

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 30.2020



TIN TỨC SỰ KIỆN

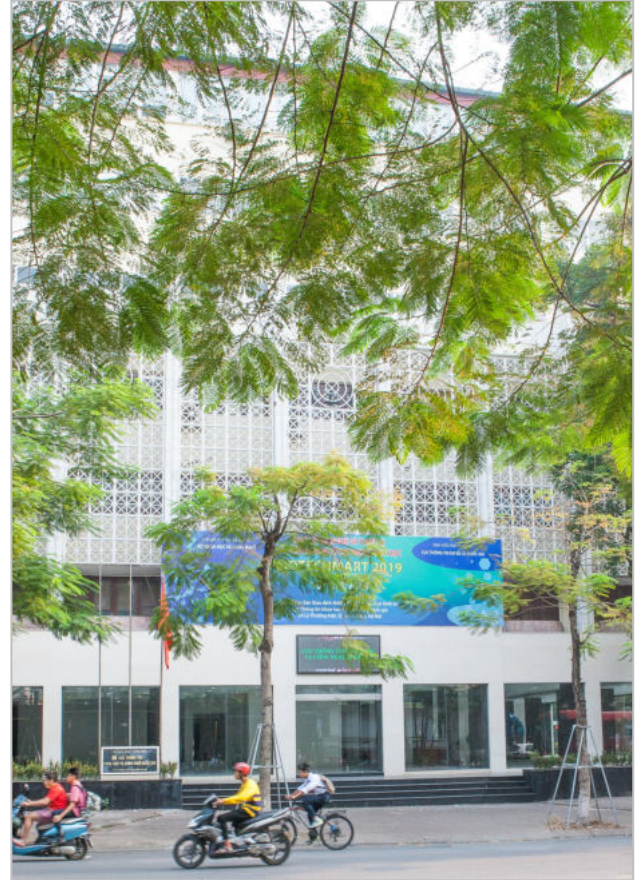
- 01 Sinh viên khởi nghiệp có cơ hội nhận đầu tư 40 nghìn USD
- 02 Dự án của học sinh Việt giành ngôi Vô địch cuộc thi Khởi nghiệp trẻ quốc tế
- 03 Hà Nội hỗ trợ 100% kinh phí đào tạo khởi sự kinh doanh cho doanh nghiệp nhỏ và vừa
- 04 Startup Việt: Chủ yếu gọi được vốn sau khi đã trở nên vững vàng

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 KiotViet-người trợ lý cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa
- 06 Khởi nghiệp công nghệ: Các khu vực tương lai mới nổi (Bài cuối)

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Tencent: Bí quyết thành công chính là Đổi mới sáng tạo (P2)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

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

SINH VIÊN KHỞI NGHIỆP CÓ CƠ HỘI NHẬN ĐẦU TƯ 40 NGHÌN USD

Tainangviet - Bộ Giáo dục và Đào tạo vừa tổ chức lễ phát động cuộc thi “Học sinh, sinh viên với ý tưởng khởi nghiệp” năm 2020. Nhóm sinh viên đạt giải Nhất sẽ có cơ hội tham gia đàm phán để nhận đầu tư số tiền 40 nghìn USD.



Thứ trưởng Bộ GD&ĐT Nguyễn Hữu Độ phát biểu tại lễ phát động

Cuộc thi “Học sinh, sinh viên với ý tưởng khởi nghiệp” dành cho các em học sinh, sinh viên từ trung học phổ thông đến đại học trên toàn quốc được Bộ Giáo dục và Đào tạo khởi xướng từ năm 2018.

Theo Thứ trưởng Bộ Giáo dục và Đào tạo Nguyễn Hữu Độ, sau 2 năm tổ chức, đã có gần 350 dự án được gửi về từ các cơ sở đào tạo, 150 dự án từ các trường trung học phổ thông trên toàn quốc. Trong đó, 50% đã có sản phẩm, 30% đạt ý tưởng, hoặc sản phẩm đang ở mức sản xuất. Hiện tại, một số dự án của học sinh, sinh viên đã được các doanh nghiệp lớn mua lại để đưa vào sản xuất đại trà.

Thứ trưởng nhấn mạnh: “Cuộc thi nhằm thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp, học tập, tinh thần đổi mới, sáng tạo đối với tất cả các em học sinh, sinh viên trên toàn quốc. Tạo ra một sân chơi thú vị, mang tính trải nghiệm lớn đối với các em học sinh, sinh viên.

Đây cũng là dịp để các em học sinh sinh viên thể hiện được sức trẻ, sự năng động, bản lĩnh và nâng cao tinh thần đổi mới, sáng tạo, tinh thần vì cộng đồng, vận dụng những kiến thức, kỹ năng được học của mình để đưa ra các sáng kiến, giải pháp giải quyết các vấn đề của cộng đồng, xã hội; hình thành các ý tưởng sáng tạo, những dự án khởi nghiệp mang tính đột phá, mang lại giá trị hữu ích cho bản thân và cộng đồng”. Ông Bùi Văn Linh, Vụ trưởng Vụ Giáo dục Chính trị và Công tác học sinh sinh viên, cho biết cuộc thi sẽ trải qua 5 vòng, bao gồm: Cơ sở, Bán kết, Đào tạo, Bình chọn và Chung kết.

Riêng vòng Chung kết sẽ có điểm mới, mở rộng so với 2 cuộc thi trước đây: có thêm Chặng 1. Hơn 70 nhóm sẽ trình bày ngay tại gian trưng bày của mình và Ban Giám khảo sẽ chấm điểm tại chỗ.

Về cơ cấu giải thưởng, đối với các dự án khởi nghiệp của học sinh hoặc sinh viên, Ban Tổ chức đều sẽ trao 1 giải Nhất, 2 giải Nhì, 3 giải Ba, 4 giải Khuyến khích, 1 giải Bình chọn trên Website: <http://dean1665.vn>, 1 giải thưởng gian trưng bày. Tổng giá trị giải thưởng lên tới gần 500 triệu đồng. Trong đó, nhóm sinh viên đạt giải Nhất sẽ có cơ hội tham gia đàm phán để nhận đầu tư số tiền 40 nghìn USD.

Ban Tổ chức sẽ nhận dự án dự thi đến ngày 15/10/2020.

Học sinh, sinh viên quan tâm cuộc thi có thể tham khảo [tại đây](#)

DỰ ÁN CỦA HỌC SINH VIỆT GIÀNH NGÔI VÔ ĐỊCH CUỘC THI KHỞI NGHIỆP TRẺ QUỐC TẾ

Tienphong - Đêm 11/8, đội Cobtain, một đại diện của Việt Nam đã được xướng tên với ngôi vị cao nhất tại chung kết cuộc thi Khởi nghiệp trẻ Quốc tế - SAGE Global 2020 với dự án tái chế cùi bắp.



Trước khi đăng quang vị trí cao nhất tại SAGE Global 2020, nhóm Cobtain từng giành chức Vô địch ở cấp quốc gia

SAGE là cuộc thi khởi nghiệp dành cho các bạn học sinh có đam mê kinh doanh và mong muốn giải quyết các vấn đề toàn cầu như môi trường, năng lượng, biến đổi khí hậu. Cuộc thi năm nay quy tụ hơn 10.000 học sinh đến từ 30 quốc gia và vùng lãnh thổ trên toàn thế giới; trong đó, có đại diện đến từ Việt Nam - nhóm Cobtain.

Với khẩu hiệu vô cùng thú vị “Nguồn sống từ Cùi Bắp”, Cobtain đã cho mọi người những điều phi thường mà phế phẩm như cùi bắp có thể làm được.

Cụ thể, các bạn đã tái chế lõi ngô thành các sản phẩm phục vụ trồng trọt và chăn nuôi như giá thể trồng cây, thức ăn cho gia súc, đệm lót sinh học cho gia súc, gia cầm và thú cưng,... Đây đều là các sản phẩm có nguồn gốc tự nhiên, giá thành rẻ và thân thiện với người tiêu dùng.

Để thực hiện dự án, các thành viên của đội đã phải nghiên cứu, học hỏi, đi thực tế trong gần 1 năm

trước khi diễn ra cuộc thi. Không chỉ dừng lại ở những ý tưởng trên giấy tờ, các bạn trẻ còn bắt tay vào xây dựng chiến lược kinh doanh, quảng bá và bán sản phẩm ra thị trường.

Chính những bước đi táo bạo này đã giúp đại diện của Việt Nam ghi điểm trong cuộc thi. Không những xuất sắc giành chức vô địch, Cobtain còn ẵm thêm 2 giải phụ trong phần thi đặc biệt về 17 Mục tiêu Phát triển Bền vững thuộc Chương trình Nghị sự 2030 của Liên Hợp Quốc. Trong phần thi này, đội đã đề cập tới mục tiêu “Xoá đói nghèo” và “Chống biến đổi khí hậu”.

Qua những gì Cobtain đã, đang và sẽ tiếp tục làm, các bạn khẳng định khả năng của mình trong việc nâng mức thu nhập của đồng bào dân tộc thiểu số tại vùng cao, sống chủ yếu dựa vào nương rẫy. Ngoài ra, dự án còn góp phần giảm thiểu ô nhiễm môi trường và chống phát thải khí nhà kính, những yếu tố trực tiếp dẫn đến tình trạng nóng lên toàn cầu.

Vì chịu ảnh hưởng của dịch Covid-19 nên cuộc thi và lễ trao giải năm nay được tổ chức theo hình thức trực tuyến, nhưng các đội đều tham gia thi với tinh thần nghiêm túc, góp phần tạo nên một sân chơi bổ ích, thú vị nhưng cũng đầy tính cạnh tranh cho các bạn học sinh.

