

베트남 콘텐츠 산업동향

Content Industry Trend of Vietnam

베트남 콘텐츠 산업동향

CONTENT INDUSTRY OF VIETNAM

20XX년 XX호

Section	Title	Key Word
Tổng quan về hệ thống chính sách	1. Tổng quan chung (1) Lịch sử phát triển (2) Bức tranh hệ sinh thái khởi nghiệp (3) Những cơ hội và thách thức 2. Hệ thống chính sách cho các doanh nghiệp khởi nghiệp (1) Nhóm văn bản luật (2) Nhóm văn bản dưới luật (3) Những điểm tồn tại trong hệ thống chính sách	Lịch sử phát triển, hệ sinh thái, chính sách, startup,
Những doanh nghiệp khởi nghiệp điển hình	Một số doanh nghiệp khởi nghiệp điển hình (1) TOPICA; (2) Tiki; (3) Luxstay; (4) Foody; (5) VNPAY Thông lệ thành công chung của các doanh nghiệp khởi nghiệp	Công nghệ giáo dục, thương mại điện tử, đồ ăn, thanh toán trực tuyến
Triển vọng và xu hướng khởi nghiệp trong thời gian tới	Xu hướng tương lai Triển vọng trong tương lai gần	Xu hướng, mô hình, lĩnh vực, nền tảng công nghệ, covid - 19

Section 1 Báo cáo Nghiên cứu Hệ thống chính sách cho startup và một số startup điển hình ở Việt Nam

Table of Contents

1. Tổng quan về hệ thống chính sách

1.1 Tổng quan chung

1.1.1 Lịch sử phát triển doanh nghiệp khởi nghiệp

1.1.2 Bức tranh hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam hiện nay

1.1.3 Những cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp

1.2 Hệ thống chính sách cho các doanh nghiệp khởi nghiệp

1.2.1 Nhóm các văn bản luật về khởi nghiệp

1.2.2 Nhóm những văn bản dưới luật

1.2.3 Những điểm tồn tại trong hệ thống chính sách khởi nghiệp

2. Những doanh nghiệp khởi nghiệp điển hình

2.1 Một số doanh nghiệp khởi nghiệp điển hình tại Việt Nam

2.2 Thông lệ thành công chung của các doanh nghiệp khởi nghiệp

3. Triển vọng và xu hướng khởi nghiệp trong thời gian tới

3.1 Xu hướng tương lai

3.2 Triển vọng trong tương lai gần (hậu Covid - 19)

1 - Tổng quan về hệ thống chính sách

1.1 Tổng quan chung

1.1.1 Lịch sử phát triển doanh nghiệp khởi nghiệp

- **Tinh thần khởi nghiệp**

- Để hiểu rõ hơn về khởi nghiệp - startup, trước tiên cần đề cập tới tinh thần khởi nghiệp – phạm trù rộng lớn hơn. Tinh thần khởi nghiệp đã xuất hiện trong lịch sử từ những thế kỉ 19 – 20 khi Việt Nam có sự giao thương mở rộng với các quốc gia trong khu vực và trên thế giới. Mặc dù bối cảnh lịch sử thời điểm này là thực dân đô hộ nhưng Việt Nam vẫn xuất hiện những cái tên là những doanh nhân và sản phẩm thuần Việt nổi tiếng Bạch Thái Bưởi trong ngành tàu thủy, Nguyễn Sơn Hà với sơn Gecko, Trương Văn Bền với xà bông cô Ba, Ngô Tử Hạ trong ngành in ...
- Sau thời kì đất nước thống nhất, tinh thần khởi nghiệp luôn tồn tại trong các doanh nghiệp quốc doanh với các phong trào phát triển sản xuất, tăng năng suất và sản lượng. Đặc biệt, giai đoạn Đổi Mới với cú hích mở cửa nền kinh tế, khuyến khích phát triển các loại hình kinh tế bao gồm kinh tế hộ gia đình, kinh tế cá thể - tư nhân ... đã thực sự là môi trường tốt để tinh thần khởi nghiệp luôn bùng cháy.
- Năm 2016, Chính phủ Việt Nam lấy là năm “Quốc gia khởi nghiệp”. Chưa bao giờ tinh thần khởi nghiệp được thúc đẩy cao đến như vậy khi chủ chương hành động của Chính phủ và các bộ ban ngành tập trung mọi nguồn lực cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa - khởi nghiệp. Các doanh nghiệp dù lớn hay nhỏ đều cần tinh thần khởi nghiệp để tạo sản phẩm mới và động lực phát triển mới. Ở cấp độ thông thường và phổ biến nhất, đó chính là khởi nghiệp trong doanh nghiệp. Theo cách tiếp cận này, khởi nghiệp trong doanh nghiệp được gắn liền với các khái niệm đổi mới và sáng tạo.
- Hiện nay mọi sự quan tâm khi nói về khởi nghiệp đều được hướng tới hoặc ngầm hướng tới các “startup” – những doanh nghiệp kỳ vọng vào sự tăng trưởng mạnh mẽ nhờ công nghệ hoặc những sáng tạo mang tính đột phá. Trào lưu quá tập trung và ủng hộ cho các start-up này vô hình chung dẫn đến cách hiểu startup là những doanh nghiệp công nghệ mà quên đi các doanh nghiệp khởi nghiệp trong các lĩnh vực khác. Khởi nghiệp không chỉ đề cập đến các công ty trong lĩnh vực công nghệ mà còn bao gồm tất cả các lĩnh vực, các loại hình khác nhau. Công nghệ là nền tảng để các doanh nghiệp khởi nghiệp. Hay nói cách khác, một doanh nghiệp không thể gọi là khởi nghiệp được nếu thiếu yếu tố công nghệ. Hiểu đúng khái niệm khởi nghiệp kinh doanh là điều kiện tiên quyết để xác định đúng đối tượng và mục tiêu của các chương trình và chính sách khởi nghiệp. Đồng thời đảm bảo tính hiệu quả của các chính sách, chương trình hỗ trợ để thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp và phát huy được nguồn lực của các tác nhân trong hệ sinh thái khởi nghiệp.

- **Các giai đoạn phát triển khởi nghiệp**

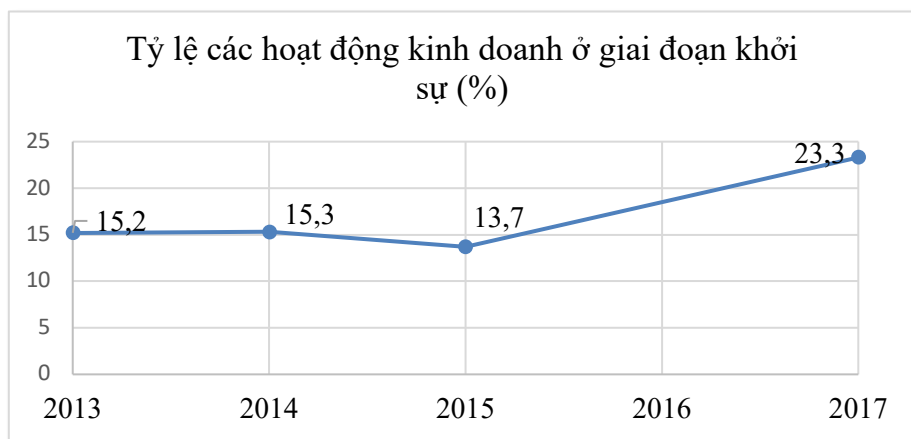
- **Giai đoạn đầu – quá trình hình thành sơ khai:** Thập niên 90 đánh dấu chặng đường phát triển ấn tượng của kinh tế Việt Nam kể từ thời kì Đổi Mới bắt đầu từ năm 1986. Một số doanh nghiệp có điều kiện tiếp cận, tận dụng các nguồn lực xã hội để nhanh chóng chiếm lĩnh thị trường, đặc biệt trong các lĩnh vực bất động sản, ngân hàng, viễn thông ... Có thể kể đến một số tên tuổi trong giai đoạn này như FPT, Trung Nguyên ...
- **Giai đoạn hai - Hình thành hệ sinh thái khởi nghiệp - thế hệ công nghệ thông tin:** Giai đoạn này bắt đầu từ sau những năm 2000. Startup thời kì này không đơn thuần tạo ra các sản phẩm kinh doanh offline như phần lớn startup thời kì trước mà có xu hướng chuyển sang khai thác những lĩnh vực mới

như dịch vụ, công nghệ thông tin hay thương mại điện tử. Đây có thể coi là làn sóng khởi nghiệp rõ nét nhất của Việt Nam. Cần phải đề cập đến các yếu tố tạo nên bối cảnh để startup phát triển theo cấp số nhân trong giai đoạn này. Thứ nhất, yếu tố con người, đó là sự tham gia lực lượng lao động của lớp sinh viên tốt nghiệp từ các trường đào tạo công nghệ thông tin năm 2016. Thứ hai, bối cảnh internet bùng nổ tại Việt Nam tạo nền tảng công nghệ cho startup phát triển ý tưởng và quyết định khởi nghiệp. Thứ ba, sự tham gia của các quỹ đầu tư. Hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam có sự tham gia của các quỹ đầu tư thiên thần lớn từ nước ngoài như IDG Ventures Vietnam, Cyber Agent, DFJ VinaCapital ... Startup cũng ghi nhận vốn từ các quỹ đầu tư trong nước. Trong đó nổi bật nhất là quỹ đầu tư mạo hiểm IDG với thương vụ đầu tư vào bộ ba 3V (VNG, VC Corp, Vật Giá). Thứ tư, làn sóng công nghệ phát triển toàn cầu, dẫn đầu là sự lớn mạnh của mạng xã hội và sự ra đời của Smart phone đã tạo nên những “hệ sinh thái” mới cho phép các phần mềm, phần cứng và các ứng dụng cùng tồn tại và hưởng lợi từ những hệ sinh thái này. Hai yếu tố này cũng đã góp phần tạo tăng trưởng mạnh cho ngành thương mại điện tử, thanh toán trực tuyến, dịch vụ vận chuyển, du lịch ... tại Việt Nam.

- **Giai đoạn ba – giai đoạn phát triển quốc tế hóa:** Thế hệ thứ 3 hay thế hệ quốc tế hoá, bùng nổ từ 2014 với mục tiêu hoàn toàn mới là quốc tế hoá. Giai đoạn này khẳng định sự trưởng thành của một số startup trong các lĩnh vực công nghệ, dịch vụ, thương mại điện tử ra đời từ giai đoạn trước. Ở giai đoạn này có hai xu hướng: (i) startup lớn mạnh trong nước và phát triển ra thị trường khu vực. Có thể kể đến kênh phân phối nền tảng ứng dụng mobile Appota, tổ hợp giáo dục trực tuyến Topica, VNG với ứng dụng Zalo, ANTS, 1Pay thuộc MOG... (ii) startup đạt thành công tại thị trường quốc tế trước khi quay lại Việt Nam, điển hình như DotGears với game Flappy Bird, Not a Basement với ứng dụng sáng tạo chỉnh sửa ảnh chụp Fuzel, Money Lover ứng dụng quản lý chi tiêu, Greengar phần mềm di động với ứng dụng Whiteboard, JoomlaArt.com - kênh phân phối trực tiếp của J.O.O.M., công ty thiết kế và phát triển các ứng dụng web cũng như thương mại điện tử, Triip - website toàn cầu về tour du lịch trải nghiệm và sống như người bản địa, TruePlus sản xuất và xuất khẩu phần mềm, Beeketing công cụ hỗ trợ marketing ...

1.1.2 Bức tranh hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam hiện nay

- **Tình hình khởi sự kinh doanh nói chung**
- Thực trạng khởi sự kinh doanh tại Việt Nam có xu hướng tăng trong giai đoạn 2013 – 2017. Thể hiện qua chỉ số tỷ lệ các hoạt động kinh doanh ở giai đoạn khởi sự (TEA)¹. Chỉ số này năm 2017 là 23.3%, cao hơn so với các năm trước đây.



TEA¹ bao gồm các hoạt động kinh doanh đang khởi sự (dưới 3 tháng) và các hoạt động kinh doanh mới khởi sự thành công (dưới 3,5 năm)

Nguồn: Báo cáo Chỉ số khởi nghiệp Việt Nam 2017/2018, Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam

- Hệ sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam tiếp tục có xu hướng cải thiện về điểm và thứ hạng ở 3 chỉ số đầu so với các quốc gia trên thế giới (có 54 quốc gia tham gia đánh giá). Đây cũng là 3 chỉ số luôn đạt trên mức trung bình (trên 3 điểm) trong những năm đánh giá (2015, 2014, 2013). Năm 2017, có thêm chỉ số Quy định của Chính phủ đạt 3.02 điểm. Điều này cho thấy kết quả của việc cải thiện môi trường kinh doanh và các chính sách khuyến khích khởi nghiệp ở Việt Nam trong thời gian qua. (Xem thêm phụ lục 1 - Thứ hạng các chỉ số trong hệ sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam 2017)

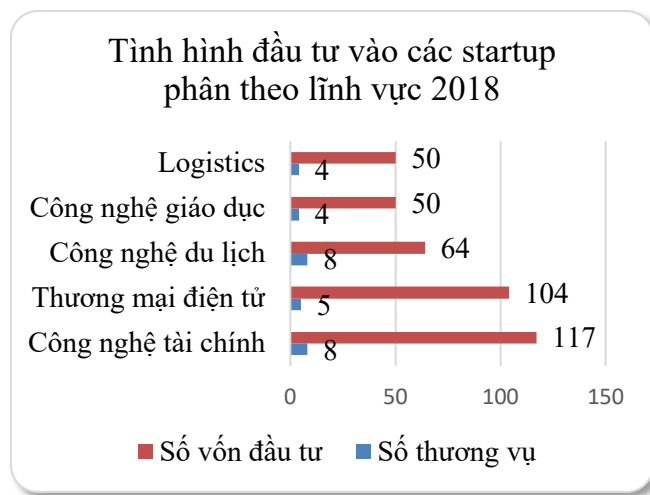
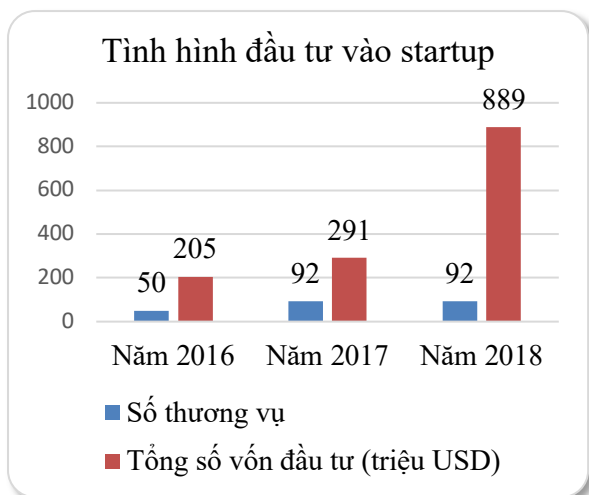
- Startup Việt - Góc nhìn qua các con số**

tháng 6/2017	Luật SME chính thức định nghĩa startup	Các tổ chức hỗ trợ/vườn ươm của Chính phủ	> 40
Khoảng 3000	Số lượng startup đang hoạt động hiện nay	Các tổ chức hỗ trợ kinh doanh	6
22	Các quỹ, nhà đầu tư giai đoạn sơ khởi	Các nhà đầu tư khác	14
25	Các quỹ, nhà đầu tư giai đoạn Series A, B	Các sự kiện startup lớn	>13
9	Các cộng đồng, đầu mối truyền thông startup	Các khu làm việc chung	60

