



BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

SỐ 15.2022



TIN TỨC SỰ KIỆN

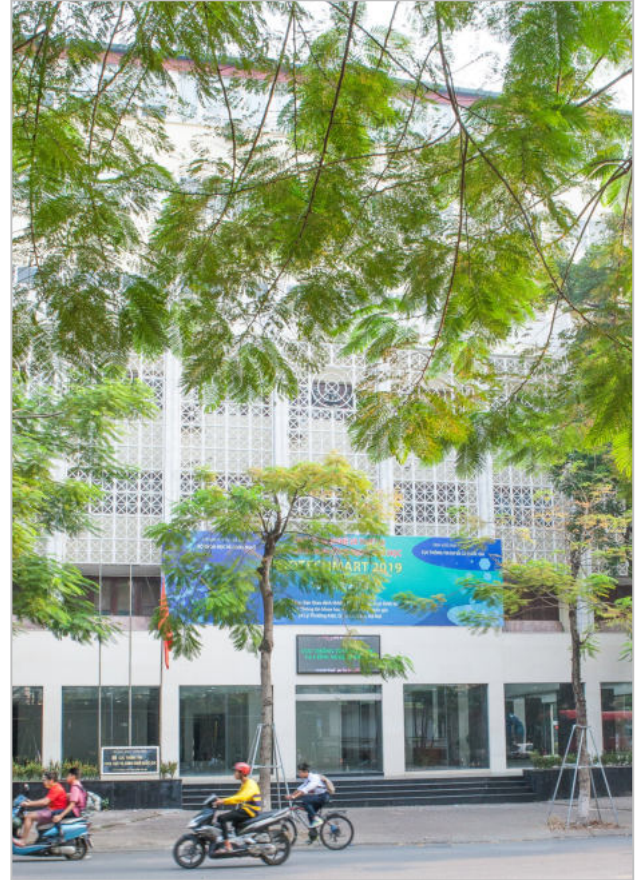
- 01 Ngày 10 tháng 10 hằng năm là ngày Chuyển đổi số quốc gia
- 02 Startup có cơ hội tiếp cận công nghệ và nguồn lợi hơn 300.000 USD
- 03 Quỹ đầu tư dồi dào "xuống tiền" với startup công nghệ bất động sản
- 04 Startup Aura Network huy động thành công 2,5 triệu USD

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Đổi mới sáng tạo và đầu tư công nghệ tại Việt Nam năm 2021
- 06 Công ty khởi nghiệp Charopy ở Sydney phát triển 'Thùng rác thông minh'

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 10 mô hình doanh thu phổ biến nhất của khởi nghiệp



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (024) 38262718

NGÀY 10 THÁNG 10 HÀNG NĂM LÀ NGÀY CHUYỂN ĐỔI SỐ QUỐC GIA

Baodautu.vn - Phó Thủ tướng Chính phủ Vũ Đức Đam vừa ký Quyết định 505/QĐ-TTg lấy ngày 10 tháng 10 hàng năm là Ngày Chuyển đổi số quốc gia.

Ngày Chuyển đổi số quốc gia được tổ chức hàng năm nhằm đẩy nhanh tiến độ triển khai các nhiệm vụ về chuyển đổi số quốc gia, thực hiện có hiệu quả Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Bên cạnh đó, nâng cao nhận thức của người dân toàn xã hội về vai trò, ý nghĩa và lợi ích của chuyển đổi số; thúc đẩy sự tham gia vào cuộc của cả hệ thống chính trị, hành động đồng bộ ở các cấp và sự tham gia của toàn dân bảo

đảm sự thành công của chuyển đổi số.

Quyết định giao Bộ Thông tin và Truyền thông chủ trì, phối hợp với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Bộ Khoa học và Công nghệ, các bộ, ngành liên quan và Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương xây dựng kế hoạch triển khai cụ thể; hướng dẫn, chỉ đạo tổ chức thực hiện các hoạt động truyền thông Ngày Chuyển đổi số quốc gia hàng năm bảo đảm thiết thực, hiệu quả, tiết kiệm.



Các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương căn cứ kế hoạch, hướng dẫn của Bộ Thông tin và Truyền thông và điều kiện thực tế của từng bộ, ngành, địa phương để tổ chức thực hiện các hoạt động phù hợp truyền thông Ngày Chuyển đổi số quốc gia hàng năm tại bộ, ngành, địa phương. Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các hội, hiệp hội trong lĩnh vực thông tin và truyền thông chỉ đạo các tổ chức thành viên trực thuộc tham gia và tổ chức các hoạt động truyền thông Ngày Chuyển đổi số quốc gia hàng năm.

Đài Truyền hình Việt Nam, Đài Tiếng nói Việt Nam, Thông tấn xã Việt Nam xây dựng kế hoạch tuyên truyền trên các kênh về chuyển đổi số và Ngày Chuyển đổi số quốc gia. Các cơ quan thông tấn, báo chí ở trung ương và địa phương thực hiện đẩy mạnh việc tuyên truyền, quảng bá về Ngày Chuyển đổi số quốc gia; xây dựng các chương trình giới thiệu và tuyên dương các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp điển hình đã đi đầu trong việc áp dụng các công nghệ và mô hình mới; tổ chức truyền thông đối ngoại, quảng bá Ngày Chuyển đổi số quốc gia ra nước ngoài./.

STARTUP CÓ CƠ HỘI TIẾP CẬN CÔNG NGHỆ VÀ NGUỒN LỢI HƠN 300.000 USD

Vneconomy.vn - Tất cả các nhà sáng lập startup khu vực châu Á, trong đó có Việt Nam, ở mọi giai đoạn khởi nghiệp có cơ hội tiếp cận nguồn lợi công nghệ và các công cụ, chuyên gia cố vấn cần thiết để xây dựng và điều hành doanh nghiệp, vượt qua các cột mốc kinh doanh để vươn tới mốc Kỳ Lân...



Đây là một trong những mục tiêu mà nền tảng số Startups Founders Hub vừa được Microsoft công bố nhằm hỗ trợ các công ty khởi nghiệp khu vực châu Á, trong đó có Việt Nam, thực hiện tham vọng trong hành trình khởi nghiệp.

Startups Founders Hub là một nền tảng số mới và toàn diện dành cho những nhà sáng lập khu vực Châu Á. Nền tảng này cho phép các startup tiếp cận miễn phí các công nghệ, công cụ và tài nguyên cần thiết với lợi ích trị giá hơn 300.000 USD, để xây dựng và điều hành doanh nghiệp, từ nền tảng đám mây an toàn, mã nguồn mở thân thiện, đến các công cụ thúc đẩy năng suất như GitHub Enterprise, Visual Studio Enterprise...

Ngoài khả năng tiếp cận công nghệ, Startups Founders Hub sẽ thúc đẩy sự đổi mới và phát triển bằng cách kết nối các doanh nghiệp với những người cố vấn, để hỗ trợ startup về ngành nghề, nghiệp vụ và kỹ thuật, giúp vượt qua các cột mốc kinh doanh. Ngoài ra, các nhà sáng lập sẽ có quyền truy cập vào

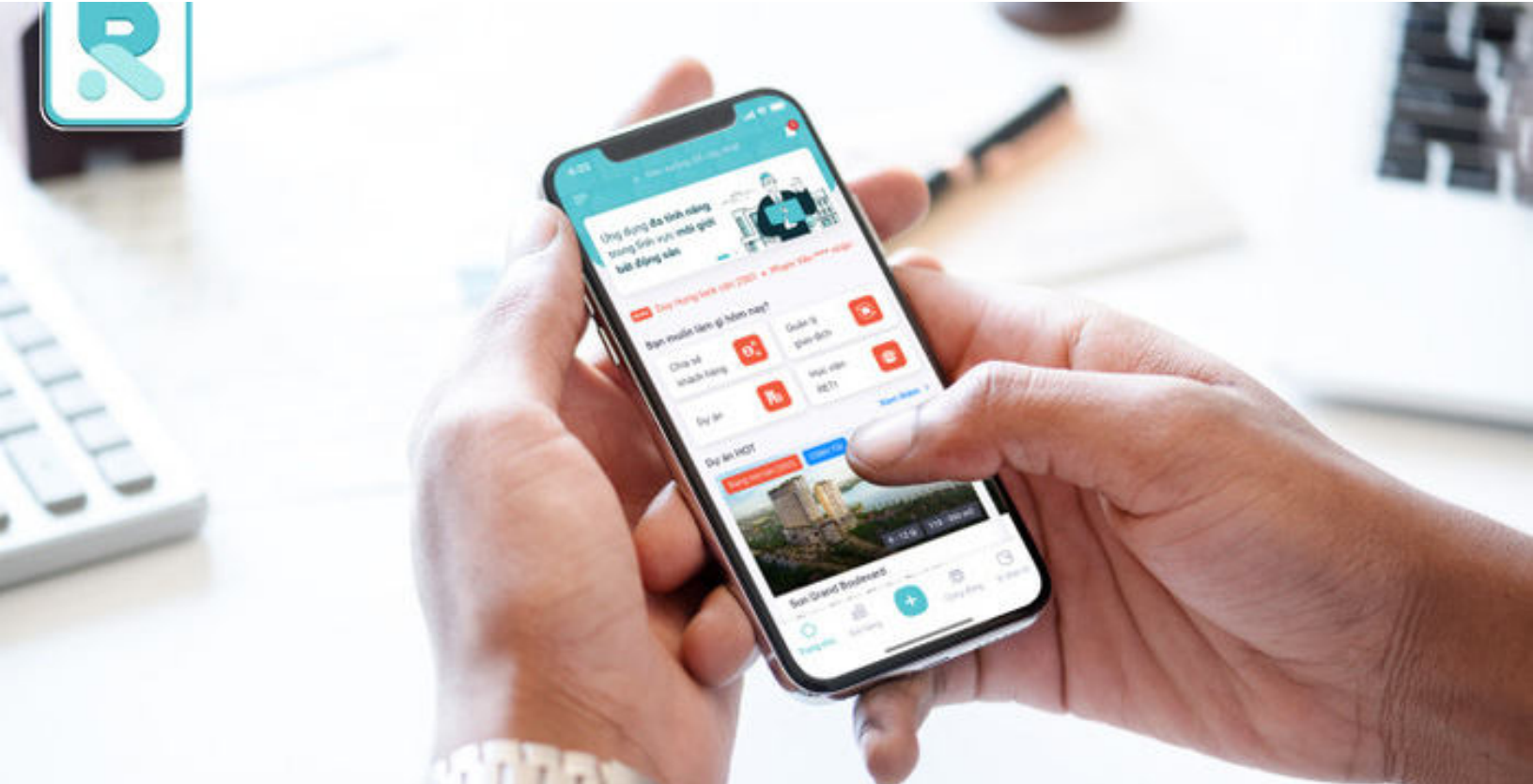
các chương trình dành cho công ty khởi nghiệp và doanh nghiệp Kỳ Lân để kết nối với khách hàng và đẩy nhanh tốc độ phát triển.