Chức vô địch trong cuộc thi lần này là thành quả xứng đáng cho những nỗ lực trong suốt thời gian qua của đội Cobtain, nhất là khi toàn thế giới đang chịu ảnh hưởng nặng nề của đại dịch, các em đã quyết tâm khắc phục hết những khó khăn, và làm rạng danh Việt Nam trên đấu trường quốc tế./.

HÀ NỘI HỖ TRỢ 100% KINH PHÍ ĐÀO TẠO KHỞI SỰ KINH DOANH CHO DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

Thành phố sẽ hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa kết nối với doanh nghiệp quốc tế, tham gia hội chợ triển lãm, hội thảo, hội nghị kết nối kinh doanh, giới thiệu sản phẩm công nghệ để tìm kiếm cơ hội kinh doanh; hỗ trợ 100% kinh phí tổ chức các khóa đào tạo khởi sự kinh doanh...



Đây là một trong những nội dung tại Kế hoạch số 167/KH-UBND hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa trên địa bàn thành phố Hà Nội năm 2021, được UBND thành phố ban hành ngày 17-8-2020.

Mục tiêu của kế hoạch là nâng cao chất lượng, hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa, phấn đấu đạt tỷ lệ doanh nghiệp thành lập mới trong năm tăng thêm từ 10% (khoảng 30.000 doanh nghiệp); hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa thu hẹp khoảng cách về trình độ công nghệ, chất lượng nguồn nhân lực, năng lực cạnh tranh, nâng tỷ lệ doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị toàn cầu ngang bằng với các nước dẫn đầu trong khối ASEAN.

Đồng thời, kế hoạch cũng nhằm hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa góp phần đạt được các chỉ tiêu: Tạo thêm 150.000 việc làm mới cho người lao động, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của khu vực doanh

nh nghiệp nhỏ và vừa chiếm trên 25% tổng kim ngạch xuất khẩu của Thủ đô, đóng góp khoảng 45% GRDP và trên 30% ngân sách thành phố.

Để đạt được các mục tiêu trên, các doanh nghiệp nhỏ và vừa sẽ được hỗ trợ chung về cải cách thủ tục hành chính; tiếp cận tín dụng; thuế; mặt bằng sản xuất; công nghệ, cơ sở ươm tạo, cơ sở kỹ thuật; mở rộng thị trường; thông tin, tư vấn và pháp lý; phát triển nguồn nhân lực...

Đáng chú ý, thành phố sẽ hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa kết nối với doanh nghiệp quốc tế, tham gia hội chợ triển lãm, hội thảo, hội nghị kết nối kinh doanh, giới thiệu sản phẩm công nghệ để tìm kiếm cơ hội kinh doanh; hỗ trợ 100% kinh phí tổ chức các khóa đào tạo khởi sự kinh doanh, 70% kinh phí tổ chức các khóa về quản trị kinh doanh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa./.



STARTUP VIỆT: CHỦ YẾU GỌI ĐƯỢC VỐN SAU KHI ĐÃ TRỞ NÊN VỮNG VÀNG

Enternews.vn - Cơ cấu đầu tư mạo hiểm cho Startup Việt Nam đang nặng về những vòng gọi vốn sau khi công ty đã trở nên vững vàng, trong khi ít đổ vào giai đoạn trước, cho thấy khả năng rủi ro cao hơn của các startup Việt trong giai đoạn đầu phát triển.



Theo báo cáo của quỹ mạo hiểm ESP Capital và Cento Ventures, về mặt đầu tư, Việt Nam đang là hệ sinh thái khởi nghiệp năng động thứ 3 trong khu vực ASEAN, đứng sau Indonesia và Singapore.

Trong năm 2019, hệ sinh thái khởi nghiệp trong nước đã ghi nhận những giao dịch khổng lồ, với 3 thương vụ dẫn đầu đạt hơn nửa tỷ USD vào các công ty VNLife (Tập đoàn mẹ của công ty công nghệ tài chính VNPAY), Scommerce (Tập đoàn mẹ của các công ty Logistics như Giao Hàng Nhanh, AhaMove) và MoMo (Ví điện tử).

Tuy nhiên, khi nhìn sâu vào cấu trúc đầu tư mạo hiểm có thể nhận thấy một số điểm yếu của hệ sinh thái. Bài viết mới đây trên Tech In Asia phân tích quy mô giao dịch của các thương vụ đầu tư cho startup vào Việt Nam năm 2019 và nước ở vị trí thứ hai là Indonesia thì thấy khối lượng các thương vụ đầu tư vào startup ở giai đoạn sớm (Seed, Pre-A, Series A) của Việt Nam đang thấp hơn hẳn so với Indonesia,

còn ở giai đoạn sau như Series B, C, D... thì có thể coi là tương đương. Cụ thể, về số lượng thương vụ, thì tỷ lệ phần trăm các startup Việt Nam gọi vốn từ Series A trở lên ít hơn so với Indonesia từ 7-17%

Như vậy, cơ cấu đầu tư mạo hiểm cho Startup Việt Nam đang nặng về những vòng gọi vốn sau khi công ty đã trở nên vững vàng và chứng minh được khả năng của mình, trong khi ít đổ vào giai đoạn trước, cho thấy khả năng rủi ro cao hơn của các startup Việt trong giai đoạn đầu phát triển.

Trong 7 tháng đầu năm 2020, trong bối cảnh dịch COVID-19, số thương vụ của Việt Nam chốt được cũng chỉ bằng 40% so với Indonesia.

Các quỹ mạo hiểm nhận định rằng Việt Nam đang thiếu vắng những startup công nghệ có tầm nhìn và khả năng cạnh tranh với các startup trong khu vực, đặc biệt là thiếu nguồn startup đầu vào có thể phát triển lên ở các giai đoạn sau.

Điều này cũng đã được nhiều chuyên gia và nhà đầu tư tư nhân trong nước nhấn mạnh nhiều lần. Có nhiều lý do khiến họ “ngại” bỏ tiền vào giai đoạn đầu, một trong đó là do phần lớn startup Việt Nam vẫn thiếu kinh nghiệm và những kỹ năng cơ bản để đưa các ý tưởng đổi mới sáng tạo thành sản phẩm dịch vụ đưa ra thị trường một cách hiệu quả một cách hiệu quả.

Điều này góp phần khiến thời gian thu hồi vốn của nhà đầu tư bị kéo dài hơn và rủi ro đầu tư cao hơn, khiến họ ít mặn mà với loại hình này./.

KiotViet
Cùng Bạn Làm Giàu

Phần mềm quản lý bán hàng

PHỔ BIẾN NHẤT
HƠN **100.000**
CỬA HÀNG SỬ DỤNG

Hotline : 1800 6162

www.kiotviet.vn



DÙNG THỬ MIỄN PHÍ NGAY

KIOTVIET - NGƯỜI TRỢ LÝ CHO CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

Việt Nam đang trở thành điểm đến yêu thích mới của các nhà đầu tư. Mặc dù chưa có các câu chuyện thành công mang tầm cỡ khu vực như Grab, Go-Jek hay Shopee, song quốc gia ở Đông Nam Á này đang có rất nhiều startup triển vọng.

Việc đầu tư mạnh mẽ vào giáo dục khoa học, công nghệ, kĩ thuật và toán học (STEM) trong suốt 15 năm qua của Việt Nam, cộng hưởng với hạ tầng Internet được cải thiện, đội ngũ lao động chi phí thấp và trẻ trung đã giúp Việt Nam phát triển được ngành công nghiệp thuê ngoài công nghệ thông tin ấn tượng. Khoảng 30.000 công ty công nghệ đang hoạt động ở Việt Nam và số lượng nhân sự công nghệ thông tin mới tốt nghiệp mỗi năm từ các trường đại học lên tới 80.000 là điều kiện để các startup công nghệ không ngừng tăng lên.

Mới đây, trang thông tin online về Khởi nghiệp và

Công nghệ châu Á (Tech In Asia) đã đưa ra danh sách 10 startup công nghệ nhận được nhiều đầu tư nhất tại Việt Nam dựa trên những thông tin đầu tư công khai, và trong số đó có một startup đặc biệt ấn tượng hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) mang tên KiotViet.

KIOTVIET - NIỀM TIN CỦA NGƯỜI VIỆT

Đối với hoạt động kinh doanh trong thời đại 4.0, phần mềm quản lý bán hàng gần như không thể thiếu, giúp các doanh nghiệp quản lý việc bán hàng một cách thông minh và hiệu quả. Hiện nay, trên thị trường có rất nhiều phần mềm quản lý bán hàng

nhưng một trong những phần mềm được biết đến nhiều có lẽ là KiotViet. Với hơn 70.000 cửa hàng đang sử dụng và 4000 cửa hàng mới sử dụng mỗi tháng, những con số trên có thể thấy được sự phổ biến của KiotViet.



Tony Ng (trái) và Cao Trọng Kim Trí-hai đồng sáng lập. Ảnh KiotViet

Phần mềm quản lý bán hàng KiotViet được phát triển bởi Công ty Cổ phần Phần mềm Citigo do Tony Ng và Cao Trọng Kim Trí đồng sáng lập. Ý tưởng ra đời dự án, theo các đồng sáng lập cho biết là xuất phát từ việc họ nhận thấy các DNNVV bị hạn chế tiếp cận vốn và phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt từ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Nền kinh tế Việt Nam đang phát triển, thu hút nhiều nhà bán lẻ và doanh nghiệp nước ngoài đến đầu tư cùng với bí kíp công nghệ và lợi thế tài chính. Các doanh nghiệp (đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ) đang gặp nhiều khó khăn trong việc quản lý hoạt động và mở rộng quy mô mà không có phần mềm doanh nghiệp nào dễ sử dụng. Chính vì thế nhiều DNNVV vô cùng thất thế khi cạnh tranh với các doanh nghiệp lớn hơn.