Nguồn: Tổng hợp thông tin từ internet

- Các lĩnh vực của startup**
- Tại Việt Nam, startup phát triển đa dạng trong các lĩnh vực khác nhau. Tuy nhiên, có một mẫu số chung đó là các công ty khởi nghiệp có đặc điểm lấy công nghệ là nền tảng và có những mô hình phát triển sáng tạo mang tính đột phá. Startup song hành cùng với sự phát triển bùng nổ của kỹ thuật số. Do vậy, không thể phủ nhận startup về công nghệ hiện nay vẫn đang chiếm ưu thế đi đầu trong các doanh nghiệp khởi nghiệp nói chung. So sánh giữa các lĩnh vực hoạt động cho thấy, startup công nghệ thông tin có con số vượt trội so với các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực khác. Thực tế này phản ánh đúng xu hướng phát triển trong điều kiện cách mạng công nghiệp 4.0 với các đặc điểm: startup trong lĩnh vực công nghệ thông tin không cần quá nhiều vốn đầu tư ban đầu như nhiều lĩnh vực truyền thống khác; phát triển chủ yếu dựa trên ý tưởng mới và cách làm mang tính sáng tạo cao, có khả năng tăng trưởng nhanh; khả năng dễ dàng kết nối toàn cầu qua công nghệ giúp cho các ý tưởng sáng tạo tốt dễ dàng đến được với thế giới và ngược lại, doanh nghiệp cũng dễ dàng học hỏi được từ các mô hình thành công khác của quốc tế. Startup tập trung nhiều ở các lĩnh vực sau:
 - Công nghệ tài chính (Fintech): 1Pay, Nganluong.vn, Momo, Baokim.vn, Mobivi, VNPAY, Finhay ...
 - Thương mại điện tử (E – commerce): Vatgia, 5giay, Cungmua, Nhommua, Muachung, Hotdeal, Lazada, Zalora, 123.vn, Tiki, Sendo, Shoppe ...
 - Vận chuyển và dịch vụ logictic: Giaohangnhanh, Giaohangso1, Shipchung, Nhanh.vn, vexere.com, baolau.com, vntic.vn, Giaohangtietkiem, easytaxi, Go Việt, Grab, Uber ...
 - Công nghệ giáo dục (Edtech): Topica, Elsa speak, Monkey Junior ...
 - Dịch vụ du lịch (Traveltech): ivivu.com, atadi.vn, mytour.com, chudu24, 123phim.vn, ticketbox.vn, sukien.io, citynetevents.com và sukienet.vn ...
 - Địa điểm ăn uống: FoodHub, Foody, Lozi; Haravan ...
 - Công nghệ sinh thái (Ecotech): MimosaTek, Mr Farm, Farmtech, Smart Algae, Farm Factory ...
 - Bất động sản: Luxstay, Homebase, Rever, RealStake, Revex ...
- Tình hình gọi vốn của startup**

- Nguồn đầu tư vào startup tại Việt Nam chủ yếu đến từ các quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo, tập đoàn lớn, các tổ chức thúc đẩy kinh doanh và nhà đầu tư cá nhân (hay “nhà đầu tư thiên thần”). Các tổ chức, cá nhân này đến từ cả trong nước và quốc tế. Nhìn chung, khả năng huy động vốn, kêu gọi đầu tư của các startup đang ngày càng diễn ra sôi động ở Việt Nam. Theo thống kê năm 2018, đã có 92 thương vụ đầu tư với tổng số vốn là 889 triệu USD. Điển hình là 10 giao dịch lớn đạt tới 734 triệu USD như Yeah1 đạt 100 triệu USD, Sendo 51 triệu USD, Topica 50 triệu USD cùng 7 thương vụ không được tiết lộ khác đều có giá trị trên 30 triệu USD mỗi thương vụ. Như vậy, lượng vốn đổ vào startup Việt đã tăng 3 lần trong năm qua khi năm 2017, Việt Nam cũng tiếp nhận 92 thương vụ đầu tư vào startup nhưng tổng số vốn chỉ hơn 291 triệu USD. Tuy nhiên, năm 2017 là năm đánh dấu cột mốc lần đầu tiên hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam ghi nhận số lượng nhà đầu tư thiên thần trong nước và các quỹ trong nước vượt qua các quỹ ngoại về số lượng thương vụ được góp vốn. Sự vươn lên của các quỹ nội như VIISA, ESP, VSV, 500 Startups Vietnam và các chương trình truyền hình thực tế về khởi nghiệp như Shark tank Vietnam đã chốt được 49 thương vụ đầu tư vào các startup trong giai đoạn đầu. Mặc dù trị giá từ các thương vụ đầu tư nội chỉ đạt 46 triệu USD so với con số 245 triệu USD từ các quỹ ngoại.



Nguồn: Báo cáo thường niên về tình hình đầu tư vào startup Việt Nam năm 2018 của Topica Founder Institute (TFI)

- Xem xét tình hình đầu tư vào startup ở góc độ lĩnh vực cho thấy năm lĩnh vực startup thu hút nhiều vốn đầu tư nhất là Fintech, E-commerce, TravelTech, Logistics và Edtech. Trong đó, Fintech quay lại vị trí dẫn đầu về thu hút vốn đầu tư trong năm 2018 với 8 thương vụ, tổng giá trị 117 triệu USD. E-commerce đứng vị trí thứ hai khi chỉ có 5 thương vụ diễn ra, với tổng giá trị đầu tư là 104 triệu USD, so với 21 thương vụ vào năm 2017. Traveltech đứng thứ ba với 8 thương vụ tổng giá trị 64 triệu USD của Vntrip, Luxstay, Atadi, Vleisure và một số thương vụ không công bố giá trị. Trong khi đó, lĩnh vực Logistics và Edtech cùng có 4 thương vụ, giá trị hơn 50 triệu USD.

1.1.3 Những cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp khởi nghiệp hiện nay

- **Những cơ hội**
- **Tinh thần khởi nghiệp Quốc gia:** Việt Nam là một trong những quốc gia khuyến khích phát triển khởi nghiệp mạnh mẽ. Từ Chính phủ đến các bộ ban ngành đều phát động tinh thần khởi nghiệp. Phong trào khởi nghiệp lan tỏa trong các doanh nghiệp và cộng đồng. Năm 2016 Chính phủ Việt Nam lấy là năm “Quốc gia khởi nghiệp”. Chủ chương hành động của Chính phủ và các bộ ban ngành là tập trung mọi nguồn lực cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa - khởi nghiệp (xem thêm phụ lục 2 - Các hoạt

động/chương trình/diễn đàn về startup). Sự ủng hộ mạnh mẽ từ cộng đồng xã hội tạo cơ hội cho các doanh nghiệp trẻ khởi nghiệp. Thông qua những cuộc thi, chương trình thực tế hay các buổi workshop... về startup được rất nhiều người biết đến và tham gia.

- **Hệ sinh thái khởi nghiệp hoàn thiện:** Mặc dù hình thành muộn hơn so với các hệ sinh thái khởi nghiệp trên thế giới và trong khu vực nhưng Việt Nam đã có hệ sinh thái khởi nghiệp hoàn thiện hỗ trợ startup. Với các tác nhân thành phần như các quỹ và các nhà đầu tư, các vườn ươm, các chương trình hỗ trợ khởi nghiệp, các nhà cung cấp dịch vụ (bao gồm cả Nhà nước và tư nhân) tạo nên cơ hội cho startup hình thành và phát triển.
- **Thị trường tiềm năng:** Với tỷ lệ dân số vàng và số lượng người ở độ tuổi lao động chiếm phần lớn tạo ra thị trường cho các startup. Với lượng khách hàng lớn luôn luôn có những nhu cầu mới chắc chắn sẽ là thị trường tiềm năng cho các startup tạo ra sản phẩm phù hợp, lợi ích cao, thích ứng kịp thời với nhu cầu thị trường. Thị trường tập trung phần lớn lượng khách hàng trẻ sẽ dễ dàng chấp nhận một dịch vụ mới, một sản phẩm mới mà startup tạo ra. Đồng thời, startup lớn mạnh với những ngành nghề đa dạng xuất hiện hoàn toàn có thể dẫn dắt thị trường và định hướng cho khách hàng biết nhu cầu của mình.
- **Thu hút sự đầu tư của các nhà đầu tư:** Việt Nam đã hình thành hệ sinh thái hoàn thiện để các doanh nghiệp trẻ khởi nghiệp. Trong đó có sự đóng góp quan trọng của các nhà đầu tư. Như đã đề cập, hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam có sự tham gia đầy đủ của các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài. Vốn luôn luôn là yếu tố cần thiết để startup hoạt động. Chính vì vậy sự tham gia của các nhà đầu tư thiên thần, các quỹ đầu tư quốc tế, các tập đoàn trong nước ... chính là một trong những nguồn lực lớn mạnh cho startup phát triển tiềm năng của mình.
- **Cơ hội quảng bá sản phẩm/dịch vụ rộng rãi:** Việt Nam là quốc gia có tốc độ phát triển internet hàng đầu thế giới. Công nghệ phát triển vượt bậc đã tạo ra bước tiến lớn trong ngành quảng cáo. Đây chính là bộ phận giúp startup phát triển thuận lợi, quảng bá sản phẩm hay dịch vụ ở bất cứ nơi đâu, bằng bất kì hình thức nào để đến được người dùng. Đặc biệt là đối với các sản phẩm của startup liên quan tới ngành công nghệ, thương mại trực tuyến, công nghệ tài chính ... thì việc quảng bá sản phẩm rộng rãi đến người dùng sẽ giúp cho startup thành công hơn khi càng nhiều khách hàng biết và sử dụng sản phẩm/dịch vụ thì startup càng thành công.
- **Những thách thức**

Các công ty khởi nghiệp ở Việt Nam có tiềm năng lớn để phát triển, tuy nhiên, cộng đồng cũng phải đối mặt với một số thách thức. Hầu hết các công ty khởi nghiệp địa phương có quy mô nhỏ, ở giai đoạn hạt giống, khả năng tạo ra bước đột phá hạn chế và cần được ươm tạo thêm. Một số thách thức nổi bật hiện nay của các công ty khởi nghiệp tại Việt Nam như sau:
- **Khả năng tiếp cận tài chính:** Năm 2016 đánh dấu năm phát triển đầy triển vọng của startup tại Việt Nam khi Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa ra đời, số lượng startup ra đời, thu hút sự đầu tư từ các quỹ đầu tư mạo hiểm lớn: IDG Ventures Vietnam, Cyber Agent và DFJ VinaCapital (tổng cộng các quỹ này đã đầu tư hơn 120 triệu USD cho startup). Tuy nhiên, tình hình chung là startup vẫn gặp khó khăn về kêu gọi vốn từ các quỹ đầu tư quốc tế và các nhà đầu tư trong nước. Hạn chế về vốn là thách thức lớn nhất mà startup phải đối mặt.
- **Thiếu các kiến thức và kỹ năng kinh doanh:** Mặc dù Việt Nam chỉ đứng sau Singapore và Indonesia ở Đông Nam Á về số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp, nhưng không nhiều doanh nghiệp trong số này được trang bị các kiến thức và kỹ năng cần thiết để phát triển mô hình kinh doanh bền vững. Các sáng lập viên, nhân sự chủ chốt của startup đều chủ yếu là chuyên ngành kỹ thuật, công nghệ. Do vậy, rất nhiều startup không có kiến thức đầy đủ về kinh doanh, kinh tế và các kỹ năng điều hành, quản lý

doanh nghiệp, xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm. Việc trang bị đầy đủ các kiến thức này tạo khả năng phát triển toàn diện cho startup, củng cố vị thế bền vững hơn cho startup.

- **Vấn đề sở hữu trí tuệ:** Việt Nam là thành viên của Tổ chức Thương mại thế giới và Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới. Pháp luật về sở hữu trí tuệ đã bao gồm hầu hết các khía cạnh liên quan tới thương mại và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ theo Hiệp định TRIPS. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và startup nói riêng cần thực thi nghiêm túc các quy định của các hiệp định bởi tình hình vi phạm bản quyền hay vi phạm quyền sở hữu trí tuệ đã và đang diễn ra khá phổ biến. Trên thực tế Việt Nam đã nằm trong danh sách theo dõi về vấn đề sở hữu trí tuệ trong Báo cáo đặc biệt của Đại diện thương mại Mỹ. Hiện tại các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam và Chính phủ cần nỗ lực hơn nữa để nâng cao nhận thức về tầm quan trọng của vấn đề sở hữu trí tuệ để bảo vệ quyền lợi, trước hết là của chính các doanh nghiệp khởi nghiệp.
- **Hạn chế về khả năng đáp ứng các thủ tục hành chính cần thiết:** Startup thường có rất ít các kinh nghiệm trong thực hiện các thủ tục hành chính liên quan tới gia nhập thị trường (đăng ký kinh doanh, đất đai, giấy phép kinh doanh...), bảo hộ sở hữu trí tuệ (đăng ký bảo hộ các sản phẩm sở hữu trí tuệ), thương mại hóa sản phẩm (đăng ký tiêu chuẩn, đáp ứng quy chuẩn kỹ thuật), tài chính (tiêu chuẩn kế toán, hóa đơn, kê khai thuế, ưu đãi thuế...).

1.2 Hệ thống chính sách cho các doanh nghiệp khởi nghiệp

Hệ thống chính sách cho các doanh nghiệp khởi nghiệp được nghiên cứu theo cách tiếp cận như sau:

- Thứ nhất: Các chính sách chung như (chính sách thuế, lao động và giáo dục) thường rất rộng, phức tạp và cụ thể cho từng bối cảnh và không quá khác biệt so với chính sách cho nhóm doanh nghiệp nói chung. Chẳng hạn, hoạt động đầu tư cho khởi nghiệp tại Việt Nam tuân thủ theo Luật Đầu tư, thành lập công ty theo Luật Doanh nghiệp, thành lập quỹ đầu tư chứng khoán theo Luật Chứng khoán ... Do vậy, nghiên cứu này không đề cập tới các chính sách chung mà tập trung vào các chương trình hỗ trợ trực tiếp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp nói riêng như Luật Hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa (Luật SME), các Nghị định hướng dẫn, Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến 2025” (Đề án 844) và các quy định hỗ trợ.
- Thứ hai, theo Luật ban hành văn bản quy phạm pháp luật, hệ thống chính sách pháp lý thể hiện dưới dạng văn bản như sau: Các văn bản luật: Hiến pháp, Luật, Nghị quyết của Quốc hội) và các văn bản dưới luật (Pháp lệnh, nghị quyết của Ủy ban thường vụ Quốc hội, lệnh, quyết định, nghị định, nghị quyết, thông tư, nghị quyết liên tịch, thông tư liên tịch, văn bản quy phạm pháp luật của Hội đồng nhân dân, Ủy ban nhân dân). Do vậy, nhóm nghiên cứu cũng tiếp cận theo cách này khi tìm hiểu về hệ thống chính sách cho các doanh nghiệp khởi nghiệp tại Việt Nam.

