

# KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 22.2018



## TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Grand Harvest Day 2018:  
Điểm lại những đóng góp của  
IPP cho hệ sinh thái khởi nghiệp
- 02 RW2TW: Startup Việt thắng tiến  
thị trường Malaysia
- 03 VIISA kết nối startup gọi vốn  
đầu tư
- 04 Luật An ninh mạng có hiệu lực từ  
1/1/2019

## KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Adtop: Nền tảng cho quảng cáo
- 06 Hệ sinh thái đổi mới mở tạo môi  
trường hỗ trợ doanh nghiệp cùng  
phát triển (P2)

## KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Các giai đoạn phát triển của  
doanh nghiệp khởi nghiệp đổi  
mới sáng tạo (P1)



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

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



# GRAND HARVEST DAY 2018: ĐIỂM LẠI NHỮNG ĐÓNG GÓP CỦA IPP CHO HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP

*Ngày 6/7/2018 tại Khách sạn JW Marriott, Hà Nội, Chương trình Đối tác đổi mới sáng tạo Việt Nam - Phần Lan giai đoạn 2 (IPP2) tổ chức Sự kiện IPP Grand Harvest Day 2018. Đây cũng là một trong các hoạt động hướng tới kỷ niệm 45 năm ngày thiết lập quan hệ ngoại giao giữa hai nước Việt Nam và Phần Lan.*

Tham dự Sự kiện có ông Chu Ngọc Anh, Ủy viên Trung ương Đảng, Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ; ông Trần Quốc Khánh, Thứ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ - Trưởng ban chỉ đạo Chương trình IPP2 và đại diện các đơn vị trực thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ và các Bộ Ngoại giao, Kế hoạch và Đầu tư, Tài chính, Giáo dục và Đào tạo, Lao động - Thương binh và Xã hội, các Sở Khoa học và Công

nghệ, các trường đại học đối tác của IPP2.

Về phía khách mời quốc tế, có sự tham dự của ông Kari Kahiluoto, Đại sứ Phần Lan tại Việt Nam; đại diện Bộ Ngoại giao Phần Lan, Đại sứ quán Phần Lan tại Việt Nam, đại diện một số đại sứ quán và tổ chức quốc tế đã hợp tác và hỗ trợ Chương trình IPP2 trong thời gian qua.

Tham dự Sự kiện còn có khoảng 250 đại biểu đại

diện cho các thành phần của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST) Việt Nam, các tiểu dự án, các trường đại học, tổ chức và cá nhân đã và đang tham gia các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo do Chương trình IPP2 tổ chức trong 4 năm qua.

IPP2 là Chương trình Hỗ trợ Phát triển Chính thức (ODA) được chính phủ Việt Nam và chính phủ Phần Lan đồng tài trợ thực hiện trong 4.5 năm (3/2014-10/2018) với tổng ngân sách của Chương trình là 11 triệu Euro, trong đó Chính phủ Phần Lan tài trợ 9.9 triệu Euro, phần đối ứng của Chính phủ Việt Nam là 1.1 triệu Euro. Chương trình được thiết kế gồm 3 cấu phần chính: Phát triển môi trường thể chế và xây dựng năng lực về ĐMST; thiết lập quan hệ đối tác ĐMST và hỗ trợ các dự án khởi nghiệp sáng tạo.

Báo cáo kết quả của IPP2, ông Lauri Laakso, Cố vấn trưởng Dự án cho biết: "Trong những năm qua, IPP2 đã tiên phong thử nghiệm các mô hình mới trong đào tạo, xây dựng năng lực và hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo ở Việt Nam, thúc đẩy sự phát triển lành mạnh của hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo, làm cơ sở phát triển lực lượng doanh nghiệp sáng tạo tăng trưởng nhanh, đóng góp cho sự phát triển kinh tế - xã hội bền vững".

Ông cũng cho biết, các hoạt động của IPP2 đã và đang đóng góp tích cực cho việc hình thành và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo lành mạnh và bền vững ở Việt Nam. Cụ thể, IPP2 đã cung cấp các hỗ trợ tài chính và tư vấn, đào tạo cho 35 dự án khởi nghiệp, dự án phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, dự án hình thành hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo trong các trường đại học với mục đích trình diễn để nhân rộng mô hình hỗ trợ khởi nghiệp và hệ sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam.

IPP2 đã đưa các chuyên gia quốc tế giàu kinh nghiệm tham gia tư vấn, soạn thảo các chính sách có tác động lớn trong dài hạn như Chương trình 844 Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp quốc gia đến năm 2025;

## CÁC NỘI DUNG CHÍNH CỦA SỰ KIẾN:

1. Tổng kết hoạt động của IPP2 giai đoạn 2014-2018; giới thiệu các sản phẩm hỗ trợ đổi mới sáng tạo của IPP2; trình diễn kết quả các tiểu dự án;

2. Thảo luận chuyên sâu về 03 nội dung: Đào tạo, xây dựng năng lực về khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo hướng tới nền kinh tế sáng tạo; Đầu tư và tài chính cho các doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo tăng trưởng nhanh; Thúc đẩy xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo bền vững;

3. Diễn đàn mở nhằm chia sẻ thông tin về thực trạng, các thách thức hiện tại và tương lai của hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo, thảo luận các sáng kiến, giải pháp thúc đẩy phát triển cộng đồng đổi mới sáng tạo bền vững ở Việt Nam.

4. Các hoạt động kết nối hợp tác.

Luật Chuyển giao công nghệ sửa đổi; Luật Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ; đồng thời, tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn nâng cao năng lực cho gần 100 cán bộ hoạch định chính sách về khoa học, công nghệ và ĐMST của Việt Nam.

IPP2 cũng đã thực hiện nhiều hoạt động xây dựng năng lực khởi nghiệp và ĐMST theo chuẩn quốc tế cho các cá nhân, tổ chức và trường đại học tại Việt Nam. Bên cạnh đó, IPP2 còn tài trợ cho các dự án của một số trường đại học Việt Nam nhằm thử nghiệm thiết kế các chương trình đào tạo về khởi nghiệp và ĐMST phù hợp với nhu cầu của từng trường, khuyến khích sự hợp tác giữa các trường đại học, hình thành hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo trong khuôn viên đại học, góp phần thúc đẩy việc đưa chương trình đào tạo về khởi nghiệp và ĐMST vào giảng dạy tại các trường đại học Việt Nam.

Phát biểu tại sự kiện, Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ Chu Ngọc Anh khẳng định: "Đối với Bộ Khoa học và Công nghệ, trong những năm qua, IPP



*Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ Chu Ngọc Anh phát biểu tại Sự kiện*

được xem là cầu nối quan trọng trong quan hệ hợp tác giữa hai nước Việt Nam và Phần Lan trên lĩnh vực ĐMST, khởi nghiệp, khoa học và công nghệ".

Bộ trưởng cho biết: "Cho đến nay, trong xu thế hội nhập ngày càng sâu rộng với thế giới và khu vực, ĐMST đã trở thành một triết lý tiến bộ về tư duy và phát triển kinh tế - xã hội. Hướng tới một nền kinh tế phát triển dựa trên vai trò dẫn dắt của ĐMST là mục tiêu chiến lược của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có Việt Nam. ĐMST cũng đã trở thành một lĩnh vực mới thuộc đối tượng quản lý nhà nước, được Chính phủ giao cho Bộ Khoa học và Công nghệ chính thức đảm nhiệm như một chức năng, nhiệm vụ quan trọng".

Theo chia sẻ của Bộ trưởng Chu Ngọc Anh, thời gian tới, Chính phủ Việt Nam sẽ tiếp tục khẳng định cam kết mạnh mẽ thúc đẩy hoạt động khởi nghiệp ĐMST và xem đây như một giải pháp quan trọng thúc

đẩy số lượng và chất lượng doanh nghiệp Việt Nam.

Chia sẻ tại sự kiện, ông Huỳnh Kim Tước, Giám đốc điều hành của SIHUB cho biết, chúng ta không thể xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp bằng cách sao chép nguyên văn hệ sinh thái khởi nghiệp của nước ngoài hay hệ sinh thái khởi nghiệp của các địa phương khác. Để xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp, các địa phương cần chú ý một số yếu tố. Đầu tiên chúng ta cần xác định mục tiêu của địa phương là gì và chúng ta xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp như là một công cụ để đạt được mục tiêu đó. Thứ hai, chúng ta cần xác định đối tượng hưởng thụ của hệ sinh thái là ai để có các chính sách hỗ trợ phù hợp; thứ ba là cần có sự vào cuộc của các viện, trường đại học, các doanh nghiệp tập đoàn lớn; yếu tố thứ tư là vấn đề đào tạo kiến thức, kỹ năng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; và cuối cùng là chúng ta cần xác định hệ sinh thái khởi nghiệp của chúng ta đang giai

đoạn nào để chúng ta có các hành động phù hợp.

