

được các ưu đãi về vốn đầu tư, thuê mặt bằng, văn phòng, thiết bị làm việc, kiến thức kinh doanh...

Theo Tuấn Anh, để thành công, một doanh nghiệp khởi nghiệp cần nhân sự có đủ kiến thức, tạo ra sản phẩm chất lượng, có lợi cho cộng đồng và quan trọng là đúng thời điểm. Doanh nghiệp khởi nghiệp cũng phải bền bỉ và tỉnh táo. Bền bỉ vì không chỉ nuôi dưỡng dự án của mình trong vài tháng, mà phải chuẩn bị tinh thần và nguồn lực tài chính để duy trì và phát triển trong nhiều năm. Tỉnh táo để biết rằng các nhà sáng lập phải là những người lăn lộn, sống chết với dự án; truyền thông chỉ giúp quảng bá dự án, dự án không thể tự thành công nếu chỉ nhờ truyền thông; nhiều khi cần xác định nên đi tiếp hay dừng lại, rẽ sang hướng khác để nuôi lớn đứa con tinh thần, hoặc thậm chí quyết định từ bỏ khi dự án không có tương lai.

Về hướng phát triển, Lucky Telecom kỳ vọng, thời gian tới có thể triển khai hệ thống ra nhiều bệnh viện trên cả nước, nhất là những bệnh viện lớn, tập trung nhiều bệnh nhân đến khám. Đồng thời, mở rộng ứng dụng cho cả các khâu xét nghiệm, chẩn đoán hình ảnh, bởi đây cũng là các khâu mà bệnh nhân mất rất nhiều thời gian chờ đợi. Không dừng lại ở bệnh viện, ý tưởng tương tác hai chiều từ xa, thời gian thực để lấy số thứ tự hoàn toàn có thể phát triển sang các lĩnh vực khác như bán vé tàu, xe, hành chính công,...

Hiện Lucky Telecom đang ở "giai đoạn khởi động" nên chi phí còn lớn hơn doanh thu ở mức cho phép. Nhưng, với chiến lược học hỏi các mô hình Google, Facebook, Skype,... trong việc phát triển lượng người sử dụng, và từ ngay những hiệu quả mà giải pháp mang lại cho cộng đồng, Lucky Telecom tự tin sẽ nhanh chóng "về đích". □

## Byju Raveendran: người-tự-học-chuyên-nghiệp khai sinh Edtech Startup hàng đầu Ấn Độ



Byju Raveendran, nhà sáng lập và CEO của Byju Classes.

◇ THẢO NIÊN

*Byju Raveendran ít nói về mình nhưng sẵn lòng chia sẻ bí quyết khởi nghiệp thành công với mục tiêu tưởng chừng "không tưởng": khiến học sinh thích học, mê học, "nghiện" học, và tự học không ngừng. Ở Ấn Độ người ta gọi anh là "Thầy giáo dạy toán có thể làm nên điều kỳ diệu". Còn giới khởi nghiệp thì không khỏi thắc mắc, anh chàng xuất thân là kỹ sư IT này làm thế nào để giành được khoản đầu tư lớn nhất, cũng là khoản tài trợ đầu tiên tại khu vực châu Á của quỹ Chan-Zuckerberg?*

Byju Raveendran, 35 tuổi, trung thành với kiểu áo thun sậm màu đơn giản hầu như suốt tuần. Đó là cách giúp anh nhanh chóng bắt tay vào công việc và dễ dàng chơi bóng sau giờ làm. Bóng đá chỉ là một trong sáu môn thể thao Byju thành thạo từ nhỏ. Người Ấn vốn "sính" bằng cấp nên trẻ em thường nặng gánh học hành, nhưng Byju – xuất thân trong một gia đình giáo viên tại làng Azhicode, bang Kerala – lại có một tuổi thơ rong chơi thoải mái. Ba mẹ anh không ép con học mà khuyến khích chơi thể thao. Dành nhiều thời gian vui chơi đồng nghĩa với Byju phải tự nỗ lực để bắt kịp bạn học. Đó là lúc anh bắt đầu phát triển phương pháp tự học, dùng kỹ thuật phân tích, đặt câu hỏi để hình dung và hiểu rõ các khái niệm trong bài. Phương pháp này rất hiệu quả, bằng chứng là Byju nhẹ nhàng vượt mọi kỳ thi và tốt nghiệp xuất sắc ngành máy tính.

Lẽ ra Byju có thể trở thành kỹ sư hay giáo sư toán học, nhưng sự nghiệp của anh lại rẽ sang hướng khác. Byju

nhớ lại, những tháng ngày miệt mài đuổi bắt quả bóng trên sân đã dạy anh một điều: muốn thành công phải "theo đuổi điều mình thích với tất cả trái tim". Chính "câu thần chú" này đã đưa đẩy Byju bỏ việc kỹ sư máy tính để trở thành giáo viên, và cuối cùng, làm một nhà khởi nghiệp. Byju's Classes (tạm dịch "Lớp học của Byju") thành lập năm 2008, trước cả khi khởi nghiệp trở thành xu hướng toàn cầu. Các lớp học ban đầu do Byju trực tiếp giảng dạy và bắt đầu số hóa từ 2009 khi nhu cầu theo học tăng vọt. Đến 2015, công ty đã phát triển thành doanh nghiệp khởi nghiệp lớn nhất về công nghệ giáo dục (Education Technology - Edtech) tại Ấn Độ.

