

Thứ Bảy, 13/08/2016 02:07

[DN Mai Triều Nguyên: Si mê, liều mạng và khởi nghiệp](#) [1]



Anh Mai Triều Nguyên, Giám đốc Trung tâm công nghệ di động Mai Nguyên, kinh doanh trong lĩnh vực điện thoại di động và công nghệ đã gần mười lăm năm qua nhưng chưa bao giờ tham gia vào cuộc chạy đua bành trướng hệ thống bán lẻ.

Tại mỗi giai đoạn thăng trầm của nền kinh tế, anh luôn tìm một thị trường ngách để đưa doanh nghiệp vượt qua khó khăn. Đến nay, khi quyết định đầu tư vào điện thoại và công nghệ nghe nhìn cao cấp, ngách thị trường anh chọn dường như rất khó đi cho hầu hết các đối thủ cạnh tranh.

Gặp nhau ở quán cà phê quen thuộc gần hồ Con Rùa (TP. Hồ Chí Minh), Mai Triều Nguyên vẫn giản dị với trang phục quần jeans, áo sơ mi như mọi ngày. Anh ngồi ở góc bàn quen thuộc, chỉnh sửa bài viết về các sản phẩm mới trên máy tính trước khi đăng lên website hoặc Facebook. Nhấp chuột cà phê đã tan đá, anh nói: “Nhân viên đã làm rất tốt, nhưng tôi vẫn muốn cả bài viết và hình ảnh phải tốt hơn nữa mới thu hút được sự chú ý của khách hàng”.

* Sao anh không ngồi ở văn phòng làm việc cho yên tĩnh, tập trung?

- Nói ra nghe có vẻ khó tin nhưng thực sự tôi không có phòng làm việc riêng ở công ty. Một ngày làm việc của tôi bắt đầu ở nhà khi thức dậy. Sau đó tôi sẽ “ôm” máy tính ra quán cà phê quen thuộc để

làm việc từ trưa đến chiều, kể cả ngày Chủ nhật. Ngồi ở đây tôi làm việc rất hiệu quả vì khi tập trung vào công việc thì tôi quên hết mọi thứ xung quanh.

Đây là thói quen của tôi trong nhiều năm qua, hầu hết bạn bè và khách hàng thân thiết đều biết. Nhân viên làm việc với tôi qua mạng xã hội Facebook hoặc các ứng dụng trò chuyện trực tuyến Viber, Skype. Thỉnh thoảng, tôi sẽ đến cửa hàng, ngồi cùng nhân viên để trao đổi công việc. Thậm chí tôi có thể ngồi ngay trong kho, phòng kinh doanh xem nhập hàng và làm việc với chiếc máy tính xách tay bỏ trên đùi.

Dù sống ở Sài Gòn hơn 20 năm nhưng đến nay, tôi thấy mình vẫn chỉ là anh chàng nhà quê, cả chất giọng Khánh Hòa mộc mạc không muốn thay đổi. Tôi nghĩ rằng bộ vest bóng bẩy không làm nên một doanh nhân thành đạt. Tôi không cảm thấy thoải mái khi mặc những bộ quần áo quá sang trọng. Tôi chỉ muốn học được nhiều kiến thức, kinh nghiệm từ cuộc sống và có nhiều sáng tạo, đổi mới trong công việc. Và phải có cá tính riêng của mình.

* Một người học về Công nghệ thông tin mà lại đam mê kinh doanh, anh có được cha mẹ truyền nghề từ gia đình?

- Ba tôi là giáo viên, mẹ là y tá, không phải người làm kinh doanh. Lúc mới vào Sài Gòn, ba tôi thường lo lắng là một đứa khờ khờ, chậm chạp như tôi thì biết làm gì để sống. Tôi cũng không nghĩ mình hợp với kinh doanh nên chọn học ngành Công nghệ thông tin. Quyết định cùng bạn bè bắt tay vào kinh doanh trong lĩnh vực vi tính từ năm thứ ba đại học không phải vì tôi muốn làm giàu mà vì muốn thay đổi bản tính chậm chạp.

