

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

# KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 39.2018



## TIN TỨC SỰ KIỆN

01

Giải pháp vận tải sử dụng AI chiến thắng tại cuộc thi phụ nữ khởi nghiệp

02

Hồ sơ 'khủng' của 3 startup xuất sắc được TP.HCM vinh danh

03

Ngày hội Demo Day dành cho kết nối khởi nghiệp tại Đà Nẵng

04

Start-up Việt nhận giải Á quân cuộc thi khởi nghiệp MIST Mê Kông 2018

## KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

05

Offpeak: Câu chuyện khởi nghiệp của chàng Việt kiều Pháp

06

Fintech làm thay đổi lĩnh vực tài chính của thế giới

## KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

07

Các giai đoạn phát triển của doanh nghiệp khởi nghiệp: Xây dựng kế hoạch kinh doanh (P1)



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

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (024) 38262718



## GIẢI PHÁP VẬN TẢI SỬ DỤNG AI CHIẾN THẮNG TẠI CUỘC THI PHỤ NỮ KHỞI NGHIỆP

*Diễn đàn doanh nghiệp - Abivin là một giải pháp phần mềm tối ưu hóa lộ trình và quản trị vận tải toàn diện với việc số hóa quy trình vận chuyển, giảm đến 30% chi phí cho hoạt động hậu cần.*

Dự án khởi nghiệp Abivin về logistic đã xuất sắc giành giải Nhất cuộc thi khởi nghiệp sáng tạo dành cho phụ nữ (WISE Innovation Challenge) được tổ chức chiều ngày 22/10 tại Saigon Innovation Hub. Cuộc thi do Sáng kiến hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp và kinh doanh (WISE) phối hợp với Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB), Saigon Innovation Hub và một số đối tác tổ chức.

Sau hơn 3 giờ đồng hồ thuyết trình trước hội

đồng chuyên môn, dự án Abivin đã vượt qua 11 dự án còn lại để giành phần thưởng cao nhất.

Abivin (Việt Nam) do chị Hoàng Anh đồng sáng lập mang đến cuộc thi Phần mềm Tối ưu lộ trình và quản lý vận tải toàn diện, nhằm nâng cao chất lượng hoạt động logistics cho doanh nghiệp.

Cụ thể, phần mềm có thể tối ưu lộ trình giao hàng bằng thuật toán linh hoạt tính toán hơn 20 điều kiện về đa phương thức giao hàng như trọng tải xe, thời

gian nhận hàng, cross-dock (cơ sở trung chuyển hàng hóa mà không cần lưu kho)... để tạo ra lộ trình giao hàng tối ưu nhất. Phần mềm còn sử dụng trí tuệ nhân tạo, máy học để tự động học dữ liệu lịch sử về thời gian soạn hàng, giao hàng, di chuyển để dự đoán hành động tương lai.

Giải pháp của Abivin giúp doanh nghiệp tiết kiệm 30% chi phí hậu cần, tăng năng suất hoạt động và hiệu quả quản lý bằng số hóa quy trình vận chuyển.

Ngoài ra, cuộc thi khởi nghiệp sáng tạo dành cho phụ nữ còn có nhiều dự án chất lượng như: Cricket One (thực phẩm chức năng từ dế), True Juice (nước ép lạnh hữu cơ), Takiu (búp bê thông minh), food map (dịch vụ cung cấp thực phẩm),...

Đánh giá về các dự án năm nay, bà Từ Thu Hiền, Giám đốc Sáng kiến hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp và

kinh doanh (WISE) nói, 12 dự án vào vòng chung kết đều là những mô hình kinh doanh có khả năng mở rộng, tạo ra tác động tích cực với cộng đồng và giải quyết vấn đề xã hội.

“Sau khi tham gia chương trình tăng tốc, chất lượng của các startup thuộc top 12 cuộc thi đã thực sự đạt tầm quốc tế. Một số nhóm đã tự tin để có thể gọi vốn ở nước ngoài. Chúng tôi sẽ tiếp tục hỗ trợ các startup trong những vòng gọi vốn”- bà Hiền nói.

Bạn Nguyễn Ngọc, CEO startup VDES chia sẻ, cuộc thi khởi nghiệp chỉ dành riêng cho phụ nữ thật sự là một điều tuyệt vời. “Mặc dù đã tham dự nhiều chương trình hỗ trợ khởi nghiệp nhưng chúng tôi đánh giá cao chất lượng của các cố vấn và các chuyên gia quốc tế mà WISE kết nối” - Ngọc nói./.



## HỒ SƠ ‘KHỦNG’ CỦA 3 STARTUP XUẤT SẮC ĐƯỢC TP. HỒ CHÍ MINH VINH DANH

*Diễn đàn Doanh nghiệp - 3 startup tiêu biểu đã được vinh danh tại Giải thưởng Đổi mới Sáng tạo và Khởi nghiệp TP. Hồ Chí Minh I-Star 2018. Hãy cùng tìm hiểu họ là ai và điều gì đã giúp họ được vinh danh trên bục cao nhất của I-Star 2018.*

Trong khuôn khổ Tuần lễ Đổi mới sáng tạo và Khởi nghiệp TP. Hồ Chí Minh 2018 (WHISE 2018), 11 cá nhân, tập thể tiêu biểu trong hoạt động khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo đã được vinh danh tại Giải thưởng Đổi mới Sáng tạo và Khởi nghiệp TP. HCM lần đầu tiên, gọi tắt là I-Star 2018.

3 trong số 11 giải thưởng của I-Star 2018 được dành cho những startup khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tiêu biểu, thực hiện ý tưởng kinh doanh trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh

doanh mới, có thành tích nổi bật, đem lại lợi ích kinh tế, xã hội cho Thành phố.

### **VEXERE với giải pháp mua vé xe khách trực tuyến**

VEXERE được thành lập từ năm 2013 với mong muốn xây dựng hệ thống đặt vé xe khách trực tuyến tại Việt Nam của bộ ba sáng lập viên Trần Nguyễn Lê Văn - Đào Việt Thắng - Lương Ngọc Long.

Sau 5 năm phát triển, VEXERE đã kết nối với hơn 2.000 nhà xe và bến xe trên cả nước, cung cấp

hơn 5.000 tuyến đường. Trong năm 2017, mỗi ngày có gần 150.000 vé xe (tương đương 20% tổng lượng vé bán ra trên thị trường) được bán qua hệ thống của VEXERE.

Theo đại diện của Vexere, 3 năm trở lại đây doanh thu của công ty tăng trưởng trung bình 300%/năm trong khi đầu tư rất ít cho hoạt động quảng bá, tiếp thị. Tính đến tháng 10/2017, mỗi tháng trang chủ của Vexere có hơn 2 triệu lượt truy cập.

VEXERE cũng đã đạt được nhiều giải thưởng như Giải Nhất Cuộc thi Startup Việt 2016; Giải Nhất Cuộc Thi Echelon Ignite Vietnam 2014; Giải Nhì Cuộc Thi Mekong Business Challenge 2014; Giải Nhì: Cuộc Thi Khởi Nghiệp 2013 do VCCI tổ chức; Giải Ba CNTT Triển Vọng của cuộc thi Nhân Tài Đất Việt 2015...

Không chỉ đạt kết quả kinh doanh ấn tượng, VEXERE cũng được cộng đồng đánh giá cao bởi những hoạt động xã hội như Chương trình “Vé Xe Rẻ giúp 50.000 người mua vé tết 2017 chỉ trong 1 phút” trong năm 2017 hay Chương trình “Vé xe chấp cánh ước mơ giảng đường” năm 2017 tặng 30.000 vé xe giá 10.000 đồng cho tân sinh viên nhập học; chương trình “30.000 vé xe ưu đãi dành cho sinh viên dịp Tết 2018”.

Chia sẻ về kế hoạch tiếp theo, nhà sáng lập Trần Nguyễn Lê Văn cho biết đang tiếp tục bổ sung các tính năng và đẩy mạnh việc đặt xe qua ứng dụng di động cho hệ thống. Một trong những tính năng mới của hệ thống sẽ là đưa ra gợi ý theo nhu cầu mua vé và lịch sử mua hàng của hành khách. Mục tiêu mà công ty đặt ra cho năm 2018 là chiếm 40% tổng số vé bán ra trên thị trường.

### **FreelancerViet và nền tảng kết nối nhân lực tự do**

FreelancerViet là sàn giao dịch việc làm tự do đầu tiên và uy tín nhất tại Việt Nam kết nối nhà tuyển dụng với người làm việc tự do (freelancer) đã được

thẩm định chất lượng. Đặc biệt, sàn giao dịch này không thu bất kỳ khoản phí nào từ cả 2 phía doanh nghiệp và freelancer.

Dịch vụ của công ty FreelancerViet sẽ giúp kết nối nhanh chóng giữa chủ dự án có nhu cầu tuyển nhân sự làm việc ngắn hạn với những người có chuyên môn muốn làm thêm để tăng thu nhập qua website.

