

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

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 11.2018



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Start-up Wheel 2018 mở rộng đối tượng tham gia
- 02 Quỹ ESP Capital muốn tăng vốn đầu tư cho start-up Việt
- 03 Trào lưu 'sống cùng' Start-up Việt chưa bắt nhịp
- 04 Start-up Edtech Việt nhận đầu tư từ quỹ Singapore

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Umbala: Sức mạnh Việt Nam giữa thung lũng Silicon Mỹ
- 06 Mafia Paypal - Đằng sau thành công của những người sáng lập

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Năm trụ cột của khởi nghiệp công nghệ (Phần cuối)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

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

STARTUP WHEEL

BÁNH XE KHỞI NGHIỆP

START-UP WHEEL 2018 MỞ RỘNG ĐỐI TƯỢNG THAM GIA

Vietnam Start-up Wheel 2018 tạo thêm sân chơi cho 2 đối tượng mới là nhà nghiên cứu khoa học và du học sinh, cựu du học sinh.

Ban tổ chức cuộc thi Khởi nghiệp Vietnam Start-up Wheel 2018 vừa tổ chức buổi họp báo phát động cuộc thi tại khu vực miền Bắc. Năm 2018, cuộc thi đổi tên thành Vietnam Start-up Wheel để vươn ra một vị thế mới, trở thành cuộc thi cấp quốc gia được bảo trợ bởi Bộ Khoa học và Công nghệ. Đây không chỉ là nơi khẳng định bản thân và khởi nghiệp mà còn là sự lựa chọn hàng đầu để tiếp cận các nguồn lực quan trọng, hỗ trợ cho sự phát triển.

Khác với những năm trước, Start-up Wheel tập trung vào 2 đối tượng chính là doanh nghiệp khởi nghiệp và cá nhân, nhóm khởi nghiệp, thì năm 2018 Vietnam Start-up Wheel tạo thêm sân chơi cho 2 đối tượng mới là nhà nghiên cứu khoa học và du học

sinh, cựu du học sinh. Cụ thể, đó là các mô hình khởi nghiệp đã đăng ký kinh doanh và hoạt động dưới 5 năm, sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp đã tồn tại và có người tiêu thụ (có ít nhất 1 người sáng lập tuổi đời dưới 35). Cá nhân, nhóm khởi nghiệp có thành viên tuổi đời dưới 35 tuổi có ý tưởng, sản phẩm, dịch vụ, mô hình khởi nghiệp cụ thể và đang ở bất kỳ giai đoạn nào.

Vietnam Start-up Wheel 2018 cũng tập trung vào những sáng chế của những nhà nghiên cứu trong các tỉnh, các trường có thể hướng tới khả năng thương mại hóa trong thời gian sắp tới. Với những sáng chế của các nhà khoa học nếu có thể thương mại hóa sẽ là một lợi thế cạnh tranh rất tốt. Ban tổ

chức mong muốn tìm kiếm những mô hình khởi nghiệp có tinh thần “ngựa chạy đường dài”, qua đó khẳng định khởi nghiệp là một cuộc đua đòi hỏi sự bền bỉ và nỗ lực không ngừng. Với thời gian dài, thể lệ khó, thí sinh sẽ phải cân nhắc nhiều hơn, chuẩn bị kỹ hơn, nhưng những giá trị “vô hình” lẫn “hữu hình” dành cho tất cả thí sinh là hết sức đáng giá.

Vietnam Start-up Wheel 2018 kéo dài từ tháng 3-8/2018 với hàng chục sự kiện quy mô khác nhau được tổ chức trên cả nước chia thành 4 khu vực: khu vực miền Nam (trọng điểm là TP. HCM); Khu vực miền Bắc (trọng điểm là TP. Hà Nội); Khu vực miền Trung (trọng điểm là Đà Nẵng) và khu vực miền Tây (trọng điểm là Cần Thơ, An Giang, Bến Tre).

Vietnam Start-up Wheel là tên gọi mới của phiên bản Start-up Wheel mùa 2018. Start-up Wheel là cuộc thi thường niên với quy mô toàn quốc do Trung tâm Hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp (BSSC) khởi xướng, đồng tổ chức bởi Sở Khoa học Công nghệ TP. HCM, Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam TP. HCM, Hội Sinh viên Việt Nam TP. HCM và Hội Doanh nhân trẻ TP.HCM (YBA).

Start-up Wheel được tổ chức lần đầu tiên vào năm 2013 và là một trong số những cuộc thi đầu tiên dành riêng cho cộng đồng Start-up, thu hút được sự chú ý của đông đảo người trẻ và các nhà đầu tư.

Cuộc thi không chỉ là cuộc thi, VietNam Start-up Wheel đã trở thành một bộ phận đưa Start-up Việt vươn mình ra biển lớn!

Đăng ký tham gia tại: <http://Start-upwheel.vn/dang-ky>

Thời hạn đăng ký: 15/05/2018;

Năm 2018, Vietnam Start-up Wheel sẽ mang đến một diện mạo mới, một thử thách mới dành cho cộng đồng start-up trên cả nước./.

LỊCH SỰ KIỆN

- 11/04/2018: Phát động cuộc thi VIETNAM Start-up WHEEL tại ĐH Kinh tế Đà Nẵng.
- 13/04/2018: Phát động cuộc thi VIETNAM Start-up WHEEL tại ĐH Kinh tế Quốc Dân Hà Nội
- 14/04/2018: Phát động cuộc thi VIETNAM Start-up WHEEL dành cho Doanh nghiệp tại Hà Nội tại Tòa nhà Times Tower - 35 Lê Văn Lương, Hà Nội
- 18/04/2018: Phát động cuộc thi VIETNAM Start-up WHEEL tại ĐH Khoa học Tự nhiên TPHCM.
- 03/5/2018: Họp báo phát động cuộc thi VIETNAM Start-up WHEEL tại TP.HCM
- 05/05/2018: Phát động cuộc thi VIETNAM Start-up WHEEL tại ĐH Cần Thơ
- 07/05/2018: Phát động cuộc thi VIETNAM Start-up WHEEL tại ĐH Mở Tp. HCM
- 10/05/2018: Phát động cuộc thi VIETNAM Start-up WHEEL tại ĐH Tôn Đức Thắng



LEADING VENTURE CREATION IN
VIETNAM AND SOUTH EAST ASIA

QUỸ ESP CAPITAL MUỐN TĂNG VỐN ĐẦU TƯ CHO START-UP VIỆT

Đẩy mạnh rót vốn cho các công ty khởi nghiệp giai đoạn đầu ở Việt Nam là mục tiêu của Quỹ đầu tư mạo hiểm ESP Capital trong thời gian tới.

ESP Capital hy vọng có thể góp phần tìm kiếm và phát triển công ty khởi nghiệp "kỳ lân" (Start-up đạt giá trị từ một tỷ USD) đầu tiên trong tương lai bằng cách đẩy mạnh đầu tư vào các start-up vòng hạt giống ở Việt Nam, Lê Hoàng Uyên Vy - Đối tác điều hành mới của đơn vị cho biết trên *Dealstreetasia*.

"Việt Nam hiện chưa có start-up kỳ lân nào trong khi nhiều nước Đông Nam Á như Singapore, Indonesia, Philippines đã cho ra mắt nhiều công ty khởi nghiệp trị giá hơn một tỷ USD. Nước ta còn thiếu nền tảng đầu tư chuyên dành cho các start-up giai đoạn đầu nên quỹ muốn tập trung vào phân khúc

này dù xác định sẽ gặp nhiều rủi ro", Vy cho biết.

Tính từ khi mới ra mắt quỹ vào tháng 3/2017, ESP Capital rót tổng cộng 1,4 triệu USD vào 9 start-up. ESP Capital có trụ sở chính tại Singapore, chi nhánh ở TP. HCM. Quỹ xác nhận 100% vốn đến từ các cổ đông Việt Nam. Với quy mô 20 triệu USD, Quỹ tập trung đầu tư vào các start-up công nghệ trong giai đoạn đầu, với số tiền rót vốn từ 50.000 USD đến 300.000 USD.

Theo Topica Founder Institute (TFI), ESP Capital là một trong bốn nhà đầu tư lớn nhất Việt Nam xét theo tiêu chí số lượng hợp đồng rót vốn (5 lần) năm



ESP Capital là quỹ có số hợp đồng đầu tư nhiều thứ hai tại thị trường Việt Nam năm 2017

2017. Đây cũng là năm đầu tiên ghi nhận số vụ đầu tư của các quỹ và nhà đầu tư nội vượt quỹ ngoại nhưng vẫn thua về tổng giá trị các phi vụ.

