài, đồng thời cần có những chính sách mạnh mẽ hơn để cải thiện chất lượng đào tạo và phát triển kỹ năng cho lao động địa phương.

Ngoài ra, tình trạng thiếu hụt lao động có kỹ năng quản lý, kinh doanh, và đổi mới sáng tạo cũng là một vấn đề cần được giải quyết. Các doanh nghiệp tại Ninh Bình thường gặp khó khăn trong việc tuyển dụng lao động có đủ trình độ và kỹ năng cần thiết để đáp ứng yêu cầu của thị trường lao động hiện đại. Trong "Ngày hội việc làm kết nối doanh nghiệp tỉnh Ninh Bình" năm 2022, toàn tỉnh Ninh Bình có 136 doanh nghiệp đang có nhu cầu tuyển dụng gần 27.000 lao động, nhưng thị trường lao động mới đáp ứng được một phần nhỏ. Nguyên nhân chủ yếu là do tỉnh thiếu nguồn lao động tại chỗ, đặc biệt là những người có chuyên môn kỹ thuật cao (Nguyễn Trường, 2022).

5.3. Thế mạnh và hạn chế trong việc phát triển hệ sinh thái và nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của tỉnh Ninh Bình

5.3.1. Một số thế mạnh

Đầu tiên, tỉnh Ninh Bình có một vị trí địa lý vô cùng thuận lợi gần các trung tâm kinh tế lớn là Hà Nội và Hải Phòng, cũng như nằm trên các tuyến giao thông huyết mạch. Không những vậy, hệ thống cơ sở hạ tầng của Ninh Bình cũng đang ngày càng hoàn thiện cũng như hạ tầng công nghệ thông tin ngày càng được phát triển, đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp khởi nghiệp. Những lợi thế này giúp tạo điều kiện thuận lợi cho giao thương, thu hút đầu tư và tiếp cận thị trường.

Nằm trong vùng tứ giác phát triển kinh tế Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh - Thanh Hóa, có điều kiện thuận lợi phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ như: lắp ráp ô tô, thiết bị điện, điện tử, dệt may... phục vụ sản xuất trong nước và xuất khẩu, tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu trong xu thế hội nhập sâu rộng (Đức, 2024). Theo Quy hoạch tỉnh Ninh Bình thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050 được phê duyệt tại Quyết định số 218/QĐ-TTg ngày 4.3.2024 của Thủ tướng Chính phủ, 1 trong 4 ngành kinh tế trụ cột của tỉnh là lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ. Cụ thể, tiếp tục tập trung lấy công nghiệp cơ khí ô tô làm động lực thúc đẩy thu hút các ngành công nghiệp công nghệ cao, công nghiệp hỗ trợ.

Bên cạnh đó, tỉnh Ninh Bình cũng có thế mạnh lớn trong việc thu hút nguồn vốn FDI. Hiện tại, Ninh Bình có 97 dự án FDI với tổng vốn đầu tư đăng ký 1.675,63 triệu USD với các nhà đầu tư đến từ 12 quốc gia và vùng lãnh thổ (Đức, 2024). Trong đó, Hàn Quốc là đối tác dẫn đầu về số lượng dự án đầu tư trên địa bàn tỉnh với 45 dự án và đứng thứ 2 về vốn đầu tư (đạt 450,18 triệu USD), chiếm 27% tổng vốn đầu tư FDI toàn tỉnh (Đức, 2024). Vốn đầu tư từ các nhà đầu tư Hàn Quốc vào tỉnh Ninh Bình cũng tăng nhanh, nhất là trong 10 năm gần đây. Lĩnh vực đầu tư của các dự án FDI Hàn Quốc tập trung vào những lĩnh vực mà tỉnh khuyến khích và có lợi thế thu hút đầu tư như: công nghiệp sản xuất linh kiện điện tử, công nghiệp phụ trợ cho sản xuất và lắp ráp ô tô… (Đông Hải, 2024)

Bên cạnh đó, tại Ninh Bình tập hợp nhiều di sản văn hóa và danh lam thắng cảnh, chẳng hạn Tràng An là thắng cảnh được UNESCO công nhận là di sản thiên nhiên và di sản văn hoá thế giới, Cố đô Hoa Lư là quần thể di tích quốc gia có giá trị lớn về lịch sử, hay Chùa Bái Đính là ngôi chùa lớn nhất Việt Nam và điểm đến tâm linh hấp dẫn. Việc sở hữu nhiều di sản văn hóa và danh lam thắng cảnh nổi tiếng tạo điều kiện cho Ninh Bình phát triển các sản phẩm du lịch sáng tạo, như du lịch cộng đồng, du lịch trải nghiệm, du lịch mạo hiểm. Điều này không chỉ thu hút du khách mà còn tạo ra nhiều cơ hội kinh doanh cho các startup trong lĩnh vực du lịch.

5.3.2. Một số hạn chế

Bên cạnh những lợi thế lớn về phát triển công nghiệp phụ trợ, thu hút FDI

cũng như tài nguyên du lịch, tỉnh Ninh Bình vẫn còn tồn tại một số hạn chế khó khăn, thách thức như: Quy mô kinh tế nhỏ so với các tỉnh trong khu vực. Theo Tạp chí Cộng sản (2024), kinh tế Ninh Bình có tốc độ tăng trưởng khá nhanh nhưng chưa thực sự ổn định và bền vững; sức cạnh tranh của một số sản phẩm còn hạn chế. Sản xuất công nghiệp mới tập trung ở một số ngành, lĩnh vực, các ngành công nghiệp khác còn nhỏ, manh mún; năng suất lao động còn thấp; chỉ số cạnh tranh có tăng nhưng chưa tương xứng với tiềm năng; thu hút đầu tư còn chậm, các dự án đầu tư mới chỉ tập trung ở một số ngành lĩnh vực, khu vực và với số vốn đầu tư chưa nhiều; chưa tạo được chuyển biến mạnh mẽ về cơ cấu kinh tế trong nông nghiệp và nông thôn, chưa thể hiện rõ hình ảnh của một tỉnh công nghiệp và dịch vụ. Kinh tế du lịch và kinh tế biển chưa phát huy hiệu quả tương xứng với tiềm năng và thế mạnh. Chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng được yêu cầu thực tiễn phát triển kinh tế - xã hội hiện nay. Cơ sở hạ tầng và hệ thống giao thông tuy đã phát triển, nhưng nhìn tổng thể vẫn còn thấp, chưa đồng bộ và chưa hiện đại ngang tầm với yêu cầu của sự phát triển đang đặt ra. Ngoài ra, Ninh Bình cũng đang là tỉnh có tỉ lệ đô thị hóa thấp (dân số thành thị mới chiếm 21,5%, dân số nông thôn chiếm 78,5%) (Minh Trang, 2024).

Mặc dù sở hữu nhiều tiềm năng phát triển, hệ sinh thái khởi nghiệp tại Ninh Bình vẫn còn nhiều hạn chế. Hệ sinh thái này chưa phát triển đầy đủ các yếu tố hỗ trợ cần thiết như tổ chức hỗ trợ chuyên nghiệp, mạng lưới nhà đầu tư sôi động, đội ngũ cố vấn giàu kinh nghiệm và không gian làm việc chung hiện đại. Nguồn nhân lực khởi nghiệp, đặc biệt là những cá nhân sở hữu kỹ năng chuyên sâu về công nghệ, quản lý và kinh doanh còn thiếu, gây khó khăn cho các startup trong việc xây dựng đội ngũ nhân sự chất lượng cao. Việc tiếp cận vốn đầu tư, nhất là vốn mạo hiểm, cũng là một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp tại Ninh Bình, hạn chế khả năng mở rộng quy mô và phát triển sản phẩm. Thêm vào đó, thị trường tiêu thụ sản phẩm và dịch vụ của các startup còn tương đối nhỏ và cạnh tranh gay gắt, chưa tạo được đà tăng trưởng bền vững. Những hạn chế này đang kìm hãm sự phát triển mạnh mẽ của hệ sinh thái khởi nghiệp tại Ninh Bình và đòi hỏi các giải pháp đồng bộ để khắc phục

5.4. Một số kiến nghị đối với tỉnh Ninh Bình

Trước hết, Ninh Bình cần xây dựng và thực hiện một hệ thống quan điểm, chủ trương, cơ chế và chính sách pháp luật đồng bộ, thuận lợi và minh bạch để hỗ trợ sự phát triển của hệ sinh thái khởi nghiệp. Điều này bao gồm việc giảm thiểu các thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thành lập và hoạt động của các doanh nghiệp khởi nghiệp. Chính sách hỗ trợ có thể bao gồm ưu đãi thuế, hỗ trợ vốn vay, và các chương trình đào tạo nhằm nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Việc tạo ra một môi trường pháp lý thuận lợi sẽ giúp thu hút nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp và nhà đầu tư đến với Ninh Bình. Bên cạnh đó, cần khơi thông dòng chảy vốn đầu tư cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo bằng cách sửa đổi các quy định để tạo điều

kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư. Đồng thời, tạo nguồn vốn tư nhân đầu tư vào hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, nhằm hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp khởi nghiệp và thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái khởi nghiệp trong địa bàn tỉnh.

Thứ hai, Trường Đại học Ngoại thương đã thành công trong việc tạo ra một hệ sinh thái khởi nghiệp đa dạng, bao gồm các không gian làm việc chung, chương trình ươm tạo, và mạng lưới cố vấn. Ninh Bình có thể áp dụng mô hình này bằng cách thiết lập các trung tâm khởi nghiệp sáng tạo và tăng cường kết nối giữa các doanh nghiệp, nhà đầu tư, và chuyên gia trong tỉnh. Trung tâm đổi mới sáng tạo này sẽ cung cấp không gian làm việc, dịch vụ tư vấn và đào tạo kỹ năng cho các startup; hỗ trợ các dự án khởi nghiệp tiếp cận nguồn lực cần thiết và môi trường làm việc chuyên nghiệp. Đồng thời, tỉnh nên tạo ra hoặc có những biện pháp thu hút các quỹ đầu tư mạo hiểm tại địa phương để hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp khởi nghiệp tiềm năng, khuyến khích sự tham gia của các nhà đầu tư tư nhân và doanh nghiệp lớn trong việc góp vốn cho các startup. Việc phát triển mạng lưới cố vấn và kết nối doanh nghiệp cũng rất quan trọng, hình thành mạng lưới bao gồm các chuyên gia, nhà doanh nghiệp thành công để hỗ trợ các startup trong quá trình phát triển, tạo điều kiện cho các startup kết nối với các doanh nghiệp lớn, các tổ chức nghiên cứu, và các đối tác tiềm năng. Hơn nữa, tăng cường hợp tác giữa các trường đại học và doanh nghiệp địa phương sẽ thúc đẩy nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới, thông qua các chương trình thực tập và dự án hợp tác giữa sinh viên và doanh nghiệp, từ đó nâng cao kỹ năng thực tiễn cho sinh viên. Trường Đại học Ngoại thương đã thành công trong việc kết nối các ngành học khác nhau để tạo ra các dự án khởi nghiệp đa dạng. Ninh Bình có thể áp dụng bằng cách khuyến khích sự hợp tác giữa các ngành công nghiệp khác nhau trong tỉnh, đặc biệt là giữa các lĩnh vực truyền thống và công nghệ mới.

Thứ ba, thúc đẩy giáo dục khởi nghiệp là một yếu tố quan trọng để phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình. Tỉnh cần tích hợp các chương trình giáo dục khởi nghiệp vào hệ thống giáo dục từ cấp trung học đến đại học. Điều này có thể bao gồm việc đưa các môn học về khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và quản lý doanh nghiệp vào chương trình giảng dạy. Bên cạnh đó, tổ chức các buổi hội thảo, workshop và các cuộc thi ý tưởng khởi nghiệp cho học sinh, sinh viên sẽ giúp nuôi dưỡng tinh thần khởi nghiệp từ sớm. Việc mời các doanh nhân thành đạt, các chuyên gia trong lĩnh vực khởi nghiệp đến chia sẻ kinh nghiệm cũng sẽ tạo động lực và truyền cảm hứng cho thế hệ trẻ. Ngoài ra, tỉnh cũng nên xem xét việc thành lập các câu lạc bộ khởi nghiệp tại các trường học, tạo môi trường cho học sinh, sinh viên thực hành và phát triển ý tưởng kinh doanh của mình.

Bên cạnh đó, phát triển hạ tầng công nghệ thông tin là một yếu tố quan trọng để thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình. Tỉnh cần đầu tư vào việc nâng cấp và mở rộng mạng lưới internet tốc độ cao, đảm bảo kết nối ổn định và an toàn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Việc xây dựng các trung tâm dữ liệu

và hệ thống điện toán đám mây cũng cần được ưu tiên để hỗ trợ các startup trong việc lưu trữ và xử lý dữ liệu. Ngoài ra, tỉnh nên khuyến khích việc áp dụng các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, Internet vạn vật (IoT), và blockchain trong các dự án khởi nghiệp, tạo điều kiện cho sự đổi mới và sáng tạo.

Ngoài ra, để tạo môi trường thuận lợi cho đầu tư, Ninh Bình cần tập trung vào việc cải thiện cơ sở hạ tầng và môi trường kinh doanh. Điều này bao gồm việc đơn giản hóa thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho việc cấp phép và đăng ký kinh doanh. Tỉnh cũng nên xem xét việc cung cấp các ưu đãi đầu tư hấp dẫn, như miễn giảm thuế trong những năm đầu hoạt động cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Bên cạnh đó, việc phát triển các khu công nghiệp, khu công nghệ cao với cơ sở hạ tầng hiện đại sẽ thu hút các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Quan trọng hơn, Ninh Bình cần đảm bảo tính minh bạch và nhất quán trong chính sách đầu tư, tạo niềm tin cho các nhà đầu tư về một môi trường kinh doanh ổn định và có thể dự đoán được.

Phát triển du lịch sáng tạo cũng là một hướng đi quan trọng để thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình. Với tiềm năng du lịch phong phú, tỉnh có thể khuyến khích các startup phát triển các sản phẩm và dịch vụ du lịch mới, độc đáo dựa trên công nghệ và sáng tạo. Ví dụ, các ứng dụng thực tế ảo (VR) hoặc thực tế tăng cường (AR) có thể được sử dụng để tạo ra trải nghiệm du lịch tương tác, giúp du khách khám phá di sản văn hóa và lịch sử của Ninh Bình theo cách mới mẻ và hấp dẫn hơn. Ngoài ra, tỉnh có thể hỗ trợ các startup phát triển các nền tảng kết nối giữa du khách và các dịch vụ du lịch địa phương, từ đó thúc đẩy du lịch cộng đồng và tạo ra nguồn thu nhập cho người dân địa phương. Việc tổ chức các hackathon hoặc cuộc thi sáng tạo tập trung vào lĩnh vực du lịch cũng sẽ khuyến khích sự đổi mới và thu hút tài năng từ khắp nơi đến với Ninh Bình.

Tăng cường hợp tác công tư là một chiến lược quan trọng để thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình. Tỉnh nên xây dựng các cơ chế hợp tác chặt chẽ giữa khu vực công và tư nhân, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp lớn và các tổ chức nghiên cứu tham gia vào quá trình phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp. Điều này có thể bao gồm việc thành lập các quỹ đầu tư chung, trong đó chính quyền địa phương và các doanh nghiệp tư nhân cùng góp vốn để hỗ trợ các startup tiềm năng. Ngoài ra, tỉnh có thể tạo ra các chương trình mentoring, trong đó các doanh nghiệp lớn sẽ hỗ trợ và hướng dẫn các startup, chia sẻ kinh nghiệm và mở rộng mạng lưới kinh doanh. Việc tổ chức các diễn đàn đối thoại thường xuyên giữa chính quyền, doanh nghiệp và các tổ chức giáo dục cũng sẽ giúp xác định và giải quyết các thách thức trong hệ sinh thái khởi nghiệp một cách hiệu quả hơn.

Cuối cùng, tỉnh Ninh Bình có thể tăng cường hợp tác với các tổ chức trong nước và quốc tế, trường đại học và tổ chức đào tạo để xây dựng các khóa học đáp ứng nhu cầu của hệ sinh thái khởi nghiệp địa phương. Để phát triển nhân lực đặc thù cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, tỉnh cần tổ chức các khóa đào tạo chuyên sâu về

kỹ năng quản lý, kỹ thuật, và kinh doanh cho nhân lực khởi nghiệp. Điều này bao gồm việc hợp tác với các tổ chức đào tạo quốc tế để cập nhật và áp dụng các phương pháp đào tạo tiên tiến, đảm bảo nhân lực địa phương có được những kỹ năng và kiến thức hiện đại nhất. Xây dựng các chương trình hỗ trợ tài năng trẻ cũng là một yếu tố then chốt, với các chương trình học bổng, giải thưởng và hỗ trợ dành riêng cho những người trẻ có ý tưởng sáng tạo và khởi nghiệp. Bên cạnh đó, cần tạo ra các cuộc thi khởi nghiệp và sự kiện để tìm kiếm và tôn vinh những ý tưởng đột phá, từ đó khuyến khích tinh thần khởi nghiệp đổi mới sáng tạo.

6. Kết luận

Trước xu thế và thách thức ngày càng cao về đổi mới sáng tạo hướng đến phát triển bền vững, phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp nói chung và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực đặc thù nói riêng đang dần trở thành một trong những động lực thúc đẩy tăng trưởng của nền kinh tế quốc gia. Với mục tiêu trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo hàng đầu, Ninh Bình đã và đang từng bước xây dựng, phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cùng với việc chú trọng đầu tư nguồn nhân lực đặc thù, tạo môi trường thuận lợi cho sự phát triển các doanh nghiệp khởi nghiệp. Bên cạnh một số thành tựu đạt được, tỉnh cũng đang phải đối mặt với nhiều hạn chế và khó khăn. Để đạt được những bước tiến vượt bậc hơn nữa, rất cần có sự phối hợp chặt chẽ, đồng bộ giữa các bộ, ngành, địa phương trong việc hoàn thiện chính sách cụ thể và thiết thực nhằm tạo môi trường phát triển năng động cho các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong thời gian tới.

Tài liệu tham khảo

(1) Acs, Z. J., Braunerhjelm, P., Audretsch, D. B., & Carlsson, B. (2008). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. *Small Business Economics*, *32*(1), 15–30. https://doi.org/10.1007/s11187-008-9157-3

(2) Aparicio, S., Urbano, D., & Audretsch, D. (2016). Institutional factors, opportunity entrepreneurship and economic growth: Panel data evidence. *Technological Forecasting and Social Change*, *102*, 45–61. https://doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.006

(3) Ballor, J. J., & Claar, V. V. (2019). Creativity, innovation, and the historicity of entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship and Public Policy*, *8*(4), 513–522. https://doi.org/10.1108/jepp-03-2019-0016

(4) Báo Chính phủ. (2023, September 27). *Tăng 2 bậc, Việt Nam xếp thứ 46 chỉ số đổi mới sáng tạo toàn cầu 2023*. Baochinhphu.vn. https://baochinhphu.vn/tang-2-bac-viet-nam-xep-thu-46-chi-so-doi-moi-sang-tao-toan-cau-2023-10223092720022816.htm

(5) Báo Chính phủ. (2024, January 2). *Thúc đẩy các hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam đi tới giai đoạn hội nhập*. Baochinhphu.vn. https://baochinhphu.vn/he-sinh-thai-

khoi-nghiep-doi-moi-sang-tao-viet-nam-sap-buoc-vao-giai-doan-moi-10224010215430934 7.htm

(6) Báo Đầu tư. (2024). *Ninh Bình tăng cường đào tạo nhân lực tay nghề cao*. Baodautu. https://baodautu.vn/ninh-binh-tang-cuong-dao-tao-nhan-luc-tay-nghe-cao-d223465.html

(7) Bharadwaj, S., & Menon, A. (2000). Making Innovation Happen in Organizations: Individual Creativity Mechanisms, Organizational Creativity Mechanisms or Both? *Journal of Product Innovation Management*, *17*(6), 424–434. https://doi.org/10.1111/1540-5885.1760424

(8) Chien, T. Q. (2023, December 13). *Nguồn nhân lực chất lượng cao giúp thu hút đầu tư của Ninh Bình*. Https://Dangcongsan.vn; https://dangcongsan.vn. https://dangcongsan.vn/kinh-te/nguon-nhan-luc-chat-luong-cao-giup-thu-hut-dau-tu-cua-ninh-binh-654970.html

(9) Cổng Thông tin điện tử Chính phủ. (n.d.). *Quyết định số 844/QĐ-TTg 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."* Vanban.chinhphu.vn.https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?pageid=27160&docid=184702

(10) Đài Phát thanh & Truyền hình tỉnh Ninh Bình. (2023). *Ninh Bình xếp thứ 16 Chỉ số đổi mới sáng tạo cấp địa phương năm 2023*. Nbtv.vn. https://nbtv.vn/ninh-binh-xep-thu-16-chi-so-doi-moi-sang-tao-cap-dia-phuong-nam-2023-69960.html

(11) Đài Phát thanh & Truyền hình tỉnh Ninh Bình. (2024). *Hội thảo đổi mới sáng tạo gắn với hỗ trợ khởi nghiệp doanh nghiệp*. Nbtv.vn. https://nbtv.vn/hoi-thao-doi-moi-sang-tao-gan-voi-ho-tro-khoi-nghiep-doanh-nghiep-74328.html

(12) Đông Hải. (2024). *Ninh Bình tăng cường thu hút các dự án FDI từ nhà đầu tư Hàn Quốc*. Tạp Chí Điện Tử Công Nghiệp Môi Trường. https://congnghiepmoitruong.vn/ninh-binh-tang-cuong-thu-hut-cac-du-an-fdi-tu-nha-dau-tu-han-quoc-12963.html

(13) Đức, M. (2024, July 24). *Ninh Bình: Thu hút đầu tư phát triển công nghiệp hỗ trợ - Báo Đại biểu Nhân dân*. Báo Đại Biểu Nhân Dân; Báo Đại biểu Nhân dân. https://daibieunhandan.vn/kinh-te-xa-hoi/ninh-binh-thu-hut-dau-tu-phat-trien-cong-nghiep-ho-tro-i381876/

(14) Feldman, M., Siegel, D. S., & Wright, M. (2019). New developments in innovation and entrepreneurial ecosystems. *Industrial and Corporate Change*, *28*(4), 817–826.

https://doi.org/10.1093/icc/dtz031

(15) Gorman, G., Hanlon, D., & King, W. (1997). Some Research Perspectives on Entrepreneurship Education, Enterprise Education and Education for Small Business Management: A Ten-Year Literature Review. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, *15*(3), 56–77. https://doi.org/10.1177/0266242697153004

(16) Hua, Z., & Wang, X. (2016). Cloud Computing and the Essentials of Security Management. *OALib*, *03*(05), 1–4. https://doi.org/10.4236/oalib.1102618

(17) Jack, S. L., & Anderson, A. R. (1999). Entrepreneurship education within the enterprise culture. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *5*(3), 110–125. https://doi.org/10.1108/13552559910284074

(18) Kayyali, M. (2023). Promoting Entrepreneurship and Innovation in Higher Education. *Online Submission*, *2*(1), 1–26. https://eric.ed.gov/?id=ED647384

(19) Langevang, T., & Gough, K. V. (2012). Diverging pathways: young female employment and entrepreneurship in sub-Saharan Africa. *The Geographical Journal*, *178*(3), 242–252. https://doi.org/10.1111/j.1475-4959.2011.00457.x

(20) Malecki, E. J. (2018). Entrepreneurship and entrepreneurial ecosystems. *Geography Compass*, *12*(3), e12359. https://doi.org/10.1111/gec3.12359

(21) Mariz-Perez, R. M., Teijeiro-Alvarez, M. M., & Garcìa-Alvarez, M. T. (2012). The relevance of human capital as a driver for innovation. *Cuadernos de Economía*, *35*(98), 68–76. https://doi.org/10.1016/s0210-0266(12)70024-9

(22) Meyer, N., & De Jongh, J. (2018). The Importance of Entrepreneurship as a Contributing Factor to Economic Growth and Development: The Case of Selected European Countries. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, *10*(4(J)), 287–299. https://doi.org/10.22610/jebs.v10i4(j).2428

(23) Minh Trang. (2024). *Ninh Bình sẽ trở thành đô thị di sản, thành phố sáng tạo, có giá trị thương hiệu cao về du lịch*. Tapchibaohiemxahoi.gov.vn. https://tapchibaohiemxahoi.gov.vn/ninh-binh-se-tro-thanh-do-thi-di-san-thanh-pho-sang-tao-co-gia-tri-thuong-hieu-cao-ve-du-lich-130724.html

(24) MOST. (2019). *Kiến tạo chính sách đột phá để phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp*. Most.gov.vn. https://www.most.gov.vn/vn/tin-tuc/24267/kien-tao-chinh-sach-dot-pha-de-phat-trien-he-sinh-thai-khoi-nghiep.aspx

(25) Nair, S., Sundar, S., & Mangadu Paramasivam, G. (2020). Role of entrepreneurial education in nurturing entrepreneurial orientation among engineering students. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *ahead-of-print*(ahead-of-print). https://doi.org/10.1108/apjie-05-2019-0031

(26) Nguyễn Trường. (2022, August 19). *Ninh Bình: Gần 27.000 vị trí việc làm đang chờ người lao động*. Laodong.vn; Báo Lao Động. https://laodong.vn/cong-doan/ninh-binh-gan-27000-vi-tri-viec-lam-dang-cho-nguoi-lao-dong-1082665.ldo

(27) Nylén, D., & Holmström, J. (2015). Digital innovation strategy: A framework for diagnosing and improving digital product and service innovation. *Business Horizons*, *58*(1), 57–67. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.09.001

(28) Phạm Tiếp. (2024, May 12). *Khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo là động lực và nguồn lực quan trọng trong phát triển*. Https://Dangcongsan.vn; https://dangcongsan.vn. https://dangcongsan.vn/lanh-dao-dang-nha-nuoc/khoi-nghiep-doi-moi-sang-tao-la-dong-luc-va-nguon-luc-quan-trong-trong-phat-trien-664873.html

(29) Reynolds, D. (2021). *Using Entrepreneurship Education to Empower Students with 21st Century Skills - ProQuest*. Proquest.com. https://www.proquest.com/openview/c9bf81ec239c2c4e06cdf75ac30b9e6d/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y

(30) Seyyedjavadin, S. R., & Zadeh, M. (2009). HR Strategy and Its aligning with organizational strategy and human capabilities. *Iranian Journal of Management Studies*, *2*(2), 5–29. https://doi.org/10.22059/ijms.2011.23389

(31) Sở Khoa học và Công nghệ Ninh Bình. (2023). *Sở Khoa học và Công nghệ tổ chức Hội nghị tổng kết công tác năm 2023, triển khai nhiệm vụ năm 2024*. Ninhbinh.gov.vn. https://sokhcn.ninhbinh.gov.vn/tin-hoat-dong-cua-tinh/so-khoa-hoc-va-cong-nghe-to-chuc-hoi-nghi-tong-ket-cong-tac-nam-2023-trien-khai-nhiem-vu-nam-202-332339

(32) Stolovitch, H., Keeps, E., & Rodrigue, D. (1999). *Originally appeared in the Handbook of Human Performance Technology*. https://hpttreasures.wordpress.com/wp-content/uploads/2020/01/skill-sets-characteristics-and-values-for-the-human-performance-technologist-.pdf

(33) Tạp chí Tài chính. (2024, January 23). *Khi nào Việt Nam có bước đột phá đầu tư vào R&D?* Tạp Chí Tài Chính. https://tapchitaichinh.vn/khi-nao-viet-nam-co-buoc-dot-pha-dau-tu-vao-rd.html

(34) Teece, D. J. (2010). Technological Innovation and the Theory of the Firm. *Handbook of the Economics of Innovation, Vol. 1*, *1*, 679–730. https://doi.org/10.1016/s0169-7218(10)01016-6

(35) Thurik, R., & Wennekers, S. (2004). Entrepreneurship, small business and economic growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *11*(1), 140–149. https://doi.org/10.1108/14626000410519173

(36) Tỉnh đoàn Ninh Bình. (2023). *Hỗ trợ các dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo của thanh niên*. Tinhdoanninhbinh.gov.vn. https://tinhdoanninhbinh.gov.vn/hoat-dong-doan/ho-tro-cac-du-an-khoi-nghiep-doi-moi-sang-tao-cua-thanh-nien-2632.html

(37) Trang , L. T. T., & Linh, T. N. M. (2019). Vài nét về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo ở Việt Nam hiện nay. *Tạp Chí Thông Tin Khoa Học Xã Hội*, 12–19. https://vjol.info.vn/index.php/ssir/article/view/52341

(38) Valenti, G., Varela, G., & Castillo, G. (2000). *Human Resources and Competencies*. https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9780203056219-10/human-resources-competencies-valenti-varela-del-castillo

(39) Viện Nghiên cứu Chiến lược, Chính sách Công thương. (2024). *Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho Việt Nam trong thời gian tới*. Vioit.org.vn. https://vioit.org.vn/vn/chien-luoc-chinh-sach/pha-t-trien-nguo-n-nhan-lu-c-cha-t-luo-ng-cao-cho-viet-nam-trong-thoi-gian-toi-5938.4050.html

(40) VnExpress. (2024, April 27). *Hơn 4,6 tỷ USD đổ vào các startup Việt Nam chục năm qua*. Vnexpress.net; Báo VnExpress. https://vnexpress.net/hon-4-6-ty-usd-do-vao-cac-startup-viet-nam-chuc-nam-qua-4739189.html.

Kinh nghiệm phát triển vườn ươm khởi nghiệp ở trong và ngoài nước và một số đề xuất cho tỉnh Ninh Bình

PGS.TS. Đỗ Hương Lan[1]
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế tri thức và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế dựa trên khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo, vườn ươm doanh nghiệp đã trở thành một trong những công cụ quan trọng để thúc đẩy đổi mới sáng tạo và hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa phát triển. Việt Nam những năm qua, đặc biệt từ khi triển khai Đề án 844 về hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam, đã nỗ lực phát triển vườn ươm khởi nghiệp ở các cấp độ trên cơ sở học tập kinh nghiệm nước ngoài. Trên tiến trình phát triển kinh tế địa phương gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng dựa trên khoa học - công nghệ và đổi mới sáng tạo và khai thác các lợi thế tài nguyên bản địa trong bối cảnh chuyển đổi kép hiện nay, Ninh Bình cần học tập các địa phương đi trước và các mô hình vườn ươm trên thế giới để xây dựng và vận hành hiệu quả vườn ươm khởi nghiệp của tỉnh, mang bản sắc riêng của tỉnh như thế nào?

Bài viết phân tích tổng hợp một số kinh nghiệm các nước và của Việt Nam và đề xuất một số bài học tham khảo cho Ninh Bình.