Nền tảng này được thiết kế đặc biệt cho các công ty khởi nghiệp giai đoạn đầu nhằm giảm bớt các rào cản trong việc thành lập doanh nghiệp, là chất xúc tác cho tinh thần kinh doanh và đổi mới, đồng thời góp phần giúp hành trình từ một ý tưởng thành Kỳ Lân trở nên dễ dàng hơn. Tất cả các công ty khởi nghiệp ở châu Á, trong đó có Việt Nam, đều có thể tiếp cận Trung tâm này, bao gồm cả những startup không có sự hỗ trợ của bên thứ ba.

Khu vực châu Á được đánh giá đã trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo trong những năm gần đây, với một trong những môi trường khởi nghiệp năng động nhất. Theo số liệu của CB Insights, châu Á là khu vực hàng đầu của các giao dịch liên doanh toàn cầu trong năm 2021.

Châu Á cũng là nơi có ba trong số mười quốc gia dẫn đầu về số lượng doanh nghiệp Kỳ Lân được tạo ra hàng năm, gồm Trung Quốc, Ấn Độ và Hàn Quốc. Ở Ấn Độ, hầu như mỗi tuần đều có một doanh nghiệp Kỳ Lân được tạo ra.

Theo ông Jesus Martin, Giám đốc Chiến lược khu vực Microsoft Châu Á, các công ty khởi nghiệp châu Á có tiềm năng thay đổi thế giới. Thực tế, các startup này đã đóng một vai trò quan trọng trong chuyển đổi nền kinh tế của châu Á. “Các doanh nghiệp gốc Á đã tạo ra những thay đổi lớn đối với các lĩnh vực thương mại điện tử, fintech, mạng xã hội và trò chơi”./.



QUỸ ĐẦU TƯ DỒN DẬP “XUỐNG TIỀN” VỚI STARTUP CÔNG NGHỆ BẤT ĐỘNG SẢN

Baodautu.vn - Ngoài tốc độ tăng trưởng chung, quỹ đầu tư chỉ quan tâm đến các dự án startup lĩnh vực proptech có thể đem lại những lợi nhuận “đột biến”.

RETI - startup phân phối bất động sản ứng dụng công nghệ (proptech) vừa ký kết thỏa thuận đầu tư vòng hạt giống (seed round) với 2 quỹ đầu tư tại Việt Nam là CyberAgent Capital và VIC Partners. Dòng vốn mới sẽ giúp cho startup này tìm ra giải pháp số hóa quy trình mua bán bất động sản minh bạch và hiệu quả, phù hợp với thị trường Việt Nam.

Đây là đơn vị phát triển ứng dụng RETIZY, tạo nền tảng kết nối và giúp người dùng có thể trở thành môi giới chuyên nghiệp. Với ứng dụng này, người dùng có thể chia sẻ cơ hội và ủy thác khách hàng, truy cập giỏ hàng, theo dõi hiệu quả bán hàng. Môi

giới sẽ được nhận hoa hồng khi khách hàng giao dịch thành công.

Nguyễn Anh Ngọc, CEO và Co-founder của RETI kỳ vọng tạo ra nền tảng từ online đến offline (O2O) để hỗ trợ môi giới và khách mua, bán bất động sản giao dịch, đầu tư một cách hiệu quả và tiện lợi.

RETI ra mắt thị trường hơn 4 năm trước. Năm 2021, RETI đạt mức tăng trưởng gấp 10 lần so với 2020 và mở rộng chuỗi sàn giao dịch bất động sản - RETI Hub ở Hà Nội, Hải Phòng, Thanh Hoá, Bắc Ninh, Phú Quốc và TP.HCM. Trong năm nay, RETI

sẽ mở rộng sang các địa phương khác như Hải Dương, Hoà Bình, Hà Nam, Đà Nẵng.

Đầu năm nay, nền tảng công nghệ bất động sản Proptech Aplus (thuộc Beta Group) được dẫn dắt bởi quỹ đầu tư Asia Business Builders nhận đầu tư 2 triệu USD trong vòng gọi vốn hạt giống đợt đầu.

Sau khi gọi vốn, trong năm 2022, Aplus sẽ sử dụng nguồn vốn đầu tư tập trung phát triển nền tảng công nghệ nhằm tối ưu hóa trải nghiệm cư dân cũng như hệ thống vận hành căn hộ (PMS) giúp chủ đầu tư quản lý và tăng trưởng doanh thu thuê phòng. Đồng thời, Aplus sẽ mở rộng mạng lưới thông qua hình thức nhượng quyền.

Quỹ Mekong Enterprise Fund IV (MEF IV) của Mekong Capital đã hoàn tất khoản đầu tư 10,2 triệu USD vào Rever, một công ty công nghệ trong lĩnh vực môi giới bất động sản (proptech) tại Việt Nam.

Trước đó, Rever đã nhận được khoản đầu tư 2,3 triệu USD từ GEC-KIP Technology and Innovation Fund (GEC - KIP Fund) vào tháng 9/2019. Công ty khởi nghiệp proptech này cũng được quỹ đầu tư mạo hiểm Việt Nam VinaCapital Ventures đầu tư 4 triệu USD.

Tuy nhiên, các startup proptech trong nước cũng phải cạnh tranh rất quyết liệt với các tên tuổi trong khu vực đang có động thái thâm nhập thị trường Việt Nam mạnh mẽ hơn khi các quỹ đầu tư cũng đứng sau “hậu thuẫn” vốn khủng.

Cuối năm 2021, PropTech Homebase cũng huy động thành công 30 triệu USD từ hàng loạt nhà đầu tư mạo hiểm.

Startup này thành lập tại Singapore bởi các cựu thành viên của McKinsey, Goldman Sachs, VIG, Grab, Harvard, Stanford, và MIT.

Nhiều quỹ đầu tư mạo hiểm đã góp mặt trong thương vụ này như Y Combinator - “vườn ươm startup” từng đầu tư vào Airbnb, Stripe, Dropbox, Coinbase... với danh mục hơn 40 công ty trở thành Kỳ Lân. Goodwater Capital - quỹ đầu tư dẫn dắt

MoMo trong vòng vốn series D gọi 100 triệu USD đầu năm nay. Partech Partners - quỹ đầu tư đang quản lý tổng tài sản 2 tỉ USD...

Khác với các proptech khác đang hoạt động trên thị trường, Homebase chuyên vào giải pháp cho vay mua bất động sản, cung cấp các kế hoạch tài chính được cá nhân hóa cho người mua nhà.

Homebase đang thiết lập thêm quan hệ đối tác với chủ đầu tư và môi giới. Trong đó có chủ đầu tư hàng đầu ở Việt Nam, các nhà môi giới bất động sản. Năm 2019, startup này mở văn phòng tại TP.HCM và đặt mục tiêu khoảng 100.000 gia đình tại Đông Nam Á có thể sở hữu nhà thông qua giải pháp tài chính do công ty cung cấp.

Hiện đơn vị xây dựng, kinh doanh bán hàng, chủ đầu tư, tư vấn, thẩm định giá... vẫn đang rất thiếu công nghệ bất động sản, hoặc họ đầu tư chưa tới ngưỡng. Nên đây là thị trường đại dương xanh để các tên tuổi công nghệ, startup bùng phá thị trường.

Tuy nhiên, các nhà đầu tư cho rằng, startup cần phải làm rõ mô hình kinh doanh và lợi nhuận trong tương lai như thế nào. Bởi nhà đầu tư không chỉ quan tâm đến tốc độ tăng trưởng mà dự án đó sẽ đem lại những lợi nhuận “đột biến” ra sao.

Ngoài ra, startup cần phải cho nhà đầu tư thấy được bức tranh tài chính tổng thể và tình trạng phát triển cho giai đoạn ngắn hạn.

Startup cũng nên mở rộng mối quan hệ với các quỹ đầu tư khác nhau để tìm được nhà đầu tư phù hợp nhất. Đặc biệt, đối với các startup đang trong giai đoạn sơ khai, chưa nên tìm đến hình thức gọi



STARTUP AURA NETWORK HUY ĐỘNG THÀNH CÔNG 2,5 TRIỆU USD

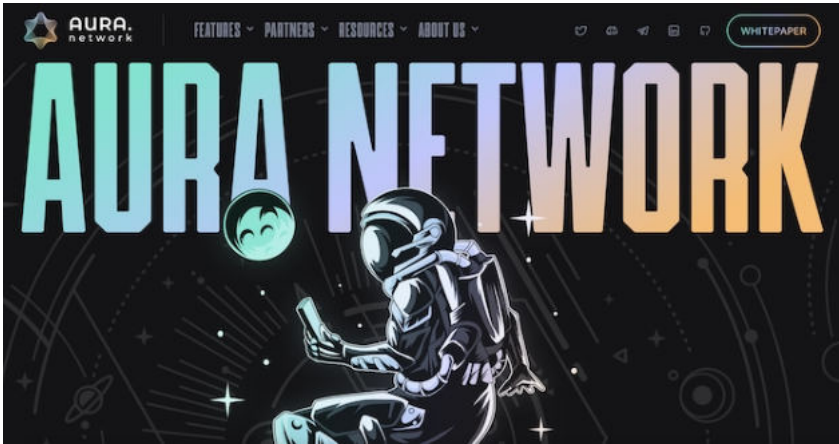
Diendanhdoinhnghep.vn - Startup Aura Network của người Việt huy động thành công 2,5 triệu USD vòng hạt giống (seed round).

