

LỜI CẢM ƠN

Để hoàn thành đề tài tiểu luận này, chúng em chân thành gửi lời cảm ơn chân thành tới Thầy PGS.TS Nguyễn Ngọc Dũng đã tận tình, hướng dẫn, giảng dạy, cung cấp tài liệu và kiến thức, định hướng đề tài và điều kiện cho chúng em hoàn thành đề tài.

Chúng em xin chân thành gửi lời cảm ơn quý Thầy, Cô trong quá trình học tập đã tận tình hỗ trợ, định hướng và nhận định đề tài cùng chúng em.

Một lần nữa chúng em chân thành gửi lời cảm ơn tới quý Thầy, Cô.

Tp. Hồ Chí Minh, ngày 12 tháng 09 năm 2018

MỤC LỤC	Trang
Lời cảm ơn	i
Mục lục	ii
Phụ lục hình ảnh	iv
Mở đầu	v
Chương 1: Phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam	1
1. Hệ sinh thái khởi nghiệp là gì	1
2. Một số kinh nghiệm quốc tế	1
2.1. Hệ sinh thái khởi nghiệp New York	1
2.2. Hệ sinh thái khởi nghiệp Singapore	2
2.3. Hệ sinh thái khởi nghiệp Amsterdam	4
Chương 2: Thiết kế và thử nghiệm mô hình “Định hướng và phát triển năng lực bản thân cho học sinh bậc tiểu học”	6
1. Ngẫu hứng khởi nghiệp	6
2. Chân dung khách hàng tiềm năng	7
2.1. Doanh nhân thành đạt	7
2.1.1. Chị Lan – nữ giám đốc thành đạt ở độ tuổi 38	7
2.1.2. Hiện thực hoá ý tưởng	9
2.1.3. Nhận định lại dự án	9
2.2. Người đưa đồ tận tay	11
2.2.1. Thầy Hiền – một người thầy tâm huyết	11
2.2.2. Hiện thực hoá ý tưởng	13
2.2.3. Đánh giá lại dự án	13
Chương 3: Thiết kế và thử nghiệm mô hình “Cloud Computing Book”	15
1. Nguồn cảm hứng từ tri thức	16
2. Mô hình kinh doanh hình thành	17
3. Kết quả và nhìn nhận lại dự án	18
Chương 4: Thiết kế và thử nghiệm mô hình “Studio Online”	21
1. Khởi nghiệp từ niềm đam mê	21
2. Không có ý tưởng nào là cũ	22
3. Đánh giá dự án	23
Chương 5: Thiết kế và thử nghiệm mô hình “Vietnamese Local Guide”	26
1. Hình thành ý tưởng	26
2. Áp dụng phương pháp Brainstorming để phát triển và thực hiện dự án	28
3. Khách hàng của dự án và giá trị dự án mang lại	30
4. Tạo kênh thông tin kết nối khách hàng	33
5. Quan hệ với khách hàng	35

6. Dòng doanh thu	36
7. Cơ cấu chi phí	37
8. Tiến trình xây dựng dự án	39
Chương 6: Tổng kết	49

PHỤ LỤC HÌNH ẢNH

Trang

Hình 1.1 Chẳng có chuyến đi nào là thừa thãi chẳng có trải nghiệm nào là đáng quên	26
Hình 1.2 Việc đi theo tour như thế này an toàn nhưng bạn không thể trải nghiệm những địa điểm mới, làm những điều bạn muốn	27
Hình 1.3 Trải nghiệm trong những chuyến du lịch cùng một người bạn bản địa có phải là thứ bạn mong muốn?	28
Hình 2.1 Braistorming là quá trình được lựa chọn để nhóm xây dựng dự án	29
Hình 3.1 Sự tương tác qua lại giữa nhóm dự án và khách hàng	30
Hình 3.2 Yêu cầu về chuẩn đầu ra tiếng anh của các trường đại học ngày càng tăng	32
Hình 4.1 Việc sử dụng các kênh thông tin để giao tiếp với khách hàng là điều cực kì quan trọng	33
Hình 4.2 Các kênh liên kết khách hàng của dự án	34
Hình 5.1 Việc đánh giá thông qua ứng dụng là cách đánh giá chính xác nhất	35
Hình 6.1 Đồ thị giả định dòng doanh thu của dự án	36
Hình 7.1 Tính toán hợp lý sẽ làm giảm chi phí ban đầu cho dự án đồng thời hạn chế rủi ro khi thực hiện	37

MỞ ĐẦU

Thời gian qua, phong trào khởi nghiệp tại Việt Nam có nhiều chuyển biến tích cực. Điều này được thể hiện trực tiếp thông qua con số thương vụ được nhận đầu tư và các lĩnh vực khởi nghiệp nhận được nhiều sự quan tâm trong thời gian vừa qua.

Tại Việt Nam, những ghi nhận đầu tiên về các thương vụ đầu tư cho doanh nghiệp khởi nghiệp được bắt đầu từ năm 2011 và được thống kê liên tục cho đến thời điểm hiện tại.

Tính đến hết năm 2017, hệ sinh thái khởi nghiệp tại Việt Nam đã ghi nhận có 92 thương vụ đầu tư với tổng trị giá gần 300 triệu USD, tăng gần hai lần so với tổng số thương vụ của năm 2016 và tăng hơn 9 lần so với năm 2011.

Đồng thời, năm 2017 cũng ghi nhận sự thay đổi trong trào lưu đầu tư vào các doanh nghiệp khởi nghiệp sơ với năm 2016. Thống kê về 6 lĩnh vực khởi nghiệp nhận được sự quan tâm nhiều nhất của các nhà đầu tư chỉ ra hai xu hướng sau:

- Một là, sự quan tâm của các nhà đầu tư với các lĩnh vực khởi nghiệp tại Việt Nam thay đổi theo thời gian. Cụ thể, trong số 6 lĩnh vực được quan sát chỉ có thương mại điện tử, công nghệ tài chính và truyền thông duy trì được sự quan tâm của các nhà đầu tư trong giai đoạn 2016 – 2017, còn lại các lĩnh vực khác đã có sự biến động mạnh.

Điều này cho thấy, các nhà đầu tư đánh giá tích cực về tiềm năng khởi nghiệp trong các lĩnh vực được đánh giá là tiến bộ tại Việt Nam và phù hợp với xu hướng toàn cầu hoá trên thế giới.

- Hai là, sự quan tâm của các nhà đầu tư với cùng một lĩnh vực khởi nghiệp tại Việt Nam cũng thay đổi theo thời gian. Công nghệ tài chính và thương mại điện tử là các lĩnh vực đánh dấu sự đảo chiều rõ rệt nhất.

Môi trường và hệ sinh thái khởi nghiệp tại Việt Nam còn non trẻ so với thực tế phát triển của thế giới. Tuy nhiên, Việt Nam cũng có nhiều tiềm năng để khơi dậy tinh thần khởi nghiệp mạnh mẽ, với bối cảnh nền kinh tế phát triển cùng mục tiêu thực hiện quốc gia khởi nghiệp với cơ cấu dân số vàng. Cho nên nắm bắt được điều kiện thuận lợi này nhà trường đã đưa môn học “Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp” vào chương trình đào tạo sau đại học góp phần hình thành một hệ sinh thái khởi nghiệp trẻ và phát triển ngày càng mạnh mẽ.

Để có một khái niệm và cách nhìn tổng quát nhất về hệ sinh thái khởi nghiệp tại Việt Nam. Chúng tôi xin thực hiện đề tài tiểu luận này góp phần hình thành tinh thần khởi nghiệp, gắn lý thuyết với thực tế, gắn giáo dục đào tạo với hoạt động thực tiễn để đề cao tinh thần tự chủ và thúc đẩy văn hoá khởi nghiệp cho chính bản thân mình.

Phạm vi nghiên cứu của đề tài là thiết kế bản thử nghiệm ý tưởng sáng tạo, kinh doanh và tiến hành thử nghiệm mô hình kinh doanh. Thiết kế tuyên bố giá trị sản phẩm và thử nghiệm tuyên bố giá trị thông qua sự phát triển dự án trong và sau quá trình học.

Nội dung của bài tiểu luận gồm 2 chương:

Chương 1: Phát triển sinh thái khởi nghiệp ở Việt Nam

Chương 2: Thiết kế và thử nghiệm mô hình kinh doanh “Định hướng và phát triển năng lực bản thân cho học sinh bậc tiểu học”

Chương 3: Thiết kế và thử nghiệm mô hình kinh doanh “Cloud computing book”

Chương 4: Thiết kế và thử nghiệm mô hình kinh doanh “Studio Online”

Chương 5: Thiết kế và thử nghiệm mô hình kinh doanh “Vietnamese Local Guide”

Chương 6: Tổng kết

CHƯƠNG 1

PHÁT TRIỂN HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP Ở VIỆT NAM

1. Hệ sinh thái khởi nghiệp là gì?

Khái niệm về hệ sinh thái khởi nghiệp gần đây được sử dụng rộng rãi trong ngữ cảnh sáng tạo và kinh doanh. Mặc dù không có định nghĩa riêng, chính thức về hệ sinh thái khởi nghiệp và thuật ngữ này được sử dụng theo nhiều cách khác nhau, song về cơ bản, nó đề cập đến một khu vực địa lý cụ thể hoặc “điểm nóng” (ví dụ: Thung lũng Silicon) với sự tập trung đông đảo các công ty và doanh nghiệp khởi nghiệp.

Phạm vi hệ sinh thái khởi nghiệp có thể thay đổi từ một vài tòa nhà cho đến cả một quốc gia. Ví dụ, Báo cáo Xếp hạng Hệ sinh thái Khởi nghiệp Toàn cầu, được coi là phân tích tổng hợp quốc tế toàn diện nhất, định nghĩa hệ sinh thái khởi nghiệp là “một khu vực đô thị hoặc khu vực địa lý (bán kính khoảng 100km) có sử dụng chung các nguồn lực”.

Giống như các hệ sinh thái tự nhiên, chẳng hạn rừng nhiệt đới, một đặc điểm của hệ sinh thái khởi nghiệp là sự phụ thuộc lẫn nhau (hoặc “có chung đời sống”) của các thực thể khác nhau trong hệ sinh thái đó. Nói cách khác, các hệ sinh thái không phải là các cá nhân hoặc nhóm cá nhân, mà là mối quan hệ giữa họ. Các đặc điểm này cũng phân biệt hệ sinh thái với các khái niệm khác như là cụm.

Các thành viên chính của hệ sinh thái khởi nghiệp rõ ràng là các doanh nghiệp khởi nghiệp. Các thành viên khác được coi là một phần của hệ sinh thái, bao gồm: các quỹ và các nhà đầu tư, các vườn ươm, các chương trình tăng tốc khởi nghiệp (accelerator) và các nhà cung cấp dịch vụ khác (cả nhà nước và tư nhân) cũng như các quá trình, các sự kiện và các thực thể khác (như các cuộc gặp gỡ trao đổi, các cuộc thi).

2. Một số kinh nghiệm quốc tế

Hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam còn tương đối non trẻ trong quá trình phát triển, do đó các hệ sinh thái đang phát triển tại Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và Đà Nẵng có thể học hỏi từ kinh nghiệm của các nước trên thế giới. Phần này sẽ nghiên cứu ba hệ sinh thái từ các lục địa khác nhau với thành công cũng rất khác nhau, đó là: New York, Singapore và Amsterdam.

2.1. Hệ sinh thái khởi nghiệp New York.

New York thường xuyên được xếp vào một trong những hệ sinh thái phát triển nhất thế giới. Trong thập niên vừa qua, New York ngày càng trở nên nổi tiếng vì là một thành phố công nghệ cao. Ước tính, hệ sinh thái công nghệ của New York bao gồm 291.000 công việc về công nghệ, tạo ra 541.000 việc làm nói chung, chiếm 12,6% tổng số việc làm trong thành phố.

Số lượng các doanh nghiệp khởi nghiệp tập trung vào công nghệ hoặc liên quan đến công nghệ cũng tăng nhanh và các công ty này tạo ra một tỷ trọng đáng kể các doanh nghiệp khởi nghiệp trong hệ sinh thái. Đáng chú ý là vốn đầu tư mạo hiểm liên quan đến công nghệ ở New York cũng tăng lên giai đoạn 2007-2011, trong khi các khu vực dẫn đầu về công nghệ khác ở Mỹ đang đối mặt với sự sụt giảm về đầu tư mạo hiểm. Mặc dù Thung lũng Silicon đang

là trung tâm công nghệ hàng đầu ở Mỹ, New York vẫn có tầm quan trọng trong lĩnh vực công nghệ và có tác động lớn đối với hệ sinh thái khởi nghiệp của thành phố.

Cũng liên quan đến xếp hạng cao của thành phố, New York có rất nhiều thế mạnh và chỉ có một chút yếu điểm liên quan đến khả năng và sự sẵn sàng đứng ra chủ trì và phát triển một hệ sinh thái khởi nghiệp sôi động. Là một trong những trung tâm tài chính của thế giới, không có gì đáng ngạc nhiên rằng, một trong những thế mạnh dễ thấy nhất của New York là tiếp cận vốn.

Thành phố cũng có kết cấu hạ tầng vững chắc cho kinh doanh, thị trường vươn xa tính theo GDP của hệ sinh thái địa phương cũng như việc tiếp cận khách hàng tại các thị trường quốc tế. Những điểm mạnh khác của hệ sinh thái New York bao gồm kinh nghiệm khởi nghiệp dày dặn, có nghĩa là sở hữu nhiều cổ vấn khởi nghiệp và những nhà sáng lập đã có kinh nghiệm khởi nghiệp trước đây, cũng như kinh nghiệm về phê duyệt và cấp vốn cho các startup.