Tại IPP Grand Harvest Day, ngoài việc tổng kết hoạt động của IPP2 giai đoạn 2014-2018; giới thiệu các tài liệu hỗ trợ đổi mới sáng tạo của IPP2; trình diễn của các nhóm dự án nổi bật như ezCloud, DNES, BK-Holdings và 844 còn có phần thảo luận chuyên sâu về 03 nội dung: Đào tạo, xây dựng năng lực về khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo hướng tới nền kinh tế sáng tạo; đầu tư và tài chính cho các

doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo tăng trưởng nhanh; thúc đẩy xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo bền vững.

Hội nghị cũng là diễn đàn mở nhằm chia sẻ thông tin về thực trạng, các thách thức hiện tại và tương lai của hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo, thảo luận các sáng kiến, giải pháp thúc đẩy phát triển cộng đồng đổi mới sáng tạo bền vững ở Việt Nam và kết nối hợp tác./.



**RW2TW**  
YOUR RUNWAY TO THE WORLD

**GLOBAL STARTUP EXCHANGE PROGRAM  
VIETNAMESE STARTUPS TO MALAYSIA**  
Register by July 13<sup>th</sup>, 2018

## RW2TW: STARTUP VIỆT THĂNG TIẾN THỊ TRƯỜNG MALAYSIA

Runway To The World - Chương trình trao đổi startup giữa Việt Nam và các nước công nghệ tiên tiến như Bắc Mỹ, Tây Âu, Bắc Á và các quốc gia trong khu vực Châu Á Thái Bình Dương, là chương trình do Saigon Innovation Hub (SIHUB) thiết kế và triển khai theo định hướng kết nối toàn cầu SIHUB 2020, với sự chỉ đạo của Sở KH&CN TPHCM.

Sau 2 đợt chào đón 9 startup từ Hàn Quốc, Malaysia và Singapore sang Việt Nam tìm hiểu thị trường, xây dựng mạng lưới đối tác. Giờ đây, đã đến lúc các startup Việt cùng SIHUB lên đường chinh chiến xứ người rồi. Và điểm đến đầu tiên của chúng ta chính là Malaysia, một đất nước có nền kinh tế lớn thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á.

SIHUB chính thức thông báo tuyển startup Việt tham gia hành trình Runway To The World đầu tiên này.

**Thời gian đi Malaysia:** từ ngày 13 - 15 tháng 8, 2018

**Đơn vị tổ chức:** Saigon Innovation Hub và Malaysian Global Innovation & Creativity Centre (MAGIC)

**Số lượng startups được chọn tham gia:** 03 nhóm

**Chi phí:**

- SIHUB sẽ tài trợ vé máy bay khứ hồi (1 người/startup) và chi phí khách sạn 3 đêm (1 phòng/startup) cho 3 nhóm startups được lựa chọn tham gia.

- Startup sẽ tự chi trả: chi phí ăn uống, đi lại nội thành và các chi phí cá nhân phát sinh trong chuyến đi.

***Tiêu chí chọn lựa:***

- Founder là người có tư duy và tầm nhìn quốc tế. Đội nhóm ổn định, tập hợp đầy đủ nhân lực với các kỹ năng và trình độ chuyên môn cần thiết.

- Sản phẩm đã được thương mại hoá và đã có doanh thu trên thị trường Việt Nam.

- Sản phẩm/dịch vụ độc đáo, có khả năng phát triển diện rộng tại thị trường hay cụm thị trường đang hướng đến.

- Giao tiếp tiếng Anh lưu loát, chuyên nghiệp.

***Cách thức tham gia:***

Đăng ký tại link sau: <https://goo.gl/z223rf>

***Hạn chót đăng ký:*** 23:59, thứ Sáu, ngày

13/07/2018

***Mọi thắc mắc vui lòng liên hệ:***

Phạm Lan Anh

Program Manager,

Runway to the World in Vietnam

E-mail: [lananhpham@sihub.gov.vn](mailto:lananhpham@sihub.gov.vn)

Mobile: +84-907-938-948



## VIISA KẾT NỐI STARTUP GỌI VỐN ĐẦU TƯ

*Các startup có cơ hội tiếp cận 200.000 USD tại vòng đầu tư tiếp theo từ các quỹ tại "Ngày hội Đầu tư" vừa diễn ra tại TP HCM.*

Sự kiện do Quỹ tăng tốc khởi nghiệp Việt Nam (VIISA) tổ chức với sự tham gia của hơn 100 khách mời là nhà đầu tư, doanh nghiệp lớn, cộng đồng startup... đến từ Việt Nam, Singapore, Nhật Bản, Hàn Quốc.

3 startup xuất sắc nhất trong chương trình "Tăng tốc khởi nghiệp" khóa 3 thuộc các lĩnh vực nông nghiệp thông minh, kỹ thuật số, dịch vụ phần mềm gồm: Urbox.vn, SmartMeal và AquaGrowGreens. Đại diện các dự án đã thuyết trình sản phẩm, chiến lược kinh doanh trước hàng chục nhà đầu tư trong và ngoài nước để gọi dòng vốn tối đa 200.000 USD trong vòng đầu tư tiếp theo.

Sau quá trình đào tạo, hỗ trợ từ VIISA, AquaGrowGreens - dự án thiết kế và sản xuất các sản phẩm trồng rau thủy canh sản xuất từ vật liệu an toàn cho sức khỏe theo công nghệ Hà Lan và Nhật Bản đã xuất container hộp trồng rau mầm đầu tiên đến Nhật Bản. Trong khi đó, giải pháp quà tặng điện tử thông minh cho khách hàng cá nhân, doanh nghiệp - Urbox.vn ký được hợp đồng với hơn 20 ngân hàng, công ty cung cấp quà tặng cho các chương trình khách hàng thân thiết. Smartmeal cung cấp hơn 150.000 bữa ăn nấu bằng thực phẩm sạch, đảm bảo đủ năng lượng theo yêu cầu.

CEO UrBox - Trương Công Hiếu bày tỏ, anh và

cộng sự đã học hỏi rất nhiều trong quá trình đào tạo từ VIISA như phương pháp và tư duy đột phá; xác định đúng đối tượng khách hàng; theo dõi các chỉ số đo lường phù hợp với mô hình kinh doanh và quan trọng nhất là cách xây dựng bài thuyết trình gọi vốn thuyết phục nhà đầu tư.

Ngoài 3 startup của khóa 3, sự kiện có sự tham gia gọi vốn đầu tư vòng tiếp theo của 3 startup các khóa trước là WisePass, WeFit và CyHome với kỳ vọng kêu gọi thêm vốn để đẩy mạnh hoạt động trên toàn cầu.

Trước đó, 3 startup này đã gọi được tổng số vốn là hơn 800.000 USD. Sau khóa đào tạo, hiện WisePass mở rộng ra ngoài Việt Nam và hiện hoạt động tại 4 thành phố là TP HCM, Hà Nội, Bangkok (Thái Lan), Manila (Philippines), dự kiến sẽ có mặt tại Jakarta (Indonesia). CyHome đã trở thành đối tác cung cấp dịch vụ quản lý nhà của hơn 40 khu chung cư trên khắp Việt Nam và gần đây startup này đã mở rộng nền tảng dịch vụ đến Phnom Penh (Campuchia).

Ông Trần Hữu Đức, Giám đốc điều hành VIISA cho biết, qua 3 khóa đào tạo, Quỹ tăng tốc khởi nghiệp Việt Nam càng phát hiện nhiều nhà sáng lập tài năng cùng ý tưởng sáng tạo. Các startup đã trải qua những bài tập rất khắc khe, tìm mọi cách đạt các KPI đặt ra để có thể được xuất hiện trong "Ngày hội Đầu tư". "VIISA tiếp tục đồng hành cùng với sự phát triển của các startup giúp họ có được kết quả tốt nhất trong chặng đường kinh doanh của mình", ông Đức khẳng định.

VIISA do FPT Ventures, Dragon Capital và Hanwha Investment & Securities sáng lập từ tháng 1/2017, đến nay Quỹ thu hút hơn 400 start-up đăng ký tham gia. Đã tổ chức 3 "Chương trình tăng tốc" khởi nghiệp với 22 start-up tốt nghiệp. Đến nay, top 5 start-up hàng đầu của VIISA tăng doanh số bán hàng gấp 10 lần, xây dựng mạng lưới với 1300 đối tác tại 3 quốc gia và hơn 10.000 người dùng hoạt động mỗi tháng.

