

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

BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 32.2020



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 3 gói hỗ trợ dành cho startup từ tháng 8/2020
- 02 Đề án 844: Hợp tác với viện, trường, doanh nghiệp lớn phát triển trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo quốc gia
- 03 Lần đầu tiên startup sẽ được báo cáo, kiến nghị với Thủ tướng về giải pháp nền tảng phát triển quốc gia số
- 04 Hội đồng Cố vấn khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo Quốc gia: Song hành cùng startup

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Finhay - Đầu tư tài chính trong kỷ nguyên mới
- 06 Khởi nghiệp ở Châu Âu - Câu chuyện về hai hệ sinh

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Khởi nghiệp xã hội dựa trên tri thức: chiến lược, xây dựng chiến lược và các mô hình kinh doanh (P2)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

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



3 GÓI HỖ TRỢ DÀNH CHO STARTUP TỪ THÁNG 8/2020

3 gói hỗ trợ này tới từ Tập đoàn Qualcomm Việt Nam, Tổ chức thúc đẩy kinh doanh - Quỹ đầu tư mạo hiểm ThinkZone và Tập đoàn Beowulf Blockchain (Singapore) với tổng trị giá hơn 480.000 USD.

GÓI HỖ TRỢ CỦA TẬP ĐOÀN QUALCOMM VIỆT NAM:

Hỗ trợ thông qua cuộc thi: “Thử thách Đổi mới sáng tạo Qualcomm Việt Nam 2020” (Qualcomm Vietnam Innovation Challenge - QVIC), hạn cuối tháng 9/2020.

Tài trợ kinh phí tham gia chương trình ươm tạo

Top 10 startup tham gia vào chương trình ươm tạo sẽ nhận phần kinh phí hỗ trợ tiền mặt 10.000 USD. Kết thúc giai đoạn ươm tạo, top 3 startup vào vòng sau sẽ nhận thêm thêm kinh phí tiền mặt lần lượt 100.000, 75.000 và 50.000 USD.

**Tập đoàn Qualcomm sẽ không can thiệp vào cổ phần của các công ty/đội thi tham gia.

Hỗ trợ kinh phí đăng ký bằng sáng chế quốc tế

Qualcomm Technologies hỗ trợ mức chi phí 2.500 USD cho mỗi đơn đăng ký bằng sáng chế nộp đến Cơ quan Sáng chế và Nhãn hiệu Hoa Kỳ (USPTO) hoặc Văn phòng Sở hữu Trí tuệ Việt Nam liên quan đến các ý tưởng/dự án tham gia cuộc thi QVIC 2020-2021. Giới hạn mỗi startup tham gia được hỗ trợ 2 đơn đăng ký với trị giá 5.000 USD.

Tham gia chương trình Thúc đẩy kinh doanh do chính tập đoàn kết nối chuyên gia & giám sát tổ chức

Chuỗi hội thảo và đào tạo về chiến lược phát triển khách hàng, phân tích cạnh tranh, quản lý sản phẩm, chiến lược thâm nhập thị trường toàn cầu, sở hữu trí tuệ và gọi vốn.

Chương trình huấn luyện từ đối tác của Tập đoàn Qualcomm như Tập Đoàn Kiểm Toán Đa Quốc Gia Ernst & Young, Tập Đoàn Kiểm Toán Quốc Tế KPMG, hay Công Ty Luật Quốc Tế Baker & McKenzie

Hỗ trợ R&D cho startup tham gia

Tập đoàn Qualcomm sẽ cung cấp hỗ trợ phát triển công nghệ cho startup tham gia QVIC, bao gồm tư vấn kinh doanh và hỗ trợ phát triển công nghệ cho sản phẩm, quyền truy cập vào mạng lưới phòng thí nghiệm & nghiên cứu của Qualcomm tại Hà Nội, cũng như ứng dụng sản phẩm của startup hỗ trợ giải quyết vấn đề tại các địa phương ở Việt Nam cùng tập đoàn.

- Hỗ trợ nghiên cứu sản phẩm tại các phòng thí nghiệm

Bao gồm hỗ trợ ML / AI, phòng thí nghiệm camera, phòng thí nghiệm âm thanh, buồng RF, xử lý sự cố nhiệt và modem.

Thông tin liên hệ:

Mr. Nguyen Manh Tien

Đại diện QVIC

SĐT: 024 3637 4139

Email: manhtien@qualcomm.com

Thông tin cụ thể xem <https://www.qualcomm.com/company/locations/vietnam/vietnam-innovation-challenge>

GÓI HỖ TRỢ TỪ TỔ CHỨC THÚC ĐẨY KINH DOANH - QUỸ ĐẦU TƯ MẠO HIỂM THINKZONE:

- Khoản đầu tư trực tiếp trị giá 50.000 USD.
- Dịch vụ kết nối gọi vốn với mạng lưới 50+ quỹ đầu tư toàn cầu.

- 3 tháng huấn luyện và 24 tháng đồng hành chiến lược, áp dụng các triết lý khởi nghiệp tiên tiến như Lean Startup, Design Thinking, Lean Customer Development và Lean Analytics.

- Mạng lưới cố vấn và chuyên gia toàn cầu với 100+ founders và mentors thuộc nhiều lĩnh vực trên

khắp thế giới sẵn sàng hỗ trợ tư vấn cho các startup trong quá trình phát triển.

- Hỗ trợ toàn diện về truyền thông, pháp lý, tuyển dụng, hạ tầng công nghệ,... từ các đối tác đồng hành của ThinkZone như Amazon Web Services, Goldsun Media Group, MISA, FPT Play, TopCV, Toong, VnExpress, Indochine Counsel ...

Thông tin cụ thể xem tại đây: <http://thinkzone.vn/thinkzone-accelerator-batch-3-tong-hop-cac-goi-ho-tro-giup-startup-tiet-kiem-hon-1-ty-dong>

GÓI HỖ TRỢ TỪ TẬP ĐOÀN BEOWULF BLOCKCHAIN (SINGAPORE):

- Sử dụng miễn phí trong 1 năm đầu tiên, không giới hạn thời gian với sản phẩm Quickcom - nền tảng công nghệ hàng đầu cho đào tạo từ xa và hội nghị trực tuyến.

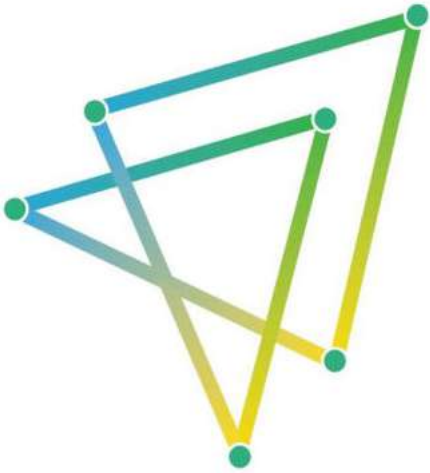
- Hỗ trợ 40% chi phí sử dụng Quickcom từ năm thứ hai trở đi với mã nhận ưu đãi từ chương trình.

Để đăng ký nhận gói hỗ trợ, doanh nghiệp có thể scan mã QR tại sự kiện hoặc gửi email yêu cầu đến contact@beowulfchain.com.

Thông tin cụ thể xem tại:

<https://beowulfchain.com/>





VĂN PHÒNG ĐỀ ÁN 844

ĐỀ ÁN 844: HỢP TÁC VỚI VIỆN, TRƯỜNG, DOANH NGHIỆP LỚN PHÁT TRIỂN TRUNG TÂM HỖ TRỢ KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO QUỐC GIA

Đề án "Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025" (Đề án 844) năm 2021 tìm kiếm các đối tác có năng lực và mong muốn đồng hành phát triển các Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (innovation hubs) theo mô hình Khu dịch vụ tập trung với sự tham gia phối hợp của Nhà nước, cơ sở giáo dục đào tạo và các tập đoàn/doanh nghiệp lớn.

Mới đây, Nghị định 94/2020/NĐ-CP ban hành ngày 21 tháng 8 năm 2020 đã quy định cơ chế, chính sách ưu đãi đối với Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc gia (NIC), trong đó có nhiều nội dung ưu đãi quan trọng về tín dụng đầu tư cho các dự án khởi nghiệp sáng tạo, thị thực và lao động nước ngoài cho các cá nhân làm việc tại trung tâm, hay các ưu đãi thuế, đất đai,... Theo đó, Chính phủ đã chỉ đạo các cơ quan xem xét, quyết định áp dụng một phần hoặc toàn bộ cơ chế, chính sách quy định tại Nghị định này đối với các trung tâm đổi mới sáng tạo, trung tâm khởi nghiệp sáng tạo khác. Điều này đặt ra nhu cầu

về nghiên cứu cơ chế xác định hệ thống các loại hình trung tâm hỗ trợ startup được tham gia hưởng các ưu đãi đặc thù này.

TÍNH LIÊN KẾT CỦA HỆ THỐNG CÁC TRUNG TÂM HỖ TRỢ KHỞI NGHIỆP, ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Thời gian qua, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST) đã nhận được sự quan tâm của các cấp chính quyền. Nhiều cơ sở hỗ trợ khởi nghiệp ĐMST đã được hình thành và đi vào hoạt động, điển hình như Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia kể trên (thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư), Trung tâm hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp (thuộc Trung ương Đoàn



Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh), Trung tâm hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đặt tại một số trường đại học lớn (thuộc Bộ Giáo dục và Đào tạo), hay các trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp đang được hình thành tại các địa phương như Đà Nẵng, Bình Định, Hải Phòng, Quảng Nam, ... thông qua triển khai Đề án 844. Những Trung tâm này đang góp phần thiết lập một hệ sinh thái năng động và thu hút nhiều nguồn lực trong nước, quốc tế cho khởi nghiệp.

Tuy nhiên, từ thực tiễn cho thấy đa số trung tâm này chưa có mô hình hoạt động bền vững, cũng như chưa có sự kết nối chặt chẽ để hình thành mạng lưới hỗ trợ có tính chất thống nhất để tạo điều kiện tiếp cận tốt nhất cho doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST trên cả nước. Để cải thiện vấn đề này, rất cần các hoạt động kết nối, trao đổi thường xuyên giữa các trung tâm nhằm chia sẻ nguồn lực, tiếp cận tư duy và cách làm hiệu quả để từng bước chuẩn hoá và định vị vai trò của mình đối với cộng đồng khởi nghiệp ĐMST trên cả nước.

