

PHÁT TRIỂN TRUNG TÂM HỖ TRỢ KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO QUỐC GIA TẠI HÀ NỘI, ĐÀ NẴNG VÀ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Thủ tướng Chính phủ vừa ban hành Quyết định số 188/QĐ-TTg sửa đổi, bổ sung một số điều của Quyết định số 844/QĐ-TTg ngày 18/5/2016 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Đề án Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025.

Theo đó, Thủ tướng quyết định bổ sung mục tiêu của đề án là xây dựng hệ thống trung tâm đổi mới sáng tạo hỗ trợ nghiên cứu phát triển, khởi nghiệp sáng tạo, bảo đảm vận hành thành công các trung tâm với các cơ chế, chính sách đặc thù, vượt trội, cạnh tranh so với khu vực và quốc tế; phát triển Trung tâm Hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo quốc gia tại 3 thành phố Hà Nội, Đà Nẵng và Tp. Hồ Chí Minh và các trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại các bộ, ngành, địa phương, tổ chức có tiềm năng về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Phát triển mạng lưới khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia, khuyến khích sự tương tác, kết nối nguồn lực trong hệ thống các trung tâm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và các chủ thể trong hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong nước, nước ngoài; đến năm 2025, có chương trình hợp tác với đối tác quốc tế tại ít nhất 5 hệ sinh thái khởi

ngiệp đổi mới sáng tạo có uy tín trên thế giới.

Tầm nhìn đến năm 2030, hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đạt xếp hạng trong 15 hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo mới nổi của khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Quyết định cũng sửa đổi, bổ sung quy định về các hoạt động của đề án. Cụ thể, hình thành và hỗ trợ phát triển mạng lưới khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia với các nội dung hỗ trợ kinh phí cho các hoạt động như xây dựng, phát triển mạng lưới tổ chức, cá nhân khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, thu hút nguồn lực quốc tế hỗ trợ cho khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong nước; hợp tác với chuyên gia, tổ chức quốc tế trong đào tạo, huấn luyện, tư vấn chuyển giao công nghệ, đầu tư, phát triển thị trường; mời chuyên gia, cố vấn, người Việt Nam thành công ở nước ngoài đến làm việc, tư vấn thường xuyên, cung cấp dịch vụ cho các khu dịch vụ tập trung hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo ở phạm vi ngành, vùng, địa phương, cơ sở; tổ chức hội nghị, hội thảo khoa học, diễn đàn cấp cao mạng lưới khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hàng năm, ở quy mô quốc gia, quốc tế ■

Bản tin KNDMST số 6/2021

HỘI ĐỒNG CỐ VẤN KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO QUỐC GIA: ĐỒNG HÀNH CÙNG STARTUP

Hội đồng ra đời với mục tiêu cao cả nhất, vì trách nhiệm cộng đồng, cống hiến giá trị bản thân cho xã hội, đào tạo, cố vấn, chia sẻ kiến thức, kinh nghiệm khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cho các dự án.

Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo được coi là một trong những động lực then chốt thúc đẩy

phát triển kinh tế, là “chìa khóa” để Việt Nam chuyển đổi từ mô hình kinh tế truyền thống, vốn dựa vào lao động giá rẻ và tài nguyên thiên nhiên, sang mô hình tăng trưởng mới dựa trên năng suất và đổi mới sáng tạo. Chính vì vậy, các cấp, ngành, địa phương cần tích cực vào cuộc, tăng cường kết nối để tận dụng

hiệu quả các nguồn lực, hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo...

Cùng với việc xây dựng, hình thành và phát triển hệ sinh thái (HST) khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia, Hội đồng Cố vấn khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia (VSMA) ra đời với sứ mệnh sẽ trở thành một cầu phân quan trọng của Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo tại Việt Nam. Gắn với mục tiêu Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” (Đề án 844) của Thủ tướng Chính phủ do Bộ Khoa học và Công nghệ chủ trì và thực hiện. Sự ra đời của VSMA cũng chính là sự nối tiếp và phát triển kết quả thực hiện một số nhiệm vụ đào tạo huấn luyện viên, cố vấn khởi nghiệp sáng tạo của Đề án 844 do Tạp chí Diễn đàn Doanh nghiệp (DĐDN) chủ trì thực hiện trong 2 năm 2018-2019.