1. Vài nét về vườn ươm khởi nghiệp (vườn ươm doanh nghiệp)

Khái niệm về mô hình vườn ươm doanh nghiệp bắt đầu xuất hiện từ năm 1959 tại Hoa Kỳ, gắn với sự kiện Joseph Macuso khai trương Trung tâm công nghiệp Batavia, vùng Batavia - New York. Tổ chức Phát triển Công nghiệp của Liên hợp quốc (UNIDO) định nghĩa ***vườn ươm doanh nghiệp*** là "một tổ chức thực hiện việc hỗ trợ các doanh nghiệp công nghệ khởi sự thành công theo một quy trình và có hệ thống thông qua việc cung cấp các doanh nghiệp được ươm tạo một mặt bằng không gian và các dịch vụ tổng hợp có tính cố kết/lồng ghép cao". Các dịch vụ của vườn ươm luôn bảo đảm tính toàn diện, xuyên suốt, từ hỗ trợ nghiên cứu triển khai, hỗ trợ khởi nghiệp, hỗ trợ hoạt động doanh nghiệp, và đào tạo kỹ thuật. Ở các nước, đa số các vườn ươm doanh nghiệp khởi nghiệp thường hướng tới mục tiêu thương mại hóa công nghệ, cung cấp công nghệ cần thiết nhằm phát triển và ứng dụng tại các doanh nghiệp thông qua cung cấp một cơ chế tương tác giữa cơ quan nghiên cứu, các cơ sở công nghiệp và các trường đại học, phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong lĩnh vực công nghệ cao. Tỷ lệ chuyển giao công nghệ tại các vườn ươm doanh nghiệp trên thế giới thường dao động trong khoảng 50-75%**,** phụ thuộc vào mức độ phát triển của

[1] Phó Giám đốc phụ trách Trung tâm Khởi nghiệp và Sáng tạo xã hội, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

hệ sinh thái khởi nghiệp, chính sách hỗ trợ của chính phủ và sự hợp tác với các viện nghiên cứu, trường đại học. Các quốc gia như Mỹ, Israel và Đức có tỷ lệ chuyển giao công nghệ cao nhờ vào hệ sinh thái khởi nghiệp phát triển và sự liên kết chặt chẽ giữa các bên liên quan. Tuy nhiên, một số các nghiên cứu về vườn ươm cũng chỉ ra rằng, các mô hình kinh doanh của vườn ươm phần lớn bị bỏ qua hoặc được giải thích thông qua các phân loại phân tầng (ví dụ: vườn ươm đại học, vườn ươm ảo, vv.). (Tang, M. và cs., 2021). Đây cũng là điểm cần chú ý khi thiết kế xây dựng vườn ươm khởi nghiệp.

Một cách tổng quát, vườn ươm doanh nghiệp như một hệ thống kinh tế xã hội, hoạt động nhằm mục đích cung cấp hỗ trợ cho các doanh nghiệp, thường là doanh nghiệp khởi nghiệp, doanh nghiệp nhỏ bằng cách cung cấp các dịch vụ toàn diện (kế toán, pháp lý, tư vấn, thông tin, v.v.), cũng như thúc đẩy hoạt động kinh doanh của họ. Vườn ươm được coi là công cụ để giảm số lượng thất bại trong doanh nghiệp, tăng tỷ lệ doanh nghiệp sống sót và phát triển.

2. Một số kinh nghiệm quốc tế về phát triển vườn ươm khởi nghiệp địa phương

Theo thông tin của Hiệp hội ươm tạo quốc gia Hoa Kỳ (NBIA), hiện có khoảng trên 7.000 vườn ươm doanh nghiệp (VƯDN) hoạt động trên khắp thế giới. Các vườn ươm đã phát triển mạnh ở Mỹ và các nước Tây Âu trong những năm 1980 và đã lan rộng sang các nước đang phát triển ở châu Á và châu Mỹ La tinh từ những năm 1990 tới nay. Hiện Mỹ là quốc gia dẫn đầu thế giới về số lượng vườn ươm, với hơn 1.500 vườn ươm, đặc biệt tập trung tại các trung tâm công nghệ như Silicon Valley. Châu Âu có hơn 2.000 vườn ươm, với sự phát triển mạnh mẽ ở Đức, Anh, Pháp, và các nước Bắc Âu.. Trung Quốc cũng là một quốc gia có số lượng lớn vườn ươm doanh nghiệp, với hơn 1.000 vườn ươm, đặc biệt là trong các khu công nghệ cao như Thâm Quyến, Bắc Kinh, và Thượng Hải. Ở Hàn Quốc, Nhật Bản, Ấn Độ, số lượng vườn ươm cũng đang tăng nhanh chóng, với hàng trăm vườn ươm tại mỗi quốc gia. Một số nước thuộc khối XHCN cũ như LB Nga có khoảng **100-150 vườn ươm doanh nghiệp** và khu công nghệ, nổi bật nhất là **Skolkovo Innovation Center**, một trong những trung tâm công nghệ cao lớn nhất của Nga. Các quốc gia Đông Âu như Ba Lan, Hungary, Cộng hòa Séc, Slovakia, và các nước vùng Baltic (Estonia, Latvia, Lithuania) đã phát triển mạnh mẽ hệ sinh thái khởi nghiệp, với tổng số vườn ươm doanh nghiệp tại mỗi quốc gia dao động từ **30 đến 100**. Ba Lan là nước có hệ sinh thái khởi nghiệp phát triển mạnh, với hơn 100 vườn ươm và khu công nghệ hỗ trợ khởi nghiệp. Hungary và Cộng hòa Séc: mỗi nước có khoảng 40-60 vườn ươm hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, tập trung vào công nghệ thông tin, năng lượng và công nghệ sinh học. Sự phát triển này ở các nước thuộc khối XHCN cũ thể hiện nỗ lực của các quốc gia trong việc chuyển đổi kinh tế, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa, với sự hỗ trợ từ cả chính phủ và khu vực tư nhân.

2.1. Kinh nghiệm từ một số nước tư bản

Kinh nghiệm của các quốc gia tư bản như Anh, Đức và Hoa Kỳ trong việc phát triển vườn ươm doanh nghiệp tại địa phương mang lại nhiều bài học quý báu, đặc biệt trong việc kết hợp giữa chính quyền địa phương, trường đại học, các doanh nghiệp và nhà đầu tư tư nhân. Dưới đây là những điểm nổi bật từ các quốc gia này:

a) Vương quốc Anh: Khuyến khích đổi mới sáng tạo và hợp tác với trường đại học, khu vực tư nhân

Vương quốc Anh đã có những bước tiến quan trọng trong việc phát triển vườn ươm doanh nghiệp, với trọng tâm là sự hợp tác giữa các trường đại học, chính quyền địa phương và khu vực tư nhân. **Trung tâm Đổi mới Oxford (Oxford Innovation Centre)** là một trong những vườn ươm nổi bật tại Anh, nơi tập trung các dự án khởi nghiệp thâm dụng tri thức từ các trường đại học hàng đầu. Trung tâm này không chỉ hỗ trợ các công ty khởi nghiệp trong việc phát triển sản phẩm mà còn cung cấp các dịch vụ tài chính và tư vấn chuyên sâu. Sự hợp tác chặt chẽ giữa các trường đại học và doanh nghiệp tạo ra một hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới mạnh mẽ. Các sáng kiến nghiên cứu từ khu vực đại học được khuyến khích kết nối với khu vực kinh doanh để tạo ra các doanh nghiệp khởi nghiệp thông qua các vườn ươm

b) CHLB Đức: Sự liên kết giữa doanh nghiệp và chính quyền địa phương

Đức là một trong những quốc gia hàng đầu về phát triển vườn ươm doanh nghiệp, đặc biệt là nhờ vào sự hợp tác chặt chẽ giữa chính quyền địa phương, các tổ chức tài chính và doanh nghiệp. Có thể học tập từ Đức m**ô** hình hỗ trợ địa phương trong đó chính quyền địa phương tại Đức đóng vai trò quan trọng trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Nhiều vườn ươm doanh nghiệp được thành lập với sự hỗ trợ từ quỹ phát triển khu vực và sự hợp tác với các ngân hàng địa phương, giúp doanh nghiệp tiếp cận vốn vay với lãi suất ưu đãi. Các vườn ươm tại Đức được quy hoạch thành các vườn ươm doanh nghiệp theo chuyên ngành, chủ yếu gắn với công nghệ cao như công nghệ sinh học, công nghệ thông tin và năng lượng tái tạo. Những vườn ươm này tập trung vào việc phát triển các sản phẩm công nghệ tiên tiến, thu hút sự tham gia của các nhà nghiên cứu và chuyên gia trong ngành. Ngoài ra, ở Đức còn có mô hình **vườn ươm doanh nghiệp tại các khu vực công nghiệp cũ.** Theo mô hình này, nhiều địa phương ở Đức đã chuyển đổi các khu vực công nghiệp suy thoái thành các trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp và vườn ươm doanh nghiệp. Điều này không chỉ giúp tạo ra việc làm mà còn phục hồi các khu vực từng bị suy thoái về kinh tế.

c) Hoa Kỳ: Đổi mới khởi nghiệp và mạng lưới đầu tư tư nhân

Hoa Kỳ là quốc gia đi đầu trong việc phát triển các vườn ươm doanh nghiệp, đặc biệt là trong việc thu hút đầu tư tư nhân và hỗ trợ khởi nghiệp trong các lĩnh vực công nghệ cao.

- Vườn ươm Công nghệ Austin (Austin Technology Incubator): Một trong

những ví dụ nổi bật nhất tại Hoa Kỳ là Vườn ươm Công nghệ Austin, được thành lập năm 1989. Vườn ươm này đã phát triển từ một diện tích nhỏ thành một trung tâm lớn hỗ trợ hàng chục công ty khởi nghiệp công nghệ cao, giúp họ phát triển thành công và thu hút nguồn vốn đầu tư lớn. Mô hình này không chỉ tập trung vào việc hỗ trợ khởi nghiệp mà còn kết nối các công ty với các nhà đầu tư mạo hiểm.

- Sự hợp tác với các trường đại học: Nhiều vườn ươm tại Hoa Kỳ, như ở Thung lũng Silicon và tại các trường đại học hàng đầu như MIT, Stanford, đã trở thành trung tâm sáng tạo, nơi các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể tiếp cận các công nghệ mới nhất và hợp tác với các nhà nghiên cứu hàng đầu.

- Hỗ trợ từ các nhà đầu tư tư nhân: Hoa Kỳ nổi bật với mạng lưới các nhà đầu tư mạo hiểm và thiên thần kinh doanh, những người sẵn sàng đầu tư vào các doanh nghiệp khởi nghiệp tiềm năng. Nhiều vườn ươm tại Hoa Kỳ cung cấp không chỉ không gian làm việc mà còn các dịch vụ cố vấn và hỗ trợ tài chính từ các nhà đầu tư này.

d) Những điểm chung và bài học rút ra

- Thứ nhất, sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương: Cả ba quốc gia đều nhấn mạnh vai trò của chính quyền địa phương trong việc tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp khởi nghiệp thông qua việc cung cấp hạ tầng, chính sách ưu đãi và hỗ trợ tài chính. Việc xây dựng mối quan hệ hợp tác công - tư cũng rất quan trọng.

- Thứ hai, kết nối với các trường đại học: Các vườn ươm doanh nghiệp ở Anh, Đức và Hoa Kỳ đều khai thác tối đa nguồn lực từ các trường đại học và viện nghiên cứu. Sự liên kết này giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp tiếp cận được tri thức và công nghệ mới nhất, tạo đà phát triển nhanh chóng.

- Thứ ba, thu hút đầu tư tư nhân: Các quốc gia này đều có những chính sách và cơ chế thu hút đầu tư từ khu vực tư nhân, đặc biệt là các nhà đầu tư mạo hiểm và các thiên thần kinh doanh. Sự hỗ trợ tài chính từ các nhà đầu tư này giúp doanh nghiệp khởi nghiệp có nguồn lực để phát triển bền vững.

- Thứ tư, phát triển các vườn ươm chuyên ngành: Tại các quốc gia này, vườn ươm doanh nghiệp thường được chuyên môn hóa theo ngành công nghiệp. Điều này giúp tăng cường khả năng phát triển và tập trung nguồn lực cho các ngành có tiềm năng cao như công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, và năng lượng sạch.

- Thứ năm, tạo ra hệ sinh thái khởi nghiệp hoàn chỉnh: Một vườn ươm thành công không chỉ dừng lại ở việc cung cấp cơ sở hạ tầng mà còn phải xây dựng một hệ sinh thái khởi nghiệp toàn diện, bao gồm các dịch vụ hỗ trợ, tư vấn, kết nối mạng lưới và tìm kiếm nguồn đầu tư.

Có thể nói, kinh nghiệm từ Anh, Đức và Hoa Kỳ cho thấy, việc phát triển vườn ươm doanh nghiệp thành công cần có sự kết hợp chặt chẽ giữa chính quyền địa

phương, khu vực tư nhân và các tổ chức giáo dục. Các yếu tố như chính sách hỗ trợ, kết nối với trường đại học, và thu hút đầu tư tư nhân đều đóng vai trò quyết định. Mỗi quốc gia có cách tiếp cận khác nhau, nhưng điểm chung là họ đều đã xây dựng được hệ sinh thái khởi nghiệp bền vững, tạo điều kiện cho các vườn ươm doanh nghiệp phát triển và đổi mới.

2.2. Bài học kinh nghiệm trong việc phát triển các vườn ươm tại địa phương của LB Nga

Kinh nghiệm từ Nga về phát triển vườn ươm doanh nghiệp tại các địa phương đã chỉ ra nhiều yếu tố quan trọng mà các nhà quản lý và chính quyền địa phương cần lưu ý để xây dựng một hệ sinh thái vườn ươm thành công.

a) Hỗ trợ mạnh mẽ từ chính quyền địa phương

Một trong những yếu tố quyết định thành công của các vườn ươm doanh nghiệp ở Nga là sự hỗ trợ tích cực từ chính quyền địa phương. Các chính quyền cần không chỉ cung cấp ngân sách và cơ sở hạ tầng mà còn tạo ra môi trường chính sách thuận lợi cho các doanh nghiệp non trẻ phát triển. Sự hỗ trợ từ chính quyền bao gồm:

- Cấp đất, cơ sở hạ tầng với chi phí ưu đãi: Nhiều vườn ươm tại Nga được xây dựng trên đất hoặc cơ sở vật chất cũ do chính quyền địa phương cung cấp, giúp giảm chi phí khởi đầu cho các doanh nghiệp nhỏ.

- Giảm thuế và hỗ trợ pháp lý: Các chính sách ưu đãi về thuế, hỗ trợ pháp lý và thủ tục hành chính đơn giản giúp khuyến khích doanh nghiệp khởi nghiệp.

- Liên kết với các tổ chức địa phương: Chính quyền địa phương thường là cầu nối giữa các vườn ươm với các tổ chức tài chính, quỹ đầu tư và các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp khác.

b) Sự kết hợp với các trường đại học và viện nghiên cứu

Nga đã tận dụng tốt nguồn lực từ các trường đại học và viện nghiên cứu trong phát triển vườn ươm doanh nghiệp, đặc biệt tại các địa phương có hệ thống giáo dục phát triển như Tomsk, Tatarstan và Moscow. Sự kết hợp bao gồm:

- Hợp tác chuyển giao công nghệ: Các vườn ươm tại Nga thường liên kết với các trường đại học để chuyển giao các phát minh, sáng chế cho các doanh nghiệp khởi nghiệp. Điều này giúp các doanh nghiệp nhanh chóng tiếp cận công nghệ tiên tiến và tạo ra sản phẩm có giá trị gia tăng cao.

- Hỗ trợ nghiên cứu và phát triển (R&D): Các trường đại học cung cấp dịch vụ R&D, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhỏ phát triển và thử nghiệm sản phẩm mới.

- Khuyến khích sinh viên tham gia khởi nghiệp: Việc khuyến khích sinh

viên và các nhà nghiên cứu trẻ tham gia vào các hoạt động khởi nghiệp tạo ra lực lượng lao động sáng tạo, năng động và thúc đẩy sự phát triển của vườn ươm.

c) Thu hút đầu tư tư nhân

Một điểm mạnh trong kinh nghiệm phát triển vườn ươm doanh nghiệp ở Nga là khả năng thu hút đầu tư từ các nhà đầu tư tư nhân, đặc biệt là các nhà đầu tư mạo hiểm và thiên thần kinh doanh. Những yếu tố quan trọng bao gồm:

- Cung cấp môi trường đầu tư an toàn: Việc chính quyền địa phương tham gia quản lý vườn ươm giúp đảm bảo môi trường kinh doanh minh bạch, giảm rủi ro cho các nhà đầu tư.

- Liên kết với các quỹ đầu tư: Nhiều vườn ươm ở Nga có các chương trình liên kết với quỹ đầu tư mạo hiểm để giúp các doanh nghiệp tìm kiếm nguồn vốn phát triển.

- Mô hình hợp tác công - tư: Các vườn ươm thành công thường là kết quả của sự hợp tác giữa chính phủ và các nhà đầu tư tư nhân. Chính phủ cung cấp hạ tầng và chính sách, trong khi các nhà đầu tư tư nhân đảm nhận việc hỗ trợ tài chính và cố vấn kinh doanh cho các doanh nghiệp.

d) Tính chuyên môn hóa của vườn ươm

Một xu hướng phát triển rõ rệt tại Nga là các vườn ươm doanh nghiệp dần chuyển sang chuyên môn hóa theo lĩnh vực cụ thể. Những lĩnh vực có nhu cầu phát triển mạnh như công nghệ sinh học, công nghệ thông tin, năng lượng tái tạo được các vườn ươm tập trung phát triển, từ đó tạo ra sự hỗ trợ chuyên sâu cho các doanh nghiệp. Các bài học khi xây dựng vườn ươm từ kinh nghiệm của Nga bao gồm:

- Phân tích nhu cầu thị trường: Xác định rõ lĩnh vực mà vườn ươm sẽ tập trung phát triển, dựa trên nhu cầu thị trường và khả năng của địa phương.

- Tập trung vào các ngành có giá trị gia tăng cao: Đặc biệt là các ngành như công nghệ sinh học, năng lượng sạch, và công nghệ thông tin, nơi có nhiều tiềm năng tăng trưởng và cơ hội thu hút đầu tư.

- Hỗ trợ đào tạo chuyên sâu: Cung cấp các chương trình đào tạo, hội thảo và kết nối chuyên gia trong ngành giúp các doanh nghiệp phát triển kỹ năng và nâng cao năng lực cạnh tranh.

đ) Khai thác các lợi thế địa phương để phát triển vườn ươm

Các vườn ươm doanh nghiệp tại Nga đã rất thành công trong việc khai thác lợi thế địa phương để thúc đẩy phát triển kinh tế và hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp. Dưới đây là cách mà các vườn ươm khai thác những lợi thế đặc thù của địa phương để tạo ra hiệu quả phát triển cao nhất:

- Thứ nhất, sử dụng cơ sở hạ tầng có sẵn**.** Nhiều địa phương tại Nga đã tận

dụng cơ sở hạ tầng công nghiệp cũ, nhà kho hoặc nhà máy đã ngưng hoạt động để xây dựng các vườn ươm doanh nghiệp. Ví dụ như Tatarstan và Moscow đã sử dụng các nhà máy cũ, các khu vực công nghiệp không còn hoạt động để chuyển đổi thành các vườn ươm doanh nghiệp. Điều này giúp giảm chi phí xây dựng mới và tận dụng tối đa cơ sở vật chất hiện có. Vườn ươm doanh nghiệp Zelenograd ở khu vực ngoại ô Moscow là một ví dụ điển hình về việc tận dụng các khu công nghiệp cũ để phát triển các doanh nghiệp công nghệ cao và sản xuất.

- Thứ hai, khai thác nguồn lực nhân lực địa phương. Nhiều vườn ươm doanh nghiệp tại các địa phương của Nga đã tận dụng nguồn lực nhân lực có sẵn, đặc biệt là sự liên kết với các trường đại học, viện nghiên cứu và lực lượng lao động có trình độ cao. Ví dụ như tỉnh Tomsk đã sử dụng thế mạnh về giáo dục và nghiên cứu của Đại học Tổng hợp Tomsk để phát triển các doanh nghiệp công nghệ cao. Việc hợp tác giữa các vườn ươm doanh nghiệp và trường đại học giúp tận dụng được các sáng kiến khoa học và chuyển giao công nghệ từ phòng thí nghiệm ra thị trường. Tatarstan với Đại học Kazan đã tạo ra một hệ sinh thái doanh nghiệp mạnh mẽ dựa trên nền tảng nhân lực trí thức cao, hỗ trợ khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ thông tin và năng lượng.

- Thứ ba, tận dụng thế mạnh ngành công nghiệp đặc thù của địa phương. Mỗi địa phương tại Nga đều có những ngành công nghiệp chủ lực và các vườn ươm doanh nghiệp đã thành công trong việc khai thác các ngành này để phát triển doanh nghiệp khởi nghiệp. Khu vực Nizhny Novgorod là trung tâm sản xuất công nghiệp, và các vườn ươm tại đây tập trung hỗ trợ doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp và công nghệ cao. Các vườn ươm doanh nghiệp tại Nizhny Novgorod cung cấp dịch vụ tư vấn và hỗ trợ doanh nghiệp trong việc phát triển quy trình sản xuất và công nghệ tiên tiến. Vùng Mordovia có thế mạnh trong lĩnh vực năng lượng tái tạo và sản xuất nông sản, do đó các vườn ươm tại đây tập trung hỗ trợ doanh nghiệp phát triển các sản phẩm và công nghệ liên quan đến năng lượng và thực phẩm.

- Thứ tư, phát triển cộng đồng khởi nghiệp gắn kết với văn hóa địa phương. Các vườn ươm tại Nga không chỉ tập trung vào hỗ trợ về tài chính và cơ sở hạ tầng, mà còn chú trọng vào việc xây dựng cộng đồng khởi nghiệp gắn kết với văn hóa và xã hội địa phương. Điều này giúp tạo ra môi trường làm việc thân thiện và thúc đẩy sự sáng tạo. Vườn ươm Doanh nghiệp Ingria tại St. Petersburg đã xây dựng một cộng đồng doanh nghiệp công nghệ cao, nơi các doanh nghiệp khởi nghiệp chia sẻ kinh nghiệm, ý tưởng và hợp tác để phát triển sản phẩm. Tinh thần cộng đồng và hợp tác được khuyến khích, giúp tạo ra một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo mạnh mẽ. Tatarstan không chỉ tận dụng lợi thế công nghệ mà còn tạo dựng các sự kiện kết nối doanh nghiệp với nhau, đồng thời với việc quảng bá văn hóa khởi nghiệp trong cộng đồng địa phương.

- Thứ năm, hỗ trợ các doanh nghiệp theo định hướng chiến lược của địa

phương. Nhiều địa phương ở Nga đã tận dụng vườn ươm doanh nghiệp để thúc đẩy các ngành công nghiệp theo chiến lược phát triển của vùng. Chính quyền địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc định hình hướng phát triển này. Tại Mordovia, chính quyền địa phương đã xác định năng lượng tái tạo và công nghệ sinh học là hai lĩnh vực chiến lược, từ đó hỗ trợ vườn ươm doanh nghiệp phát triển các doanh nghiệp khởi nghiệp trong các lĩnh vực này. Điều này giúp các doanh nghiệp địa phương có được sự hỗ trợ toàn diện và đồng bộ với chiến lược phát triển của vùng. Tại Cộng hòa Karelia, chính quyền đã tận dụng tài nguyên thiên nhiên phong phú để phát triển các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực du lịch sinh thái và sản xuất lâm nghiệp.

- Thứ sáu, sử dụng công nghệ và kỹ thuật mới. Một số vườn ươm tại Nga đã phát triển theo hướng chuyên môn hóa trong các lĩnh vực công nghệ mới, khai thác tiềm năng của các công nghệ tiên tiến để thúc đẩy phát triển địa phương. Vườn ươm Công nghệ Austin tại Moscow đã áp dụng các công nghệ tiên tiến trong lĩnh vực trí tuệ nhân tạo và công nghệ thông tin, giúp phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới trong lĩnh vực này. Vườn ươm Ingria tại St. Petersburg đã tập trung vào hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển công nghệ năng lượng tái tạo và tiết kiệm năng lượng, khai thác tối đa lợi thế về nguồn lực và chuyên môn của địa phương.

e) Vai trò của cộng đồng doanh nghiệp

Sự phát triển của một cộng đồng doanh nghiệp mạnh mẽ trong vườn ươm là yếu tố không thể thiếu cho sự thành công lâu dài. Tại Nga, các vườn ươm thường khuyến khích các doanh nghiệp tương tác và hợp tác với nhau, tạo ra một hệ sinh thái doanh nghiệp có tính liên kết cao. Điều này mang lại nhiều lợi ích như chia sẻ kiến thức và kinh nghiệm, xây dựng mối quan hệ đối tác. Cộng đồng doanh nghiệp mạnh mẽ trong vườn ươm giúp các công ty khởi nghiệp xây dựng các mối quan hệ đối tác, không chỉ trong nước mà còn với các công ty quốc tế.

Nhìn chung, phát triển vườn ươm doanh nghiệp ở các địa phương cần chú trọng đến sự hợp tác giữa chính quyền địa phương, các trường đại học và các nhà đầu tư tư nhân. Các bài học từ kinh nghiệm của Nga cho thấy, việc xây dựng một hệ sinh thái hỗ trợ toàn diện, minh bạch và chuyên sâu là yếu tố quyết định sự thành công của các vườn ươm. Đồng thời, khai thác lợi thế của địa phương, thu hút các nguồn lực quốc tế và địa phương, tạo điều kiện cho sự phát triển của doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế tại các khu vực này.

3. Kinh nghiệm phát triển vườn ươm doanh nghiệp ở địa phương tại Việt Nam

Tính đến tháng 10 năm 2023, Việt Nam có khoảng 84 vườn ươm khởi nghiệp, tuy nhiên nếu xét đúng theo tiêu chí vườn ươm khởi nghiệp của quốc tế thì con số đó thấp hơn nhiều. Một số trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp được thống kê thành vườn ươm, trên thực tế chưa đủ điều kiện để trở thành vườn ươm. Mặc dù số lượng vườn ươm

theo thống kê như vậy nhưng số lượng vườn ươm công lập ở cấp tỉnh, thành phố hoặc trên cơ sở hợp tác công tư giữa chính quyền địa phương và khu vực tư nhân còn khá hạn chế. Một số vườn ươm có sự đầu tư của chính quyền cấp thành phố/tỉnh điển hình gồm: SIHUB, DNES, Trung tâm ươm tạo và đào tạo thuộc khu công nghệ cao Hòa Lạc, Vườn ươm công nghệ cao TP. Hồ Chí Minh, Vườn ươm Công nghệ Công nghiệp Việt Nam - Hàn Quốc…

Một số đặc điểm của các vườn ươm doanh nghiệp ở địa phương của Việt Nam có thể kể đến như:

- Thứ nhất, hỗ trợ đa dạng dịch vụ cho doanh nghiệp khởi nghiệp: các vườn ươm địa phương của Việt Nam như SIHUB, DNES cung cấp dịch vụ đa dạng cho startup như không gian làm việc, tư vấn pháp lý, các chương trình đào tạo miễn phí, kết nối chuyên gia, kết nối đầu tư. Một số vườn ươm công nghệ như Vườn ươm Công nghệ Công nghiệp Việt Nam - Hàn Quốc cung cấp cơ sở vật chất phục vụ thí nghiệm, khu nhà xưởng… Các mô hình vườn ươm công nghệ trong các khu công nghệ cao Đà Nẵng, Sài gòn do gắn với hệ sinh thái khu công nghệ cao nên có lợi thế hơn trong việc cung cấp tài nguyên, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho việc triển khai, ứng dụng công nghệ cũng như kết nối với các đối tác công nghệ cho các doanh nghiệp được ươm tạo

- Thứ hai, có sự kết hợp giữa công và tư trong mô hình hoạt động. Ví dụ như Vườn ươm doanh nghiệp Đà Nẵng (DNES) là mô hình hợp tác giữa chính quyền địa phương (UBND Đà Nẵng) và các doanh nghiệp tư nhân trong và ngoài nước. DNES đã hợp tác với Swiss EP và nhiều tổ chức khởi nghiệp quốc tế để phát triển chương trình hỗ trợ khởi nghiệp cho các doanh nghiệp trong nhiều lĩnh vực. DNES cũng cung cấp chương trình ươm tạo với sự tham gia của các doanh nghiệp tư nhân, cung cấp hỗ trợ tài chính và đào tạo cho các startup.

- Thứ ba, tập trung vào công nghệ và đổi mới sáng tạo. Do các vườn ươm công lập hoặc trên cơ sở hợp tác công tư điển hình ở địa phương chủ yếu là các vườn ươm gắn với công nghệ nên thường có sự hợp tác và hỗ trợ của doanh nghiệp công nghệ lớn. Đơn cử như Vườn ươm Công nghệ cao TP. Hồ Chí Minh (SHTP-IC) là một vườn ươm chuyên về các lĩnh vực công nghệ cao như AI, IoT và công nghệ sinh học. Với sự hỗ trợ của các doanh nghiệp công nghệ lớn như Intel và Samsung, SHTP-IC đã phát triển mạnh mẽ các chương trình nghiên cứu và phát triển cho các startup công nghệ cao

- Thứ tư, khai thác lợi thế của địa phương để phát triển. Vườn ươm Khoa học Công nghệ Cần Thơ (CASTI) là một ví dụ về mô hình vườn ươm tập trung phát triển các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao và thủy sản, phù hợp với điều kiện kinh tế của vùng Đồng bằng sông Cửu Long. CASTI nhận được sự hỗ trợ từ Sở Khoa học và Công nghệ TP. Cần Thơ và hợp tác với các doanh nghiệp nông nghiệp địa phương để phát triển công nghệ trong sản xuất và chế biến.

- Thứ năm, khai thác các nguồn hỗ trợ từ Chính phủ. Các chính sách hỗ trợ phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp và hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ đã tạo điều kiện thuận lợi cho nhiều vườn ươm công tư thành lập và hoạt động. Chính phủ hỗ trợ ưu đãi thuế, cấp đất và hạ tầng cơ sở cho các vườn ươm doanh nghiệp, trong khi đó các doanh nghiệp tư nhân và tổ chức quốc tế cung cấp nguồn vốn và kỹ năng quản lý. Chính sách này đã giúp hình thành các vườn ươm như **SIHUB** và **SHTP-IC**, thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp tại các địa phương lớn như TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội. Ngoài ra, thông qua các nguồn hỗ trợ từ Chính phủ như hỗ trợ từ Đề án 844, các vườn ươm có thêm nguồn lực để tổ chức các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp

Có thể nói, hoạt động của các vườn ươm đã tạo ra những chuyển biến mới về cách thức cung cấp các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, tăng cường mạng lưới liên kết giữa các doanh nghiệp nhỏ và vừa với nhau và với các đối tác trong và ngoài nước. Mô hình vườn ươm đã tạo nên một hệ thống dịch vụ kinh doanh đồng bộ, gắn kết thay vì các mô hình hỗ trợ dịch vụ đơn lẻ. Thông qua các vườn ươm doanh nghiệp, cùng với việc hình thành hệ thống chia sẻ thông tin, các mối liên kết giữa các doanh nghiệp ươm tạo và với các chủ thể khác đã được tăng cường, góp phần nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp khởi nghiệp, đồng thời góp phần thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam phát triển. Tuy nhiên, các vườn ươm ở địa phương của Việt Nam vẫn còn một số hạn chế sau:

+ Một là, thiếu vốn và hỗ trợ tài chính lâu dài. Nhiều vườn ươm doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc huy động nguồn vốn ổn định và bền vững, đặc biệt từ khu vực tư nhân. Nguồn tài chính từ chính phủ thường không đủ để duy trì các hoạt động dài hạn, trong khi sự tham gia của các nhà đầu tư tư nhân chưa phổ biến hoặc chỉ dừng lại ở giai đoạn khởi đầu. Việc thiếu vốn khiến các vườn ươm gặp khó khăn trong việc cung cấp các dịch vụ hỗ trợ toàn diện, đặc biệt là những hỗ trợ chuyên sâu về nghiên cứu, phát triển sản phẩm và mở rộng quy mô. Ngoài ra, nhiều vườn ươm chưa có quỹ đầu tư mạo hiểm hoặc liên kết chặt chẽ với các quỹ này để cung cấp nguồn vốn cho startup.