Do đó, cả hai người quyết định thành lập KiotViet nhằm mang công nghệ phục vụ các cửa hàng bán lẻ tại Việt Nam, giúp người bán hàng giải quyết khó khăn trong quá trình quản lý bán hàng một cách đơn

giản, dễ dàng nhất mà không tốn quá nhiều chi phí.

KiotViet là công ty con của công ty dịch vụ phần mềm Việt Nam Citigo Software, thành lập từ năm 2010, với hoạt động kinh doanh cốt lõi là tư vấn phát triển sản phẩm, giải pháp phần mềm và gia công lập trình viên chuyên nghiệp.

Vào thời điểm thành lập Kiotviet năm 2014, những người sáng lập Citigo nghĩ rằng đây là thời điểm thích hợp để xây dựng một “cái gì đó” cho người tiêu dùng Việt Nam. Thời gian này, mặc dù cũng có những nhà cung cấp phần mềm quy hoạch tài nguyên doanh nghiệp như SAP và Oracle, nhưng không phù hợp cho các DNNVV. Ngoài ra, còn có các phần mềm có chi phí thấp, nhưng thường không tốt và bị giới hạn các dịch vụ. Vì vậy, KiotViet được thành lập để quản lý số hóa hàng tồn kho của các DNNVV, hỗ trợ các DNNVV phát triển nhanh hơn...

Là một startup bán hàng, KiotViet xây dựng các công cụ để theo dõi các giao dịch, hàng tồn kho và hoạt động thanh toán cho các cửa hàng nhỏ. Nền tảng này cũng cung cấp nguồn nhân lực và các tính năng quản lý tiền lương. “Nền tảng của KiotViet hiệu quả và tiết kiệm tới 40% chi phí hoạt động cho các DNNVV” - anh Kim Trí cho biết.

Cũng theo Kim Trí - Phó Tổng Giám đốc KiotViet, Việt Nam hiện có gần 600.000 DNNVV và KiotViet đã số hóa 100.000 trong số đó. Với kết quả này, trong vòng 5 năm, KiotViet đã thâm nhập khoảng 16% các DNNVV. Đây là một thành tựu lớn đối với một công ty khởi nghiệp chỉ huy động vốn được khoảng 6 triệu USD cho đến nay. Các DNNVV bình thường cần phần mềm để sử dụng, vì đội ngũ có nhiều người trình độ kỹ thuật chưa cao. Cách tốt nhất để đạt được điều này là duy trì các kênh phản hồi mở.

“Chúng tôi dành nhiều thời gian để lắng nghe phản hồi của khách hàng và cập nhật phần mềm thường xuyên để đảm bảo phù hợp với nhu cầu của



ONLINE STORE

khách hàng. Hơn nữa, những người không quen với công nghệ thường không thoải mái khi mua phần mềm hoặc hợp tác với các công ty mà không gặp gỡ trực tiếp người đại diện. Do đó, chúng tôi đã mở nhiều văn phòng ở các thành phố cấp hai và ba để phục vụ khách hàng ở những vùng xa chưa có nhiều điều kiện tiếp cận công nghệ", đây là chia sẻ của Kim Trí về phương thức hoạt động của KiotViet.

Về KiotViet, có 9 tính năng cơ bản được tích hợp trong hệ thống báo gồm: (1) Quản lý bán hàng trên facebook, zalo; (2) Quản lý thông tin hàng hóa không giới hạn; (3) Báo cáo doanh thu hằng ngày; (4) Kiểm soát hàng tồn kho; (5) Tạo chương trình khuyến mãi linh hoạt; (6) Kiểm soát tình hình kinh doanh mọi lúc mọi nơi; (7) Tích hợp các hãng vận chuyển như Viettel post, giaohangnhanh,...; (8) Tích hợp các trang thương mại điện tử lazada , adayroi,...; (9) Tích hợp với các thiết bị phần cứng.

Các DNNVV hiện nay khá hứng thú với phần mềm này bởi những lý do như: Giao diện tiếng Việt đơn giản và dễ dàng sử dụng, có thể thiết kế phần mềm chuyên biệt cho từng ngành, tiết kiệm chi phí,

tích hợp phương thức thanh toán đa hình thức, không cần cài đặt, thông tin bảo mật tuyệt đối, không tốn chi phí bảo trì, được tích hợp trên thiết bị di động...

Mặc dù còn một số điểm yếu (Giao diện trên điện thoại không hiển thị tốt như máy tính, hỗ trợ khá chậm vì có quá nhiều khách hàng sử dụng) nhưng các sáng lập viên đang tiếp tục nâng cấp để dự án ngày một hoàn thiện.

KẾ HOẠCH TƯƠNG LAI

Theo báo cáo của công ty tư vấn và nghiên cứu thị trường TechSci Research, thị trường dịch vụ đám mây Việt Nam dự kiến sẽ tăng từ 165 triệu USD vào năm 2018 lên tới 291 triệu USD vào năm 2024. Sự tăng trưởng này được thúc đẩy bởi việc áp dụng các dịch vụ đám mây như một cơ sở hạ tầng như là dịch vụ (IaaS) hoặc phần mềm như một dịch vụ (SaaS), cũng như số lượng ngày càng tăng của các DNNVV sử dụng hệ thống quản lý hàng tồn kho và hoạt động. Tuy nhiên, KiotViet không phải là công ty duy nhất trong phân khúc này.

KiotViet có một đề xuất riêng cho các DNNVV.

How to Start an ONLINE STORE

STEP BY STEP



Theo đó, phần mềm cung cấp một trải nghiệm thông suốt, có giao diện đơn giản, dễ sử dụng, các DNNVV có thể thiết lập và chạy phần mềm trong vòng 5 phút, ngay cả khi họ không biết nhiều về công nghệ, ông Tony Ng cho biết.

Một yếu tố khác góp phần vào sự tăng trưởng tích cực của KiotViet là khả năng chi trả. Startup này cung cấp dịch vụ cho các DNNVV với chi phí bắt đầu từ 180.000 đồng (7,72 USD)/tháng, hoặc 250.000 đồng (10,73 USD) cho các doanh nghiệp tư nhân lớn hơn.

Bên cạnh hoạt động kinh doanh SaaS, công ty đang phát triển một dòng sản phẩm mới với tên gọi KiotViet Plus, cho phép tích hợp với các dịch vụ của bên thứ ba, như nền tảng thương mại điện tử và nhà cung cấp vận chuyển, để các DNNVV có thể quản lý doanh số hiệu quả hơn.

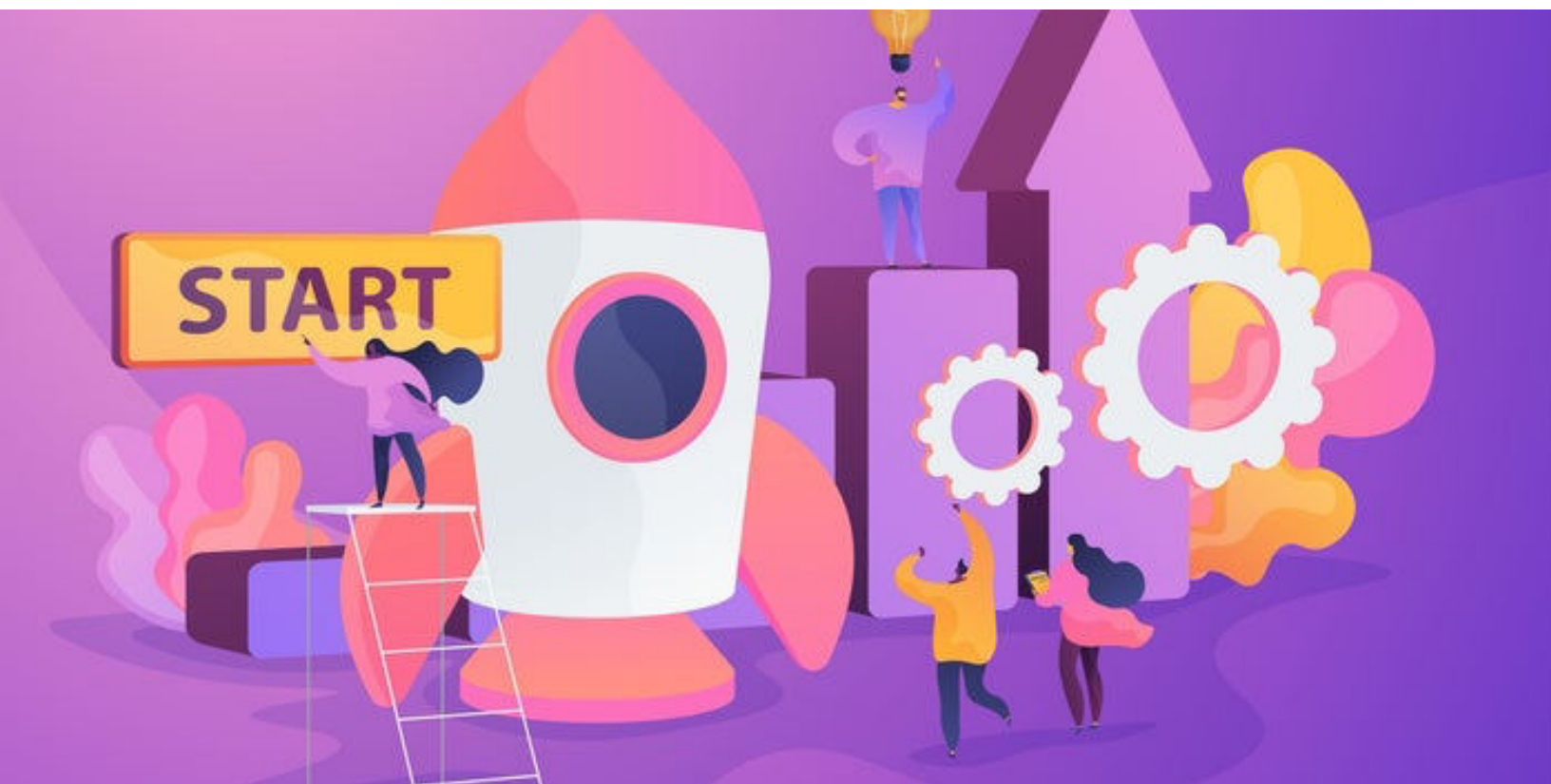
“Ví dụ, KiotViet đã bắt đầu dịch vụ vận chuyển cho thương nhân vào cuối năm 2018. Người bán có thể sử dụng phần mềm của chúng tôi để tạo đơn hàng vận chuyển và chúng tôi kết nối họ với các đối tác của mình. Gần đây, chúng tôi cũng đã ra mắt dịch vụ thanh toán và hiện cũng đang triển khai các sản