"Tôi thành kỹ sư nhờ duyên số, làm nhà giáo do lựa chọn, và thành doanh nhân bởi tình cờ", Byju khiêm tốn chia sẻ, "Tôi chỉ bắt đầu làm những gì mình thực sự yêu thích, nó tạo ra ảnh hưởng và trở thành một doanh nghiệp". Byju trở thành thầy giáo đơn giản vì anh biết cách vượt

# Đổi mới sáng tạo

## └ Mô hình khởi nghiệp

qua các kỳ thi đáng sợ và muốn chia sẻ điều đó. Về lâu dài, Byju muốn phổ biến phương pháp của mình cho nhiều người hơn nên đã viện nhờ đến công nghệ. Năm 2014, Byju's Classes tung ra ứng dụng đầu tiên trên nền tảng di động giúp công ty đạt đến tầm cao mới về số lượng học viên. Phương pháp tự học của Byju nay áp dụng cho hàng triệu học sinh từ lớp 4 đến lớp 12 tự học toán và các môn khoa học như sinh, lý, hóa. Nội dung bài giảng do công ty tự thiết kế, được truyền đạt trực quan bằng các video tương tác và câu đố, có cố vấn để giải đáp thắc mắc. Byju's Classes cũng hỗ trợ học sinh chuẩn bị cho các bài thi đánh giá năng lực "khó nhằn" như JEE, CAT, IAS và GMAT, vốn là căn cứ quan trọng để xét tuyển vào các trường đại học, cao đẳng hàng đầu Ấn Độ.

Tên tuổi của Byju's Classes được khẳng định bằng thành tích của học viên. Pravin Prakash là một trong những người đầu tiên tham gia lớp học thử nghiệm năm 2007. Anh mô tả mình như một người "nghiện thi CAT", bằng chứng là anh làm bài thi CAT đến 4 lần nhưng chỉ đạt điểm trung bình. Trước lần thi thứ 5, Pravin nghe nói về "một giáo viên toán, người có thể làm nên điều kỳ diệu" và quyết định đến Bangalore học thử, vốn vẹn một tuần trước kỳ thi. Một tuần theo học cũng đủ tạo ra điều kỳ diệu – Prakash đạt điểm CAT xuất sắc đủ để đậu trong "top" đầu vào Học viện Quản lý Ấn Độ. Giờ đây, Pravin Prakash, đang giữ vị trí Phó giám đốc Tiếp thị tại Byju's Classes, là minh chứng rõ ràng cho hiệu quả của doanh nghiệp khởi nghiệp này.

### **Doanh nhân "tinh cờ" nhưng thành công rực rỡ**

Tự nhận mình chỉ "là một doanh nhân tinh cờ" nhưng giới khởi nghiệp lại xem Byju là điển hình của thành công hiếm hoi trên thị trường Edtech – một trong những thị trường khởi nghiệp gian nan bậc nhất. Với sự bùng nổ

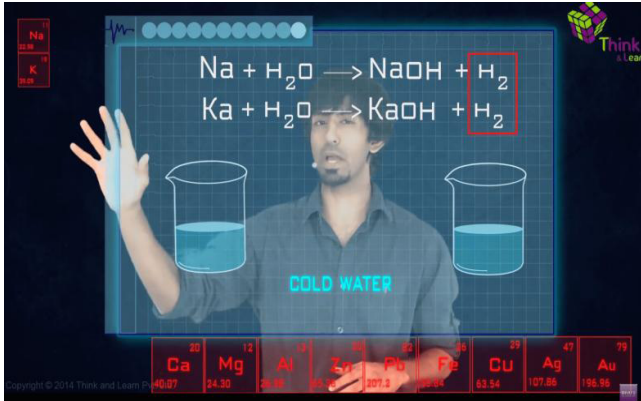
của xu hướng học trực tuyến, việc sáng tạo và vận hành một sản phẩm giáo dục ứng dụng công nghệ không khó, nhưng nghịch lý là rất ít doanh nghiệp khởi nghiệp thực sự thành công. Thực tế, doanh nghiệp Edtech thường mất thời gian dài mới có doanh thu, chưa tính đến lợi nhuận. Người dùng sản phẩm tuy đông nhưng "ngại" trả tiền. Khách hàng chính là phụ huynh lại thiếu khả năng kiểm định chất lượng sản phẩm nên dựa chủ yếu vào giá cả. Và chẳng mấy ai chịu trả tiền khi có hàng tá đối thủ sẵn sàng tung ra sản phẩm tương tự nhưng hoàn toàn miễn phí. Tuy nhiên, Byju's Classes là trường hợp cá biệt.

