

ĐỒ CAO BẢO

KHỞI NGHIỆP LÃNG MẠN VÀ THỰC TẾ

Từ những câu chuyện thực tế đến những nguyên lý cơ bản
của khởi nghiệp, của lãnh đạo và quản trị doanh nghiệp

MỤC LỤC

Lời giới thiệu

Hoàng Nam Tiến 9

TS. Nguyễn Mạnh Hùng 13

1 Phần mở đầu 17

Không chỉ là câu chuyện của doanh nhân 18

Tại sao tôi viết cuốn sách này 20

Phương pháp luận viết cuốn sách này 36

Các đối tượng nghiên cứu 40

2 Khát vọng và tầm nhìn 47

Tại sao phải khởi nghiệp 48

Khởi nghiệp để làm gì 51

Bản năng doanh nhân 76

Khi nào thì khởi nghiệp 83

Tầm nhìn và sứ mệnh với khởi nghiệp 86

3 Ý tưởng, công nghệ, sản phẩm, vốn và huy động vốn 105

Vốn và ý tưởng kinh doanh 106

Ý tưởng kinh doanh, công nghệ & sản phẩm	107
Vốn và huy động vốn	149
4 Những suy ngẫm về thành công & thất bại của khởi nghiệp	183
Những câu chuyện khởi nghiệp rất đáng suy ngẫm	184
Thất bại trong khởi nghiệp	213
5 Người đồng hành, đồng sáng lập	225
Người đồng hành, đồng sáng lập	226
Trở thành triệu phú chỉ sau một đêm	249
Thu hút và sử dụng nhân tài, làm cách nào để từ nhân viên trở thành tỷ phú	259
6 Kinh doanh, bán hàng	275
Bán hàng, nhất định phải bán hàng	276
Mối quan hệ trong kinh doanh	305
Kinh doanh B2B, mô hình quản trị khách hàng 4H	339
7 Lãnh đạo và quản lý với khởi nghiệp	365
Lãnh đạo và quản lý	368
Lãnh đạo là phục vụ	376
Lãnh đạo chính là tầm ảnh hưởng	381
Lãnh đạo không cần chức vụ	385
Thủ lĩnh một cách tự nhiên	402
Lãnh đạo nhất định phải công bằng	404
Tinh thần trách nhiệm	412

Lãnh đạo bản thân	416
Mấu chốt của lãnh đạo là ủy quyền	418
Nhà quản lý	425
Tóm lược về lãnh đạo và quản lý	434

8 Văn hóa doanh nghiệp và giá trị cốt lõi của doanh nghiệp 437

Văn hoá FPT	446
Văn hóa Infosys	453
Văn hóa Apple, xuất sắc hàng đầu	454
Google, văn hóa doanh nghiệp tốt nhất	456

9 Khởi nghiệp và chu kỳ công nghệ đột phá 459

Phần kết. Những giá trị vĩnh cửu, bất biến với thời gian trong thời đại thay đổi đến chóng mặt	473
---	-----

1

PHẦN MỞ ĐẦU



KHÔNG CHỈ LÀ CÂU CHUYỆN CỦA DOANH NHÂN

Muốn đất nước giàu mạnh và thịnh vượng, thì nhất định dân phải giàu, doanh nghiệp phải lớn mạnh, phải vươn ra toàn cầu, thế nhưng doanh nghiệp không tự nhiên sinh ra, nó được bắt đầu bằng sự khởi nghiệp của những con người có tầm nhìn, có khát vọng lớn, dám đối đầu với thách thức, khó khăn, chấp nhận rủi ro, vượt qua nỗi sợ hãi, không sợ thất bại, dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm, không những chịu trách nhiệm với chính mình mà còn chịu trách nhiệm với cả sự nghiệp và cuộc sống của nhiều người khác. Khởi nghiệp không phải để kiếm tiền, để làm giàu cho cá nhân mình, càng không phải để được làm ông chủ, làm giám đốc, thoát cảnh đi làm thuê, khởi nghiệp chính là vì sự thôi thúc mạnh mẽ từ bên trong, con tim mách bảo rằng nhất định phải làm công việc ấy, bởi xã hội đang cần những sản phẩm và dịch vụ ấy, bởi sản phẩm, dịch vụ ấy mang lại lợi ích cho người tiêu dùng, cho xã hội.

Cứ có một doanh nghiệp khởi nghiệp, là cộng đồng doanh nhân thêm một thành viên mới, xã hội thêm nhiều người có việc làm và cứ có một doanh nghiệp khởi nghiệp thành công thì xã hội có thêm hàng trăm, hàng nghìn, thậm chí hàng chục nghìn việc làm mới, nhà nước có nguồn thu ngân sách để có tiền tái đầu tư phát triển hạ tầng và cho phúc lợi xã hội, cho an ninh, quốc phòng, đất nước chúng ta sẽ tiến thêm một bước trên con đường thịnh vượng và văn minh.

Có một thực tế không thể phủ nhận rằng doanh nghiệp cũng như con người, cũng có sinh, có tử. Bất cứ quốc gia nào, dù hùng mạnh và giàu có đến đâu, mỗi năm cũng có khá nhiều doanh nghiệp buộc phải giã từ chốn thương trường, chính vì vậy mà việc có thêm các doanh nghiệp thành lập mới, một phần là để bù đắp cho số doanh nghiệp đã mất đi, đã rút lui khỏi thương trường, một phần là góp phần cho tăng trưởng kinh tế, tạo thêm công ăn việc làm cho xã hội.

