



BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

SỐ 26.2022



TIN TỨC SỰ KIỆN

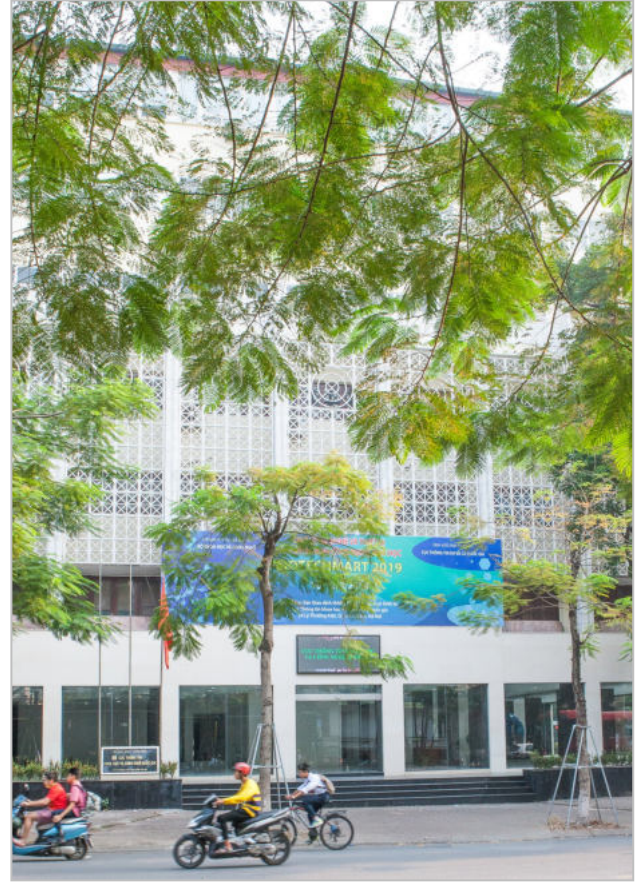
- 01 TECHFEST 2022: phát động Khởi nghiệp quốc gia trong lĩnh vực công nghệ y tế
- 02 Khảo sát tác động của môi trường thể chế đến tình hình hoạt động của startup Việt Nam
- 03 Chung kết Khởi nghiệp cùng Kawai 2022: quán quân xuất sắc gọi tên Chợ Deli
- 04 Hàng trăm quỹ đầu tư đến Việt Nam "thăm dò" dự án Blockchain để rót vốn

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Tubudd - Nền tảng công nghệ thông minh kết nối khách du lịch quốc tế với những người bạn bản địa
- 06 Hệ sinh thái khởi nghiệp của Ý

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Hãy ngừng phá hoại năng lực đổi mới của bạn (Phần 1)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (024) 38262718



Các đại biểu đã tiến hành bấm nút phát động hành trình khởi nghiệp quốc gia lĩnh vực y tế và chăm sóc sức khỏe năm 2022.

TECHFEST 2022: PHÁT ĐỘNG KHỞI NGHIỆP QUỐC GIA TRONG LĨNH VỰC CÔNG NGHỆ Y TẾ

Diendandoanhnghep.vn - Tiếp nối thành công của tại TECHFEST 2021, Lễ phát động Hành trình khởi nghiệp quốc gia: Lĩnh vực Công nghệ y tế và chăm sóc sức khỏe mới đây được diễn ra tại Hà Nội là sự kiện mở đầu trong khuôn khổ Làng Công nghệ Y tế và Giải pháp sáng tạo Chăm sóc sức khỏe (Làng Medtech & Innovative Healthcare) tại TECHFEST 2022.

Với sự tham gia đồng đẳng của các chuyên gia, công ty công nghệ và các bạn trẻ có ý tưởng khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ y tế, Làng Medtech & Innovative Healthcare quay trở lại và đem đến cơ hội cho các nhà khởi nghiệp, đặc biệt là các tổ chức, doanh nghiệp, chuyên gia về khởi nghiệp công nghệ y tế và giải pháp chăm sóc sức khỏe tại Việt Nam.

Trong khuôn khổ hoạt động của TECHFEST

2022, Healthcare đặt ra mục tiêu tập trung vào tạo dựng môi trường kết nối giữa các Bộ, Ban, Ngành Trung ương với các startup, cố vấn chuyên môn và quỹ đầu tư. Việc này nhằm thiết lập hệ thống mạng lưới các chuyên gia trong y tế, kết nối các nguồn lực để lan tỏa và hỗ trợ cho các đơn vị khởi nghiệp.

Sự kiện lan tỏa tinh thần khởi nghiệp đối với lĩnh vực Công nghệ y tế và Chăm sóc sức khỏe đến với các startup và khuyến khích sự sáng tạo đổi mới của

các doanh nghiệp cung cấp giải pháp ứng dụng công nghệ trong y tế. Từ đó, có những đánh giá và trao đổi với những công ty đang làm trong lĩnh vực Công nghệ, Y tế, Chăm sóc sức khỏe; đội ngũ các bác sĩ, chuyên gia hàng đầu để kết nối và đẩy mạnh hơn việc ứng dụng công nghệ vào Y tế và Chăm sóc sức khỏe.

Các startup tham gia vào Làng Công nghệ Y tế và Giải pháp sáng tạo chăm sóc sức khỏe 2022 sẽ được cố vấn bởi chuyên gia giỏi, có nhiều kinh nghiệm trong ngành cùng 50 khách mời, cũng như có cơ hội tiếp xúc với 05 nhà đầu tư lớn, đồng thời, được bảo trợ truyền thông và quảng bá bởi mạng lưới các cơ quan báo, đài, tham gia triển lãm trực tuyến, các sự kiện vệ tinh cùng nhiều hỗ trợ chuyên sâu khác.

Làng Công nghệ Y tế và Giải pháp sáng tạo chăm sóc sức khỏe cùng sự hỗ trợ nhiệt tình của các cơ quan tổ chức sẽ là cánh tay nối dài của startup Việt, tạo ra những cơ hội có một không hai cho các tài năng khởi nghiệp sáng tạo để khai khoáng mỏ vàng trong lĩnh vực công nghệ y tế, tiến tới một xã hội số không khoảng cách với những sản phẩm, giải pháp chất lượng và hiệu quả.

Làng Công nghệ Y tế và Giải pháp sáng tạo chăm sóc sức khỏe cùng sự hỗ trợ nhiệt tình của các cơ quan tổ chức sẽ là cánh tay nối dài của startup Việt, tạo ra những cơ hội có một không hai cho các tài năng khởi nghiệp sáng tạo để khai khoáng mỏ vàng trong lĩnh vực công nghệ y tế, tiến tới một xã hội số không khoảng cách với những sản phẩm, giải pháp chất lượng và hiệu quả.

Ông Đỗ Tiến Lộc - Trưởng phòng Công nghệ thông tin Bệnh viện Đại học Y Hà Nội cho biết: "Hiện nay Bệnh viện Đại học Y Hà Nội đã có những hệ thống hướng đến cộng đồng, các chương trình khám chữa bệnh từ xa để hỗ trợ các bệnh viện tuyến dưới... hay mới đây cũng đã hỗ trợ các bệnh

nhân ở Ấn Độ, Malaysia... Chính vì vậy tôi đánh giá rất cao việc ứng dụng các giải pháp công nghệ. Công nghệ y tế sẽ giúp các bác sĩ có thể điều trị người bệnh một cách nhanh chóng, hỗ trợ bác sĩ trong quá trình nghiên cứu khoa học dựa trên những dữ liệu mà chúng tôi đã thu thập được".

Hành trình khởi nghiệp Quốc gia: Lĩnh vực Công nghệ y tế và chăm sóc sức khỏe sẽ trở thành một trong những nơi những công nghệ đến được với bệnh nhân, đến với các bệnh viện, ông Đỗ Tiến Lộc kỳ vọng.

Tuy vậy cũng có rất nhiều những khó khăn mà các bạn trẻ sẽ phải đối mặt khi khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ y tế và chăm sóc sức khỏe.

Ông Nguyễn Trần Đông cũng đưa ra nhận định: "Với tư cách là CEO của Công ty cổ phần công nghệ iSofH - một trong những doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghệ y tế, tôi cũng thấu hiểu những khó khăn mà các startup về công nghệ y tế gặp phải. Những thách thức, khó khăn của những người trẻ muốn khởi nghiệp để đưa công nghệ phục vụ cho y tế, chăm sóc sức khỏe bao gồm: không có kiến thức chuyên môn và thấu hiểu về ngành; chưa có cơ hội được tiếp cận với các vấn đề lõi, dẫn đến việc sản phẩm không tạo ra được gốc rễ của vấn đề; không tìm được thị trường phù hợp. Từ đó, sản phẩm của các startup ra thị trường có thể không đúng với nhu cầu hoặc không tìm được khách hàng cần thiết".

Cũng tại sự kiện, các đại biểu đã bấm nút Phát động hành trình khởi nghiệp quốc gia lĩnh vực Công nghệ Y tế và Chăm sóc sức khỏe năm 2022.

TECHFEST 2022 được hứa hẹn là tiền đề giúp lan tỏa tinh thần khởi nghiệp đối với lĩnh vực Công nghệ y tế và chăm sóc sức khỏe đến với các startup và các bạn thanh niên đam mê khởi nghiệp. Cũng tại sự kiện, Làng Medtech đã ký biên bản ghi nhớ với nhiều đối tác./.

