

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

BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 31.2020



TIN TỨC SỰ KIỆN

01

Bộ KH&CN: Tuyển chọn đơn vị tham gia Đề án Hỗ trợ Hệ sinh thái Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (Đề án 844)

02

VTC Academy đầu tư máy chủ AI hỗ trợ HSSV khởi nghiệp

03

SIU startUP - 'Vườn ươm' khởi nghiệp của sinh viên Trường đại học Quốc tế Sài Gòn

04

Nghị định mới giảm thuế, miễn tiền thuê đất và hàng loạt ưu đãi "khủng" cho trung tâm, doanh nghiệp và cá nhân khởi nghiệp sáng tạo

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

05

Giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp thời kì đại dịch Covid-19

06

Tencent: Bí quyết thành công chính là Đổi mới sáng tạo (Bài cuối)

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

07

Khởi nghiệp xã hội dựa trên tri thức: chiến lược, xây dựng chiến lược và các mô hình kinh doanh (P1)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (024) 38262718



BỘ KH&CN: TUYỂN CHỌN ĐƠN VỊ THAM GIA ĐỀ ÁN HỖ TRỢ HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO (ĐỀ ÁN 844)

Bộ KH&CN - Từ tháng 8/2020, Đề án 844 thông báo tiếp nhận hồ sơ đăng ký thực hiện nhiệm vụ năm 2021. Các nhiệm vụ tập trung nâng cao năng lực đội ngũ sáng lập của các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST, tăng cường khả năng cạnh tranh của hệ sinh thái, cũng như thúc đẩy truyền thông và kết nối với các mạng lưới khởi nghiệp toàn cầu.

Sau hơn 4 năm triển khai, Đề án Hỗ trợ Hệ sinh thái Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia (Đề án 844) đã đồng hành cùng hơn 100 tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST) và phát triển kế hoạch triển khai Đề án tại 53 tỉnh, thành trên toàn quốc.

Theo ông Phạm Hồng Quát, Cục trưởng Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học và

công nghệ, thành viên Ban Điều hành Đề án 844: “Trong năm 2020, tính đến tháng 5, số vốn đầu tư cho doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST Việt Nam đạt hơn 184 triệu USD với 28 thương vụ mới được thực hiện. Con số này là tương đối tích cực trong bối cảnh đại dịch Covid 19 có ảnh hưởng tiêu cực đến các doanh nghiệp toàn cầu. Có được kết quả này một phần là do sự phát triển tương đối mạnh mẽ của hệ

sinh thái khởi nghiệp ĐMST Việt Nam trong những năm qua.”

Tuy nhiên, theo phân tích từ của trang tin quốc tế TechinAsia, khả năng thu hút vốn đầu tư mạo hiểm của doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST Việt Nam ở giai đoạn đầu (Seed, Pre-A, Series A-D) kém hơn so với các doanh nghiệp Indonesia. Do đó, trong giai đoạn mới, Đề án 844 sẽ đẩy mạnh việc hợp tác cùng các đơn vị có năng lực để thúc đẩy hoạt động ươm tạo và thúc đẩy kinh doanh các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST theo các lĩnh vực chuyên sâu nhằm gia tăng số lượng doanh nghiệp có tầm nhìn và khả năng cạnh tranh trong khu vực, cũng như cải thiện nguồn doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST đầu vào có thể phát triển lên ở các giai đoạn sau.

Theo đó, danh mục nhiệm vụ hằng năm định kỳ thuộc Đề án 844 thực hiện từ năm 2021 đã được Bộ KH&CN công bố mới đây theo Quyết định số 2148/QĐ-BKHCN với 13 nhiệm vụ, tập trung tìm kiếm các đơn vị có năng lực, kinh nghiệm và tầm nhìn mong muốn đồng hành cùng Bộ KH&CN phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST quốc gia. Những năm qua, Đề án 844 đã tiến hành tiếp nhận hơn 200 hồ sơ của các tổ chức tham gia thực hiện nhiệm vụ, tổ chức tuyển chọn 59 đơn vị chủ trì và 56 đơn vị phối hợp có năng lực, kinh nghiệm để triển khai 94 nhiệm vụ của Đề án trên toàn quốc.

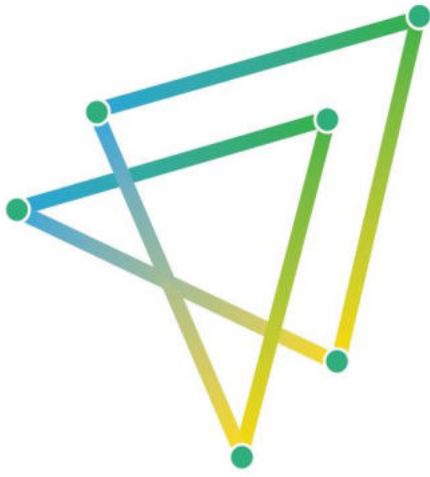
Các đối tượng có thể tham gia thực hiện nhiệm vụ hằng năm, định kỳ của Đề án 844 tương đối đa dạng, bao gồm trường đại học, viện nghiên cứu; các tổ chức/doanh nghiệp/tập đoàn/hiệp hội có hoạt động đào tạo, huấn luyện cho cá nhân khởi nghiệp ĐMST, huấn luyện viên, cố vấn khởi nghiệp ĐMST, nhà đầu tư khởi nghiệp, cán bộ quản lý; tổ chức cung cấp dịch vụ cho khởi nghiệp ĐMST; tổ chức truyền thông cho khởi nghiệp ĐMST; vườn ươm doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST; tổ chức thúc đẩy kinh doanh; ...

Tham gia Đề án, các đơn vị được nhận hỗ trợ

kinh phí thực hiện dự án, kết nối chuyên gia về khởi nghiệp sáng tạo (KNST) trong và ngoài nước, cũng như đóng góp cho hệ sinh thái KNST trên nhiều phương diện. Đơn vị tham gia cần đáp ứng đủ điều kiện và có năng lực huy động nguồn lực trong nước/quốc tế để triển khai nhiệm vụ.

Các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp ĐMST có thể tham gia thực hiện các nhiệm vụ trong Đề án 844 năm 2021 thuộc 5 nhóm nhiệm vụ chính, bao gồm: Đào tạo, nâng cao năng lực cho khởi nghiệp ĐMST; Truyền thông về hoạt động khởi nghiệp, hỗ trợ khởi nghiệp, đầu tư cho khởi nghiệp và phổ biến, tuyên truyền các điển hình khởi nghiệp thành công của Việt Nam; Kết nối các mạng lưới khởi nghiệp, hỗ trợ khởi nghiệp, đầu tư mạo hiểm của Việt Nam với khu vực và thế giới, kết nối và hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST tham gia các khóa tập huấn luyện tập trung ngắn hạn tại một số tổ chức thúc đẩy kinh doanh uy tín ở nước ngoài; Tổ chức các sự kiện khởi nghiệp ĐMST của các ngành, địa phương, tổ chức chính trị - xã hội - nghề nghiệp, cơ sở nghiên cứu - cơ sở đào tạo có tiềm năng phát triển hoạt động khởi nghiệp ĐMST; Hỗ trợ hoạt động của một số tổ chức vườn ươm tạo, tổ chức thúc đẩy kinh doanh, tổ chức cung cấp thiết bị dùng chung.

Nhóm nhiệm vụ đào tạo, nâng cao năng lực cho khởi nghiệp ĐMST luôn được ưu tiên chú trọng hàng đầu. Đối với mục tiêu hình thành đội ngũ hạt nhân để phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp, nhiệm vụ đặt ra yêu cầu nâng cao năng lực chuyên sâu cho người đào tạo về khởi nghiệp ĐMST (ToT), huấn luyện viên chuyên nghiệp (Coach), cố vấn, nhà đầu tư thiên thần (Angel Investor), hướng đến việc nâng cao chất lượng và năng lực, hiệu quả hoạt động của các chủ thể của hệ sinh thái đạt tiêu chuẩn quốc tế. Đối tượng đào tạo được đẩy mạnh trong thời gian tới sẽ là các nhà sáng lập, đồng sáng lập doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST, hướng đến nâng cao năng lực



VĂN PHÒNG ĐỀ ÁN 844

quản trị và tầm nhìn quốc tế, qua đó hỗ trợ startup mở rộng thị trường, gia tăng quan hệ đối tác, nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường toàn cầu.

Nhóm nhiệm vụ hỗ trợ hoạt động các tổ chức ươm tạo, tổ chức thúc đẩy kinh doanh, tổ chức cung cấp thiết bị dùng chung từ năm 2021 nhằm khuyến khích các sáng kiến giúp gia tăng sự tham gia của các tập đoàn, hiệp hội, doanh nghiệp nhỏ và vừa, các tổ chức cung cấp dịch vụ, sản phẩm giao dịch công nghệ để kết nối các nguồn lực đầu tư, và các gói dịch vụ ưu đãi hỗ trợ cho doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST đối với từng lĩnh vực chuyên sâu.

Đối với **nhóm nhiệm vụ về kết nối mạng lưới và tổ chức sự kiện khởi nghiệp**, Đề án 844 sẽ hỗ trợ những sáng kiến mới nhằm kết nối hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST Việt Nam với khu vực và quốc tế, có thể là hoạt động tổ chức các diễn đàn, ngày hội trong khu vực; xây dựng nền tảng đổi mới sáng tạo; cung cấp mạng lưới dịch vụ phát triển kinh doanh; các chương trình kết nối và hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST tham gia các khóa huấn luyện tập trung ngắn hạn tại một số tổ chức thúc đẩy kinh doanh uy tín ở nước ngoài..... Một số sáng kiến hiệu quả đã được triển khai tại Việt Nam và trên thế giới thời gian qua như Falab, Impact hub, Youthco:lab, Accerator Lab, Government Lab,...