Vy cho biết sắp tới ngoài Việt Nam, Quỹ sẽ mở rộng đầu tư ra khu vực Đông Nam Á và phân bổ nguồn vốn cho cả những start-up lĩnh vực sức khỏe, phong cách sống, nhà ở và du lịch. Ngoài việc đầu tư tài chính, Quỹ còn có hỗ trợ chiến lược các nhà sáng lập start-up trong việc vận hành doanh nghiệp và huy

động vốn cho những giai đoạn phát triển tiếp theo.

"Việt Nam có tên trong danh sách top 5 quốc gia Đông Nam Á có tầng lớp khách hàng trung lưu phát triển nhanh nhất. Trong khi đó, số lượng các gia đình trẻ đang gia tăng nhanh chóng sẽ là phân khúc khách hàng mà Quỹ muốn tập trung vào. Đơn vị sẽ sớm công bố danh mục đầu tư vào các start-up nhắm đến đối tượng này", Vy bổ sung./.



TRÀO LƯU ‘SỐNG CÙNG’ START-UP VIỆT CHƯA BẮT NHỊP

Không chỉ co-working (làm việc chung), giờ đây, các nhà sáng lập start-up còn có thể sống cùng (co-living) khi khởi nghiệp. Xu hướng này đã lan đến Đông Nam Á với điểm khởi đầu là Singapore. Tuy nhiên, co-living lại được cộng đồng start-up Việt đón nhận.

Singapore được mệnh danh là trung tâm khởi nghiệp của Đông Nam Á, một trong những thành phố khởi nghiệp giàu tiềm năng nhất thế giới. Vì thế, không bất ngờ khi các trào lưu khởi nghiệp mới ở Đông Nam Á thường bắt nguồn từ quốc đảo này. Co-living/sống cùng là một trong số đó. Bất nhịp với xu hướng co-living đang bùng nổ ở châu Á, các nhà sáng lập start-up Hmlet đã tạo nên không gian sống chung thích ứng với nhu cầu linh hoạt cũng như những ưu tiên liên quan đến phong cách sống của thế hệ 8X, 9X.

VẬY CO-LIVING LÀ GÌ?

Giống với co-working space (không gian làm việc chung) đang dần phổ biến ở Việt Nam cũng như trên toàn cầu, một số nhà phát triển bất động sản đang tạo ra co-living. Đây được coi là mô hình sống hiện đại với những không gian chung được chia sẻ bởi nhóm người trẻ tuổi có cùng sở thích hay công việc giống nhau. Khi sống chung, họ sẽ cùng nhau chia sẻ một số không gian chung như bếp, phòng sinh hoạt và dĩ nhiên là cả tiền thuê nhà. Dù vậy, bên cạnh những cái chung, vẫn có cái riêng. Nghĩa là họ có thể

nấu và ăn cùng nhau, chơi và giải trí cùng nhau, nhưng không gian nghỉ ngơi vẫn hoàn toàn riêng biệt.

Khởi nguồn tại các thành phố lớn của các quốc gia châu Âu như Đức, Pháp, co-living đã nhanh chóng nở rộ ở châu Á. Đặc biệt, thế hệ 8X và 9X (còn gọi là thế hệ Millennials) ở châu Á tỏ ra hào hứng với xu hướng này.

Lý giải về hiện tượng trên, giới phân tích cho rằng: Millennials là thế hệ lớn lên cùng sự bùng nổ công nghệ và truyền thông xã hội. Họ có khả năng thích nghi cao và không ngại ngần chia sẻ các tiện nghi với nhau. Vì thế, sở hữu căn hộ riêng không còn là tiêu chí của thế hệ 8X, 9X. Điều đó đã tạo nền tảng cho xu hướng co-living xuất hiện và bùng nổ ở châu Á.

VÌ SAO CO-LIVING BÙNG NỔ Ở CHÂU Á

Không chỉ thỏa mãn sở thích sống, co-living còn góp phần giải quyết những mâu thuẫn nảy sinh trong cuộc sống đô thị ở nhiều quốc gia châu Á. Thị trường bất động sản châu Á bùng nổ, nhất là tại Trung Quốc, Hong Kong... Giá mua và thuê nhà gia tăng với tốc độ chóng mặt. Thực trạng này khiến giới trẻ khó tìm được chỗ ở trong hành trình lập nghiệp để khẳng định bản thân. Thêm nữa, việc thay đổi công việc khiến chỗ làm của họ không cố định. Vì thế, không phải cá nhân nào cũng muốn mua hoặc thuê nhà dài hạn ở địa điểm cố định. Tuy nhiên, việc cùng thuê nhà giữa những người trẻ tuổi cũng nảy sinh nhiều bất cập. Vì thế, sự chuyên nghiệp trong quản lý của co-living lại đáp ứng được yêu cầu này.

Đơn cử: hầu hết start-up khai thác mô hình co-living đều chú trọng vào những yếu tố mang tính cộng đồng như mở lớp học yoga, tổ chức các buổi chiếu phim, bữa tiệc với thức uống miễn phí và những buổi hội thảo có chủ đề thú vị cho cư dân. Như vậy, co-living không đơn thuần mang đến người thuê giải pháp về nơi ở, mà còn là trải nghiệm hướng đến kết nối và chia sẻ với thế giới xung quanh trong

không gian đầy màu sắc, thân thiện và tiện nghi. Điều đó giúp cho những người trẻ tuổi dễ dàng hòa nhập cộng đồng thay vì quanh năm chỉ đối diện với 4 bức tường.

Sau khi “gỡ cửa” Trung Quốc năm 2012 với thương hiệu YOU+ International Youth Community cùng một vài nhà điều hành khác, mô hình co-living đã bùng nổ tại quốc gia này với gần 90 thương hiệu (tính đến cuối năm 2016). Giờ đây, xu hướng co-living đã đến Đông Nam Á với Start-up Helmet.

Yoan Kamalski - đồng sáng lập và CEO của Hmlet - cho biết: Chúng tôi không chỉ cung cấp chỗ ở mà còn tạo ra một cộng đồng thực sự khi biến các tòa nhà thành môi trường sống năng động, tiếp thêm sức sống cho cộng đồng khởi nghiệp. Hmlet có mọi thứ từ BBQ, tiệc rượu đến lớp học khiêu vũ,... Tất cả những gì có thể mang đến người thuê nhà đời sống xã hội sinh động. Hiện tại, thách thức lớn nhất mà Hmlet phải đối mặt là chuyển đổi từ công ty quản lý bất động sản thông thường sang công ty “công nghệ bất động sản”. Để làm được điều này, kể từ tháng 4/2018, Hmlet App sẽ tạo cơ hội cho cộng đồng khởi nghiệp giao tiếp và kết nối những mối quan tâm chung về khởi nghiệp và sở thích cá nhân.

Hiện tại, Việt Nam có khoảng 35% dân số thuộc thế hệ Millennials. Điều đó cũng có nghĩa tiềm năng để khởi nghiệp trong lĩnh vực này không nhỏ. Tuy nhiên, co-living lại chưa phổ biến ở Việt Nam, cho dù đã manh nha hình thành. Bằng chứng là chưa có Start-up hay chủ đầu tư nào có ý định phát triển mô hình co-living tại Việt Nam. Tuy nhiên, trong xu thế giới trẻ Việt đang có xu hướng độc lập hơn trong lối sống cũng như quan tâm nhiều hơn đến môi trường sống thay vì chỉ cần chui vào các căn hộ khép kín cộng thêm giá nhà đất leo thang chóng mặt, Start-up Việt khó có thể đứng ngoài xu hướng đang bùng nổ ở châu Á này./.

START-UP EDTECH VIỆT NHẬN ĐẦU TƯ TỪ QUỸ SINGAPORE

Công ty công nghệ giáo dục hướng đến mục tiêu mở rộng mô hình kinh doanh trong nước và chinh phục thị trường Đông Nam Á từ năm 2018.

Nền tảng đánh giá giáo dục và đặt chỗ khoá học trực tuyến Edu2Review mới đây nhận được khoản rót vốn từ quỹ Nest Tech, Singapore.

