

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

# KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 8.2018



## TIN TỨC SỰ KIỆN

**01** Sihub 2020 kết nối cộng đồng khởi nghiệp toàn cầu

**02** Start-up Hàn Quốc đến Việt Nam tìm kiếm thị trường

**03** 5 phương thức hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo

**04** Start-up rau sạch trong 'Shark Tank' được đầu tư dù vẫn còn 'non nớt'

## KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

**05** Chopp.vn: Ứng dụng giúp đỡ các bà nội trợ

**06** Nước Pháp tham vọng xây dựng một đế chế start-up ở châu Âu

## KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

**07** Khởi nghiệp công nghệ: xu hướng, cơ hội và thách thức



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

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



# SIHUB 2020 KẾT NỐI CỘNG ĐỒNG KHỞI NGHIỆP TOÀN CẦU

*(TBTCO) - Chiều ngày 21/3, Saigon Innovation Hub (SIHUB) - Không gian hỗ trợ khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo (KN-ĐMST) trực thuộc Sở KH&CN TP. Hồ Chí Minh đã công bố chương trình hoạt động “Sihub 2020 - Hướng đến kết nối toàn cầu” với 10 chương trình lớn.*

Trong 10 chương trình này, việc liên kết với các đối tác quốc tế, các hệ sinh thái KN - ĐMST phát triển trên thế giới được thực hiện xuyên suốt trong các hoạt động nhằm đưa SIHUB trở thành một hệ sinh thái KN - ĐMST hàng đầu của khu vực Đông Nam Á.

Các chương trình bao gồm, Global Partnerships (Đối tác toàn cầu), Global Strategic Alliances (Liên minh chiến lược toàn cầu), Global Events (Các sự kiện toàn cầu), Global Education (Giáo dục quốc tế),

Global Research (Nghiên cứu quốc tế), Global Entrepreneurship (Doanh nhân quốc tế), Global Social Impact (Tác động xã hội quốc tế), Global Culture (Hội nhập văn hóa quốc tế), Global Policy (Chính sách Quốc tế) và Global Think Tank (tổ chức tư vấn chính sách toàn cầu).

Theo ông Huỳnh Kim Tước, Giám đốc điều hành SIHUB, sau 2 năm Chính phủ phát động chương trình quốc gia khởi nghiệp, SIHUB với vai trò định

hướng, kết nối và triển khai nhiều hoạt động với sự tham gia của tất cả các thành phần như trường phổ thông, trường đại học, nhà đầu tư, nhà cố vấn, doanh nghiệp, vườn ươm... đã góp phần xây dựng TP. Hồ Chí Minh trở thành khu vực có phong trào KN - ĐMST sôi nổi nhất.

Cụ thể là đã hỗ trợ hơn 958 dự án khởi nghiệp, 15 vườn ươm; hỗ trợ nâng cao năng lực, phát triển mạng lưới cho hơn 100 cố vấn khởi nghiệp, đào tạo 115 giảng viên đại học về KN - ĐMST. Ngoài ra, SIHUB còn hỗ trợ quận huyện phát triển KN-ĐMST tại địa bàn, cũng như cải tạo và xây dựng các không gian hỗ trợ KN - ĐMST; tổ chức các chương trình kết nối thị trường và thúc đẩy hoạt động đầu tư tài chính cho KN - ĐMST. Bên cạnh đó, SIHUB còn liên kết với các hệ sinh thái KN - ĐMST của một số quốc gia như Hàn Quốc, Phần Lan, Canada, Mỹ, Thụy Điển, Úc, Đức, Indonesia, Nhật Bản, Thái Lan, Lào, Malaysia ...

Sau khi hoàn thành giai đoạn 1, giai đoạn xây dựng và kiến tạo, SIHUB đã chuẩn bị tiềm lực và chiến lược đến năm 2020 để bước sang giai đoạn 2 của một hệ sinh thái KN - ĐMST: Giai đoạn hội nhập toàn cầu. Với chiến lược này, SIHUB hướng đến việc trở thành công kết nối chính thức giữa hệ sinh thái KN - ĐMST Việt Nam và thế giới, đưa Việt Nam trở thành trung tâm KN - ĐMST khu vực Đông Nam Á.

“Mục tiêu của chúng tôi là tập hợp được các nguồn lực trong nước và quốc tế, cùng nhau giải quyết câu chuyện then chốt phát triển kinh tế Việt Nam bằng thay đổi nhận thức: Quyết tâm hội nhập quốc tế, hành động bằng trí tuệ, sáng tạo để tạo được những bước chuyển mạnh, lan tỏa cảm hứng KN - ĐMST và đồng hành với doanh nghiệp, cộng đồng...”, ông Huỳnh Kim Tước cho biết.

Được biết, báo cáo kết quả khảo sát về chỉ số khởi nghiệp TP. Hồ Chí Minh theo phương pháp GEM (Global Entrepreneurship Monitor) năm 2017 cho thấy, trong 12 chỉ số về hệ sinh thái khởi nghiệp, TP. Hồ Chí Minh có 3 chỉ số được đánh giá cao nhất là: Văn hóa và chuẩn mực xã hội; Sự năng động của thị trường nội địa; Cơ sở hạ tầng. Một vài chỉ số còn kém là: Tài chính cho kinh doanh; Chuyển giao công nghệ và Giáo dục về kinh doanh ở bậc phổ thông...

Tuy nhiên, tỷ lệ khởi nghiệp trong doanh nghiệp ở TP. Hồ Chí Minh vẫn cao hơn so với mức trung bình của Việt Nam và đang có xu hướng tăng lên, từ mức 2% năm 2013, lên 2,5% năm 2015 và 2,7% năm 2017 (so với mức 0,6% của cả nước). Chỉ số ĐMST trong các hoạt động khởi nghiệp năm 2017 đạt 19,4%, cao hơn so với các năm trước và cao hơn mức trung bình của cả nước (13,9%)./.

# GO-TO-MARKET ROADSHOW @Hanoi

## Korea-Vietnam Demoday

March. 22<sup>nd</sup>. 2018

Grand Plaza Hotel, Crystal Hall



## START-UP HÀN QUỐC ĐẾN VIỆT NAM TÌM KIẾM THỊ TRƯỜNG

*Chiều, 22/3, K-ICT Born2Global Centre - cơ quan thuộc thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ thông tin (MIST) Hàn Quốc - đã tổ chức ngày hội đầu tư toàn cầu ở Hà Nội.*

Trong chương trình, 10 start-up đến từ Việt Nam và Hàn Quốc đã giới thiệu các sản phẩm công nghệ sáng tạo với các nhà đầu tư tiềm năng đến từ Việt Nam và nước ngoài.

Đây là một trong những hoạt động thuộc chương trình "Ngày hội đầu tư toàn cầu" do Born2Global phối hợp với Trung tâm Silicon Việt Nam (VSV) tổ chức.

Cũng trong ngày hội đầu tư, Born2Global và Trung tâm Silicon Việt Nam đã tiến hành kí kết biên bản ghi nhớ, thống nhất cùng phát triển các công ty công nghệ đổi mới tiềm năng tại Hàn Quốc và Việt

Nam. Đồng thời hai bên sẽ chia sẻ các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp. Cụ thể, hai bên sẽ đầu tư cho các công nghệ sáng tạo trong lĩnh vực công nghệ thông tin; thiết lập các chiến lược chính cho việc mở rộng ở nước ngoài; cung cấp sự kết nối với các chương trình trọng điểm cần thiết cho các công ty; tìm kiếm các cơ hội hợp tác hiệu quả.

Theo ông Hàn Ngọc Tuấn Linh - Giám đốc Tổ chức Thúc đẩy kinh doanh VSVA, sự kiện này là hoạt động của tổ chức thuộc chính phủ Hàn Quốc. Nhiệm vụ của họ đến Việt Nam lần này là đem start-up đến

tim kiếm thị trường mới. Đây cũng là cơ hội để start-up và nhà đầu tư Việt Nam được tiếp xúc, trao đổi với start-up và nhà đầu tư Hàn Quốc.

### **CƠ HỘI CHO CẢ HAI**

Ông Linh nói: "Các start-up Hàn Quốc đến Việt Nam lần này đều đã được đầu tư và có sản phẩm, khách hàng và doanh thu. Khi đến Việt Nam, họ đi cùng nhà đầu tư của mình. Điều này giúp mở rộng mạng lưới nhà đầu tư mà start-up Việt Nam có thể tiếp cận, thay vì chúng ta chỉ biết đến nhà đầu tư đến từ Singapore như hiện nay".