1.2.1 Nhóm các văn bản luật về khởi nghiệp

- Luật Hỗ trợ Doanh nghiệp nhỏ và vừa được thông qua vào tháng 6/2017 và có hiệu lực từ 1/1/2018.
- Tiếp sau Luật này, các cơ quan liên quan đã triển khai xây dựng 04 Dự thảo Nghị định hướng dẫn Luật được thông qua trước ngày 1/1/2018 để có hiệu lực cùng thời điểm với Luật SME. Cụ thể, các Dự thảo Nghị định này bao gồm:
 - Nghị định hướng dẫn một số Điều của Luật SME (là Nghị định hướng dẫn chung về phần lớn các nội dung cần hướng dẫn trong Luật SME)
 - Nghị định hướng dẫn về đầu tư khởi nghiệp sáng tạo
 - Nghị định hướng dẫn về Quỹ Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa
 - Nghị định hướng dẫn về Quỹ Bảo lãnh tín dụng cho SME vay vốn tại tổ chức tín dụng
- Luật SME và các nghị định hướng dẫn là các văn bản luật đề cập tới nhóm đối tượng doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) nói chung trong đó startup được đề cập tới với tính chất là một nhóm SME đặc

thù. Định nghĩa “doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo” Khoản 2 Điều 3 Luật SME định nghĩa “Doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo là doanh nghiệp nhỏ và vừa được thành lập 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”. Nếu bỏ qua yếu tố “nhỏ và vừa” thì doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo theo Luật SME được xác định trên các đặc điểm như sau: (i) Có tư cách pháp lý phải là doanh nghiệp; (ii) Hoạt động: Phải dựa trên khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ hoặc mô hình kinh doanh mới; (iii) Triển vọng: Có khả năng tăng trưởng nhanh.

- Về nội dung hỗ trợ cho các DNNVV, Luật SME có 2 mục: Mục 1: Hỗ trợ chung bao gồm 8 điều (từ điều 8 đến điều 15). Mục 2: Hỗ trợ DNNVV chuyển đổi từ hộ kinh doanh, khởi nghiệp sáng tạo, tham gia cụm liên kết ngành, chuỗi giá trị bao gồm 5 điều (từ điều 16 đến điều 20).
- Các hỗ trợ dành riêng cho startup (06 biện pháp):
 - Hỗ trợ ứng dụng, chuyển giao công nghệ; hỗ trợ sử dụng trang thiết bị tại cơ sở kỹ thuật; hỗ trợ tham gia cơ sở ươm tạo, khu làm việc chung; hướng dẫn thử nghiệm, hoàn thiện sản phẩm mới, dịch vụ và mô hình kinh doanh mới;
 - Hỗ trợ đào tạo, huấn luyện chuyên sâu về xây dựng, phát triển sản phẩm; thu hút đầu tư; tư vấn về sở hữu trí tuệ; thực hiện các thủ tục về tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, đo lường, chất lượng;
 - Hỗ trợ thông tin, truyền thông, xúc tiến thương mại, kết nối mạng lưới khởi nghiệp sáng tạo, thu hút đầu tư từ các quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo;
 - Hỗ trợ thực hiện thương mại hóa kết quả nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ, khai thác và phát triển tài sản trí tuệ;
 - Cấp bù lãi suất thông qua các tổ chức tín dụng (tùy quyết định của Chính phủ từng thời kỳ)
 - Hỗ trợ cho đầu tư vào startup
- Các hỗ trợ chung cho DNNVV trong đó có startup đáp ứng điều kiện (07 biện pháp)
 - Hỗ trợ tiếp cận tín dụng, Quỹ bảo lãnh tín dụng doanh nghiệp nhỏ và vừa
 - Hỗ trợ thuế, kế toán
 - Hỗ trợ mặt bằng sản xuất
 - Hỗ trợ công nghệ; hỗ trợ cơ sở ươm tạo, cơ sở kỹ thuật, khu làm việc chung
 - Hỗ trợ mở rộng thị trường
 - Hỗ trợ thông tin, tư vấn và pháp lý
 - Hỗ trợ phát triển nguồn nhân lực
- Về cơ bản Luật SME chỉ đề cập tới các loại biện pháp hỗ trợ cùng các khía cạnh cơ bản nhất của các biện pháp này. Các Nghị định hướng dẫn Luật dự kiến sẽ quy định chi tiết về quy trình, điều kiện, đối tượng, cách thức, giới hạn hỗ trợ.

1.2.2 Nhóm những văn bản dưới luật

Nhóm này bao gồm các văn bản chính sách cấp trung ương và địa phương, đưa ra các định hướng, mục tiêu và giải pháp cơ bản về hỗ trợ, phát triển startup trong phạm vi toàn quốc và từng địa phương. Các chính sách này không có giá trị áp dụng bắt buộc (không phải quy phạm pháp luật) nhưng lại là những quy định đề cập trực tiếp đến nhóm đối tượng cụ thể là startup. Do vậy, các chính sách này đã tạo cơ sở để thúc đẩy các cơ quan có thẩm quyền triển khai các hoạt động thực tế. Cụ thể, các chính sách về hỗ trợ startup ở Việt Nam bao gồm:

■ Các chính sách cấp TW

- Trước tiên phải đề cập đến Đề án 844. Đề án 844 là văn bản chính sách đầu tiên, bao quát nhất và là nền tảng về chính sách hỗ trợ đối với startup của Việt Nam. Đề án được xây dựng và chủ trì triển khai thực hiện bởi Bộ Khoa học và Công nghệ, có phạm vi bao trùm toàn quốc. Đề án này được Thủ tướng

Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 844/QĐ-TTg ban hành ngày 18/5/2016. Đề án đã đặt ra mục tiêu hỗ trợ cụ thể cho startup như sau:

Giai đoạn	Mục tiêu
Giai đoạn đầu (không xác định)	<ul style="list-style-type: none">- Tạo lập môi trường thuận lợi thúc đẩy phát triển- Hoàn thiện hệ thống pháp lý hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo- Thiết lập được Cổng thông tin khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia- Hỗ trợ 800 dự án- Hỗ trợ 200 doanh nghiệp, trong đó 50 doanh nghiệp gọi vốn thành công, tổng giá trị 1000 tỷ đồng
Giai đoạn 2 (đến năm 2025)	<ul style="list-style-type: none">- Hỗ trợ 2000 dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo- Hỗ trợ 600 doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo- Hỗ trợ 100 doanh nghiệp gọi vốn thành công, tổng giá trị 2000 tỷ đồng

- Quyết định 171/QĐ-BKHCN ngày 7/2/2017 của Bộ Khoa học và Công nghệ phê duyệt danh mục nhiệm vụ đặt hàng thuộc Đề án 844 bắt đầu thực hiện từ năm 2017.
- Quyết định 3362/QĐ-BKHCN về việc ban hành quy định tạm thời xử lý hồ sơ tham gia Đề án 844. Đây là 02 văn bản cấp Bộ nhằm triển khai Đề án hỗ trợ startup thông qua kênh đề tài, đề án, dự án khoa học và công nghệ cấp quốc gia (nhiệm vụ hàng năm) thuộc phạm vi quản lý của Bộ Khoa học và Công nghệ.
- Thông tư 45/2019/TT-BTC về quản lý tài chính thực hiện Đề án 844 do Bộ Tài chính ban hành.
- Ngoài ra, còn có một số Đề án khác mà Thủ tướng Chính phủ phê chuẩn có liên quan tới khởi nghiệp. Các Đề án này không có liên hệ nào với Đề án 844 và mục tiêu đặt ra là tăng hiểu biết và hỗ trợ để các nhóm đối tượng liên quan khởi sự kinh doanh (không nhất thiết gắn với sáng tạo). Tuy nhiên do tính bao trùm về phạm vi, các hỗ trợ trong các Đề án này cũng có thể được sử dụng một phần cho khởi nghiệp sáng tạo:
 - Quyết định 1665/QĐ-TTg ngày 30/10/2017 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025”. Đây là Đề án do Bộ Giáo dục và Đào tạo chủ trì, không có liên hệ nào với Đề án 844.
 - Quyết định 939/QĐ-TTg ngày 30/6/2017 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án “Hỗ trợ phụ nữ khởi nghiệp giai đoạn 2017 - 2025”.

■ Các chính sách cấp địa phương (tỉnh/thành phố)

Như đã đề cập, Quyết định 844/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến 2025” là văn bản đầu tiên, cũng là nền tảng cho hệ thống chính sách đối với startup ở Việt Nam. Đề án này được thông qua cho thấy vấn đề startup đã nhận được sự quan tâm của Chính phủ, các định hướng và công cụ hỗ trợ cũng đã được nhận diện. Hơn thế nữa, sau khi Đề án được thông qua, một loạt các tỉnh, thành triển khai rầm rộ thông qua các văn bản cấp địa phương như với Đề án này. Đây là điều khá hiếm thấy ở Việt Nam và là dấu hiệu khả quan cho thấy chủ đề startup đang thực sự trở thành mối quan tâm chung, một phong trào kinh tế có triển vọng ở Việt Nam. Các chính sách cấp địa phương thể hiện thông qua các Nghị quyết của các Hội đồng nhân dân tỉnh, các Quyết định, Kế hoạch, Chương trình của Ủy ban nhân dân tỉnh về khởi nghiệp và khởi nghiệp sáng tạo ở các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương. Phần lớn các văn bản này được ban hành trong năm 2017, thực hiện theo Quyết định số 844/QĐ-TTg. Các chính sách cấp địa phương có các đặc điểm như sau (trong đó có nhiều đặc điểm tương đồng với Đề án 844, cụ thể:

- Về nội dung, các nhóm hỗ trợ được đề cập trong Đề án 844 cũng như ở các địa phương gần tương tự với các biện pháp hỗ trợ startup mà nhiều nước đang áp dụng, bao gồm cả các nước được đánh giá là

có hệ sinh thái hiệu quả cho startup như Ấn Độ, Malaysia, Singapore, Hàn Quốc. Các chính sách cấp TW (Đề án 844 và các Quyết định) và các chính sách cấp địa phương (các Quyết định, Nghị quyết của UBND tỉnh/thành phố) đều đề cập đến các biện pháp hỗ trợ startup theo 09 nhóm hỗ trợ (xem thêm Phụ lục Bảng tổng hợp các Quyết định hỗ trợ startup cấp địa phương).

- Về phạm vi, có những nội dung chỉ đề cập trong Đề án 844 do là vấn đề thuộc phạm vi thẩm quyền của trung ương (ví dụ các vấn đề về ưu đãi thuế), có những vấn đề về chi tiết mang tính thủ tục, thường chỉ nêu trong chính sách của các địa phương (ví dụ cải cách hành chính, tư vấn hỗ trợ về thủ tục).
- Về tính chi tiết, văn bản cấp địa phương mang tính hướng dẫn nên có nhiều biện pháp cụ thể hơn Đề án 844, tuy nhiên cũng có trường hợp văn bản cấp địa phương chỉ đơn thuần là lựa chọn và nhắc lại một số nội dung của Đề án 844.

Khái niệm “khởi nghiệp sáng tạo” tại Việt Nam được hiểu theo phạm vi rộng. Đồng thời các văn bản chính sách về startup ở Việt Nam không có định nghĩa chặt chẽ về khái niệm “khởi nghiệp sáng tạo”. Tuy nhiên, các chính sách này hướng tới việc thúc đẩy, hỗ trợ quá trình hình thành và phát triển “loại hình doanh nghiệp có khả năng tăng trưởng nhanh dựa trên khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới”. Về bản chất cốt lõi, cách hiểu về startup này của Việt Nam cũng tương tự với cách hiểu về startup ở nhiều nước trên thế giới. Tất nhiên, khái niệm này chưa thật chặt chẽ, cũng chưa mang những đặc trưng riêng về startup mà Việt Nam muốn tập trung hỗ trợ để phát triển. Tuy nhiên, một khái niệm như vậy được cho là tương đối thích hợp cho quá trình triển khai các chính sách mà bản thân chúng vốn linh hoạt, bao trùm và ít tính ràng buộc.

1.2.3 Những điểm tồn tại trong hệ thống chính sách khởi nghiệp hiện nay

- **Về mục tiêu chính sách:** Rà soát nội dung văn bản liên quan cho thấy các chính sách ở trung ương và địa phương liên quan tới startup, có thể thấy duy nhất có Quyết định 844 đặt ra các mục tiêu định lượng cụ thể về phát triển startup Việt Nam. Tuy nhiên, tương tự như các Đề án khác, các mục tiêu này chỉ mang tính định hướng không ràng buộc trách nhiệm của bất kỳ cơ quan, tổ chức nào, cũng không có biện pháp xử lý nào trong trường hợp không đạt được mục tiêu.
- **Về triển khai hệ thống pháp lý**
 - Các quy định pháp luật và chính sách hỗ trợ khởi nghiệp tại Việt Nam còn thiếu đồng bộ, cụ thể và vẫn tồn tại nhiều xung đột, mâu thuẫn. Các quy định chủ yếu còn mang tính chung chung như hỗ trợ về mặt bằng sản xuất, tham gia mua sắm, cung ứng dịch vụ công, hỗ trợ đào tạo... Phần lớn các chính sách này có phạm vi đối tượng rộng, dàn trải với đối tượng được hỗ trợ là gần như toàn bộ các DNNVV mà chưa có sự định hướng riêng cho nhóm đối tượng đặc thù, đặc biệt là startup (chỉ có Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa có đề cập đến nhóm doanh nghiệp khởi nghiệp, chưa có luật riêng dành cho startup).
 - Đề án ban hành theo Quyết định số 844/QĐ-TTg gần như là văn bản duy nhất đặt ra các mục tiêu cụ thể mang tính định lượng về phát triển startup với các mục tiêu ngắn hạn và trung hạn. Tuy nhiên, tương tự như phần lớn các đề án khác, các mục tiêu này chỉ mang tính định hướng, không ràng buộc trách nhiệm đối với bất kỳ cơ quan, tổ chức nào, cũng không có biện pháp xử lý nào trong trường hợp không đạt được mục tiêu.
 - Bên cạnh đó, mặc dù hệ thống quy định và chính sách đã và đang ngày càng được hoàn thiện, nhiều nội dung cần được hướng dẫn cụ thể vẫn chưa có, dẫn đến tình trạng khó triển khai các quy định trên thực tế. Cụ thể:
 - Vai trò của các đơn vị thực hiện còn chưa thể hiện rõ: Đơn vị chủ trì là Bộ Khoa học và Công nghệ đã có các văn bản hướng dẫn triển khai Đề án nhưng chưa có tổng kết kết quả thực hiện; Trong

triển khai Đề án còn thiếu khi chưa đề cập tới Bộ Tài chính - với trách nhiệm hướng dẫn về kinh phí từ ngân sách Nhà nước cho các hoạt động hỗ trợ startup thuộc Đề án và bố trí kinh phí sự nghiệp để thực hiện các nội dung Đề án. Các Bộ, cơ quan, tổ chức khác được giao nhiệm vụ xây dựng các kế hoạch hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hàng năm và 5 năm trên cơ sở Đề án cũng chưa có hoạt động nào cụ thể để triển khai Đề án.