+ Hai là, hạn chế về năng lực quản lý và điều hành. Đội ngũ quản lý và nhân sự của các vườn ươm tại Việt Nam nhiều khi thiếu kinh nghiệm thực tế trong việc điều hành và hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp, đặc biệt là trong các lĩnh vực đòi hỏi kiến thức chuyên sâu về công nghệ và quản lý kinh doanh. Điều này dẫn đến hiệu quả hoạt động của các vườn ươm chưa cao. Việc thiếu mentor có kinh nghiệm và khả năng hỗ trợ chuyên môn sâu cản trở các startup nhận được sự hướng dẫn phù hợp trong quá trình phát triển. Các chương trình hỗ trợ nhiều khi thiếu tính thực tiễn và không giải quyết được các vấn đề mà các startup gặp phải trong quá trình tăng trưởng. Kỹ năng quản lý vườn ươm theo mô hình doanh nghiệp (nhưng phi lợi nhuận) còn

hạn chế, hệ thống hạ tầng hỗ trợ kỹ thuật (phòng thí nghiệm, mặt bằng sản xuất thử nghiệm…) còn chưa đáp ứng hết nhu cầu của doanh nghiệp.

+ Ba là, mặc dù các vườn ươm công lập được đầu tư về mặt cơ sở hạ tầng để hỗ trợ start-up không thua kém các đơn vị ươm tạo tư nhân, nhưng do những đặc thù về cơ chế, chính sách, tính chất hoạt động nên các cơ sở này chưa đủ sức hấp dẫn các nhà tài trợ và nhà đầu tư. Ở nhiều địa phương, các quy định hỗ trợ startup chưa rõ ràng hoặc không đồng nhất giữa các cấp chính quyền. Sự thiếu đồng bộ trong chính sách dẫn đến khó khăn trong việc áp dụng các chương trình hỗ trợ của chính phủ, gây ra sự bất bình đẳng trong việc tiếp cận các nguồn lực khởi nghiệp giữa các khu vực khác nhau.

+ Bốn là, thiếu sự kết nối giữa vườn ươm và các đối tác bên ngoài. Nhiều vườn ươm doanh nghiệp vẫn chưa xây dựng được mạng lưới kết nối mạnh mẽ với các đối tác quan trọng như nhà đầu tư, tổ chức tài chính, doanh nghiệp lớn, và các tổ chức quốc tế. Việc kết nối giữa vườn ươm và hệ sinh thái khởi nghiệp quốc tế còn hạn chế, khiến các doanh nghiệp khó tiếp cận với nguồn lực toàn cầu. Hệ quả là các startup trong vườn ươm khó khăn trong việc mở rộng thị trường, kêu gọi vốn đầu tư quốc tế và hợp tác với các doanh nghiệp lớn để tăng tốc phát triển. Việc thiếu liên kết với các quỹ đầu tư mạo hiểm và nhà đầu tư thiên thần cũng làm giảm khả năng tiếp cận vốn của các doanh nghiệp.

+ Năm là, tâm lý e ngại rủi ro từ các nhà đầu tư. Tại Việt Nam, nhà đầu tư vẫn còn e ngại khi đầu tư vào các doanh nghiệp khởi nghiệp do sự thiếu minh bạch về tài chính và quản lý rủi ro trong các dự án startup. Điều đó khiến cho các vườn ươm gặp khó khăn trong việc huy động vốn từ khu vực tư nhân, khiến nhiều dự án startup không thể phát triển mạnh mẽ hoặc bị đình trệ sau giai đoạn ban đầu do thiếu vốn để mở rộng.

+ Sáu là, thiếu động lực từ phía khu vực tư nhân tại địa phương. Tại nhiều địa phương, các doanh nghiệp lớn thường không quan tâm hoặc ít tham gia vào các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp do thiếu động lực hoặc kiến thức về lợi ích của việc tham gia vào hệ sinh thái khởi nghiệp. Điều này ảnh hưởng đến khả năng kết nối của các vườn ươm với khu vực tư nhân, làm giảm nguồn lực hỗ trợ từ các công ty lớn tại địa phương. Sự thiếu tham gia của khu vực tư nhân làm cho các vườn ươm khó khăn trong việc thu hút nguồn lực tài chính, kỹ thuật và chuyên môn từ các doanh nghiệp lớn. Điều này dẫn đến thiếu các mentor, chuyên gia giàu kinh nghiệm, cũng như sự hỗ trợ thực tế từ các đối tác lớn để giúp các startup phát triển.

Ngoài ra, ở nhiều địa phương, nguồn nhân lực có trình độ cao trong các lĩnh vực quản lý, công nghệ và kinh doanh còn rất thiếu. Các startup tại các vườn ươm công lập thường gặp khó khăn trong việc tìm kiếm nhân sự phù hợp để đảm bảo sự phát triển của dự án, đặc biệt trong các lĩnh vực chuyên sâu như công nghệ thông tin, sản xuất công nghệ cao hay y tế. Sự thiếu hụt nhân lực chất lượng cao làm giảm khả

năng của các startup trong việc phát triển sản phẩm, mở rộng quy mô kinh doanh, và cạnh tranh trên thị trường. Điều này khiến nhiều doanh nghiệp tại các vườn ươm địa phương khó có thể phát triển nhanh chóng và bền vững.

4. Một số đề xuất cho tỉnh Ninh Bình

Ninh Bình có nhiều lợi thế để phát triển khởi nghiệp nhờ vào vị trí địa lý thuận lợi, tiềm năng kinh tế, và sự đa dạng về ngành nghề. Về mặt vị trí địa lý, Ninh Bình nằm gần Hà Nội, một trong những trung tâm kinh tế, tài chính và khởi nghiệp lớn của Việt Nam. Với khoảng cách không quá xa (chỉ khoảng 90 km), Ninh Bình có hệ thống giao thông phát triển với các tuyến đường cao tốc, quốc lộ kết nối với Hà Nội, Hải Phòng và Thanh Hóa. tạo điều kiện thuận lợi cho việc kết nối với các nhà đầu tư, đối tác kinh doanh và thị trường lớn tại Hà Nội cũng như giúp các doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận các vùng kinh tế trọng điểm và phát triển mạng lưới phân phối sản phẩm.

Ninh Bình có nhiều tài nguyên thiên nhiên và tài nguyên nhân văn phục vụ cho phát triển du lịch, tạo lợi thế cho khởi nghiệp trong lĩnh vực du lịch sinh thái, du lịch văn hóa và dịch vụ du lịch. Các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể phát triển các dịch vụ đi kèm như lưu trú, ẩm thực, quà lưu niệm, và các sản phẩm du lịch thông minh. Môi trường du lịch phát triển cũng là nơi thử nghiệm và phát triển các ý tưởng khởi nghiệp liên quan đến công nghệ hỗ trợ du lịch. Với nền văn hóa lâu đời với nhiều di sản lịch sử, văn hóa. Các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật có thể khai thác tiềm năng này để phát triển các sản phẩm văn hóa sáng tạo, nghệ thuật thủ công và du lịch văn hóa. Sự kết hợp giữa du lịch và văn hóa địa phương có thể tạo ra các cơ hội kinh doanh trong lĩnh vực du lịch trải nghiệm, như các tour du lịch cộng đồng, tham quan di sản và trải nghiệm văn hóa dân gian.

Về nông nghiệp, Ninh Bình có diện tích nông nghiệp rộng lớn với nhiều loại đất đai và khí hậu phù hợp cho phát triển nông nghiệp. Các dự án khởi nghiệp về nông nghiệp công nghệ cao có thể tận dụng tiềm năng này để phát triển các sản phẩm nông nghiệp hữu cơ, nông sản sạch và các mô hình sản xuất nông nghiệp thông minh. Về công nghiệp, Ninh Bình đã phát triển một số khu công nghiệp lớn như Khu công nghiệp Khánh Phú và Khu công nghiệp Gián Khẩu. Điều này tạo cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp trong ngành công nghiệp phụ trợ và sản xuất công nghiệp nhẹ. Ngoài ra, Ninh Bình có thể phát triển các doanh nghiệp khởi nghiệp tập trung vào sản xuất công nghiệp sạch và tái chế.

Trong lĩnh vực công nghệ, Ninh Bình phát triển ứng dụng công nghệ trong du lịch và nông nghiệp như phát triển ứng dụng du lịch thông minh, dịch vụ quản lý đặt phòng, hoặc sử dụng công nghệ để tối ưu hóa sản xuất nông nghiệp và chuỗi cung ứng. Ninh Bình cũng là tỉnh có tiềm năng phát triển năng lượng tái tạo như điện mặt trời, điện gió và sinh khối. Đây là lĩnh vực phù hợp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp muốn tham gia vào các giải pháp năng lượng bền vững.

Một lợi thế nữa để thúc đẩy khởi nghiệp ở Ninh Bình là sự quan tâm và hỗ trợ từ chính quyền địa phương cho phát triển kinh tế, nông nghiệp công nghệ cao và du lịch bền vững. Ngoài ra, để tạo điều kiện và môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp, tỉnh đã đầu tư vào phát triển cơ sở hạ tầng giao thông và thông tin hiện đại.

Việc xây dựng vườn ươm doanh nghiệp tại Ninh Bình có tiềm năng lớn, đặc biệt trong bối cảnh tỉnh có lợi thế về du lịch, nông nghiệp và các ngành công nghiệp phụ trợ, công nghiệp sạch và năng lượng tái tạo. Để thành công, việc thiết kế vườn ươm doanh nghiệp tại Ninh Bình cần phải tận dụng các lợi thế sẵn có của tỉnh và đồng thời khắc phục các thách thức liên quan đến nguồn lực và cơ sở hạ tầng. Dưới đây là một số đề xuất để giúp Ninh Bình xây dựng và phát triển vườn ươm doanh nghiệp một cách hiệu quả.

4.1. Xác định ngành trọng điểm và chuyên môn hóa

Ninh Bình cần xác định các ngành trọng điểm mà vườn ươm doanh nghiệp sẽ hỗ trợ dựa trên tiềm năng kinh tế và thế mạnh tự nhiên của tỉnh. Một số lĩnh vực có thể tập trung phát triển bao gồm:

- Du lịch sinh thái và văn hóa: Với Di sản thiên nhiên thế giới Tràng An và các di tích lịch sử nổi tiếng, Ninh Bình có tiềm năng lớn để phát triển các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực du lịch. Vườn ươm có thể tập trung vào việc hỗ trợ các dự án khởi nghiệp về du lịch sinh thái, dịch vụ lữ hành, và các sản phẩm văn hóa.

- Nông nghiệp công nghệ cao: Ninh Bình có thể khai thác tiềm năng về nông nghiệp, đặc biệt là nông nghiệp hữu cơ và ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất. Vườn ươm có thể hỗ trợ các dự án về nông nghiệp thông minh, công nghệ thực phẩm và sản xuất nông sản chất lượng cao.

- Công nghiệp phụ trợ và sản xuất: Với một số khu công nghiệp đang hoạt động tại Ninh Bình, vườn ươm có thể hỗ trợ các doanh nghiệp cung cấp sản phẩm phụ trợ, tập trung vào sản xuất công nghiệp xanh, tái chế và thân thiện với môi trường.

4.2. Phối hợp với các trường đại học và viện nghiên cứu

Vườn ươm nên xây dựng mối liên kết chặt chẽ với các trường đại học, viện nghiên cứu trong khu vực cũng như cả nước để tận dụng nguồn nhân lực chất lượng cao, tri thức và các kết quả nghiên cứu khoa học. Ví dụ: liên kết với Đại học Hoa Lư và các trường đại học tại các tỉnh lân cận để hỗ trợ phát triển các sản phẩm nông nghiệp công nghệ cao. hợp tác với các trung tâm nghiên cứu về du lịch và văn hóa để phát triển các ý tưởng khởi nghiệp liên quan đến du lịch bền vững và bảo tồn văn hóa.

4.3. Thiết lập mạng lưới cố vấn và chuyên gia

Vườn ươm doanh nghiệp tại Ninh Bình cần xây dựng một đội ngũ cố vấn giàu

kinh nghiệm, bao gồm các chuyên gia trong nhiều lĩnh vực như kinh doanh, pháp lý, tài chính, và tiếp thị. Đội ngũ này có thể được mời từ các tổ chức khởi nghiệp ở các thành phố lớn như Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh hoặc từ cộng đồng chuyên gia quốc tế. Việc tổ chức các buổi hội thảo, tọa đàm và chương trình cố vấn định kỳ sẽ giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp nhận được sự hỗ trợ cần thiết để phát triển.

4.4. Phát triển cơ sở hạ tầng và công nghệ

Cơ sở hạ tầng hiện đại và không gian làm việc đầy đủ tiện nghi là yếu tố quan trọng cho sự phát triển của các doanh nghiệp khởi nghiệp. Ninh Bình cần đầu tư vào cơ sở vật chất cho vườn ươm, bao gồm:

- Không gian làm việc chung (coworking space) với đầy đủ trang thiết bị như internet tốc độ cao, phòng họp và không gian sáng tạo….

- Các phòng thí nghiệm và trung tâm nghiên cứu: Đối với các dự án khởi nghiệp trong lĩnh vực nông nghiệp và công nghiệp, cần cung cấp các cơ sở vật chất để thử nghiệm và phát triển sản phẩm, đặc biệt là trong lĩnh vực sản xuất công nghệ cao.

4.5. Hỗ trợ tài chính và kết nối với nhà đầu tư

Các doanh nghiệp khởi nghiệp tại Ninh Bình có thể gặp khó khăn trong việc tiếp cận vốn đầu tư, do đó, vườn ươm cần cung cấp các chương trình hỗ trợ tài chính bao gồm:

- Hỗ trợ tài chính ban đầu: Vườn ươm có thể cung cấp các khoản vay với lãi suất ưu đãi hoặc tìm kiếm các quỹ hỗ trợ khởi nghiệp từ chính quyền địa phương và các tổ chức quốc tế.

- Kết nối với nhà đầu tư: Tổ chức các sự kiện, hội thảo kết nối giữa các doanh nghiệp khởi nghiệp với nhà đầu tư từ Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các nước. Việc xây dựng mạng lưới kết nối với nhà đầu tư thiên thần, quỹ đầu tư mạo hiểm là yếu tố cần thiết để các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể huy động vốn.

4.6. Tận dụng chính sách hỗ trợ từ Chính phủ

Ninh Bình nên tận dụng các chính sách hỗ trợ từ Chính phủ Việt Nam, chẳng hạn như các chương trình tài trợ cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, các chính sách ưu đãi về thuế, và chương trình hỗ trợ khởi nghiệp từ Bộ Khoa học và Công nghệ.

4.7. Xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp địa phương

Hệ sinh thái khởi nghiệp không chỉ bao gồm doanh nghiệp mà còn cần sự tham gia của nhiều thành phần khác nhau như cộng đồng, chính quyền, nhà đầu tư, và các tổ chức giáo dục. Để xây dựng một hệ sinh thái mạnh, vườn ươm cần:

- Tạo ra một cộng đồng khởi nghiệp gắn kết: Tổ chức các sự kiện, cuộc thi

khởi nghiệp, và các chương trình đào tạo để thu hút sự tham gia của thanh niên, sinh viên, và các doanh nghiệp tiềm năng tại địa phương.

- Liên kết với các vườn ươm và trung tâm khởi nghiệp khác: Tăng cường mối quan hệ với các vườn ươm tại Hà Nội, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh để chia sẻ kinh nghiệm và mở rộng mạng lưới hỗ trợ.

- Xây dựng chính sách hỗ trợ của địa phương: Chính quyền tỉnh có thể xây dựng các chính sách ưu đãi về đất đai, miễn giảm thuế và hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp tham gia vào vườn ươm.

- Thu hút hợp tác và đầu tư từ doanh nghiệp lớn trên địa bàn tỉnh. Mô hình doanh nghiệp "mỏ neo" cần được áp dụng triệt để. Doanh nghiệp mỏ neo là các công ty lớn, có vị thế vững chắc và thường đã thành công trên thị trường. Việc các doanh nghiệp này tham gia vào vườn ươm giúp tạo nên sự ổn định và niềm tin cho các doanh nghiệp khởi nghiệp mới. Các doanh nghiệp nhỏ trong vườn ươm có thể học hỏi từ kinh nghiệm của doanh nghiệp mỏ neo và tận dụng các kết nối của họ để tiếp cận thị trường và nguồn vốn.

Việc xây dựng vườn ươm doanh nghiệp tại Ninh Bình có tiềm năng lớn nếu được triển khai một cách toàn diện và hợp lý. Tận dụng các thế mạnh về du lịch, nông nghiệp, và công nghiệp hỗ trợ của tỉnh, cùng với sự hỗ trợ từ chính quyền, các nguồn lực từ hợp tác với doanh nghiệp lớn của tỉnh, vườn ươm có thể trở thành động lực chính thúc đẩy sự phát triển kinh tế và đổi mới sáng tạo. Điều quan trọng là xây dựng một hệ sinh thái khởi nghiệp mạnh mẽ, có sự kết nối giữa các doanh nghiệp, nhà đầu tư và các tổ chức khoa học – công nghệ để phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Ngọc Huyền (2006). Về hoạt động ươm tạo doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay. Tạp chí kinh tế phát triển, tr. 27-31.

2. Đào Quang Thủy (2017). Hoạt động ươm tạo ở Việt Nam: Một số vấn đề cần quan tâm. Tạp chí khoa học và công nghệ Việt Nam, số 9, tr. 12-14.

3. Nguyễn Huyền Trang, Nguyễn Mạnh Cường, Mô hình vườn ươm doanh nghiệp tại Việt Nam hiện nay, https://vietnamhoinhap.vn/vi/mo-hinh-vuon-uom-doanh-nghiep-tai-viet-nam-hien-nay-22788.htm

4. National Business Incubation Association, NBIA

5. Бизнес-инкубаторы и технопарки в системе поддержки малого бизнеса: российский и международный опыт, https://www.osspb.ru/experts/otrasli_MB/bisness-inkubator.php

6. Л.А. Гамидуллаева, Опыт государственной поддержки бизнес-инкубирования за рубежом и возможности его адаптации в России, Вестник Томского государственного университета. 2013. № 369.

Các trụ cột của Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Những vấn đề đặt ra cho Ninh Bình

Trần Đạo Hạnh
Giám đốc Quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo BK Fund

I. Mở đầu

Khởi nghiệp *được hiểu theo nghĩa rộng* là hành trình nỗ lực và phấn đấu để triển khai một ý tưởng có khả năng tạo ra "giá trị mới" cho bản thân/cộng đồng/xã hội trong các điều kiện thiếu chắc chắn vào thực tế.

Đổi mới sáng tạo (innovation) theo định nghĩa tại Luật Khoa học và Công nghệ 2013, là việc tạo ra, ứng dụng thành tựu, giải pháp kỹ thuật, công nghệ, giải pháp quản lý để nâng cao hiệu quả phát triển kinh tế - xã hội, nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng của sản phẩm, hàng hóa.

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được hiểu là khởi nghiệp từ những ý tưởng mới, những mô hình mới, ứng dụng những kết quả khoa học công nghệ mới, sau đó nhanh chóng phát triển thành doanh nghiệp và nhận được đầu tư.

Hệ sinh thái Khởi nghiệp: được hiểu là những tác nhân trong một môi trường cụ thể có quan hệ một cách hữu cơ với nhau nhằm giúp nhau cùng phát triển, hay nói cách khác sự phát triển của tác nhân này sẽ thúc đẩy sự phát triển của các tác nhân khác để cộng đồng ngày một phát triển rộng rãi và bền vững hơn.

1. Các tác nhân trong hệ sinh thái (chia theo chức năng nhiệm vụ) gồm:

Chức năng Khởi nghiệp: các doanh nhân và cộng đồng khởi nghiệp, ...

Chức năng Hỗ trợ: Chính phủ, trường đại học, viện nghiên cứu, phòng thí nghiệm, các doanh nghiệp lớn, các chuyên gia và cố vấn, ...

Chức năng Đầu tư: nhà đầu tư Thiên thần, Các tổ chức thúc đẩy kinh doanh - Accelerator, các Quỹ đầu tư mạo hiểm và các tổ chức khác.

Doanh nghiệp phong cách sống (Lifestyle business - LSB): Kinh doanh nhỏ theo mô hình "kinh doanh phong cách sống" được hiểu là một cá nhân dựa vào bí quyết hoặc tài năng của bản thân để tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ mang phong cách độc đáo, cá tính riêng của người chủ. Sản phẩm hoặc dịch vụ đó được nhiều người có cùng xu hướng chấp nhận trả tiền để có phong cách đó.

Quỹ đầu tư tác động (Impact fund): Quỹ đầu tư tác động là quỹ đầu tư vào các công ty, tổ chức có ý định tạo ra tác động đến xã hội và môi trường, có thể đo được sự tác động cùng với một khoản hoàn vốn tài chính.

Doanh nghiệp phong cách sống (Lifestyle business - LSB): Kinh doanh nhỏ

theo mô hình "kinh doanh phong cách sống" được hiểu là một cá nhân dựa vào bí quyết hoặc tài năng của bản thân để tạo ra sản phẩm hoặc dịch vụ mang phong cách độc đáo, cá tính riêng của người chủ. Sản phẩm hoặc dịch vụ đó được nhiều người có cùng xu hướng chấp nhận trả tiền để có phong cách đó.

2. Giải thích thuật ngữ

Một số khái niệm quan trọng của các thành phần trong hệ sinh thái khởi nghiệp

Doanh nghiệp phong cách sống (Lifestyle business - LSB): Trên thế giới phổ biến 6 loại hình khởi nghiệp, đó là: kinh doanh phong cách sống (lifestyle business), kinh doanh nhỏ (small business), Khởi nghiệp có khả năng mở rộng (scalable business) Khởi nghiệp có khả năng chuyển nhượng (buyable business), Khởi nghiệp trong công ty lớn và doanh nhân xã hội (social entrepreneur). Trong đó khái niệm mô hình Life Style Business chưa hề được phổ biến ở Việt Nam. Kinh doanh nhỏ theo mô hình "kinh doanh phong cách sống" được hiểu là một cá nhân tạo ra một doanh nghiệp với mục đích thay đổi lối sống cá nhân họ và không vì mục đích duy nhất là kiếm được lợi nhuận. Một người chủ "doanh nghiệp phong cách sống" chú trọng nhiều hơn vào phần thưởng của cuộc sống đem lại cho họ, đó là sự thích thú và đam mê với những gì họ đang làm.

Cơ sở ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp công nghệ (Incubator): là các tổ chức có chức năng hỗ trợ các nhân, nhóm cá nhân, doanh nghiệp để họ đi từ bước có ý tưởng ĐMST đến hoàn thiện công nghệ hoặc một mục đích nhất định của cá nhân, nhóm cá nhân, doanh nghiệp đó (ví dụ, mục đích gọi vốn, đổi mới công nghệ,…). Quá trình ươm tạo có thể kéo từ vài tháng đến vài năm. Thông thường, các cơ sở ươm tạo không cung cấp vốn mồi cho cá nhân, nhóm khởi nghiệp mà hỗ trợ họ dưới hình thức tư vấn, cung cấp cơ sở vật chất – kỹ thuật (ví dụ: phòng thí nghiệm, thử nghiệm, không gian làm việc). Các cơ sở ươm tạo thường thuộc các trường đại học, viện nghiên cứu và sử dụng ngân sách nhà nước để hoạt động.

Tổ chức thúc đẩy kinh doanh (Business Accelerator - BA): có chức năng hỗ trợ các nhân, nhóm cá nhân, doanh nghiệp khởi nghiệp để họ có thể tiếp cận được nguồn vốn đầu tư từ các quỹ ĐTMH với khoản đầu tư từ vài trăm ngàn đến vài triệu USD. Một quy trình hỗ trợ khởi nghiệp của BA, được gọi là các khóa huấn luyện tập trung (Bootcamp) thường kéo dài từ 3 đến 4 tháng, là thời gian rất ngắn so với một quy trình hỗ trợ của cơ sở ươm tạo. Chính vì vậy, họ thường chỉ nhận hỗ trợ các nhóm khởi nghiệp có công nghệ hoàn chỉnh hoặc có ý tưởng sáng tạo nhưng không mất nhiều thời gian để hoàn thiện công nghệ. Hoạt động của BA cũng có thể coi là hoạt động "hậu ươm tạo" (sau khi nhóm khởi nghiệp đã được hỗ trợ qua cơ sở ươm tạo). BA thường cung cấp hỗ trợ dưới dạng tư vấn, khu không gian làm việc chung và đặc biệt là cấp vốn mồi, từ 5.000 đến 30.000 USD cho mỗi nhóm khởi nghiệp, để đổi lấy một phần sở hữu của doanh nghiệp khởi nghiệp, khoảng 5-10%.

Đầu tư mạo hiểm (Venture Capital): là hoạt động đầu tư vào các doanh nghiệp ĐMST ở giai đoạn đầu khởi nghiệp, với đặc điểm còn thiếu độ tin cậy về kết quả kinh doanh, chưa tỏ rõ khả năng sinh lợi của mình, những nơi mà các thể chế tài chính truyền thống (tín dụng, ngân hàng...) không để ý đến. Nhà ĐTMH thường đầu tư để đổi lấy cổ phần của các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST, thường là những doanh nghiệp có công nghệ mới hoặc mô hình kinh doanh sáng tạo. Có các loại hình định chế ĐTMH chính như sau:

Quỹ ĐTMH (Venture Capital Fund - VC): là những quỹ đầu tư được ủy thác để quản lý tiền của các nhà đầu tư giàu có mong muốn đầu tư vào những doanh nghiệp khởi nghiệp, doanh nghiệp NVV nhưng có tiềm năng phát triển nhanh. Lợi nhuận mà VC đem lại cho các khách hàng của mình càng cao thì phí quản lý của họ càng lớn. Thông thường phí quản lý của VC dao động từ khoảng 1-3% của tổng mức đầu tư[9]. Những khoản đầu tư của các quỹ ĐTMH thường từ vài trăm ngàn đến vài triệu, chục triệu USD. Quỹ ĐTMH thường đầu tư vào giai đoạn khi doanh nghiệp khởi nghiệp đã chứng minh được nhu cầu thị trường và doanh thu bắt đầu tăng đều (giai đoạn sau - later stage). Tuy nhiên, cũng có những quỹ ĐTMH đầu tư vào giai đoạn ban đầu khi doanh nghiệp khởi nghiệp đang phát triển công nghệ, bắt đầu đưa thử sản phẩm ra thị trường và có thể chưa có doanh thu (giai đoạn đầu - early stage). Quỹ ĐTMH kiếm được lợi nhuận khi doanh nghiệp khởi nghiệp thành công và phát hành cổ phiếu lần đầu trên sàn giao dịch chứng khoán (IPO) hoặc khi doanh nghiệp khởi nghiệp trưởng thành và bán lại cho một doanh nghiệp khác với giá cao. Thường một chu kỳ đầu tư của quỹ ĐTMH là từ 5-7 năm.

Nhà đầu tư thiên thần (Angel investor): những nhà đầu tư cá nhân cung cấp vốn đầu tư cho các doanh nghiệp khởi nghiệp dưới dạng khoản vay có thể chuyển đổi thành cổ phần (convertible debt) hoặc mua cổ phần (ownership equity) của doanh nghiệp. Các nhà đầu tư thiên thần có thể đầu tư riêng lẻ hoặc tổ chức thành các câu lạc bộ/mạng lưới các nhà đầu tư thiên thần để chia sẻ thông tin và cùng góp vốn đầu tư vào doanh nghiệp. Các nhà đầu tư thiên thần cũng có thể đầu tư qua mạng thông qua các quỹ đầu tư gọi vốn từ cộng đồng (equity-based crowdfunding). Quy mô của mỗi khoản đầu tư của nhà đầu tư thiên thần thường từ một vài ngàn đến một vài chục ngàn USD. Nhà đầu tư thiên thần cũng thường đầu tư vào giai đoạn từ khi cá nhân, nhóm khởi nghiệp ĐMST có ý tưởng đến khi họ bắt đầu hoạt động (giai đoạn ươm mầm - seed stage) để nhóm khởi nghiệp có thể xây dựng kế hoạch kinh doanh và nghiên cứu thị trường và giai đoạn tiếp theo khi doanh nghiệp bắt đầu bán thử sản phẩm trên thị trường (early stage). Về tỷ lệ rủi ro, đầu tư vào giai đoạn ươm mầm (seed stage) có độ rủi ro cao hơn với giai đoạn bắt đầu phát triển (early stage) và giai đoạn rủi ro thấp nhất là giai đoạn sau (later stage). Do đó, mặc dù số tiền đầu tư của nhà đầu tư thiên thần thấp hơn rất nhiều so với số tiền đầu tư của quỹ ĐTMH nhưng tỷ lệ sở hữu vốn của họ tại doanh nghiệp có thể như nhau (ví dụ: một nhà đầu tư thiên thần đầu tư 10,000 USD ở giai đoạn ươm mầm để đổi lấy 10% vốn sở hữu của doanh

nghiệp khởi nghiệp nhưng một quỹ ĐTMH có thể đầu tư 1 triệu USD ở giai đoạn sau cũng chỉ nhận được 10% vốn sở hữu của doanh nghiệp đó).

Quỹ đầu tư gọi vốn từ cộng đồng (equity-based crowdfunding): là hình thức gọi vốn mới cho phép các nhà đầu tư thiên thần có thể đầu tư cho các dự án khởi nghiệp thông qua các quỹ đầu tư online. Điểm thuận lợi là thông tin của một dự án khởi nghiệp sẽ được đưa đến cho rất nhiều nhà đầu tư và ngược lại, nhà đầu tư cũng có thể tiếp cận được rất nhiều dự án tiềm năng cùng một lúc. Hơn nữa, đầu tư qua mạng cho phép nhà đầu tư có thể đầu tư ở mọi lúc, mọi nơi, không kể đến vị trí địa lý của họ. Ví dụ một dự án khởi nghiệp của Việt Nam hoàn toàn có thể gọi được đầu tư một cách nhanh chóng từ các nhà đầu tư ở châu Âu và Hoa Kỳ.

Quỹ đầu tư tác động (Impact fund): Quỹ đầu tư tác động là quỹ thực hiện các đầu tư vào các công ty, tổ chức, và các quỹ với ý định tạo ra tác động xã hội và môi trường có thể đo được cùng với một hoàn vốn tài chính. Các khoản đầu tư tác động có thể được thực hiện trong cả thị trường mới nổi và thị trường phát triển, và nhắm mục tiêu một loạt các hoàn vốn từ thị trường bên dưới tới lãi suất thị trường bên trên, tùy thuộc vào hoàn cảnh. Đầu tư tác động có xu hướng có nguồn gốc từ các vấn đề xã hội hoặc các vấn đề môi trường. Các nhà đầu tư tác động tích cực tìm kiếm để đặt vốn trong các doanh nghiệp và các quỹ có thể khai thác sức mạnh tích cực của doanh nghiệp.

II. Mối quan hệ giữa các thành tố trong Hệ sinh thái khởi nghiệp

Startup: được hiểu là một tập hợp của các nguồn lực tạm thời (nhân lực, tiền, thời gian...) để đi tìm kiếm một mô hình kinh doanh mới và nhanh chóng xây dựng thành một tổ chức/doanh nghiệp đạt quy mô, đồng thời có khả năng lặp lại hay nhân rộng tại các thị trường khác nhau; *(Temporary Organization – Searching Business Model to be Profitable, Repeatable & Scalable.* Hiện nay, Startup trở thành làn sóng phát triển mạnh mẽ, theo số liệu thống kê không chính thức, Việt Nam hiện có khoảng hơn 3,000 startup năm 2018, tăng gần gấp đôi so với số liệu cuối năm 2015[10]. Nhiều startup Việt đã gây tiếng vang lớn trên thị trường quốc tế như mWork, Cốc Cốc, Prime Circa, Appota, Divmob, Colorbox, DesignBold… Nhiều startup đã chiến thắng các cuộc thi khởi nghiệp quốc tế và tham gia tranh tài với các doanh nghiệp khác trên toàn thế giới như Hachi, hiSella, Younet, Umbala, Triip.me, … Tiềm năng của startup được khẳng định rõ nét qua các thương vụ đầu tư hàng triệu đô la Mỹ vào Lozi, Momo, OnOnPay…

1. Tổ chức thúc đẩy kinh doanh - Business Accelerator: Do tiềm năng phát triển của Startup, Tổ chức Thúc đẩy kinh doanh sẵn sàng làm việc với startup trong một khoảng thời gian ngắn và cụ thể, thường là từ 3 đến đến 4 tháng. Tổ chức Thúc

đẩy kinh doanh cũng cung cấp khởi động một số vốn gieo mầm, thường là khoảng 10.000 - 20.000 đô la Mỹ *(tương đương 300 triệu đến 500 triệu đồng)*. Để đổi lấy vốn và sự hướng dẫn, startup trả từ 3% đến 10% cổ phần của công ty cho Tổ chức Thúc đẩy kinh doanh. Vì vậy, khi startup càng phát triển gọi vốn vòng tiếp theo thành công hoặc IPO thì Tổ chức thúc đẩy cũng phát triển, khả năng thu về siêu lợi nhuận (có thể gấp 10 lần), cũng như thu hút được vốn đầu tư từ các Nhà đầu tư, các Quỹ đầu tư mạo hiểm lớn hơn. Đồng thời các startup thành công cũng quay trở lại để đầu tư, tư vấn và truyền cảm hứng khởi nghiệp cho các đợt BA tiếp theo.

