

“Cái nghề sướng nhất cũng là khổ nhất ở xứ mình hiện nay là làm web”, một nhân vật từng được xem là thần tượng của những người mê web trẻ tuổi tâm sự.



Anh bảo: “Lúc có giá thì tiền triệu đô Mỹ cũng gọi là rẻ. Lúc xuống giá, vài đồng lẻ của đại gia cũng là quá mắc”.

Khúc ảo mộng

Nguyễn, xin tạm gọi tên người bạn trẻ tốt nghiệp Trường Công nghệ Sài Gòn như thế. 25 tuổi, anh chàng đang làm phục vụ một quán bar, dù chuyên môn lập trình web của Nguyễn từng được xếp hạng “sao”, được rất nhiều công ty săn đuổi.

Hỏi thăm mới hay đó là một câu chuyện buồn. Nhóm anh em của Nguyễn ngồi ngắm những dự án đầu tư mạo hiểm của IDG, VinaCapital... thấy tiền cho dân công nghệ làm web thấy ham quá. Toàn những con số công bố trị giá bạc tỉ, có khi bạc triệu USD. Mà sản phẩm có gì quá độc đáo. Thế là cả nhóm xắn tay áo chia nhau người lên ý tưởng, người đi vay tiền mở công ty, người đi “săn” quỹ đầu tư.

Thuở đó việc giải ngân luôn là áp lực của các quỹ đầu tư, cộng với công thức làm hồ sơ tuyệt hảo do được “người nhà” của quỹ tiếp tay, nhóm của Nguyễn đã có một buổi họp báo hoành tráng, rục rờ với số tiền cam kết đến 5 tỉ đồng.

Cả nhóm mặc nhiên coi đó là tiền của mình. Kẻ sắm nhà, người sắm xe. Rồi mỗi tháng phải tìm cách “lách” để có những báo cáo đẹp đẽ. Nhưng những con số trong bảng kế hoạch kinh doanh chỉ là con số ảo bởi nhà đầu tư bỏ tiền nhiều, chi phí quá cao, mà nguồn thu từ web chỉ quanh quẩn là quảng cáo, tin nhắn... nên bảng giá quảng cáo của website nằm trên trời, lại không chứng minh được hiệu quả.

Tiền ra không kiểm soát hết, mà tiền vào thì nhỏ giọt. Nhà đầu tư thông báo ngưng giải ngân. Công ty phải dời văn phòng về nhà, nhân viên nghỉ gần hết, anh em bỏ đi...”.

Con đường nào cho web Việt?

Thật ra doanh nghiệp Việt Nam vẫn quá hoài nghi về hiệu quả của quảng cáo online. Người dùng quen với những ứng dụng miễn phí. Hệ thống thanh toán trực tuyến còn thô sơ. Nó làm cho đồng loạt những dự án một thời lăm tiền nhiều của phải ẩn mình sống thoi thóp cầm hơi.

Đỗ Dzũ Khánh - chàng trai từng nổi tiếng với những website đình đám cách đây bảy năm như Asinvn.net, Âm thực... giờ vẫn sống tốt so với những tên tuổi cùng thời đã biến mất tăm - chia sẻ: "Bây giờ làm web là phải ẩn nhẫn thôi. Quảng cáo thì làm gì bán được tiền triệu nếu không nằm trong danh sách 10 website có lượng truy cập lớn nhất, đành đi kiếm bạc lẻ vài trăm nghìn hay vài chục nghìn để đủ sống. Nhưng lấy bạc các có cái sướng của nó, phục vụ 100 khách hàng giá 50.000 mỗi người khoẻ hơn một khách hàng 5 triệu đồng rất nhiều.

Mình đã từng rất mê tiền của các quỹ đầu tư, nhưng xách giỏ đi xem mọi người làm, nhìn mọi người tiêu tiền mình biết là không theo được nên thôi, anh em rau cháo nuôi nhau...". Cái cách Khánh làm thật ra không mới, nhưng chính là phương án khả thi để có thể duy trì website chuyên về rao vặt mua bán của mình chờ ngày phát triển: lấy tay trái nuôi tay phải và ngược lại. Họ làm gia công web, tìm kiếm từng khách hàng nhỏ nhất để tính ngày phát triển.

Khác với con đường của Dzũ Khánh, một số website đi tìm con đường hợp tác với những con người có khả năng kinh doanh.

"Điểm hạn chế lớn nhất của những công ty đầu tư vào web là toàn dân kỹ thuật. Mọi người có thể rất giỏi về công nghệ, có thể am hiểu về Internet nhưng còn thiếu hoàn toàn mảng kinh doanh, chiến lược và tiếp thị. Một kỹ sư công nghệ thông tin dù giỏi cỡ nào cũng không thể là người hoạch định kế hoạch, chiến lược kinh doanh và đi bán hàng chuyên nghiệp như người được đào tạo chuyên về mảng này" - Nguyễn Minh Tú, ông chủ một diễn đàn công nghệ có khá đông thành viên, cho biết.

Đó cũng là lý do để Tú đồng ý hợp tác với một nhóm kinh doanh trẻ mẫn, bán cổ phần giá rẻ để có thể cùng nhau xây dựng web theo chiều hướng chuyên nghiệp hơn.

Theo Tuổi trẻ