

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

# KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 13.2018



## TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Google đầu tư vào start-up có sử dụng trợ lý ảo Google Assistant
- 02 Nguồn tài chính cho các doanh nghiệp khởi nghiệp ở Việt Nam
- 03 7 start-up Việt vào bán kết Chương trình tăng tốc khởi nghiệp MIST 2018
- 04 Quỹ ngoại sản start-up kỳ lân

## KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Chimkudo: Nhiếp ảnh thương mại và bài toán hình ảnh thương hiệu
- 06 Để trở thành start-up triệu đô - hãy bắt đầu bằng tư duy nền tảng

## KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Thực hiện không thành công chương trình thúc đẩy khởi nghiệp của chính phủ: Nguyên nhân và bài học kinh nghiệm (P2)



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

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (024) 38262718



# GOOGLE ĐẦU TƯ VÀO START-UP CÓ SỬ DỤNG TRỢ LÝ ẢO GOOGLE ASSISTANT

*Vnexpress - Chương trình dành riêng cho các start-up có sử dụng công nghệ trợ lý ảo của Google đã khởi động.*

Mới đây, Google vừa thông báo sẽ triển khai đầu tư (gồm vốn và các nguồn lực khác) cho các start-up trong giai đoạn đầu, có sử dụng hệ sinh thái trợ lý ảo Google Assistant.

Thông thường, đây được coi là một động thái nhằm thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái của sản phẩm mới. Song song với việc các lập trình viên vẫn đang chạy các dịch vụ sử dụng trợ lý ảo Google Assistant, chương trình mới này, theo Google, nhằm thúc đẩy nhiều hơn hàm lượng sáng tạo của các sản phẩm.

Nick Fox - Phó chủ tịch truyền thông của Google cho biết: "Với trợ lý ảo Google Assistant, chúng tôi hướng tới việc phát triển một cộng đồng mở cho lập trình viên, người xây dựng ứng dụng và các đối tác nội dung để tạo nên những trải nghiệm mới. Chúng ta ngày càng được chứng kiến sự sáng tạo của các lập trình viên với sự hỗ trợ từ trợ lý ảo Google Assistant. Chương trình đầu tư cho những start-up mới ra lò là nhằm thúc đẩy xu hướng tích cực này".

Không chỉ đổ tiền đầu tư, Google còn hỗ trợ các start-up với vai trò là cố vấn trực tiếp từ đội ngũ kiến

trúc sư, quản lý sản phẩm và chuyên gia thiết kế. Các start-up trong chương trình còn có cơ hội sớm được tiếp cận, sử dụng các công cụ và tính năng mới của nền tảng Google Cloud cũng như các dịch vụ hỗ trợ khác.

Hiện tại đã có 4 start-up nhận được đầu tư từ Google bao gồm: GoMoment - ứng dụng tạo ra Trợ lý ảo 24/7 cho khách sạn; Edwin - gia sư tiếng Anh; BotSociety - một công cụ lập trình giúp các lập trình viên thiết kế giao diện giọng nói (Voice Interface) tốt hơn; và Pulse Labs - cũng một ứng dụng khác dành cho lập trình viên nhằm thu thập phản hồi từ người dùng.

Về tiêu chí để đánh giá một start-up có được nhận đầu tư hay không, Google cho biết không có tiêu chí nào cụ thể. "Chúng tôi sẽ xem xét dựa trên nhiều khía cạnh", Nick Fox cho biết. "Trước hết,

chúng ta phải có niềm tin rằng Google Assistant đang tạo ra những sự thay đổi lớn. Chúng ta cần có những hướng đi đồng nhất với sự phát triển này. Những lĩnh vực như giáo dục, dịch vụ là có tiềm năng hơn cả. Chúng tôi muốn nhìn thấy những đột phá".

Cuối cùng nhưng không kém quan trọng, start-up cần ở giai đoạn mà vốn đầu tư của Google có thể giúp xoay chuyển tình thế. "Có nghĩa rằng, nếu start-up đang kiếm ra triệu USD, thì bạn chắc chắn không phải ứng cử viên sáng giá cho chương trình này. Chúng tôi muốn sự hỗ trợ của mình thực sự tạo nên khác biệt" - Fox nói thêm.

Chương trình đánh dấu mốc lần đầu tiên Google mạnh tay đầu tư cho các start-up có sử dụng Trợ lý ảo. Theo Google, không chỉ tạo nên sự hợp tác sâu rộng với đối tác, chương trình còn góp phần xây dựng một hệ sinh thái tốt đẹp và phát triển hơn./.



# CHÍNH SÁCH THUẾ ĐỐI VỚI HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP Ở VIỆT NAM

*(Tài chính) - Hệ sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam trong thời gian gần đây đang phát triển nhanh chóng với động lực chính đến từ các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp, các doanh nghiệp khởi nghiệp và các nhà đầu tư. Với vai trò thiết kế và thực thi pháp luật, Chính phủ là tác nhân có ảnh hưởng sâu rộng nhất đến hệ sinh thái khởi nghiệp và một trong những công cụ để Chính phủ tác động đến hệ sinh thái khởi nghiệp chính là hệ thống chính sách thuế.*

## CÁC CHÍNH SÁCH THUẾ ĐỐI VỚI HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP CỦA VIỆT NAM

Mặc dù hệ thống chính sách thuế ở Việt Nam hiện nay chưa có quy định riêng cho các chủ thể trong hệ sinh thái khởi nghiệp nhưng có thể thấy trong các văn bản pháp luật về thuế đã có những quy định mà các chủ thể có thể áp dụng như sau:

### **Đối với các DN khởi nghiệp**

Đối với các DN khởi nghiệp có thể áp dụng một

số quy định sau:

- Áp dụng thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp (TNDN) thấp đối với DN mới thành lập từ dự án đầu tư: Theo quy định tại các văn bản hướng dẫn thi hành thuế TNDN: Thuế suất ưu đãi 10% trong thời gian 15 năm đối với thu nhập của DN từ thực hiện dự án đầu tư mới, bao gồm: Thu nhập của DN từ thực hiện dự án đầu tư mới thuộc các lĩnh vực nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ; ứng dụng công

nghệ cao thuộc danh mục công nghệ cao được ưu tiên đầu tư phát triển theo quy định của Luật Công nghệ cao; ươm tạo công nghệ cao, ươm tạo DN công nghệ cao; đầu tư mạo hiểm cho phát triển công nghệ cao thuộc danh mục công nghệ cao được ưu tiên phát triển; đầu tư xây dựng - kinh doanh cơ sở ươm tạo công nghệ cao, ươm tạo DN công nghệ cao; đầu tư phát triển nhà máy nước, nhà máy điện, hệ thống cấp thoát nước; cầu, đường bộ, đường sắt; cảng hàng không, cảng biển, cảng sông; sân bay, nhà ga và công trình cơ sở hạ tầng đặc biệt quan trọng khác do Thủ tướng Chính phủ quyết định...

DN thực hiện chuyển giao công nghệ thuộc lĩnh vực ưu tiên chuyển giao cho các tổ chức, cá nhân thuộc địa bàn có điều kiện kinh tế - xã hội khó khăn được giảm 50% số thuế TNDN phải nộp tính trên phần thu nhập từ chuyển giao công nghệ.

- Miễn thuế đối với một số khoản thu nhập: Thu nhập nhận được từ việc thực hiện hợp đồng nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ theo quy định của pháp luật về khoa học và công nghệ được miễn thuế trong thời gian thực hiện hợp đồng, nhưng tối đa không quá 03 năm kể từ ngày bắt đầu có doanh thu từ thực hiện hợp đồng nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ; Thu nhập từ bán sản phẩm làm ra từ công nghệ mới lần đầu tiên áp dụng ở Việt Nam theo quy định của pháp luật và hướng dẫn của Bộ Khoa học và Công nghệ được miễn thuế tối đa không quá 05 năm kể từ ngày có doanh thu từ bán sản phẩm; Thu nhập từ bán sản phẩm sản xuất thử nghiệm trong thời gian sản xuất thử nghiệm theo quy định của pháp luật.

- Cho phép DN được trích tối đa 10% thu nhập tính thuế hàng năm để lập Quỹ phát triển khoa học và công nghệ của DN.

#### **Đối với nhà đầu tư vào DN khởi nghiệp**

Các quy định về chính sách thuế đối với nhà đầu tư khi đầu tư vào DN khởi nghiệp hiện được quy định cũng giống như đầu tư vào các DN. Cụ thể:

- Đối với nhà đầu tư tổ chức: Khi chuyển nhượng vốn sẽ phải nộp thuế TNDN với thuế suất 20% đối với thu nhập từ chuyển nhượng vốn.

- Đối với nhà đầu tư cá nhân: Nếu là cá nhân cư trú khi chuyển nhượng vốn sẽ nộp thuế thu nhập cá nhân (TNCN) đối với thu nhập nhận được từ chuyển nhượng vốn với thuế suất 20% tính trên thu nhập từ chuyển nhượng vốn góp. Đối với thu nhập từ chuyển nhượng chứng khoán, thuế thu nhập cá nhân được tính theo tỷ lệ 0,1% tính trên giá chuyển nhượng chứng khoán từng lần.

Nếu là cá nhân không cư trú, khi chuyển nhượng vốn hoặc chuyển nhượng chứng khoán, sẽ nộp thuế TNCN với tỷ lệ 0,1% tính trên giá chuyển nhượng vốn hoặc chuyển nhượng chứng khoán theo từng lần phát sinh thu nhập.