KHẢO SÁT TÁC ĐỘNG CỦA MÔI TRƯỜNG THỂ CHẾ ĐẾN TÌNH HÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA STARTUP VIỆT NAM

Để hệ sinh thái có thể vận hành và phát triển toàn diện tương ứng với tiềm năng, sự phù hợp của môi trường thể chế và chính sách của Chính phủ là một yếu tố đặc biệt cần thiết. Vì vậy, nhằm phục vụ mục đích nghiên cứu, Văn phòng Đề án 844 tiến hành khảo sát sức khỏe doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (ĐMST) trên quy mô toàn quốc để tìm hiểu các yếu tố của môi trường thể chế/chính sách công tác động đến mức độ thành công của các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST tại Việt Nam như thế nào.

Khảo sát bao gồm 3 phần chính:

- Đánh giá về doanh nghiệp khởi nghiệp
- Đánh giá 3 trụ cột thể chế chính
- Đánh giá tác động của các chính sách hỗ trợ

khởi nghiệp ĐMST



Quét mã QR để thực hiện khảo sát

Contact us: ☎ 024.355.606.21
✉ vanphongdean844@most.gov.vn

Thời gian hoàn thành phiếu dự kiến 05-08 phút, đính kèm là bản mềm các quyền sách hay như một lời cảm ơn đến Quý Đại diện đã góp phần hoàn thành bài nghiên cứu này.

Tham gia khảo sát tại: <https://forms.gle/2oN322Qzss5vS21T7>

Dữ liệu thu thập được hoàn toàn nhằm mục đích phi lợi nhuận và phục vụ các nghiên cứu quốc gia cho khởi nghiệp ĐSMST. Kết quả khảo sát mang tầm ảnh hưởng quan trọng đến nghiên cứu này, đóng vai trò làm bước đệm trong quá trình tham vấn, đề xuất các chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST và hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST tại Việt Nam trong tương lai. Ngoài ra, bản nghiên cứu cũng sẽ nêu lên các thực trạng ảnh hưởng; hiệu quả của các thể chế/ chính sách hiện hành nhằm đưa ra các biện pháp hỗ trợ kịp thời.

Văn phòng 844 rất mong nhận được thêm thông tin từ các nhà sáng lập, các startup để hoàn thiện khảo sát cũng như các nghiên cứu liên quan trong thời gian tới.

Chân thành cảm ơn!

Thông tin liên hệ:

Lê Vũ Toàn/ +84 914949086/ vutoanbk@gmail.com/ lvtoan@most.gov.vn

CHUNG KẾT KHỞI NGHIỆP CÙNG KAWAI 2022: QUÁN QUÂN XUẤT SẮC GỌI TÊN CHỢ DELI

Diendandoanhnghep.vn - Tại Hà Nội, CLB Nhà doanh nghiệp tương lai - Trường Đại học Ngoại Thương (TEC FTU) tổ chức đêm Chung kết cuộc thi Khởi nghiệp cùng Kawai 2022.



Đội thi Chợ Deli giành vị trí cao nhất cuộc thi "Khởi nghiệp cùng Kawai" năm 2022.

Khởi nghiệp cùng Kawai là cuộc thi ý tưởng kinh doanh khởi nghiệp với quy mô toàn quốc và lớn nhất toàn miền Bắc dành cho giới trẻ, được tổ chức bởi CLB Nhà doanh nghiệp tương lai - Trường Đại học Ngoại Thương, dưới sự bảo trợ Đại sứ quán Nhật Bản tại Việt Nam và sự tài trợ của Quỹ học bổng Kawai Nhật Bản.

Tham dự tại đêm Chung kết, PGS.TS. Bùi Anh Tuấn - Hiệu trưởng trường Đại học Ngoại Thương chia sẻ, biểu dương, đánh giá cao nỗ lực của TEC FTU trong việc tổ chức cuộc thi Khởi nghiệp cùng Kawai trong nhiều năm qua, đồng thời mong muốn ngày càng có nhiều hơn nữa các bạn sinh viên biết đến và tham dự cuộc thi, thể hiện tinh thần khởi

ngiệp của tuổi trẻ trường Đại học Ngoại Thương nói riêng, tuổi trẻ cả nước nói chung.

Sau 16 năm tổ chức, "Khởi nghiệp cùng Kawai" đã góp phần truyền cảm hứng và tạo nên phong trào khởi nghiệp cho các bạn trẻ trên cả nước. Đây cũng là đòn bẩy giúp phát huy tiềm năng sáng tạo và mở ra cơ hội phát triển bền vững cho các đề án kinh doanh xuất sắc.

Ông Nguyễn Đức Khoa - Chủ tịch TEC FTU nhận định, tham gia Khởi nghiệp cùng Kawai, các bạn sinh viên sẽ có cơ hội được giao lưu, chia sẻ cùng các diễn giả, doanh nhân thành đạt và tìm hiểu thêm về kinh doanh khởi nghiệp, đồng thời các bạn sinh viên sẽ có cơ hội mở rộng mối quan hệ, có cơ hội gặp gỡ và làm việc trong một đội để cùng thực hiện ý tưởng kinh doanh khởi nghiệp; cơ hội tham gia vào một cộng đồng khởi nghiệp, nơi mà tất cả mọi người có thể trình bày ý tưởng, hỗ trợ, hợp tác hay tìm kiếm những cá nhân khác trong cộng đồng để cùng tạo ra những đề án xuất sắc nhất; chia sẻ thông tin về các ý tưởng khởi nghiệp, câu chuyện khởi nghiệp, tấm gương doanh nhân.

Trải qua 16 năm, Khởi nghiệp cùng Kawai đã thu hút hơn 20.000 sinh viên tham gia; hơn 7,5 tỷ đồng được trao tặng bao gồm cả giải thưởng chính và các giải phụ; khoảng 1.800 đề án được triển khai; hơn 70.000 người tiếp cận cuộc thi.

Đến nay, Khởi nghiệp cùng Kawai 2022 đã thu hút 224 Đề án đăng ký tham gia. Trải qua nhiều vòng tuyển chọn, 5 Đề án xuất sắc nhất được xác định lọt vào đêm Chung kết gồm: Chợ Deli (Market Deli), WeShare, Emma Pilates, Salework, Young

Chang Makers.

Đêm Chung kết, các đội thi tranh tài ở 3 phần thi, gồm: Phần 1 - Individual pitching: Mỗi đội thi có 2 phút giới thiệu sản phẩm thử nghiệm; 5 phút giới thiệu điểm vàng Đề án; 5 phút để phản biện với Hội đồng Giám khảo. Phần 2 - In depth questions: mỗi đội thi chọn một gói câu hỏi và có 2,5 phút để trả lời; 2,5 phút để nghe nhận xét từ Hội đồng Giám khảo. Sau phần trình bày của các đội, Hội đồng Giám khảo sẽ lựa chọn ra top 3 dựa trên bảng điểm của 2 phần

thi đầu. Phần 3 - Dibating: mỗi đội thi có 10 phút để trả lời những câu hỏi từ 2 đội còn lại. Hội đồng Giám khảo đã chứng kiến và đánh giá phần thể hiện của từng đội.

Kết thúc màn đấu trí gay cấn, đội Chợ Deli đã xuất sắc giành ngôi Quán quân, với phần thưởng trị giá 1,46 tỷ đồng; đội Salework giành vị trí Á quân với phần thưởng trị giá 250 triệu đồng và đội Emma Pilates giành vị trí Quý quân với phần thưởng trị giá 230 triệu đồng./.



Á quân "Khởi nghiệp cùng Kawai" năm 2022 thuộc về đội Salework.



Vị trí Quý quân thuộc về đội Emma Pilates & Wellness.

"Khởi nghiệp cùng Kawai" là cuộc thi ý tưởng kinh doanh khởi nghiệp với quy mô toàn quốc và lớn nhất toàn miền Bắc dành cho giới trẻ trong độ tuổi từ 18 - 25.

Giám khảo, khách mời, diễn giả và nhà đầu tư tham gia "Khởi nghiệp cùng Kawai" năm 2022 gồm nhiều chuyên gia kinh tế, học giả, doanh nhân nổi tiếng, như: Dương Quang Anh - Giám đốc sản phẩm tại One Mount Real Estate - Tập đoàn One Mount; Nguyễn Như Tuấn Mạnh - Giám đốc điều hành An Việt Ventures; Nguyễn Duy Hùng - CEO & Founder Edosy và Universal Language Center; Hồ Thu Lê - Co-Founder, CFO TomoChai; Dương Nguyễn - Co-Founder, CTO Meta365; Lê Văn Dương - Head of Hanoi Office - Indochine Counsel; Trần Quang Hưng - Trung ương Hội Sinh viên Việt Nam/ Phó Bí thư Thành đoàn Hà Nội/Chủ tịch HUB Network; Tuấn Hải - Chủ tịch HĐQT/PCT CLB Doanh nhân Sao đỏ; Nguyễn Thị Thanh Thủy - CEO Foxpay; Hoàng Thị Lê - Giám đốc Kinh doanh Toàn năng Manulife Vietnam; Brian Minh Trần - Co-Founder UpYouth - Tech Startup Ecosystem ... cùng nhiều đại diện đến từ các doanh nghiệp: ThinkZone, Seiko Idea, Luxstay, Galle Watch, HQ Group, Skill Hub, VSV Capital, Young IT.