VSMA hoạt động trên nguyên tắc vì trách nhiệm cộng đồng, cống hiến giá trị của bản thân cho xã hội. Đồng thời đây cũng là một tổ chức thành viên của Chương trình Khởi nghiệp quốc gia, được tổ chức và hoạt động theo nguyên tắc

tự nguyện, bình đẳng, hiệp thương dân chủ, thống nhất hành động và cứ 3 năm một lần, Hội đồng sẽ họp tổng kết và đánh giá những thành tích đã đạt được và đưa ra phương hướng hoạt động cho 3 năm tiếp theo.

VSMA triển khai nhiều hoạt động trực tiếp như: Đào tạo nâng cao năng lực, xây dựng và hình thành đội ngũ cố vấn các địa phương; Cố vấn trực tiếp cho các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST; Các hoạt động tư vấn, đánh giá và xây dựng HST địa phương dựa trên lợi thế và nguồn lực, thế mạnh của từng vùng, địa phương...; Tiến tới xây dựng một nền tảng để kết nối mạng lưới cố vấn với những người khởi nghiệp, Ban Điều hành do Hội đồng thành lập sẽ sắp xếp người điều phối trên nền tảng này.

Với sự nỗ lực, công hiến, tâm huyết và trách nhiệm với xã hội của các thành viên VSMA, Hội đồng kỳ vọng sẽ trở thành một tổ chức tiên phong, lan tỏa tinh thần và chuyển tải thông điệp về ĐMST một cách đúng đắn nhất, góp phần vào sự phát triển kinh tế ■

Bản tin KNĐMST số 1/2021

VIỆT NAM CÓ BA ĐẠI DIỆN ĐƯỢC VINH DANH DẪN ĐẦU VỀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO KHU VỰC NAM Á VÀ ĐÔNG NAM Á

Trong danh sách các tổ chức dẫn đầu về đổi mới sáng tạo năm 2020 trong khu vực Nam Á và Đông Nam Á của công ty dữ liệu Clarivate, Việt Nam có ba đại diện, gồm Trường Đại học Bách khoa Hà Nội, Viện Hàn lâm KH&CN Việt Nam và Tập đoàn Viettel.

Clarivate, tổ chức Anh quốc hàng đầu thế giới về cung cấp dữ liệu tin cậy để thúc đẩy đổi mới sáng tạo, mới đây đã công nhận 235 tổ chức dẫn đầu về đổi mới sáng tạo, bao gồm các trường đại học, cơ quan nghiên cứu của chính

phủ và các tập đoàn công nghệ năm 2020 khu vực Nam Á và Đông Nam Á. Trong đó, 28 tổ chức được Clarivate trao Giải thưởng Đổi mới sáng tạo 2020 (Innovation Awards 2020).

Các giải thưởng được trao dựa trên những tiêu chí như số lượng bằng sáng chế, số lượng trích dẫn, thành công của bằng sáng chế và mức độ toàn cầu hóa - sử dụng dữ liệu về bằng sáng chế từ Patents Index™ (DWPI) và Derwent Patent Citations Index™ (DPCI).

Trường Đại học Bách khoa Hà Nội trở thành trường đại học đầu tiên ở Việt Nam được

Clarivate trao giải thưởng này. Kết quả này là thành quả của sự nỗ lực thực hiện định hướng phát triển của Trường Đại học Bách khoa Hà Nội trong những năm vừa qua - coi phát triển KH&CN, thúc đẩy đổi mới sáng tạo là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của nhà trường. Trường Đại học Bách khoa Hà Nội đã thành lập một hệ sinh thái để thúc đẩy các hoạt động đổi mới sáng tạo bao gồm hệ thống doanh nghiệp trong nhà trường (BK-Holdings); bộ phận hỗ trợ thương mại hóa các phát minh, sáng chế, giải pháp hữu ích (BK-TTO); quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo (BKFund)...