FreelancerViet thực hiện thẩm định chất lượng freelancer trước khi cho phép freelancer tham gia đấu giá các dự án để đảm bảo rằng tất cả freelancer đều đủ năng lực thực hiện công việc mà doanh nghiệp yêu cầu.

FreelancerViet đã nhận được sự tin tưởng từ hơn 40.000 doanh nghiệp và 300.000 freelancer tại Việt Nam. Không dừng lại ở đó, năm 2018 freelancerViet đã chuẩn bị sẵn sàng bước ra thị trường Quốc tế bằng việc mở rộng sang các quốc gia khác như Singapore, Malaysia, Indonesia, Philippin, Thailand, Nhật Bản... Mục tiêu từ nay đến 2020 sẽ chinh phục thị trường Đông Nam Á, trở thành nền tảng kết nối freelancer đứng đầu Đông Nam Á.

Trước khi được vinh danh tại I-Star 2018, FreelancerViet đã giành được Giải nhất Quốc gia cuộc thi khởi nghiệp Đông Nam Á Asian Rice Bowl Startup Award 2017 do MaGIC Malaysia tổ chức; Giải Ba cuộc thi quốc gia Startup Wheel 2017 do Trung Tâm hỗ trợ Thanh Niên khởi nghiệp (BSSC) tổ chức; Giải Ba cuộc thi khởi nghiệp The Venture Cup do IDG tổ chức.

Nói về giải thưởng I-Star 2018, Bà Phạm Lan Khanh, founder của FreelancerViet, cho biết: “Giải thưởng là sự động viên rất lớn cho doanh nghiệp. Nhờ sự lan tỏa của giải thưởng, các khách hàng, doanh nghiệp sẽ biết đến sản phẩm của mình nhiều hơn.”

### **EKID STUDIO với đồ chơi, giáo cụ thông minh trên công nghệ AR**

thác lĩnh vực mới về đồ chơi, giáo cụ thông minh sử dụng công nghệ AR (Augmented Reality - thực tế ảo tăng cường). EKID Studio thiết kế, phát triển và cung cấp đồ chơi, giáo cụ thông minh dựa trên phương pháp giáo dục: Phản xạ - Lặp Lại - Ghi Nhớ.

EKID Studio ứng dụng công nghệ tăng cường thực tế ảo vào phương pháp giáo dục sớm Glenn Doman nhằm phát triển các dòng sản phẩm đồ chơi, giáo cụ thông minh cho trẻ em.

Khi người dùng soi camera vào các thẻ hình, những hình ảnh động sinh động, có thể chuyển động như ngoài đời thật sẽ xuất hiện cùng với phát âm Tiếng Anh hoặc Tiếng Việt. Thêm vào đó, khi sử dụng EKID trẻ em không cần đeo kính, vậy nên các sản phẩm này là an toàn cho thị lực đồng thời kích thích tư duy và sáng tạo của trẻ nhỏ.

EKID còn có các loại thẻ ghép hình giúp cho các bé từ 3 tuổi, trẻ em, và cả người lớn có thể vừa chơi

vừa học cùng nhau một cách hào hứng nhất. EKID Studio đã dành được những giải thưởng uy tín như Sản phẩm xuất sắc ở hội nghị Hatch! Battle 2016 tại Phần Lan; giải nhất cuộc thi khởi nghiệp Advance Saigon 2017 do Quỹ đầu tư Hàn Quốc Hebronstar tổ chức...

Ông Nguyễn Thuận Phác, Giám đốc EKID Studio, cho biết ngoài thị trường trong nước, EKID đã mở rộng ra thị trường Hàn Quốc và đang được đón chào tích cực tại thị trường này.

Hào hứng chia sẻ sau khi nhận giải thưởng I-Star 2018, ông Phác nói: "I-Star 2018 là nguồn động viên cho cá nhân mỗi người tiếp tục công việc đang làm. Giải thưởng cũng giúp doanh nghiệp thuận lợi hơn trong việc marketing. Khi đến với khách hàng, sản phẩm đã được giải thưởng sẽ tạo ra niềm tin cho khách hàng, giúp khách hàng tin tưởng hơn về chất lượng sản phẩm"./.



# NGÀY HỘI DEMO DAY DÀNH CHO KẾT NỐI KHỞI NGHIỆP TẠI ĐÀ NẴNG

*Ngày 21/10/2018, Trung tâm ươm tạo khởi nghiệp Sông Hàn - SONGHAN (Shi) tổ chức ngày hội Demo Day cho đầu tư và kết nối khởi nghiệp ĐMST tại Đại học Kiến Trúc Đà Nẵng.*

Ông Lý Đình Quân, Giám đốc Trung tâm ươm tạo khởi nghiệp Sông Hàn - SONGHAN (Shi) cho biết, sự kiện là dịp để kết nối hình thành Câu lạc bộ khởi nghiệp các nhà đầu tư thiên thần TP. Đà Nẵng, tạo sân chơi mới về đầu tư khởi nghiệp, chia sẻ các kiến thức, kinh nghiệm về đầu tư mạo hiểm cho các nhà đầu tư các nhân, tư vấn, hỗ trợ giúp các nhà đầu tư các nhân có thể lập các quỹ đầu tư tư nhân (nghị định 38/NĐ-CP) để đầu tư vào lĩnh vực tiềm năng và đột phá đối với khởi nghiệp ĐMST.

Tại sự kiện này, các nhóm startup trình bày về dự án trước các nhà đầu tư, doanh nghiệp để kêu gọi

vốn cho dự án của mình, đồng thời kết nối hợp tác với các cá nhân về thị trường, nguồn lực trên tinh thần “win-win”.

Theo đó, các dự án tham gia trình bày gọi vốn sẽ đảm bảo các tiêu chí tối thiểu sau: Đã xác định được tầm nhìn phát triển dự án và mô hình kinh doanh đã được xác định rõ ràng; có sản phẩm mẫu và số liệu nghiên cứu khách hàng, hoặc các thiết kế, bản kế hoạch triển khai chi tiết; có đội ngũ tương đối ổn định và kế hoạch hoạt động dự án cho 12 tháng đến rõ ràng; đối với các dự án có yếu tố công nghệ cần có bản Beta hoàn thiện; có khách hàng, người dùng và



thị trường ở quy mô nhỏ ( sẽ được ưu tiên); ngoài ra, sự kiện cũng có phần trình bày của dự án có thương hiệu về khởi nghiệp của Đà Nẵng như dự án Liberzy.vn, dự án Làng Bích Họa Ánh Dương,..

Được biết, năm 2017, Trung tâm ươm tạo khởi nghiệp Sông Hàn - SONGHAN (Shi) đã tổ chức thành công chương trình tăng tốc khởi nghiệp với 3

dự án tốt nghiệp Lịch trình du lịch Liberzy.vn, Du lịch thiện nguyện VEO, Hệ thống khách sạn chất lượng, giá rẻ Upinns.com. Trong năm 2018, Shi phối hợp với Tổ chức PUM ( Tổ chức chuyên gia tư vấn cao cấp Hà Lan) tiếp tục triển khai chương trình ươm tạo khởi nghiệp VTS 2018 - “VTS incubator journey’ tại 3 khu vực Hà Nội, Đà Nẵng và TP. Hồ Chí Minh./.



# START-UP VIỆT NHẬN GIẢI Á QUÂN CUỘC THI KHỞI NGHIỆP MIST MÊ KÔNG 2018

*Báo Đầu tư - Ecohost, một doanh nghiệp khởi nghiệp đến từ Việt Nam đã vượt qua 110 đối thủ để đạt vị trí thứ hai trong cuộc thi Sáng kiến Hỗ trợ Khởi nghiệp Du lịch vùng Mê Kông (MIST) năm 2018.*

Ecohos khởi nghiệp bằng các hoạt động du lịch trải nghiệm có chất lượng tại làng quê Việt Nam. Doanh nghiệp phát triển các tour và hoạt động du lịch theo mô hình kết nối tại từng bản làng, đồng thời tăng khả năng cung cấp dịch vụ nhà ở homestay địa phương để phục vụ khách du lịch quốc tế.

Bà Bùi Thị Nhân, Giám đốc điều hành của Ecohost chia sẻ: “Giải thưởng này sẽ giúp chúng tôi hoàn thiện Giai đoạn 1 trong kế hoạch tăng trưởng của mình, triển khai các khóa đào tạo kỹ năng tại 3 bản làng và nâng cao chất lượng dịch vụ homestay tại 15 gia đình”.

Trong cuộc thi năm nay, Ecohost chỉ đứng sau BambooLao một start-up đến từ Luang Prabang, Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào. Sứ mệnh của BambooLao là loại trừ ống hút nhựa chỉ sử dụng một lần tại các khách sạn và khu nghỉ dưỡng ở Châu Á. Từ nhiều loại tre đặc biệt, thông qua một quy trình xử lý tự nhiên độc quyền, họ đã sản xuất hơn 80.000 ống hút tre và các dụng cụ làm từ tre khác có thể tái sử dụng.

