



BẢN TIN

# KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

SỐ 05.2022



## TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 VIISA đầu tư vào startup công nghệ giáo dục SHub
- 02 Startup Selly huy động được 2,6 triệu USD
- 03 Đồng hành, hỗ trợ phụ nữ Thủ đô khởi nghiệp
- 04 Ngụy mờ ra cơ, nắm bắt và sẵn sàng thay đổi

## KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Đầu tư vào khởi nghiệp lĩnh vực Fintech của Việt Nam năm 2021 (Phần 1)
- 06 Các chủ đề nóng năm 2022 của hệ sinh thái khởi nghiệp Ấn Độ

## KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Cách thức hoạt động của các vòng gọi vốn series A, B, C



### **CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA**

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội  
Tel: (024) 38262718

# VIISA ĐẦU TƯ VÀO STARTUP CÔNG NGHỆ GIÁO DỤC SHUB

*Baodautu.vn - VIISA, quỹ đầu tư mạo hiểm vào các công ty khởi nghiệp giai đoạn sớm, vừa công bố khoản đầu tư mới nhất vào Công ty cổ phần Công nghệ giáo dục SHub.*

SHub là một nền tảng cung cấp các giải pháp dạy, học trực tuyến với các thao tác quản lý lớp học, duy trì tương tác giữa giáo viên, phụ huynh và học sinh. Hiện, startup này có hơn 200 đối tác là trường học, hơn 100.000 giáo viên và hơn 3 triệu học sinh sử dụng.

Sự ra đời của SHub là thành quả của Nguyễn Đăng An và nhóm bạn đại học sau hành trình nỗ lực tạo ra nhiều ứng dụng có tính thực tiễn phục vụ việc học và dạy ở trường. Cả nhóm đều trải qua các cấp học trong hệ thống giáo dục truyền thống, do đó, họ kỳ vọng lợi ích và tiềm năng của giáo dục trực tuyến sẽ được khai thác tốt hơn.

Nguyễn Đăng An, nhà sáng lập SHub kỳ vọng, startup có thể hiện thực hoá tầm nhìn đưa việc học trực tuyến trở thành nhu cầu cơ bản trong cuộc sống và dạy trực tuyến thành nghề mang lại thu nhập cao.

“Chúng tôi đã tiếp cận nhiều Quỹ, tuy nhiên, quyết định đồng hành cùng VIISA vì những định hướng mà Quỹ đã đưa ra. Thay vì chỉ xem xét nền tảng đội ngũ, VIISA đã dành nhiều thời gian để trao đổi và hiểu rõ về những gì SHub đã và đang làm được”, Nguyễn Đăng An chia sẻ sau thoả thuận nhận đầu tư từ VIISA.

Trong khi đó, ông Võ Hiếu, đồng sáng lập kiêm Giám đốc tài chính VIISA đánh giá cao ở SHub về khả năng cung cấp một giải pháp đào tạo trực tuyến gắn gũi với đào tạo truyền thống, dễ dàng sử dụng cũng như có tính năng giao bài, sửa và chấm điểm

bài tập, bài thi trực tuyến. Các tính năng này được kỳ vọng giúp học sinh và giáo viên có thể tối ưu thời gian sử dụng thông qua nền tảng cũng như giảm số lượng thao tác không cần thiết.



*Nguyễn Đăng An (thứ ba từ phải sang) cùng đội ngũ vận hành SHub.*

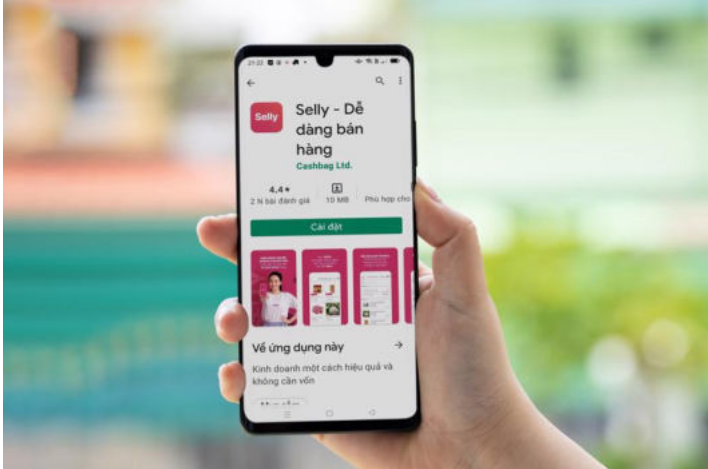
Theo VIISA, COVID-19 bùng phát từ năm 2020 đã thúc đẩy chuyển đổi số trong thị trường giáo dục ở Việt Nam. Việt Nam được đánh giá là thị trường tiềm năng để phát triển quá trình dạy - học trực tuyến khi có hơn 70% dân số sử dụng Internet, với người dùng chủ yếu là giới trẻ có nhu cầu học tập liên tục cũng như chi tiêu cho giáo dục chiếm 5,8% GDP.

“VIISA kỳ vọng trong ngắn hạn, SHub có thể cùng thúc đẩy thị trường giáo dục trực tuyến ở Việt Nam đạt hai mục tiêu. Một là tăng tốc độ chuyển đổi số ở trung tâm dạy học, ôn luyện thuộc quy mô nhỏ và vừa và hai là giúp giảm tổng thời gian tham gia vào các lớp học của các đối tượng liên quan như trường, trung tâm và phụ huynh”, ông Võ Hiếu chia sẻ./.

***SHub Classroom là nền tảng học tập cá nhân được tích hợp vào lớp học truyền thống, mang đến cho giáo viên công cụ quản lý và đánh giá tình trạng lớp học một cách chi tiết, từ đó cung cấp chương trình học tập phù hợp với mỗi cá nhân.***

# STARTUP SELLY HUY ĐỘNG ĐƯỢC 2,6 TRIỆU USD

*Nhipcaudautu.vn - Selly, startup thương mại điện tử ứng dụng tương tác cộng đồng, vừa huy động được 2,6 triệu USD trong vòng gọi vốn Pre-Series A.*



*Ra mắt giữa thời điểm dịch bệnh diễn biến phức tạp, Selly chạm tới đúng nhu cầu tìm kiếm việc làm của nhiều người lao động bị mất việc.*

Chưa đầy một năm sau khi ra mắt, Selly đã giúp tạo việc làm cho hàng trăm ngàn phụ nữ và người mất việc do ảnh hưởng của COVID-19...

Tham gia vòng này có các quỹ đầu tư CyberAgent Capital, Do Ventures, Genesis Ventures, JAFSCO Asia và KVision. Cụ thể, Selly phát triển theo mô hình social commerce (tạm dịch tương tác cộng đồng) tại Việt Nam khi xu hướng mua sắm trên các nền tảng cộng đồng đang ngày càng phát triển. Theo báo cáo của Accenture, giá trị giao dịch mua sắm qua các nền tảng mạng xã hội trên toàn cầu sẽ đạt mức 1.200 tỉ USD vào năm 2025, tăng gần 3 lần so với mức 492 tỉ USD hiện nay.

Thành lập vào tháng 4/2021, sau 10 tháng, Công ty ghi nhận mức tăng trưởng kinh doanh gấp 300 lần. Selly hiện đồng hành với hơn 300.000 đối tác bán hàng, trong đó 80% đến từ các thành phố nhỏ, đa số là phụ nữ nội trợ và những người mất việc do COVID-19. Công ty cho biết, đối tác bán hàng có thể gia tăng thu nhập lên tới 30 triệu đồng/tháng.

Mô hình của Selly giúp đối tác khởi sự kinh doanh, tạo ra thu nhập bền vững mà không cần bỏ vốn, không yêu cầu lưu kho, và hoàn toàn không cần lo đến khâu vận hành. Người bán lựa chọn sản phẩm muốn kinh doanh từ nguồn hàng phong phú và chất lượng được trưng bày trên ứng dụng Selly, sau đó, chia sẻ thông tin sản phẩm tới cộng đồng bè bạn và người quen xung quanh họ. Theo đó, với mỗi đơn hàng được chốt, hàng hóa sẽ được Selly vận chuyển đến tận tay khách hàng cùng đầy đủ các dịch vụ hậu mãi chuyên nghiệp.

Bên cạnh đó, Selly cũng đang đồng hành cùng hàng trăm nhà cung cấp là các xưởng sản xuất, nhà phân phối truyền thống, giúp họ chuyển lên thương mại điện tử để bắt kịp sự phát triển nhanh chóng của xu hướng mua sắm trực tuyến hiện nay. Nền tảng này đảm bảo toàn bộ khâu vận hành bán hàng và chỉ tính chi phí khi hàng được bán thành công.

Chia sẻ về tầm nhìn của Selly, sáng lập kiêm Giám đốc Điều hành Selly, ông Thống Lê Anh Tuấn cho biết, công ty tập trung nâng cao chất lượng cuộc sống cho mọi người dân Việt Nam, đặc biệt là những phụ nữ nội trợ và những người dễ chịu ảnh hưởng của biến động kinh tế.

“Với nguồn vốn mới, chúng tôi sẽ tiếp tục cải tiến sản phẩm để đem lại trải nghiệm tốt nhất cho đối tác bán hàng và nhà cung cấp, đồng thời đưa Selly tới nhiều hơn các tỉnh thành nhỏ lẻ của Việt Nam để người dân tại đó có cơ hội tạo thêm thu nhập bền vững”, ông Tuấn nói.

Trước Selly, một startup social commerce khác cũng gọi vốn thành công là Mio với 8 triệu USD vòng A từ Jungle Ventures, Patamar Capital và nhà đầu tư thiên thần Oliver Jung./.





## ĐỒNG HÀNH, HỖ TRỢ PHỤ NỮ THỦ ĐÔ KHỞI NGHIỆP

*Hanoimoi.com.vn - Thực hiện đề án “Hỗ trợ phụ nữ Thủ đô khởi nghiệp giai đoạn 2018-2025”, đến nay, các cấp Hội Liên hiệp phụ nữ thành phố Hà Nội đã đồng hành, hỗ trợ hơn 2.000 phụ nữ khởi sự kinh doanh, khởi nghiệp. Phong trào đã thực sự đi vào đời sống, giúp nhiều phụ nữ Thủ đô mạnh dạn, tự tin, góp phần nâng cao đời sống, bảo đảm an sinh xã hội.*

### Nhiều sản phẩm khởi nghiệp sáng tạo

Là một trong 10 ý tưởng, sản phẩm sáng tạo được Hội Liên hiệp phụ nữ thành phố Hà Nội vinh danh trong Ngày hội phụ nữ khởi nghiệp năm 2021, sản phẩm “Hoa khô Xavia làm từ bẹ ngô, chuối bảo vệ môi trường” được nhiều người quan tâm, bởi những bông hoa biến tấu từ vỏ bắp ngô, cây lá thành các sản phẩm có hồn và rất đẹp mắt.