Trong 10 chỉ số kinh tế quan trọng nhất của một quốc gia mà các cơ quan chính phủ các quốc gia phải thống kê và công bố hàng quý hàng năm, thì cả 3 chỉ số đầu tiên đều liên quan đến doanh nghiệp, đó là tổng sản phẩm quốc nội (GDP), việc làm (toàn xã hội có bao nhiêu việc làm, bao nhiêu việc làm mới được tạo ra, tỷ lệ thất nghiệp) và sản xuất công nghiệp. Về bản chất thì doanh nghiệp chính là nơi trực tiếp tạo ra của cải vật chất cho xã hội và tạo ra 75% công ăn việc làm cho toàn xã hội. Điều đó chứng tỏ rằng doanh nghiệp và khởi nghiệp là vấn đề trọng tâm, là cốt lõi của bất cứ quốc gia nào, nó không những chỉ là vấn đề của doanh nghiệp, doanh nhân mà còn là vấn đề lớn nhất, quan trọng nhất của quốc gia.

Chính vì vậy mà khởi nghiệp không chỉ là câu chuyện riêng của giới doanh nhân, của riêng những con người có đam mê kinh doanh, có khát vọng làm giàu, làm đổi thay xã hội thông qua những sản phẩm, dịch vụ mới cùng thói quen tiêu dùng và giải trí mới, mà còn là câu chuyện và mối quan tâm chung của tất cả mọi người trong xã hội, từ lãnh đạo quốc gia đến những chàng trai, cô gái trẻ vừa bắt đầu sự nghiệp của mình. Đây chính là lý do đã thôi thúc tôi viết cuốn sách này.

TẠI SAO TÔI VIẾT CUỐN SÁCH NÀY

“Thế thì anh phải viết thêm một cuốn sách nữa về kinh doanh, về khởi nghiệp”. Đây là lời của các sáng lập viên, Chủ tịch, Tổng giám đốc một công ty phần mềm xuất khẩu có 2.000 nhân viên sau buổi tôi chia sẻ về chủ đề “Quản trị khách hàng và bán hàng cho khối khách hàng B2B”.

“Anh phải tiếp tục viết sách nữa, thế hệ trẻ Việt Nam rất cần những bài học, những kinh nghiệm và văn hoá kinh doanh mà FPT các anh đã trải qua, đã tích lũy trong hơn 30 năm qua”. Đây là lời một anh bạn người Singapore là Chủ tịch công ty IT Singapore đã kinh doanh ở Việt Nam và là đối tác của chúng tôi trên 25 năm qua trong một buổi tiệc tối chung mới đây.

Chỉ trong vòng có mấy ngày, tôi đã nhận được liên tiếp hai lời khuyên tiếp tục viết sách nữa, mà lại từ một doanh nhân Singapore và một doanh nhân Việt Nam đều rất thành công.

Cứ tưởng rằng mình đã rút ruột rút gan ra trong cuốn *Khát vọng Việt* rồi, thế mà các bạn doanh nhân trên lại nói *“những điều anh đã viết ra vẫn chỉ là một phần nhỏ những cái anh có, anh đã trải nghiệm, vẫn còn rất nhiều vấn đề hay ho anh chưa viết”*. Đêm về nhà nằm nghĩ: Thế thì mình vẫn còn món nợ với cuộc đời, với các thế hệ doanh nhân trẻ Việt Nam hiện tại và cả tương lai. Sở dĩ tôi được như ngày hôm nay, một phần rất lớn là nhờ đã học được rất nhiều kiến thức và kinh nghiệm về kinh doanh, về quản trị khách hàng trực tiếp từ những doanh nhân người Mỹ, người Ý, người Pháp, người Nhật, người Hàn Quốc,

người Singapore, người Malaysia là đối tác kinh doanh của FPT, đặc biệt tôi đã nhận được sự tin nhiệm, tin cậy, yêu quý và giúp đỡ vô cùng to lớn và hiệu quả của rất nhiều khách hàng cả ở Việt Nam cũng như các quốc gia khác. Vì thế, tôi phải có trách nhiệm đáp trả lại cho các thế hệ sau, đó như một lẽ tự nhiên không thể khác.

Vấn đề khó nhất bây giờ là cảm hứng viết. Tôi vốn dốt văn, thời đi học điểm tổng kết văn toàn 4.9, nhưng được các thầy cô bộ môn văn làm tròn lên 5.0 để lên lớp, để trường có thêm một suất học sinh tiên tiến. Chính vì vậy mà khi có cảm hứng thì chữ trong đầu cứ tự nhiên hiện ra, tôi chỉ việc gõ bàn phím, còn khi không có cảm hứng thì ngồi nghĩ mãi, gõ rồi lại xóa, gõ rồi lại để đấy, không thể viết được cái gì cho ra hồn.

Là đồng sáng lập, người tham gia FPT ngay từ giai đoạn đầu khởi nghiệp, đã trực tiếp chứng kiến và trưởng thành cùng 35 năm phát triển của FPT, từ một công ty tay trắng, trở thành tập đoàn toàn cầu, có quy mô doanh số 5 tỷ đô-la, 80.000 nhân viên (trong đó có gần 20% nhân viên có quốc tịch nước ngoài, với 70 quốc tịch khác nhau), có sự hiện diện ở 30 quốc gia trên toàn cầu, có vốn hóa lên đến 7,5 tỷ đô-la; Là người say mê đọc sách, chiêm nghiệm, ghi chép và đúc kết về quá trình khởi nghiệp của các doanh nhân lừng danh thế giới như Henry Ford, Harland Senders, Bill Gates, Steve Job, Michael Dell, Jeff Bezos, Mark Zuckerberg, Elon Musk, Jack Ma, Narayana Murthy, Trương Gia Bình và một số doanh nhân Việt Nam thành công khác, tôi nghĩ rằng những câu chuyện khởi nghiệp của các doanh nhân trên cùng với những trải nghiệm, chiêm nghiệm và đúc kết của cá nhân mình nếu được viết ra, sắp xếp lại thành một cuốn sách dành cho người khởi nghiệp, cho doanh nhân Việt hay một cuốn sách tập hợp những câu chuyện về cuộc đời và sự nghiệp của những con người tài năng nhất, táo bạo nhất, sáng tạo nhất, thành công nhất, giàu có nhất, thì tôi cho rằng đó sẽ là cuốn sách rất có ích cho tất cả mọi người.