Kết hợp yếu tố MOBA, RPG và công nghệ Blockchain, Fight of the Ages của FOTA (Việt Nam) đang thu hút sự chú ý toàn cầu.

HÀNG TRĂM QUỸ ĐẦU TƯ ĐẾN VIỆT NAM “THĂM DÒ” DỰ ÁN BLOCKCHAIN ĐỂ RÓT VỐN

Baodautu.vn - 18 dự án của khu vực góp mặt tại Hội nghị Blockchain toàn cầu lần thứ 10 tại Việt Nam thuộc DeFi, Gaming, NFTs, Metaverse.

Có mặt tại sự kiện độc quyền này, hầu hết các nhà đầu tư, các nhà phát triển dự án trên thế giới đều khẳng định, metaverse sẽ dẫn dắt công nghệ Blockchain toàn cầu trong vòng 5 năm tới.

Metaverse hiện chưa có một định nghĩa chắc chắn, nhưng nó thường đề cập đến những công nghệ như thực tế ảo, cùng với ý tưởng mọi người có thể chơi và sống trong thế giới đó.

Các nhà nghiên cứu tại Gartner vừa đưa ra dự đoán vào năm 2026, 25% người dùng sẽ dành ít nhất một giờ mỗi ngày để làm việc, mua sắm, học tập,

giao lưu và vui chơi trong metaverse (siêu vũ trụ ảo).

Vi không có nhà cung cấp nào sở hữu metaverse nên Gartner hy vọng nền kinh tế ảo sẽ được hỗ trợ bởi các loại tiền kỹ thuật số và token không thể thay thế (NFT). Metaverse sẽ tác động đến mọi hoạt động kinh doanh mà người tiêu dùng tương tác hằng ngày. Đặc biệt, doanh nghiệp sẽ có thể cải thiện sự tương tác giữa các nhân viên mà không cần phải tạo ra cơ sở hạ tầng của riêng mình.

Hiện những gã khổng lồ công nghệ của Meta (Facebook) và Microsoft, Tencent, Alibaba,

ByteDance (chủ sở hữu ứng dụng TikTok) đều đang đầu tư vào metaverse, dù họ có cách tiếp cận thận trọng khác nhau.

Bằng chứng, Ủy ban Metaverse của Hiệp hội Truyền thông Di động Trung Quốc được thành lập vào tháng 10/2021, có nhiệm vụ phát triển các tiêu chuẩn và công nghệ xung quanh metaverse. Giới đầu tư cho rằng, Trung Quốc sẽ thành lập các nhóm đặc biệt như vậy về loại công nghệ mà nước này muốn phát triển nhanh chóng và dẫn đầu, chẳng hạn như blockchain.

Việc thành lập ủy ban metaverse cũng có thể cho thấy Trung Quốc đang tìm cách điều chỉnh công nghệ này khi nó phát triển. Giống như những gã khổng lồ công nghệ Mỹ, các hãng công nghệ lớn của Trung Quốc từ Tencent đến Alibaba đều đang khám phá, phát triển ứng dụng metaverse. Tuy nhiên, các nhà phân tích cho rằng hoạt động phát triển metaverse của Trung Quốc có thể sẽ bị quản lý cao và không có khả năng sử dụng tiền điện tử trong giao dịch.

Tại Việt Nam, công nghệ blockchain đã có sự tăng tốc trong thời gian vừa qua. Là một thị trường mới nổi, Việt Nam đang được đánh giá là một trong những quốc gia có tiềm năng phát triển công nghệ blockchain lớn nhất. Với sự hỗ trợ về chính sách từ Chính phủ về công nghệ số, chuyển đổi số, nhiều các doanh nghiệp blockchain, các dự án khởi nghiệp về công nghệ blockchain đang phát triển và gặt hái được những thành tựu đáng kể nhất định.

Trong số top 200 công ty, doanh nghiệp hoạt động kinh doanh ứng dụng công nghệ Blockchain toàn cầu, có 7 doanh nghiệp do người Việt Nam thành lập. Việt Nam cũng là 1 trong 5 quốc gia đi đầu về blockchain, hiện có khoảng 10 doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo người Việt Nam trong lĩnh vực blockchain có vốn hóa trên 100 triệu USD.

Hội nghị Blockchain toàn cầu phiên bản Đông Nam Á đã thu hút những xu hướng blockchain tiềm năng trong năm 2022. Có khoảng 100 quỹ đầu tư từ

khắp nơi trên thế giới và 18 dự án DeFi, Gaming, NFTs, Metaverse của khu vực tham gia gặp gỡ các nhà đầu tư. Trong đó, các quỹ nổi bật như AVStar Capital, Borderless Capital, OnBlock Ventures; GFS Ventures; VSV Capital...



Dự án FOTA chứa đựng nhiều tiềm năng thu hút nhà đầu tư trên thế giới.

Hiện nay, việc ứng dụng công nghệ blockchain, hay xu hướng như Metaverse, vẫn đang được kỳ vọng sẽ là tương lai của công nghệ. Tuy nhiên, theo các nhà phát triển dự án blockchain, hiện nhiều người vẫn cho rằng blockchain và tiền mã hoá là một. Thực tế, tiền tiền mã hoá là một trong những ứng dụng điển hình của blockchain.

Ngoài ra, công nghệ blockchain còn được ứng dụng vào đa dạng các lĩnh vực trong thực tiễn như quản lý và sở hữu bất động sản, quản lý chuỗi cung ứng, chuyển tiền, xác minh nhận dạng số, truy xuất nguồn gốc trong nông nghiệp, Chính phủ điện tử... Các nhà đầu tư cho rằng, giờ là thời điểm vàng để đẩy mạnh nghiên cứu và phát triển, ứng dụng công nghệ blockchain.

Theo thống kê, trong 5 năm tới, có khoảng 20 tỷ thiết bị sẽ được kết nối với nhau. Đây là thách thức cho lĩnh vực IT, cho hệ thống dữ liệu, đặt ra yêu cầu về một công nghệ mới giúp kết nối và chia sẻ dữ liệu tin cậy, nhanh chóng, bảo mật hơn, mà blockchain chính là một trong những lời giải./.

TUBUDD - NỀN TẢNG CÔNG NGHỆ THÔNG MINH KẾT NỐI KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ VỚI NHỮNG NGƯỜI BẠN BẢN ĐỊA

Tubudd là nền tảng công nghệ, nền tảng số kết nối khách du lịch quốc tế với những người bạn bản địa biết ngoại ngữ nhằm giúp du khách tránh khỏi những bỡ ngỡ và rào cản về ngôn ngữ khi lần đầu bước chân đến một vùng đất mới.

Khởi nghiệp từ đam mê du lịch

Tubudd - một cách gọi biến thể của Tour Buddy “chuyến đi của những người bạn” - được thành lập bởi một cựu du học sinh Việt với mong muốn phát triển mạng lưới du lịch cá nhân hóa thân thiện cùng những trải nghiệm chân thật nhất cùng những người bản địa.



CEO Tubudd Vũ Thị Thái An: “Không ai bước lên bục thành công mà hai tay lại đút trong túi quần. Để thành công, phải làm việc cực kỳ chăm chỉ cho những điều mà mình tin tưởng đặt ra”.

Vũ Thị Thái An (Annie Vũ) - đồng sáng lập Tubudd từng có 4 năm du học và làm việc tại Anh ngành quản lý sự kiện. Là một người yêu thích du lịch cùng kinh nghiệm "chu du" tới 15 quốc gia, cô gái trẻ sinh năm 1991 luôn ấp ủ ý tưởng về một hình thức du lịch gần gũi, thỏa mãn đam mê khám phá nét đặc trưng trong từng điểm đến cho những người yêu thích du lịch.

5 năm trước đây, trong chuyến phượt xuyên Việt cùng 2 người bạn Canada, Annie nhận thấy những khó khăn, bất tiện của người nước ngoài khi lần đầu đặt chân đến Việt Nam. Đó là những khó khăn rào cản về ngôn ngữ, giao thông và đặc biệt là vấn đề

mua tour, quà lưu niệm hay đặt phòng thậm chí còn bị lừa đảo hay cướp giật.

Annie cũng nhận thấy một bất cập của du lịch theo tour là chi phí cao, hành trình gò bó và không thỏa mãn được sở thích cá nhân. Ngoài ra, các hướng dẫn viên đa số là người làm tự do nhưng lại bị quản lý chặt chẽ bởi những đại lý du lịch về thu nhập cũng như cách tương tác với khách.

Ý tưởng về Tubudd từ đó ra đời với mong muốn xây dựng một nền tảng du lịch kết nối khách hàng và hướng dẫn viên bản địa (local buddies), giúp cá nhân hóa chuyến đi theo nhu cầu và đem đến những trải nghiệm đậm chất địa phương cho du khách.

