

Giáo dục khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cho sinh viên trường Cao đẳng Lào Cai

Lù Thị Lừu*

*ThS. Khoa Nông lâm - Xây dựng, Trường Cao đẳng Lào Cai
Received: 30/12/2023; Accepted: 6/1/2024; Published: 14/1/2024

Abstract: Innovative Entrepreneurship is based on passion, experience and technology to create innovative models and products. It means starting a business from new ideas, new models, new scientific and technological results, then quickly developing into a business to compete globally and receive rapid investment. This activity is related to the subject that is scheduled to be studied at the end of the course before graduating from school, helping students make their own choices. The module's content is to introduce learners to knowledge and skills about Innovative Entrepreneurship in production and business. This article presents innovation and entrepreneurship education for students at Lao Cai College.

Keywords: Education, Innovative Entrepreneurship, students at Lao Cai College

1. Đặt vấn đề

Đào tạo nhân lực trực tiếp phục vụ sản xuất, kinh doanh và dịch vụ lĩnh vực nghề nghiệp, có năng lực hành nghề tương ứng với trình độ đào tạo cao đẳng, có đạo đức, sức khỏe, có trách nhiệm nghề nghiệp; có khả năng sáng tạo, thích ứng với môi trường làm việc trong lĩnh vực nghề nghiệp trong bối cảnh nền kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế, bảo đảm nâng cao năng suất, chất lượng lao động, người học sau khi hoàn thành khóa học có khả năng khởi nghiệp sáng tạo (KNST) để tự tạo việc làm cho mình hoặc tiếp tục học lên trình độ cao hơn trong lĩnh vực được đào tạo.

Trong quá trình đào tạo nhà trường cung cấp cho SV nhiều chuyên đề, mô đun trong đó có nội dung chuyên đề: GD khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cho sinh viên nhằm giúp họ nắm được chương trình đào tạo hệ cao đẳng. Hoạt động này có liên quan đến môn khuyến nông, được bố trí học vào thời gian cuối của khóa học trước khi tốt nghiệp ra trường còn giúp SV tự chọn, nội dung của mô đun là giới thiệu cho người học các kiến thức, kỹ năng về GD khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cho sinh viên trong bối cảnh hiện nay.

2. Nội dung nghiên cứu

2.1. Khởi nghiệp sáng tạo

Khởi nghiệp sáng tạo (KNST) là khởi nghiệp dựa trên sự đam mê, trải nghiệm và công nghệ để tạo ra các mô hình, sản phẩm sáng tạo, các đột phá trong tăng trưởng, vượt trội trong cạnh tranh, giải quyết một hoặc nhiều nhu cầu nào đó đến từ thị trường¹. Khởi nghiệp sáng tạo là thuật ngữ chỉ về những công ty đang trong giai đoạn bắt đầu kinh doanh nói chung, thường được dùng với nghĩa hẹp chỉ các công ty công

nghệ trong giai đoạn lập nghiệp. Khởi nghiệp sáng tạo nghĩa là khởi nghiệp từ những ý tưởng mới, những mô hình mới, những kết quả khoa học công nghệ mới, sau đó nhanh chóng phát triển thành doanh nghiệp để cạnh tranh toàn cầu và được đầu tư nhanh chóng.

Doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo không chỉ được đánh giá dựa trên lĩnh vực kinh doanh hay số vốn họ cần để cạnh tranh mà nó nằm ở khả năng “tăng trưởng nhanh” về khách hàng hoặc doanh thu của doanh nghiệp đó. Doanh nghiệp KNST là một cộng đồng đặc biệt, tạo ra những sản phẩm mới, phân khúc khách hàng mới,... thông qua những công nghệ mới cùng các ý tưởng kinh doanh mới chưa từng có, bên cạnh đó là cách tiếp cận thị trường mới cùng công nghệ thông tin không biên giới.

Theo các nghiên cứu về KNST trên thế giới, mẫu số chung cho các KNST không nằm ở lĩnh vực kinh doanh hay tiền vốn họ cần để cạnh tranh mà chính là ở khả năng “tăng trưởng nhanh” về khách hàng hoặc doanh thu. Thế nhưng, “nhanh” như thế nào mới được gọi là KNST? Ai mới có thể đánh giá được khả năng “tăng trưởng nhanh” khi KNST còn chưa có lợi nhuận và thậm chí mới ở giai đoạn ý tưởng? Và liệu có nhất thiết phải tách khái niệm khởi nghiệp và khởi nghiệp đổi mới sáng tạo không khi khởi sự kinh doanh nào cũng rất cần được khuyến khích và hỗ trợ?