* Bước chập chững khởi nghiệp này hẳn là gặp nhiều khó khăn?

- Lúc đó, tôi cùng một người bạn góp vốn để mở một cửa hàng vi tính nhỏ bán đĩa CD, thu mua và sửa chữa máy vi tính. Chúng tôi chắc chắn là gặp nhiều khó khăn vì chúng tôi chỉ là những anh sinh viên trẻ tuổi, nhưng nhờ “cần cù bù thông minh” nên cửa hàng nhỏ của tôi cũng có được chút thu nhập. Điều quan trọng hơn là tôi đã bớt chậm chạp và còn học được nhiều kiến thức thực tiễn hơn so với các bạn chỉ học ở trường lớp.

Chuyện làm ăn có vẻ thuận lợi nên sau đó, tôi cùng bốn người bạn khác hùn vốn mở một cửa hàng kinh doanh điện thoại cũng khá lớn thời đó. Thật không may, lần “làm ăn lớn” này gặp thất bại thảm hại. Sau sáu tháng hoạt động thì cửa hàng phải đóng cửa vì lỗ nặng. Trong khi các cổ đông khác đều từ bỏ kinh doanh điện thoại di động, tôi vẫn cố gây dựng lại cửa hàng một mình.

* Thất bại lớn như vậy không làm anh thất vọng sao, sao anh không chuyển hướng đầu tư?

- Thật ra lúc đó là bước đường cùng, tôi chỉ có thể bước tiếp chứ không còn đường lui. Tôi đã phải mượn sổ đỏ căn nhà của ba mẹ, vay ngân hàng 300 triệu đồng để có tiền giải quyết hậu quả thất bại

và tiếp tục kinh doanh. Trong tôi hầu như không có gì ngoài niềm tin, giúp tôi vực dậy cửa hàng.

Tôi có tầm nhìn ngắn hạn trong ngành công nghệ nhưng quyết định đầu tư cũng giống như một canh bạc. Lúc đó, tôi nghĩ lần này mà thất bại nữa có lẽ tôi đi... bụi luôn. Ba tôi vốn đã không đặt nhiều tin tưởng ở cậu con trai út, nay thấy tôi thất bại, lại càng lo lắng hơn. Mỗi lần về nhà đối diện với ánh mắt của ông, tôi cảm thấy áp lực đến nỗi mặt mày tái xanh vì sợ. Thời điểm đó, tôi hay nán lại cửa hàng vài ba ngày liền để không phải gặp ông. Ngày tôi trả hết nợ ngân hàng, mang sổ đỏ về nhà là ngày tôi hạnh phúc nhất cho bước đường khởi nghiệp của mình.

Thật may, lần đầu tư này thành công nhờ những ý tưởng xuất hiện đúng lúc. Tôi chọn cung cấp dịch vụ cho khách hàng mua điện thoại di động như tải game, hình nền, ứng dụng, nhạc chuông, video... và sau đó là việc tạo lập một website chuyên mua bán điện thoại. Thời điểm đó, cửa hàng của tôi đã thu hút đông khách hàng đến nỗi có lúc tôi phải chạy ra ngoài để... trông xe. Nhưng chỉ một thời gian sau, khi thị trường điện thoại di động trở thành cơn sốt thì mảng dịch vụ này không còn “ăn khách” như trước.

* Chọn kinh doanh mảng điện thoại cao cấp như Mobiado, Vertu có phải là hướng đi quá khó vì lượng khách hàng phân khúc này rất ít?

- Bản thân tôi mê những món hàng độc đáo, số lượng ít nhưng giá trị lớn và phải chấp nhận “tiền nào của nấy”. Một chiếc tai nghe hay một chiếc loa nhỏ giá mười mấy triệu đồng hẳn đó là tác phẩm công nghệ không phổ biến. Khi mua nhà cũng vậy, tôi chỉ chọn những căn hộ ngay trung tâm thành phố. Những căn biệt thự quận 2, quận 7 tuy có kiến trúc “lấp lánh” nhưng những khu vực này quỹ đất còn khá rộng nên sẽ tạo ra khủng hoảng dư thừa. Hơn nữa, tôi không muốn mất thời gian cho việc di chuyển, kẹt xe.