Tham gia vòng gọi vốn này còn có các quỹ đầu tư blockchain nổi tiếng như Coin98 Ventures, GBV Capital, Impossible Finance, Kucoin Labs, Kyber Ventures, GUILDFI, Avatar by Avalanche, MEXC Pioneer, TPX Ventures, Redline Dao và OIG. Ngoài ra, một số đối tác kinh doanh của Aura Network cũng tham gia vòng gọi vốn này bao gồm Ahamove, Vanda Capital, Deo Network, Ecomobi và Pencil Group.

Aura Network cung cấp một hệ thống mở, tối ưu

hóa khả năng tương tác NFT trên những hệ sinh thái blockchain khác nhau và kiến tạo lớp cơ sở hạ tầng tích hợp NFT (non-fungible token), dạng chứng nhận tài sản số dựa trên blockchain vào Metaverse.

Startup Aura Network được sáng lập từ những chuyên gia có niềm đam mê blockchain mãnh liệt như ông Trần Hoàng Giang, Giám đốc điều hành FPT Software ông Trần Đăng Hòa và cựu Phó Tổng Giám đốc Masan Group là ông Nguyễn Anh Nguyễn.



Ông Trần Hoàng Giang, người sáng lập Aura Network, đồng thời là thành viên Hội đồng Công nghệ Forbes cho biết: Startup Aura Network, một blockchain dành cho NFT, được coi là nền tảng quan trọng cho metaverse và Web3 - những công nghệ có thể định hình thế hệ tiếp theo của Internet. Tuy nhiên, việc áp dụng rộng rãi NFT vẫn còn là một thách thức do không thân thiện với người dùng không quen sử dụng tiền mã hóa và chưa có nhiều ứng dụng dành cho đối tượng người dùng phổ biến. Aura Network được xây dựng như là một giải pháp để áp dụng NFT rộng rãi và mở đường cho việc tích hợp các ứng dụng vào Metaverse.

"Tôi tin tưởng vào tương lai và tiềm năng phát triển đột phá của NFT, vào sức mạnh của cộng đồng blockchain và hệ sinh thái mà Aura Network đang xây dựng, đặc biệt là khi thế giới đang được mã hóa nhiều hơn," ông Giang chia sẻ.

Với nguồn vốn này giúp Aura Network tiếp tục theo đuổi tầm nhìn xây dựng khuôn khổ chung cho NFT, thúc đẩy ứng dụng rộng rãi tới cộng đồng, và đặt nền móng cho một tương lai số đa tương tác. Phát triển một hệ sinh thái hoàn thiện và xây dựng cộng đồng vững mạnh là điều cốt lõi đối với khát vọng trở thành nền tảng NFT hàng đầu thế giới của công ty khởi nghiệp này./.



ĐỔI MỚI SÁNG TẠO VÀ ĐẦU TƯ CÔNG NGHỆ TẠI VIỆT NAM NĂM 2021

Đại dịch COVID-19 kéo dài với diễn biến phức tạp đã và đang làm thay đổi sâu sắc trật tự, cấu trúc kinh tế, phương thức quản trị toàn cầu, cách thức hoạt động kinh tế và tổ chức đời sống xã hội của tất cả các quốc gia trên thế giới. Tuy đặt ra nhiều thách thức cho nền kinh tế, COVID-19 lại trở thành một chất xúc tác thúc đẩy đổi mới sáng tạo và đầu tư công nghệ tại Việt Nam.

Đầu tư công nghệ tại Việt Nam đạt mức kỷ lục 1,4 tỉ USD

Trước năm 2018, tình hình đầu tư vào đổi mới sáng tạo của Việt Nam khá ảm đạm và còn khiêm tốn so với tiềm năng của thị trường, mỗi năm chỉ vón vện trên dưới 100 triệu USD. Đến năm 2018, số tiền đầu tư tăng vọt lên gần 450 triệu USD và con số này tiếp tục tăng trong năm 2019, đạt hơn 870 triệu USD.

Tuy nhiên, khi một lượng vốn lớn đang đổ vào Việt Nam và rất nhiều công ty có thể tăng trưởng một cách ngoạn mục thì đến năm 2020, dòng vốn đột

ngột giảm gần 50% do những bất ổn từ tác động của COVID-19 đối với nền kinh tế đang ở mức đỉnh điểm. Điều này tác động trực tiếp đến các doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo mới thành lập khi họ vẫn phải tiếp tục huy động vốn cho đổi mới và tìm ra những công nghệ lõi để tăng trưởng vượt bậc. Trong bối cảnh suy thoái kinh tế toàn cầu, thị trường vốn của Việt Nam suy giảm, tổng vốn đầu tư giảm 48% so với năm 2019 trong khi số lượng thương vụ đầu tư giảm nhẹ 17%.

Không có các thương vụ lớn nhưng lại rất nhiều

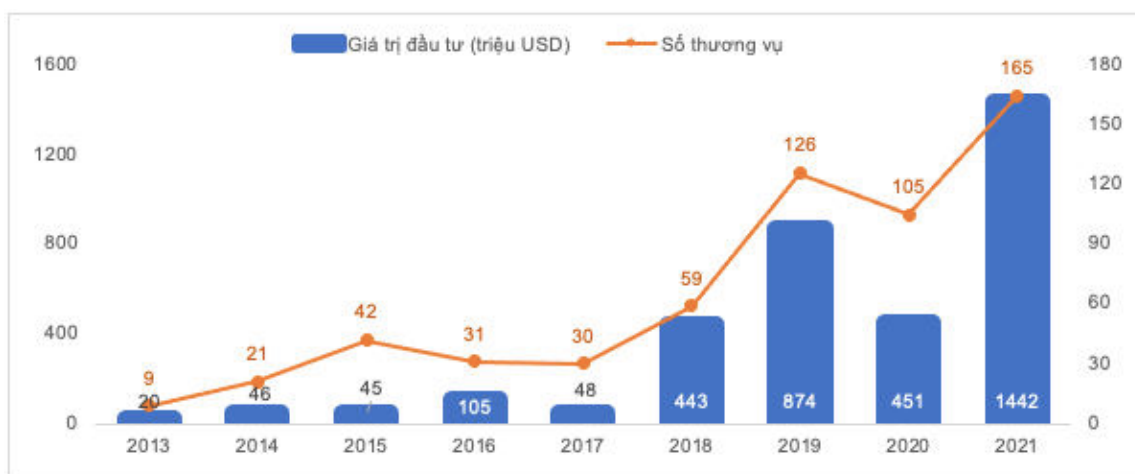
thương vụ nhỏ, điều này cho thấy niềm tin của nhà đầu tư vào bối cảnh khởi nghiệp của Việt Nam vẫn ở mức cao. Năm 2021, tổng số quỹ đầu tư vào các công ty khởi nghiệp Việt Nam là 173 quỹ (tăng 60% so với năm 2020) được phân bổ đồng đều giữa các quốc gia. Singapore là nhà đầu tư tích cực nhất, tiếp theo là Việt Nam và Hoa Kỳ. Các nhà đầu tư Nhật Bản đã dần trở lại hoạt động tại Việt Nam sau hai năm chững lại. Sự nổi lên của các quỹ trong nước, tuy vẫn còn khiêm tốn so với các quỹ nước ngoài, là tín hiệu tích cực vì họ rất am hiểu về thị trường. Đây là nguồn động lực để giúp cho nhiều công ty nhỏ chưa thể chứng minh được với các nhà đầu tư nước ngoài vẫn có thể nhận được nguồn vốn.

Trong 6 tháng đầu năm 2021, tổng số tiền đầu tư thống kê được chỉ đạt 171 triệu USD, giảm gần 30% so với cùng kỳ năm 2020. Mặc dù số thương vụ tăng nhẹ nhưng lại thiếu vắng những thương vụ lớn dẫn dắt thị trường. Nửa cuối năm 2021 chứng kiến sự tăng trưởng kỷ lục trong đầu tư về cả số thương vụ (86 thương vụ) và tổng giá trị đầu tư (trên 1,2 tỷ USD). Do vậy, vốn đầu tư mạo hiểm vào các công ty khởi nghiệp Việt Nam đạt mức cao kỷ lục năm 2021 trong bối cảnh thị trường bất ổn và biến

động. Tổng số tiền tài trợ đạt mức cao mới là 1,4 tỷ USD, tăng 1,6 lần so với kỷ lục trước đó là 874 triệu USD được thiết lập vào năm 2019. Tổng số thương vụ đầu tư cũng đạt con số cao nhất từ trước đến nay, 165 thương vụ, tăng 57% so với năm 2020. Sự quan tâm của nhà đầu tư đã tăng lên nhờ các lĩnh vực được hưởng lợi từ đại dịch toàn cầu. Hơn nữa, sự dễ dàng của hội nghị truyền hình đã làm cho việc hạn chế đi lại không còn là rào cản đối với quá trình ra quyết định đầu tư.