#### **Đối với tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp**

DN khởi nghiệp, quốc gia khởi nghiệp là một vấn đề mới và được Nhà nước đặc biệt quan tâm trong những năm gần đây. Khái niệm hỗ trợ DN khởi nghiệp chính thức được đề cập đến trong Quyết định Số 844/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 18/05/2016 phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025”. Đề án đã đưa ra quy định cần phải có “Cơ chế thuế, tài chính đặc thù đối với tổ chức và cá nhân có hoạt động khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hoặc đầu tư cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được áp dụng chính sách ưu đãi đầu tư, ưu đãi thuế đối với DN khoa học và công nghệ”. Tuy nhiên, trong Luật Hỗ trợ DN nhỏ và vừa mặc dù có đề cập đến việc hỗ trợ thuế và kế toán cho DN nhỏ và vừa (Điều 10) nhưng chỉ quy định chung, chưa có quy định cụ thể là hỗ trợ như thế nào.

Tương tự, khái niệm về nhà đầu tư “thiên thần”, nhà đầu tư mạo hiểm cũng mới được đề cập trong Dự thảo Thông tư hướng dẫn về việc thành lập, tổ chức quản lý và hoạt động của quỹ đầu tư mạo hiểm cho khởi nghiệp sáng tạo. Riêng đối với các Quỹ đầu



tư mạo hiểm, đến nay vẫn chưa có các quy định riêng về thuế nhằm khuyến khích hoạt động đầu tư mạo hiểm. Vậy nên các nhà đầu tư cá nhân đầu tư cho khởi nghiệp, khi thoái vốn, họ sẽ bị thu thuế cao cho khoản đầu tư có lời và không được tính theo phương pháp bù trừ cho các đầu tư lỗ. Trong khi đó, do tính chất của hoạt động đầu tư mạo hiểm, tỷ lệ thành công chỉ chiếm khoảng 3%-10%.

Đối với vườn ươm, hiện tại Việt Nam mới chỉ thí điểm một số cơ chế, chính sách đặc thù phát triển Vườn ươm công nghệ công nghiệp Việt Nam - Hàn Quốc tại TP. Cần Thơ, chưa áp dụng mở rộng cho tất cả các đối tượng là vườn ươm chung. Cơ chế, chính sách đặc thù phát triển Vườn ươm công nghệ công nghiệp Việt Nam - Hàn Quốc tại TP. Cần Thơ quy định cụ thể như sau:

- Miễn thuế nhập khẩu các hàng hóa là máy móc, thiết bị, phụ tùng, vật tư, phương tiện vận tải trong nước chưa sản xuất được; công nghệ trong nước chưa tạo ra được; tài liệu, sách, báo, tạp chí khoa học và các nguồn tin điện tử về khoa học và công nghệ của DN nhập khẩu phục vụ trực tiếp vào hoạt

động ươm tạo công nghệ tại vườn ươm.

- Thuế TNDN của các DN thực hiện dự án đầu tư mới ươm tạo công nghệ cao trong các lĩnh vực tại vườn ươm hoặc TNDN từ thực hiện dự án đầu tư mới ứng dụng công nghệ cao thuộc danh mục công nghệ cao được ưu tiên đầu tư phát triển (theo quy định của Luật Công nghệ cao), được áp dụng mức thuế suất ưu đãi 10% trong thời hạn 15 năm, miễn thuế 4 năm và giảm 50% số thuế phải nộp trong 9 năm tiếp theo. Ngoài ra, thuế giá trị gia tăng (GTGT), thuế TNCN, giá thuê đất cũng có nhiều ưu đãi cho các DN mới thành lập và hoạt động trong lĩnh vực công nghệ.

#### **NHỮNG TỒN TẠI**

Bên cạnh các chính sách ưu đãi, hỗ trợ phát triển trên, thực tế cho thấy, hiện nay vẫn còn một số vấn đề còn tồn tại, vướng mắc trong quá trình tổ chức hỗ trợ DN khởi nghiệp phát triển như sau:

*Chưa có một chính sách đặc thù đối với các DN khởi nghiệp nói chung, quy định về chính sách thuế đối với DN khởi nghiệp nói riêng.* Hiện nay, mới chỉ có Luật Hỗ trợ DN nhỏ và vừa được ban hành vào năm

2017 và Nghị định số 39/2018 ngày 11/3/2018 Quy định chi tiết Luật Hỗ trợ DN nhỏ và vừa. Mặc dù, trong Luật Hỗ trợ DN nhỏ và vừa quy định về việc hỗ trợ thuế, kế toán cho DN nhỏ và vừa nhưng chưa có quy định nào đối với DN khởi nghiệp, ngay cả Nghị định số 39/2018/NĐ-CP cũng chưa đề cập tới vấn đề này. Các quy định về các quỹ đầu tư mạo hiểm cũng chưa chính thức ban hành. Mặc dù Nghị định số 38/2018/NĐ-CP ngày 11/3/2018 quy định chi tiết về việc đầu tư cho DN nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo nhưng cũng chưa có quy định cụ thể về nghĩa vụ của các nhà đầu tư.

*Chính sách thuế chưa có sự phân biệt theo hướng dành ưu đãi cao hơn cho các DN khởi nghiệp.*

Cụ thể: Hiện nay, các DN khởi nghiệp áp dụng thuế suất thuế TNDN phổ thông như các DN khác là 20%. Việc ưu đãi thuế suất 10% hay miễn thuế TNDN đối với thu nhập từ các hoạt động thuộc một số ngành nghề, lĩnh vực được ưu đãi cũng giống như bất kỳ DN nào mới thành lập từ dự án đầu tư mới.

*Hiện chưa có quy định chính sách thuế phân biệt đối với nhà đầu tư vào DN khởi nghiệp khi chuyển nhượng vốn.* Chính sách thuế hiện quy định đánh thuế đối với từng lần chuyển nhượng vốn, từng lần chuyển nhượng chứng khoán đối với việc đầu tư vào bất kỳ DN nào sau đó chuyển nhượng vốn. Việc đầu tư vào các DN này có độ rủi ro cao, chính sách thuế chưa cho phép nhà đầu tư thực hiện biện pháp bù trừ lỗ. Điều này có ảnh hưởng nhất định đến việc thu hút vốn đầu tư của các nhà đầu tư trong và ngoài nước vào các DN khởi nghiệp.

Hơn nữa, quy định về thuế TNCN đối với các nhà đầu tư cá nhân cho hoạt động khởi nghiệp cũng vẫn áp dụng các quy định chung cho cá nhân có thu nhập.

*Cơ chế chính sách đặc thù cho vườn ươm DN mới đang trong giai đoạn áp dụng thí điểm, chưa được áp dụng mở rộng cho tất cả mọi đối tượng áp dụng.*

## **ĐIỀU CHỈNH CHÍNH SÁCH THUẾ HỖ TRỢ PHÁT TRIỂN HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP**

Trước hết, cần xây dựng một chính sách đặc thù cho DN khởi nghiệp và các chủ thể trong hệ sinh thái khởi nghiệp. Trong đó, cần có các tiêu thức xác định thế nào là một DN khởi nghiệp đổi mới sáng tạo để phân biệt với các DN khởi nghiệp chung, từ đó có các ưu tiên về nguồn lực và các biện pháp hỗ trợ thích hợp.

Tiếp đến, cần có những quy định cụ thể, chi tiết hơn về chính sách thuế đối với các chủ thể trong hệ sinh thái khởi nghiệp theo hướng có tính chất đặc thù hơn, ưu đãi hơn. Để hỗ trợ các DN khởi nghiệp, Chính phủ có thể áp dụng các biện pháp hỗ trợ trực tiếp thông qua việc cấp vốn cho các DN khởi nghiệp hoặc hỗ trợ gián tiếp thông qua việc chi tiêu thuế. Việc cấp vốn trực tiếp cho DN khởi nghiệp có thể được thực hiện thông qua Quỹ hỗ trợ công nghệ quốc gia. Tuy nhiên, các thống kê cho thấy, hiện nay có rất ít DN nhận được hỗ trợ từ Quỹ hỗ trợ công nghệ quốc gia. Vì vậy, các biện pháp hỗ trợ gián tiếp cho các nhà đầu tư, các đối tượng hỗ trợ DN khởi nghiệp và các biện pháp chi tiêu thuế (Miễn giảm nghĩa vụ tài chính đối với Nhà nước) sẽ là biện pháp hiệu quả hơn.

Với tính chất là các cơ chế, cách thức can thiệp từ góc độ Nhà nước để giúp đỡ và qua đó thúc đẩy sự phát triển của các start-up, những biện pháp hỗ trợ mà Chính phủ đã hoặc đang thực hiện đều tập trung vào việc giúp giải quyết hoặc xử lý các vướng mắc, khó khăn, hạn chế của start-up. Các biện pháp hỗ trợ về thuế đối với DN khởi nghiệp đổi mới sáng tạo có thể được chia thành các nhóm chủ yếu sau đây:

**Đối với các DN khởi nghiệp:** Các DN khởi nghiệp trong thời gian đầu hoạt động có thể chưa có doanh thu, thu nhập. Vì vậy, nên áp dụng có mức ưu đãi thuế cao hơn so với các DN khác như: Cho phép miễn thuế trong thời gian 5 năm đầu hoạt động và áp

dụng thuế suất thuế TNDN 10% trong thời gian dài hơn so với thời hạn 15 năm mức ưu đãi hiện đang áp dụng với các DN khác. Đồng thời, có thể cho phép chuyển lỗ không giới hạn thời gian thay vì 5 năm như hiện nay để đảm bảo hỗ trợ tối đa cho DN khởi nghiệp.