phẩm khác”, ông Trí cho hay.

Năm ngoái, công ty đã huy động được 6 triệu USD trong vòng tài trợ Series A từ Jungle Ventures và công ty công nghệ du lịch Indonesia Traveloka. Với sự hợp tác chiến lược với Traveloka, KiotViet hợp tác với các cửa hàng ăn uống (F&B), các salon và khách sạn, cho phép các doanh nghiệp này làm phong phú thêm trải nghiệm của khách hàng cho du khách đến thăm Việt Nam. KiotViet cũng có kế hoạch khởi động một vòng gọi vốn khác và hoàn thành vào cuối năm nay.

Hướng về phía trước, KiotViet muốn có ít nhất 300.000 thương nhân đăng ký trên nền tảng của mình trong vòng 2 năm tới. Công ty cũng đang mở rộng dịch vụ đến Indonesia và Phillipines. “Hiện tại, chúng tôi cũng đang tìm hiểu cơ hội thanh toán, cho vay và chuỗi cung ứng B2B. Chúng tôi đang trong quá trình lấy giấy phép thanh toán và hiện chúng tôi đang mở rộng mạng lưới phân phối. Để cho vay, chúng tôi sẽ làm việc với các ngân hàng và các tổ chức tài chính khác, bao gồm cả các công ty tín dụng Fintech”, Tony Ng cho biết./.

Minh Phượng (tổng hợp)



KHỞI NGHIỆP CÔNG NGHỆ: CÁC KHU VỰC TƯƠNG LAI MỚI NỔI (BÀI CUỐI)

ROBOT

Các nhà văn khoa học viễn tưởng thế kỷ 20 đã cực kỳ thành công trong việc mô tả những công nghệ mới sau này trở thành hiện thực. Một trong những công nghệ như vậy là robot. Những robot lần đầu tiên xuất hiện ngoài đời thực trong môi trường chế tạo như nhà máy lắp ráp xe hơi. Tuy nhiên, việc mở rộng sang các vai trò khác của chúng đã bị trì hoãn do cần có những tiến bộ trong các lĩnh vực như dung lượng lưu trữ của bộ nhớ vi chip, các chương trình phần mềm mạnh hơn và việc sử dụng trí tuệ nhân tạo. Những đòi hỏi này hiện đang được đáp ứng và do đó, robot hiện trở thành một lĩnh vực công nghệ mới nổi đang tạo ra máy móc cung cấp tiềm năng đáng kể để hỗ trợ con người trong nhiều vai trò khác nhau.

Một hạn chế quan trọng trong quá trình phát triển những robot hiệu quả hơn là những cỗ máy này có xu hướng trở thành cá thể đơn độc, thực hiện các nhiệm vụ được giao với mục đích duy nhất. Điều này được phản ánh bởi thực tế là cho đến nay, hầu hết các nghiên cứu về robot đều tập trung vào việc chế tạo các robot tự động, đơn độc. Tuy nhiên, kỷ nguyên của robot đơn độc có thể sắp kết thúc. Điều này là do các nhà nghiên cứu đã bắt đầu khám phá khả năng của những robot xã hội có thể hoạt động cùng với sự giám sát tối thiểu của con người. Về lý thuyết, robot hợp tác có tiềm năng to lớn, nó có thể tăng cường nguồn nhân lực cho con người trong các tình huống rủi ro cao như chữa cháy hoặc tìm kiếm cứu nạn hoặc tăng năng suất trong xây dựng và sản xuất.

Lĩnh vực chăm sóc sức khỏe là một trong những lĩnh vực ưu tiên đòi hỏi phải tăng cường sử dụng robot. Nhu cầu đối với chi phí ổn định cho chăm sóc người cao tuổi ngày càng tăng trong bối cảnh già hóa dân số, phẫu thuật và chăm sóc người bệnh phục hồi khi nằm viện. Liên quan đến việc chăm sóc, các nhà nghiên cứu đang phát triển robot xã hội để bổ sung hoặc thậm chí thay thế các điều dưỡng viên. Những robot này được tạo ra để hoạt động trong bất kỳ khu dân cư nào, chẳng hạn như ở nhà và trong viện dưỡng lão. Theo thời gian, robot chăm sóc có thể trở thành một phần của việc cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe tiêu chuẩn. Các robot được thiết kế như các điều dưỡng viên bắt buộc phải có khả năng tương tác như con người với bệnh nhân của họ. Robot cho người cao tuổi có thể được phân thành hai nhóm lớn. Một nhóm bao gồm “robot phục hồi chức năng” tập trung vào công nghệ hỗ trợ vật lý và về cơ bản là không giao tiếp. Ví dụ như xe lăn thông minh, chân tay giả tiên tiến và bộ xương ngoài. Nhóm thứ hai bao gồm “robot xã hội hỗ trợ” có thể được chia thành hai nhóm phụ: robot dịch vụ và robot đồng hành. Robot dịch vụ được sử dụng để hỗ trợ các nhiệm vụ cơ bản của cuộc sống, chẳng hạn như ăn uống và tắm rửa, di chuyển, điều hướng hoặc theo dõi bệnh nhân. Nghiên cứu về sự phát triển của robot đồng hành đã chứng minh rằng những cỗ máy này có khả năng tăng cường sức khỏe và tâm lý của người cao tuổi. Việc tăng cường an toàn và cải thiện hiệu quả của các phương pháp điều trị phẫu thuật ngày càng được quan tâm. Các phương pháp phẫu thuật thường xảy ra các sai sót trong khi phẫu thuật. Nguyên nhân của những sai sót như vậy bao gồm sự thiếu ổn định của nhóm thực hiện phẫu thuật do thiếu sự quen thuộc giữa y tá và bác sĩ phẫu thuật, thiếu nguồn lực, mất tập trung và giao tiếp kém. Những yếu tố này làm tăng khả năng để quên các dụng cụ phẫu thuật trong cơ thể bệnh nhân cùng với các đồ

dùng một lần như bọt xốp và khăn lau. Các y tá robot đang được phát triển có thể giao dụng cụ phẫu thuật cho bác sĩ phẫu thuật bằng cách có thể hiểu các cử chỉ tay và yêu cầu bằng lời nói từ bác sĩ. Những robot này cũng có thể giảm thiểu khả năng các dụng cụ phẫu thuật bị bỏ quên trong cơ thể bệnh nhân bằng cách theo dõi chính xác, kỹ lưỡng và kịp thời các dụng cụ được sử dụng trong quá trình phẫu thuật.

Robot cũng được đánh giá là có vai trò quan trọng trong lĩnh vực giao thông vận tải. Tàu không người lái đã được sử dụng trong một số năm để chuyên chở hành khách ở một số sân bay. Đây là một môi trường tương đối đơn giản vì tàu di chuyển dọc theo đường ray cố định và sự can thiệp khi cần thiết có thể dựa trên việc sử dụng các hệ thống báo hiệu tự động đơn giản. Khi phương tiện không người lái được mở rộng ra đường bộ, các vấn đề công nghệ trong các lĩnh vực như điều hướng, thu thập dữ liệu và ra quyết định trở nên phức tạp hơn nhiều. Google cũng đã nhiều năm nghiên cứu để xác nhận khả năng tồn tại của xe không người lái. Sau khi xác nhận đầy đủ công nghệ, ngành công nghiệp xe hơi cuối cùng cũng chấp nhận tiềm năng thị trường cho xe hơi không người lái và đang đầu tư vào các dự án nghiên cứu của riêng mình hoặc hình thành quan hệ đối tác công nghệ với các công ty công nghệ cao như Apple và Google. Mối quan tâm ngày càng tăng này cũng đã thúc đẩy việc mở rộng trọng tâm của hệ thống vận chuyển bằng robot sang các phương tiện khác như xe tải và thiết bị xây dựng.