- Ở cấp địa phương, mặc dù khi cụ thể hóa các quy định, hướng dẫn để triển khai hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp trên địa bàn các địa phương đã rõ ràng hơn, song phần lớn các quy định, hướng dẫn vẫn chưa đảm bảo được yêu cầu về tính cụ thể, đặc biệt là đối với việc thu hẹp, tập trung vào các nhóm đối tượng startup. Không ít trường hợp, các quy định, hướng dẫn của các địa phương chỉ đơn thuần là lựa chọn và nhắc lại một số nội dung của Đề án. Một số trường hợp khác, kế hoạch hoạt động thực chất là các biện pháp để hỗ trợ khởi sự kinh doanh nói chung, không có hoặc rất ít những yếu tố đặc thù liên quan tới startup.
- Ở cả hai cấp trung ương và địa phương, việc thực thi các văn bản chính sách không có giá trị bắt buộc từ góc độ pháp luật như thế này thường sẽ phụ thuộc vào quyết tâm của đơn vị chủ trì và sự tích cực, chủ động, nhiệt tình và năng lực của các đơn vị thừa hành. Kinh nghiệm từ nhiều Đề án khác cho thấy, hiệu quả thực tế của các chính sách dạng này là rất khó đoán định mà phần nhiều là từ các lý do chủ quan.

■ Về tính khả thi và hiệu quả của hoạt động hỗ trợ

- Về cơ bản, hệ thống quy định và chính sách hỗ trợ hoạt động khởi nghiệp đang dần được hoàn thiện, tuy nhiên tính khả thi của các quy định và chính sách này còn rất hạn chế. Cụ thể:
 - Về định mức hỗ trợ cho các startup đã được quy định khá rõ trong các nghị định, tuy nhiên hai vấn đề ảnh hưởng tới tính khả thi của các chính sách hỗ trợ tài chính, đầu tư là: Tiêu chí lựa chọn và sự phối hợp của các cơ quan nhà nước vẫn còn rất hạn chế.
 - Mặc dù Cổng thông tin quốc gia về khởi nghiệp đã chính thức ra đời nhưng các nội dung, thông tin và tính liên kết đến các cổng thông tin liên quan còn hạn chế. Vẫn thiếu các thông tin liên quan để kết nối các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp và các nhà khởi nghiệp. Một số hoạt động như TechFest 2017 đã được triển khai và đạt được một số kết quả nhất định. Tuy nhiên các hỗ trợ thực chất cho startup còn ít, vì hạn chế về kinh phí.
 - Hướng dẫn cụ thể về hỗ trợ kinh phí cho hoạt động khởi nghiệp từ nguồn ngân sách nhà nước chưa được ban hành, vì vậy các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp từ các quỹ có nguồn gốc ngân sách gần như chưa thể triển khai.
 - Về cơ bản, các cơ quan nhà nước có liên quan chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển của thực tiễn hoạt động khởi nghiệp, nhất là về nhận thức, kỹ năng của cán bộ, khả năng đánh giá, giám sát.
 - Hỗ trợ từ phía cơ quan nhà nước cho startup còn hạn chế và dàn trải, chông chéo, kém hiệu quả. Trong khi đó, thực tế cho thấy, phần lớn các hoạt động hỗ trợ từ khu vực tư nhân đem lại hiệu quả tốt đối với cả hai phía là người hỗ trợ và startup mặc dù khung pháp luật cho hoạt động này vẫn còn thiếu và nhiều bất cập.
 - Một số hạn chế từ phía startup cũng ảnh hưởng không nhỏ đến khả năng được tiếp nhận các hỗ trợ, ví dụ như kỹ năng quản trị, điều hành kinh doanh, xúc tiến, quảng bá phát triển. Bên cạnh đó, cơ sở hạ tầng kém phát triển, thủ tục hành chính rườm rà cũng là những rào cản cho sự phát triển của hoạt động khởi nghiệp.

■ Về các chính sách tiếp cận tài chính

- Các chính sách hỗ trợ tiếp cận tài chính cho khởi nghiệp chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu của các doanh nghiệp. Do tốc độ phát triển nhanh của hệ sinh thái khởi nghiệp với các cấu phần mới nên cơ

chế chính sách và khung pháp lý chưa được bổ sung kịp thời để điều chỉnh sự hình thành và phát triển của startup theo phương thức mới như Quỹ Đầu tư mạo hiểm Việt Nam, sự công nhận giá trị bằng tiền của tài sản vô hình trong góp vốn thành lập công ty hay bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ đối với startup ... Cụ thể:

- Các chính sách tài chính đối với việc khởi sự kinh doanh tại Việt Nam vẫn còn chung chung, chỉ là một cấu phần nhỏ trong một số chương trình, chưa tập trung cụ thể vào đối tượng là startup. Thiếu các quy định liên quan đến khung pháp lý cho hoạt động của các tổ chức hỗ trợ tài chính cho hoạt động khởi nghiệp, đó là quỹ đầu tư mạo hiểm và quỹ đầu tư “thiên thần”.
- Chính sách thuế hiện hành theo hướng hỗ trợ doanh nghiệp theo địa bàn, lĩnh vực nên bất kỳ doanh nghiệp nào đáp ứng được các điều kiện ưu đãi thì sẽ được hưởng các ưu đãi tương ứng. Do đó, nếu startup không thực hiện kinh doanh tại các địa bàn ưu đãi thuế, không đáp ứng được các tiêu chuẩn trong các lĩnh vực khuyến khích đầu tư hiện hành thì cũng không được hỗ trợ về thuế.
- Chính sách tín dụng khó tiếp cận do hầu hết startup ban đầu đều có quy mô nhỏ, siêu nhỏ, nguồn vốn nội sinh ít, tài sản để thế chấp vay ngân hàng hầu như không có. Bên cạnh đó, bản chất của startup là rủi ro cao nên các kênh huy động vốn truyền thống qua các ngân hàng thương mại rất khó khăn.

2 - Những doanh nghiệp khởi nghiệp điển hình

2.1 Một số doanh nghiệp khởi nghiệp điển hình tại Việt Nam

2.1.1 TOPICA

■ Lịch sử hình thành và phát triển

- Tổ hợp Công nghệ Giáo dục TOPICA (TOPICA) thành lập năm 2008. Trong thời gian đầu hoạt động TOPICA hướng tới nhóm đối tượng người học cần lấy bằng đại học nhưng không có đủ điều kiện về kinh tế và thời gian. Hiện nay, TOPICA tổ chức Việt Nam đầu tiên xuất khẩu công nghệ giáo dục ra nước ngoài là đơn vị đào tạo trực tuyến hàng đầu Đông Nam Á. Sự phát triển của TOPICA là điển hình của nền tảng giáo dục trực tuyến (EdTech) tại Việt Nam. Tháng 11/2018 là dấu mốc quan trọng khi TOPICA kêu gọi thành công 50 triệu USD trong vòng gọi vốn series D từ Tập đoàn Northstar tại Singapore. Đây là thương vụ đầu tư lớn nhất từ trước tới nay trong khu vực Đông Nam Á dành cho một doanh nghiệp EdTech. TOPICA hiện có hơn 1400 nhân viên toàn thời gian, 1000 giảng viên bán thời gian ở các văn phòng Singapore, Bangkok, Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng.
- Những sản phẩm giáo dục trực tuyến dựa trên công nghệ e-learning phù hợp với nhu cầu thị trường:
 - TOPICA Native phát triển kỹ năng giao tiếp thông qua việc luyện nói hàng ngày với Giáo viên Âu – Mỹ – Úc qua Augmented Reality (thực tế ảo). Hiện tại TOPICA Native phát triển mạnh mẽ tại Thái Lan, Indonesia và Việt Nam.
 - TOPICA IVY đào tạo các chương trình như TOPICA IVY English, TOPICA Executive và TOPICA Professional dành cho các doanh nhân và lãnh đạo.
 - Edumall là nền tảng học tập trực tuyến với hàng ngàn khóa học video đa dạng, thiết thực, từ các giảng viên uy tín. Edumall đã thu hút hàng triệu học viên Việt Nam và Thái Lan theo học.
 - Kidtopi là chương trình học tiếng Anh cao cấp 1-1 trực tuyến, với các giáo viên Mỹ hàng đầu, và công nghệ AI theo dõi hứng thú và tiến bộ của học sinh.
 - TOPICA Founder Institute là vườn ươm khởi nghiệp duy nhất tại Việt Nam đã có startup nhận đầu tư tổng cộng gần 30 triệu USD. Nơi này đã bồi dưỡng một thế hệ các doanh nhân trẻ, là nhà sáng lập của startup nổi bật như Appota, Atadi, Kyna, Wefit, Logivan, Monkey Junior...

■ Bài học thành công

- **Định vị được trong tâm trí khách hàng:** TOPICA Native ghi dấu ấn là đơn vị đầu tiên trên thế giới phát triển ứng dụng luyện nói qua Google Glass cho học viên tại Thái Lan, Indonesia và Việt Nam. Cho đến nay, rất nhiều người tại Việt Nam vẫn "ghim" vào đầu suy nghĩ "Tiếng Anh cho người đi làm - học tại TOPICA". TOPICA đã xuất hiện trong top of mind của khách hàng khi đề cập đến học tiếng Anh cho thấy mức độ nhận diện thương hiệu mà TOPICA gây dựng được với khách hàng.
- **Nắm bắt lợi thế công nghệ e-learning mới và đưa ra nhiều giải pháp đột phá:** TOPICA tận dụng được lợi thế phát triển của công nghệ web, Internet và các kỹ thuật truyền video/audio để xây dựng với mô hình e-learning "Công nghệ không ngừng thay đổi giáo dục" để phát triển các sản phẩm. Không dừng lại ở đó, TOPICA còn cung cấp nền tảng thương mại điện tử trong giáo dục với siêu thị khóa học Edumall – hàng ngàn khóa học video đa dạng. Trong cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, người ta nói nhiều đến dữ liệu lớn Big Data, trí tuệ nhân tạo AI, thực tế ảo VR... tại nhiều lĩnh vực và giáo dục trực tuyến cũng không nằm ngoài xu hướng. Trong sản phẩm đào tạo tiếng Anh cao cấp, TOPICA IVY từng tạo tiếng vang khi ứng dụng công nghệ thực tế ảo từ năm 2017. Với công nghệ này, khi kết nối với giảng viên đang sống tại nước ngoài, người học có thể cảm nhận được sự hiện diện của người dạy cùng chính không gian xung quanh đó, như đang đi du học thực sự.
- **Nắm bắt được "trend" – xu thế mua sắm online trên toàn cầu với tất cả các sản phẩm theo nhu cầu của khách hàng – bao gồm cả sản phẩm phi vật chất như giáo dục:** Truy cập vào website của Edumall, người dùng sẽ thấy nó như một sàn thương mại điện tử tương tự Adayroi, Shopee, Tiki... Chỉ khác là thay vì các loại hàng hóa tiêu dùng thì tại đây, hàng nghìn khóa học ngắn hạn được giao dịch, trải rộng trong mọi lĩnh vực từ nấu ăn, chăm sóc sức khỏe sắc đẹp... cho đến lập trình. Edumall là nơi mà các giáo viên hoặc bất kỳ người có kiến thức, kỹ năng chuyên sâu về lĩnh vực nào đó đăng tải và rao bán khóa học của mình. Người mua tùy ý lựa chọn khóa học phù hợp. Theo số liệu từ Similarweb, Edumall có từ 1,3 – 1,5 triệu lượt truy cập mỗi tháng.
- **Luôn tạo ra sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu của khách hàng:** Mới đây, TOPICA cho ra đời TOPKID – sản phẩm đào tạo tiếng Anh trực tuyến cho trẻ em, được quảng bá là ứng dụng AI, Big Data trong giảng dạy, cá nhân hóa chương trình cho từng trẻ bằng cách thiết kế từng bài giảng và phương pháp học phù hợp với mỗi em. Nhờ đó, có thể giúp trẻ em học tập đúng nhu cầu và có trải nghiệm học tập thích thú. Là một sản phẩm mới, TOPKID chưa được người dùng kiểm chứng, nhưng nó mở ra những thay đổi mới mẻ tiếp theo của giáo dục trực tuyến khi ứng dụng những công nghệ tiên tiến nhất.
- **Bí quyết thành công nội bộ** (được chia sẻ bởi CEO của Topica)
 - **"Nhân lực có chuyên môn":** Tiêu chí quan trọng nhất với một startup chính là nhà sáng lập và đội ngũ cộng sự. Startup ứng dụng công nghệ để làm thay đổi mô hình kinh doanh truyền thống nhưng đội ngũ nhân sự phải có hiểu biết về ngành kinh doanh đó. 12 founder ban đầu của TOPICA đều là giảng viên đại học. Với lợi thế của người trong ngành giáo dục, họ có thể thấu hiểu và biết cách thuyết phục các giảng viên tham gia vào một hình thức đào tạo mới mẻ.
 - **"Niềm tin vào người đứng đầu":** Cái khó nhất của TOPICA khi mới ra đời chính là việc người dùng chưa đón nhận bởi vì tâm lý "học thực còn chẳng ăn ai nữa là học online". Không có khách hàng, không có tiền để trả lương cho nhân sự - để vượt qua tâm lý của người học truyền thống, đội ngũ cộng sự buộc phải có niềm tin rằng người đứng đầu sẽ không bao giờ bỏ cuộc.
 - **"Không ngại sai":** Chia khóa thành công của TOPICA là việc sẵn sàng bỏ qua sai lầm để làm lại và tìm ra mô hình đúng.
 - **"Thẳng thắn":** Ân tượng về TOPICA – là văn hóa thẳng thắn được tất cả các thành viên thực hiện.

- **“Sức bền”**: Vượt qua những rào cản ban đầu của những người học truyền thống, TOPICA đã nỗ lực tốt hơn mỗi ngày, cho ra đời những sản phẩm giáo dục đáp ứng tốt nhu cầu thị trường, đem đến những cải tiến vượt bậc cho ngành giáo dục Việt Nam cũng như nhiều nước ở Đông Nam Á.