Đáng chú ý trong năm 2021, Việt Nam đón chào sự ra đời của hai Kỳ Lân mới bên cạnh VNG và Vnpay: Sky Mavis với mức định giá trên 3 tỉ USD và MoMo với mức định giá trên 2 tỉ USD nhờ vào tần suất sử dụng các sản phẩm số ngày một tăng cao của người dùng trong thời gian dịch bệnh. Bên cạnh đó, hàng chục doanh nghiệp được định giá trên vài trăm triệu USD đang sẵn sàng trở thành Kỳ Lân trong những năm tới ở tất cả các lĩnh vực như giáo dục đào tạo, thương mại điện tử, thanh toán, fintech (Tiki, Topica Edtech, Topica ...) trong số khoảng 3.800 doanh nghiệp khởi nghiệp. Đây là dấu ấn của Việt Nam trên thị trường khởi nghiệp và đầu tư công nghệ của khu vực.

Hình 1. Giá trị và số thương vụ đầu tư của Việt Nam qua các năm



Lưu ý: số liệu tổng hợp nhiều sự kiện khác nhau bao gồm cả những khoản đầu tư không thuộc phạm trù đầu tư mạo hiểm, ví dụ: tài trợ dự án và công ty con tách từ công ty mẹ. Riêng các hình thức huy động vốn bằng tiền kỹ thuật số không được bao gồm trong số liệu này.

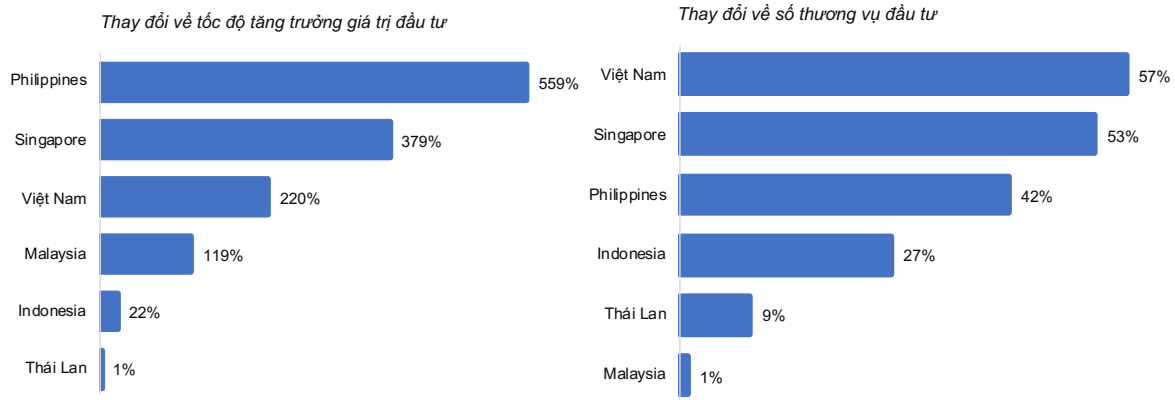
Việt Nam là một trong những thị trường hồi phục tốt nhất trong khu vực sau đại dịch COVID-19

Trong năm 2021, hoạt động đầu tư mạo hiểm tại Đông Nam Á đã chứng kiến sự tăng trưởng toàn diện ở hầu hết các quốc gia trong bối cảnh khu vực

này ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm của các nhà đầu tư quốc tế.

Xét về tốc độ tăng trưởng so với cùng kỳ năm ngoái, Việt Nam dẫn đầu về số thương vụ và đứng thứ ba về giá trị đầu tư sau Singapore và Philippines.

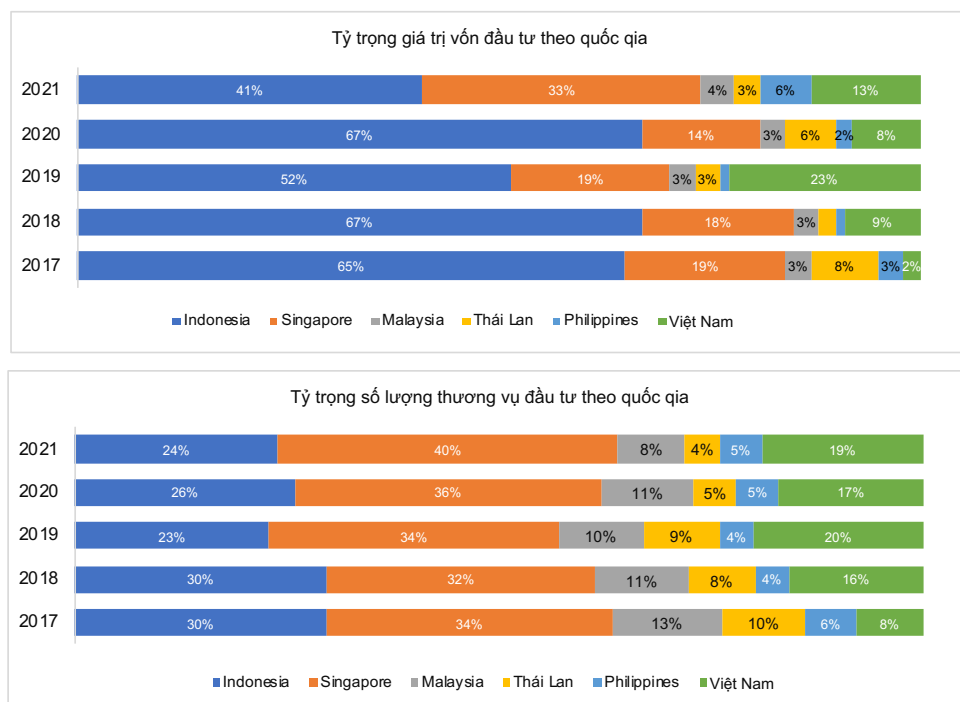
Hình 2. Tốc độ tăng trưởng giá trị đầu tư và số thương vụ đầu tư theo quốc gia, năm 2021 so với 2020



Việt Nam đứng thứ 3 Đông Nam Á về cả số thương vụ và giá trị đầu tư sau Indonesia và Singapore. Cụ thể năm 2021, số vốn đầu tư vào khởi nghiệp ở Việt Nam chiếm 13% tổng giá trị đầu

tư vào toàn bộ các công ty ở Đông Nam Á, tăng 5 điểm phần trăm so với năm 2020. Tỷ trọng số thương vụ đầu tư của Việt Nam trong năm 2021 cũng tăng 2 điểm phần trăm so với năm trước đó.

Hình 3. Tỷ trọng giá trị và vốn đầu tư theo quốc gia

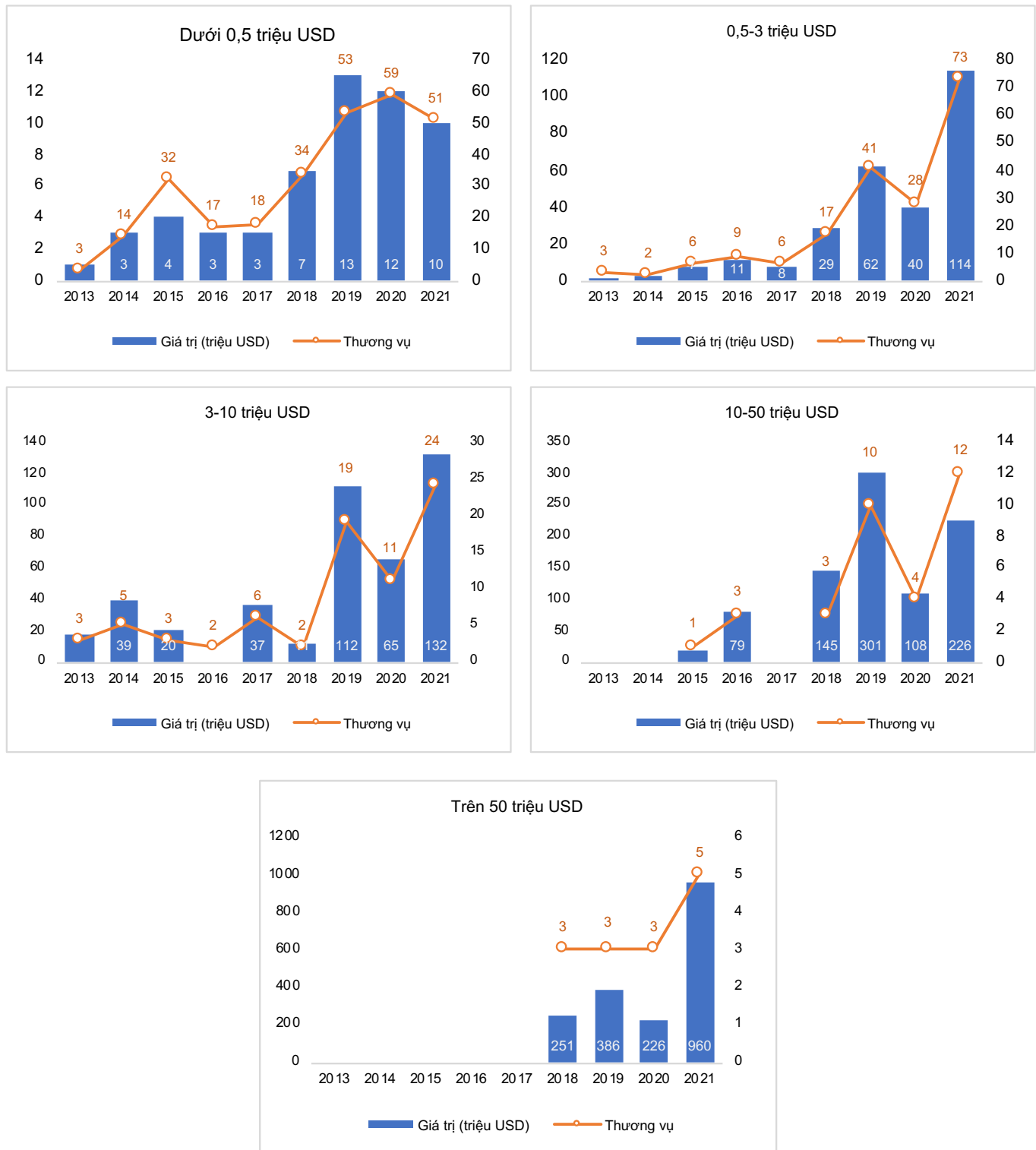


Sự gia tăng mạnh mẽ ở hầu hết các vòng đầu tư

Ngoại trừ vòng đầu tư dưới 0,5 triệu USD, các vòng còn lại đều chứng kiến sự tăng trưởng mạnh

cả về số thương vụ và số tiền đầu tư. Số vốn đầu tư vào các vòng 0,5-3 triệu USD và trên 50 triệu USD cũng đạt mức tăng trưởng đáng chú ý, với tỉ lệ tăng theo năm lần lượt là 2,8 lần và 4,2 lần.