Bên cạnh đó, **nhóm nhiệm vụ truyền thông** có vai trò hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST kết nối với thị trường, cũng như thúc đẩy sự thấu hiểu về hoạt động khởi nghiệp ĐMST trong cộng đồng tiếp tục được triển khai trong năm 2021. Theo đó Đề án 844 đặt ra 2 nhiệm vụ cụ thể: Xây dựng các bài học điển hình có khả năng nhân rộng trong Hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST tại địa phương, ngành, lĩnh vực; và Truyền thông nhằm thu hút nguồn lực quốc tế cho khởi nghiệp ĐMST. Các hoạt động này sẽ góp phần tăng cường chia sẻ thông tin về các điển hình doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST và các mô hình phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp có khả năng nhân rộng, qua đó cung cấp thông tin và nâng cao nhận thức của cộng đồng trong nước, quốc tế về khởi nghiệp ĐMST Việt Nam, gia tăng cơ hội tiếp cận các nguồn lực tài chính và chuyên gia.

Để tham gia thực hiện nhiệm vụ thuộc Đề án 844, các đơn vị nộp bộ hồ sơ gồm thuyết minh, dự toán và các văn bản, giấy tờ chứng minh kèm theo về địa chỉ Văn phòng các Chương trình khoa học và công nghệ quốc gia (Phòng 1116, trụ sở Bộ Khoa học và Công nghệ, Số 113 Trần Duy Hưng, Cầu Giấy, Hà Nội). Hạn cuối nộp hồ sơ: 17h ngày 07/09/2020. Các đơn vị xem thêm về tài liệu đăng ký và hướng dẫn tham gia nhiệm vụ tại [đây](#) ./.



VTC ACADEMY ĐẦU TƯ MÁY CHỦ AI HỖ TRỢ HSSV KHỞI NGHIỆP

Vietnamnet - Được Bộ giáo dục và Đào tạo chọn là đơn vị đồng hành từ nay tới năm 2025 trong đề án 1665 về hỗ trợ học sinh sinh viên khởi nghiệp, VTC Academy cam kết đầu tư 100.000 USD xây dựng hệ thống máy chủ AI tại các vườn ươm doanh nghiệp của Học viện.

HỌC VIỆN TIÊN PHONG TRONG ĐÀO TẠO CNTT VÀ HỖ TRỢ KHỞI NGHIỆP

Tập trung đào tạo chuyên sâu hai khối ngành lập trình và thiết kế, trong một thập kỷ vừa qua, VTC Academy luôn được các doanh nghiệp lớn như Gameloft, Glass Egg, Sparx*, Bombus, Viettel, Holomia, Synova,... xem là “nguồn cung” nhân lực uy tín hàng đầu.

Đó là “trái ngọt” từ mô hình đào tạo đúng đắn mà Học viện đang áp dụng - mô hình đào tạo tiếp cận

năng lực, nền tảng cốt lõi để xây dựng các chương trình đào tạo chất lượng và hiệu quả.

Theo đó, VTC Academy không chỉ dựa trên các thống kê uy tín để xác định những ngành nghề mà thị trường tuyển dụng đang quan tâm mà còn hợp tác toàn diện và mật thiết với các doanh nghiệp đầu ngành ở các lĩnh vực đào tạo để nắm được bộ “năng lực làm việc” thực tế, từ đó xây dựng nên các chương trình đào tạo với thời lượng thực hành chiếm đa số.

Mỗi học viên khi theo học tại VTC Academy đều có một Hồ sơ năng lực được đánh giá và cập nhật liên tục trong quá trình học dựa trên các đồ án thực tế cuối mỗi học kỳ là các sản phẩm game, website, ứng dụng di động, hình ảnh nhân vật 3D trong game, phim hoạt hình 3D,... Kiến thức chuyên môn và khả năng làm việc thực tế của học viên sẽ được thể hiện cụ thể qua Hồ sơ năng lực này.

Không chỉ đi đầu trong đào tạo nhân lực chất lượng cao cho các doanh nghiệp công nghệ thông tin, giải pháp phần mềm, sản xuất game, phát triển ứng dụng di động, VTC Academy còn tiên phong trong các hoạt động hỗ trợ học viên khởi nghiệp sau khi ra trường như: đề xuất ý tưởng, hướng dẫn triển khai dự án, tư vấn truyền thông, hỗ trợ thiết kế nhận diện thương hiệu, hướng dẫn gọi vốn đầu tư,...

Bên cạnh việc hỗ trợ khởi nghiệp cho Học viên của nhà trường, VTC Academy còn xuất bản và tặng sách Hướng nghiệp 4.0 đến 1.000 trường THPT trên toàn quốc, ra mắt Cổng thông tin hướng nghiệp và ứng dụng mobile Hướng nghiệp 4.0 trên nền tảng Android và iOS giúp định hướng nghề nghiệp và hỗ trợ khởi nghiệp, tổ chức các buổi tọa đàm về khởi nghiệp tại các trường THPT và các buổi tọa đàm trực tuyến với sự tham gia của các chuyên gia đầu ngành về khởi nghiệp,...

CHUNG TAY XÂY DỰNG QUỐC GIA KHỞI NGHIỆP

Nhờ các hoạt động thiết thực trong hỗ trợ học sinh sinh viên toàn quốc khởi nghiệp, cuối tháng 7/2020 VTC Academy được Bộ Giáo dục và Đào tạo tin tưởng lựa chọn trở thành đơn vị đồng hành trong 5 năm tới (2020-2025) trên hành trình thực hiện Đề án 1665. Trong vai trò mới, VTC Academy dự kiến tiến hành nhiều hoạt động có chiều sâu và quy mô rộng khắp hơn nữa.

Cụ thể, VTC Academy sẽ triển khai đào tạo nâng

cao năng lực tư vấn hỗ trợ khởi nghiệp cho đội ngũ 15.000 giáo viên thuộc 63 tỉnh thành trên cả nước từ nay đến hết năm 2025 đồng thời xây dựng các chương trình định kỳ, hệ thống và lâu dài, tiến tới chuyển giao các nội dung cần thiết nhằm giúp các trường chủ động vận hành hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp một cách bền vững.

Trong khuôn khổ cuộc thi “Học sinh, sinh viên với ý tưởng khởi nghiệp” năm 2020 (SV-STARTUP 2020), VTC Academy sẽ đồng hành cùng Bộ GS&ĐT thông qua việc thực hiện ba chương trình đào tạo và tư vấn khởi nghiệp quy mô lớn trên ba miền Bắc, Trung, Nam; tổ chức các buổi talkshow trực tuyến cùng đội ngũ chuyên gia cố vấn khởi nghiệp trên toàn quốc để lan tỏa tinh thần và ý nghĩa của cuộc thi; triển khai chuỗi livestream về hoạt động của các bạn HSSV trong khuôn khổ cuộc thi; hỗ trợ đào tạo và tư vấn cho các trường học và đơn vị đào tạo có HSSV tham dự;...

Đặc biệt, tận dụng không gian mở hiện đại và sáng tạo tại VTC Academy, Học viện đang lên kế hoạch xây dựng mô hình vườn ươm doanh nghiệp và nhân rộng mô hình này trên toàn hệ thống các cơ sở trên toàn quốc. Tại buổi lễ ký kết hợp tác đồng hành cùng Bộ GS&ĐT, ông Hoàng Việt Tùng - Chủ tịch HĐQT VTC Academy - cam kết đầu tư 100.000 USD để xây dựng hệ thống máy chủ Trí tuệ nhân tạo (AI) đặt tại các vườn ươm doanh nghiệp kể trên.

Là học viện tiên phong trong đào tạo AI fullstack tại Việt Nam, hệ thống vườn ươm và máy chủ AI mà VTC Academy đang xây dựng không chỉ là nguồn lực lớn cho việc phát triển cộng đồng kỹ sư AI tài năng mà còn đóng góp không nhỏ cho cộng đồng khởi nghiệp về công nghệ trên toàn quốc, từ đó góp phần hiện thực hóa giấc mơ về một Việt Nam bứt phá, vươn xa trên bản đồ công nghệ thế giới./.

SIU STARTUP - ‘VƯỜN ƯƠM’ KHỞI NGHIỆP CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUỐC TẾ SÀI GÒN

Khoinghiepsangtao.vn - SIU startUP được xây dựng và phát triển dựa trên ý tưởng về mô hình không gian làm việc chung (co-working space) hiện nay, là nơi lý tưởng để hiện thực hóa ước mơ khởi nghiệp của sinh viên Trường đại học Quốc tế Sài Gòn (SIU).

Khởi nghiệp luôn là câu chuyện có sức hấp dẫn đối với nhiều bạn trẻ đam mê kinh doanh ngay từ khi còn ngồi trên ghế nhà trường. Môi trường đại học cũng là nơi lý tưởng nhất cho những ý tưởng khởi nghiệp. Và nhiệm vụ của một trường đại học hiện đại không chỉ là truyền đạt kiến thức mà còn phải khơi dậy tinh thần khởi nghiệp của sinh viên.

TRẢI NGHIỆM CO-WORKING SPACE HIỆN ĐẠI

Trong những năm gần đây, mô hình không gian làm việc chung co-working space bắt đầu bùng nổ tại Việt Nam do được nhiều nhà đầu tư quan tâm. Đặc điểm nổi bật của co-working space là mang đến trải nghiệm mở, tăng khả năng kết nối và kích thích sức sáng tạo, đem lại hiệu quả làm việc cao hơn.

Ứng dụng mô hình này, Trường đại học quốc tế Sài Gòn đã cho ra đời “SIU startUP” mô phỏng các văn phòng làm việc đúng chuẩn quốc tế của một co-working space hiện đại, từ việc lắp đặt nội thất đến các tiện ích văn phòng khác như phòng họp, hội thảo, khu làm việc, tiếp khách, relax... Tất cả đều được trang bị máy móc, thiết bị hiện đại phục vụ công việc cá nhân cũng như làm việc nhóm.