2.1.2 Tiki

■ Lịch sử hình thành và phát triển

Tiki là từ viết tắt của Tiết Kiệm và Tìm Kiếm. Tiki là một trong những công ty thương mại điện tử (TMĐT) lớn nhất tại Việt Nam với tốc độ phát triển rất nhanh. Tiki góp mặt trong nhóm kỳ lân triển vọng của Đông Nam Á (công ty khởi nghiệp được định giá từ 100 triệu đến dưới 1 tỷ USD). Tháng 3/2010 Tiki thành lập dưới hình thức là một trang bán sách tiếng Anh trực tuyến với số vốn khởi điểm khiêm nhường là 5000 USD. Năm 2011, ngoài sản phẩm sách ban đầu, Tiki bắt đầu mở rộng cung cấp hàng trăm nghìn sản phẩm thuộc 10 ngành hàng khác nhau. Giai đoạn 2012 – 2017 là giai đoạn vừa đa dạng hóa các sản phẩm cung cấp cho khách hàng vừa gọi vốn từ các quỹ đầu tư trong và ngoài nước. Trong đó có thể kể đến một số quỹ đầu tư như VNG, JD.com hay SparkLabs Ventures. Năm 2019 Tiki đã trở thành một trong những công ty TMĐT hàng đầu Việt Nam với việc mở rộng mô hình kinh doanh từ B2C sang C2C để đa dạng hóa danh mục sản phẩm và cạnh tranh với các sàn TMĐT lớn khác. Đồng thời lên kế hoạch phát triển sản phẩm sang các danh mục khác như âm nhạc, phim ảnh và phát triển ứng dụng.

■ Bài học thành công

- **Xây dựng chiến lược định vị thương hiệu**, cụ thể:
 - Nhận diện thương hiệu tốt: Với khởi điểm ban đầu là kinh doanh sách trực tuyến, trong thời gian gần 10 năm hoạt động, Tiki đã mở rộng ra 10 ngành hàng với số lượng sản phẩm đa dạng và phong phú. Tuy nhiên, sách vẫn là một sản phẩm “nhận diện” tốt cho thương hiệu của Tiki và đối với người tiêu dùng hiện nay. Khi mua sách online người tiêu dùng ngay lập tức sẽ lựa chọn Tiki. Đây là điểm mạnh mà không phải doanh nghiệp TMĐT nào cũng làm được trong việc định dạng thương hiệu đối với khách hàng.
 - Hoạt động truyền thông và các chương trình khuyến mãi: Tiki luôn bắt kịp xu hướng và nhu cầu khách hàng, liên tục thay đổi mình để tương tác tốt với khách hàng. Tiki không ngừng tung ra các chương trình khuyến mãi và truyền thông đặc biệt để đẩy mạnh nhận biết về thương hiệu và sản phẩm. Đặc biệt phải kể đến chương trình truyền thông “Tiki đi cùng sao Việt” tạo hiệu ứng viral cao khi dự án đồng hành cùng những sản phẩm nghệ thuật của các nghệ sĩ Việt ở nhiều lĩnh vực, nổi bật là âm nhạc đã tạo ra hiệu quả truyền thông lớn đối với khách hàng, đặc biệt là nhóm khách hàng trẻ.
- **Có nguồn tài chính lớn mạnh và được các quỹ đầu tư rót vốn liên tục**: Đây là điểm quan trọng giúp các công ty trong đó bao gồm Tiki tồn tại và phát triển trong lĩnh vực TMĐT. Trong giai đoạn 2012 – 2017 Tiki đã kêu gọi được rất nhiều vốn từ các quỹ đầu tư trong và ngoài nước. Các quỹ đầu tư vào Tiki: Cụ thể, quỹ đầu tư mạo hiểm của chính phủ Singapore là EDBI, VNG (hơn 500 tỷ đồng), JD.com, đến các nhà đầu tư từ Hàn Quốc như STIC, KIP; đến từ Nhật Bản như CyberAgent Ventures, Sumitomo... Đây là các quỹ đầu tư mạo hiểm vào lĩnh vực công nghệ trên thế giới cũng như khu vực châu Á.
- **Sản phẩm tiện dụng, gần gũi với đối tượng khách hàng**: Năm 2011 Tiki bắt đầu mở rộng cung cấp hàng trăm nghìn sản phẩm thuộc 10 ngành hàng: sách, điện thoại, máy tính bảng, thiết bị số và phụ kiện, điện gia dụng, vật dụng gia đình, mỹ phẩm và thời trang, các sản phẩm liên quan tới sức khỏe, thiết bị văn phòng phẩm, đồ chơi, đồ lưu niệm, đồ cho mẹ và bé ... với sự đa dạng và phong phú của các sản phẩm, Tiki đã chiếm thị phần cao trong thị trường thương mại điện tử khi tháng 10 năm 2018, Tiki đã bắt đầu leo lên vị trí thứ hai toàn quốc về số lượt truy cập website trung bình.

- **Gây dựng niềm tin với khách hàng:** Với bề dày hoạt động kinh doanh, Tiki đã tạo được niềm tin cho khách hàng và là một trong những lựa chọn hàng đầu của khách hàng khi mua sắm trực tuyến. Một số con số ấn tượng mà Tiki đã đạt được là có 85% khách hàng hài lòng với chất lượng và dịch vụ của Tiki. Đây chính là một trong những yếu tố quan trọng quyết định tới sự thành công của Tiki. Chính sách đổi trả hàng theo quy định, tạo điều kiện thuận lợi cho người mua. Với 400.000 lượt khách mua hàng tại Tiki hàng tháng, tỷ lệ đổi trả hàng chỉ là 0,95%. Chính sách này của Tiki cũng góp phần xây dựng niềm tin trong khách hàng.
- **Mạng lưới phân phối rộng lớn, nhanh chóng:** Tiki đã xây dựng và thực hiện điểm bán hàng độc đáo (USP) của mình cùng dịch vụ giao hàng nhanh Tiki now với thời gian giao hàng trung bình toàn quốc chỉ 1,6 ngày, cho phép khách hàng nhận hàng trong 2 giờ tại Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, và đảm bảo chất lượng hàng hóa khi đến tay người dùng. Không ngừng nỗ lực hoàn thiện các khâu logistic, trong năm 2018, Tiki cũng đầu tư rất nhiều nguồn lực vào việc mở rộng các kho hàng tại các thành phố lớn của Việt Nam như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Đà Nẵng, Nha Trang và Cần Thơ.

2.1.3 Luxstay

■ Lịch sử hình thành và phát triển

- Luxstay được thành lập cuối năm 2016 là một ứng dụng đặt phòng online – nền tảng kết nối giữa chủ nhà và người thuê nhà (home-sharing) thông qua ứng dụng web và app trên điện thoại. Luxstay là một startup thuần Việt, đã kêu gọi được 6 triệu USD từ các shaktank – một tiền lệ chưa từng có trước đó. Phạm vi hoạt động của Luxstay đi sâu vào thị trường trong nước, hiện đã được phân bố rộng khắp hầu hết các tỉnh thành Việt Nam. Sản phẩm của Luxstay là kết nối cho thuê phòng ở (nguyên căn và phòng riêng) và các loại nhà (chung cư, biệt thự, căn hộ studio, căn hộ dịch vụ, nhà riêng, bugalow). Luxstay đưa ra tiêu chí chất lượng phòng cho thuê chặt chẽ, đáp ứng đúng thiết kế và có đầy đủ tiện nghi, hướng tới phân khúc khách hàng trung và cao cấp.
- Với sự hậu thuẫn của các quỹ đầu tư như CyberAgent Ventures (Nhật Bản), Genesia Ventures (Nhật Bản), ESP Ventures (Singapore), Founders Capital (Singapore) và Nexttrans (Hàn Quốc), Luxstay đã nhanh chóng cán mốc 3.000 chỗ ở là các homestay, biệt thự cao cấp trải dài trên nhiều thành phố, địa điểm du lịch tại Việt Nam.
- Một số điểm nổi bật của Luxstay:
 - Mức giá hợp lý: Mức giá phòng tối thiểu ở Luxstay không quá đắt. Đặc biệt là những dạng căn hộ nhiều phòng cho nhóm đông người thuê, mức giá ở Luxstay có ưu thế cạnh tranh hơn hẳn những trang booking online lớn như Agoda, Booking, Traveloka,...
 - Chất lượng phòng được Luxstay kiểm soát chất lượng chặt chẽ: Luxstay rất khắt khe trong việc chọn lọc và kiểm duyệt sản phẩm. Chỉ những nơi ở thực sự đẹp, vị trí thuận tiện và chủ nhà cung cấp những đồ dùng đạt tiêu chuẩn mới có thể tham gia hệ thống. Điều này giúp giảm thiểu tối đa mức độ thất vọng giữa chất lượng thực tế với những hình ảnh xem trên website của khách hàng.
 - Sự lựa chọn về phòng ở đa dạng: Qua Luxstay có thể dễ dàng tìm được các căn homestay theo dạng bungalow, căn hộ 2 – 3 phòng ngủ, các biệt thự trên 5 phòng hoặc căn studio phù hợp cho cặp đôi... Trong đó, khách có thể lựa chọn thuê nguyên căn hoặc thuê 1 phòng trong căn nhà chung.
 - Các dịch vụ đi kèm đầy đủ và phong phú: Mỗi phòng trên Luxstay có những tiện ích khác nhau, nhưng nhìn chung đều đầy đủ wifi, nhà bếp và dụng cụ bếp, máy giặt, tủ lạnh, nhiều nơi còn có hồ bơi. Luxstay hiện tại đang hoàn thiện việc kết nối những hệ sinh thái xung quanh ngôi nhà như: dịch vụ quản gia, dọn dẹp dành cho chủ nhà, dịch vụ đặt xe...

- Khả năng phục vụ khách hàng 24/7: Hầu hết các website đặt phòng đều có thời gian làm việc cố định chỉ trong giờ hành chính. Nhưng đội ngũ của Luxstay làm việc 24/7. Du khách sẽ nhận được thông báo của website qua cả email lẫn điện thoại một cách nhanh nhất.
- Chính sách hủy phòng có lợi cho du khách: Đặt phòng qua Luxstay, khách có thể hủy trước 5 ngày được hoàn 100% tiền. Trong khi đặt phòng khách sạn thường phải hủy trước 14 hoặc 7 ngày mới được hoàn tiền.

■ Bài học thành công

- **Chú trọng vào thị trường ngách – Việt Nam:** Tập trung phát triển các thị trường địa phương. Phạm vi hoạt động lớn nhất hiện nay là các tỉnh thành của Việt Nam.
- **Tận dụng sự phát triển của internet và thế mạnh của công nghệ kết hợp với mô hình áp dụng kinh tế chia sẻ (sharing economy) vào ngành bất động sản và du lịch:** Nền tảng Luxstay ra đời có lợi thế đầu tiên là ngành bất động sản Việt Nam đang bùng nổ. Đó là các chung cư, biệt thự, nhà ở được mua để đầu tư và cho thuê. Nguồn tài nguyên này sẵn có và dồi dào hơn mô hình truyền thống là khách sạn, resort.
- **Dẫn đầu thị trường:** Luxstay hiện tại đang là startup đi đầu trong lĩnh vực home-sharing với mô hình áp dụng kinh tế chia sẻ vào ngành bất động sản và du lịch, kết nối các chủ nhà với người thuê nhà ngắn hạn khi thị trường dịch vụ lưu trú ngắn hạn bùng nổ. Việt Nam chưa có một doanh nghiệp nào đủ lớn để dẫn dắt thị trường. Đây có thể coi là lợi thế tiếp theo của Luxstay. Các hình thức cho thuê nhà hay homestay tại Việt Nam còn nhỏ lẻ và rời rạc. Luxstay ra đời có cơ hội xây dựng một ngành công nghiệp mới, đúng với mục tiêu tiên phong và trở thành số một như đã đề ra. Luxstay đáp ứng sự thay đổi nhu cầu của thị trường home-sharing và du lịch Việt Nam.
- **Liên kết để chiếm lĩnh thị phần:** Là startup trong nước nên Luxstay am hiểu thị trường và người tiêu dùng Việt Nam. Nhưng chắc chắn, lợi thế này sẽ không tồn tại lâu, vì các doanh nghiệp nước ngoài hoàn toàn có thể tuyển dụng các nhân sự Việt Nam để điều hành kinh doanh. Lợi thế lớn nhất của Luxstay là có thể tập trung đầu tư và phát triển, hoàn thiện sản phẩm. Trong khi các đơn vị nước ngoài thường coi Việt Nam là một thị trường nhỏ, thường có hạn mức đầu tư nhất định. Luxstay đã liên kết với các doanh nghiệp khác để mở ra một hệ sinh thái xoay quanh hoạt động thuê và cho thuê nhà. Cụ thể, về hoạt động cho thuê nhà, Luxstay hợp tác với các đơn vị thiết kế, trang trí nội thất, dịch vụ dọn phòng để tư vấn cho chủ nhà. Bên cạnh đó, công ty còn tổ chức các khóa học về bán hàng, marketing, làm sao giúp chủ nhà tối ưu hiệu quả kinh tế. Về dịch vụ khác, Luxstay đưa vào các gợi ý về dịch vụ ăn uống, đặt chỗ, đặt bàn, để làm sao khách lưu trú tại các homestay, biệt thự, nhận được những trải nghiệm tốt nhất. Hướng tới việc liên kết với OTA, các đại lý du lịch truyền thống tại Việt Nam để tiếp cận thị trường du lịch.

2.1.4 Foody

■ Lịch sử hình thành và phát triển

- Foody là một công ty cổ phần được thành lập vào năm 2012 tại thành phố Hồ Chí Minh. Khởi đầu từ một start-up nhỏ và với nền tảng là website Foody.vn – một cộng đồng tin cậy để mọi người có thể tìm kiếm, đánh giá và bình luận cũng như chia sẻ về những địa điểm ăn uống (nhà hàng, quán ăn, cafe, bar, karaoke, tiệm bánh, khu du lịch... tại Việt Nam) từ website hoặc ứng dụng di động. Hiện nay Foody đã trở thành một trong những công ty hàng đầu trong ngành công nghiệp dịch vụ trực tuyến thuộc lĩnh vực F&B (Food & Beverages – nhà hàng thức ăn & nước uống).
- Trong vòng 3 năm, Foody đã gọi vốn đầu tư được 4 lần, từ các nhà đầu tư mạo hiểm đa quốc gia như CyberAgent Ventures (Nhật Bản), Garena (Singapore) và Tiger Global Management (Mỹ). Mạng xã hội này cũng tuyên bố lấn sân sang Indonesia và vẫn chưa có ý định dừng lại bản đồ địa điểm của mình.

Theo thống kê trên Foody, hiện mạng xã hội này đã có trên 131 nghìn địa điểm, 38,6 triệu người dùng trong và ngoài nước, 354 nghìn lượt bình luận và gần 2 triệu ảnh chia sẻ.