Một điểm tôi thấy đáng tiếc là tuy ở Việt Nam có nhiều công ty tư nhân lớn khác cũng thành công một cách bền vững hàng chục năm nay và những câu chuyện khởi nghiệp của họ rất đáng được nghiên cứu, chiêm nghiệm và đúc kết thành nguyên lý cơ bản của khởi nghiệp để bổ sung cho cuốn sách, để nội dung cuốn sách này thêm phong phú và có tính thực tiễn ở Việt Nam cao hơn, nhưng rất tiếc đến thời điểm này, chưa có công ty nào công bố chi tiết trên sách báo cũng như các tài liệu nội bộ đủ sâu về quá trình khởi nghiệp, quá trình hình thành và phát triển, quá trình huy động vốn, cũng như các thành tựu của họ một cách tương đối đầy đủ.

Nhờ ông trời thương, cho lại tôi cảm hứng, để ý tứ và câu chữ trong đầu tiếp tục tuôn ra, giúp tôi có thể viết tiếp một cuốn sách nữa, cuốn sách về khởi nghiệp. Cuốn sách này tôi muốn đặt tên là KHỞI NGHIỆP, LÃNG MẠN VÀ THỰC TẾ. Sở dĩ tôi đặt tên như vậy bởi tôi cho rằng khởi nghiệp không hề khô khan, nhàm chán, bởi bản chất của khởi nghiệp chính là để hiện thực hóa những ước mơ và khát vọng rất lớn lao, đôi khi rất viễn vông, và để đạt được những ước mơ, khát khao cháy bỏng ấy, người khởi nghiệp không những phải tài năng, dũng cảm, quyết đoán, sáng tạo, chăm chỉ, cần cù mà còn phải rất lãng mạn nữa.

Trong mỗi người khởi nghiệp có hai đức tính tưởng là trái ngược nhau, nhưng lại đan quện chặt với nhau đó là thực tế và lãng mạn. Thực tế khi họ thực thi công việc và thực hiện kế hoạch kinh doanh, khi họ bám sát thị trường và người tiêu dùng để thấu hiểu nhu cầu của họ, kể cả những nhu cầu tiềm ẩn mà họ chưa hoặc không nói ra, kể cả những nhu cầu của 10, 20 năm tới. Lãng mạn khi họ mơ ước, khi họ đặt ra tầm nhìn và sứ mệnh của công ty; lãng mạn khi họ dám đưa ra những ý tưởng kinh doanh đôi khi có vẻ điên rồ, ngoài sức tưởng tượng của mọi người; lãng mạn khi họ làm chiến lược kinh doanh, khi họ đặt ra những mục tiêu lớn đến mức tưởng như không thể vượt qua; lãng mạn khi mà họ sáng tạo ra những câu chuyện đầy cảm hứng, đáng ngưỡng mộ nhất

với hàng trăm, hàng nghìn cộng sự của họ trở thành triệu phú đô-la chỉ sau một đêm và lãng mạn ngay trong chính câu chuyện về mối tình của họ.

Với rất nhiều người khởi nghiệp thành công, thì doanh nghiệp của họ chính là sứ mệnh mà họ nhất định phải thực hiện và đó cũng chính là tình yêu lớn lao, niềm đam mê cháy bỏng, luôn chiếm trọn tâm trí của họ. Chính vì vậy, tôi muốn mở đầu cho cuốn sách này bằng một câu chuyện tình rất lãng mạn như tiểu thuyết của một cặp đôi khởi nghiệp rất thành công và rất đáng ngưỡng mộ. Câu chuyện khởi nghiệp thứ hai được coi là một trong những câu chuyện truyền cảm hứng nhất thế kỷ 21. Câu chuyện thứ ba là về sự hội tụ và giao thoa giữa tính doanh nhân và nghệ sĩ của người đã tạo ra những sản phẩm tuyệt hảo làm thay đổi thế giới.

Câu chuyện tình lãng mạn của người khởi nghiệp

Bạn có lấy một anh chàng luôn nghèo túng, lại luôn nợ bạn tiền, không bao giờ trả không?

Anh ấy luôn nghèo túng. Anh ấy luôn nợ tôi tiền. Chúng tôi thường đi ăn tối và anh ấy nói: “Anh không mang theo tiền, em hãy trả phần của anh, sau này anh sẽ trả lại cho em.” Trong suốt ba năm, tôi đã giữ một cuốn sổ ghi chép các khoản nợ của anh ấy với tôi. Nhưng anh ấy không bao giờ trả tiền và cuối cùng tôi đã xé nó vào ngày...”

Nghe câu chuyện tình đến đây, có lẽ hầu hết các bạn sẽ nói “đồ hèn, đồ giẻ rách, bỏ quách đi cho nhẹ nợ”. Ở Việt Nam ngày nay, có lẽ phải đến 90% cô gái sẽ “say goodbye” chàng trai ngay sau buổi đi ăn thứ hai nếu chàng trai không trả tiền. Thế nhưng cô gái trong câu chuyện không làm vậy, cô kiên nhẫn yêu anh chàng này, trong suốt ba năm cô kiên nhẫn trả tiền các bữa ăn tối và ghi chép đều đặn số nợ anh hứa sẽ trả lại.

Và ba năm sau, anh ấy cầu hôn: “Anh chỉ cao có 1m62. Anh không bao giờ có thể trở nên giàu có. Em xinh đẹp, thông minh và em sẽ có được bất cứ ai em muốn. Nhưng anh vẫn muốn hỏi cưới em, em đồng ý chứ?” Cô gái trả lời “Anh cho em một chút thời gian”.