Hình 4. Các vòng đầu tư của Việt Nam



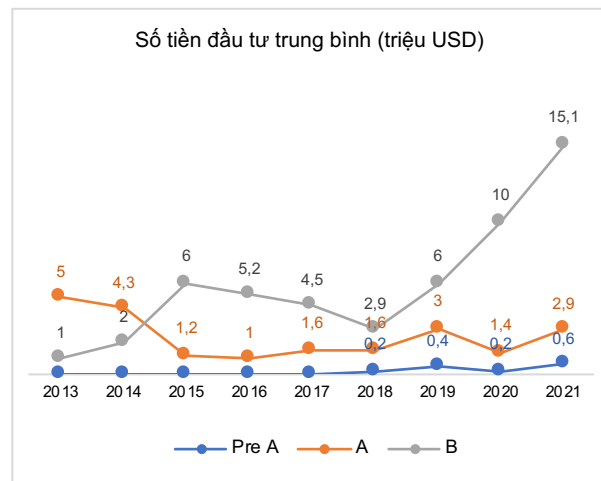
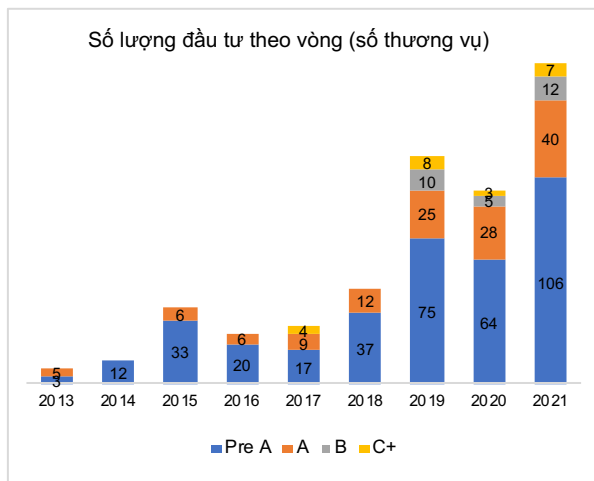
Số tiền được đầu tư vào các vòng gọi vốn từ 10 triệu USD trở lên đạt kỷ lục 1,2 tỉ USD, tăng 255% so với năm trước và chiếm hơn 82% tổng số vốn đầu tư của cả năm 2021 với 17 giao dịch. Trong khi đó, tỉ trọng tương đương của những năm trước đó là 74% vào năm 2020 và 79% vào năm 2019. Nguồn vốn dành cho các vòng có giá trị dưới 10 triệu USD cũng đã đạt ngưỡng mới là 256 triệu USD, tăng 119% so với năm 2020. Vốn đầu tư được phân bổ tương đối đồng đều giữa các giai đoạn gọi vốn trong những năm gần đây cho thấy sự phát triển ổn định của hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam. Trong khi nguồn tài trợ vòng hạt giống tăng lên mức cao mới cả về số lượng giao dịch và giá trị giao dịch, thì nguồn tài trợ giai đoạn sau đã trở lại mức trước COVID-19 với 5 giao dịch lớn được thực hiện trong

thanh toán, bán lẻ và trò chơi trực tuyến

Với nguồn lực vững chắc của các công ty giai đoạn đầu và môi trường tích cực do chính phủ Việt Nam tạo ra, hệ sinh thái khởi nghiệp của Việt Nam đang sẵn sàng bước vào giai đoạn trưởng thành hơn. Giá trị trung bình của các khoản đầu tư giai đoạn sau liên tục tăng. Năm 2021 cũng là năm kỷ lục về số tiền đầu tư trung bình trên 1 thương vụ, đặc biệt ở vòng series B tăng từ 10 triệu USD năm 2020 lên khoảng 15 triệu USD, và sự phục hồi rất mạnh mẽ của số tiền đầu tư trung bình trong các vòng trước series A và series A.

Số lượng đầu tư ở vòng Series A đạt con số kỷ lục là 40 thương vụ. Số tiền đầu tư trung bình ở vòng hạt giống và Series A đã hồi phục mạnh mẽ và số trung bình ở vòng Series B đạt kỷ lục mới.

Hình 5. Số lượng đầu tư theo vòng và số tiền đầu tư trung bình



Mảng thanh toán, thương mại điện tử (TMĐT) và trò chơi trực tuyến tăng trưởng mạnh mẽ

Hai lĩnh vực Thanh toán và Thương mại điện tử vẫn dẫn đầu về khả năng thu hút nguồn vốn, nhờ các khoản đầu tư lớn vào những doanh nghiệp như VNLife, MoMo và Tiki. TMĐT chiếm hơn 33% tổng số vốn đầu tư. Trong khi đó, lĩnh vực trò chơi trực tuyến trong năm 2021 có giá trị tăng trưởng đột phá vì sự xuất hiện của vòng đầu tư vào Sky Mavis vươn

lên vị trí thứ 3.

Trong lĩnh vực TMĐT, mô hình nhận được sự quan tâm nhiều nhất vẫn là Sàn giao dịch. Những mô hình kinh doanh mới trong lĩnh vực TMĐT bao gồm: TMĐT theo ngành dọc, B2B/Phân phối, Phụ trợ và Cơ sở hạ tầng TMĐT, Thương mại xã hội, Quà tặng/Phiếu quà tặng/Chăm sóc khách hàng và mô hình D2C. Trong năm 2021, phần lớn nguồn vốn đầu tư tập trung vào mô hình Sàn giao dịch và mô

hình TMĐT theo ngành dọc. Tỷ trọng đầu tư vào mảng TMĐT của Việt Nam đứng thứ 2, chỉ sau Malaysia. Công nghệ tài chính (Fintech) chiếm hơn 35% tổng số vốn đầu tư. Tỷ trọng đầu tư vào lĩnh vực công nghệ tài chính của Việt Nam đứng thứ 3, sau Philippines và Thái Lan. Mức độ thâm nhập và sử dụng điện thoại thông minh cao ở Việt Nam đã mang lại sự tăng trưởng vượt bậc về các giao dịch thanh toán không tiền mặt. Với khả năng tiếp cận dữ liệu về người dùng ngày một nhiều hơn, những dịch vụ tài chính khác như cho vay, đầu tư và bảo hiểm sẽ có xu thế phát triển mạnh mẽ trong những năm tới. Trong năm 2021, nhóm các doanh nghiệp thuộc lĩnh vực Thanh toán nắm giữ vị trí dẫn đầu về giá trị đầu tư, theo sau là lĩnh vực Quản lý tài sản, Bảo hiểm và Cho vay tiêu dùng.

Bên cạnh đó, đại dịch đã cho thấy sự bùng nổ đối với một số lĩnh vực khi chúng tiếp tục thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư và nhận được sự ủng hộ của khách hàng. Các lĩnh vực hoạt động hiệu quả nhất bao gồm Y tế, Giáo dục và Giải pháp số cho doanh nghiệp với mức tăng trưởng theo năm lần lượt là 1,016%, 562% và 205%.

Triển vọng năm 2022

Triển vọng kinh tế lạc quan trong năm 2022. Với Nghị quyết 128/NQ-CP, Chính phủ đã chuyển từ chiến lược “Không COVID” sang chiến lược “Sống chung với đại dịch”, cân bằng giữa công tác chống dịch và hoạt động thúc đẩy kinh tế. Ngoài ra, Quốc hội cũng đã thông qua trị giá 15 tỉ USD cho giai đoạn 2022-2023, trong đó, chuyển đổi số chính là chìa khoá để phục hồi kinh tế và tăng trưởng.

Bảng 1. Vốn đầu tư theo ngành (triệu USD)

| | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | Thay đổi 2020-2021 |
|--------------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-----------------------|
| Thanh toán | 12 | 10 | 1 | 29 | 10 | 100 | 300 | 101 | 450 | 345% |
| TMĐT | 1 | 15 | 1 | 18 | 15 | 105 | 195 | 83 | 469 | 463% |
| Nhân sự | - | 0 | 0,2 | 0,1 | 0 | 1 | 3 | 36 | 4 | -90% |
| BDS và CSHT | 1 | - | 0,1 | - | 7 | 6 | 16 | 26 | 29 | 12% |
| Dịch vụ tài chính | - | 0 | 1 | 2 | 0 | 3 | 40 | 25 | 61 | 144% |
| Giải pháp số cho DN | - | - | 0,1 | - | 0 | 1 | 60 | 18 | 55 | 205% |
| Dịch vụ địa phương | 0,2 | 0,1 | 4 | 2 | 0,2 | 4 | 5 | 10 | 4 | -63% |
| Du lịch và khách sạn | - | 1 | 0 | 4 | 1 | 5 | 23 | 9 | 4 | -59% |
| Giáo dục | 0,2 | 3 | 6 | 1 | 5 | 53 | 32 | 8 | 55 | 562% |
| Giải trí/ Gaming | - | - | - | - | - | 0,3 | 9 | 6 | 175 | 2,813% |
| Logistics | - | - | 0,3 | 1 | - | 5 | 58 | 4 | 8 | 103% |
| Y tế | - | - | 0,1 | - | 0,2 | 0,2 | 12 | 3 | 37 | 1016% |
| Giải trí /Không bao gồm gaming | - | - | 0,1 | - | - | - | 1 | 2 | 10 | 400% |
| Công nghệ quảng cáo | 6 | 7 | 30 | 1 | 6 | 3 | 15 | 2 | - | -100% |
| Truyền thông | - | 0,2 | - | - | - | 0 | - | 1 | 7 | 459% |
| Đa ngành | - | - | - | - | - | - | 29 | - | 42 | |
| Khác | - | - | 0,2 | - | - | - | - | - | 33 | |

Môi trường chính trị-xã hội và mức tăng trưởng kinh tế ổn định tại Việt Nam cũng sẽ góp phần củng cố niềm tin cho các nhà đầu tư. Khi Việt Nam bắt đầu mở cửa và việc đi lại giữa các quốc gia được bình thường hóa, nguồn vốn đầu tư mạo hiểm được kỳ vọng sẽ tiếp tục tăng trưởng mạnh mẽ.