Trong các hạng mục khác, Việt Nam có thêm hai đại diện vinh dự nhận giải này bao gồm Viện Hàn lâm KH&CN Việt Nam (hạng mục Tổ chức nghiên cứu của Chính phủ) và

Tập đoàn Công nghiệp - Viễn thông Quân đội Viettel (hạng mục Doanh nghiệp).

Clarivate là công ty sở hữu khối lượng lớn dữ liệu về các tạp chí, bài báo, sáng chế, sở hữu trí tuệ trên toàn thế giới, dẫn đầu toàn cầu trong việc cung cấp thông tin chi tiết và phân tích tin cậy về uy tín chất lượng nghiên cứu khoa học, đổi mới sáng tạo, trong đó có danh mục các bài báo ISI. Cơ sở dữ liệu chuyên gia của Clarivate gồm hơn 8.500 chuyên gia tại hơn 40 quốc gia trên toàn cầu.

Hàng năm, Clarivate công bố danh sách các tổ chức đổi mới sáng tạo toàn thế giới và tại các châu lục, khu vực chia thành các nhóm: Cơ sở giáo dục đại học, các tổ chức nghiên cứu của Chính phủ và Doanh nghiệp ■

Bản tin KNDMST số 1/2021

CHIẾN LƯỢC “GIỮ CHÂN” NGƯỜI TÀI TRONG THỜI DỊCH

Trong bối cảnh dịch bệnh, dù gặp khó khăn, nhưng các startup vẫn rất cần “giữ chân” những nhân sự giỏi, chờ thời cơ để bứt phá trở lại.

Cắt giảm nhân sự là giải pháp cuối cùng

Vì tập trung vào mục tiêu kinh doanh, nên đôi khi chiến lược quản trị nhân sự bài bản bị các nhà sáng lập lãng quên, dẫn đến tình trạng người tài rời đi chỉ sau một thời gian làm việc. Đặc biệt, khi đại dịch Covid-19 bùng phát, bài toán giữ chân người tài, chờ thời cơ và bứt phá trở lại được đặt ra đối với các startup ở mọi quy mô.

Thông thường, khi gặp khó khăn về kinh doanh, dòng vốn, startup hay nghĩ đến cắt giảm nhân sự. Song các chuyên gia cho rằng, đây chỉ là giải pháp cuối cùng, bởi nhân sự là phần xương sống cho hoạt động của bất kỳ tổ chức nào. Trước khi đi đến bước này, người lãnh đạo hãy nghĩ đến các phương án tối ưu hóa chi phí, cắt giảm chi phí không cần thiết như thuê mặt bằng, quảng cáo, đi lại...

Theo ông Nguyễn Hữu Bình, CEO TopDev (công ty chuyên về nhân sự ngành công nghệ thông tin), thời điểm này, startup nên chuyển sang giai đoạn “mài dao, mài kéo”, tiết kiệm chi phí, khoan tính đến chuyện giảm lương. Giai đoạn dịch bệnh cũng là bước khảo nghiệm vàng dành cho các công ty công nghệ để thực hiện hai nhiệm vụ chính, gồm soi lại sản phẩm, hoạt động của chính mình và tập trung cải tiến, xây dựng sản phẩm mới - những điều mà trước đây chưa có thời gian, điều kiện thực hiện. Trong khi đó, ông Nguyễn Hoàng Hải, đồng sáng lập Canavi.com (chuyên nhân sự về lĩnh vực du lịch, bán lẻ...) cho rằng, giải pháp cấp bách hơn đối với startup là tìm cách tạo ra doanh thu. Trong giai đoạn dịch bệnh, tiền có thể sẽ không về ngay, nhưng nếu làm tốt công tác thu thập dữ liệu khách hàng, chuẩn bị sẵn các bước..., thì khi dịch bệnh lắng xuống, doanh nghiệp có thể lập tức tận dụng thời cơ, tạo đà bứt phá.