Hiện nay, các công nghệ kết nối trực tuyến,

không phụ thuộc vào khoảng cách địa lý đã phát triển và hoàn toàn có thể đáp ứng được nhu cầu kết nối thường xuyên giữa các đơn vị. Điều cần thiết là cần có vai trò của một đơn vị ở tầm quốc gia điều phối và hỗ trợ nguồn lực về đổi mới sáng tạo cho các trung tâm này, đặc biệt là hình thành mối liên kết chặt chẽ giữa các trung tâm của nhà nước với các cơ sở giáo dục đào tạo và các tập đoàn/doanh nghiệp lớn để khai thác tối đa các lợi thế về nguồn lực từ cơ sở vật chất, nhân lực, tài chính... sẵn có hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST.

Trong bối cảnh đó, tại Nghị quyết 02/NQ-CP ngày 01/01/2019, Chính phủ đã giao Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN) phát triển các Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp ĐMST trên cả nước, trước mắt tại Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh và hình thành Mạng lưới kết nối khởi nghiệp quốc gia. Triển khai nhiệm vụ này, Bộ KH&CN đã thành lập Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo quốc gia (NSSC) với mục tiêu hình thành và phát triển mạng lưới tổ chức hỗ trợ có năng lực đáp ứng nhu cầu của cộng đồng khởi nghiệp

ĐMST trong nước và tăng cường khả năng hội nhập quốc tế. Trung tâm NSSC đóng vai trò hạt nhân, là tổ chức thường trực, vận hành Mạng lưới kết nối khởi nghiệp sáng tạo quốc gia, điều phối các nguồn lực sẵn có và thu hút mới cho các hoạt động xây dựng, phát triển hệ sinh thái. Khi đó, hệ thống các trung tâm với vai trò hỗ trợ, phối hợp của NSSC sẽ xác định được vai trò và vị trí của mình trong hệ sinh thái, qua đó có thể khai thác tối đa lợi thế và nguồn lực đặc thù theo từng địa phương, từng lĩnh vực, đồng thời chia sẻ, phối hợp với nhau để hình thành một mạng lưới có định hướng thống nhất nhằm hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST theo như chỉ đạo của Chính phủ tại Nghị quyết số 01 và 02/2019/NQ-CP.

TRƯỜNG ĐẠI HỌC - CÁI NÔI CỦA HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP CỦA CÁC THÀNH PHỐ



Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo quốc gia (NSSC) đã thành lập trụ sở đầu tiên tại Hà Nội trong khuôn viên của Trường đại học Kinh tế quốc dân.

Trường đại học từ lâu được biết đến là cái nôi của hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo tại các thành phố, giống như cách mà Học viện công nghệ Massachusetts (MIT) đã góp phần hình thành hệ sinh thái tại Cambridge và Đại học Stanford hình thành hệ sinh thái tại thành phố Palo Alto, trung tâm của Thung lũng Silicon. Xác định được vai trò quan trọng đó, Đề án 844 đến nay đã hỗ trợ hơn 20 trường đại học, cao

đẳng tại nhiều tỉnh thành trên cả nước để thực hiện các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp, thông qua đó tận dụng hiệu quả nguồn lực sẵn có về cơ sở vật chất và nguồn nhân lực trong các cơ sở này.

Ông Phạm Dũng Nam – Giám đốc Trung tâm NSSC cho biết: “Hoạt động của hệ thống Trung tâm NSSC với nền tảng từ Đề án 844 khi phối hợp với các cơ sở giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp sẽ giúp định hướng mô hình hoạt động, đào tạo cho đội ngũ cán bộ vận hành tại cơ sở và hỗ trợ mở rộng mạng lưới quan hệ với các tổ chức, chuyên gia, nhà đầu tư và các đối tác trong hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST trong nước và quốc tế. Các công tác này sẽ góp phần phát triển hệ sinh thái trong trường và tại địa phương, hướng đến nâng cao vị thế của đơn vị khi kết nối vào Mạng lưới kết nối khởi nghiệp ĐMST quốc gia.” Không chỉ là hoạt động cho các dự án, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo, mà các công tác đào tạo cố vấn/ huấn luyện viên (mentor/coach), đào tạo, nâng cao năng lực cho các cá nhân/cán bộ xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo hoặc các tổ chức/doanh nghiệp cung cấp dịch vụ cần thiết cho doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo cũng được triển khai đồng bộ tại các cơ sở.

TẬN DỤNG NGUỒN LỰC TÀI CHÍNH, THỊ TRƯỜNG VÀ NHÂN LỰC CHẤT LƯỢNG CAO TRONG CÁC TẬP ĐOÀN LỚN

Từ một góc độ khác, các doanh nghiệp, tập đoàn là nơi thuận lợi để sản sinh ra doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo thành công dựa trên nguồn lực về tài chính, thị trường và nhân lực chất lượng cao. Hiện nay, để thực sự có sự đột phá về đổi mới sáng tạo, nhiều doanh nghiệp, tập đoàn cũng đang tập trung đầu tư các cơ sở vật chất hỗ trợ cho các ý tưởng mới. Điển hình là hệ thống 17 Trung tâm Kinh tế sáng tạo và Đổi mới (CCEI) của Chính phủ Hàn Quốc đã liên kết chặt chẽ với các tập đoàn như Lotte, LG, Samsung, ... để thúc đẩy hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp theo lĩnh vực chuyên biệt tại mỗi địa phương.



Từ đây, các dịch vụ cho khởi nghiệp sáng tạo mà NSSC hỗ trợ cho các trung tâm trong mạng lưới đối tác sẽ tập trung vào đào tạo, ươm tạo, thúc đẩy kinh doanh, truyền thông, cũng như các dịch vụ công về khoa học và công nghệ bao gồm: dịch vụ đăng ký, bảo vệ, khai thác quyền sở hữu trí tuệ, tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng, ... và nguồn lực thông tin, tổ chức và nhân lực khoa học và công nghệ.

TẬP HỢP TIẾNG NÓI ĐỀ ĐỀ XUẤT CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH CHO KHỞI NGHIỆP

Thêm vào đó, thông qua các hoạt động hợp tác này, các trường đại học, trường nghề, tập đoàn, doanh nghiệp lớn đang thực hiện các hoạt động đổi mới sáng tạo và hỗ trợ khởi nghiệp có thể tập hợp tiếng nói để nêu ra những khó khăn, vướng mắc về cơ chế, chính sách, góp phần hoàn thiện hành lang pháp lý cho hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST quốc gia.

Thời gian qua, thông qua Đề án 844, một số chính sách quan trọng cho khởi nghiệp sáng tạo đã được tham mưu tới các cơ quan ban hành như Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa 2017 và các nghị định hướng dẫn công tác hỗ trợ cho các doanh

nh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo, Nghị định 76/2018/NĐ-CP với nội dung hướng dẫn doanh nghiệp tập đoàn đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo, Luật Đầu tư sửa đổi và các nghị định liên quan hỗ trợ nhà đầu tư nước ngoài và các lĩnh vực ưu đãi đầu tư, hay dự thảo nghị định về cơ chế thử nghiệm có kiểm soát (sandbox) đối với hoạt động công nghệ tài chính (FinTech). Có thể nói, việc tham gia đồng hành cùng hệ thống Trung tâm NSSC sẽ giúp đẩy mạnh và liên kết những kết quả và nguồn lực có được từ sự hỗ trợ của cơ chế chính sách và tiềm lực khởi nghiệp sáng tạo của các thành phố, trường đại học và doanh nghiệp lớn trên cả nước.

Để tham gia đồng hành cùng Trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia (NSSC), các địa phương, doanh nghiệp, tập đoàn lớn và các cơ sở giáo dục đại học, giáo dục nghề nghiệp có thể tham gia nhiệm vụ “Kết nối, phát triển đối tác thúc đẩy nguồn lực hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST” trong khuôn khổ các nhiệm vụ thuộc Đề án 844 được công bố mới đây tại trang thông tin của Đề án 844, Bộ KH&CN: <http://dean844.most.gov.vn/> ./.

LẦN ĐẦU TIÊN STARTUP SẼ ĐƯỢC BÁO CÁO, KIẾN NGHỊ VỚI THỦ TƯỚNG VỀ GIẢI PHÁP NỀN TẢNG PHÁT TRIỂN QUỐC GIA SỐ

VTV - Tại Hội nghị thường kỳ của UB quốc gia về Chính phủ điện tử do Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc chủ trì được tổ chức vào chiều 26/8, lần đầu tiên có tham luận của nhiều startup.

Hội nghị lần này cũng là lần đầu tiên nhiều startup được tham gia để tham luận về triển khai các nền tảng cốt lõi cho Chính phủ số và chuyển đổi số quốc gia.

Đây là ý tưởng của Bộ Thông tin và Truyền thông, vừa ghi nhận những nỗ lực của các doanh nghiệp mới trong việc đóng góp các nền tảng Make in Vietnam trở thành nền tảng chuyển đổi số quốc gia vừa là dịp để chính phủ được lắng nghe thêm những ý kiến mới mẻ từ người trẻ để kiến tạo tốt hơn, thúc đẩy nhanh hơn tiến trình phát triển Chính phủ điện tử.

Startup Việt phát triển sản phẩm Việt vì sự an toàn của người Việt

Sự an toàn của người Việt khi chuyển đổi số, đưa toàn bộ dữ liệu và mọi hoạt động sống của mình lên không gian số là nỗi lo chung không chỉ của doanh nghiệp mà của mỗi người dân. Các nền tảng startup dù mới mẻ nhưng đều là những sản phẩm Make in Vietnam, do người trẻ Việt Nam sáng tạo ra kỳ vọng sẽ khóa lấp nỗi lo này.