Cũng theo ông Linh, để phát triển, start-up cần được đầu tư đúng thời điểm, liên tục để tăng trưởng. Việt Nam chưa có nhà đầu tư như vậy, nên start-up thường hướng ra nước ngoài. Việc tiếp cận, trao đổi với start-up Hàn Quốc giúp chúng ta có cơ hội hiểu về "gu" của nhà đầu tư Hàn Quốc, hiểu được start-up nước bạn đang ở giai đoạn nào, quy mô công ty ra sao và những công nghệ đang phát triển. Khi biết rõ điểm mạnh - điểm yếu, start-up Việt sẽ nâng cao cơ hội gọi vốn từ nhà đầu tư nước ngoài.

Đây là lần đầu tiên, Hàn Quốc đưa start-up đến Việt Nam. Lý giải về điều này, ông JongKap Kim - Giám đốc điều hành của B2G - cho biết: "Chúng tôi

muốn giới thiệu các start-up với nhau. Việt Nam đang có nhiều start-up hoạt động hiệu quả, thành công bước đầu. Ở Hàn Quốc, nhiều start-up được chính phủ đầu tư nuôi dưỡng đều không hiệu quả sau 2-3 năm hoạt động. Trong khi đó, nếu các start-up tự kết hợp, phối hợp thì hoạt động 10 năm vẫn hiệu quả. Vì thế, chúng tôi muốn thiết lập môi trường start-up liên quốc gia để 2 bên trao đổi, phối hợp".

Qua những hoạt động của Ngày hội đầu tư toàn cầu, ông Kim cho rằng, cả hai phía đều có được cái lợi là start-up hiểu được nhu cầu của nước bạn.

"Trước đây, chúng tôi không biết thị trường Việt Nam cần gì và ngược lại. Một vài thông tin chúng tôi có thể tìm kiếm từ Internet nhưng một số bắt buộc phải tự trải nghiệm và nghiên cứu. Sau các cuộc gặp gỡ, start-up giữa hai nước tạo ra mạng lưới thông tin, thường xuyên chia sẻ và giúp đỡ nhau. Điều này thực sự cần thiết, nhất là khi thị trường luôn biến động không ngừng", ông Kim khẳng định.

Hai start-up là HACHI (Việt Nam) và MOIN (Hàn Quốc) đã nhận được cúp lưu niệm và một gói hỗ trợ đặc biệt khi start-up mở rộng thị trường ở Hàn Quốc hoặc Việt Nam./.



## START-UP RAU SẠCH TRONG 'SHARK TANK' ĐƯỢC ĐẦU TƯ DÙ VẪN CÒN 'NON NÓT'

*Dự án "Vườn rau nhà mình" với ý tưởng trồng rau thuê thu hút sự quan tâm từ hai nhà đầu tư trong chương trình Shark Tank tập 11.*

Đinh Thị Thu Hằng và Nguyễn Thị Minh Nguyệt mang đến "Shark Tank - Thương vụ bạc tỷ" tập 11 dự án "Vườn Rau Nhà Mình" với nhu cầu gọi 2,5 tỷ đồng để đổi lấy 33% cổ phần công ty. Trước đó, hai doanh nhân khởi nghiệp nữ này từng đạt được vài thành công nhất định với một start-up cũng liên quan đến thực phẩm xanh.

Trong ba tháng trở lại đây, start-up vườn rau đạt doanh thu 330 triệu đồng nhờ mô hình trồng hộ rau sạch cho các gia đình. Với một mảnh vườn 20m<sup>2</sup>, khách hàng trả hơn một triệu đồng mỗi tháng để

"thuê" công ty trồng rau theo ý muốn rồi nhận sản phẩm giao về tận nhà hai tuần một lần.

Start-up này hiện có 4 nhà màng diện tích 4.000m<sup>2</sup>, được hỗ trợ miễn phí tại Khu Nông nghiệp công nghệ cao TP. HCM nhưng đang chuẩn bị bước vào giai đoạn phải trả phí thuê 900.000 đồng một nhà màng mỗi tháng.

Bài toán quản lý dòng tiền của dự án được đánh giá còn sơ sài. Lợi nhuận một tháng chỉ đạt 10%, tương đương 10 triệu đồng. Tuy nhiên, theo phân tích của các nhà đầu tư trong chương trình, dự án

vẫn chưa lỗ vì nhờ khoản miễn phí thuê đất, đội ngũ điều hành không nhận lương, chưa tính các chi phí khấu hao,...

Nhà đồng sáng lập Thu Hằng cho biết dự án sẽ được TP. HCM hỗ trợ cho thuê 16 ha đất với chi phí thấp nếu chứng minh đủ năng lực tài chính. Vì vậy, start-up tham gia chương trình để tìm sự hỗ trợ từ các nhà đầu tư.

Trong khi cả ba Shark Hưng, Thủy và Phú đều từ chối tham gia vì các lí do mô hình manh mún, non nớt, bài toán lợi nhuận không rõ ràng thì Shark Linh đưa ra đề nghị 2,5 tỷ cho 45% cổ phần công ty.

Shark Vương với kinh nghiệm trong lĩnh vực nông nghiệp cũng không bỏ qua cơ hội khi đề nghị cùng chia sẻ đầu tư với Shark Linh số tiền 2,5 tỷ đồng đổi lại 51% cổ phần. Hai "cá mập" cũng đồng ý sẽ rút xuống nắm giữ 45% cổ phần khi dự án đạt được những mục tiêu kinh doanh, chỉ số phát triển đã đề ra.

Hai nhà sáng lập nữ của dự án đồng ý thương vụ, chấp nhận quyền chi phối của các nhà đầu tư

trong giai đoạn đầu.

"Chúng tôi tin rằng sự kết hợp giữa những ý tưởng táo bạo của các start-up Việt cùng kinh nghiệm kinh doanh từ những nhà đầu tư sẽ không chỉ tạo nên một chương trình thành công, mà còn là sự khởi đầu cho những câu chuyện kinh doanh mới, những thành công mới. Đây là điều mà VietABank và Shark Tank vô cùng mong chờ", ông Nobukazu Aoki - Giám Đốc Marketing, Nhãn hàng MyCafé, nhà tài trợ chương trình khẳng định.

Trải qua 11 tập phát sóng, 33 start-up trong chương trình Shark Tank - Thương vụ bạc tỷ đã tiếp cận các nhà đầu tư và khoảng một nửa trong số này gọi vốn thành công. Mỗi cuộc gặp gỡ, thuyết trình và phản biện dự án kinh doanh không chỉ mang đến cơ hội gọi vốn cho những doanh nhân khởi nghiệp mà còn đúc kết những kinh nghiệm làm ăn thực tiễn, sinh động cho nhiều start-up trẻ và những ai quan tâm đến khởi nghiệp trên cả nước./.



# 5 PHƯƠNG THỨC HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

*Doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo đang là đối tượng nhận được nhiều hỗ trợ từ Nhà nước theo Nghị định số 39/2018/NĐ-CP quy định chi tiết một số điều của Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa mới được ban hành.*

Theo Nghị định số 39/2018/NĐ-CP ngày 11/03/2018 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều của Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo đáp ứng 2 điều kiện là có thời gian hoạt động không quá 5 năm kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp lần đầu; Chưa thực hiện chào bán chứng khoán ra công chúng đối với công ty cổ phần thì sẽ được lựa chọn tham gia Đề án Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa theo một trong các phương thức sau:

**THỨ NHẤT**, được đầu tư, lựa chọn bởi các cơ quan, tổ chức, bao gồm: Các khu làm việc chung; Các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo, tổ chức cung cấp dịch vụ, cơ sở kỹ thuật, cơ sở ươm tạo, cơ sở thúc đẩy kinh doanh, đáp ứng các tiêu chí nhất định (Người đứng đầu có ít nhất 1 năm kinh nghiệm hoạt động tư vấn đầu tư, tài chính và hỗ trợ, phát triển doanh nghiệp, tổ chức có ít nhất 1 năm hoạt động, cung cấp dịch vụ cho ít nhất 10 doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo và đã đầu tư hoặc gọi vốn đầu tư được ít nhất 1 tỷ đồng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo tại Việt Nam); Các quỹ

đầu tư khởi nghiệp sáng tạo.

**THỨ HAI**, được nhận các giải thưởng cấp quốc gia, quốc tế về khởi nghiệp sáng tạo hoặc sản phẩm, dự án về đổi mới sáng tạo.