TRÍ TUỆ NHÂN TẠO

Năm 1950, học giả người Anh Alan Turing đã đề xuất rằng khả năng thể hiện hành vi thông minh của một cỗ máy có thể được kiểm tra để xác định xem liệu các hoạt động của cỗ máy này có thể không khác biệt với hoạt động của con người. Khả năng thể hiện trí thông minh của một cỗ máy kể từ đó được gọi là trí tuệ nhân tạo (AI). Máy móc sử dụng AI có thể thực

hiện hoặc bắt chước một cách thành thạo các chức năng nhận thức theo truyền thống chỉ có ở con người. Các ví dụ về AI bao gồm máy tính có thể đánh bại những đấu thủ chuyên nghiệp ở các trò chơi như cờ vua, cờ vây và xe ô tô tự lái. Để minh họa tiềm

năng đáng kể của công nghệ, một số ví dụ về việc khai thác AI trong lĩnh vực dịch vụ tài chính được mô tả trong **Bảng 1**.

Một tác động có thể xảy ra khi các công nghệ máy tính như AI lan rộng khắp các nền kinh tế phát triển

Bảng 1. Các ví dụ về cách AI đang được sử dụng trong lĩnh vực dịch vụ tài chính

Hoạt động	Quy trình
Bảo mật thẻ tín dụng	Để giải quyết gian lận thẻ thanh toán, một chiến lược đa hướng đã được phát triển dựa trên việc khám phá kiến thức ở mọi giai đoạn mua thẻ, phê duyệt và sử dụng thẻ
Phân tích rủi ro thế chấp	Kỹ thuật khai phá dữ liệu được sử dụng để phân tích rủi ro thế chấp. Điều này liên quan đến việc xem xét hồ sơ tài chính trước đây của khách hàng; dữ liệu này cung cấp ý tưởng về các đặc điểm của khách hàng, do đó giúp đưa ra quyết định về việc có cho phép thế chấp hay không
Phát hiện những bất thường trong biến động giá chứng khoán	Biểu diễn tuyến tính và mạng nơron nhân tạo được sử dụng để phân tích bất kỳ mối quan hệ phi tuyến tính nào giữa giá đóng cửa cổ phiếu và các chỉ số kỹ thuật khác nhau, do đó cho phép phát hiện ra các tín hiệu giao dịch ẩn trong dữ liệu lịch sử
Dự đoán vỡ nợ và phá sản	Dự đoán phá sản là một lĩnh vực ra quyết định cực kỳ quan trọng. Các kỹ thuật thông minh được sử dụng để phát triển các mô hình có khả năng dự đoán các trường hợp thất bại trong kinh doanh. Những mô hình này sử dụng các phương pháp phân loại, số liệu hiệu suất, dữ liệu đầu vào và bộ dữ liệu làm cơ sở để giải thích khả năng có nguy cơ phá sản đang nổi lên
Dịch vụ kế toán	Điều này liên quan đến việc tự động hóa các quy trình xem xét do kiểm toán viên thực hiện nhằm mục đích thu thập bằng chứng kiểm toán bằng cách sử dụng mạng thần kinh. Quá trình này cũng có thể được mở rộng để bao gồm các vấn đề như dự đoán và quản lý nợ xấu, đánh giá rủi ro, hệ thống kiểm soát nội bộ và đánh giá chất lượng của việc ra quyết định tài chính

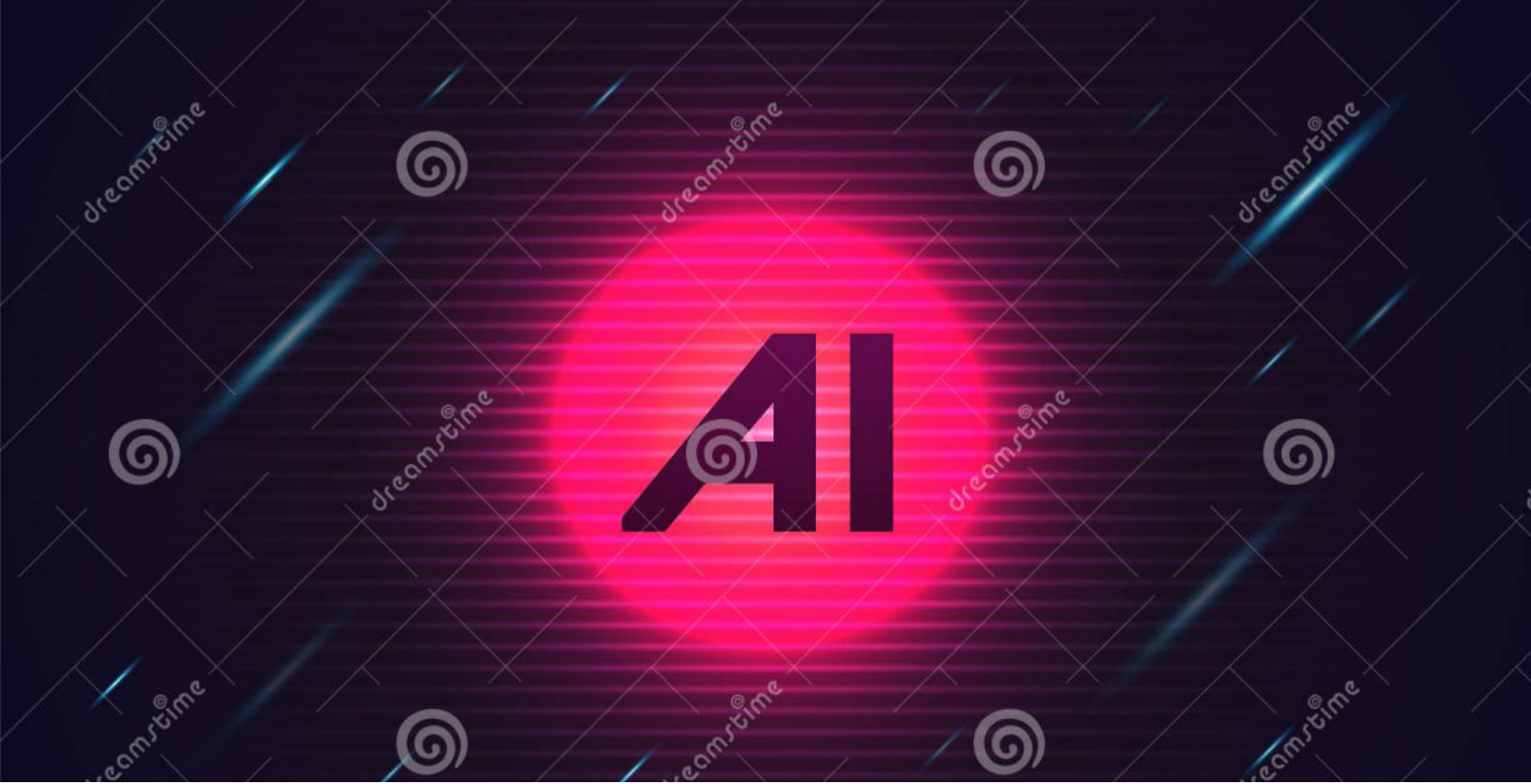
đó là các cơ hội việc làm lương cao/học vấn cao sẽ tập trung ở phân khúc đầu của thị trường và việc làm lương thấp không đòi hỏi nhiều về học vấn đứng ở cuối phân khúc. Tuy nhiên, các công việc có kỹ năng thấp hơn như bán lẻ cũng có khả năng bị ảnh hưởng. Việc thanh toán tự động tại các siêu thị ngày càng trở nên phổ biến và các ứng dụng dành cho thiết bị di động đã có sẵn để hỗ trợ việc ra quyết định mua sản phẩm. Tình huống này cho thấy nhu cầu về nhân viên tại các cửa hàng có thể giảm theo thời gian.

Trước đây, nhiều việc làm lương thấp đã không thể thực hiện tự động hóa vì con người cực kỳ giỏi

trong các công việc đòi hỏi sự di chuyển, khéo léo và phối hợp tay và mắt. Tuy nhiên, những lợi thế này có thể sẽ giảm đi khi ngày càng có nhiều robot sử dụng phần mềm AI với giá cả phải chăng hơn, có thể bắt chước con người trong việc hoàn thành các công việc khác nhau.

INTERNET VẠN VẬT

Doanh nhân người Anh Kevin Ashton được cho là người đã đưa ra thuật ngữ Internet vạn vật (Internet of Things - IoT). Lĩnh vực công nghệ này là một cơ sở hạ tầng công nghệ mở và được tiêu chuẩn hóa một phần bao gồm các thiết bị nhận dạng độc đáo (ví dụ:



thiết bị nhận dạng tần số vô tuyến - RFID) và cảm biến (ví dụ: để đánh giá nhiệt độ, vị trí và rung động) được tích hợp trong các vật thể sử dụng hàng ngày. Những vật thể hàng ngày này lại được tích hợp trong một mạng máy tính lớn hơn và thường được kết nối với máy chủ và kết hợp với các công nghệ hiện có khác theo cách thức mô-đun. Dữ liệu được truyền không dây. Nói chung, IoT có thể được coi là khác biệt rõ ràng so với mô hình máy tính cá nhân. Điều này là do khả năng tính toán không bị giới hạn ở máy chủ, máy tính cá nhân cố định và máy tính xách tay mà thay vào đó được phân phối trên các thiết bị được tích hợp trong các vật dụng hàng ngày.

IoT mang lại tiềm năng cải thiện các hoạt động trong những lĩnh vực như kiểm soát thiết bị gia dụng, quản lý chuỗi cung ứng, quản lý sức khỏe và an toàn và bán lẻ. Ví dụ, trong trường hợp bán lẻ, IoT mang lại tiềm năng cải thiện việc quản lý tài sản và kho hàng, giảm thiểu việc xử lý nguyên vật liệu, chia sẻ thông tin nhiều hơn và theo dõi sản phẩm tốt hơn.