VIISA do FPT Ventures, Dragon Capital và Hanwha Investment & Securities sáng lập từ tháng 1/2017, đến nay Quỹ thu hút hơn 400 startup đăng ký tham gia. Đã có 18 startup được đào tạo trong chương trình "Tăng tốc" khóa 1 và 2.

Sau 1,5 năm hoạt động, VIISA thu hút 400 startup đăng ký tham gia; tổ chức 3 "Chương trình tăng tốc" khởi nghiệp với 22 startup tốt nghiệp. "Chỉ trong một thời gian ngắn như vậy, rất ít người tin rằng chúng tôi đến được giai đoạn này. Top 5 startup hàng đầu của VIISA tăng doanh số bán hàng gấp 10 lần, xây dựng mạng lưới với 1.300 đối tác tại 3 quốc gia và hơn 10.000 người dùng hoạt động mỗi tháng", ông Lê Hoàng Anh - Chủ tịch VIISA thông tin.

Cũng tại sự kiện, VIISA công bố tuyển sinh startup khóa 4 và mở hệ thống đăng ký cho các startup tại website [www.viisa.vn](http://www.viisa.vn) bắt đầu từ ngày 6/7/2018. Khóa đào tạo thứ 4 dự kiến sẽ được bắt đầu trong quý bốn năm nay./.



# LUẬT AN NINH MẠNG CÓ HIỆU LỰC TỪ 1/1/2019

*Luật An ninh mạng đã được Quốc hội biểu quyết thông qua với 423 trong tổng số 466 đại biểu có mặt tán thành (tỷ lệ 86,86%); 15 đại biểu không tán thành; 28 đại biểu không biểu quyết.*

Luật này gồm bảy chương, 43 điều quy định về hoạt động bảo vệ an ninh quốc gia và bảo đảm trật tự, an toàn xã hội trên không gian mạng; trách nhiệm của cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan.

An ninh mạng được định nghĩa là sự bảo đảm hoạt động trên không gian mạng không gây phương hại đến an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội, quyền và lợi ích hợp pháp của tổ chức, cá nhân.

Bảo vệ an ninh mạng là phòng ngừa, phát hiện, ngăn chặn, xử lý hành vi xâm phạm trong lĩnh vực này.

## **BIỆN PHÁP BẢO VỆ AN NINH MẠNG**

Điều 5 của Luật quy định các biện pháp bảo vệ an ninh mạng bao gồm: thẩm định an ninh mạng; đánh giá điều kiện an ninh mạng; kiểm tra an ninh mạng; giám sát an ninh mạng; ứng phó, khắc phục sự cố an ninh mạng; đấu tranh bảo vệ an ninh mạng; sử dụng mật mã để bảo vệ thông tin mạng; ngăn chặn, yêu cầu tạm ngừng, ngừng cung cấp thông tin mạng; đình chỉ, tạm đình chỉ các hoạt động thiết lập, cung cấp và sử dụng mạng viễn thông, mạng Internet, sản xuất và sử dụng thiết bị phát, thu phát

sống vô tuyến theo quy định của pháp luật; yêu cầu xóa bỏ, truy cập, xóa bỏ thông tin trái pháp luật hoặc thông tin sai sự thật trên không gian mạng xâm phạm an ninh quốc gia, trật tự, an toàn xã hội...

### **DOANH NGHIỆP NƯỚC NGOÀI PHẢI LƯU TRỮ DỮ LIỆU TẠI VIỆT NAM**

Nội dung này được quy định tại Điều 26 của Luật. Theo đó, doanh nghiệp trong và ngoài nước khi cung cấp dịch vụ trên mạng viễn thông, mạng internet và các dịch vụ gia tăng trên không gian mạng tại Việt Nam phải xác thực thông tin khi người dùng đăng ký tài khoản số; bảo mật thông tin, tài khoản của người dùng.

Cùng với đó, doanh nghiệp phải cung cấp thông tin người dùng cho lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng thuộc Bộ Công an khi có yêu cầu bằng văn bản để phục vụ điều tra, xử lý hành vi vi phạm pháp luật về an ninh mạng.

Doanh nghiệp trong và ngoài nước có hoạt động thu thập, khai thác, phân tích, xử lý dữ liệu về thông tin cá nhân, dữ liệu về mối quan hệ của người sử dụng dịch vụ, dữ liệu do người sử dụng dịch vụ tại Việt Nam tạo ra phải lưu trữ dữ liệu này tại Việt Nam trong thời gian theo quy định của Chính phủ.

Doanh nghiệp nước ngoài liên quan đến lĩnh vực nêu trên được yêu cầu đặt chi nhánh hoặc văn phòng đại diện tại Việt Nam.

### **TRÁCH NHIỆM CỦA DOANH NGHIỆP CUNG CẤP DỊCH VỤ TRÊN KHÔNG GIAN MẠNG**

Điều 41 của Luật quy định trách nhiệm của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ không gian mạng như sau:

Cảnh báo khả năng mất an ninh mạng trong việc sử dụng dịch vụ trên không gian mạng do mình cung cấp và hướng dẫn biện pháp phòng ngừa; xây dựng các phương án, giải pháp phản ứng nhanh với sự cố an ninh mạng, xử lý ngay các rủi ro an ninh như lỗ hổng bảo mật, mã độc, tấn công mạng, xâm nhập mạng;

Khi xảy ra sự cố an ninh mạng, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ không gian mạng ngay lập tức triển khai phương án khẩn cấp, biện pháp ứng phó thích hợp, đồng thời báo cáo với lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng theo quy định của Luật này; áp dụng các giải pháp kỹ thuật và các biện pháp cần thiết khác nhằm bảo đảm an ninh cho quá trình thu thập thông tin, ngăn chặn nguy cơ lộ lọt, tổn hại hoặc mất dữ liệu;

Nếu xảy ra hoặc có nguy cơ xảy ra sự cố lộ lọt, tổn hại hoặc mất dữ liệu thông tin người sử dụng, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ không gian mạng cần lập tức đưa ra giải pháp ứng phó, đồng thời thông báo đến người sử dụng và báo cáo với lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng theo quy định của Luật này; phối hợp, tạo điều kiện cho lực lượng chuyên trách bảo vệ an ninh mạng trong hoạt động bảo vệ an ninh mạng./.



## ADTOP: NỀN TẢNG CHO QUẢNG CÁO

Quảng cáo trực tuyến - với lợi thế không giới hạn về thời gian và phạm vi địa lý, đang giúp các doanh nghiệp tiếp cận được với nhiều đối tượng khách hàng hơn, mở rộng thị trường và thu được lợi nhuận không hề nhỏ. Do ngày càng có nhiều doanh nghiệp đầu tư cho quảng cáo trực tuyến, nên cạnh tranh cũng ngày càng trở nên khốc liệt hơn, không chỉ về mặt hình thức mà còn phải đa dạng hóa cách thức quảng cáo để thu hút khách hàng.

Với khát khao khởi nghiệp nhằm xây dựng một công ty quảng cáo trực tuyến hàng đầu Việt Nam - Nguyễn Văn Vũng, CEO của Adtop, đã thử thách bản thân trong lĩnh vực này từ khi anh còn là chàng sinh viên năm thứ 2 trường Đại học Mở Địa chất Hà Nội.

Trong một lần kinh doanh liên quan đến quảng

cáo trực tuyến, Vũng đã kiếm được số tiền 17 triệu đồng. Cho rằng đây là hướng đi đúng và phù hợp, năm 2007 khi vừa tròn 20 tuổi, Vũng đã rủ 2 người bạn thành lập trang thương mại điện tử có tên Tonvinhthuonghieu.com với số vốn gần 100 triệu đồng. Mặc dù có sự nhiệt huyết và đam mê, nhưng do thiếu kinh nghiệm và kiến thức về kinh doanh, dự án đi vào bế tắc. Sau 1 năm dự án đã bị thất bại. Điều còn lại duy nhất với nhóm là món nợ gần 100 triệu đồng. Và gia đình đã giúp anh trang trải nợ nần mặc dù thời điểm đó rất khó khăn.

Khởi nghiệp sớm do đam mê, nhưng gặp phải cú ngã đầu đời, chàng trai rút ra bài học và đã luôn cố gắng không làm ảnh hưởng đến gia đình của mình.

Và một lần nữa Vũng quyết định nghỉ học để bắt đầu hành trình startup lần thứ 2. Khi đó gia đình phát

hiện anh bỏ học giữa chừng và không còn đặt niềm tin vào anh nữa, vấn đề khó khăn chồng chất sẽ khiến anh chùn bước.