VƯỜN ƯƠM KHỞI NGHIỆP

Với “SIU startUP”, sinh viên đã và đang có ý tưởng kinh doanh nhưng chưa thể thực hiện được, hoặc khao khát tạo dựng điều mới mẻ cho riêng mình, thì đây là nơi sẽ giúp cho những “hạt” ý tưởng ấy được nảy mầm.

Khi đăng ký tham gia vào các nhóm phát triển ý tưởng, sinh viên sẽ có cơ hội được trang bị, cọ xát với môi trường kinh doanh thực tế. Bên cạnh kiến thức được lĩnh hội trên giảng đường, thì “vườn ươm” này đóng vai trò là nơi để sinh viên thực hành, phát triển các ý tưởng, đồng thời giúp các bạn làm quen với môi trường làm việc chuyên nghiệp, rèn luyện kỹ năng chuyên môn, phục vụ nhu cầu công việc sau này.

Ngoài ra, để truyền cảm hứng và khích lệ tinh thần khởi nghiệp, SIU còn thường xuyên mời các chuyên gia về khởi nghiệp và lãnh đạo doanh nghiệp đến trao đổi và chia sẻ kinh nghiệm khởi nghiệp, tổ chức các cuộc thi khởi nghiệp, hoạt động câu lạc bộ, hội thảo... như một cách tiếp lửa cho sinh viên. Rất nhiều sinh viên của SIU đã khởi nghiệp thành công, thành lập doanh nghiệp, tạo việc làm cho nhiều người khác. Những cựu sinh viên tiêu biểu có thể kể đến như: Nguyễn Xuân Thảo - Sáng lập và điều hành Công ty TNHH Đầu tư Du lịch Sài Gòn Trẻ, Nguyễn Quốc Việt - Sáng lập và Giám đốc Công ty TNHH SX-TM-DV ATF, Vũ Văn Quang - Sáng lập và Giám đốc Công ty TNHH TM-DV Âm thực đường phố và Công ty TNHH TM-DV Tổng hợp Phượng Hoàng Việt Nam, Nguyễn Khánh Phát - Sáng lập và điều hành Công ty TNHH MTV TM-DV-XD Khánh Gia Phát, Phan Đức Thuận - Sáng lập và Giám đốc Thuận Hải Phan Rang Group,.../.



NGHỊ ĐỊNH MỚI GIẢM THUẾ, MIỄN TIỀN THUÊ ĐẤT VÀ HÀNG LOẠT ƯU ĐÃI "KHỦNG" CHO TRUNG TÂM, DOANH NGHIỆP VÀ CÁ NHÂN KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

CafeF - Ngày 21/8/2020, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 94/2020/NĐ-CP của Chính phủ Quy định cơ chế, chính sách ưu đãi đối với Trung tâm Đổi mới sáng tạo Quốc gia.

Theo Nghị định số 94/2020/NĐ-CP, Trung tâm Đổi mới Sáng tạo quốc gia (sau đây gọi tắt là Trung tâm) sẽ được thuê đất trong thời hạn 50 năm trong các khu công nghệ cao và được miễn toàn bộ tiền thuê đất cho cả thời hạn thuê.

Đối với cơ sở Trung tâm tại Khu Công nghệ cao Hòa Lạc, ưu đãi miễn tiền sử dụng hạ tầng cho diện tích đất được thuê nằm trong khu vực phải trả tiền sử dụng hạ tầng đối với các công trình kỹ thuật do nhà nước đầu tư; miễn toàn bộ kinh phí bồi thường, giải phóng mặt bằng, hỗ trợ, tái định cư; ngân sách nhà nước hỗ trợ toàn bộ kinh phí san lấp mặt bằng của

dự án đầu tư cơ sở Trung tâm.

Trung tâm được tiếp nhận vốn viện trợ phát triển chính thức (ODA) không hoàn lại để thực hiện các nhiệm vụ không thường xuyên theo quy định của pháp luật về sử dụng vốn ODA không hoàn lại để thực hiện các nhiệm vụ không thường xuyên theo quy định của pháp luật về sử dụng vốn ODA không hoàn lại.

Trung tâm được tiếp nhận viện trợ phi chính phủ nước ngoài, tài trợ, tặng cho của các tổ chức, cá nhân trong nước để đầu tư xây dựng cơ sở vật chất, chi thường xuyên, hỗ trợ hoạt động và công tác quản

lý, vận hành của Trung Tâm.

Trung tâm được miễn thuế hàng hóa nhập khẩu để tạo tài sản cố định, hàng hóa nhập khẩu sử dụng trực tiếp cho nghiên cứu khoa học, phát triển công nghệ, phát triển hoạt động ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp khoa học và công nghệ, đổi mới công nghệ theo quy định của Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu.



Cơ sở Trung tâm tại Khu Công nghệ cao Hòa Lạc được hưởng thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp 10% trong 30 năm đầu tiên có doanh thu, miễn thuế trong 4 năm và giảm 50% số thuế phải nộp không quá 9 năm tiếp theo kể từ khi có thu nhập chịu thuế. Cơ sở này cũng được miễn thuế nhập khẩu nguyên liệu, vật tư, linh kiện trong nước chưa bắt đầu sản xuất được nhập khẩu để sản xuất trong thời 5 năm, kể từ khi bắt đầu sản xuất.

Doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo hoạt động tại Trung tâm khi tham gia đấu thầu các gói thầu thuộc phạm vi điều chỉnh của Luật Đấu thầu được miễn một số tiêu chí đánh giá hồ sơ dự tuyển, hồ sơ dự thầu, hồ sơ đề xuất về năng lực, kinh nghiệm của nhà thầu, bao gồm yêu cầu về doanh thu, nguồn lực tài chính, hợp đồng tương tự và các yêu cầu khác để phù hợp với đặc thù của doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo.

Khi đánh giá, xếp hạng hồ sơ dự thầu, hồ sơ đề xuất, nhà thầu là doanh nghiệp nhỏ khởi nghiệp sáng tạo, doanh nghiệp siêu nhỏ khởi nghiệp sáng tạo hoạt động tại Trung tâm được tính ưu đãi như đối với trường hợp nhà thầu cung cấp hàng hóa có chi phí sản xuất trong nước chiếm tỷ lệ 25% trở lên theo quy định của pháp luật về đấu thầu, cách tính ưu đãi thực hiện theo quy định hiện hành của Chính phủ về lựa chọn nhà thầu.

Cá nhân khởi nghiệp sáng tạo, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo hoạt động tại Trung tâm và các đối tác đổi mới sáng tạo của Trung tâm được Trung tâm hỗ trợ thực hiện các thủ tục hành chính trong quá trình nghiên cứu, đầu tư kinh doanh và thương mại hóa sản phẩm dịch vụ; thực hiện thủ tục về thị thực nhập cảnh, giấy phép lao động, cư trú; quảng bá, xúc tiến đầu tư và kết nối với hệ sinh thái khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo; văn phòng làm việc và sử dụng phòng thí nghiệm, kiểm nghiệm, kiểm định và các phương tiện, tiện ích khác của Trung tâm.

Cá nhân khởi nghiệp sáng tạo, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo hoạt động tại Trung tâm khi đăng ký thành lập doanh nghiệp được cấp đăng ký doanh nghiệp trong thời hạn 1 ngày làm việc, kể từ ngày Phòng đăng ký kinh doanh nhận được hồ sơ đăng ký doanh nghiệp hợp lệ; được ưu tiên thực hiện thủ tục xác lập quyền sở hữu công nghiệp trước thời hạn khi có yêu cầu.

Cá nhân khởi nghiệp sáng tạo, doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo hoạt động tại Trung tâm cũng được huy động và nhận tài trợ từ các chương trình tài trợ nghiên cứu của Chính phủ và các doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân trong nước và nước ngoài theo quy định của pháp luật để thực hiện ý tưởng trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới và có khả năng tăng trưởng nhanh; được hưởng các ưu đãi cao nhất về thuế được quy định tại pháp luật về thuế./.



GIẢI PHÁP HỖ TRỢ DOANH NGHIỆP THỜI KÌ ĐẠI DỊCH COVID-19

Việt Nam đang ở giai đoạn căng thẳng trong cuộc chiến chống dịch Covid-19. Tuy nhiên các hoạt động kinh tế vẫn đang diễn ra. Làm sao để kinh doanh trong mùa dịch hiệu quả và an toàn là các câu hỏi lớn của nhiều doanh nghiệp. Chuyển đổi mô hình kinh doanh không phải là chuyện một sớm một chiều, nhưng trong tình hình đối phó dịch bệnh thì có vẻ nhiều doanh nghiệp đã nhanh chóng chuyển sang kênh online tốt như các ngành hàng FMCG (Hàng tiêu dùng nhanh), điện tử, thời trang,... vốn trước nay chủ yếu bán qua kênh truyền thống.

Bên cạnh đó, chính sách đóng cửa bắt buộc với nhiều nhà hàng, quán ăn, quán cà phê,... nhằm tránh tụ tập nên các doanh nghiệp dịch vụ này cũng chuyển sang kinh doanh online và chỉ duy trì hoạt động bằng việc giao hàng tận nơi. Để hỗ trợ các doanh nghiệp hoạt động trên cơ sở sử dụng các thành tựu công nghệ, nhiều startup đã có những ứng

dụng kịp thời, trong đó có Công ty Holistics Software và Grokking Vietnam do Nguyễn Văn Quang Huy sáng lập.

HOLISTICS SOFTWARE-GIẢI PHÁP XỬ LÝ DỮ LIỆU CHO CÁC DOANH NGHIỆP

Holistics chuyên về big-data, cung cấp nền tảng phân tích báo cáo và xây dựng kho dữ liệu (Business

Intelligence & Data-warehouse) cho các doanh nghiệp dựa trên mô hình dịch vụ phần mềm chạy trên định dạng web có thể xử lý từ xa (Software As A Service - SaaS). Dịch vụ này cho phép khách hàng nắm được tình hình và phát triển kinh doanh khi phân tích được xu hướng khách hàng và dự đoán thông tin...