Thị trường đầu tư công nghệ ngày một sôi động.
Theo số liệu thống kê của DealStreetAsia, có hơn 37 quỹ đầu tư mạo hiểm được thành lập tại Đông Nam Á vào năm 2020, nâng tổng số quỹ trên thị trường lên con số 79 với tổng giá trị tiền quản lý (AUM) mục tiêu là 7,6 tỉ USD. Trong khi đó, có ít nhất 22 quỹ đầu tư mạo hiểm quốc tế cũng đang gọi vốn và dự kiến các quỹ này sẽ phân bổ thêm 3,42 tỉ USD cho khu vực Đông Nam Á. Với nguồn vốn lớn hiện có trên thị trường, các khoản đầu tư vào công ty ĐMST và khởi nghiệp được dự đoán sẽ tiếp tục gia tăng trong năm 2022. Hơn thế nữa, khi công nghệ ngày càng quan trọng trong hoạt động kinh doanh, các nhà đầu tư thuộc nhóm phi mạo hiểm (non-VC) càng tìm kiếm cơ hội tham gia đầu tư vào ĐMST. Nhóm các nhà đầu tư này có mặt trong 1/5 các thương vụ đầu tư được thống kê trong năm 2021 và dự kiến sẽ tiếp tục thúc đẩy sự phát triển nhanh chóng của thị trường đầu tư công nghệ trong tương lai.

Các công ty ĐMST sẽ tiếp tục là động lực cho phục hồi kinh tế. Kể từ khi COVID-19 bùng phát từ năm 2019, các công ty khởi nghiệp luôn tiên phong trong việc tìm ra giải pháp cho các vấn đề phát sinh từ đại dịch, bao gồm cung cấp dịch vụ giao hàng,

giáo dục trực tuyến, làm việc từ xa, y tế từ xa và thanh toán điện tử.

Trong khi đó, công nghệ số đã giúp nhiều doanh nghiệp vượt qua cơn khủng hoảng và còn giúp nhiều công ty có thể đạt được tăng trưởng vượt bậc. Khi việc áp dụng công nghệ mới trở thành yêu cầu hiển nhiên trong thế giới hậu COVID-19, các công ty ĐMST sẽ tiếp tục là huyết mạch của một nền kinh tế có tính cạnh tranh thông qua hoạt động tạo việc làm, mang đến lựa chọn cho người tiêu dùng và thách thức các mô hình truyền thống.

Xu hướng đầu tư vào các lĩnh vực mới nổi.
TMĐT và Fintech sẽ tiếp tục là hai lĩnh vực dẫn đầu khi càng nhiều người tiêu dùng sử dụng các sản phẩm trực tuyến. Theo dự đoán của Do Ventures, sẽ có một làn sóng các mô hình mới được quan tâm trong 2 lĩnh vực này, ví dụ như tạp hoá online (online grocery), mô hình D2C, thương mại nhanh (quick commerce) cùng với các giải pháp tài chính như là quản lý tài sản, cho vay tiêu dùng, cho vay doanh nghiệp vừa và nhỏ, v.v.. Các nhà đầu tư cũng sẽ tiếp tục quan tâm đến các lĩnh vực mới nhiều tiềm năng như nền kinh tế sáng tạo (creator economy), các nền tảng phát triển kỹ năng (upskill platforms) và web 3.0 với sự phổ cập của tiền điện tử và công nghệ blockchain./.

Nguyễn Lê Hằng

(Nguồn: Báo cáo Đổi mới sáng tạo và đầu tư công nghệ Việt Nam năm 2021)

Báo cáo Đổi mới sáng tạo (ĐMST) và đầu tư công nghệ Việt Nam năm 2021 do Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia (NIC) và Quỹ đầu tư mạo hiểm Do Ventures hợp tác thực hiện. Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia là đơn vị trực thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư, có chức năng hỗ trợ khởi nghiệp Việt Nam và hệ sinh thái ĐMST, góp phần đổi mới mô hình tăng trưởng dựa trên khoa học và công nghệ. Do Ventures là công ty đầu tư mạo hiểm giai đoạn đầu tập trung đầu tư mạo hiểm vào các công ty công nghệ thông tin ở Việt Nam và Đông Nam Á.

Báo cáo Đổi mới sáng tạo và đầu tư công nghệ Việt Nam năm 2021 đã vẽ nên bức tranh toàn cảnh về đầu tư mạo hiểm của Việt Nam vào năm 2021 và cung cấp một bức tranh tổng thể về hệ sinh thái khởi nghiệp và ĐMST của Việt Nam. Đây là năm thứ hai Báo cáo đổi mới sáng tạo và đầu tư công nghệ Việt Nam được phát hành trên cơ sở hợp tác giữa hai đơn vị này.



Martin Collings với công nghệ Charopy.

CÔNG TY KHỞI NGHIỆP CHAROPY Ở SYDNEY PHÁT TRIỂN 'THÙNG RÁC THÔNG MINH'

Bắt đầu từ một ý tưởng đơn giản và dễ thực hiện, đó là bỏ rác có thể tái chế vào những chiếc thùng đặc biệt nhằm giảm thiểu lượng rác đem đi chôn lấp. Tuy nhiên, loài người đã biến việc tái chế trở thành một vấn đề lớn khi thay vì được đưa vào các thùng tái chế, rác đã được đưa đến các bãi chôn lấp. Vì vậy, doanh nhân người Sydney Martin Collings, nhà sáng lập và Giám đốc điều hành của Charopy, đã bắt đầu thay đổi điều đó. Ông đã phát triển công nghệ thùng rác thông minh để trang bị thêm thùng rác ngoài nhà hiện có và đảm bảo mọi người đều làm đúng.

Ông cho biết: “Quá nhiều thứ mà mọi người nghĩ rằng đang được tái chế cuối cùng sẽ đi vào bãi rác. “Những thùng rác Charopy được khóa mặc định và

chỉ mở cho những loại rác đủ điều kiện, vì vậy, nguy cơ ô nhiễm thùng rác từ các vật phẩm không đủ điều kiện được loại trừ. Điều này đảm bảo khả năng thu hồi và tái sử dụng vật chất tái chế cao hơn đáng kể”.

Thị trường mục tiêu về giải pháp công nghệ bao gồm các trường học, sân vận động, các ủy ban, trung tâm mua sắm và các công ty lớn. “Chúng tôi ước tính có hơn 10.000 thùng rác tái chế khu vực công cộng ở Úc hiện đang đạt được kết quả tái chế dưới mức tối ưu; phần lớn rác chứa bên trong các thùng này bị đưa đi chôn lấp do ô nhiễm”, Collings nói.

Thật đáng tiếc, các biển báo và giáo dục chỉ đơn giản không mang lại sự thay đổi về hành vi người dân nhằm khắc phục vấn đề. Việc triển khai công

nghe thùng rác thông minh đã khiến một số khách hàng chuyển từ 0% đến gần 100% đồ trong thùng được tái chế, chỉ vì rác chứa bên trong thùng không bị nhiễm bẩn và chỉ những đồ vật có thể tái chế mới đủ điều kiện được cho vào.

Tái chế “giả”

Ông gọi chúng là “thùng rác tái chế giả” - Do tình trạng chất thải trong thùng rác tái chế vẫn đang được đưa đi chôn lấp là một vấn đề cần phải giải quyết và giải pháp này không thể chấp nhận được.

Charopy đặt mục tiêu giảm một nửa số rác thải đưa ra bãi chôn lấp.



Charopy ra mắt vào năm 2020 và khách hàng của họ bao gồm: Coca Cola, Fujitsu, Property NSW, AMP Capital, Vicinity Centers, Brookfield, Scentre Group (Westfield) và Trung tâm Giáo dục NSW. Công ty khởi nghiệp này cũng đã bán cho New Zealand và Mỹ. Khởi động ban đầu chỉ với 10.000 USD và doanh thu, Collings vừa nhận được khoản tài trợ bên ngoài đầu tiên từ nhà đầu tư Chad Holland ở Melbourne, người đã rút khỏi công ty Premier Waste Management và hiện đang điều hành Gurru, một công ty kinh doanh công nghệ tập trung vào chất thải. Collings cho biết: “Có một số người có kiến thức và kinh nghiệm về lĩnh vực rác thải của của Chad Holland đã đầu tư vào Charopy, điều này đã chứng tỏ họ thực sự tin tưởng vào công nghệ và vào đội ngũ”.

Đã có một số nhà đầu tư bày tỏ sự quan tâm đến doanh nghiệp mặc dù công ty khởi nghiệp này chưa chính thức tiến hành quy trình tăng vốn, tuy nhiên

điều này đã giúp cơ cấu thành công bao gồm sự kết hợp của cổ phiếu mới phát hành cộng với các cổ đông hiện đang làm việc trong lĩnh vực kinh doanh đã có thể bán bớt một phần vào thương vụ này.