Xét đến khía cạnh chất lượng, chi phí và mức độ sẵn có của các nhân tài kỹ thuật, New York là một trong mười thành phố hàng đầu thế giới. Điểm yếu nhất của thành phố này là môi trường pháp lý, tức là không phải lúc nào cũng ủng hộ các mô hình kinh doanh mới và sáng tạo như Airbnb (dịch vụ chia sẻ chỗ ở thông qua ứng dụng công nghệ thông tin, điện thoại di động...) và Uber.

Digital.NYC, trung tâm trực tuyến chính thức của hệ sinh thái khởi nghiệp và công nghệ New York, có gần 8.000 công ty khởi nghiệp có website riêng. Ở New York, có hơn 100 chương trình tăng tốc và ương tạo, trong đó nhiều chương trình chuyên sâu vào một lĩnh vực tập trung nào đó (ví dụ một ngành cụ thể, các chủ doanh nghiệp là nữ...), và các công ty và doanh nghiệp khởi nghiệp có hơn 120 nơi làm việc và không gian làm việc chung để lựa chọn. Đồng thời, các lựa chọn cấp vốn cũng rất đa dạng bởi có đến hơn 200 quỹ mạo hiểm, nhà đầu tư thiên thần và các cơ hội tài trợ khác trong thành phố.

Mặc dù sự sôi động của hệ sinh thái khởi nghiệp New York dựa vào hoạt động của các thành phần tư nhân và cộng đồng khởi nghiệp (doanh nghiệp khởi nghiệp, các doanh nghiệp thiên thần, các nhà đầu tư, các chương trình tăng tốc, các cuộc họp mặt...), các chính sách và hoạt động của khu vực công cũng đóng một vai trò quan trọng.

Ngoài các chính sách hỗ trợ gián tiếp cho hệ sinh thái liên quan đến kết cấu hạ tầng, giáo dục, đại học và sức hấp dẫn chung của thành phố, cũng có một vài chính sách – cả ở cấp độ bang và cấp thành phố – có mục tiêu trực tiếp là hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp và hệ sinh thái khởi nghiệp. Hơn nữa, bang New York còn ban hành một số chính sách và sáng kiến để hỗ trợ phát triển các hệ sinh thái khởi nghiệp trong phạm vi toàn bang.

2.2. Hệ sinh thái khởi nghiệp Singapore

Singapore là một trong những trung tâm tài chính của thế giới và là một trong những trung tâm khởi nghiệp quan trọng ở Đông Nam Á. Sở hữu một môi trường kinh doanh thân thiện, vị trí địa lý thuận lợi cùng với số lượng người tiêu dùng và các tập đoàn đa quốc gia đủ lớn, Singapore trở thành một địa điểm lý tưởng cho doanh nghiệp khởi nghiệp khởi động kinh doanh. Ngày nay, đã có hàng ngàn doanh nghiệp khởi nghiệp đặt tại đây và hệ sinh thái khởi nghiệp này đang tiếp tục phát triển và mở rộng.

Thế mạnh chính của Singapore là môi trường kinh doanh, môi trường chính trị thân thiện và cơ sở hạ tầng, nền kinh tế sôi động, dễ tiếp cận thị trường quốc tế và đầu tư nước ngoài,

cũng như hệ thống giáo dục chất lượng cao tạo ra nhiều nhân tài cho hệ sinh thái. Tuy nhiên, cũng có một số điểm yếu khi xét đến sự hấp dẫn của Singapore đối với các doanh nghiệp, ví dụ như chi phí sinh hoạt đắt đỏ và thị trường nội địa nhỏ.

Một trong những yếu điểm đáng ngạc nhiên nhất của hệ sinh thái là văn hóa Singapore, nơi mà các doanh nhân không có địa vị xã hội cao. Do vậy, những người trẻ tài năng gặp áp lực tìm kiếm công việc trong các công ty đa quốc gia lớn thay vì khởi nghiệp, điều này khiến cho việc thu hút những người giỏi nhất làm việc cho hệ sinh thái khởi nghiệp trở nên khó khăn và buộc các startup Singapore phải dựa vào lực lượng lao động nước ngoài.

Hệ sinh thái khởi nghiệp của Singapore bao gồm tất cả các thành phần cần thiết cho một hệ sinh thái khởi nghiệp phát triển và sôi động; có nhiều loại hình doanh nghiệp khởi nghiệp, vườn ươm, chương trình tăng tốc khởi nghiệp và các lựa chọn cấp vốn. Trong những năm gần đây, hệ sinh thái này có sự tăng trưởng nhanh chóng: số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp đã tăng gấp đôi từ năm 2005 đến 2013, tương ứng 24.000 lên 42.000 doanh nghiệp. Có ít nhất 20-30 chương trình tăng tốc/vườn ươm tạo ở Singapore; số vốn sẵn sàng cho các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ đã tăng đáng kể trong những năm gần đây; đầu tư đã tăng 5 lần từ năm 2012 đến 2015. Ngoài ra, cũng có một số lượng lớn các hiệp hội, sự kiện, cuộc thi và các không gian làm việc chung cũng như các quỹ đầu tư mạo hiểm.

Chính phủ Singapore luôn hỗ trợ tích cực cho hệ sinh thái khởi nghiệp quốc gia. Những sáng kiến đầu tiên được đưa ra từ những năm 1990 dưới hình thức các chương trình cấp vốn và các biện pháp khuyến khích hướng tới doanh nghiệp khởi nghiệp. Vào giữa những năm 2000, các chính sách được đẩy mạnh, giúp gia tăng các sự kiện khởi nghiệp, các vườn ươm, các chương trình tăng tốc.

Từ năm 2011 đến 2015, chính phủ Singapore đã dành hơn 11 tỷ USD để tăng cường nghiên cứu, đổi mới và phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp. Tính đến cuối năm 2015, có trên 10 chương trình cấp vốn khác nhau (cho vay, tài trợ, góp vốn cổ phần...) cho doanh nghiệp khởi nghiệp cũng như nhiều chương trình khác nhằm giúp các doanh nghiệp có được không gian làm việc văn phòng và tiếp cận các chuyên gia cố vấn. Có thể nói rằng, các chương trình hỗ trợ tài chính ở Singapore đã giúp thu hút các doanh nghiệp trong toàn khu vực đến hệ sinh thái Singapore. Một đặc điểm quan trọng trong việc thực hiện các chương trình hỗ trợ tài chính là nó không nhất thiết phải phân bổ trực tiếp cho các công ty, mà cho các thành phần khác như vườn ươm và trường học nhằm giúp xây dựng hệ sinh thái.

Mặc dù các chương trình cấp vốn có thể được coi là công cụ chính sách quan trọng nhất ở Singapore, nhưng cũng cần lưu ý rằng nước này cũng chú trọng các loại hình hỗ trợ khác.

Ví dụ, Chương trình Thẻ Doanh nhân Singapore (EntrePass) được khởi động năm 2004 để thu hút các doanh nghiệp nước ngoài tới Singapore. Một ví dụ khác về hỗ trợ phi tài chính là sáng kiến Accreditation@IDA, nhằm chứng nhận các công ty công nghệ ở giai đoạn đầu của Singapore “có đủ tiêu chuẩn để đáp ứng cho chính phủ và các doanh nghiệp lớn”, và “xây dựng hệ sinh thái kỹ nghệ để phát triển kinh tế, truyền cảm hứng cho thế hệ trẻ, xây dựng nhiều sản phẩm sáng tạo và các công ty công nghệ có thể mở rộng ở nước ngoài”.

Chương trình ACE (Cộng đồng Hành động vì Doanh nghiệp) do Chính phủ chủ trì là một sáng kiến nhằm củng cố văn hóa và cộng đồng khởi nghiệp ở Singapore. Mục đích là cung cấp nguồn lực và mạng lưới cho các doanh nghiệp triển vọng, đại diện cho doanh nghiệp và

vận động cho các thay đổi chính sách phù hợp. Chương trình này cũng hỗ trợ khởi nghiệp tại các trường học và trong giới trẻ.

Singapore đã xây dựng được những thể chế đủ mạnh để thực thi các chính sách về đổi mới và khởi nghiệp. Ví dụ, Quỹ Nghiên cứu Quốc gia (NRF) có thể xây dựng các chính sách quốc gia, các kế hoạch và chiến lược cho nghiên cứu, đổi mới, cũng như các quỹ, sáng kiến chiến lược và xây dựng năng lực về R&D, đặc biệt thông qua chương trình Khuôn khổ Quốc gia về Sáng kiến và Doanh nghiệp (NFIE). NFIE bao gồm một loạt các chương trình được thiết kế cụ thể cho doanh nghiệp khởi nghiệp và hệ sinh thái khởi nghiệp. Trong đó, gồm các quỹ mạo hiểm giai đoạn đầu, qua đó NRF đầu tư với các quỹ mạo hiểm (tỷ lệ 1:1) ở các công ty công nghệ ở Singapore. Một công cụ khác là chương trình ươm tạo công nghệ, hỗ trợ tài chính cho các doanh nghiệp khởi nghiệp được ươm tạo bởi các vườn ươm công nghệ.

Một tổ chức quan trọng khác là SPRING, trực thuộc Bộ Thương mại và Công nghệ. Cơ quan này chịu trách nhiệm “giúp các doanh nghiệp Singapore tăng trưởng và xây dựng niềm tin vào sản phẩm và dịch vụ của Singapore”. SPRING cung cấp các khoản tài trợ khác nhau và các chương trình thuế cho các công ty. Mặc dù SPRING phục vụ hầu hết các doanh nghiệp ở Singapore, nhiều chương trình tài trợ (ví dụ như Hạt giống SPRING, Chương trình Kinh doanh Thiên thần và Chương trình Khởi nghiệp ACE) được thiết kế cho khởi nghiệp và các thành phần khác trong hệ sinh thái. Thông qua việc phối hợp với các cơ quan nhà nước và các đối tác trong các ngành, SPRING cũng vận hành một cổng thông tin cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa để cung cấp các thông tin về pháp luật kinh doanh, hỗ trợ của chính phủ, các thông tin cụ thể theo ngành.

Tổ chức quan trọng thứ ba là Cơ quan phát triển Thông tin và Truyền thông Singapore (IDA), một đơn vị tự chủ trực thuộc Bộ Thông tin Truyền thông. Cơ quan này có nhiệm vụ “xây dựng công nghệ và viễn thông ở Singapore nhằm phục vụ người dân ở mọi lứa tuổi và các công ty thuộc mọi quy mô”. Cơ quan này hỗ trợ sự phát triển của các công ty công nghệ sáng tạo, các doanh nghiệp khởi nghiệp và phát triển một “hệ sinh thái viễn thông sôi động, nơi mà các công ty đa quốc gia và các công ty khởi nghiệp đổi mới sáng tạo nước ngoài hoạt động trong lĩnh vực thông tin truyền thông”. IDA cũng hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp tiếp cận thị trường toàn cầu. Một công cụ quan trọng của việc hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp (công nghệ) là Công ty Đầu tư Thông tin truyền thông (IIPL), một công ty con của IDA.

2.3. Hệ sinh thái Amsterdam

Amsterdam có một hệ sinh thái khởi nghiệp sôi động và đang phát triển, đây là một trong những hệ sinh thái lớn nhất ở châu Âu. Điểm mạnh của Amsterdam là nằm ở vị trí địa lý trung tâm, môi trường quốc tế, hệ thống giáo dục cao cấp tạo ra lực lượng lao động trí thức và đủ khả năng thử nghiệm các sản phẩm và dịch vụ mới.

Điều đáng chú ý nhất trong trường hợp của Hà Lan, đó là việc hệ sinh thái không bị giới hạn ở thủ đô Amsterdam, mà còn mở rộng 13 thành phố và khu vực khác của Hà Lan nữa. Những trung tâm này được liên kết nhau, mỗi địa điểm lại tập trung vào một lĩnh vực cụ thể (ví dụ: y tế, thực phẩm và nông nghiệp, an ninh mạng...). Ngoài 13 trung tâm khởi nghiệp, Hà Lan cũng có số lượng khá lớn các công ty khởi nghiệp và các thành phần liên quan khác, như các chương trình tăng tốc khởi nghiệp, các nhà đầu tư và không gian làm việc chung.

Hệ sinh thái khởi nghiệp của Hà Lan bao gồm hơn 3.000 công ty khởi nghiệp, 300 nhà đầu tư, 40-50 chương trình tăng tốc/ươm tạo và 10 tổ chức công (bao gồm cả các trường đại

học). Ngoài sự tham gia hàng ngày của các tổ chức công trong hệ sinh thái khởi nghiệp, Hà Lan cũng xây dựng hai chương trình khởi nghiệp lớn đó là Startup Delta (chương trình quốc gia) và StartupAmsterdam (sáng kiến địa phương).