Sau nhiều năm kinh doanh tôi nhận thấy độ lớn thị trường ngách mà tôi chọn không hề nhỏ. Dù không có báo cáo nào thể hiện con số tăng trưởng của thị trường này, nhưng khi nhìn vào tốc độ gia tăng số lượng người giàu Việt Nam, các khoản chi tiêu cho hàng xa xỉ vẫn tăng cao, bất chấp giai đoạn khủng hoảng kinh tế kéo dài trong thời gian qua.

Nhóm người giàu mới nổi của Việt Nam tăng nhanh thứ ba châu Á, chỉ sau Ấn Độ và Indonesia. Người giàu có nhu cầu sở hữu những chiếc điện thoại giá hàng trăm triệu để thể hiện đẳng cấp. Thời điểm năm 2008-2009 là thời kỳ rộ lên cơn sốt đất và chứng khoán nên người kiếm tiền rất nhanh, vì thế việc chi tiêu mua sắm điện thoại siêu sang cũng dễ dàng hơn. Còn nhớ đây là giai đoạn chúng tôi kinh doanh điện thoại Vertu, Mobiado rất “ngon”.

Nhưng đôi khi, kiên định chiến lược kinh doanh hàng chính hãng cũng khiến tôi... lao đao. Như thời điểm điện thoại iPhone bắt đầu xuất hiện trên thị trường, doanh thu của cửa hàng sụt giảm lớn do tư tưởng chỉ kinh doanh hàng chính hãng trong khi điện thoại iPhone lại không có nhà phân phối chính hãng tại Việt Nam. Đổi lại, tôi có được sự tôn trọng từ các hãng điện thoại lớn. Mặt khác, người dùng cũng có niềm tin với sản phẩm ở cửa hàng của tôi. Muốn mua điện thoại cao cấp và chính hãng, người ta nghĩ ngay tới Mai Nguyên

* Tại sao không đa dạng hóa phân khúc như các cửa hàng Thegioididong hay Viễn Thông A để việc kinh doanh thuận lợi hơn?

- Chúng tôi đã định hình thương hiệu “luxury” trong suy nghĩ của người tiêu dùng lâu nay nên việc đa dạng phân khúc có lẽ là điều bất khả thi. Cũng như người muốn mua chiếc máy nghe nhạc nhỏ thường ít khi nghĩ đến các trung tâm điện máy lớn như Nguyễn Kim. Mọi người khi muốn mua điện thoại tầm trung hoặc hàng xách tay, người ta thường không nghĩ đến cửa hàng của tôi.

Tuy nhiên, do mức giá quá cao, nên sức mua của các mẫu điện thoại siêu sang không phải lúc nào cũng sôi động, trong khi đó cơn sốt smartphone, dẫn đầu bởi Apple ngày càng lấn át thị phần điện thoại. Hơn nữa, sự cạnh tranh trong lĩnh vực này ngày càng trở nên gay gắt hơn.

Trước đây, thị trường chỉ có một vài thương hiệu, người dùng chỉ có thể mua Nokia, Motorola hay các nhà sản xuất khác. Tuy nhiên, hiện tại quy mô thị trường đã thay đổi, khách hàng ngày càng đòi hỏi nhiều hơn, đồng thời thị trường ngày càng cạnh tranh gay gắt, đặc biệt trong phân khúc điện thoại thông minh.

Bên cạnh việc được đầu tư bài bản từ hệ thống quản trị đến tài chính, thậm chí có sự tham gia của các chiến lược gia ngoại... các doanh nghiệp lớn luôn được các nhà sản xuất ưu ái và dành nhiều ưu đãi. Các cửa hàng nhỏ lẻ chắc hẳn sẽ phải thu hẹp dần quy mô. Và nếu đứng ngoài xu hướng, doanh nghiệp của tôi có thể sẽ chết. Nên tôi đã thay đổi chiến lược, kinh doanh các dòng smartphone của Apple, Samsung, Sony, HTC, LG... đồng thời kinh doanh cả mảng công nghệ nghe nhìn lấy smartphone làm trung tâm kết nối như tivi, loa, tai nghe...