2.2. Vai trò của GD đối với KNST của sinh viên cao đẳng

Phát triển nguồn nhân lực, đào tạo nhân tài là nhân tố quyết định cho sự phát triển nền kinh tế xã hội cho đất nước. KNST đòi hỏi mọi người phải học tập thường xuyên, học suốt đời, có đủ năng lực sáng

ạo, đổi mới và phát triển. Vậy, để “KNST” thành công nhiệm vụ của GD Việt Nam sẽ tăng mạnh đầu tư phát triển GD, cải cách GD, cải cách về mục tiêu, hệ thống, nội dung và phương pháp GD nhằm xây dựng những thế hệ người Việt Nam có bản lĩnh, có khát khao, có khả năng sáng tạo, làm chủ được tri thức hiện đại, quyết tâm đưa đất nước lên một tầm cao mới. Phương pháp GD chuyển trọng tâm từ truyền thụ kiến thức sang hướng dẫn phương pháp giải quyết vấn đề, nhiệm vụ chính của người học là tự học. Phương pháp đào tạo ngày nay là truyền cho người học phương pháp học chứ không phải kiến thức. Mô hình GD mới “đào tạo cơ bản để người học có thể học tập suốt đời”. Năng lực giờ đây không chỉ được đánh giá qua kiến thức và kinh nghiệm chuyên môn. Khi thế giới ngày càng số hóa, người lao động cần có kỹ năng giải quyết vấn đề, cần tư duy phản biện và kỹ năng thích nghi linh hoạt. Vì vậy, GD cần đặt trọng tâm giúp người học phát triển năng lực tự học thông qua hình thức học theo dự án hay học tập khởi nghiệp. Sự phát triển của công nghệ và nhu cầu học tập rất lớn chính là các yếu tố hình thành nên các loại hình đào tạo mới, hệ thống đào tạo trực tuyến đại chúng hay còn gọi là đào tạo online trở thành những loại hình đào tạo khá phổ biến, đáp ứng nhu cầu mở mang kiến thức của mọi tầng lớp trong xã hội.

Đầu tư phát triển nguồn lực chính là đầu tư cho GD con người mang lại hiệu quả kinh tế cao, tiết kiệm được việc khai thác sử dụng các nguồn lực khác. Kinh nghiệm từ nhiều quốc gia trên thế giới cho thấy đầu tư vào GD hướng tới phát triển nguồn lực con người mang lại tốc độ tăng trưởng kinh tế cao và ổn định hơn. Mặt khác, hiệu quả đầu tư cho phát triển con người có độ lan tỏa đồng đều, nó mang lại sự công bằng hơn về cơ hội phát triển cũng như việc hưởng thụ các lợi ích của sự phát triển. Trong thời gian qua, Việt Nam đã đẩy nhanh tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa để nhanh chóng hội nhập vào thị trường quốc tế. Thế mạnh lớn nhất của Việt Nam trong tương quan với các quốc gia khác là nguồn lao động trẻ dồi dào, là lực lượng có khả năng tiếp thu nhanh nhất về khoa học công nghệ

2.3. Thực trạng GD đối với KNST của sinh viên

Theo thống kê, trên 90% khởi nghiệp thất bại do nhiều nguyên nhân. Trong khuôn khổ bài báo này, tác giả gợi ý một số nội dung tham khảo giúp SV có cái nhìn thực tế hơn trong hành trình khởi nghiệp của mình.

2.3.1. Xây dựng và truyền tải thương hiệu

Trong thời đại kỹ thuật số, nơi mà các mạng xã hội thâm nhập sâu vào hệ tư tưởng của con người và người

dùng thấy những gì mà nhà sản xuất muốn họ thấy. Đây là thời đại mà sản phẩm tốt và sáng tạo là chưa đủ, một chiến dịch quảng cáo ấn tượng là cầu nối đến với khách hàng. Tuy nhiên, việc chi tiêu thế nào vào quảng cáo vẫn nên và luôn là một vấn đề quan trọng đối với các nhà khởi nghiệp. BDC - Ngân hàng Phát triển doanh nghiệp Canada đã có một cuộc khảo sát về sự phân bổ ngân sách của 1.400 các doanh nghiệp vào năm 2019 cho quảng cáo. Các doanh nghiệp nhỏ chi trả 30.000CAD (tương đương 540 triệu VND) một năm và gấp 2 lần cho những doanh nghiệp có từ 20-49 nhân viên, với các doanh nghiệp trên 50 nhân viên, chi phí cho quảng cáo lên tới hơn 100.000 CAD (tương đương 1,8 tỷ VND) một năm.