Chị Nguyễn Trang Phương (quận Bắc Từ Liêm), Giám đốc Công ty cổ phần Hoa khô Xavia toàn cầu, cho biết: “Tôi muốn tận dụng những nguyên liệu có thể tái chế nên đã nghĩ cách làm ra những bông hoa

và sản phẩm từ nguyên liệu vỏ bắp ngô, giúp con người gắn bó với thiên nhiên”. Hiện, sản phẩm của Công ty cổ phần Hoa khô Xavia được bán làm quà tặng và có xưởng trải nghiệm cho các em nhỏ, người cao tuổi. Chị Phương bày tỏ mong muốn, trong thời gian tới, sẽ phát triển thành làng nghề hoa khô.

Tương tự, Giám đốc Công ty TNHH Sản xuất và kinh doanh Moris (huyện Thanh Oai) Trần Thị Hường, chủ thương hiệu Mật ong lên men Mola cũng được vinh danh là gương mặt khởi nghiệp tiêu biểu. Hiện, công ty của chị Hường có 10 dòng sản phẩm mật ong lên men và bún rau củ khác, tạo việc làm ổn

định cho 25 lao động chính thức và thời vụ. “Năm 2021, công ty tiếp tục đăng ký 5 sản phẩm tham gia đánh giá Chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP), tạo đà cho bước phát triển mới”, chị Hương cho biết.

Đây chỉ là hai trong số rất nhiều sản phẩm sáng tạo khởi nghiệp của phụ nữ Thủ đô thời gian qua. Giám đốc Trung tâm Hỗ trợ phát triển phụ nữ Hà Nội (Hội Liên hiệp phụ nữ thành phố Hà Nội) Nguyễn Thị Hào cho biết, 3 năm qua đã có 327 ý tưởng, sản phẩm sáng tạo có tính khả thi được vinh danh tại Ngày hội phụ nữ khởi nghiệp các cấp; 12 dự án đạt giải cấp trung ương; 18 dự án được kết nối hỗ trợ công cụ, thiết bị khởi nghiệp trên 1 tỷ đồng; 415 sản phẩm được kết nối xây dựng sản phẩm OCOP; 147 dự án được hỗ trợ các kênh truyền thông... Năm 2021, dù bị ảnh hưởng của dịch COVID-19, song toàn thành phố Hà Nội đã hỗ trợ được 285 phụ nữ khởi sự kinh doanh, khởi nghiệp.

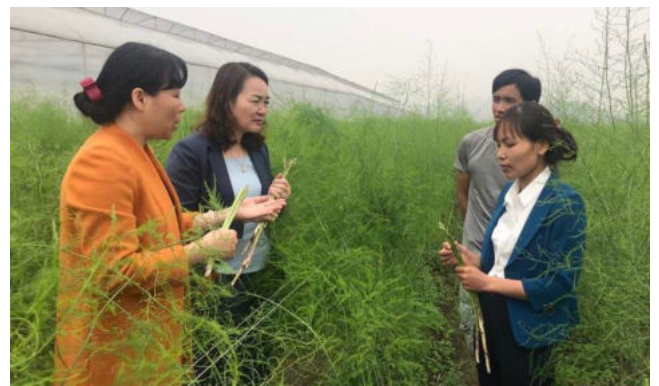
### Hỗ trợ hiệu quả, thiết thực

Phó Chủ tịch Hội Liên hiệp phụ nữ thành phố Hà Nội Lê Thị Thiên Hương cho biết, qua 4 năm, các cấp Hội phụ nữ Thủ đô đã hỗ trợ hơn 2.000 phụ nữ khởi sự thành công. Nhiều hội viên mở rộng cơ sở sản xuất, có sản phẩm vươn ra thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, Hội còn ký kết các chương trình phối hợp với các ngân hàng, quỹ bảo trợ hỗ trợ ưu đãi gần 6.000 tỷ đồng giúp phụ nữ phát triển kinh tế, trong đó 1.422 phụ nữ mới khởi nghiệp được vay vốn trên 70 tỷ đồng. Ngoài ra, 879 nữ chủ hộ kinh doanh, hợp tác xã được kết nối tham gia các chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước. Đặc biệt, mạng lưới 59 câu lạc bộ doanh nhân nữ từ thành phố đến cơ sở được phát triển với trên 3.000 hội viên... Nhờ vậy, phong trào khởi nghiệp ngày càng lan tỏa, tạo điều kiện để phụ nữ tự tin, mạnh dạn phát triển kinh tế, làm giàu chính đáng.

Trước khó khăn của dịch COVID-19, năm 2021, Trung tâm Hỗ trợ phát triển phụ nữ Hà Nội đã khuyến

khích các nữ chủ doanh nghiệp ứng dụng công nghệ số vào sản xuất, kinh doanh; mở nhiều khóa đào tạo trang bị kiến thức và kỹ năng số cho nữ chủ doanh nghiệp trong quản lý và mở rộng kinh doanh.

Giám đốc Trung tâm Hỗ trợ phát triển phụ nữ Hà Nội Nguyễn Thị Hào cho biết: “Hoạt động được thực hiện thường xuyên là “Sản phẩm tốt mỗi ngày”. Tại đây, các chị em giới thiệu sản phẩm của mình bằng hình thức trực tiếp hoặc trực tuyến đến người tiêu dùng; tập huấn để xây dựng sản phẩm có thương hiệu, tự tin, tự chủ trong cuộc sống và kinh doanh...”.



Nhận được sự hỗ trợ, giúp đỡ của các cấp Hội để phát triển ý tưởng khởi nghiệp và là một trong hai gương mặt của Thủ đô lọt vào vòng chung kết cuộc thi phụ nữ khởi nghiệp toàn quốc, Giám đốc Công ty Chế biến thực phẩm sạch Từ Tâm Đinh Thị Hải Yến cho biết, trong thời điểm dịch bệnh, nhờ được tập huấn kỹ năng giới thiệu sản phẩm bằng hình thức trực tuyến, kết nối qua mạng xã hội, công ty đã lan tỏa rộng rãi sản phẩm của mình và được nhiều người biết đến hơn.

Phó Chủ tịch Hội Liên hiệp phụ nữ thành phố Hà Nội Lê Thị Thiên Hương chia sẻ, thời gian tới, Hội sẽ tiếp tục đồng hành, hỗ trợ hội viên nhằm hiện thực hóa ý tưởng khởi nghiệp có tính sáng tạo, phù hợp với tình hình, xu thế phát triển của địa phương theo hướng bền vững. Đồng thời, tiếp tục mở các lớp tập huấn, khích lệ phụ nữ mạnh dạn khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo trong sản xuất, kinh doanh, phát triển thương mại điện tử.../.





# NGUY MỜ RA CƠ, NẮM BẮT VÀ SẴN SÀNG THAY ĐỔI

*Khoinghiệp.org.vn - COVID-19 là “nguy” khi hoạt động kinh doanh đình trệ, nhưng mở ra “cơ” cho những startup biết nắm bắt và sẵn sàng thay đổi.*

### Sống khỏe

Giai đoạn giãn cách, hầu hết các đơn vị kinh doanh thực phẩm truyền thống đều gặp trở ngại trong việc cung cấp hàng, Homefarm đã tận dụng thời cơ mở ra hệ thống. Sau hơn 7 năm gia nhập thị trường, Homefarm chính thức đánh dấu mốc cửa hàng số 150 vào tháng 7/2021. Đồng thời, chính thức nhận khoản đầu tư từ quỹ Redefine Capital Fund trụ sở tại Singapore.

Tương tự, FoodMap, một nền tảng thương mại điện tử Agritech kết nối trực tiếp nông dân và nhà sản xuất thực phẩm với khách hàng B2C và B2B, đã huy động được vượt mức đăng ký với 3 triệu USD trong vòng tiền Series A.

Đây là một trong số ít startup được cấp phép hoạt động liên tục và đảm bảo nguồn cung thực phẩm cho người dân TP. HCM giai đoạn giãn cách xã hội.

FoodMap cũng là một trong những startup Việt đầu tiên cung cấp sản phẩm nông nghiệp trên kênh trực tuyến. Hiện, FoodMap cung cấp sản phẩm của hơn 300 nông dân và nhà sản xuất cho Việt Nam. Khách hàng của công ty bao gồm cả B2C (cung cấp cho khách hàng cá nhân) và B2B (cung cấp cho doanh nghiệp). Tất cả sản phẩm trên FoodMap đều được tích hợp mã QR, cho phép khách hàng tìm hiểu thông tin và nguồn gốc xuất xứ.

Hay FoodHub, một startup công nghệ cung cấp

giải pháp thương mại điện tử dành cho nông sản sạch, cũng thu hút hàng trăm nghìn USD từ nhà đầu tư nước ngoài. Đại diện FoodHub cho biết, trong bối cảnh đại dịch COVID-19, tốc độ tăng trưởng của công ty lớn hơn trước rất nhiều.

Ở mảng giáo dục, EQuest vừa nhận được khoản đầu tư 100 triệu USD từ KKR - một trong những công ty đầu tư lớn nhất thế giới. EQuest hình thành qua chuỗi sáp nhập giữa EQuest Academy (thành lập năm 2003) và các công ty giáo dục khác trong nước từ năm 2013 đến nay.

Trước đó, một Edtech khác có tên gọi ELSA đã ghi điểm trong mắt các nhà đầu tư với việc gọi vốn thành công vòng Series B với tổng số vốn lên đến 15 triệu USD.

ELSA được Forbes nhắc đến trong danh sách 4 công ty sử dụng trí tuệ nhân tạo thay đổi thế giới, lọt vào top 5 ứng dụng A.I hàng đầu hiện nay, sánh ngang cùng Cortana của Microsoft và Google Allo của Google.

Tương tự, Manabie, một startup nền tảng học tập trực tuyến của Việt Nam cũng nhận khoản đầu tư 3 triệu USD, được dẫn dắt bởi quỹ Do Ventures. Chỉ trong hơn 1 năm hoạt động tại Việt Nam, Manabie đã kêu gọi được tổng số vốn đầu tư lên đến 4,8 triệu USD.