Ông Lê Việt Thắng, đại diện nền tảng quản trị doanh nghiệp 1Office chia sẻ: "Chúng kiến nguồn dữ liệu quý giá của ta bị nước ngoài sử dụng hàng ngày, hàng giờ mà chúng ta thậm chí còn phải trả tiền cho họ, với chúng tôi, đây là một niềm day dứt khôn nguôi. Tôi luôn đau đầu vì sao chúng ta có hạ tầng công nghệ tốt, có đội ngũ kỹ sư hàng đầu thế giới và

chi phí nhân công ở mức lý tưởng mà lại phải bỏ tiền để thuê/mua các phần mềm/ứng dụng từ nước ngoài? Bởi vậy, 1Office ra đời trước hết xuất phát từ niềm tự tôn dân tộc và đam mê tối ưu hóa doanh nghiệp Việt (hay nâng cao năng suất lao động). Bởi vậy, ngay từ khi 1Office còn thai nghén, chúng tôi đã xác định nhiệm vụ đi tìm lời giải cho bài toán tăng năng suất lao động của doanh nghiệp sẽ trở thành giá trị cốt lõi".

Đơn vị này cũng cho biết, trong bối cảnh dịch COVID-19 đang diễn biến đầy phức tạp, việc doanh nghiệp được trang bị một công cụ hỗ trợ sẽ là đòn bẩy tuyệt vời giúp doanh nghiệp đứng vững và vượt qua sóng gió. Doanh nghiệp Việt sẽ có một giải pháp công nghệ thuần Việt, thấu hiểu và vì lợi ích của người Việt, chúng ta cũng không còn phải đau đầu nỗi lo thất thoát dữ liệu.

Còn đại diện của doanh nghiệp về an toàn thông tin VNCS, ông Khổng Huy Hùng bày tỏ mong muốn được hợp tác với các cơ quan chính phủ, các doanh nghiệp nội: "Kính mong các Quý vị lãnh đạo ở đây, cũng chính là những khách hàng của chúng tôi hãy tin và sử dụng sản phẩm Việt vì chất lượng tốt, hỗ trợ dịch vụ tuyệt vời với chi phí tiết kiệm đến 2-3 lần. Mong quý vị luôn hiểu rằng, khi có sự cố về an toàn thông tin xảy ra, cũng như khi có dịch COVID-19, "nước xa không cứu được lửa gần", chỉ có người Việt Nam mới mang lại hạnh phúc cho nhau mà thôi".

HỘI ĐỒNG CỔ VẤN KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO QUỐC GIA: SONG HÀNH CÙNG STARTUP

Khoinghiep.org - Hội đồng ra đời với mục tiêu cao cả nhất, vì trách nhiệm cộng đồng, cống hiến giá trị bản thân cho xã hội, đào tạo, cố vấn, chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Cùng với việc xây dựng, hình thành và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo Quốc gia nhằm tạo lập môi trường thuận lợi để thúc đẩy, hỗ trợ quá trình hình thành và phát triển loại hình doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST), có khả năng tăng trưởng nhanh, dựa trên tài sản trí tuệ, công nghệ và mô hình kinh doanh mới, Hội đồng Cố vấn khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo Quốc gia (viết tắt là VSMA) ra đời.

hiện một số nhiệm vụ đào tạo huấn luyện viên, cố vấn khởi nghiệp sáng tạo của Đề án 844 do Tạp chí Diễn đàn Doanh nghiệp chủ trì thực hiện trong 2 năm 2018- 2019.

Với mục đích tăng cường hợp tác, kết nối nguồn lực trong và ngoài nước để hỗ trợ và nâng cao năng lực cho hệ sinh thái và cộng đồng khởi nghiệp ĐMST của Việt Nam. VSMA triển khai nhiều hoạt động trực tiếp như đào tạo nâng cao năng lực; xây dựng và hình thành đội ngũ cố vấn các địa phương; cố vấn trực tiếp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST, doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng nhanh; các hoạt động tư vấn, đánh giá và xây dựng hệ sinh thái địa phương dựa trên lợi thế và nguồn lực, thế mạnh của từng vùng, địa phương. Các hoạt động này gắn với các hoạt động của Chương trình Khởi nghiệp Quốc gia và VCCI và Đề án 844.



Phiên họp đầu tiên của Ban điều hành Hội đồng cố vấn khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Quốc gia mở rộng

VSMA với sứ mệnh sẽ trở thành một cấu phần quan trọng của hệ sinh thái, góp phần xây dựng hệ sinh thái Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo tại Việt Nam đang phát triển mạnh mẽ, gắn với mục tiêu Đề án 844 của Thủ tướng Chính phủ do Bộ Khoa học & Công nghệ chủ trì và thực hiện. Sự ra đời của VSMA cũng chính là sự nối tiếp và phát triển kết quả thực

Với sự nỗ lực, cống hiến, tâm huyết và trách nhiệm với xã hội của các thành viên VSMA, kỳ vọng sẽ trở thành một tổ chức tiên phong, lan tỏa tinh thần và chuyển tải thông điệp về ĐMST một cách đúng đắn nhất, góp phần vào sự phát triển kinh tế trong điều kiện mới.

Mục tiêu trong năm 2020 dự kiến sẽ có 30 cặp Mentor - Mentee được hình thành, hỗ trợ xây dựng hệ sinh thái Khởi nghiệp tại 3 địa phương. Triển khai hiệu quả các hoạt động xây dựng và hoàn thiện hệ sinh thái để đóng góp và chuyển giao mô hình Khởi nghiệp này cho địa phương.../.



FINHAY

FINHAY - ĐẦU TƯ TÀI CHÍNH TRONG KỶ NGUYÊN MỚI

Việt Nam được đánh giá là quốc gia có tỷ lệ dân số trẻ và yêu thích các sản phẩm công nghệ. Số liệu thống kê về Internet ở Việt Nam năm 2018 cho thấy lượng người dùng Internet ở Việt Nam đạt 64 triệu người, chiếm 67% dân số, số người sử dụng điện thoại di động là 70 triệu người, chiếm 73% dân số trong đó 59 triệu người sử dụng mạng xã hội và 55 triệu người thường xuyên truy cập Internet bằng điện thoại di động. Trung bình mỗi ngày, người Việt dành ra 6 giờ 52 phút để truy cập internet. Các con số trên cho thấy nhu cầu về số hóa và sử dụng các nền tảng thông qua điện thoại di động ở Việt Nam là vô cùng lớn.

Xu hướng tiêu dùng tăng mạnh sẽ rất thích hợp để phát triển các startup về Fintech. Trong năm 2018, các startup Fintech Việt đã nhận được hơn 110 triệu USD từ các nhà đầu tư. Đặc biệt trong tháng 1/2019, Finhay, một startup về Fintech đã nhận được hơn 1 triệu USD. Người sáng lập và hiện cũng là CEO dự án là Nghiêm Xuân Huy - người cũng được tạp chí Forbes Asia vinh danh “30 Under 30” (những gương

mặt trẻ dưới 30 tuổi xuất sắc nhất năm 2020).

CHÂN DUNG CEO VÀ DỰ ÁN TÂM HUYẾT CỦA MÌNH

Nghiêm Xuân Huy có thể đã sinh sống ổn định và lâu dài ở Australia với công việc tư vấn tài chính cá nhân, nếu không vì nhìn ra một cơ hội với 50.000 đồng. Anh sang đó từ năm 17 tuổi (năm 2008), tốt nghiệp Đại học Sydney và làm chuyên viên cho tập

đoàn AMP 2 năm.

Năm 2017, Huy tiến hành một khảo sát tại Việt Nam về việc sử dụng khoản tiền 50.000 đồng và thấy phần lớn được dùng cho chi tiêu. Môi trường đầu tư tiền siêu nhỏ trong nước còn thiếu; nếu không "gửi về cho mẹ", người trẻ thường để tiền nhàn rỗi trong tài khoản thanh toán ngân hàng (chứ chưa nói đến tài khoản tiết kiệm) vì thiếu chỗ gửi khác và thiếu hiểu biết đầu tư.



Nghiêm Xuân Huy-CEO và Founder dự án Finhay

Huy nảy ra ý tưởng kết nối số tiền từ 50.000 đồng với các quỹ đầu tư lớn, đồng thời sẽ giải quyết khâu hồng kiến thức của các cá nhân bằng "robot" tư vấn tài chính. Chàng trai nhắm tới khách hàng trong độ tuổi 25-28, tuổi được cho rơi vào khủng hoảng tài chính cá nhân và lạm chi tiêu. Một cơ hội kinh doanh mở ra tại quê hương, Nghiem Xuan Huy nhanh chóng quyết định "ngược dòng" về Việt Nam trong năm và sáng lập startup Finhay.

Khi được hỏi ý nghĩa của từ Finhay và ý tưởng ra đời của startup, Nghiem Xuan Huy chia sẻ: "Finhay là sự kết hợp giữa Finance (tài chính) và hay ho. Trong 9 năm học tập và làm việc tại Úc, mình nhận thấy