Do thoả thuận bảo mật giữa hai bên, số tiền đầu tư không được tiết lộ. Tuy nhiên, Austin Carter – Nhà đồng sáng lập kiêm Giám đốc Tài chính của Start-up này cho biết khoản đầu tư này đã nâng định giá Edu2Review lên con số vài triệu đô, tăng giá trị gấp 5 lần so với cùng kỳ năm ngoái.

"Đây là dự án tiềm năng đã chứng minh được tính khả thi. Bên cạnh đó, chúng tôi tin tưởng vào đội ngũ sáng lập và vận hành của doanh nghiệp - một tập thể đoàn kết, khát vọng. Đặc biệt, nhiều nhân sự chủ chốt là người nước ngoài đang hành động vì sứ mệnh nâng tầm nền giáo dục Việt Nam", ông Soe Moe Kyaw Oo, nhà sáng lập quỹ đầu tư nói.

Thành lập từ giữa năm 2015 bởi Hồ Hoàn (du học sinh Phần Lan, Pháp) và Austin Carter (Canada), Start-up công nghệ giáo dục hướng đến mục tiêu kết nối hàng triệu người học với các đơn vị đào tạo, mang đến một chuẩn mực mới trong việc đo lường chất lượng đào tạo thông qua việc sử dụng sức mạnh cộng đồng để đánh giá chất lượng dạy và học.

Giá trị cốt lõi công ty khởi nghiệp này mang đến cho học viên là nguồn thông tin đánh giá được xác thực và nhiều ưu đãi khi đặt chỗ khoá học trực tuyến, còn với đơn vị đào tạo là cơ hội quảng bá thương hiệu và thu hút tuyển sinh.

Tính đến nay, Start-up có hơn 3.500 đơn vị đào

tạo trong cơ sở dữ liệu và 30.000 đánh giá xác thực từ học viên. Trong năm 2017, nền tảng phục vụ gần 4,2 triệu lượt người dùng và xử lý hơn 25.000 lượt đặt chỗ khoá học trên toàn hệ thống.

"Hiện tại, 60% số trung tâm ngoại ngữ tại TP HCM và 25% đơn vị tương tự tại Hà Nội đã đăng ký trên hệ thống. Trong năm 2018, chúng tôi hướng tới việc kết nối toàn bộ đơn vị đào tạo ngoại ngữ trên toàn quốc để giúp người học có thêm nhiều lựa chọn chất lượng", ông Hồ Hoàn, Giám đốc điều hành công ty EBIV, đơn vị vận hành Start-up cho biết.

Mục tiêu của Start-up trong năm 2018 là phục vụ 7,5 triệu lượt người dùng, thu hút 120.000 lượt đặt chỗ khoá học, xử lý dữ liệu của 20.000 đơn vị đào tạo tại Việt Nam và sau đó mở rộng mô hình kinh doanh ra thị trường Đông Nam Á.

Để phục vụ cho kế hoạch trên, công ty lên kế hoạch huy động số vốn bổ sung 3,5 triệu USD từ các nhà đầu tư. Nguồn vốn sẽ được sử dụng để tuyển thêm 50 nhân viên làm nghiên cứu và phát triển, đồng thời giúp đẩy mạnh hoạt động quảng bá, marketing trên toàn quốc.

Nest Tech là quỹ đầu tư mạo hiểm được sáng lập bởi Soe Moe Kyaw Oo, doanh nhân người Anh đang làm việc tại Singapore. Quỹ chuyên rót vốn vào các dự án Start-up công nghệ tại Việt Nam và Myanmar ở giai đoạn hạt giống. Bên cạnh đầu tư tài chính, đơn vị còn cung cấp kiến thức quản trị, kết nối thị trường và mạng lưới quan hệ để giúp các Start-up mở rộng kinh doanh./.



UMBALA: SỨC MẠNH VIỆT NAM GIỮA THUNG LŨNG SILICON MỸ

Một ngày đầu tháng 4, tôi tình cờ gặp một cái tên đang gây ấn tượng mạnh với giới trẻ với ứng dụng mang tên Umbala-do một 8X khởi nghiệp khi mới 20 tuổi, mang theo một ước mơ to lớn về thay đổi thế giới, người sở hữu công ty CNTT triệu đô tại Thung lũng Silicon, đó chính là Nguyễn Minh Thảo - sáng lập Umbala, nền tảng đấu trường ngôi sao trên điện thoại di động.

CON ĐƯỜNG KHỞI NGHIỆP GIAN NAN

Nguyễn Minh Thảo sinh năm 1982 tại Quảng Trị, là cựu sinh viên Đại học Bách Khoa Hà Nội. Tuổi trẻ Minh Thảo đã có nhiều trải nghiệm cho hành trình sáng tạo của mình (anh khởi nghiệp lần đầu năm 20 tuổi với một số bạn của mình).

Năm thứ ba Đại học, khi nói chuyện với gia đình về khởi nghiệp, Thảo đã phải đấu tranh, thuyết phục rất nhiều vì hầu như mọi người trong thế hệ trước đều không hiểu về lập nghiệp. Đây là điều vô cùng

khó khăn và hầu như tất cả các Founder ở Việt Nam đều gặp phải chứ không chỉ riêng Minh Thảo. Thảo tươi cười nói: Khi mình đạt giải Ba cuộc thi Nhân tài Đất Việt, bố mẹ đã thay đổi cách suy nghĩ và ủng hộ, mặc dù không biết mình có kiếm được tiền không mà chỉ biết con có thể làm điều gì đó.

Mặc dù vậy, sau hơn 1 năm ra trường, Minh Thảo mới chính thức khởi đầu với dự án của chính mình. Năm 2006, Thảo cùng ba người bạn chính thức thành lập công ty CNC Software (chuyên gia công phần mềm). Nhớ lại những ngày đầu khởi nghiệp, sau một thời gian áp ú và chuẩn bị, đúng ngày khai trường khi cả nhóm ngồi họp và dự định lên kế hoạch thì từng người lại xin rút lui (một bạn vì lý do gia đình, một bạn vì sắp tốt nghiệp Đại học nên không có thời gian và một bạn thấy thế cũng ra đi theo. Chỉ trong buổi sáng, công ty có 4 người thì giờ chỉ còn một mình, mọi việc xảy ra khiến mình ngỡ

ngàng. Thực sự mình muốn khóc nhưng cố ngăn dòng nước mắt. Mình đã ngồi im lặng suy nghĩ tiếp tục hay dừng lại để làm cho một công ty lớn nào đó để tích lũy thêm kinh nghiệm rồi hãy lập nghiệp? Nhưng mình nghĩ đã bắt đầu thì phải theo và nếu dừng lại mình sẽ cảm thấy vô cùng trống trải.

Năm 2011-2012, CNC Software đã cán mốc một triệu USD. Đó là phần thưởng của sự kiên trì, nỗ lực của Nguyễn Minh Thảo. Khi xây dựng công ty phần mềm CNC Software cùng với nhiều sản phẩm trong cộng đồng, trong đó phải kể đến ứng dụng “Tìm sách” đã đạt được giải thưởng Nhân tài Đất Việt năm 2010. Cũng từ đây, Minh Thảo mong muốn thực hiện giấc mơ vươn ra thế giới. Anh muốn đầu tư cho các Start-up và chợt tự hỏi, tại sao không đầu tư ngay trong chính công ty mình?

UMBALA - SẢN PHẨM VIỆT MANG THƯƠNG HIỆU TOÀN CẦU

Một điều bất ngờ với mọi người là khi công ty đang phát triển thì đến năm 2014, Thảo lại quyết định đóng cửa công ty. Rất nhiều người ngạc nhiên với quyết định của Thảo, như theo lý giải của anh thì: “Từ lúc còn là sinh viên, mình đã đặt mục tiêu xây dựng một công ty có ảnh hưởng trên toàn thế giới, mặc dù CNC Software đã đạt được một số kết quả nhưng thực sự vẫn chưa làm được điều mình mong muốn, do vậy mình quyết định đóng cửa để tập trung thực hiện ước mơ thời tuổi trẻ”.

Sau khi dừng dự án CNC Software, Minh Thảo đã sang Mỹ bởi anh cho rằng, muốn làm gì đó có ảnh hưởng thế giới, cần đến những nơi được coi là “bộ phóng của các sáng tạo”, nơi các sáng tạo ra đời được coi là bình thường.