### Vượt khó

Không may mắn gặp thời, nhiều startup khác đã phải tìm cách vượt qua khó khăn của đại dịch. Với Beta Cinemas, founder Minh Beta cho hay anh vẫn đang cố gắng tối ưu các chi phí mặt bằng, vận hành và nhân sự. Đồng thời, phát triển các mô hình rạp chiếu mới, hoàn thiện mảng kinh doanh nhượng quyền và tìm cơ hội hợp tác đầu tư với những cụm rạp đơn lẻ hoặc chuỗi rạp để cùng nhau vượt khó.

Bên cạnh đó, Beta Group không ngồi im chịu trận mà tìm cách lấn sân sang hai mảng mới là quản lý bất động sản - A.Plus Home và giáo dục - Crimson Business Institute trong đại dịch.

"Dù tình hình rất khó khăn, nhưng chúng tôi thống nhất với nhau là phải duy trì hoạt động, vì đang cung cấp sản phẩm thiết yếu", Nguyễn Hoàng, thành viên đồng sáng lập nền tảng kết nối và phân phối dược phẩm Thuốc sĩ, chia sẻ.

Khi TP. HCM thực hiện giãn cách, Thuốc sĩ chỉ còn khoảng 40/500 nhân viên làm việc. Không những thế, kho hàng có nhân viên nhiễm COVID-19 nên phải đóng cửa vài tuần, nhưng startup này quyết không ngừng hoạt động. Họ điều chuyển hàng hóa từ kho ở TP. HCM ra Hà Nội nhằm đảm bảo vận chuyển thuốc đến các cửa hàng.

Hay như The Coffee House, trong đợt dịch lần thứ 4, hầu hết các cửa hàng buộc tạm đóng cửa. 2 tháng cao điểm giãn cách hoàn toàn, tương tác đặt hàng trên app và website cũng đóng băng, dẫn đến sự gắn kết với khách hàng giảm đi.

Để tồn tại và vượt qua khó khăn, The Coffee House đã cho ra mắt các sản phẩm cà phê hòa tan, cà phê lon uống liền được bán tại các cửa hàng tiện lợi, sàn thương mại điện tử.

The Coffee House từng triển khai bán Gói WorkfromHome (bán hàng theo đăng ký), phục vụ cafe theo thói quen: 4 ngày - 7 ngày - 15 ngày - 35 ngày cho khách, hoặc giao mỗi ngày 1 ly sữa đá. Theo kế hoạch, The Coffee House sẽ phát triển đa dạng mô hình TCH Now xe đẩy và Kiosk cuối năm 2021 và đến đầu năm 2022.

### Kỳ vọng

Từ đại dịch, các startup đã rút ra những kinh nghiệm quý báu. Phạm Ngọc Anh Tùng, đại diện FoodMap, cho rằng: "Điều khiến FoodMap trở nên khác biệt là sự hiểu biết sâu sắc về khẩu vị của người tiêu dùng và xây dựng các sản phẩm phù hợp cho các dịch vụ nhãn hiệu riêng của họ. Điều này giúp tạo ra tỷ suất lợi nhuận cao cũng như lòng trung thành với thương hiệu và tính độc quyền là lợi thế cạnh tranh".

CEO Homefarm Trần Văn Trường cho hay,



# Chính dịch bệnh đã thôi thúc cộng đồng khởi nghiệp đưa ra nhiều ý tưởng mới, xu thế mới đã ra đời.



## Startup tìm cơ hội trong đại dịch

startup này đã phải có những chiến lược phát triển kinh doanh mới, chuyển đổi số và sự phản ứng nhanh chóng đối với biến động của thị trường - khách hàng. “Chuẩn bị những phương án đối phó với các kịch bản khác nhau, từ đó dần đem Homefarm về vị thế chủ động, giảm các tác động tiêu cực của bệnh dịch”, ông Trường nói.

Cùng quan điểm, ông Nguyễn Chí Thanh, Phó Tổng giám đốc Viettel Telecom, nhận định, tập trung vào các giá trị lõi để tạo ra các giá trị khác biệt mà không chạy theo xu thế của thị trường, và công nghệ chính là chìa khóa tạo ra các giá trị cốt lõi đó cho hầu hết các doanh nghiệp.

Theo ông Thanh, thế mạnh của người Việt là tính linh hoạt và “đánh du kích”. Doanh nghiệp nên chọn thế mạnh và lối đi ngách để tìm hướng đi an toàn, bền vững thì sẽ phù hợp hơn là đốt tiền.

Bất chấp COVID-19, Việt Nam vẫn là một trong những thị trường ưu tiên của các quỹ đầu tư mạo hiểm bởi tiềm năng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Báo cáo Đổi mới sáng tạo và Đầu tư công nghệ Việt Nam, do Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia (NIC) công bố tháng 6/2021, phân tích triển vọng năm

2021 rằng, dù thị trường đầu tư công nghệ có sự chững lại do tác động của COVID-19, nhưng các nhà sáng lập đã tận dụng mọi nguồn lực để trụ vững và phát triển. Khủng hoảng luôn là chất xúc tác mạnh mẽ để mô hình kinh doanh đột phá xuất hiện.

Theo thống kê của Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học công nghệ (Bộ KH&CN), vốn đầu tư khởi nghiệp tại Việt Nam năm 2021 đạt hơn 1,3 tỷ USD, tăng gấp 4 lần so với năm trước (còn theo thống kê của Do Ventures thì tăng hơn gấp đôi 2020).

Ông Bùi Thành Đô, nhà sáng lập và điều hành Think Zone Ventures, cho hay, gần đây, các startup Việt đã tập trung vào giá trị cốt lõi nhiều hơn, thay vì tạo ra mô hình mua bán đơn thuần thì tập trung phát triển công nghệ có lợi thế dẫn dắt. Điều này sẽ giúp doanh nghiệp phát triển bền vững trong lâu dài, bởi nếu chỉ tăng trưởng nóng thì sẽ rất dễ chạm trần và không thể tăng trưởng nhanh trong những năm sau đó.

Ông Tim Evans, Tổng Giám đốc HSBC Việt Nam, nhận định, các startup được kỳ vọng sẽ phát triển mạnh mẽ sau thời kỳ COVID-19 ở Việt Nam./.

# ĐẦU TƯ VÀO KHỞI NGHIỆP LĨNH VỰC FINTECH CỦA VIỆT NAM NĂM 2021 (PHẦN 1)

2021 là năm khởi đầu cực kỳ mạnh mẽ cho thị trường Fintech ở Đông Nam Á cũng như Việt Nam, với sự đầu tư mạnh vào các lĩnh vực vốn mạo hiểm, quỹ đầu tư tư nhân và đầu tư của doanh nghiệp.

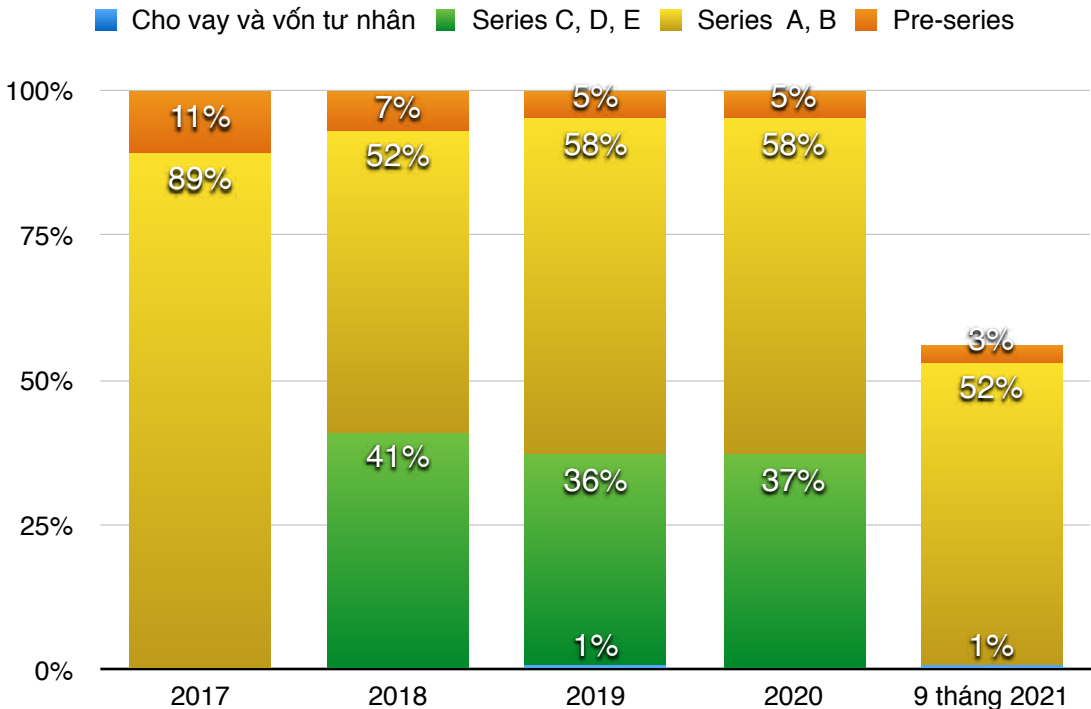
## 1. TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG

### 1.1. Thị trường Fintech của Đông Nam Á

Dân số Đông Nam Á với mức độ thâm nhập Internet và không qua ngân hàng ngày càng tăng khiến nơi đây trở thành điểm nóng cho sự đổi mới

công nghệ tài chính và một thị trường hấp dẫn cho ví điện tử và ngân hàng mới. Ở Đông Nam Á, các công ty khởi nghiệp Fintech thống trị hoạt động giao dịch (từ tháng 1 đến tháng 9 năm 2021), với 167 giao dịch trị giá ít nhất 3,5 tỷ USD.