Trong đó, loa di động và tai nghe là các sản phẩm được chú trọng, với nhiều thương hiệu nổi tiếng như Sony, JBL, Harman/Kardon, AKG, Bose, B&O, Sennheiser,... Các sản phẩm này có mức giá từ vài trăm ngàn đồng cho đến vài chục triệu đồng một thiết bị.

Có thể nói chúng tôi đang chọn một ngách rất nhỏ, tập trung vào việc kinh doanh sản phẩm độc lạ, ít đụng hàng và tạo ra sự khác biệt. Có nhiều hãng đòi hỏi rất khắt khe về quy cách trưng bày, gian hàng, đèn trang trí... cho đến trình độ nhân viên bán hàng, tất cả đều phải đúng quy chuẩn.

* Ngoài đam mê, điều gì khiến anh quyết định kinh doanh mạo hiểm như vậy?

- Người ta cho tôi là đầu tư mạo hiểm, tôi lại nghĩ mình đang đón đầu xu thế. Nhờ có cơ hội tiếp xúc với nhiều hãng công nghệ, bám theo họ, tôi thấy được xu hướng tiêu dùng trong tương lai gần. Công nghệ thay đổi từng ngày, không biết ngày mai thị trường có gì thì sẽ đi sau, khó đáp ứng được nhu cầu của khách hàng. Tôi dự đoán xu hướng sắp tới là người ta sẽ chọn những chiếc tai nghe, loa kích thước nhỏ.

Đến với cửa hàng của tôi, mọi người sẽ có thể trải nghiệm, dùng thử tối đa các sản phẩm công nghệ. Có gần như đủ hết các thương hiệu và kiểu dáng khác nhau của thế giới loa, tai nghe cho smartphone được bày sẵn ở đây. Ngay khi vào cửa hàng, mọi người sẽ nhìn thấy khu vực trưng bày những sản phẩm tai nghe, loa của hãng Sony, Bose, JBL, B&O... Khách hàng có thể lấy điện thoại ra thử ngay chiếc loa thông minh hay chiếc tai nghe mới nhất. Tất cả sản phẩm đều đã được để sẵn đó, có cắm điện để mọi người có thể thử ngay.

* Hẳn là anh đang rất tự tin với bước đầu tư mới của mình?

- Đúng vậy, tôi biết tôi đang đi đúng hướng và đúng đam mê, dù làm người tiên phong bao giờ cũng gặp nhiều rủi ro. Tôi nghĩ mình được như ngày hôm nay là nhờ ham học hỏi và chịu khó quan sát. Từ những ngày còn là sinh viên, tôi đã đọc báo về công nghệ rất nhiều. Cầm tờ báo Echip hoặc PC World trong tay là tôi cảm thấy vô cùng sung sướng. Nghe tin ở đâu có triển lãm, hội thảo về công nghệ là tôi tìm đến xem ngay. Các buổi triển lãm công nghệ thường tổ chức ở trong các khách sạn lớn, tôi vẫn đi xe đạp đến dự. Nghĩ lại, tôi thấy mình cũng khá liều! Đi đến buổi triển lãm hoặc có dịp tham quan các cửa hàng công nghệ ở nước ngoài, tôi thường quan sát rất kỹ cách người ta decor, sắp xếp sản phẩm để người xem “choáng ngợp”.

Đến nay, tôi vẫn đọc báo về công nghệ và theo dõi hoạt động của các hãng công nghệ trên các mạng xã hội hằng ngày. Tôi thường không muốn bỏ lỡ bất cứ thông tin mới nào nên thường thức đến 1-2 giờ sáng. Tôi thích đọc các trang web công nghệ nước ngoài và học tiếng Anh chuyên ngành từ những trang này. Tuy nhiên, nghe nói tiếng Anh của tôi chỉ “đủ dùng”.