Thảo cho biết: “Khi đến Silicon Valleys, ban đầu mình nghĩ sẽ không ai nói chuyện với mình nhưng không phải. Ở đó, tất cả mọi người đều cởi mở nói chuyện. Họ sẵn sàng đối thoại vì họ không biết rằng những người đối diện họ có phải là một tỷ phú trong tương lai. Họ tìm sự khác biệt. Mình phát hiện tất cả

mọi người tài năng trên thế giới đều tập trung về đây”.

Tháng 9/2016, Umbala chính thức ra mắt với những tính năng đột phá so với những ứng dụng đã có trên thị trường, nhưng thành công chưa đến bởi thật bất ngờ, người Mỹ không đón nhận và sử dụng. Không nản chí, Minh Thảo đã nghĩ đến việc đi đường vòng, có nghĩa sẽ tiếp cận các thị trường khác trước. Anh quyết định chọn thị trường Nam Mỹ là những nơi gần nước Mỹ để thử nghiệm, và Brazil là thị trường được lựa chọn. Chọn một thị trường khác để tiếp cận thị trường Mỹ, một lần nữa Thảo lại thất bại. Lần thứ ba, Thảo đã mang sản phẩm đến thị trường châu Âu (Anh và Đức), và lần này may mắn đã mỉm cười với chàng trai.

Khi sản phẩm Umbala được nhiều người đón nhận, lượt sử dụng tăng đột biến và từ chính những nội dung mà người dùng tạo ra ở hai thị trường này, Minh Thảo đã liên kết với các ông lớn như Instagram, Snapchat,... để chia sẻ và nhanh chóng tiếp cận tạo thành trào lưu trong giới trẻ ở Mỹ và Canada. Quá trình phát triển thị trường, Thảo nhận ra rằng, cần tựa vai những người khổng lồ sẽ giúp mình đi nhanh hơn, còn nếu không sẽ rất lâu và tốn kém.

Với định hướng là cung cấp một nền tảng để những tài năng âm nhạc trẻ có cơ hội thể hiện mình bằng việc quay các video và tham gia đấu trường âm nhạc ảo trên điện thoại di động, Umbala đã nhanh chóng tạo được ấn tượng và gây sốt cho các bạn tuổi teen tại thị trường Mỹ, Canada, Brazil hay Đức bởi các công cụ cắt ghép tạo kỹ xảo theo nhịp điệu.

Vậy cái tên “Umbala” xuất phát từ đâu? và bạn khởi nghiệp vì điều gì: Tiền tài, danh vọng hay gia đình? Thảo cho biết: Umbala theo cách của trẻ con xưa hay nói là hướng đến phép thuật đặc biệt để có thể làm điều gì đó, và đây cũng là mơ ước của mình, làm một điều gì đó có ảnh hưởng đến xã hội. Ban đầu, mình khởi nghiệp vì đam mê và muốn làm điều gì đó cho xã hội, nhưng khi chia sẻ ý tưởng với



Không quan trọng cơ hội trắng hay đen, quan trọng là mình tận dụng cơ hội để đưa mình đi nhanh.

Nguyễn Minh Thảo
CEO Umbala

những người đi trước và được khuyên, làm gì thì làm cũng phải kiếm được tiền để trang trải. Từ đó mình đã tư duy theo hướng sản phẩm phải là sự kết hợp giữa đam mê và sinh lợi, nghĩa là tạo ra việc làm cho mọi người.

NHỮNG THÀNH CÔNG VÀ BÀI TOÁN TƯƠNG LAI

Sau những thành công bước đầu, đã có nhiều Quỹ đầu tư sẵn sàng rót vốn vào dự án như: 500 Start-ups, SOSVenture đã đầu tư hàng triệu USD, Amaron đầu tư 100.000 USD để hỗ trợ sản phẩm, Digital Ocean đầu tư 250.000 USD để hỗ trợ hạ tầng. Ngày 12/01/2007, Công ty Apple đã bình chọn Umbala là một trong những ứng dụng mới, hay, phù hợp với cộng đồng.

Với công ty có lượng người dùng lớn nhưng thật bất ngờ, hiện Umbala chỉ có 5 người (khi khởi đầu là 3). Đặt câu hỏi này cho Thảo, liệu công ty có quá kén người hay không? Thảo nói: “Quan điểm của mình tuyển dụng người về làm với mình chứ không phải làm thuê. Mình cũng đã mời khá nhiều người về làm nhưng dường như không phù hợp. Với mình, số lượng người làm nhiều hay ít không quan trọng mà cuối cùng là hiệu quả. Đội chúng mình thường xuyên ngồi nói chuyện, phân tích về các sản phẩm tương tự để tìm ra các ưu điểm nhằm hoàn thiện sản phẩm

của mình tốt hơn, phù hợp với thị hiếu giới trẻ hơn”.

Đào tạo để đi đường dài, đó là cách Minh Thảo đã làm để xây dựng cho mình một đội ngũ cộng sự chung chí hướng và làm việc ăn ý trong suốt những năm thăng trầm. Tuy nhiên, với sự phát triển của sản phẩm ở các thị trường lớn, việc duy trì và phát triển nhân sự vẫn là bài toán thách thức với Minh Thảo.

Khi Tổng giám đốc Google sang Việt Nam có khuyên sinh viên rằng: Các bạn hãy làm thật tốt thị trường Việt Nam rồi tới thị trường thế giới. Họ nói vậy vì họ thấy tất cả những người đang ngồi đều có tư tưởng đó và theo văn hoá Mỹ họ sẽ nói những gì người khác muốn nghe. Điều này cũng không sai. Nhưng mình cho rằng đã khởi nghiệp đừng nghĩ chúng ta chỉ khởi nghiệp ở Việt Nam, mà hãy trở thành những người khởi nghiệp của thế giới. Đừng nghĩ mọi thứ trong phạm vi Việt Nam bởi thị trường Việt Nam rất nhỏ hãy tìm cơ hội ở thị trường đại dương rộng lớn. Các nhà đầu tư không quan tâm 90 triệu dân mà họ quan tâm bạn ảnh hưởng như thế nào tới thế giới. Có thể xuất phát điểm hãy làm ảnh hưởng một phần thế giới như ở các nước đang phát triển khác như Ấn Độ, Brazil, ... Có rất nhiều Start-ups tại Silicon Valleys đang phát triển thị trường mục tiêu chủ yếu ở các nước đang phát triển.

Minh Phương



MAFIA PAYPAL - ĐẲNG SAU THÀNH CÔNG CỦA NHỮNG NGƯỜI SÁNG LẬP

Hơn một thập niên trước, PayPal đã giữ vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy ngành công nghiệp công nghệ ở Thung lũng Silicon. Tuy nhiên, câu chuyện về sự phát triển của Paypal và của nhóm sáng lập sau khi rời bỏ công ty sẽ chứng minh thành công của họ không phải là nhờ may mắn, đồng thời đem lại nhiều kinh nghiệm quý báu cho những người điều hành start-up trong bước đường khởi nghiệp.

MAFIA PAYPAL - NHỮNG KẺ LỮ HÀNH THA HƯƠNG

"Về cơ bản, chúng tôi bị trục xuất khỏi quê hương và họ đã đốt ngôi đền của chúng tôi. Vì vậy, chúng tôi phải lưu lạc khắp Trái đất và xây những ngôi nhà mới".

Đó là cách David Sacks, cựu lãnh đạo cao cấp của Paypal và cựu giám đốc điều hành của Yammer

mô tả về nhóm sáng lập ra công ty Paypal. "Họ" trong câu chuyện này chính là eBay và với việc mua lại Paypal vào mùa hè năm 2002, eBay phần nào chịu trách nhiệm vừa cả về sự thành công của PayPal lẫn lý do tại sao các nhà sáng lập đã rời bỏ công ty.

Mafia PayPal - thuật ngữ được sử dụng thể hiện tình cảm và sự kính trọng ở Thung lũng Silicon - để chỉ nhóm sáng lập PayPal thời kỳ trước IPO lần trước

khi được thu mua lại. Mặc dù có vẻ đây như những giai đoạn riêng biệt trong vòng đời của công ty, nhưng thực ra hai giai đoạn này không khác biệt mấy vì quá trình IPO của PayPal xảy ra chỉ vài tháng trước khi start-up này được bán cho eBay. Peter Thiel, Cựu Giám đốc điều hành PayPal ước tính Mafia PayPal có khoảng 220 người, không bao gồm bộ phận dịch vụ khách hàng cá nhân gồm 700 người đang hoạt động tại Omaha, Nebraska vào thời điểm đó.