**Hình 1.** Tỷ lệ số thương vụ đầu tư vào thị trường Fintech Đông Nam Á



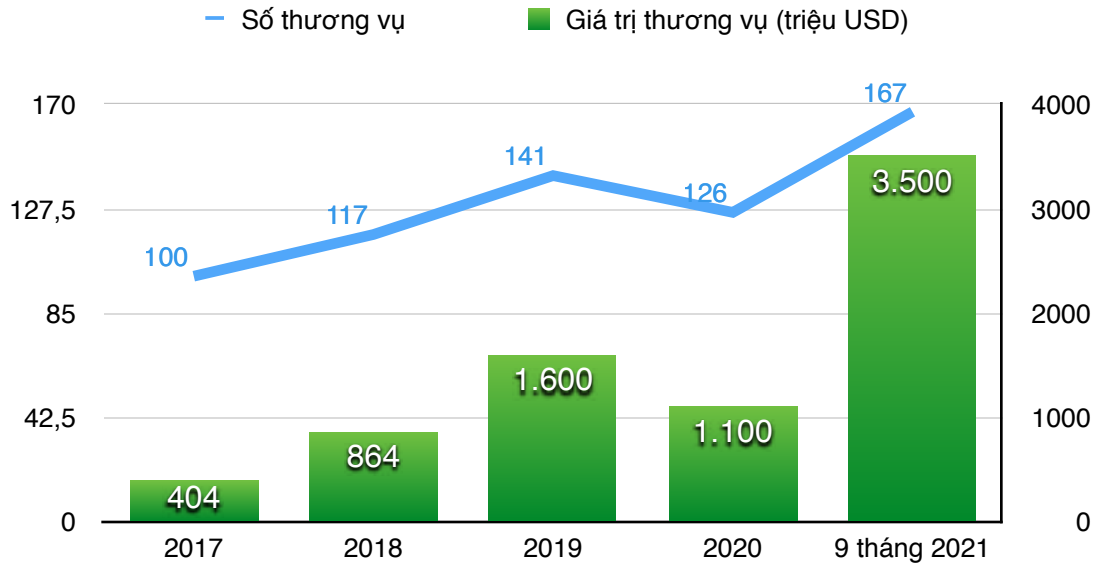
Xu hướng đầu tư vào thị trường Fintech ở Đông Nam Á vẫn tăng trong giai đoạn 2017-2021, với giá trị thương vụ và số lượng giao dịch cao nhất vào năm 2021.

Chiến lược sáp nhập và mua lại (M&A) với các công ty công nghệ địa phương cho đến nay là cách thoái vốn cho các công ty khởi nghiệp phổ biến nhất trong khu vực, trong đó mục tiêu chính của các doanh nghiệp khởi nghiệp lĩnh vực thanh toán và

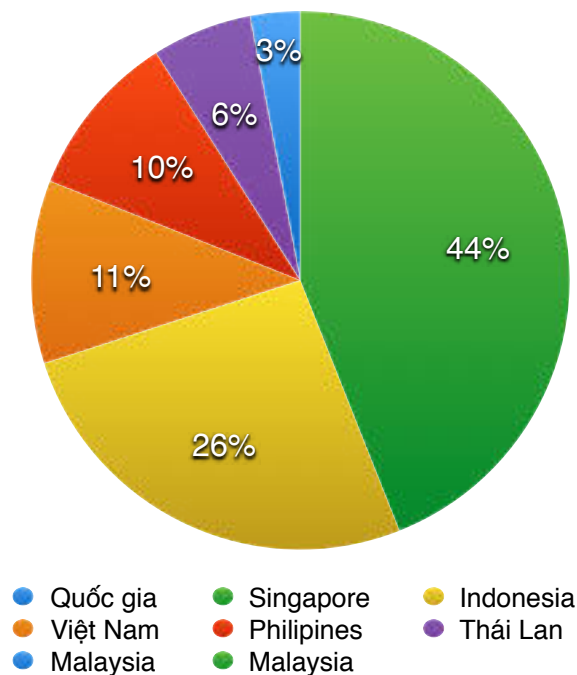
quản lý tài sản là mua lại. Tuy nhiên, các mục tiêu mới đã xuất hiện trong Insurtech và Phần mềm doanh nghiệp vào năm 2021 và các năm sau.

Điều thú vị là các công ty khởi nghiệp Đông Nam Á có hành trình thoái vốn nhanh hơn các công ty khởi nghiệp ở châu Âu hay Hoa Kỳ. Trên thực tế, có đến 76% các công ty khởi nghiệp đã thành lập cách đây 1 đến 6 năm, so với 53% ở châu Âu và 46% ở Hoa Kỳ.

**Hình 2.** Giá trị và số lượng thương vụ đầu tư vào thị trường Fintech Đông Nam Á



**Hình 3.** Vốn đầu tư vào các công ty Fintech theo quốc gia 9 tháng đầu năm 2021



### 1.2. Thị trường Fintech Việt Nam

Trong số tất cả các công ty khởi nghiệp Fintech đáng chú ý ở Đông Nam Á, MoMo và VNPAY của Việt Nam là hai cái tên nổi bật, với mức định giá lần lượt trên 2 tỷ USD và 1 tỷ USD vào năm 2021. Những thương vụ đó đã góp phần đáng kể vào vị thế của các công ty khởi nghiệp Fintech Việt Nam trong thị trường Fintech Đông Nam Á.

Cụ thể năm 2021, Việt Nam đứng thứ 3 (chiếm

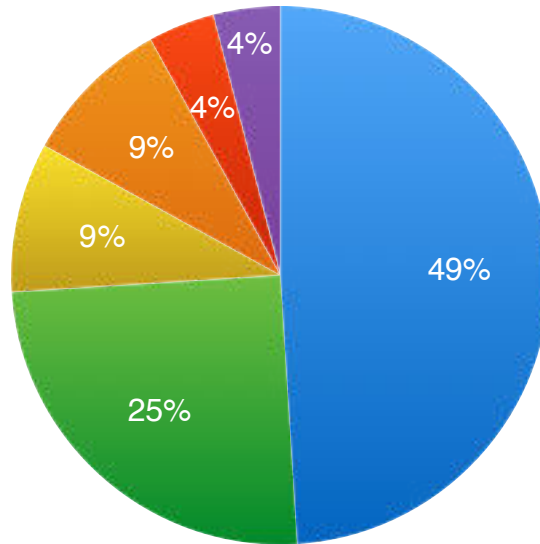
11%) về tổng giá trị thương vụ trong các công ty Fintech theo quốc gia.

Việt Nam chiếm 9% về số lượng thương vụ vào năm 2021, đứng thứ tư về số lượng thương vụ Fintech ở Đông Nam Á. Việt Nam cũng bứt phá mạnh mẽ trong 9 tháng đầu năm 2021 với 375 triệu USD đầu tư vào các doanh nghiệp khởi nghiệp Fintech (11%) sau khi MoMo và VNPAY thu hút được 2 vòng “siêu tài trợ”.



**Hình 4.** Số thương vụ đầu tư vào các công ty Fintech theo quốc gia 9 tháng đầu năm 2021

● Singapore ● Indonesia ● Malaysia ● Việt Nam  
● Philippines ● Thái Lan



## 2. BỐI CẢNH CẠNH TRANH

### 2.1. Bản đồ hệ sinh thái Fintech của Việt Nam

Có thể nói, số lượng doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực Fintech tại Việt Nam tăng lên qua từng năm. Năm 2015, toàn thị trường chỉ có 39 công ty (con số này tăng lên 74 công ty khởi nghiệp vào năm 2017 và 124 công ty khởi nghiệp vào năm 2019), đến năm 2021, ước tính đã có hơn 150 công ty tham gia vào lĩnh vực Fintech ở Việt Nam.

Mặc dù có sự phát triển vượt bậc nhưng so với các nước trong khu vực như Singapore (hơn 1.150 công ty), Indonesia (hơn 510 công ty), Malaysia (hơn 370 công ty),... thì con số này vẫn còn khá “khiêm tốn”, nhưng cũng cần lưu ý rằng Việt Nam vẫn là thị trường sinh lời cho các công ty khởi nghiệp Fintech nở rộ trong tương lai, do một số lĩnh vực đáng chú ý trên thị trường Fintech ở Việt Nam vẫn đang cần được lấp đầy.

Trong số các công ty Fintech niêm yết đang hoạt động tại Việt Nam, mảng thanh toán kỹ thuật số chiếm tỷ trọng cao nhất. Những nhóm khởi nghiệp fintech như MoMo và VNPAY nhận được nhiều

khoản đầu tư nhất tại Việt Nam vào năm 2021.

### 2.2. Các lĩnh vực đang phát triển

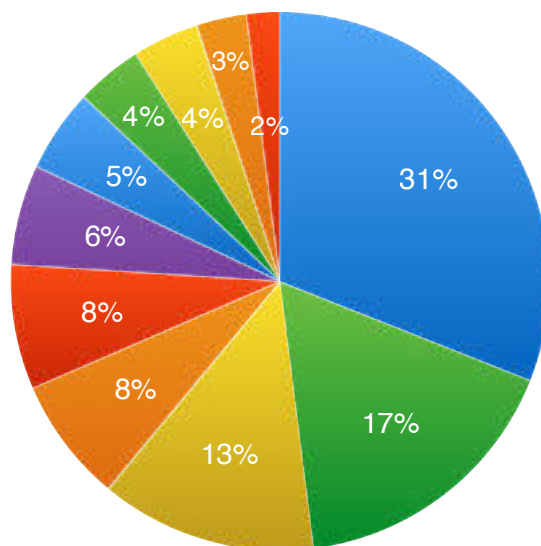
Trong khi các công ty khởi nghiệp về thanh toán của Việt Nam tiếp tục phát triển và thu hút được sự quan tâm của nhà đầu tư, thì cho vay ngang hàng (P2P lending) và tiền điện tử/blockchain là hai mảng có mức tăng trưởng mạnh nhất. Hai dịch vụ này đã chứng kiến số lượng công ty khởi nghiệp tăng từ dưới 5 công ty vào năm 2017 lên hơn 15 công ty khởi nghiệp vào năm 2020 và tiếp tục tăng đáng kể vào năm 2021.

Việt Nam chào đón nhiều doanh nghiệp khởi nghiệp hơn trong các lĩnh vực insurtech (công nghệ bảo hiểm), ngân hàng kỹ thuật số và tài trợ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ba mảng này chưa từng xuất hiện trước năm 2017.

Ngoài ra, các doanh nghiệp khởi nghiệp trong lĩnh vực huy động vốn từ cộng đồng (Crowdfunding), chấm điểm tín dụng (Credit scoring) và Mua trước, Trả sau (Buy now, Pay later) là những lĩnh vực mới xuất hiện trong năm 2021.

**Hình 5.** Toàn cảnh Fintech Việt Nam năm 2021

- Thanh toán
- Tiền điện tử/blockchain
- Tài chính cá nhân
- Điểm tín dụng/phân tích
- Công nghệ bảo hiểm
- Tài trợ cho DNNVV
- Cho vay ngang hàng
- POS
- So sánh
- Huy động vốn từ cộng đồng
- Ngân hàng số



Các phân khúc nổi bật của thị trường Fintech năm 2021 bao gồm:

#### **Thanh toán di động và kỹ thuật số**

Thanh toán di động và kỹ thuật số là hoạt động Fintech tập trung nhiều nhất tại Việt Nam, chiếm 31% tổng số công ty khởi nghiệp Fintech tại Việt Nam. Không thể phủ nhận rằng thanh toán không dùng tiền mặt đang bùng nổ tại Việt Nam và vẫn còn nhiều khả năng phát triển hơn nữa trong tương lai. Báo cáo mới nhất của PwC cho rằng thanh toán không dùng tiền mặt đang ngày càng trở nên phổ biến và lĩnh vực này đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy tài chính toàn diện của đất nước. Đến năm 2030, khu vực Châu Á - Thái Bình Dương được dự báo sẽ dẫn đầu về tốc độ tăng trưởng về số lượng giao dịch không dùng tiền mặt trên đầu người, trong đó có Việt Nam. Việt Nam có nhiều tiềm năng nhờ các cam kết của Chính phủ hướng tới mục tiêu 80% dân số có tài khoản thanh toán điện tử.