**Đối với các đối tượng hỗ trợ DN khởi nghiệp (các trường đại học, viện nghiên cứu, vườn ươm):** Ban hành quy định về chính sách tài chính nói chung, chính sách thuế nói riêng có tính chất đặc thù đối với nhóm đối tượng này. Có thể vận dụng những kết quả đạt được từ việc thí điểm đối với vườn ươm tại Cần Thơ để phát triển cho tất cả các vườn ươm trên toàn quốc, cụ thể:

- Miễn thuế nhập khẩu các hàng hóa là máy móc, thiết bị, phụ tùng, vật tư, phương tiện vận tải trong nước chưa sản xuất được; công nghệ trong nước chưa tạo ra được; tài liệu, sách, báo, tạp chí khoa học và các nguồn tin điện tử về khoa học và công nghệ của DN nhập khẩu phục vụ trực tiếp vào hoạt động ươm tạo công nghệ tại vườn ươm.

- Áp dụng mức thuế suất ưu đãi 10% trong thời hạn 15 năm, miễn thuế 4 năm và giảm 50% số thuế phải nộp trong 9 năm tiếp theo đối với các DN thực hiện dự án đầu tư mới ươm tạo công nghệ cao trong các lĩnh vực tại vườn ươm, hoặc TNDN từ thực hiện dự án đầu tư mới ứng dụng công nghệ cao thuộc danh mục công nghệ cao được ưu tiên đầu tư phát triển mà được ươm tạo thành công tại Vườn ươm được áp dụng.

- Áp dụng quy định về việc giảm thuế TNCN cho các chuyên gia làm việc tại vườn ươm như đối với cá nhân làm việc trong các khu kinh tế hiện nay.

**Đối với các nhà đầu tư khởi nghiệp:** Chính sách cần được thiết kế với mục tiêu hỗ trợ tối đa cho các nhà đầu tư khởi nghiệp. Để thực hiện mục tiêu này, cần ban hành quy định về đầu tư mạo hiểm bên cạnh việc quy định về đầu tư cho các DN nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo như Nghị định số 38/2018/NĐ-

CP. Trong đó, cần chỉ rõ nghĩa vụ thuế của các nhà đầu tư này khi thực hiện đầu tư cũng như khi chuyển nhượng vốn. Nên đưa ra những quy định về giảm thuế TNDN (đối với các nhà đầu tư là DN) hoặc thuế TNCN (đối với các cá nhân đầu tư) trong trường hợp có thu nhập từ đầu tư hoặc chuyển nhượng vốn. Đồng thời, có thể cho phép bù trừ số lỗ của dự án đầu tư cho khởi nghiệp với các dự án khác để giảm bớt rủi ro cho các nhà đầu tư, khuyến khích các nhà đầu tư bỏ vốn cho DN khởi nghiệp.

Ngoài ra, cần có những quy định về thủ tục hành chính thuế và chế độ kế toán đơn giản theo quy định của pháp luật về thuế, kế toán. Việc đăng ký thuế hiện đã được thực hiện qua mạng internet, tuy nhiên, để đơn giản cho các DN khởi nghiệp, có thể quy định các DN khởi nghiệp trong 5 năm đầu nếu chưa có doanh thu có thể khai thuế GTGT 6 tháng một lần.

Bên cạnh việc ban hành các chính sách đối với các nhà đầu tư nêu trên, các nghiên cứu chẩn đoán và thực nghiệm ở nhiều nước trên thế giới (kể cả đã phát triển và đang phát triển) cho thấy, các DN khởi nghiệp tận dụng được rất ít từ các khoản đầu tư, đặc biệt là các khoản đầu tư ngoài vốn tự có của chính các sáng lập viên hoặc người thân; trong cơ cấu vốn, phần vốn vay của DN khởi nghiệp lớn hơn nhiều so với phần vốn đầu tư; các DN khởi nghiệp khó tiếp cận vốn vay hơn là các DN nhỏ và vừa truyền thống và rất hiếm các DN khởi nghiệp có thể dùng tài sản sở hữu trí tuệ của mình để thế chấp/bảo lãnh vay vốn. Do đó, bên cạnh các biện pháp hỗ trợ để DN khởi nghiệp tăng khả năng tiếp cận vốn đầu tư, OECD khuyến nghị các Chính phủ cũng nên tập trung vào các biện pháp hỗ trợ để DN khởi nghiệp có thể tiếp cận các khoản vay tín dụng tốt hơn./.



# 7 START-UP VIỆT VÀO BÁN KẾT CHƯƠNG TRÌNH TĂNG TỐC KHỞI NGHIỆP MIST 2018

*Pháp luật - Chương trình Sáng kiến Hỗ trợ Khởi nghiệp Du lịch vùng Mê Kông (MIST) vừa công bố danh sách 19 công ty khởi nghiệp bước vào vòng bán kết của chương trình Tăng tốc Khởi nghiệp MIST 2018. Việt Nam có 7 công ty khởi nghiệp lọt vào vòng bán kết này...*

Các công ty khởi nghiệp này sẽ tham gia Trại Huấn luyện Khởi nghiệp Du lịch Nền tảng của MIST từ ngày 17-22/5 tại TP. HCM, Việt Nam. Kết thúc thời gian huấn luyện, 5 công ty xuất sắc nhất sẽ nhận được giải thưởng của chương trình gồm: hỗ trợ tiền mặt lên tới 10.000 USD, 06 tháng huấn luyện và cố vấn chuyên sâu, một chuyến gặp gỡ với các chuyên gia đầu ngành tại Diễn đàn Du lịch vùng Mê Kông (MTF) ở Nakhon Phanom, Thái Lan và một cơ hội thuyết trình với các nhà đầu tư ở Singapore.

Chương trình Tăng tốc Khởi nghiệp của MIST với mục tiêu thúc đẩy sự phát triển của các start-up và công ty đổi mới sáng tạo hoạt động trong ngành công nghệ du lịch, dịch vụ-khách sạn và du lịch truyền thống. Chương trình được tài trợ bởi Chính phủ Úc trong khuôn khổ hợp tác với Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB), MIST cũng nhận được rất nhiều sự hỗ trợ từ Dự án Sáng kiến Hỗ trợ Khu vực Tư nhân vùng Mê Kông (MBI) - một dự án do Chính phủ Úc và ngân hàng ADB đồng tài trợ, Destination Mekong và

Văn phòng Điều phối Du lịch Mê Kông (MTCO).

“Các thành viên Ban giám khảo của chúng tôi gồm những nhà đầu tư và chuyên gia đầu ngành đã phải rất khó khăn để đưa ra những quyết định tuyển chọn từ hơn 100 hồ sơ tham gia chương trình Tăng tốc Khởi nghiệp của MIST. 19 công ty khởi nghiệp được chọn là những đại diện xuất sắc nhất cho khu vực Tiểu vùng sông Mê Kông mở rộng. Họ là những start-up có mô hình kinh doanh có tính đổi mới sáng tạo, tiềm năng tăng trưởng đột phá và có khả năng tác động tích cực lên cộng đồng địa phương cũng như triển vọng giải quyết các thách thức mà ngành du lịch khu vực đang gặp phải...” - ông Jason Lusk, Giám đốc chương trình MIST cho hay.

Trong số 19 start-up được chọn để đi tiếp cùng chương trình Tăng tốc Khởi nghiệp MIST, Việt Nam dẫn đầu với 7 start-up, tiếp đến là Campuchia có 6 start-up, Myanmar có 3 start-up, Thái Lan 2 start-up và CHDCND Lao có 1 start-up./.

## 7 START-UP CỦA VIỆT NAM VÀO BÁN KẾT MIST

**Dichoichung** kết nối các du khách, tạo điều kiện để họ chia sẻ các kinh nghiệm du lịch, tìm người đi chung nhằm chia sẻ chi phí cùng nhiều dịch vụ khác.

**ECOHOST** cung cấp hệ thống, ứng dụng điện thoại và dữ liệu về đối tác đã được chọn lựa kỹ càng để hỗ trợ việc đặt homestay trực tuyến.

**Go Explore** tổ chức các chương trình “làm việc-nghỉ dưỡng” hướng tới đối tượng là các cá nhân có mong muốn làm việc từ xa ở trong và ngoài nước cũng như cung cấp dịch vụ marketing doanh nghiệp cho các đối tác.

**IM VENTURE VIETNAM** tổ chức các tour giao lưu văn hóa kết nối giới trẻ địa phương và quốc tế thông qua các hoạt động mang tính cộng đồng.

**Nest Nearby** giúp cho du khách có nhu cầu đặt phòng vào phút chót tìm kiếm nơi ở dễ dàng hơn bằng cách kết nối với các phòng trống gần đó.

**Offbeat.ai** là một ứng dụng điện thoại có khả năng phân tích dữ liệu về các bài blog, bài báo về du lịch từ khắp nơi trên thế giới, từ đó lập kế hoạch du lịch phù hợp với mỗi cá nhân người dùng.

**VDEs** kết nối các đơn vị tổ chức sự kiện với các địa điểm, giúp hai bên đặt chỗ trực tuyến với nhau thông qua cơ sở dữ liệu của VDEs.