**THỨ BA**, được cấp giấy chứng nhận, văn bằng bảo hộ đối với sáng kiến, sáng chế.

**THỨ TƯ**, được cấp giấy chứng nhận doanh nghiệp khoa học công nghệ, giấy chứng nhận doanh nghiệp công nghệ cao.

**THỨ NĂM**, được lựa chọn trực tiếp bởi hội đồng.

Trong đó, hội đồng do cơ quan chủ trì Đề án thành lập và hoạt động đảm bảo 4 nguyên tắc: Số lượng thành viên hội đồng và cơ chế làm việc của hội đồng do cơ quan chủ trì Đề án quyết định; Có tối thiểu 50% thành viên tham gia Hội đồng là đại diện từ các chuyên gia tư vấn độc lập trong nước và quốc tế, hiệp hội liên quan và các cá nhân khác; Các thành viên của hội đồng từ đại diện các cơ quan quản lý nhà nước hoạt động theo cơ chế kiêm nhiệm; Hội đồng hoạt động liên tục trong toàn bộ thời gian của Đề án và tự giải thể sau khi kết thúc Đề án./.



## CHOPP.VN: ỨNG DỤNG GIÚP ĐỠ CÁC BÀ NỘI TRỢ

Cuộc sống ngày càng trở nên bận rộn với những công việc và kế hoạch cá nhân khiến cho những bữa ăn gia đình càng trở thành một áp lực đối với chị em phụ nữ. Hiện nay, việc mua bán thực phẩm ở Việt Nam vẫn phổ biến tại các chợ cóc, tuy nhiên việc này tốn khá nhiều thời gian từ việc gửi xe đến việc lựa chọn mặt hàng, trả giá... và đôi khi thực phẩm còn kém tươi ngon. Qua tìm hiểu thông tin về các doanh nghiệp khởi nghiệp, tôi đã tìm đến người sáng lập ra Chopp.vn- một ứng dụng giúp cho chị em phụ nữ tối giản việc đi chợ, đó là anh Nguyễn Minh Trường và được chia sẻ về câu chuyện thú vị của Chopp.vn.

### KHỞI ĐẦU

Nguyễn Minh Trường - sáng lập dự án Chopp.vn sinh ra và lớn lên ở Long An. Anh có cơ hội đi du học tại Mỹ khi vừa tròn 15 tuổi. Năm 2013, Minh Trường tốt nghiệp chuyên ngành thiết kế tại Đại học Louisiana. Anh đã làm việc ở nhiều công ty lớn và cũng đã từng khởi nghiệp tại San Fransisco và

Canada. Thế nhưng, sau 10 năm ở nước ngoài, Minh Trường lại quyết định trở về Việt Nam để khởi nghiệp.

Mặc dù tại Mỹ có cơ sở hạ tầng rất tốt (điều kiện về logistic, về định vị GPS...), liên quan rất nhiều đến dự án của Trường trong khi triển khai dự án ở Việt Nam gặp nhiều khó khăn. Đã từng sống ở Việt Nam nên Trường hiểu nhu cầu của người Việt, và đôi lần đi chợ cùng mẹ Trường thấy rất vất vả và mất nhiều thời gian, nhất là với người cao tuổi. Vì vậy, trong đầu Trường luôn thôi thúc phải làm điều gì đó để giải bài toán này.

Khi đã có ý tưởng, Trường quyết định thử nghiệm ở quê nhà. Trở về nước, Trường đã dành 2 tuần để tìm hiểu thị trường. Anh cũng đưa ra ý tưởng để thăm dò người dân về ứng dụng đi chợ giúp những người nội trợ? Thật bất ngờ, mọi người đều thích thú và tin vào khả năng thành công. Đặc biệt, thời điểm năm 2015, ở Việt Nam cũng chưa có dịch vụ thương

mại điện tử nào cung cấp loại hình trên và Trường nhận ra rằng, đây thực sự là cơ hội với mình.

Lựa chọn trở về nước để khởi nghiệp đối với nhiều người đang là hành động hiện thực hóa ý tưởng. Cũng giống như Lê Công Thành với InfoRe, Trần Bình Giang với Tripi.vn... sau thời gian dài ở nước ngoài, lựa chọn về nước vừa là cơ hội cho người trẻ phát huy những thế mạnh hoặc kinh nghiệm của những nước phát triển nhưng cũng là thách thức với họ. Làm sao nắm bắt tâm lý, hành vi của khách hàng với môi trường hoàn toàn khác biệt.

### **NHỮNG BƯỚC ĐI CỦA CHOPP.VN**

Trường chia sẻ thêm: “Ban đầu, khi triển khai dự án chưa ai biết mình nên để tiếp cận và quảng bá, mình sử dụng công cụ facebook và phát tờ rơi. Đối tượng chủ yếu là khách nước ngoài sinh sống tại TP Hồ Chí Minh. Sau khoảng 6 tháng, lượng khách đến với Chopp.vn tăng lên đáng kể bởi họ thấy tiện lợi và không ngần ngại giới thiệu cho bạn bè, cộng đồng. Tiếp theo, mình thiết kế chi tiết sản phẩm phục vụ cho người Việt thông qua phương thức xây dựng ngôn ngữ tiếng Việt cũng như đem đến các cửa hàng quen thuộc với người Việt. Chopp.vn xác định, khi tiếp cận được khu vực này sẽ có nguồn dữ liệu ổn định để tiếp tục phát triển sản phẩm. Đến nay, đã có 50% thị phần sử dụng ứng dụng là người Việt Nam và không ngừng tăng lên”.

Thế mạnh lớn nhất của Chopp là việc sử dụng nhiều công nghệ mới như NodeJs, ReactJs, ... Đây là lý do tại sao Chopp xây dựng & vận hành được trên 3 platforms iOS, Android & Native Web trong vòng 20 tháng một cách ổn định và hiệu quả. Và trong thời gian tới thì Chopp sẽ bổ sung thêm phần Realtime Technologies cho Logistics. Hiện tại Logistics đã có một số tên tuổi khá lớn như Uber, Grab, DeliveryNow... Tuy nhiên, hệ thống kỹ thuật của Chopp có nhiều mảng, xuyên suốt từ người dùng đến vận hành, ngay từ lúc khách hàng đặt hàng hệ thống tiếp nhận thông tin và tiến hành xử lý, chia đơn

hàng, phân công nhiệm vụ ai đi mua cái gì. Không giống với các đơn vị cung cấp dịch vụ logistics hiện nay như Uber, Grab, khách hàng chỉ có thể theo dõi vị trí đơn hàng từ 1 cửa hàng, còn Chopp theo dõi nhiều đơn hàng từ một hệ thống nhiều cửa hàng khác nhau. Như vậy khối lượng công việc để thiết kế ra một ứng dụng như Chopp là cực kì lớn, Trường chia sẻ.

Sử dụng nguồn vốn hiệu quả, tránh lãng phí. Đó là bài học mà Minh Trường bắt đầu dự án Chopp như xây dựng đội ngũ nhân sự tinh gọn (chỉ với 4 thành viên ban đầu), tối giản chi phí thuê văn phòng....

Sau 6 tháng phát triển, Minh Trường cùng các cộng sự đã đưa công nghệ thông tin giúp tối ưu hóa việc đi chợ hàng ngày vào nền tảng ứng dụng của mình, giúp những người phụ nữ dễ dàng hơn trong việc mua sắm và tiết kiệm thời gian.

Tuy nhiên, việc tính giá của mỗi đơn hàng được thực hiện như thế nào? và khách hàng không đồng ý về các sản phẩm do Chopp chọn thì sao? Trường cho biết: “Thông thường, khi mua ở cửa hàng, mỗi sản phẩm sẽ được chiết khấu. Chopp sẽ bán sản phẩm mà giá được dán trên mỗi sản phẩm và tính thêm phí ship hàng, khoảng 20.000/đơn). Nếu khách hàng không ưng ý, chopp sẵn sàng đổi trả. Để làm được điều này, Chopp thường xuyên mời các chuyên gia thực phẩm đến đào tạo những kỹ năng chọn hàng cho các nhân viên.

### **NHỮNG THÀNH TỰU NỔI BẬT**

Trường cho biết: “Thật sự mà nói, khi bắt đầu vào làm start-up thì cứ như đương đầu với cả một cơn bão thương trường. Cực khổ trăm bề bởi mình đâu chỉ có ngồi viết code, bảo đảm chạy là xong việc đâu. Ứng dụng nó phải bán được, phải có người dùng thì mới sinh ra lãi để có thể tồn tại. Nói cách khác, mình nghĩ thành tựu nổi bật nhất của một start-up chẳng có gì ghê gớm ngoài việc sống sót. Bởi hễ còn thở là còn hi vọng, còn có khả năng chiến đấu giành lấy chiến thắng. Chỉ trong 6 tuần thì Chopp đã có đơn



hàng đầu tiên. Đặc biệt là những khách mới này có phản hồi rất hài lòng khi sử dụng dịch vụ Chopp. Đây chính là động lực thúc đẩy mà khi đó team rất cần bởi sản phẩm mình làm ra được đón nhận cũng như giúp ích cho khách hàng.