Điều này cho thấy hầu hết các ứng dụng IoT chủ

yếu cho phép tự động hóa việc thu thập dữ liệu, do đó làm cho việc can thiệp thủ công vào việc thu thập dữ liệu là không cần thiết. Trong chuỗi cung ứng, công nghệ IoT cho phép tự động quét hàng hóa nhập kho và cập nhật thông tin được lưu trữ trong hệ thống thông tin quản lý theo thời gian thực. Điều này một lần nữa dẫn đến sự can thiệp của con người trở nên không cần thiết. Một số ứng dụng IoT không chỉ có thể tiếp quản các hoạt động hiện có mà còn có khả năng hỗ trợ các chức năng mới, chẳng hạn như giám sát toàn bộ lộ trình vận chuyển hàng hóa.

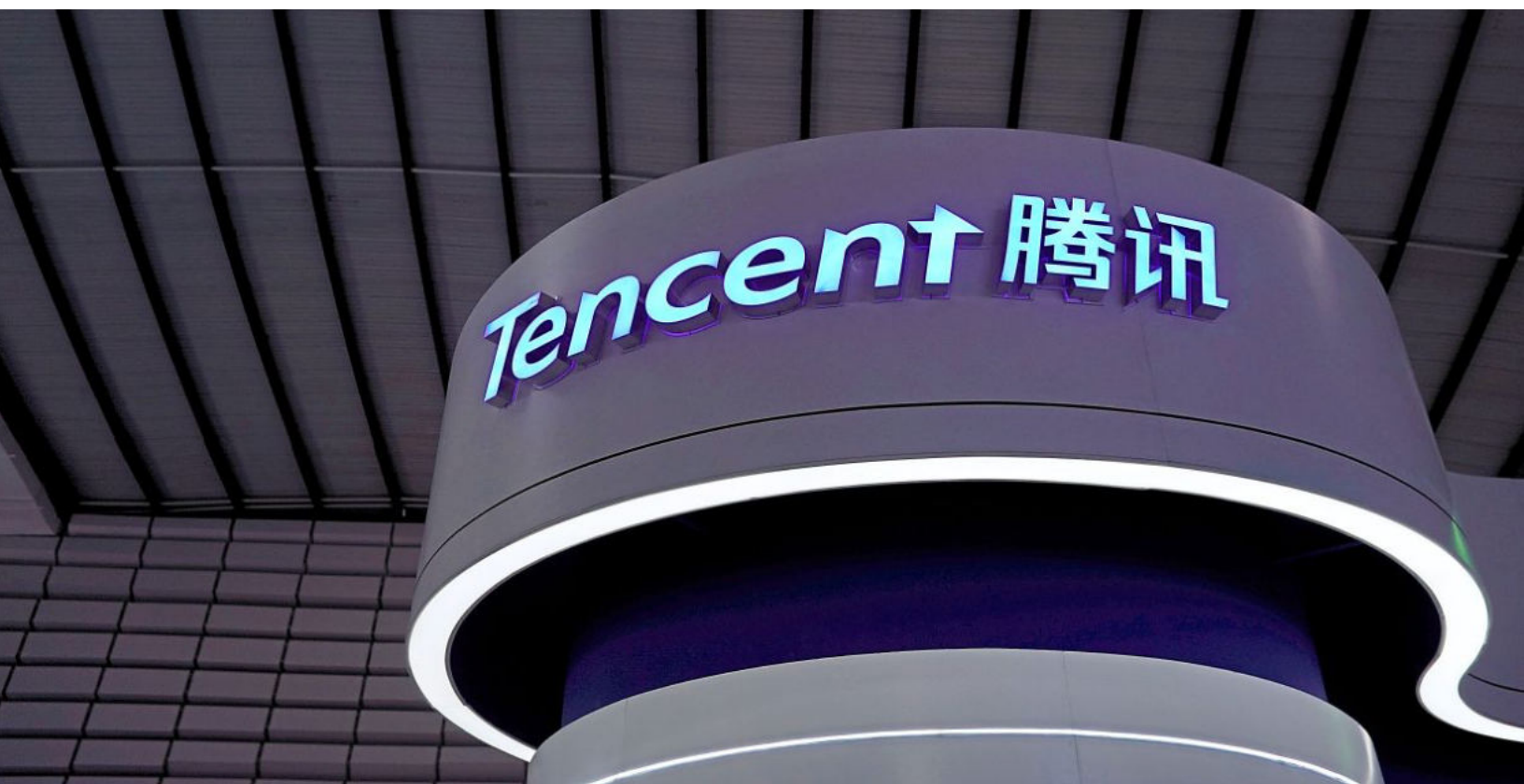
Các ứng dụng IoT không chỉ cho phép thu thập dữ liệu hiệu quả hơn mà thông qua tự động hóa, chúng hỗ trợ thu thập dữ liệu hoàn toàn mới. Tuy nhiên, bên cạnh những lợi ích này, các công nghệ IoT có thể có những hạn chế ở chỗ chúng có thể chịu rủi ro về quyền riêng tư và bảo mật, can thiệp vào các phương pháp làm việc đã thiết lập và làm suy yếu ý thức kiểm soát của các tác nhân con người đối với tình hình./.

Khai thác các hệ thống IoT có thể đeo được mang lại cơ hội kinh doanh mới

Một lĩnh vực mà tầm quan trọng của IoT đang ngày càng tăng là 'công nghệ đeo được' chẳng hạn như đồng hồ thông minh. Những thiết bị này được người dùng đeo và tương tự như điện thoại thông minh, chúng cho phép tự động xác định vị trí thông qua việc khai thác GPS. Ngoài chức năng xem giờ, đồng hồ thông minh còn cung cấp khả năng nhận biết các hoạt động thực tế và vị trí của chủ sở hữu. Ngược lại, một hạn chế liên quan đến điện thoại thông minh là khi người dùng không cầm chúng, họ không thể đo lường bất kỳ khía cạnh nào về tình trạng thể chất hoặc sinh lý của người dùng. Do đó, cùng với các dạng công nghệ có thể đeo khác, sự liên kết liên tục của đồng hồ thông minh với da mang lại tiềm năng mới để cách mạng hóa việc cung cấp y tế di động (m-Health). Các nhà cung cấp phần mềm và phần cứng đã nhận ra tiềm năng to lớn cho việc cung cấp các dịch vụ kinh doanh trực tuyến mới. Vị trí trên cơ thể của đồng hồ thông minh cũng cho phép dễ dàng ghi lại nhịp tim, sự thay đổi nhịp tim, nhiệt độ, oxy trong máu và phản ứng da điện (GSR). Thuộc tính thứ hai có thể được sử dụng để xác định kích thích sinh lý, đặc biệt là khi kết hợp với nhịp tim và sự thay đổi nhịp tim với khả năng đánh giá trạng thái cảm xúc của người đeo.

Eisberg (2015) lưu ý rằng các công nghệ tương tự cũng được mở rộng sang quần áo thông minh. Áo khoác neon Infi MP3 của công ty Teiimo (www.teiimo.com) có tai nghe và micrô được thiết kế vào áo khoác cùng với bàn phím được tích hợp trong vải và mô-đun âm thanh được bọc kín, tất cả đều được cấp nguồn bằng pin có thể tháo rời và thẻ đa phương tiện. Các nhà sản xuất khác như Philips/Levi đang tích hợp bàn phím dệt, dây cáp, micrô và đế cắm tích hợp vào thiết kế áo khoác của họ. Gần đây, quần áo tích hợp đèn LED và bộ phận sưởi ấm đã được giới thiệu. Những tiến bộ khác trong hệ vi cơ điện tử (MEMS), bao gồm gia tốc kế, con quay hồi chuyển và từ kế, cảm biến quang học và thiết bị truyền động đang được sử dụng để tăng khả năng cung cấp dịch vụ m-Health của quần áo thông minh. Công ty Sensing-Tex của Tây Ban Nha (www.sensingtex.com) đã chứng minh rằng những công nghệ này có thể được sử dụng cho nhiều ứng dụng như giải pháp chiếu sáng cá nhân cho quần áo đi xe đạp hoặc thăm chùi chân ở lối vào tòa nhà, ghi lại cả việc đi vào và đi ra. BeBop (www.bebopsensors.com), một công ty của Hoa Kỳ, đang phát triển một cảm biến vải in nhiều lớp có thể được sử dụng, chẳng hạn như mũ để theo dõi tác động của đầu hoặc thăm áp lực cho bóng chày. Một số công ty quần áo đang hợp tác với công ty điện tử Philips của châu Âu để phát triển cảm biến tích hợp trong quần áo để theo dõi sự tích tụ nước trong phổi và dự đoán nhu cầu nhập viện. Sợi dệt điện, có tiềm năng hoạt động như sợi quang điện hoặc siêu tụ điện, cũng đang được phát triển. Những sợi này khi được dệt thành hàng dệt có khả năng vừa sản xuất và tích trữ điện năng. Một cách tiếp cận khác để tạo ra năng lượng là sử dụng cơ thể con người để cung cấp năng lượng, bằng nhiệt hoặc cơ thông qua chuyển động, sử dụng các sợi hoạt động như áp điện.