Mặc dù bố cô gái phản đối, mặc dù khi ấy chàng trai đang thất nghiệp, cô gái đã thuyết phục bố mình: “Anh ấy rất ham đọc sách, anh ấy hay tặng con sách, anh ấy là một người lương thiện và anh ấy có một ước mơ khởi nghiệp”. Bố cô đáp: “Anh hãy đi xin việc, ít nhất anh phải có công ăn việc làm chứ”. Chàng trai trả lời: “Cháu không bao giờ làm bất cứ việc gì vì yêu cầu bắt buộc của bất cứ ai”. Rồi cô gái vẫn nhận lời, họ tổ chức hôn lễ và số tiền tổ chức tiệc cưới lại chia đôi mỗi người một nửa, vẫn với lý do “vì anh không có tiền”.

Kết hôn xong, cô vợ đi làm kỹ sư phần mềm ở một hãng IT lớn nhất nước, chàng trai đi làm kỹ sư phần mềm ở một hãng IT nhỏ hơn, lương của cô vợ luôn cao hơn lương chồng và khi ấy cô gái chính thức xé quyển sổ ghi nợ.

Ba năm sau, anh chồng rủ 6 ông bạn đồng nghiệp cùng khởi nghiệp, lập công ty phần mềm, nhưng ngoài niềm đam mê làm ra những phần mềm chất lượng tốt, anh chàng chẳng có một xu nào, vì vậy, vợ anh đã đưa cho chồng 250 đô-la và nói: “Đây là toàn bộ số tiền em đã để dành trong ba năm để phòng thân và cũng là toàn bộ số tiền mà em có. Anh hãy cầm lấy, em cho anh thời gian ba năm, trong ba năm ấy em sẽ lo liệu cho nhu cầu tài chính của cả nhà và chăm sóc con cái. Anh hãy đi và theo đuổi ước mơ khởi nghiệp của mình mà không cần lo lắng gì, nhưng nên nhớ anh chỉ có ba năm thôi đấy”. Số tiền vốn ít ỏi ấy không đủ để mua nổi một chiếc máy tính cho công ty và phải mất thêm ba năm nữa, công ty của anh chồng mới mua được chiếc máy tính đầu tiên. Mặc dù lúc đầu phản đối cuộc hôn nhân, nhưng khi con rể khởi nghiệp, ông

bố vợ cũng tặng chàng rể một chiếc xe máy tay ga để làm phương tiện đi lại.

Chưa hết, khi công ty của chồng chuyển trụ sở đến một thành phố lớn, cô vợ bỏ việc ở hãng IT lớn đi theo chồng và cũng gia nhập công ty. Hàng ngày, cô vừa nấu ăn, vừa chăm con, vừa đi bán hàng, vừa làm thư ký, trợ lý văn phòng, vừa làm lập trình viên, vừa làm nhà phân tích hệ thống cấp cao cho công ty. Khi công ty đã lớn hơn, người lãnh đạo cao cấp số 2, đồng sáng lập công ty đề nghị đưa người vợ vào Hội đồng quản trị công ty, vì cô xứng đáng, cô tài năng, nhưng anh chồng nói: “Tôi không muốn công ty của chúng ta là công ty của một nhóm vợ chồng (thời điểm đó có hai vợ của hai đồng sáng lập khác cũng đang làm việc trong công ty)”, và anh nói với vợ: “Từ bây giờ chúng ta không bao giờ được làm cùng công ty nữa”. Cô vợ rất sốc: “Em muốn tiếp tục ở lại công ty”, nhưng anh quả quyết “Nếu em muốn ở lại, anh sẽ vui vẻ ra đi”. Cuối cùng, cô vợ chấp nhận nghỉ việc ở công ty, chịu hy sinh vì sự nghiệp của chồng, nhưng cô tự nhủ: “Nhất định mình không làm tấm thảm chùi chân cho chồng”.

Sau này có nhiều người cho rằng tại sao cô vợ lại chịu làm con cừu hiến tế tại bàn thờ thành công của chồng, một số nhà báo nữ thậm chí còn tố cáo cô vợ là một tấm gương xấu khi từ bỏ ước mơ của mình. Cô vợ đã trả lời họ rằng: “Có những điều đúng với người này, nhưng có thể sai với người khác, việc đưa ra lựa chọn có hiệu quả cho cuộc đời mình là tùy thuộc vào mỗi cá nhân. Ước mơ khởi nghiệp của anh ấy không chỉ cho riêng cá nhân anh mà còn cho cả thế hệ thanh niên của đất nước còn nghèo khó này. Đó là ước mơ về một công ty mẫu mực, xứng đáng và vì danh dự, ước mơ về việc tạo ra thật nhiều của cải và phân phối của cải một cách công bằng. Ước mơ của anh ấy lớn hơn kế hoạch nghề nghiệp của tôi về mọi mặt. Vì vậy, khi buộc phải lựa chọn giữa sự nghiệp của anh ấy và sự nghiệp của mình, tôi đã chọn điều mà tôi cho là đúng đắn. Tôi có thể tự tin nói rằng nếu tôi có ước mơ cũng lớn

như thế thì anh ấy cũng sẽ hỗ trợ tôi hết lòng, khi ấy vai trò sẽ đảo ngược lại”.

Đến một ngày, khi công ty của người chồng đã trở thành một trong ba công ty dịch vụ phần mềm lớn nhất thế giới, với vài trăm nghìn nhân viên, anh đã nói với vợ: “Sudha, anh đã giẫm lên sự nghiệp của em để tạo nên sự nghiệp của anh, em là nền tảng cho sự thành công của anh”.

Trên đây là câu chuyện tình của cặp đôi đáng ngưỡng mộ nhất Ấn Độ, nhạc phụ và nhạc mẫu của cựu Thủ tướng Anh Rishi Sunak, Tỷ phú Narayana Murthy¹, đồng sáng lập, cựu chủ tịch tập đoàn Infosys² và bà Sudha Murthy³, nhà văn, nhà giáo dục, nhà hoạt động xã hội, nhà từ thiện nổi tiếng Ấn Độ.