rằng người dân ở đây đặt mục tiêu tài chính từ rất sớm như lên kế hoạch cần tiết kiệm bao nhiêu để mua bảo hiểm hay chuẩn bị cho kế hoạch du học của con cái. Các khách hàng sẽ gặp tư vấn tài chính giúp xác định cần làm gì để đạt mục tiêu đó. Tuy nhiên chi phí để được nhận tư vấn sản phẩm tài chính rất đắt đỏ, đặc biệt với giới trẻ. Thay vì đến gặp nhân sự của các công ty tư vấn, khách hàng có thể nhận được tư vấn từ nền tảng số. Công cụ này được gọi là robo-advisor thay thế con người để đưa ra các tư vấn. Nền tảng số giúp khách hàng hoạch định, lên kế hoạch và xác định được mục tiêu tài chính của bản thân. Kèm theo đó là các công cụ giúp người dùng tự tính toán được việc tích lũy đến độ tuổi nhất định thì đạt được tài sản ra sao. Thay vì chỉ sử dụng thông số % tiết kiệm trong ngân hàng thì nên tối ưu ở đâu đó nữa vì sản phẩm đầu tư dù có rủi ro nhưng tiềm năng cũng cao hơn so với lãi suất tiền gửi. Đồng thời, người dùng có thể dễ dàng theo dõi mọi lúc mọi nơi miễn sao điện thoại được kết nối mạng. Như Acorns của Mỹ, khi khách hàng mua café giá 3,5 USD thì Acorns sẽ tự động trừ 4 USD và để dành 0,5 USD tích lũy vào sản phẩm đầu tư. Việc chi tiêu sẽ thực hiện đồng thời việc tích lũy. Tiêu dùng càng nhiều, tích lũy càng nhiều. Nhiều mô hình như vậy đã thành công trên thế giới. Acorns giờ cũng là một công ty tỷ USD. Theo Nielson Report, tỷ lệ tiết kiệm của người Việt Nam khá cao, trên 30%. Các khoản tiết kiệm dùng để trả tiền bảo hiểm, đặc biệt là các cặp vợ chồng có con. Trong khi đó, tại Úc, người dân tiết kiệm vừa đủ dự trữ cho nhu cầu có thể xảy ra, còn lại tối ưu tại các thị trường, đặc biệt thị trường chứng khoán. Đó cũng là lý do thị trường chứng khoán nhiều quốc gia rất tốt. Tại Việt Nam, Chính phủ vẫn đang khuyến khích sự phát triển của thị trường chứng khoán, giảm bớt sự phụ thuộc vào kênh huy động vốn từ ngân hàng. Sau khi nghiên cứu thị trường Việt Nam, tôi nhận thấy rằng chưa có mô hình fintech này, do đó mình mong

rằng sẽ giúp người dùng thực hiện được các mục tiêu tài chính trong tương lai”.

Máu khởi nghiệp của Huy có từ hồi đại học. Khi còn trên giảng đường, nhóm bạn của anh lập một game studio, trong đó Huy phụ trách phần việc về tài chính. Dự án đó đã giành giải nhất về thiết kế game studio ở các trường học do Microsoft tổ chức. Sau đó, Huy đã làm một dự án cá nhân liên quan đến gọi đồ ăn tại chỗ giúp giải quyết bài toán khách hàng phải đợi lâu do thiếu người phục vụ khi quán ăn đông khách. Tuy nhiên dự án khi đó được triển khai quá sớm dẫn đến thị trường chưa có nhu cầu. Dù dự án chưa đi đến đâu nhưng đã cho Huy rất nhiều bài học. Mô hình hiện thành công ở Singapore, Trung Quốc.

Đầu năm 2017, Huy về Việt Nam gặp một số tổ chức tài chính để nói về ý tưởng và được chào đón. Bản thân các tổ chức tài chính khi đó cũng rất khó tiếp cận khách hàng nhỏ lẻ bởi không thể áp dụng được bằng mô hình truyền thống như gọi điện hỗ trợ tất cả khách hàng. Sau khi lập công ty, trở về Úc một thời gian, Huy báo nghỉ việc và bán tất cả những thứ còn lại bên Úc. Số tiền lương tích lũy được trong thời gian 5 năm đi làm bên Úc đã giúp Huy có một lượng vốn nhất định để xây dựng Finhay.

Theo Nguyễn Xuân Huy, Finhay hay ở chỗ, đây là một nền tảng giúp người dùng có công cụ để tích lũy bằng cách đầu tư thông minh có thể chỉ từ những khoản tiền nhỏ, như việc một tháng dành ra 100 - 200.000 đồng tích lũy thông minh vào các sản phẩm tài chính dài hạn. Bằng cách này, Finhay xây dựng thói quen người dùng tích lũy một phần vào sản phẩm tài chính để học hỏi dần cách tiếp cận rủi ro. Mô hình không mới ở thế giới, nhưng Huy hi vọng được chào đón khi áp dụng ở Việt Nam. Thay vì một người phải quản lý nhiều hạng mục tài sản, nền tảng Finhay sẽ giúp quản lý tài sản đó, quy đổi ra giá trị tương ứng để kiểm tra dễ dàng.

Sử dụng nguồn dữ liệu có được để đánh giá khẩu

vị rủi ro, và rời tùy khẩu vị rủi ro của người dùng, Finhay có thể đưa ra đề xuất về cấu trúc phân bổ vào các hạng mục tài sản phù hợp với khẩu vị rủi ro đó. Phương thức được xây dựng dựa trên lý thuyết của Harry Markowitz, người đạt giải Nobel kinh tế năm 1990. Tất cả đều được số hóa.

Thấy tôi còn băn khoăn về phương thức hoạt động, Huy giải thích cặn kẽ: “Finhay là nền tảng công nghệ tài chính kết nối giới trẻ với hệ thống các quỹ đầu tư tài chính uy tín. Các quỹ mở liên kết này đều có đăng ký hoạt động tại Ủy ban Chứng khoán Nhà nước Việt Nam. Điều này đem lại cơ hội đầu tư tuyệt vời giúp các nhà đầu tư trẻ có vốn cực nhỏ. Và đây cũng là cách đơn giản nhất để tạo ra thu nhập thụ động. Hay nói cách khác là nguồn thu nhập mà bạn không phải trực tiếp làm việc. Mỗi quỹ mở đều có ưu điểm và chiến lược khác nhau. Các chuyên gia tài chính của Finhay sẽ thay bạn dùng tiền để đầu tư vào các quỹ này. Như vậy chúng ta có thể đạt được lợi nhuận tốt nhất và hạn chế tối đa rủi ro trong quá trình đầu tư. Thay vì bạn phải đăng ký tài khoản tham gia các quỹ mở này. Thì khi đăng ký đầu tư tại Finhay, bạn đã có thể đầu tư số tiền của mình vào tất cả các quỹ mở cùng lúc. Hiện tại Finhay có khoảng 10 quỹ mở tham gia bao gồm: VCBF của Vietcombank; BVBF của Bảo Việt; TCBF của Techcombank; SCA của SSI; VF1, VFB và E1VFN30 của công ty quản lý quỹ Việt Nam VFM; VNDAF của VN-Direct.

Cách tham gia Finhay cũng rất đơn giản. Chỉ cần bạn đăng ký số điện thoại, email là sẽ có ngay một tài khoản tham gia. Sau đó nộp số tiền nhỏ nhất là 50.000 đồng. Với các quỹ mở hiện nay thì số tiền này sẽ không thể tham gia đầu tư. Việc đầu tư càng sớm càng tốt sẽ giúp bạn có nhiều cơ hội sinh lãi tốt hơn do có thể phát huy hiệu quả của lãi suất kép.

Tôi có đặt ra câu hỏi “Finhay có cam kết lợi nhuận không?” Huy cho biết: “Các bạn sẽ không

được cam kết lợi nhuận cố định như gửi tiền vào ngân hàng. Finhay chỉ cung cấp nền tảng công nghệ chứ không thực hiện việc đầu tư, mà việc đó là công việc của các công ty quản lý quỹ. Vì vậy lợi nhuận sẽ thay đổi theo kết quả đầu tư bởi các quỹ mở. Công ty quỹ mở khi nhận tiền từ Finhay (trong đó có khoản tiền của bạn) đầu tư. Số tiền này sẽ được công ty quỹ mở đầu tư vào cổ phiếu các công ty, doanh nghiệp hoặc đầu tư vào trái phiếu chính phủ. Khi có lợi nhuận sẽ trả về tài khoản của bạn. Trong trường hợp Finhay không hoạt động thì số tiền của các nhà đầu tư sẽ được trả lại kèm tổng lãi vào tài khoản nhà đầu tư đã đăng ký”.

NHỮNG THÀNH CÔNG BAN ĐẦU

Năm 2017, Finhay là 1 trong 10 startup đạt giải triển vọng tại Cuộc thi khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia - Techfest do Bộ Khoa học và Công nghệ tổ chức. Startup này cũng nhận được bảo trợ truyền thông về sản phẩm/mô hình hướng đến hỗ trợ việc tiếp cận thị trường, nhà đầu tư, quỹ đầu tư, và hỗ trợ kết nối chuyên gia từ Đề án 844. Hiện Finhay đã được rót hàng triệu USD từ các nhà đầu tư như Insignia Venture Partners, H2 Ventures và Acorns.

Năm 2018, Finhay là 1 trong số 25 nhóm startup đã tham gia chương trình đào tạo ươm tạo của Trung tâm Sáng kiến hỗ trợ đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp SIHUB phối hợp tổ chức (Từ năm 2018 - 2020, SIHUB là đơn vị 3 năm liền tham gia Đề án 844, thực hiện các nhiệm vụ về hỗ trợ hoạt động và liên kết của các tổ chức cung cấp dịch vụ cho khởi nghiệp ĐMST, hỗ trợ hoạt động và liên kết của các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp ĐMST tại các trường đại học và viện nghiên cứu, tổ chức chính trị - xã hội).

Năm 2019, Finhay đạt giải Nhì với phần thưởng 3.000 USD tại cuộc thi Fintech Summit 2019 do Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN) phối hợp tổ chức cùng Quỹ đầu tư Vietnam Silicon Valley (VSV) và Tập

đoàn Tài chính Welcome (Hàn Quốc) nhằm kết nối giữa các công ty khởi nghiệp fintech (công nghệ tài chính) với các nhà đầu tư mạo hiểm.

Cùng năm, Finhay được công bố nằm trong danh sách 100 công ty Fintech hàng đầu thế giới, thực hiện bởi công ty kiểm toán KPMG và quỹ đầu tư mạo hiểm H2 Ventures (Úc). Đồng thời, startup này cũng được chọn là 1 trong 60 doanh nghiệp có cống hiến tiêu biểu cho ngành khoa học – công nghệ và tham gia gian hàng trưng bày trong triển lãm của sự kiện Bộ Khoa học và Công nghệ, Lễ kỷ niệm 60 năm thành lập (1959-2019) tại Trung tâm Hội nghị Quốc gia, Hà Nội.

Cùng với 6 gương mặt khác, với dự án Finhay, Nghiêm Xuân Huy đã được vinh danh tại hạng mục Forbes 30 Under 30 Asia năm 2020.