Nguyễn Văn Quang Huy (trái) cùng các cộng sự tại Holistics là Vincent Woon - CEO và Đinh Khắc Thành - Kỹ sư trưởng.

Holistics được doanh nhân 30 tuổi này thành lập cách đây 5 năm, khá thành công ở thị trường quốc tế, khách hàng đến từ 16 nước châu Á, song mới chỉ bắt đầu hoạt động chính thức tại Việt Nam từ năm 2017.

Công ty hiện có gần 20 nhân sự, đặt trụ sở chính tại Singapore và có 2 văn phòng đại diện ở Việt Nam và Indonesia, trong đó, bộ phận kỹ thuật được đặt ở Việt Nam và bộ phận bán hàng chủ yếu đặt tại Singapore và Indonesia.

Được hỏi về ý tưởng ra đời của dự án, Nguyễn Văn Quang Huy cho biết: “Khi sử dụng phần mềm Tableau, tôi nhận thấy phần mềm không có khả năng tùy biến xử lý những trường thông tin phức tạp theo nhu cầu của công ty. Hơn nữa tôi cũng nhận thấy công ty mình và nhiều công ty khác đang mắc một

vấn đề khá đáng tiếc: có dữ liệu nhưng không biết phải làm gì với đồng dữ liệu đó để cho ra những thông tin hữu ích”. Chàng kỹ sư phụ trách mảng phân tích hạ tầng dữ liệu của Viki, trang web về truyền hình trực tuyến sau này được tập đoàn Rakuten mua lại, lúc đó đã “tự phát triển hệ thống nội bộ để giải quyết vấn đề này”, và “Nếu đem mô hình này ra ngoài sẽ mang đến lợi ích cho nhiều người” Huy cho biết.

Năm 2015, Huy rời Viki, cùng hai người bạn thành lập Holistics và tự cấp vốn cho công ty. Khách hàng đầu tiên của họ là Grab (Malaysia), do giám đốc Viki giới thiệu. Tại Holistics, Huy là giám đốc kỹ thuật, đóng vai trò cầu nối giữa bộ phận sản phẩm và kinh doanh. Sau 6 tháng vận hành, Holistics đạt điểm hòa vốn. Sau khách hàng đầu tiên, công ty có thêm khách hàng lớn như Traveloka, Aviasales (Nga).

Tại Việt Nam, họ lần lượt có các khách hàng WeFit, Topica Edumall, OnOnpay hay The Coffee House. Công ty hiện có 61 khách hàng tại 16 nước trên thế giới. Holistics cung cấp hệ thống phân tích báo cáo và xây dựng kho dữ liệu (Business Intelligence - BI Platform) cho khách hàng doanh nghiệp, giúp khách hàng nắm được tình hình và phát triển kinh doanh của công ty.

Công ty chưa từng gọi vốn bên ngoài này hưởng lợi từ xu hướng sử dụng dữ liệu lớn. Theo báo cáo về thị trường big-data năm 2017 của công ty dịch vụ tư vấn Dresner, tối ưu hóa kho dữ liệu được cho là phương thức quan trọng nhất trong doanh nghiệp để phân tích khách hàng và dự đoán thông tin. Với lượng dữ liệu lớn, các công ty, cơ quan ban ngành có thể ứng dụng vào nhiều mảng khác nhau như hiểu về những thói quen của khách hàng, dự đoán tỉ lệ thất nghiệp, hay dự đoán rủi ro để có những biện pháp phù hợp.

Nguyễn Văn Quang Huy tốt nghiệp loại giỏi ngành khoa học máy tính tại đại học Quốc gia

Singapore (NUS). Theo ông Ben Leong, giám đốc của Experimental Systems Lab – thuộc bộ Giáo dục Singapore: “Tôi dạy Huy ngôn ngữ Scheme, một loại ngôn ngữ khá hiếm. Tôi bị ấn tượng và thuyết phục khi cậu ấy viết được những dòng code thanh lịch hơn cả tôi có thể viết. Tôi nhận ra rằng Huy có tố chất trở thành một kỹ sư phần mềm tuyệt vời và cậu ấy đã không làm tôi thất vọng”.

“Ngay từ nhỏ, tôi đã rất yêu thích việc làm cái gì đó cho nhiều người có thể dùng. Hồi cấp hai, tôi đã xây dựng forum cho trường của mình, khi forum được rất nhiều học sinh tham gia, tôi cảm thấy rất vui. Lên đại học, tôi cũng bắt đầu đi làm thêm ở các dự án công nghệ khác nhau.” Quang Huy cho biết.

Huy từng có thời gian thực tập tại tổng hành dinh Facebook (Mỹ) và tạo ấn tượng khi code Huy viết giúp giảm lượng hủy đăng ký xuống 6%, đồng thời gia tăng tỉ lệ “đăng ký lại” hàng tuần lên 42% và gia tăng email đến 50 ngàn người dùng ít hoạt động. Sau khi tốt nghiệp, Huy về làm kỹ sư trưởng, mảng hạ tầng dữ liệu của Viki.

Ông Razmig Hovaghimian, nhà sáng lập Viki nhận xét: “Thuộc loại trẻ nhất trong tám người phân tích dữ liệu, nhưng Huy gần như phụ trách chính và là người tôi tìm tới khi có vấn đề. Huy giúp chúng tôi mở rộng phạm vi nội dung mới, phát triển cơ sở người dùng và kinh doanh thông qua các đề xuất mới, xây dựng bảng điều khiển phân tích. Với một đội nghiên cứu khoa học dữ liệu vững chắc, thì Huy là trung tâm”.

Dường như, Huy sinh ra là để gắn bó với chiếc máy tính, với thế giới bao la rộng lớn và cũng đầy huyền bí của các mã code, do đó, dù là người sáng lập Holistics nhưng Huy không làm giám đốc điều hành mà lui về làm giám đốc kỹ thuật, chức vụ giúp anh có thể toàn tâm toàn ý thể hiện hết ưu thế của bản thân.

GROKING VIETNAM - MẠNG LƯỚI HUẤN LUYỆN VÀ KẾT NỐI CÁC LẬP TRÌNH VIÊN

Còn đối với Grokking Vietnam, được thành lập năm 2014. Đây là một mạng lưới huấn luyện - kết nối các lập trình viên nhằm nâng cao chất lượng cho các kỹ sư lập trình của Việt Nam. Mục tiêu ra đời startup này chính bởi muốn góp phần nâng cao chất lượng cho các kỹ sư lập trình Việt Nam. Huy kể, chuyên ngành mà anh học là khoa học máy tính, từng có cơ hội thực tập trong trụ sở Facebook ở Mỹ, làm việc tại châu Âu và Singapore. Trong những ngày phiêu bạt đó, anh thấy một điều rất bất cập: mặc dù Việt Nam có nhiều lập trình viên giỏi, song khi các công ty nước ngoài đến tuyển người, lại tuyển được rất ít.

Kết quả mà Huy nhận được sau khi đi tìm hiểu nguyên nhân của vấn đề khá bất ngờ: Khi tiếp xúc với nhiều kỹ sư lập trình Việt, kiến thức – cung cách làm việc của họ không giống cộng đồng lập trình quốc tế. Tham vọng của Grokking Vietnam chính là giúp giới lập trình Việt phần nào đó rút ngắn khoảng cách với thế giới, là sân chơi để nâng cao chất lượng lập trình.

Grokking đã tổ chức hơn 20 buổi chia sẻ chuyên sâu (tech talk) không bán vé với khách mời là những chuyên gia, giám đốc kỹ thuật, kỹ sư có kinh nghiệm trong ngành đến từ ICS, FPT hay Med2Lab. Các chủ đề tập trung vào chia sẻ kinh nghiệm thiết kế, phát triển các hệ thống lớn trong thực tế với 50 đến 100 người tham dự. Diễn giả đều được Huy chọn lọc về nội dung và kinh nghiệm để hạn chế quảng bá, tuyển dụng.

Grokking điều phối và nhận được sự hỗ trợ từ nhiều công ty công nghệ uy tín như VNG, Chợ Tốt hay Anduin. Ngoài việc mời chuyên gia tới chia sẻ, hàng tuần, Grokking có các buổi sinh hoạt chủ đề để các thành viên trình bày về một chủ đề nghiên cứu. Họ cũng mở khóa học tám tuần về dữ liệu lớn,



hướng dẫn xây dựng “hệ thống hạ tầng dữ liệu doanh nghiệp”. Đây là tiền đề giúp Huy và đội ngũ Grokking xây dựng trung tâm đào tạo kỹ sư lập trình chất lượng cao tại Việt Nam trong năm 2018.

Quyết định khởi nghiệp của Huy cũng vô cùng giản dị và thực tế: lập ra các tổ chức để đáp ứng nhu cầu của công việc kinh doanh – nhân sự, do đó, quan niệm thành công của anh cũng hết sức đơn giản: “Thành công lớn nhất của tôi là mỗi ngày vào hệ thống, thấy khách hàng phản hồi rằng rất hài lòng với dịch vụ của Holistics. Bởi, họ đã tin tưởng mang tất cả dữ liệu của công ty để trao cho chúng tôi mà với nhiều doanh nghiệp, dữ liệu chính là bí mật sống còn”, Huy cho biết.

Theo vị doanh nhân trẻ tài năng này, để thành công trong thời đại mà công nghệ phát triển như vũ bão hiện nay, chúng ta cần giỏi ít nhất ở hai lĩnh vực. Nếu bạn giỏi 1 thứ, kiếm một người giỏi hơn bạn rất dễ nhưng nếu bạn giỏi 2 thứ, kiếm người giỏi hơn bạn sẽ rất khó. Thế nên, chúng ta cần phải biết phát huy tất cả những lợi thế của bản thân, ví dụ: nếu bạn vừa giỏi cờ vua vừa có khiếu sư phạm thì có thể mở

trường dạy cờ vua, sẽ có ít người làm được như bạn...