## QUỸ NGOẠI SẴN START-UP KỶ LÂN

*Nếu nhìn vào quy mô sản phẩm, thị trường, đội ngũ cộng sự của các start-up lộ diện, thì không có nhiều cơ hội để biến start-up thành kỳ lân. Tuy nhiên, các quỹ đầu tư mạo hiểm ngoại vẫn kỳ vọng, với sự bùng nổ kỳ lân ở Đông Nam Á, sau VNG, Việt Nam sẽ có thêm vài kỳ lân mới.*

### **BÙNG NỔ KỶ LÂN Ở ĐÔNG NAM Á**

“Chúng tôi đến đây để khám phá bất cứ cơ hội nào từ Việt Nam, vì vậy, không có giới hạn về các lĩnh vực mà chúng tôi đang tìm kiếm”, bà Retno Dewati, Giám đốc Chi nhánh Đông Nam Á của Quỹ đầu tư Fenox Venture Capital phát biểu khi đến Hà Nội tham gia Ngày hội Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia (Techfest) mới đây. Quỹ này có trụ sở tại Thung lũng Silicon (Mỹ) và có các thương vụ đầu tư lớn ở Indonesia trong vài năm qua.

“Khi chúng tôi nhìn về quy mô thị trường và các

cơ hội, Việt Nam hiện là địa điểm thích hợp để đầu tư. Các lãnh đạo cấp cao của Quỹ cảm thấy cuốn hút bởi môi trường khởi nghiệp sôi động của Việt Nam. Chúng tôi dự kiến có thương vụ đầu tư đầu tiên vào Việt Nam trong năm nay”, bà Retno Dewati cho biết.

Được biết, Fenox Venture Capital đã đầu tư vào 25 công ty khởi nghiệp ở Đông Nam Á. Gần đây, Quỹ đã thoái vốn khỏi một công ty fintech ở Indonesia.

Đông Nam Á, với dân số hơn 600 triệu người, hiện có 3 kỳ lân (những công ty khởi nghiệp chưa niêm yết trị giá trên 1 tỷ USD). Đó là Grab (có trụ sở

tại Malaysia, thị trường chính là Singapore), Go-Jek (có trụ sở tại Indonesia) và Traveloka Holding (có trụ sở tại Indonesia, điều hành một cổng thông tin du lịch trực tuyến). Khu vực này từng nổi tiếng với 4 kỳ lân, cho đến khi Công ty Garena (Singapore) niêm yết trên thị trường chứng khoán Mỹ vào tháng 10/2017.

Năm 2017, đây là khu vực thu hút nhiều thương vụ đầu tư start-up thành công nhất, với 7,86 tỷ USD cho 335 thương vụ. Con số này tăng 75% so với năm 2016 và là mức cao nhất kể từ năm 2013. Trong số các quốc gia, Singapore và Indonesia thu hút nhiều nhà đầu tư nhất. Những lĩnh vực nhận nhiều vốn nhất chủ yếu là fintech (3,18 tỷ USD), thương mại điện tử (2,87 tỷ USD) và sản xuất trò chơi (553 triệu USD). Các thương vụ đầu tư đình đám nhất năm qua thuộc về start-up như Grab (nhận 2 tỷ USD từ Didi, SoftBank) và sàn thương mại điện tử Tokopedia (nhận 1,1 tỷ USD từ Alibaba). Ngoài ra còn có Lazada, Traveloka, AirTrunk và Iflix.

Thomas Tsao, đồng sáng lập Quỹ Gobi Partners (một trong những nhà đầu tư lớn) nhận định, Đông Nam Á là thị trường mới nổi, có khả năng phát triển thị trường lớn giống Trung Quốc trong tương lai gần. Nhiều công ty khởi nghiệp am hiểu lĩnh vực Internet xuất hiện, nhưng không có vốn để phát triển. Các nhà đầu tư, quỹ đầu tư mạo hiểm kỳ vọng có thể biến start-up bất kỳ thành những chú kỳ lân (những công ty khởi nghiệp chưa niêm yết trị giá trên 1 tỷ USD). Hiện ASEAN, Hồng Kông và Đài Loan chiếm 70% danh mục đầu tư của Tập đoàn Alibaba và trở thành địa bàn hoạt động chính của “ông trùm” này.

Tại Việt Nam, cho tới thời điểm này, vẫn chỉ có Tập đoàn VNG là start-up đầu tiên ở Đông Nam Á tuyên bố đạt vị thế kỳ lân. VNG đã ký bản ghi nhớ để niêm yết trên sàn Nasdaq (Mỹ) hồi tháng 5/2017. Ngoài ra, ở Việt Nam, một vài ứng viên sáng giá lên kế hoạch trở thành start-up kỳ lân như Topica, Tiki, Vật Giá, Appota... Họ đã và đang tạo cảm hứng cho các doanh nhân khác dấn thân vào start-up, tạo dựng

các doanh nghiệp lớn.

Thị trường đủ lớn nuôi dưỡng “kỳ lân”?

Trần Việt Hùng, sáng lập Gotit! ở Silicon Valley được 6 năm, hiện có văn phòng ở Mỹ và Việt Nam. Gotit! mang trong mình nền tảng tốt để trở thành một start-up kỳ lân. Hai năm trước, Gotit! thường xuyên ở trong top 10 ứng dụng giáo dục tại Apple App Store và đã từng đứng thứ 2, chỉ sau iTunesU. Đó là lý do để anh kỳ vọng, trong tương lai gần, Gotit! có thể trở thành một start-up kỳ lân.

Tuy nhiên, với anh, mọi thứ ở Gotit! lúc nào cũng tốt, nhưng luôn đứng trước đe dọa. “Tốc độ phát triển quá nhanh, nên lúc nào cũng như nhà xây móng không đủ chắc, rung rinh, rung rinh và có thể sập bất kỳ lúc nào”, anh thừa nhận. Giờ đây, anh cũng không biết đến bao giờ, Gotit! sẽ thành kỳ lân. “Có thể rất sớm, nhưng cũng có thể cần có thời gian nữa. Có rất nhiều thay đổi vào lúc này. Làm start-up thú vị ở chỗ đó”, Hùng nói.

Thường thì ở Silicon Valley, các công ty trở thành công ty quan trọng và có giá trị cần một khoảng thời gian gần 10 năm. Các ví dụ điển hình là Facebook, Dropbox, AirBNB, Uber... Các nhà đầu tư đang rót khoảng 15 triệu USD vào Gotit! và họ không ấn định thời gian nào thì start-up này phải thành kỳ lân.

“Các nhà đầu tư chuyên nghiệp khá kiên nhẫn. Một khi tôi thể hiện được sự tăng trưởng thì họ vẫn hỗ trợ. Một số nhà đầu tư chính thường có ghế trong Hội đồng Quản trị của công ty để được quyền quyết định mọi chiến lược”, Hùng nói.

Hiện nay, các nhà đầu tư mạo hiểm, tập đoàn lớn (chủ yếu đến từ Trung Quốc) đang nhắm đến ASEAN để biến các start-up thành kỳ lân. Họ cần làm những gì?

Mỗi nhà đầu tư sẽ có chiến lược riêng. Tuy nhiên, có 3 yếu tố họ quan tâm: sản phẩm, thị trường và đội ngũ cộng sự. Thị trường ASEAN giờ rất năng động, với tỷ lệ người dùng smartphone cao. Riêng thị trường Việt Nam, với hơn 93 triệu dân, tỷ lệ người

dùng smartphone năm 2017 là 84%, tăng 6% so với năm 2016 (78%), chủ yếu ở Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng, Hải Phòng, Nha Trang, Cần Thơ... (theo Nielsen). Thêm vào đó, ASEAN đã có một số start-up kỳ lân, điển hình như Grab hay Gojek. Thế nên, thị trường này sẽ không chỉ hấp dẫn các nhà đầu tư từ Trung Quốc.

Theo Trần Việt Hùng, tại Việt Nam hiện có nhiều start-up đang ẵm mình. Mặc dù vậy, với những start-up đã lộ diện và nhìn vào quy mô sản phẩm, thị trường, đội ngũ cộng sự, thì không có nhiều cơ hội để biến start-up thành kỳ lân. “Các start-up tôi biết chủ yếu là khai thác thị trường Việt Nam. Điều đó rất khó để có thể trở thành kỳ lân”, Hùng nhận định.

Muốn thành kỳ lân, điểm mấu chốt là thị trường mà start-up đó phục vụ phải đủ lớn và có tiềm năng. Dân số Việt Nam đông, nhưng địa bàn hoạt động tốt chỉ tập trung vào một số thành phố như Hà Nội, TP.HCM..., nên rất khó để có thể có được doanh thu lớn từ các sản phẩm/dịch vụ từ công nghệ. Trong khi đó, tôn chỉ bất thành văn của start-up là tận dụng công nghệ để có thể có sự tăng trưởng bùng nổ. Thậm chí, người ta đầu tư rất nhiều vào xây dựng công nghệ để có sự tăng trưởng bứt phá, để tiến nhanh và đè bẹp các đối thủ, như Uber và Grab...

Tuy nhiên, với start-up, mọi thứ có thể thay đổi rất nhanh. Phần lớn kỳ lân châu Á tập trung ở lĩnh vực thương mại điện tử, phần mềm và các ngành công nghiệp truyền thông, bán lẻ. Đáng chú ý là, các kỳ lân thường thực hiện các thương vụ mua bán - sáp nhập (M&A) với các start-up mới khác, nhằm củng cố mô hình kinh doanh hiện tại hoặc mở rộng sang ngành khác.