2.3.2. Am hiểu sâu chưa đủ mà cần phải sáng tạo và liêu lĩnh một cách thông minh

Với định hướng tới đối tượng khách hàng có mức thu nhập cao, Tập đoàn Tesla (Hoa Kỳ) tập trung vào 3 yếu tố chính: sự cảm nhận của khách hàng, hiệu ứng từ các mạng xã hội truyền thông và thân thiện với môi trường. Tesla hướng đến một thế giới phẳng, nơi mà khách hàng không chỉ là “thượng đế” mà còn gián tiếp là một nhân viên nhờ những chính sách ưu đãi cho chính lời truyền miệng và giới thiệu. Không chỉ vậy, khi tình trạng của trái đất ngày càng xấu đi, thì Tesla luôn đặt vững mục tiêu bằng việc sử dụng nguyên liệu thân thiện với môi trường cho sản phẩm của họ, xe điện. Chính vì thế, Tesla vẫn luôn cạnh tranh trực tiếp với những hãng xe nổi tiếng và lâu đời khác như BMW, Audi.

Mạng xã hội là một trong những yếu tố không thể thiếu trong quảng cáo với các trang mạng như Facebook, Twitter, Snapchat, Instagram, Google,... Trong số đó, Tiktok- một trang mạng xã hội của Trung Quốc đang là một bước tiến vượt bậc so với những thuật toán dựa trên địa lý, mối quan hệ, sở thích,... của Facebook. Thuật toán của Tik Tok mang ảnh hưởng cá nhân hơn chủ yếu dựa vào sự tương tác của người dùng (ngôn ngữ, nội dung, chủ đề cụ thể,...) chứ không hoàn toàn là địa lý. Do đó, Tik Tok vẫn đang là sân chơi, cơ hội cho những bạn trẻ muốn thử sức, đặc biệt hơn là những doanh nghiệp sáng tạo muốn mang tên tuổi của thương hiệu đi xa hơn nhưng nguồn vốn cho quảng cáo còn hạn hẹp. Tuy nhiên, sự thử nghiệm luôn được đề cao KNST, nên việc sử dụng nhiều công cụ, nhiều mạng xã hội để tìm kiếm và phát triển thêm những tệp khách hàng là vô cùng quan trọng và cần thiết.

2.3.3. Mạng xã hội và con dao hai lưỡi

Một ví dụ điển hình, nhà sáng lập của Tesla, Elon Musk thường xuyên gây sự chú ý bằng những phát ngôn của mình trên trang mạng xã hội Twitter, qua đó

thể hiện sự gắn kết với người theo dõi mà gần như ít nhà sáng lập của doanh nghiệp tỷ đô nào làm được. Sự tiếp thu ý kiến một cách trực tiếp nhất cùng sự thay đổi mang tính tức thời, qua đó tăng tính gắn kết của thương hiệu và khách hàng mà ít nhãn hàng cao cấp nào làm được. Tuy nhiên, những phát ngôn đó đôi khi cũng để lại hậu quả khó lường, ngày 05/01/2020 cổ phiếu của Tesla vừa lao dốc và mất 13 triệu USD chỉ vì một bài đăng của Elon Musk trên Twitter.

Người dùng mạng xã hội trở nên ngày càng tinh vi, khó đoán và khó tính. Với một thế giới phẳng như ngày nay, tốc độ lan truyền tin tức ngày càng nhanh chóng, một từ ngữ, một câu nói hay một bài viết không chính chu có thể khiến ấn tượng của doanh nghiệp đó trong mắt khách hàng ngày càng xấu đi. Một chiến lược quảng cáo tốt luôn đi kèm với chiến lược khủng hoảng truyền thông. KNST, không ngừng đổi mới lại càng cần có chiến lược xử lý khủng hoảng vì các doanh nghiệp lớn có thể dựa vào nguồn vốn, kế hoạch kinh doanh cùng khách hàng trung thành để duy trì, nhưng những doanh nghiệp nhỏ và mới phát triển chưa đủ nền tảng vững vàng để “tay không bắt giặc”, mà phải luôn có những hoạch định rõ ràng để tránh những tổn thất không cần thiết.