Vững chia sẻ: “Tôi phải tự tạo động lực cho chính mình bởi chẳng ai tin mình nữa. Thực ra còn một người duy nhất tin tôi - đó là chính bản thân mình! Năm 2009, bố mẹ bắt tôi về quê nhưng tôi nghĩ chẳng lẽ tôi lại phải chết đi ở nơi này. Do đó, tôi chỉ về nhà 2 tháng cuối năm, sau Tết tôi quyết tâm lên Hà Nội làm lại một lần nữa”.

Đó là quãng thời gian có thể coi là hành trình vượt lên chính mình của CEO Adtop. Có thời điểm chàng thanh niên trẻ tuổi phải xin vài nghìn đồng chỉ để mua mẩu bánh mì ăn cho đỡ đói. 23 tuổi không bằng cấp, không tài sản, không kinh nghiệm, anh đã rất khó khăn để chứng minh mình xứng đáng và thuyết phục nhà tuyển dụng chọn mình. Cũng có lúc anh thoáng có cảm giác muốn buông xuôi bởi khó khăn, áp lực và thất bại quá nhiều. Sau phút chạnh lòng, Vững lại tự nhắc nhở bản thân về hoài bão lớn phía trước và lấy lại tinh thần để bước tiếp. Và rồi, quyết định đã mở ra một trang mới trong cuộc đời người thanh niên tỉnh lẻ, anh bỏ lại tất cả và khăn gói vào Sài Gòn lập nghiệp năm 2010.

Để có thể tồn tại, Vững mạnh dạn nộp hồ sơ vào công ty cổ phần MOCAP Việt Nam (một công ty của Nhật Bản chuyên cung cấp các dịch vụ chăm sóc khách hàng (call-center) và các dịch vụ thuê ngoài – BPO) trong khi không hề có bằng cấp gì. Nhằm lấp khoảng trống đó, Vững đã dành một tuần nghiên cứu về công ty và xây dựng chiến lược, kế hoạch tỉ mỉ, cụ thể để phát triển công ty. Thật may mắn, anh đã là một trong số ít hồ sơ được tuyển dụng. Nắm bắt cơ hội, anh đã chứng tỏ năng lực của mình ở công ty và được giữ lại tại Chi nhánh TP Hồ Chí Minh. Làm việc trong môi trường mới với sự phát triển của các ngành dịch vụ đã khiến Vững quyết tâm khởi nghiệp lần thứ 2 trong lĩnh vực quảng cáo.

Năm 2011, Vững đã khởi xướng thành lập công ty Adtop (viết tắt của Top Online Advertising) với mục tiêu xây dựng một công ty quảng cáo trực tuyến mạnh, và sẽ là một công ty dịch vụ truyền thông quảng cáo lớn của nhiều kênh quảng cáo. Adtop bao gồm có cả mảng agency lẫn mảng sản phẩm.

Nhớ lại những ngày đầu thành lập, Vững chạy đến từng quán cafe để xin lắp wifi quảng cáo cho các công ty đối tác. Đó là quãng thời gian không thể tin nổi của CEO Adtop, thứ còn lại của anh duy chỉ có ý chí, sự lạc quan và suy nghĩ mọi chuyện đều có cách giải quyết. Anh từng tuyên bố với những người bạn của mình rằng anh 'không bao giờ làm nhân viên, chỉ làm quản lý' và hầu hết họ đều không tin bởi ngay cả tiền ăn, tiền cà phê anh còn không có đủ. Tuy nhiên, Vững luôn tâm niệm “Cứ đi đi, rồi sẽ tới” và “Gõ cửa sẽ có người mở cửa”. Chàng thanh niên này luôn trong tinh thần chấp nhận mọi rủi ro và thử thách.

Vững cho biết: “Bản thân các Agency (các công ty dịch vụ, cung cấp các dịch vụ như quảng cáo, marketing...) không có sự khác biệt lớn mà thường cạnh tranh về dịch vụ, thương hiệu và giá cả. Để thu hút khách hàng, Adtop tập trung cho cả 3 yếu tố đó. Adtop mang đến cho các khách hàng một chất lượng dịch vụ hiệu quả, tận tâm, hỗ trợ 24/7 kể cả các buổi tối hoặc ngày nghỉ cuối tuần. Adtop cũng luôn cố gắng xây dựng hình ảnh một công ty uy tín với mức giá hợp lý. Đồng thời để cạnh tranh, Adtop cũng phát triển các hệ thống nội bộ để hỗ trợ tối ưu quảng cáo cho khách hàng”.

## **NHỮNG THÀNH QUẢ VÀ CHIẾN LƯỢC TƯƠNG LAI**

Sau 7 năm miệt mài nỗ lực, Vững và công ty đã có những thành công nhất định với nhiều hợp đồng từ các công ty lớn nhờ áp dụng công nghệ thông tin và các thuật toán giúp tối ưu hóa việc kiểm soát chi phí và hiệu suất quảng cáo của doanh nghiệp.

Từ hợp đồng quảng cáo đầu tiên có giá trị chưa



*Nguyễn Văn Vững, CEO của Adtop*

đến 20 triệu đồng, sau 5 năm, công ty của Vững đã phát triển với nhiều thành quả nhất định, có nhiều hợp đồng lên đến hàng tỷ đồng từ các công ty lớn, doanh thu hàng năm ở mức triệu USD. "Một con số đáng để tự hào trong khi ngành quảng cáo trực tuyến khá phân mảnh, cạnh tranh khốc liệt với hàng trăm công ty lớn nhỏ khác nhau", Vững chia sẻ.

Theo Vững, Adtop phát triển được đến hôm nay nhờ các thành viên trong công ty luôn nỗ lực, sáng tạo và cải tiến dịch vụ không ngừng, đã phát triển những sản phẩm để ứng dụng cho khách hàng. Mỗi sản phẩm đều được cải tiến dựa trên nhu cầu thực tế của thị trường chứ không phải sao chép từ đối thủ cạnh tranh.

Có được thành công như hiện nay, Vững vẫn luôn nhớ về những khó khăn mà bản thân đã gặp phải. Để chính những khó khăn đó trở thành bài học kinh nghiệm cho bản thân, cũng như cho những người trẻ đang khởi nghiệp hiện nay.

"Khởi nghiệp luôn có nhiều khó khăn nhưng khó

khăn lớn nhất đó là xây dựng được một đội ngũ nhân sự ưu tú. Bởi con người là nguồn gốc của thành công và những người giỏi luôn có nhiều sự lựa chọn ở các công ty khác nhau. Làm cách nào để có thể thu hút, giữ chân được người tài và phát huy tối đa được năng lực của họ? Tiền không phải là vấn đề quan trọng nhất. Chúng tôi tập trung xây dựng hai yếu tố, bao gồm văn hóa công ty và các cơ hội thăng tiến. Theo đó chúng tôi có triết lý: "theo đuổi sự ưu tú, thành công theo đuổi bạn". Chúng tôi phỏng vấn khắt khe để lựa chọn nhân sự phù hợp ngay từ đầu. Đồng thời, tạo cho nhân sự các cơ hội thăng tiến và phát triển bản thân nhanh hơn so với nhiều công ty khác...", Vững chia sẻ.

Với kinh nghiệm của bản thân, theo anh để khởi nghiệp thành công thì cần có một tầm nhìn rõ ràng và dài hạn trên 5 năm, nỗ lực gấp 2-3 lần so với đối thủ cạnh tranh. Bên cạnh đó phải kiên trì và kiên định vào con đường mình đi. Chia sẻ về khởi nghiệp Vững cho biết: "Khách hàng luôn thông minh, bạn hãy luôn cố

gắng mang đến giá trị lớn hơn kỳ vọng của họ, khi đó bạn sẽ có tiền. Thất bại thì làm lại, làm đến khi nào có thể thành công. Tuy nhiên, bạn nên nhớ luôn để cho mình một con đường lui để có thể bắt đầu lại khi cần. Và cuối cùng, muốn thành công luôn cần có thiên thời, địa lợi và nhân hòa”.

Về định hướng sắp tới, Vững cho biết Adtop đang trong quá trình thực hiện mục tiêu lọt TOP các công ty quảng cáo lớn nhất Việt Nam và mở rộng thị trường ra Đông Nam Á, và trở thành công ty toàn cầu. “Tôi tin mục tiêu này sẽ sớm đạt được. Chúng

tôi đang hoàn thiện thủ tục pháp lý để mở công ty Bigbom tại Singapore. Từ trước đến nay, các công ty Việt Nam chủ yếu sử dụng các công nghệ quảng cáo nước ngoài. Adtop đặt mục tiêu ngược lại, các nhà quảng cáo Việt Nam sẽ sử dụng công nghệ của Việt Nam và mang công nghệ của mình ra thị trường thế giới thông qua nền tảng Bigbom tại Singapore”, Vững tin tưởng về ước mơ của mình.