Sẽ có bạn đọc cho rằng câu chuyện tình khởi nghiệp mở đầu cho cuốn sách này có vẻ hơi dài và hơi lạc đề một chút, thế nhưng tôi vẫn kể và viết lại, không những thế lại đưa lên đầu cuốn sách, bởi tôi muốn cho các bạn đọc thấy rằng sách về khởi nghiệp và

¹ Tỷ phú Narayana Murthy có tài sản 4,7 tỷ đô-la (theo Forbes), người được coi là "cha đẻ của lĩnh vực phần mềm Ấn Độ". Năm 2012, Murthy được Fortune vinh danh vị trí thứ 10 trong 12 doanh nhân vĩ đại nhất thời đại chúng ta (The 12 Greatest Entrepreneurs of our Time), đứng sau Steve Jobs (#1), Bill Gates (#2), Jeff Bezos (#4), Larry Page & Sergey Brin (#5), Mark Zuckerberg (#7), những người có tên trong cuốn sách này.

² Infosys là công ty phần mềm Ấn Độ, có doanh thu 19 tỷ đô-la, vốn hóa 77,73 tỷ đô-la (lớn thứ 3 trong số các công ty dịch vụ phần mềm trên toàn cầu), có 336.294 nhân viên; là công ty Ấn Độ đầu tiên lên sàn chứng khoán Nasdaq và là một trong những công ty sáng tạo nhất thế giới năm 2012 (theo Forbes).

Infosys là hình mẫu của FPT Software về làm phần mềm. Người FPT đã gặp cụ Murthy nhiều lần, lần mới nhất là tháng 5/2024 trong chuyến thăm FPT và Việt Nam. Hiện tại ông Hampapur R. Binod, cựu PTGD Infosys là thành viên Hội đồng quản trị FPT nhiệm kỳ 2022-2027.

³ Bà Sudha Murthy là nhà giáo dục, nhà văn, nhà từ thiện và chủ tịch Quỹ Infosys Sudha Murthy, được chính phủ Ấn Độ trao tặng nhiều giải thưởng cao quý của quốc gia cho công tác xã hội. Sudha Murthy là tác giả của 92 cuốn sách, quỹ từ thiện do bà làm chủ tịch đã xây được nhiều bệnh viện, trung tâm phục hồi chức năng, trường học, cơ sở nghiên cứu khoa học và hơn 3500 thư viện. (Các số liệu trên là ở thời điểm 1/1/2024.)

các câu chuyện về khởi nghiệp không phải lúc nào cũng khô khan, nhàm chán, trái lại nó cũng rất lãng mạn, hấp dẫn và rất nhân văn, vì vậy cũng rất đáng đọc, không chỉ cho những người khởi nghiệp mà cho tất cả mọi người.

Câu chuyện khởi nghiệp truyền cảm hứng nhất thế kỷ 21

“Brian,

Tôi đã nghĩ ra cách kiếm vài đô-la, biến nơi ở của chúng ta thành “nhà nghỉ chỉ phục vụ bữa sáng cho các nhà thiết kế”, cung cấp một nơi cho các nhà thiết kế trẻ đến thành phố để dùng chân trong sự kiện kéo dài 4 ngày, với Internet không dây, một không gian bàn làm việc nhỏ với chiếc chiếu ngủ và bữa ăn mỗi sáng. Ha!

Joe”

Trên đây là đoạn email ngắn của chàng trai Joe Gebbia gửi cho người bạn Brian Chesky vào cuối năm 2007. Thời điểm ấy, hai chàng trai cùng 26 tuổi, cùng tốt nghiệp trường Thiết kế Rhode Island, mới di chuyển đến San Francisco từ New York. Họ đang thất nghiệp và không có việc làm, gặp khó khăn trong việc trả tiền thuê nhà và đang tìm cách kiếm thêm tiền. Ý tưởng này được Joe Gebbia điều chỉnh từ dịch vụ tìm bạn cùng thuê phòng đã được hình thành từ trước đó.

Thời điểm ấy ở San Francisco có hội nghị Thiết kế Công nghiệp, số người đến dự hội nghị cũng như tham quan rất đông, hầu hết các phòng khách sạn trong thành phố đều đã được đặt kín. Nhận thấy đây là một cơ hội kiếm thêm chút tiền, hai chàng trai mua một vài chiếc nệm hơi và nhanh chóng thành lập một trang web có tên là “Air Bed and Breakfast” (sau này khi lập công ty họ đổi thành Airbnb), với ý tưởng cung cấp cho du khách một nơi chỉ để ngủ vào buổi tối và bữa ăn vào buổi sáng, còn ban ngày khách thuê nhà đi dự hội nghị. Joe và Brian tính phí 80 đô-la

mỗi đêm cho một du khách. Ý tưởng đã thành công, họ có ba vị khách: một người đàn ông Ấn Độ 30 tuổi, một phụ nữ 35 tuổi đến từ Boston và một ông bố 45 tuổi đến từ bang Utah, cả ba ngủ trên những chiếc nệm hơi đặt trên sàn nhà. Đây chính là những vị khách đầu tiên của công ty Airbnb được thành lập sau đó.

Sau hội nghị thiết kế ở San Francisco, năm 2008 có thêm hội nghị của đảng Dân chủ. Thương vụ cho thuê chỗ ngủ lần thứ hai này họ có 600 khách hàng, nhưng thành công chỉ tồn tại trong thời gian ngắn, sau mấy sự kiện lớn ấy, Airbnb không có khách hàng nữa. Không có doanh thu để duy trì trang web và các chi phí khác của công ty, họ tìm đến các nhà đầu tư thiên thần (đầu tư mạo hiểm từ giai đoạn sơ khai). Thật không may, trong số 15 nhà đầu tư thiên thần mà họ mời chào không có ai quan tâm, không ai tin vào mô hình chia sẻ nhà ở để kinh doanh thay thế khách sạn của họ.