- Các dịch vụ của Foody hiện nay tập trung cả 4 mảng dịch như sau:
 - Tablenow.vn là dịch vụ đặt bàn trực tuyến, đối tác chủ yếu là các nhà hàng, buffet, quán ăn sang trọng. Hiện có khoảng 200 nhà hàng là đối tác của công ty. Thế mạnh của Foody khi tham gia lĩnh vực này là cộng đồng người sử dụng dịch Foody.vn. Đây vừa là đối tượng khách hàng tiềm năng, vừa là những người chia sẻ trải nghiệm cá nhân.
 - Now.vn (trước đây là DeliveryNow) là dịch vụ giao hàng trực tuyến. Việc đặt món ăn trực tuyến là thị trường tiềm năng, nhưng bài toán giao nhận vẫn chưa thể giải quyết triệt để. Chính vì thế, Foody.vn chỉ chạy thử với một số nhà hàng trong phạm vi vừa phải để thăm dò và phát triển thị trường. Khi đơn hàng ngày càng lớn, Foody.vn liên kết với các bên thứ ba chuyên về giao nhận.
 - FoodyPOS.vn là dịch vụ cung cấp phần mềm quản lý bán hàng cho các nhà hàng, quán ăn. FoodyPOS hiện tại có thể giúp các quán nhỏ và vừa tiết kiệm chi phí, quản lý hiệu quả hơn và đặc biệt là tích hợp vào hệ thống Foody, DeliveryNow, TableNow - điều này giúp các doanh nghiệp kinh doanh ăn uống hoạt động tốt hơn rất nhiều. Hiện FoodyPOS.vn cung cấp miễn phí một số tính năng cơ bản.
 - Foody.vn cung cấp nội dung chuyên sâu và hình ảnh chất lượng từ cộng đồng về các địa điểm và món ăn. Foody.vn đang phát triển theo chiều ngang khi lấn sân hầu hết các dịch vụ. Để cạnh tranh với nhiều sản phẩm, dịch vụ giao đồ ăn trực tuyến đang có mặt trên thị trường, Foody.vn vừa phát triển nhiều sản phẩm cùng lúc, vừa tập trung phục vụ tập khách hàng ăn uống hoặc kinh doanh ăn uống. Với chiến lược này, Foody.vn mới có thể theo kịp tốc độ phát triển của thị trường. Để không bị tụt hậu, ngoài nhu cầu tìm kiếm địa điểm, Foody.vn cần phải cung cấp nhiều dịch vụ cần thiết khác để giữ chân khách hàng tương tác dài lâu.

■ Bài học thành công

Nếu nói về website liên quan đến dịch vụ ăn uống, Foody chắc chắn không phải là cái tên duy nhất tại Việt Nam. Ở Việt Nam có khoảng hơn 10 website liên quan đến dịch vụ ăn uống, có thể kể đến Lozi, , Vietnammm, Go food, Grab food, Ahamove, Chonmon ... Nhưng Foody vẫn là một trong những startup được đánh giá là thành công trong lĩnh vực này dựa trên 2 yếu tố chính như sau:

- **Phát triển đa dạng công nghệ:** Để tồn tại, Foody cần đa dạng hệ sinh thái và hoàn thiện hơn về mặt công nghệ. Việc mở rộng vệ tinh như Foody gần như là xu hướng tất yếu của các doanh nghiệp trong lĩnh vực này. Hiện tại, việc tập trung vào việc nâng cao trải nghiệm của người sử dụng vẫn đang được Foody ưu tiên. Trong bản cập nhật ứng dụng mới nhất, đơn vị này đang thử nghiệm tính năng self-order (tự đặt món). Theo đó, người sử dụng Foody khi vào quán sẽ đặt thức ăn thông qua ứng dụng. Bên cạnh tăng sự tiện lợi cho người sử dụng, tính năng này còn hỗ trợ các quán vào các giờ cao điểm. Tuy nhiên, điểm hạn chế là chỉ các quán sử dụng phần mềm FoodyPOS, hiện ở TP.HCM có khoảng 10 quán đang thử nghiệm tính năng này.
- **Cân bằng giữa làm sản phẩm và kiếm tiền:** Hiện nay, Foody đã bắt đầu quá trình thu phí. Thời điểm bắt đầu thu phí luôn là một câu chuyện nhạy cảm đối với startup, nếu chọn sai thời điểm, họ có thể dễ dàng mất đi lượng người dùng mà mình đã dày công xây dựng. Còn nếu khai thác không đúng mô hình thu phí, làm sụt giảm chất lượng của nội dung, người dùng sẽ quay lưng với website. Do vậy cần tạo sự cân bằng dựa trên 3 khía cạnh: Tài chính, những thông số về người dùng, thương hiệu. Tiền đầu tư không phải là một nguồn tiền vô hạn và nhà đầu tư cũng cần phải có lãi, startup cần tính toán thời điểm thích hợp để chuẩn bị tài chính cho bản thân và đáp lại sự kì vọng của nhà đầu tư đối với mình. Các thông số về lượt unique visitor, số lượng review được viết, chất lượng của review

cũng như số lượng địa điểm đã chứng tỏ được một lượng users bền vững. Lý do cuối cùng là về thương hiệu, Foody đã xây dựng được thương hiệu có một vị trí tốt trong lòng khách hàng.

2.1.5 VNPAY

■ **Lịch sử hình thành và phát triển**

- VNPAY do Công ty Cổ phần Giải pháp Thanh toán Việt Nam (VNPAY) phát triển là giải pháp thanh toán cho phép khách hàng sử dụng tính năng QR Pay được tích hợp sẵn trong ứng dụng Mobile Banking của các ngân hàng trên điện thoại di động và quét mã VNPAY để thanh toán giao dịch.
- VNPAY thành lập tháng 3/2007 với mục tiêu “Cho cuộc sống đơn giản hơn”, giúp khách hàng có thể dễ dàng thanh toán online mọi giao dịch tài chính cũng như các nhu cầu hàng ngày. Thanh toán điện tử với mã QR đang là xu hướng thanh toán mới, nhanh chóng, tiện lợi, đang được hàng triệu khách hàng sử dụng trong mọi giao dịch của đời sống thường ngày từ ăn uống, mua sắm, đi lại, giải trí... VNPAY đã liên kết với hơn 40 ngân hàng đang hoạt động tại Việt Nam, 5 công ty viễn thông, do đó chỉ cần tải app mobile banking của các ngân hàng là có thể quét mã QR code của VNPAY. Hiện tại đã có hơn 23.000 điểm chấp nhận thanh toán mã VNPAYQR trên toàn quốc, trong số đó có thể kể tới hàng loạt thương hiệu lớn như Vietnam Airlines, Vietjet Air, Mobifone, FPT, chuỗi nhà hàng Redsun ITI, chuỗi cửa hàng thời trang Canifa, GenViet, Eva de Eva...
- Ngoài ra, công ty còn đưa ra rất nhiều hình thức khuyến mại giảm giá khuyến khích quét mã QR code thay vì không dùng tiền mặt thì sẽ được giảm giá, do đó tỷ lệ người sử dụng VNPAY đang tăng rất nhanh. Công ty có trụ sở tại Hà Nội là một trong 50 doanh nghiệp công nghệ thông tin hàng đầu của Việt Nam và là công ty lớn trong thanh toán QR.

■ **Bài học thành công**

- **Đón đầu làn sóng số hóa hệ thống tài chính:** Trải qua hơn một thập kỷ hình thành và phát triển, VNPAY đã trở thành một trong những tên tuổi lớn trong ngành thanh toán điện tử. Tận dụng sự phát triển thần tốc internet và các nền tảng công nghệ, VNPAY đón đầu làn sóng số hóa hệ thống tài chính và trở thành startup thanh toán trực tuyến lớn nhất tại Việt Nam
- **Nắm bắt được xu hướng phát triển tất yếu:** Song song với xu thế mua sắm trực tuyến là xu thế thanh toán điện tử. làn sóng công nghệ 4.0 đang tạo ra những thay đổi mạnh mẽ trong phương thức thanh toán của khách hàng. Khách hàng ngày càng “nghiện” các giải pháp thanh toán số. Từ tiền giấy, mua hàng trả tiền tại quầy, quét thẻ, hiện nay khách hàng đã thực hiện các giao dịch thanh toán hóa đơn điện, nước, Internet, nạp thẻ điện thoại... chỉ trong tích tắc trên di động nhờ các giải pháp thanh toán số. Ứng dụng của VNPAY đã trở thành sự lựa chọn hàng đầu của khách hàng.
- **Đáp ứng tối đa nhu cầu của khách hàng:** VNPAY lựa chọn hướng đi khác biệt bằng một loạt cải tiến như triển khai giải pháp thanh toán QR Code, đưa thanh toán điện tử đến gần hơn với người dân và doanh nghiệp; áp dụng công nghệ AI, Bigdata trên ứng dụng Mobile Banking và trên máy bán hàng tự động, mang lại các phương thức thanh toán, mua sắm tiện lợi, bảo mật và thông minh... Xây dựng hệ sinh thái dịch vụ đa dạng, đáp ứng tối đa nhu cầu thường ngày của khách hàng. Đây là một giải pháp để VNPAY có lợi thế trước sự cạnh tranh khốc liệt trong tương lai của FinTech tại Đông Nam Á.

2.2 Thông lệ thành công chung của các doanh nghiệp khởi nghiệp

- Không có công thức chung cho sự thành công của các startup. Khi phân tích sự thành công của các doanh nghiệp khởi nghiệp trên thế giới nói chung và Việt Nam nói riêng, nhận định chung là startup đạt được thành công đều hình thành và phát triển trong môi trường hệ sinh thái hoàn chỉnh. Do vậy, **có hệ sinh thái khởi nghiệp với đầy đủ các thành tố** là nền tảng để các startup có thể hình thành và phát triển thành công. Hệ sinh thái khởi nghiệp cần có đủ 6 lĩnh vực như sau:
 - Chính sách và quy định của pháp luật (luật và các quy định)

- Tài chính (chương trình hỗ trợ vay vốn của Chính phủ, các quỹ đầu tư thiên thần, tài chính vi mô ...)
- Văn hóa và truyền thông (câu chuyện thành công, tư duy và tham vọng, thái độ về thành công & thất bại, các sự kiện khởi nghiệp, hội nghị, giải thưởng ...)
- Hạ tầng kỹ thuật (cơ sở hạ tầng, khu làm việc chung, công nghệ thông tin, R&D, chuyển giao công nghệ ...)
- Nhân lực (người lao động, người hỗ trợ là các chuyên gia, cố vấn, luật sư ...)
- Thị trường (mạng lưới, khách hàng ban đầu)
- Đồng thời **hệ sinh thái khởi nghiệp thành công cũng hội tụ các điều kiện và đặc điểm chung** như sau:
 - Hệ sinh thái phát triển tại các nơi có địa điểm cụ thể (thế giới đã ghi nhận những hệ sinh thái thành công bậc nhất như Thung lũng silicon, hệ sinh thái Canada, hệ sinh thái Israel, hệ sinh thái Singapore ... Ở Việt Nam có các hệ sinh thái như Khu công nghệ cao Hòa Lạc tại Hà Nội, Vườn ươm Doanh nghiệp công nghệ cao, Trung tâm hỗ trợ Thanh niên khởi nghiệp tại thành phố Hồ Chí Minh ...)
 - Sự phát triển của hệ sinh thái được thúc đẩy bởi quá trình tái đầu tư doanh nghiệp, một quá trình mà qua đó doanh nghiệp khởi nghiệp thành công tiếp tục tham gia vào hệ sinh thái trong vai “người truyền cảm hứng” để truyền tải tinh thần, nhiệt huyết và kinh nghiệm cho các doanh nghiệp trẻ mới khởi sự.
 - Hệ sinh thái có lượng thông tin phong phú để các doanh nghiệp khởi nghiệp và các thành viên khác có thể tiếp cận thông tin và kiến thức về mọi vấn đề như quỹ đầu tư, nguồn vốn, thị trường, nhu cầu khách hàng, công nghệ ...
 - Có sẵn nguồn vốn đầu tư là rất quan trọng đối với sự thành công của hệ sinh thái - đặc biệt là có các nhà đầu tư vốn ban đầu, đầu tư khởi nghiệp, các nhà đầu tư thiên thần, những người cung cấp các nguồn tài chính, các cố vấn khởi nghiệp cũng như những người cố vấn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp mới
 - Hệ sinh thái vận hành tốt và thành công cũng cần có tập hợp đa dạng các nhà cung cấp dịch vụ khác nhau (luật sư, kế toán, những người cố vấn khởi nghiệp ...) những người có thể cung cấp dịch vụ hỗ trợ cho doanh nghiệp khởi nghiệp.
 - Vai trò của các trường đại học và các viện nghiên cứu khác cũng quan trọng đối với sự thành công của các hệ sinh thái doanh nghiệp bởi nó thu hút các doanh nhân tương lai, người tài và các chuyên gia vào hệ sinh thái.
- Ngoài ra, **tổng hợp lại phần bài học thành công của startup điển hình trong mỗi lĩnh vực khác nhau tại Việt Nam có thể rút ra một số yếu tố dẫn đến thành công** của startup như sau:
 - Nhóm yếu tố liên quan tới sản phẩm
 - Sản phẩm sáng tạo, mang tính đột phá
 - Sản phẩm đáp ứng được nhu cầu khách hàng
 - Sản phẩm nắm bắt được “trend” – xu thế phát triển của thế giới
 - Sản phẩm tiện dụng, độ phủ rộng thị trường lớn
 - Nhóm yếu tố liên quan tới thị trường và khách hàng
 - Xây dựng thương hiệu và định vị được trong tâm trí khách hàng
 - Nắm bắt được xu thế và đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng
 - Gây dựng niềm tin với khách hàng
 - Chú trọng vào thị trường ngách

- Dẫn đầu thị trường
- Liên kết để chiếm lĩnh thị phần
- o Nhóm yếu tố liên quan tới công nghệ
- Ứng dụng các nền tảng công nghệ, đa dạng hóa công nghệ
- Tận dụng sự phát triển của internet và thế mạnh của công nghệ kết hợp với mô hình áp dụng kinh tế chia sẻ (sharing economy)
- Đón đầu làn sóng số hóa tích hợp trong lĩnh vực doanh nghiệp khởi nghiệp
- o Nhóm yếu tố liên quan tới vốn
- Có nguồn lực tài chính mạnh
- Thu hút được vốn từ các quỹ đầu tư lớn
- o Nhóm yếu tố liên quan tới con người
- Có năng lực chuyên môn
- Có đội ngũ cộng sự nhiệt huyết
- Có nhà sáng lập có khả năng truyền cảm hứng và tạo động lực

3 - Triển vọng và xu hướng khởi nghiệp trong thời gian tới

3.1 Xu hướng tương lai

Xu hướng phát triển của startup tại Việt Nam trong tương lai được nhìn nhận ở các góc độ sau: (i) Mô hình kinh doanh của startup; (ii) hình thức kinh doanh; (iii) xu hướng phát triển theo ngành/lĩnh vực; (iv) xu hướng phát triển công nghệ.