Nổi tiếp thành công huyền thoại của Paypal, sau khi rời đi, nhóm 220 người này đã tiếp tục tạo ra bảy công ty "kỳ lân" riêng rẽ nữa. (Kỳ lân là các start-up có giá trị trên 1 tỷ USD). Hai trong số bảy công ty này đã được đánh giá đạt 10 tỷ USD. Đó là:

1. Tesla Motors - mức vốn hóa thị trường: 43,5 tỷ USD
2. LinkedIn - giá trị mua lại đạt 26,2 tỷ đô la
3. Palantir - trị giá 20 tỷ đô la (công ty tư nhân, dự toán)
4. SpaceX - trị giá 20 tỷ đô la (công ty tư nhân, dự toán)
5. Yelp - mức vốn hóa thị trường 3.46 tỷ USD
6. YouTube - mua với giá 1,65 tỷ USD
7. Yammer - mua lại với giá 1.2 tỷ USD

KHỞI NGHIỆP VỚI NỀN TẢNG LÀ TÌNH BẠN

Vào cuối năm 1998, Max Levchin, Peter Thiel và Luke Nosek thành lập Confinity (trước đây là FieldLink, Inc.). Thiel và Levchin gặp nhau tại Đại học Stanford khi Thiel làm khách mời thuyết trình và cả hai bắt đầu làm việc cùng nhau để khám phá khái niệm ví điện tử. Công ty ban đầu tập trung vào các khoản thanh toán di động được gửi từ các thiết bị như PalmPilots và PDA. Nhưng một nhân viên Confinity cuối cùng đã phát triển một phương thức chuyển khoản qua email. Dịch vụ đó đã trở thành PayPal vào năm 1999.

Sau khi thu hút được sự chú ý và tiến hành những bước đầu tiên trên nền tảng eBay, Confinity sáp nhập với X.com của Elon Musk và lấy tên của

công ty mẹ. Cuối cùng, khi chứng minh thành công bằng sản phẩm, công ty đã lấy tên PayPal, Inc. vào mùa hè năm 2001.

Cựu Giám đốc PayPal Peter Thiel hồi tưởng: "Khi bắt đầu khởi động PayPal, tôi nhớ trong một cuộc trò chuyện đầu tiên với Max, chúng tôi đã thống nhất xây dựng một công ty nơi mà mọi người thực sự là những bạn tốt và cho dù có bất cứ chuyện gì xảy tới với công ty thì tình bạn vẫn sẽ mãi tồn tại. Chúng tôi không thuê những người bạn mà chúng tôi thuê những người sẽ trở thành bạn tốt của chúng tôi".

Rất nhiều tình bạn như vậy đã được khởi đầu tại Stanford. Keith Rabois, David O. Sacks, Reid Hoffman và Ken Howery đều theo học Stanford cùng thời gian đó và hầu hết sau này được Thiel tuyển dụng để làm việc cho PayPal. Còn Max Levchin đã tuyển dụng một số nhà phát triển và bạn học cũ từ Đại học Illinois tại Urbana-Champaign.

Điều đặc biệt nhất là đa số nhân viên ban đầu của PayPal, hay PayPal Mafia nói chung, đều được chiêu mộ thông qua mạng lưới bạn bè chứ không phải qua công ty tuyển dụng. Sacks cho rằng tất cả họ đều cùng chung trí hướng vì thế mà đều có một tinh thần khởi nghiệp mạnh mẽ.

Tuy nhiên, có một đội ngũ giỏi hàng đầu cũng không giúp cho PayPal tránh gặp những rắc rối. Trên thực tế, thành công của những cựu nhân viên start-up này bắt nguồn từ một loạt các vấn đề và giải pháp mà nhóm đã phải đối mặt ngay từ đầu. Một số vấn đề chính mà nhóm phải đối mặt bao gồm:

- Sự chấp nhận của người tiêu dùng
- Gian lận
- Các vấn đề về quy định
- Thái độ thù địch từ Visa và Mastercard
- Sự cạnh tranh từ eBay

Những vấn đề này tạo ra áp lực và nhóm nghiên cứu phải đáp lại với áp lực đó. Thay vì bị áp lực đè bẹp, nhóm PayPal đã sử dụng áp lực làm đòn bẩy để duy trì cái mà Keith Rabois, cựu Phó Chủ tịch điều hành phát triển kinh doanh, gọi là "tính điên trong



sáng tạo”. Áp lực cũng tạo ra “kim cương”. Sacks cho biết PayPal trở thành công ty đầu tiên tạo ra những tính năng mà hiện nay thường có trong các công ty mới khởi nghiệp:

- Một trong những ứng dụng viral đầu tiên: người dùng PayPal đã có thể gửi tiền cho ai đó mà không cần tài khoản, buộc họ phải mở một tài khoản để đòi tiền.

- Một trong những công ty đầu tiên sử dụng chiến lược nền tảng: Sacks cho rằng PayPal "thực chất là một ứng dụng hàng đầu của eBay."

- Một trong những công ty đầu tiên cung cấp widget (tiện ích) có thể nhúng: Người dùng có thể đặt biểu tượng thanh toán PayPal vào một cuộc đấu giá trên eBay. Nội dung có thể nhúng sau đó đã trở thành bộ phận thiết yếu đối với YouTube và là một phần quan trọng để phát triển YouTube.

- Một trong những công ty đầu tiên dựa vào chiến lược sản phẩm tương tác: Các tính năng được phát hành bất cứ khi nào chúng được hoàn thành, chứ không theo các chu kỳ sản phẩm.

PayPal cũng rất khác biệt, được thể hiện ở văn hoá công ty. Rabois mô tả văn hoá của công ty là "đổi

đầu" và nói rằng những ý tưởng cho công ty được phép đưa ra thông qua các cuộc tranh luận. Thuê quản lý từ bên ngoài hiếm khi được áp dụng. Thay vào đó, nhân viên được thăng cấp nội bộ và thường là nhân viên chủ chốt của một bộ phận sẽ trở thành người đứng đầu bộ phận đó. Ví dụ: các nhà thiết kế sẽ báo cáo với nhà thiết kế chính, người được cho là nhà thiết kế giỏi nhất. Sacks cho rằng, theo nhiều cách, PayPal chính là hình mẫu cho các start-up của thung lũng Silicon hiện đại.

PayPal cũng rõ ràng là một sản phẩm của bong bóng dot-com ở một số khía cạnh. Công ty từng có tốc độ đốt tiền đầu tư là 10 triệu đô la một tháng. Tuy nhiên, cách mà nhóm PayPal tiến hành kinh doanh và điều hành công ty không giống như những gì Silicon Valley đã từng thấy trước đó. Làm theo cách riêng của mình đã mang lại thành công cho đội PayPal vì họ có thể nộp đơn cho đợt chào bán cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO) vào cuối năm 2001, sau đó hoàn thành đợt IPO vào tháng 2 năm 2002. Theo trang web của PayPal, cổ phiếu đã tăng hơn 54% vào ngày đầu tiên và đóng cửa ở mức 20,09 USD/cổ phiếu.

Sau IPO, người dùng eBay mặc áo sơ-mi của

PayPal tham dự hội nghị người sử dụng eBay vào tháng 6/2002 để bày tỏ sự hậu thuẫn của họ với việc tích hợp PayPal vào eBay. Một tháng sau, vào tháng 7 năm 2002, PayPal đã đồng ý bán cho eBay.

XUNG ĐỘT VĂN HÓA VÀ RỜI ĐI

Rabois hồi tưởng lại "Tôi đã ngồi trong phòng họp tích hợp cùng với đồng đội. Nhóm của eBay tới với một tập tài liệu 137 trang PowerPoint với ý định thuyết trình từng trang một. David ngay lập tức xem lướt 20 đến 30 trang đầu và đội eBay cảm thấy bẽ mặt vì rõ ràng chả ai chờ đợi họ với một cuộc họp dài ba tiếng đồng hồ theo kiểu trình chiếu từng slide một. Trong lịch sử của Paypal, chưa bao giờ có một cuộc họp kéo dài tới ba tiếng; còn eBay đã bắt đầu sự hội nhập bằng một "đá tảng" 3 tiếng đồng hồ. Khi chúng tôi ra khỏi phòng họp, David Sacks quay sang tôi và nói "Nếu chúng ta ở lại, cậu sẽ phải thành lập một nhóm chuyên về PowerPoint bởi vì đó là cách duy nhất để giao tiếp với họ".