Chiến lược bước vào “thời chiến”

Bà Phạm Lan Khanh, người sáng lập và là CEO FreelancerViet.vn khuyến nghị, nếu doanh nghiệp không có nguồn thu, các nhà sáng lập có thể nghĩ đến phương án chia sẻ quyền lợi cho nhân viên bằng cách bàn lại các điều khoản nhận lương hoặc giảm lương, nếu công ty phát triển trở lại sẽ có chính sách chia cổ phần cho họ.

Chẳng hạn, nhà sáng lập có thể thương lượng mời nhân sự giỏi bằng quyền mua cổ phiếu ưu đãi trong một khoảng thời gian, nếu nhân sự này gắn bó và có đóng góp tích cực. Nhân sự có quyền từ chối mua cổ phiếu nếu thấy không có lợi. Ngược lại, doanh nghiệp chỉ có quyền từ chối bán cổ phiếu cho nhân sự này nếu họ không hoàn thành các cam kết. Bên cạnh đó, chủ doanh nghiệp cần “tiếp lửa” cho các nhân viên bằng các định hướng cụ thể, hợp khích lệ tinh thần... Đây chính là một trong những giải pháp giúp giữ chân người giỏi, đồng lòng cùng công ty đi qua mùa dịch. Sáng lập công ty có thể xoay chuyển tình thế bằng cách biến mỗi nhân viên thành một nhân viên kinh doanh. Nếu mỗi người đều mang đến doanh

thu, thì doanh nghiệp có thể sống sót, tạo bàn đạp phát triển mạnh mẽ. Với những công việc không thường xuyên, hãy tận dụng đội ngũ lao động tự do, thuê ngoài. Đây là một trong những xu hướng chuyển dịch nhân sự không chỉ hiện tại, mà trong cả tương lai. Cuối cùng, việc startup cần phải làm là xác định văn hóa doanh nghiệp với kỷ luật là phương án được các chuyên gia đưa ra. Khi doanh nghiệp bước vào thời chiến, thì KPI, OKR (khuôn khổ quản trị theo mục tiêu và kết quả then chốt), kỷ luật lao động phải gấp đôi đến gấp ba so với bình thường. Lúc này, trưởng nhóm, lãnh đạo phải theo dõi từng công việc để tìm ra điểm yếu và khắc phục nhanh chóng. Mỗi ngày, các công ty có thể tổ chức họp mặt đầu ngày và kiểm tra hiệu quả công việc cuối ngày. Điều này không chỉ tăng khả năng tự giác cho nhân viên, mà còn rèn luyện khả năng ứng phó của họ trong bất cứ thời điểm khó khăn nào của doanh nghiệp.

“Nếu công ty nào xây dựng được văn hóa này, thì sau dịch, khả năng hoạt động của họ sẽ tăng cao hơn cả trước dịch”, ông Bình khẳng định ■

Bản tin KNDMST số 8/2021

KHAI PHÁ THẾ HỆ VÀNG KHOÍ NGHIỆP SÁNG TẠO

Để án hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp tập trung vào các trường đại học, học viện, trường cao đẳng và trường trung cấp thúc đẩy công tác hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp sáng tạo, hoàn thiện hệ sinh thái khởi nghiệp quốc gia.

Theo thống kê của Bộ KH&CN, Việt Nam hiện có hơn 1.400 tổ chức có năng lực hỗ trợ khởi nghiệp, trong đó có 196 khu làm việc chung, 69 vườn ươm doanh nghiệp và 28 tổ chức thúc đẩy kinh doanh được thành lập.

Số lượng quỹ đầu tư mạo hiểm coi Việt Nam là thị trường mục tiêu hoặc có hoạt động tại Việt Nam hiện nay là 108 quỹ, trong đó có

23 quỹ có pháp nhân Việt Nam, 23 quỹ thuần Việt. Việt Nam có 2 doanh nghiệp khởi nghiệp có định giá trên 1 tỷ USD và khoảng 10 doanh nghiệp khởi nghiệp có định giá hơn 100 triệu USD. Mặc dù đã có nhiều khởi sắc, song hệ sinh thái khởi nghiệp ở nước ta vẫn còn nhiều khó khăn, hạn chế. Đặc biệt, chưa có được hệ sinh thái khởi nghiệp hoàn chỉnh để thúc đẩy, nuôi dưỡng khởi nghiệp, lập nghiệp. Việc hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp còn nhiều khó khăn về vốn, pháp lý, đăng ký sở hữu trí tuệ, tính đồng bộ...