***Minh Phương***



## HỆ SINH THÁI ĐỔI MỚI MỞ TẠO MÔI TRƯỜNG HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP CÙNG PHÁT TRIỂN (P2)

Đổi mới mở có thể gặp nhiều trở ngại và có những tác động khác nhau khi được thực hiện bởi các công ty/tập đoàn lớn hoặc các doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNNVV). Nói chung, các công ty lớn được cho là thực hiện Đổi mới mở hiệu quả hơn vì họ có vị thế tốt hơn trong việc điều phối các mối quan hệ hợp tác nghiên cứu và có nhiều quyền lực hơn trong việc: (1) thiết lập các kế hoạch của các tập đoàn lớn; (2) xác định lợi ích rõ ràng cho từng đối tác; và (3) thúc đẩy và lan tỏa tinh thần Đổi mới mở trong khắp ngành công nghiệp. Hơn nữa, các công ty lớn sẽ dễ dàng trao vai trò chủ đạo cho việc quản lý nguồn nhân lực nhằm đạt được các mục tiêu của Đổi mới mở và thích ứng với một tầm nhìn dài hạn, tập trung

vào cả lợi ích ngắn hạn của các liên minh công nghệ và các mục tiêu tương lai. Tuy nhiên, các công ty lớn cũng có thể phải đối mặt với những thách thức quản lý để đảm bảo Đổi mới mở được kiểm soát và tạo ra lợi ích đồng thời vẫn đảm bảo tính liên tục của hoạt động kinh doanh.

Các DNNVV với cơ cấu và tổ chức của mình, có thể thiếu kỹ năng quản lý và kỹ thuật để thực hiện thành công Đổi mới mở. Đặc biệt, những hạn chế cơ cấu, chẳng hạn như thiếu các nguồn lực tài chính, ít ảnh hưởng tới thị trường, các hoạt động NC&PT kém chuyên nghiệp, danh mục đổi mới nhỏ và thiếu năng lực hoạch định và quản lý NC&PT khi so với các công ty lớn sẽ tạo thành một trở ngại cho việc thực hiện

Đổi mới mở. Hơn nữa, năng lực nội bộ kém (ví dụ: những khả năng cần thiết để chuyển đổi sáng chế thành sản phẩm và quy trình sáng tạo) và không có nền tảng năng lực đa ngành cũng có thể khiến các DNNVV áp dụng các phương pháp không phù hợp trong việc tổ chức các quy trình đổi mới. Bù lại, cơ cấu gọn nhẹ của DNNVV làm tăng khả năng thích ứng nhanh với những biến động môi trường và thích ứng với những mô hình kinh doanh mới.

Từ những khác biệt về cơ cấu, tích hợp các DNNVV vào các hệ sinh thái mở do các công ty lớn tạo ra có thể là một lựa chọn phù hợp cho các DNNVV. Cụ thể, hợp tác đổi mới với các công ty lớn có thể cho phép DNNVV tiếp cận nguồn tri thức bên ngoài để phát triển các công nghệ mới, khám phá những ý tưởng kinh doanh mới và thương mại hoá sản phẩm mới. Một hệ sinh thái đổi mới mở có thể cung cấp cho các DNNVV nguồn hỗ trợ tài chính, bảo vệ họ với các đối thủ cạnh tranh thông qua tăng cường năng lực sở hữu trí tuệ, tiếp cận tới các tài sản bổ sung ví dụ như các cơ sở sản xuất, kiến thức về thị trường bổ sung và các kênh phân phối mới (ví dụ đổi mới mô hình kinh doanh). Từ những điểm nêu trên, để đổi mới mở thành công, quan trọng là phải tạo ra một hệ sinh thái có khả năng mang lại lợi ích cho cả các công ty lớn lẫn các DNNVV.

Sau đây là hai trường hợp cụ thể: (1) Công ty Royal Philips của Hà Lan (Philips) là ví dụ tiêu biểu về việc một công ty lớn đã tạo ra hệ sinh thái riêng của mình (một cơ sở nghiên cứu mở) để phát triển từ một nền tảng NC&PT đóng sang một nền tảng mở; (2) Primo1D, một DNNVV được sinh ra trong hệ sinh thái của một thực thể lớn. Primo1D hưởng lợi từ việc là một phần của một hệ sinh thái lớn trước cả khi công ty khởi nghiệp này có thể tự phát triển. Nhờ đổi mới mở, cả hai trường hợp này đều thành công.

### **TẬP ĐOÀN PHILIPS HƯỞNG LỢI TỪ HỆ SINH THÁI ĐỔI MỚI MỞ**

Từ năm 2003, Philips đã áp dụng một chiến lược

đổi mới mở và mở cửa Khuôn viên công nghệ cao Eindhoven cho các công ty bên ngoài. Cụ thể, Phòng thí nghiệm nghiên cứu của Philips đã dỡ hết các “bức vách” và mở cửa đón chào các công ty công nghệ khác, các trường đại học, các viện nghiên cứu và cả nhân lực giỏi. Philips mô tả động thái này là một phần của xu hướng phát triển từ một hướng tiếp cận đổi mới đóng sang thiết lập các mối cộng tác đa dạng rồi tới một mô hình đổi mới mở gồm các chương trình nghiên cứu chiến lược chung. Các công ty tới để sử dụng cơ sở vật chất nhưng cũng đồng thời tiếp cận tới một trong những tập đoàn đa quốc gia lớn nhất Hà Lan này. Ngoài các công ty tư nhân, Philips còn thu hút các cơ quan công và góp phần tạo ra Trung tâm Holst, một trung tâm NC&PT hợp tác giữa Bỉ và Hà Lan theo hướng đổi mới mở độc lập, trên khuôn viên của Eindhoven. Trung tâm hiện có hơn 160 nhân viên.

Philips đã chủ động điều phối những thay đổi này và đặt mình vào vị trí trung tâm của những tương tác này. Những hoạt động Philips đã tiến hành bao gồm: mở khuôn viên nghiên cứu, từ đó thực hiện các hoạt động như mời các công ty, mời các cơ quan chính phủ, mời các trường đại học, ươm tạo và thúc đẩy các công ty.

Mặc dù đổi mới mở không đòi hỏi có một hệ sinh thái mang tính địa phương, nhưng trường hợp của Philips cho thấy sự gắn gũi về mặt địa lý giữ một vai trò quan trọng để tạo ra những mối quan hệ chặt chẽ hơn và cho phép đối thoại trực tiếp. Có một cơ sở vật chất là yếu tố không thể phủ nhận đã giúp Philips trong việc ứng dụng đổi mới mở và đặc biệt là để hưởng lợi từ kết quả của các hoạt động được chia sẻ giữa các đối tác.

Đổi mới mở mang lại lợi ích cho Philips trong hiện tại nhưng cũng trong tương lai. Cụ thể, Philips đã mở cơ sở nghiên cứu của mình cho các trường đại học trong một mối quan hệ hợp tác đôi bên cùng có lợi. Philips thành lập các chương trình tiến sĩ, theo đó



sinh viên sẽ sử dụng cơ sở vật chất và học hỏi từ nhân viên của Philips, đổi lại Philips có thể đào tạo “nguồn nhân lực có kỹ năng và năng lực mà Philips cần với mong muốn thuê họ sau khi kết thúc bốn năm đào tạo”. Chiến lược này nhấn mạnh vào việc thu hút và duy trì các cá nhân tài năng.

### **STARTUP PRIMO1D LỚN MẠNH NHỜ ƯƠM TẠO TRONG MÔI TRƯỜNG ĐỔI MỚI MỞ**

Primo1D là một start-up Pháp được ra đời và ươm trong khuôn viên nghiên cứu Grenoble của Hội đồng Năng lượng Nguyên tử Pháp (CEA). Trung tâm của hướng phát triển đổi mới này là công dụng của Phòng thí nghiệm Điện tử và Công nghệ Thông tin của CEA (CEA-Leti). CEA-Leti là một bộ phận của Khuôn viên Công nghệ Minatec. Minatec có chi phí ban đầu là 200 triệu Euro và đã nhận được tài sản bổ sung lên tới 150 triệu Euro.