Một vài năm trở lại đây, chính sách doanh nghiệp đầy tham vọng đã chuyển thành kế hoạch hành động (Kế hoạch Hành động về Kinh Doanh có Tham vọng), qua đó chính phủ ban hành một số biện pháp để hỗ trợ các startup và doanh nghiệp nói chung đạt được tham vọng của mình để tăng trưởng. Chính phủ đã dành khoản ngân sách trị giá 75 triệu Euro nhằm thúc đẩy tiếp cận vốn, kiến thức, sáng tạo và thị trường toàn cầu. Các biện pháp cụ thể bao gồm:

- Cung cấp tài chính giai đoạn đầu để các doanh nhân có thể nghiên cứu liệu một ý tưởng hay sản phẩm có khả thi về mặt kỹ thuật và phù hợp với thị trường hay không.
- Tăng cường vị thế quốc tế cho doanh nghiệp khởi nghiệp và phát triển kinh doanh và thu hút các doanh nghiệp khởi nghiệp nước ngoài đến Hà Lan thông qua sáng kiến StartupDelta.
- Cung cấp các giấy phép lưu trú tạm thời (visa khởi nghiệp) cho các doanh nghiệp không nằm trong EU, tạo cơ hội cho họ thành lập doanh nghiệp ở Hà Lan.
- Xây dựng sáng kiến Hà Lan tăng tốc (Nlevator) – một nền tảng tạo ra bởi các doanh nhân có tham vọng phát triển doanh nghiệp của mình nhanh hơn.
- Cấp vốn cho dự án Eurostar – các dự án phát triển công nghệ sáng tạo, đưa các đối tác về kinh doanh và kiến thức từ ít nhất hai nước châu Âu vào cùng tham gia.
- Cấp vốn theo chương trình Horizon 2020 của Ủy ban châu Âu để kích thích nghiên cứu và sáng tạo ở châu Âu. Bên cạnh các sáng kiến tập trung cụ thể vào các doanh nghiệp khởi nghiệp, chính phủ Hà Lan đã có một vai trò tích cực trong việc hỗ trợ sáng tạo và kinh doanh, có một số biện pháp hỗ trợ kinh doanh cho các startup. Những biện pháp này bao gồm bảo lãnh tính dụng chính phủ, cấp vốn, tín dụng cho đổi mới sáng tạo và ưu đãi thuế cho các hoạt động R&D.

Chốt lại, nền kinh tế đang phát triển của Việt Nam được đánh giá là linh hoạt hơn so với New York, Thung lũng Silicon, Singapore và nhiều nước khác. Cụ thể, thị trường Việt Nam đang nhanh chóng thích ứng với công nghệ mới, chứng kiến sự bùng nổ trong phát triển đô thị và du lịch đang phát triển thăng hoa. Việt Nam cũng có lượng dân số trẻ tràn đầy năng lượng và tham vọng, có thể đoán trước những khoảng trống trên thị trường. Đồng thời, các chương trình ươm tạo được quan tâm, chú trọng. Qua phân tích kinh nghiệm thế giới, Việt Nam có tiềm năng để trở thành một trung tâm đổi mới sáng tạo của châu Á.

CHƯƠNG 2

THIẾT KẾ VÀ THỬ NGHIỆM MÔ HÌNH ĐỊNH HƯỚNG VÀ PHÁT TRIỂN NĂNG LỰC BẢN THÂN CHO HỌC SINH TIỂU HỌC



Trong guồng xoay vội vã của cuộc sống, sự phát triển đi lên của xã hội ngày một mạnh mẽ và nhanh chóng. Việt Nam bước trên con đường đổi mới và phát triển một cách mạnh mẽ để bắt kịp xu hướng toàn cầu hoá trong thời đại thông tin 4.0 hiện nay. Ngày nay các bậc phụ huynh ai cũng mong muốn con em mình luôn có những điều kiện phát triển tốt nhất, khoẻ mạnh và phát triển được tài năng của bản thân các em. Nhưng vấn đề được đặt ra rằng các bậc phụ huynh liệu có thể đánh giá đúng khả năng và tiềm năng phát triển của con em mình? Liệu rằng quý thầy cô và trường học có thể đánh giá đúng được khả năng phát triển của các em học sinh một cách đúng nhất và có phương pháp giúp đỡ học sinh của mình một cách toàn diện nhất?

1. Ngẫu hứng khởi nghiệp

Trường Tiểu học Quốc tế – một ngôi trường được coi là môi trường thích hợp cho con cháu của những gia đình trung lưu, thượng lưu học tập và phát triển. Cơ sở vật chất và chương trình đào tạo của trường đạt chất lượng và được đánh giá tiêu chuẩn trên toàn thế giới, song với cơ sở vật chất và chương trình đào tạo có giúp được các bậc phụ huynh an tâm về sự phát triển toàn diện cho con em mình trong môi trường quốc tế hay không?

Vào một lần đi họp phụ huynh ở trường nghe trình bày về tình học học tập của các em học sinh, xung quanh tôi là những doanh nhân trẻ thành đạt, bác sĩ, kỹ sư cũng như các nhà khoa học – những người luôn bận rộn trăm công ngàn việc, xoáy vào vòng xoáy của đồng tiền, lợi danh và học thật sự mong muốn con em họ phát triển thật toàn diện, Thế nhưng, sự thật lại

không như họ kì vọng và mong muốn, những tiếng thở dài ngao ngán những con số kết quả của con em họ hiện ra, những lời giáo viên nhận xét về con em. Sau buổi họp phụ huynh, phần lớn các bậc phụ huynh đều nói với con em họ rằng: “Sao con không thể học giỏi như con người ta? Sao con người ta lại có thể lực tốt vậy còn con...” Thế nhưng, các bậc phụ huynh có thể định hướng được khả năng con em chúng ta ở đâu, thể mạnh con em chúng ta là gì, làm sao chúng ta có thể truyền đạt cảm hứng và định hướng cho con em chúng ta đi một con đường có thể phát triển hết toàn bộ khả năng và đam mê của con em chúng ta? Đó là một câu hỏi rất khó để có thể tìm ra trong ngày một ngày hai, và sẽ càng khó khăn biết nhường nào khi các bậc phụ huynh là những người thành đạt khi họ không thể nào có nhiều thời gian và sự quan tâm dành cho con em.

2. Chân dung khách hàng tiềm năng

2.1. Doanh nhân thành đạt

2.1.1. Chị Lan – nữ giám đốc thành đạt ở độ tuổi 38

Sau lần gặp mặt ở đại hội phụ huynh của trường Tiểu học Quốc tế, chị Lan một doanh nhân thành đạt ở độ tuổi 38 tuổi đã có cuộc gặp gỡ cùng chúng tôi, chia sẻ những đắn đo suy nghĩ về kết quả học tập của cậu nhóc lớp 4 của chị ấy. Chị Lan là một phó giám đốc của một công ty truyền thông, chị luôn làm sớm về muộn nhưng luôn đau đầu về về cậu con trai năng động nhưng cũng không kém phần ham chơi, mỗi khi chị đi làm thì con trai mình chưa dậy còn khi về tới nhà thì cậu ấy đã ngủ từ khi nào. Sau mỗi ngày làm việc cực nhọc, chị Lan luôn dõi theo kết quả học tập và nhận xét của thầy cô về cậu con trai quý tử của mình, chị nhận ra rằng điểm số của các môn tự nhiên tìm hiểu và lắp ráp mô hình thì cậu quý tử luôn hăng hái học tập và hăng say phát biểu cũng như tìm tòi ra những câu trả lời của bản thân. Song bên cạnh đó khi vào các tiết về văn học cũng như ngôn ngữ, cậu ta luôn nói chuyện và làm việc riêng trong giờ học và giáo viên thường xuyên phàn nàn về cho phụ huynh nhưng lại không nói cho phụ huynh biết các thể mạnh của cậu con trai chị Lan.

Với mong muốn cậu con trai không thể thua kém bạn bè trong lớp, những chủ nhật chị có thời gian dành cho gia đình thì chị lại đem bài vở của con trai mình ra bắt học những môn đánh giá kém và những lúc như thế không khí gia đình của chị Lan ngày một căng thẳng và nặng nề. Cậu con trai ngày càng lười, ít chia sẻ và hầu như không mong muốn chị có mặt ở nhà. Nỗi lòng cho mẹ, các con nhỏ nào có thể hiểu được, nhưng đối với các bé học sinh tiểu học khi bị bắt ép làm những điều các em không mong muốn thì các em sẽ có những phản kháng và hành động tiêu cực không thích hợp cho sự phát triển của các em sau này.

Từ cuộc gặp gỡ này, chúng tôi nhận ra rằng chúng tôi có thể cung cấp cho các bậc phụ huynh dịch vụ định hướng cho con em chúng ta ngay từ bậc tiểu học có thể nhận ra dần thể mạnh cũng như hướng phát triển của bản thân con em sau này. Trên thế giới, các nền giáo dục hiện đại đều mong muốn rằng học sinh ngay từ bậc học tiểu học đã có thể định hướng và nhận ra thể mạnh của bản thân. Phân luồng và định hướng phát triển lên cấp hai, cấp ba theo thể mạnh cũng như đam mê của chính bản thân mình sẽ giúp cho các em không phải hối hận cũng như tốn kém thời gian, tiền bạc để có thể tìm ra niềm đam mê cũng như công việc thích hợp dành cho cuộc đời mình.

2.1.2. Hiện thực hoá ý tưởng

Với mục đích để phát triển thể mạnh cũng như là tiềm năng của các mầm non tương lai của đất nước. Phát triển đất nước là phát triển tiềm năng của mầm non của đất nước, trong đó để các mầm non tương lai của đất nước có thể phát triển một cách toàn diện nhất thì phải phát triển toàn diện kể cả từ tri thức lẫn thể chất của các em. Song không phải bất cứ ai cũng có thể thực hiện và định hướng đúng để cho các em có một tương lai phát triển một cách toàn diện nhất.

Phụ huynh là nhân tố cốt lõi, quyết định nhất trong việc gần gũi, định hướng và phát triển tốt nhất dành cho các em. Phụ huynh là những tấm gương sáng, là con đường mà các em nhìn vào và học tập một cách nhanh nhất. Tuy nhiên, không phải bất cứ phụ huynh nào cũng có thời gian cũng như là sự quan tâm gần gũi tới các em như là những doanh nhân thành đạt, họ không thể nào có thời gian bên cạnh các em để định hướng và phát triển cho chính con em họ.

Đến với chúng tôi, chúng tôi sẽ dẫn dắt các em trở thành những mầm non tương lai sáng giá. Với mỗi cuối tuần, sau thời gian học tập tại trường tại lớp, chúng tôi không tạo ra những buổi học tập nặng nề lý thuyết cũng như bài tập chất chồng như núi trên tâm hồn trẻ thơ. Chúng tôi mong muốn rằng, cuối tuần là thời gian vui chơi, vận động thân thể cũng như là trí óc của một đứa trẻ tự nhiên nhất, thuận lợi nhất. Đối với các em có thiên bẩm hiểu động tìm tòi học hỏi và tràn đầy năng lượng, chúng tôi sẽ phối hợp với các khu du lịch có tích hợp cắm trại để tạo ra các trò chơi vận động và từng bước gợi mở cho các em phát huy khả năng sáng tạo của bản thân và tự tìm ra các câu trả lời của câu hỏi đó trong các trò chơi vận động.

Như vậy, đối với các em có thể vừa vận động giải phóng cơ thể của bản thân sau các buổi học gò bó trên trường lớp và trong quá trình vận động ấy, các em không ngừng tìm tòi, vận dụng khả năng sáng tạo của mình để có thể hoàn thành các hoạt động để giành chiến thắng trong các trò chơi vận động. Song bên cạnh đó, phụ huynh không thể nào dõi theo các em thường xuyên cho nên, chúng tôi ghi lại các hoạt động của các em, sự tiến bộ và khả năng sáng tạo, học tập của các em không ngừng tăng lên sau mỗi tuần học tập qua trang website cũng như các ứng dụng trên điện thoại của nhà phát hành ứng dụng Google Playstore/ IOS AppStores. Thông qua ứng dụng này, các bậc phụ huynh đều nắm được tình hình và hoạt động của con em mình, cũng như thể mạnh của các em ra sao, hướng giải quyết của các em như thế nào và làm sao để có thể kích thích khả năng sáng tạo của các em.

Chúng tôi sẽ theo sát quá trình phát triển của các em thông qua nhận xét và quá trình học tập của các em bởi giáo viên chủ nhiệm và điểm số các em. Chúng tôi sẽ gửi qua email và cập nhật qua hệ thống phần mềm từng ngày một để cho phụ huynh có thể nắm được tình hình phát triển của con mình và sau đó chúng tôi sẽ có những buổi thảo luận để cùng quý phụ huynh để có thể nắm bắt được tâm lý cũng như là định hướng tốt nhất con đường phát triển cho các em về sau.

2.1.3. Nhận định lại dự án

Khi tiến hành đưa dự án vào thực tế cùng với khách hàng tiềm năng của chúng tôi là chị Lan, nhưng đã không diễn ra như chúng tôi mong muốn, với cường độ làm việc và lịch làm việc của chị, với thời gian chúng tôi sắp xếp để có thể cùng chị tìm ra con đường thích hợp cho con của chị nhưng chị vẫn không thể nào có đủ thời gian để theo dõi quá trình của chúng tôi, tất cả những số liệu mà chúng tôi đưa cho chị và những bản tính toán và những lời khuyên cho

định hướng tương lai của con chị đều không được áp dụng ở nhà để phát huy tối đa tiềm năng của bé. Song bên cạnh đó, cường độ làm việc và thời gian nghỉ ngơi hạn chế của chị đã làm tâm lý và trạng thái cơ thể của chị lúc nào cũng quá tải, về tới gia đình chị hoàn toàn không thể có thời gian dành cho bé và chị chỉ coi những gì chúng tôi báo cáo và đưa qua cho chị song chị không thực hiện các phương pháp cũng như kích thích sự sáng tạo của bé. Kể cả mối quan hệ của chị và bé vẫn không thể cải thiện, do chị chỉ muốn áp đặt cho bé những gì chị nghĩ rằng tốt cho bé nhưng chị vẫn không nhận ra rằng chị vẫn áp đặt và ép buộc bé theo ý kiến của chị ngày một nhiều hơn.

Khách hàng tiềm năng đầu tiên của dự án chúng tôi đã hoàn toàn thất bại khi chị hoàn toàn không thể nào có thời gian để lắng nghe và cùng chúng tôi tìm ra con đường tốt nhất cho bé.