Mặt khác, Chopp dù là star-up mới thành lập được 1,5 năm nhưng đã có một lượng khách trung thành và việc họ giới thiệu bạn bè và người quen sử dụng Chopp cũng góp phần đẩy mạnh lượng người

dùng trong thời gian trên. Vì thế nên việc có khách thường xuyên là điều mà Chopp đánh giá là một thành công nổi bật. Minh Trường chia sẻ thêm: Một vấn đề khá lớn mà nhiều bạn mắc phải là “chỉ biết những gì mình biết, không biết những gì mình không biết”- “bạn phải biết cái gì mình không biết”, có như vậy mới biết cần phải học hỏi thêm điều gì.

***Minh Phương***



## NƯỚC PHÁP THAM VỌNG XÂY DỰNG MỘT ĐẾ CHẾ START-UP Ở CHÂU ÂU

*Từ lâu, nước Pháp được coi là một quốc gia mang tính “bảo thủ” trong lĩnh vực công nghệ. Đây là quốc gia có thuật ngữ riêng về email “courrier électronique” - và đã phát triển phiên bản internet riêng của mình tên là Minitel. Mạng internet này mới chỉ dừng hoạt động vào năm 2012.*

Tuy nhiên, trong những năm gần đây, Pháp đã nỗ lực chuyển đổi, cố gắng thu hút các start-up quốc tế để mắt tới Paris khi thành lập văn phòng, đồng thời ngăn cản các doanh nhân Pháp chuyển sang London hay San Francisco. Kết quả là, ngày càng có thêm nhiều vườn ươm start-up và những không gian dành cho các nhà sản xuất xuất hiện khắp thành phố Paris và được lấp đầy bởi những công ty tuy non trẻ nhưng vô cùng năng động. Những thành quả này còn được

biểu hiện trên một số số liệu thống kê ấn tượng. Hiện tại, trên toàn quốc có khoảng 9.400 start-up, còn đầu tư vốn mạo hiểm tăng lên hơn 2,2 tỷ Euro vào năm 2016, đưa nước Pháp chỉ xếp sau Anh trong lĩnh vực start-up ở châu Âu.

Pháp có rất nhiều yếu tố cần để thúc đẩy phát triển cộng đồng start-up. Hơn 120 nhà đầu tư mạo hiểm hiện đang hoạt động ở Paris, ngoài ra có 38.000 kỹ sư tốt nghiệp ở Pháp mỗi năm và là nguồn

nhân lực tương đối rẻ. Lương của kỹ sư phần mềm tại Pháp chỉ bằng một nửa so với mức lương của nhóm nhân lực này tại Silicon (đó cũng là nguyên nhân tại sao nhiều nhà lập trình Pháp di cư sang Mỹ). Chính phủ cũng đã nỗ lực hết mình để cung cấp các khoản tín dụng thuế cho nghiên cứu, lên tới 30% chi tiêu cho NC&PT (tới 100 triệu €). Bên cạnh đó, với việc Vương quốc Anh - trung tâm start-up công nghệ lâu đời của châu Âu - đang chuẩn bị rời khỏi EU, đã mang lại cho Paris cơ hội tuyệt vời để khiến một số start-up lựa chọn đặt văn phòng tại sông Seine thay vì tại sông Thames. Paris chỉ cách London 75 phút và cách Berlin 100 phút tàu cao tốc, vì vậy rõ ràng Paris là trung tâm lý tưởng để tới những thủ phủ start-up khác của châu Âu. Ví dụ nữa thể hiện những nỗ lực để thu hút các doanh nhân công nghệ của Pháp là chương trình của chính phủ có tên là WonderLeon với mục tiêu thuyết phục các công nhân kỹ thuật ở nước ngoài quay trở lại và làm việc tại Pháp. Phát biểu tại buổi lễ khởi động của WonderLeon năm 2017, ông Jean-Michel Petit, Tổng Giám đốc điều hành của VizEat, một start-up lĩnh vực thực phẩm cho biết, Pháp đang ở giai đoạn phát triển của Anh cách đây 10 đến 12 năm trước đây nhưng trên đà phát triển rất mạnh và đang đi đúng hướng.

Rất nhiều doanh nhân có thâm niên đều chung nhận định là Pháp đang thay đổi mạnh. Quentin Sannié, Giám đốc điều hành của Devialet cho biết, khi thành lập công ty 10 năm trước đây, môi trường hoạt động rất buồn tẻ. Giờ đây, cách các doanh nhân được coi trọng, cách các doanh nhân kết hợp cùng nhau để phát triển kinh doanh toàn cầu, thực sự hiệu quả hơn và thú vị hơn so với trước đây rất nhiều. Rafi Haladjian, Giám đốc điều hành của công ty cảm biến Sen.se, cũng nhận thấy sự biến đổi. Ông cho biết, từ giữa những năm 2000, Pháp đã chứng kiến

một thể hệ doanh nhân mới mới ra đời. Đây thực sự là một thể hệ năng động với những bạn trẻ ra trường, không cam lòng đi theo những lối mòn như vào làm các công ty lớn hay các tập đoàn lớn mà sẵn sàng khởi nghiệp. Haladjian cho rằng đây là một bước chuyển lớn trong tư duy và có thể sự chuyển đổi này được lấy cảm hứng từ tinh thần khởi nghiệp đầy huyền thoại ở Thung lũng Silicon danh tiếng của Mỹ.

Tuy vậy, trong khi những người sáng lập các start-up có thể được truyền cảm hứng bởi những tấm gương khởi nghiệp sáng lạn từ nước Mỹ xa xôi, thì cộng đồng start-up tại Pháp vẫn còn phải đối mặt với nhiều thử thách. Mặc dù người Pháp nói chung có một mức sống khá giả nhưng tỷ lệ thất nghiệp ở thanh thiếu niên vẫn còn cao, một phần do luật lao động hà khắc làm cho việc sa thải nhân viên trở nên rất khó khăn và tốn kém, khiến cho một số công ty không muốn tiếp nhận những công nhân mới. Trong khi đó, những bạn trẻ có khả năng tìm được việc làm lại thường chỉ được đảm nhiệm những công việc đơn giản, cấp thấp ở các công ty quy mô nhỏ, ít có triển vọng thăng tiến. Mang tiếng có một bộ máy hành chính quan liêu và mức thuế cao cũng khiến cho các công ty khó thu hút được các tài năng bên ngoài. Trong một cuộc khảo sát, có tới 80% các công ty cho rằng rất khó tuyển dụng lao động nước ngoài vì lí do liên quan tới mức lương, luật và các chính sách của chính phủ.

Tuy vậy, một làn sóng mới các công ty trẻ đang phát triển với tốc độ nhanh, sẵn sàng chấp nhận rủi ro và thuê những người trẻ tuổi đã tạo ra một cú hích, buộc chính phủ có những điều chỉnh thích hợp. Kết quả là, chính quyền địa phương và trung ương, các nhà đầu tư mạo hiểm và thậm chí các cá nhân giàu có đang bắt tay để nỗ lực xây dựng một hệ sinh



thái công nghệ ở Pháp.

### ÉCOLE 42

Tại một khu ngoại ô ở phía Bắc Paris, có một trường cao đẳng mới thành lập với mục tiêu sử dụng các phương pháp học tập độc đáo để tạo ra các thế hệ lập trình viên mới. Các bức tường bê tông được sơn theo kiểu nghệ thuật đường phố làm bạn lầm tưởng đang học trong một trường nghệ thuật cho đến khi bạn nhìn thấy những hàng máy tính và máy chủ. Mặc dù đây là một trường tư thục, không phải do nhà nước quản lý nhưng trường không thu phí. Trường cũng không có giáo viên và cũng không cấp giấy chứng nhận vào cuối khóa học. Trường mở cửa cho 3.000 sinh viên 24 giờ trong ngày và thường đông nhất là sau nửa đêm.

Nhóm lãnh đạo của trường École 42 lập luận rằng giáo dục hiện nay không đi đôi với những gì đang diễn ra trong xã hội và tại nơi làm việc. Olivier Crouzet, người đứng đầu khoa sư phạm tại École 42 cho rằng các công ty đòi hỏi sự hợp tác và đa dạng trong khi đó các trường học thì vẫn đang cố “nhân bản” sinh viên và cách thức này không còn phù hợp.

Vì vậy, các nhà sáng lập của trường nghĩ rằng đã đến lúc cần có các biện pháp quyết liệt, nhất là khi châu Âu đang thiếu một triệu chuyên gia CNTT.