Số liệu mới nhất của Ngân hàng Nhà nước cho thấy, năm 2021 có hơn 200 triệu giao dịch được thực hiện qua ví điện tử, với giá trị khoảng 77,7 nghìn tỷ đồng. Sự tiện lợi của ví điện tử trong thanh toán là lý do để nhiều ngân hàng “nhảy” vào mảng dịch vụ này.

Các công ty đáng chú ý trong phân khúc này bao gồm VNPAY (Ví điện tử của Công ty Cổ phần Giải pháp thanh toán Việt Nam) và Momo (Ví điện tử của Công ty Cổ phần Dịch vụ di động).

- Một trong những công ty khởi nghiệp Fintech hàng đầu của Việt Nam là M-Service của MoMo. MoMo hoạt động như một ví điện tử và một ứng dụng thanh toán, cho phép người dùng thực hiện chuyển khoản ngang hàng, thanh toán hóa đơn, nạp tiền điện thoại di động, cùng các tính năng khác. Vào ngày 21 tháng 12 năm 2021, MoMo thông báo đã hoàn thành vòng gọi vốn thứ 5 (Series E). Công ty đã nhận được khoảng 200 triệu USD đầu tư từ các nhà đầu tư toàn cầu bao gồm Mizuho, Ward

Ferry, Goodwater Capital và Kora Management. Công ty sẽ sử dụng nguồn vốn mới để củng cố vị thế là một siêu ứng dụng dẫn đầu thị trường bằng cách tăng cường cung cấp dịch vụ tài chính cho 31 triệu khách hàng hiện tại, mở rộng thị trường thông qua việc cung cấp các giải pháp tài chính cho hàng triệu doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp siêu nhỏ tại Việt Nam và tiếp tục xúc tiến đầu tư vào các công ty Việt Nam để mở rộng hệ sinh thái.



- VNPAY do Công ty Cổ phần Giải pháp thanh toán Việt Nam (VNPAY) phát triển, là giải pháp thanh toán cho phép khách hàng sử dụng tính năng QR Pay được tích hợp trên ứng dụng ngân hàng di động để thanh toán giao dịch. VNPAY vận hành ứng dụng di động của 22 ngân hàng trong nước, bao gồm các ngân hàng hàng đầu như Agribank, Vietcombank, VietinBank và BIDV. Ứng dụng ngân hàng cho phép hơn 15 triệu người dùng, thanh toán hóa đơn, nạp tiền điện thoại di động, đặt vé xe buýt và thậm chí mua sắm hàng tạp hóa. Công ty cũng vận hành VNPAY-QR, một mạng lưới thanh toán không dùng tiền mặt có thể tương tác phục vụ 22 triệu người dùng và hơn 150.000 người bán. VNLife, công ty sở hữu dịch vụ thanh toán VNPAY, vừa thông báo đã huy động được hơn 250 triệu USD trong vòng gọi vốn Series B, do các nhà đầu tư Hoa Kỳ bao gồm General Atlantic và Dragoneer Investment Group dẫn đầu. Ngoài ra, còn có sự tham gia của PayPal Ventures và EDBI, cùng với các nhà đầu tư hiện tại GIC và Quỹ Financial Inclusion.

Sự trỗi dậy của Neobank (ngân hàng số trực tuyến) sẽ là tâm điểm chú ý trong những năm tới. Ngân hàng kỹ thuật số Neobank đang cung cấp một công cụ đa nhiệm mà các ngân hàng trung ương không thể làm được. Từ những việc đơn giản như thanh toán, chuyển tiền trong nước hay những việc khó như chuyển tiền ra nước ngoài, nhận tiền từ nước ngoài đều cực kỳ đơn giản. Neobank khác với các ngân hàng truyền thống về mô hình kinh doanh, công nghệ vận hành. Neobank dựa vào trí tuệ nhân tạo (AI), công nghệ blockchain hoặc bigdata để vận hành toàn bộ hệ thống. Không có chi nhánh, không có đại lý, không có giao dịch viên và chỉ được tích hợp trên nền tảng ứng dụng di động thông minh. Có thể thấy, Neobank sẽ là xu hướng sắp tới trong lĩnh vực Fintech và sẽ thu hút nhiều vốn đầu tư hơn nữa. Một trong những công ty đáng chú ý trong lĩnh vực này là FinFan - Neobank với các giải pháp tối ưu từ “Nền tảng chuyển tiền xuyên biên giới” đến các dịch vụ thanh toán hóa đơn, đầu tư và cho vay ...

### **“Mua trước, trả sau”**

“Mua trước, trả sau” là hình thức thanh toán trong đó người tiêu dùng mua hàng trả dần trong một khoảng thời gian. Nhiều công ty cũng cung cấp các gói không lãi suất, nhưng sẽ tính phí và phí trả chậm cao.

Năm 2021, thị trường này sẽ phát triển tích cực cả về người dùng và dịch vụ mới. Thanh toán trả trước tại Việt Nam dự kiến sẽ tăng 71,5% mỗi năm và đạt 697,1 triệu USD vào năm 2021. Lựa chọn mua trước, trả sau đang ngày càng trở thành phương thức mua sắm phổ biến với người tiêu dùng Việt Nam. Sự tăng trưởng của ngành này chủ yếu được thúc đẩy bởi thế hệ trẻ và đặc biệt là những người mua sắm thuộc Thế hệ Z.

FE Credit và Home Credit - hai công ty dẫn đầu thị phần “Mua trước, trả sau” tại Việt Nam, đều cho biết mỗi bên có khoảng 12 triệu khách hàng mỗi tháng và các công ty khởi nghiệp tích cực tham gia



vào lĩnh vực này dự kiến sẽ bùng nổ trong tương lai gần. Năm 2021 cũng chứng kiến hàng loạt tên tuổi lớn nhỏ, từ Fintech đến các tổ chức tài chính lớn đã tham gia lĩnh vực này, như:

- Tháng 3, công ty khởi nghiệp Fundiin mua trước trả sau đã huy động được khoảng 1,8 triệu USD trong vòng Pre-series A với các nhà đầu tư đến từ Genesis Ventures, JAFCO Asia, Trihill Capital, cùng với các cựu quản lý cấp cao của Affirm (Xffirmers); Ông Phạm Lê Nhật Quang; 1982 Ventures, Zone Startups Ventures và các nhà đầu tư thiên thần khác, để mở rộng dịch vụ của mình tại Việt Nam.

- Tháng 8, MoMo thông báo hợp tác với TPBank ra mắt ví trả sau, người dùng quét ví mà không lo tài khoản còn bao nhiêu tiền, hạn mức lên đến 5 triệu đồng.

- Nikkei cho biết, Ngân hàng Mizuho (Nhật Bản) sẽ rót 170 triệu USD để mua cổ phần của MService, đơn vị sở hữu dịch vụ thanh toán MoMo.

- Giữa tháng 11, Napas hợp tác với 13 ngân hàng và công ty tài chính để quảng bá thẻ tín dụng nội địa. Thẻ tín dụng nội địa dùng để thanh toán trực tiếp trên máy POS, thanh toán trực tuyến.

- Hiện có 6 ngân hàng (VietinBank, Sacombank, ACB, HDBank, Bảo Việt Bank, Bản Việt Bank) và một công ty tài chính (VietCredit) phát hành thẻ tín dụng nội địa. Cùng tháng 11, Mastercard ra mắt giải pháp thẻ thương gia trả sau và trả trước (prepaid postpaid merchant card) cho các doanh nghiệp nhỏ ở khu vực Châu Á - Thái Bình Dương.

- Công ty con của công ty thẻ tín dụng Hàn Quốc Lotte Card, vừa ra mắt dịch vụ trả trước và trả sau (pre-paid post-paid service) cho khách hàng trong nước, dựa trên phần mềm thanh toán kỹ thuật số Way4 của OpenWay. Theo đó, họ cấp một hạn mức tín dụng cho khách hàng để thanh toán hàng hóa và dịch vụ trên nền tảng thương mại điện tử đối tác của Lotte Finance.

Thị trường “Mua trước, trả sau” tại Việt Nam đã

có một năm sôi động nhờ nhiều yếu tố.

- Đầu tiên là xu hướng thân thiện mua trước, trả sau của khách hàng trẻ. MoMo cho biết, thế hệ Y và Z, những người làm chủ thị trường tiêu dùng hiện nay, không thụ động chờ lương về để hạch toán chi phí trong kỳ. Nhu cầu mua sắm, thanh toán hóa đơn... luôn thôi thúc họ có những giải pháp tài chính sáng tạo hơn và đó chính là cơ hội của phương thức “Mua trước, trả sau”.

- Mặt khác, sản phẩm liên quan đến lĩnh vực “Mua trước, trả sau” không chỉ giải quyết nhu cầu tài chính của người dùng mà còn góp phần thúc đẩy doanh số bán lẻ và dịch vụ, đây cũng là một trong những động lực mạnh mẽ để phục hồi kinh tế. Hiểu được nhu cầu này, 67% người bán hàng kỹ thuật số tại Việt Nam nói rằng họ có khả năng tăng hoặc duy trì hoạt động cho vay kỹ thuật số.

- Động lực chính thứ hai của “Mua trước, trả sau” là sự phát triển của thương mại điện tử. Năm nay, quy mô thị trường này đã tăng trưởng tới 53%, đạt 13 tỷ USD.

Mua sắm trực tuyến tăng mạnh giúp lĩnh vực “Mua trước, trả sau” theo đó cũng phát triển theo. Động lực thị trường còn đến từ việc các doanh nghiệp khởi nghiệp mua trước, trả sau hoạt động ngày càng sôi động. Ngoài Fundiin, thị trường còn có những cái tên khác như Reepay, Atome, LitNow, Movi... Số lượng Fintech trong phân khúc này dự kiến sẽ tăng theo cấp số nhân.