Đó là khởi đầu mối quan hệ giữa PayPal với eBay, một mối quan hệ bắt đầu với căng thẳng và cuối cùng kết thúc bằng bất mãn, khi hầu các thành viên chủ chốt của PayPal quay về với "tiếng gọi nơi hoang dã" để tự bảo vệ mình. Theo Sacks, eBay đã không thực sự nỗ lực giữ lại những người sáng lập. eBay thích sản phẩm, nhưng họ không cần một đội quân vô tổ chức mang tinh thần khó bảo của Silicon Valley và nhóm PayPal cũng cảm nhận được thái độ đó ngay từ đầu.

"PayPal đã cạnh tranh với eBay một vài năm trước khi có thỏa thuận mua bán. Chúng tôi đánh bại họ ngay trên chính nền tảng "sân nhà" của họ. Đó là một việc cực khó" Sacks nói. "Lý do giúp chúng tôi cảm thấy chúng tôi có thể chiến thắng là vì eBay rất quan liêu và chậm chạp khi đưa ra quyết định. Vì vậy, tôi nghĩ rằng ngay từ đầu tất cả chúng tôi đều cho rằng văn hóa của eBay không phù hợp".

Nếu biết rằng sự hội nhập này sẽ không hoạt động hiệu quả, vậy tại sao họ lại đồng ý bán cho eBay ngay lập tức?

Họ bán công ty vì họ cảm thấy đây là điều nên làm.

Sacks giải thích, vào thời điểm PayPal được bán cho eBay, gần hai phần ba các giao dịch của PayPal diễn ra trên eBay. PayPal đã giành chiến thắng trong cuộc chiến, nhưng họ đang ở vị thế mong manh. eBay đã đặt PayPal vào một thử thách: Sản phẩm của PayPal đã bùng nổ nhiều năm trước khi nó được tung ra lần đầu tiên trên nền tảng eBay và sau đó eBay bắt đầu cạnh tranh với họ. Nhóm PayPal đã chiến đấu vì sự sống còn của mình bởi vì như Sacks chỉ ra, eBay "sở hữu đường dây thanh toán." PayPal được đưa vào thử nghiệm và kết quả là nó phải thích nghi. eBay to và chậm chạp, vì vậy PayPal phải nhỏ và nhanh nhẹn. Đó là nơi mà thiết kế tương tác phát huy. PayPal phải sáng tạo, bỏ qua các quy trình và tính năng không hiệu quả, đồng thời điều chỉnh cách tiếp cận để tìm ra những điểm hiệu quả. PayPal không thể cạnh tranh với quy mô hay tài nguyên của eBay, vì vậy nó phải giành chiến thắng bằng tốc độ và sự nhanh nhẹn.

Tuy nhiên, khi được điều hành bởi cùng một công ty buộc PayPal phải "nhập gia tùy tục" và kết thúc bằng việc đẩy Mafia PayPal ra đi. Nếu Mafia PayPal buộc phải ở lại eBay, không rõ là liệu họ còn có cơ hội sáng tạo ra những thứ mới mẻ nữa hay không. Nhưng, rõ ràng có một vấn đề cần phải giải quyết đôi khi là một tiền đề tốt để hình thành nên một doanh nghiệp, trong khi đó tất cả thành viên trong nhóm thì đều có "một điều gì đó" cần phải giải quyết, đặc biệt là sau khi tách khỏi eBay. Sacks mô tả toàn bộ trải nghiệm này như "lửa thử vàng". "Tôi nghĩ việc thử bằng lửa đã tạo ra những thổi vàng nguyên chất" Sacks nói "Quá trình này đã đốt cháy những tạp chất và những gì còn lại là một cách tiếp cận tinh túy nhất tới khởi nghiệp và có thể được nhân rộng lên trên khắp các lĩnh vực."

MAFIA PAYPAL - MẠNG LƯỚI TÌNH BẠN

Mafia Paypal đã xây dựng và nâng quy mô một sản phẩm lên thành một thương vụ trị giá 1,5 tỷ USD

(giá eBay mua Paypal), nhưng chừng đó thôi không đủ. Thiel nói "Nhiều doanh nhân thành công đều cho rằng họ có khả năng làm được những điều tuyệt vời. Tuy vậy, bên cạnh đó cũng sẽ có những ý kiến không tin vào năng lực thực sự của họ và họ phải chứng minh năng lực của mình".

Tất nhiên, cũng có lời ra tiếng vào ở eBay, một phần bị chi phối bởi quan điểm cho rằng thành công của Paypal là nhờ ăn theo eBay và PayPal sẽ không bao giờ có thể đạt được tiềm năng hoàn chỉnh với vai trò là một công ty độc lập. Còn trên thực tế, nhóm đã xây dựng thành công sản phẩm và buộc phải từ bỏ nó. Là một doanh nhân, bạn sẽ làm gì khi buộc phải từ bỏ đứa con tinh thần của mình?

Bán đi xây cái khác?

"Với PayPal, thực sự đã xảy ra một cuộc di cư tập thể của những doanh nhân dạn dày kinh nghiệm, những người đã học được tất cả những kỹ thuật, rất sáng tạo, có khả năng làm cho một sản phẩm mới bùng nổ vào thời điểm mà những người khác đã bỏ cuộc" Sacks nói.

Mafia PayPal thường được đề cập như là một mạng lưới xã hội đen, nhưng Thiel không do dự mô tả những gì PayPal đạt được là thành quả của "mạng lưới tình bạn". Ông thích từ tình bạn hơn là mạng lưới và nhờ những mạng lưới này mà tình bạn sâu sắc ngày càng được tôi luyện.

Một nét độc đáo trong văn hoá của PayPal trở nên nổi bật được thể hiện qua các mối quan hệ hợp tác. Bằng việc tiếp tục phát triển và duy trì tình bạn thực sự, Mafia PayPal vẫn có thể tiếp tục đầu tư vào thành công của nhau và cam kết cùng nhau thay đổi thế giới.

Mặc dù có chút khoa trương khi cho rằng tất cả mọi người thực sự là bạn tốt của nhau cho tới "cuối con đường". Tuy vậy, một số liên kết bền chặt đã được hình thành, dẫn đến sự phát triển của hầu hết các công ty kỳ lân hậu PayPal. Một số những liên kết này gồm nhiều thành viên của PayPal Mafia tiếp tục làm việc cùng nhau trong các công ty mới:

- Jeremy Stoppelman và Russel Simmons thành lập Yelp
- David Sacks và Mark Woolway cùng nhau mở Yammer
- Chad Hurley và Steve Chen cùng nhau thành lập kênh YouTube
- Peter Thiel và một số cựu nhân viên PayPal thành lập Palantir
- Reid Hoffman và một số cựu nhân viên của PayPal thành lập LinkedIn Theo Sacks, nếu nhìn vào các công ty, các start-up thời kỳ "hậu Mafia", sẽ có rất nhiều ý tưởng rất khác nhau. Yelp, YouTube, Yammer, LinkedIn, danh sách còn tiếp tục – đều là những sản phẩm khác nhau. Vì vậy, mỗi một nhà sáng lập đều có một ý tưởng sản phẩm rất khác nhau, nhưng một số kỹ thuật mà họ học được và "cắm nang"- *làm thế nào có một start-up tăng quy mô* - chính là những thứ họ học được tại PayPal và đủ sự tự tin để làm vì PayPal.