2. Các Nhà đầu tư thiên thần (NĐTT): thường là doanh nhân hoặc CEO có thu nhập cao và đã nghỉ hưu sớm từ các công ty đầu tư mạo hiểm mà họ đã bắt đầu và phát triển thành các doanh nghiệp thành công. Với sự giàu có của mình, họ tìm kiếm các công ty có tiềm năng tăng trưởng trong những ngành công nghệ mà họ am hiểu để đầu tư và giúp các công ty này phát triển. Ngược lại, startup trả lại họ số phần trăm cổ phần của doanh nghiệp theo thoả thuận. Khi doanh nghiệp thành công, các nhà đầu tư cũng thu về lợi nhuận phi mã.

3. Quỹ đầu tư mạo hiểm (Quỹ ĐTMH): là những quỹ đầu tư được ủy thác để quản lý tiền của các nhà đầu tư giàu có mong muốn đầu tư vào những doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, doanh nghiệp NVV nhưng có tiềm năng phát triển nhanh. Quỹ ĐTMH thường đầu tư cho các startup tiềm năng lớn ở các vòng gọi vốn sau (Series A, Series B, …) để giúp các startup tiếp tục tăng trưởng nhanh chóng để gọi được vòng vốn tiếp theo hoặc IPO, đổi lại Quỹ sẽ lấy một số lượng cổ phần của Startup theo thoả thuận.

4. Công ty Đại chúng: Đây là các công ty lớn. Họ thường đầu tư cho các Startup hoặc mua bán & sáp nhập với các Startup mà sản phẩm của họ đang phát triển phù hợp với nhu cầu của các công ty lớn hoặc có tiềm năng phát triển. Họ giúp Startup về vốn, tư vấn kỹ thuật, chiến lược, nhân sự, ... Đổi lại, khi sản phẩm của Startups phát triển hoàn thiện sẽ bị thu mua lại để tiết kiệm chi phí đầu tư cho việc tạo nhóm dự án mới phát triển sản phẩm tương tự; hoặc tiếp tục đầu tư để đổi lại cổ phần nhằm thu về lợi nhuận phi mã khi startup IPO thành công hoặc gọi vốn vòng tiếp theo thành công.

5. Trường Đại học: Đây là nơi cung cấp các kiến thức cơ bản về chuyên môn, kỹ thuật cũng như các kiến thức cần thiết về khởi nghiệp giúp tạo nguồn nhân lực chất lượng cao cho startup. Đồng thời, đây cũng là cái nôi nuôi dưỡng và khuyến khích phát triển các ý tưởng khởi nghiệp của sinh viên, từ đó tạo ra các startup thành công. Các Startup thành công sẽ quay trở lại tài trợ vốn (thậm chí lập quỹ vốn mồi trong Trường), tư vấn và truyền cảm hứng khởi nghiệp cho các thế hệ sinh viên tiếp

theo.

6. Trung tâm nghiên cứu & Phát triển & Các công ty cung cấp dịch vụ: là nơi cung cấp các dịch vụ cần thiết: tư vấn pháp lý, tài chính, ... hoặc cung cấp trang thiết bị nghiên cứu, không gian vườn ươm, .. cho các startup; đổi lại các đơn vị này sẽ thu về một khoản phí với giá ưu đãi.

7. Chính phủ trung ương & địa phương và Văn phòng Chính phủ các nước: Đây là những cơ quan ban hành các văn bản tạo môi trường pháp lý thuận lợi cho các doanh nghiệp khởi nghiệp cũng như các Nhà đầu tư thiên thần, các Quỹ đầu tư mạo hiểm thành lập và hoạt động. Cụ thể: thông qua các chính sách hỗ trợ, chính sách ưu đãi và các hoạt động hỗ trợ khác nhằm thúc đẩy doanh nghiệp khởi nghiệp phát triển và thu hút vốn đầu tư trong và ngoài nước vào địa phương.

III. Vai trò của nhà nước (tỉnh Ninh Bình) đối với hệ sinh thái khởi nghiệp

1. Cung cấp thông tin

Thông tin là nguồn lực quan trọng cho bất kỳ đối tượng nào của hệ sinh thái khởi nghiệp. Hơn nữa, càng nhiều thông tin chính xác về hệ sinh thái khởi nghiệp càng giúp Nhà nước trong việc xây dựng các quy định pháp luật và chính sách phù hợp với nhu cầu thực tế. Thông tin phục vụ lợi ích của rất nhiều người nhưng lại không phải lúc nào cũng mang lại nguồn lợi cho người tập hợp các thông tin đó, hơn nữa lại mất nhiều công sức, thời gian để tổng hợp, phân tích mới có thể sử dụng được. Chính vì vậy, nhiều thông tin của hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST được coi là tài sản công và do đó sẽ không có đơn vị tư nhân nào hứng thú và có nguồn lực để đứng ra tập hợp các thông tin quan trọng. Nhà nước cần đóng vai trò chủ trì trong việc tìm hiểu đâu là những thông tin mà hệ sinh thái khởi nghiệp cần, làm thế nào để thu thập, cập nhật các thông tin đó và phổ biến cho hệ sinh thái khởi nghiệp một cách hiệu quả nhất. Một số thông tin quan trọng bao gồm: Các chính sách liên quan đến hỗ trợ khởi nghiệp, hiện trạng của các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam và các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp (số lượng, lĩnh vực, nhu cầu của họ), đồng thời thông tin về các nguồn ĐTMH và hỗ trợ tài chính cho khởi nghiệp cũng rất quan trọng.

2. Kết nối các thành phần của hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST

Kể cả khi có rất nhiều đối tượng hỗ trợ khởi nghiệp, các sự kiện khởi nghiệp diễn ra sôi nổi từng tháng, thậm chí từng tuần, môi trường khởi nghiệp của Việt Nam cũng không thể trở thành "hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST" nếu các cá nhân, nhóm cá nhân, doanh nghiệp khởi nghiệp và các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp không có sự liên kết với nhau một cách chặt chẽ. Ví dụ, hiện nay có rất nhiều sự kiện, cuộc thi khởi nghiệp nhưng chưa có nhiều hoạt động "hậu cuộc thi", có nghĩa là các nhóm khởi nghiệp sau khi thắng cuộc thi vẫn không được hỗ trợ để phát triển năng lực hoặc

tìm được nguồn vốn phù hợp để tiếp tục phát triển. Trong một hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST thực thụ, ban tổ chức các cuộc thi này phải được liên kết chặt chẽ với các cơ sở ươm tạo, thúc đẩy kinh doanh, các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp và các nhà ĐTMH. Như vậy, phần thưởng của cuộc thi có thể là một khóa huấn luyện khởi nghiệp tại một cơ sở ươm tạo, cơ sở thúc đẩy kinh doanh có uy tín; là một gói dịch vụ tư vấn mô hình kinh doanh, tư vấn sở hữu trí tuệ hoặc có thể là một vài chục triệu cho tới vài trăm triệu đồng đầu tư của các nhà đầu tư mạo hiểm. Các cơ sở ươm tạo, cơ sở thúc đẩy kinh doanh cũng rất cần có mối quan hệ với các cơ quan nhà nước để thường xuyên cập nhật các thông tin về hỗ trợ khởi nghiệp cho doanh nghiệp được ươm tạo và có mối quan hệ với các nhà đầu tư trong nước, quốc tế để hỗ trợ doanh nghiệp tốt nhất trong việc tìm vốn ĐTMH. Chỉ khi có những sự kết nối như vậy, các cá nhân, nhóm cá nhân, doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST mới có thể bước từng bước từ ý tưởng đến hoạt động kinh doanh một cách thuận lợi nhất. Vì mỗi tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp ở Việt Nam thường có các mục tiêu riêng và chưa có sự liên kết, nhà nước có trách nhiệm kết nối các đơn vị này với nhau, thông qua các hoạt động tọa đàm, hội thảo, sự kiện cho toàn bộ các đơn vị trong hệ sinh thái khởi nghiệp có thể giao lưu, trao đổi thông tin và công việc với nhau. Sự kiện Ngày hội Khởi nghiệp & Công nghệ Việt Nam tổ chức hàng năm (TechFest) do Bộ KH&CN là một trong những sự kiện như vậy. Tuy nhiên, Nhà nước vẫn cần khuyến khích nhiều hơn nữa các hoạt động liên kết trong hỗ trợ khởi nghiệp. Ví dụ: trong các chương trình hỗ trợ tài chính, Nhà nước chỉ lựa chọn các đề xuất, dự án mà có ít nhất 03 đơn vị liên kết với nhau để cùng thực hiện dịch vụ hỗ trợ khởi nghiệp chứ không lựa chọn từng đơn vị riêng lẻ; chỉ lựa chọn các cơ sở ươm tạo, tổ chức thúc đẩy kinh doanh có liên kết với các trường đại học và các nhà đầu tư mạo hiểm; hoặc chỉ hỗ trợ các sự kiện khởi nghiệp quy mô tỉnh, thành phố, quy mô liên kết giữa các trường đại học.

Ngoài ra, việc kết nối các thành phần của hệ sinh thái không chỉ có ý nghĩa là kết nối trong nước mà còn có ý nghĩa kết nối quốc tế. Đặc biệt, khi định nghĩa của một doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST thành công khi doanh nghiệp đó bán được sản phẩm, dịch vụ của mình ra thị trường quốc tế chứ không chỉ ở thị trường trong nước. Hơn nữa, hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam còn non trẻ, rất cần kết nối quốc tế để học tập các mô hình khởi nghiệp, hỗ trợ khởi nghiệp hiệu quả trên thế giới. Ngoài ra, khi nguồn vốn ĐTMH ở nước ta còn chưa nhiều, kết nối quốc tế là cách duy nhất để chúng ta có thể kết nối với nguồn vốn ĐTMH dồi dào từ các nước trong khu vực và trên thế giới. Trong mục tiêu này, vai trò của Nhà nước là vô cùng quan trọng trong việc tổ chức quảng bá, tuyên truyền về hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam ra nước ngoài, tham gia kết nối thông tin, hoạt động với hệ sinh thái khởi nghiệp của các nước trong khu vực và quốc tế, đưa các doanh nghiệp khởi nghiệp tiêu biểu của

Việt Nam đi tham dự các sự kiện khởi nghiệp nổi bật trên thế giới như sự kiện Slush tại Phần Lan - một trong những sự kiện khởi nghiệp lớn nhất châu Âu, Echelon – một trong những sự kiện khởi nghiệp lớn nhất Đông Nam Á. Việc cởi mở trong quy trình xét duyệt visa làm việc để các nhà đầu tư, chuyên gia hỗ trợ khởi nghiệp của nước ngoài có thể tham gia hỗ trợ khởi nghiệp, tìm hiểu tiềm năng đầu tư khởi nghiệp tại Việt Nam cũng là chính sách quan trọng mà Nhà nước có thể làm để nâng cao chất lượng khởi nghiệp và hỗ trợ khởi nghiệp trong nước.

3. Nâng cao năng lực khởi nghiệp

Như đã phân tích ở trên, việc nâng cao năng lực cho các cá nhân, nhóm cá nhân, doanh nghiệp khởi nghiệp mang ý nghĩa quan trọng trong việc xây dựng các nhóm khởi nghiệp mạnh từ "gốc", từ đó mới có thể đảm bảo được nguồn cung khởi nghiệp một cách bền vững cho thị trường trong nước. Nếu như đã có một số tổ chức hỗ trợ nâng cao năng lực khởi nghiệp như cơ sở ươm tạo, tổ chức thúc đẩy kinh doanh nhưng chưa đủ để đáp ứng như cầu của khởi nghiệp trong nước, vai trò của Nhà nước là cung cấp các nguồn hỗ trợ để các tổ chức hoạt động hiệu quả có thể mở rộng dịch vụ của mình, đồng thời có thể tiếp cận được các mô hình hỗ trợ khởi nghiệp trên thế giới để học hỏi, áp dụng ở Việt Nam.

Ngoài ra, việc thúc đẩy đào tạo khởi nghiệp tại các cơ sở giáo dục đào tạo là hoàn toàn cần thiết vì sinh viên tại các trường đại học, cao đẳng, dạy nghề là những nguồn nhân lực tiềm năng cho doanh nghiệp khởi nghiệp. Sinh viên cũng là những người có nhiều ý tưởng sáng tạo nhất và có sức trẻ, sự đam mê học hỏi để đưa các ý tưởng sáng tạo vào thực tế. Trong khi các sinh viên kỹ thuật thường đóng góp cao vào tỷ lệ thành lập doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST sau khi ra trường, họ lại thiếu các kỹ năng cần thiết về kinh doanh. Sinh viên ngành xã hội thường được đào tạo về kinh doanh trong trường thì lại thiếu kiến thức về công nghệ, ĐMST. Việc đưa các chương trình đào tạo khởi nghiệp vào các cơ sở giáo dục đào tạo sẽ giúp các sinh viên trang bị được những kiến thức cần thiết nhất để có thể thành lập doanh nghiệp hoặc đưa các kiến thức về khởi nghiệp, ĐMST vào công việc sau này của mình một cách hiệu quả nhất, đồng thời giảm thiểu rủi ro trong quá trình khởi nghiệp sau này.

4. Tạo môi trường pháp lý và khuyến khích các hoạt động đầu tư mạo hiểm

Như phân tích ở trên, hầu hết các hoạt động ĐTMH được thực hiện bởi tư nhân từ các quỹ ĐMTH đến các nhà đầu tư thiên thần. Tuy nhiên, Nhà nước đóng vai trò quan trọng trong việc tạo môi trường pháp lý để việc thành lập các quỹ, tổ chức ĐTMH được diễn ra dễ dàng và nhanh chóng, đồng thời tạo điều kiện để nguồn vốn đầu tư từ nước ngoài có thể tiếp cận được với các dự án khởi nghiệp tiềm năng trong nước. Ngoài ra, sau khi đã thực hiện ĐTMH, các nhà đầu tư rất cần có môi trường pháp lý và các chính sách khuyến khích để có thể thoái vốn một cách thuận lợi. Hơn

nữa, vì hoạt động ĐTMH là hoạt động rủi ro cao, để khuyến khích các hoạt động này, cần có những quy định ưu tiên về miễn, giảm thuế cho nhà ĐTMH.

Ngoài ra, ở giai đoạn ươm mầm và giai đoạn đầu phát triển, khi chưa có nhiều các quỹ đầu tư tham gia, Nhà nước cần đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp vốn mồi ban đầu cho các dự án khởi nghiệp nhằm thu hút các quỹ đầu tư, nhà đầu tư thiên thần đầu tư cho khởi nghiệp. Nhà nước cũng có thể đối ứng với các quỹ ĐTMH hoạt động hiệu quả để thu hút họ đầu tư vào giai đoạn ban đầu này, đồng thời mở rộng các lĩnh vực đầu tư không chỉ ở lĩnh vực ICT mà còn ở các công nghệ cao khác như công nghệ sinh học, vật liệu mới,…Giai đoạn phát triển doanh nghiệp khởi nghiệp càng sớm, tỷ lệ đối ứng của Nhà nước càng cao. Để làm được như vậy, cần sửa đổi, bổ sung các quy định của Bộ Luật hình sự, Luật Ngân sách nhà nước và Luật Quản lý, sử dụng vốn nhà nước đầu tư vào sản xuất, kinh doanh tại doanh nghiệp để đảm bảo hoạt động đầu tư của Nhà nước vào doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST được hiệu quả.

Như vậy, Hệ sinh thái khởi nghiệp muốn phát triển thì không thể thiếu một trong các thành tố trên. Mỗi thành tố đều có vai trò nhất định và có mối quan hệ tác động qua lại chặt chẽ với nhau. Trong đó, chức năng đầu tư mang tính quyết định sự phát triển của Hệ sinh thái khởi nghiệp./.

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực quà tặng du lịch khác biệt, đẳng cấp, bản sắc, mang giá trị thương hiệu địa phương

Phạm Ngọc Long
Giám đốc Công ty Cổ phần quốc tế Thịnh Đạt

I. Khái niệm

Trong vài năm trở lại đây thuật ngữ "quà tặng du lịch" mới trở thành hashtags trong ngành quà tặng, trước kia thuật ngữ này hầu như không được nhắc tới.

Điều này khẳng định trong lĩnh vực kinh doanh quà tặng đầy tiềm năng, nhiều thách thức sản phẩm quà tặng du lịch chưa được cộng đồng các công ty kinh doanh, sản xuất quà tặng chú ý tới.

Vậy quà tặng du lịch là gì ?

Sản phẩm quà tặng du lịch là những món đồ được thiết kế và sản xuất đặc biệt để làm quà tặng, thường có liên quan đến chủ đề du lịch. Chúng có thể mang tính biểu tượng của một địa điểm, một trải nghiệm du lịch, hoặc đơn giản là những vật dụng tiện ích cho người đi du lịch.

Thông qua định nghĩa chúng ta tạm hiểu rằng quà tặng du lịch là quà tặng mang tính chất văn hóa đặc trưng của một làng, một vùng, lãnh thổ mà khách du lịch đi đến, nó không hạn chế bởi các sản phẩm công nghiệp mà nó còn bao trùm cả các sản phẩm vật thể và phi vật thể.

Cũng bởi tính đặc trưng của sản phẩm quà tặng du lịch *quá rộng mà cũng quá hẹp* nên các nhà sản xuất sản phẩm thường không mặn mà với nó.

Quá rộng: bởi không có nhà cung cấp, nhà sản xuất quà tặng nào có thể dành thời gian để tìm hiểu hết đặc thù kinh tế, văn hóa, ẩm thực của các vùng miền để tạo ra sản phẩm quà tặng mang tính chất riêng biệt.

Quá hẹp: nếu chỉ nghiên cứu văn hóa 1 vùng miền để sản xuất ra các sản phẩm quà tặng thì bị hạn chế về mẫu mã, hạn chế về chất liệu dẫn đến doanh thu thụt giảm sau một thời gian đi vào kinh doanh.

II. Thực trạng - lợi thế về khai thác du lịch và quà tặng du lịch tại Ninh Bình

1. Thực trạng

Dạo quanh 1 vòng các khu danh lam thắng cảnh, những khu du lịch của Ninh Bình chúng ta thấy rằng trên 80% các sản phẩm từ địa phương khác mang đến để kinh doanh, không có sản phẩm thể hiện được tính đặc trưng của Ninh Bình cũng như con người và văn hóa, lịch sử bản địa

Số còn lại là sản phẩm của làng nghề tại Ninh Bình nhưng mẫu mã nặng nề về đường nét họa tiết, nặng về cân nặng, không phù hợp với khách du lịch từ nơi xa đến đặc biệt là khách nước ngoài vào việt nam.

Tỉnh Ninh Bình có một đội ngũ lãnh đạo trẻ, có sự sáng tạo và nhiệt huyết cũng là tỉnh có nhiều hành động, nhiều hội thảo để tháo gỡ những khó khăn thực tại, mở rộng những cơ hội cho tương lai bằng những tiềm năng mà tỉnh đang có, tuy nhiên kết quả chưa thực sự khả quan.

2. Lợi thế

- ***Lợi thế về địa lý***: Tỉnh Ninh Bình Nằm ở vùng đồng bằng Bắc Bộ, với địa hình đa dạng (núi non, hang động, sông ngòi có lợi thế phát triển du lịch rất cao ...).

- ***Lợi thế giá trị lịch sử và văn hóa:*** Ninh Bình còn lưu giữ nhiều di tích lịch sử văn hóa quan trọng như đền thờ Vua Đinh Tiên Hoàng, đền thờ Vua Lê Đại Hành, đền Thái Vi, đền Đức Thánh Nguyễn, chùa Bích Động, nhà thờ đá Phát Diệm và nhiều di tích khảo cổ học khác.

- ***Lợi thế các làng nghề truyền thống***: Làng nghề thêu ren Văn Lâm, Làng nghề cói Kim Sơn, Làng nghề mộc Phúc Lộc, Làng nghề gốm Bồ Bát….

- ***Lợi thế con người:*** có đội ngũ lãnh đạo tỉnh trẻ, năng động có tầm nhìn chiến lược về du lịch cũng như cách làm việc gần dân, gần doanh nghiệp luôn lắng nghe, tìm tòi để phát triển kinh tế du lịch địa phương biến ngành công nghiệp không khói thành ngành mang lại hiệu quả kinh tế cao góp phần quảng bá Ninh Bình nói riêng và văn hóa Việt Nam nói chung ra toàn thế giới.

3. Đặc tính của quà tặng du lịch

✓ *Tiện ích và hữu ích*: Quà tặng du lịch nên có tính tiện ích, phục vụ cho chuyến đi của người nhận phải bảo đảm tính gọn, nhẹ, đa năng…..

✓ *Quà tặng du liên quan đến du lịch*: Quà tặng nên liên quan đến chủ đề du lịch, như hình ảnh của điểm đến hoặc các biểu tượng du lịch thể hiện được văn hóa, con người, danh lam thắng cảnh, lịch sử của địa phương.

✓ *Chất lượng và bền bỉ*: Quà tặng cần được làm từ chất liệu tốt, bền đẹp để người nhận có thể sử dụng lâu dài, khuyến khích sử dụng các sản phẩm địa phương,chất liệu địa phương nhưng phải thân thiện môi trường và hạn chế phát thải.

✓ *Sang trọng và đẳng cấp*: khi món quà du lịch được thiết kế sang trọng, câu chuyện văn hóa tốt, con người bán sản phẩm “kể chuyện tốt”, dịch vụ sau bán hàng tốt sẽ sẽ làm cho sản phẩm trở nên sang trọng và đẳng cấp.

III. Giải pháp để khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực quà tặng du lịch.

1. Giải pháp chung

*a) **Quy hoạch***

Cần qui hoạch lại toàn bộ các sản phẩm quà tặng hiện đang có trong điểm du lịch của tỉnh.

- Phân biệt rõ quà tặng du lịch và quà tặng khác.

- Nêu rõ mục tiêu mà thông qua sản phẩm quà tặng du lịch cần đạt được ngoài mục tiêu kinh tế còn mục tiêu nào khác, hoặc ngược lại *(có nghĩa là mỗi thời kỳ khác nhau chúng ta cần có những mục tiêu khác nhau).*

b) Cần có một bộ qui chuẩn về sản phẩm quà tặng du lịch

Đặc tính của quà tặng du lịch khác biệt so với quà tặng doanh nghiệp, quà tặng cá nhân…để mang tính đồng nhất cần xây dựng bộ qui chuẩn về sản phẩm quà tặng du lịch, giúp cho khách hàng dễ nhận biết về sản phẩm, doanh nghiệp dễ truyền thông.

c) Cần có kế hoạch đào tạo

Nhân lực làm du lịch và nhân lực bán hàng quà tặng du lịch. Đây là vấn đề then chốt, khi chúng ta có sản phẩm tốt nhưng không bán được hàng, bởi yếu tố "con người". song song các việc trên chúng ta cần

✓ Xây dựng đội ngũ những con người làm du lịch, biết ngoại ngữ, hiểu về lịch sử văn hóa, có kỹ năng kể chuyện, thấu hiểu khách hàng.

✓ Xây dựng con người bán sản phẩm quà tặng du lịch, hiểu về chất liệu sản phẩm,tính năng sản phẩm, tính lịch sử của văn hóa/ họa tiết, hoa văn trên sản phẩm.

d) Tính liên kết

Để khởi nghiệp trong lĩnh vực quà tặng du lịch đòi hỏi phải có tính sáng tạo và liên kết thật tốt

✓ Liên kết các ngành nghề

✓ Liên kết các chất liệu

✓ Liên kết các nhà sáng tạo, nhà sản xuất, nhà lịch sử, nhà khảo cổ học… khi đó mới tạo ra sản phẩm khác biệt.

2. Xây dựng sản phẩm quà tặng du lịch đặc trưng Ninh Bình

a) Lựa chọn các yếu tố đặc trưng

✓ ***Địa danh***: Tràng An, Tam Cốc, Bái Đính, Cố đô Hoa Lư...

✓ ***Văn hóa***: Lễ hội, ẩm thực, trang phục truyền thống...

✓ ***Lịch sử***: Các sự kiện lịch sử quan trọng, các vị anh hùng...

✓ ***Con người***: Tính cách, lối sống của người dân Ninh Bình...

b) Thiết kế sản phẩm

✓ Hiện nay việc thiết kế sản phẩm quà tặng đang mang tính chất tự phát mỗi doanh nghiệp đều dựa trên sự hiểu biết của mình mà làm điều này dẫn đến tính đồng nhất thấp, không có nghiên cứu sâu dẫn đến sản phẩm không phù hợp với khách hàng.

✓ Bao bì sản phẩm không đổi mới, thiết kế thiếu sự sang trọng, doanh nghiệp thường " tham" trong thiết kế đưa quá nhiều họa tiết hoa văn trên bao bì dẫn đến sản phẩm nhìn " bình dân"

✓ Doanh nghiệp thường tiếc tiền cho việc thiết kế, nên hay đi sao chép lại của nhau, dẫn đến tính trạng các thiết kế na ná nhau không có sự độc đáo. (*như tôi nói ở trên cần có 1 bộ qui chuẩn cho thiết kế quà tặng du lịch)*

c) Yếu tố tạo nên sản phẩm hút khách

✓ Đảm bảo chất lượng và tính độc đáo

✓ Chất liệu: Sử dụng các chất liệu tự nhiên, thân thiện với môi trường.

✓ Thiết kế: Độc đáo, sáng tạo, mang đậm bản sắc văn hóa Ninh Bình.

✓ Chất lượng: Đảm bảo chất lượng sản phẩm, an toàn vệ sinh thực phẩm.

✓ Giá cả phải cạnh tranh, chất liệu phù hợp và đa dạng.

✓ Khách hàng được ***trải nghiệm*** thực tế làm sản phẩm hoặc/và được xem các nghệ nhân làm sản phẩm, Để du khách hiểu rõ hơn về sản phẩm và văn hóa địa phương.

3. Xây dựng thị trường

Khuyến nghị

✓ Cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý, doanh nghiệp và cộng đồng.

✓ Đầu tư vào nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới.

✓ Xây dựng hệ thống phân phối hiệu quả.

✓ Chỉ tập trung quảng bá hình ảnh du lịch Ninh Bình.

4. Xây dựng thương hiệu

✓ ***Tên thương hiệu:*** Gắn liền với hình ảnh Ninh Bình.

✓ ***Logo:*** Thiết kế logo độc đáo, thể hiện bản sắc văn hóa, dễ nhận biết

✓ ***Slogan:*** Ngắn gọn, ấn tượng, dễ nhớ.

5. Kênh phân phối

✓ ***Cửa hàng lưu niệm:*** xây dựng chuỗi điểm bán tại các khu du lịch, trung tâm thành phố.

✓ ***Bán hàng online:*** thông qua Website, mạng xã hội, các sàn thương mại điện tử.

✓ ***Hợp tác với các đơn vị du lịch:*** hợp tác khách sạn, nhà hàng, công ty lữ hành, các tổ chức đoàn thể của tỉnh Ninh Bình giới thiệu sản phẩm.

✓ Tổ chức các sự kiện lễ hội, triển lãm**:** Tham gia giới thiệu sản phẩm thông qua các chương trình triển lãm để giới thiệu đến đông đảo khách hàng.

6. Phân tích SWOT

✓ Doanh nghiệp cần phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức theo mô hình SWOT để đánh giá và quyết định về chiến lược sản phẩm, giá.

✓ Xây dựng kế hoạch MKT dựa trên nghiên cứu thị trường về khách *hàng mục tiêu từng thời kỳ*

✓ *Xây dựng kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực có tính kế thừa và phát huy, nâng cao năng lực lao động làng nghề tại địa phương*

7. Doanh nghiệp cần nghiên cứu sâu hơn

✓ Làm thế nào để bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa trong quá trình sản xuất quà tặng?

✓ Làm thế nào để kết hợp yếu tố hiện đại vào sản phẩm truyền thống?

✓ Làm thế nào để xây dựng một thương hiệu quà tặng du lịch Ninh Bình mạnh mẽ?

✓ Làm thế nào để thu hút khách du lịch mua sắm quà tặng?

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo từ góc nhìn tài chính "Xanh"

PGS.TS. Đỗ Hùng
Trường Đại học Massey, New Zealand,
Giám đốc Mạng lưới Tài chính Ngân hàng - AVSE Global

I. Đặt vấn đề

Do nhu cầu cấp thiết phải đối phó với vấn đề biến đổi khí hậu toàn cầu và các thách thức môi trường khác như ô nhiễm không khí, đất, nguồn nước, hay sự suy giảm đa dạng sinh học, nền kinh tế toàn cầu đang ngày càng nhấn mạnh vào tính bền vững và trách nhiệm của các thực thể kinh tế đối với môi trường và xã hội. Sự thay đổi định hướng này đã dẫn đến sự ra đời của Tài chính Xanh. Về cơ bản, Tài chính Xanh đưa ra các sản phẩm tài chính giúp cung cấp vốn cho các dự án thân thiện với môi trường nhằm hỗ trợ và thúc đẩy phát triển bền vững. Bên cạnh đó, hệ sinh thái khởi nghiệp đã trở thành mảnh đất màu mỡ cho sự đổi mới và sáng tạo, có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc giải quyết những thách thức toàn cầu này. Bài tham luận này sẽ tập trung vào sự liên kết giữa Tài chính Xanh với đổi mới và sáng tạo dưới góc nhìn rằng, Tài chính Xanh đã, đang và sẽ mang lại những cơ hội to lớn cho các startup tập trung vào việc phát triển các giải pháp đột phá nhằm đóng góp xây dựng một tương lai bền vững hơn.

II. Tài chính Xanh là gì và nó có vai trò gì trong phát triển bền vững

Trên thế giới hiện chưa có một định nghĩa hoàn toàn thống nhất cho khái niệm Tài chính Xanh (xem, IFC, 2017; Lindenberg, 2014). Tuy vậy, tựu chung lại ở hàm nghĩa rộng, Tài chính Xanh có thể được hiểu là hoạt động đầu tư cho các dự án, ngành công nghiệp, hoạt động kinh doanh, phát triển kỹ thuật, và chính sách thân thiện với môi trường để phục vụ cho mục tiêu phát triển bền vững. Ở một nghĩa hẹp hơn, Tài chính Xanh có thể được hiểu như là các sản phẩm, dịch vụ tài chính hướng tới môi trường, ví dụ như các khoản cho vay, tín dụng, và trái phiếu được sử dụng để cung cấp vốn cho các dự án, hoạt động kinh doanh, hoặc giải pháp phục vụ cho phát triển bền vững.[1] Các sản phẩm và dịch vụ này được gắn thêm chữ "xanh" để phân biệt với các sản phẩm, dịch vụ tài chính truyền thống. Ví dụ các dự án có thể được đầu tư bằng dòng vốn "xanh" bao gồm (nhưng không giới hạn ở) đầu tư vào năng lượng tái tạo, hiệu quả năng lượng, công trình "xanh", phòng chống ô nhiễm, và các dự án bảo tồn. Hiện nay, các tổ chức tài chính và chính phủ trên thế giới đã và đang sử dụng nhiều công cụ và dịch vụ tài chính xanh khác nhau chẳng hạn như khoản vay kinh doanh xanh, trái phiếu xanh, tín chỉ carbon, và quỹ đầu tư bền vững.