Thị trường “Mua trước, trả sau” được kỳ vọng sẽ phát triển mạnh mẽ. Đại dịch đã làm thay đổi hành vi của người tiêu dùng đối với các phương thức thanh toán, từ đó định hình lại lĩnh vực thanh toán tại Việt Nam. Thị trường “Mua trước, trả sau” dự đoán sẽ tăng trưởng ổn định với tốc độ 38,1% trong giai đoạn 2021-2028. Tổng giá trị hàng hóa mua theo phương thức “Mua trước, trả sau” ở Việt Nam sẽ tăng từ 207 triệu USD năm 2020 lên 4,73 tỷ USD năm 2028./.

**Nguyễn Lê Hằng** (Vietnam industry report 2021)

## CÁC CHỦ ĐỀ NÓNG NĂM 2022 CỦA HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP ẤN ĐỘ

Năm 2021, hệ sinh thái khởi nghiệp của Ấn Độ đã chứng tỏ sự lớn mạnh. Với số lượng lớn các Kỳ Lân, các công ty khởi nghiệp từ các ngành khác nhau như công nghệ, chăm sóc sức khỏe, thực phẩm, fintech hoặc những lĩnh vực khác. Năm 2022 được dự đoán là sẽ ngày càng thú vị và đáng kinh ngạc hơn. Trong bài viết này, các doanh nhân thuộc nhiều lĩnh vực đã chia sẻ quan điểm của họ về những ngành mà họ cảm thấy sẽ trở thành chủ đề nóng trong hệ sinh thái khởi nghiệp năm nay.

**Rohit Sahni | CEO & Founder, WK Life**



Nhìn vào kịch bản hiện tại về một làn sóng thứ ba có thể xảy ra của COVID-19, tôi nghĩ chủ đề nóng nhất của năm 2022 sẽ là làm thế nào để tồn tại trong một đợt suy thoái khác. Nó cũng có thể là sự thay đổi về hành vi của người tiêu dùng do bị phong tỏa, như chúng ta đã thấy sự thay đổi về hành vi của người tiêu dùng sau đợt phong tỏa trước đó. Khác với sự nổi bật về kỹ thuật số này sẽ là một trong những chủ đề nóng, do kịch bản của COVID-19.

**Abhinav Mital | Founder, The WorldGrad**

Năm 2022 có thể sẽ chứng kiến sự tiếp nối của xu hướng từ năm trước và áp dụng công nghệ ồ ạt vào tất cả các khía cạnh trong cuộc sống của chúng ta. Các công ty khởi nghiệp sẽ tiếp tục cạnh tranh với nhau để cung cấp dịch vụ tốt hơn và vượt lên trên nhau cho dù đó là giao hàng tạp hóa hay dịch vụ tài chính. Với nhiều dòng vốn đang chảy tự do trên thị trường, khách hàng sẽ tiếp tục được lựa chọn. Dự kiến sẽ chứng kiến các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ cao xuất hiện, sử dụng AR hoặc VR

để nâng cao chất lượng và giới thiệu xu hướng mới cho khách hàng.

Một số lĩnh vực đáng chú ý như fintech, ed-tech, health tech và cleantech ở cả dạng trực tiếp với khách hàng và doanh nghiệp với doanh nghiệp.

**Ankur Singh | CEO & Founder, Witzeal Technologies Pvt. Ltd**



Ấn Độ đang trở thành hệ sinh thái khởi nghiệp phát triển nhanh nhất thế giới. Khi chúng ta bước sang năm mới, những đổi mới công nghệ trong bất kỳ hay mọi ngành nào cũng sẽ tiếp tục thúc đẩy hệ sinh thái khởi nghiệp. Quan hệ đối tác giữa các công ty khởi nghiệp và các tổ chức quốc tế lớn là điều cần thiết đối với sự phát triển của tiến bộ khoa học-công nghệ, cũng như sự phát triển lâu dài của các loại hình doanh nghiệp.

Tôi tin rằng tương lai của việc chơi game trực tuyến ở Ấn Độ nằm ở việc đổi mới sáng tạo, mang đến trải nghiệm cá nhân cho người chơi. Hơn nữa, chúng ta thấy trước bối cảnh việc làm và tuyển dụng đang gia tăng mạnh mẽ cùng với việc người chơi lựa chọn nghề nghiệp của họ.

## Apu Pavithran | CEO & Founder, Mitsogo



Trước hết, hầu hết các công ty khởi nghiệp sẽ tìm cách tăng cơ hội hợp tác khả thi với các tổ chức khác. Ấn Độ là một trong những điểm nóng phát triển nhanh nhất các công ty khởi nghiệp Kỳ Lân, vì vậy chắc chắn sẽ có một tập thể các công ty khởi nghiệp Kỳ Lân lớn mạnh hơn với cơ hội đầu tư tốt hơn. Thế giới hậu đại dịch mở ra rất nhiều cơ hội cho cộng đồng khởi nghiệp. Hầu hết họ đang xem xét các cơ hội làm việc từ xa/làm việc kết hợp hiệu quả để giúp cải thiện sức khỏe của nhân viên. Công việc từ xa/kết hợp có lợi cho các công ty khởi nghiệp vì nó tiết kiệm chi phí và phần lớn giúp nhân viên về phương diện đi lại, cân bằng giữa công việc và cuộc sống và cải thiện năng suất. Nhiều công ty khởi nghiệp xem xét việc thực hiện các phương pháp hiệu quả chi phí để tối ưu hóa nơi làm việc. Các công nghệ mới nổi như 5G, AI, ML, điện toán biên, metaverse, chắc chắn sẽ tạo ra nhiều cơ hội hơn.

## Himanshu Arya | CEO & Founder, Grapes

Vài năm trở lại đây có điều đặc biệt đối với hệ sinh thái khởi nghiệp. Có rất nhiều nhân tài trên thị trường Ấn Độ và lĩnh vực khởi nghiệp cũng sẽ tiếp tục phát triển mạnh vào năm 2022. Trong thế giới đang thay đổi nhanh chóng này, đổi mới sáng tạo là chìa khóa sống còn cho các công ty khởi nghiệp.

Theo niềm tin của tôi, sự phát triển liên tục xung quanh tiền điện tử, fintech, thương mại điện tử, Metaverse và Pharma sẽ nằm trong tâm trí của

người tiêu dùng. Chúng ta có thể thấy rất nhiều sự phát triển trong các lĩnh vực này trong tương lai gần.

## Nishant Behl | CEO & Founder, Expand My Business

Đó là một chặng đường phi thường đối với các công ty khởi nghiệp Ấn Độ, đặc biệt là các công ty công nghệ mới nổi, những người đang chứng kiến một kỷ nguyên mới với nhiều khả năng mở ra. Đến cuối năm 2021, Ấn Độ đã trở thành ngôi nhà chung của khoảng 81 công ty Kỳ Lân trên thế giới, trong đó, 44 công ty nổi lên chỉ trong một năm. Bối cảnh khởi nghiệp dường như mở ra nhiều khả năng lớn hơn và tốt hơn vào năm 2022. Các từ khóa như tiền điện tử và blockchain đã và đang gây được tiếng vang lớn với công chúng. Một kịch bản thú vị sẽ là các giao dịch tiền điện tử bắt đầu khởi động ở nước này.



Một điều thú vị khác cần chú ý là một số đợt IPOs sẽ diễn ra suốt năm. Mặc dù cần phải hiểu làm thế nào để Metaverse có thể liên quan đến các công ty khởi nghiệp, nhưng thực tế ảo này được thiết lập để thay đổi cách thức hoạt động của rất nhiều MSME và lĩnh vực kinh doanh hoạt động kể từ đây.

Trong số này, có một mối quan tâm khác là việc tạo ra các hệ thống hoạt động bền vững và linh hoạt hơn trong các công ty. Tất cả những điều này tạo ra một năng lượng tích cực cho hệ sinh thái các công ty khởi nghiệp và hệ sinh thái được định sẵn để trở thành những nhà lãnh đạo tiếp theo của thế giới đang thay đổi.



## Vatsal Agarwal | Founder, The Baklava Box



Đại dịch không chỉ là một vấn đề nhức nhối đối với các công ty khởi nghiệp hiện tại mà còn đối với các công ty mới thành lập sắp tới. WHO đã dự đoán rằng năm 2022 sẽ là năm tàn của đại dịch và đây sẽ là thời điểm tuyệt vời để các công ty khởi nghiệp nổi lên. Những đổi mới cấp tiến trong khởi nghiệp cần được khuyến khích và chính phủ đã và đang thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp.

Ngay cả trong lĩnh vực kinh doanh của chúng tôi, các thương hiệu đang thay đổi cách nhìn của họ đối với việc giao hàng. Kể từ khi COVID, trọng tâm là mô hình dựa trên giao hàng hơn là ngồi và ăn hoặc mang đi theo cách truyền thống. Điều đó cũng sẽ tiếp tục vào năm 2022.

## Varun Vashisthaa | Founder, HairVeda

Tôi cảm thấy rằng các startup Ấn Độ sẽ cố gắng tạo ra dấu ấn của riêng mình trên thị trường toàn cầu. Các công ty khởi nghiệp chắc chắn sẽ mở rộng ra đối tượng khách hàng quốc tế sau khi họ đã chiếm được thị trường Ấn Độ. Các thương hiệu giống như chúng tôi có thể được hưởng lợi rất nhiều từ thị trường quốc tế vì có nhu cầu và chấp nhận đối với các sản phẩm ở các quốc gia như Hoa Kỳ, Mexico, v.v.. Tất cả chúng ta sẽ thấy những khoản đầu tư khổng lồ của cộng đồng nhà đầu tư vào các công ty khởi nghiệp có chủ đích.

Tài chính bền vững là xu hướng sẽ thống trị hệ sinh thái đầu tư trong thời gian dài. Crypto và blockchains của các công ty khởi nghiệp sẽ được nhìn thấy từ năm nay trở đi và nó sẽ tác động sâu

sắc đến hệ sinh thái khởi nghiệp.

## Shriyans Bhandari | CEO & Co-Founder, Greensole

Năm 2022 là năm của các công ty khởi nghiệp. Trong khi đại dịch không ngừng gây ra nhiều tác động, mối lo sợ đã phần nào giảm bớt. Tôi nghĩ chúng ta sẽ quen với đại dịch. Đó là một thách thức trước đó nhưng nó sẽ không còn nữa. Các công ty khởi nghiệp sẽ có nhiều không gian để phát triển hơn. Rất nhiều công ty khởi nghiệp sẽ thất bại trong thời gian này, nhưng những công ty khởi nghiệp có thể xoay sở để vượt qua sẽ phát triển mạnh mẽ. Các công ty khởi nghiệp mới đang khám phá những góc ngách mới cũng sẽ xuất hiện.