Sinh viên (trường chỉ nhận sinh viên từ 30 tuổi trở lên) vượt qua vòng kiểm tra trực tuyến đầu tiên được yêu cầu đến trường trong một tháng đầu tiên khắc nghiệt. Chương trình học của École 42 dựa trên việc học hỏi ngang hàng, không có bài giảng. Thay vào đó, sinh viên theo một hướng thông qua các dự án phát triển phần mềm và những thách thức theo nhịp độ riêng của họ. Crouzet cho biết: "Trường bố trí việc học như một loạt hoạt động tìm kiếm và tạo thành quả, đặc biệt sử dụng ngôn ngữ game để sinh viên không cảm thấy chán nản nếu họ thất bại trong những lần đầu tiên - một vấn nạn ở Pháp, nơi mà sinh viên thường phải chịu đựng thái độ kỳ thị khi thất bại. Nếu sinh viên coi việc nghiên cứu của họ như là một trò chơi điện tử, thì họ rất dễ thử một cấp độ và sau đó thử lại".

Crouzet cho rằng, giảng dạy và học tập kiểu truyền thống không còn phù hợp nữa, vì vậy trường đã phát triển những kỹ năng được coi là quan trọng

hơn như tìm kiếm thông tin, lọc và sử dụng thông tin để xây dựng dự án với các sinh viên khác. Đây là một mô hình hoàn toàn khác biệt, Crouzet lập luận, bởi vì các sinh viên cần liên kết với nhau để giải quyết vấn đề (và để lấy điểm vì các dự án sẽ được bình duyệt đồng cấp).

Dù không có nhân lực giảng dạy, nhưng École 42 là một tổ chức hiếu học. Mặc dù môi trường ở đây không giống như ở các trường học truyền thống, nhưng sinh viên ở đây dường như rất nỗ lực làm việc chăm chỉ cho dự án của họ. Nếu bạn đến thăm trường vào khoảng 11 giờ sáng, chỉ có khoảng 200 người làm việc nhưng con số này tăng lên đến 500 và đông nhất là vào ban đêm. Một số sinh viên mất ba năm để hoàn thành chương trình học, một số hoàn thành chỉ trong nửa thời gian đó, trong khi một số mất năm năm. Cho đến nay, mô hình hoạt động của trường đã cho kết quả, với mỗi sinh viên trung bình nhận được hai lời mời làm việc hoặc thực tập và mô hình École 42 cũng đã được xuất khẩu sang các nước khác, thậm chí là Thung lũng Silicon. Trường được tài trợ bởi doanh nhân Pháp Xavier Niel. Chi phí thành lập là khoảng 20 triệu Euro và 5 đến 7 triệu Euro để vận hành mỗi năm.

## **STATION F**

École 42 không phải là khoản đầu tư duy nhất của doanh nhân Xavier Niel nhằm thúc đẩy hệ sinh thái công nghệ của Pháp. Nằm ở đầu bên kia của Paris, tại quận 13, là một dự án thậm chí còn lớn hơn, đó là Station F

Cuối tháng 6/2017, tổng thống Emmanuel Macron đã khánh thành Station F, vườn ươm start-up lớn nhất thế giới. Dự án được khởi động năm 2013. Sáng lập viên công ty cung cấp dịch vụ điện thoại di động Free, Xavier Niel đã trích 250 triệu Euro trong khối tài

sản đồ sộ của ông để mua lại Halles Freyssinet, gần sát cạnh khu Thư Viện Quốc Gia François Mitterrand và nhà ga Austerlitz, phía đông thủ đô Paris. Niel mua trạm vào năm 2014 với ý định xây dựng khuôn viên start-up lớn nhất trên thế giới. Đó là một không gian bằng bê tông hình vòm rộng lớn với diện tích 34.000 mét vuông cung cấp chỗ cho khoảng 3.000 bàn, nhà hàng, phòng họp và hơn thế nữa. Rachel Vanier, giám đốc truyền thông của Station F cho biết, châu Âu có rất nhiều start-up, các vườn ươm và những nhà đầu tư mạo hiểm. "Nhưng tiếc là hệ sinh thái này bị phân tán, do đó Niel muốn xây dựng một nơi rộng lớn chứa tất cả các hệ sinh thái", Vanier nói, "và đây cũng sẽ là một biểu tượng vĩ đại chứng tỏ cho thế giới biết rằng Paris có start-up đến từ khắp nơi. Đó sẽ là một hệ sinh thái rất phong phú và năng động."

Ý tưởng Station F giống với khuôn viên trường đại học của Mỹ với mọi thứ từ văn phòng, các không gian sự kiện đến phòng thí nghiệm chế tạo để xây dựng các nguyên mẫu. Ngoài ra còn có các kế hoạch mở rộng khu nhà ở với ba tháp 100 căn hộ, để cho 600 doanh nhân có thể sống cách Station F 10 phút đi xe. Station F sẽ tổ chức các chương trình start-up và vườn ươm gia tốc để giúp các công ty nhỏ tiếp cận tới nguồn tài chính và tư vấn. Ngoài ra, Station F cũng có những chương trình riêng nội bộ được gọi là Chương trình Người sáng lập dành cho 200 công ty mới thành lập. Toàn bộ dự án có chi phí 250 triệu euro. Các start-up được tính phí (hợp lý với mức sống của Paris) là 195 €/bàn/tháng. Station F đang thu hút được sự chú ý của các start-up quốc tế đang hướng tới thị trường EU.

## **CÁC TẬP ĐOÀN SẴN LÒNG CHI NHỮNG KHOẢN TIỀN LỚN**

Khi những start-up Pháp sống sót qua giai đoạn đầu chỉ với hai hoặc ba người sáng lập, khó khăn bắt





đầu đến với họ. Ví dụ, những công ty nhỏ tìm kiếm văn phòng bắt buộc phải ký hợp đồng 3 năm. Một yêu cầu quá cao đối với một doanh nghiệp mới ở giai đoạn trứng nước, có khả năng sống sót chỉ vài tháng, hoặc cũng có thể phát triển với tốc độ quá nhanh đến nỗi không gian được thuê này không còn đáp ứng được yêu cầu của họ.

Để vượt qua thách thức này, nhà đầu tư mạo hiểm Partech Ventures đã mở một không gian start-up riêng của mình, có tên là Partech Shaker ở phía bắc Paris, tại trụ sở cũ của tờ báo Pháp Le Figaro, với 270 bàn và 500 mét vuông không gian chung cho các doanh nghiệp giai đoạn đầu. Ông cho rằng, một nhân tố quan trọng tạo nên lợi thế của Paris, đó là Paris là điểm nóng văn phòng của các công ty nằm trong danh sách 500 công ty của Fortune, rất nhiều trong số đó đang quan tâm tới hệ sinh thái start-up. Đối với các công ty lớn, không chỉ là việc thu mua các start-up mà còn là hướng tiếp cận tới nguồn tri thức tốt nhất. Và trong khi Anh vẫn đứng đầu về tổng đầu tư vốn mạo hiểm vào start-up thì Pháp lại dẫn đầu về số lượng các giao dịch. Lavault cho biết, đó chính là động lực đang được thúc đẩy trong hệ sinh thái của

Pháp hiện nay. Đặc biệt, ông cho biết những công ty lớn của Pháp sẵn sàng chi nhiều tiền để mua các start-up, trong khi trước đây chỉ có các tập đoàn Mỹ mới dám bỏ tiền cho những khoản đầu tư mạo hiểm này.

Một công ty lớn đang cố gắng hợp tác chặt chẽ với các start-up là LVMH, một tập đoàn chuyên về các thương hiệu cao cấp. Tập đoàn này đã thành lập phòng thí nghiệm đổi mới bên trong trụ sở của Moët Hennessy. Damien Granet, giám đốc quản lý đổi mới của Phòng thí nghiệm LVMH 78, giải thích cách tiếp cận mà công ty chuyên rượu vang và rượu mạnh này thực hiện, đó là không phải xây dựng một vườn ươm hay trung tâm tăng tốc, mà là tạo ra một cách thức để các doanh nghiệp nhỏ làm việc với các bộ phận khác nhau của công ty. Phòng thí nghiệm đã làm việc với hơn 30 start-up và bình xét từ 15 đến 20 dự án một quý. Cho tới nay, các dự án bao gồm một máy sản xuất cocktail tự động, một bàn tương tác và SmartPixels, một công nghệ cho phép chiếu video lên các hình dạng 3D, như lên một chiếc chai, để giới thiệu các thương hiệu khác nhau.