2.3.4. Xu hướng liên kết giữa các nhà sáng tạo khởi nghiệp và các doanh nghiệp

Sự kết nối và hợp tác giữa các nhà lãnh đạo thúc đẩy sự thành công trong KNST. Các doanh nghiệp lớn, nhỏ và trung bình có thể tạo nên sức ảnh hưởng lớn đến KNST. Những người trẻ cập nhật xu thế, kiến thức, kinh nghiệm và trào lưu từ những doanh nghiệp đang hoạt động trên thị trường, học hỏi và áp dụng thực tế vào mô hình sáng tạo của mình hoặc giải quyết những vấn đề lớn trong khởi nghiệp, tăng khả năng thành công hoặc giảm đi tính nghiêm trọng khi thất bại. Không những thế, các tổ chức xã hội và Nhà nước cũng là những nhà tài trợ và ủng hộ vững chắc cho các doanh nghiệp KNST. Những vấn đề về GD, các nhà nước phương Tây luôn tạo điều kiện cho sinh viên học sinh được học và được trải nghiệm, không chỉ ở các môn học thuật mà những môn năng khiếu, nhằm thúc đẩy sự phát triển về thể mạnh trong mỗi học sinh. Ví dụ như học sinh âm nhạc, không học về kinh doanh vẫn có thể trở thành một ông chủ nhà hát lớn nhờ khả năng học hỏi, lãnh đạo và trải nghiệm trong ngành âm nhạc của mình. Nước Đức, như đã nói trên, là một trong những quốc gia đứng đầu trong việc tạo điều kiện và nuôi dưỡng các doanh nghiệp KNST, vừa chi trả hơn 2 tỷ euro hỗ trợ các doanh nghiệp gặp khó khăn khi khởi nghiệp trong thời kỳ dịch bệnh. Tháng 5 năm 2020, Pháp dùng 4 tỷ euro hỗ trợ các doanh

niệp khởi nghiệp trong thời kỳ khó khăn. Ngoài ra, hàng năm, Nhà nước vẫn hỗ trợ cho vay với lãi suất thấp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp bước đầu.

Dân trí đóng vai trò vô cùng quan trọng trong việc thúc đẩy KNST. Nói đúng hơn, KNST thành công là một dạng kết quả của việc đầu tư đúng đắn vào trình độ dân trí. Khi nhìn vào những ví dụ điển hình của việc KNST thành công như Mark Zuckerberg với trang mạng xã hội Facebook nổi tiếng, hay Bill Gates với hệ lập trình Microsoft mà bao đời nay vẫn chưa ai thay thế, người ta thường nghĩ đến việc không học đại học cũng có thể khởi nghiệp thành công, từ đó suy ra việc đầu tư dân trí không ảnh hưởng đến sự thành công của KNST. Trên thực tế, Trường Đại học McGill (2016) khẳng định tư tưởng này hoàn toàn sai lệch khi nhìn vào thống kê chứ không dựa vào vài ví dụ kinh điển. Thống kê năm 2010 cho thấy trên 80% các nhà sáng lập, nhà điều hành các tập đoàn đa quốc gia hay các tập đoàn công nghệ thông tin đều sở hữu bằng cử nhân đại học. Mark Zuckerberg dù không hoàn tất chương trình đại học nhưng xuất thân từ gia đình gia giáo, được gửi vào trường tư và được dạy kèm tin học trong quá trình học trung học.

3. Kết luận

Khởi nghiệp là một tổ chức được thiết kế nhằm cung cấp sản phẩm và dịch vụ trong những điều kiện không chắc chắn nhất. Khởi nghiệp sáng tạo là hoạt động giúp SV có kiến thức, kỹ năng đáp ứng CTĐT Cao đẳng thú y. Hoạt động này có liên quan đến môn khuyến nông, được bố trí học vào thời gian cuối của khóa học trước khi tốt nghiệp ra trường. KNST chuyên đề giúp SV tự chọn, nội dung của mô đun là giới thiệu cho người học các kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp sáng tạo trong sản xuất, kinh doanh, dịch vụ cho SV trường CĐ Lào Cai trong bối cảnh hội nhập quốc tế và toàn cầu hóa.

Tài liệu tham khảo

1. Chương trình Voctech (2007), *Tài liệu hướng dẫn Môn học “Kỹ năng Tìm việc làm”*. Hà Nội,
2. Tổ chức Lao động quốc tế (ILO- 2006) *Cẩm nang Tìm việc làm cho lao động trẻ*. Hà Nội.
3. Chương trình Voctech (2007), *Tài liệu hướng dẫn Môn học “KNKD”*. Quảng Ninh,
4. Best Countries for Entrepreneurship. <<https://www.usnews.com/news/best-countries/entrepreneurship-rankings>>.
5. Digital Innovation Hubs: helping companies across the economy make the most of digital opportunities (September 3, 2019). <<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/digital-innovation-hubs-helping-companies-across-economy-make-most-digital-opportunities>>.