Đại diện Trung tâm Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa Hà Nội cho biết, mỗi năm thành

phổ có từ 25.000 đến 28.000 doanh nghiệp thành lập mới, song số doanh nghiệp khởi nghiệp thành công và gọi được vốn đầu tư từ những quỹ đầu tư chiếm tỷ lệ rất ít (khoảng 0,1%). Phần lớn doanh nghiệp khởi nghiệp hiện nay là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, phát triển kinh doanh trên nền tảng kỹ thuật số. Về tình trạng trên, ông Phan Bá Mạnh, sáng lập Công ty Công nghệ vận tải An Vui cho hay, hiện quy trình đầu tư doanh nghiệp khởi nghiệp đang áp dụng chung với nhóm doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài từ 1 triệu USD trở lên, thực hiện theo quy trình thủ tục đầu tư nước ngoài. Vì vậy, nhiều doanh nghiệp khi đàm phán xong sẽ chuyển sang quốc gia khác thành lập doanh nghiệp để thuận lợi trong việc nhận vốn góp.

Thực tế, cơ chế, chính sách hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo còn không ít bất cập. Đơn cử, Nghị định số 38/2018/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết về đầu tư cho doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo, quy định các nhà đầu tư tư nhân có thể thành lập quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo nhưng không được thành lập tư cách pháp nhân.

Ngoài ra, chỉ được tối đa 30 nhà đầu tư góp vốn thành lập quỹ, đầu tư không quá 50% vốn điều lệ của doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo... Đây là những quy định chưa phù hợp với đặc thù gọi vốn của các startup. “Các quy định hiện hành thực tế đang có nhiều điểm nghẽn đối với tiến trình đổi mới sáng tạo”, Thứ trưởng Bộ KH&CN Trần Văn Tùng cho biết.

Để phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp cần có sự nỗ lực và phối hợp, kết nối từ các cấp, ngành, doanh nghiệp khởi nghiệp đến các chủ thể trong hệ sinh thái. Phó Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) Hoàng Quang Phòng cho biết, hiện VCCI đang tập hợp được đội ngũ chuyên gia, cố vấn khởi nghiệp đổi mới sáng tạo hàng đầu tại Việt Nam để triển khai các hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp chuyên sâu và cao cấp.

Liên quan đến vấn đề này, Bộ trưởng Bộ KH&CN Huỳnh Thành Đạt cho rằng, để thúc đẩy khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, thời gian tới, ngoài việc tháo gỡ các vướng mắc về cơ chế hiện hành, nước ta sẽ tập trung vào các hoạt động chính, như: Hình thành các mô hình liên kết giữa Nhà nước - Nhà trường - Doanh nghiệp phát triển các không gian sáng tạo, khu làm việc chung hỗ trợ khởi nghiệp; tập trung phát triển, liên kết các trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo, đổi mới sáng tạo.

Đặc biệt là tại các trường đại học, cao đẳng, viện nghiên cứu, từ đó khuyến khích và đẩy mạnh thương mại hóa kết quả nghiên cứu, hình thành các doanh nghiệp khởi nghiệp mạnh từ khu vực này. Khai thác cơ sở hạ tầng kỹ thuật, phòng thí nghiệm, khu thử nghiệm của các cơ sở đào tạo, giáo dục nghề nghiệp để hình thành các khu hỗ trợ kỹ thuật cho khởi nghiệp; lấy trí tuệ, con người làm giá trị cốt lõi để đổi mới sáng tạo.

Đơn cử như đề án hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp của Bộ Giáo dục và Đào tạo được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt, đến năm 2025. Hiện nay, các trường đại học, học viện, trường cao đẳng và trường trung cấp đã có kế hoạch triển khai công tác hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp.