## CHƯƠNG TRÌNH “FRENCH TECH TICKET”

Một tác nhân quan trọng thúc đẩy sự phát triển cộng đồng sinh thái start-up khác đó là chính phủ Pháp. Hiện chính phủ Pháp đang đổ tiền nhằm thu hút các doanh nghiệp trẻ đến Pháp và khuyến khích đầu tư vào những nơi cần thiết. Một trong những mục tiêu của hướng thúc đẩy này là tạo ra một môi trường thu hút những người sáng lập start-up. Paris đang nỗ lực khuyến khích thành lập các vườn ươm, trung tâm tăng tốc và các không gian cho nhà sản xuất tại thành phố. Jean-Louis Missika, phó thị trưởng Paris, cho biết: "Chiến lược của Paris là tạo ra các địa điểm rất khác biệt và đa dạng về khía cạnh đổi mới". Ông cho biết, chiến lược này đã tạo ra một chu kỳ ổn định với đầu tư tư nhân theo sau đầu tư của nhà nước.

Một ví dụ tiêu biểu là chương trình “French Tech Ticket”, cung cấp cho các đội sáng lập start-up gồm từ hai đến ba người nước ngoài nói tiếng Anh với mức lương 45.000 Euro một năm cộng thêm 12 tháng trong một vườn ươm nếu họ sẽ thành lập start-up tại Pháp. Lucas Lovell, Giám đốc quản lý của Hopstay, dịch vụ cho phép các khách sạn cung cấp cho du khách những lời khuyên cá nhân để giúp họ tận hưởng chuyến thăm của họ tốt hơn, đã chuyển từ Australia tới Pháp để tham gia vào chương trình. Sau khi tìm ra đội được chấp nhận tham gia vào chương trình, họ đã có 5 tuần để tới Paris. Ba thành viên trong đội đều từ 24 đến 25 tuổi, tốt nghiệp trường đại học, hoặc mới bắt đầu lập nghiệp, nói được chút ít tiếng Pháp và đều cho rằng chương trình đã mang lại một cơ hội tuyệt vời cho sự nghiệp của họ. Các thành viên trong nhóm đã rất bất ngờ trước môi trường cởi mở và thái độ thân thiện của các tập đoàn lớn khi làm việc với các start-up.

## VỊ KHÁCH BẤT NGỜ

Tham vọng về một hệ sinh thái start-up của Pháp đã vượt ra khỏi việc tăng số lượng các doanh nhân tại Paris. Chính phủ cũng muốn giữ vai trò quan trọng trong làn sóng mới này. Tại hội nghị VivaTech, các đại biểu bị thu hút bởi rất nhiều con robot hấp dẫn có khả năng trò chuyện và né tránh, các phương tiện giao thông tự động (cả xe buýt và tàu) và các công ty hào hứng khoe công nghệ mới của họ. Nhưng gây bất ngờ nhất là một vị khách đặc biệt không nằm trong kế hoạch - Tổng thống Pháp, Emmanuel Macron. Bài phát biểu của ông cho thấy chính quyền mới đang đặt công nghệ làm trọng tâm.

Trong bài phát biểu, tổng thống Macron tuyên bố, “nước Pháp đang ở giai đoạn khởi đầu của một làn sóng mới và là nơi đáng để đầu tư. Tôi muốn nước Pháp trở thành một quốc gia khởi nghiệp. Một quốc gia tư duy và hành động như một start-up”. Ông cũng bổ sung thêm, những thách thức mà Pháp đang phải đối mặt mang cấp độ toàn cầu, vì vậy nước Pháp cũng cần phải tư duy ở tầm toàn cầu. Nước Pháp cần những nhà khoa học tiên phong, các nhà đổi mới, các doanh nhân trên toàn thế giới đến và làm việc với Pháp.

Vẫn còn nhiều thách thức phía trước đối với các start-up ở Pháp. Hệ sinh thái start-up của Pháp rõ ràng sẽ có quy mô nhỏ so với Mỹ và những kế hoạch cải tổ nền kinh tế chưa thể đảm bảo chắc chắn là sẽ thành công. Tuy vậy, thành tựu lớn nhất thể hiện rõ ở Paris cho đến nay đó là sự biến chuyển ở tư duy lẫn tác phong của một thành phố cổ kính nhất châu Âu để bắt kịp với tốc độ phát triển của thế giới ở thế kỷ 21 mà không làm mất đi bản sắc riêng của mình.

**Phuong Anh (Tổng hợp)**

# Technology Entrepreneurship

Taking Innovation to the Marketplace

## KHỞI NGHIỆP CÔNG NGHỆ: XU HƯỚNG, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC

Chỉ sau bốn tháng kể từ khi ra mắt, Hike, phần mềm nhắn tin di động cũng là tên của một start-up của Ấn Độ, đã có hơn 5 triệu người đăng ký sử dụng, trao đổi trên một tỷ tin nhắn mỗi tháng. Ứng dụng này cho phép người dùng gửi tin nhắn SMS miễn phí, thậm chí đến các địa chỉ liên lạc không cài đặt ứng dụng Hike trên điện thoại di động. Người dùng cũng có thể chia sẻ thông tin về vị trí, ảnh và video. Tất nhiên, so với một số công ty khác như WhatsApp, có hơn 200 triệu người dùng và 600 tỷ tin nhắn mỗi tháng, Hike có vẻ như là một đối thủ nhỏ bé. Tuy nhiên, Hike đã sử dụng sự hiểu biết của mình về thị trường Ấn Độ để phát triển các tính năng phục vụ

những nhu cầu độc đáo của người dùng Ấn Độ.

Ví dụ, Hike đã sử dụng một công cụ chuyển đổi tin nhắn SMS đang chờ cấp bằng sáng chế trong ứng dụng của mình để quản lý sự phân mảnh của thị trường Ấn Độ, là nguyên nhân làm cho điện thoại thông minh được sử dụng tương đối ít tại Ấn Độ. Nếu chỉ là vấn đề tích hợp tin nhắn SMS vào một ứng dụng duy nhất thì điều này đã được Google đưa vào ứng dụng Hangouts của mình. Tuy nhiên, bên cạnh việc tích hợp tin nhắn, Hike đã tập trung vào việc đảm bảo rằng tin nhắn được gửi đến những người dùng không có phần mềm Hike thông qua kênh SMS. Tính năng này làm cho Hike trở nên độc đáo trong thị

trường Ấn Độ (khoảng 60% người dùng là ở Ấn Độ) và ở các thị trường mới nổi khác như Indonesia và Malaysia.

Hike đã nhận được khoản tài trợ khoảng 7 triệu USD từ Softbank Nhật Bản vào tháng 4/2013. Các nhà sáng lập tin rằng mục tiêu chính của họ trong ngắn hạn là thu hút người dùng và xây dựng vị trí thống lĩnh ở Ấn Độ và các thị trường khác với các dịch vụ ứng dụng viễn thông tương tự. Họ tin rằng nguồn thu nhập chính của họ sẽ đến từ những ứng dụng khai thác thị trường trong nước, chẳng hạn như giải trí và trò chơi.

Kavin mittal, nhà sáng lập của Hike, giải thích lý do tại sao việc công ty của ông đặt trụ sở tại Ấn Độ và phục vụ thị trường này lại rất quan trọng: “Ấn Độ có 29 bang và 7 lãnh thổ liên bang. Có rất nhiều sự đa dạng, khác biệt về văn hoá, tiếng địa phương, ngôn ngữ mà một nhà cung cấp dịch vụ cần phải đáp ứng. Có khoảng 150 triệu người đang sử dụng Internet nhưng số lượng này cũng thay đổi nhiều vì Internet vẫn không phải là một tiện ích đối với họ, và sau đó bạn có 1 tỷ người ở phần dưới cùng của kim tự tháp chưa kết nối Internet. Khi bạn mở rộng kinh doanh ở Ấn Độ, làm thế nào để bạn đến với 1 tỷ người này? Không ai biết nhưng chúng tôi đang ở Ấn Độ và chúng tôi là những người đã tìm ra câu trả lời”.

Như câu chuyện ở trên cho thấy, các start-up công nghệ cần suy xét trên phạm vi toàn cầu nhưng phải tập trung chủ yếu vào một địa phương cụ thể để thành công. Hike là một start-up rất non trẻ ở Ấn Độ đã xây dựng được công nghệ cốt lõi cho mình - dịch vụ nhắn tin SMS - để phục vụ thị trường viễn thông phân mảnh của Ấn Độ. Mặc dù Hike được hưởng lợi từ khoản đầu tư 7 triệu USD trong giai đoạn đầu nhưng việc start-up này thành công hay thất bại lại phụ thuộc vào năng lực đáp ứng nhu cầu của thị trường Ấn Độ. Đây là một bài học cơ bản cho tất cả các start-up công nghệ. Mặc dù các công nghệ lớn đã được các phương tiện truyền thông nhắc đến rất nhiều và đã hiện diện trên phạm vi toàn cầu nhưng

luôn có chỗ cho sự đổi mới để tạo ra giá trị cho khách hàng ở mỗi nước. Hike cạnh tranh với một số tên tuổi lớn nhất trong ngành công nghiệp công nghệ như Google, Facebook và những tên tuổi khác, tuy nhiên start-up này đã đạt được sự tăng trưởng nhanh chóng đáng kể do giải quyết được những vấn đề mà những công ty lớn đã bỏ qua.