Chương trình MIST do Chính phủ Úc và Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) hỗ trợ, cùng sự tham gia của các chuyên gia cố vấn là các nhà đầu tư mạo

hiếm trong ngành du lịch, đã hỗ trợ được các start-up ngành Du lịch-Dịch vụ du lịch có nhiều tiềm năng phát triển tại các thị trường mới nổi, đặc biệt là những doanh nghiệp tạo ra những tác động tích cực đối tới môi trường, văn hóa và cộng đồng. Năm start-up chung cuộc của chương trình năm nay đã hoàn thành một tuần Huấn luyện khởi nghiệp và Thuyết trình dự án thiết yếu cùng 5 tháng huấn luyện chuyên sâu bởi các chuyên gia trong ngành, tham gia thuyết trình tại các hội nghị của MIST tại Thành phố Hồ Chí Minh, tỉnh Nakhon Phanom, Thái Lan và Triển lãm Du lịch Châu Á ITB diễn ra ở Singapore.

Ông Jen Thaenhart, Giám đốc điều hành của Văn phòng Điều phối Du lịch Mê Kông (MTCO) - nhà đồng tổ chức MIST cho hay: “BambooLao, Ecohost và các startup chung cuộc khác của MIST đã chứng tỏ một điều rõ ràng rằng các doanh nhân khởi nghiệp ưu tú và sáng tạo của vùng Mê Kông đang tìm kiếm những giải pháp thiết thực cho các vấn đề tồn đọng của ngành, đồng thời cũng nỗ lực xây dựng một ngành du lịch phát triển toàn diện và bền vững hơn”./.



## OFFPEAK: CÂU CHUYỆN KHỞI NGHIỆP CỦA CHÀNG VIỆT KIỀU PHÁP

Trước làn sóng khởi nghiệp đang diễn ra mạnh mẽ và rộng khắp tại Việt Nam, ngoài giới trẻ trong nước không thể không nhắc đến giới trẻ Việt kiều, những người đang sinh sống và học tập tại nước ngoài cũng mong muốn trở về quê hương để lập nghiệp, góp phần phát triển kinh tế đất nước. Họ đã tạo ra một hệ sinh thái khởi nghiệp phong phú, đa dạng và thu hút nhiều nhà đầu tư nước ngoài. Một trong số đó là Cristian Nguyễn (Nguyễn Liên Hưng) - một Việt kiều Pháp, người sáng lập ra ứng dụng Offpeak - nền tảng marketing online cho các nhà hàng trong lĩnh vực ẩm thực.

### HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP CỦA CHÀNG VIỆT KIỀU

Cristian Nguyễn sinh ra tại TP Hồ Chí Minh, anh

đã cùng gia đình định cư tại Pháp năm 1981. Tại đây, Christian Nguyễn đã theo học chuyên ngành lập trình và khởi nghiệp với dự án đầu tiên mang tên ET5. Đây là Dự án phần mềm nhằm quản lý tài sản và định hướng đầu tư cho doanh nghiệp. ET5 hiện được sở hữu bởi Ngân hàng đầu tư toàn cầu MPF tại Indonesia với "định giá bảy con số 0, đơn vị USD". Christian Nguyễn tiếp tục vận hành dự án sau khi chuyển nhượng cho ngân hàng.

Hơn 20 năm sống tại Pháp, anh đã có một cuộc sống đầy đủ và công việc tốt. Tuy nhiên, Cristian đã khiến gia đình bất ngờ khi quyết định quay trở về Việt Nam để khởi nghiệp.

Năm 2006, Cristian Nguyễn đã dành thời gian nghiên cứu thị trường tại Việt Nam. Nhưng tại thời

điểm đó, thị trường Việt Nam còn tương đối mới mẻ, có nhiều điều chưa được “cởi trói” khi khởi nghiệp. Cristian Nguyễn quyết định thử nghiệm mô hình tại một số quốc gia Đông Nam Á khác trước khi đưa về Việt Nam. Với số vốn từ việc nguyên cứu, học tập tại Pháp, Cristian Nguyễn tiếp tục với niềm đam mê lập trình và thử thách bản thân bằng một dự án mới.

Vào tháng 9/2014, Anh cùng 3 người bạn Malaysia lên ý tưởng cho một dự án phần mềm. Ban đầu, nhóm đã vạch ra nhiều ý tưởng, về lĩnh vực giao thông thì nhận thấy khó có thể cạnh tranh với Uber hay Grab, sau đó là ý tưởng về du lịch, tuy nhiên Agoda và Booking cũng đã quá mạnh. Còn ý tưởng xây dựng ứng dụng nhằm giải trí, tư vấn, đánh giá sản phẩm nhằm kiếm tiền từ quảng cáo giờ đã lỗi thời, bởi Google và Facebook đang dần chiếm hết thị trường quảng cáo... Cuối cùng, nhóm đã chọn lĩnh vực ăn uống, đây là lĩnh vực có nhu cầu rất cao, Cristian Nguyễn chia sẻ. Dự án này có tên Offpeak được ra đời từ số tiền của dự án ET5. Lý do Offpeak chọn Malaysia là thị trường đầu tiên để khởi nghiệp vì đây là nơi có môi trường tốt cho cộng đồng startup về môi trường kinh doanh, nguồn vốn đầu tư, quy mô thị trường, nhân lực...

Anh cho hay, khi đưa ý tưởng đến các nhà hàng Singapore hay Malaysia người ta sẽ hiểu ngay, nhưng ở một số nước như Thái Lan hay Việt Nam thì còn do dự, và hầu như đều bị bác bỏ. Ở thị trường Malaysia và Singapore, Offpeak đang dẫn đầu và từ thành công tại hai thị trường này, cuối năm 2015, Cristian Nguyễn quyết định mở rộng Offpeak ra Thái Lan và Việt Nam. Hiện tại dự án đã trải rộng trên 4 nước và 15 thành phố. Tham vọng của Cristian Nguyễn là đưa ứng dụng dẫn đầu khu vực Đông Nam Á trong lĩnh vực nhà hàng.

### **OFFPEAK - “CHÌA KHÓA” MANG LẠI DOANH THU CHO CÁC NHÀ HÀNG**

Offpeak có nghĩa là ngoài giờ cao điểm vẫn còn nhiều bàn trống theo cách giải thích của Cristian

Nguyễn. Đây là giải pháp marketing online giúp cho các nhà hàng có thể tối ưu hóa lượng khách phục vụ mỗi ngày. Cho dù mới chính thức đưa vào khai thác được 3 năm nhưng Offpeak đã có hàng nghìn nhà hàng tham gia trên toàn khu vực Đông Nam Á. Offpeak hiện đã có ứng dụng trên nền tảng Android và iOS. Khi sử dụng Offpeak, khách hàng có thể cập nhật toàn bộ những thông tin về ưu đãi của nhà hàng dành cho giờ thấp điểm trong ngày. Bên cạnh đó, người dùng cũng có thể nhận biết các thông tin về địa điểm, quãng đường gần nhất đến nhà hàng. Nhờ đó họ có thể có 1 bữa ăn ngon, thân thiện với mức giá ưu đãi, đôi khi lên đến 50% và thời gian đặt bàn chỉ cần trước 5 đến 10 phút.

Sau hơn 2 năm vận hành, ứng dụng của Cristian đã có trong tay hơn 4.000 nhà hàng và vẫn tiếp tục phát triển, hàng tháng có 80.000-100.000 đơn đặt hàng thành công qua ứng dụng điện thoại. Bình quân, công ty thu mỗi nhà hàng 50-60 USD/tháng (khoảng 1,2 triệu đồng), số tiền không nhiều với một nhà hàng khi thường xuyên có khách đặt qua ứng dụng này. Đối với thị trường Việt Nam, Offpeak hiện có mạng lưới khoảng 800 – 1.000 nhà hàng và mục tiêu đến hết năm 2018 sẽ đạt khoảng 1.500 nhà hàng.

Vào tháng 6/2015, Offpeak đã nhận được khoản đầu tư lên đến 800.000 USD từ quỹ Gobi Partners có trụ sở tại Thượng Hải, sau đó sang tháng 12 lại nhận thêm gần 120.000 USD từ CIP 500 từ quỹ Cradle thuộc chính phủ Malaysia. Trong đợt gọi vốn mới đây, Gobi Partners cùng với Yahoo Nhật Bản (YJ Capital) tiếp tục đầu tư hàng triệu USD. Cristian Nguyễn cho biết, khoản vốn đầu tư mới nhận sẽ được Offpeak sử dụng cho việc phát triển thêm khách hàng mới, cải thiện tính năng trên hệ thống, và mở rộng quy mô hoạt động trên thị trường.

### **MÔI TRƯỜNG KHỞI NGHIỆP TẠI VIỆT NAM**

Việt Nam là một thị trường đầy tiềm năng. Chính phủ cũng đã tạo ra hành lang pháp lý, thu hút

và hỗ trợ tối đa cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, đặc biệt là những ưu đãi cho đối tượng là Việt kiều. Vì vậy, đầu tư tại Việt Nam là cơ hội lớn cho những người đang có ý định khởi nghiệp.