PayPal là một trong số rất ít start-up ưu tú có thể sống sót sau sự đổ vỡ của bong bóng dotcom. Thành công của nhóm đã giúp họ vững bước và tiếp tục thành lập một số công ty khởi nghiệp quan trọng nhất cho đến nay đồng thời giúp nhiều thành viên của PayPal mafia trở thành các nhà đầu tư thành công. Có thể điểm qua một số người nổi tiếng sau:

- Peter Thiel, với Founders Fund và Clarium Capital
- Reid Hoffman, với Greylock Partners
- Keith Rabois, với Khosla Ventures
- Roelof Botha, với Sequoia Capital
- Dave McClure, nhà đầu tư thiên thần và cựu chủ tịch của 500 công ty khởi nghiệp
- Luke Nosek, với Founders Fund
- Ken Howery, với Founders Fund

Thành công của nhóm là nhờ việc họ đã không bỏ qua công nghệ tiêu dùng và không bỏ cuộc tại Silicon Valley. Thiel cho biết trong những năm 2002 đến 2004, các cuộc đối thoại ở Silicon Valley chủ yếu tập trung xoay quanh ý tưởng rằng công nghệ đã chết còn các nhà đầu tư và doanh nhân nên tập trung nỗ

lực của họ vào những lĩnh vực khác. Điều này đã khiến các nhà đầu tư bắt đầu quay lại với những thành phần chủ chốt của nền kinh tế cũ như ngân hàng và nhà ở. Rabois lưu ý, các doanh nhân thời điểm đó không có nhiều lựa chọn. "Một trong những điểm mấu chốt là vào năm 2003, khi tất cả chúng tôi trở thành nhân viên không lương sau vụ thu mua, về cơ bản không có ai ở Silicon Valley tin rằng công nghệ tiêu dùng sẽ có tương lai. Bong bóng dotcom vừa mới xì hơi và mọi người đều hoài nghi về công nghệ trong tương lai, đặc biệt xung quanh ý tưởng về các mô hình tiêu dùng mới. Vì vậy, chẳng có ai sẵn lòng tài trợ. Về cơ bản, chỉ có Reid Hoffman, Peter Thiel và vài người trong chúng tôi, cũng như Sequoia sẵn sàng đầu tư ở một mức độ nào đó. Nhưng không có một quỹ mạo hiểm nào khác sẵn lòng chi cho các start-up theo hướng người tiêu dùng, ngoại trừ những trường hợp hiếm hoi nhất".

Thành công không chỉ nhờ những khoản tiền mà các thành viên của PayPal Mafia đổ vào các start-up mới, mà đó còn là lời khuyên, sự tư vấn, kinh nghiệm của họ đã giúp hình thành nên các thể hệ start-up tiếp theo. Đó là lý do tại sao rất nhiều start-up ở Silicon Valley bây giờ có phong cách giống như PayPal nhiều năm trước đây.

NHỮNG BÀI HỌC

Từ thành công của mafia Paypal, có rất nhiều bài học bổ ích được rút ra.

Theo Thiel, câu hỏi **động lực** luôn là vấn đề quan trọng. Với các công ty lớn luôn luôn có một sứ mệnh đó là nếu bạn không làm điều đó, thì không ai có thể

làm được. Nếu bạn không làm việc này, việc đó sẽ không thành hiện thực. Điều này đúng với tầm nhìn ban đầu của PayPal.

Thiel cũng cho biết trong hầu hết các công ty, thường có xu hướng học những kinh nghiệm sai lầm. Ví dụ, nếu bạn đang ở một start-up thất bại vào những năm thập niên 1990, bài học là "bất khả thi" và bạn cần giảm tham vọng mình xuống một lĩnh vực nhỏ và dễ thực hiện hơn. Ngược lại nếu ở một công ty nơi mọi thứ hoạt động hoàn hảo như Google hoặc Microsoft, thì mọi thứ lại trở nên quá dễ dàng. Các doanh nhân đến từ những dạng công ty này thường đánh giá thấp mức độ khó khi xây dựng công ty.

Thiel cho rằng, tại thời điểm này Silicon Valley đã trở thành thỏi nam châm thu hút các tài năng từ khắp nước Mỹ và trên toàn thế giới. New York từng giữ vị trí này trong một phần tư thế kỷ, từ 1982 đến 2007 hay 2008. Rõ ràng, Silicon Valley đang thay thế New York bằng cách trở thành nơi mọi người tới và cố sáng tạo ra những thứ vĩ đại. Đó là một sự biến chuyển tuyệt diệu. Sau sự sụp đổ của bong bóng dotcom, người ta khó lòng tin vào một tương lai tươi sáng của công nghệ. Tuy vậy, giờ đây với Silicon Valley, bây giờ hơn bao giờ hết, nỗ lực chính đó là quay trở lại tương lai, trở lại với công nghệ. Đó cũng là lý do tại sao câu chuyện về Mafia PayPal lại trở nên nổi tiếng hơn cả danh tiếng của công ty vào năm 2007.

Phương Anh

<https://www.techrepublic.com/article/how-the-paypal-mafia-redefined-success-in-silicon-valley/>



NĂM TRỤ CỘT CỦA KHỞI NGHIỆP CÔNG NGHỆ (PHẦN CUỐI)

Những "trụ cột của khởi nghiệp công nghệ" là những công cụ và kỹ thuật cơ bản mà các start-up công nghệ nên sử dụng để tăng khả năng thành công. Mỗi trong số các trụ cột này sẽ cung cấp cho độc giả sự hiểu biết sâu sắc về cách tạo nên thành công của một dự án khởi nghiệp công nghệ.

TRỤ CỘT 5: PHƯƠNG PHÁP KHỞI NGHIỆP

Các học giả cho rằng các doanh nhân khởi nghiệp công nghệ chuyên nghiệp (và các doanh nhân khởi nghiệp chuyên nghiệp nói chung) có kỹ năng về cái mà họ gọi là phương pháp khởi nghiệp. Khái niệm này là sự hiểu biết cơ bản mới về khởi nghiệp và dựa trên khái niệm về phương pháp khoa học được các chuyên gia khoa học sử dụng. Mọi người không thể trở thành các chuyên gia khoa học mà không học

cách áp dụng các phương pháp khoa học trong quá trình nghiên cứu, thử nghiệm và khám phá. Tương tự như vậy, các doanh nhân không thể trở thành các nhà khởi nghiệp công nghệ thành thạo nếu không biết cách thực hiện phương pháp khởi nghiệp trong quá trình khám phá và kiểm chứng khách hàng. Có bốn nguyên tắc đã được xác định là một phần của phương pháp khởi nghiệp, bao gồm:

Nguyên tắc 1. Tạo giá trị là mục đích chính của doanh nghiệp

Các doanh nhân khởi nghiệp công nghệ chuyên nghiệp không ảo tưởng về mục đích kinh doanh. Họ không có thời gian để lo lắng về việc mục đích kinh doanh là để tối đa hóa sự giàu có của cổ đông, chứng minh "tính bền vững", hay giải quyết được các vấn đề xã hội. Các doanh nhân khởi nghiệp biết rằng họ phải tạo ra giá trị cho người khác để đem lại doanh thu và lợi nhuận. Và do start-up, không giống như các doanh nghiệp lớn, phải tạo ra giá trị từ các nguồn lực rất hạn chế, các doanh nhân khởi nghiệp công nghệ tham gia sâu hơn vào quá trình tạo ra giá trị thực tế so với hầu hết các nhà quản lý và lãnh đạo của các doanh nghiệp lớn. Khái niệm "khởi nghiệp tinh gọn" phù hợp với nguyên tắc này. Khởi nghiệp tinh gọn giúp start-up tránh quá tập trung vào phát triển kế hoạch kinh doanh để tập trung vào việc đưa sản phẩm khả dụng tối thiểu ra thị trường càng nhanh càng tốt. Theo quan điểm này, quá trình tạo ra giá trị là quá trình lặp đi lặp lại và thử nghiệm, dựa vào phản hồi của khách hàng để khám phá những gì start-up nên cố gắng bán ra thị trường.

Nguyên tắc số 2: Ứng phó một cách chuyên nghiệp với thất bại

Đã có rất nhiều nghiên cứu về cách các doanh nhân khởi nghiệp ứng phó với thất bại. Các doanh nhân khởi nghiệp dày dạn kinh nghiệm có khả năng thích ứng, nhưng khả năng thích ứng này là kết quả của một niềm tin sâu sắc rằng thất bại là có thể chấp nhận được và không phản ánh giá trị hay năng lực của cá nhân trong việc thành lập hay vận hành các doanh nghiệp trong tương lai. Doanh nhân khởi nghiệp chuyên nghiệp có tính cạnh tranh cao và sẵn sàng cạnh tranh trong các thị trường nơi người chiến thắng và kẻ thua cuộc rất rõ ràng. Họ hoàn toàn có khả năng và háo hức tham gia vào những đổi mới đột phá nhằm dọn đường cho các ngành công nghiệp mới và các dự án đầu tư mạo hiểm mới. Và họ tin rằng, chỉ cần một cái gì đó là hữu ích, việc ứng

phó một cách chuyên nghiệp với thất bại là một kỹ năng cần thiết.