Việt Nam đang trong giai đoạn phát triển quan trọng nhờ vào sự hình thành của nền kinh tế số. Với thuận lợi là một quốc gia có tốc độ tăng trưởng GDP cao ở Đông Nam Á, thu nhập GDP bình quân đầu người cũng có chiều hướng tăng. Qua đó giúp các startup Việt tận dụng lợi thế sẵn nhà để xây dựng nền tảng ban đầu vững chắc rồi từ đó tiến dần ra khu vực Đông Nam Á và xa hơn là ra thị trường toàn cầu.

Hiện có 91% người Việt được khảo sát cho biết họ xem chuyện bắt đầu một công việc kinh doanh mới như một cơ hội nghề nghiệp đáng ao ước. 95% có thái độ tích cực với tinh thần khởi nghiệp, làm chủ. Đồng thời, 96% người

Việt được khảo sát cũng cho rằng họ hoàn toàn cảm thấy thoải mái với việc tìm kiếm và thu hút khách hàng tiềm năng. 76% người Việt trả lời là để được độc lập trong kinh doanh và tự chủ trong công việc kinh doanh của mình, và đây là lý do chính của việc Việt Nam dẫn đầu bảng khảo sát.

Mặc dù, nhiều người nói Việt Nam đang rất cởi mở và nhiều cơ hội cho các startup. Nhưng để có một startup thành công thì không phải là

việc dễ dàng. Khởi nghiệp là một cuộc đua marathon trường kỳ, ai kiên gan nhất sẽ là người cười cuối cùng, cho dù bạn có nhận được nhiều hỗ trợ và đang sống trong hệ sinh thái tốt đến như thế nào.

Kiên định chính là một phẩm chất sống còn của một startup, kiên nhẫn với đam mê và mục tiêu mà mình đã chọn lựa ban đầu thì mới có thể đến thời gian bùng cháy ■

Bản tin KNĐMST số 1/2021

GIẢI PHÁP D2C KẾT NỐI TRỰC TIẾP DOANH NGHIỆP VÀ NGƯỜI DÙNG

Công ty Gigan cung cấp giải pháp D2C giúp doanh nghiệp làm chủ chuỗi cung ứng sản phẩm, vận hành và phân phối hàng hóa trực tiếp đến tay người dùng.

Gigan là công ty dịch vụ truyền thông thành lập từ tháng 8/2019, mang đến mô hình D2C (Direct to Customer) giúp doanh nghiệp tiết kiệm chi phí phân phối qua đại lý, sàn thương mại, loại bỏ khâu bán lẻ trung gian, đưa sản phẩm trực tiếp đến khách hàng.

D2C - Mô hình kết nối doanh nghiệp và khách hàng

D2C là mô hình kinh doanh đã phát triển nhiều năm trên thế giới, đóng vai trò quan trọng trong ngành bán lẻ. Trong đó doanh nghiệp phân phối trực tiếp sản phẩm đến khách hàng thông qua cửa hàng chính hãng, website mà không cần qua bất kỳ kênh phân phối khác. Khách hàng khi nhận sản phẩm cũng không lo mua phải hàng giả, kém chất lượng, giúp tăng độ tin cậy. Những ngành hàng phù hợp với mô hình D2C có thể kể đến như giày da, mỹ phẩm, đồ gia dụng...

Theo khảo sát của Shopify, có đến hơn 40% khách hàng mong muốn mua những sản phẩm ở những công ty áp dụng mô hình D2C trong những năm tới, 81% cho biết rằng

họ sẽ mua thêm nhiều lần nữa trong 5 năm tiếp theo.

Trên thế giới, những thương hiệu đã thành công với mô hình này phải kể đến như Him, Casper, Warby Parker, Me Undies... Tại Việt Nam, mô hình kinh doanh này được nhiều doanh nghiệp ứng dụng thành công như Canifa, Juno, Vitayes, Saffron... Điểm chung của các thương hiệu là loại bỏ kênh trung gian gồm nhà phân phối, đại lý, cửa hàng bán lẻ, giúp doanh nghiệp đến gần hơn với khách hàng mục tiêu, tối ưu hóa lợi nhuận. Các thương hiệu này sở hữu toàn bộ chuỗi giá trị khách hàng, chủ động nghiên cứu, phát triển, thiết kế, sản xuất, tiếp thị và phân phối.