Tuy vậy, khởi nghiệp sáng tạo không giống như sách và trải đầy hoa hồng. Khởi nghiệp công nghệ bây giờ rất khó khăn, cần phải đi đúng hướng, các ý tưởng phải rất khả thi về mặt lợi nhuận. Theo Christian Nguyễn, ngoài những kỹ năng về lập trình, ý tưởng khởi nghiệp, thì yếu tố quan trọng nữa đó là khả năng ngoại ngữ nhằm thuyết phục người khác tin tưởng vào dự án của mình. “Ngoại ngữ hiện nay không còn là lợi thế mà là điều kiện cần trong thời đại hội nhập, toàn cầu hóa. Mượn tiền của người khác đầu tư không dễ nên phải làm sao thuyết phục họ chịu nghe dự án của mình để hiểu và chấp nhận đầu tư. Hơn nữa, việc nói được tiếng mẹ đẻ của nhà đầu tư cũng là cách gây thiện cảm và giành lợi thế cho mình. Giao tiếp tốt, truyền đạt tốt chiếm 50% thành công của dự án” - chàng Việt kiều thông thạo 6 ngoại ngữ Việt, Anh, Pháp, Bồ Đào Nha, Tây Ban Nha và Trung Quốc đã chia sẻ.

Ngoài ra, theo Christian Nguyễn không có một startup nào bắt đầu mà không gặp thất bại. Muốn khởi nghiệp phải trải qua một giai đoạn chuẩn bị kỹ lưỡng, về đánh giá thị trường tiềm năng, mức độ khả thi của dự án và đặc biệt nhất là cái mình muốn diễn đạt và thuyết phục người khác tin tưởng sản phẩm của mình. Yếu tố con người quyết định phần nhiều thành công của một dự án khởi nghiệp.

Hiện Cristian Nguyễn đang tiếp tục phát triển



*Cristian Nguyễn (Nguyễn Liên Hưng), người sáng lập ra ứng dụng Offpeak*

thêm ứng dụng Noizi (Nóizi) - ứng dụng “tám chuyện” trên điện thoại, đặc biệt là chức năng blackchat. Sau hơn 1 tháng thử nghiệm tại Việt Nam, Noizi đã có hơn 10.000 người sử dụng, các con số tiếp tục tăng lên.

Về dự định sắp tới, ngoài việc mở rộng thị phần của Offpeak, Cristian Nguyễn cho biết, anh dự định xây dựng thị trường thanh toán trực tuyến cho riêng Việt Nam, giúp thị trường tài chính tại Việt Nam bước lên một tầm cao mới.

Ai đó thường nói hãy cứ khát khao, hãy cứ dại khờ, có thể mơ giấc mơ lớn, nhưng phải dùng kỹ thuật để phân tích nhằm nâng cao tỷ lệ thành công cho dự án của mình - đây là bài học mà những người như Christian đã rút ra và chia sẻ với những bạn trẻ đang nung nấu ý định khởi nghiệp.

***Minh Phụng***



## FINTECH LÀM THAY ĐỔI LĨNH VỰC TÀI CHÍNH CỦA THẾ GIỚI (P1)

Với những tiến bộ trong lĩnh vực e-finance và các công nghệ di động ở các công ty tài chính, đổi mới fintech xuất hiện sau cuộc khủng hoảng tài chính trên toàn thế giới diễn ra vào năm 2008, nhờ kết hợp e-finance, các công nghệ internet, các dịch vụ mạng xã hội, truyền thông xã hội, trí tuệ nhân tạo và phân tích dữ liệu lớn.

Các công ty khởi nghiệp Fintech khác với các công ty tài chính truyền thống ở việc cung cấp các dịch vụ “ngách” được cá thể hóa, các giải pháp dựa trên dữ liệu, một nền văn hóa sáng tạo, và một cơ cấu doanh nghiệp năng động. Mặc dù fintech thường được coi là một mối đe dọa cho các công ty tài chính truyền thống, nhưng fintech cũng đồng thời mang lại những cơ hội đạt được lợi thế cạnh tranh hơn đối thủ cho những công ty này. Phần lớn các công ty tài chính lớn bắt đầu nghiêm túc nghiên cứu fintech và phát triển chiến lược để cạnh tranh, cùng tồn tại và

cộng tác với các start-up fintech.

### FINTECH LÀ GÌ?

Hiện tại, chưa có một định nghĩa thống nhất trên toàn cầu cho “fintech”. Tuy nhiên, thuật ngữ “FinTech”, là dạng viết tắt của cụm từ “*financial technology*” (công nghệ tài chính), thường biểu thị các công ty hoặc đại diện các công ty kết hợp các dịch vụ tài chính với các công nghệ hiện đại, sáng tạo. Như một quy ước, những công ty mới gia nhập vào thị trường sẽ cung cấp các sản phẩm dựa trên Internet theo hướng ứng dụng. Các công ty FinTech

thường hướng tới thu hút khách hàng bằng các sản phẩm và dịch vụ thân thiện với người dùng, hiệu quả hơn, minh bạch hơn và tự động hơn so với những sản phẩm và dịch vụ đã có.

Ngoài cung cấp các sản phẩm và dịch vụ trong lĩnh vực ngân hàng, fintech còn phân phối bảo hiểm và các công cụ tài chính khác hoặc cung cấp các dịch vụ bên thứ ba. Theo nghĩa rộng của thuật ngữ, "FinTech" còn có thể bao gồm các công ty cung cấp công nghệ (ví dụ như các giải pháp phần mềm) cho các nhà cung cấp dịch vụ tài chính.

Tuy vậy, không thể định nghĩa thuật ngữ "fintech" dựa trên cơ sở ứng dụng của nó trong các văn bản pháp luật. Các công ty FinTech là đối tượng của nhiều loại nghĩa vụ pháp lý và pháp luật khác nhau do có các mô hình kinh doanh khác nhau cũng như các sản phẩm hay dịch vụ đa dạng mà họ cung cấp. Ví dụ, các công ty trong ngành công nghiệp huy động vốn cộng đồng (crowdfunding) cung cấp các khoản vay hợp vốn (profit-participating loan), quyền hợp vốn không đảm bảo hoặc quan hệ đối tác im lặng (silent partnership) để đảm bảo tài chính doanh nghiệp thì thuộc phạm vi của Luật Đầu tư của Đức. Tuy nhiên, các tổ chức phát hành thẻ thanh toán trên cùng các nền tảng crowdfunding này sẽ phải tuân theo Luật Giao dịch Chứng khoán nếu cổ phiếu được bán cho công chúng.

Cuối cùng, không thể xây dựng một định nghĩa hạn hẹp về "fintech" để áp dụng cho tất cả các thực thể thường được liên kết với thuật ngữ "fintech". Mặc dù hầu hết các công ty trong ngành công nghiệp FinTech có một số tính năng chung nhất định, vẫn sẽ luôn có những ngoại lệ để khiến cho không thể tạo ra một định nghĩa chung. Ví dụ, rất nhiều công ty FinTech mới đang trong giai đoạn khởi nghiệp. Tuy nhiên, vì không phải tất cả các công ty FinTech đều là các công ty khởi nghiệp, nên việc phân loại này không thể đóng góp vào định nghĩa FinTech. Tương tự như vậy là hai yếu tố: sự tham gia của số lượng

lớn các nhà đầu tư vào một cơ hội huy động vốn ("đám đông") hay việc sử dụng các thành phần truyền thông xã hội. Mặc dù hai tính năng này không thể thiếu trong hoạt động của nhiều phân đoạn ngành công nghiệp FinTech, chẳng hạn như ở gọi vốn đám đông hoặc giao dịch xã hội (social trading), vẫn có những phân đoạn khác, ví dụ như các dịch vụ thanh toán sáng tạo, nơi hai tính năng này không quan trọng chút nào. Vì lý do này, thay vì cố gắng đưa ra một định nghĩa hạn hẹp hay theo khía cạnh pháp lý, thì việc phác họa ra các phân khúc của ngành công nghiệp FinTech có thể sẽ mang lại hình dung tốt nhất về Fintech.