2.2. Người đưa đồ tận tụy

2.2.1. Thầy Hiền – một người thầy tâm huyết

Tuy đã thất bại với khách hàng đầu tiên của mình nhưng chung tôi với lòng đầy nhiệt huyết cùng mong muốn nền giáo dục Việt Nam có thể mang lại sự phát triển cho những mầm non tương lai đất nước, chúng tôi không từ bỏ, tiếp tục tìm kiếm khách hàng, cơ hội dành cho dự án của chúng tôi. Trong những ngày bết tắc khi liên hệ với nhiều nơi và có những cuộc gặp gỡ trò chuyện để tìm ra được như câu thật sự của quý phụ huynh thật sự quan tâm là gì? Sau những buổi rong ruổi và họp nhóm đề xuất ý tưởng cũng như phác thảo mô hình kinh doanh cũng như khách hàng tiềm năng của chúng tôi tiếp theo.

Sau những cuộc nói chuyện, vào một ngày nọ tại quán The coffee house, trong khi chúng tôi đang bàn luận để tìm ra mô hình kinh doanh khác, đột nhiên từ bàn bên cạnh chúng tôi vang lên một tiếng thở dài trườn trượt “Sao tui nhỏ bây giờ không chịu học hành gì cả, trốn tiết đi chơi, trong lớp thì dùng điện thoại làm việc riêng... Haizzzzzz”.

Chúng tôi như chợt bừng tỉnh sau những ngày rồi bởi tìm mục tiêu cho mô hình kinh doanh của chúng tôi. Chúng tôi ngay lúc đó đến bàn của hai người anh đó ngồi hỏi chuyện. Kể ra thì hai anh chính là những thầy giáo trẻ đầy tâm huyết dạy ở một trường cấp hai trong thành phố khá là có danh tiếng. Hai anh là những giáo viên trẻ và có nhiều thành tích tốt trong quá trình học tập cũng như là các hoạt động ngoại khóa nên được điều làm chủ nhiệm của các lớp có thành tích học tập được đánh giá khá trong trường, tuy nhiên học sinh khá cũng như giỏi phần lớn các em không thích học tập mà phải ép buộc cũng như là la rầy thì mới học xong nếu la rầy trách móc thì sẽ làm cho tâm tình cũng như tính tình của các em ngày càng tệ hơn.

Sau khi tìm hiểu cùng thầy thì chúng tôi nhận ra rằng, các môn học tại trường lớp hiện nay thông qua chương trình sách giáo khoa cũng như sự truyền đạt của giáo viên thì quá khô khan, không áp dụng cũng như các em không thể nào áp dụng kiến thức đó nào thực tế để cảm nguồn cảm hứng để cho các em hăng hái học tập.

2.2.2. Hiện thực hoá ý tưởng

Với suy nghĩ đó, chúng tôi đề hình thành nên mô hình kinh doanh mới với khách hàng tiềm năng là thầy Hiền và cùng nhau giải quyết những vấn đề cốt lõi mà thầy đã nêu ra. Quan trọng nhất ở đây là hứng thú học tập và vận dụng kiến thức các em được học vào trong môi trường thực tiễn.

Để làm việc đó, bước đầu tiên chúng tôi cần tham khảo các giáo trình giáo dục tiên tiến của các nước phát triển cũng như tham khảo ý kiến chuyên gia giáo dục học sao cho có thể tạo nên bộ giáo trình phù hợp dành cho các em vận dụng vào thực tế cũng như chủ động tìm tòi sáng tạo các câu trả lời từ các vấn đề mà các em gặp phải.

Chúng tôi sẽ có các cuộc giới thiệu chương trình học ngoại khoá cũng như là điểm khác biệt để phát triển trí óc cũng như thể lực phù hợp với các em trong thời điểm thay đổi cơ thể cùng trí óc, các em mẫn cảm hơn, năng động và luôn tràn trề năng lượng. Chúng tôi hướng dẫn tới các quý thầy cô cách nào dẫn dắt các em hoàn thành thử thách thông qua việc sáng tạo cùng các em. Chúng tôi sẽ phối hợp cùng đoàn trường tổ chức các buổi vui chơi dã ngoại tri thức dành cho các em có cơ hội vận dụng kiến thức mình đã được học vào thực tế.

Kết quả mà các em đạt được sẽ được cập nhật thường xuyên cũng như chúng tôi sẽ theo dõi tình hình học tập của các em một cách thường xuyên nhất, hỗ trợ các em tự mình tìm ra con đường tìm đến được câu trả lời một cách nhanh nhất và có thể tự mình tìm tòi những vấn đề xung quanh mình.

Đối với nhà trường, chúng tôi sẽ tổ chức các cuộc hội thảo giới thiệu và bán sách cũng như các lớp học kỹ năng giành cho giáo viên có thể trao đổi thêm kỹ năng sư phạm cũng như cách truyền cảm hứng, khơi dậy hứng thú, đam mê học tập của các em.

Bằng hình thức đó, chúng tôi có thể thu lợi nhuận từ các lớp bồi dưỡng kỹ năng cho các giáo viên cũng như các khu du lịch sinh thái và các khu cắm trại ngoài trời.

Tuy nhiên, chúng tôi cũng cần đội ngũ các nhà khoa học và giáo dục học để cùng chúng tôi có xây dựng nên một giáo trình và phương pháp giáo dục toàn diện và năng động tích cực dành cho các thế hệ tương lai chủ động tìm kiếm nền tri thức của nhân loại hình thành nên thói quen lâu dài tự tìm tòi học hỏi và sáng tạo. Song song bên cạnh đó chúng tôi cũng cần đội ngũ kỹ sư thiết kế mạng cũng như phần mềm thông qua hai nhà phát hành lớn là Google và IOS để tạo nên trang web và ứng dụng để có thể cập nhật tư vấn và phương pháp giáo dục tốt nhất đối với các em đang được áp dụng dựa trên nền giáo dục tiên tiến của các nước phát triển trên thế giới.

2.2.3. Đánh giá lại dự án

Dự án đối mặt với rất nhiều khó khăn thì trường học lẫn các cấp chính quyền về ban hành giáo trình cũng như kiểm định và thẩm tra giáo trình trước khi được sử dụng rộng rãi cho các nhà trường. Chúng tôi còn đối mặt với một khó khăn hơn nữa là những giáo viên đã có thâm niên thì không muốn thay đổi phương pháp giáo dục, cho nên trong quá trình triển khai dự án vào thực tế thì chúng tôi gặp vô vàn những khó khăn cùng với sự phản đối của nhà trường và các giáo viên có thâm niên trong ngành giáo dục.

Sau khi chúng tôi thất bại về dự án này, chúng tôi nhận ra rằng, phải xác định đúng nhu cầu thật sự của người đang có khó khăn và đánh đúng vô nhu cầu đó và cung cấp một dịch vụ

có thể giải quyết hoàn toàn vấn đề mà người dùng mong muốn có thể giải quyết được vấn đề mà người tiêu dùng đặt ra.

CHƯƠNG 3

THIẾT KẾ VÀ THỬ NGHIỆM MÔ HÌNH CLOUD COMPUTING BOOK



Nhu cầu truy cập dữ liệu trên toàn thế giới ngày càng lớn và càng mạnh mẽ. Tốc độ bùng nổ tri thức cũng như thông tin trên toàn thế giới và nhu cầu lưu trữ thông tin ngày mở rộng ra. Tài nguyên hữu hình ngày càng khai thác một cách cạn kiệt và không thể phục hồi kịp với tốc độ tăng trưởng kinh tế và nhu cầu sử dụng tài nguyên một cách bùng nổ. Cho nên vào thời đại công nghiệp hoá, hiện đại hoá số, chúng ta cần xây dựng những thuật toán đám mây lưu trữ thông tin dữ liệu một cách an toàn và bảo mật nhất. Chúng tôi nhận ra rằng, đây là một nguồn tài nguyên rất lớn và có thể vận dụng nó để có thể đưa vào trong khai thác cũng như phát triển nó lên thành một sản phẩm và dịch vụ đáp ứng nhu cầu lưu trữ của mọi người trên thế giới.

1. Nguồn cảm hứng từ tri thức

Chúng tôi, tập hợp những con người đến từ những ngành nghề khác nhau nhưng có chung một niềm đam mê bất tận. Niềm đam mê với tri thức nhân loại. Tuy nhiên hiện nay, với sự phát triển như vũ bão của thông tin và tri thức, cũng tôi cũng không thể nào có thể nắm bắt hết được những tri thức mới, những tri thức sáng tạo của toàn thể nhân loại và ứng dụng chúng trong đời sống hằng ngày.

Chúng tôi còn có một băng khoản, trần trở đối với những tri thức cổ xưa được lưu trữ dưới dạng chữ viết tay và hệ thống giấy được lưu lại từ xa xưa, chúng tôi muốn tìm hiểu những

tri thức đó đều phải lặn lội xa xôi, nghe ngóng tin tức cũng như là đi đến những nơi nào có tri thức mà chúng tôi đang quan tâm để xin mượn đọc, mua và gìn giữ cẩn thận như những trân quý của thế gian. Những cuốn sách quý giá đó, tri thức lâu đời của cả nhân loại dần sẽ mất đi và mai một theo thời gian, thiên tai, bão lũ. Chúng tôi băng khoăn mãi, liệu rằng có cách nào có thể lưu giữ lại những kiến thức, kinh nghiệm quý báu này không?

2. Mô hình kinh doanh hình thành

Để giải quyết vấn đề trên chúng tôi nhận ra rằng, ngày nay thời đại của công nghệ số đã hình thành vô vàn phương thức cũng như cách thức mới để có thể lưu trữ thông tin một cách nhanh chóng, tiện lợi và đảm bảo an toàn bảo mật cao. Một trong những hình thức đó là mô hình lưu trữ điện toán đám mây, chúng tôi dần đưa những cuốn sách mà chúng tôi có được, những cuốn sách cổ lâu đời chúng tôi scan hoặc chụp lại và lưu trữ trên những tài khoản của chúng tôi, không những thế chúng tôi còn đánh máy lại những tri thức đó để lưu trữ lên trên công nghệ hệ thống đám mây.

Nhưng vô tình chúng tôi nhận ra rằng, chúng tôi một phần nào đó đang vi phạm bản quyền tác giả của những cuốn sách đó bên cạnh đó, những tri thức được lưu trữ này, chúng tôi có thể mở ra được một mô hình kinh doanh với tiềm lực thị trường khá lớn khi xu hướng của xã hội hiện nay dần chuyển sang sử dụng thiết bị công nghệ ngày càng nhiều. Người ta ngày nay thường đọc những cuốn sách bằng cách mua và tải về trên các thiết bị di động luôn mang theo bên mình chứ không mấy ai chuộng hình thức mua một cuốn sách có thể cầm ở trên tay mà đọc nữa.

Qua đó, chúng tôi nhận ra rằng đây là một thị trường tiềm năng vô cùng lớn đi kèm với xu thế phát triển của xã hội. Ngay lập tức, chúng tôi bắt tay vào việc lên ý tưởng và phác hoạ mô hình kinh doanh của chúng tôi.

Khi một mô hình kinh doanh hình thành cùng với ý tưởng ban đầu, chúng tôi cần tìm một vị khách hàng tiềm năng ban đầu. Sau khi trải qua những ngày bàn bạc cùng nhau và tranh cãi khi mỗi người phác hoạ một chân dung khách hàng khác nhau, nhưng chung quy lại chúng tôi thấy rằng, khách hàng tiềm năng của chúng tôi là những người làm khoa học – các thực sĩ, tiến sĩ khoa học. Thế nên, chúng tôi tìm tới những trung tâm nghiên cứu, trường đại học để tiến hành cuộc thăm dò ý kiến đối với các nhà khoa học. Phần lớn các nhà khoa học cần phải có một lượng tri thức vô cùng lớn, nơi họ làm việc sách được chất đầy kín không gian làm việc và mỗi khi có việc cần thiết để sử dụng chúng, các nhà khoa học phải tốn một lượng lớn thời gian để tìm chúng. Song bên cạnh đó, họ không thể mang theo toàn bộ những cuốn sách cần thiết để đi đến các cuộc hội thảo khoa học, họ luôn phải đắn đo suy nghĩ nên đem theo quyển nào theo vì trong mỗi quyển có một số lượng kiến thức phù hợp với chủ đề mà họ sắp tham dự.

Sau khi nghe được những chia sẻ và những khó khăn cũng như mong muốn của các nhà khoa học, chúng tôi xây dựng một trang website cùng với ứng dụng trên điện thoại cung cấp một kho tài liệu khổng lồ có bản quyền với hàng trăm ngàn đầu sách khác nhau trên toàn thế giới. Thông qua đó, trong hệ thống website cũng như là ứng dụng trên điện thoại, người sử dụng có thể dễ dàng tìm kiếm thông qua giọng nói, chủ đề liên quan một cách nhanh chóng và hàng trăm hàng ngàn đầu sách có liên quan tới vấn đề mà bạn quan tâm.

Cùng với ứng dụng của chúng tôi, khi bạn thực hiện hồ sơ cá nhân, hệ thống chúng tôi sẽ lưu trữ lại và tính toán bằng công nghệ machine learning (AI) để cho ra những gợi ý và đầu sách theo nhu cầu, chuyên môn và sở thích của bạn.

Với ứng dụng của chúng tôi, chúng tôi sẽ có đội ngũ phân loại và đặt tag dành cho những cuốn sách trong toàn bộ hệ thống và thông qua hồ sơ và sự tìm kiếm của các bạn có thể giúp chúng tôi thuận lợi hơn trong việc đánh giá và phân loại các loại sách.

Với ứng dụng chúng tôi, bạn chỉ cần mua theo gói dịch vụ 1 tháng, 3 tháng, 6 tháng và 1 năm để có thể đọc và tham khảo hết toàn bộ cơ sở dữ liệu và đầu sách của chúng tôi một cách nhanh chóng nhất tiện lợi nhất.