Tháng 7/2017, Annie cùng 2 đồng sáng lập Anthony và Ethan Đặng thành lập Tubudd tại Manchester (Anh). Sau một thời gian nghiên cứu thị trường Việt Nam, tháng 6/2018, Tubudd chuyển về Việt Nam hoạt động.

Cá nhân hóa du lịch

Ngay từ ngày đầu mới hoạt động, nắm bắt được xu thế du lịch theo hình thức tự túc và sự ưa chuộng công nghệ ngày càng tăng, Tubudd đã cho ra đời website và ứng dụng phiên bản 1.0 trên điện thoại di động, máy tính bảng của riêng mình.

Nền tảng Tubudd được vận hành rất đơn giản. Du khách chỉ cần truy cập website của Tubudd hoặc tải ứng dụng Tubudd trên điện thoại thông minh và lựa chọn điểm đến, những hướng dẫn viên bản địa với đầy đủ thông tin cá nhân đã ở sẵn trên đó để du khách lựa chọn. “Đặt hàng” một buddy, du khách sẽ có một người bạn đồng hành am hiểu những nơi mình sẽ đến trong suốt chuyến đi. Khách hàng cũng

có thể liên hệ với hệ thống để được tư vấn trực tiếp. Và bất kể là 1 hay 2 tháng sau, hay ngay lập tức hôm sau lên đường, ở sân bay đã có sẵn một người bạn bản xứ đón tiếp, cùng họ bắt đầu hành trình khám phá của mình. Nền tảng công nghệ du lịch này mang đến cho du khách những trải nghiệm với góc nhìn của người địa phương và có thể đến gần hơn với văn hóa bản địa.

Một lợi thế khác của Tubudd so với các công ty du lịch truyền thống khác là khách du lịch không cần phải đi theo tour đã được lên lịch sẵn cùng với những người khác. Thay vào đó, hướng dẫn viên bản địa sẽ hỗ trợ khách du lịch lên kế hoạch cho hành trình hoặc đi theo hành trình cụ thể, đến những nơi mà khách muốn. Bên cạnh đó, những hướng dẫn viên bản địa còn có thể trở thành người bạn thân thiện đối với những nhóm khách du lịch đi theo gia đình, hoặc là phiên dịch viên cho các sự kiện, hội nghị của các công ty,...

Những thành công ban đầu

Cũng như các công ty khởi nghiệp khác, thời gian đầu, Tubudd đã gặp rất nhiều khó khăn trong việc tìm kiếm sự giúp đỡ về pháp luật, tài chính, nhân sự và vốn. Tuy nhiên, bằng những kết nối từ bạn bè và công cuộc tìm kiếm đến các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp, đồng thời, với cơ hội tham gia rất nhiều cuộc thi, Tubudd dần phát triển “phi hành gia” của chính mình.

Từ những giải thưởng trong nước như giải thưởng: Startup được bình chọn nhiều nhất; Top 10 sáng tạo vì cộng đồng, Top 3 giải thưởng Doanh nhân cộng đồng tại Ngày hội khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia Techfest 2018,...Tubudd đã dần vươn ra đấu trường quốc tế và đạt được các giải thưởng như top 10 Chương trình hỗ trợ và thúc đẩy các công ty khởi nghiệp Pitch@Palace, Top 30 Pitch@RISE Hong Kong 2018. Đặc biệt gần đây nhất là nằm trong top 6 startup trong cuộc thi Vietchallenge và được sang Boston tham dự vòng

thi chung kết. Ngoài ra, Tubudd cũng được lên các trang báo lớn như Báo Nhân Dân, O’i Việt Nam, Báo Đầu Tư, Báo Kinh Tế,...và các chương trình truyền hình trong nước như Quốc Gia Khởi Nghiệp, Cà phê sáng, Truyền hình Nhân Dân, VCTC14... và xuất hiện trên bản tin MBC của Hàn Quốc.



Màn hình tìm kiếm của Buddy.

Hiện tại, Tubudd đã có 900 bạn bản địa tại 40 thành phố, 12 quốc gia trên toàn thế giới với 700 buddy tại Việt Nam. Mỗi tháng, Tubudd có hơn 150 lượt booking, chủ yếu từ khách du lịch nước ngoài. Số lượt like trên Fanpage Facebook là hơn 3.093 người, Instagram là hơn 1.000 lượt theo dõi. Tubudd cũng là đối tác phát triển của các start up về du lịch như Tripbtoz, dichungtaxi.com, ADDI Global,... để cung cấp dịch vụ du lịch toàn diện cho khách hàng.

Điều làm nên thương hiệu, chỗ đứng của Tubudd trên thị trường đó là ngoài đội ngũ CEO năng động với chiến lược phát triển cụ thể, rõ ràng trên nền tảng công nghệ, thì một trong những yếu tố tiên quyết đó là mạng lưới buddy - hướng dẫn viên bản địa thông thạo các ngoại ngữ như Anh, Hàn, Nga, Nhật...

Tái định vị thương hiệu, chuyên môn hóa đội ngũ và gia tăng sự minh bạch trong kết nối giữa khách lữ hành và buddy

Để nâng cao năng lực, công ty cũng vạch ra kế hoạch, lộ trình theo tuần, tháng để người ủng hộ biết họ chờ đợi điều gì. Hằng tháng, công ty liên tục tuyển dụng, rà soát các Buddy với đầy đủ các ngôn ngữ để nâng cao chất lượng hướng dẫn viên của mình. Ngoài dịch vụ về hướng dẫn viên bản địa,

Tubudd cung cấp thêm dịch vụ visa và xe đưa đón từ sân bay, mang lại cho khách du lịch một trải nghiệm trọn vẹn nhất. Hằng tuần, công ty tổ chức những cuộc họp trực tuyến/ngoại tuyến giữa các thành viên trong công ty, cũng như từng nhóm nhỏ với nhau để mọi người có thể nắm bắt tiến độ và giải quyết khúc mắc cho nhau.



Ký kết với nhà đầu tư TheVentures.

Ngoài ra, Tubudd còn có 2 cố vấn người nước ngoài để nắm bắt được thị trường quốc tế, nhận được những lời khuyên để đi đúng theo hướng công ty đang theo đuổi.

Và kết quả là, sau 2 năm du lịch và các hoạt động dịch chuyển xuyên biên giới bị gián đoạn do COVID-19, Tubudd tập trung vào phát triển hóa sản phẩm công nghệ, tập trung vào thị trường nội địa, tối ưu hóa các chi phí và đào tạo chuyên môn cho đội ngũ buddy. Với những nỗ lực đó, ngay khi Việt Nam mở cửa trở lại và phục hồi kinh tế hậu COVID-19, tháng 07/2022, Tubudd gọi vốn thành công và nhận đầu tư khoản đầu tư 6 chữ số từ quỹ TheVentures đến từ Hàn Quốc (quỹ có trụ sở tại Seoul, Singapore, TP. Hồ Chí Minh dành cho các công ty khởi nghiệp giai đoạn đầu tập trung vào công nghệ, cộng đồng và tác động). Với khoản đầu tư từ TheVentures, Tubudd tái định vị thương hiệu với mục tiêu và sứ mệnh mới dựa trên giá trị cốt lõi là một nền tảng kết nối khách du lịch quốc tế với những người bạn bản địa. Tubudd phiên bản mới dành hơn 40% nguồn lực để tạo ra các kết nối minh bạch hơn, an toàn hơn cho các

doanh nhân quốc tế đến Việt Nam tìm kiếm cơ hội đầu tư, mở rộng thị trường với những trợ lý hành trình người Việt có ngoại ngữ xuất sắc, thấu hiểu nghiệp vụ. 60% nguồn lực sẽ được tiếp tục dành cho các hoạt động du lịch.

Tubudd luôn được định hướng phát triển dựa trên năng lực của người Việt. Vì thế, ở phiên bản mới này, Tubudd cũng xác định rõ ràng hơn sứ mệnh trở thành nơi quy tụ lại những người Việt trẻ tài năng, giúp các bạn có môi trường và cơ hội việc làm để “tự kinh doanh” những năng lực của bản thân, làm chủ cuộc đời. Tubudd có những kế hoạch để phân nhóm định danh, đào tạo và chuẩn hóa các tiêu chuẩn cho nghề nghiệp mới mẻ này thành 6 nhóm:

- The Adventure Buddy: bạn bản địa trong những chuyến phiêu lưu
- The Lifestyle Buddy: bạn bản địa cùng khám phá cuộc sống bản địa
- The Art Buddy: bạn bản địa thưởng thức nghệ thuật
- The History & Culture Buddy: bạn bản địa tìm hiểu lịch sử, văn hóa
- The Business Buddy: trợ lý bản địa
- The Medical & Beauty Buddy: người hỗ trợ/ chăm sóc sức khỏe bản địa.

Từ sứ mệnh này, Tubudd khuyến khích các bạn trẻ trau dồi ngoại ngữ, học hiểu về địa phương, nâng cao năng lực xử lý vấn đề, đặt mục tiêu trở thành một buddy có chuyên môn trong tương lai.