Trong khi đa số doanh nghiệp khởi nghiệp phải chịu lỗ thời gian đầu thì Byju's Classes kiếm lời sớm đến nỗi chẳng cần huy động vốn. Thay vào đó, các quỹ đầu tư tự tìm đến rót tiền cho Byju nhờ tiếng lành đồn xa. Trước khi thuyết phục được Chan-Zuckerberg Initiative (CZI), Byju's Classes đã có trong tay 85 triệu USD tài trợ. Tháng 9/2016, việc CZI dành 50 triệu USD cho Byju's Classes trở thành tin tức đẩy khích lệ trong bối cảnh dòng vốn đổ vào khởi nghiệp đang trên đà thoái trào. Nhiều người tự hỏi, điều gì khiến các tên tuổi lớn trong làng công nghệ đặt niềm tin vào Byju's Classes? Theo Mark Zuckerberg, ông chủ Facebook, đó chính là tiềm năng của lĩnh vực có tên gọi " cá nhân hóa học tập". Ứng dụng của Byju không chỉ đặc biệt bởi phương pháp giảng dạy tương thích với cá tính và trình độ của từng học sinh mà còn giúp học sinh thích học và tự học. Zuckerberg kỳ vọng ứng dụng này có thể tạo nên điều khác biệt cho nền giáo dục khắp thế giới, không chỉ riêng Ấn Độ.

### **Byju's Classes: Học phải "thực" và phải "vui"**

Theo Byju động lực học tập là một trong những trở ngại lớn nhất khiến chất lượng học giảm sút. Đa số học sinh





Bài giảng được thiết kế trực quan...



... và dưới dạng trò chơi vui nhộn

chỉ học để thi, chú trọng thành tích mà bỏ lỡ niềm vui được học. Anh tin rằng một học sinh thích học và học đúng cách chắc chắn đạt kết quả tốt. Do đó mục tiêu của Byju's Classes là làm cho việc học thú vị hơn. "Say mê học tập" (Fall in love with learning) được chọn làm khẩu hiệu cho lớp học của Byju. Byju đã chứng minh điều có vẻ không tưởng này hoàn toàn khả thi bằng cách giải quyết vấn đề từ gốc rễ - khiến bài học trở nên hấp dẫn, giảm áp lực học tập và giúp học sinh thích học.

Byju nói, "Tôi nhận ra giảng dạy cũng tương tự nghệ thuật trình diễn". Học sinh thường phải học "chay" các khái niệm trừu tượng, khó hiểu. Dùng công nghệ để giảng bài trực quan, sinh động và phù hợp với bối cảnh sẽ khiến bài học thú vị, dễ hiểu hơn. Ứng dụng Byju's Classes có khả năng "trình diễn" bài giảng linh hoạt, tự thích ứng theo tốc độ, trình độ và cách học của mỗi học sinh. Các trò chơi được sử dụng giúp bài học trở nên nhẹ nhàng, thu hút. "Việc tạo ra một hệ thống khuyến khích học sinh chủ động tìm hiểu, cha mẹ và giáo viên chỉ đóng vai trò hỗ trợ, sẽ giúp học sinh khai thác hết tiềm năng của mình", anh khẳng định.

Ngoài khả năng "trình diễn", mô hình giảng dạy của Byju còn nhấn mạnh việc "thực học", tức học để hiểu hơn là học vẹt. Bài giảng được thiết kế để thúc đẩy học sinh chú ý đến các chi tiết, từ khóa, tự đặt câu hỏi và tự nghiên cứu. Theo Byju, "Bạn học tốt nhất khi bạn bắt đầu đặt câu hỏi, không phải cho giáo viên, không phải cho ba mẹ, nhưng là với chính bản thân mình". Anh nói thêm, "Học sinh không thể chỉ đơn giản ghi nhớ những sự kiện và con số. Họ cần hiểu và phân tích vấn đề cũng như học cách đặt câu hỏi". Bằng cách này, học sinh không chỉ biết mình đang "Học gì", mà còn biết được "Tại sao phải học điều này", và "Học thế nào là tốt". Tại Ấn Độ, lớp học Byju nổi tiếng đến mức "học như Byju" đã trở thành cụm từ đối nghịch với "học vẹt".

Chia sẻ bí quyết để thành công trong lĩnh vực Edtech, Byju nhận định, đa số doanh nghiệp khởi nghiệp kiểu Edtech chỉ quan tâm đến số hóa nội dung mà bỏ quên việc cải thiện phương pháp. Công nghệ không chỉ dùng để thu hút người học mà cần được vận dụng để họ học tốt hơn và vui hơn. Đó chính là cách Byju Raveendran biến giáo dục trở thành ngành kinh doanh béo bở. □

### Byju's Classes và những con số nổi bật năm 2015

- 5,5 triệu lượt tải ứng dụng trên iPhone và điện thoại Android.
- 250.000 người dùng trả phí.
- 30.000 người đăng ký thêm mỗi tháng.
- Người dùng ứng dụng đến từ hơn 1.400 tỉnh, thành khắp Ấn Độ.
- Tỷ lệ duy trì ứng dụng hàng năm là 90%.
- Tốc độ tăng trưởng hàng tháng là 15%.
- 80% phụ huynh khẳng định ứng dụng cải thiện đáng kể kết quả học tập của con mình.