Là nhân viên của CEA, một trong những người sáng lập Primo1D đã thành lập công ty khởi nghiệp này với vai trò là một spin-off công nghệ của CEA để thương mại hóa công nghệ được tạo ra ở bên ngoài hệ sinh thái nghiên cứu. Primo1D có giấy phép sáng

chế độc quyền về công nghệ phát triển và được cấp bằng sáng chế bên trong CEA. Primo1D được hưởng lợi từ việc thường xuyên tiếp cận tới bộ phận NC&PT và quản lý của CEA. Đổi lại, CEA được hưởng 15% doanh thu của spin-off này và Primo1D cũng trả tiền cho giấy phép bản quyền sở hữu trí tuệ thông qua một tập hợp gồm các loại phí cố định và tiền bản quyền của doanh thu trong tương lai.

Kể từ khi thành lập, Primo1D kết hợp với một chương trình khung của EU trong một dự án tạo nền tảng cho các ứng dụng dệt thông minh tiên tiến (PASTA). Dự án PASTA có 16 thành viên khác và mở rộng mạng lưới của Primo1D ra khỏi phạm vi của CEA và Minatec. Một mặt, mở cửa với hệ sinh thái địa phương và tham gia vào chương trình khung EU cho phép Primo1D tinh chỉnh các năng lực công nghệ. Mặt khác, sự tương tác của công ty này với các hệ sinh thái mở khác nhau (như cụm Techtera Lyon chuyên về lĩnh vực dệt may) cho phép Primo1D tinh chỉnh mô hình kinh doanh bằng cách tiếp cận tới nguồn tri thức về thị trường chủ chốt.

Từ hai trường hợp nêu trên, có thể nêu ra một số

nguyên tắc đổi mới mở đối với việc tạo ra một hệ sinh thái giá trị. Thứ nhất, các công ty nên tập trung những nỗ lực vào hệ sinh thái của mình. Nếu những công ty này phát triển các công nghệ không thực sự cần thiết cho mô hình kinh doanh của mình, thì họ vẫn có thể được lợi từ việc bán giấy phép sử dụng các công nghệ này; hoặc họ có thể phát triển một mô hình kinh doanh mới để đáp ứng công nghệ mới này và xác định những hướng mới cho sự phát triển bền vững trong tương lai. Có một hệ sinh thái nơi mà một công ty có thể thoải mái chia sẻ các ý tưởng và sự tiến bộ của mình sẽ giúp cho công ty đó quyết định được cách thức khai thác các công nghệ không dùng tới (không cốt lõi) thông qua các mô hình kinh doanh mở.

Thứ hai, các công ty nên tìm cách để hưởng lợi từ hệ sinh thái của mình. Bảo vệ sở hữu trí tuệ cho phép các công ty kiếm tiền từ một số ý tưởng họ cho đi, hay nằm ngoài chuỗi giá trị của công ty. Vì vậy, lựa chọn một hệ sinh thái và các thành viên của nó trở thành vấn đề quan trọng: có các đối tác tin cậy trong hệ sinh thái sẽ làm giảm những lo ngại về việc bảo hộ sở hữu .

Thứ ba, các công ty phải biết trao và nhận. Tạo một hệ sinh thái không có nghĩa là công ty chỉ nhận. Thay vì thế, đổi mới mở hoạt động tốt hơn khi mọi thành viên của hệ sinh thái đều tích cực tham gia.

**(Còn nữa)**  
*Phuong Anh*



# CÁC GIAI ĐOẠN PHÁT TRIỂN CỦA DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

Khởi nghiệp là một quá trình đầy thách thức và chông gai với những thành công và thất bại, với nhiều rủi ro tiềm ẩn và rất nhiều thử nghiệm. Bắt đầu từ bản tin này, chúng tôi sẽ giới thiệu cuốn sổ tay khởi nghiệp của Dự án Springboard. Đây là dự án do các đối tác từ Phần Lan, Estonia và Latvia khởi xướng nhằm thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp khởi nghiệp giai đoạn đầu, cung cấp các cơ hội kết nối xuyên biên giới và hỗ trợ kinh doanh. Cuốn sổ tay này sẽ cung cấp những thông tin chi tiết về cách thức khởi động và điều hành một doanh nghiệp thành công.

Để cung cấp thông tin một cách toàn diện đến cộng đồng khởi nghiệp, chúng tôi bổ sung thêm một số thông tin từ các tài liệu hướng dẫn của các tổ chức khác như City Bank, Văn phòng Phát triển công nghệ của Đại học Harvard ...

## THẾ NÀO LÀ MỘT DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP?

Đầu tiên chúng ta cần hiểu tại sao một số doanh nghiệp được coi là những doanh nghiệp khởi nghiệp có tiềm năng tăng trưởng cao trong khi những doanh nghiệp khác thì không được đánh giá như vậy. Một doanh nghiệp khởi nghiệp thường là một doanh nghiệp tăng trưởng nhanh, mới nổi nhằm đáp ứng

một nhu cầu thị trường bằng cách phát triển một mô hình kinh doanh khả thi để tạo ra sản phẩm, dịch vụ, quy trình hoặc nền tảng đổi mới sáng tạo. Doanh nghiệp khởi nghiệp thường là một doanh nghiệp, chẳng hạn một doanh nghiệp nhỏ, một quan hệ đối tác hoặc một tổ chức được thiết kế để phát triển hiệu quả và hiện thực hoá một mô hình kinh doanh có thể mở rộng. Các doanh nghiệp khởi nghiệp thường hoạt

động với các nguồn lực rất hạn chế để tìm mô hình kinh doanh có thể lặp lại và có khả năng mở rộng để phát triển ra toàn cầu.

Các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể có tất cả các loại hình và quy mô. Một số nhiệm vụ quan trọng của các doanh nghiệp khởi nghiệp là xây dựng một nhóm đồng sáng lập để đảm bảo các kỹ năng quan trọng, bí quyết, nguồn tài chính và các yếu tố khác để tiến hành nghiên cứu trên thị trường mục tiêu. Thông thường, một doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ bắt đầu bằng cách xây dựng một sản phẩm khả thi tối thiểu đầu tiên (MVP), một mẫu thử nghiệm, để xác nhận, đánh giá và phát triển các ý tưởng hoặc các khái niệm kinh doanh mới. Bên cạnh đó, những người sáng lập doanh nghiệp khởi nghiệp cần nghiên cứu để có sự hiểu biết sâu sắc hơn về các ý tưởng, công nghệ hoặc khái niệm kinh doanh và tiềm năng thương mại của chúng. Nhóm sáng lập doanh nghiệp khởi nghiệp phải là một nhóm các nhà sáng tạo, luôn tìm kiếm các thị trường, sản phẩm hoặc dịch vụ và khách hàng mới, để thử nghiệm và triển khai các ý tưởng của họ một cách nhanh chóng và tiết kiệm chi phí nhất có thể.

### **CÁC ĐẶC ĐIỂM CHÍNH CỦA MỘT DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP**

Có nhiều chỉ số liên quan đến tăng trưởng và hiệu suất giúp phân biệt liệu ý tưởng kinh doanh và kế hoạch thực hiện của bạn có thể được xem là thành lập một doanh nghiệp khởi nghiệp hay không. Các đặc điểm phổ biến nhất của một doanh nghiệp khởi nghiệp bao gồm:

- **Tiềm năng tăng trưởng cao** - Ý tưởng kinh doanh của bạn dựa trên giả thuyết không chắc chắn, nhưng bạn đã biết rõ nhu cầu trên thị trường và nếu việc thực hiện hoạt động như dự định, sản phẩm hoặc dịch vụ có thể thu hút nhiều khách hàng tiềm năng. Tăng trưởng cao vừa là tiềm năng cũng vừa là kết quả của việc thực hiện nhanh chóng ý tưởng của bạn, có nghĩa là sản phẩm hoặc dịch vụ có thể được

tung ra thị trường một cách nhanh chóng đồng thời mang lại lực kéo mạnh mẽ.

- **Khả năng mở rộng** - Mô hình kinh doanh của bạn được xây dựng để sản phẩm hoặc dịch vụ có thể được cung cấp cùng một lúc ở nhiều thị trường khác nhau. Có thể có một số tùy chỉnh trong mô hình chuyển đổi khách hàng (ví dụ: hỗ trợ khách hàng, ngôn ngữ, hậu cần, hoạt động tiếp thị), nhưng nhìn chung, thị trường toàn cầu có thể được giải quyết đồng thời với cùng một sản phẩm hoặc dịch vụ cốt lõi.