Và như vậy, mặc dù thị trường bị chi phối bởi các công ty lớn trong nhiều ngành công nghiệp công nghệ nhưng đây vẫn là thời điểm tốt để khởi nghiệp công nghệ. Những đổi mới đột phá trong ngành công nghiệp công nghệ đang thay đổi cách con người tương tác, mua sắm, nghỉ ngơi, làm việc và vui chơi. Ví dụ, một số xu hướng công nghệ dựa trên Internet thay đổi mạnh mẽ trong những năm gần đây bao gồm:

**DỮ LIỆU LỚN (Big data):** Các công ty đang hưởng lợi từ các dữ liệu họ đang lưu trữ. Dữ liệu lớn cho phép các công ty theo dõi thói quen mua bán của khách hàng và thực hiện các điều chỉnh nhanh chóng khi cần thiết. Nói cách khác, các công ty sử dụng dữ liệu lớn không đơn giản chỉ để hiểu những gì đã xảy ra mà để biết những gì đang xảy ra ngay bây giờ.

**TỰ ĐỊNH LƯỢNG (Quantified Self):** Tự định lượng là một chức năng bao gồm nhiều yếu tố hội tụ: Người già muốn duy trì tuổi trẻ và sức sống của mình vào những năm cuối của cuộc đời, các bộ cảm biến được thu nhỏ và cấy vào cơ thể hay tích hợp trong các thiết bị tập thể dục; và sự hiện diện phổ biến của điện thoại thông minh và các ứng dụng có thể giao tiếp với các cảm biến này. Ví dụ, Nike tài trợ cho Oregon, một công ty tăng tốc khởi nghiệp công nghệ ở Beaverton, để phát triển các công ty có công nghệ bổ sung cho sáng kiến tự định lượng của Nike. Trang web Nike + là một ví dụ tuyệt vời về cách công ty tuyển dụng các nhà phát triển công nghệ để tăng giá trị cho danh mục sản phẩm thể thao của mình.

**THƯƠNG MẠI HỢP TÁC (Collaborative Commerce):** Chỉ là vấn đề thời gian trước khi các start-up nhận ra rằng mọi người đang trở nên thoải



mái hơn khi chia sẻ thông tin qua Internet. Điều gì sẽ xảy ra khi mạng xã hội được kết nối và thông tin cá nhân đã được chia sẻ rộng rãi gần như mọi thứ. Ví dụ: 99dresses.com cho phép mọi người bán quần áo cũ để đổi lấy các "cúc áo" - một hình thức của tiền trực tuyến cho phép họ mua các bộ quần áo của những người khác. Hay EatFeastly.com là một ví dụ khác. Trang web này cho phép mọi người chuẩn bị bữa ăn tại nhà của mình và sau đó tìm những người khác quan tâm và trả tiền cho bữa ăn đó và mang đến nhà của họ để cùng nhau ăn uống.

**NHẬN THỨC BỐI CẢNH (Context Awareness):** Chi phí lắp đặt cảm biến và vi mạch trong các vật thể, con người, thú cưng,... ngày càng giảm đã mở ra một thế giới mới gọi là "nhận thức bối cảnh". Mọi người hiện nay có thể duy trì kết nối điện tử với những vật mà họ sở hữu và người thân thông qua một mạng lưới các cảm biến và chip. Các start-up đang khai thác sự bùng nổ của kết nối điện tử này bằng cách thiết kế các ứng dụng theo dõi trẻ em hoặc vật nuôi, giám sát nhà cửa và rất nhiều ứng dụng khác. Cảm biến nhúng cũng cho phép tạo ra một liên kết chặt chẽ giữa y tế điện tử và kết nối điện

tử. Các ứng dụng hiện nay có thể theo dõi các chỉ số sức khỏe quan trọng ở người cao tuổi và cung cấp ngay lập tức thông tin cập nhật cho người chăm sóc và người thân.

**ĐIỆN TOÁN ĐÁM MÂY (Cloud Computing):** Điện toán đám mây là công nghệ đã được sử dụng sớm nhất trong các xu hướng được trình bày ở đây. Khái niệm "mạng là máy tính" được Scott McNealy của Sun Microsystems đưa ra như một phương châm sáng lập của công ty vào năm 1985. Kể từ đó, điện toán đám mây trở nên quan trọng hơn với băng thông, lưu trữ và tốc độ mạng ngày càng tăng. Ngày nay, các công ty và khách hàng rất thoải mái với việc lưu trữ thông tin, hình ảnh và nội dung kỹ thuật số khác quan trọng trên Internet hay còn được gọi ẩn dụ là đám mây. Các start-up như Box.com và Dropbox là những ví dụ của các công ty cho phép mọi người lưu trữ các nội dung số trong "đám mây".

**INTERNET VẠN VẬT (Internet of Things):** Loại hình mới nổi này được xây dựng dựa trên một số công nghệ được nêu ở trên, nhưng không nhất thiết chỉ tập trung vào con người. Đó là, các cảm biến nhúng cho phép mọi người theo dõi các thiết bị gia

đình, trẻ em, vật nuôi,... và cũng cho phép "mọi thứ" giao tiếp và theo dõi lẫn nhau. Ví dụ: máy pha cà phê có thể thông báo cho máy nướng bánh mì biết khi cà phê đã sẵn sàng để máy nướng bắt đầu làm nóng ổ bánh cho bữa sáng. Khi các thiết bị giao tiếp với nhau, chủ nhà không cần phải hiệu chỉnh thời gian trên mỗi thiết bị để họ có thể thưởng thức cà phê nóng và ổ bánh ấm cùng một lúc. Internet vạn vật sẽ quản lý quá trình đó mà không cần sự tham gia của con người. Tất nhiên, đây là một ứng dụng đơn giản của những gì chắc chắn sẽ là một sự thay đổi cách mạng trong cách mọi người và "những đồ dùng của họ" liên kết với nhau.

Các công nghệ được nêu trên đây chỉ là một vài trong số những đổi mới công nghệ đang được chứng minh làm thay đổi tình hình hiện nay. Có những tiến bộ kỹ thuật quan trọng vượt ra ngoài lĩnh vực Internet, điều đó sẽ có ý nghĩa sâu sắc đối với tất cả mọi người trên thế giới trong những thập kỷ tới. Một số sáng kiến quan trọng bao gồm:

- Bitcoin và sự xuất hiện của các loại tiền tệ kỹ thuật số mới
- Hồ sơ y tế điện tử và những thay đổi lớn về cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe
- An ninh mạng và nhu cầu đảm bảo tính toàn vẹn của dữ liệu và các giao dịch
- Các đột phá công nghệ Nano trong y học và các lĩnh vực khác
- Thông tin điện tử về sức khỏe và khả năng phân tích số lượng lớn các dữ liệu y tế
- Nghiên cứu già hoá để kéo dài cuộc sống
- Robotics và vai trò ngày càng tăng của robot trong gia đình và tại nơi làm việc
- Các tiến bộ trong khoa học bộ não sẽ làm thay đổi cách chăm sóc sức khỏe

Các start-up công nghệ sẽ tiếp tục thúc đẩy nền kinh tế toàn cầu và chuyển đổi các ngành công nghiệp không phát triển nhanh chóng để phục vụ thị trường ngày càng thay đổi. Vai trò của đổi mới trong khởi nghiệp công nghệ cần được đánh giá cao. Đổi

mới được định nghĩa là sự chuyển đổi các ý tưởng, sáng chế và quy trình mới thành giá trị cho một thị trường. Trong định nghĩa này, rõ ràng đổi mới khác với việc chỉ đơn thuần là có một ý tưởng hoặc tạo ra một sáng chế. Những ý tưởng tốt có thể đến từ bất cứ ai. Bạn có thể có những ý tưởng mà bạn cho là đột phá và rất hữu ích nếu chúng trở thành hiện thực. Ví dụ, xe điện trở nên phổ biến hơn và giá cả phải chăng có thể là một ý tưởng tốt. Tuy nhiên, do một ý tưởng không có tác động nào đến xã hội, chính người đổi mới là người biến ý tưởng thành hiện thực để tạo ra giá trị cho ý tưởng đó thông qua một sản phẩm hoặc dịch vụ. Doanh nhân khởi nghiệp là người biết cách đổi mới thị trường.