Người sáng lập Charopy cho biết, hầu hết các công ty đã trả 2.500 USD mỗi thùng cho giải pháp công nghệ của ông. Và ông đang có kế hoạch sử dụng số tiền này để hoàn thành việc thiết kế lại phần cứng và các dịch vụ cuối cùng nhằm giảm chi phí và có mức giá dưới 1.000 USD.

Đặc biệt, công ty khởi nghiệp này có một bộ SaaS giống như những lựa chọn và họ sẽ tách ra để khách hàng chỉ trả tiền cho một số hoặc không phải trả cho dịch vụ dữ liệu IoT nào khi họ thấy phù hợp. “Nếu chúng tôi có thể loại bỏ một nửa số thùng tái chế “giả” ở Úc bằng công nghệ của mình thì các cổ đông sẽ được lợi rất nhiều, tuy nhiên mục tiêu chính là cải thiện kết quả tái chế và nếu chúng tôi làm việc chăm chỉ hơn nữa để tìm giải pháp cắt giảm chi phí giúp giảm giá hơn nữa thì giờ đây chúng tôi có đủ khả năng tài chính để đưa tất cả các lựa chọn lên bàn cân”, Collings cho biết.

Thùng rác hoạt động như thế nào?

Thùng rác thông minh của Charopy chỉ chấp nhận chai nhựa, chai thủy tinh, bìa và lon. Để tránh bất kỳ sự nhầm lẫn nào về những chất thải có thể và không thể tái chế, máy quét mã vạch của Charopy sẽ nhấp nháy đèn màu đỏ cho các thùng chứa không đủ điều kiện và màu xanh lá cây cho chất thải mà các thùng chứa chấp nhận.

Để sử dụng thùng, chỉ cần làm theo các bước dưới đây:

1. Tập hợp các hộp, chai, lọ rỗng
2. Quét mã vạch
3. Bỏ hộp vào thùng rác!

Những sản phẩm đầu tiên tại các trung tâm mua sắm của Úc

Các thùng rác thông minh sẽ cho phép bạn quét mã vạch của chai nước giải khát/ mặt hàng thực



phẩm để xem liệu nó có đủ điều kiện để được đưa vào thùng hay không. Tất cả số tiền thu được từ các sản phẩm tái chế tại Trung tâm Macquarie sẽ được sử dụng để giúp cài đặt các tính năng bền vững bổ sung tại Trung tâm trong tương lai.

Tất cả chúng ta đóng vai trò một phần để giảm thiểu chất thải đi chôn lấp và giảm thiểu ô nhiễm từ dầu, chất thải thực phẩm và chất thải không thể tái chế khác và đảm bảo rằng các thùng chứa đủ điều kiện sẵn sàng để được tái chế.

Charopy đang giải quyết các thách thức về tái chế

Charopy giải quyết vấn đề với những thùng rác tái chế ngoài gia đình được đưa đến bãi chôn lấp do ô nhiễm. Công nghệ Charopy giải quyết ô nhiễm bằng cách chỉ cho phép các chất thải đủ điều kiện vào các thùng tái chế được chỉ định, do đó, đảm bảo một lượng nhỏ vật liệu có thể tái chế tại điểm thu gom ban đầu.

Khách hàng trọng điểm

Khách hàng của Charopy có thể là công ty hoặc Chính phủ, nhưng Charopy không bán cho người tiêu dùng là các hộ gia đình. Trọng tâm chính hiện nay là

các khu ẩm thực ở trung tâm mua sắm, bằng cách trang bị thêm công nghệ Charopy vào các thùng hiện có, bất kỳ khu mua sắm nào cũng có thể biến các thùng tái chế “giả” thành thùng tái chế thông minh không bị ô nhiễm. Công ty cũng đang quan tâm nhiều hơn đến việc giải quyết ô nhiễm trong các thùng rác tái chế đường phố khu vực công cộng do các hội đồng địa phương quản lý. Nhưng thực sự các cơ quan thuộc Chính phủ đang gặp vấn đề trong việc quản lý những thùng rác tái chế ô nhiễm lại là những khách hàng tiềm năng của Charopy, thay cho giải pháp chỉ dùng biển báo để giải quyết vấn đề.

Điểm nổi bật

Nếu bảng chỉ dẫn và giáo dục có thể đảm bảo công chúng bỏ đúng chất thải vào đúng thùng rác thì các doanh nghiệp sẽ không cần Charopy. Sản phẩm này khác biệt vì mang đến một giải pháp công nghệ khi bảng chỉ dẫn và giáo dục không đạt được sự tuân thủ của người dân và cơ sở hạ tầng thùng rác hiện có đang mang lại kết quả tái chế kém./.

Minh Phụng

(Tổng hợp climatesalad, startupdaily, macquariecentre)

10 MÔ HÌNH DOANH THU PHỔ BIẾN NHẤT CỦA KHỞI NGHIỆP

Dù sản phẩm, dịch vụ hoặc ứng dụng của bạn tốt đến mức nào, nó chỉ hữu ích khi bạn có thể đưa nó đến tay khách hàng mục tiêu của mình. Nhưng, khi bạn đã có một thành phẩm, việc bán nó sẽ dễ dàng? Không hẳn vậy. Có vô số yếu tố cần được tính đến khi bạn đưa sản phẩm của mình ra thị trường, chẳng hạn như ngành bạn đang kinh doanh, bạn đang bán sản phẩm dựa trên web hay phần cứng vật lý, các kênh bạn sử dụng để thu hút khách hàng của bạn, v.v.

Sau đây là một số mô hình doanh thu được các startup sử dụng phổ biến nhất để bán dịch vụ của họ, cùng với những ưu và nhược điểm của từng mô hình để giúp bạn lựa chọn mô hình doanh thu tốt nhất cho công ty của mình.

Phân biệt Mô hình kinh doanh với Mô hình doanh thu và Dòng doanh thu



Trước khi đi sâu vào các loại mô hình doanh thu, chúng ta nên dành một chút thời gian để phân biệt các thuật ngữ "mô hình kinh doanh", "mô hình doanh thu" và "dòng doanh thu", vì chúng thường được sử dụng thay thế cho nhau. Trong bài viết "Khác biệt giữa mô hình doanh thu, dòng doanh thu và mô hình kinh doanh là gì", Alex Genadinik - doanh nhân, huấn luyện viên doanh nghiệp, tác giả có sách bán chạy nhất trên Amazon - đã giải thích rất rõ sự khác biệt giữa các thuật ngữ đó. Có thể tóm tắt những điểm chính dưới đây:

- Dòng doanh thu là nguồn doanh thu duy nhất của công ty. Một công ty có thể không có hoặc có nhiều dòng doanh thu, tùy thuộc vào quy mô của nó.

- Mô hình doanh thu là chiến lược quản lý các dòng doanh thu của công ty và các nguồn lực cần thiết cho mỗi dòng doanh thu.

- Mô hình kinh doanh là cơ cấu bao gồm tất cả các khía cạnh của một công ty, bao gồm cả mô hình doanh thu và các dòng doanh thu, và mô tả cách tất cả chúng hoạt động cùng nhau.

Các loại mô hình doanh thu

Có rất nhiều loại mô hình doanh thu, vì vậy trong bài viết này chúng tôi không cố liệt kê tất cả chúng, đặc biệt là vì rất nhiều loại mang những cái tên khác trong cộng đồng khởi nghiệp. Tuy nhiên, dưới đây là mười mô hình doanh thu phổ biến và hiệu quả nhất được các công ty, cả lớn và nhỏ, áp dụng.

Bài báo của Genadinik, "Các mô hình doanh thu khác nhau", đề cập đến một số mô hình doanh thu phổ biến mà rất nhiều công ty khởi nghiệp mới được thành lập gần đây sử dụng để tạo ra doanh số bán hàng đầu tiên của họ. Dưới đây là các mô hình doanh thu được ông đề cập tới:

1. Mô hình Doanh thu Dựa trên Quảng cáo

Các mô hình doanh thu dựa trên quảng cáo đòi hỏi phải tạo quảng cáo cho một trang web, dịch vụ, ứng dụng hoặc sản phẩm cụ thể và đặt chúng trên các kênh chiến lược, có lưu lượng truy cập cao. Nếu công ty của bạn có một trang web hoặc bạn có một công ty dựa trên web, thì AdSense của Google là một trong những công cụ phổ biến nhất để tải quảng

cáo. Đối với hầu hết các trang web, AdSense sẽ kiếm được khoảng 5-10 USD cho mỗi 1.000 lượt xem trang.

- Ưu điểm: kiếm tiền từ quảng cáo là một trong những cách thức đơn giản và dễ dàng nhất để thực hiện các mô hình doanh thu. Đó là lý do tại sao rất nhiều công ty sử dụng quảng cáo như một nguồn doanh thu.

- Nhược điểm: để tạo ra đủ doanh thu để duy trì doanh nghiệp, bạn sẽ cần phải thu hút hàng triệu người dùng. Ngoài ra, hầu hết mọi người đều cho rằng quảng cáo gây phiền nhiễu, có thể dẫn đến tỷ lệ click chuột thấp và do đó, khiến cho doanh thu thấp hơn.

2. Mô hình doanh thu liên kết

Một mô hình doanh thu dựa trên web phổ biến khác là mô hình doanh thu liên kết, hoạt động bằng cách quảng bá các link đến các sản phẩm có liên quan và thu hoa hồng từ việc bán các sản phẩm đó và thậm chí có thể hoạt động cùng với quảng cáo hoặc hoạt động riêng lẻ.



- Ưu điểm: một trong những lợi ích rõ ràng nhất của việc sử dụng mô hình doanh thu liên kết là nó thường kiếm được nhiều tiền hơn so với các mô hình doanh thu dựa trên quảng cáo.