Nguyễn Lê Hằng (*Technological Entrepreneurship: Technology - Driven vs Market - Driven Innovation*, Ian Chaston, University of Auckland Auckland, New Zealand)



TENCENT: BÍ QUYẾT THÀNH CÔNG CHÍNH LÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO (P2)

Tới cuối năm 2013, số lượng người dùng điện thoại tại Trung Quốc đạt xấp xỉ 1 tỷ người, trong đó hơn một nửa là sử dụng điện thoại thông minh. Được tiếp sức bởi mức độ phổ dụng của điện thoại thông minh, ngành công nghiệp Internet của Trung Quốc đã bước sang một kỷ nguyên mới. Mức gia tăng nhanh chóng của truy cập Internet di động đã hoạt động như một nền tảng tuyệt vời cho sự phát triển của truyền thông xã hội ở Trung Quốc. Hơn 300 triệu người trên toàn quốc tích cực tương tác hàng ngày bằng tin nhắn tức thì, blog, các trang mạng xã hội và microblog. Đó chính là những điều kiện lý tưởng để Tencent với chiến lược đổi mới sáng tạo độc đáo của mình vươn lên trở thành công ty Internet lớn thứ 5 thế giới.

TỔ CHỨC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Để tạo điều kiện cho các hoạt động đổi mới sáng tạo của công ty, Tencent đã điều chỉnh cơ cấu tổ chức theo những hướng sau đây:

Phân quyền

Thứ nhất, do hầu hết các ý tưởng liên quan đến

đổi mới sáng tạo vi mô đều xuất phát từ các cấp thấp của công ty, nên một cấu trúc phẳng có thể tạo điều kiện thuận lợi lưu thông luồng thông tin. Trên thực tế, bất kỳ bộ phận nào mang lại nhiều lợi nhuận nhất đều đạt được lợi ích cao nhất và có ảnh hưởng mạnh nhất đến chiến lược và hoạt động đổi mới sáng tạo

trong tập đoàn. Tuy nhiên, ảnh hưởng mạnh của chiến lược đổi mới sáng tạo của một bộ phận cụ thể cũng có thể gây bất lợi cho tăng trưởng và lợi nhuận lâu dài của một công ty. Tencent đã làm rất tốt công việc phân quyền. Là những bộ phận hái ra tiền cho Tencent, nhưng bộ phận hệ thống không dây và bộ phận hệ thống giải trí tương tác không được phép gây bất kỳ ảnh hưởng nào đến sự phát triển của các bộ phận mới nổi khác. Các sản phẩm như WeChat được phát triển hoàn toàn độc lập với các bộ phận hệ thống không dây và hệ thống giải trí tương tác. Các hoạt động đổi mới sáng tạo có được mức độ tự do cao và không bị ảnh hưởng bởi hiệu suất ngắn hạn của chúng.

Tencent đã lập lại và nâng cấp các sản phẩm xã hội di động khác nhau của mình trong các lĩnh vực riêng của họ. Zhang Xiaolong, người sáng lập WeChat và là người quản lý Trung tâm nghiên cứu và phát triển của Tencent ở Quảng Châu, tin rằng QQ di động đáp ứng nhu cầu giao tiếp đồng bộ của người dùng và microblog của Tencent đáp ứng nhu cầu giao tiếp không đồng bộ của người dùng, còn WeChat, với tính linh hoạt cao hơn, cho phép người dùng quản lý các mối quan hệ xã hội và giao tiếp giữa các cá nhân theo ý muốn của họ. Do đó, để thực hiện thành công đổi mới vi mô trong một tổ chức, một công ty nên thành lập một đơn vị độc lập tách biệt mối quan hệ của nó với các hoạt động kinh doanh chi phối hiện có khác để tránh những can thiệp không cần thiết.

Các nhóm nhỏ

Phá vỡ các chuẩn mực và các tập tục đã được thiết lập và có những nỗ lực táo bạo là đặc điểm đáng chú ý nhất của các tổ chức đổi mới sáng tạo vi mô; do đó, đổi mới sáng tạo vi mô không bao giờ có thể được thực hiện trong một trung tâm nghiên cứu hoặc trên dây chuyền lắp ráp của nhà máy. Đổi mới sáng tạo vi mô thành công đòi hỏi phải thực hiện bởi một nhóm nhỏ có năng lực và mạnh mẽ.

Khi phát triển WeChat, Zhang Xiaolong đã cố hết sức để giữ cho nhóm phát triển có quy mô nhỏ. Nếu nhóm trở nên quá lớn, ông chia nó thành nhiều nhóm nhỏ tự quản. Đồng thời, sự hợp tác giữa các thành viên trong nhóm được giữ đơn giản để duy trì sáng kiến và nhiệt tình của các thành viên.

Tương tự, đổi mới sáng tạo vi mô không được thực hiện theo cách thức từng bước cứng nhắc. Sự lặp đi lặp lại của đổi mới sáng tạo vi mô diễn ra thường xuyên đến mức không thể biết được phiên bản mới sẽ trông như thế nào trong hai tháng tới. Kết quả là, toàn bộ kinh nghiệm trong quá khứ có thể trở nên lỗi thời đối với sự phát triển trong tương lai. Bất kỳ quy trình nào dựa trên kinh nghiệm trong quá khứ có thể khiến các nhóm phát triển bỏ qua những biến đổi hiện tại quanh sản phẩm của họ và làm hạn chế khả năng học tập nhận thức của họ.

Trên thực tế, quy trình đổi mới sáng tạo vi mô mâu thuẫn với quy trình sản xuất tiêu chuẩn. Trong khi các công ty lớn có xu hướng phản ứng chậm chạp, thì các công ty nhỏ có thể phản ứng nhanh chóng với mọi bất trắc. Do đó, các nhóm nhỏ hoạt động trong một tổ chức lớn có thể tránh được các bước xét duyệt và cứng nhắc có thể cản trở các hoạt động đổi mới sáng tạo.

Quản lý năng động

Cạnh tranh trong ngành công nghiệp Internet di động luôn căng thẳng và bất kỳ lợi thế cạnh tranh và độc quyền thị trường nào có được từ đổi mới sáng tạo vi mô cũng có thể chỉ là tạm thời. Những ý tưởng tuyệt vời có thể xuất hiện bất cứ lúc nào và người tiêu dùng mong đợi được sử dụng các sản phẩm hoặc tính năng mới miễn phí. Để duy trì lợi thế cạnh tranh, các công ty phải thiết lập nhưng liên tục sửa đổi các mục tiêu của mình để vượt qua những biến đổi năng động của thị trường.

Trong quy trình đổi mới sáng tạo vi mô, các công ty phải luôn đánh giá các yếu tố bên ngoài như nhu



cầu thị trường, đối thủ cạnh tranh, quy định luật pháp và các công ty mới tham gia vào lĩnh vực. Tuy nhiên, những yếu tố đó luôn thay đổi. Sở thích của khách hàng có thể thay đổi, những đối thủ cạnh tranh mới có thể xuất hiện, công nghệ có thể biến đổi và các nguồn lực hiện có có thể trở nên lỗi thời.

CHIẾN LƯỢC

Đổi mới sáng tạo thông qua đổi mới sáng tạo vi mô

Tencent có truyền thống lâu đời về chiến lược đổi mới sáng tạo. Trong quá trình phát triển của WeChat, công ty này đã áp dụng một chiến lược gọi là đổi mới sáng tạo vi mô, một thuật ngữ mà cựu Phó Chủ tịch của Google, Lý Khai Phục, đã đưa ra trong một cuộc phỏng vấn. Đổi mới sáng tạo vi mô có ba đặc điểm độc đáo khiến nó khác với đổi mới sáng tạo liên tục. Thứ nhất, đổi mới sáng tạo vi mô là tinh tế và thích ứng. Các sản phẩm được phát triển dựa trên các phiên bản trước hoặc các sản phẩm tương tự khác và do đó, mức độ đổi mới sáng tạo mang tính gia tăng chứ không phải triệt để. Thứ hai, chu kỳ đổi mới

sáng tạo vi mô ngắn và quá trình này lặp đi lặp lại. Các công ty được yêu cầu không ngừng lặp lại từng bước để tạo ra kết quả tốt nhất và mỗi phiên bản mới phải ngắn gọn để thu được phản hồi từ người dùng và cải thiện sản phẩm gần như ngay lập tức. Thứ ba, đổi mới sáng tạo vi mô đòi hỏi một lượng tương tác đáng kể giữa sản phẩm và người dùng.

WeChat đã trải qua nhiều giai đoạn đổi mới sáng tạo vi mô cho đến thời điểm này.

Giai đoạn 1: Tạo các tính năng của sản phẩm để thiết lập nên cơ sở người dùng

Ngày 21 tháng 1 năm 2011, Trung tâm Nghiên cứu và phát triển của Tencent ở Quảng Châu đã ra mắt WeChat phiên bản 1.0 cho iPhone và vài ngày sau cho các nền tảng Android và Aymbian. Tính năng cốt lõi của WeChat 1.0 cho phép người dùng gửi tin nhắn kèm ảnh miễn phí, đây được coi là một tính năng quan trọng được người dùng đánh giá cao. Mặc dù được phát hành với nhiều hy vọng, WeChat 1.0 không đáp ứng được kỳ vọng của công ty. Tuy nhiên, một số người dùng đã đưa ra phản hồi và đầu vào

đặc biệt có giá trị trong việc cải thiện sản phẩm. Chưa đầy bốn tháng sau, WeChat 2.0 được ra mắt vào ngày 10 tháng 5 năm 2011. WeChat 2.0 được nâng cấp với một tính năng mới cụ thể, đó là nhắn tin thoại giữ-để-nói, được xây dựng trên công nghệ nhắn tin thoại được nghiên cứu và phát triển một cách độc lập. Chức năng mới này đã giúp WeChat “cắt cánh”, thu hút nhiều người dùng mới chỉ trong một thời gian ngắn. Đối với hầu hết người dùng, tính năng giữ-để-nói vẫn là chức năng cốt lõi của WeChat cho đến nay.