Ông Trần Quốc Kỳ - nhà sáng lập Gigan nhận định: “Thách thức lớn nhất đối với những doanh nghiệp làm D2C là chịu trách nhiệm hoàn toàn về phân phối, đòi hỏi doanh nghiệp phải nỗ lực gấp hàng chục lần để làm cho thương hiệu nổi bật. Gigan ra đời nhằm giải quyết những khó khăn của doanh nghiệp trong quá trình phát triển mô hình D2C”.

Nhà sáng lập Gigan đánh giá hoạt động mua hàng online ở thị trường Việt Nam và trong khu vực sẽ tăng trưởng ít nhất 30% trong thời gian tới. Những doanh nghiệp chưa từng



Văn phòng công ty Gigan Joint Stock Company tại TP. Hồ Chí Minh

Ảnh: TL

làm trên nền tảng này nên bắt đầu chuyển dịch ngay từ những việc nhỏ nhất, đầu tư theo phương thức liệu cơm gắp mắm để giám sát tốt nhất từng hạng mục.

Để chuyển đổi, doanh nghiệp nên có những phương pháp, công cụ, phát triển công nghệ để hiểu và tiếp cận khách hàng một cách tốt hơn. Để triển khai, Gigan thực hiện hai giải pháp giúp doanh nghiệp xây dựng thương hiệu, phát triển hệ thống, thúc đẩy truyền thông cho doanh nghiệp trên môi trường trực tuyến. Startup triển khai các dịch vụ trọn gói cho khách hàng như thiết kế, xây dựng nội dung, tạo kênh tương tác giúp người tiêu dùng ghé thăm trang chủ của doanh nghiệp, tạo quảng cáo cho doanh nghiệp bằng banner, Facebook, Google và bài viết truyền thông.

Kỳ vọng thị trường

Trần Quốc Kỳ - Nhà sáng lập Gigan là chuyên gia trong lĩnh vực hiệu suất kỹ thuật số (Digital Performance) và tiếp thị liên kết

(Affiliate Marketing). Anh từng triển khai nhiều dự án trên môi trường thương mại điện tử và liên kết cho Lazada, Tiki, Shopee, Nguyen Kim, Sendo, Booking.com... mang về doanh thu lớn cho các doanh nghiệp này. Trước khi trở thành CEO của Gigan, Trần Quốc Kỳ là đồng sáng lập Chin Media và là thành viên sáng lập ULU.vn.

Với nhiều năm kinh nghiệm, nhà sáng lập dự án Gigan luôn trăn trở làm thế nào để bảo vệ người tiêu dùng cuối trên môi trường mua sắm online, trao cho khách hàng đúng giá trị sản phẩm mà họ kỳ vọng. Từ những kinh nghiệm đã có ở Chin Media, Quốc Kỳ muốn hỗ trợ doanh nghiệp xuyên suốt từ khâu đặt hàng, chăm sóc, giao hàng đến người dùng, kiểm soát chặt quy trình để đảm bảo quyền lợi cho người dùng. “Tôi quyết định thành lập Gigan để thực hiện nhiệm vụ phát triển dịch vụ D2C cho thị trường, giúp doanh nghiệp phân phối sản phẩm một cách tiết kiệm chi phí”, CEO của

Gigan cho biết.

Mục tiêu tiếp theo mà nhà sáng lập Gigan đưa ra là giúp giảm hoạt động trung gian cho doanh nghiệp, từ đó giảm chi phí, giảm giá thành. Đồng thời, tạo cơ hội để doanh nghiệp tương tác trực tiếp với khách hàng, từ đó tạo ra sản phẩm tốt hơn.

Một tháng sau khi lên ý tưởng, Gigan Joint Stock Company được thành lập. Lý giải về tên công ty, Quốc Kỳ cho biết Gigan là từ viết tắt của Gigantic (khổng lồ). Nhà sáng lập mong muốn công ty sẽ lớn mạnh và đi lâu dài. “Đối với tôi, đề hướng đến những điều to lớn, phải làm tốt những điều nhỏ nhặt nhất. Tất cả mọi hoạt động từ kết nối, quan hệ bạn bè, khách hàng, ứng xử, làm việc đều phải hướng đến mục đích lâu dài, không bám theo những lợi ích trước mắt”, CEO Gigan nói.