Về mục tiêu sắp tới, Huy cho biết, do có rất ít những công ty kinh doanh thương mại SaaS (Software as a service - phần mềm chạy trên định dạng web có thể xử lý từ xa) tại Việt Nam và Đông Nam Á nên đội ngũ làm trong lĩnh vực này ít có cơ hội học hỏi kinh nghiệm. Với lượng khách hàng rải rác ở nhiều nước, độ nhận biết thương hiệu của Holistics chưa được rõ nét so với những startup chỉ tập trung thị trường tại một nước cụ thể. Đây là thử thách về mở rộng thị trường, tiếp cận khách hàng một cách nhanh chóng đặt ra cho ban điều hành của Holistics và Grokking trong thời gian tới.

Năm 2018, Nguyễn Văn Quang Huy vinh dự được cả Forbes châu Á và Forbes Việt Nam bình chọn trong danh sách 30 Under 30 (30 người trẻ dưới 30 tuổi có ảnh hưởng nhất Việt Nam và châu Á). Đây là sự ghi nhận xứng đáng cho những nỗ lực không mệt mỏi của chàng trai sinh ra và lớn lên trên mảnh đất Đà Nẵng.

Minh Phương (tổng hợp)



TENCENT: BÍ QUYẾT THÀNH CÔNG CHÍNH LÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO (BÀI CUỐI)

Trong thị trường ứng dụng nhắn tin di động, nhiều ứng dụng đã phát triển ở Trung Quốc và nước ngoài, tạo ra những cuộc chiến thị trường trực tiếp và gián tiếp. Trong nước, Wechat phải cạnh tranh với hai đối thủ lớn là Gexin và Millet. Còn ở nước ngoài, Tencent có bốn đối thủ chính, đó là: Kik (Kik Interactive của Canada); WhatsApp (do các cựu thành viên Yahoo Mỹ sáng lập); Line (chi nhánh tại Nhật Bản của Naver Hàn Quốc), Kakao Talk (tập đoàn Kakao Hàn Quốc). Nhưng vượt lên tất cả, Tencent đã đưa Wechat trở thành ứng dụng nhắn tin di động chiếm 27% thị phần, có khả năng can thiệp vào cách người Trung Quốc giao tiếp, ứng xử trực tuyến, đồng thời làm thay đổi cách thức họ chuyển tiền cho nhau...

Giai đoạn 4: Từ công cụ đến nền tảng

Tháng 5 năm 2012, WeChat 4.0 đã được phát hành. Nó ra mắt với một tính năng mới gọi là "Friends Circle" (Vòng bạn bè), cho phép người dùng tung ra lời nói, hình ảnh, nhạc và video để tạo ra một chuỗi quan hệ cá nhân, thân thiết.

WeChat không phải là người khởi xướng "Friends Circle". Zhang Xiaolong cho biết: "Các đối thủ coi WeChat 4.0 như là một bản sao của Instagram hoặc Path. Tuy nhiên, không ai trong số họ nhận ra ưu điểm của "Friends Circle" của WeChat và rủi ro mà Tencent đã phải gánh chịu khi cố gắng xây dựng các

dịch vụ mạng xã hội trên mạng của người dùng QQ. Họ cũng không thấy rằng chúng tôi đã phải cố hết sức để tránh rủi ro như vậy đến mức nào, và việc này có thể làm giảm trải nghiệm của người dùng và biến đổi cấu trúc sau khi chúng tôi giới thiệu công khai nội dung của bên thứ ba. Khi các đối thủ cạnh tranh của chúng tôi sử dụng đồ kỹ thuật bắt chước như một cái cớ biện minh cho sự thiếu đổi mới sáng tạo của họ, thì họ đã thua trong cuộc chơi này”

Chức năng chính của “Friends Circle” cho phép người dùng chia sẻ ảnh và bất kỳ nội dung nào khác như video, nhạc và lời nói. “Friends Circle” đã được phát triển nhanh chóng. Thông qua “Friends Circle”, rất nhiều thông tin tương đối riêng tư có thể lan chuyển giữa những người dùng. Để người dùng giải quyết trải nghiệm tinh tế của một chuỗi quan hệ, nhóm WeChat đã xử lý mối quan hệ giữa những người dùng khác nhau một cách cẩn thận để những người trong các mối quan hệ gắn kết chỉ có thể xem và đánh giá một cách tức thời trong khi đó nội dung trong các chuỗi quan hệ khác nhau được tách biệt và sau đó được kết nối tại một số điểm nhất định.

Ngoài ra, WeChat 4.0 tương thích với mọi nội dung có sẵn trên mọi điện thoại di động. Nội dung tốt có thể được truyền tải hiệu quả thông qua chuỗi quan hệ WeChat. Trong khi đó, WeChat cũng có thể nâng cao và tối ưu hóa một chuỗi quan hệ xã hội thông qua việc truyền tải. Sự ra đời của “Friends Circle” đã biến WeChat từ một công cụ giao tiếp di động thành một nền tảng giao tiếp di động. Như Zhang Xiaolong cho biết, “WeChat sẽ là một nền tảng quản lý các mối quan hệ xã hội và truyền thông di động.”

“Friends Circle” cũng tạo nên một mối đe dọa lớn đối với các đối thủ cạnh tranh như Millet và Sina Microblog. Năm 2012, các hoạt động trên Sina Microblog đã giảm ít nhất 30%, trong khi các hoạt động trên “Friends Circle” tăng hơn 60%. Từ năm 2012, nhiều người dùng Sina đã đọc và chia sẻ nội dung thú vị trên microblog nhận thấy “Friends Circle”

của WeChat đã cung cấp một nền tảng với các dịch vụ tốt hơn.

Ở phiên bản 4.0 và phiên bản 4.5, WeChat đã đưa ra các tính năng mới bổ sung như gọi thoại/video, phiên bản WeChat web, và đăng ký thông tin / chăm sóc tài khoản công của doanh nghiệp. Các tính năng mới này miễn phí và quan trọng hơn, người dùng không phải trả thêm phí dịch vụ 3G cho các cuộc gọi video. Việc giới thiệu các tính năng này đã giúp Tencent thâm nhập vào một phân khúc thị trường hoàn toàn khác. Trong kỳ nghỉ Tết năm 2012, tin nhắn văn bản trên điện thoại di động đã được thay thế bằng tin nhắn WeChat với những đoạn văn, hình ảnh đầy màu sắc và thậm chí cả hình ảnh động. Sự ra đời của WeChat đã có một tác động đột phá đối với các nhà khai thác viễn thông.

Giai đoạn 5: Mô hình kinh doanh vì lợi nhuận

Tháng 8 năm 2013, WeChat 5.0 đã được phát hành. Khác với các phiên bản trước, WeChat 5.0 được thiết kế để tạo ra lợi nhuận bền vững từ các tính năng mới của nó, bao gồm nhiều tính năng mới như Thanh toán WeChat, Cửa hàng nhanh, Trung tâm trò chơi, Trích xuất quét mã QR và Quét bản dịch tiếng Anh, v.v.

Với phiên bản 5.0, cạnh tranh đối đầu giữa Alibaba và WeChat của Tencent bắt đầu. Tháng 10 năm 2013, Jack Ma, Chủ tịch điều hành của Tập đoàn Alibaba, cảm thấy chịu áp lực nặng nề hơn bao giờ hết. Ông nhận thấy WeChat đã gây ra sự sụp đổ của Millet, Sina Microblog, SMS di động Trung Quốc và MMS, và nhận thấy mối đe dọa của sản phẩm này. Nhưng Jack Ma không bao giờ tưởng tượng được WeChat của Tencent lại thách thức chợ Taobao, do Tập đoàn Alibaba điều hành, nhanh đến mức nào.

Chợ trực tuyến lớn nhất ở Trung Quốc, Taobao, tương tự như eBay và Amazon. Taobao cung cấp một nền tảng cho các thương nhân và doanh nhân nhỏ mở các cửa hàng trực tuyến bán nhiều loại sản phẩm cho người tiêu dùng chủ yếu ở Trung Quốc,



Hồng Kông và Ma Cao. Sau khi WeChat 5.0 ra mắt, hầu hết mọi cửa hàng trên Taobao đều mở tài khoản công khai trên WeChat để khuyến mãi. Một khi chủ cửa hàng được chấp thuận kết nối tài khoản ngân hàng của họ với tài khoản công khai WeChat, họ có thể bắt đầu hoạt động kinh doanh thông qua việc quét mã QR để giao dịch và thanh toán (tức là Thanh toán WeChat). Do Tencent đã thiết lập mã QR của Thanh toán WeChat trong hàng triệu cửa hàng trực tuyến và ngoại tuyến, nên người mua và người bán gặp nhau tại Chợ Taobao không cần hoàn thành giao dịch của họ thông qua nền tảng thanh toán trực tuyến của Taobao và có thể đóng các giao dịch đơn giản bằng cách quét mã QR. Các giao dịch sẽ được hoàn thành thông qua Thanh toán WeChat.

Thanh toán WeChat, một tính năng bắt mắt của WeChat 5.0, chú trọng vào thanh toán bằng một cú nhấp chuột. Người dùng cần kết nối tài khoản ngân hàng của mình và thiết lập mật khẩu thanh toán, mật khẩu này sau đó được nhập khi người dùng muốn thanh toán. Tính năng này đã thách thức Alipay của Taobao vốn đang thống trị thị trường thanh toán trực

tuyến của Trung Quốc.

Đáp lại WeChat 5.0, chủ tịch Jack Ma của Tập đoàn Alibaba đã thực hiện một loạt biện pháp phản công: Thứ nhất, sử dụng bảo mật và quyền riêng tư, mọi truy cập hoặc giao dịch trên các cửa hàng Taobao thông qua WeChat đều bị chặn. Thứ hai, Alibaba tung ra các giải pháp thanh toán của riêng mình có tên “Laiwang” với tốc độ tối đa. Thứ ba, “Alipay Wallet” được ra mắt như một sự bổ sung cho Alipay, phiên bản PayPal của Trung Quốc. Alipay Wallet là một ứng dụng có chế độ O2O (trực tuyến-ngoại tuyến) trong đó người dùng có thể quét mã QR để tổng hợp các chức năng trực tuyến và ngoại tuyến của Alipay.