Các nhà đầu tư và dư luận đều nghĩ rằng các nhà sáng lập Airbnb hoàn toàn điên rồ, không có bất cứ ai nghĩ rằng đây là một ý tưởng kinh doanh hay. Một số nhà đầu tư nói với họ: “Tôi hy vọng bạn có ý tưởng khác. Tôi hy vọng đây không phải là điều duy nhất bạn đang làm,” hoặc, “Mọi người thực sự làm điều này à? Có chuyện gì với họ thế?”

Một số nhà đầu tư, thậm chí còn không đồng ý gặp các nhà sáng lập, còn những nhà đầu tư gặp thì lại nói: “Các bạn thật điên rồ. Sẽ có một vụ giết người ở một trong những ngôi nhà này. Sẽ có máu trên tay bạn. Tôi sẽ không chạm vào cái này bằng một cây cột dài 10 feet”. Trong lúc chờ tìm kiếm nhà đầu tư, họ đã buộc phải chi tiêu bằng thẻ tín dụng ngân hàng, họ tiêu nhiều đến mức mà tất cả các ngân hàng đều đồng loạt khóa thẻ tín dụng của họ.

Bất chấp khó khăn, bất chấp nhiều lần bị các nhà đầu tư từ chối, bất chấp nợ nần chồng chất, riêng khoản nợ thẻ tín dụng ngân hàng đã lên đến hàng chục nghìn đô-la, nhưng các nhà sáng lập Airbnb vẫn không bỏ cuộc, họ vẫn tin tưởng vào mô hình kinh

doanh “chủ nhà chia sẻ nhà ở của mình với du khách”, thay thế một phần cho mô hình khách sạn truyền thống là một mô hình kinh doanh mang lại nhiều trải nghiệm mới mẻ, thú vị và nhiều lợi ích cho du khách. Để có tiền duy trì hoạt động của công ty, các nhà sáng lập phải đi bán những hộp ngũ cốc được thiết kế lại có tên “Obama O’s” và “Cap’n McCains” với giá 40 đô-la một hộp.

Để hấp dẫn người mua hộp ngũ cốc, họ đã nghĩ ra một số tiếng leng keng khá vui nhộn, thế nhưng họ vẫn chỉ kiếm được có 200 đô-la một tuần. Một ngày họ quyết định dùng số tiền bán ngũ cốc để đến New York – thị trường lớn nhất của họ – gặp gỡ trực tiếp khách hàng. Khi gặp khách hàng, họ mới phát hiện ra nguyên nhân chính không có khách là vì ảnh của các phòng nghỉ đều không đẹp, không hấp dẫn du khách. Họ quyết định mua một chiếc máy ảnh tốt, rồi đến tận nhà của các chủ nhà cho thuê để trực tiếp chụp những bức ảnh đẹp nhất về đưa lên trang web của Airbnb.

Sau khi từ New York trở về, nhờ cảm nhận được nhu cầu khách hàng, nhờ các bức ảnh chụp phòng nghỉ cho thuê đẹp hơn, khách hàng của Airbnb tăng dần, cuối cùng họ cũng có được một số nhà đầu tư. Airbnb quyết định chuyển trọng tâm từ cho thuê phòng nghỉ được chia sẻ chung giữa chủ nhà và khách hàng sang tất cả các loại hình chỗ ở. Đến tháng 3 năm 2009, Airbnb đã có hơn 2.500 căn nhà ở liên kết và 10.000 người dùng đã đăng ký sử dụng dịch vụ.

Nhờ mang lại lợi thế đáng kể so với các khách sạn về chi phí, tiện nghi, sự hài lòng của khách hàng, dịch vụ, sự trải nghiệm cuộc sống của người dân bản địa và nhiều lợi thế khác, nhờ tạo ra giá trị cho cả chủ nhà và du khách. Airbnb cung cấp trải nghiệm độc đáo và xác thực với chi phí phải chăng, làm cho mọi người trên thế giới xích lại gần nhau, biến những người xa lạ, khác quốc tịch và màu da trở thành bạn bè. Airbnb cũng tạo cơ hội cho mọi người trên khắp thế giới có thể trở thành doanh nhân trong lĩnh

vực dịch vụ lưu trú, dù họ chỉ có một căn hộ hay một căn nhà. Chính vì những điều ấy mà Airbnb đã phát triển như vũ bão.

Ngày hôm nay, Airbnb trở thành công ty kinh doanh phòng nghỉ lớn nhất thế giới với 6 triệu căn nhà nghỉ cho thuê, trải dài trên 220 quốc gia trên toàn cầu, có hơn 1 tỷ lượt du khách lưu trú qua hệ thống của Airbnb, doanh thu năm 2023 lên đến trên 12 tỷ đô-la, giá trị công ty lên đến 91 tỷ đô-la (thời điểm 26/1/2024, thời điểm Airbnb IPO ngày 10/12/2020, giá trị công ty đã vượt 100 tỷ đô-la, nhưng sau đó bị giảm do đại dịch COVID-19 và hiện đang dần hồi phục).

Airbnb là một hiện tượng độc đáo, kinh doanh lưu trú với tổng số phòng nghỉ cho thuê lớn hơn tổng số phòng nghỉ của 5 tập đoàn khách sạn truyền thống lớn nhất thế giới cộng lại là Marriott, Hilton, Intercontinental, Wyndham, Accor, mà họ không hề sở hữu bất cứ một phòng nghỉ nào, và chỉ mất có 12 năm kể từ ngày thành lập đã có vốn hóa lên đến 100 tỷ đô-la, lớn nhất trong lĩnh vực khách sạn, lớn hơn tổng hai gã khổng lồ Marriott và Intercontinental cộng lại.