* Tiếng Anh chỉ “đủ dùng” mà anh đã làm việc rất thành công với nhiều hãng công nghệ lớn trên thế giới, thật khó tin...

- Tôi không thể nghe nói lưu loát nhưng có thể tạm nghe nói được. Ngày trước, tôi đâu được học tiếng Anh một cách đàng hoàng. Đến khi làm việc với các đối tác nước ngoài, tôi mới thấy đó là một bất lợi lớn. Tôi thường “chữa cháy” bằng cách lâu lâu kiếm các giáo viên người nước ngoài học trong quán cà phê, từ đó cải thiện dần khả năng nghe nói. Còn phần đọc hiểu thì tôi tạm ổn nhờ đọc báo, web, trao đổi thư điện tử...

* Trên trang cá nhân anh thường đăng những giới thiệu, đánh giá về công nghệ mới, đây có phải là một cách quảng cáo cho sản phẩm anh bán?

- Tôi muốn cho bạn bè, người cùng sở thích cái nhìn toàn diện hơn về công nghệ mới để họ nắm và có lựa chọn phù hợp. Tôi cũng dùng sản phẩm của nhiều hãng để biết trải nghiệm người dùng như thế nào chứ không chỉ những thương hiệu mình thích. Điều này giúp tôi có được bức tranh toàn cảnh về sản phẩm công nghệ thế giới. Khi bạn bè nhờ tôi tư vấn trong việc chọn sản phẩm công nghệ, tôi cũng sẽ giúp một cách nhiệt tình dù họ có chọn sản phẩm của cửa hàng tôi hay không.

* Đầu tư toàn hàng chất lượng cao với số vốn lớn, vợ anh có bao giờ không đồng tình với quyết định của chồng?

- Có chứ. Thật may là tôi có một người vợ nhạy bén và tâm lý như cô ấy. Người ta nói: “Sau lưng người đàn ông thành đạt luôn có bóng dáng người phụ nữ”. Câu này với tôi là rất đúng. Vợ tôi là phụ tá đắc lực cho chồng trong công việc, trông coi chi tiêu, xuất nhập hàng hóa. Cô ấy cũng là “cái thắng” kìm hãm tôi khi tôi đầu tư quá tay. Với những người mê công nghệ như tôi rất dễ bị “dụ” khi nghe quảng cáo hấp dẫn. Nếu không có người kìm lại chắc chắn tôi sẽ đầu tư không có điểm dừng.

Bạn bè thường nói rằng chưa từng gặp ai si mê và “liều mạng” cho niềm đam mê của mình như tôi. Quả thật tôi thấy rất “sướng” khi tìm thấy được những đồ công nghệ hợp nhãn và tôi muốn chia sẻ cái sướng đó với những ai có cùng đam mê. Tôi là tay ngang trong kinh doanh, vừa làm vừa góp nhặt kiến thức, kinh nghiệm.

Tôi đang tập trung cho một hướng đi mới, đó là đầu tư một cửa hàng công nghệ nghe nhìn hiện đại. Đây giống như là một bước khởi nghiệp mới và cũng là ngã rẽ đam mê, thời trẻ tôi chưa làm được vì chưa đủ chín chắn. Bài toán xoay vòng vốn rất khó, không phải ai cũng “chơi” được. Trong đại dương đỏ thì con đường xanh của tôi có vẻ hiếm có người đi cùng. Mặc dù vậy, tôi vẫn tiến từng bước chậm mà chắc và kiên trì với con đường mình đã chọn.

* Cảm ơn anh về buổi trò chuyện.

XUÂN LỘC

Nguồn: BÁO DOANH NHÂN SÀI GÒN ĐIỆN TỬ

Kinh Doanh: [Doanh Nhân](#) [2]

Source URL: <http://www.thuongmai.vn/dn-mai-trieu-nguyen-si-me-lieu-mang-va-khoi-nghiep.html>

Links:

[1] <http://www.thuongmai.vn/dn-mai-trieu-nguyen-si-me-lieu-mang-va-khoi-nghiep.html>

[2] <http://www.thuongmai.vn/tin-tuc/kinh-doanh/doanh-nhan.html>