■ Mô hình kinh doanh của startup đang dần dịch chuyển từ B2C và B2B sang B2B2C

Startup kinh doanh theo mô hình B2B (Business to Business - mô hình kinh doanh online giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp) và mô hình B2C (Business to Customer - hình thức kinh doanh từ doanh nghiệp, công ty tới khách hàng) là chủ yếu. Ngoài hai mô hình này, đối với startup trong ngành thương mại điện tử còn kinh doanh theo mô hình C2C – khách hàng với khách hàng (Chotot.vn, Sendo.vn, Shopee.vn) hay Marketplace (Lazada.vn, Zalora.vn). Tuy nhiên, xu hướng bây giờ là hợp nhất các phân khúc này thành mô hình B2B2C (Business To Business To Customer) - mô hình kinh doanh phản ánh sự hợp tác giữa hai chủ thể doanh nghiệp (B2B) để đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng (B2C). Mô hình B2B2C tích hợp điểm mạnh từ hai mô hình kinh doanh phổ biến là B2B và B2C như sau: thứ nhất, lấy khách hàng làm trung tâm để cho ra đời các sản phẩm và dịch vụ nhằm mang đến những trải nghiệm tuyệt vời nhất có thể dành cho khách hàng là yếu tố mà các doanh nghiệp quan tâm. Thứ hai, với sự hậu thuẫn của công nghệ, các doanh nghiệp có cơ hội không chỉ thu thập thêm dữ liệu của khách hàng mà còn phân tích theo cách để định vị tốt hơn việc kinh doanh của họ để thành công. Do vậy, chuyển đổi hoạt động theo mô hình B2B2C đã và đang là xu hướng của startup. Không ít các công ty khởi nghiệp hoạt động theo mô hình này và đã đạt được những thành công đáng kể tại thị trường Việt Nam như Tiki, Sendo, Lazada, Shopee...

■ Hình thức kinh doanh theo xu hướng thương mại online to offline (O2O)

Xu hướng thương mại trực tuyến tới ngoại tuyến (O2O) cho phép khách hàng tìm kiếm nghiên cứu các sản phẩm, dịch vụ từ các kênh trực tuyến, sau đó ghé thăm cửa hàng ngoại tuyến để mua hàng. Xu hướng này là chiến lược nhằm gia tăng lượng khách hàng khi tích hợp giữa xu hướng mua hàng trực tuyến bùng nổ trong thời gian qua nhưng cũng không “bỏ quên” các khách hàng vẫn ưa chuộng thói quen mua sắm truyền thống tại các cửa hàng. Đối với mô hình bán hàng truyền thống, các doanh nghiệp rất hạn chế trong việc quảng bá, truyền tải thông tin tới khách hàng một cách rộng rãi. Trong khi thói quen mua sắm của khách hàng hiện nay dựa chủ yếu vào các công cụ trực tuyến. Có đến 88% khách hàng tìm kiếm thông tin về sản phẩm trên công cụ trực tuyến trước khi đến cửa hàng để quyết định mua. Vô hình chung, doanh

nghiệp đã đánh mất lợi thế cạnh tranh của mình khi không thu hút được khách hàng từ các khâu quảng bá, giới thiệu sản phẩm. Ngược lại, các doanh nghiệp kinh doanh theo hình thức trực tuyến lại quá chú trọng đến bán hàng online nhưng lại quên mất trải nghiệm thực tế của khách hàng. Một bộ phận không nhỏ khách hàng Việt vẫn giữ thói quen trải nghiệm sản phẩm trực tiếp và chưa thực sự tin tưởng vào chất lượng của các sản phẩm online. Kết hợp cả hai hình thức nêu trên chính là xu hướng tối ưu nhất để các startup đặc biệt là ngành thương mại điện tử phát triển mạnh. Minh chứng rõ nhất cho xu hướng này chính là thương vụ Amazon mua lại Whole Food trị giá 13,7 tỷ USD cho thấy công ty hàng đầu thế giới trong thương mại điện tử đang liên kết với không gian cửa hàng truyền thống. Đây cũng là xu hướng chung của các nhà bán lẻ hàng đầu thế giới và của startup Việt trong tương lai.

■ **Tối đa hóa sự phát triển của công nghệ**

Startup ra đời dựa trên hai yếu tố cốt lõi là ý tưởng kinh doanh đột phá và nền tảng công nghệ. Chính vì thế, xu hướng phát triển của startup luôn gắn liền với sự tiến bộ không ngừng của công nghệ. Các công nghệ sau đây được dự báo sẽ được startup tận dụng một cách triệt để:

- **Sử dụng trí tuệ nhân tạo (AI):** Hiện nay, công nghệ AI được ứng dụng rộng rãi tại nhiều quốc gia trên thế giới và Việt Nam cũng không nằm ngoài làn sóng này với các ứng dụng như chatbot, trợ lý ảo, nhận diện gương mặt, nhận dạng khuôn mặt ... Hàng loạt startup trong nhiều lĩnh vực từ công nghệ, thương mại điện tử, cơ khí chế tạo cho đến y học, sức khỏe, nông nghiệp ... đã ứng dụng công nghệ AI. Chatbot trở thành công cụ đắc lực để phục vụ khách hàng, thông qua tính năng thu thập dữ liệu, tự động gợi ý mặt hàng, tư vấn, thúc đẩy hành vi mua hàng... Nhận diện gương mặt và giọng nói phát triển và được ứng dụng phổ biến trong các thiết bị bảo mật máy tính, điện thoại, các sân bay, ngân hàng. Tại Việt Nam, AI được biết đến thông qua những ứng dụng như máy ảnh tự nhận diện khuôn mặt, trợ lý ảo trên smartphone, xe tự lái, robot Nano của FPT, Zalo Brain và Zalo Assistant của VNG... Trợ lý ảo Ki-Ki của Zalo - ứng dụng hỗ trợ tìm kiếm thông tin, trả lời tin nhắn ... và có khả năng nhận diện tốt giọng nói theo ba miền Bắc, Trung, Nam - được coi là cột mốc đột phá của công nghệ AI tại Việt Nam. Một trong những startup về trí tuệ nhân tạo của Việt Nam phát triển vươn tầm thế giới là ELSA Speak - ứng dụng học tiếng Anh cho người Việt. Ra đời được hơn 4 năm nhưng startup này đã thuộc top 5 ứng dụng AI toàn cầu. Thúc đẩy khởi nghiệp về trí tuệ nhân tạo trở thành chiến lược quốc gia của chính phủ nhiều nước như Singapore, Trung Quốc, Mỹ... Bắt nhịp với xu hướng này, Chính phủ Việt Nam khuyến khích cộng đồng startup phát triển trí tuệ nhân tạo (2019 tổ chức ngày hội Trí tuệ nhân tạo Việt Nam). Các tập đoàn và các quỹ đầu tư lớn như FPT, Vingroup, CMC đang nghiên cứu, phát triển AI phục vụ các sản phẩm khoa học công nghệ. Đây chắc chắn là cơ hội tốt thúc đẩy các startup phát triển trí tuệ nhân tạo.
- **Công nghệ Blockchain:** Hiện tại đang tạo ra xu hướng công nghệ đột phá với khả năng chia sẻ thông tin dữ liệu minh bạch theo thời gian thực, tiết kiệm không gian lưu trữ và bảo mật cao nhờ mã hóa các khối thông tin. Công nghệ Blockchain có khả năng ứng dụng rộng rãi ở nhiều ngành nghề, lĩnh vực như tài chính ngân hàng, bán lẻ, vận chuyển hàng hóa, chuỗi cung ứng sản xuất, viễn thông, dịch vụ công, giáo dục... Trong lĩnh vực tài chính ngân hàng, blockchain được ứng dụng trong thanh toán, chuyển tiền điện tử, giao dịch chứng khoán... Công nghệ này giúp xác nhận và lưu trữ thông tin giao dịch một cách an toàn và minh bạch, loại bỏ gần như hoàn toàn các bước trung gian. ứng dụng hiệu quả nhất của blockchain là trong quản lý chuỗi cung ứng. Blockchain giúp truy xuất nguồn gốc và lưu lại toàn bộ thông tin sản phẩm, tăng cường độ minh bạch sản phẩm và tạo nền tảng cho sự hợp tác chặt chẽ hơn trong toàn bộ chuỗi cung ứng. Ngoài ra blockchain còn được ứng dụng nhiều trong bỏ phiếu bầu cử khi có thể thay thế các phương pháp bầu cử truyền thống và giúp loại bỏ những lỗ hổng lớn trong gian lận và vi phạm an ninh. Với tỉ lệ dân số trẻ, năng động, có nền tảng giáo dục, nghiên

cứu học thuật tốt cùng thế mạnh công nghệ thông tin, Việt Nam được đánh giá là một trong những nước có tiềm năng để nghiên cứu và phát triển những ứng dụng của Blockchain. Đây cũng là cơ hội cho các nhà khởi nghiệp tại Việt Nam khai thác thị trường ngành công nghiệp Blockchain. Dự án Vietnam Blockchain Country của công ty Infinity Blockchain Labs cho ra mắt ứng dụng Fruitchain - giải pháp truy xuất nguồn gốc nông sản trên nền tảng blockchain đầu tiên tại Việt Nam. Bên cạnh đó là Smart Ballot - ứng dụng bình chọn áp dụng công nghệ blockchain nhằm giúp cho quá trình bình chọn trở nên đơn giản, minh bạch với tính bảo mật cao.

- **Dữ liệu lớn (Big data)** là các tập dữ liệu có khối lượng lớn và phức tạp được tạo ra từ việc thu thập thông tin khách hàng từ các phương tiện website, ứng dụng di động, mạng xã hội hoặc kết hợp chúng lại với nhau. Đối với các doanh nghiệp, Big data còn bao gồm các bản báo cáo kết quả kinh doanh, dữ liệu về tình hình xuất/nhập hàng hóa, mức độ quan tâm của khách hàng tới từng phân khúc sản phẩm... Khi phân tích những dữ liệu này, doanh nghiệp sẽ đánh giá được tình hình của mình, dự báo về những biến động trong tương lai gần và đưa ra các giải pháp để cải thiện khả năng kinh doanh trong thời gian sớm nhất. Đồng thời Big data còn giúp doanh nghiệp thu hút khách hàng và tìm kiếm các khách hàng tiềm năng. Hiện nay, nhiều giải pháp tạo lập cơ sở dữ liệu của các DN Việt Nam triển khai đã được đánh giá cao và đưa vào thực tế. Tiêu biểu có Mobifone áp dụng bigdata vào phân tích hành vi khách hàng để có cơ sở xây dựng các chương trình khuyến mãi, marketing, bán hàng theo đúng tâm lý người tiêu dùng, giúp DN kịp thời giữ chân hàng nghìn khách hàng sắp rời mạng. Ngoài ra còn có FPT, VNG, VCCorp cũng tham gia nghiên cứu và ứng dụng bigdata trong phân tích hành vi khách hàng. Mảng ngân hàng có Vietcombank; ngành vận chuyển có thể kể đến VietnamAirline; lĩnh vực cải cách hành chính có công ty FSI với giải pháp số hóa tài liệu và công nghệ nhận dạng, bóc tách thông tin văn bản. Những thông tin về đặc điểm, thói quen của từng khách hàng đối với một công ty về thương mại điện tử rất quan trọng. Nó là cơ sở để triển khai các hoạt động quảng cáo đeo bám và cá nhân hóa. Tương tự cách làm của Tiki, A đây rồi cũng không tiếc tiền đầu tư vào công nghệ khai thác và ứng dụng dữ liệu. công nghệ này khiến khách hàng cảm thấy được chăm sóc riêng và đúng nhu cầu.
- **Xu hướng phát triển của startup trong thời gian tới tập trung vào một số ngành**, cụ thể như sau:
 - **Ngành dịch vụ:** Xã hội phát triển thì tỷ trọng dịch vụ sẽ tăng cao trong nền kinh tế. Vì vậy trong tương lai có rất nhiều cơ hội phát triển dịch vụ với các ngành dịch vụ mới ra đời hoặc nâng cấp các nghề vốn đã tồn tại trong xã hội thành các dịch vụ chuyên môn hóa. Xã hội đã chứng kiến sự ra đời của startup trong các lĩnh vực dịch vụ vận chuyển, giao hàng nhanh, mua sắm trực tuyến, gọi đồ ăn ... thực sự làm thay đổi hành vi khách hàng. Các dịch vụ như giúp việc nhà, dọn vệ sinh công nghiệp, gia sư ... hiện cũng đang được các doanh nghiệp khởi nghiệp quan tâm. Xu hướng khi kinh tế phát triển và sự chuyên môn hóa lao động trong xã hội ngày càng cao, nhu cầu con người muốn dành nhiều thời gian hơn trong cuộc sống thì đòi hỏi các ngành dịch vụ ra đời ngày càng nhiều. Đây chính là cơ hội cho các doanh nghiệp trẻ khởi nghiệp trong tương lai.
 - **Ngành du lịch:** Tuy cũng là một trong những ngành dịch vụ nhưng du lịch cần được đề cập riêng vì có nhiều cơ hội phát triển mạnh mẽ. Trong du lịch có các mảng khách nước ngoài, khách Việt Nam ra nước ngoài, thị trường nội địa hay liên kết với các dịch vụ khác như dịch vụ ăn uống, dịch vụ lưu trú, vui chơi giải trí, văn hóa nghệ thuật... Do vậy du lịch vẫn là một trong những ngành tiềm năng để có những ý tưởng sáng tạo khởi nghiệp. Đặc biệt là khi kinh tế chia sẻ đang là xu thế phát triển.
 - **Nông nghiệp sạch:** Xuất phát điểm từ một ngành không hề mới là nông nghiệp cùng với bối cảnh Việt Nam hiện nay đã có hàng trăm startup về nông nghiệp sạch ra đời và hoạt động. Tuy nhiên nông nghiệp vẫn là một ngành còn rất nhiều tiềm năng để các doanh nghiệp trẻ bật ý tưởng khởi nghiệp.

Không chỉ dừng lại ở mô hình phát triển hệ thống canh tác gồm có hệ thống trồng rau thủy canh tĩnh, thủy canh hồi lưu, phun sương, khí canh, tưới nhỏ giọt trên nền giá thể ... trong trồng trọt. Hay áp dụng công nghệ truy xuất nguồn gốc, mô hình xanh từ trang trại tới bàn ăn ... trong chăn nuôi để cung cấp cho thị trường các sản phẩm sạch và xanh. Các dịch vụ cung cấp sản phẩm nông sản cũng không ngừng được startup cải thiện. Xu hướng hôm nay của khách hàng là muốn có những loại thực phẩm tốt cho sức khỏe, sắc đẹp và kéo dài tuổi thọ. Đồng thời với quốc gia nông nghiệp như Việt Nam với hơn 70% lực lượng lao động trong ngành nông nghiệp thì đây thực sự là mảnh đất màu mỡ để startup phát triển.