### **PHÂN KHÚC NGÀNH CÔNG NGHIỆP FINTECH**

Các công ty trong ngành công nghiệp FinTech có thể được chia thành bốn phân khúc chính dựa theo các mô hình kinh doanh đặc thù của họ. Giống với các lĩnh vực giá trị gia tăng truyền thống của một ngân hàng toàn cầu, FinTech có thể chia thành các phân khúc: *huy động vốn (financing); quản lý tài sản; thanh toán; và các loại hình Fintech khác.*

**Phân khúc huy động vốn** của FinTech là lĩnh vực giúp huy động vốn cho các cá thể tư nhân lẫn doanh nghiệp. Phân khúc này có thể được chia thêm thành các phân đoạn nhỏ hơn như:

- Huy động vốn cộng đồng (crowdfunding) : có số lượng lớn các nhà góp vốn

- Tín dụng và bao thanh toán (credit & factoring): tín dụng và các dịch vụ bao thanh toán mà không có sự tham gia của đám đông

**Huy động vốn cộng đồng:** mô tả một hình thức huy động vốn trong đó một số lượng lớn "người ủng hộ" sẽ cung cấp các nguồn lực tài chính để đạt được một mục tiêu chung. Thay cho một ngân hàng truyền thống, một cộng đồng đồng huy động vốn sẽ giữ vai trò là trung gian. Các cộng đồng huy động vốn cộng đồng còn có thể được chia thành **4 phân đoạn nhỏ hơn nữa** trên cơ sở loại hình đối ứng (consideration) được trả cho nhà đầu tư cho các khoản đầu tư của





Hình1 : Bốn phân khúc chính và các phân đoạn nhỏ

họ. Ví dụ, trong khi các nhà đầu tư tham gia vào *huy động vốn cộng đồng trên cơ sở quyền tặng (donation-based crowdfunding)* không nhận được khoản lợi nhuận nào cho những khoản đóng góp của họ (mặc dù họ có thể thu được lợi ích cá nhân gián tiếp thông qua hành động quyên góp), thì ở *huy động vốn cộng đồng trên cơ sở hưởng lợi nhuận (reward-based crowdfunding)* họ nhận được một số hình thức thưởng đối ứng dưới dạng phi tiền tệ. Những khoản thưởng đối ứng này có thể dưới dạng có quyền đặt trước sản phẩm hoặc một số hình thức làm tăng uy tín khác ví dụ như nhà đầu tư có tên trong danh sách tham gia của đoàn làm phim được nhận tài trợ. Nói chung, trong các phân đoạn huy động vốn cộng đồng dựa trên hưởng lợi nhuận và quyên góp, sẽ không có chi phí cho các cá nhân để thực hiện các dự án. Một số cổng huy động tính phí từ 5% đến 11% tổng số

tiền huy động được trong trường hợp chiến dịch thành công. Các cổng huy động khác kiếm doanh thu thông qua các khoản đóng góp tự nguyện từ các nhà đầu tư và người khởi xướng các dự án.

Ở phân đoạn thứ ba, *đầu tư vốn cộng đồng (crowdinvesting)*, các nhà đầu tư nhận được một phần vốn chủ sở hữu, nợ hoặc quyền sở hữu lai ghép. Các hợp đồng được sử dụng trong crowdinvesting thường mô phỏng các khía cạnh nhất định của việc tham gia góp vốn bằng cách sử dụng một công cụ trung gian. Theo quy định, các cổng crowdinvesting thu lợi nhuận từ các khoản phí mà họ nhận được từ các công ty được cấp tài trợ thành công. Ở Đức, khoản phí này trung bình là 8% số tiền đầu tư. Gần đây, các cổng crowdinvesting cũng có thu nhập trích từ thành công trong tương lai của các công ty được cấp vốn bằng cách yêu cầu các nhà

đầu tư khấu trừ một phần nhất định lợi nhuận tiềm năng của một công ty, giá trị doanh nghiệp và lợi nhuận tích lũy (carried interest). Nói chung, các công ty xử lý các khoản tiền đầu tư tương đối nhỏ trong các chiến dịch đầu tư cộng đồng. Ví dụ tại Đức, giữa năm 2015 đã thu được khoản tiền hơn 1 triệu EUR từ 5 trong số 174 chiến dịch đầu tư cộng đồng thành công. Tuy nhiên, năm chiến dịch thành công này cũng chỉ tương ứng với 29% tổng lượng tiền huy động được từ tất cả các chiến dịch thành công.

Phân đoạn thứ tư, *cho vay cộng đồng (crowdlending)*, chứa những nền tảng cho phép các cá thể tư nhân và doanh nghiệp có thể vay từ đám đông. Đổi lại việc cho vay, các nhà đầu tư đám đông sẽ nhận được lãi suất được định trước. Tại Đức, các công ty lãnh đạo thị trường trong ngành công nghiệp cho vay cộng đồng lấy kinh phí từ hai loại phí. Thứ nhất, người vay chịu một khoản phí phụ thuộc vào khả năng thanh toán nợ và thời hạn của khoản vay. Thứ hai, người cho vay phải trả một tỷ lệ phần trăm nhất định của số tiền đầu tư (thường là 1%) hoặc một điểm phần trăm lãi suất.

Ngoài ra còn có phân đoạn *tín dụng và bao thanh toán (credit and factoring)*. Doanh nghiệp FinTech ở phân đoạn này, thường hợp tác với ngân hàng đối tác (hoặc một số ngân hàng đối tác), mở rộng tín dụng tới các cá nhân và doanh nghiệp tư nhân mà không cần phải nhờ tới đám đông. Các khoản vay đôi khi được cho vay trong thời gian ngắn vài ngày hay vài tuần thông qua điện thoại di động. Ngoài ra, những công ty FinTech này còn cung cấp các giải pháp bao thanh toán sáng tạo, ví dụ như bán các quyền yêu sách trực tuyến hoặc cung cấp các giải pháp bao thanh toán mà không cần yêu cầu tối thiểu. Theo quy tắc, các công ty trong phân đoạn tín dụng và bao thanh toán sẽ tự động hóa nhiều quy trình của họ, vì thế cho phép tạo ra các dịch vụ tiết kiệm chi phí, nhanh chóng và hiệu quả.

**Phân khúc Quản lý tài sản** bao gồm các công ty

FinTech cung cấp tư vấn, xử lý và quản lý tài sản, và các chỉ số tổng hợp về mức độ giàu có cá nhân. Phân khúc này cũng được chia thành các phân đoạn nhỏ hơn khác. *Giao dịch xã hội (social trading)* là một dạng đầu tư mà nhà đầu tư (hoặc "người theo đuôi") có thể quan sát, thảo luận và sao chép chiến lược đầu tư hoặc danh mục đầu tư của các thành viên khác trong mạng xã hội. Các nhà đầu tư cá nhân sẽ hưởng lợi từ trí tuệ tập thể của rất nhiều thương nhân. Tùy vào mô hình kinh doanh của nền tảng giao dịch xã hội, người dùng có thể trả cho các biên lãi, chi phí đặt hàng hoặc tỷ lệ phần trăm số tiền đã đầu tư.

Ngoài ra, các giải pháp phần mềm sáng tạo và các hệ thống máy tính giữ vai trò quan trọng trong các mô hình kinh doanh của nhiều công ty Fintech trong phân khúc quản lý tài sản. Phân đoạn *Tư vấn tự động (robo-advice)* đề cập đến các hệ thống quản lý danh mục đầu tư, có chức năng cung cấp tư vấn đầu tư tự động dựa trên thuật toán, đôi khi còn đưa ra các quyết định đầu tư. Các thuật toán của các cố vấn Robo thông thường dựa trên các chiến lược đa dạng hóa và đầu tư thụ động. Những thuật toán này sẽ đánh giá khả năng chịu rủi ro của nhà đầu tư, thời hạn ưu tiên của khoản đầu tư, cũng như các mục tiêu khác.

Phân đoạn *Quản lý tài chính cá nhân (PFM)* bao gồm các công ty FinTech cung cấp dịch vụ kế hoạch hóa tài chính cá nhân, đặc biệt là quản lý và trình bày dữ liệu tài chính bằng phần mềm hoặc các dịch vụ dựa trên ứng dụng. Các công ty PFM cho phép khách hàng theo dõi các tài sản mà họ đã gửi vào các tổ chức tài chính khác nhau cũng như các khoản vay được vay từ các bên cho vay khác nhau chỉ trên một ứng dụng. Ứng dụng hoặc phần mềm thường yêu cầu người dùng trả khoản phí một lần hoặc hàng năm. Để tích hợp các tài khoản của các nhà cung cấp khác nhau vào một hệ thống PFM, giao diện của các công ty PFM với các cổng của các cơ quan tài chính,



thường là truy cập mở, sử dụng công nghệ giao diện lập trình ứng dụng (API). Tuy nhiên, trong nhiều hệ thống PFM, nhập dữ liệu tài khoản theo cách thủ công cũng được yêu cầu.