## Kunal Patil | CEO & Co-Founder, WorkIndia



Các dịch vụ được cung cấp bởi các công ty thuần túy về công nghệ đóng một vai trò quan trọng trong thời kỳ COVID-19. Chúng tôi kỳ vọng năm 2022 sẽ là một năm tuyệt vời nữa đối với hệ sinh thái khởi nghiệp Ấn Độ, đồng thời, mong đợi có thêm nhiều công ty phục vụ cho các doanh nghiệp nhỏ và các hộ gia đình có thu nhập trung bình.

Khởi nghiệp, hợp tác và đổi mới sáng tạo sẽ là những chủ đề nóng trong năm mới này vì đây là ba trụ cột quan trọng khiến toàn bộ hệ sinh thái khởi nghiệp Ấn Độ trở thành một không gian năng động và sôi động như ngày nay. Những bài học mà tất cả các doanh nghiệp học được trong hai năm qua sẽ là một yếu tố quan trọng khi các công ty khởi nghiệp định hướng thông qua những điều bình thường mới.

Tuy nhiên, chúng tôi tin rằng năm 2022 sẽ hứa hẹn là một năm thú vị cho tất cả các công ty khởi nghiệp.

### **Akshay Puljal | CEO, Quikish**

Điều đầu tiên và quan trọng nhất mà mọi công ty khởi nghiệp cần chuẩn bị là sự tiếp diễn của đại dịch. Chúng ta cần cân nhắc điều này trong mọi việc chúng ta làm. Trong ngành F&B, bạn thấy nhu cầu về thực phẩm sạch tăng lên hàng ngày và nhiều người đang hướng đến việc tự nấu nướng hơn là đặt hàng từ bên ngoài. Chúng tôi rất vui vì Quikish đã có nó. Chúng tôi tin rằng thực phẩm sạch và sự thuận tiện khi nấu các bữa ăn tại nhà là khía cạnh mà Quikish mang lại mà không ảnh hưởng đến chất lượng và hương vị.

### **Shilpa Rathi | Founder, I Am Love**



Khởi nghiệp giúp giải quyết mọi vấn đề hàng ngày của chúng ta. Các công ty khởi nghiệp thường thành công khi họ có thể giải quyết các vấn đề tồn tại trong một thời gian dài nhưng mọi người đã học cách coi thường chúng. Bạn đã sống với những vấn đề này và một ngày bạn đứng dậy và quyết định không chung sống với chúng nữa. Những vấn đề này cần có giải pháp để làm cho cuộc sống của chúng ta dễ dàng hơn. Tôi nghĩ rằng đó phải luôn là một chủ đề nóng trong bất kỳ hệ sinh thái khởi nghiệp nào.

Ngoài ra, cố gắng có được nguồn tài chính phù hợp luôn là một vấn đề nóng. Việc ra mắt và có một lượng khách hàng lớn cũng là yếu tố quan trọng. Thiết lập thương hiệu của bạn và có thể theo dõi mức độ tương tác và theo dõi thương hiệu cũng là chủ đề nóng.

### **Farooq Adam | Co-Founder, Fynd**

Những bài học kinh nghiệm trong thế giới hậu đại dịch sẽ rất quan trọng để phát triển công ty khởi nghiệp của bạn vào năm 2022.

#### *Các sản phẩm SaaS sẽ tiếp tục phát triển*

SaaS sẽ giữ vững ngôi vương của mình và thị trường sẽ mở rộng vòng tay chào đón nhiều giải pháp đám mây hơn. Sự bùng nổ phần mềm đám mây sẽ tiếp tục tăng vào năm 2022. Ngày càng có nhiều công ty sử dụng phần mềm đám mây để quản lý dữ liệu, năng suất và hơn thế nữa.

#### *Sự chấp nhận Deep-Tech*

Trong 2 năm qua, chúng tôi đã quan sát thấy sự xuất hiện của công nghệ sâu. Sẽ có sự tập trung cao độ vào việc triển khai các công nghệ ảo ở cấp cơ sở.

Các công ty khởi nghiệp Ấn Độ đã huy động được 36 tỷ USD vào năm 2021 để đối phó với nhu cầu số hóa ngày càng tăng. Khi đại dịch kéo dài, các nỗ lực công nghệ sẽ bắt đầu được chấp nhận rộng rãi hơn. Năm 2022 sẽ chứng kiến nhiều đổi mới hơn và tăng cường áp dụng công nghệ khi thực tế mở rộng làm cho sự hiện diện của nó trở nên rõ ràng.

#### **Lực lượng lao động kết hợp**

Thực tế là đại dịch đã xảy ra hơn 2 năm nay, việc đi làm toàn thời gian dường như ngày càng ít đi. Các tổ chức phải cởi mở với ý tưởng về công việc kết hợp, trong đó nhân viên đến văn phòng vài ngày trong tuần/ tháng/ quý và tiếp tục làm việc tại nhà hàng ngày. Mọi người cũng bắt đầu mong đợi sự linh hoạt này từ các nhà tuyển dụng và điều quan trọng là phải lắng nghe tổ chức hơn là áp đặt các quy định.

#### **Kết luận**

Đây là thời đại của các startup, họ đang hiện diện trên mọi lĩnh vực và đây mới chỉ là bước khởi đầu. Từ các ngành công nghiệp mới đến các lựa chọn khả thi hơn liên quan đến doanh nghiệp. Hệ sinh thái khởi nghiệp sẽ trải nghiệm nhiều hơn và còn lớn hơn và tốt hơn vào năm 2022./.

**Minh Phụng**

(Theo [startuptalky.com](http://startuptalky.com) - 2022)



## CÁCH THỨC HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC VÒNG GỌI VỐN SERIES A, B, C

Một công ty khởi nghiệp với một ý tưởng kinh doanh tuyệt vời đang hướng tới mục tiêu đưa các hoạt động của mình đi vào vận hành trôi chảy. Từ những khởi đầu khiêm tốn, công ty đã chứng minh được giá trị mô hình và sản phẩm của mình, phát triển vững vàng nhờ vào lòng hảo tâm của bạn bè, gia đình và nguồn tài chính của chính những người sáng lập.

Theo thời gian, cơ sở khách hàng của startup đó bắt đầu phát triển và doanh nghiệp bắt đầu mở rộng hoạt động và mục tiêu của mình. Chẳng bao lâu, công ty đã vượt các đối thủ để được đánh giá cao, vươn tới cơ hội mở rộng trong tương lai bao gồm văn phòng mới, tăng nhân viên và thậm chí là phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO).

Thông thường, những giai đoạn đầu của hoạt động kinh doanh được nêu chi tiết ở trên sẽ diễn ra tuần tự như vậy. Trong khi có rất ít các công ty may mắn phát triển theo mô hình được mô tả ở trên (với ít hoặc không có sự trợ giúp từ "bên ngoài"), thì phần lớn các công ty khởi nghiệp thành công đều cố gắng thực hiện nhiều nỗ lực để huy động vốn thông qua các vòng gọi vốn bên ngoài. Các vòng tài trợ này mang lại cho các nhà đầu tư bên ngoài cơ hội đầu tư tiền mặt vào một công ty đang phát triển để đổi lấy vốn chủ sở hữu hoặc quyền sở hữu một phần công ty đó. Khi thảo luận về các vòng tài trợ Series A, Series B và Series C, các thuật ngữ này đề cập đến quá trình phát triển doanh nghiệp thông qua đầu tư bên ngoài.



Có các loại vòng gọi vốn khác nhau dành cho các công ty khởi nghiệp, tùy thuộc vào ngành và mức độ quan tâm của các nhà đầu tư tiềm năng. Không có gì lạ khi các công ty khởi nghiệp tham gia vào những vòng tài trợ "hạt giống" hoặc tài trợ của nhà đầu tư thiên thần ngay từ đầu. Tiếp theo, các vòng tài trợ này có thể được nối tiếp bởi các vòng tài trợ Series A, B và C, cũng như các nỗ lực bổ sung để tìm kiếm vốn khác. Vòng A, B và C là những thành phần cần thiết cho một doanh nghiệp quyết định tự thân vận động, hay chỉ sống sót nhờ lòng hảo tâm của bạn bè, gia đình và túi tiền của họ.

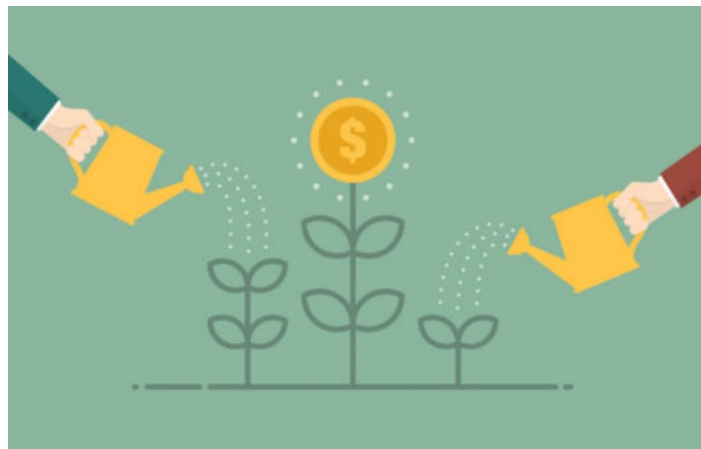
Dưới đây, chúng ta sẽ xem xét kỹ hơn các vòng tài trợ này là gì, cách chúng hoạt động và điều gì làm chúng trở nên khác biệt với nhau. Con đường cho mỗi công ty khởi nghiệp có phần khác nhau, cũng như dòng thời gian để huy động vốn. Nhiều doanh nghiệp dành hàng tháng hoặc thậm chí hàng năm để tìm kiếm nguồn vốn, trong khi những doanh nghiệp khác (đặc biệt là những doanh nghiệp có ý tưởng được coi là thực sự mang tính cách mạng hoặc những doanh nghiệp gắn liền với những cá nhân có thành công đã được chứng minh) có thể bỏ qua một số vòng tài trợ và chuyển qua quá trình vốn xây dựng nhanh chóng hơn.

Một khi phân biệt được các vòng này, sẽ giúp phân tích dễ dàng hơn các tiêu đề liên quan đến thế giới khởi nghiệp và đầu tư bằng cách nắm được chính xác của một vòng gọi vốn có ý nghĩa như thế nào đối với triển vọng và hướng đi của một công ty. Các vòng gọi vốn Series A, B và C chỉ đơn thuần là những bước đệm trong quá trình biến một ý tưởng tuyệt vời thành một công ty toàn cầu mang tính cách mạng, đã chín muồi để IPO.