Ngoài ra, Finhay đã nhận gần 1 triệu USD từ Insignia Venture Partners và các nhà đầu tư khác. Hiện startup có hơn 13.000 người dùng với tổng số tiền đầu tư hơn 7 tỉ đồng. Với số tiền đầu tư, mục tiêu năm 2020 của dự án là tăng tổng người dùng lên mức 6 con số. Công ty đã mở rộng về quy mô nhân sự và có những kế hoạch phù hợp để đảm bảo sự tăng trưởng người dùng theo kỳ vọng.

Sự kiên định phát triển theo giá trị thực là điều đã giúp Huy xây dựng được Finhay lớn lên từng ngày, giành được niềm tin từ những khách hàng và cũng thuyết phục được những quỹ đầu tư hợp tác cùng Finhay, nâng danh mục đầu tư lúc đầu dành cho người dùng chỉ có 5 quỹ tham gia, thì giờ con số đó đã là 10.

Ngoài việc giúp tối ưu khoản tiền nhàn rỗi hiệu quả, giá trị to lớn hơn mà Finhay mang lại chính là giúp cho thế hệ trẻ Việt Nam có thêm hiểu biết, kiến thức và niềm tin để bắt đầu “tích tiểu thành đại” ngay từ bây giờ.

Minh Phượng (Tổng hợp)



KHỞI NGHIỆP Ở CHÂU ÂU - CÂU CHUYỆN VỀ HAI HỆ SINH THÁI

Luân Đôn và Berlin đang cạnh tranh để giành vị trí đứng đầu các thành phố lớn của Châu Âu ở nhiều lĩnh vực như: bảo tàng, dàn nhạc giao hưởng, hay đông khách du lịch. Ở phạm vi hẹp hơn, hai thành phố này cũng đang cạnh tranh để trở thành đô thị hàng đầu của châu lục trong lĩnh vực khởi nghiệp kỹ thuật số.

NHỮNG ĐIỂM KHÁC BIỆT

Sẽ không công bằng nếu so sánh Berlin với Luân Đôn: hệ sinh thái của thủ đô Đức trẻ hơn nhiều so với hệ sinh thái của Luân Đôn. Berlin luôn có tỷ lệ hợp lý các công ty công nghệ thông thường (ví dụ như Siemens, đã hiện diện rất rõ rệt ở đó), nhưng cụm các công ty Internet mới chỉ khoảng 5 năm tuổi. So với “đứa trẻ” công nghệ mới biết đi đó, Luân Đôn đã là một thiếu niên: một số người cho rằng khởi đầu

của Thành phố Công nghệ này được bắt đầu từ thời kỳ bùng nổ Internet đầu tiên vào cuối những năm 1990.

Do đó, các công ty hàng đầu ở mỗi thành phố đang trong các giai đoạn phát triển khác nhau. SoundCloud có trụ sở tại Berlin (một dịch vụ chia sẻ các bài hát tự sản xuất với hơn 200 triệu người dùng mỗi tháng), ResearchGate (“Facebook dành cho giới học thuật” với 3 triệu người dùng đăng ký),

6Wunderkinder (nhà sản xuất dịch vụ quản lý danh sách và nhiệm vụ với 5 triệu người dùng) và Zalando (một trang thương mại điện tử với hơn 1 tỷ € (1,3 tỷ USD) doanh thu hàng năm) có thể dễ dàng được gọi là “các công ty khởi nghiệp”: mỗi công ty đều chưa đầy 5 năm tuổi. Danh xưng này ít phù hợp hơn đối với các công ty khởi nghiệp hàng đầu ở Luân Đôn: King và Mind Candy, hai công ty gaming trực tuyến với hàng chục triệu người chơi mỗi công ty, đều đã tồn tại được gần một thập kỷ. Wonga, một công ty hàng đầu sử dụng các thuật toán để đưa ra quyết định cho vay, cũng đã 6 tuổi.

Tuy nhiên, bất chấp sự khác biệt về tuổi tác, hai trung tâm khởi nghiệp này vẫn có nhiều điểm chung. Hai trung tâm này hiện có quy mô tương đương nhau. Các ước tính về số lượng startup ở cụm Luân Đôn rất khác nhau, nhưng nếu các bản đồ trực tuyến hiển thị vị trí các startup là đúng thì cụm này cho tới 2013 là trụ sở của khoảng 600 công ty công nghệ. Điều này không khiến Luân Đôn vượt xa Berlin. Cơ sở dữ liệu của Gründerszene, một ấn phẩm trực tuyến bao gồm hệ sinh thái của thành phố, liệt kê hơn 500 startup.

Berlin hiện cũng có cơ sở hạ tầng hỗ trợ tương tự như Luân Đôn: không gian làm việc chung, các cơ sở tăng tốc khởi nghiệp (một loại trường dạy khởi nghiệp), quán cà phê và những nơi gặp gỡ khác. Ở Luân Đôn, các startup thích thuê bàn làm việc ở Campus của Google hoặc ở Warner Yard; ở Berlin, những địa điểm này sẽ là Betahaus và Factory, khi khai trương sau vài tháng nữa sẽ là ngôi nhà mới của SoundCloud. Ở Luân Đôn, cơ sở tăng tốc khởi nghiệp được chọn là TechStars; ở Berlin đó là Startupbootcamp. Và ở Luân Đôn, các doanh nhân làm việc quá sức nhâm nhi cà phê của họ tại Ozone Coffee Roasters; ở Berlin, họ tập trung tại Sankt Oberholz (mặc dù Sankt Oberholz có vẻ là nơi để làm việc hơn là nơi tán gẫu. Tại Oberholz, hầu hết

khách hàng hầu hết nhìn chằm chằm vào máy tính xách tay hoặc các thiết bị khác của họ).

Cả hai trung tâm khởi nghiệp này cũng đều mang tính quốc tế. Đi bộ xuống Torstrasse ở Berlin, bạn sẽ dễ dàng nghe thấy tiếng Anh như đang trên City Road ở Luân Đôn - hoặc tiếng Do Thái, tiếng Tây Ban Nha hoặc tiếng Thụy Điển. Nhiều startup ở cả hai thành phố đều do những người nhập cư thành lập: SoundCloud do hai người Thụy Điển điều hành, Wonga do một người Nam Phi thành lập. Và ở cả hai thành phố, các doanh nhân tự hào về lực lượng lao động đa dạng của họ: hơn một chục quốc tịch cũng không phải là hiếm.

Tuy nhiên, có sự khác biệt lớn ở môi trường đô thị, nơi hai hệ sinh thái tồn tại. Luân Đôn chật chội, đất đỏ và chuyển động nhanh. Berlin thì cung cấp nhiều không gian mở, đáng đồng tiền và nhịp sống gần giống kiểu Địa Trung Hải. Hậu quả của lịch sử như chiến tranh, Bức tường và Wiedervereinigung (Thống nhất) đã khiến thành phố mất hầu hết các ngành công nghiệp. Berlin có dân số 3,5 triệu người, nhưng có thể dễ dàng tiếp nhận thêm vài triệu người. Đó là một tin tốt cho các công ty khởi nghiệp. Thứ nhất, Berlin thực sự là phòng thí nghiệm sống mà các thành phố khác muốn hướng tới, cung cấp một môi trường đô thị đầy cảm hứng và cơ sở thử nghiệm (“địa Petri”) tuyệt vời cho những dự án mạo hiểm mới. Eric Wahlforss, một trong những người sáng lập của SoundCloud, cho biết: “Berlin là sự kết hợp điên rồ giữa sự sáng tạo và công nghệ tiên tiến”. Năm 2007, ông đã thực hiện một chuyến khảo sát các thành phố trước khi quyết định đặt trụ sở công ty tại thủ đô của Đức. Kết luận của ông là Luân Đôn quá đắt, Vienna thì nhàm chán, Barcelona chẳng có gì mới sắp diễn ra, San Francisco không có những rung cảm thích hợp. Berlin cũng “cởi mở về mặt xã hội” theo lời của Christophe Maire, một nhà đầu tư thiên thần và là người sáng lập nên bối cảnh khởi nghiệp

London vs Berlin



của thành phố. Ông đã bán công ty đầu tiên của mình, gate5 cho Nokia vào năm 2006 - một thương vụ rất quan trọng trong việc đưa hệ sinh thái của Berlin cất cánh. Ông cho rằng, những người mới đến sẽ hòa nhập hoàn toàn chỉ trong vòng ba tháng.

Các nhà công nghệ của Berlin cũng không phải chia sẻ vũ đài kinh tế của thành phố với các ngành công nghiệp nặng về tri thức khác, chẳng hạn như quảng cáo và ngân hàng, vốn thống trị Luân Đôn. Matt Cohler của Benchmark, một công ty đầu tư mạo hiểm hàng đầu ở Silicon Valley, đã đầu tư vào ResearchGate và các công ty khác ở thủ đô nước Đức, cho biết: “Để thu hút những người giỏi nhất, tài năng nhất, có năng lực nhất và gắn kết nhất, một hệ sinh thái sáng tạo cần phải cầm trịch vũ đài trung tâm địa phương”.

Trái ngược với Luân Đôn, nơi Facebook và Google ngày càng hiện diện, Berlin vẫn chưa thu hút được đầu tư từ một công ty công nghệ thông tin lớn nào (chỉ có công ty Nokia đang gặp khó khăn là có trung tâm phát triển ở đó). Điều này tốt hay xấu cho Berlin có lẽ còn phụ thuộc vào thời gian. Trước mắt,

các startup không phải cạnh tranh với các công ty lớn vì nguồn nhân tài khan hiếm. Tuy nhiên, về lâu dài, việc này có thể làm hạn chế đội ngũ nhân tài: những người làm việc cho các công ty như vậy thường rời đi để làm việc cho các công ty nhỏ hơn hoặc tự thành lập startup cho riêng mình.

Mặc dù Luân Đôn tự hào có nhiều nhà phát triển và quản lý giàu kinh nghiệm hơn, nhưng Berlin lại quá rẻ. Tiền lương và tiền thuê nhà ở thủ đô nước Đức đã tăng gần đây, nhưng vẫn thấp hơn nhiều so với Luân Đôn. So sánh chi phí sinh hoạt chính xác rất khó, nhưng theo Numbeo, một trang web so sánh, sức mua địa phương ở Berlin cao hơn 40%. Nói cách khác, bạn chỉ phải kiếm khoảng 2.300 bảng Anh (3.700 USD) ở Berlin để tận hưởng mức sống mà ở London có giá 4.000 bảng Anh. Giá thuê nhà ở Berlin cũng thấp hơn 60% so với ở Luân Đôn.