Ngoài ra, còn có các công ty FinTech đưa ra các khái niệm sáng tạo để tư vấn hoặc quản lý những dạng tài sản không có trong các phân đoạn giao dịch xã hội, tư vấn robo hoặc PFM. Loại hình này có thể được tổ chức thành hai nhóm chính. Thứ nhất, là quản lý tài sản trực tuyến, trong đó các cố vấn đầu tư là con người tương tác chủ động với khách hàng, bên cạnh đó được sự hỗ trợ của tư vấn robo, họ cũng tự động hóa toàn bộ hoặc một phần các quy trình. Thứ hai, trong trường hợp tại EU, các công ty môi giới ký quỹ, chuyên sắp xếp các khoản ký quỹ hàng ngày hoặc theo kỳ hạn cố định ở các nước khác ở EU và cung cấp dịch vụ mở tài khoản cũng như quản lý trên một website ở Đức. Ra đời nhờ kết quả của chương trình bảo lãnh tiền gửi toàn EU (Chỉ thị 2014/49 / EU), mô hình kinh doanh này có thể khai thác lãi suất từ các quốc gia khác nhau. Những công ty Fintech này được bao gộp vào trong phân đoạn *đầu tư và ngân*

*hàng*. Cũng nằm trong phân đoạn này là các công ty FinTech cung cấp các sản phẩm ngân hàng truyền thống, chẳng hạn như tài khoản tiền mặt với một số chức năng CNTT nhất định. Bằng cách sử dụng hiệu quả các công nghệ và loại bỏ các mạng lưới nhánh rườm rà, các công ty Fintech này có thể cung cấp các sản phẩm ngân hàng truyền thống hiệu quả về chi phí hơn và nhanh hơn, cũng như có nhiều chức năng thân thiện với người dùng hơn.

***Phân khúc thanh toán*** là một thuật ngữ rộng áp dụng cho các công ty FinTech có các ứng dụng và dịch vụ liên quan tới giao dịch thanh toán trong nước và quốc tế. Trong phân khúc này là bao gồm các phân đoạn blockchain và tiền điện tử (cryptocurrency), bao gồm các công ty FinTech cung cấp các loại tiền ảo (cryptocurrency) như một phương án thay thế cho tiền giấy. Với vai trò là các công cụ thanh toán hợp pháp, tiền điện tử có thể tiết kiệm, sử dụng và trao đổi. Các ngân hàng không cần hoạt động như các cơ quan trung gian. Một trong những ví dụ về tiền điện tử nổi tiếng nhất là Bitcoin. Bitcoin, trải qua biến động giá trị lớn trong quá khứ, vẫn chưa thể

phát triển thành một đối thủ cạnh tranh nghiêm túc với tiền tệ chính thức được ngân hàng trung ương phát hành. Hiện có hơn 700 loại tiền ảo khác chưa đạt tới mức vốn hóa thị trường như của Bitcoin. Như với hầu hết các hệ thống thanh toán kỹ thuật số khác, một blockchain được sử dụng để bảo mật cho các giao dịch Bitcoin. Với công nghệ này, tất cả các giao dịch được đăng ký và lưu trữ trên nhiều máy chủ, khiến cho rất khó làm sai lệch thông tin. Ngay cả các công ty không tự cung cấp tiền điện tử, mà chỉ sử dụng công nghệ blockchain cho các dịch vụ tài chính, cũng được bao gộp vào phân đoạn blockchain và tiền điện tử.

Các FinTech cung cấp các phương thức thanh toán thay thế được bao gộp vào phân đoạn *các phương thức thanh toán thay thế*. Các công ty cung cấp các giải pháp thanh toán di động thuộc về phân đoạn này. Trong các tài liệu học thuật, thuật ngữ "thanh toán di động" thông thường bao gồm các chức năng được xử lý qua điện thoại di động. Những chức năng này gồm sử dụng điện thoại di động để thực hiện thanh toán hoặc chuyển khoản ngân hàng. Các công ty cung cấp ví điện tử (eWallets) hay cyberwallets cũng được bao gộp vào phân đoạn các phương thức thanh toán thay thế. Một chiếc ví điện tử (eWallet) là một hệ thống trong đó lưu trữ cả tiền kỹ thuật số và thông tin thanh toán để sử dụng cho các hệ thống thanh toán khác nhau. Thông tin thanh toán có thể được sử dụng trong quá trình thanh toán mà không phải nhập lại lần nữa bằng điện thoại di động hoặc Internet, cho phép tạo ra những giao dịch rất nhanh và thân thiện với người dùng. Các giải pháp sáng tạo khác đối với chuyển khoản ngân hàng hoặc các phương thức thanh toán khác cũng được bao gộp vào phân đoạn các phương thức thanh toán thay thế. Ví dụ, một số công ty FinTech trong phân đoạn này cung cấp việc chuyển tiền giữa hai cá nhân

(chuyển tiền ngang hàng). Số tiền thường được chuyển theo thời gian thực và vì vậy nhanh hơn nhiều so với kiểu chuyển tiền của ngân hàng truyền thống.

Phân khúc *các FinTech khác* mô tả các doanh nghiệp FinTech không thể xếp loại theo ba chức năng ngân hàng truyền thống là tài chính, quản lý tài sản và giao dịch thanh toán. Các công ty FinTech cung cấp bảo hiểm hoặc tạo điều kiện thuận lợi cho việc thu mua được bao gộp trong phân đoạn *bảo hiểm*. Những công ty FinTech này thường được gọi là *InsurTech* (Công nghệ bảo hiểm). Những công ty này cung cấp bảo hiểm ngang hàng (peer-to-peer), trong đó một nhóm các chủ hợp đồng bảo hiểm tập hợp lại và nhận trách nhiệm tập thể trong trường hợp có thiệt hại. Nếu không có tổn thất xảy ra trong nhóm, sẽ hoàn trả một phần phí bảo hiểm. Ngoài ra, các FinTechs của phân đoạn về *các công cụ tìm kiếm và các trang so sánh*, cho phép tìm kiếm và so sánh các sản phẩm và dịch vụ tài chính dựa trên Internet, được bao gộp vào phân khúc FinTech khác. Các công ty FinTech cung cấp các giải pháp kỹ thuật cho các nhà cung cấp dịch vụ tài chính được bao gộp vào phân đoạn *Công nghệ, CNTT và Cơ sở hạ tầng*.

(Còn nữa)

**Phuong Anh**

Tài liệu tham khảo

1. Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. In Lee, Yong Jae Shin. Kelley school of Business. Indiana University.
2. Definition of FinTech and Description of the FinTech Industry. FinTech in Germany. Dorfleitner, G Hornuf; Schmitt. 2017.
3. Innovation in Payments: The future is Fintech. BNY Mellon. 2015



# CÁC GIAI ĐOẠN PHÁT TRIỂN CỦA DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP: XÂY DỰNG KẾ HOẠCH KINH DOANH (P1)

*Việc xác định một số yếu tố để xem liệu một ý tưởng khởi nghiệp có thực sự là một cơ hội tốt hay không là rất quan trọng. Tuy nhiên, đây mới chỉ là bước đầu tiên trong hành trình hiện thực hoá ước mơ khởi nghiệp. Bước tiếp theo của hành trình này sẽ là xây dựng kế hoạch kinh doanh - một bản mô tả ý tưởng khởi nghiệp cũng như các mô tả về vị trí hiện tại của bạn, nơi bạn muốn đến và cách bạn định đến đó.*

Lần thuyết trình đầu tiên kế hoạch kinh doanh trước các nhà đầu tư có thể là một bài học thấm thía đối với Jessica Herrin, một doanh nhân khởi nghiệp 34 tuổi sống tại Burlingame, California, khi cô gọi vốn để sáng lập một doanh nghiệp ghi danh nhận quà cưới trực tuyến.

Sự thiếu kinh nghiệm trong ngành công nghiệp đám cưới gần như đã đặt dấu chấm hết cho kế hoạch khởi nghiệp của cô ngay trước khi cô bắt đầu. Herrin

có ý định vừa bán sản phẩm trực tiếp cho khách hàng vừa bán thông qua các nhà bán lẻ. Nhưng, tất nhiên, các nhà bán lẻ sẽ không sẵn lòng hỗ trợ đối thủ cạnh tranh của họ và Herrin chỉ có thể nhận tài trợ khi cô thay đổi kế hoạch kinh doanh của mình và chỉ sử dụng hệ thống phân phối của các nhà bán lẻ.

Trải nghiệm này của Herrin không phải là trường hợp hiếm gặp. Những lỗi như vậy trong kế hoạch kinh doanh có thể không thuyết phục được các nhà

đầu tư rót vốn, tuy nhiên Herrin đã rút ra được kinh nghiệm sâu sắc từ bài học này.

Năm 2004, Herrin đã có thể nhanh chóng huy động được 350.000 USD, đây là khoản tiền mà doanh nghiệp hiện nay của cô, Luxe Jewels, khi đó cần để khởi nghiệp. Lần đó, cô đã đi đến một nhà bán lẻ để tìm hiểu ngành thiết kế chế tác trang sức trước khi gọi vốn đầu tư. Luxe Jewels hiện có doanh thu 1,2 triệu USD và 10 nhân viên. Rõ ràng, một kế hoạch kinh doanh tốt có thể tạo nên sự khác biệt.

### **TỔNG QUAN BẢN KẾ HOẠCH KINH DOANH**

Để trả lời cho câu hỏi bạn có nên viết kế hoạch kinh doanh hay không, trước tiên bạn cần hiểu rõ mục đích và mục tiêu của bản kế hoạch này. Bạn cũng cần xem xét các cân nhắc để đưa ra quyết định về việc có nên viết một kế hoạch kinh doanh cho doanh nghiệp khởi nghiệp của bạn hay không.