- **Thương mại điện tử:** Thương mại điện tử đã, đang và sẽ luôn là mảnh đất màu mỡ để khởi nghiệp. Luôn có những cơ hội khởi nghiệp trong lĩnh vực này khi mà xu hướng mua sắm online phát triển và nhu cầu của khách hàng thuộc thế hệ millennials là luôn thay đổi. Do vậy, startup trong lĩnh vực này cần luôn thay đổi và sáng tạo ra các sản phẩm và dịch vụ tốt nhất để đáp ứng được nhu cầu khách hàng.
- **Giáo dục và đào tạo:** Dân số Việt Nam đang trong độ tuổi trẻ và còn thiếu hụt kỹ năng mềm, ngoại ngữ và tri thức. Thị trường phát triển các dịch vụ đào tạo tại Việt Nam là sân chơi tiềm năng cho các dự án khởi nghiệp. Phân khúc thị trường cũng rất rộng, từ các em nhỏ cho đến lứa tuổi sinh viên, người chuẩn bị đi làm hoặc đã đi làm.
- **Dịch vụ y tế và chăm sóc sức khỏe:** Kinh tế tăng trưởng và xã hội phát triển kéo theo nhu cầu về chăm sóc sức khỏe và dịch vụ y tế của người dân ngày càng cao. Chăm sóc sức khỏe dựa trên chẩn đoán bằng trí tuệ nhân tạo (AI) đã trở thành xu hướng phát triển của ngành y tế từ năm 2019. Ước tính chi tiêu cho y tế ở khu vực ASEAN gồm Việt Nam, Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore và Thái Lan tăng đến 70% giai đoạn 2017-2025, từ quy mô 420 tỉ USD đạt đến 740 tỉ USD. Mức chi tiêu cho y tế tăng nhanh, quy mô số dân lớn và xu hướng tích hợp công nghệ để nâng cao chất lượng dịch vụ y tế đang là những yếu tố thuận lợi cho ngành dịch vụ y tế và chăm sóc sức khỏe phát triển. Một số cơ hội mới nổi để startup sáng tạo ý tưởng như tích hợp khám chữa bệnh trực tuyến và ngoại tuyến; giải pháp khám chữa bệnh từ xa; sử dụng AI để tư vấn dịch vụ y tế, phân tích Big data để dự đoán nhu cầu chăm sóc sức khỏe của khách hàng...
- **Doanh nghiệp xã hội:** Các quốc gia đang phát triển bao gồm cả Việt Nam đang phải đối mặt với nhiều vấn đề về biến đổi khí hậu với những hình thái thời tiết cực đoan, hạn mặn, nước biển dâng...; ô nhiễm môi trường với nước thải, không khí, ô nhiễm nguồn nước và đất đai, hiệu ứng nhà kính, rác thải...; đói nghèo; thiên tai dịch bệnh như dịch Covid 19 đang diễn ra, sự bất cập về giáo dục, y tế, sự yếu thế của các nhóm dễ bị tổn thương trong xã hội... Hướng tới mục tiêu phát triển bền vững, doanh nghiệp xã hội là xu hướng khởi nghiệp nhằm giải quyết các vấn đề xã hội và môi trường này. Các doanh nghiệp khởi nghiệp theo xu hướng này cho thấy đây là một hướng đi đúng đắn, phù hợp với xu thế phát triển chung của xã hội. Chính phủ Việt Nam phát động phong trào “Không ai bị bỏ lại phía sau” với sự chung tay đồng hành của các bộ ban ngành, các doanh nghiệp và toàn dân, tinh thần doanh nhân xã hội đã bắt đầu lan tỏa sâu rộng trong cộng đồng.

3.2 Triển vọng trong tương lai gần (hậu Covid - 19)

Trong bối cảnh tình hình dịch Covid – 19 vẫn đang diễn biến phức tạp, Việt Nam là một trong những quốc gia được đánh giá là có những giải pháp ứng phó hiệu quả với đại dịch này. Rà soát các hoạt động của startup tại Việt Nam trong thời gian qua tập trung vào: Hỗ trợ trực tiếp tuyến đầu dịch bệnh; Hướng tới người chịu ảnh hưởng của cách ly, hạn chế đi lại; và Cung cấp giải pháp hỗ trợ hoạt động của doanh nghiệp bị ảnh hưởng của Covid -19.

- **Nhóm giải pháp hỗ trợ cho tuyến đầu chống dịch:** nhiều sản phẩm liên quan đến test kit, kiểm tra dịch bệnh, hay cung cấp thông tin y tế được các startup tập trung phát triển. Trong đó có Vulcan Augmetics với nền tảng đám mây cho phép bệnh viện, phòng khám và các cơ sở kiểm dịch đặt mua các thiết bị y tế khẩn cấp từ các kỹ sư cơ khí, điện tử, các nhà in 3D tại Việt Nam. Ứng dụng kiểm tra lây nhiễm Covid-19 Check do Got It phát triển, giúp người dùng kiểm tra khả năng bị lây nhiễm theo phân loại từ F0 đến F5; hoạt động bằng cách xây dựng một mạng lưới các mối tiếp xúc giữa các cá nhân trong vòng 14 ngày. Bên cạnh đó, các startup hướng đến giải quyết nhiều vấn đề chi tiết trong chống dịch, như ngăn chặn tin giả, giao nhận vật tư, thậm chí giúp nhân viên lái xe y tế không bị ngủ gật. MultiGlass là ứng dụng hạn chế tình trạng ngủ gật của các lái xe hoặc nhân viên y tế khi làm việc quá tải. Hay Komba sử dụng công nghệ AI theo dõi diễn biến của đại dịch với các dữ liệu được cập nhật từ Bộ Y tế, CDC (Mỹ), các nguồn uy tín, giúp người dân cập nhật các thông tin chính thống.
 - **Nhóm giải pháp hướng tới người chịu ảnh hưởng của cách ly, hạn chế đi lại:** các startup cũng đưa ra nhiều biện pháp thích ứng trong bối cảnh hạn chế đi lại. Food Hub và Foodmap cho phép người dân có thể đặt mua thực phẩm trực tuyến, vận chuyển đến tận nhà. Việc kết nối được thực hiện qua nhiều kênh như gọi điện, chat, đặt hàng trực tuyến. Công nghệ giao hàng không tiếp xúc đã được một số startup đưa vào thử nghiệm thời điểm này. Công ty Drone Pro Việt Nam cho biết việc sử dụng drone giao hàng đến các tòa nhà cao tầng sẽ giúp hạn chế tiếp xúc trực tiếp, tiết kiệm 50% chi phí vận chuyển.
 - **Cung cấp giải pháp hỗ trợ hoạt động của doanh nghiệp bị ảnh hưởng của Covid -19:** Sau đề nghị cách ly toàn quốc của Chính phủ, hầu hết các startup chuyển sang hình thức làm việc từ xa. Nhiều giải pháp quản lý nhân viên, quản lý công việc hoặc các gói ưu đãi được tung ra giúp các doanh nghiệp duy trì hoạt động chăm sóc khách hàng, truyền thông... khi làm việc tại nhà. Nền tảng phân tích và tự động hóa marketing Ecomfit hiện miễn phí 6 tháng gói Enterprise hỗ trợ để khách hàng đưa ra quyết định đúng nhằm tăng lượng bán, giảm chi phí. Startup về quản trị và điều hành doanh nghiệp trực tuyến Fastwork cũng miễn phí hoàn toàn cho các công ty sử dụng công nghệ chăm công online do đơn vị phát triển. Nền tảng Telepro ứng dụng mô hình kinh tế chia sẻ kết nối các doanh nghiệp có nhu cầu sử dụng nghiệp vụ tele - marketing với hàng ngàn telesale tự do. Giải pháp này giúp giảm các chi phí cố định như tuyển dụng, mặt bằng, bảo hiểm cho doanh nghiệp đồng thời, nhiều cá nhân có thể kiếm tiền ngay trong lúc rảnh rỗi hoặc không đi làm.
 Từ xu hướng khởi nghiệp nói chung và những hoạt động của startup trong thời gian dịch Covid - 19 đang diễn ra có thể đưa ra dự báo về triển vọng phát triển của startup Việt trong thời kỳ hậu Covid - 19.
 - Dẫn cách xã hội trong thời kỳ Covid - 19 đã làm thay đổi mọi phương diện trong cuộc sống và công việc của người dân. Dẫn cách xã hội và sau đó là hạn chế tiếp xúc trực tiếp đã góp phần tác động để **một số ngành sau vẫn tiếp tục phát triển: thương mại điện tử, thanh toán trực tuyến, đào tạo trực tuyến, làm việc trực tuyến ...**
 - **Xu hướng áp dụng công nghệ:** như đã đề cập, startup ra đời dựa trên ý tưởng sáng tạo và những đột phá về mặt công nghệ. Trong tương lai gần, các công nghệ xuyên biên giới trở nên dễ dàng tiếp cận hơn đối với các startup nói riêng và các doanh nghiệp ở mọi quy mô. Startup ngày càng có thể mạnh phát triển nhờ vào sự hình thành của blockchain, trí tuệ nhân tạo AI, bigdata và internet vạn vật IoT.
 - **Lĩnh vực y tế và sức khỏe** đang là mảnh đất vàng cho startup phát triển khi startup trong lĩnh vực này liên tục gọi vốn thành công². Ngoài những lĩnh vực y tế và nhu cầu về chăm sóc sức khỏe trong
-

tương lai đã đề cập đến trong xu hướng phát triển chung của startup ở phần trên, nhu cầu thị trường hiện tại cho thấy startup hoàn toàn có thể phát triển trong ngành sản xuất trang thiết bị y tế khi nhu cầu tăng cao về bộ kit xét nghiệm COVID-19 có độ tin cậy và chính xác cao, máy thở đảm bảo chuẩn quốc tế, các loại khẩu trang 3 lớp, 4 lớp chuẩn quy định an toàn... Việt Nam đang xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về hồ sơ sức khỏe điện tử của người dân. Bốn nhóm dữ liệu thu thập là các thông tin cơ bản, thuốc sử dụng, thông tin lâm sàng và cận lâm sàng. Mục tiêu đến năm 2025 có 95% người dân trên toàn quốc có hồ sơ sức khỏe điện tử và bệnh án điện tử cập nhật thông tin sức khỏe thường xuyên và được kết nối với tất cả các cơ sở khám chữa bệnh trên cả nước. Đây sẽ mở ra cơ hội cho startup phát triển các ứng dụng trong tương lai gần.

Phụ lục

Phụ lục 1: Thứ hạng các chỉ số trong hệ sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam 2017

Stt	Điều kiện kinh doanh 2017	Điểm	Thứ hạng/54
1	Năng động của thị trường nội địa	4,15	5
2	Văn hóa và chuẩn mực xã hội	3,62	6
3	Cơ sở hạ tầng	4,19	10
4	Độ mở của thị trường nội địa	2,79	12
5	Chính sách Chính phủ	2,4	13
6	Quy định Chính phủ	3,02	25
7	Chuyển giao công nghệ	2,19	34
8	Giáo dục kinh doanh bậc phổ thông	1,83	34
9	Dịch vụ hỗ trợ kinh doanh	2,82	36
10	Tài chính cho kinh doanh	2,27	39
11	Giáo dục kinh doanh sau phổ thông	2,61	40
12	Chương trình hỗ trợ Chính phủ	2,09	43

Nguồn: Báo cáo Chỉ số khởi nghiệp Việt Nam 2017/2018, Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam

Phụ lục 2: Các hoạt động/chương trình/diễn đàn về startup

■ Các chương trình về startup trên truyền thông

- Chương trình “Quốc gia khởi nghiệp” do Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh phối hợp với Ban Thời sự, Đài Truyền hình Việt Nam tổ chức (gồm Talkshow Quốc gia khởi nghiệp và Chương trình Cà phê khởi nghiệp)
- Chương trình “Thương vụ bạc tỷ - Shark Tank Việt Nam” của Đài truyền hình Việt Nam
- “Không gian khởi nghiệp” của Báo Đầu tư <http://baodautu.vn/khong-gian-khoi-nghiep-d44/>
- “Startup Việt” của Vnexpress: <https://startup.vnexpress.net/>
- “Startup Việt Nam” của Tuổi trẻ: <http://tuoitre.vn/startup-viet-nam.html>
- “Chương trình khởi nghiệp” báo Hà Giang online (Cơ quan Đảng bộ Hà Giang): <http://baohagiang.vn/chuong-trinh-khoi-nghiep/>
- Chuyên mục “Khởi nghiệp” của Vietnamnet <http://vietnamnet.vn/khoi-nghiep-tag30933.html>
- Chuyên mục “Khởi nghiệp” của VOV <http://vov.vn/khoi-nghiep/>
- Chuyên mục “Khởi nghiệp” của ICTNEWS - Chuyên trang về CNTT của Báo điện tử Infonet

- “Chương trình khởi nghiệp” Đài PTTH Đồng Tháp <http://thdt.vn/chuyen-muc/105/khoi-nghiep.html>
- Cổng thông tin Khởi nghiệp sáng tạo, Tạp chí Khám phá
- **Các cộng đồng khởi nghiệp**
- Blog khởi nghiệp trẻ: <https://khoinghieptre.vn/>
- Cộng đồng khởi nghiệp Việt Nam <http://knvn.vn/about/>
- Cổng hỗ trợ khởi nghiệp Việt Nam <http://khoinghienvietnam.org/>
- <http://khoinghiiep.hoclamgiau.vn/>
- <https://cafeland.vn/doanh-nhan/khoi-nghiep/>
- <https://www.facebook.com/groups/clbkhoinghieptreycs/>
- <http://chiasethanhcong.net/category/khoi-nghiep/>
- <http://www.techz.vn/C/tin-khoi-nghiep>
- **Các diễn đàn, sự kiện khởi nghiệp**
- Chương trình Khởi nghiệp do Báo Diễn đàn Doanh nghiệp (thuộc VCCI) phối hợp với Bộ Ngoại giao; Bộ Giáo dục và Đào tạo; Bộ Lao động – Thương binh và Xã hội; Bộ Quốc phòng; Trung ương Đoàn TNCS Hồ Chí Minh và UBND các Tỉnh, Thành phố trên khắp cả nước thực hiện thường niên từ năm 2003 đến nay <http://khoinghiiep.org.vn/>
- Ngày hội khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia TECHFEST là sự kiện thường niên do Bộ Khoa học và Công nghệ tổ chức từ 2016 <https://techfest.vn/>
- Tuần lễ Đổi mới sáng tạo và Khởi nghiệp của UBND Thành phố Hồ Chí Minh 10/2017
- Cuộc thi ý tưởng sáng tạo khởi nghiệp sinh viên “Startup Student Ideas” do Hội Sinh viên Việt Nam tổ chức <http://startupnation.vn/>
- Cuộc thi ý tưởng khởi nghiệp “Startup Wheel – Bánh xe khởi nghiệp” do Trung tâm Hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh thuộc UBND Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức <http://startupwheel.vn/>
- Hội thảo “Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo 2019 – Cơ hội, thách thức và giải pháp để phát huy lợi thế” trong khuôn khổ Techfest Vietnam 2019
- Ngày hội khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Quốc gia 2019, TECHFEST VIETNAM, Bộ Khoa học và Công nghệ chủ trì, phối hợp với các Bộ ngành, cơ quan, tổ chức chính trị - xã hội
- Hội thảo người trẻ khởi nghiệp “STARTUP SPIRIT” là một hoạt động nằm trong khuôn khổ WHISE 2019, đồng tổ chức bởi BSSC và VinTech City

일본 비즈니스센터 담당자 연락처

황선희 센터장	+ 81-3-5363-4511	hwang216@kocca.kr
이은정 주임	+ 81-3-5363-4512	piglove0901@kocca.kr
윤현일 주임	+ 81-3-5363-4510	hyunil1126@kocca.kr
이오쿠 히토코 주임	+ 81-3-5363-4510	ioku@kocca.kr

발행인 김영준

발행처 한국콘텐츠진흥원

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

전화 1566-1114

www.kocca.kr