Tuy nhiên, một số người đặt câu hỏi liệu chi phí thấp có phải là một lợi thế trong dài hạn. Thomas Ramge, làm việc cho Brand Eins, một tạp chí kinh doanh sắc sảo có trụ sở tại Hamburg, cảnh báo: “Bia và giá thuê nhà rẻ không nhất thiết khiến startup ở

Berlin trở thành những công ty tham vọng nhất và làm việc chăm chỉ nhất thế giới”. Thật vậy, Berlin cũng thu hút rất nhiều kiểu người sáng tạo thích vui chơi và tiệc tùng.

CỔ MÁY ROCKET

Vốn mạo hiểm là điểm khác biệt chính giữa Berlin và Luân Đôn. Khi nói đến tài chính phương, Luân Đôn rõ ràng đang dẫn đầu: đây là nơi có hầu hết các công ty đầu tư mạo hiểm (VC) hàng đầu châu Âu, chẳng hạn như Balderton Capital, Index Ventures và DFJ Esprit. Trong số nhóm này, chỉ có một công ty có trụ sở ở Berlin, đó là Earlybird. Ciaran O’Leary, đối tác của công ty tại Berlin, lập luận “Sẽ tốt cho các VC nếu ở gần các công ty trong danh mục đầu tư của họ. Sẽ dễ liên hệ hơn”.

Tuy nhiên, thiếu nguồn tài chính địa phương dường như không kìm hãm được hệ sinh thái của Berlin, vì vốn đầu tư mạo hiểm ngày càng di động. Trong lịch sử, các công ty VC ở Silicon Valley sẽ không đầu tư vào một công ty mà họ không thể hướng đến. Giờ đây, một số ít công ty VC thường xuyên đến châu Âu và dừng chân ở Berlin. Các quỹ nổi tiếng của Mỹ đã bắt đầu đầu tư vào đó: ngoài Benchmark, những quỹ này bao gồm Index, Kleiner Perkins và Union Square Ventures. Trên thực tế, theo VentureSource, một nhà cung cấp dữ liệu, trong quý 2 năm nay, startup của Đức đã huy động được 273 triệu euro (371 triệu USD) - nhiều hơn 62 triệu euro so với các công ty của Anh.

Berlin có thể không có nhiều công ty đầu tư mạo hiểm địa phương, nhưng tự hào có hai loại tổ chức khó có thể tìm thấy ở những nơi khác và cần được hiểu trong bối cảnh kinh tế Đức. Một là cơ sở tăng tốc doanh nghiệp (hoặc vườn ươm). Đức có rất nhiều công ty lớn thành công, nhưng họ nhận ra rằng họ có thể không đủ sáng tạo. Một cách mà họ hy vọng sẽ giải quyết được vấn đề này là đầu tư vào các startup, cung cấp cho họ một ngôi nhà và hỗ trợ họ. Ngay cả các công ty phi công nghệ cũng đã nhảy vào cuộc:

vào tháng 5/2013, Fielmann, nhà bán lẻ kính mắt lớn của Đức, đã khởi động một vườn ươm.

Nhiều khu ươm tạo startup cho công ty này nằm ở Berlin. Một trong số đó là Hub: raum, được thành lập bởi Deutsche Telekom vào năm 2012 và đã đầu tư vào 6 startup. Peter Borchers, người điều hành, giải thích: “Chúng tôi không còn phát minh mọi thứ nội bộ nữa”. Ông hy vọng Hub: raum sẽ cho phép Telekom khai thác “sức mạnh đổi mới sáng tạo của lĩnh vực khởi nghiệp”.

Một dạng tổ chức khác là “những người kiến tạo công ty”, đây có lẽ là sự đổi mới sáng tạo lớn nhất ở Berlin cho đến nay. Đứng đầu số này là Rocket Internet. Các nhà phê bình chê bai nơi này như một “xưởng nhân bản”, nơi chỉ sao chép những ý tưởng khởi nghiệp được nghĩ ra ở nơi khác rồi bán chúng lại cho chính người khởi đầu ý tưởng với giá cao nhất. Ví dụ, vào năm 1999, những người sáng lập, anh em nhà Samwer, đã tung ra Alando, một trang đấu giá trực tuyến, mà họ đã bán cho eBay 100 ngày sau đó với giá 43 triệu USD. Năm 2010, Rocket lập lại thủ đoạn này bằng cách bán CityDeal, một trang web bán phiếu giảm giá trực tuyến, cho Groupon với giá 126 triệu USD.

Nhưng Rocket cũng có thể được nhìn nhận theo một khía cạnh khác: như một phản ứng với việc thiếu văn hóa khởi nghiệp ở Đức và là một hình mẫu về khuynh hướng tiến hành mọi thứ một cách bài bản của đất nước. Christian Weiss, một trong những người sáng lập công ty, cho rằng khi Rocket khởi động vào năm 2007, Berlin chưa thể gọi là một hệ sinh thái, vì vậy, ý tưởng là xây dựng một think-tank có thể xác định những ý tưởng đầy hứa hẹn và giúp các startup thực hiện chúng.

Ngày nay, Rocket là một dây chuyền lắp ráp siêu hiệu quả cho các startup thương mại điện tử: nó có thể khai trương các cửa hàng trực tuyến mới chỉ trong vòng vài tuần. Cốt lõi của mô hình kinh doanh này là lấy những ý tưởng đã được kiểm chứng, tối ưu

hóa chúng và xuất khẩu chúng đến những quốc gia mà chúng chưa thành công. Rocket hiện kiểm soát mạng lưới 75 công ty trên toàn cầu, tất cả có hơn 20.000 nhân viên. Nổi trội trong số này là Zalando, được mô phỏng trên Zappos, trang web về giày và quần áo của Mỹ hiện thuộc sở hữu của Amazon.



Vì Rocket đã trở thành một cỗ máy như vậy, ông Weiss và một số đồng nghiệp đã rời công ty vào cuối năm 2011 để bắt đầu xây dựng công ty của riêng họ, Project A. Được trang bị với 50 triệu USD từ Otto Versand, một catalogue và cửa hàng bán lẻ trực tuyến lớn của Đức, Project A đã đầu tư tại 20 công ty trên toàn thế giới. Dự án này muốn hợp nhất hiệu quả của Rocket với tính sáng tạo của phần còn lại trong hệ sinh thái của Berlin – vốn cũng là mục tiêu của một nhà kiến tạo công ty khác trong thành phố, Team Europe.

Kết hợp hiệu suất Đức với tính sáng tạo Berlin thực sự có thể tạo nên “định mệnh” cho hệ sinh thái. Một số startup cũng đang thử cách kết hợp này, chẳng hạn như Monoqi, một trang thương mại điện tử chuyên bán đồ thiết kế. Việc hợp nhất như vậy cũng sẽ giúp khắc phục sự chia rẽ từ lâu là đặc trưng cho

hệ sinh thái Berlin: những người làm việc cho các nhà kiến tạo công ty và đám đông sáng tạo không hòa nhập lắm và về cơ bản tạo thành hai hệ sinh thái riêng biệt.

Về phần mình, Luân Đôn tự hào về một số cơ sở tăng tốc, đặc biệt là Wayra, vốn là một phần của mạng lưới toàn cầu gồm các trường khởi nghiệp do Telefónica, tập đoàn viễn thông khổng lồ của Tây Ban Nha, thiết lập. Nhưng các nhà kiến tạo công ty vẫn chưa xuất hiện. Gần nhất là Seedcamp và Passion Capital. Về cốt lõi, cả hai đều là các quỹ đầu tư mạo hiểm giai đoạn đầu. Nhưng Seedcamp cũng cung cấp tất cả các loại dịch vụ cho các công ty trong danh mục đầu tư của mình. Còn Passion Capital vận hành White Bear Yard, một không gian làm việc chung ở Clerkenwell.

SỰ ĐA DẠNG

Lĩnh vực mà Luân Đôn dẫn đầu là sự ủng hộ chính trị. Như một bài báo trên Tech City giải thích, chính phủ Anh đã sớm xác định tiềm năng của cụm này, nhưng không muốn can thiệp từ trên xuống. Thay vào đó, họ hỏi các startup cần những gì để phát triển - và hành động. Max Nathan, một nhà nghiên cứu tại Trường Kinh tế London và là đồng tác giả của một báo cáo về Thành phố Công nghệ (cụm Luân Đôn), cho biết các khuyến khích tài chính mang lại kết quả đặc biệt hữu ích. Ngày nay các nhà đầu tư vào các startup có thể khấu trừ phần lớn khoản đầu tư từ thuế thu nhập của họ. Và các doanh nhân phải trả thuế thu nhập vốn thấp hơn nhiều.

Các tác động ít rõ ràng hơn của chính sách của chính phủ cũng có tầm quan trọng như vậy. Tamara Rajah, người theo dõi các hệ sinh thái khởi nghiệp tại McKinsey, một công ty tư vấn, lập luận rằng tập hợp mọi người lại với nhau tại văn phòng thủ tướng đã giúp hệ sinh thái trở nên vững chắc. Matt Webb, ông chủ của Berg, một công ty tư vấn thiết kế, giải thích

rằng bằng cách thành lập Tổ chức Đầu tư Thành phố Công nghệ, một cơ quan xúc tiến tiếp thị cụm khởi nghiệp ở nước ngoài và thu hút đầu tư nước ngoài, chính phủ đã cho thấy rõ ràng rằng họ rất nghiêm túc với cụm khởi nghiệp này.