Phát biểu tại sự kiện công bố sứ mệnh và mục tiêu mới, Annie Vũ cho biết: “Sau COVID-19, Việt Nam trở thành một trong những điểm đến tốt nhất trên toàn thế giới cho du lịch và lữ hành. Và để tạo ra một môi trường du lịch an toàn và bền vững hơn tại Việt Nam, Tubudd cần làm 2 việc: phân loại buddy để đáp ứng yêu cầu của du khách và chuẩn hóa chuyên môn của các buddy bằng các chương trình đào tạo để họ chuyên nghiệp hơn và có thu nhập tốt hơn. Đó chắc chắn là những mục tiêu lớn và chúng tôi cần

nhieu sự giúp đỡ và đồng hành để giúp du lịch Việt Nam hấp dẫn và thuận tiện hơn cho du khách.”

Dự định tương lai

Mong muốn trong tương lai của Tubudd là vươn xa hơn trên đấu trường quốc tế, đặc biệt tập trung vào thị trường Hàn Quốc, để trở thành một công cụ không thể thiếu cho khách du lịch cả trong và ngoài nước. Ở tầm vi mô, Tubudd muốn tạo thêm tiềm năng cho ngành công nghiệp du lịch nước nhà bằng cách thúc đẩy các đối thủ thích ứng.

Không những thế, Tubudd còn hướng tới phục vụ nhóm khách hàng doanh nghiệp, như cung cấp phiên dịch viên cho sự kiện công ty, các cuộc đàm phán...Đó đều là những bạn phiên dịch viên chuyên nghiệp và có hiểu biết, kinh nghiệm về từng mảng cụ

thể để khách hàng có thể lựa chọn. Đối với đối tượng khách hàng này, mức chi phí để thuê một bạn bản địa kiêm phiên dịch viên sẽ cao hơn mức thông thường, mang lại lợi nhuận cao hơn về cho công ty, thu nhập cho người bản địa nói riêng.

Hiện nay, Tubudd cũng đang nỗ lực cải thiện ứng dụng trên điện thoại di động bằng cách thêm nhiều tính năng mới. Để làm được điều đó, Tubudd cần tiếp tục phát triển hơn nữa về cả sản phẩm cũng như nguồn nhân lực. Trong tương lai không xa, Tubudd sẽ là một nền tảng không thể thiếu cho những người đi du lịch. Để mỗi khi có ai hỏi “Tìm hướng dẫn viên bản địa ở đâu?”, Tubudd sẽ là câu trả lời được nhiều người đề xuất nhất cho câu hỏi đó./.

ĐỘI NGŨ SÁNG LẬP VÀ PHÁT TRIỂN CỦA TUBUDD

Annie Vũ - CEO & Co-founder

Annie có 10 năm kinh nghiệm về ngành truyền thông, Marketing và sự kiện ở cả Anh Quốc và Việt Nam. Trong quãng thời gian đi du học và làm việc tại Anh Quốc, Annie Vũ đã được tiếp thu với nền văn hóa nơi đây, tự tin với vốn kiến thức và văn hóa giao tiếp, làm việc với người phương tây bản địa. Annie còn từng đi du lịch qua 21 quốc gia, hiểu được văn hóa vùng miền, những khó khăn của trong những chuyến đi tự túc. Qua đó, Annie có những trải nghiệm thú vị trong vai trò là một khách du lịch khi bước chân sang một đất nước mới, lạ. Hiện tại Annie là người vận hành Tubudd và đảm nhiệm vai trò kết nối với các đối tác, cũng như gọi vốn.

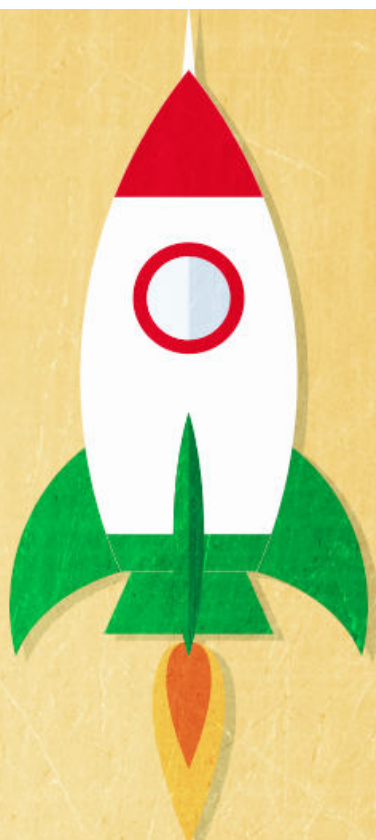
Anthony Cruickshank - COO & Co-founder

Trước khi sang làm việc tại Việt Nam, Anthony đã có 6 năm kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực du lịch, kinh doanh và dịch vụ khách hàng ở Anh. Là một người Anh làm việc nhiều năm tại Việt Nam, Anthony hiểu rõ tâm lý của những người nước ngoài khi đến Việt Nam và hiểu những khó khăn, trở ngại của một người nước ngoài nếu như không có sự trợ giúp của người bản địa. Hiện Anthony phụ trách chính sách, sales và dịch vụ khách hàng của Tubudd.

Ethan Đặng - CTO & Co-founder

Ethan tốt nghiệp đại học KAIST - trường đại học nổi tiếng về đào tạo Công nghệ thông tin tại Hàn Quốc. Anh có 8 năm kinh nghiệm về nền tảng thương mại điện tử tại Hàn, Singapore và Việt Nam. Ethan có hơn 1 năm làm Kỹ sư phần mềm tại Zendesk - Singapore; 1 năm làm Kỹ sư phần mềm tại Shopee - Garena Singapore, Vinagame - TP. Hồ Chí Minh và hơn 1 năm làm phát triển phần mềm iOS tại Hà Nội. Hiện tại, Ethan Đặng là nhà phát triển công nghệ chính của công ty - người trực tiếp vận hành nền tảng công nghệ website và ứng dụng Tubudd.

Nguyễn Lê Hằng



Italy's startup ecosystem

HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP CỦA Ý

Hệ sinh thái khởi nghiệp của Ý đã phát triển nhanh chóng trong vài năm qua. Với nhiều sáng kiến của chính phủ và nỗ lực đăng ký chính thức của các công ty khởi nghiệp, Ý đang tăng cường hỗ trợ cho các doanh nghiệp khởi nghiệp.

Người sáng lập ở Ý điển hình là nam giới (84,8%) và có bằng đại học (76,4%). Tỷ lệ các nhà sáng lập Ý có trình độ tiến sĩ là 21,2%, so với mức trung bình 12,6% của EU. Các công ty khởi nghiệp ở Ý được thấy trong nhiều lĩnh vực, chẳng hạn như CNTT/ Phần mềm (21,2%) hoặc Công nghệ sinh học (7,9%) với vị trí hàng đầu châu Âu đối với các công ty khởi nghiệp trong Công nghệ Công nghiệp và Sản xuất Phần cứng (12,1%, so với mức trung bình 6,4% của EU). Trung bình, các công ty khởi nghiệp hiện đang tuyển dụng 5,2 người và đang tìm kiếm thêm 3,4 người trong vòng 12 tháng tới. Hầu hết các công ty khởi nghiệp của Ý đang tạo ra doanh thu thông qua khách hàng doanh nghiệp với doanh nghiệp

(64,9%) và trong khu vực đồng euro (90,6%, trong đó 81,0% đang được tạo ra ở Ý. Trung tâm khởi nghiệp chính của Ý là Rome, với Milan là trung tâm mới nổi cho các nhà đổi mới.

10 công ty khởi nghiệp của Ý đáng chú ý trong năm 2022

Ý được biết đến là đất nước nổi tiếng về ẩm thực, những dấu tích lịch sử ở mọi ngõ ngách và cuộc sống nơi đây thật ngọt ngào. Ý là nơi tổ chức các hoạt động chào đón du khách từ khắp nơi trên thế giới đến để trải nghiệm những nét độc đáo của đất nước xinh đẹp này.

Không chỉ có đồ ăn ngon và kiến trúc đẹp, Ý còn là nền kinh tế lớn thứ 4 ở châu Âu và luôn đi đầu về

đổi mới sáng tạo như nhà sáng tạo tiên phong người Ý Leonardo da Vinci.

Tuy nhiên, cho đến nay, hệ sinh thái khởi nghiệp của Ý có một khởi đầu tương đối chậm chạp so với các trung tâm lớn hơn như Đức hoặc Pháp. Ý đứng vị trí thứ 12 về đầu tư VC ở châu Âu, với 3,6 tỷ Euro đã huy động được trong 5 năm qua. Đất nước này cho đến nay đã chào đón hai kỳ lân (Yoox và MutuiOnline) và có 12 soonicorns (kỳ lân tiềm năng) đang được để mắt tới. Hơn nữa, điều quan trọng cần lưu ý là Ý cũng là nơi sản sinh ra nhiều Kỳ Lân đã chuyển ra nước ngoài để mở rộng quy mô - chẳng hạn như London's Depop. Trong những năm gần đây, hệ sinh thái khởi nghiệp của Ý đã có nhiều bước tiến lớn được thực hiện nhằm mở rộng quy mô và đưa đất nước xinh đẹp này trở nên vững chắc hơn trên thị trường châu Âu. Các quỹ như Quỹ đầu tư mạo hiểm CDP và Quỹ đổi mới quốc gia, Enea Tech về chuyển giao công nghệ và Quỹ phục hồi đóng vai trò quan trọng trong việc này. Kết quả là, đầu tư mạo hiểm đang tăng nhanh.