Đối với những nhà viết sách, các bạn có thể tăng thêm thu nhập cho bản thân mình thông qua việc đăng sách của bản thân mình lên và chúng tôi sẽ trả tiền cho bản quyền quyền sách của bạn cũng như là chúng tôi đảm bảo rằng sách trong hệ thống chúng tôi là sách có đầy đủ bản quyền không sử dụng các sách lậu hoặc in ấn scan lên trái pháp luật.

3. Kết quả và nhìn nhận lại dự án

Chúng tôi đã xây dựng cơ sở dữ liệu với hàng ngàn đầu sách khác nhau và tăng số lượng lớn thông qua từng ngày. Tuy nhiên vấn đề chúng tôi đối mặt phải đó chính là người dân Việt Nam chúng ta hoàn toàn không mong muốn sử dụng sách có bản quyền, họ có thể lên bất cứ trang web nào để coi sách mà không tốn phí lần họ cử ra một người rồi đi photo hàng loạt để sử dụng những cuốn sách, tri thức viết ra một cách rẻ nhất có thể.

Tuy nhiên, bên cạnh đó, dự án này vẫn có thể tồn tại và phát triển mạnh hơn từng ngày do có những nhà khoa học chân chính, những con người biết quý trọng tri thức và công sức lao động trí óc một nhòai qua bao tháng năm để cho ra mắt được những cuốn sách. Sau dự án này chúng tôi nhận ra rằng cần phải nâng cao và cải thiện tư duy của người Việt Nam chúng ta hơn, biết trân trọng hơn với những công sức lao động trí óc chân chính.

Song bên cạnh đó chúng tôi cũng nhận được những lời động viên, khích lệ và phát triển ngày càng hoàn thiện hơn hệ thống sách và tri thức lưu trữ bằng thuật toán lưu trữ đám mây dữ liệu để ngày càng nhiều người có thể tiếp cận đến gần hơn tri thức nhân loại và nhanh chóng những tri thức được lưu trữ này sẽ thay đổi thế giới một lần nữa.

CHƯƠNG 4

THIẾT KẾ VÀ THỬ NGHIỆM MÔ HÌNH STUDIO ONLINE



“Tách tách...”! “Pose snap snap pose” những âm thanh nghe thật quen mà cũng thật lạ. Nghề nghiệp đứng sau ống kính là một nhiếp ảnh gia là điều tôi luôn cố gắng thực hiện, hoàn thành ước mơ của mình. Niềm đam mê và sự thích thú là cái gốc mà tôi chọn nghề này. Không đơn thuần chỉ là đưa ống kính chụp hình bình thường mà đó là cả một quá trình truyền đạt lại sự đặc biệt, nổi bật của cuộc sống hằng ngày qua từng bức ảnh. Làm cho cuộc sống thêm sắc màu qua từng góc nhìn đơn giản, nhỏ hẹp. Mọi người thường nói là dân ban A thì khô khan, không được sâu sắc nhưng tôi lại thích được chụp ảnh, được thể hiện suy nghĩ, cảm xúc, tình cảm qua từng khung hình, từng màu sắc không chỉ đơn thuần là câu văn, ngôn từ, giai điệu. Nhiếp ảnh gia là nghề nghiệp là đam mê của tôi, được phát triển tầm nhìn của bản thân, được ghi dấu lại từng cảnh đẹp của thời gian, của nơi tôi sinh ra và lớn lên, của quê hương, đất nước tôi.

Nhiếp ảnh thoát nhìn có vẻ đơn giản, chỉ là cầm máy và chụp thôi. Hoàn toàn không chỉ như thế, nhiếp ảnh đòi hỏi mỗi con người cần sự đam mê và lòng nhiệt thành để có thể chinh phục, liệu một người bình thường không có ngọn lửa đam mê cháy bỏng nhiếp ảnh có thể leo lên đỉnh núi cao chỉ để làm một việc là chụp toàn bộ khung cảnh kỳ vĩ hùng tráng của ngọn núi đó, hay là thung lũng, bản làng yêu bình dưới chân núi được hay không? Nhiếp ảnh gia còn đòi hỏi bạn phải có một đôi mắt nhạy, nắm bắt từng khoảnh khắc đẹp nhất của cuộc sống. Một tách coffee dưới ánh nhìn của một người doanh nhân chỉ là thức uống để giúp họ luôn tỉnh táo và phấn khởi cho sự khởi đầu ngày mới, nhưng thật khó có thể tưởng tượng ra rằng đối với một nhiếp ảnh gia một tách coffee nó mang vẻ đẹp lung linh, làm đắm say và khơi dậy nguồn cảm hứng từ bao người.

Vì sao tôi chọn nhiếp ảnh? Vì tôi yêu nó, vì nó là cuộc sống của tôi. Tôi đam mê!

1. Khởi nghiệp từ niềm đam mê

Ngày nay, chụp ảnh đã trở nên quá đỗi quen thuộc với mỗi người nhất là giới trẻ hiện nay. Năm bắt được tâm lý đó của giới trẻ, các hãng điện thoại đã không ngừng hỗ trợ tích hợp camera một cách sắc nét nhất vào điện thoại của chính mình. Chụp ảnh đã không chỉ trở thành một thú vui mà còn là nghệ nghiệp, là công cụ mưu sinh của rất nhiều người, trong đó nhiếp ảnh còn là công việc mang lại thu nhập chính cho không ít bạn sinh viên. Hiện nay, các nhiếp ảnh gia chủ yếu đưa các tác phẩm của mình ra quảng cáo thông qua các dịch vụ qua mạng xã hội và các ứng dụng mạng xã hội, phần lớn nhờ với các mối quan hệ, quen biết và giới thiệu nhau.

Người có nhu cầu sử dụng dịch vụ không thể nào an tâm hoàn toàn vào chất lượng ảnh, kỹ năng và trình độ tay nghề của một nhiếp ảnh gia. Đa phần sau khi chụp xong, người yêu cầu dịch vụ mới có thể xem được sản phẩm và chỉnh sửa, điều tiết, chỉnh sửa lại nếu thấy không hợp ý hoặc người có nhu cầu dịch vụ phải theo dõi các hành ảnh được các nhà nhiếp ảnh gia chụp và đăng tải lên mạng xã hội.

Nhằm tạo ra kênh tương tác thuận tiện giữa nhiếp ảnh gia và người có nhu cầu chụp ảnh chất lượng cao và giá cả phải chăng, website đăng ký dịch vụ chụp ảnh ra đời tạo điều kiện cho quá trình tương tác diễn ra nhanh hơn, tiện lợi hơn, nhanh chóng và an toàn.

2. Không có ý tưởng nào là cũ

Với niềm đam mê và nhiệt huyết cao độ, chúng tôi dần phát họa ra mô hình kinh doanh. Chúng tôi nhắm tới các cá nhân có nhu cầu chụp ảnh chất lượng cao nhưng với giá cả phải chăng. Khách hàng chúng tôi thường tập trung tại các thành phố lớn, là các công chức, nhân viên văn phòng sở hữu điện thoại thông minh hoặc máy tính cá nhân mà mong muốn cả thân của mình có những bộ ảnh đẹp trong những dịp đi chơi, những sự kiện quan trọng trong cả cuộc đời mình. Bạn có từng nghĩ rằng một ngày nào đó chúng ta sẽ được thấy những tác phẩm thực thể của các nhiếp ảnh gia sau đó chúng ta sẽ lựa chọn được nhiếp ảnh gia có phong cách phù hợp với bản thân mình để ra được bộ ảnh lung linh và giá cả thì được tham khảo và thỏa thuận trước khi tiến hành thực hiện bộ ảnh đó không?

Đối với nhiếp ảnh gia, chụp ảnh là niềm đam mê, là tâm huyết là cuộc sống của một nhiếp ảnh gia. Nhưng ngày nay quá nhiều người bước vào con đường chụp ảnh, thậm chí giới trẻ còn nói chỉ cần một cái smart phone là đã có thể có những bức ảnh đẹp, lung linh để đời. Nhiếp ảnh gia thật sự đang phải đối diện với vấn đề không biết ai có nhu cầu thật sự và làm sao để những người có nhu cầu tìm đến mình, mở rộng số lượng đơn hàng, gia tăng thu nhập của bản thân, trao dồi kỹ năng và quan trọng hơn hết là được sống với chính niềm đam mê, tâm huyết của bản thân.

Chúng tôi muốn đem lại cho những người mong muốn chụp ảnh có những bức ảnh hoàn toàn theo ý muốn, thân và hồn trong bức ảnh đều đẹp, thoát lên cảnh và tình làm cho bức ảnh thêm phần lung linh. Chúng tôi hỗ trợ cho các bạn khi không có được bức ảnh vừa ý, bức ảnh không đủ ti lệ phân giải thông qua hình thức chỉnh sửa ảnh theo yêu cầu của các bạn với mong muốn các bạn có một trải nghiệm cũng như có những bức hình lưu lại những khoảnh khắc đáng nhớ nhất cuộc đời của các bạn.

Đối với nhiếp ảnh gia, ứng dụng này giúp cho tận dụng triệt để và gia tăng khả năng tìm kiếm khách hàng, tăng thêm thu nhập cá nhân. Dễ dàng lựa chọn đối tượng khách hàng có nhu cầu theo thời gian, địa điểm phù hợp mà đôi bên thỏa thuận, sử dụng khả năng thẩm mỹ và tay nghề có sẵn để chỉnh sửa lại ảnh theo như yêu cầu của khách hàng.

Để tăng thêm niềm tin cũng như mở rộng quy mô khách hàng. Chúng tôi thiết kế website để mọi người có thể truy cập được. Đồng thời, chúng tôi phát hành ứng dụng di động trên google playstore và apple store – 2 kho ứng dụng có nhiều người sử dụng nhất. Chúng tôi liên kết với các ứng dụng thương mại điện tử để giúp khách hàng dễ dàng thanh toán, nhận tiền nhanh chóng, tiện lợi và uy tín.

Để dự án của chúng tôi được nhiều người biết đến chúng tôi chia sẻ thông tin bổ ích về địa điểm chụp ảnh, phong cách, xu hướng nổi bật, thịnh hành trên toàn thế giới thông qua website, ứng dụng. Tạo

không gian tương tác với khách hàng thông qua các buổi live stream workshop trên website. Tận dụng sự tương tác của mạng xã hội để tiếp thu phản hồi của khách hàng cũng như giúp khách hàng tìm được những kiểu ảnh phù hợp khi đi chụp ảnh.

Giá của cửa chúng tôi sẽ cạnh tranh với các studio lớn. Sau mỗi buổi chụp ảnh, người đặt chụp ảnh sẽ trả phí theo giá đã được thông báo trước và nhiếp ảnh gia sẽ nhận được số tiền sau khi đã trừ đi chiết khấu sử dụng dịch vụ của chúng tôi. Giá cả buổi chụp phụ thuộc vào địa điểm và thời gian chụp ảnh. Khách hàng có thể yêu cầu chỉnh sửa hình ảnh thì sẽ trả tiền theo số lượng ảnh, chất lượng ảnh sẽ theo yêu cầu của khách hàng. Bên cạnh đó, nhiếp ảnh gia được cung cấp ứng dụng cơ bản riêng, sẽ được nâng cấp thành VIP khi được đánh giá tốt và có nhiều đóng góp cho dự án. Nếu được VIP, sẽ có số lượng tương tác cũng như là khách hàng thường xuyên hơn và chúng tôi sẽ ưu đãi chiết khấu.

3. Đánh giá dự án

Nhìn chung, mô hình kinh doanh của chúng tôi đánh đáp ứng được nhu cầu việc làm và tăng thêm thu nhập góp phần cải thiện đời sống của sinh viên cũng như là sân chơi, cô hội dành cho những người có niềm đam mê, lòng nhiệt thành với nhiếp ảnh.

Song bên cạnh đó, chúng tôi nhận thấy rằng khó có thể cạnh tranh với các studio có tiếng trên thị trường và tỉ lệ cạnh tranh không cao, nhất là về chất lượng dịch vụ khó lòng có thể cạnh tranh được. Nhiếp ảnh gia nghiệp dư có thể kiếm được khách hàng cho chính bản thân mình thông qua hệ thống các fanpage riêng trên mạng xã hội và mức độ tin tưởng cao dựa vào đánh giá trực tiếp của khách hàng thông qua các hoạt động chia sẻ cũng như giới thiệu từ những người thân, bạn bè.

Số lượng các buổi đặt chụp không nhiều, lợi nhuận thu được thông qua chiết khấu từ đó sẽ không đạt như kì vọng, sau khi trừ chi phí thuê hosting nhiều khả năng vốn đầu tư của dự án sẽ thua lỗ. Không có sự bảo đảm về thời gian khi mà thời gian chụp ảnh có thể cách xa thời gian đặt, dễ xảy ra tình trạng huỷ buổi chụp từ phía khách hàng. Không đảm bảo được tay nghề của các nhiếp ảnh gia trong điều kiện thị trường có nhiều nhiếp ảnh gia từ nghiệp dư đến chuyên nghiệp.

CHƯƠNG 5

THIẾT KẾ VÀ THỬ NGHIỆM MÔ HÌNH

VIETNAMESE LOCAL GUIDE

1. Hình thành ý tưởng.



Hình 1.1 Chẳng có chuyến đi nào là thừa thái chẳng có trải nghiệm nào là đáng quên.

Nếu bạn nằm một chỗ thì liệu ý tưởng có đến với bạn sau khi bạn ngủ dậy? Vâng, câu trả lời là “có” nhưng là trong những giấc mơ.

Chỉ khi bạn nhắc mình dậy và để bản thân làm một điều gì đó thì ý nghĩ sẽ tự đến với bạn. Và dự án lần này cũng như vậy.