[1] https://www.unescap.org/sites/default/d8files/28.%20FS-Green-Finance.pdf

Thế giới đã và đang chứng kiến sự phát triển đáng kinh ngạc của thị trường tài chính xanh trong hơn một thập kỷ qua, thể hiện sự cấp bách trong việc giải quyết bài toán biến đổi khí hậu trên toàn cầu. Theo số liệu mới nhất từ tổ chức Climate Bonds Initiative (https://www.climatebonds.net/), tổng giá trị trái phiếu xanh được phát hành trên toàn cầu tính đến cuối tháng 8/2024 là khoảng 3,3 nghìn tỷ USD, và dự kiến sẽ tăng lên đến hơn 5 nghìn tỷ USD trong năm 2025.[2] Các nước và khu vực phát hành trái phiếu xanh nhiều nhất bao gồm Trung Quốc, Châu Âu và Mỹ (Pham & Do, 2022). Thêm vào đó, trên thị trường tài chính, tổ chức FTSE Russel (https://www.lseg.com/en/ftse-russell) báo cáo giá trị vốn hóa toàn cầu của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực có đóng góp vào bền vững môi trường (green equities) đã đạt 7,2 nghìn tỷ USD trong năm 2021 (Pham et al., 2024). Các số liệu này minh chứng rằng vấn đề biến đổi khí hậu và phát triển bền vững đã và đang trở thành một trong các mối quan tâm chính của không chỉ các nhà hoạch định chính sách mà còn của các nhà đầu tư tài chính trên cả thị trường sơ cấp (nơi phát hành chứng khoán lần đầu) và thị trường thứ cấp (nơi mua đi bán lại các chứng khoán đã phát hành ở thị trường sơ cấp).

Như vậy có thể thấy, Tài chính Xanh thực sự đóng vai trò rất quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển bền vững bằng cách chuyển hướng dòng vốn vào các dự án có tác động tích cực đến môi trường. Nó khuyến khích sự chuyển đổi sang một nền kinh tế phát thải thấp (low emissions), hoặc trung hòa carbon (carbon neutral), bằng cách cung cấp các ưu đãi tài chính cho doanh nghiệp, các tổ chức kinh doanh khác và chính phủ giúp triển khai các giải pháp đối phó với biến đổi khí hậu và áp dụng các thực hành bền vững. Cách tiếp cận tài chính này không chỉ hỗ trợ các mục tiêu về môi trường mà còn phù hợp với các mục tiêu xã hội và quản trị, làm cho nó trở thành một phần quan trọng của khung chiến lược Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG framework).

III. Cơ hội nào cho Startup trong sự giao thoa giữa Đổi mới, Sáng tạo và Tài chính Xanh

Để đối phó với các vấn đề biến đổi khí hậu và phát thải cần phải có các ý tưởng sáng tạo và đổi mới trong công nghệ, quy trình và sản phẩm nhằm giúp các hoạt động sản xuất, kinh doanh, và xây dựng trở nên thân thiện với môi trường hơn. Tài chính Xanh đã tạo hành lang để thu hút nguồn lực tài chính giúp hiện thực hóa các ý tưởng sáng tạo và sự đổi mới có ích cho phát triển bền vững. Vì vậy có thể nói Tài chính Xanh đã, đang và sẽ tiếp tục tạo lập thời cơ vô cùng thuận lợi cho các ý tưởng khởi nghiệp thân thiện môi trường và có đóng góp cho sự phát triển bền vững. Nguồn lực tài chính huy động được từ Tài chính Xanh là rất đáng kể và sẽ còn tăng trưởng mạnh

[2] Hiểu một cách đơn giản, số liệu này có nghĩa là tính đến hết tháng 8/2024, đã có tổng cộng hơn 3,3 nghìn tỷ USD được đầu tư vào các hoạt động phát triển bền vững trên toàn cầu, và dự kiến con số này sẽ đạt 5 nghìn tỷ USD vào năm 2025.

mẽ trong những năm tới. Ví dụ như các số liệu đã đưa ra ở phần trên, trái phiếu xanh, là các trái phiếu được dành riêng cho các dự án liên quan đến khí hậu và môi trường, đã trở thành một công cụ phổ biến trên thế giới để huy động vốn. Tương tự, tín chỉ carbon cho phép các doanh nghiệp bù đắp lượng khí thải carbon của mình bằng cách đầu tư vào các dự án môi trường, từ đó góp phần làm tăng nguồn vốn tài trợ cho các ý tưởng sáng tạo và đổi mới có ích cho phát triển bền vững. Những đổi mới trong hệ thống tài chính này cũng đồng thời tạo ra các cơ hội mới cho các startup tiếp cận nguồn vốn và đóng góp vào các mục tiêu môi trường.

Sáng tạo là yếu tố cần thiết cho các startup muốn phát triển thành công các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường. Tài chính Xanh khuyến khích sự sáng tạo này bằng cách cung cấp vốn cần thiết và đồng thời có thể tạo ra nhu cầu thị trường[3] cho các giải pháp bền vững. Tuy vậy việc xác định đúng nhu cầu thị trường và đổi mới phương pháp quảng bá truyền thống để thay đổi thói quen tiêu dùng cũng rất quan trọng cho một ý tưởng khởi nghiệp startup "xanh" thành công. Trong một bản báo cáo đăng trên tạp chí Harvard Business Review năm 2019 có chỉ ra một thực tế mà hiện nay vẫn còn tồn tại rằng, *"Các công ty giới thiệu các sản phẩm bền vững đang phải đối mặt với một nghịch lý khó chịu: Hầu hết người tiêu dùng báo cáo rằng họ có thái độ tích cực đối với các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường, nhưng họ thường dường như không sẵn sàng chi tiền để mua chúng."*[4] Theo kết quả khảo sát của nhóm tác giả, 65% người tiêu dùng được khảo sát nói rằng họ muốn mua các sản phẩm hướng tới tính bền vững, nhưng chỉ khoảng 26% thực sự làm như vậy. Do đó, việc Nghiên cứu thấu đáo thái độ người tiêu dùng và đổi mới sáng tạo trong khâu marketing "xanh"[5] cũng đóng vai trò rất quan trọng trong sự thành công của startup xanh bởi việc này sẽ giúp thu hẹp khoảng cách giữa "ý định" và "hành động" của người tiêu dùng như thực tế chỉ ra ở trên. Tổng hợp các gợi ý từ Nghiên cứu trước đó trong các ngành marketing, kinh tế và tâm lý học, bản báo cáo có tổng kết thành năm hành động mà các startup xanh cần phải cân nhắc: (i) Sử dụng ảnh hưởng xã hội; (ii) Định hình thói quen tốt cho người tiêu dùng; (iii) Tận dụng hiệu ứng domino; (iv) Quyết định nên truyền tải thông điệp tới lý trí hay con tim; (v) Ưu tiên sự trải nghiệm hơn là sở hữu.[6]

1. Sử dụng ảnh hưởng xã hội

Vào năm 2010, thành phố Calgary, Alberta, đã gặp một vấn đề. Thành phố đã triển khai một chương trình gọi là "grasscycling," trong đó cư dân để cỏ cắt xong tự

[3] Ở rất nhiều nước trên thế giới ví dụ như Mỹ, Úc, và New Zealand, các ngân hàng lớn đưa ra các gói tín dụng ưu đãi cho các hộ gia đình dùng để chi tiêu hoặc đầu tư cho các sản phẩm thân thiện môi trường, giảm phát thải ví dụ như xe điện hay điện năng lượng mặt trời.

[4] https://hbr.org/2019/07/the-elusive-green-consumer

[5] Marketing "xanh" bao gồm các hoạt động giới thiệu, quảng bá sản phẩm dịch vụ thân thiện với môi trường và hướng tới phát triển bền vững.

[6] Sự diễn giải cho năm hành động này được dịch và cô đọng từ bản báo cáo xuất bản trên Harvard Business Review đã trích dẫn trong chú thích 4.

phân hủy trên bãi cỏ thay vì cho vào túi để đưa đến bãi rác. Thành phố đã tạo ra một chiến dịch thông tin về chương trình này, nhấn mạnh lợi ích của nó: Grasscycling sẽ trả lại các chất dinh dưỡng quý giá cho đất, bảo vệ bãi cỏ và giúp đất giữ ẩm. Hơn nữa, hành động bền vững này thực sự yêu cầu ít công việc hơn từ cá nhân. Nhưng tỷ lệ chấp nhận ban đầu thấp hơn nhiều so với kỳ vọng của thành phố. Sau khi tham khảo các ý kiến, thành phố thay đổi hướng tiếp cận bằng cách áp dụng các thông điệp dựa trên "chuẩn mực xã hội" chẳng hạn như "Hàng xóm của bạn đang grasscycling," tỷ lệ tham gia đã tăng gần gấp đôi. Ảnh hưởng xã hội là một trong những công cụ mạnh mẽ nhất để thúc đẩy hành vi bền vững. Ví dụ, việc cho người tiêu dùng biết rằng người khác đang mua sản phẩm thân thiện với môi trường có thể tăng 65% khả năng người tiêu dùng sẽ thực hiện mua sắm bền vững.

2. Định hình thói quen tốt cho người tiêu dùng

Hành vi của con người thường dựa trên thói quen, và việc phá bỏ thói quen xấu rồi thay thế bằng thói quen tốt là yếu tố quan trọng để lan truyền hành vi bền vững. Các công ty có thể tạo ra những thói quen này bằng cách biến các hành vi bền vững thành lựa chọn mặc định. Ví dụ, các nhà nghiên cứu ở Đức đã phát hiện ra rằng khi điện xanh được đặt làm tùy chọn mặc định trong các tòa nhà dân cư, 94% cá nhân vẫn giữ nguyên như vậy. Trong các trường hợp khác, việc làm cho các tùy chọn xanh trở thành mặc định chẳng hạn như tái sử dụng khăn tắm trong các khách sạn, hoặc nhận bản sao kê ngân hàng điện tử thay vì bản in giấy đã tăng cường việc lựa chọn các tùy chọn bền vững hơn. Trong các nhà hàng phục vụ đầy đủ ở California, đồ uống không còn đi kèm với ống hút nhựa; khách hàng phải yêu cầu rõ ràng một chiếc ống hút. Một chiến lược khác là làm cho hành động mong muốn trở nên dễ dàng hơn, ví dụ công ty Nespresso đưa ra nhiều dịch vụ miễn phí thu gom tép cà phê đã qua sử dụng để tái chế. Ngoài ra, việc sử dụng lời nhắc, cung cấp phản hồi, và đưa ra động lực là những kỹ thuật tinh tế giúp hình thành thói quen tích cực.

3. Tận dụng hiệu ứng domino

Một trong những lợi ích của việc khuyến khích người tiêu dùng hình thành các thói quen đáng mong muốn là nó có thể tạo ra những tác động tích cực: Con người thích sự nhất quán, vì vậy nếu họ áp dụng một hành vi bền vững, họ thường có xu hướng thực hiện các thay đổi tích cực khác trong tương lai. Sau khi IKEA khởi động sáng kiến bền vững mang tên Live Lagom (lagom có nghĩa là "vừa đủ" trong tiếng Thụy Điển), công ty đã nghiên cứu sâu về hành trình bền vững trong số một nhóm khách hàng cốt lõi của mình. Công ty nhận thấy rằng mặc dù mọi người có thể bắt đầu bằng một bước duy nhất—chẳng hạn như giảm lãng phí thực phẩm trong gia đình—họ thường tiếp tục hành động trong các lĩnh vực khác, chẳng hạn như bảo tồn năng lượng. IKEA cũng quan sát thấy hiệu ứng quả cầu tuyết: Mọi người sẽ bắt đầu với các hành động nhỏ và tiến tới những hành động có ý nghĩa hơn. Ví dụ, việc mua bóng đèn LED có thể dẫn đến việc mặc quần áo ấm hơn và giảm nhiệt độ, thay đổi rèm cửa và rèm để giảm mất nhiệt, cách nhiệt cửa ra vào và cửa sổ, mua các thiết bị

tiết kiệm năng lượng, lắp đặt bộ điều chỉnh nhiệt độ có thể lập trình được, và tiếp tục như vậy. Khuyến khích hình thành thói quen bền vững có thể tạo ra hiệu ứng domino, khi một hành động tích cực dẫn đến nhiều hành động tích cực khác. Tuy nhiên, cũng cần tiên lượng trước là tác động tiêu cực như hiện tượng "cho phép" cũng có thể xảy ra, tức là khi người tiêu dùng cảm thấy đã làm đủ tốt trong hành động bền vững đầu tiên của họ và không cần tiếp tục. Do đó việc thực hiện phối hợp một cách hệ thống các hành động là cần thiết để giảm thiểu tác động tiêu cực tiềm tàng.

4. Quyết định nên truyền tải thông điệp tới lý trí hay con tim

Các công ty có thể chọn giữa việc kêu gọi cảm xúc hoặc lý trí để khuyến khích hành vi bền vững. Cả hai đều có thể hiệu quả - nhưng chỉ khi các điều kiện nhất định được đáp ứng. Mọi người có xu hướng tham gia vào một hành vi khi họ cảm nhận được cảm xúc tích cực từ việc làm đó. Nguyên tắc cơ bản này thường bị bỏ qua khi nói đến tính bền vững, trong đó các chiến dịch quảng cáo có xu hướng nhấn mạnh các cảnh báo đáng lo ngại. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng hy vọng và tự hào đặc biệt hiệu quả trong việc thúc đẩy tiêu dùng bền vững hơn là các cảnh báo tiêu cực. Đồng thời, kêu gọi lý trí, như việc Unilever nhấn mạnh rằng dầu cọ của họ được canh tác bền vững, cũng có thể thúc đẩy hành vi bền vững khi người tiêu dùng tin rằng hành động tiêu dùng của họ có tác động tốt tới môi trường và phát triển bền vững.

5. Ưu tiên sự trải nghiệm hơn là sở hữu

Bên cạnh việc cố gắng thay đổi hành vi của người tiêu dùng, một số công ty đã thành công với các mô hình kinh doanh dường như làm cho người tiêu dùng cởi mở hơn với các lựa chọn xanh. Trong “nền kinh tế trải nghiệm,” các công ty cung cấp các tùy chọn trải nghiệm thay thế cho các hàng hóa vật chất. Ví dụ, Honeyfund cho phép người tặng quà cưới bỏ qua các danh sách đăng ký theo mẫu với các hàng hóa gia dụng điển hình và thay vào đó đóng góp cho tuần trăng mật, hoặc các trải nghiệm khác cho cô dâu và chú rể. Tinggly, với khẩu hiệu “Tặng câu chuyện, không phải đồ vật,” cũng cho phép người tiêu dùng mua các cuộc phiêu lưu thay vì các sản phẩm hữu hình làm quà tặng. Bên cạnh lợi ích bền vững tiềm năng, nghiên cứu cho thấy việc tặng trải nghiệm làm cho cả người tặng và người nhận hạnh phúc hơn, dẫn đến các mối quan hệ cá nhân mạnh mẽ hơn, và tạo ra những ký ức tích cực hơn. Ở một ví dụ khác, nền kinh tế chia sẻ cũng đang tận hưởng thành công tương tự, chẳng hạn dịch vụ như Airbnb, Uber hay carpool, giúp giảm phát thải. Các công ty như Eileen Fisher và Patagonia khuyến khích khách hàng tái sử dụng và tái chế quần áo, từ đó xây dựng các yếu tố bền vững vào cách sử dụng và xử lý sản phẩm.

Bằng cách suy nghĩ khác biệt cùng với các ý tưởng sáng tạo, các startup có thể tạo ra các giải pháp không chỉ giải quyết các thách thức về môi trường mà còn đáp ứng nhu cầu tiềm tàng ngày càng tăng của người tiêu dùng và doanh nghiệp đối với các sản phẩm và dịch vụ hướng tới phát triển bền vững. Hướng đi khởi nghiệp này có nhiều điểm thuận lợi bao gồm việc tiếp cận vốn được hỗ trợ bởi Tài chính Xanh, sự tăng trưởng thị trường và nhu cầu, khả năng lập quan hệ đối tác và hợp tác với các

tổ chức phi chính phủ, chính phủ và các tập đoàn lớn, và được hỗ trợ về quy định trong khi các nước đều cam kết mạnh mẽ với phát triển bền vững. Tuy nhiên để thành công, các ý tưởng và quá trình triển khai liên quan đến việc giới thiệu, quảng bá các sản phẩm, dịch vụ xanh giúp thay đổi thói quen cố hữu của người tiêu dùng là không thể coi nhẹ. Ở Việt Nam, có nhiều ví dụ về startup xanh thành công, một vài ví dụ trong số đó được tổng hợp và trình bày trong Bảng 1 dưới đây:

Bảng 1: Một số Startup hướng tới phát triển bền vững ở Việt Nam

Tên Startup	Quốc gia	Mô tả	Thành tựu
Hachi	Việt Nam	Sử dụng công nghệ IoT trong nông nghiệp đô thị, cung cấp hệ thống tưới thông minh và giám sát cây trồng.	250+ Dự án nhà kính đã được Hachi thi công trên khắp cả Việt Nam. Hachi đã xuất khẩu nhà màng đi Úc, Thái Lan, Lào và gần nhất là Mỹ. https://hachi.com.vn/
Dat Bike	Việt Nam	Sản xuất xe máy điện nhằm thay thế xe máy xăng, góp phần giảm ô nhiễm không khí.	Huy động được 2,6 triệu USD từ Jungle Ventures, mở rộng quy mô sản xuất, là startup xe máy điện tiên phong tại Việt Nam Updatednews:https://vietnambiz.vn/dat-bike-nhan-khoan-vay-4-trieu-usd-tu-infraco-asia-20248261101139.htm
Selex Motors	Việt Nam	Phát triển xe máy điện, trạm thay pin và pin có thể thay thế nhanh chóng, giảm thiểu phát thải carbon trong logistics.	Nhận được tài trợ 2,1 triệu USD pre-seed round, hợp tác với Viettel Post, Lazada, và các công ty lớn khác https://forbes.vn/startup-xe-die%cc%a3n-selex-motors-huy-dong-21-trieu-usd-von-hat-giong
PlasticPeople	Việt Nam	Tái chế nhựa phế thải thành vật liệu xây dựng và sản phẩm nội thất, thúc đẩy kinh tế tuần hoàn.	Sau hơn 4 năm thành lập, PlasticPeople đã tái chế được 800 tấn rác nhựa với tỷ lệ tái chế đạt 100%. Năm 2022, Plastic People lọt vào top 5 nhà đổi mới xuất sắc nhất của chương trình "Thử thách tái chế rác thải nhựa Đông Nam Á Sản phẩm được sử dụng trong các dự án như Marou Stations

			https://baodautu.vn/nano-morante-dong-sang-lap-ceo-plasticpeople-trao-cho-rac-thai-mot-vong-doi-moi-d202612.html
IoTeamVN	Việt Nam	Cung cấp giải pháp quản lý năng lượng, tối ưu hóa tiêu thụ năng lượng cho doanh nghiệp.	Chiến thắng tại Green Tech Incubator 2023, giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí năng lượng (BMZ Digital).
Solano	Việt Nam	Cung cấp hệ thống năng lượng mặt trời giá rẻ, kết nối với nền tảng giao dịch năng lượng.	Được sáng lập bởi các kỹ sư Oxford và Cambridge, phục vụ thị trường Việt Nam và mở rộng quốc tế (BMZ Digital).
Mana.st	Việt Nam	Chuyển hóa cây sậy thành các sản phẩm kinh tế tuần hoàn như trà, ống hút, mì, và nhiên liệu sinh học.	Xếp hạng ba tại Green Tech Incubator, nổi bật với mô hình kinh tế tuần hoàn (BMZ Digital).

IV. Thách thức cho các startup xanh

Có một điều rõ ràng rằng mặc dù có nhiều yếu tố thuận lợi và hợp với xu hướng phát triển bền vững như đã đề cập ở trên, các startup xanh cũng phải đối mặt với các thách thức lớn. Các thách thức này có thể được hệ thống dưới ba nhóm chính như sau:

1. Rào cản gia nhập thị trường: Các startup trong lĩnh vực Tài chính Xanh có thể phải đối mặt với các rào cản đáng kể để có thể gia nhập thị trường. Các yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng có thể rất nghiêm ngặt, đặc biệt là trong các ngành như năng lượng tái tạo và quản lý chất thải. Ngoài ra, chi phí ban đầu cho việc phát triển và triển khai các công nghệ xanh có thể rất cao, điều này có thể khiến một số startup không thể tham gia vào thị trường. Tuy vậy nhóm thách thức này cũng mở ra cơ hội lớn cho các ý tưởng đổi mới sáng tạo trong công nghệ.[7]

2. Cân bằng giữa lợi nhuận và bền vững: Các startup xanh cũng phải đối mặt với thách thức lớn về sự cân bằng giữa lợi nhuận và bền vững. Mặc dù nhu cầu về các sản phẩm và dịch vụ xanh đang tăng, nhưng người tiêu dùng thường không sẵn lòng trả thêm quá nhiều tiền cho chúng khi so sánh với các sản phẩm truyền thống. Các startup phải tìm cách giảm chi phí trong khi duy trì tính toàn vẹn về môi trường của các sản phẩm và dịch vụ để đạt được thành công lâu dài. Dưới áp lực về cân bằng

[7] https://theraise.eu/startup-news/the-rise-of-green-startups-entrepreneurship-at-the-forefront-of-sustainability

lợi nhuận và bền vững này, doanh nghiệp có thể rơi vào bẫy "tẩy xanh" (greenwashing trap)[8], dẫn đến nguy cơ bị tẩy chay và phá sản.

3. Quản lý rủi ro: Giống như tất cả các thị trường tài chính khác, thị trường Tài chính Xanh cũng có những biến động và rủi ro. Điều này có thể sẽ dẫn đến sự thay đổi đáng kể về lợi suất và giá của các sản phẩm Tài chính Xanh, ví dụ trái phiếu xanh hay tín chỉ carbon. Đối với các công ty phụ thuộc vào nguồn vốn hoặc các sản phẩm Tài chính Xanh này, điều này có nghĩa là chi phí sử dụng vốn và chi phí hoạt động sẽ bị thay đổi đáng kể. Do đó các starup xanh cần có các chiến lược quản lý rủi ro hiệu quả, chẳng hạn như đa dạng hóa nguồn vốn và duy trì sự linh hoạt trong các mô hình kinh doanh.

V. Kết luận

Tóm lại, Tài chính Xanh mang lại nhiều cơ hội cho các startup tập trung vào đổi mới và sáng tạo trong việc phát triển các giải pháp nhằm giải quyết một số thách thức môi trường cấp bách nhất trên toàn cầu. Bằng cách cung cấp nguồn vốn đáng kể, thúc đẩy tăng trưởng thị trường, và tạo điều kiện cho các mối quan hệ đối tác và hợp tác, Tài chính Xanh tạo hành lang thuận lợi cho các startup dẫn đầu trong quá trình chuyển đổi sang một tương lai bền vững. Tuy nhiên, các startup cũng phải đối mặt với những thách thức lớn như rào cản để gia nhập thị trường, mối quan tâm về sự cân bằng giữa lợi nhuận và phát triển bền vững, và yêu cầu về chiến lược quản lý rủi ro. Dù vậy, tương lai của các startup xanh vẫn rất hứa hẹn, với các xu hướng và công nghệ mới nổi tạo ra những cơ hội mới cho các ý tưởng sáng tạo và đột phá. Các startup hiểu rõ và tận dụng được các nguồn lực tài chính từ Tài chính Xanh sẽ có vị trí tốt để tạo ra tác động đáng kể, thúc đẩy cả tính bền vững về môi trường và tăng trưởng kinh tế. Khi thế giới tiếp tục đối mặt với những tác động ngày càng lớn của biến đổi khí hậu, vai trò của các startup xanh sẽ trở nên ngày càng quan trọng, biến họ thành những nhân tố chủ chốt trong nỗ lực toàn cầu nhằm xây dựng một tương lai bền vững hơn.

[8] Thuật ngữ "tẩy xanh" (greenwashing) dùng để chỉ hiện tượng các công ty quảng bá sai sự thật về yếu tố thân thiện môi trường và sự đóng góp cho phát triển bền vững trong các sản phẩm, dịch vụ của họ cũng như trong quá trình hoạt động khác của công ty.

Tài liệu tham khảo

IFC (2017). Green finance: A bottom-up approach to track existing flows. *International Finance Corporation – World Bank Group discussion paper*. Available at https://documents1.worldbank.org/curated/en/788041573021878350/pdf/Full-Report.pdf

Lindenberg, N. (2014). Definition of green finance. *German Development Institute discussion paper*. Available at: https://www.cbd.int/financial/gcf/definition-greenfinance.pdf.

Pham, L., & Do, H. (2022). Green bonds and implied volatilities: Dynamic causality, spillovers, and implications for portfolio management. *Energy Economics*, 112, 106106

Pham, S., Nguyen, T., & Do, H. (2024). Impact of climate policy uncertainty on return spillovers among green assets and portfolio implications. *Energy Economics*, 134, 107631.

White, K., Hardisty, D.J., Habib, R. (2019). The elusive green consumer. *Harvard Business Review*. Available at: https://hbr.org/2019/07/the-elusive-green-consumer

Khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực thương mại hóa, doanh nghiệp hóa các ý tưởng xây dựng, ứng dụng, vận hành dữ liệu lớn vào các lĩnh vực đời sống: Đặc điểm, cơ hội, thách thức và những vấn đề đặt ra

PGS.TS. Tạ Hải Tùng
Hiệu trưởng Trường Đại học Công nghệ thông tin và Truyền thông
Đại học Bách khoa Hà Nội

I. Mở đầu

Trong kỷ nguyên số, dữ liệu trở thành yếu tố then chốt, đóng vai trò quan trọng và là chìa khóa thành công trong mọi hoạt động của con người và tổ chức. Mỗi ngày, thế giới tạo ra khoảng 2,5 exabyte dữ liệu, tương đương với 10 triệu đĩa Blu-ray chứa đầy dữ liệu. Đến cuối năm 2024, tổng khối lượng dữ liệu toàn cầu dự kiến đạt 147 zettabyte, tương đương với chiều cao của gần 113,5 nghìn tháp Eiffel nếu được xếp chồng lên nhau bằng đĩa Blu-ray. Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), kết nối và chia sẻ dữ liệu có thể tăng giá trị kinh tế của bản thân dữ liệu lên từ 20 đến 50 lần, tạo ra những cơ hội mới cho sự đổi mới sáng tạo và phát triển. Không những thế, việc này còn góp phần tăng trưởng GDP từ 0,1% đến 1,5% khi chỉ sử dụng dữ liệu từ khu vực công và lên đến 2,5% hoặc thậm chí là 4% khi tích hợp cả dữ liệu từ khu vực tư nhân. Mô hình dữ liệu chính phủ mở (Open Government Data - OGD) đang trở thành xu hướng tất yếu, hướng tới việc cung cấp dữ liệu công khai, minh bạch và tạo nền tảng để phát triển chính phủ số trong tương lai.

Dữ liệu Chính phủ Mở (Open Government Data - OGD) là một triết lý, (dẫn tới) một tập hợp các chính sách thúc đẩy tính minh bạch, trách nhiệm giải trình và tạo ra giá trị bằng cách cung cấp dữ liệu của chính phủ cho tất cả mọi người. Lợi ích của OGD rất đáng kể, đầu tiên là mở rộng quyền truy cập dữ liệu, giúp người dân và các tổ chức có thể tiếp cận thông tin một cách toàn diện và công bằng. Thứ hai, OGD góp phần tăng cường lòng tin của công chúng vào các tổ chức chính phủ, nhờ sự minh bạch và trách nhiệm giải trình rõ ràng. Cuối cùng, việc khuyến khích sử dụng, tái sử dụng và phân phối miễn phí các bộ dữ liệu từ OGD không chỉ thúc đẩy sự sáng tạo mà còn tạo ra những giá trị mới trong xã hội. Những sáng kiến từ OGD không chỉ cải thiện hiệu quả hoạt động của chính phủ mà còn góp phần xây dựng các nền tảng công nghệ và kinh tế tiên tiến, với người dân là trung tâm.

Các nguyên lý cơ bản của Dữ liệu Chính phủ Mở (Open Government Data - OGD) đảm bảo rằng dữ liệu được cung cấp một cách đầy đủ, minh bạch và có giá trị cho mọi đối tượng. Trước hết, dữ liệu phải **đầy đủ** và không vi phạm quyền riêng tư, an ninh hoặc các quyền hạn khác. Thứ hai, dữ liệu cần được **nguyên gốc**, tức là thu thập từ nguồn chính xác và không bị chỉnh sửa hoặc tổng hợp lại. Dữ liệu cũng phải **kịp thời**, đảm bảo giá trị của nó trong thời gian ngắn nhất có thể. Ngoài ra, việc **có thể truy cập** rộng rãi là nguyên tắc quan trọng, giúp dữ liệu sẵn có cho nhiều mục

đích khác nhau. OGD cũng yêu cầu dữ liệu được **định dạng thân thiện với máy tính**, dễ xử lý tự động. **Không phân biệt** đối tượng sử dụng là nguyên tắc quan trọng khác, đảm bảo dữ liệu không phân biệt đối xử và có sẵn cho bất kỳ ai. Dữ liệu phải **không độc quyền** và **không cần bất kỳ giấy phép** nào để truy cập, mang đến sự tự do trong sử dụng và phân phối, trong khi vẫn đảm bảo bảo mật và quyền riêng tư.

Dữ liệu Chính phủ Mở (OGD) đã và đang phát triển mạnh mẽ trên toàn cầu, với những nước dẫn đầu như Hàn Quốc, Pháp, Nhật Bản, Canada, hay ngay cả những quốc gia ở Đông Nam Á như Indonesia, Malaysia. Các nước này có chỉ số sẵn sàng chia sẻ và sử dụng dữ liệu cao, đạt trên 0.6 điểm theo đánh giá chỉ số OUR data 2019. Các quốc gia này không chỉ có khả năng truy cập dữ liệu tốt mà còn nhận được sự hỗ trợ mạnh mẽ từ chính phủ trong việc tái sử dụng dữ liệu, đóng góp vào việc nâng cao hiệu quả quản trị và thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Ngược lại, Việt Nam đứng ở vị trí khá thấp trong bảng xếp hạng với chỉ số rất hạn chế, cho thấy vẫn còn nhiều thách thức trong việc mở rộng quyền truy cập và tận dụng dữ liệu. Chính vì vậy, mục đích của tham luận này là làm nổi bật những bài học thành công từ các quốc gia tiên tiến và đưa ra đề xuất khuyến nghị về việc chia sẻ dữ liệu ở Việt Nam.

II. Trường hợp điển hình 1: Hàn Quốc

2.1. Khung pháp lý

Nhận thấy sự quan trọng và lợi ích của dữ liệu Chính phủ mở, Chính phủ Hàn Quốc đã sớm ban hành những bộ luật, chính sách nhằm hỗ trợ và thúc đẩy sự phát triển của chia sẻ dữ liệu. Trong đó:

2.1.1. Luật Dữ liệu mở 2013: Nguyên tắc chính quản lý dữ liệu mở

Luật Dữ liệu mở 2013 của Hàn Quốc đặt ra những nguyên tắc cơ bản trong quản lý dữ liệu mở, nhằm thúc đẩy tính minh bạch và tăng cường sự tham gia của người dân và doanh nghiệp. Các nguyên tắc chính bao gồm:

- Mở là mặc định
- Quyền sử dụng cho mục đích thương mại phải được đảm bảo

Bộ luật này cũng đưa ra phạm vi mở của dữ liệu, trong đó: Mọi dữ liệu do chính quyền trung ương, địa phương và các cơ quan nhà nước tạo ra phải được cung cấp dưới dạng mở, ngoại trừ những trường hợp đặc biệt như dữ liệu liên quan đến quyền riêng tư cá nhân, an ninh quốc gia, bí mật kinh doanh và sở hữu trí tuệ.