Bất chấp nỗ lực của Alibaba, số lượng người dùng WeChat đã đạt 10 triệu người trong vòng ba tháng sau khi ra mắt, với tốc độ tăng trưởng 100.000 người dùng mới mỗi ngày. Mặc dù người dùng Ví Alipay đạt 100 triệu, nhưng tần suất sử dụng của họ thấp hơn nhiều so với người dùng Thanh toán WeChat.

Ngoài ra, tài khoản công khai của WeChat 5.0

được chia thành tài khoản đăng ký và tài khoản doanh nghiệp. Thông qua tài khoản công khai WeChat, ngày càng có nhiều cửa hàng cố gắng kích hoạt người dùng và làm phong phú thêm trải nghiệm của họ. Ví dụ: Ngân hàng CITIC Trung Quốc đã đồng thanh toán 5 nhân dân tệ cho mỗi khoản thanh toán được thực hiện thông qua Thanh toán WeChat. Youbao, một công ty máy bán hàng tự động, đã tổ chức hoạt động “mua hàng với 1 nhân dân tệ” cho người dùng Thanh toán WeChat. Dianping, nhà điều hành một trang web giống Yelp ở Trung Quốc, đã đưa ra “chiết khấu 5 nhân dân tệ cho mỗi 38 nhân dân tệ được chi tiêu” cho người dùng Thanh toán WeChat. WeChat cũng cung cấp cho người dùng các cách tiếp cận khác đối với các cửa hàng trực tuyến. Ví dụ: một chức năng mới có tên “Hàng cao cấp” đã được thêm vào trong “Thẻ ngân hàng của tôi” và cung cấp cho người dùng một cách mua sắm trực tuyến khác.

CHIẾN LƯỢC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Đến năm 2013, WeChat đã phát hành 45 phiên bản và chuyển từ “tin nhắn kèm ảnh miễn phí” ở các phiên bản đầu tiên thành “phần mềm liên lạc trên điện thoại di động phổ biến nhất” ở các phiên bản mới nhất. Từ năm 2012 đến năm 2013, số lượng phiên bản WeChat được phát hành đã giảm, tuy nhiên mỗi phiên bản đều phát triển từ đổi mới sáng tạo vì mô phỏng đổi mới sáng tạo cấu trúc và tạo ra kết quả đột phá.

Ghi nhanh về WeChat:

- Ngày 21 tháng 1 năm 2011, WeChat 1.0 được phát hành.
- Ngày 29 tháng 3 năm 2012, số lượng người dùng WeChat đạt 100 triệu người.
- Ngày 17 tháng 9 năm 2012, số lượng người dùng đạt 200 triệu.
- Tháng 1 năm 2013, số lượng người dùng đạt 300 triệu.
- Tháng 4 năm 2013, số lượng người dùng đạt 400 triệu.

- Ngày 25 tháng 7 năm 2013, số lượng người dùng đạt 500 triệu.

Làm thế nào mà WeChat có thể phát triển với tốc độ chóng mặt như vậy? Một số chiến lược đổi mới sáng tạo của WeChat đáng được xem xét kỹ hơn.

Phương pháp tiếp cận sản phẩm khả thi tối thiểu (MVP)

Một hiện tượng thú vị trong quá trình phát triển của WeChat là những công nghệ của các chức năng quan trọng nhất rất đơn giản, không nguyên bản và sử dụng đầy đủ các mô-đun có cấu trúc của nền tảng điện thoại thông minh. Ví dụ, chức năng walky-talky dựa trên một microphone và mô-đun loa; “Look Around” dựa trên mô-đun định vị GPS; và “Shake” dựa trên mô-đun cảm ứng trọng lực. Tuy nhiên, tất cả các ứng dụng sáng tạo của các tính năng này đều bắt nguồn từ sự tái kết hợp các công nghệ và mô-đun chức năng hiện có, và dựa trên trải nghiệm của người dùng. Mặc dù các tính năng và ứng dụng của chúng rất dễ bắt chước và công nghệ thì sẵn có, nhưng không đối thủ nào có thể sánh được với WeChat ở khả năng cập nhật nhanh chóng các tính năng sản phẩm, thấu hiểu nhu cầu của người dùng và xử lý từng bước một cách chính xác.

Khi được hỏi về các nguyên tắc thiết kế của WeChat, Zhang Xiaolong trả lời: “Thật sự rất khó để thiết kế thành công một chức năng khi chưa từng có ai làm việc đó. Một quy tắc chung là phải đơn giản. Trong trường hợp chức năng “shake”, không có nút, không có menu và không có nguồn vào. Thay vào đó, chỉ có một hình ảnh cho người dùng biết để lắc điện thoại di động của họ. Đơn giản như, chuyển động chính là hoạt động nổi bật nhất trong lịch sử loài người”. Nguyên tắc thiết kế sáng tạo hướng đến con người như vậy đã đặt WeChat khác biệt so với các đối thủ cạnh tranh.

Đào ngược đổi mới sáng tạo vi mô bằng phép loại trừ

Từ đó cho tới nay, WeChat không còn bao gồm

hiều chức năng do người dùng đề xuất trước đó. “Càng ít càng tốt” là phương châm, ủng hộ logic đổi mới sáng tạo vi mô ngược trong đổi mới sản phẩm. Đổi mới sáng tạo không phải lúc nào cũng có nghĩa là thêm các tính năng mới. Bằng cách loại bỏ các tính năng thừa hoặc tính năng không còn được người dùng mong muốn, WeChat thậm chí còn trở nên thân thiện hơn với người dùng hơn.

Đổi mới sáng tạo vi mô ngược bằng cách loại trừ nhấn mạnh nhu cầu đơn giản hóa. Ví dụ, các nhà phát triển WeChat nhận thấy rằng người dùng iPhone không thích iMessage, một tính năng cho phép người



dùng xem trạng thái tin nhắn của họ đang được gửi hoặc nhận. Hãy tưởng tượng nếu bạn đọc một tin nhắn được gửi từ cấp trên của bạn sau giờ làm việc và bạn không trả lời cấp trên ngay lập tức. Bạn lo lắng rằng bạn sẽ gặp rắc rối lớn vì cấp trên biết rằng bạn đã đọc tin nhắn. Ghi nhận ý này, các nhà phát triển WeChat đã quyết định không thêm tính năng như vậy.

Hơn nữa, khi các sản phẩm ngày càng có nhiều chức năng hơn, đổi mới sáng tạo vi mô ngược trở

nên cần thiết. Quan trọng hơn, các nhà phát triển WeChat nhận ra rằng người dùng nên quyết định xem một tính năng của sản phẩm là hữu ích hay dư thừa. Tuân theo quy tắc này, các nhà phát triển đã tìm kiếm các tính năng quá phức tạp đối với người dùng và đơn giản loại bỏ chúng.

Liên minh chiến lược đối với quốc tế hóa

Một trong những đối thủ chính của WeChat ở thị trường nước ngoài là Line. Bằng cách quảng bá rầm rộ ở Đông Nam Á, WeChat nhanh chóng vượt qua Line về số lượng người dùng và xếp hạng cửa hàng ứng dụng ở Malaysia và Singapo. Tại Hồng Kông, WeChat hợp tác chặt chẽ với McDonald's, KFC và Domino's và giới thiệu voucher tín dụng điện tử để thu hút người dùng mới. Ở châu Âu, WeChat dẫn đầu trong việc thâm nhập các quốc gia như Ý và Thổ Nhĩ Kỳ.

Sau gần một năm rưỡi thử và sai, WeChat đã tạo ra một mô hình thâm nhập thị trường hiệu quả. Trước tiên, Wechat bắt đầu với quảng bá quy mô nhỏ. Thứ hai, nó sử dụng các phương tiện thông tin đại chúng để quảng cáo và những nhân vật nổi tiếng ở địa phương để chứng thực. Thứ ba, nó phối hợp với các nhà khai thác và công ty điện thoại địa phương để cài đặt trước WeChat trên điện thoại di động. Thứ tư, WeChat tiếp tục quảng cáo rầm rộ thông qua các kênh khác nhau; và cuối cùng, WeChat nhắm mục tiêu đến các cửa hàng và cung cấp cho họ nhiều dịch vụ giá trị gia tăng có tính phí.

Theo viện nghiên cứu thị trường GlobalWebIndex, WeChat chiếm 27% thị phần, xếp thứ 5 trên toàn cầu trong danh sách các ứng dụng di động được phát hành trong quý 2 năm 2013. Đến tháng 10 năm 2013, Tencent đã đầu tư hơn 2 tỷ USD ra nước ngoài với số lượng người dùng đạt 100 triệu.

Phương Anh (*Micro-Innovation Strategy: The case of Wechat, Asian Case Research Journal*)



KHỞI NGHIỆP XÃ HỘI DỰA TRÊN TRI THỨC: CHIẾN LƯỢC, XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC VÀ CÁC MÔ HÌNH KINH DOANH (P1)

Khởi nghiệp xã hội dựa trên tri thức vẫn trong giai đoạn đầu phát triển, nhưng các dấu hiệu đang xuất hiện cho thấy quá trình này đang được đẩy nhanh. Trong khi sự quan tâm đến khởi nghiệp xã hội dựa trên tri thức ngày càng tăng, bản chất, các yếu tố cấu thành và các yếu tố quyết định tạo ra sự nảy mầm và phát triển của nó vẫn đang được nghiên cứu kỹ lưỡng và cần được hiểu rõ hơn.