Trong những chuyến đi về quê. Trên con đường từ Sài Gòn về quê. Tôi đã gặp được rất nhiều những người bạn đến từ nhiều quốc gia khác nhau. Tôi vẫn còn nhớ cái cảm giác vui mừng của các bạn khi bạn gặp được một người có thể nói tiếng anh và trong những lần như vậy tôi đã trở thành một hướng dẫn viên bất đắc dĩ. Được nói chuyện, được hiểu về những khó khăn của mọi người khi đến Việt Nam. Một điều làm tôi băn khoăn là khi tôi hỏi “Tại sao bạn chọn Việt Nam là điểm đến du lịch?” Câu trả lời tôi nhận được là “Ở Việt Nam mọi thứ rất là rẻ!”

Thực tế là các bạn không đến từ những gia đình giàu có mà chỉ là những người lao động bình thường. Họ chọn cách đi tự túc, giống như kiểu đi trải nghiệm, chúng ta hay gọi là “phượt”. Theo lời chia sẻ thì việc đi theo tour ở Việt Nam khá là đắt đỏ và hầu như con người bị bó buộc trong một phạm vi là đoàn du lịch, không được làm những gì họ thích, không được đi đến

những nơi họ mong muốn. Thực tế khách du lịch sẽ gặp rất nhiều khó khăn khi đi theo dạng như thế này tại Việt Nam. Có rất ít người dân ở các tỉnh ngoại thành có thể nói tiếng anh. Sau những chuyến đi như vậy, tôi bắt đầu về quê thường hơn. Trong mỗi chuyến về quê tôi có được những người bạn mới. Có thể giúp mình cải thiện trình độ ngoại ngữ. Ý tưởng của dự án “Vietnamese local guide” cũng bắt nguồn từ đó.



Hình 1.2 Việc đi theo tour như thế này an toàn nhưng bạn không thể trải nghiệm những địa điểm mới, làm những điều bạn muốn.

Xuất phát từ niềm đam mê học ngoại ngữ và niềm vui được đi đây đi đó, được giới thiệu về mảnh đất quê hương mình, Được nghe các bạn nói về văn hóa của từng quốc gia thật sự rất tuyệt vời. Thử hình dung xem khi bạn nói là “Ở đây người ta hay đi chùa vào những ngày này để cầu bình an” và bạn nhận được những câu như là “Ở quê hương tôi người ta hay đi vào các ngày...” hay là “Quê hương tôi không có chùa mà chỉ là” có phải rất tuyệt không. Khi họp nhóm để đưa ra dự án thì rất nhiều ý tưởng hay đã được đưa ra và xem xét. Và cuối cùng may mắn thay dự án của tôi đã được chọn. Không phải là vì đây là ý tưởng tốt nhất khả thi nhất mà là ý nghĩa nó mang lại thật sự rất tuyệt vời. Xuất phát là dân kỹ thuật chính hiệu việc để bản thân đi tiếp xúc khách hàng, đi khảo sát thị trường, thật sự còn khó hơn việc phải viết một đoạn code hay nghiên cứu về bất kỳ điều gì khác. Những ngày lang thang ở công viên 23/9 để đi lấy ý kiến khách hàng thật sự mang lại cảm giác khá là tẻ. Thử nghĩ mà xem bạn phải chờ nguyên ngày ở công viên 23/9 và những gì bạn có được chỉ là 1-2 bài khảo sát. Họ thường không có thời gian cho những khảo sát như vậy. Thế nhưng xét về ý nghĩa nhân văn thì dự án này hoàn toàn khả thi và mang lại những thay đổi tích cực trong xã hội. Nếu thành công dự án sẽ mang lại một công việc tương đối ổn định cho các bạn sinh viên có hoàn cảnh khó khăn, đồng thời giúp cải thiện trình độ ngoại ngữ. Bên cạnh đó là việc mang du khách gần hơn đến đất nước Việt Nam xinh đẹp của chúng ta, hiểu hơn và có cái nhìn khác đi về người dân ở đây.

Dĩ nhiên để làm được điều này thì chính sách giáo dục kiến thức du lịch cho các bạn sinh viên thật sự rất quan trọng.

Hình 1.3 Trải nghiệm trong những chuyến du lịch cùng một người bạn bản địa có phải là thứ bạn mong muốn?



Nhóm dự án đóng vai trò chỉ là cầu nối cho những chuyến đi. Điều này tương tự như grabike. Tuy nhiên về mặt ý nghĩa mang lại nó hoàn toàn vượt xa grabike.

Ý tưởng cũng xuất phát một phần từ việc đam mê trải nghiệm của bản thân. Không chỉ đề ra dự án này cho môn học cao học. Mà bằng sự kì vọng rất lớn một ngày không xa dự án sẽ trở nên thực tế. Bất kì nhà đầu tư nào thực hiện cũng được vì lợi ích mà nó mang lại là quá lớn.

2. Áp dụng phương pháp brainstorming để phát triển và thực hiện dự án.

Định nghĩa về cách áp dụng quy trình brainstorming trong xây dựng dự án và xây dựng Business Model Canvas.

Chắc hẳn trong chúng ta khi đi đi làm ở bất kì đâu cũng đã từng nghe qua phương pháp brainstorming cho việc phát triển và lên kế hoạch cho một dự án. Thấy được tầm quan trọng cũng như lợi ích mà phương pháp này mang lại. Group đã chọn phương pháp brainstorming cho dự án lần này. Để người đọc hiểu rõ hơn về phương pháp này dưới đây là một vài định nghĩa cơ bản:

Từ “BRAINSTORM” được phát minh bởi ông trùm ngành quảng cáo Alex Faickney Osborn, xuất hiện đầu tiên trong quyển sách của ông này từ những năm 1948. Osborn, sau khi gặp phải vấn đề về ý tưởng quảng cáo từ sự bế tắc của lớp nhân viên, đã quyết định gom tất cả bọn họ vào một phòng và vắt kiệt bất cứ ý tưởng nào được nêu ra.

Định nghĩa phương pháp brainstorm theo Wikipedia:

Brainstorm là một phương pháp dùng để phát triển nhiều giải đáp sáng tạo cho một vấn đề. Phương pháp này hoạt động bằng cách nêu các ý tưởng tập trung trên vấn đề, từ đó, rút ra rất nhiều đáp án căn bản cho nó.

Còn đây là định nghĩa mà Nikki Nguyễn nêu ra trên blog của Saga:

Brainstorm là quá trình sáng tạo nhằm tìm ra giải pháp hoặc ý tưởng mới thông qua hoạt động trao đổi của nhóm một cách “kịch liệt” và “tự do”. Mỗi thành viên đều được khuyến khích nghĩ đến đâu, nói đến đó và tìm ra càng nhiều ý tưởng càng tốt, cho dù ý nghĩ đó điên rồ hay kém khả thi thế nào đi chăng nữa. Việc phân tích, bàn luận hoặc chỉ trích/bình luận chỉ được phép thực hiện khi buổi họp này kết thúc và chuyển sang giai đoạn đánh giá kết quả.

Nhóm đã vận dụng quá trình brainstorming để phát triển dự án như thế nào.

Dự án “Vietnamese local guide” được nhóm lựa chọn và bắt đầu triển khai từ ngày 25/8/2018 tại coffee house đối diện cổng chính đại học bách khoa TP.HCM cơ sở 1 (Quận 10).

Kể từ đó đến nay là hơn 3 tuần cho việc thực hiện. Thời gian tương đối ít vì mỗi thành viên trong nhóm đều có công việc riêng và thời gian rảnh khác nhau. Một điều may mắn thay là nhóm có 3 thành viên làm cùng một công ty có thể tương tác với nhau hằng ngày và báo cáo tiến độ điều đặn. Chúng tôi thường giành thời gian sau giờ làm để ngồi lại với nhau để bàn phương hướng cho dự án.

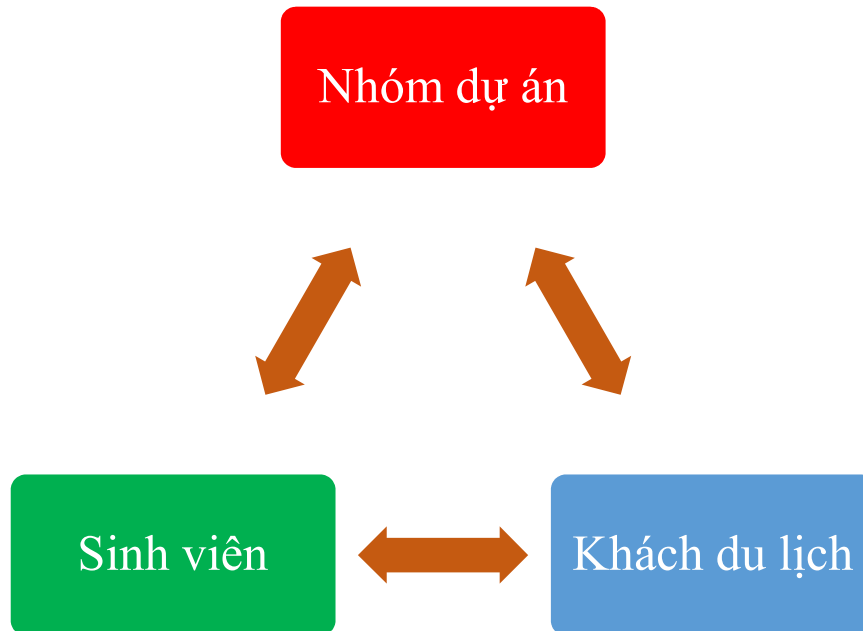
Mỗi tuần nhóm họp 3 lần (Đầy đủ thành viên) và trong lần đầu triển khai nhóm đã vận dụng phương pháp brainstorm để đưa ra những cách phát triển cho dự án. Mỗi thành viên sẽ dùng giấy và viết ghi tất cả những ý kiến của mình dù là nhỏ nhất ra note. Sau đó tất cả các ý kiến được tổng hợp lại và xem xét. Những ý tưởng hợp lí nhất và lựa chọn nhiều nhất sẽ được thông qua. Không có sự phê bình hay bất cứ hành động nào khác ở đây, mọi ý tưởng miễn là có tinh thần đóng góp đều được hoan nghênh. Phương pháp này thực sự mang lại rất nhiều lợi ích. Công việc trở nên thú vị hơn, nhiều ý tưởng mới lạ được đưa ra.



Hình 2.1 Braistorming là quá trình được lựa chọn để nhóm xây dựng dự án.

3. Khách hàng của dự án và giá trị mà dự án mang lại

Khách hàng



Hình 3.1 Sự tương tác qua lại giữa nhóm dự án và khách hàng.

Có 2 nhóm khách hàng chính của dự án. Một là sinh viên tại các trường đại học có nhu cầu cải thiện trình độ tiếng anh và cần một công việc bán thời gian nhằm tăng thu nhập. Thứ hai là khách du lịch cần một người bạn đồng hành với chi phí rẻ để trải nghiệm cuộc sống ở Việt Nam. Nhóm dự án đóng vai trò như là cầu nối giữa 2 nhóm khách hàng này. Điều này tạo ra mối liên hệ giữa 3 nhóm chính bao gồm: Sinh viên và nhóm dự án, nhóm dự án và khách du lịch, khách du lịch và sinh viên. Nhóm dự án đóng vai trò như là mối liên kết nhằm tìm kiếm và tạo thông tin liên lạc giữa du khách và sinh viên. Sinh viên có nhiệm vụ hướng dẫn khách du lịch trải nghiệm những vùng đất mới những cảnh đẹp ở Việt Nam.

Giá trị mang lại

Dưới đây là chuẩn đầu ra về trình độ tiếng anh cần có của một số trường đại học trên cả nước:

II. KHU VỰC MIỀN TRUNG			
STT	Tên trường		Chuẩn đầu ra
1	ĐH Bách Khoa Đà Nẵng		TOEIC 450 (Hệ CLC: TOEIC 600+ hoặc IELTS 5.5)
2	ĐH Sư phạm Đà Nẵng		TOEIC 450
3	ĐH Kinh tế Đà Nẵng		TOEIC 500 (Hệ CLC IELTS 5.5)
4	ĐH Ngoại Ngữ Đà Nẵng		IELTS 6.5
III. KHU VỰC MIỀN NAM			
STT	Tên trường		Chuẩn đầu ra
1	ĐH Bách Khoa TP. HCM	250+	TOEIC 450
2	ĐH Cần Thơ		Khoa SP Anh: IELTS 7.0
3	ĐH Công nghệ Thông tin - ĐHQG TP. HCM		TOEIC 450 (Chương trình tiên tiến: IELTS 6.0)
4	ĐH KHTN - ĐHQG HCM		TOEIC 4 kỹ năng hoặc IELTS
5	ĐH KHXH&NV TP. HCM		TOEIC 4 kỹ năng 450 hoặc IELTS 4.0
6	ĐH Kinh tế - Luật TP. HCM		TOEIC 4 kỹ năng 500 hoặc IELTS 5.5 (Riêng ngành Kinh tế đối ngoại TOEIC 550)
7	ĐH Kinh tế TP. HCM		TOEIC 550
8	ĐH Luật TP. HCM		TOEIC hoặc IELTS
9	ĐH Ngân Hàng TP. HCM		TOEIC 550 hoặc IELTS 6.5
10	ĐH Ngoại ngữ - Tin học TP. HCM		TOEIC
11	ĐH Ngoại thương		TOEIC 500
12	ĐH Nông - Lâm TP. HCM		TOEIC
13	ĐH Quốc tế - ĐHQG TP. HCM	IELTS 5.0	IELTS 6.0+
14	ĐH Sài Gòn		TOEIC
15	ĐH Sư phạm Kỹ thuật TP. HCM		TOEIC 500
16	ĐH Tài chính - Marketing TP. HCM	TOEIC 405 hoặc IELTS 3.0	TOEIC 450 hoặc IELTS 4.0 (hệ chất lượng cao IELTS 6.0)
17	ĐH Tiền Giang		TOEIC
18	ĐH Tôn Đức Thắng TP. HCM		TOEIC 500+ hoặc IELTS 4.5+ (Ngành CLC TOEIC 650)

I. KHU VỰC MIỀN BẮC			
STT	Tên trường	Chuẩn đầu vào	Chuẩn đầu ra
1	ĐH Bách Khoa Hà Nội		TOEIC 450+
2	ĐH Công đoàn		TOEIC
3	ĐH Công nghệ - ĐHQG HN		IELTS 5.5
4	ĐH Công nghệ Giao thông vận tải		TOEIC
5	ĐH Công nghiệp Hà Nội		TOEIC 450 (Ngành Ngôn ngữ Anh IELTS 6.5)
6	ĐH Công nghiệp Thái Nguyên		TOEIC 350
7	ĐH Đại Nam		TOEIC
8	ĐH Dân lập Hải Phòng		TOEIC
9	ĐH Điện lực		TOEIC
10	ĐH Dược Hà Nội		TOEIC
11	ĐH FPT		IELTS 6.0 hoặc chứng chỉ tương đương
12	ĐH Hà Nội		IELTS 6.0
13	ĐH Hải Phòng		TOEIC 450
14	ĐH Hàng Hải Việt Nam		TOEIC 450 hoặc IELTS 4.0 (Ngành CLC: TOEIC 550 hoặc IELTS 5.0) khoa Ngoại ngữ IELTS 6.0+)
15	ĐH KHXH&NV - ĐHQG HN		Khoa Ngôn ngữ học: IELTS 6.0

Hình 3.2 Yêu cầu về chuẩn đầu ra tiếng anh của các trường đại học ngày càng tăng.