- Nhược điểm: nếu bạn sử dụng mô hình doanh thu liên kết cho công ty khởi nghiệp của mình, hãy nhớ rằng số tiền bạn kiếm được bị giới hạn ở quy mô ngành, loại sản phẩm và đối tượng của bạn.

3. Mô hình Doanh thu Giao dịch

Rất nhiều công ty, cả theo định hướng công nghệ và theo định hướng khác, đều cố gắng dựa

vào mô hình doanh thu giao dịch. Phương pháp này là một trong những cách trực tiếp nhất để tạo ra doanh thu, vì nó đòi hỏi công ty cung cấp dịch vụ hoặc sản phẩm và khách hàng trả tiền cho dịch vụ/sản phẩm đó.

- Ưu điểm: người tiêu dùng bị thu hút tới trải nghiệm này nhiều hơn vì tính đơn giản và nhiều lựa chọn hơn.

- Nhược điểm: do tính trực tiếp của mô hình doanh thu giao dịch, nên nhiều công ty tự sử dụng nó, có nghĩa là cạnh tranh nhiều hơn và giá cả giảm, do đó, các công ty sử dụng mô hình này sẽ kiếm được ít tiền hơn.

4. Mô hình doanh thu đăng ký

Mô hình doanh thu đăng ký cung cấp cho khách hàng một sản phẩm hoặc dịch vụ mà khách hàng có thể trả tiền trong một khoảng thời gian dài hơn, thường là hàng tháng hoặc thậm chí hàng năm.

- Ưu điểm: nếu công ty của bạn đã phát triển đủ tầm, mô hình này có thể tạo ra doanh thu định kỳ và thậm chí, còn có thể thu lợi từ những khách hàng quá lười biếng để hủy đăng ký của họ với công ty của bạn (đó là bí mật nhỏ của việc dựa trên đăng ký mô hình).

- Nhược điểm: vì mô hình này phụ thuộc rất nhiều vào việc có cơ sở người tiêu dùng lớn, nên quan trọng là phải duy trì tỷ lệ đăng ký cao hơn tỷ lệ hủy đăng ký.

Trong bài đăng trên blog “So sánh mô hình kinh doanh với mô hình bán hàng”, Dave Parker - chuyên gia kinh tế chương trình UP Global - đã phác thảo những cách mà một công ty có thể bán sản phẩm hoặc dịch vụ của họ, nhấn mạnh cách thị trường bạn chọn ảnh hưởng đến cách bạn đưa sản phẩm của mình ra thị trường. Dưới đây là các phương pháp mà anh ấy mô tả:

5. Bán hàng trên web

Đây là một nhánh của mô hình doanh thu giao dịch, trong đó khách hàng trả tiền trực tiếp cho một



sản phẩm hoặc dịch vụ, trừ việc khách hàng phải đến với công ty trước tiên thông qua tìm kiếm trên web hoặc outbound marketing và chỉ thực hiện các giao dịch qua internet.

- Ưu điểm: bán hàng trên web hiệu quả với nhiều loại dịch vụ, bao gồm phần mềm, phần cứng và thậm chí cả dịch vụ đăng ký.

- Nhược điểm: bán hàng theo mối quan hệ không tương thích với mô hình bán hàng trên web, vì vậy nếu công ty của bạn liên quan đến tư vấn hoặc các mặt hàng có giá vé lớn (các mặt hàng có giá trị cao như nhà cửa, thiết bị và ô tô), bạn nên cân nhắc sử dụng một mô hình phù hợp hơn với dịch vụ của mình.

6. Bán hàng trực tiếp

Có hai hình thức bán hàng trực tiếp: bán hàng nội bộ, trong đó, khách gọi đến để đặt hàng hoặc các đại lý bán hàng gọi cho khách hàng tiềm năng; và bán hàng bên ngoài, là giao dịch bán hàng mặt đối mặt.

- Ưu điểm: các mô hình bán hàng trực tiếp hoạt động hiệu quả với các chu kỳ bán hàng theo mối quan hệ, chu kỳ bán hàng doanh nghiệp hoặc các

chu kỳ bán hàng phức tạp đòi hỏi nhiều người mua và người có ảnh hưởng.

- Nhược điểm: mô hình bán hàng trực tiếp thường yêu cầu thuê một nhóm bán hàng nào đó, có nghĩa là nó không tối ưu cho các mặt hàng có giá nhỏ. Nếu sản phẩm của bạn được định giá dưới phạm vi 1.000-2.000 USD, bạn sẽ gặp khó khăn trong việc xây dựng một công ty có khả năng mở rộng quy mô.

7. Bán hàng theo kênh (hoặc Bán hàng gián tiếp)

Mô hình bán hàng theo kênh bao gồm các đại lý hoặc người bán lại bán sản phẩm của bạn cho bạn và hoặc bạn hoặc người bán lại phân phối sản phẩm. Mô hình doanh thu liên kết là một mô hình có nhiều nét tương đồng với mô hình này, đặc biệt, nếu sản phẩm của bạn là sản phẩm ảo.

- Ưu điểm: mô hình bán hàng theo kênh lý tưởng cho các công ty có sản phẩm là sản phẩm doanh thu gia tăng cho kênh và tạo ra lợi nhuận gia tăng.

- Nhược điểm: không sử dụng mô hình này nếu sản phẩm của bạn yêu cầu bạn truyền bá ra thị trường hoặc nếu sản phẩm của bạn cạnh tranh với

sản phẩm của đối tác, vì họ sẽ thúc đẩy sản phẩm của họ chứ không phải của bạn.

8. Bán lẻ

Bán lẻ đòi hỏi phải thiết lập một cửa hàng bách hóa hoặc cửa hàng bán lẻ truyền thống, trong đó, bạn cung cấp hàng hóa vật chất cho khách hàng của mình. Lưu ý rằng, mô hình bán lẻ sẽ yêu cầu không gian kệ (mà bạn sẽ phải trả tiền) tại các cửa hàng hiện có và phù hợp nhất cho các sản phẩm cần phải có logistics để tiếp cận khách hàng.

- Ưu điểm: bán lẻ là một cách để đưa ra các ưu đãi và sản phẩm miễn phí cho cơ sở khách hàng hiện tại để giúp nâng cao nhận thức về thương hiệu.

- Nhược điểm: phương pháp bán lẻ không lý tưởng cho các công ty ở giai đoạn đầu hoặc các công ty cung cấp các sản phẩm kỹ thuật số như phần mềm hoặc ứng dụng.

Trong bài viết trên Domain.me, “Lập kế hoạch các mô hình doanh thu và mở rộng cho công ty khởi nghiệp của bạn”, Sarah Green - nhà báo của technivorz.com - đã liệt kê các mô hình doanh thu thậm chí còn hiệu quả hơn cho các công ty khởi nghiệp, bao gồm cả hai mô hình dựa trên ý tưởng tặng thứ gì đó miễn phí cho khách hàng để giúp tạo doanh thu vào một thời điểm sau đó.

9. Sản phẩm là miễn phí, nhưng Dịch vụ thì không

Khác với những mô hình khác, ở mô hình này, bạn phải tặng sản phẩm của mình miễn phí, nhưng lại yêu cầu khách hàng trả tiền để cài đặt, tùy chỉnh, đào tạo hoặc các dịch vụ bổ sung khác.

- Ưu điểm: mô hình này rất tốt để xây dựng lòng tin với cơ sở khách hàng và nâng cao nhận thức về thương hiệu, vì bất kỳ công ty nào cung cấp bất kỳ thứ gì miễn phí sẽ tạo ra tiếng vang đáng kể.

- Nhược điểm: hãy nhớ rằng, sử dụng mô hình này có nghĩa là về cơ bản, bạn đang điều hành một hoạt động kinh doanh dịch vụ với sản phẩm là chi phí tiếp thị. Ngoài ra, một mô hình như thế này không phải lúc nào cũng là tốt nhất để mở rộng quy

mô công ty về lâu dài, vì vậy, hãy vẫn nên để ý tới các mô hình doanh thu bổ sung để sử dụng sau này.

10. Mô hình Freemium

Mô hình freemium là mô hình trong đó các dịch vụ cơ bản của công ty là miễn phí, nhưng người dùng phải trả tiền cho các tính năng cao cấp bổ sung, tiện ích mở rộng, chức năng, v.v. Một trong những công ty lớn nhất sử dụng mô hình này là LinkedIn, nền tảng truyền thông xã hội/doanh nghiệp phổ biến nhất.



-Ưu điểm: tương tự như mô hình trước đó, mô hình freemium cung cấp miễn phí cho người dùng, đây là một cách tuyệt vời để cung cấp cho họ hương vị sản phẩm hoặc dịch vụ của bạn, đồng thời, thu hút họ trả tiền cho một thứ gì đó sau này.

- Nhược điểm: mô hình này đòi hỏi sự đầu tư đáng kể về thời gian và tiền bạc để tiếp cận đối tượng của bạn và thậm chí phải nỗ lực hơn nữa để chuyển đổi người dùng miễn phí thành khách hàng trả tiền.

Kết luận

Nên nghiên cứu và dành thời gian để quyết định mô hình nào là lý tưởng nhất cho công ty khởi nghiệp của bạn, vì một khi đã ổn định mô hình doanh thu, đặc biệt, nếu công ty khởi nghiệp của bạn đang ở giai đoạn đầu, có thể khó chọn mô hình khác. Như nêu trên, bài đăng tổng hợp này không đề cập đến mọi mô hình doanh thu được sử dụng bởi các công ty khởi nghiệp, nhưng bằng cách nêu bật các mô hình phổ biến nhất, các công ty khởi nghiệp có đủ thông tin để lựa chọn mô hình doanh thu sẽ có cơ hội tham gia vào các thị trường lớn./.

Phương Anh

(Tổng hợp)