2.1.2. Chính sách Đổi mới sáng tạo dựa trên dữ liệu mở 2017

Chính sách Đổi mới sáng tạo dựa trên dữ liệu mở 2017 của Hàn Quốc đã tạo ra bước chuyển biến quan trọng trong cách tiếp cận và quản lý dữ liệu chính phủ. Chính sách này nhấn mạnh sự thay đổi về quan điểm đối với Dữ liệu Chính phủ, thông qua những nội dung sau:

- Thay đổi trong nhận thức: hướng tới coi dữ liệu chính phủ là tài sản của cả nhà nước và công dân

- Dữ liệu mở trở thành nguyên tắc: Thay vì chỉ được lựa chọn chia sẻ, dữ liệu sẽ mặc định là mở.

- Mở rộng giá trị kinh tế và xã hội: Dữ liệu không chỉ phục vụ mục đích kinh tế mà còn đóng góp lớn vào các khía cạnh xã hội.

- Quản lý dựa trên dữ liệu và luận chứng: Các quyết định và chính sách sẽ được thực hiện dựa trên dữ liệu cụ thể, đảm bảo tính khoa học và minh bạch.

- Thúc đẩy hợp tác công tư: Cả khối nhà nước và tư nhân sẽ cùng tham gia vào quá trình đổi mới sáng tạo, tận dụng lợi ích từ dữ liệu mở.

Chính sách này đánh dấu sự cam kết của Hàn Quốc trong việc phát triển hệ sinh thái dữ liệu mở để thúc đẩy đổi mới sáng tạo toàn diện.

2.2. Dữ liệu Chính phủ mở tại Hàn Quốc

2.2.1. Cổng dữ liệu mở chính phủ data.go.kr

Cổng dữ liệu mở chính phủ data.go.kr là nền tảng chính thức cung cấp quyền truy cập duy nhất tới dữ liệu mở từ các cơ quan chính phủ Hàn Quốc, phục vụ nhu cầu của công dân và doanh nghiệp. Đây là công cụ quan trọng giúp tăng cường tính minh bạch và thúc đẩy sự tham gia của xã hội vào các hoạt động công quyền thông qua việc tiếp cận và sử dụng dữ liệu công khai.

- Năm 2019, đã có 730 cơ quan công bố dữ liệu trên nền tảng này. Trong đó, có 44 cơ quan trung ương (chiếm 9,4% tổng số dữ liệu), 250 cơ quan địa phương (73%), và 414 cơ sở công lập khác (16,6%), cùng 22 cơ quan khác (1%).

- Đến tháng 8/2024, số lượng cơ quan cung cấp dữ liệu đã tăng lên 1.030 cơ quan, cho thấy sự mở rộng mạnh mẽ của dữ liệu mở.

Số lượng bộ dữ liệu được chia sẻ trên data.go.kr cũng tăng trưởng ấn tượng. Năm 2019, có 33.600 bộ dữ liệu được chia sẻ, và con số này tăng lên 89.812 vào năm 2024, tương đương mức tăng trưởng 167%. Nền tảng này đã tạo điều kiện thuận lợi cho việc khai thác và sử dụng dữ liệu từ các cơ quan nhà nước, đồng thời thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo trong nhiều lĩnh vực kinh tế và xã hội.

2.2.2. Các lĩnh vực của dữ liệu mở

Dữ liệu mở chính phủ tại Hàn Quốc được chia sẻ rộng rãi qua nhiều lĩnh vực khác nhau, nhằm hỗ trợ người dân và doanh nghiệp trong việc tiếp cận thông tin công khai. Các lĩnh vực này bao gồm:

- Giáo dục: Cung cấp dữ liệu về hệ thống giáo dục, trường học, và các dịch vụ liên quan.

- Hành chính: Cung cấp dữ liệu từ các cơ quan chính phủ, bao gồm quy trình và hoạt động hành chính.

- Tài chính: Dữ liệu về các chính sách tài chính, ngân sách và thị trường.

- Y tế: Thông tin về dịch vụ chăm sóc sức khỏe và các chương trình y tế cộng đồng.

- Giao thông vận tải: Cung cấp dữ liệu về logistics, giao thông và hạ tầng vận tải.

Ngoài ra, các lĩnh vực khác như nông nghiệp, công nghệ, luật pháp, thời tiết, và dịch vụ xã hội cũng được chia sẻ công khai. Riêng về giáo dục, Hàn Quốc cung cấp nhiều bộ dữ liệu tiêu chuẩn, API, và file dữ liệu nhằm hỗ trợ nghiên cứu và phát triển trong lĩnh vực này. Sự đa dạng về dữ liệu mở giúp thúc đẩy sự minh bạch và đổi mới trong các lĩnh vực quan trọng của xã hội.

2.3. Các hoạt động đổi mới sáng tạo dựa trên OGD

Các hoạt động đổi mới sáng tạo dựa trên Dữ liệu Chính phủ mở (OGD) tại Hàn Quốc đã tạo ra nền tảng mạnh mẽ cho sự phát triển kinh tế và xã hội. Một trong những bước tiến quan trọng là việc thiết lập Chương trình Open Square-D (2016), nhằm thúc đẩy hệ sinh thái đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp dựa trên khai thác dữ liệu mở. Hàn Quốc cũng xây dựng các chương trình hỗ trợ được sử dụng rộng rãi gồm các hoạt động như tư vấn sử dụng dữ liệu công, đào tạo về dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo (AI). Ngoài ra, Chính phủ Hàn Quốc cũng tạo ra 6 không gian làm việc chung (co-working space) trên khắp cả nước để hỗ trợ quá trình sáng tạo và hợp tác giữa các bên.

Bên cạnh đó, Hàn Quốc cũng chú trọng đến việc thiết lập các cơ chế giám sát nhằm đảm bảo tính minh bạch và hiệu quả của dữ liệu mở. Các cơ chế này bao gồm việc kiểm soát phát triển và cung cấp các dịch vụ dựa trên dữ liệu công, cũng như giám sát sự tương tác giữa các tổ chức công và tư nhân, trong đó:

- Không cho phép phát triển và cung cấp các dịch vụ trùng lặp hoặc tương tự của các tổ chức công;

- Nếu một dịch vụ trùng lặp giữa một đơn vị công lập và một đơn vị tư nhân thì định hướng giải quyết là: đánh giá chi tiết theo định hướng nâng cao chất lượng dịch vụ công (xóa bỏ, chống trùng lặp, chuyển giao công nghệ, đôi bên cùng có lợi hợp tác, v.v.).

III. Trường hợp điển hình 2: Tây Ban Nha

3.1. Mục tiêu chia sẻ dữ liệu giáo dục và phục vụ giáo dục

Việc chia sẻ dữ liệu giáo dục và phục vụ giáo dục là một trong những yếu tố quan trọng để nâng cao chất lượng giáo dục tại Tây Ban Nha, trong khuôn khổ Dữ liệu Chính phủ Mở (OGD). Theo đó, Tây Ban Nha đã cung cấp khoảng 6700 bộ dữ

liệu về giáo dục. Mục tiêu đầu tiên của việc chia sẻ dữ liệu là làm phong phú thêm trải nghiệm học tập của học sinh, giúp nâng cao hiệu quả học tập thông qua các dữ liệu trực quan và dễ tiếp cận. Việc này không chỉ thúc đẩy khả năng tiếp thu kiến thức của học sinh mà còn tạo điều kiện cho các phương pháp giảng dạy sáng tạo hơn. Những bộ dữ liệu này cung cấp tài nguyên để giáo viên có thể áp dụng những cách tiếp cận khác nhau nhằm cải thiện chất lượng giảng dạy.

Ngoài việc nâng cao trải nghiệm học tập, việc chia sẻ dữ liệu giáo dục còn giúp tạo nên môi trường học đường hấp dẫn và thuận lợi hơn. Dữ liệu được chia sẻ có thể hỗ trợ trong việc thiết kế các chương trình học tập linh hoạt, cho phép giáo viên và học sinh tương tác tốt hơn. Đồng thời, nó cũng giúp tối ưu hóa các phương pháp giám sát học sinh, từ đó hỗ trợ giáo viên trong việc phát hiện sớm các vấn đề về hành vi hoặc khó khăn học tập của học sinh. Điều này không chỉ giúp cải thiện hiệu quả dạy kèm mà còn đảm bảo quá trình học tập trở nên chủ động và có định hướng hơn.

Cuối cùng, việc chia sẻ dữ liệu giáo dục còn giúp nâng cao hiểu biết về hiện trạng hệ thống giáo dục quốc gia, từ đó thúc đẩy cải tiến và phát triển. Các nhà quản lý giáo dục và các bên liên quan có thể sử dụng những thông tin này để đưa ra các quyết định chính sách phù hợp, cải thiện hạ tầng giáo dục và tối ưu hóa các dịch vụ giáo dục. Từ đó, giúp hệ thống giáo dục tại Tây Ban Nha trở nên minh bạch và hiệu quả hơn, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của học sinh, giáo viên, và xã hội.

3.2. Các sản phẩm sáng tạo được tạo ra từ chia sẻ dữ liệu giáo dục

Việc chia sẻ dữ liệu giáo dục đã tạo điều kiện cho nhiều sản phẩm sáng tạo ra đời, đóng góp đáng kể vào việc cải thiện hệ thống giáo dục và trải nghiệm học tập. Một trong những sáng kiến nổi bật là các ứng dụng cung cấp thông tin về hệ thống giáo dục, như Canary Islands Government School Maps, cho phép tra cứu các trung tâm giáo dục tại Canary. Dashboard on the Access of New Students to Spanish Universities là một ứng dụng tương tác giúp sinh viên mới theo dõi và trả lời các câu hỏi liên quan đến việc đăng ký nhập học. Bên cạnh đó, các nền tảng như IEscolariza và Mastermania giúp sinh viên tra cứu và đăng ký vào các trường học và chương trình thạc sĩ từ các trường đại học hàng đầu. Những sản phẩm này không chỉ giúp cải thiện khả năng tiếp cận thông tin của học sinh, mà còn tối ưu hóa quy trình giáo dục, từ khâu đăng ký đến theo dõi học tập.

Ngoài việc cung cấp thông tin, các sản phẩm sáng tạo trong giáo dục còn tập trung vào việc cung cấp tài liệu giảng dạy và hỗ trợ lớp học. Các ứng dụng như MatesGG và Authors in the BNE cung cấp các công cụ học toán và văn học, tạo điều kiện thuận lợi cho giáo viên trong quá trình giảng dạy. Bên cạnh đó, các nền tảng như Educa IGN và Casual Learn cung cấp tài liệu giáo dục, bản đồ, và các trò chơi nhằm nâng cao trải nghiệm học tập của học sinh. Một ví dụ khác là Talking in Data, ứng dụng này cho phép học sinh tìm hiểu về các nghệ sĩ nữ thông qua hình ảnh và dữ liệu.

Các sản phẩm này không chỉ giúp làm phong phú thêm tài liệu giảng dạy mà còn nâng cao sự hứng thú và tính sáng tạo trong quá trình học tập.

IV. Trường hợp điển hình 3: Mô hình ngôn ngữ lớn - SEALION và các trường hợp khác

4.1. Dự án SEALD (Southeast Asian Languages In One Network Data)

Dự án SEALD (Southeast Asian Languages In One Network Data) là một sáng kiến tiên phong nhằm thu thập và chia sẻ dữ liệu ngôn ngữ đa dạng từ các nước Đông Nam Á. Được phối hợp thực hiện bởi AI Singapore và Google Research, dự án có tổng kinh phí ước tính khoảng 70 triệu USD. Mục tiêu chính của SEALD là thu thập dữ liệu lớn để huấn luyện các Mô hình Ngôn ngữ Lớn (LLM) trong khu vực, nhằm thúc đẩy sự phát triển của công nghệ ngôn ngữ, đặc biệt là đối với các ngôn ngữ Đông Nam Á. Dữ liệu được thu thập bao gồm các ngôn ngữ chính như tiếng Indonesia, Mã Lai, Tamil, Miến Điện, Việt Nam, Philippines, Thái, Lào, và Khmer. Điều này không chỉ nâng cao khả năng xử lý ngôn ngữ tự nhiên mà còn thúc đẩy sự phát triển công nghệ trong khu vực.

Dự án SEALD có sự tham gia của hầu hết các quốc gia trong khu vực Đông Nam Á, với mục tiêu xây dựng nền tảng dữ liệu mở để các chuyên gia, người dân và các cơ quan chính phủ có thể đóng góp dữ liệu. Mô hình ngôn ngữ lớn được xây dựng từ dự án này, được gọi là SEA-LION, không chỉ chú trọng vào ngôn ngữ mà còn phần nào phản ánh văn hóa, giá trị, và chuẩn mực của các quốc gia Đông Nam Á. Đây là điểm khác biệt rõ rệt so với các mô hình ngôn ngữ lớn từ phương Tây, giúp tạo ra những giải pháp công nghệ phù hợp hơn với đặc thù khu vực.

Toàn bộ dữ liệu và mô hình được phát triển trong khuôn khổ dự án SEALD sẽ được công khai và mở cho cộng đồng sử dụng. Điều này không chỉ góp phần thúc đẩy sự phát triển công nghệ ngôn ngữ trong khu vực mà còn tạo điều kiện cho các quốc gia Đông Nam Á có thể tận dụng sức mạnh của dữ liệu mở để phát triển công nghệ thông tin, tăng cường hợp tác, và giải quyết các vấn đề ngôn ngữ đặc thù trong khu vực. Dự án này là một bước tiến quan trọng trong việc sử dụng dữ liệu để hỗ trợ phát triển bền vững và đổi mới sáng tạo trong khu vực Đông Nam Á.

4.2. Cách tiếp cận về bản quyền tác phẩm của Nhật Bản

Cách tiếp cận về bản quyền tác phẩm của Nhật Bản đã tạo ra một môi trường thuận lợi cho việc phát triển công nghệ học máy và chia sẻ dữ liệu. Ngày 1/1/2019, Đạo luật Bản quyền Nhật Bản được sửa đổi, cho phép việc thu thập và sử dụng các tác phẩm có bản quyền cho bất kỳ mục đích phân tích dữ liệu nào. Điều này áp dụng cho cả các mục đích thương mại và phi thương mại, bao gồm đào tạo các mô hình trí tuệ nhân tạo (AI). Việc mở rộng quyền sử dụng dữ liệu bản quyền này đã giúp Nhật Bản trở thành một trong những quốc gia tiên phong trong việc thúc đẩy công nghệ AI và học máy. Tới tháng 11/2022, sự ra đời của Chat GPT đã tạo ra lo ngại không chỉ ở Nhật Bản mà ở khía cạnh toàn cầu về việc bảo hộ bản quyền trong lĩnh vực sáng

tạo. Điều này tiếp tục đặt ra yêu cầu cho những thay đổi mới về vấn đề dữ liệu trong lĩnh vực AI.

Vào tháng 1/2024, Cơ quan Văn hóa Nhật Bản (ACA) đã công bố một phương pháp tiếp cận chính thức về AI và bản quyền, nêu rõ hai hình thức sử dụng dữ liệu bản quyền. Đầu tiên, khai thác dữ liệu bản quyền cho các mục đích "no-enjoyment" (như huấn luyện mô hình) thì không vi phạm bản quyền, và không phải xin chấp thuận của chủ sở hữu. Thứ hai là "enjoyment", ví dụ như việc tạo ra tác phẩm mới, chương trình máy tính mới, … Khai thác dữ liệu bản quyền cho các mục đích này thì phải bị điều chỉnh theo quy định về bản quyền. Hai ví dụ điển hình nhất thuộc nhóm các mục đích "enjoyment" có thể kể đến như: Thu thập các tác phẩm có bản quyền trong pha "fine tune" để tạo ra các tác phẩm giống với tác phẩm gốc; hoặc việc đưa tác phẩm vào để AI tạo sinh tạo ra tác phẩm theo kỹ thuật RAG.

V. Một số khuyến nghị chia sẻ dữ liệu

5.1. Một số khuyến nghị triển khai

5.1.1. Hoàn thiện chính sách và pháp luật liên quan đến chia sẻ dữ liệu

Việc chia sẻ dữ liệu tại Việt Nam cần được hỗ trợ bởi một khuôn khổ pháp lý rõ ràng và phù hợp. Điều này đòi hỏi chính phủ và các cơ quan liên quan phải cập nhật và hoàn thiện các chính sách hiện hành để đảm bảo rằng việc thu thập, chia sẻ, và sử dụng dữ liệu được thực hiện một cách minh bạch và an toàn. Pháp luật cần bao quát đủ các khía cạnh, từ quyền sở hữu trí tuệ đến bảo mật thông tin cá nhân, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân tiếp cận và sử dụng dữ liệu một cách hợp pháp.

5.1.2. Nâng cao nhận thức và tạo động lực cho liên thông chia sẻ dữ liệu

Cần nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của việc chia sẻ dữ liệu trong cả khối cơ quan nhà nước và khối tư nhân. Để thúc đẩy quá trình này, cần có cơ chế tạo động lực nhằm khuyến khích sự hợp tác giữa các bên, đặc biệt là giữa các cơ quan nhà nước và khu vực tư nhân. Sự liên thông giữa các tổ chức sẽ góp phần tối ưu hóa việc sử dụng dữ liệu, giúp khai thác hiệu quả nguồn lực dữ liệu công và tạo ra nhiều giá trị hơn cho xã hội.

5.1.3. Phát triển nền tảng truy cập và chia sẻ dữ liệu phục vụ kinh tế - xã hội

Việc phát triển các nền tảng kỹ thuật số phục vụ cho quá trình truy cập và chia sẻ dữ liệu là vô cùng cần thiết. Những nền tảng này cần được thiết kế dễ sử dụng, bảo mật và có khả năng tích hợp dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau. Đây sẽ là cơ sở để thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp dựa trên dữ liệu, từ đó đóng góp trực tiếp vào sự tăng trưởng kinh tế và phát triển xã hội tại Việt Nam.

5.1.4. Phát triển các sản phẩm khai thác dữ liệu có sức lan tỏa

Việc nhanh chóng tạo ra các sản phẩm và dịch vụ từ dữ liệu đã làm giàu sẽ giúp khai thác tối đa tiềm năng của dữ liệu. Các sản phẩm này không chỉ mang lại giá trị kinh tế mà còn thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái chia sẻ dữ liệu. Để thực hiện được điều này, cần có những dự án trọng điểm nhằm ứng dụng dữ liệu một cách hiệu quả và có khả năng lan tỏa, thúc đẩy các doanh nghiệp và tổ chức khác tham gia vào quá trình này.

5.1.5. Phát triển nguồn nhân lực

Cuối cùng, việc phát triển nguồn nhân lực có khả năng quản lý và khai thác dữ liệu là vô cùng quan trọng. Cần đẩy mạnh công tác đào tạo, nâng cao trình độ của đội ngũ chuyên gia về dữ liệu, từ đó đảm bảo rằng Việt Nam có đủ nguồn lực để quản lý và vận hành hệ thống chia sẻ dữ liệu một cách hiệu quả. Những chuyên gia này sẽ là nhân tố then chốt giúp đảm bảo rằng quá trình chia sẻ dữ liệu diễn ra an toàn và tạo ra giá trị bền vững cho xã hội.

5.2. Các sản phẩm khai thác dữ liệu chia sẻ

Các sản phẩm khai thác dữ liệu mở đóng vai trò quan trọng trong việc cải thiện quy trình nghiên cứu, học tập và đổi mới sáng tạo. Hệ thống kiểm tra trùng lặp nội dung COOPY là một ví dụ điển hình, cung cấp công cụ kiểm tra trùng lặp trong các tài liệu học thuật và nghiên cứu. Hệ thống này đang được sử dụng bởi 20 trường đại học và cao đẳng trên cả nước, với hơn 30.000 đồ án thuộc nhiều lĩnh vực. Ngoài ra, COOPY còn hỗ trợ người dùng truy cập vào hơn 2 triệu tài liệu tiếng Việt và tiếng Anh, giúp nâng cao tính minh bạch và sáng tạo trong nghiên cứu. Công cụ này không chỉ giúp giảm thiểu sự sao chép nội dung mà còn thúc đẩy việc tạo ra những nghiên cứu có giá trị thực tiễn.

Hệ thống MOOC (Massive Open Online Courses) daotao.ai là một nền tảng đào tạo trực tuyến quy mô lớn tại Việt Nam, cung cấp hơn 100 khóa học thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau. Được triển khai trong khuôn khổ Đề án 06, hệ thống này đã thu hút hơn 129.721 học viên từ 51 tỉnh thành trên cả nước. Các khóa học của daotao.ai được thiết kế nhằm nâng cao năng lực số hóa và kỹ năng chuyên môn, từ đó giúp học viên đáp ứng nhu cầu lao động ngày càng cao trong thời đại công nghệ số. Việc chia sẻ dữ liệu về khóa học và tài liệu giáo dục trên nền tảng này đã tạo điều kiện cho người học tiếp cận kiến thức chất lượng, đồng thời thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái giáo dục số.

Hệ thống HEMIS (Higher Education Management Information System) là hệ thống cơ sở dữ liệu về giáo dục đại học do Bộ Giáo dục và Đào tạo xây dựng và quản lý thống nhất. Dựa trên HEMIS, đã có hơn 100 ứng dụng được tạo ra, giúp cải thiện quá trình quản lý và đánh giá chất lượng giáo dục. Cùng với HEMIS, cộng đồng đổi mới sáng tạo đã tạo ra các nền tảng chuyển đổi số cho Bộ Giáo dục và Đào tạo, giúp

tăng cường khả năng thu thập, quản lý và sử dụng dữ liệu một cách hiệu quả. Hệ thống này đóng vai trò quan trọng trong việc tối ưu hóa các hoạt động quản lý giáo dục, đồng thời đảm bảo tính minh bạch và công bằng trong hệ thống giáo dục đại học tại Việt Nam.

V. Kết luận

Kết nối và chia sẻ dữ liệu là xu thế tất yếu của thời đại kỹ thuật số. Đây không chỉ còn là một lựa chọn mà đã trở thành yếu tố mặc định, góp phần thúc đẩy sự phát triển toàn diện của các quốc gia. Việc chia sẻ dữ liệu không chỉ giúp nhà nước, các tổ chức, doanh nghiệp tối ưu hóa quá trình vận hành, mà còn tạo ra nhiều cơ hội mới cho sự phát triển bền vững và đổi mới sáng tạo. Trong thời đại thông tin, dữ liệu là nguồn tài nguyên quan trọng, và việc tận dụng nó một cách hiệu quả sẽ mang lại lợi thế cạnh tranh lớn.

Việc kết nối và chia sẻ dữ liệu cho phép nhà nước và các tổ chức nâng cao độ minh bạch, đồng thời tăng cường trách nhiệm giải trình. Nhờ vào dữ liệu, các quyết định và chiến lược phát triển được đưa ra dựa trên những thông tin chính xác, từ đó cải thiện tính hiệu quả và công bằng. Hơn nữa, việc chia sẻ dữ liệu cũng tạo động lực phát triển kinh tế và xã hội, thông qua các hoạt động đổi mới sáng tạo. Dữ liệu mở trở thành công cụ giúp các nhà nghiên cứu, doanh nghiệp có thể tạo ra những sản phẩm, dịch vụ mang tính đột phá, đáp ứng nhu cầu của xã hội hiện đại.

Để thúc đẩy quá trình kết nối và chia sẻ dữ liệu, cần phải đặt người dân làm trung tâm. Các chính sách, pháp luật cần được hoàn thiện, đi kèm với lộ trình triển khai rõ ràng và cơ sở hạ tầng kỹ thuật mạnh mẽ. Hạ tầng công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo tính an toàn, bảo mật và tính tương thích của dữ liệu. Bên cạnh đó, việc nâng cao nhận thức và phát triển nguồn nhân lực cũng là yếu tố không thể thiếu, giúp quá trình này diễn ra suôn sẻ và hiệu quả./.

Xây dựng Trung tâm đổi mới sáng tạo tại tỉnh Ninh Bình từ góc nhìn Doanh nghiệp

Hoàng Nam Tiến
Phó Chủ tịch Hội đồng Trường Đại học FPT

Tóm tắt

Xây dựng Trung tâm Đổi mới Sáng tạo (Innovation Center - IC) đã và đang nhận được sự quan tâm sâu sát từ Chính phủ và các Bộ, ngành liên quan. Tại các Trung tâm đổi mới sáng tạo quốc gia ở Khu Công nghệ cao Hòa Lạc và TP. Hồ Chí Minh, những bước đi cụ thể đã tạo ra ảnh hưởng tích cực đối với tinh thần đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp và cộng đồng. Bài viết này đề xuất các giải pháp và góp ý cho việc xây dựng Trung tâm đổi mới sáng tạo tại tỉnh Ninh Bình từ góc nhìn của doanh nghiệp.

1. Giới thiệu

Xây dựng Trung tâm Đổi mới Sáng tạo đã được Chính phủ và các Bộ, Ban, ngành liên quan quan tâm và sát sao chỉ đạo từ lâu. Cụ thể, Bộ Kế hoạch và Đầu tư nhận được yêu cầu của Chính phủ và đã xây dựng Trung tâm đổi mới sáng tạo quốc gia tại Khu Công nghệ cao Hòa Lạc và Khu Công nghệ cao Thành phố Hồ Chí Minh. Các động thái này ta thấy những bước đi hiện nay do Bộ Kế hoạch và Đầu tư chủ trì, NIC thực hiện đang từng bước tạo ra ảnh hưởng và thúc đẩy tinh thần đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp và cộng đồng.

2. Tình hình thực tiễn

Trong bối cảnh đó, việc xây dựng Trung tâm Đổi mới Sáng tạo tại Ninh Bình là cần thiết. Điều này không chỉ thúc đẩy sự phát triển kinh tế của tỉnh mà còn giải quyết các bài toán thực tiễn từ doanh nghiệp và cộng đồng.

3. Phân tích và góp ý từ góc nhìn doanh nghiệp

Cá nhân tôi tin rằng tỉnh Ninh Bình đã có đầy đủ các loại tài liệu, phương pháp luận cũng như quyết tâm cho việc xây dựng Trung tâm đổi mới sáng tạo. Từ góc nhìn doanh nghiệp, tôi cho rằng nhiệm vụ trọng tâm của hoạt động đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình là:

- Một là, giải quyết bài toán của thực tiễn.

- Hai là, giải quyết những bài toán khó của thực tiễn phát triển của tỉnh Ninh Bình.

Các nhiệm vụ này cần phải giao cho Trung tâm đổi mới sáng tạo của tỉnh. Từ những bài toán thực tiễn, ta đưa ra để tập hợp lực lượng, doanh nghiệp, chuyên gia,

kêu gọi sự chung tay của các Trường Đại học, các Viện nghiên cứu và là khởi đầu cho các hoạt động hợp tác quốc tế.

Trong vai trò cố vấn, tư vấn cho nhiều dự án khởi nghiệp sáng tạo, tôi có những góp ý cho hoạt động đổi mới sáng tạo cho tỉnh như sau:

3.1. Lãnh đạo tỉnh cần chỉ ra những khó khăn của địa phương, các bài toán khó này xuất phát từ thực tiễn của địa phương, không chỉ hiện tại mà trong tương lai phát triển tầm nhìn 5 - 10 năm tới. Bài toán càng cụ thể, hoạt động đổi mới sáng tạo càng hiệu quả.

3.2. Thay đổi tư duy lựa chọn đội ngũ nòng cốt tham gia

Khác với suy nghĩ thông thường rằng nòng cốt của các mô hình này thường là nhà nghiên cứu, những cán bộ chuyên trách … Lực lượng nòng cốt của hoạt động đổi mới sáng tạo là: những doanh nghiệp thực sự có năng lực, quan tâm đến sáng tạo, thực tâm mong muốn đầu tư tại tỉnh.

Họ sẽ là những nhân tố chủ chốt thúc đẩy tốc độ giải quyết các bài toán đổi mới sáng tạo tỉnh đặt ra. Suy cho cùng, những những giải pháp Trung tâm đổi mới sáng tạo đưa ra cần có một đơn vị thực hiện, và rõ ràng đó là một doanh nghiệp. Họ cân nhắc việc đầu tư lợi hại, có tiềm năng hay không, cần huy động các nguồn lực gì và mang lại lợi ích thế nào cho doanh nghiệp… việc này rất phù hợp và thực tiễn.

3.3. Cần có sự thay đổi trong chính sách của địa phương cho hoạt động đổi mới sáng tạo

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp có cam kết, có đầu tư, có nghiên cứu mà không được sự ủng hộ, đặc biệt là ủng hộ việc triển khai những dự án với mực độ rủi ro cao từ chính quyền. Ở Trung tâm đổi mới sáng tạo, những đề án ứng dụng công nghệ, đặc biệt là công nghệ cao như AI, IoT, Big Data… doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với nhiều khó khăn về thủ tục, chính sách liên quan (ví dụ: luật đấu thầu, sử dụng vốn và ngân sách…). Chính điều này sẽ làm nhụt ý chí và nản lòng các doanh nghiệp với ý muốn tương tự.

Vì vậy cần phải có “Quy chế Sandbox”- một quy chế pháp lý cho phép các doanh nghiệp, dự án, các cá nhân tham gia vào Trung tâm đổi mới sáng tạo được quyền dám nghĩ, dám làm, dám đột phá thí điểm các ý tưởng, các giải pháp và cách làm mới tách khỏi môi trường thể chế hiện tại. Quy chế này cần được đưa vào luật, và nếu thành công sẽ tạo ra sức bật cho các Trung tâm đổi mới sáng tạo nói chung và tại Ninh Bình nói riêng.

3.4. Thay đổi trong tinh thần và tâm thế của lãnh đạo với các dự án đổi mới sáng tạo

Về bản chất, dự án đổi mới sáng tạo đều làm những việc chưa từng có, tỷ lệ thành công của các dự án này trên thế giới chỉ khoảng 5-30% tùy lĩnh vực. Nhưng

nếu những giải pháp của Trung tâm đổi mới sáng tạo có thể thành công và đi vào thực tiễn sẽ đóng góp giá trị lớn cho doanh nghiệp, chính quyền và cộng đồng. Vì vậy các nhà lãnh đạo, đặc biệt là người lãnh đạo cao nhất của tỉnh nhà phải có tinh thần "Right to fail - Ready to lost" - quyền được sai và chấp nhận thất bại.

Đây là điều vô cùng khó khăn trong hoàn cảnh hiện nay. Ở nước ta, tinh thần sẵn sàng chấp nhận thất bại là một điều chưa được cổ vũ nhiều trong Chính quyền và cả một bộ phận doanh nghiệp.

3.5. Tham khảo kinh nghiệm nước ngoài, đặc biệt là các quốc gia phát triển nông nghiệp, du lịch thắng cảnh, lịch sử … có chung điều kiện tương đồng với Ninh Bình như Thái Lan, Hàn Quốc, Trung Quốc… Những bài toán Việt Nam, rất nhiều quốc gia khác đã giải quyết và giải quyết tương đối trọn vẹn, để lại rất nhiều các bài học thành công và thất bại. Đó là kinh nghiệm chúng ta kế thừa và vận dụng để đẩy nhanh tốc độ phát triển.

4. Kết luận

Việc xây dựng Trung tâm Đổi mới Sáng tạo tại Ninh Bình có thể mang lại nhiều lợi ích, không chỉ cho tỉnh mà còn cho cộng đồng doanh nghiệp. Việc nhìn vào bài học kinh nghiệm trong quá trình xây dựng NIC, phân tích rõ ràng bài toán đổi mới sáng tạo và các thách thức liên quan sẽ đóng vai trò then chốt để NIC ở Ninh Bình có thể hoạt động hiệu quả và đạt được mục tiêu đề ra./.