Điển hình là trường hợp start-up Adsota Việt Nam (thuộc Appota Group), cung cấp các dịch vụ quảng cáo trực tuyến tại Việt Nam. Hai năm trước, Adsota là một dự án độc lập của Appota Group, gần đây mới tách ra thành công ty riêng, khi có khoản đầu tư chiến lược gần 2 triệu USD từ đơn vị hoạt động trong

lĩnh vực tương tự tại Hàn Quốc là Công ty TNK Factory (thuộc Kakao Group). Với thương vụ này, Adsota nhận được sự hỗ trợ từ đối tác về tài chính, kinh nghiệm quản lý, công nghệ quảng cáo, khả năng tiếp cận khách hàng tại Hàn Quốc và thị trường Đông Á.

Theo CEO Trần Quốc Toàn, năm 2017, tốc độ tăng trưởng của Adsota khoảng 200%, năm nay, dự kiến tăng 300%.

Tuy vậy, quá trình thâm nhập thị trường quốc tế đối với start-up Việt không đơn giản. Năm 2018, start-up WisePass của cựu nhân viên Google, CEO Lâm Trần lên kế hoạch mở rộng kinh doanh, chinh phục thêm nhiều thị trường như Malaysia, Singapore, Thái Lan, Indonesia, Hồng Kông. Ý tưởng kết nối người tiêu dùng trên nền tảng ứng dụng với những nhà hàng, khách sạn tại nhiều điểm đến trên thế giới của start-up này đã nhận được 400.000 USD tiền đầu tư từ Quỹ Expara Ventures năm 2017. Tuy vậy, nhà sáng lập WisePass thừa nhận, quá trình thâm nhập thị trường quốc tế đối với start-up Việt là không dễ bởi một số lý do.

Thứ nhất, nhiều nhà đầu tư có xu hướng yêu cầu các start-up tiềm năng hoặc ít nhất là các mô hình kinh doanh mà họ để mắt tới phải thành lập công ty ở Singapore hoặc Hồng Kông. Hiện tiền đầu tư quốc tế vẫn chủ yếu “quá cảnh” ở Singapore và các start-up Việt Nam phải thường xuyên qua đó để ký hợp đồng nhận vốn.

Thứ hai, sự thiếu hụt của những quỹ đầu tư mạo hiểm quốc tế thật sự trong cuộc chơi là vấn đề trọng tâm cho phát triển của hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam. Việc Việt Nam vẫn chưa ban hành các quy định pháp lý rõ ràng dành riêng cho hoạt động của các quỹ đầu tư mạo hiểm, khiến việc thoái vốn đối mặt nhiều rủi ro, gây tâm lý e ngại cho các nhà đầu tư. Đây cũng là rào cản ngăn các start-up vươn thành kỳ lân của khu vực./.



## CHIMKUDO: NHIẾP ẢNH THƯƠNG MẠI VÀ BÀI TOÁN HÌNH ẢNH THƯƠNG HIỆU

Xây dựng thương hiệu không chỉ là đặt một cái tên và đăng ký sở hữu cái tên đó mà còn là một chặng đường tạo ra hình ảnh rõ ràng và khác biệt giúp người tiêu dùng dễ dàng nhận biết một sản phẩm với hàng ngàn sản phẩm khác cùng loại. Tuy nhiên, câu chuyện xây dựng thương hiệu một cách bài bản lại chưa được đầu tư đúng mức đã và đang làm giảm tính cạnh tranh các sản phẩm của Việt Nam với sản phẩm ngoại nhập. Theo thống kê của Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam (VCCI), trong số gần 500 doanh nghiệp, chỉ có 16% doanh nghiệp có bộ phận chuyên trách về marketing, 80% doanh nghiệp không có chức danh quản lý nhãn hiệu và hầu như các doanh nghiệp chưa có thói quen sử

dụng dịch vụ tư vấn về thương hiệu. Và với mong muốn đem lại một giải pháp giúp các doanh nghiệp nhận diện hình ảnh, thương hiệu tốt với chi phí thấp, Dự án Chimkudo của Nguyễn Huy Hùng đã khởi sự nhằm đáp ứng những mục tiêu phát triển thương hiệu cho các doanh nghiệp tại Việt Nam.

### **CHẶNG ĐƯỜNG KHỞI NGHIỆP GIAN NAN**

Nguyễn Huy Hùng - chàng trai sinh năm 1980 tại Hà Nội, đã tốt nghiệp khoa Công nghệ thông tin (CNTT) - Đại học Thủy Lợi Hà Nội. Sau khi ra trường, anh giảng dạy tại Đại học Bách Khoa Hà Nội. Gắn bó với công việc giảng dạy khi vừa tốt nghiệp, với năng lực của mình, sau hai năm Huy Hùng có cơ hội thăng tiến lên cấp quản lý Khoa Thiết bị điện tử.

Thế nhưng, đứng trước một vị trí đáng mơ ước, anh lại quyết định rẽ ngang theo một con đường khác...

Anh cho biết lý do đơn giản là vì: “Mình không thích sự lặp đi lặp lại đều đều hàng ngày mà thích mỗi ngày có một điều gì mới, đóng góp cho xã hội và cuộc sống”. Năm 2013, rời Đại học Bách Khoa Hà Nội, Huy Hùng ra nước ngoài để học thêm về CNTT. Sự thay đổi này cũng làm cho gia đình lo lắng vì sự không ổn định. Bước chân đến Italia-đất nước được biết đến là nơi xuất phát của nhiều nền văn hóa châu Âu, Huy Hùng có cơ hội được tiếp cận và hiểu biết nhiều hơn về nhiếp ảnh chuyên nghiệp. Ngay sau khi hoàn thành tấm bằng thạc sĩ CNTT, Hùng trở về nước và chuyển sang lĩnh vực nhiếp ảnh thương mại.

Theo đuổi nhiếp ảnh thương mại, năm 2013 Huy Hùng quyết định khởi nghiệp với dự án Chimkudo. Ý tưởng ra đời của dự án khi Huy Hùng nhận thấy có rất nhiều sản phẩm Việt Nam có chất lượng tốt nhưng khi đưa lên để giới thiệu quảng bá lại không được như ý, làm giảm giá trị sản phẩm. Anh đã đặt câu hỏi: Liệu có thể dùng kỹ thuật nhiếp ảnh để giúp sản phẩm của Việt Nam khắc phục hạn chế trên hay không? Nghĩ đến nhiếp ảnh bởi Huy Hùng quan sát thấy, hiện nay xu hướng mua hàng online đang rất phát triển, đây là hình thức mà người mua không có sự trải nghiệm nên điểm gây ấn tượng đầu tiên chính là hình ảnh, video. Do vậy, công ty nào cung cấp nhiều hình ảnh và chi tiết, sống động thì sẽ thu hút được khách hàng.

Chimkudo là giải pháp giúp các doanh nghiệp nhận diện hình ảnh, thương hiệu một cách hiệu quả bằng nhiếp ảnh thương mại (hay hiểu nôm na là việc chụp ảnh sản phẩm). Dự án Chimkudo đặc biệt có ý nghĩa với các doanh nghiệp vừa và nhỏ bởi nó giúp các doanh nghiệp có cơ hội làm thương hiệu với chi phí thấp hơn nhiều so với các hình thức khác như quay video quảng cáo, phát tờ rơi..., điều mà chỉ các doanh nghiệp lớn mới có khả năng làm được. Hiện



*Nguyễn Huy Hùng -  
Sáng lập Chimkudo và  
hocviennhiepanh.com*

dự án là đối tác của nhiều doanh nghiệp Việt như Havico, Hồng Lam, Thu Hương, Cora Café, Anvi group...

Sau khi tham gia vào lĩnh vực nhiếp ảnh thương mại, cũng nhiều lần Hùng đã quay trở về Đại học Thủy Lợi, Đại học Bách Khoa để giới thiệu, chia sẻ kinh nghiệm hay tổ chức nói chuyện với các CLB truyền thông, CLB kinh doanh...

### **HOCVIENNHIEPANH.COM - BƯỚC TIẾN MỚI CỦA CHIMKUDO**

Ba năm sau khi Chimkudo ra đời và đạt được những thành công ban đầu, Hùng mong muốn chia sẻ những kinh nghiệm, kiến thức của bản thân, do đó năm 2016 Huy Hùng thành lập Hocviennhiepanh.com - là nền tảng học nhiếp ảnh trực tuyến đầu tiên tại Việt Nam.

Hocviennhiepanh.com hiện đang cung cấp các khóa học chụp ảnh cho những bạn yêu thích và



muốn tìm hiểu môn nghệ thuật này. Bên cạnh đó, Huy Hùng còn thường xuyên mở các lớp đào tạo trực tiếp hay các buổi workshop để chia sẻ kinh nghiệm giúp các doanh nghiệp có thể chủ động trong việc chụp ảnh sản phẩm.