Từ những người thất nghiệp, không có việc làm, không có đủ tiền để trả tiền nhà thuê, khởi nghiệp với mô hình kinh doanh chia sẻ phòng nghỉ giữa chủ nhà và du khách với mong muốn kiếm thêm, suốt 2 năm đầu tiên phải đi bán các hộp ngũ cốc với giá 40 đô-la/hộp để lấy tiền trang trải chi phí cho hoạt động của công ty, chỉ 12 năm sau, Airbnb đã có vốn hóa lên đến 100 tỷ đô-la, cả Brian và Joe đều trở thành tỷ phú với khối tài sản lên đến 10.9 tỷ đô-la và 8.4 tỷ đô-la. Chính vì vậy, nhiều người cho rằng Airbnb chính là câu chuyện khởi nghiệp truyền cảm hứng nhất thế kỷ 21.

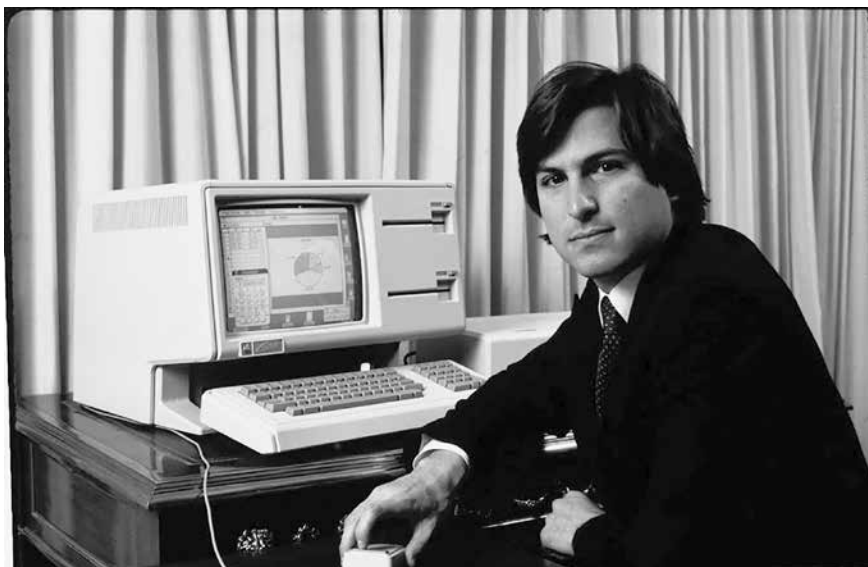
Khi người khởi nghiệp là doanh nhân và nghệ sĩ giao thoa

Nói đến doanh nhân, người ta thường hay liên tưởng đến việc kiếm tiền, làm giàu, rồi triệu phú, tỷ phú, toàn những thứ liên quan đến

tiền bạc hoặc chỉ ít cũng liên tưởng đến những sản phẩm của họ, của công ty họ làm ra, từ những chiếc ô tô, máy tính, điện thoại thông minh, phần mềm, đến những con robot, máy bay không người lái, rồi trí tuệ nhân tạo, chatGPT; toàn những thứ nặng về công nghệ, vừa không lãng mạn vừa khô khan và có vẻ đối nghịch với giới nghệ sĩ, đối nghịch với thẩm mỹ và cái đẹp.

Thế nhưng không hẳn vậy, Steve Jobs, nhà sáng lập ba hãng Apple, NeXT và Pixar, vừa là một doanh nhân có ảnh hưởng lớn nhất, vĩ đại nhất, thành công nhất thời đại, ngang hàng với Thomas Edison, Henry Ford và Bill Gates đồng thời lại vừa là một nghệ sĩ vĩ đại nhất thế kỷ 21. Với tư cách là doanh nhân, với tầm nhìn xa, sự sáng tạo tốt đỉnh, Jobs đã làm thay đổi thế giới bằng các sản phẩm tuyệt hảo như công nghệ làm phim hoạt hình trên máy tính, cùng những chiếc máy tính Macintosh và iMac, máy nghe nhạc iPod, máy tính bảng iPad và chiếc điện thoại thông minh iPhone tuyệt hảo, đi trước và vượt xa cả mong đợi của người dùng, làm thay đổi thế giới, khiến hàng trăm triệu người trên khắp hành tinh hạnh phúc đến độ tôn sùng Apple và các sản phẩm của nó với lòng sùng mộ gần như tôn giáo. Với tư cách nghệ sĩ, Jobs là người đã tạo ra những bộ phim hoạt hình bom tấn (làm hoàn toàn bằng máy tính), những sản phẩm công nghệ có tính thẩm mỹ cao, với vẻ đẹp ấn tượng và vô cùng tiện dụng.

Khác với hầu hết doanh nhân khác, Jobs luôn đặt sản phẩm tuyệt hảo, tính nghệ thuật, vẻ đẹp của các sản phẩm lên số một, đẩy doanh số, lợi nhuận xuống số 2, số 3, ông coi việc đặt doanh số, lợi nhuận, tiền bạc lên ưu tiên cao nhất trong các hoạt động là hủy hoại, phá hoại công ty. Phương châm kinh doanh của Jobs là “không bao giờ đặt mục tiêu đánh bại đối thủ cạnh tranh hay kiếm được thật nhiều tiền, mà hãy làm những điều vĩ đại nhất có thể”. Jobs tin tưởng sâu sắc rằng các sản phẩm tuyệt hảo, tất yếu sẽ tạo ra lợi nhuận, rồi chính lợi nhuận lại cho phép tạo ra những sản phẩm tuyệt hảo.



Steve Jobs bên chiếc máy tính Macintosh năm 1983

Steve Jobs là người yêu cái đẹp, ông đã từng theo học một khóa học về thư pháp và viết chữ nghệ thuật. Chính nhờ thành thạo thư pháp và viết chữ nghệ thuật, Jobs đã học được cách tư duy và suy nghĩ của một nghệ sĩ, giúp ông có triết lý kinh doanh, triết lý thiết kế sản phẩm khác biệt với những thiên tài công nghệ khác cũng như những thiên tài lãnh đạo doanh nghiệp khác, nó cho phép ông vượt lên dẫn đầu, đưa Apple trở thành tập đoàn công nghệ không chỉ có vốn hóa lớn nhất mà còn làm thay đổi thế giới thông qua các sản phẩm có tính cách mạng hóa cuộc sống hiện đại.