Hệ sinh thái khởi nghiệp của Ý năm 2022 đã có những khởi sắc. Với nguồn vốn tăng lên, khả năng tiếp cận công nghệ mới cũng tăng, thể hệ tài năng và các nhà đổi mới đã có những chuyển biến tích cực, khả năng tiếp cận nguồn vốn ngày càng tăng và chi phí sản xuất thấp - đất nước có rất ít yếu tố kìm hãm sự phát triển.

Danh sách 10 công ty khởi nghiệp của Ý đáng chú ý trong năm 2022 và hơn thế nữa (tất cả đều được thành lập sau năm 2018).

Macai - Được thành lập vào năm 2021, công ty khởi nghiệp của Milan đã có cách tiếp cận mới đối với các siêu thị kỹ thuật số - tập trung vào ưu đãi thay vì tốc độ. Vào tháng 11 năm 2021, công ty đã thu được 2,6 triệu Euro ở vòng hạt giống - đây là vòng đầu lớn nhất từ trước đến nay tại thị trường Ý. Giá bán lẻ và giao hàng nhanh chóng, thân thiện với môi trường là một số yếu tố vượt trội của công ty khởi

ngiệp này, với sứ mệnh lâu dài là định hình lại sự trải nghiệm mua sắm hàng tạp hóa. Hiện đang hoạt động tại Milan và Turin, công ty sẽ khai trương thêm nhiều cửa hàng ở Bắc Ý, với mục tiêu dài hạn là trở thành công ty chính ở Nam và Trung Âu.

Wetacoo - Được thành lập ở Rome năm 2021, Wetacoo giải quyết nhu cầu về không gian lưu trữ đối với khách hàng tư nhân và doanh nghiệp nhỏ, công ty cung cấp những giải pháp linh hoạt dựa trên việc lấy khách hàng làm trung tâm, đổi mới công nghệ và hậu cần nội bộ. Khách hàng của Wetacoo có thể yêu cầu nhận hàng ở đâu và khi nào họ thích, hàng hóa được cất giữ an toàn trong nhà kho và được giao lại khi có yêu cầu.



Cho đến nay, công ty đã huy động được 750 nghìn Euro cho công nghệ sáng tạo về lưu trữ và giao hàng ở Rome. Là một dịch vụ linh hoạt theo yêu cầu, và mọi người đều có thể sử dụng được.

Epicode School - Được thành lập vào năm 2020, Epicode là một công ty khởi nghiệp edtech mang tính cách mạng dành riêng cho các khóa học ngắn hạn, cường độ cao nhằm nâng cao khả năng đào tạo và phát triển kỹ năng của con người. Công ty có trụ sở tại Rome, chuyên tổ chức các khóa học theo phong cách 'bootcamp', cho phép người dùng trở thành nhà phát triển web chỉ trong ba tháng và họ có thể làm việc ngay lập tức. Với 100% các khóa học trực tuyến, nội dung hoàn toàn có thể truy cập được đối với tất cả mọi người. Với 70% khóa học dành riêng cho thực hành và cách bạn học đó là làm việc. Công ty trẻ này đã huy động được 1 triệu Euro và dự



PatchAi - Nền tảng chăm sóc sức khỏe kỹ thuật số.

kiến sẽ phát triển và mở rộng hơn nữa khi nhu cầu của các nhà phát triển web ở châu Âu đang tăng lên.

PatchAi - PatchAi là một nền tảng nhận thức đang ủng hộ việc tham gia bằng sáng chế. Được thành lập vào năm 2019, công ty khởi nghiệp này nhằm mục đích biến nghiên cứu lâm sàng thành một công việc nhân đạo hơn thông qua công nghệ. Trợ lý ảo thông minh của PatchAi sử dụng các cuộc hội thoại để điều chỉnh tính cách, phù hợp với sở thích và nhu cầu của từng bậc cha mẹ. Công ty khởi nghiệp medtech cho đến nay đã huy động được hơn 2,6 triệu Euro. Vì đại dịch đã đẩy nhanh xu hướng đối với các phương pháp tiếp cận chăm sóc sức khỏe kỹ thuật số, nên có thể dự đoán rằng vào năm 2022, PatchAi có vị trí tốt để được mở rộng hơn nữa.

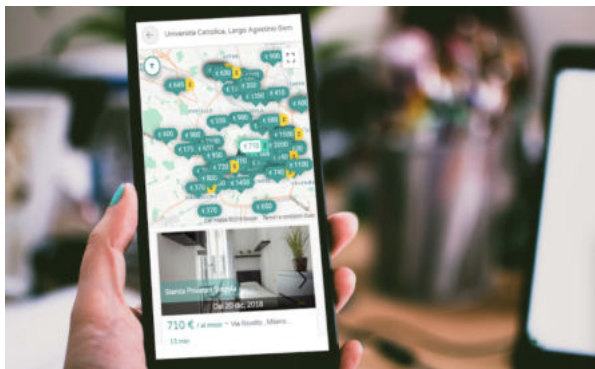
Wiseair - Đến từ Milan và được thành lập vào năm 2019, Wiseair thực hiện sứ mệnh cho phép tất cả mọi người trên thế giới được hít thở bầu không khí trong sạch. Công ty khởi nghiệp này hoạt động nhằm tạo điều kiện cho các thành phố, người dân và doanh nghiệp đo lường và tìm hiểu về chất lượng không khí bằng cách tạo ra dữ liệu và thông tin có

tính hành động, định hướng giải pháp và nâng cao nhận thức. Vào cuối năm 2021, công ty trẻ đã kết thúc vòng hạt giống trị giá 1 triệu euro và đánh dấu một năm thú vị sắp tới. Công ty khởi nghiệp này cung cấp một cảm biến phù hợp để đo chất lượng không khí - có thể được sử dụng ở giữa một thành phố hoặc một ngôi làng nhỏ. Thông qua ứng dụng Wiseair, dữ liệu thô được chuyển đổi thành thông tin có thể truy cập và hoạt động để mọi người có thể nhận thức rõ hơn về không khí mà họ hít thở và là một phần của sứ mệnh làm sạch không phận của chúng ta.

BOOM - Được thành lập vào năm 2018, Milanese BOOM, đã trải qua một thời kỳ phát triển nhanh và đầy ấn tượng. BOOM là một công ty khởi nghiệp về công nghệ ảnh, phát triển và quản lý các công cụ kỹ thuật số nhằm tối ưu hóa quá trình sản xuất và mua lại các tài sản trực quan trên toàn thế giới. Công ty cung cấp nền tảng hệ thống đặt hàng giúp hợp lý hóa toàn bộ quy trình của buổi chụp hình, từ đặt phòng đến giao hàng cuối cùng, cũng như các công cụ để tạo điều kiện thuận lợi cho công việc của mạng lưới

nhiệp ảnh gia, giúp họ theo dõi các nhiệm vụ đã lên lịch và tương tác với tất cả các bên liên quan - giải quyết nhu cầu của các doanh nghiệp địa phương cũng như các công ty toàn cầu trong các lĩnh vực bất động sản, giao hàng thực phẩm, thương mại điện tử, thời trang và hơn thế nữa.

Zappyrent



Công ty khởi nghiệp Proptech, Zappyrent, tạo điều kiện cho thuê bất động sản nhà ở từ đầu đến cuối - tối ưu hóa lượt xem, thanh toán và hơn thế nữa. Sử dụng công nghệ để làm cho việc giao dịch bất động sản nhanh hơn, thuận tiện hơn và đáng tin cậy hơn, Zappyrent đang cải thiện mối quan hệ giữa chủ nhà và người thuê. Ra mắt vào năm 2019, nền tảng này đang hoạt động trên 7 thành phố ở Ý (Milan, Rome, Florence, Bologna, Verona, Turin và Catania). Zappyrent có thể mong đợi một năm 2022 thú vị.

Buddyfit - Cung cấp trải nghiệm phòng tập gym kỹ thuật số với các lớp học trực tiếp hàng tháng với các huấn luyện viên hàng đầu, Buddyfit cho phép người dùng theo dõi tiến độ tập và cũng có thể tương tác với huấn luyện viên của mình khi nào họ muốn. Với khả năng sử dụng đa phương thức, Buddyfit giúp mọi người chăm sóc sức khỏe thể chất (và tinh thần) theo cách có ý nghĩa nhất đối với họ, ở bất cứ đâu họ thích. Công ty khởi nghiệp công nghệ thể thao có trụ sở chính tại Genoa nhưng có các studio ở Milan và Barcelona. Công ty khởi nghiệp cũng cam kết trồng một cây với mỗi 100 bài tập

được hoàn thành.

FlowPAY - Công ty khởi nghiệp fintech FlowPay là một nền tảng thiết kế giải pháp ngân hàng mở, hỗ trợ các doanh nghiệp tối ưu hóa và tự động hóa các nhiệm vụ quản trị, lập hóa đơn và thanh toán. Nền tảng được phát triển nội bộ bởi Flowpay, có thể được tích hợp thông qua API. Công ty khởi nghiệp cũng đang phát triển các trường hợp sử dụng dành riêng cho các hoạt động của tổ chức cung cấp dịch vụ trực tuyến, giải pháp ERP, giao dịch hóa đơn, thương mại điện tử B2B và ví kỹ thuật số. Là đơn vị tiên phong trong không gian ngân hàng mở dành cho thanh toán B2B, công ty đã được Crunchbase thừa nhận vào năm 2021 như một kho báu tiềm ẩn của fintech Ý, vì vậy chắc chắn sẽ rất thú vị mà năm 2022 mang lại.