GIỚI THIỆU

Thế giới đang đứng ở ngã tư của kỷ nguyên công nghệ mới và dựa trên tri thức. Nó được nhiều người mệnh danh là kỷ nguyên tri thức mới, cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư, xã hội hậu công nghiệp, hay đơn giản là nền kinh tế tri thức. Các động lực thúc đẩy tăng trưởng trong nền kinh tế mới này là những tiến bộ công nghệ, sự phổ biến của tri thức và sự đổi mới liên tục của các tập đoàn và doanh nhân. Đặc biệt, các doanh nhân đang thúc đẩy tăng trưởng

bằng cách thúc đẩy sự đổi mới sáng tạo, thúc đẩy các ngành công nghiệp mới và tạo việc làm. Công nghệ mới và sự bùng nổ thông tin đã tạo ra mảnh đất màu mỡ cho khởi nghiệp trong nền kinh tế tri thức. Tri thức trở thành phương tiện sản xuất chính và là một phần quan trọng của sản phẩm cuối cùng trong nhiều ngành công nghiệp. Tác động này của tri thức như một yếu tố quan trọng trong quá trình đổi mới và sản xuất và tầm quan trọng của nó như một thành phần sản phẩm đã thúc đẩy sự xuất hiện của một lĩnh

vực khởi nghiệp mới đó là khởi nghiệp dựa trên tri thức. Mặc dù sự gia tăng của tinh thần khởi nghiệp và tác động của công nghệ đối với nền kinh tế đang tạo ra của cải mới to lớn, sự thịnh vượng ngày càng tăng đã không loại bỏ được nhiều vấn đề xã hội cấp bách mà thế giới vẫn đang phải đối mặt. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, nhận thức ngày càng cao về các thách thức xã hội, dân số có trình độ cao hơn và khả năng tiếp cận tri thức dễ dàng hơn, và mong muốn tạo ra sự khác biệt đã tạo ra sự gia tăng đột biến cho khởi nghiệp xã hội. Sứ mệnh của doanh nhân xã hội là giải quyết các vấn đề xã hội thông qua các hoạt động khởi nghiệp. Cùng với sự mở rộng của nền kinh tế tri thức, khởi nghiệp xã hội được trang bị những khả năng mới nhờ công nghệ mới cũng đang từng bước tiến dần tới khởi nghiệp xã hội dựa trên tri thức.

Cả các nhà nghiên cứu và các nhà thực hành đều đang tìm hiểu về khởi nghiệp xã hội dựa trên tri thức và suy nghĩ xem điều gì làm cho hình thức mới này khác với các loại hình khởi nghiệp xã hội khác, những lĩnh vực trọng tâm chính để xác định thành công của nó, cách các doanh nhân có thể tận dụng nó, và cách công nghệ tạo điều kiện và đồng thời đòi hỏi sự sinh sôi nảy nở của nó. Đây không phải là những câu hỏi duy nhất quan trọng để nắm bắt cơ sở lý luận đằng sau giá trị của khởi nghiệp xã hội dựa trên tri thức trong việc giải quyết một số thách thức xã hội quan trọng và dai dẳng. Ngoài các đặc điểm, chất xúc tác, quy trình và yếu tố xung quanh ngay lập tức của nó, việc tìm hiểu những động lực đằng sau sự phát triển của khởi nghiệp dựa trên tri thức là gì, trong những điều kiện nào và tại sao nó lại vô giá đối với cả các nền kinh tế phát triển và đang phát triển là rất quan trọng.

KHỞI NGHIỆP XÃ HỘI DỰA TRÊN TRI THỨC

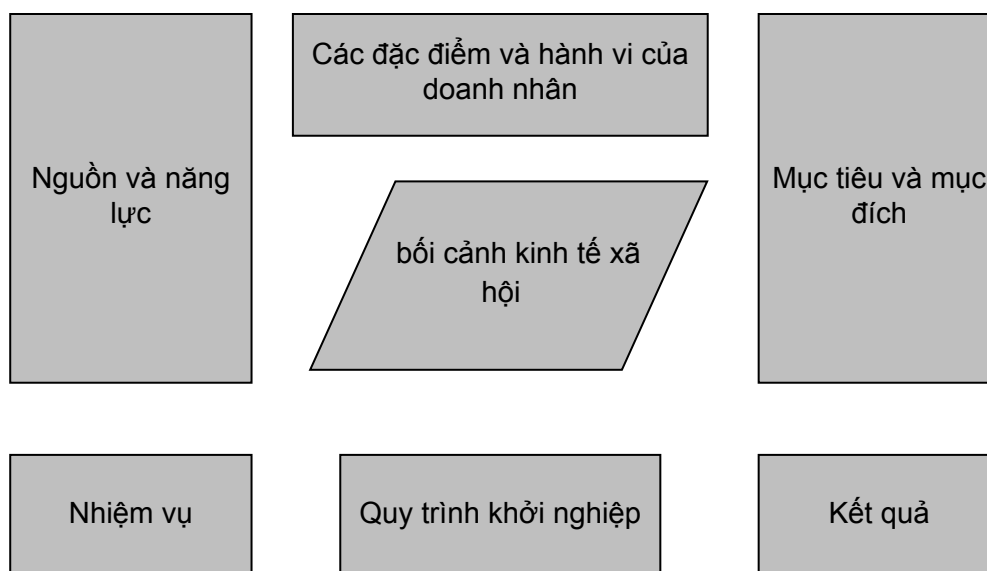
Định nghĩa tinh thần khởi nghiệp

Tinh thần khởi nghiệp đề cập đến việc hình dung

và tạo ra các sản phẩm, dịch vụ, quy trình hoặc mô hình kinh doanh và từ đó xây dựng các doanh nghiệp. Nó dẫn đến việc tạo ra cảm giác về sự không hoàn hảo của thị trường nơi những người khác nhìn thấy sự không chắc chắn, mơ hồ và nhầm lẫn. Đó là việc áp dụng các ý tưởng mới và sáng tạo để phát triển các doanh nghiệp kinh doanh. Khởi nghiệp là một quá trình năng động tạo điều kiện thuận lợi cho việc tạo ra sự giàu có, bổ sung thêm giá trị cho các nguồn lực, tạo ra thị trường mới và đáp ứng nhu cầu thị trường. Là một tập hợp các quy trình, nó liên quan đến các hoạt động kinh doanh nhằm tạo ra giá trị kinh tế bằng cách giới thiệu các sản phẩm, quy trình và dịch vụ mới hoặc tận dụng sự mất cân bằng của thị trường. Các doanh nhân khởi nghiệp không phải lúc nào cũng tìm kiếm lợi nhuận tài chính hoặc lợi ích cá nhân. Họ có thể được thúc đẩy để tạo ra các giá trị xã hội bằng cách giải quyết các vấn đề xã hội như bất bình đẳng, thất nghiệp, nghèo đói, mù chữ và các vấn đề môi trường như ô nhiễm, phá rừng và bảo vệ động vật. Quá trình này cũng đòi hỏi các hoạt động liên kết với việc kết hợp tri thức và các nguồn lực khác để tạo ra tri thức mới, sản phẩm hoặc dịch vụ mới, mở ra thị trường mới và phục vụ một phân khúc thị trường theo cách khác với những gì hiện có trên thị trường.

Khởi nghiệp xã hội

Khởi nghiệp xã hội là quá trình mang lại các giá trị xã hội và các giá trị liên quan đến mục tiêu xã hội cho cộng đồng bằng cách kết hợp các nguồn lực công và tư nhân để giải quyết các thách thức kinh tế xã hội khác nhau (Hình 1). Quá trình này được minh chứng bằng việc thành lập các doanh nghiệp bền vững và hiệu quả về mặt kinh tế, đồng thời nhằm đạt được các mục tiêu xã hội bằng cách sử dụng các nguyên tắc, thông lệ và chính sách kinh doanh. Từ các quy trình hoạt động trong việc sử dụng quan điểm nguồn lực, khởi nghiệp xã hội hầu như không khác với các



Hình 1: Khung khởi nghiệp xã hội

khởi nghiệp thương mại cùng ngành của nó.

Khởi nghiệp dựa trên tri thức

Những tiến bộ cơ bản trong công nghệ, sự gia tăng tri thức trong các lĩnh vực mới và chân trời kinh doanh mới mà sự cộng sinh của các yếu tố này đang mở ra đang định hình sự hiểu biết về tinh thần khởi nghiệp, bối cảnh và thực tiễn của nó từ một góc độ độc đáo. Cảnh quan mới này không chỉ là sự kết hợp giữa đổi mới công nghệ và tinh thần khởi nghiệp truyền thống. Đó là việc mở ra một loại hình khởi nghiệp mới, trong đó yếu tố chính là tri thức cũng giống như nguồn lực. Các dấu hiệu thay đổi đã được nhìn thấy. Ở các quốc gia như Hoa Kỳ và Trung Quốc, tác động đáng kể nhất đối với nền kinh tế đang khiến các công ty công nghệ với những ý tưởng sáng tạo đột phá của họ định hình một tương lai mới cho không chỉ ở nước họ mà còn cho toàn nhân loại. Các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ, doanh nghiệp tư vấn và dịch vụ mà tri thức là một sản phẩm chính, các doanh nghiệp phái sinh từ các trường đại học, các doanh nghiệp tốt nghiệp từ các vườn ươm công nghệ và các công ty mới trong các ngành công nghiệp tri thức thể hiện tinh thần kinh doanh dựa trên tri thức. Các doanh nghiệp dựa trên tri thức này đã

trở thành lực lượng chủ đạo trong việc cải thiện năng suất, tạo việc làm và tăng trưởng trong khu vực.