Chính vì là một nghệ sĩ, Jobs cho rằng những kỹ sư tài giỏi nhất và những nghệ sĩ xuất chúng là giống nhau, họ khát khao sáng tạo và khát khao thể hiện mình. Jobs thường nói với các đồng nghiệp rằng những nghệ sĩ vĩ đại như Leonardo da Vinci và Michelangelo đều là những nhà khoa học xuất sắc, thế nên ông tin rằng những nghệ sĩ xuất chúng cần thiết cho công đoạn thiết kế các sản phẩm của Apple. Từ tư duy như vậy nên trong đội thiết kế máy tính Macintosh, iMac, iPod, iPad, iPhone của Apple có rất

nhiều nhạc sĩ, nhà thơ, họa sĩ tài ba và Jobs luôn nói rằng họ là những nhà thiết kế xuất sắc. Jobs đã truyền niềm đam mê mang đến những sản phẩm tuyệt hảo cho tất cả các nhóm phát triển của Apple do ông phụ trách. Jobs muốn tất cả sản phẩm mà Apple tạo ra không chỉ hữu ích mà còn là một tác phẩm nghệ thuật.

Là một nghệ sĩ, Jobs nổi tiếng với nỗi ám ảnh về thiết kế và cam kết không ngừng nghỉ trong việc tạo ra những sản phẩm kết hợp hoàn hảo giữa hình thức và chức năng. CEO của Tangent Capital Partners, trong một cuộc phỏng vấn với Bloomberg từng nói rằng “Jobs sống ở điểm giao thoa giữa nghệ thuật và công nghệ”. Jobs hay nói với các cộng sự của mình đại ý rằng: “Này, nếu định tạo ra sản phẩm công nghệ, chúng ta cũng nên làm cho chúng trở nên đẹp đẽ”. Chính Jobs đã định nghĩa thành công của Apple như sau: “Trong DNA của Apple, chỉ công nghệ thôi là chưa đủ. Chính công nghệ kết hợp với nghệ thuật tự do, kết hợp với nhân văn đã mang lại những kết quả làm nên thành công của chúng ta”.

Rất nhiều người yêu cái đẹp cho rằng những gì Jobs đã làm vượt xa cả nghệ thuật, nó không chỉ là những sản phẩm tinh xảo, với vẻ đẹp và thẩm mỹ cao mà còn là sản phẩm công nghệ vừa vô cùng tiện dụng vừa có các tính năng tuyệt vời cho phép người sử dụng làm được những việc vô cùng thú vị. Quả thật, Jobs là một bậc thầy trong việc kết hợp ý tưởng, công nghệ và nghệ thuật theo những cách tạo ra thế giới của tương lai.

Người ta hay gán chữ tỷ phú đằng trước tên của các doanh nhân thành công nhất, nhưng riêng với Steve Jobs, chẳng ai cần đặt trước tên ông hai chữ tỷ phú, người ta chỉ cần gọi Steve Jobs là quá đủ, bởi Steve Jobs đồng nghĩa là doanh nhân vĩ đại đứng ngang hàng với Thomas Edison, Henry Ford, Bill Gates; và Jobs cũng đồng nghĩa với nghệ sĩ vĩ đại nhất thế kỷ 21, đứng ngang hàng với Warhol, Kanye West, Stanley Kubrick.

Các sản phẩm mà Steve Jobs và Apple đã cho ra đời trong trong ba thập kỷ, đã thay đổi hoàn toàn mọi lĩnh vực:

- **Máy tính Apple II** (cùng với Wozniak): trở thành chiếc máy tính cá nhân đầu tiên dành cho tất cả mọi người (trước đó máy tính chỉ cho những người có sở thích riêng với máy tính, công nghệ).
- **Máy tính Macintosh:** chiếc máy tính tạo ra cuộc cách mạng máy tính gia đình và phổ biến hóa giao diện người dùng đồ họa (trước đó máy tính dùng giao diện dòng lệnh – command line).
- **Toy Story, Finding Nemo và Wall-E và những bộ phim bom tấn khác của Pixar:** Những bộ phim hoạt hình đã mở ra sự kỳ diệu của hình ảnh kỹ thuật số, phim hoạt hình được làm hoàn toàn trên máy tính.
- **iPod:** Sản phẩm thay đổi cách con người thưởng thức âm nhạc.
- **iTune Store:** Sản phẩm cứu sống ngành công nghiệp âm nhạc.
- **iPhone:** Thứ đã biến những chiếc điện thoại di động thành thiết bị lướt web, gửi nhận email, quay video, chụp ảnh và nghe nhạc.
- **App Store:** Thứ đã tạo ra một ngành công nghiệp sáng tạo nội dung mới.
- **iPad:** Sản phẩm khởi đầu cho dòng máy tính bảng và giới thiệu một nền tảng các loại hình video, sách, tạp chí và báo kỹ thuật số.
- **iCloud:** Sản phẩm đánh bật máy tính khỏi vai trò trung tâm trong quản lý nội dung và giúp tất cả các thiết bị của chúng ta được đồng bộ hóa một cách trơn tru.

- **Bản thân Apple:** Thứ mà Jobs coi là sáng tạo tuyệt đỉnh nhất của bản thân, nơi mọi sự tưởng tượng, khả năng sáng tạo đều được nuôi dưỡng, ứng dụng và thực hiện theo cách thức sáng tạo đến mức đã trở thành công ty có giá trị nhất thế giới.

Hy vọng rằng sau khi đọc ba câu chuyện khởi nghiệp mở đầu cho cuốn sách này, các bạn sẽ tin rằng các câu chuyện khởi nghiệp và các nguyên lý cơ bản của khởi nghiệp trong cuốn sách này không thuần túy là một mô lý thuyết khô khan và nhàm chán mà nó rất đáng để các bạn đọc, chiêm nghiệm và thưởng thức.