### **NHỮNG THÀNH CÔNG VÀ ƯỚC VỌNG**

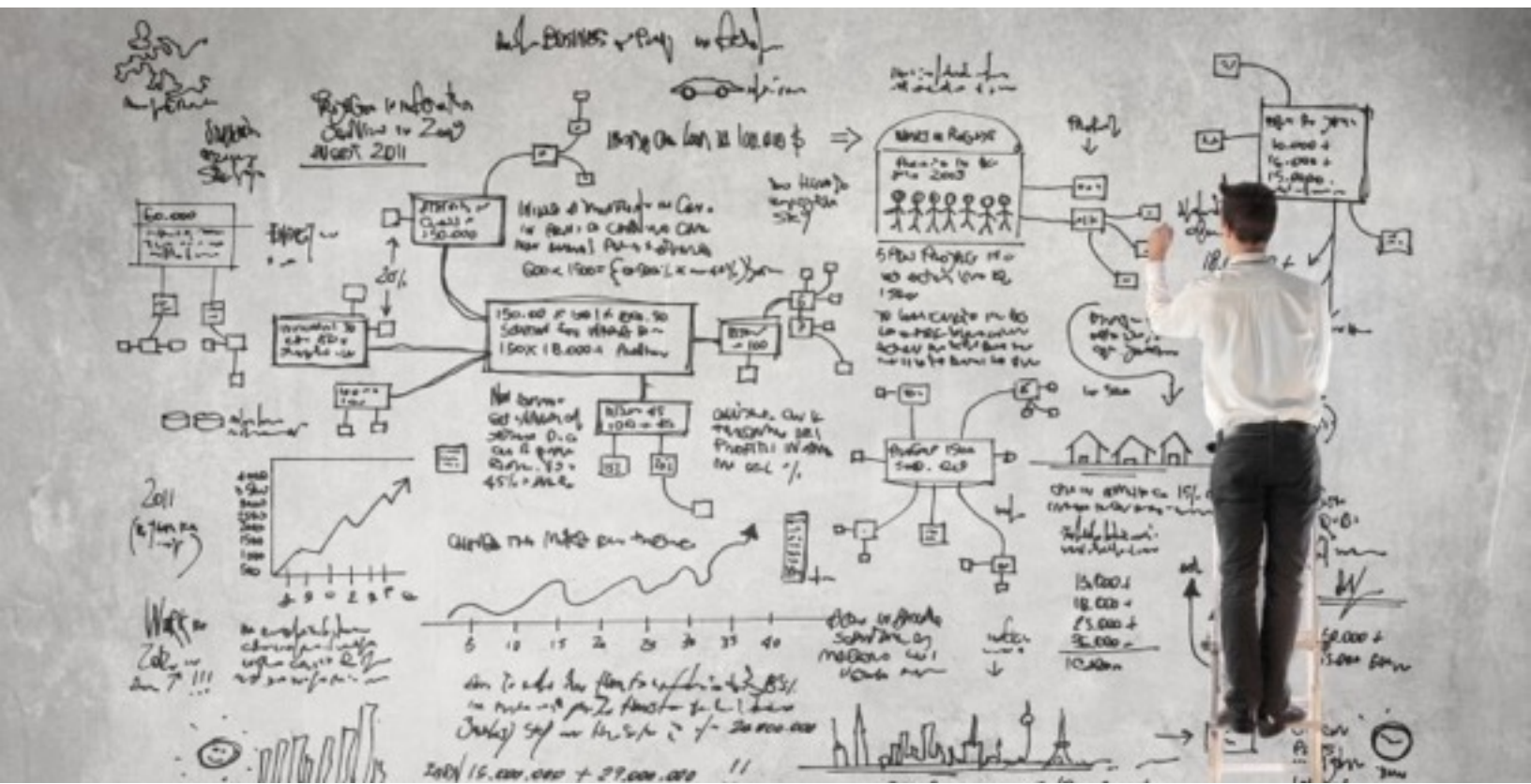
Hùng chia sẻ thêm: “Mỗi tháng có trên 500 bạn học viên đăng ký các khóa học trên Hocviennhiepanh.com. Đôi khi bắt gặp những sản phẩm do học viên mình đào tạo gửi đến hoặc xuất hiện trên các trang, mình cảm thấy rất vui. Khối lượng công việc quá lớn khiến mình không phục vụ được hết nên mình mong muốn xây dựng, mở rộng cộng đồng nhiếp ảnh thương mại lớn hơn”.

“Ngành nhiếp ảnh, đặc biệt là nhiếp ảnh thương

mại là một thế giới rộng lớn, và phải thay đổi từng ngày, từng giờ. Với bạn, làm từ sáng đến tối không thấy mệt thì đó là công việc bạn nên theo đuổi” Hùng cho biết.

Việt Nam luôn tự hào về những trang lịch sử hào hùng hay những thắng cảnh du lịch đẹp và được bạn bè năm châu biết đến. Thế nhưng, với rất nhiều sản phẩm mang thương hiệu “Made in Vietnam” có chất lượng tốt thì con đường ra với thế giới vẫn là bài toán nan giải với nhiều doanh nghiệp. Với những gì mà Huy Hùng đã theo đuổi chắc chắn sẽ góp phần không nhỏ trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp tạo hình ảnh thương hiệu đưa sản phẩm Việt có vị thế hơn tại thị trường trong nước và vươn tầm quốc tế.

***Minh Phương***



# ĐỂ TRỞ THÀNH START-UP TRIỆU ĐÔ - HÃY BẮT ĐẦU BẰNG TƯ DUY NỀN TẢNG

Những động thái nhỏ giúp các nền tảng phá vỡ các ngành công nghiệp truyền thống. Bài học từ Airbnb, Youtube và nhiều nền tảng khác.

Các start-up công nghệ mang tính đột phá bởi vì chúng được thúc đẩy bởi tham vọng xử lý một vấn đề chưa từng được giải quyết theo một cách độc đáo và tạo ra giá trị mới. Ngược lại, hầu hết các công ty lớn và “trưởng thành” thì lại được thúc đẩy bởi tham vọng đánh bại đối thủ cạnh tranh và bảo vệ thị trường của mình.

Hãy xem xét lĩnh vực kinh doanh nhà nghỉ dành cho khách du lịch. Một chuỗi khách sạn thông thường sẽ tiến hành nghiên cứu các đối thủ cạnh tranh. Những người điều hành sẽ thành lập một tập hợp

các tính năng giúp cho chuỗi khách sạn này khác biệt với các đối thủ cạnh tranh của mình. Cuối cùng, những người điều hành sẽ cố gắng tìm ra các cách để hút khách hàng khỏi các đối thủ bằng cách tận dụng các tính năng này.

AirBnB chẳng thực hiện bất cứ bước nào trong công đoạn nêu trên. Trên thực tế, AirBnB đã áp dụng Tư duy Nền tảng để giải quyết vấn đề chỗ ở của khách du lịch. Start-up này không cạnh tranh về các tính năng. Thay vào đó, AirBnB tạo ra một nền tảng cho phép bất kỳ ai có phòng, căn hộ hoặc thậm chí

cả một hòn đảo còn trống, không dùng đến cũng có thể dùng để điều hành dịch vụ B&B (Bed&Breakfast: cung cấp chỗ ngủ và bữa sáng) với khả năng tiếp cận tới thị trường khách du lịch toàn cầu.

### **CẠNH TRANH NỀN TẢNG**

AirBnB là một ví dụ tiêu biểu về cách các công ty khởi nghiệp công nghệ ngày nay đang cạnh tranh với những gã khổng lồ trong ngành công nghiệp truyền thống mà không cần phải xuất đầu lộ diện để đối địch trực tiếp ngay từ những giai đoạn ban đầu. Khi một nền tảng như AirBnB xuất hiện, các công ty lớn có xu hướng bỏ qua vì cho rằng công ty non nớt như AirBnB có nền tảng chất lượng yếu kém. Rõ ràng, một người nào đó với một tấm nệm trong phòng khách sẽ không thể cạnh tranh nổi với một nhà nghỉ với dịch vụ phòng tiện nghi, thoải mái.

Đây chính là lý do mà những công ty khởi nghiệp như AirBnB vận hành thành công mà không có đối thủ cạnh tranh. Những start-up như vậy cũng giải quyết cùng một vấn đề mà các công ty lớn đang cố gắng giải quyết. Tuy nhiên, giải pháp của các start-up này thường được các công ty lớn cho là không đáng tin cậy.

Các start-up thường bị hạn chế về mặt tài chính và nguồn tài nguyên. Sử dụng hướng tiếp cận nền tảng để đột phá một ngành công nghiệp thông thường bị tri phối bởi chất lượng dịch vụ hoặc sản phẩm sẽ cho phép một start-up có được động lực mà không thu hút sự chú ý của các đối thủ cạnh tranh truyền thống của ngành công nghiệp.

### **BA ĐÒN BÃY CẠNH TRANH**

Thành công của AirBnB xuất phát từ chiến lược ba nhánh, góp phần tạo thành cơ sở cạnh tranh trên hầu hết các nền tảng. Đó là:

1. Tạo các nguồn cung mới: Lần đầu tiên, bất kỳ ai có nệm hoặc phòng trống đều có thể vận hành dịch vụ BnB của riêng mình.

2. Tạo ra các hành vi mới của người dùng ở phía cầu: Khách du lịch hiếm khi ở lại các căn hộ của

người lạ ở một thành phố lạ. AirBnB đã mang đến một hành vi hoàn toàn mới.

3. Xây dựng một hệ thống quản lý (curation) chặt chẽ: Để tạo ra một môi trường tin cậy giữa khách du lịch và chủ nhà, AirBnB đã đầu tư vào một cơ chế quản lý chặt chẽ. Các nền tảng khác có thể sử dụng cơ chế quản lý để trao quyền hoặc đánh giá chất lượng.