#### **Mục đích của kế hoạch kinh doanh**

Không có một công thức chung cho tất cả các kế hoạch kinh doanh và không có một kế hoạch nào sẽ phù hợp trong mọi tình huống. Tuy nhiên, về cơ bản, kế hoạch kinh doanh là một tài liệu phác thảo ý tưởng cơ bản để xây dựng nên một doanh nghiệp và mô tả các cân nhắc liên quan đến khởi nghiệp. Kế hoạch kinh doanh là một công cụ giúp doanh nhân thành công trên chặng đường khởi nghiệp; nó kết nối những ước mơ và hy vọng giúp thúc đẩy doanh nhân quyết định khởi nghiệp sau một thời gian dài suy xét. Kế hoạch kinh doanh cần mô tả ý tưởng khởi nghiệp cơ bản của bạn cũng như các mô tả về việc bạn đang ở đâu, bạn muốn đi đâu và bạn sẽ đến đó bằng cách nào.

Theo David Gumpert, người đã nhiều năm là chủ tịch Diễn đàn Doanh nghiệp MIT, kế hoạch kinh doanh “là một tài liệu thuyết phục chứng minh rằng doanh nghiệp của bạn có thể bán đủ sản phẩm hoặc dịch vụ của mình để tạo ra lợi nhuận thỏa đáng và hấp dẫn đối với các nhà đầu tư tiềm năng”. Đối với Gumpert, kế hoạch kinh doanh chủ yếu là một tài liệu

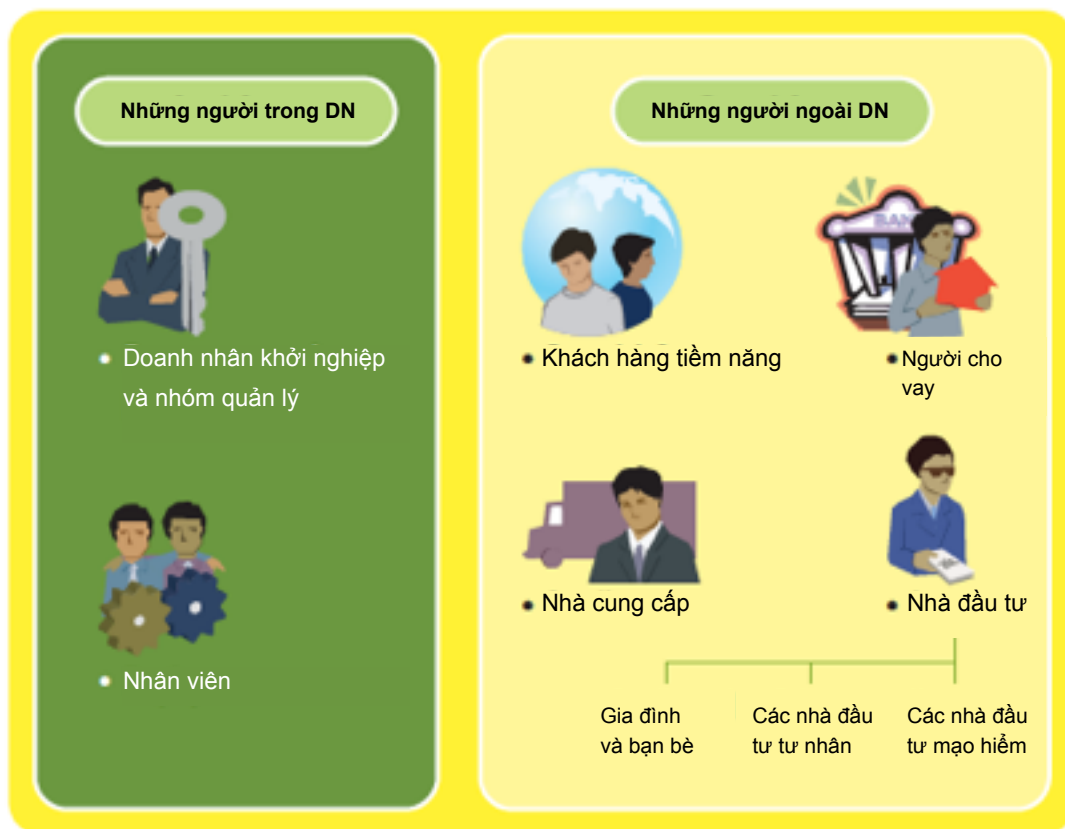
về kế hoạch bán hàng được sử dụng để thuyết phục các cá nhân chủ chốt, cả bên trong lẫn bên ngoài doanh nghiệp, rằng doanh nghiệp có tiềm năng thực sự. Điều quan trọng không kém đó là một cơ hội để thuyết phục bản thân, với tư cách là doanh nhân khởi nghiệp, rằng những gì dường như là một ý tưởng tốt cũng là một cơ hội đầu tư tốt, cả về mặt kinh tế và mục tiêu cá nhân.

Các mục tiêu cá nhân của bạn cần được cân nhắc cẩn trọng: Nếu doanh nghiệp không phù hợp với mục tiêu cá nhân, bạn không có khả năng thành công và chắc chắn bạn sẽ không tận hưởng được hành trình đó. Vì vậy, hãy suy nghĩ về những khát vọng cá nhân của bạn và các chi phí bạn cần phải có để khởi nghiệp trước khi bị ngập lụt ngay trong chính cơ hội kinh doanh của mình.

Đối với các doanh nhân bắt đầu thành lập một doanh nghiệp mới, bản kế hoạch kinh doanh cần có ba mục tiêu cơ bản sau:

1. Để xác định bản chất và bối cảnh của cơ hội kinh doanh - đó là, tại sao lại có một cơ hội như vậy?
2. Để trình bày phương pháp tiếp cận mà doanh nhân có kế hoạch sử dụng để khai thác cơ hội
3. Để nhận ra các yếu tố sẽ quyết định liệu doanh nghiệp có thành công hay không

Nói cách khác, kế hoạch kinh doanh được sử dụng để tuyên bố về mục tiêu và chiến lược của doanh nghiệp với các thành viên của doanh nghiệp và để hỗ trợ phát triển các mối quan hệ với bên ngoài (các nhà đầu tư và những người khác), những người có thể giúp công ty đạt được mục tiêu của mình. Hình 1 đưa ra cái nhìn tổng quan về những người có thể quan tâm đến kế hoạch kinh doanh của một doanh nghiệp khởi nghiệp. Nhóm đầu tiên bao gồm các thành viên của doanh nghiệp: Doanh nhân, nhà quản lý và nhân viên. Nhóm thứ hai bao gồm những người bên ngoài quan trọng đối với sự thành công của doanh nghiệp: Khách hàng tiềm năng, nhà cung cấp, người cho vay và các nhà đầu tư.



Hình 1. Những người sử dụng kế hoạch kinh doanh

### Bạn có thực sự cần kế hoạch kinh doanh?

Việc không viết kế hoạch kinh doanh thường được biện minh như sau: “Các doanh nghiệp khởi nghiệp có kế hoạch kinh doanh không thành công hơn những doanh nghiệp không có kế hoạch kinh doanh”. Các nghiên cứu đang cố gắng đánh giá sự thành công của các doanh nhân khởi nghiệp có kế hoạch kinh doanh với sự thành công của những doanh nhân không có kế hoạch kinh doanh cho thấy một kết quả không rõ ràng. Một số nghiên cứu tìm thấy mối liên hệ giữa việc có kế hoạch kinh doanh với sự thành công của doanh nghiệp; trong khi những nghiên cứu khác không tìm thấy mối liên hệ nào.

Với những gì chúng tôi biết về Apple, Calvin Klein và các doanh nghiệp khác đã khởi nghiệp mà không có kế hoạch kinh doanh, rõ ràng là việc có kế hoạch kinh doanh không phải là một điều kiện tiên quyết để thành công. Điều này đơn giản cho chúng ta thấy kế

hoạch kinh doanh không chỉ là những con số và trang giấy. Một số doanh nhân bỏ ra nhiều giờ đồng hồ để viết một bản kế hoạch kinh doanh dài lê thê nhưng không bao giờ làm theo kế hoạch. Trong những trường hợp như vậy, chúng ta có thể nói một cách tự tin rằng việc viết kế hoạch kinh doanh là một sự lãng phí thời gian. Điều quan trọng không phải là việc viết một bản kế hoạch mà là việc thực hiện nó. Nếu bạn không hành động theo kế hoạch thì không cần phải bận tâm đến việc viết hay không. Chỉ khi bạn thực hiện kế hoạch kinh doanh thì nó mới có cơ hội tạo nên sự khác biệt. Thomas Stemberg, nhà tư bản mạo hiểm, người sáng lập của Staples, cho biết: *"Theo kinh nghiệm của tôi, các doanh nhân thường nhầm lẫn giữa việc hình dung ra doanh nghiệp sẽ làm gì với việc đặt nền tảng cho những gì nó có thể làm. Vì vậy họ mơ ước những giấc mơ cao xa và xây dựng kế hoạch kinh doanh chi tiết, điều đó là tốt. Nhưng không có gì quan trọng bằng việc sắp đặt sớm nhất*

*có thể nhân sự và các hệ thống sẽ cùng doanh nhân đi suốt hành trình của họ, bất kể những hướng đi không được dự đoán, các thị trường hay công nghệ thay đổi buộc họ phải thay đổi theo. Đối với tôi, các kế hoạch kinh doanh rất thú vị vì nó như những chỉ dẫn để biết được một doanh nhân nghĩ như thế nào".*

Một doanh nhân cũng phải tìm sự cân bằng phù hợp giữa việc lập kế hoạch và khả năng thích ứng. Cho dù kế hoạch của bạn được viết tốt như thế nào thì các sự kiện vẫn sẽ xảy ra mà không được dự đoán trước. Một trong những đặc trưng quan trọng của một doanh nhân thành công là khả năng thích ứng, bất kể kế hoạch kinh doanh đề ra cần làm gì. Vì vậy, nếu bạn phải lựa chọn giữa hành động và lập kế hoạch thì hãy hành động.