Vài năm trở lại đây, các trường đại học có xu hướng nâng điểm chuẩn tiếng anh đầu ra, điển hình như đại học bách khoa TP.HCM tăng từ 450 -> 500 (TOEIC). Rất nhiều sinh viên của các trường đại học thiên về kỹ thuật không thể đủ trình độ ngoại ngữ để ra trường. Một thực tế là nhiều bạn bỏ tiền ra để học ở các trung tâm, lò luyện thi cấp tốc. Mục đích chung là để đạt được những tấm bằng để ra trường. Ngày nay, tiêu chuẩn để có được một công việc tốt là đòi hỏi ứng viên phải có được kỹ năng nghe, nói, đọc, viết tốt. Phần đọc và viết các bạn có thể tự học trên mạng, thông qua sách vở. Còn phần nghe và nói cách tốt nhất để cải thiện nó là bạn sẽ cần 1 partner.

Mục đích hướng đến của dự án chính là giúp các bạn cải thiện điều này. Nhiều bạn trẻ có xu hướng “phượt” thì đây là một loại hình phượt mà kết hợp giữa vừa học, vừa chơi và tạo thêm thu nhập. Tham gia dự án này các bạn sinh viên sẽ không còn những trăn trở trong việc lựa chọn 1 công việc bán thời gian mà không ảnh hưởng đến học tập, bên cạnh đó các bạn còn được cải thiện trình độ tiếng anh, có được những người bạn từ khắp các quốc gia trên thế giới. Dự án là sự cộng tác hay nói đúng hơn là sự kết hợp cùng có lợi giữa du khách và sinh viên, trao đổi về văn hóa giữa các vùng lãnh thổ khác nhau. Dựa vào hồ sơ và phỏng vấn các bạn (skype nếu ở xa và phỏng vấn trực tiếp nếu thuộc các khu vực nội thành). Trước tiên, các bạn sẽ được các hướng dẫn viên giàu kinh nghiệm, hoặc các giảng viên du lịch hướng dẫn những câu tiếng anh cơ bản, những kinh nghiệm và bài học thực tế khi muốn là một thành viên của dự án. Sau khi có được kiến thức nền thì các bạn sẽ dần dần học hỏi thêm để cải thiện nó.

Về phần khách du lịch sẽ có được cơ hội để tiếp xúc với những người bạn nội địa và hiểu được những vấn đề mà họ cần. Hầu hết trong chúng ta ai cũng nghĩ khách du lịch là những người rất giàu vì họ đủ khả năng để chi trả cho chuyến du lịch trong một thời gian dài. Thực tế là không phải vậy. Được tiếp xúc với nhiều bạn từ nhiều quốc gia trên thế giới. Có 2 vấn đề

mình luôn hỏi mọi người là “Tại sao bạn lại chọn Việt Nam để du lịch?” Hầu hết các câu trả lời mình nhận được đều là “Ở Việt Nam, mọi thứ rất là rẻ!”. Một bạn đến từ Anh đã nói với mình là “Nếu bạn đi từ phía bắc đến phía nam ở Anh bạn sẽ phải chi trả gần 500 USD cho một người/ 1 chuyến đi”. Một nỗi lo của du khách nữa là họ sợ bị “chặt chém” khi đến Việt Nam. Khi được hỏi là “Bạn sợ nhất điều gì ở Việt Nam?” Ngoài giao thông ra thì câu trả lời mình nhận được nhiều thứ hai là “ở Việt Nam, các khu du lịch ngoại thành, Con người có thể làm mọi thứ để khiến bạn móc tiền ra và họ hầu không biết tiếng anh”. Nếu bạn không thân thì du khách sẽ không nói với bạn những điều này.

Thế thì thay vì nhắm đến những hướng dẫn viên chuyên nghiệp với giá đắt đỏ từ các trung tâm du lịch và được đối đãi chu đáo như một du khách thì điều mà dự án này mang tới cho khách du lịch là một mức giá rẻ, rất “sinh viên” và được cư xử như một người bạn thật sự. Du khách sẽ được đến các vùng nông thôn ở Việt Nam và thậm chí là đến nhà của những hướng dẫn viên để hiểu hết được cuộc sống và cách sinh hoạt thường ngày của người dân ở đây.

Điều này thật sự vượt xa một chuyến du lịch vì nó giống như một trải nghiệm thực sự cho du khách và sẽ mang đến những kỉ niệm không bao giờ quên. Tạo ra vòng kết nối bạn bè, trao đổi văn hóa là tiêu chí chính của dự án này. Thêm nữa, du khách sẽ có thể có thêm những người bạn mới và có thể giữ liên lạc sau khi chuyến đi kết thúc.

Một giá trị quan trọng trong dự án này mang lại là góp phần phát triển du lịch việt nam. Hầu hết chúng ta đều nghe đến những vụ tai nạn của khách du lịch khi đến Việt Nam. Từ việc bị đánh cắp tài sản cho đến gặp những sự cố. Một phần nguyên nhân là do họ chưa hiểu hết về địa hình hay chưa biết cách đề phòng những vấn nạn ở đây. Có một người bạn nội địa sẽ giúp bạn tránh được những sự ngỡ ngàng và đề phòng chúng.

4. Tạo kênh thông tin kết nối khách hàng



4.1 Việc sử dụng các kênh thông tin để giao tiếp với khách hàng là điều cực kì quan trọng.

Các kênh để tiếp cận khách hàng là sinh viên

Một trong những yêu cầu hàng đầu và quan trọng nhất của việc cung cấp bất kì một dịch vụ hay sản phẩm mới nào là tạo lòng tin nơi khách hàng hoặc người sử dụng dịch vụ. Làm thế nào để giữa rất nhiều dịch vụ tràn lan như hiện nay thì dự án của nhóm không nằm trong những dự án tạm thời và chỉ nhằm mục đích thu được lợi nhuận.

Hình 4.2 Các kênh liên kết khách hàng của dự án.



Để nắm bắt được điều này và tạo sự khác biệt thì việc tạo lập các mối quan hệ và lựa chọn các kênh giao tiếp với khách hàng thật sự vô cùng quan trọng. Để tạo được lòng tin thì các kênh giao tiếp với khách hàng nên là những địa điểm đáng tin cậy.

Nhóm đã lựa chọn các kênh giao tiếp như bên dưới và đặt theo thứ tự ưu tiên. Những kênh được đưa lên đầu sẽ được tập trung đẩy mạnh nhất.

- Kết nối với các trung tâm hỗ trợ việc làm cho các sinh viên tại các trường đại học và các câu lạc bộ anh văn tại các kí túc xá trên địa bàn cả nước. Điều này đảm bảo được 2 yếu tố chính. Đầu tiên là chất lượng sinh viên tại các câu lạc bộ ngoại ngữ thường là những bạn có trình độ ngoại ngữ tốt, năng động và ít nhiều có kinh nghiệm trong việc giao tiếp với người nước ngoài. Thứ hai là nhằm tránh khỏi việc được quy chung với các dịch vụ khác trên thị trường hiện nay, trung tâm hỗ trợ sinh viên thường là những địa điểm đáng tin cậy dành cho sinh viên.
- Theo như số liệu thống kê thì lượng người dùng facebook ở Việt Nam là rất lớn và hầu hết các sinh viên đều sử dụng mạng xã hội. Nắm bắt được điều này nhóm thấy rằng việc tiếp cận qua mạng xã hội là cách làm ít tốn kém nhất nhưng đem lại hiệu quả cao nhất. Góp phần làm cho dịch vụ trở nên "quen mặt" với sinh viên. Có thể đây là kênh thông tin không đem lại sự tin tưởng cao nhất nhưng đây là kênh giao tiếp giúp cho người dùng biết đến dịch vụ nhanh nhất và dễ dàng phổ biến nhất. Thế thì việc làm cụ thể là như thế nào, trước tiên là tạo một group chế độ cộng đồng để bắt đầu marketing cho dịch vụ. Mời một số người bạn quen biết chia sẻ thông tin để sinh viên có thể biết đến dịch vụ này. Trả lời các câu hỏi thắc mắc của sinh viên nhanh nhất có thể.
- Việc tạo một số hot line cũng vô cùng quan trọng. Đầu tiên là tư vấn và giải đáp thắc mắc qua hot line bằng một số điện thoại cố định.

Các kênh để tiếp cận khách hàng là khách du lịch nước ngoài.

Có một sự khác biệt giữa phương thức tiếp cận sinh viên và tiếp cận với khách nước ngoài.

- Ngoài việc tạo một trang facebook nhằm giao tiếp với du khách bằng tiếng anh. Thì việc tạo một tài khoản twitter cũng vô cùng quan trọng. Hầu hết người dân ở những quốc gia khác trên thế giới sẽ dùng cả 2 tài khoản này. Công việc đầu tiên cho việc bắt đầu dự án là đều đặn hàng ngày sẽ có những bài post liên quan đến các địa điểm tham quan ở Việt Nam.
- Bên cạnh đó để thực hiện dự án cũng cần có một ứng dụng giúp du khách có thể dễ dàng tìm kiếm thông tin hoặc địa điểm muốn đến, đồng thời cũng giúp tìm thấy những đối tác mong muốn. Danh sách các sinh viên sẽ được gửi đến du khách và ngược lại. Điều này giúp cho sinh viên và du khách có thể trò chuyện, chuẩn bị mọi thứ trước khi cuộc hành trình bắt đầu.

5. Quan hệ với khách hàng

Khi bắt đầu tham gia dự án, các bạn sinh viên sẽ được trao những thẻ thành viên. Trong đó, có phân ghi rõ mức độ hành nghề của các bạn xếp theo mức độ là từ a -> b -> c -> d. Với những bạn mới gia nhập thì được xếp theo mức độ level là a rồi đến b, c và cuối cùng là d. Sau khi đạt đến các mức level cụ thể thì các bạn sẽ được trao thẻ mới. Đồng thời thông tin này sẽ được ghi nhận trong hồ sơ của các bạn để những du khách có thể dễ dàng lựa chọn những bạn có nhiều kinh nghiệm và hoạt động tốt. Ngoài ra việc đánh giá ứng viên theo sao (Thông qua ứng dụng) quyết định rất quan trọng. Sau khi kết thúc chuyến đi du khách có thể đánh giá ứng viên qua việc cho xếp hạng theo sao từ 1-2-3-4-5 sao. Những bạn 5 sao sẽ được liệt kê trong danh sách tìm kiếm với độ ưu tiên cao về sự hài lòng của khách hàng.

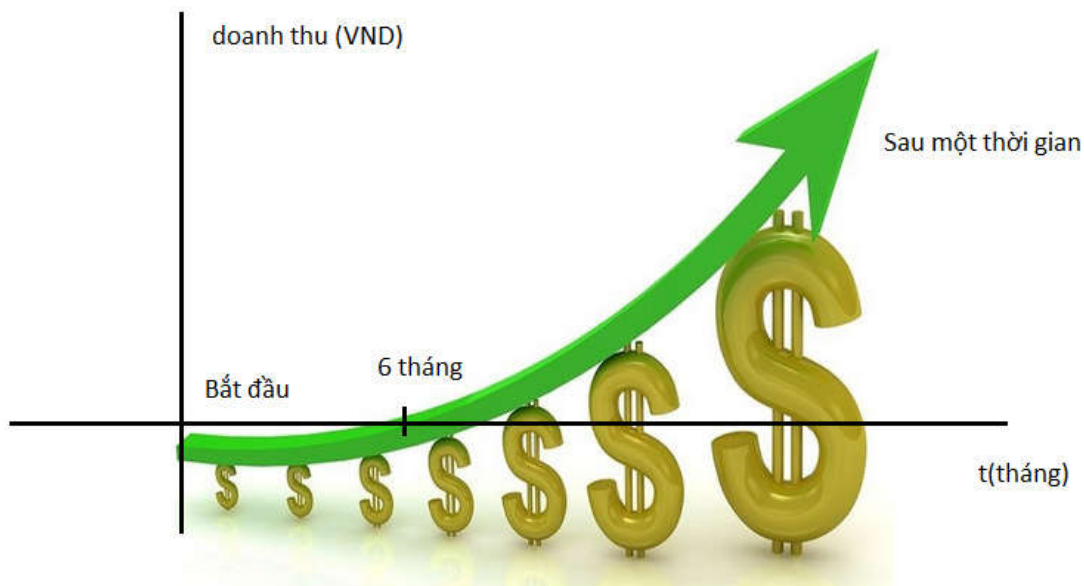


Hình 5.1 Việc đánh giá thông qua ứng dụng là cách đánh giá chính xác nhất

Về phần du khách việc tạo ra các mẫu quà tặng đặc biệt cuối mỗi chuyến đi kèm theo thông tin liên hệ về ứng dụng cũng như là tài khoản facebook và twitter sẽ là phương pháp tốt

nhất để giữ chân khách, cũng như tạo ấn tượng với bạn bè của du khách. Thử tưởng tượng nếu là bạn khi kết thúc một chuyến đi vui vẻ ở nước ngoài thì việc bạn được tặng một món quà bé xíu xinh xinh sẽ như thế nào. Chắc chắn là rất tuyệt và bạn sẽ muốn đặt món quà đó trên bàn làm việc hoặc những nơi mà có nhiều người thấy nhất. Để thực hiện việc này thì món quà phải được thiết kế đặc trưng và có thể để ở bàn làm việc. Khi du khách muốn đăng nhập ứng dụng thì việc tạo một tài khoản là điều cần thiết và điều này sẽ giúp du khách lưu lại hồ sơ của những sinh viên họ có ấn tượng tốt để giới thiệu cho bạn bè.