Ngược lại, Đức vẫn chưa chắc chắn với việc coi trọng hệ sinh thái ở Berlin, nơi được nước ngoài quan tâm hơn là trong nước. Đến năm 2013, các chính trị gia mới chỉ tiếp xúc với các startup, phần nhiều là tiếp xúc với các doanh nhân trẻ để chụp ảnh “làm màu” trong chiến dịch tranh cử. Ijad Madisch, chủ của ResearchGate, một mạng xã hội dành cho các nhà nghiên cứu cho biết: “Tôi chưa bao giờ gặp nhiều chính trị gia như trong năm 2013”. Philipp Rösler, Bộ trưởng kinh tế liên bang (giờ trở thành cựu) của Đức, đã thực hiện các chuyến đi bắt buộc đến Silicon Valley và Tel Aviv.

Điều đó cũng nói lên rằng, thành phố Berlin, một trong 16 bang của Đức, đang cố gắng làm cho cuộc sống của các doanh nhân trở nên dễ dàng hơn. Cornelia Yzer, thượng nghị sĩ về kinh tế, công nghệ và nghiên cứu của Berlin chỉ ra rằng, Berlin đã tạo ra một cửa hàng trực tuyến một điểm đến cho các công ty muốn biến Berlin thành quê hương của họ. Nhưng nạn quan liêu vẫn tồn tại nhiều. Kevin Dykes, một doanh nhân người Texas chuyển đến Berlin để thành lập Retention Grid, có chức năng giúp các trang thương mại điện tử nhỏ giữ chân khách hàng của họ, cho biết thủ tục thành lập một công ty mất khoảng ba tuần, so với chỉ trong một buổi trưa ở Mỹ. Và nếu có sự tham gia của các nhà đầu tư quốc tế, quãng thời gian này có thể kéo dài thêm hai tuần nữa.

Vẫn không chắc các startup ở Berlin có sớm nhận được nhiều hỗ trợ như ở Luân Đôn hay không. Cơ cấu liên bang của Đức khiến việc đưa ra các chính sách nhất quán trở nên khó khăn hơn nhiều. Và các startup vẫn còn gánh tiếng xấu do sự sụp đổ của Neuer Markt, một sàn giao dịch cổ phần công nghệ,

trong thời kỳ bùng nổ internet đầu tiên: vào cuối những năm 1990, các nhà đầu tư Đức đổ xô vào sàn giao dịch này rất cực chỉ để thấy nó sập tiệm vào năm 2002 sau khi cổ phiếu của các công ty được niêm yết trên đó đã mất gần như toàn bộ giá trị. Khi ông Rösler đề xuất hồi sinh Neuer Markt để tạo điều kiện cho các startup có chỗ niêm yết ở Đức, ngay cả Berliner Zeitung, một tờ nhật báo địa phương hàng đầu, cũng cho rằng đây là một ý tưởng tồi.

Với tất cả những khác biệt này, thật khó để so sánh hai hệ sinh thái. Luân Đôn vẫn cho cảm giác trưởng thành hơn, nhưng Berlin cũng đang bắt kịp nhanh chóng. Một thước đo cho khoảng cách còn lại là tranh luận về các vụ “thoái vốn” lớn, thông qua việc mua lại hoặc bán cho một công ty khác, vốn rất cần để tạo ra một hệ sinh thái có khả năng tự duy trì - và là bài kiểm tra xem tất cả các cụm công nghệ mới này có thực sự quan trọng hay không. Ở Luân Đôn, đây là vấn đề lớn, ở Berlin việc tranh luận chỉ mới bắt đầu. Christophe Maire, một nhà đầu tư thiên thần hàng đầu và là giám đốc điều hành của txtr, một công ty sách điện tử ví von một cách trào phúng: “Bạn không nên bao giờ hỏi một đứa trẻ mười tuổi tại sao nó vẫn chưa chơi bóng cho Bayern Munich”.

Về lâu dài, có thể ít có cạnh tranh trực tiếp mà thay vào đó là sự bổ sung, hỗ trợ giữa hai hệ sinh thái. Một số dự đoán cho rằng hệ sinh thái của Luân Đôn sẽ tập trung vào quảng cáo, tài chính và y tế - những lĩnh vực mà nền kinh tế Anh đang phát triển mạnh. Mọi thứ còn ít rõ ràng hơn ở Berlin, nhưng học thuật, thương mại điện tử và dữ liệu lớn luôn được chú ý. Và đó sẽ là một điều tốt, Stefan Glänzer, một doanh nhân nổi tiếng người Đức và là một trong những người sáng lập Passion Capital cho biết: “Không ai có thể xây dựng một Silicon Valley khác. Cơ hội của châu Âu chính là ghi bàn bằng sự đa dạng”./.

Phương Anh (Theo *The Economist*)



KHỞI NGHIỆP XÃ HỘI DỰA TRÊN TRI THỨC: CHIẾN LƯỢC, XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC VÀ CÁC MÔ HÌNH KINH DOANH (P2)

Khi đã xác định được cơ hội, các doanh nhân khởi nghiệp thường lao vào quá trình phát triển sản phẩm với ý định nhanh chóng đưa sản phẩm ra thị trường. Họ không suy nghĩ nhiều đến việc phân tích các lựa chọn chiến lược có sẵn và lựa chọn chiến lược đầu tiên mà họ nghĩ đến. Trong nhiều trường hợp, hành động nhanh chóng này đem lại hiệu quả tốt, tuy nhiên, trong nền kinh tế tri thức ngày càng cạnh tranh, một phương pháp tiếp cận tốt hơn là phân tích kỹ lưỡng và chọn ra chiến lược

CÁC CHIẾN LƯỢC TẠO LỢI THẾ CẠNH TRANH

Chi phí thấp (Cost Leadership)

Chi phí thấp là chiến lược thường được sử dụng khi các sản phẩm mà doanh nhân khởi nghiệp dự định cung cấp tương tự những sản phẩm đã có trên thị trường. Bản chất của chiến lược này là giữ cho chi phí sản xuất và tiếp thị sản phẩm thấp hơn các

đối thủ cạnh tranh. Nhiều công ty đang cạnh tranh thành công với chiến lược này trong nền kinh tế tri thức.

Doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực gia công phần mềm công nghệ thông tin, một trong những ngành công nghiệp chiếm thị phần nhiều nhất, có thể áp dụng chiến lược này để tồn tại trong cạnh tranh và thâm nhập thị trường?

Epam là một công ty gia công phần mềm tốc độ tăng trưởng cao trong những năm gần đây. Công ty này áp dụng chi phí thấp như một trong những cách tiếp cận chiến lược chính của họ. Để giảm chi phí, công ty tuyển dụng các kỹ sư, nhà tư vấn công nghệ và lập trình viên ở các nước Đông Âu. Công ty hợp tác chặt chẽ với các tổ chức giáo dục đại học ở các quốc gia đó và tổ chức các cuộc thi phát triển phần mềm để thu hút các chuyên gia tài năng. Trong ngành công nghiệp tri thức, nhân viên là tài sản quan trọng nhất và quý giá nhất. Bằng cách giữ chi phí chung thấp nhờ mở văn phòng ở Đông Âu, tối ưu hóa quy trình phát triển dự án và nhắm mục tiêu các phân khúc thị trường cụ thể, Epam đã cố gắng tạo ra một khu vực thích hợp cho hoạt động kinh doanh đang phát triển của mình trong một đấu trường cạnh tranh cao trên phạm vi toàn cầu.

Chiến lược chi phí thấp nhằm phát triển việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ có nhu cầu cao trên thị trường, tìm ra các phương pháp độc đáo để tạo ra các sản phẩm và dịch vụ này với chi phí thấp hơn và phân phối chúng với mức giá cạnh tranh. Chiến lược này không mang lại lợi thế thị trường lâu dài bền vững. Do có tính tạm thời nên chiến lược này đòi hỏi phải được theo dõi liên tục và có các hành động khắc phục.

Khác biệt hóa (Differentiation)

Nội dung cốt lõi của chiến lược này là làm cho sản phẩm/dịch vụ của công ty khác biệt và hấp dẫn hơn sản phẩm/dịch vụ của đối thủ cạnh tranh (về hình thức, tính năng, độ bền, chất lượng dịch vụ, hình ảnh thương hiệu...). Các doanh nhân khởi nghiệp nỗ lực làm cho doanh nghiệp của họ khác biệt có thể chọn một hoặc một số mô hình khác biệt hóa như khác biệt về sản phẩm, công nghệ, giá cả/chất lượng, dịch vụ khách hàng và trải nghiệm người dùng. Chiến lược khác biệt hóa dựa trên đổi mới sáng tạo để định vị công ty và các sản phẩm và dịch

vụ của công ty theo một cách riêng. Nó tạo điều kiện thuận lợi cho việc tạo ra một thị trường ngách, phát triển lòng trung thành của khách hàng (customer loyalty) và tạo ra giá trị kinh tế. Chiến lược này được thể hiện bằng cách đổi mới sáng tạo tiếp thị, hình ảnh thương hiệu, sử dụng công nghệ và các kênh bán hàng được kiểm soát. Vì các sản phẩm độc đáo, các chức năng và thông số kỹ thuật không phải lúc nào cũng dễ bắt chước, đối với một doanh nghiệp đang phát triển, chiến lược này có thể trở thành nguồn lợi thế cạnh tranh bền vững.

Khác biệt hóa về giá cả/chất lượng: Hầu hết các nền tảng kinh doanh theo hình thức thuê bao đều sử dụng phương pháp này. Tùy thuộc vào số phút phát sóng, băng thông, khu vực dịch vụ và nhiều thông số kỹ thuật khác, các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông tạo ra một loạt các gói dịch vụ nhắm mục tiêu đến các phân khúc khác nhau của xã hội. Từ Netflix đến Spotify, hầu hết các nền tảng dịch vụ đều có một số mô hình thuê bao để thu hút nhiều đối tượng khách hàng hơn.

Khác biệt hóa về sản phẩm hoặc dịch vụ: Các công ty bổ sung và cải thiện các chức năng của sản phẩm hay dịch vụ, đồng thời cải tiến hình thức và cải tiến nó với nhiều chức năng hơn và thông số kỹ thuật tốt hơn để phân biệt sản phẩm của họ so với các đối thủ cạnh tranh. Loại khác biệt hóa này có thể biện minh cho một sản phẩm hay dịch vụ có giá cao hơn nếu nó có đặc điểm kỹ thuật hoặc chất lượng tốt hơn so với các mặt hàng tương tự của các đối thủ cạnh tranh.