Những lợi ích của việc viết kế hoạch kinh doanh cũng phụ thuộc vào môi trường kinh doanh của doanh nghiệp khởi nghiệp. Hãy xem xét những điều sau đây:

1. Đối với một số doanh nghiệp khởi nghiệp, việc lập kế hoạch mở rộng do môi trường quá biến động là rất hữu ích. Như đã đề cập ở trên, khả năng thích ứng của một doanh nhân có thể quan trọng hơn là một kế hoạch chi tiết cho tương lai. Việc có một kế hoạch chi tiết quá mức thậm chí có thể là một vấn đề nếu các nhà đầu tư trở nên quá tập trung vào "kế hoạch" và đòi hỏi doanh nhân phải bám chặt vào kế hoạch đó.

2. Việc lập kế hoạch cũng có thể gây ra vấn đề khi việc xác định thời điểm của cơ hội là một yếu tố quan trọng. Trong một số trường hợp, hành động càng nhanh càng tốt có thể phải ưu tiên hơn so với việc lập kế hoạch chi tiết, nhưng không nên sử dụng thời gian như một lý do dễ dàng để không viết kế hoạch kinh doanh.

3. Một doanh nghiệp có thể bị thiếu vốn và lựa chọn không lập kế hoạch. Việc thiếu kế hoạch kinh doanh như vậy có thể có hậu quả nhất định đối với một số doanh nghiệp. Các doanh nhân bị hạn chế về

vốn không thể làm được nhiều phân tích và nghiên cứu trước dẫn đến tiềm năng lợi nhuận hạn chế và sự không chắc chắn cao về cơ hội mà họ thường theo đuổi cũng làm cho lợi ích thấp so với chi phí.

Mặc dù việc viết một bản kế hoạch kinh doanh không đảm bảo cho sự thành công, hầu hết các doanh nhân cần xây dựng kế hoạch kinh doanh cho mình. Việc thành lập một doanh nghiệp mới mà không có sự chuẩn bị chu đáo có xu hướng dẫn đến sự lộn xộn. Việc viết kế hoạch kinh doanh giúp bạn đảm bảo được sự bao quát có hệ thống, đầy đủ về các yếu tố quan trọng cần cân nhắc khi bắt đầu thành lập một doanh nghiệp mới. Frank Moyes, một doanh nhân thành đạt đã nhiều năm giảng dạy các khóa học về xây dựng kế hoạch kinh doanh tại Đại học Colorado, cho biết: *"Có lẽ lý do quan trọng nhất để viết kế hoạch kinh doanh là nó đòi hỏi bạn phải tham gia vào một quá trình nghiêm ngặt, cẩn trọng và tốn nhiều công sức trước khi bạn bắt đầu khởi nghiệp. Nó đòi hỏi bạn phải trả lời các câu hỏi về doanh nghiệp của bạn. Tại sao khách hàng lại cần sản phẩm/dịch vụ của bạn? Thị trường mục tiêu của bạn là gì? Sản phẩm/dịch vụ của bạn khác với sản phẩm/dịch vụ của đối thủ cạnh tranh như thế nào? Lợi thế cạnh tranh của bạn là gì? Lợi nhuận của doanh nghiệp là bao nhiêu? Bạn nên rót vốn cho doanh nghiệp bao nhiêu?"*

Vì vậy, kế hoạch kinh doanh trở thành một mô hình giúp doanh nhân và nhóm quản trị tập trung vào các vấn đề và hoạt động quan trọng của doanh nghiệp khởi nghiệp. Hơn nữa, nó giúp các doanh nhân truyền đạt tầm nhìn của mình đến nhân viên hiện tại - và tương lai - của doanh nghiệp.

Kế hoạch kinh doanh cũng quan trọng đối với những người bên ngoài doanh nghiệp. Mặc dù thường được cho là những người gặp rủi ro chính trong quá trình khởi nghiệp, doanh nhân và nhóm quản trị không phải là những người chịu rủi ro duy nhất. Để công ty thành công, doanh nhân khởi



nghiệp phải thuyết phục những người bên ngoài doanh nghiệp - khách hàng tiềm năng, nhà cung cấp, người cho vay và nhà đầu tư - hợp tác với doanh nghiệp. Tại sao họ nên hợp tác với doanh nghiệp khởi nghiệp của bạn, chứ không phải với một doanh nghiệp đã phát triển ổn định? Họ cần bằng chứng rằng bạn sẽ phát triển mạnh trong tương lai. Như Amar Bhide giải thích, "Một số doanh nhân có thể có khả năng bẩm sinh để vượt trội hơn các đối thủ của họ, có được các kỹ năng quản lý và do đó xây dựng một doanh nghiệp hưng thịnh. Nhưng rất khó cho khách hàng (và những người khác) xác định người sáng lập với những khả năng bẩm sinh này".

Bằng cách tăng cường độ tin cậy của doanh nghiệp, kế hoạch kinh doanh có chức năng như một công cụ bán hàng hiệu quả với các khách hàng và nhà cung cấp tiềm năng, cũng như các nhà đầu tư. Ví dụ một kế hoạch kinh doanh được chuẩn bị tốt có thể hữu ích trong việc giành được niềm tin của nhà cung cấp và đảm bảo các điều khoản tín dụng thuận lợi. Tương tự như vậy, kế hoạch kinh doanh có thể cải thiện triển vọng bán hàng bằng cách thuyết phục khách hàng tiềm năng rằng doanh nghiệp mới có khả năng tồn tại trong một thời gian dài để phục vụ một sản phẩm hoặc tiếp tục như một nguồn thu mua.

Cuối cùng, các doanh nhân khởi nghiệp có thể phải đối mặt với nhiệm vụ huy động vốn để bổ sung cho các khoản tiết kiệm cá nhân. Điều này đòi hỏi một bài thuyết trình hiệu quả trước các ngân hàng, các nhà đầu tư, hoặc, trong những dịp hiếm hoi, các nhà đầu tư mạo hiểm. Bạn phải tiếp cận gần như bắt

kỳ nhà đầu tư nào để huy động vốn và điều đầu tiên họ sẽ hỏi là "Kế hoạch kinh doanh của bạn đâu?"

Như đã thảo luận ở trên, một bản kế hoạch kinh doanh không phải là điều kiện tiên quyết cho sự thành công của doanh nghiệp khởi nghiệp. Một bản kế hoạch có thể không cần thiết trong các tình huống nhất định, đặc biệt nếu bạn chỉ muốn xây dựng một doanh nghiệp rất nhỏ và không có kế hoạch tăng trưởng đáng kể. Nhưng chúng tôi khuyến khích bạn mơ ước và hy vọng nhiều hơn nữa. Ewing Marion Kauffman, người sáng lập Marion Labs với 5.000 USD và sau đó bán nó với giá 6 tỷ USD, từng nói, "Bạn không nên chọn thành lập một doanh nghiệp thông thường. Bạn có quyền xây dựng một doanh nghiệp khác biệt nếu bạn có thể. Bạn tìm kiếm cơ hội để cạnh tranh, để thực hiện những công việc mạo hiểm đã được tính toán, để ước mơ, để xây dựng; Và Peter Drucker viết: "Ngay cả khi bạn bắt đầu kinh doanh ngay tại nhà, bạn phải có tầm nhìn trở thành một nhà lãnh đạo thế giới trong lĩnh vực của bạn, hoặc có thể bạn sẽ không bao giờ thành công". Bạn có thể không quan tâm đến việc xây dựng một doanh nghiệp dẫn đầu thế giới trong lĩnh vực của mình, nhưng bạn cũng không nên mơ ước quá nhỏ bé.

**(Còn nữa)**

*N.L.H. (Small Business Management: Launching and Growing Entrepreneurial Ventures), Justin G. Longenecker, Carlos W. Moore, J. William Petty, Leslie E. Palich*