Abiby - Công ty khởi nghiệp mỹ phẩm Abiby có trụ sở tại Milan, đang cung cấp dịch vụ đăng ký hộp làm đẹp độc quyền và đang phát triển nhanh chóng.

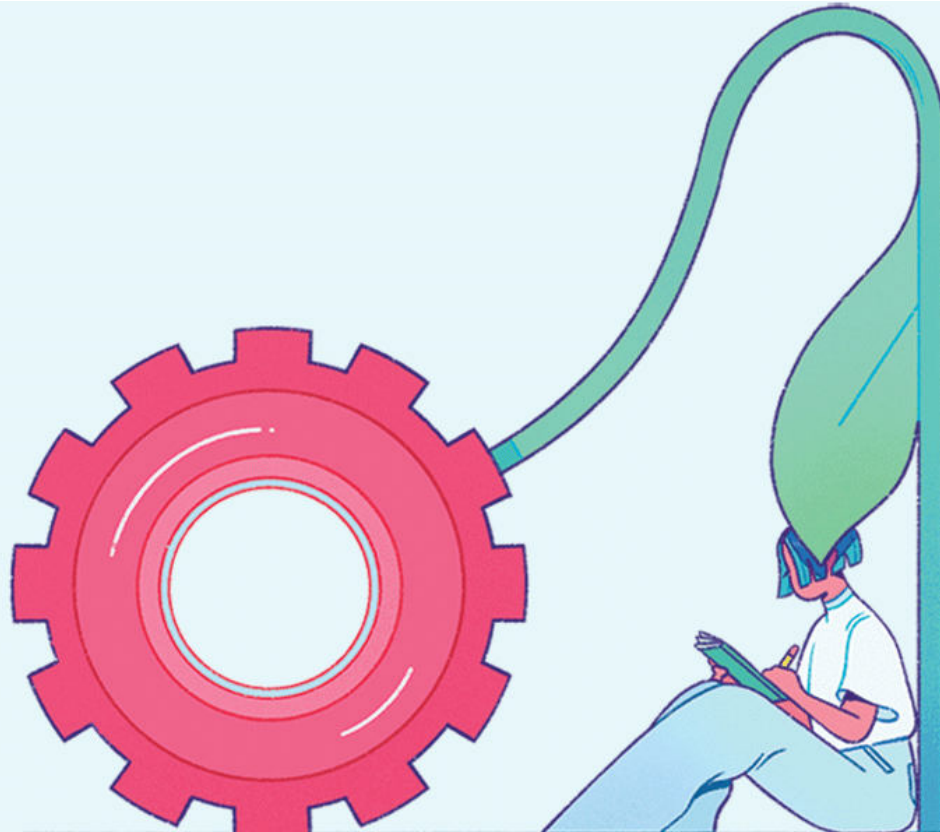


Công ty khởi nghiệp cung cấp khả năng hiển thị các thương hiệu và xu hướng mỹ phẩm cao cấp mới nổi từ khắp nơi trên thế giới mà người dùng sẽ không biết hoặc có khả năng thử, cho phép chính các thương hiệu này thâm nhập thị trường Ý.

Năm 2021, công ty nhận được khoản đầu tư 2,1 triệu Euro. Với cách tiếp cận bền vững của doanh nghiệp, công ty khởi nghiệp làm việc với các thương hiệu thuần chay và không độc hại, đồng thời hộp hoàn toàn có thể tái chế./.

Minh Phụng

(TH eu-startups.com và startupmonitor.eu)



HÃY NGỪNG PHÁ HOẠI NĂNG LỰC ĐỔI MỚI CỦA BẠN (PHẦN 1)

Năm 1974, một kỹ sư trẻ của Kodak tên là Steven Sasson được giao một nhiệm vụ khá thú vị: tìm xem liệu có một phát minh mới nào có ứng dụng thực tế có khả năng biến ánh sáng thành dữ liệu hay không. Ông đã chế tạo một thiết bị có thể chụp và hiển thị các bức ảnh kỹ thuật số trên màn hình và háo hức trình bày nó với các ông chủ của mình. Nhưng ông đã mắc một sai lầm chiến thuật, đó là gọi công nghệ mới là “chụp ảnh không cần phim”. Cách gọi này gây xung đột với chính đồng nghiệp của ông, những giám đốc điều hành có nghề nghiệp phụ thuộc vào việc bán và xử lý phim. Hệ quả là, thay vì giành được lợi thế trên thị trường tiêu dùng, Kodak chỉ có thể đứng vững trong gần hai thập kỷ.

Tại sao Sasson lại có thể gây ra một sơ sót như

vậy? Ông đã bị cuốn đi bởi lòng nhiệt tình dành cho phát minh của mình. Sau này, ông cho biết, "Tôi chưa bao giờ nghĩ rằng tôi đã mâu thuẫn với sứ mệnh cơ bản của công ty trong 100 năm qua." Những nhà đổi mới như Sasson có thể là kẻ thù tồi tệ nhất của chính họ, bị chệch hướng bởi những đặc điểm cá nhân, chẳng hạn như sự tự tin và lạc quan, vốn là những điều cần thiết cho sự sáng tạo nhưng có thể độc hại khi bị coi là cực đoan và bởi những cảm xúc như sợ hãi, nghi ngờ, hối hận và thất vọng, vốn mang tính điển hình khi thử một cái gì đó mới nhưng rất dễ bị đình chỉ hoặc phá hủy nỗ lực.

Sau khi phỏng vấn và nghiên cứu hàng trăm nhà đổi mới thành công và không thành công, các tác giả của bài phân tích này nhận thấy rằng nhiều người

xem nhẹ và do đó phải vật lộn để xoay xở với những rào cản tâm lý như vậy. Và mặc dù có rất nhiều lời khuyên thiết thực về cách đổi mới sáng tạo, từ tư duy thiết kế đến các phương pháp khởi nghiệp tinh gọn và chạy nước rút, nhưng rất khó tìm thấy hướng dẫn chuyên sâu về cách chinh phục những thách thức tinh thần liên quan. Sau đây là những trở ngại mà một số doanh nhân nổi tiếng thường gặp phải.

Nỗi sợ hãi khi khởi nghiệp

Nỗi sợ hãi có thể ập đến bất cứ lúc nào, nhưng nó đặc biệt trở nên rõ rệt khi bạn nghĩ về cách vượt qua ngưỡng từ suy nghĩ đến hành động. Theo đuổi ý tưởng của bạn gần như chắc chắn có rủi ro – rủi ro đối với tiền tiết kiệm, danh tiếng, sự nghiệp của bạn. Jeff Bezos nói với người quản lý tại quỹ đầu cơ D.E. Shaw về khái niệm bán sách trực tuyến của mình và nhận được câu trả lời “*Tôi cho rằng đây sẽ là một ý tưởng phù hợp hơn cho những người chưa có việc làm tốt*”. Đối với Bezos, nhận xét đó đã đưa ra một tình huống khó xử: Liệu ông có nên gây phương hại cho hoàn cảnh thoải mái, địa vị và sự an toàn hiện tại của mình vì viễn cảnh bất ổn về thu nhập trong tương lai? Khi đối mặt với những ngờ vực tương tự, các chiến thuật sau đây có thể hữu ích.

Tham khảo tương lai của chính bạn

Mọi người luôn cố gắng tránh những lựa chọn rủi ro bằng cách phóng đại những hậu quả tiêu cực có thể xảy ra sau đó. Một lăng kính phóng đại mạnh đặc biệt được gọi là *sự hồi tiếc tương lai*: Chúng ta tưởng tượng rằng chúng ta sẽ tự buộc tội bản thân mình như thế nào nếu dự án của chúng ta trở nên dở tệ. Mong muốn tránh cảm giác đó sẽ khuyến khích chủ nghĩa bảo thủ - nhưng bạn có thể chống lại nó. Thay vì tập trung vào nỗi đau do nỗ lực thất bại, hãy tưởng tượng bạn sẽ cảm thấy như thế nào trong nhiều năm sau nếu bạn chỉ sống một cách an toàn và gác lại ước mơ của mình.

Bezos đã vật lộn trong nhiều ngày trước khi tìm ra cách hiệu quả để đưa ra quyết định của mình.

Ông hình dung mình như một ông già đang suy ngẫm lại về cuộc đời mình. “Tôi có hối hận khi rời công ty này không?” ông tự hỏi mình. “Tôi nghĩ, khi tôi 80 tuổi, tôi sẽ không nghĩ về điều đó; Tôi thậm chí sẽ không nhớ nó. Nhưng... thực tế là tôi biết, tôi đã có ý tưởng này, và nếu tôi không thử, tôi sẽ hối hận. Ngay khi tôi nghĩ về nó theo cách đó, tôi biết mình phải thử”. Bằng cách tự dự đoán về tương lai, Bezos đã cảm nhận được sự hồi tiếc hiện sinh đến từ những lựa chọn đi ngược lại với niềm tin hoặc nhu cầu phát triển.