Khác biệt hóa về công nghệ: Việc áp dụng các công nghệ hoặc mô hình kinh doanh dựa trên công nghệ nhanh hơn là một chiến lược rất hiệu quả đối với nhiều công ty khởi nghiệp áp dụng công nghệ mới để cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ tương tự nhanh hơn so với các công ty trong ngành. Netflix đã liên tục vượt qua đối thủ chính là Blockbuster khi

Netflix mới bắt đầu thâm nhập thị trường. Amazon đã đè bẹp Barnes and Nobles trong lĩnh vực kinh doanh bán sách nhờ cách tiếp cận nhanh chóng và tích cực cũng như mô hình kinh doanh mới dựa trên Internet.

Dịch vụ khách hàng: Mặc dù đây là cách tiếp cận chiến lược thường hoạt động kết hợp với các khía cạnh khác, nhưng các công ty đã thu được lợi nhuận đáng kể và lòng trung thành với thương hiệu nhờ vào mức độ cao của dịch vụ khách hàng mà họ cung cấp. Tất cả các công ty lớn đều cố gắng cung cấp dịch vụ khách hàng đặc biệt để phát triển khách hàng trung thành và hạn chế sự suy giảm có thể xảy ra. Ví dụ như Costco có chính sách hoàn trả huyền thoại cho phép trả lại sản phẩm sau vài năm.

Tốc độ tiếp cận thị trường: Tốc độ tiếp cận thị trường có thể là một yếu tố khác biệt hóa. Trong các sản phẩm có tính cạnh tranh cao, thị trường cho các bản cập nhật điện tử tiêu dùng được tung ra trong thời gian ngày càng ngắn. Ví dụ, cả Apple và Samsung đều cố gắng giới thiệu một số phiên bản cập nhật cho điện thoại di động của họ cứ sau 6 - 8 tháng vì hiểu rằng nếu không làm như vậy họ sẽ bị mất thị phần vào tay đối thủ.

Trải nghiệm người dùng: Trải nghiệm người dùng đề cập đến sự tương tác của một người với sản phẩm hoặc dịch vụ từ góc độ tổng thể bao gồm các khía cạnh như giá trị, sự hài lòng, hành động và hành vi. Đối với các sản phẩm và dịch vụ khác biệt hóa, trải nghiệm và sự hài lòng của người dùng là những chỉ số quan trọng chứng minh sự chấp nhận của thị trường các sản phẩm của công ty. Sự mở đầu của nền kinh tế tri thức được thúc đẩy bởi sự tăng trưởng và sử dụng rộng rãi CNTT-TT. Sự tương tác giữa con người và CNTT-TT, trong khi người tiêu dùng sử dụng các dịch vụ khác nhau được cung cấp thông qua Internet và các mạng truyền thông khác, đã trở nên quan trọng đối với sự phát triển và thành công của cả các doanh nghiệp hướng tới người tiêu dùng và doanh nghiệp tới doanh nghiệp (B2B). Ví dụ: đối

với các trang web, mức độ tương tác, sự chấp nhận, tỷ lệ giữ chân và sự hài lòng là một số chỉ số chính cung cấp thông tin về sự chấp nhận của trang web đó thông qua người dùng và xu hướng tăng trưởng. Các công ty áp dụng nhiều công nghệ tiên tiến và phức tạp có khả năng nâng cao sự hài lòng từ sự tương tác để cải thiện trải nghiệm người dùng. Ví dụ, để đơn giản hóa quy trình thanh toán, Amazon trong những ngày đầu của Internet đã giới thiệu công nghệ "một cú nhấp chuột" (One Click), nơi việc mua hàng có thể được thực hiện bằng cách chỉ cần nhấp vào nút mua mà không phải trải qua quá trình điền biểu mẫu dài dòng. Cả Amazon và Netflix đều là những hãng đầu tiên áp dụng hệ thống đề xuất, các chương trình dựa trên hành vi trước đây của người dùng, các lần nhấp chuột trong thời gian thực và các yếu tố khác đưa ra các đề xuất động về các mặt hàng hướng đến người tiêu dùng.

Lĩnh vực trải nghiệm người dùng ngày càng trở thành một yếu tố có tầm quan trọng chiến lược cao đối với tất cả các công ty. Các doanh nhân khởi nghiệp nên chuẩn bị một kế hoạch dài hạn phù hợp với chiến lược kinh doanh tổng thể để xử lý mọi điểm tiếp xúc của người dùng của sản phẩm hoặc dịch vụ của họ.

Tập trung (Focus)

Các doanh nhân khởi nghiệp làm việc trong môi trường hạn chế về nguồn lực. Cách tiếp cận chiến lược của họ nên tập trung phân bổ nguồn lực cho các khu vực mà họ dự đoán có vị thế cạnh tranh tốt hơn so với các công ty đương nhiệm. Có nghĩa là tập trung mục tiêu thị trường của họ vào một nhóm cụ thể với các sản phẩm hay dịch vụ chuyên biệt. Việc tập trung mạnh vào một phân khúc hẹp góp phần phát triển kiến thức thích hợp về thị trường, sản phẩm, nhu cầu của khách hàng và xu hướng tương lai, từ đó đóng vai trò là cơ sở cho lợi thế cạnh tranh. Tập trung vào các sản phẩm cụ thể cũng cho phép công ty tối ưu hóa quy trình chuỗi giá trị, cung cấp

nguồn nguyên liệu thô với giá tốt hơn và kiểm soát tốt hơn chuỗi phân phối. Chiến lược này cũng mang lại sự hiểu biết tốt hơn về khách hàng, cải thiện trải nghiệm của khách hàng và cung cấp dịch vụ chất lượng. Thông tin chuyên biệt thu được từ thị trường của bộ phận bán hàng và tiếp thị sẽ được chuyển tiếp đến các bộ phận khác của công ty như nghiên cứu và phát triển, giúp mang lại sự đổi mới sáng tạo cho thị trường nhanh hơn.

Từ quan điểm dựa trên nguồn lực, chuyên môn hóa tạo ra nền tảng cần thiết để thu nhận và phát triển các nguồn lực cụ thể và xây dựng các khả năng độc đáo khó bắt chước đối với các đối thủ cạnh tranh. Mặc dù chiến lược tập trung hẹp tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển chuyên môn hóa sản phẩm và phân khúc mục tiêu có thể mang lại hiệu quả và hiệu lực, nhưng nó không đảm bảo hiệu quả hoạt động tốt hơn cạnh tranh. Chiến lược tập trung là một cách thức để đạt được các mục tiêu kinh doanh cụ thể. Sự thành công của nó phụ thuộc vào các yếu tố khác như sự sẵn có của các nguồn lực quan trọng, khả năng phát triển kỹ năng cần thiết, sự chấp nhận của thị trường đối với sản phẩm và tuyên ngôn có giá trị cao. Tuy nhiên, đối với các doanh nhân có tham vọng, tập trung có thể là một chiến lược có giá trị vì việc thiết lập các rào cản gia nhập trong một khu vực hẹp để những người khác không thể nhắm mục tiêu vào thị trường với các sản phẩm hay dịch vụ tương tự dễ dàng hơn khi thị trường mục tiêu quá rộng. Ví dụ, một trong những rào cản đó là bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ thông qua các bằng sáng chế.

Quyền sở hữu trí tuệ

Trong lĩnh vực tri thức, nền tảng của việc nhận biết và khai thác cơ hội là tri thức và ứng dụng của nó trong đổi mới sáng tạo. Thông qua quá trình đổi mới trong nỗ lực phát triển các sản phẩm có thể bán được trên thị trường, các doanh nhân tạo ra tri thức. Thông thường, tri thức này là cơ sở của lợi thế cạnh

tranh của doanh nghiệp kinh doanh và cần được bảo vệ khỏi sự bắt chước, sao chép và áp dụng không công bằng trong quá trình phát triển cạnh tranh cho các sản phẩm trong khi quá trình truyền bá đổi mới diễn ra. Nhiều khía cạnh tri thức và tài sản vô hình của một công ty là cần thiết để bảo vệ trước các đối thủ cạnh tranh, bao gồm phát minh, bí mật thương mại, nhật ký công ty và nội dung có giá trị như hình ảnh và văn bản. Luật quyền sở hữu trí tuệ cho phép các tổ chức và cá nhân bảo vệ các tài sản vô hình có thể tạo ra lợi ích tài chính và sự công nhận từ các tác phẩm sáng tạo của họ.

Tài sản trí tuệ bao gồm bằng sáng chế, bản quyền, nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp và chỉ dẫn địa lý xuất xứ cho các sản phẩm cụ thể. Bằng sáng chế đóng một vai trò quan trọng trong việc bảo vệ các sáng chế mới của doanh nghiệp và giúp chuyển đổi các ý tưởng sáng tạo và tiềm năng đổi mới sáng tạo của họ thành các sản phẩm và dịch vụ tạo ra doanh thu. Bằng sáng chế là một quyền độc quyền cho phép chủ sở hữu có thẩm quyền đối với sáng chế của họ và quyết định cách người khác có thể sử dụng chúng. Đối với các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực tri thức, sở hữu trí tuệ là một trong những tài sản quý giá nhất mà họ sở hữu. Đối với họ, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ không chỉ cần thiết để bảo vệ sản phẩm của họ không bị sao chép mà còn cần thiết để tiếp cận với nguồn vốn đầu tư mạo hiểm và nguồn vốn từ các nhà đầu tư thiên thần. Điều thận trọng là các doanh nhân nên đánh giá nhu cầu bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ cho các ý tưởng của họ ở giai đoạn NC&PT. Đặc biệt nếu họ đang có kế hoạch tích hợp tiềm năng sở hữu trí tuệ vào mô hình kinh doanh của mình và cần tạo ra rào cản gia nhập từ các đối thủ tiềm năng.

Nguyễn Lê Hằng (*Knowledge-Based Social Entrepreneurship, Palgrave Studies in Democracy, Innovation, and Entrepreneurship for Growth, 2019*)