Xây dựng Ninh Bình thành Trung tâm đổi mới sáng tạo ngoài trời lớn nhất thế giới: Thực trạng và giải pháp

Hoàng Hà
Công ty Nestle Việt Nam
Chuyên gia mạng lưới đổi mới sáng tạo - AVSE Global

1. Thực trạng tỉnh Ninh Bình

Ninh Bình có tiềm năng trở thành đô thị loại 1, thành phố trực thuộc Trung ương vào năm 2030 và trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo ngoài trời lớn nhất thế giới, nhờ các thế mạnh tiêu biểu về du lịch đa dạng, phong phú, với rừng Quốc gia Cúc Phương và các di sản thiên nhiên như Tràng An, Tam Cốc - Bích Động, khu dự trữ sinh quyển Bãi ngang - Cồn Nổi,…

Tuy nhiên, tỉnh đối mặt với nhiều thách thức về hạ tầng, môi trường, nguồn nhân lực, chính sách hỗ trợ và tài chính:

- Về giao thông và kết nối: Hạ tầng giao thông của Ninh Bình, bao gồm đường bộ, đường sắt, và các dịch vụ vận tải khác, hiện tại chưa đủ để phục vụ cho các nhu cầu của phát triển, cần được nâng cấp để đảm bảo khả năng tiếp cận dễ dàng cho cả du khách trong nước và quốc tế.

Ninh Bình là một trong ba địa phương có năng lực vận tải đường thủy nội địa lớn nhất miền Bắc với Cảng Ninh Phúc, tuy nhiên tỉnh có đường bờ biển chỉ 18 km, dẫn tới nhiều hạn chế trong việc xây dựng các cảng biển tiếp cận quốc tế.

Giao thông thành phố vẫn phụ thuộc vào các tuyến quốc lộ 1, quốc lộ 10, 12B, 21B…. và đường sắt Bắc Nam đi qua. Hệ thống đường cao tốc vẫn chưa được hoàn thiện. Chưa có sự kết nối trực tiếp với các sân bay quốc tế và các trung tâm kinh tế lớn, dù từ Sân bay Nội Bài (Hà Nội) đi Ninh Bình chỉ khoảng 120 km và sân bay Thọ Xuân (Thanh Hoá) cách thành phố Ninh Bình khoảng hơn 90 km.

- Về hạ tầng kỹ thuật số: Hạ tầng viễn thông và internet tốc độ cao chưa đạt tiêu chuẩn quốc tế, hạn chế khả năng triển khai các dự án công nghệ cao và nghiên cứu & phát triển (R&D). Khả năng cung cấp dịch vụ công nghệ số còn yếu, ảnh hưởng đến các dự án đổi mới sáng tạo.

- Về môi trường tự nhiên và bảo tồn: Phát triển các dự án ngoài trời có thể tác động tiêu cực đến hệ sinh thái và cảnh quan tự nhiên, đe dọa sự bền vững của rừng quốc gia Cúc Phương và các khu bảo tồn. Việc phát triển cần phải kết hợp với bảo tồn các giá trị văn hóa, lịch sử để tránh ảnh hưởng đến di sản và du lịch địa phương.

- Về nguồn nhân lực: Ninh Bình thiếu các trung tâm giáo dục lớn, chỉ có 01 trường đại học và 04 trường cao đẳng, dẫn đến khó khăn trong việc đào tạo và giữ chân nhân tài, đặc biệt là trong các ngành công nghệ, đổi mới sáng tạo và phát triển bền vững. Hệ sinh thái khởi nghiệp chưa phát triển, thiếu các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp và các vườn ươm khởi nghiệp.

- Về chính sách hỗ trợ: Chính sách khuyến khích đầu tư vào lĩnh vực đổi mới sáng tạo ngoài trời còn hạn chế. Hiện chưa có các ưu đãi thuế, vốn vay hoặc hỗ trợ kỹ thuật hấp dẫn để thu hút các nhà đầu tư lớn và các doanh nghiệp khởi nghiệp. Thiếu cơ chế hỗ trợ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là những doanh nghiệp khởi nghiệp, trong việc tiếp cận nguồn vốn và công nghệ, thiếu sự cam kết và kế hoạch cụ thể từ các cấp chính quyền có thể dẫn đến việc triển khai các dự án không đồng bộ và thiếu hiệu quả.

- Về kết nối với các Trung tâm đổi mới sáng tạo khác: Ninh Bình cần xây dựng mối quan hệ hợp tác với các trung tâm đổi mới sáng tạo ngoài trời quốc tế, nhưng hiện tại chưa có đủ hạ tầng giao thông, kỹ thuật số và nhân lực để thực hiện điều này. Thiếu diễn đàn và hội nghị quốc tế tại địa phương để thu hút nhà nghiên cứu và nhà đầu tư từ nước ngoài.

- Về tài chính và nguồn lực: Việc phát triển các dự án hạ tầng lớn và sáng tạo ngoài trời đòi hỏi nguồn vốn đầu tư lớn. Tuy nhiên, tỉnh chưa có đủ khả năng tài chính và cũng gặp khó khăn trong việc thu hút vốn từ các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Việc tìm kiếm và duy trì nguồn tài trợ lâu dài là thách thức lớn. Quản lý hiệu quả nguồn lực tài chính, nhân lực và vật lực cũng là một vấn đề quan trọng để đảm bảo các dự án phát triển đúng tiến độ và đạt được mục tiêu đề ra.

Các vấn đề trên đòi hỏi Ninh Bình phải có cách tiếp cận tổng thể và chiến lược dài hạn để giải quyết. Sự kết hợp giữa đầu tư hạ tầng, bảo tồn môi trường, phát triển nhân lực, xây dựng chính sách hỗ trợ, và kết nối quốc tế sẽ là chìa khóa để vượt qua những thách thức này, đưa Ninh Bình trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo ngoài trời lớn nhất thế giới.

2. Gợi ý các giải pháp về chính sách

Để giải quyết các vấn đề đặt ra và xây dựng Ninh Bình trở thành Trung tâm đổi mới sáng tạo ngoài trời lớn nhất thế giới, dưới đây là các giải pháp cụ thể cho từng vấn đề:

2.1. Giải pháp về hạ tầng và cơ sở vật chất

- Nâng cấp và mở rộng hạ tầng giao thông: Đầu tư mở rộng và nâng cấp các tuyến đường bộ, đường sắt kết nối Ninh Bình với các khu vực kinh tế trọng điểm khác của Việt Nam tiếp giáp với Ninh Bình, như Hà Nội, Hải Phòng, và Thanh Hóa.

Đặc biệt, cần xây dựng các tuyến đường cao tốc hiện đại và tăng cường kết nối với các sân bay quốc tế như sân bay Nội Bài và sân bay Thọ Xuân để tạo điều kiện thuận lợi cho việc tiếp cận của du khách và nhà đầu tư quốc tế.

- Phát triển hệ thống giao thông công cộng: Xây dựng hệ thống giao thông công cộng nội tỉnh và liên tỉnh xanh, bao gồm xe buýt điện, xe đạp điện, để giảm áp lực giao thông và bảo vệ môi trường.

- Phát triển hạ tầng kỹ thuật số thông qua đầu tư vào mạng viễn thông và internet tốc độ cao nâng cấp hạ tầng viễn thông, triển khai mạng 5G trên diện rộng để hỗ trợ các hoạt động sáng tạo, nghiên cứu và phát triển (R&D) và kết nối toàn cầu. Thiết lập các khu vực hỗ trợ đổi mới sáng tạo, với cơ sở hạ tầng hiện đại, đáp ứng tiêu chuẩn quốc tế để thu hút các doanh nghiệp đổi mới sáng tạo và các dự án R&D thân thiện với môi trường và phát triển văn hóa, kinh tế địa phương.

2.2. Giải pháp về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững

- Quy hoạch phát triển bền vững: Thiết lập quy hoạch phát triển có tính đến bảo vệ môi trường và bảo tồn di sản văn hóa. Các dự án phát triển phải được thực hiện với đánh giá tác động môi trường nghiêm ngặt, đảm bảo rằng các công trình mới không gây hại đến các hệ sinh thái và di sản địa phương.

- Phát triển các dự án xanh: Khuyến khích các dự án phát triển sử dụng công nghệ xanh, vật liệu tái chế, và năng lượng tái tạo. Tạo ra các khu vực công viên sáng tạo, không gian xanh công cộng để vừa hỗ trợ các hoạt động đổi mới sáng tạo vừa duy trì sự cân bằng sinh thái.

- Xây dựng các chính sách khuyến khích sử dụng năng lượng tái tạo: Hỗ trợ các doanh nghiệp và cá nhân sử dụng năng lượng tái tạo như điện mặt trời, điện gió thông qua các ưu đãi thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân hoặc trợ cấp tài chính.

- Giáo dục và nâng cao nhận thức: Tổ chức các chương trình cộng đồng để nâng cao nhận thức về bảo vệ môi trường và phát triển bền vững, đặc biệt trong cộng đồng dân cư và du khách.

2.3. Giải pháp về phát triển nguồn nhân lực

Đào tạo và phát triển kỹ năng:

- Hợp tác với các trường đại học và viện nghiên cứu: Xây dựng các chương trình hợp tác với các trường đại học hàng đầu và các viện nghiên cứu trong nước ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh cũng như quốc tế để đào tạo nhân lực chất lượng cao trong các lĩnh vực như công nghệ, quản lý, và đổi mới sáng tạo

- Đào tạo tại chỗ: Tổ chức các khóa đào tạo tại chỗ, chương trình thực tập và trao đổi để phát triển kỹ năng thực tiễn cho lực lượng lao động địa phương. Điều này

có thể bao gồm việc hợp tác với các doanh nghiệp lớn để tổ chức các khóa đào tạo nghề nghiệp chuyên sâu.

- Xây dựng chính sách thu hút và giữ chân nhân tài, khuyến khích nhân tài đến làm việc tại Ninh Bình, bao gồm các gói đãi ngộ hấp dẫn, hỗ trợ chi phí sinh hoạt và cơ hội thăng tiến nghề nghiệp.

- Xây dựng môi trường sống và làm việc hấp dẫn: Đầu tư vào các tiện ích sinh hoạt, y tế, giáo dục, văn hóa để tạo ra một môi trường sống hấp dẫn cho các chuyên gia và người lao động có tay nghề cao, giúp họ ổn định cuộc sống và cống hiến lâu dài.

2.4. Giải pháp về chính sách hỗ trợ

- Phát triển các chính sách ưu đãi đặc thù thông qua kêu gọi các ưu đãi về thuế và tài chính: Thiết lập các chính sách ưu đãi về thuế, như giảm thuế thu nhập doanh nghiệp, miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực đổi mới sáng tạo, phát triển bền vững, kinh tế xanh. Đồng thời, cung cấp các khoản vay ưu đãi hoặc hỗ trợ tài chính để thúc đẩy các dự án khởi nghiệp. Thành lập các quỹ đầu tư mạo hiểm, quỹ hỗ trợ khởi nghiệp để cung cấp nguồn vốn ban đầu cho các dự án khởi nghiệp sáng tạo. Cung cấp dịch vụ tư vấn và hỗ trợ pháp lý, giúp các doanh nghiệp khởi nghiệp tiếp cận thị trường và phát triển bền vững.

- Thiết lập kế hoạch phát triển dài hạn: Xây dựng một kế hoạch phát triển tổng thể, với tầm nhìn và mục tiêu rõ ràng cho việc phát triển Ninh Bình thành trung tâm đổi mới sáng tạo. Kế hoạch này cần bao gồm các lộ trình cụ thể, phân chia trách nhiệm và nguồn lực giữa các bên liên quan.

- Tăng cường hợp tác công - tư: Khuyến khích mô hình hợp tác công - tư (PPP) trong việc triển khai các dự án hạ tầng và đổi mới sáng tạo, nhằm tận dụng nguồn lực từ khu vực tư nhân và sự hỗ trợ của nhà nước.

2.5. Giải pháp về kết nối quốc tế và mở rộng quan hệ hợp tác

Tăng cường kết nối với các trung tâm đổi mới sáng tạo quốc tế:

- Thiết lập quan hệ đối tác quốc tế: Tăng cường hợp tác với các trung tâm đổi mới sáng tạo lớn trên thế giới bao gồm việc trao đổi nhân lực, chia sẻ kinh nghiệm và công nghệ, cũng như hợp tác trong các dự án nghiên cứu và phát triển.

- Tổ chức các sự kiện quốc tế: Định kỳ tổ chức các hội nghị, triển lãm và diễn đàn quốc tế về đổi mới sáng tạo tại Ninh Bình, nhằm thu hút sự quan tâm của các nhà nghiên cứu, chuyên gia và nhà đầu tư từ khắp nơi trên thế giới.

- Xây dựng hạ tầng kỹ thuật số quốc tế bằng cách xây dựng các nền tảng kỹ thuật số để kết nối doanh nghiệp, nhà đầu tư và các trung tâm đổi mới sáng tạo khác trên thế giới. Các nền tảng này có thể bao gồm các cổng thông tin trực tuyến, hệ thống quản lý dự án, và các công cụ hợp tác kỹ thuật số, trang tin điện tử, các tài

khoản mạng xã hội kết nối với các doanh nghiệp, chuyên gia một cách nhanh chóng và thuận tiện

- Thúc đẩy thương mại điện tử và kinh tế số: Hỗ trợ các doanh nghiệp địa phương trong việc tham gia vào các nền tảng thương mại điện tử quốc tế, mở rộng thị trường và kết nối với khách hàng toàn cầu.

2.6. Giải pháp về tài chính và quản lý nguồn lực

- Tăng cường huy động và quản lý nguồn vốn bằng cách tìm kiếm nguồn vốn đầu tư từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm đầu tư từ chính phủ, đầu tư nước ngoài, các quỹ đầu tư mạo hiểm, và các tổ chức tài chính quốc tế. Đặc biệt, cần khuyến khích đầu tư từ các doanh nghiệp phát triển xanh, du lịch và văn hóa và các quỹ đầu tư tập trung vào đổi mới sáng tạo.

- Áp dụng các quy trình quản lý tài chính nghiêm ngặt để đảm bảo nguồn vốn được sử dụng hiệu quả và minh bạch. Điều này bao gồm việc giám sát và đánh giá các dự án thường xuyên, nhằm đảm bảo các nguồn lực được phân bổ đúng mục đích và mang lại kết quả tốt.

- Ưu tiên các dự án có tính đột phá: Phân bổ nguồn lực ưu tiên cho các dự án có tiềm năng đột phá và mang lại giá trị cao cho cộng đồng và nền kinh tế. Điều này đòi hỏi sự đánh giá và lựa chọn kỹ lưỡng các dự án đầu tư.

- Xây dựng hệ thống đánh giá và điều chỉnh linh hoạt: Thiết lập hệ thống đánh giá hiệu quả các dự án, đồng thời có cơ chế điều chỉnh linh hoạt khi cần thiết để đảm bảo các dự án đáp ứng được các mục tiêu phát triển dài hạn của Ninh Bình.

3. Kết luận

Các giải pháp trên cần được thực hiện đồng bộ và có sự phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp, cộng đồng địa phương, và các đối tác quốc tế, chuyên gia trong và ngoài nước…. Việc triển khai hiệu quả các giải pháp này sẽ giúp Ninh Bình vượt qua các thách thức hiện tại, tiến tới mục tiêu trở thành Trung tâm đổi mới sáng tạo ngoài trời lớn nhất thế giới, góp phần vào sự phát triển bền vững của địa phương và quốc gia./.

Khởi nghiệp sáng tạo của một số doanh nghiệp du lịch tại tỉnh Ninh Bình thời gian qua - Bài học thực tiễn và những vấn đề đặt ra trong thời gian tới

TS. Bùi Văn Mạnh
Tỉnh ủy viên, Giám đốc Sở Du lịch Ninh Bình

1. Mở đầu

Ninh Bình có nhiều tiềm năng, lợi thế, là tỉnh nằm ở cực Nam đồng bằng sông Hồng, có vị trí chiến lược quan trọng cả về chính trị, kinh tế và quốc phòng - an ninh; điểm giao cắt giữa 3 vùng (Vùng Đồng bằng sông Hồng - Vùng rừng núi Tây Bắc và Vùng duyên hải Bắc Trung Bộ). Ninh Bình được thiên nhiên ưu đãi, có lợi thế cạnh tranh đặc biệt về du lịch với định hướng trở thành một trung tâm du lịch của Vùng và đất nước. Là vùng đất cố đô, nơi phát tích của ba triều đại Đinh - Tiền Lê - Lý. Hiện nay, Ninh Bình có **1.821** di tích lịch sử văn hóa, trong đó có 405 di tích đã được xếp hạng, bao gồm: 324 di tích xếp hạng cấp tỉnh và 81 di tích xếp hạng cấp quốc gia (trong đó có 3 di tích quốc gia đặc biệt).

Bên cạnh những di tích lịch sử, văn hóa, Ninh Bình còn là vùng đất lưu giữ nhiều giá trị văn hóa phi vật thể nổi tiếng với 393 di sản, trong đó có 208 lễ hội truyền thống, đặc biệt có nhiều lễ hội đặc sắc được du khách trong và ngoài nước biết đến. Nơi đây cũng là đất tổ của nghệ thuật hát xẩm, hát chèo và nhiều làng nghề truyền thống, tiêu biểu như: Làng nghề thêu Văn Lâm, làng nghề chế tác đá mỹ nghệ Ninh Vân (Hoa Lư), các làng nghề chế biến cói ở Kim Sơn, nghề gốm Bồ Bát (Yên Mô). Ngoài ra, Ninh Bình còn được biết đến bởi nét đặc sắc về văn hóa ẩm thực với nhiều món ăn nổi tiếng như: Thịt dê, cơm cháy, nem Yên Mạc (Yên Mô), rượu Lai Thành (Kim Sơn), mắm tép Gia Viễn…; là một trong 8 tỉnh, thành phố có Di sản thế giới và là địa phương duy nhất của Việt Nam và khu vực Đông Nam Á sở hữu di sản hỗn hợp văn hóa và thiên nhiên - Quần thể danh thắng Tràng An. Đây là những nguồn lực quan trọng để tỉnh Ninh Bình khai thác, phát triển du lịch và hội nhập.

Lĩnh vực du lịch của tỉnh đang đứng trước giai đoạn phát triển mạnh với nhiều cơ chế, chính sách đầu tư lớn. Tỉnh hứa hẹn sẽ là địa bàn đầu tư hấp dẫn đối với nhiều nhà đầu tư với các công trình, dự án về du lịch, các khu nghỉ dưỡng, khách sạn, nhà hàng cao cấp, khu vui chơi giải trí… nhiều năm liền giữ vững vị

trí trong nhóm 15 điểm đến hàng đầu và 10 tỉnh thu hút lượng khách cao nhất cả nước, đang dần trở thành trung tâm du lịch của quốc gia và quốc tế.

Trên cơ sở nhận thấy rõ những lợi thế so sánh để phát triển du lịch, tỉnh Ninh Bình đã và đang có nhiều chính sách, hỗ trợ tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp du lịch khởi nghiệp sáng tạo để thúc đẩy du lịch phát triển, góp phần đáng kể trong việc khẳng định vị thế trung tâm du lịch lớn vào sự phát triển kinh tế - xã hội của Ninh Bình và cả nước. Nghị quyết số 07-NQ/TU ngày 29/10/2021 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh về phát triển du lịch Ninh Bình giai đoạn 2021-2030, định hướng đến năm 2045 đã nhấn mạnh: "*Chú trọng đổi mới, sáng tạo, đẩy mạnh xã hội hóa, liên kết, huy động và sử dụng hiệu quả mọi nguồn lực để phát triển du lịch trong bối cảnh hội nhập quốc tế và cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Phát huy mạnh mẽ vai trò động lực của doanh nghiệp, giải quyết tốt vấn đề lao động, việc làm, an sinh xã hội và đảm bảo hài hòa giữa lợi ích của nhà nước, doanh nghiệp và người dân địa phương tại các khu vực phát triển du lịch; chủ động, linh hoạt trong ứng phó với diễn biến phức tạp của thiên tai, dịch bệnh và biến đổi khí hậu"*. Tỉnh chỉ đạo các sở, ngành, chính quyền địa phương các cấp thực hiện nhiều nhiệm vụ, giải pháp tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp khởi nghiệp, kinh doanh.

Tỉnh đầu tư phát triển, hoàn thiện cơ sở hạ tầng tạo điều kiện cho doanh nghiệp xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch đa dạng đáp ứng nhu cầu khách du lịch, nhất là ở các khu du lịch trọng điểm. Từ năm 2018 đến năm 2024, Ngân sách nhà nước đã cấp cho các công trình xây dựng cơ sở hạ tầng du lịch là 1.947,939 tỷ đồng, phân bổ cho một số công trình dự án cơ sở hạ tầng du lịch trọng điểm như: Dự án đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng khu du lịch sinh thái Tràng An; Dự án đầu tư cơ sở hạ tầng khu du lịch Tam Cốc - Bích Động, Dự án nạo vét tuyến giao thông thủy Bích Động - Hang Bụt, Thạch Bích - Thung Nắng; Dự án nâng cấp tuyến đường chính vào khu du lịch Kênh Gà - Vân Trình.

Bên cạnh đó, tỉnh đã tích cực triển khai có hiệu quả công tác thu hút, xúc tiến đầu tư, kêu gọi các nhà đầu tư chiến lược, có kinh nghiệm và tiềm lực để đầu tư bằng nguồn vốn ngoài ngân sách nhà nước vào lĩnh vực dịch vụ du lịch; trong giai đoạn 2018-2024 trên địa bàn tỉnh đã chấp thuận chủ trương đầu tư, cấp Giấy Chứng nhận đầu tư cho 18 dự án đầu tư mới với tổng mức đầu tư 1.569,257 tỷ đồng. Trong đó có nhiều dự án đưa vào khai thác phục vụ khách du lịch có hiệu

quả, tiêu biểu như: Khách sạn Ninh Bình Legend, khu nghỉ dưỡng Cúc Phương Resort, Khu nghỉ dưỡng VEDANA...

Các sở, ngành, địa phương thực hiện cải cách về thủ tục hành chính trong lĩnh vực du lịch và các lĩnh vực liên quan tạo điều kiện thuận lợi cho các tổ chức, cá nhân liên hệ công tác. Các sở, ngành, địa phương triển khai khá đồng bộ nhiều nội dung phục vụ xây dựng thương hiệu cho các sản phẩm, đặc sản địa phương. Từ đó, các tổ chức và cá nhân hoạt động sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh đã đăng ký nhãn hiệu, nhãn hiệu tập thể, nhãn hiệu chứng nhận, chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm đặc sản của địa phương, qua đó nâng cao thu nhập cho người dân và doanh nghiệp, góp phần hình thành và phát triển giá trị thương hiệu, năng suất, chất lượng, hiệu quả, sức cạnh tranh của các sản phẩm và dịch vụ phục vụ ngành du lịch, góp phần phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh.

2. Thực tiễn khởi nghiệp sáng tạo của một số doanh nghiệp du lịch Ninh Bình

Trong điều kiện cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các điểm đến địa phương hay quốc gia như hiện nay, các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo ngày càng có vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội của các địa phương. Tại Ninh Bình, một số doanh nghiệp du lịch khởi nghiệp sáng tạo đã có nhiều ý tưởng, phương pháp, bước đầu xây dựng các sản phẩm du lịch mới đặc sắc, đặc trưng, độc đáo trên cơ sở khai thác, phát huy các giá trị lịch sử, văn hóa và con người để tạo ra giá trị kinh tế, gia tăng trải nghiệm thú vị cho du khách. Nhìn lại những hoạt động, sự kiện trong những năm qua, có thể nhận thấy những nỗ lực, cố gắng khởi nghiệp sáng tạo của các doanh nghiệp du lịch Ninh Bình, có nhiều đóng góp quan trọng cho sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh. Doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo làm đa dạng các sản phẩm du lịch chất lượng của địa phương.

Xác định lấy du lịch sinh thái, du lịch xanh, gắn với văn hóa, lịch sử, di sản là một trong những điểm nhấn quan trọng để xây dựng các sản phẩm đặc thù gắn với thương hiệu du lịch của tỉnh. Ninh Bình đang tập trung phát triển đa dạng hóa các sản phẩm du lịch theo xu hướng, nhu cầu và thị hiếu của thị trường: du lịch nghỉ dưỡng cuối tuần, du lịch MICE, du lịch thể thao, du lịch cộng đồng, nông thôn (gắn với nông nghiệp công nghệ cao), … Nhiều sản phẩm du lịch đã được khẳng định trên thị trường trong nước và quốc tế, trở thành những sản phẩm đặc trưng, trụ

cột của tỉnh, góp phần tạo dựng thương hiệu du lịch Ninh Bình như: khu du lịch sinh thái Tràng An, khu du lịch Tam Cốc - Bích Động, Cố đô Hoa Lư, chùa Bái Đính, vườn quốc gia Cúc Phương, khu du lịch sinh thái Thung Nham, hang Múa… Các mô hình nông trại, trang trại trải nghiệm, sản xuất nông nghiệp chất lượng cao, đặc sản… gắn với phát triển du lịch được các doanh nghiệp đầu tư đưa vào phục vụ khách. Đến nay, có 03 mô hình du lịch nông thôn đã được công nhận sản phẩm OCOP về dịch vụ, du lịch cộng đồng (điểm du lịch Hang Múa - huyện Hoa Lư, dịch vụ du lịch cộng đồng Vân Long xã Gia Vân huyện Gia Viễn; du lịch Quèn Thờ xã Đông Sơn, thành phố Tam Điệp). Nhiều mô hình thu hút đông đảo khách du lịch đến tham quan, trải nghiệm như tại khu du lịch sinh thái Thung Nham, Trang trại Thanh Nga, Hang Múa…

Toàn tỉnh hiện có gần 20 khu, điểm du lịch; 31 doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành được cấp phép, trong đó có 8 doanh nghiệp lữ hành quốc tế. Tỉnh đã quan tâm, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp đầu tư, xây dựng các trung tâm tổ chức hội nghị, nhà hàng cao cấp, như: Trung tâm Hội nghị tại Khu văn hóa tâm linh chùa Bái Đính, Nhà hàng Cung đình, Nhà hàng Hoàng Giang và các cơ sở dịch vụ vui chơi giải trí, mua sắm, như: Sân golf Hoàng Gia, Sân golf Tràng An 18 lỗ, siêu thị Big C... Hệ thống cơ sở lưu trú du lịch trên địa bàn tỉnh tăng mạnh, đến nay có trên 800 cơ sở lưu trú du lịch, với hơn 10.000 phòng nghỉ, trong đó có trên 40 cơ sở đạt tiêu chuẩn 1-5 sao, các cơ sở lưu trú đã tích cực đầu tư tu bổ, duy trì, nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật, bồi dưỡng nghiệp vụ chuyên môn nghiệp vụ cho đội ngũ nhân viên, chất lượng dịch vụ du lịch được nâng cao so với giai đoạn trước, tạo sự hài lòng đối với khách du lịch.

Các doanh nghiệp tích cực sáng tạo, nghiên cứu thị trường, nghiên cứu nhu cầu của khách du lịch, đầu tư phát triển sản phẩm quà lưu niệm, quà tặng du lịch khá đa dạng về chủng loại, mẫu mã, có sự gia tăng về số lượng, cải thiện về chất lượng từ đồ trang trí, tranh ảnh, đồ gỗ mỹ nghệ, khăn choàng, ga gối thêu ren, gốm sứ,... được trưng bày, bán tại một số khu, điểm du lịch trên địa bàn tỉnh như: khu du lịch sinh thái Tràng An, khu du lịch Tam Cốc Bích Động, Nhà thờ đá Phát Diệm … Một số sản phẩm mang tính nghệ thuật cao như sản phẩm của nghề gốm cổ Bồ Bát (đĩa tranh, cốc, ấm chén, bình gốm… vẽ tay các phong cảnh nổi tiếng của Ninh Bình như Tràng An, Tam Cốc - Bích Động, Cố đô Hoa Lư, Bái Đính, Vân Long…); sản phẩm thêu tay tinh xảo của nghệ nhân làng nghề thêu ren Văn Lâm (khăn tay, khăn trải bàn, các bức tranh thêu…); sản phẩm từ lá bồ đề của

HTX Sinh Dược; một số sản phẩm mang tính biểu tượng, phản ánh nét văn hóa, độc đáo của vùng đất Cố đô như Cột Kinh, đồng tiền Thái Bình Hưng Bảo… được du khách yêu thích, đánh giá cao về tính thẩm mỹ.

3. Một số bài học kinh nghiệm thực tiễn

Mặc dù đổi mới sáng tạo mang lại nhiều cơ hội, song không phải doanh nghiệp nào cũng nắm bắt được. Đa số doanh nghiệp du lịch Ninh Bình là doanh nghiệp nhỏ và vừa, tiềm lực hạn chế, nên việc đầu tư cho đổi mới công nghệ, đổi mới sáng tạo còn gặp nhiều khó khăn, rào cản. Một số quy định về khả năng tiếp cận tín dụng ngân hàng còn là rào cản khiến doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo không thể huy động đủ vốn để phát triển. Một số quy định liên quan đến hoạt động du lịch (không cho phép kinh doanh lưu trú trong vùng lõi Di sản, không cho phép mở cơ sở chế biến thực phẩm…) còn gây khó khăn cho các doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp thiếu kinh nghiệm quản lý, khả năng tiếp cận thị trường, cạnh tranh từ các công ty lớn, sự thay đổi nhanh chóng của thị trường và công nghệ,…

Hoạt động khởi nghiệp sáng tạo cần cơ chế điều chỉnh pháp luật thông thoáng, linh hoạt, nhanh chóng để doanh nghiệp phát huy hết năng lực sáng tạo, kịp thời nắm bắt cơ hội kinh doanh. Xây dựng và thực hiện các chính sách pháp luật mang tính đột phá, phù hợp sẽ hỗ trợ, khuyến khích, tạo động lực cho doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo. Việc thực thi chính sách cần sự phối hợp chặt chẽ giữa các ngành, các cấp và địa phương để đạt hiệu quả cao nhất. Bên cạnh đó, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cũng rất quan trọng để khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nghiên cứu và phát triển.

Đối với các doanh nghiệp, việc khởi nghiệp sáng tạo trong điều kiện hạn chế về nguồn lực là khó khăn song cũng là động lực tạo ra phát triển. Vì vậy, tạo một môi trường sáng tạo sẽ là nhiệm vụ quan trọng để thúc đẩy doanh nghiệp du lịch tư duy sáng tạo và bắt tay vào thử nghiệm.

Doanh nghiệp du lịch Ninh Bình cần nỗ lực sáng tạo xây dựng chiến lược, kế hoạch kinh doanh phát triển các sản phẩm du lịch phù hợp với xu hướng của khách du lịch.

4. Một số vấn đề đặt ra với doanh nghiệp du lịch khởi nghiệp sáng tạo

Từ sau đại dịch COVID-19 thói quen và hành vi của khách du lịch đã có nhiều thay đổi, xu hướng du lịch xanh, du lịch bền vững dựa trên các nền tảng du lịch thông minh ngày càng phát triển. Bên cạnh đó, tác động mạnh mẽ từ cuộc

cách mạng công nghiệp lần thứ tư đã làm thay đổi đáng kể phương thức quản lý và khả năng tăng trưởng của ngành du lịch. Trong đó, du lịch thông minh đặt nền tảng cho nhiều mô hình kinh doanh du lịch mới đang nổi lên, các hoạt động quảng bá, giao tiếp và xúc tiến thương mại trên nền tảng kỹ thuật số ngày càng phát triển. Các trang thương mại điện tử về dịch vụ du lịch cũng sẽ có cơ hội phát triển khi hoạt động kết nối chuỗi du lịch và dịch vụ tăng lên. Ngoài ra, việc phát triển các quy chuẩn, tiêu chuẩn ngành cho du lịch mới, những giải pháp kinh doanh số, phát triển thương hiệu địa phương, phát triển sở hữu trí tuệ, kết nối mạng lưới toàn cầu… sẽ tăng trưởng một cách mạnh mẽ.