Tencent tiếp tục bảo mật và mở rộng hơn nữa cơ sở người dùng của WeChat bằng cách chú ý đến các chi tiết. Thông qua quan sát và tìm hiểu thói quen của người dùng, công ty đã bổ sung thêm một tính năng mới (đó là "cảm ứng khoảng cách") có thể kích hoạt chức năng giữ-để-nói của người nhận khi điện thoại được đặt gần tai. Sau đó, cảm biến sẽ tự động tắt loa điện thoại khi người nhận cách khỏi tai ở một khoảng cách nhất định, do đó loại bỏ mối lo ngại về việc tin nhắn thoại của người dùng được phát ra công cộng.

Ngoài ra, mặc dù các tính năng của WeChat tương tự với Millet's, đối thủ cạnh tranh chính của Wechat ở Trung Quốc, nhưng tổng thời gian tải xuống của WeChat lại ngắn hơn. Hơn nữa, vì nhiều người dùng WeChat cũng là người dùng QQ, nên họ có thể tìm thấy bạn bè của mình trên QQ và nhận tin nhắn và email ngoại tuyến QQ đơn giản thông qua tài khoản WeChat của họ.

Tóm lại, Tencent luôn chú trọng tới người dùng trong quy trình đổi mới sáng tạo vi mô. Các tính năng nhỏ nhưng chi tiết mà WeChat bổ sung đã giúp sản phẩm nhanh chóng tạo được chỗ đứng trên thị trường.

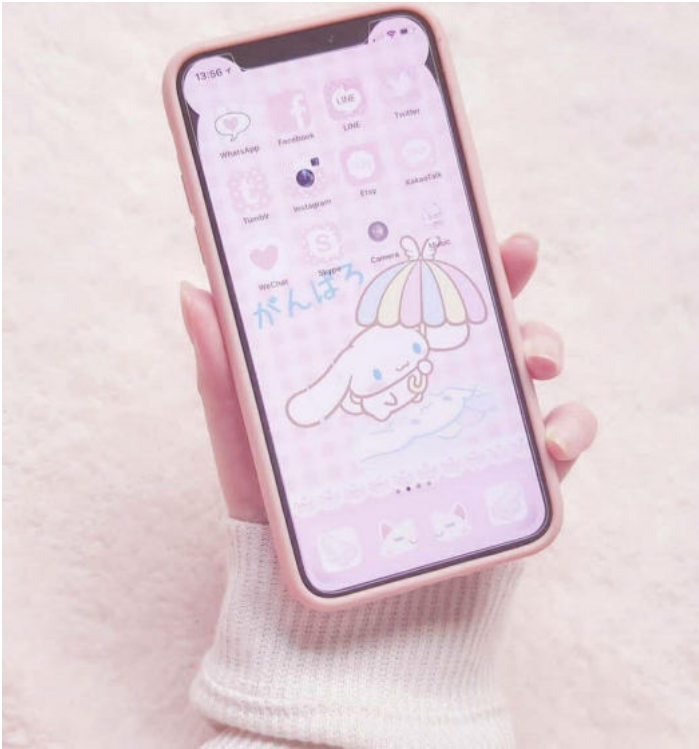
Giai đoạn 2: Mở rộng các chuỗi quan hệ

Các ứng dụng nhắn tin tức thời hiện tại có một thiếu sót - chúng chỉ cho phép người dùng tìm kiếm bạn bè của họ. Ngày 3 tháng 8 năm 2011, WeChat 2.5 là ứng dụng nhắn tin tức thì đầu tiên cho phép

người dùng “Look around” (Nhìn quanh). “Look around” là một chức năng cho phép người dùng tìm kiếm những người lạ xung quanh họ cũng sử dụng chức năng tương tự. WeChat 2.5 cũng có một tính năng mới khác được gọi là “Drift Bottle”, có nguồn gốc từ QQ. “Drift Bottle” cho phép người dùng (người gửi) “ném một “cái chai” xuống “biển” với một tin nhắn văn bản hoặc tin nhắn thoại và sau đó đợi ai đó (người nhận) từ bất kỳ nơi nào trên thế giới “nhặt” nó. Danh tính của người gửi và người nhận đều ẩn danh trừ khi họ quyết định trở thành bạn bè sau khi kết nối qua “chiếc chai trôi nổi” trên mạng. Trong giai đoạn đổi mới sáng tạo vi mô này, WeChat kết hợp thành công dịch vụ thoại với dịch vụ dựa trên vị trí (LBS), bằng cách sử dụng công nghệ vị trí địa lý, để hỗ trợ các tương tác xã hội và do đó thâm nhập vào một thị trường ngách những người dùng vốn là những người xa lạ với nhau.

Trên thực tế, Tencent không phải là công ty đầu tiên sử dụng công nghệ LBS và chức năng ứng dụng xã hội vùng lân cận, cũng không phải là công ty đầu tiên kết hợp nhắn tin thoại trên điện thoại di động với LBS. Tuy nhiên, Tencent là công ty đầu tiên tích hợp những gì học được từ các phiên bản WeChat trước đó thông qua người dùng. Ví dụ: các nhà phát triển WeChat đã phát hiện ra rằng mặc dù mọi người có thể không biết nhau, nhưng họ có những nhu cầu giống nhau (ví dụ: nhu cầu đi chung xe). Dựa trên hiểu biết về cuộc sống hàng ngày của con người, WeChat đã tạo ra một tính năng mới cho phép người dùng xem hồ sơ của những người ở gần họ (ví dụ: nickname của họ, khoảng cách với người dùng). Chức năng đặc biệt này cho phép người dùng thiết lập mối quan hệ mới với những người lạ thay vì với những người bạn hiện có, đồng thời có cơ hội tăng quy mô kết nối và độ gắn kết những mối quan hệ của họ với các nhóm khác nhau. Sự ra mắt của tính năng “Look Around” và “Drift Bottle” đã đặt ra một cột mốc

quan trọng cho WeChat và số lượng người dùng đăng ký mới của WeChat bắt đầu tăng theo cấp số nhân, vượt qua số lượng người dùng QQ.



Giai đoạn 3: Vượt qua các đối thủ cạnh tranh và quốc tế hóa

Ngày 1 tháng 10 năm 2011, WeChat 3.0 đã giới thiệu một chức năng mới gọi là “Shake” (Lắc). “Shake” là một chức năng được kích hoạt bằng cách chỉ cần lắc điện thoại di động, do đó sẽ kích hoạt WeChat để tìm kiếm những người dùng khác cũng đang lắc thiết bị của họ cùng lúc và khớp với họ. Đó là một cách nữa để gặp gỡ người lạ và kết bạn mới. Ngoài ra, cuối năm 2011, WeChat 3.5 đã đưa ra một chức năng được gọi là “Mã QR”. Tính năng này cho phép người dùng điện thoại thông minh quét mã vạch hai chiều và tạo ra mã QR của riêng họ làm mã nhận dạng để chia sẻ với bạn bè. Mặc dù “Shake” và “QR Code” lần đầu tiên được phát triển bởi các đối thủ cạnh tranh và ra mắt ở những nước khác, WeChat đã nâng cao công nghệ hiện có thông qua cập nhật liên

tục.

Đổi mới sáng tạo vi mô chuyên sâu của WeChat trong ba giai đoạn đầu tiên đã có ảnh hưởng rất lớn đến Millet, đối thủ cạnh tranh trong nước lớn nhất. Được thành lập bởi doanh nhân Internet nổi tiếng, Lôi Quân, Millet đã “chiếm sóng” ngay từ khi mới xuất hiện. Nhiều người tin rằng Millet có thể thay thế QQ để trở thành ứng dụng nhắn tin di động phổ biến nhất và đưa Millet trở thành công ty Internet lớn nhất Trung Quốc. Tuy nhiên, sau nhiều vòng đổi mới sáng tạo vi mô, WeChat đã vượt qua Millet về khía cạnh trải nghiệm người dùng và số lượng người dùng. Millet mất “khán giả” và vị trí đứng đầu thị trường vào tay WeChat. Đến cuối năm 2012, ứng dụng Millet ngừng phát triển dưới dạng một ứng dụng độc lập và chỉ đơn giản là trở thành một mô-đun nhắn tin thoại trong điện thoại di động của Millet.

Sau khi chinh phục Trung Quốc, WeChat tiếp tục thành công. Mặc dù ba phiên bản đầu của WeChat đều bằng tiếng Trung, Tencent vẫn quyết tâm theo đuổi chiến lược quốc tế hóa, mở rộng phiên bản mới nhất của ứng dụng lên 19 ngôn ngữ (tới thời điểm năm 2014). Năm 2012, WeChat được xếp hạng là Ứng dụng số 1 trong các cửa hàng iPhone tại 15 thị trường quốc tế như Singapo, Malaysia, Thái Lan, Hồng Kông, Đài Loan và các nước Mỹ Latinh và Trung Đông khác. Với hơn 40 triệu người dùng ở nước ngoài, WeChat được xếp hạng là một trong bốn công cụ nhắn tin tức thì trên di động lớn nhất cùng với WhatsApp, Kakao Talk và Line.

Đổi mới sáng tạo vi mô phiên bản quốc tế là một cột mốc quan trọng khác trong hành trình quốc tế hóa của WeChat. Mã Hóa Đăng từng nhận xét rằng WeChat là một trong số ít những thành tựu chiến lược quốc tế hóa mà ông đã chứng kiến trong sự nghiệp của mình tại Tencent.

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