- **Nguy cơ thất bại cao** - Ý tưởng khởi nghiệp của bạn độc đáo hoặc khác biệt/tốt hơn so với các giải pháp cạnh tranh trên thị trường. Điều này làm cho việc thực hiện (làm cho khách hàng thích sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn hơn là sản phẩm hoặc dịch vụ của đối thủ cạnh tranh) không chắc chắn và đương nhiên là khá rủi ro. Một số doanh nghiệp khởi nghiệp theo dõi những câu chuyện thành công của các doanh nghiệp khác (sử dụng cùng một mô hình kinh doanh, tham gia vào cùng một thị trường, có các sản phẩm hoặc dịch vụ tương tự). Trong trường hợp này, một số rủi ro liên quan đến việc bán hàng và tiếp thị cũng có thể giảm xuống.

- **Thiếu nguồn lực** - Các công ty khởi nghiệp luôn thiếu nguồn lực (chủ yếu là thời gian và tiền bạc) vì thị trường mục tiêu của họ lớn và việc phát triển sản phẩm đòi hỏi nhiều thử nghiệm và tái triển khai. Điều quan trọng là tìm ra sự cân bằng phù hợp giữa sự phát triển và việc thực hiện. Mục tiêu cuối cùng của bạn là đạt đến giai đoạn có doanh thu nhanh chóng và tiết kiệm chi phí nhất có thể.

- **Nhiều yếu tố không chắc chắn trong mô hình kinh doanh** - Nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp cung cấp các dịch vụ hoặc sản phẩm độc đáo cho khách hàng. Đó là lý do chính tại sao mô hình kinh doanh (cách cung cấp giải pháp và kiếm tiền) không được xác định rõ ràng ngay từ đầu. Bạn cần phải kiểm tra khách hàng của bạn với các mô hình kinh doanh



khác nhau để tìm ra mô hình phù hợp nhất. Sau khi tìm ra mô hình phù hợp, việc mở rộng quy mô tương đối dễ dàng.

- **Học hỏi** - Không có một hướng dẫn đầy đủ nào giúp bạn tạo dựng một doanh nghiệp khởi nghiệp thành công (tuy nhiên có rất nhiều lời khuyên hữu ích). Việc xây dựng doanh nghiệp khởi nghiệp luôn bị thay đổi bởi các điều kiện thị trường, đầu tư, thói quen và sự phát triển của công nghệ, v.v.. Cách chắc chắn nhất để có được sự phản hồi chính xác về các hoạt động của bạn là tiến hành thử nghiệm trên thị trường thực tế với các khách hàng thực tế và các sản phẩm hoặc dịch vụ thực tế (hoặc nguyên mẫu, MVP của sản phẩm hoặc dịch vụ).

- **Phương pháp tiếp cận định hướng khách hàng** - Khách hàng là thượng đế vì họ giúp xác nhận giả thuyết của bạn, cung cấp cho bạn những phản hồi có giá trị và cuối cùng, trả tiền cho sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn. Việc tiếp cận khách hàng mục tiêu của bạn có thể là một quá trình khó khăn nhưng cần phải thực hiện càng sớm càng tốt. Nếu bạn muốn tiết kiệm thời gian và tiền bạc, hãy gặp gỡ các khách hàng của bạn thậm chí trước khi nhóm khởi nghiệp nóng cốt của bạn hài lòng với MVP hoặc mẫu thử nghiệm đã được xây dựng. Khách hàng sẵn

sàng tham gia vào quá trình phát triển sản phẩm và thực sự hào hứng cung cấp cho bạn thông tin phản hồi có giá trị.

- **Các kế hoạch tài trợ cho tăng trưởng khác nhau** - Để hỗ trợ cho quá trình phát triển sản phẩm và giúp doanh nghiệp khởi nghiệp có thể tăng trưởng nhanh chóng, bạn có thể sử dụng tiền từ bên ngoài. Các khoản tiền này có thể dưới dạng khoản vay, khoản đầu tư, trợ cấp, giải pháp huy động vốn từ cộng đồng, v.v.. Điều quan trọng là bạn phải theo dõi các nguồn tài chính này và tỷ lệ hiệu suất và tìm hiểu càng nhanh càng tốt nếu cần thêm vốn. Việc huy động vốn có thể là một quá trình lâu dài và việc bắt đầu vào đúng thời điểm có thể tạo ra tất cả những khác biệt.

- **Tâm quan trọng của nhóm/người sáng lập** - Nhóm nòng cốt của một doanh nghiệp khởi nghiệp là tài sản lớn nhất của doanh nghiệp. Có hai điều quan trọng đối với các nhóm khởi nghiệp có hiệu suất cao: sự kết hợp giữa các kỹ năng chuyên nghiệp khác nhau cần thiết để xây dựng sản phẩm hoặc khởi chạy dịch vụ và những điểm tương đồng trong các kỳ vọng và mô hình làm việc của các thành viên trong nhóm. Khi một doanh nghiệp khởi nghiệp chưa tung ra sản phẩm hoặc dịch vụ và chưa đạt đến giai đoạn

doanh thu, giá trị của doanh nghiệp chỉ có thể được ước tính bởi hiệu suất của nhóm. Đây cũng là điều quan tâm số một đối với các nhà đầu tư bên ngoài.

## **NHỮNG KHÁC BIỆT CHÍNH GIỮA DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP VÀ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA**

Việc thiết lập và phát triển một doanh nghiệp khởi nghiệp có thể thường rất khác với việc vận hành một doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) truyền thống. Sự khác biệt chính có thể được chỉ ra như sau:

### **• Tăng trưởng và khả năng mở rộng**

Các doanh nghiệp khởi nghiệp khác với các doanh nghiệp truyền thống chủ yếu bởi chúng được thiết kế để tăng trưởng nhanh chóng, có nghĩa là họ có thứ gì đó có thể bán cho một thị trường rất rộng lớn. Đối với hầu hết các DNNVV, điều này không đúng như vậy. Đây cũng là một trong những lý do, phần lớn các doanh nghiệp khởi nghiệp là những doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ cao. Các doanh nghiệp trực tuyến có thể dễ dàng tiếp cận thị trường rộng lớn hơn vì mọi người có thể mua hoặc sử dụng sản phẩm của bạn mọi lúc, mọi nơi và trong mọi hoàn cảnh. Tính năng đặc biệt của hầu hết các doanh nghiệp khởi nghiệp là chúng không bị hạn chế bởi các yếu tố này. Theo nhà đầu tư và doanh nhân thiên thần Paul Graham, “đó là sự khác biệt giữa Google và một tiệm cắt tóc. Một tiệm cắt tóc không có quy mô như vậy”. Để phát triển nhanh chóng, bạn cần phải tạo ra thứ gì đó bạn có thể bán cho một thị trường rất lớn. Nói chung, để điều hành một DNNVV, bạn không cần một thị trường lớn. Bạn chỉ cần một thị trường để có thể tiếp cận và phục vụ tất cả những người trong thị trường của bạn.

### **• Mối quan hệ với tài trợ**

Ngoài việc có những cách suy nghĩ khác nhau về tăng trưởng, các doanh nghiệp khởi nghiệp tìm kiếm đầu tư tài chính khác với hầu hết các DNNVV. Các

doanh nghiệp khởi nghiệp có xu hướng dựa vào vốn thông qua các nhà đầu tư thiên thần hoặc các công ty đầu tư mạo hiểm, trong khi các hoạt động của các DNNVV có thể dựa vào các khoản cho vay và trợ cấp, chỉ dựa trên dòng doanh thu của họ. Điều thú vị về vốn mạo hiểm là những người cung cấp nó, có xu hướng có vai trò tích cực hơn trong bất kỳ doanh nghiệp nào họ đang đầu tư. Trong khi một DNNVV được cấp một khoản trợ cấp hoặc cho vay đôi khi có thể cần phải báo cáo lại cho ngân hàng của họ, một doanh nghiệp khởi nghiệp với sự ủng hộ của nhà đầu tư thiên thần có lẽ sẽ nhận được sự trợ giúp nhiều hơn một chút. Họ sẽ nhận được lời khuyên từ nhà đầu tư (cuối cùng, nhà đầu tư là người có rủi ro lớn nhất) và, nếu bạn còn trẻ và thiếu kinh nghiệm, có lẽ không có gì tốt hơn sự giúp đỡ này. Điều này đặc biệt đúng đối với những nhóm hoặc cá nhân được chọn tham gia chương trình tăng tốc hoặc vườn ươm.