Các cơ hội cho khởi nghiệp dựa trên tri thức có thể bắt nguồn từ sự thay đổi công nghệ, tạo ra tri thức mới và nhu cầu thị trường. Mục tiêu của khởi nghiệp dựa trên tri thức là tìm ra điểm không hoàn hảo của thị trường và phát triển hàng hóa và dịch vụ mới trong đó tri thức là nguồn lực chính và giới thiệu chúng ra thị trường. Trọng tâm của tinh thần khởi nghiệp đó là việc sử dụng tri thức làm yếu tố chính để sản xuất và thương mại hóa sản phẩm, dịch vụ, quy trình và mô hình kinh doanh. Sự phụ thuộc ngày càng nhiều vào tri thức như một phương tiện sản xuất và sự thâm nhập sâu hơn của công nghệ trong nhiều ngành công nghiệp hơn, các lĩnh vực mà khởi nghiệp dựa trên tri thức đang lan rộng cũng liên tục mở rộng. Những người chủ mưu của việc mở rộng này là các doanh nhân khởi nghiệp khai thác và sử dụng nguồn tri thức thiết yếu từ kinh nghiệm sống, học vấn, kiến thức thu được từ công việc trước đây và các thông tin công nghệ, thương mại và khoa học khác nhau từ các nguồn công và tư nhân. Các công nghệ mới đang làm sáng tỏ các cơ hội ở cấp độ chưa từng có bắt nguồn từ AI, blockchain, IoT và nhiều công nghệ

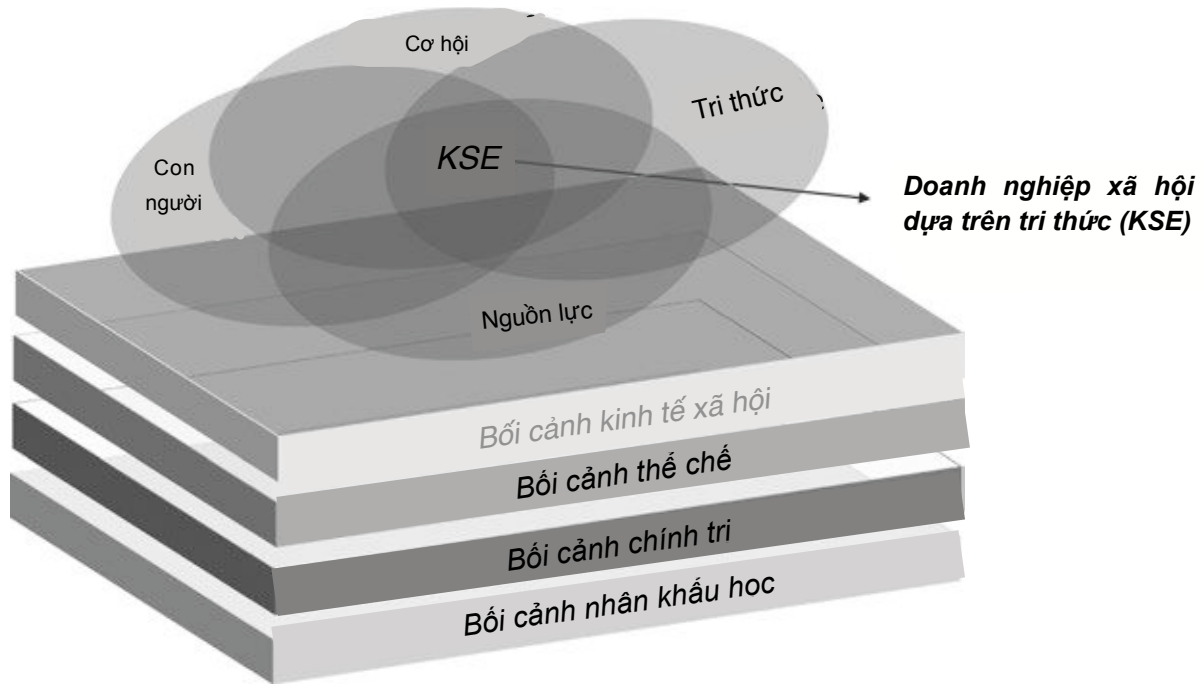
khác. Đây là những lĩnh vực có tác động cao với tiềm năng to lớn và hậu quả kinh tế tích cực cho kinh tế thế giới. Khi sự tăng trưởng trong các lĩnh vực này chỉ mới bắt đầu, các ngành công nghiệp mới vẫn còn non trẻ sẽ sớm hình thành và tạo ra nhiều cơ hội hơn trong các lĩnh vực cốt lõi, liền kề và hỗ trợ. Điều đó có nghĩa là chúng ta có thể mong đợi sự tăng trưởng to lớn trong các hoạt động khởi nghiệp trong những năm tới. Sự tăng trưởng theo cấp số nhân này cũng sẽ thúc đẩy khởi nghiệp xã hội trong nhiều lĩnh vực.

Các yếu tố quan trọng để đổi mới và tri thức trở thành động lực thực sự của tăng trưởng kinh tế và tác nhân thúc đẩy các hoạt động kinh doanh bao gồm sự trưởng thành của thị trường, văn hóa đổi mới, đội ngũ nhân tài, cạnh tranh ngang hàng, nguồn lực cần

thiết, cơ sở hạ tầng, chính sách hỗ trợ và thể chế. Một khi khởi nghiệp dựa trên tri thức và đổi mới sáng tạo tạo được chỗ đứng vững chắc ở một địa điểm cụ thể, toàn bộ hệ sinh thái hỗ trợ sẽ bắt đầu xuất hiện để giúp phổ biến đổi mới thông qua các nỗ lực kinh doanh. Từ những thảo luận này, chúng ta có thể thấy rằng khởi nghiệp xã hội dựa trên tri thức khai thác các công nghệ để giải quyết các vấn đề xã hội mà tri thức là đầu vào chính (Hình 2).

CHIẾN LƯỢC

Khi đã xác định được cơ hội, các doanh nhân khởi nghiệp thường lao vào quá trình phát triển sản phẩm với ý định nhanh chóng đưa sản phẩm ra thị trường. Họ không suy nghĩ nhiều đến việc phân tích các lựa chọn chiến lược có sẵn và lựa chọn chiến



Hình 2: Khung khởi nghiệp xã hội dựa trên tri thức

lược đầu tiên mà họ nghĩ đến. Trong nhiều trường hợp, hành động nhanh chóng này đem lại hiệu quả tốt, tuy nhiên, trong nền kinh tế tri thức ngày càng cạnh tranh, một phương pháp tiếp cận tốt hơn là phân tích kỹ lưỡng và chọn ra chiến lược tốt nhất có

xác suất thành công cao hơn.

Chiến lược là tập hợp các quyết định về việc xác định các mục tiêu dài hạn của một tổ chức, xác định một tập hợp các hoạt động, xác định và phân bổ các nguồn lực cũng như phát triển các năng lực cần thiết

để đạt được những mục tiêu này trong điều kiện không chắc chắn. Chiến lược của một công ty xác định và phác thảo khát vọng tăng trưởng, phân khúc thị trường mục tiêu, năng lực cốt lõi, nguồn lực và khả năng sẵn có cũng như các khía cạnh môi trường cần thiết ảnh hưởng đến hành động, giá trị và kỳ vọng của công ty. Chiến lược là sự tổng hợp các quá trình hành động, chính sách, mục tiêu và mục đích một cách tổng thể. Nó có vai trò phân bổ các nguồn lực để tối đa hóa tiềm năng của công ty. Nó thúc đẩy công ty phát triển hoặc có được các bộ kỹ năng cần thiết cho sự thành công của công ty. Chiến lược cũng dự đoán những thay đổi về môi trường có thể xảy ra, chuẩn bị cho công ty vượt qua những sóng gió bất ngờ và giảm thiểu các động thái của đối thủ cạnh tranh.



Các doanh nhân khởi nghiệp cần thực hiện phân tích chuyên sâu dựa trên dữ liệu về tiềm năng thị trường của cơ hội kinh doanh và định vị dự án kinh doanh trong tương lai trên thị trường. Các câu hỏi mà doanh nhân khởi nghiệp nên đặt ra bao gồm phân

khúc thị trường mà sản phẩm hướng tới, đối thủ cạnh tranh là ai và doanh nghiệp mới sẽ định vị mình như thế nào để cạnh tranh được với họ, và đâu sẽ là cách tốt nhất để tiếp thị sản phẩm. Đây không phải là những khía cạnh duy nhất mà các doanh nhân khởi nghiệp cần tập trung để có được chỗ đứng trên thị trường và phát triển lợi thế cạnh tranh bền vững. Nhiều hoạt động liên quan đến quá trình khởi nghiệp như tiến hành nghiên cứu kỹ lưỡng thị trường và các công ty cạnh tranh, phát triển mô hình kinh doanh, tìm hiểu khách hàng và nhu cầu của họ, xây dựng quy trình chuỗi giá trị và nhiều vấn đề khác cũng cần được phân tích kỹ lưỡng và phù hợp với mục tiêu kinh doanh của doanh nhân khởi nghiệp.

Ví dụ, ở giai đoạn đầu tiên của quá trình khởi nghiệp, các doanh nhân khởi nghiệp cần phải trả lời cho những câu hỏi như cách định vị sản phẩm của họ trước đối thủ cạnh tranh, cách các đối thủ cạnh tranh thực sự sẽ phản ứng với sản phẩm mới và liệu có khả năng có nhiều người tham gia trong cùng lĩnh vực. Xác định bối cảnh cạnh tranh là cần thiết nhưng việc quan trọng không kém là thiết kế một chiến lược phù hợp với phân khúc thị trường tiềm năng, nhân viên và quan trọng hơn là truyền tải tuyên ngôn giá trị độc phù hợp với mô hình hoạt động dự kiến của doanh nghiệp mới. Một tuyên ngôn giá trị là một tập hợp các lợi ích mà khách hàng nhận được khi mua các sản phẩm hay dịch vụ của công ty để tạo ra sự khác biệt độc đáo với các đối thủ cạnh tranh khác. Có ba chiến lược chung tạo dựng lợi thế cạnh tranh cho các công ty, đó là: chi phí thấp (ví dụ như trường hợp hãng hàng không giá rẻ), khác biệt hóa (trường hợp hãng hàng không giá cao) và tập trung (trường hợp hãng hàng không chuyên bay một vài lộ trình).

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