Điều này không chỉ riêng đối với AirBnB. Các nền tảng khác như YouTube, Wikipedia, KickStarter, oDesk đều thể hiện những đặc điểm này ở mức độ khác nhau.

### **BÙNG NỔ NGUỒN CUNG**

AirBnB không phải là start-up duy nhất sử dụng Tư duy nền tảng. Wikipedia đã tạo ra kho lưu trữ kiến thức lớn nhất thế giới mà không cần dựa vào các chuyên gia. YouTube có cường độ người xem lớn hơn nhiều so với bất kỳ kênh truyền hình truyền thống nào, phần lớn là dành cho những đoạn video không bao giờ có trên các kênh truyền hình. oDesk cho phép các công ty hoàn thành công việc của mình trong một bối cảnh thương trường mở, mang tính toàn cầu.

Có hai khía cạnh phân biệt các nền tảng này với các ngành công nghiệp mà những nền tảng này đang muốn đột phá:

1. Các nền tảng này tạo ra những nguồn cung mới chưa hề tồn tại trước đây: Không ai có thể tưởng tượng ra được một kho hàng dịch vụ lưu trú du lịch sẽ bao gồm những ngôi nhà của những người đang sống trong thành phố. Ý tưởng về việc khán giả toàn cầu có thể sẽ bị những đoạn video gia đình mang tính nghiệp dư (như những clip trên YouTube) hấp dẫn có lẽ trước đây sẽ bị chê cười. Tuy vậy, giờ đây Tư duy nền tảng đã mở ra nguồn cung mới.

2. Nguồn cung mới có xu hướng yếu hơn và đơn giản hơn so với những nguồn cung đã có: Như trường hợp của AirBnB cho thấy, nguồn cung các căn hộ ban đầu không thể sánh được với các khách



sạn đã vận hành tốt về khía cạnh chất lượng dịch vụ và mục tiêu hướng vào du khách cao cấp. Điều tương tự cũng diễn ra khi so sánh YouTube với các chương trình phát sóng truyền thống.

3. Theo thời gian, việc cung cấp trên các nền tảng này sẽ phát triển để cạnh tranh trực tiếp với các đối thủ cạnh tranh chính: Khi nền tảng được người tiêu dùng chấp nhận, nó cũng sẽ thu hút các nhà sản xuất lớn. Kết quả là chất lượng của nhà sản xuất được cải thiện khi nền tảng thu hút được người tiêu dùng, điều này được thể hiện rõ cả với AirBnB và YouTube cũng như với nhiều nền tảng khác.

### **TẠO RA HÀNH VI MỚI CỦA NGƯỜI SỬ DỤNG**

Bước đầu tiên để đột phá liên quan đến việc bùng nổ nguồn cung như được nêu trên. Bước thứ hai liên quan đến việc tạo hành vi mới của người dùng.

Đề xuất qua đêm tại một căn hộ của một người xa lạ ở một thành phố cũng hoàn toàn xa lạ có lẽ sẽ bị coi là điên rồ vài năm trước đây. AirBnB góp phần tạo ra hành vi hoàn toàn mới của người dùng thông qua việc chia sẻ nơi lưu trú. YouTube cũng tạo ra sự bùng nổ nguồn cung nhờ các clip được người dùng chia

sẻ. Còn dịch vụ đi nhờ xe mà Uber là nền tảng đại diện cũng làm thay đổi hành vi của người đi nhờ xe lẫn người cung cấp dịch vụ thông qua việc sử dụng xe ô tô vào những lúc nhàn rỗi.

### **QUẢN LÝ CHẶT CHẼ CHÍNH LÀ MỘT NGUỒN GIÁ TRỊ MỚI**

Thay đổi hành vi người dùng không bao giờ là việc dễ dàng. Bất người dùng hành xử theo những cách mới là vô cùng khó khăn, đặc biệt là khi chi phí và rủi ro đi kèm sẽ cao. Ở lại căn hộ của một người lạ ở một thị trấn lạ có thể sẽ rất nguy hiểm (và nguy cơ này đã thực sự xảy ra trong một vài trường hợp). Cũng như vậy, tìm ra những video thú vị giữa vô số những clip trên YouTube có thể là công việc khá khó khăn.

Các nền tảng giải quyết vấn đề này thông qua chức năng quản lý curation (quản lý bằng cách chọn lọc và biên tập nội dung), một quá trình mà nhờ đó họ chọn lọc ra những phần tốt nhất từ những thứ còn lại. YouTube, Reddit và Quora có một hệ thống bỏ phiếu cộng đồng để phát tán nội dung hay nhất. Wikipedia có các công cụ cộng tác cho phép những “người

dùng siêu đẳng” có thể sửa lại các mục và giải quyết tranh chấp trong khi chỉnh sửa một bài viết.

AirBnB đã đầu tư rất nhiều vào cơ chế curation của mình vì những nguy cơ rủi ro cao đi kèm. Trong một số trường hợp, các nhiếp ảnh gia xác thực việc ghi danh của chủ nhà. Ngoài ra, nền tảng này có một cơ chế đánh giá chặt chẽ cho phép mỗi bên tham gia đánh giá bên còn lại. Trên thực tế, đóng góp lớn cho thành công của AirBnB chính là sự thành công của cơ chế đánh giá.

Cơ chế quản lý và tin cậy mạnh mẽ chính là nguồn giá trị chủ chốt được cung cấp bởi chủ sở hữu nền tảng. Nó cũng là yếu tố mang tính quyết định quan trọng nhất trong việc sử dụng những nền tảng như vậy.

Khía cạnh quan trọng nhất của cạnh tranh nền tảng là các start-up không chỉ mãi mãi là các công ty khởi nghiệp. Những công ty này cuối cùng cũng có khả năng cạnh tranh với các công ty lớn hơn. Tuy nhiên, những start-up này sẽ trì hoãn năng lực cạnh

tranh này đến một thời điểm mà họ đạt đến quy mô, lực hút và động lực cần để có thể cạnh tranh thành công. Dần dần, chất lượng cung cấp trên nền tảng sẽ được cải thiện, khả năng kết nối phù hợp giữa cung và cầu, quản lý nguồn cung một cách tốt nhất cũng sẽ được cải thiện, như được thể hiện rõ trong trường hợp của AirBnB hay YouTube. Đó chính là mô hình đột phá được lặp lại thường xuyên trên rất nhiều nền tảng.

Bất kỳ ngành công nghiệp dịch vụ nào cần đầu tư đáng kể để tạo ra nguồn cung sẽ có tiềm năng bị đột phá bởi một nền tảng cung cấp các dịch vụ cấp thấp hơn, miễn là nền tảng này có một mô hình quản lý mạnh. Các công ty khởi nghiệp không thắng lợi nhờ công nghệ hay tính năng tốt hơn. Họ giành chiến thắng vì họ sử dụng nguyên tắc này để mở ra những thị trường hoàn toàn mới và tạo những hành vi mới của người dùng để cạnh tranh một cách hiệu quả.

**Phuong Anh (Theo Platformed)**



## THỰC HIỆN KHÔNG THÀNH CÔNG CHƯƠNG TRÌNH THỨC ĐẨY KHỞI NGHIỆP CỦA CHÍNH PHỦ: NGUYÊN NHÂN VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM (P2)

### SỰ CẦN THIẾT CỦA VIỆC ĐÁNH GIÁ

Cũng giống như các nhà đầu tư mạo hiểm phân tích một cách cẩn trọng hồ sơ hoạt động của các doanh nhân khởi nghiệp khi xem xét đầu tư, các quan chức chính phủ cần kiểm tra một cách kỹ lưỡng hồ sơ của các nhà đầu tư mạo hiểm và doanh nhân khởi nghiệp trước khi quyết định tài trợ. Thêm vào đó, điều quan trọng là phải triển khai chương trình một cách nghiêm túc. Việc các chương trình vốn mạo hiểm của chính phủ tài trợ cho các công ty không đạt yêu cầu vẫn thường xuyên xảy ra, những người tham gia

được nhận tài trợ mà không có sự đánh giá chặt chẽ.

Việc đánh giá để quyết định tài trợ cho khu vực tư nhân nên nhấn mạnh vào hai bộ tiêu chí. Đầu tiên là hiệu suất, cụ thể là hiệu quả hoạt động của quỹ cho đến thời điểm hiện tại. Tuy nhiên, trong nhiều trường hợp, việc đánh giá hiệu suất của một nhà đầu tư mạo hiểm hay một doanh nhân khởi nghiệp chỉ có thể thực hiện được nếu họ đã hoạt động ít nhất một thập kỷ.

Vì vậy, điều quan trọng là phải xem xét các đặc điểm khác có vẻ tương quan cao với năng lực của người tham gia để đạt được mục tiêu của chương

trình. Các đặc điểm này bao gồm kinh nghiệm của người tham gia, chiến lược thị trường sản phẩm rõ ràng của các công ty nhận tài trợ và một mong muốn cháy bỏng tìm kiếm tài trợ. Bằng cách đưa ra các phương pháp mới để kiểm tra các yếu tố như vậy, các quan chức chính phủ có thể phân biệt tốt hơn các tổ chức có hiệu suất cao với các tổ chức chưa đạt yêu cầu.