### **• Lập kế hoạch cho “sự kết thúc” hay chiến lược thoái vốn (exit strategy)**

Một điều bạn sẽ muốn ghi nhớ là tầm nhìn của doanh nghiệp của bạn. Nếu bạn đang thuyết trình để kêu gọi đầu tư mà không có chiến lược thoái vốn, bạn sẽ không nhận được tài trợ. Nhà đầu tư thường cần chiến lược thoái vốn vì họ cần tối đa hóa lợi nhuận đầu tư của họ. Nếu bạn vẫn muốn điều hành công ty trong thời gian 10 năm, bạn có lẽ sẽ muốn đảm bảo rằng kế hoạch thoái vốn xuất hiện dưới dạng dòng doanh thu ổn định cho phép bạn trả hết tiền cho nhà đầu tư. Phát triển “Chiến lược thoái vốn” không là vấn đề với doanh nghiệp của riêng bạn, ít nhất là cho đến khi bạn làm việc đó hoặc cho đến khi bạn thay đổi ý định về việc sở hữu doanh nghiệp này. Vấn đề là, trong một doanh nghiệp truyền thống (không phải là khởi nghiệp), bạn không cần chiến lược thoái vốn khi bắt đầu khởi sự. Bạn sẽ hoàn toàn



chịu trách nhiệm về tương lai của doanh nghiệp của bạn và điều đó sẽ tùy thuộc vào bạn cho dù bạn có vận hành nó trong suốt quãng đời còn lại hay quyết định bán, hợp nhất hoặc niêm yết trên thị trường chứng khoán.

### **TÔI CÓ THỂ TRỞ THÀNH MỘT DOANH NHÂN KHỞI NGHIỆP KHÔNG?**

Dưới đây là một số dấu hiệu cho thấy doanh nghiệp khởi nghiệp có thể là loại hình kinh doanh phù hợp cho bạn:

- **Bạn thích làm việc chăm chỉ, nhưng vẫn phải tiếp tục phấn đấu**

Rất nhiều người sáng lập startup được gọi là serial entrepreneurs - doanh nhân thành lập nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp. Nếu bạn muốn thấy nhiều ý tưởng trở thành hiện thực, một doanh nghiệp khởi nghiệp có thể là một cách tiếp cận tốt hơn. Đương nhiên, điều này đòi hỏi bạn cần duy trì sức khỏe và năng lực để làm việc một cách cật lực. Doanh nghiệp khởi nghiệp của bạn sẽ có tuổi thọ 5 năm và sẽ giảm xuống nếu bạn làm cho nó phát triển nhanh chóng. Nếu đó là vấn đề với bạn, bạn có thể muốn suy nghĩ kỹ về việc bắt đầu bất kỳ loại hình kinh doanh nào.

- **Sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn (hoặc ý tưởng) có tiềm năng thị trường rất lớn**

Để phát triển nhanh chóng, bạn cần phải "suy nghĩ lớn" hoặc, như nhà đầu tư thiên thần Paul Graham nói "để sản xuất ra một cái gì đó bạn có thể bán cho một thị trường lớn". Một thị trường thực sự lớn là thị trường có hàng triệu khách hàng. Đây là một phần lý do khiến các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ cao là loại hình doanh nghiệp khởi nghiệp phổ biến nhất - dễ dàng tiếp cận hàng triệu người trên Internet, bất kể họ sống ở đâu hay họ làm kinh doanh khi nào.

- **Bạn thích nhận đầu tư và sự hướng dẫn của các chuyên gia kinh doanh**

Các vườn ươm khởi nghiệp (Incubators) và tăng tốc khởi nghiệp (accelerators) rất quan trọng đối với những người chưa bao giờ kinh doanh hay chưa bao giờ khởi nghiệp. Nếu bạn không chắc chắn về những gì cần tập trung, đây có thể là một nơi tốt để bắt đầu. Cũng vậy với các cố vấn. Có rất nhiều người xung quanh bạn làm một cái gì đó hơi giống với bạn và những người này sẵn sàng cung cấp cho bạn thông tin chi tiết và trải nghiệm. Nếu bạn sẵn sàng nhận sự hỗ trợ như vậy, và bạn làm theo sự tư vấn, có thể bạn đạt được thành công và tránh những sai lầm mà rất nhiều doanh nhân đã mắc phải trước bạn. Làm việc với các cố vấn có thể khó khăn, nhưng bạn sẽ

được đền đáp, miễn là bạn giữ một tâm trí cởi mở.

- **Bạn là một người sáng tạo.**

Trong thế giới của các doanh nghiệp khởi nghiệp, ý tưởng và sự đổi mới nhanh chóng là tất cả mọi thứ. Nhiều doanh nghiệp ngày nay đã ngừng hoạt động đổi mới trong nội bộ doanh nghiệp và thay vào đó chi hàng triệu, đôi khi hàng tỷ để mua lại doanh nghiệp khởi nghiệp làm thay công việc đổi mới cho họ. Đây là lý do tại sao nhiều nhà sáng lập của các doanh nghiệp khởi nghiệp khởi động với các chiến lược thoái vốn tập trung vào việc mua lại quyền kiểm soát. Nếu bạn thích sự đổi mới và bạn háo hức thử nghiệm nhiều ý tưởng sáng tạo của mình mọi lúc, bạn có thể là một doanh nhân khởi nghiệp.

- **Bạn có một kỹ năng đặc biệt**

Các doanh nghiệp khởi nghiệp thành công được khởi động bởi các nhóm, nhưng điều quan trọng là mỗi thành viên trong nhóm (đặc biệt là lúc ban đầu) có một kỹ năng đặc biệt giúp đạt được mục tiêu của doanh nghiệp. Kỹ năng đặc biệt cũng có nghĩa là bạn có hiểu biết sâu sắc về một hoặc hai môn học và bạn sẵn sàng để biến tri thức của mình thành sự thành công của doanh nghiệp khởi nghiệp. Việc bạn là một kỹ sư hay CEO đam mê đam mê công nghệ thông tin không thực sự quan trọng. Miễn là bạn chuyển đổi niềm đam mê thành lợi ích của doanh nghiệp, đó có thể là một thành công.

- **Bạn thích sự không chắc chắn ở một mức độ nhất định**

Việc xây dựng một doanh nghiệp khởi nghiệp thường liên quan đến giờ làm việc linh hoạt, những trở ngại không thể đoán trước, những thách thức mới. Thành lập một doanh nghiệp khởi nghiệp có nghĩa là chắc chắn bạn không chỉ làm việc 8 giờ một ngày, bên cạnh đó, tiền lương không cố định, tiền thưởng không ổn định. Bạn cũng không có đặc quyền và những giấc ngủ ngon. Vì vậy, bạn cần phải chuẩn bị cho điều đó.

*N.L.H.*

## **Sự khác nhau giữa Incubator và Accelerator**

Vườn ươm khởi nghiệp (Incubator) và tăng tốc khởi nghiệp (Accelerator) là hai mô hình khác biệt, dù chúng đều trợ giúp cho các startup nguồn lực, sự huấn luyện, đào tạo và các cơ hội phát triển. Các vườn ươm là nơi bảo trợ cho doanh nghiệp từ khi khởi nghiệp cho tới lúc trưởng thành, trong khi khóa tăng tốc khởi nghiệp chỉ trợ giúp cho doanh nghiệp khởi nghiệp trong một khung thời gian ngắn hơn, với những bài tập mang tính bắt buộc mà các doanh nghiệp phải hoàn thành nếu muốn trụ lại cho tới khi tốt nghiệp.

Về cơ bản, khóa tăng tốc khởi nghiệp khác vườn ươm ở các yếu tố: kỳ hạn hỗ trợ, mô hình hoạt động, quá trình chọn lọc doanh nghiệp, tổ chức lớp và đào tạo.

Các khóa tăng tốc khởi nghiệp có xu hướng đẩy nhanh sự tương tác giữa doanh nghiệp và thị trường, bắt buộc các doanh nghiệp phải thích nghi nhanh chóng trong một thời gian giới hạn. Trái lại, các vườn ươm thường đưa những đội quản lý từ bên ngoài đến giám sát ý tưởng kinh doanh do vườn ươm và doanh nghiệp cùng xây dựng, nhằm nuôi dưỡng, phát triển chúng qua một giai đoạn dài hơn, đồng thời vườn ươm nắm giữ một lượng cổ phần lớn hơn của doanh nghiệp.

Một điểm khác biệt nữa đó là không gian của Incubator thường rộng lớn hơn là môi trường nơi tập trung làm việc của Accelerator. Thời gian của Incubator dành cho startup thường kéo dài nhiều năm, có khi từ 3-5 năm. Trong khi thời gian của một khóa Accelerator chỉ kéo dài 4 tháng. Cổ phần của Incubator trong startup lớn hơn, thường chiếm 20% hoặc hơn, trong khi cổ phần tính cho Accelerator chỉ chiếm từ 6-10%.