Để thích ứng với sự phát triển và hướng tới mục tiêu du lịch xanh, du lịch bền vững, việc phát triển các loại hình, sản phẩm du lịch độc đáo, mang đậm bản sắc, văn hóa của vùng đất Cố đô, khai thác giá trị của Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới Quần thể danh thắng Tràng An được ưu tiên hàng đầu. Bên cạnh đó, việc nâng cao chất lượng các chương trình, sản phẩm du lịch là yếu tố thiết yếu để thu hút du khách và phục vụ việc định vị thương hiệu du lịch Ninh Bình. Điều này đòi hỏi những cách tiếp cận mới như du lịch thông minh, du lịch an toàn, du lịch bền vững và du lịch bản địa bằng cách sử dụng các mô hình mới được thúc đẩy mạnh mẽ dựa trên chuyển đổi kỹ thuật số và khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (KNĐMST).

Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo sẽ là động lực chính để thúc đẩy quá trình thay đổi tư duy nhằm tái cấu trúc ngành du lịch. Trong đó, thay đổi các phương thức nghiên cứu, tiếp cận thị trường, vận hành doanh nghiệp, liên kết các chuỗi giá trị và chuỗi cung ứng dựa trên nền tảng công nghệ và văn hóa đổi mới sáng tạo là ưu tiên hàng đầu. Định hướng phát triển hệ sinh thái KNĐMST mở sẽ hỗ trợ hoạt động xúc tiến chuyển giao công nghệ mới, phát triển các mô hình kinh doanh có hàm lượng công nghệ, góp phần quảng bá các xu hướng công nghệ mới, thúc đẩy ứng dụng công nghệ vào sản xuất, kinh doanh nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm. Đa dạng nguồn lực theo hướng KNĐMST mở sẽ thu hút đầu tư chuyển giao công nghệ, thu hút nguồn nhân lực chất lượng cao; kết nối các hoạt động của doanh nghiệp với cộng đồng KNĐMST trong nước và quốc tế.

5. Một số đề xuất kiến nghị

- Một là, xây dựng các cơ chế, chính sách thúc đẩy đổi mới sáng tạo nhằm khuyến khích các doanh nghiệp và tổ chức áp dụng đổi mới sáng tạo

Để thúc đẩy phát triển năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp, tỉnh cần nghiên cứu xây dựng, tổ chức thực hiện chính sách hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo nhằm khuyến khích các doanh nghiệp và tổ chức áp dụng đổi mới sáng tạo. Tháo gỡ các rào cản về khả năng tiếp cận tài chính, về pháp lý để tạo môi trường thuận lợi cho doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Các biện pháp hỗ trợ có thể thông qua cung cấp hỗ trợ tài chính, như: vay vốn ưu đãi, giảm thuế hoặc miễn giảm phí; hỗ trợ kỹ thuật, gồm: đào tạo, tư vấn hoặc chia sẻ công nghệ mới. Xây dựng và phát triển các trung tâm nghiên cứu, khởi nghiệp sáng tạo, trước mắt có thể thành lập trung tâm nghiên cứu khởi nghiệp trực tuyến (thông qua một trang web hoặc mạng xã hội).

Hiện nay, nhiều giá trị về văn hóa của Ninh Bình còn đang ở dạng tiềm năng. Tỉnh cần có chính sách hỗ trợ hiệu quả các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo dựa trên khai thác tiềm năng tài nguyên du lịch của vùng đất Cố đô, vùng đất Di sản, khai thác phát triển sản phẩm có hàm lượng văn hóa cao, sản phẩm du lịch có màu sắc bản địa rõ nét như: khai thác các giá trị Di sản Tràng An, nghệ thuật hát xẩm, hát chèo, nghề thêu ren, nghề Sinh Dược - Bồ Đề, nghề gốm, đặc biệt các nét văn hoá nghệ thuật, ẩm thực cung đình vốn là đặc trưng của 2 triều đại Đinh và Tiền Lê. Thúc đẩy khởi nghiệp sáng tạo với những mô hình kinh doanh không bán cái hữu hình mà bán giá trị văn hóa trong nó để nâng tầm sản phẩm.

- Hai là, xây dựng các chính sách hỗ trợ đào tạo, bồi dưỡng cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao phục vụ yêu cầu đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp.

Thực trạng đổi mới sáng tạo trong các doanh nghiệp du lịch thời gian qua cho thấy thiếu nguồn nhân lực chất lượng cao là một trong những nguyên nhân chính hạn chế sự sáng tạo của các doanh nghiệp. Để khuyến khích doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực có chất lượng, tỉnh cần xây dựng các chính sách hỗ trợ cả về thời gian và kinh phí đào tạo, bồi dưỡng nhân lực cho doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần tăng cường hợp tác, đặt hàng nguồn nhân lực chất lượng cao với các trường đại học, học viện, các cơ sở đào tạo; tạo điều kiện cho các sinh viên, thực tập sinh thực tập tại các doanh nghiệp để có kinh nghiệm thực tiễn. Các chính sách này góp phần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và tăng cường sự hợp tác giữa các doanh nghiệp, cơ sở đào tạo và các tổ chức khoa học - công nghệ, từ đó thúc đẩy sự phát triển toàn diện của doanh nghiệp, góp phần vào sự phát triển của nền kinh tế địa phương.

- Ba là, tăng cường hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm đổi mới sáng tạo với các doanh nghiệp trong nước và quốc tế

Hợp tác và chia sẻ kinh nghiệm với các doanh nghiệp trong nước và quốc tế trong lĩnh vực đổi mới sáng tạo rất quan trọng, giúp doanh nghiệp học hỏi và áp dụng những kinh nghiệm tốt nhất từ chia sẻ của các doanh nghiệp phát triển. Đồng thời, tăng cường hợp tác mang lại cơ hội cho các doanh nghiệp du lịch trong tư vấn chiến lược để điều chỉnh hoặc cải thiện hoạt động, giúp doanh nghiệp tiếp cận nguồn nhân lực chất lượng cao, kiến tạo một hệ thống đổi mới sáng tạo, từ đó nâng cao khả năng cạnh tranh toàn diện của hệ thống doanh nghiệp.

Khởi nghiệp sáng tạo, thúc đẩy doanh nghiệp phát triển luôn là động lực, là nguồn lực quan trọng trong phát triển của mỗi địa phương, mỗi quốc gia, đặc biệt là trong thời đại cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo ngành du lịch với các mô hình kinh doanh mới, tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới, cùng với các sản phẩm truyền thống sẽ tăng được năng lực cạnh tranh của tỉnh, là đòn bẩy hiệu quả để cấu trúc lại ngành du lịch, thúc đẩy các liên kết hợp tác ngành, liên kết đa ngành, đa nguồn lực để du lịch Ninh Bình bứt phá./.

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thông qua phát triển các mô hình nông nghiệp đa giá trị tại tỉnh Ninh Nình

Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

I. Mở đầu

Ngày 16/6/2022, Ban Chấp hành Trung ương Đảng Khóa XIII đã ban hành Nghị quyết số 19-NQ/TW về nông nghiệp, nông dân, nông thôn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã đặt mục tiêu "Nông nghiệp là lợi thế quốc gia, trụ đỡ của nền kinh tế. Phát triển nông nghiệp hiệu quả, bền vững, tích hợp đa giá trị theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, năng lực cạnh tranh, gắn với đẩy mạnh phát triển công nghiệp chế biến, bảo quản sau thu hoạch và phát triển thị trường nông sản cả ở trong nước và ngoài nước; bảo đảm an toàn thực phẩm, an ninh lương thực quốc gia, bảo vệ môi trường sinh thái; khuyến khích phát triển nông nghiệp xanh, hữu cơ, tuần hoàn". Như vậy, phát triển nông nghiệp đa giá trị sẽ là xu hướng tất yếu trong thời gian tới.

II. Nội dung

1. Những căn cứ pháp lý khẳng định vị trí, vai trò của nông nghiệp và nông nghiệp đa giá trị

- Nghị quyết 26, trung ương 7, khóa 10 (2008); Nghị quyết 19, trung ương 5, khóa XIII (2022) về nông nghiệp nông dân nông thôn.

- Quyết định số 150/QĐ-TTg ngày 28/01/2022 phê duyệt Chiến lược phát triển nông nghiệp và nông thôn bền vững giai đoạn 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050.

- Quyết định 218/QĐ-TTg ngày 04/3/2024 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt quy hoạch tỉnh Ninh Bình đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050.

- Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Ninh Bình lần thứ XXII, nhiệm kỳ 2020-2025; Chương trình hành động số 01-CTr/TU; Kết luận số 83-KL/TU ngày 23/8/2021 của Ban Thường vụ Tỉnh ủy Ninh Bình về tiếp tục thực hiện Nghị quyết số 05-NQ/TU Về phát triển kinh tế nông nghiệp theo hướng hang hóa, ứng dụng công nghệ cao, hình thức sản xuất tiên tiến, bền vững giai đoạn 2016- 2020, định hướng đến năm 2030.

Những căn cứ pháp lý khẳng định định hướng phát triển nông nghiệp Ninh Bình đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050 như sau:

- Xây dựng nền nông nghiệp sinh thái, hữu cơ, an toàn, đa giá trị, ứng dụng công nghệ cao, phát triển nông nghiệp số, nông nghiệp du lịch sinh thái, cảnh quan. Tập trung phát triển các sản phẩm nông nghiệp nông sản đặc sản, đặc hữu, đặc trưng phục vụ du lịch, các cây trồng, vật nuôi có lợi thế của tỉnh; hình thành cá vùng sản xuất hàng hóa tập trung quy mô phù hợp với các sản phẩm nông nghiệp chủ lực, sản phẩm đặc sản, OCOP có giá trị kinh tế và sức cạnh tranh cao; đẩy mạnh phát triển công nghiệp chế

biến, bảo quản đáp ứng yêu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu, kết nối bền vững chuỗi giá trị nông sản toàn cầu; phát triển kinh tế nông nghiệp gắn với gắn với Vùng đồng bằng sông Hồng và Vùng Thủ đô Hà Nội.

- Tập trung phát triển nuôi trồng thủy sản gắn với quy hoạch vùng và xây dựng, phát triển thương hiệu. Tăng cường hiệu quả quản lý, bảo vệ và nâng cao chất lượng rừng tự nhiên, rừng đặc dụng, rừng phòng hộ ven biển.

- Đẩy mạnh khởi nghiệp đổi mới sáng tạo theo mô hình phát triển nông nghiệp sinh thái gắn với đa giá trị.

2. Các yếu tố cấu thành mô hình nông nghiệp đa giá trị

- Khai thác và sử dụng tài nguyên hiệu quả, giảm thất thoát lãng phí

- Tạo ra sản phẩm an toàn, chất lượng

- Bảo vệ môi trường sinh thái, sức khỏe con người

- Đảm bảo giá trị về kinh tế, thu nhập cho người sản xuất

- Đáp ứng mục tiêu phát triển chung và gắn với văn hóa địa phương

3. Những căn cứ thực tiễn về nông nghiệp đa giá trị tại Ninh Bình

3.1. Kết quả

Kết quả tổng thể: Nông nghiệp chiếm gần 10% cơ cấu kinh tế toàn tỉnh; Tốc độ tăng trưởng giai đoạn 2021- 2023 bình quân gần 3%; giá trị 1 ha canh tác đạt trên 155 triệu đồng. Với Nông nghiệp thì chia tỉnh thành 5 tiểu vùng kinh tế sinh thái nông nghiệp, mỗi vùng có các sản phẩm, đặc sản, cụ thể riêng theo từng lĩnh vực; Xây dựng nông thôn mới: tỉnh cơ bản đạt các tiêu chí để hoàn thành nhiệm vụ xây dựng NTM; 8/8 huyện, thành phố đạt chuẩn/hoàn thành nhiệm vụ nông thôn mới, 01 huyện đạt chuẩn nông thôn mới nâng cao; 119/119 xã đạt chuẩn nông thôn mới; 50/119 xã đạt chuẩn nông thôn mới nâng cao (đạt tỷ lệ 42%); 18/119 xã đạt chuẩn nông thôn mới kiểu mẫu (đạt tỷ lệ 15,12%); có trên 542 thôn (xóm, bản) được công nhận đạt chuẩn nông thôn mới kiểu mẫu (chiếm 40% số thôn, xóm, bản toàn tỉnh); Toàn tỉnh có 181 sản phẩm OCOP.

3.2. Những mô hình tiệm cận mô hình nông nghiệp sinh thái đa giá trị

- Cánh đồng lúa Sắc vàng Tam Cốc (22ha; cần sản xuất theo quy trình hữu cơ; giống đặc sản, bản địa, câu truyện sản phẩm… đảm bảo hình thành mô hình nông nghiệp sinh thái đa giá trị tiêu biểu);

- Đầm Sen Hang Múa; các đầm Sen gắn với trải nghiệm du lịch ở Hoa lư

- Từ năm 2018, Ninh Bình đã áp dụng quy trình sản xuất theo hướng hữu cơ, đến nay đã có hơn 4 nghìn ha lúa được sản xuất theo hướng hữu cơ.

- Canh tác lúa SRI: đến nay khoảng 5000 ha, giảm thuốc, giảm phân bón hóa học, giảm giống, tang năng suất. Là tiền đề để thực hiện canh tác lúa giảm phát thải.

- Các trang trại nông nghiệp tổng hợp (khoảng trên 50 trang trại, có những trang trại đã gắn với du lịch trải nghiệm);

3.3. Dư địa phát triển nông nghiệp đa giá trị tại Ninh Bình

- Mục tiêu phấn đấu đưa Ninh Bình thành thành phố trực thuộc Trung ương với đặc trưng Đô thị dị sản thiên niên kỷ, thành phố sáng tạo đã xác định quan điểm nhất quán, xuyên suốt là phát triển du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, mang tính điều hướng, dẫn dắt các ngành, lĩnh vực phát triển theo hướng xanh, bền vững. Là cơ hội cho phát triển nông nghiệp sinh thái đa giá trị.

- Cơ sở dư địa từ lợi thế về điều kiện tự nhiên và hạ tầng nông nghiệp: (1) Tài nguyên rừng: 28 ngàn ha, trong đó có rừng nguyên sinh (vườn quốc gia Cúc Phương, 11,2 ngàn ha thuộc Ninh Bình), khu rừng lịch sử văn hóa Hoa Lư, khu bảo tồn thiên nhiên đất ngập nước Vân Long, Rừng phòng hộ ven biển (tiềm năng cho sinh thái nghỉ dưỡng và trao đổi tín chỉ Cacbon). (2) Đất trồng lúa 44 ngàn ha, 7 ngàn ha cây ăn quả, 15 ngàn ha rau màu các loại, đảm bảo về an ninh lương thực. (3) Diện tích nuôi trồng thủy sản (nước ngọt 10 ngàn ha, mặn lợ 4 ngàn ha). (4) Chia thành 05 tiểu vùng kinh tế sinh thái khá rõ nét và độc đáo (vùng đồi núi bán sơn địa; vùng ruộng trũng; vùng đô thị và ven đô; vùng đồng bằng; vùng ven biển), mỗi vùng đều có các sản phẩm chủ lực và đa dạng các sản phẩm đặc sản. (5) Hạ tầng thủy lợi, nhất là thủy lợi nội đồng được đầu tư đáp ứng đa giá trị (phòng chống thiên tai, phục vụ sản xuất, dân sinh…), có khả năng cải tạo đáp ứng yêu cầu trồng lúa giảm phát thải.

- Dư địa về sản phẩm: Đa dạng, phong phú, nhiều sản phẩm đặc sản: Dê núi, cơm cháy, nem chua, mắm tép, cá rô Tổng Trường, cá Tràu tiến vua, Trà hoa vàng Cúc Phương…

4. Những khó khăn

Ngoài yếu tố khó khăn mang tính khách quan như: Nông nghiệp chịu tác động trực tiếp của thời tiết khí hậu, dễ bị ảnh hưởng của thiên tai, dịch bệnh… Xin đưa ra một số khó khăn, đó là:

(1) Chuyển biến về mặt tư duy, nhận thức chưa toàn diện. Đặc biệt là lao động khu vực nông nghiệp ngày càng già hóa và giảm.

(2) Truyền thống, tập quán canh tác thâm canh tăng năng suất: trồng trọt còn lạm dụng hóa chất, chăn nuôi và thủy sản sử dụng thức ăn công nghiệp.

(3) Chưa tận dụng tối đa các phụ phẩm nông nghiệp để tái đầu tư vào sản xuất: rơm rạ, chất thải trong chăn nuôi,…

(4) Khoa học công nghệ: đã được áp dụng nhưng chỉ áp dụng từng phần chưa thành chuỗi từ khâu sản xuất, sơ chế, chế biến sâu và tiêu thụ.

(5) Quỹ đất cho nông nghiệp ngày càng thu hẹp, đặc biệt với mục tiêu đưa Ninh Bình trở thành thành phố trực thuộc trung ương thì đất nông nghiệp sẽ chuyển sang phi nông nghiệp và đất đô thị, khó khăn cho tổ chức sản xuất quy mô lớn.

(6) Cơ chế chính sách: Nhiều cơ chế chính sách, tuy nhiên chưa đủ mạnh đặc biệt cơ chế chính sách cụ thể cho phát triển nông nghiệp tuần hoàn, hữu cơ, đa giá trị.

5. Đề xuất một số giải pháp

(1) Công tác tuyên truyền, phát động phong trào sâu rộng đến cán bộ, công chức, viên chức và nhân dân hiểu được mục đích, ý nghĩa của nông nghiệp đa giá trị. Tuyên truyền, hướng dẫn cách làm hay, hiệu quả của các mô hình nông nghiệp sinh thái đa giá trị

(2) Công tác quy hoạch và thực hiện quy định.

Quy hoạch tỉnh đã được phê duyệt, hướng tới phải quy hoạch chi tiết tới xã và thực hiện theo quy định. Đặc biệt là quy hoạch đất đai, cần chi tiết đối với đất lúa, đất lâm nghiệp, đất chăn nuôi, nuôi trồng thủy sản, đất công nghiệp, đô thị, dịch vụ. Từ đó xác định, định hướng các giải pháp, đặc biệt là cơ chế chính sách phát triển nông nghiệp cho phù hợp và đảm bảo thực hiện được quy hoạch chi tiết, nhất là đối với đất phục vụ mục đích nông nghiệp.

(3) Cơ chế chính sách

Vì Cơ chế chính sách là mấu chốt thúc đẩy thực hiện tổng thể các giải pháp phát triển kinh tế nông nghiệp nông thôn. Đề nghị TW, Tỉnh có chính sách mở, thông thoáng và mạnh hơn cho lĩnh vực nông nghiệp. Trong đó ưu tiên một số chính sách sau:

- Sản phẩm chủ lực, đặc sản theo hướng hữu cơ, theo chuỗi giá trị (tập trung đầu tư hỗ trợ sản xuất theo hướng hữu cơ), gắn với văn hóa địa phương, tạo nguồn cho sản phẩm OCOP;

- Chương trình cơ giới hóa đồng bộ

- Hỗ trợ trồng lúa giảm phát thải khí nhà kính

- Bảo vệ, phát triển rừng, trồng rừng phòng hộ ven biển, tăng tỷ lệ che phủ rừng gắn với trao đổi tín chỉ Cacbon, trồng cây xanh bảo vệ môi trường ở những khu vực không quy hoạch cho đất lâm nghiệp (các mỏ khoáng sản đã đóng cửa, tăng tỷ lệ cây xanh các khu đô thị, khu, cụm công nghiệp).

- Bố trí nguồn lực hỗ trợ: Thuốc, vắc xin, hóa chất phòng chống dịch bệnh trên cây trồng vật nuôi; Cải tạo hạ tầng thủy lợi nội đồng đáp ứng yêu cầu trồng lúa giảm phát thải.

III. Kết luận

Tóm lại, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thông qua phát triển các mô hình nông nghiệp đa giá trị tại tỉnh Ninh Bình hướng đi phù hợp với xu thế của phát triển. Thực hiện được được định hướng này sẽ giúp nông nghiệp Ninh Bình giữ vững vai trò là trụ đỡ của nền kinh tế, là nền nông nghiệp sinh thái đa giá trị, góp phần quan trọng đưa Ninh Bình trở thành thành phố trực thuộc trung ương với đặc trưng đô thị di sản thiên niên kỷ./.

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thông qua công nghiệp hoá các ngành nghề truyền thống dựa trên tri thức bản địa

Sở Công thương tỉnh Ninh Bình

Dưới sự tác động của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, những doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam nói chung và doanh nghiệp tại Ninh Bình rói riêng đã không ngừng tăng về số lượng cũng như chất lượng thuộc các ngành nghề, lĩnh vực và quy mô khác nhau. Việc ứng dụng khoa học công nghệ, kỹ thuật tiên tiến hiện đại vào sản xuất tại các làng nghề, nghề truyền thống trên địa bàn tỉnh là hướng đi tất yếu hiện nay. Bởi đây là yếu tố quan trọng, cấp thiết để các cơ sở sản xuất, kinh doanh nâng cao sức cạnh tranh, sản xuất lượng thành phẩm lớn, giảm giá thành sản phẩm, giải phóng sức lao động và bảo vệ môi trường.

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có 76 làng nghề được công nhận, 03 nghề truyền thống được Bộ Văn hoá Thể thao và Du lịch công nhận là Di sản văn hoá phi vật thể Quốc gia. Uy tín, tên tuổi của nhiều nghề, làng nghề đã được khẳng định trên thị trường như làng nghề chế tác đá mỹ nghệ Ninh Vân, nghề gốm cổ Bồ Bát, nghề thêu truyền thống Văn Lâm, nghề cói Kim Sơn... Nhiều nghề truyền thống, làng nghề tận dụng được nguồn nguyên liệu có sẵn của địa phương như mây tre, cói, đất sét...Bên cạnh đó, nguồn nhân lực tại chỗ dồi dào, nhiều nghệ nhân có tay nghề cao, giàu tâm huyết với sự phát triển của làng nghề, sẵn sàng truyền dạy cho thế hệ trẻ để gìn giữ nghề.

Để thực hiện mục tiêu của Chính phủ hiện hay nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo phát triển. Sở Công Thương, với chức năng nhiệm vụ được giao, đã lồng ghép chương trình khuyến công, xúc tiến thương mại, thương mại điện tử hỗ trợ các doanh nghiệp trong tỉnh công nghiệp hoá các ngành nghề truyền thống, dựa vào nguồn nguyên liệu, văn hoá, truyền thống, đặc sản của địa phương để tạo ra những sản phẩm và dịch vụ có giá trị gia tăng, tính sáng tạo cao, phù hợp với thị hiếu của người tiêu dùng và xu hướng hiện đại nhưng vẫn giữ được nét đặc trưng của văn hóa Ninh Bình.

Nhằm cụ thể hóa các cơ chế chính sách về khuyến công, Sở Công thương đã tham mưu cho UBND tỉnh ban hành Quyết định số 759/QĐ-UBND ngày 18/6/2020 về việc phê duyệt Chương trình khuyến công tỉnh Ninh Bình giai đoạn 2021-2025; Quyết định số 18/2019/QĐ-UBND ngày 20/5/2019 về việc ban hành Quy chế quản lý kinh phí khuyến công tỉnh Ninh Bình; tích cực hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật, chuyển giao công nghệ và ứng dụng máy móc tiên tiến, tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp. Qua đó đã khuyến khích, hỗ trợ các tổ chức, cá nhân tham gia phát triển sản xuất công nghiệp nông thôn đầu tư

máy móc trang thiết bị hiện đại, áp dụng sản xuất sạch hơn trong công nghiệp giúp cho các doanh nghiệp đầu tư mở rộng sản xuất, nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường. Bằng nguồn kinh phí khuyến công giai đoạn 2012-2024, Sở đã hỗ trợ 218 cơ sở CNNT nâng cao năng lực sản xuất với tổng kinh phí hỗ trợ là 29.187 triệu đồng, trong đó: Hỗ trợ 03 cơ cở CNNT xây dựng mô hình trình diễn kỹ thuật để phổ biến công nghệ mới với kinh phí hỗ trợ là 2.250 triệu đồng; hỗ trợ cho 215 cơ sở CNNT ứng dụng máy móc tiên tiến trong sản xuất đã với kinh phí hỗ trợ 26.937 triệu đồng.

Triển khai chương trình xúc tiến thương mại, Sở Công Thương đã tham mưu cho UBND tỉnh ban hành Quyết định số 49/2023/QĐ-UBND ngày 01/8/2023 về việc ban hành quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại tỉnh Ninh. Hàng năm, Sở đã hướng dẫn các đơn vị thụ hưởng triển khai các đề án xúc tiến thương mại với kinh phí trên 4 tỷ đồng/năm hỗ trợ các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh nâng cao chất lượng sản phẩm, quảng bá, giới thiệu sản phẩm, hỗ trợ thông tin thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia các hội chợ trong và ngoài nước để mở rộng thị trường tiêu thụ, tạo thêm việc làm, thu nhập cho lao động. Để giúp các doanh nghiệp đẩy mạnh hoạt động sản xuất, tiêu thụ sản phẩm, Sở Công Thương thường xuyên quảng bá, giới thiệu sản phẩm của các doanh nghiệp sản xuất công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, sản phẩm của các làng nghề trên website của Sở và tại các hội chợ triển lãm, hội nghị kết nối cung cầu; phối hợp với Cục Xúc tiến thương mại hỗ trợ cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh tham gia các chương trình XTTM quốc gia tại các thị trường trọng điểm như Mỹ, Châu Âu, Ấn Độ…; tổ chức Hội nghị kết nối cung cầu cho các doanh nghiệp của 3 tỉnh Ninh Bình, Bạc Liêu, Cà Mau; hướng dẫn, tập huấn, hỗ trợ xây dựng và phát triển gian hàng cho các doanh nghiệp trên sàn giao dịch thương mại điện tử.

Bên cạnh đó, Sở Công Thương còn tổ chức nhiều Chương trình để hỗ trợ các doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm như: Hỗ trợ cho các doanh nghiệp kết nối, hợp tác đầu tư, trao đổi, khai thác thông tin xúc tiến thương mại; quảng bá hình ảnh các mặt hàng, sản phẩm của các đơn vị, nhất là các sản phẩm OCOP, sản phẩm chủ lực, sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu của các doanh nghiệp ra thị trường thông qua các hoạt động truyền thông trên báo giấy, báo điện tử, truyền thanh, truyền hình, ấn phẩm và các hình thức phổ biến thông tin khác; hỗ trợ các doanh nghiệp tổ chức các điểm bán hàng lưu động tại các khu, cụm công nghiệp, khu đô thị, khu vực miền núi để mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Có thể nói, hoạt động khuyến công và xúc tiến thương mại trong thời gian qua đã có tác dụng hết sức thiết thực, hiệu quả giúp các doanh nghiệp nâng cao năng lực sản xuất, tăng khả năng cạnh tranh, tăng giá trị sản phẩm, phát triển thương hiệu, tăng thu nhập cải thiện đời sống cho người lao động, tạo thêm nhiều việc làm mới ở địa phương, hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia vào các chuỗi liên kết sản xuất, tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị…; việc hỗ trợ ứng dụng máy móc

thiết bị tiên tiến đã giúp cơ sở công nghiệp nông thôn nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm, hiểu quả sử dụng nguyên liệu, nhiên liệu, giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Thông qua các đề án, các cơ sở CNNT được tiếp cận phương thức quản lý và công nghệ sản xuất mới đã khai thác có hiệu quả ngành nghề phù hợp tại địa phương, giải quyết việc làm, tăng thu nhập, giảm nghèo bền vững, thúc đẩy các làng nghề, làng nghề truyền thống của tỉnh phát triển.

Bên cạnh những kết quả đạt được, vẫn còn những khó khăn, tồn tại như: Các cơ sở sản xuất trong lĩnh vực ngành nghề truyền thống trên địa bàn tỉnh chủ yếu là các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, năng lực hoạt động sản xuất kinh doanh còn hạn chế. Trình độ lãnh đạo quản lý của một số doanh nghiệp còn hạn chế nên chưa kịp thời nắm bắt các chủ trương chính sách của Nhà nước, do đó chưa tiếp cận được nhiều các chính sách hỗ trợ của nhà nước. Sự liên kết trong các lĩnh vực đào tạo nghề, cung cấp thông tin thị trường, tiêu thụ sản phẩm chưa được chặt chẽ. Thị trường tiêu thụ sản phẩm chưa được mở rộng, một mặt do các sản phẩm thủ công còn đơn điệu về mẫu mã, chất lượng chưa cao. Một trong những yếu tố quyết định đến duy trì và phát triển nghề truyền thống là trình độ công nghệ, kỹ thuật còn thấp, việc đổi mới công nghệ, mẫu mã, kiểu dáng sản phẩm diễn ra chậm chưa theo kịp yêu cầu của thị trường, phần nhiều lao động chưa qua đào tạo. Nguồn kinh phí hỗ trợ từ các chương trình khuyến công, xúc tiến thương mại còn hạn chế nên số lượng cơ sở được hỗ trợ còn ít, mức hỗ trợ còn thấp.

Trong thời gian tới, nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, thúc đẩy các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trên địa bàn tỉnh áp dụng các thành tựu của công nghiệp vào sản xuất, kinh doanh các ngành nghề truyền thống, Sở Công Thương Ninh Bình tập trung vào các nội dung sau:

1. Đẩy mạnh hỗ trợ từ nguồn kinh phí khuyến công, xúc tiến thương mại để các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh tại làng nghề đầu tư chuyển giao khoa học kỹ thuật, phát triển sản phẩm, đăng ký thương hiệu, tham gia hội trợ triển lãm để trưng bày, quảng bá thương hiệu sản phẩm nhằm mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, chú trọng đến sản phẩm xuất khẩu.

2. Đẩy mạnh đào tạo nghề, truyền nghề; tổ chức các cuộc hội thảo, hội nghị, tập huấn, tham quan học tập kinh nghiệm nhằm nâng cao trình độ quản lý, sản xuất kinh doanh, khoa học công nghệ và các lĩnh vực liên quan đến hoạt động sản xuất, kinh doanh tại làng nghề.

3. Khuyến khích, hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất tại làng nghề đẩy mạnh nghiên cứu, sáng tác thiết kế mẫu mã sản phẩm nhằm đảm bảo sự phát triển ổn định và bền vững của làng nghề. Tăng cường liên kết, hợp tác giữa cơ sở sản xuất làng nghề với các doanh nghiệp đầu mối lớn trong và ngoài tỉnh để tiêu thụ sản phẩm.

4. Phối hợp với các đơn vị liên quan xây dựng kế hoạch hỗ trợ các doanh nghiệp công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp, trong đó tập trung vào các nội dung: Hỗ trợ đào tạo nghề, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; đổi mới công nghệ; xử lý ô nhiễm môi trường; xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ.

5. Căn cứ Nghị định số 80/2021/NĐ-CP ngày 26/8/2021 của Chính phủ quy định chi tiết về hướng dẫn thi hành một số điều của Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa. Sở Công Thương sẽ tập trung hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn tỉnh trong việc tham gia cụm liên kết ngành, chuỗi giá trị, chuyển giao công nghệ. Đặc biệt tập trung vào các nội dung: Hỗ trợ tư vấn đánh giá toàn diện năng lực cho doanh nghiệp nhỏ và vừa; hỗ trợ tư vấn cải tiến, nâng cấp kỹ thuật chuyên sâu; tư vấn về thủ tục xác lập, chuyển giao, khai thác và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ ở trong nước; tư vấn tìm kiếm thông tin, quảng bá sản phẩm, phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp nhỏ và vừa./.