Nguyên tắc 3. Tôn trọng tài sản cá nhân và thực hiện các nghĩa vụ hợp đồng

Các doanh nhân khởi nghiệp công nghệ chuyên nghiệp tôn trọng tài sản cá nhân và các nghĩa vụ ghi trong hợp đồng. Đối với họ, tài sản cá nhân bao gồm các nguồn lực cơ bản mà họ có thể tận dụng để tạo ra giá trị cho một thị trường. Các doanh nhân khởi nghiệp công nghệ hiểu rằng họ có thể làm những gì họ muốn với tài sản cá nhân mà họ đặt ra yêu cầu hợp lệ trong phạm vi của luật pháp và các quy định chung liên quan đến ngành của họ. Các chuyên gia khởi nghiệp cũng nhận ra rằng cần phải soạn thảo các hợp đồng mà họ có khả năng hoàn thành. Các doanh nhân khởi nghiệp chuyên nghiệp hành động bằng trực giác dựa trên giả thiết rằng tài sản cá nhân cần được tôn trọng và các hợp đồng phải được tôn trọng. Họ coi nó là đạo đức để hành xử đối với tài sản cá nhân và hợp đồng và không phù hợp để có các hành xử khác.

Nguyên tắc 4. Tôn trọng sự đánh giá của thị trường

Nghiên cứu về phương pháp khởi nghiệp một phần được dựa trên các cuộc phỏng vấn các doanh nhân khởi nghiệp công nghệ chuyên nghiệp. Một trong những điều được trích dẫn rộng rãi từ nghiên cứu này là "Tôi không tin vào nghiên cứu thị trường. Tôi chỉ cần đi ra ngoài và bán những thứ đó". Tất nhiên, một nghiên cứu không đủ để rút ra những kết luận chung, nhưng điểm này phù hợp với nghiên cứu có tính thuyết phục hơn về việc tạo ra thị trường khởi nghiệp. Các học giả đã nghiên cứu chi tiết về nhận diện cơ hội khởi nghiệp. Nhận diện cơ hội là một phần liên quan đến việc xác định nhu cầu thị trường. Khái niệm về nhận diện cơ hội dựa trên giả định rằng một thị trường có từ trước bằng cách nào đó "ở ngoài đó" trong môi trường của doanh nhân khởi nghiệp đang chờ để phân tích "các khoảng cách" trong các dịch vụ hiện tại. Tuy nhiên, rõ ràng là từ các



nghiên cứu về cách các doanh nhân khởi nghiệp công nghệ chuyên nghiệp đưa sản phẩm ra thị trường, thường thì các doanh nhân này phải hành động thường xuyên để tạo ra thị trường để khai thác nó. Hành động tạo ra thị trường bao gồm các kỹ năng, kỹ thuật và số liệu khác biệt rõ rệt so với những gì cần thiết cho việc phân tích thị trường truyền thống và ra mắt sản phẩm mới. Việc tạo thị trường đòi hỏi doanh nhân phải có kỹ năng lắng nghe, thử nghiệm, thu thập phản hồi và tạo mẫu nhanh. Các chuyên gia khởi nghiệp coi đây là một đức tính sẵn sàng từ bỏ niềm tin sâu sắc về những gì khách hàng muốn và lắng nghe và điều chỉnh theo phản hồi của họ để tinh chỉnh và cải tiến các dịch vụ. Các doanh nhân chuyên nghiệp sẵn sàng thực hiện nhiều thử nghiệm với các sản phẩm và dịch vụ của họ và "điều chỉnh", nếu cần, dựa trên phản hồi của thị trường.

THỰC HÀNH CÓ CHỦ ĐÍCH

Để trở thành một chuyên gia khởi nghiệp công nghệ đòi hỏi doanh nhân phải thực hành. Việc có các "doanh nhân từ trong trứng" hoàn toàn là điều không thể. Trên thực tế, chúng tôi ủng hộ bất cứ ai có thể trở thành một doanh nhân khởi nghiệp được tạo cơ hội để thực hành các kỹ năng mà chúng tôi trình bày

ở đây. Một số người dường như trở thành doanh nhân khởi nghiệp ở độ tuổi trẻ hơn những người khác - và nhiều doanh nhân dường như khởi nghiệp mà không áp dụng các nghệ thuật kinh doanh một cách chính thức. Tuy nhiên, nghiên cứu kỹ càng hơn cho thấy họ đã tiếp cận với các nguyên tắc cơ bản của tinh thần khởi nghiệp từ rất lâu trước khi họ được công nhận là một doanh nhân.

Trở thành một chuyên gia trong bất cứ lĩnh vực gì đòi hỏi phải thực hành, nghiên cứu, điều chỉnh và cố gắng liên tục. Các tài liệu học thuật về những gì cần thiết để trở thành một chuyên gia đã xác định được một kỹ thuật được gọi là "thực hành có chủ đích". Những cá nhân thực hiện thực hành có chủ đích đòi hỏi phải có các khung kiến thức vượt trội và sau đó triển khai với hiệu suất cao. Tri thức chuyên môn vượt trội có ba đặc điểm: (1) nó đem lại hiệu suất cao hơn hẳn so với những tri thức tương đương; (2) nó cho kết quả cụ thể; và (3) nó có thể được nhân rộng và đo lường. Các nguyên tắc thực hành có chủ đích mà bạn có thể sử dụng để phát triển chuyên môn khởi nghiệp của bạn bao gồm:

■ **Động lực:** Cá nhân cần được khuyến khích thực hiện các biện pháp có chủ đích và phát triển chuyên môn. Các doanh nhân khởi nghiệp công

nghe nên tập trung vào bất cứ động lực nào mạnh mẽ nhất đối với họ, cho dù đó là mua lại của cải, giải quyết một vấn đề xã hội lớn, hay sự hưởng thụ tuyệt đối của các công ty khởi nghiệp.

■ **Hiểu được:** Thay vì học những câu chuyện của các doanh nhân thành công, hầu hết là duy nhất và không lặp lại, nỗ lực của bạn để phát triển chuyên môn về phương pháp kinh doanh. Nguyên tắc thực hành có chủ đích có nghĩa là bạn chỉ có thể thực hành những gì bạn hiểu. Phương pháp kinh doanh đã chia nhỏ các nguyên lý của khởi nghiệp chuyên nghiệp thành những nguyên tắc có ý nghĩa và dễ hiểu. Điều này có nghĩa, là một doanh nhân đầy tham vọng, bạn có thể học cách tuân thủ các nguyên tắc được áp dụng trên các lĩnh vực kinh doanh và trong từng cơ hội bạn sẽ gặp phải trong cuộc đời của bạn.

■ **Phản hồi:** Để việc thực hành có chủ đích có tác động đến việc học hỏi, phản hồi tức thì về hiệu suất là rất quan trọng. Quá trình thử nghiệm và phản hồi của quá trình học hỏi là rất quan trọng khi bạn thử nghiệm những hành vi mới và điều chỉnh chúng theo phản hồi và được các chuyên gia sử dụng khi họ liên tục nâng cấp kỹ năng của họ. Hãy tìm kiếm cơ hội để thực hành những hành vi và hiểu biết mới, và thu thập phản hồi ngay lập tức về những lần trình diễn đó.

■ **Lặp đi lặp lại:** Thực hành có chủ đích liên quan đến việc thực hiện lặp lại cùng một nhiệm vụ hoặc các nhiệm vụ tương tự. Động lực cần thiết để thực hành liên tục là một trong những điểm khác biệt chính giữa các chuyên gia và những người chỉ có kinh nghiệm.

■ **Phù hợp:** Cấu phần này của thực hành có chủ đích khẳng định rằng các nhiệm vụ đang được thực hiện phải phù hợp với từng cá nhân và bối cảnh. Ví dụ, một người mong muốn trở thành một nhà thiết kế trò chơi máy tính không chỉ cần có trang thiết bị phù hợp mà còn phải có được tài năng phù hợp. Nếu thiếu một trong hai yếu tố này, sẽ không có sự phù hợp giữa thực hành và các mục tiêu. Các doanh nhân khởi nghiệp công nghệ đòi hỏi phải biết rằng thành công là một chức năng của tài năng, chuyên môn, môi trường và các yếu tố khác. Các doanh nhân khởi nghiệp công nghệ thành thạo đã hoặc có ý thức ứng phó một cách hiệu quả với câu hỏi cơ bản: "Cho dù bạn là ai, bạn biết gì và ai biết bạn, đâu là những loại hình kinh tế và/hoặc các tạo tác xã hội bạn có, bạn muốn và bạn nên tạo ra?"

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