Hãy để nỗi sợ hãi là một người thầy

Ngoài nỗi sợ về những gì phải từ bỏ, bạn cũng có thể lo lắng về khả năng thành công. Bạn có thể đặt câu hỏi về khả năng tồn tại của ý tưởng, khả năng phát triển nó, hoặc khả năng thâm nhập vào một thị trường lâu đời hoặc ảnh hưởng đến một ngành công nghiệp trưởng thành. Những nỗi sợ hãi như vậy có thể kết tinh thành dự báo rồi có thể đưa bạn đến bế tắc. Một chiến thuật phổ biến để quản lý những nỗi sợ này là trấn áp chúng và tiếp tục một cách bất chấp. Nhưng nghiên cứu cho thấy rằng khi làm như vậy, bạn cũng có thể bỏ lỡ những điểm mốc quan trọng. Nỗi sợ hãi không chỉ là một sức mạnh mang tính ức chế; nó có thể là một người thầy mạnh mẽ, báo hiệu rằng bạn đang không được trang bị đầy đủ hoặc thiếu thông tin. Vì vậy, xác định chính xác nguồn gốc nỗi lo lắng là rất quan trọng để giải quyết nó.

Khi Bezos quyết định theo đuổi dự án kinh doanh của mình, ông đã bị cản trở bởi những nỗi lo sợ thất bại. Ông nói với bố mẹ rằng có tới 70% khả năng họ sẽ không lấy lại được khoản đầu tư hạt giống. Ông tự tin vào tính hợp lý của ý tưởng của mình, đã phân tích kỹ lưỡng bối cảnh và xác định rằng sách là sản phẩm khả thi nhất để bán trực tuyến, nhưng ông không chắc có đủ kiến thức để thực hiện thành công ý tưởng này. Ông nhận ra rằng ông chỉ có thể làm tăng cơ hội thành công của mình

bằng cách đảm bảo có thể tiếp cận tới nguồn nhân lực công nghệ giỏi và nguồn sách phong phú, vì vậy ông chuyển đến Seattle - quê hương của Microsoft và chỉ cách nhà phân phối sách lớn nhất của Mỹ vài giờ lái xe. Nỗi sợ hãi đã khiến ông phải tìm và giải quyết những thách thức chính về kỹ thuật và logistic.

Ngược lại, Bill Gates rất tự tin vào khả năng thực hiện ý tưởng mà sau này sẽ trở thành Microsoft, nhưng ông phải vượt qua hai đặc điểm mang tính cá nhân: tính hướng nội và ngoại hình quá trẻ. Vì vậy, khi ông giới thiệu phần mềm (chưa được viết ra) của mình cho các nhà sản xuất máy tính bộ Altair – bằng cách gọi điện từ ký túc xá Harvard của mình – ông phải giả mạo là Paul Allen, bạn hợp tác không chính thức và hơn ông hai tuổi. Gates biết rằng nếu khách hàng tỏ ra quan tâm thì Allen với vẻ ngoài chừng chắc hơn sẽ tham gia cuộc họp. Nhiều năm sau này, Allen nói với Harvard Gazette, "Tôi đã để râu và ít nhất trông giống một người trưởng thành, trong khi Bill vẫn có thể đậu vào năm hai đại học." Mặc dù Gates và Allen sau này chia tay, nhưng Gates cho biết sự hợp tác của họ là quyết định kinh doanh tốt nhất mà ông từng đưa ra.

Khi bạn xác định được nguồn gốc nỗi sợ hãi của mình, bạn có thể tìm kiếm thông tin hoặc đối tác để bù đắp cho những thiếu sót về năng lực hay uy tín hoặc cả hai của mình.

Nỗi thất vọng sau những thất bại

Có thể bạn đã nghe những câu ngạn ngữ về việc học hỏi từ thất bại. Nhưng, như giáo sư Dean Shepherd, Đại học Indiana đã nhấn mạnh, quá trình này không tự diễn ra: Nó đòi hỏi nỗ lực và kỷ luật có ý thức. Các bước sau đây có thể giúp ích cho bạn.

Hãy mở xẻ thất bại của bạn

Rắc rối với thất bại, ngoài điều hiển nhiên, là nó tạo ra những cảm xúc tiêu cực làm cản trở việc học hỏi như: chối bỏ, tức giận, tuyệt vọng và tự trách bản thân. Những người đổi mới sáng tạo đặc biệt dễ có những cảm giác đó bởi vì họ rất gắn bó với các

dự án của mình. Để tránh cạm bẫy này, hãy bắt đầu bằng cách mở xẻ thất bại của bạn. Chính xác thì điều gì đã sai, và tại sao? Những điểm nào sai? Những điều nào đúng?

Năm 2000, Jimmy Wales đã rất thất vọng về tốc độ tiến bộ chậm như ốc sên của liên doanh bách khoa toàn thư trực tuyến đầu tiên của ông, Nupedia. Ông và tổng biên tập của mình, Larry Sanger, cho rằng bách khoa toàn thư này "cần phải có tính học thuật cao, nếu không mọi người sẽ không tin tưởng nó". Các mục đã thực sự tương đương chất lượng với các ấn phẩm học thuật - nhưng tốc độ sản xuất thì không. Wales cho biết: "Tôi đã chi khoảng 250.000 USD để có được 12 bài báo đầu tiên.



Cuối cùng, ông quyết định điều tra vấn đề bằng cách tự viết và đăng. Ông nhận ra rằng hệ thống bình duyệt (peer review) cực kỳ công kênh đối với những người đóng góp, những người vốn không được trả lương. Vào thời điểm đó, Wales hiểu rằng kế hoạch ban đầu của ông sẽ không thành công. Đó là bước đầu tiên để đối mặt với sự thất vọng và tìm ra con đường phía trước của ông.

Đối mặt trực tiếp với nỗi đau của bạn

Là một nhà đổi mới, bạn sẽ gặp phải những lần thất vọng cùng cực, những lần xoay chiều hoặc bị từ chối như những mối đe dọa đối với ước mơ và bản ngã của bạn. Để đối phó với những tổn thất sâu sắc đó, George Kohlrieser, nhà nghiên cứu ở IMD, đề xuất một quy trình ba bước dựa trên nghiên cứu với hàng nghìn giám đốc điều hành. Trước tiên, bạn phải nhận thức nỗi đau một cách có ý thức - đặt tên cho cảm giác của bạn và thảo luận về điều đó với



gia đình, bạn bè và những người khác để hiểu về cảm giác đó. Điều này sẽ giúp bạn thực hiện hai bước tiếp theo: chấp nhận và sau đó buông bỏ mất mát, và hành động theo một hướng mới.

Ngay sau trải nghiệm với Nupedia giúp mở mang tầm mắt, Wales và Sanger đã tạo ra một trang web bách khoa toàn thư riêng được hỗ trợ bởi phần mềm wiki - công nghệ cho phép nhiều người làm việc tương tác trên các bản nháp. Chỉ trong hai tuần, 600 mục đã được hình thành. “Nếu tôi cứ khư khư với cái tôi của mình với bản thiết kế ban đầu... thì tôi đã dừng lại,” Wales nói. Nhưng vì ông đã gần như bỏ việc để gác lại Nupedia, nên ông đã có thể bắt đầu một khởi đầu mới. Và thế là Wikipedia ra đời.

Tái định khung Từ chối

Khi James Dyson, người phát minh ra chiếc máy hút bụi mang tên mình, giới thiệu sản phẩm của mình với các thương hiệu hút bụi hàng đầu, ông đã kỳ vọng họ sẽ chớp lấy cơ hội cấp phép cho chiếc máy hút bụi không túi đầu tiên này. Nhưng ông chỉ nhận được phản ứng lạnh lùng giống như Sasson đã nhận được từ các ông chủ Kodak, và cũng vì một lý do tương tự: Công nghệ mới được coi là mối đe

dọa đối với mô hình kinh doanh của công ty, theo đó khách hàng trả tiền mua máy một lần và phải mua mua túi thường xuyên. Dyson đã tái định khung lại những lời từ chối, tập trung vào những điều mà các công ty không nói: Họ chẳng đưa được ra lý do thuyết phục nào để từ chối ông. Ông nhớ lại “Nếu họ đưa ra cho tôi một lý do thực sự chính đáng, thì có lẽ tôi đã rất lo lắng”.

Cuối cùng, Dyson đã chuyển giao thiết kế của mình cho một công ty Nhật Bản không có lịch sử kinh doanh về máy hút bụi và do đó không có lý do gì để bảo vệ việc bán túi. Công ty này đã tiếp thị chiếc máy hút bụi như một thiết bị tương lai cho người tiêu dùng thượng lưu độc quyền ở Nhật Bản, dưới nhãn G-Force. Tiền bản quyền từ thành công đó đã giúp Dyson sản xuất một sản phẩm chủ đạo dưới tên của chính mình.

Thất bại có thể tạo cơ hội để lật ngược tình thế. Nhưng nếu bạn cứ mãi mắc kẹt trong nỗi đau của mình thì bạn có thể sẽ bỏ lỡ cơ hội./.

Phương Anh

(Harvard Business Review Magazine, số

11-12/2021)