Người đổi mới là những người có ý tưởng và cố gắng tạo ra giá trị thông qua việc phát triển sản phẩm, thiết kế, lập lại và tinh chỉnh. Các nhà đổi mới cũng thường là các doanh nhân khởi nghiệp, có nghĩa là những người này cũng biết được cách thức tổ chức một liên doanh khởi nghiệp, phát triển một mô hình kinh doanh dựa trên đổi mới, phục vụ khách hàng và phát triển liên doanh này. Người đổi mới không phải lúc nào cũng là một doanh nhân khởi nghiệp lành nghề, nhưng sự đổi mới và tinh thần khởi nghiệp luôn là hai vấn đề không thể tách rời. Doanh nhân khởi nghiệp mà không có nhà đổi mới thì không tạo ra giá trị cho thị trường còn người đổi mới mà không có doanh nhân tạo ra giá trị thì không có kỹ năng phục vụ thị trường và thành lập liên doanh. Tuy nhiên, không nhất thiết một cá nhân phải có tất cả các kỹ năng cần thiết để thành công khi khởi nghiệp. Trường hợp dưới đây là một ví dụ của một người có tất cả ba đặc điểm chính đã nêu ở trên.

Loren Brichter, người sáng lập Tweetie, là một người có ý tưởng, đổi mới và là một doanh nhân thành đạt. Ông cho biết ông đã từ bỏ khoảng 80% ý tưởng của mình để tập trung vào những ý tưởng mà ông nghĩ rằng sẽ trở nên hấp dẫn với người dùng nhất. Tweetie là ứng dụng phổ biến đối với những người sử dụng thiết bị di động. Ông đã phát triển một



ứng dụng mới gọi là "LetterPress", một trò chơi đoán chữ trí tuệ. Trong trò chơi này, bạn phải cạnh tranh với những người chơi khác để cố gắng lấp đầy bảng bằng những ô chữ có màu sắc mà bạn đã chọn trước đó. Có một số mẹo mà các doanh nhân khởi nghiệp phát triển ứng dụng nên sử dụng để đưa ra các sản phẩm mà người dùng mong muốn:

1. Thu hẹp ý tưởng của bạn vào một cái gì hữu ích thực sự.
2. Xây dựng các tính năng cung cấp phản hồi cho người dùng để họ biết điều gì đang xảy ra.
3. Kiểm tra ứng dụng của bạn một cách khôn ngoan trước khi tung ra thị trường.
4. Quảng bá ứng dụng của bạn thông qua các ứng dụng phổ biến khác là một cách tốt để xây dựng chiến lược quảng bá thông qua tin đồn.

Khi bạn nghiên cứu bài viết này, hãy nghĩ về năng lực của bạn như là một người có ý tưởng, một nhà đổi mới và một doanh nhân khởi nghiệp. Có thể bạn có cả bộ ba kỹ năng như Loren Brichter. Tuy nhiên, bạn có thể là người đổi mới nhiều hơn là một doanh nhân khởi nghiệp, hoặc ngược lại. Tự biết mình là một điểm khởi đầu quan trọng trong cách tiếp cận có hiệu quả đối với khởi nghiệp công nghệ. Sau tất cả, hai trong số các tài nguyên chủ chốt mà bạn luôn có là tài năng độc đáo và các bộ kỹ năng của riêng bạn. Biết được điểm mạnh và điểm yếu của

mình cho phép bạn tập trung vào những gì bạn làm tốt nhất và tìm ra những người tài năng có thể bù đắp cho bất kỳ điểm yếu nào của bạn. Ví dụ, nếu bạn là người mạnh về đổi mới nhưng lại kém trong các vấn đề liên quan đến khởi nghiệp, thì bạn sẽ cần phải tìm một người có các kỹ năng của doanh nhân khởi nghiệp. Tương tự như vậy, các doanh nhân có tay nghề không phải là những nhà đổi mới giỏi sẽ phải tìm kiếm một nhà đổi mới để thành lập một liên doanh. Cho đến nay, kịch bản khả thi nhất là bạn cần phải làm việc với những người tài năng khác để thực hiện những ước mơ khởi nghiệp công nghệ mạo hiểm của mình. Rất hiếm khi có tất cả tài năng và tài nguyên cần thiết để tự khởi nghiệp, phát triển và thanh khoản khoản đầu tư mạo hiểm. Khởi nghiệp công nghệ thực sự là một môn thể thao chơi theo nhóm thúc đẩy các tài năng và sự đóng góp của nhiều cá nhân phấn đấu cùng nhau để đạt được mục tiêu duy nhất là sự thành công của liên doanh.

Bên cạnh đó, để thành công, các start-up công nghệ còn cần phải xem xét đến yếu tố toàn cầu vì hiện nay, về bản chất, khởi nghiệp công nghệ mang tính toàn cầu. Đổi mới, cạnh tranh và các công nghệ đột phá có thể xuất hiện ở bất cứ đâu trên thế giới và nhanh chóng phổ biến ra các thị trường trên toàn cầu. Những công nghệ này một phần được thúc đẩy bởi Internet vì Internet không chỉ giúp mọi người kết

nổi một cách dễ dàng thông qua World Wide Web mà còn cho phép phổ biến rộng rãi kiến thức và thông tin. Kết quả là, các nhà đổi mới khó xây dựng một cái gì đó chỉ ở một địa điểm đơn lẻ mà không phải là ở phạm vi toàn cầu.

Áp lực này đối với các start-up công nghệ để di chuyển nhanh chóng từ đổi mới sang phát triển thị trường lớn hơn bao giờ hết. Các start-up công nghệ phải phát triển thị trường của mình thông qua nhiều lần phát hành sản phẩm của họ và trong quá trình này, sản phẩm của họ tiếp xúc với thị trường toàn cầu cũng như những con mắt tò mò của các start-up đầy tham vọng khác. Không ai có thể giúp cho start-up tránh được điều này. Các start-up công nghệ không thể xây dựng các sản phẩm của họ trong chân không (nói cách khác là trong ga ra), mà họ phải sẵn sàng lập đi lập lại nhiều lần thông qua những lần phát hành sản phẩm để phát triển khách hàng và thị trường một cách nhanh chóng.

Tất nhiên, sở hữu trí tuệ sẽ đóng một vai trò quan trọng trong việc bảo vệ quyền lợi của các start-up công nghệ và các nhà đầu tư của họ. Một thách thức mà các start-up công nghệ chắc chắn phải đối mặt là phải dành nhiều nguồn lực quý báu (và đặc biệt là tiền mặt) cho sở hữu trí tuệ hoặc phát triển thị trường. Nhu cầu trước mắt chắc chắn sẽ gặp phải là sự cần thiết phải đặt nền móng cho tương lai. Các ưu tiên được lựa chọn và hướng giải quyết vấn đề này sẽ khác nhau tùy thuộc vào loại hình start-up công nghệ. Ví dụ, trong nhiều trường hợp, các start-

up theo đuổi một số loại hình liên doanh trên Internet có thể sẽ muốn chi nhiều tiền hơn nữa trong nguồn vốn có hạn cho phát triển thị trường. Ngược lại, một start-up công nghệ phát triển thiết bị y tế có thể muốn chi nhiều tiền hơn cho sở hữu trí tuệ.

Điều quan trọng là phải nhận ra rằng tất cả các thị trường toàn cầu chắc chắn đều nằm ở một địa phương cụ thể nào đó, và các start-up công nghệ mong muốn tiếp cận thị trường toàn cầu bằng sản phẩm của họ sẽ cần phải xem xét nhu cầu và mong muốn của khách hàng ở địa phương đó. Các sản phẩm công nghệ được tạo ra để phục vụ các thị trường ở Mỹ có thể không phù hợp với thị trường, ví dụ như Ấn Độ, mà không có sự điều chỉnh đáng kể. Ấn Độ là một thị trường độc đáo và hấp dẫn bởi vì nó có tầng lớp trung lưu đang nổi lên, là quốc gia đông dân thứ hai trên trái đất, và là quốc gia hiểu biết về công nghệ. Tuy nhiên, các start-up dựa vào Internet phải nhận ra rằng chỉ có 10% dân số Ấn Độ sử dụng World Wide Web. Mặc dù vậy, Ấn Độ hiện có hơn 900 triệu thuê bao điện thoại, trong đó 96% là điện thoại di động. Điện thoại di động được 75% dân số Ấn Độ sử dụng. Các start-up dựa vào Internet muốn phát triển trên thị trường Ấn Độ phải điều chỉnh các dịch vụ của mình để tận dụng sự xâm nhập của điện thoại di động ở đó. Cung cấp một giải pháp web chỉ cho thị trường Ấn Độ ngay bây giờ sẽ không có khả năng sinh lợi như cung cấp một giải pháp dựa trên điện thoại.

*N.L.H. (Technology Entrepreneurship, 2014)*