Để tìm kiếm đội ngũ cùng đồng hành, Gigan đặt ra tiêu chí đáp ứng cho mỗi nhân sự gồm 5 yếu tố làm việc nhóm, tính logic, phát triển bản thân, kết nối cộng đồng và tự quản lý. Đến nay, số lượng nhân sự của Gigan đã ở con số 15 người. Từ số vốn ban đầu 500 triệu đồng, các cổ đông của Gigan đã thực hiện tái góp vốn, nâng tổng vốn dự án lên 5 tỷ đồng sau 9 tháng hoạt động.

Đại diện dự án cho biết các thành viên không sợ biến cố khi đầu tư số vốn lớn, vì mọi kế hoạch luôn được kiểm soát một cách hệ thống. Hội đồng cổ đông chấp nhận đầu tư từ 6 tháng đến 1 năm cho chuẩn chỉnh hệ thống, công cụ, công nghệ, văn phòng... có một nền tảng đủ vững rồi mới bắt đầu khởi chạy, mở rộng dự án. Sau 1 tháng thành lập, công ty đã có một số lượng khách hàng tìm đến và thành công nhất định. Sau 9 tháng, Gigan đã có khoảng 45 khách hàng trong và ngoài nước.

Thành quả thực tiễn

Với mô hình dịch vụ truyền thông, Gigan cam kết tạo đơn hàng trực tuyến cho doanh nghiệp. CEO Gigan đưa ra ví dụ cụ thể: “Một năm trung bình các đơn vị lớn trên thị trường

có thể chi ra 70-100 tỷ đồng cho các hoạt động tiếp thị truyền thống để bán hàng. Tuy nhiên, trên môi trường trực tuyến, chi phí doanh nghiệp bỏ ra chỉ khoảng 10% ngân sách, song lại thu về kết quả cao gấp nhiều lần”.

Đơn cử như Galle Watch - hệ thống của hàng chuyên phân phối các hãng đồng hồ đeo tay nam nữ nhập khẩu là một trong những khách hàng đến với Gigan và được thừa hưởng quả ngọt do chiến lược đúng đắn của đội ngũ dự án. Đại diện Gigan cho biết, ban đầu công ty nhận tư vấn cho Galle Watch về hệ thống fanpage, định hướng, chiến lược phát triển nội dung, chương trình quảng cáo... tạo hiệu quả bán hàng trực tuyến trong giai đoạn từ tháng 11 đến tháng 12/2019.

CEO của Gigan cho hay công ty đã giúp Galle Watch tăng trưởng 300% lợi nhuận trên online, cao hơn kỳ vọng 120% của khách hàng so với cùng kỳ năm 2018. Từ thành công ban đầu, khách hàng này ký tiếp hợp đồng để thực hiện chiến dịch quảng cáo xuyên tết với Gigan.

Theo CEO Gigan, về lâu dài công ty vẫn theo đuổi con đường D2C, hướng đến xây hệ thống giúp doanh nghiệp tối ưu chi phí, hoạt động trên môi trường trực tuyến. Trong Covid-19, đội ngũ Gigan đã phát triển công cụ Corowork để tặng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, hỗ trợ cho nhân viên làm việc từ xa. Công ty phát triển hệ thống công cụ giám sát các hoạt động tiếp thị, giúp nhà quản lý nhìn được bức tranh toàn cảnh, góp phần tối ưu ít nhất 20% chi phí cho doanh nghiệp.

Trong thời điểm Covid-19 bùng phát, startup này cũng đã có một số động thái ngắn hạn để “xoay chuyển” cục diện. Công ty đầu tư phát triển hệ thống công nghệ trước khi bắt đầu quay lại cuộc chinh phục thị trường. Đồng thời, đơn vị tạo ra dịch vụ chuyên gia tư vấn dành cho những doanh nghiệp đang muốn thay đổi, tối ưu hệ thống công cụ trong lĩnh vực marketing ■

Bản tin KNDMST số 41/2020