6. Dòng doanh thu.



Hình 6.1 Đồ thị giả định dòng doanh thu của dự án.

Về cơ bản mục đích cuối cùng của mỗi dự án là tạo ra doanh thu. Thế thì thời gian hoàn vốn cho mỗi dự án là một dấu chấm hỏi lớn đối với mỗi tập thể khi khởi nghiệp. Dự án “Vietnamese local guide” đòi hỏi phải huy động một nguồn nhân lực lớn và rộng rãi trên khắp đất nước. Đây là một thử thách lớn khi chúng tôi có Hình 6.2 Dự án “journey with student” là một dự án tích tiểu thành đại để đạt được doanh thu.



đến 2 khách hàng và có sự tác động qua lại lẫn nhau. Nếu thiếu một trong hai tức là kế hoạch đã bị thất bại hoàn toàn. Chính vì vậy sau khi cân nhắc thì cả nhóm ước tính là sau 6 tháng có thể chi phí sẽ bằng doanh thu. Tiếp đến thì doanh thu bắt đầu vượt lên. Tuy nhiên sau một khoảng thời gian thì dòng doanh thu sẽ bị bão hòa tức là phụ thuộc vào lượng du khách nước ngoài hay nói đúng hơn là phụ thuộc vào tình hình du lịch ở Việt Nam. Chỉ cần ở mức trung

bình thì sau khoảng 1.5 năm là thời gian hoàn vốn của dự án. Nếu dự án đạt được những thành công nhất định thì sau 1 năm sẽ hoàn vốn.

Dưới đây là tổng hợp các nguồn thu từ dự án.

- 20% từ tiền chi trả cho việc thuê sinh viên.
- Tiền hoa hồng cho việc hợp tác với các khu lịch địa phương.
- Tiền hợp tác với các trung tâm đồ lưu niệm/nhà hàng đặc sản.

Có thể nói dự án “Vietnamese local guide” là một dự án lợi nhuận thu được từ việc tích tiểu thành đại. Nghĩa là muốn doanh thu cao thì cần phải có nhiều khách hàng, số lượng doanh thu sẽ tỉ lệ thuận với số lượng khách hàng. Trong 3 nguồn thu được liệt kê phía trên thì việc tạo doanh thu chính là từ 20% số tiền mà khách du lịch trả cho sinh viên. 20% là một con số có thể chấp nhận được nếu so sánh với một số dịch vụ khác tương tự như grab (23%).

Đối với các doanh thu khác từ tiền hoa hồng hay các hợp đồng với các cửa hàng quà lưu niệm thì chỉ tăng khi dự án đạt được những thành công ban đầu nhất định.

Khi đó doanh thu từ những nguồn kinh doanh này được dự đoán là sẽ tăng đáng kể và vượt qua nguồn doanh thu từ phần trăm mà du khách trả cho sinh viên.

7. Cơ cấu chi phí.

Hai vấn đề quan trọng nhất của việc bắt đầu một dự án là việc tính toán nguồn doanh thu và chi phí bỏ ra. Ngoài việc đảm bảo nguồn doanh thu thì việc tính toán chi phí đầu ra cũng vô cùng quan trọng. Liệu rằng chúng ta có đủ vốn để thực hiện toàn bộ dự án hay không. Nếu việc tính toán thiếu mà không huy động vốn được từ các nhà đầu tư thì dễ dẫn đến việc dự án bị bỏ nửa chừng. Khi đó toàn bộ số vốn ban đầu bị mất mà không thu lại bất kì lợi nhuận nào.

Thế thì dự án “Vietnamese local guide” này cần bao nhiêu vốn?

Chúng ta sẽ liệt kê một số chi phí như bên dưới

+ Đầu tiên là chi phí cho việc quảng bá sản phẩm: Bên cạnh việc quảng bá sản phẩm

Hình 7.1 Tính toán hợp lý sẽ làm giảm chi phí ban đầu cho dự án đồng thời hạn chế rủi ro khi thực hiện.



thông qua facebook (Kênh thông tin miễn phí và hiệu quả) thì việc quảng bá thông qua các bức tranh tại các nhà xe hay các office là điều cực kì quan trọng.

Đây là về phía du khách. Thử nghĩ xem làm thế nào du khách có thể biết được bạn đang có dịch vụ đó nếu họ không nhìn thấy những mẫu quảng cáo như vậy. Đồng thời tạo một website nhằm quảng bá sản phẩm cũng rất là quan trọng. Một vài người bạn của tôi nói rằng họ thích đến Tòa Thánh Tây Ninh vì họ nhìn thấy những mẫu tranh rất đẹp trên các website du lịch. Tạo một website và đưa những hình ảnh về các vùng quê bình yên cũng như những trải nghiệm của du khách đã từng đi lên là điều cần thiết nhất nhằm lấy được sự tin tưởng của khách hàng.

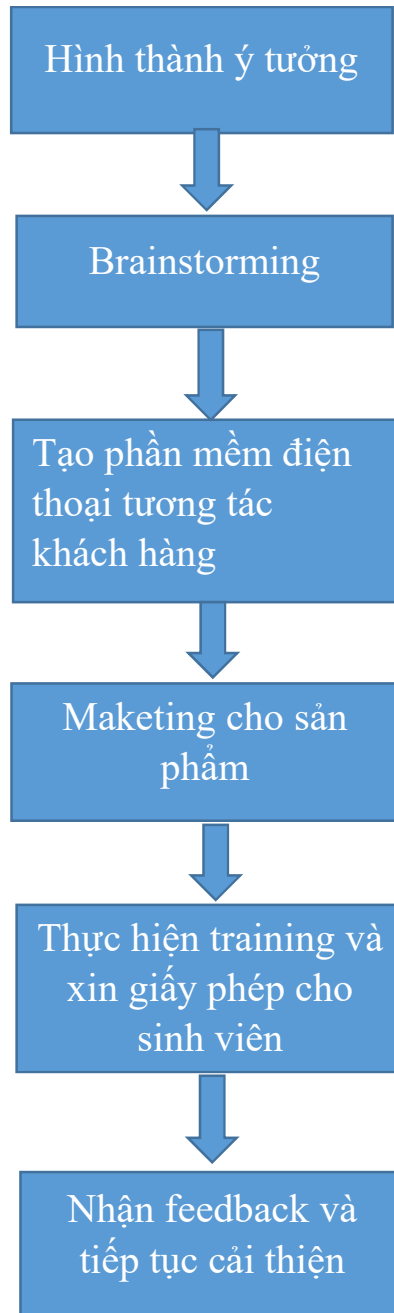
+ Chi phí thứ hai là việc tạo cơ sở vật chất cho dự án. Dự án cần ít nhất 2 số điện thoại cố định nhằm phục vụ cho việc giải đáp thắc mắc cho khách hàng. Đồng thời cần có một trung tâm tư vấn.

+ Một vấn đề quan trọng mà nhóm đã xem xét rất kĩ là việc mỗi sinh viên cần được cung cấp một chứng chỉ để hành nghề. Làm thế nào mà những người tổ chức dự án có thể tin tưởng vào sinh viên có đủ phẩm chất để “đảm nhận” trách nhiệm khó khăn này. Có một câu chuyện là khi bạn làm 100 điều tốt thì bạn chưa chắc được công nhận là tốt nhưng khi bạn làm 1 điều sai thì mọi người sẽ nghĩ tiêu cực về bạn.

Nếu tồn tại một trường hợp làm mất uy tín của công ty thì việc dẫn đến bị tẩy chay hoặc mất khách hàng là điều cực kì quan trọng, vì lí do đó nhóm dự án đã tìm ra phương pháp nhằm ngăn ngừa trường hợp này xảy ra. Đầu tiên là cần phải thuê một giảng viên chuyên về du lịch hoặc một hướng dẫn viên có kinh nghiệm lâu năm trong nghề để giảng dạy cho các bạn sinh viên. Tạo các tài liệu cho các bạn ở những khu vực xa và các bài thi online. Nếu các bạn pass các bài thi thì các bạn đã có đủ tiêu chuẩn để trở thành một thành viên trong dự án.

8. Tiến trình xây dựng dự án.

Dưới đây là sơ đồ thực hiện dự án “Vietnamese local guide”:



CHƯƠNG 6

TỔNG KẾT

Tôi đã thay đổi gần như toàn bộ quan điểm về khởi nghiệp trong vài năm gần đây. Trước đây tôi cũng nghĩ khởi nghiệp là phải quần quật làm việc như điên, rèn luyện bản thân đến vật vã và bỏ hơi tai chạy đua với doanh nghiệp của chính mình thì mới là...khởi nghiệp đúng. Phải lao đi học tùm lum thứ để lãnh đạo, quản lý, vận hành doanh nghiệp theo kiểu siêu nhân, kiểu hình mẫu doanh nhân giống trong phim Hollywood thì mới đúng là khởi nghiệp. Trời ạ, thế giới đã đổi thay đến tận gốc, có nghĩa là con người có thể khởi nghiệp thông minh hơn thế gấp ngàn lần, thậm chí gấp triệu lần. Thế nhưng chúng ta không vỡ ra được, chúng ta vì sợ hãi thất bại hoặc quá xem trọng thành công kiểu cũ, nên tránh né đi theo quan điểm mới và từ bỏ luôn siêu cơ hội của chính mình. Đơn giản vì chúng ta không leo lên đủ cao để nhìn thấy!

Cho nên chúng ta tôn thờ những cây đa cây đề khởi nghiệp, tóc bạc trắng còn vật vã với công việc, chưa từng tận hưởng trọn vẹn cuộc sống ngày nào. Chúng ta xa lánh những người trẻ mẫn khởi nghiệp với tốc độ nhanh như tên lửa, vận dụng sức mạnh thời đại để tiến nhanh tiến xa một cách thần kì mà chẳng nhọc công gì mấy. Chúng ta thậm chí còn xem đó là những kẻ oắt con chỉ giỏi chụp lấy cơ hội trước mắt. Chúng ta đâu có biết họ đã học hỏi với tốc độ nào, đã tự xóa sổ tư duy cũ như thế nào, đã tự khai mở đầu óc cho thông minh lên một cách khủng khiếp như thế nào để có thể chụp lấy những điểm bùng phát của thời đại. Chúng ta bâu môi và mặt sát cả sự ung dung tự tại của bọn oắt con ấy, chúng ta chẳng tin nổi sao chúng nó có thể đi chém gió tới ngày vẫn có thể tạo ra doanh thu nghìn tỷ!

Tôi đã nhắc đến từ thông minh (smart) rất nhiều lần. Tôi cho rằng đây mới chính là chìa khóa cho khởi nghiệp trong thời đại này, trong giai đoạn này và trong cả tương lai gần. Tương lai xa thì tôi e rằng phải nâng cấp độ lên siêu thông minh mới đủ! Sự nỗ lực kiểu cũ là không đủ để đảm bảo cho thành công, có khi càng nỗ lực theo lối cũ sẽ càng vui chôn chúng ta xuống bùn đen của sự lạc hậu.

Tôi viết ra những điều này để tự dội nước vào chính mặt mình, để càng phải nghiêm túc hơn gấp bội trong việc nâng cấp bản thân mình theo cách hoàn toàn khác trước.

Rất nhiều bạn biết tôi thì đều thấy tôi chém gió tới ngày, nhưng đây chính là giai đoạn tôi đang đập vỡ nhiều thứ cũ kĩ nhất trong đời mình để bước sang một trang mới của khởi nghiệp: ung dung tới đa, thần nhiên tới đa, tận hưởng cuộc sống tới đa và tìm cách để thông minh tới đa. Tôi vẫn sợ rằng mình không đủ sự chuẩn bị để là một phần của tương lai!

Tôi thực sự rất nghiêm túc với những cơn sóng thần của cách mạng công nghệ sắp tới, nghiêm túc đến mức tôi sẵn sàng tự xóa sổ những doanh nghiệp cũ kĩ của mình, tôi tin rằng những sự thay đổi tận nền tảng đang diễn ra với sự bất lực của toàn bộ nhân loại. Một là chúng ta mua vé để lên chuyến tàu này và ngồi nhâm nhi trong khoang hạng nhất để tàu chở tới tương lai, hai là chúng ta sẽ mãi mãi ở lại với quá khứ!