Đối với các doanh nhân khởi nghiệp và các nhà đầu tư mạo hiểm non trẻ, một yếu tố hạn chế là kinh nghiệm. Một nghiên cứu cho thấy cách chắc chắn nhất để trở thành một doanh nhân khởi nghiệp thành công là doanh nhân đó đã từng điều hành một doanh nghiệp (hy vọng là thành công). Vì vậy không có gì ngạc nhiên khi các nhà đầu tư mạo hiểm giàu kinh nghiệm dành một phần đáng kể để thành lập các quỹ chìm (sinking fund) trong một công ty và chính bản thân họ lựa chọn một cách cẩn thận người quản lý các quỹ này. Tương tự như vậy, trong đầu tư mạo hiểm, có rất nhiều việc được “học thông qua quá trình làm việc”: Ngay cả những nhà quản lý quỹ đầu tư mạo hiểm có thể tích lũy kinh nghiệm kinh doanh ở cương vị tư vấn hoặc thành viên của các tổ chức lớn thường gặp bất lợi so với những người đã đầu tư vào các công ty trẻ trước đó. Việc vận hành thành công một quỹ giai đoạn đầu có thể đòi hỏi các kỹ năng quản lý rất khác so với những kỹ năng có được với tư cách người tư vấn hoặc người quản lý. Bởi vì nhiều bí quyết cần thiết để dẫn dắt và quản lý các start-up chỉ có thể đạt được thông qua kinh nghiệm. Các doanh nhân khởi nghiệp và nhà quản lý quỹ không có nền tảng này có thể làm giảm đáng kể khả năng thành công của những sáng kiến này.

Một đặc điểm khác của các công ty không đạt yêu cầu về hiệu suất là sự xao lãng làm suy yếu khả năng tập trung vào nhiệm vụ của họ. Ví dụ, các vấn đề pháp lý có thể chuyển hướng một lượng lớn nguồn nhân lực và tài chính và thậm chí gây ra những thay đổi lớn về quy mô và cơ cấu của công ty. Và khi một công ty muốn huy động thêm vốn, những

lo ngại về các vụ kiện tụng pháp lý đang chờ giải quyết thường làm giảm khả năng thu hút tiền đầu tư bên ngoài của công ty.

Nghiên cứu các chương trình công ở một số quốc gia chỉ ra rằng một đặc điểm khác của các doanh nhân khởi nghiệp và nhà đầu tư mạo hiểm không đạt yêu cầu là các khoản tài trợ trước đây từ nhiều nguồn khác nhau của chính phủ không đem lại nhiều kết quả rõ nét. Do hậu quả có thể dễ dàng được gán cho tính chất rủi ro cao của phát triển công nghệ, nhiều tổ chức có thể trốn tránh trách nhiệm một cách vô thời hạn. Các công ty định hướng vào việc xin tài trợ có thể nhận được nhiều khoảng tài trợ của chính phủ. Các công ty này dường như sử dụng các khoản đầu tư mạo hiểm của chính phủ giống như các khoản tài trợ cho nghiên cứu của chính phủ: đầu tư mạo hiểm không đem lại lợi nhuận đáng kể cũng như không đáp ứng được các mục tiêu của chương trình. Trong khi đó, tài trợ nghiên cứu của chính phủ có thể là một nguồn tài chính quý giá cho các công ty nhỏ, điều quan trọng là chúng được quản lý riêng biệt, sử dụng các tiêu chí khác với các sáng kiến đầu tư mạo hiểm.

Một vấn đề nữa là các công ty có kinh nghiệm nhận tài trợ từ chính phủ dường như có những lợi thế so với các công ty khác khi nộp đơn xin tài trợ. Các khoản tài trợ trước đây, bất kể kết quả của dự án như thế nào, giúp một công ty có được tính hợp pháp trong một lĩnh vực nghiên cứu, cũng như có được thiết bị và nhân sự cần thiết để thực hiện công việc trong tương lai. Ngoài ra, các công ty này còn có được các thông tin chi tiết về quy trình nộp đơn xin tài trợ với mỗi đề xuất họ gửi đi, do đó, các tổ chức này thường có cơ hội nhận tài trợ của chính phủ cao hơn những tổ chức khác. Kết quả là có thể các tổ chức liên tục không đạt yêu cầu lại nhận được một loạt các khoản tài trợ của chính phủ.

Những yếu tố làm giảm hiệu suất này làm nổi bật sự cần thiết phải đánh giá một cách nghiêm túc từng công ty hoặc quỹ như một phương tiện để hoàn



thành mục tiêu của chính phủ. Đánh giá này cần cụ thể hơn nhiều một đánh giá đơn giản về tính khả thi của một kế hoạch kinh doanh hoặc biên bản ghi nhớ về cơ hội phát hành riêng (Private Placement Memorandum - PPM). Trong thực tế, những rắc rối pháp lý, danh mục dài các dự án được nhận tài trợ của chính phủ, hoặc thiếu kinh nghiệm phù hợp thậm chí sẽ không được nêu ra trong văn bản đề xuất với chính phủ. Tất nhiên, các nhà đánh giá dễ dàng quy kết những thất bại này là do các yếu tố có bản chất rủi ro cao của quá trình khởi nghiệp. Nhưng đến một mức độ nhất định, các tổ chức thiếu năng lực có thể không được chấp nhận bằng cách nhấn mạnh hơn vào các dấu hiệu khác trong quá trình lựa chọn. Các công nghệ trong danh mục đầu tư của các công ty đầu tư mạo hiểm có thể có độ rủi ro cao, nhưng rủi ro của nhóm khởi nghiệp hoặc công ty đầu tư mạo hiểm phải được giảm thiểu. Bất kể mức độ đổi mới và tính khả thi của danh mục đầu tư mạo hiểm như thế nào, nếu có những yếu tố bất lợi này, quỹ sẽ khó có thể thành công.

Tóm lại, nghiên cứu cho thấy rằng các quan chức chính phủ nên xem xét một cách cẩn trọng các công ty và các quỹ đầu tư mạo hiểm tham gia vào các chương trình công. Các công ty không đạt yêu cầu có thể bị loại nếu các quan chức chính phủ tiến hành đánh giá toàn diện hiệu suất trước đây của công ty và kiểm tra các kết quả hữu hình trong việc thực hiện các tài trợ của chính phủ trước đó.

Một minh họa cho sự thất bại trong việc đánh giá các công ty là kinh nghiệm của Celltech của Anh. Công ty công nghệ sinh học ban đầu được chính phủ thuộc Đảng Lao động tài trợ vào năm 1980. Khoản đầu tư này một phần nhằm hiện thực hoá kỳ vọng chung khi quốc gia này đang tụt hậu so với Mỹ trong lĩnh vực công nghệ sinh học mới nổi.

Ban đầu được Ủy ban Doanh nghiệp quốc gia tài trợ, sau đó, dưới áp lực của chính phủ, Celltech được một số tập đoàn tài chính và công nghiệp hàng đầu “cung cấp” vốn. Mặc dù nhận được các khoản tài trợ công hào phóng và quyền ưu tiên tiếp cận công nghệ, Celltech đã không thành công trong phần lớn

lịch sử của nó. Công ty đã thuê các viện nghiên cứu tiên tiến của Anh và xây dựng các phòng thí nghiệm hiện đại, đồng thời tham gia vào các liên minh với các công ty hàng đầu của Anh. Tuy nhiên, sau một thập kỷ, các công nghệ của công ty mới chỉ tiếp cận gần hơn với thương mại hóa so với khi Celltech bắt đầu hoạt động. Các nhà đầu tư bên ngoài đổ lỗi cho đội ngũ quản lý quá tập trung vào nghiên cứu khoa học và sự thiếu trách nhiệm giải trình đối với chính phủ và các cổ đông liên quan.

Một đội ngũ quản lý mới được bổ nhiệm và một khoản tài trợ công ổn định hơn lại được rót cho Celltech. Mặc dù vậy, các lợi ích mang lại cho ngành công nghiệp Anh là không đáng kể. Một trong những yếu tố then chốt trong chiến lược của công ty là khai thác khả năng tiếp cận thị trường vốn của mình để thu tóm các công ty nhỏ hơn của Anh. Trong một số trường hợp, những giao dịch này đã đưa Celltech đến với các sản phẩm mà nó có thể phát triển và tiếp thị, trong nhiều trường hợp (như việc mua lại RibosePharm của Celltech và sáp nhập với Chiroscience), những giao dịch này phản tác dụng.

Trong một số trường hợp, công ty bị mua lại được tách ra một lần nữa và trở nên yếu kém hơn một vài năm sau đó; trong các trường hợp khác, việc phát triển các loại dược phẩm của công ty được mua lại không có tiến triển hoặc chậm lại.

Cuối cùng, Celltech đã được một công ty dược phẩm nổi tiếng của Bỉ là UCB (Union Chimique Belge) mua lại vào năm 2004 với giá hơn hai tỷ USD. Nhiều nhà quan sát cho rằng đây là một kết thúc đáng thất vọng. Mặc dù chính phủ Anh quyết định không theo đuổi sáng kiến Celltech nhưng liệu việc tiếp cận ưu đãi và việc mua lại sau đó các công ty triển vọng của công ty đang gặp khó khăn này có làm cho nền kinh tế Anh mất đi hàng tỷ bảng Anh vào các cơ hội kinh tế bị bỏ lỡ.

**(Còn nữa)**

*N.L.H. (Boulevard of Broken Dreams: Why Public Efforts to Boost Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed and What to Do about It, 2009)*