### **Cách thức hoạt động của gọi vốn**

Trước khi khám phá cách thức hoạt động của một vòng tài trợ, cần phải xác định những người tham gia khác nhau. Đầu tiên, những cá nhân hy vọng giành được tài trợ cho công ty của họ. Khi

doanh nghiệp ngày càng trưởng thành, nó có xu hướng thăng tiến qua các vòng tài trợ. Thông thường một công ty bắt đầu với vòng hạt giống và tiếp tục với vòng tài trợ A, B và sau đó là C.



Bên đầu kia là những nhà đầu tư tiềm năng. Trong khi các nhà đầu tư mong muốn các doanh nghiệp thành công vì họ ủng hộ tinh thần kinh doanh và tin tưởng vào mục tiêu và căn nguyên của các doanh nghiệp đó, thì họ cũng hy vọng thu được điều gì đó từ khoản đầu tư của mình. Vì lý do này, gần như tất cả các khoản đầu tư được thực hiện trong một giai đoạn huy động vốn được sắp xếp sao cho nhà đầu tư hoặc công ty đầu tư giữ lại một phần quyền sở hữu của công ty. Nếu công ty phát triển và thu được lợi nhuận, nhà đầu tư sẽ được thưởng tương xứng với khoản đầu tư đã bỏ ra.

Trước khi bắt kỳ vòng gọi vốn nào bắt đầu, các nhà phân tích thực hiện việc định giá công ty. Việc định giá được xuất phát từ nhiều yếu tố khác nhau, bao gồm quản lý, hồ sơ theo dõi đã được chứng minh, quy mô thị trường và rủi ro.

Một trong những điểm khác biệt chính giữa các vòng tài trợ là liên quan đến việc định giá doanh nghiệp, cũng như mức độ trưởng thành và triển vọng tăng trưởng của nó. Đổi lại, những yếu tố này tác động đến các loại hình nhà đầu tư có khả năng tham gia và lý do tại sao công ty có thể tìm kiếm nguồn vốn mới.



### Tài trợ tiền hạt giống (Pre-Seed)

Giai đoạn sớm nhất của việc cấp vốn cho một công ty mới trong quá trình này sớm đến mức nó thường không được bao gồm trong các vòng cấp vốn. Được gọi là tài trợ "tiền hạt giống", giai đoạn này thường đề cập đến thời gian mà những người sáng lập công ty lần đầu tiên bắt đầu hoạt động của họ. Những nhà tài trợ "tiền hạt giống" phổ biến nhất là bản thân những người sáng lập, cũng như bạn bè thân thiết, những người ủng hộ và gia đình. Tùy thuộc vào tính chất của công ty và chi phí ban đầu được thiết lập để phát triển ý tưởng kinh doanh, giai đoạn cấp vốn này có thể diễn ra rất nhanh hoặc có thể mất nhiều thời gian. Cũng có khả năng các nhà đầu tư ở giai đoạn này không đầu tư để đổi lấy vốn cổ phần trong công ty. Trong hầu hết các trường hợp, các nhà đầu tư trong tình huống tài trợ tiền hạt giống là những người sáng lập công ty.

### Tài trợ hạt giống

Tài trợ hạt giống là giai đoạn huy động vốn cổ phần chính thức đầu tiên. Nó thường đại diện cho khoản tiền chính thức đầu tiên mà một hoạt động kinh doanh hoặc doanh nghiệp huy động được. Một

số công ty không bao giờ mở rộng tài trợ hạt giống sang các vòng Series A hoặc xa hơn.

Bạn có thể coi tài trợ "hạt giống" giống với một phần của công việc việc trồng cây. Sự hỗ trợ tài chính sớm này chính là "hạt giống" lý tưởng giúp phát triển doanh nghiệp. Với đủ doanh thu và chiến lược kinh doanh thành công, cũng như sự kiên trì và cống hiến của các nhà đầu tư, hy vọng cuối cùng công ty sẽ phát triển được thành một "cái cây". Tài trợ hạt giống giúp một công ty có nguồn tài chính cho những bước đầu tiên của mình, bao gồm những bước như nghiên cứu thị trường và phát triển sản phẩm. Với tài trợ của hạt giống, một công ty sẽ được hỗ trợ trong việc xác định sản phẩm cuối cùng của họ sẽ là gì và nhân khẩu học mục tiêu của họ là ai. Tài trợ hạt giống được sử dụng để thuê một nhóm sáng lập hoàn thành các nhiệm vụ này.

Có rất nhiều nhà đầu tư tiềm năng trong giai đoạn tài trợ hạt giống: người sáng lập, bạn bè, gia đình, vườn ươm, công ty đầu tư mạo hiểm và hơn thế nữa. Một trong những kiểu nhà đầu tư phổ biến nhất khi tham gia tài trợ hạt giống là "nhà đầu tư thiên thần". Các nhà đầu tư thiên thần có xu hướng

đánh giá cao các dự án mạo hiểm hơn (chẳng hạn như các công ty khởi nghiệp có ít thành tích đã được chứng minh cho đến nay) và mong đợi cổ phần trong công ty để đổi lấy khoản đầu tư của họ.

Mặc dù các vòng tài trợ hạt giống khác nhau rất nhiều về số vốn chúng tạo ra cho một công ty mới, không có gì lạ khi các vòng này tạo ra các khoản tài trợ từ 10.000 đến 2 triệu USD cho một công ty khởi nghiệp. Đối với một số công ty khởi nghiệp, một vòng tài trợ hạt giống là đủ để những người sáng lập cảm thấy cần để đưa công ty của họ đến lên thành công; những công ty này có thể không bao giờ tham gia vào vòng gọi vốn Series A. Hầu hết các công ty huy động vốn tài trợ hạt giống được định giá trong khoảng từ 3 đến 6 triệu USD.

### Vòng tài trợ Series A



Khi một doanh nghiệp đã phát triển hồ sơ theo dõi (cơ sở người dùng được thiết lập, số liệu doanh thu nhất quán hoặc một số chỉ báo hiệu suất chính khác), công ty đó có thể chọn tài trợ Series A để tối ưu hóa hơn nữa cơ sở người dùng và dịch vụ sản phẩm của mình. Có thể có cơ hội để mở rộng quy mô sản phẩm trên các thị trường khác nhau.

Trong vòng này, điều quan trọng là phải có kế hoạch phát triển một mô hình kinh doanh tạo ra lợi nhuận lâu dài. Thông thường, các công ty khởi nghiệp hạt giống có những ý tưởng tuyệt vời tạo ra một lượng đáng kể người dùng nhiệt tình, nhưng công ty không biết cách biến kinh doanh thành lợi

nhuận như thế nào. Thông thường, các vòng Series A huy động được khoảng 2 đến 15 triệu USD, tuy nhiên, con số này đã tăng lên trung bình do định giá của ngành công nghệ cao, hay còn gọi là các Kỳ Lân. Vốn Series A trung bình tính đến năm 2020 là 15,6 triệu USD.

Trong tài trợ Series A, các nhà đầu tư không chỉ tìm kiếm những ý tưởng tuyệt vời. Thay vào đó, họ tìm kiếm những công ty có ý tưởng tuyệt vời cũng như chiến lược mạnh mẽ để biến ý tưởng đó thành một công việc kinh doanh thành công, hái ra tiền. Vì lý do này, các công ty trải qua các vòng tài trợ Series A thường được định giá lên tới 23 triệu USD.

Các nhà đầu tư tham gia vào vòng Series A đến từ các công ty đầu tư mạo hiểm truyền thống hơn. Các công ty đầu tư mạo hiểm nổi tiếng tham gia tài trợ Series A bao gồm Sequoia Capital, Benchmark Capital, Greylock và Accel Partners.

Ở giai đoạn này, các nhà đầu tư cũng thường tham gia vào một quy trình mang tính chính trị hơn. Việc một số công ty đầu tư mạo hiểm dẫn đầu nhóm là điều bình thường. Trên thực tế, một nhà đầu tư duy nhất có thể đóng vai trò như một "mỏ neo". Khi một công ty đã có được nhà đầu tư đầu tiên, thì việc thu hút thêm các nhà đầu tư cũng dễ dàng hơn. Các nhà đầu tư thiên thần cũng đầu tư vào giai đoạn này, nhưng họ có xu hướng ít ảnh hưởng hơn trong vòng tài trợ này so với giai đoạn tài trợ hạt giống.

Các công ty ngày càng có xu hướng sử dụng hình thức huy động vốn từ cộng đồng bằng cổ phần (equity crowdfunding) để tạo vốn với vai trò là một phần của vòng tài trợ Series A. Một phần lý do của việc này là thực tế là nhiều công ty, ngay cả những công ty đã giành được tài trợ vốn hạt giống thành công, cũng có xu hướng không giành được thêm được sự quan tâm của các nhà đầu tư.

Thật vậy, chưa tới một nửa số công ty được nhận tài trợ hạt giống cũng sẽ tiếp tục gọi vốn ở vòng Series A.



# SERIES B FINANCING



## Tài trợ vòng Series B

Các vòng Series B đều nhằm mục đích đưa doanh nghiệp lên một tầm cao mới, vượt qua giai đoạn phát triển. Các nhà đầu tư giúp các công ty khởi nghiệp đạt được điều đó bằng cách mở rộng phạm vi thị trường. Các công ty đã trải qua các vòng tài trợ hạt giống và Series A đã phát triển cơ sở người dùng đáng kể và chứng minh cho các nhà đầu tư thấy rằng họ đã chuẩn bị cho thành công ở quy mô lớn hơn. Nguồn vốn Series B được sử dụng để phát triển công ty để có thể đáp ứng các mức nhu cầu này.

Việc xây dựng một sản phẩm chiến thắng và phát triển đội ngũ đòi hỏi phải có được những nhân tài chất lượng. Tăng cường phát triển kinh doanh, bán hàng, quảng cáo, công nghệ, hỗ trợ và nhân viên làm tiêu tốn một công ty một lượng ngân sách. Số vốn ước tính trung bình được huy động trong một vòng Series B là khoảng 33 triệu USD. Các công ty trải qua vòng tài trợ Series B đã được thành lập tốt và việc định giá của các công ty này có xu hướng phản ánh điều đó; hầu hết các công ty Vòng

B có định giá từ khoảng 30 đến 60 triệu USD, với mức trung bình là 58 triệu USD.

Series B có vẻ giống với Series A về quy trình và những người tham gia chính. Vòng B thường được dẫn dắt bởi nhiều nhân vật giống như vòng trước đó, bao gồm một nhà đầu tư chủ chốt chính giúp thu hút các nhà đầu tư khác. Sự khác biệt của Series B là có thêm một làn sóng mới các công ty đầu tư mạo hiểm khác chuyên đầu tư vào giai đoạn sau.

## Vòng Series C

Các doanh nghiệp lọt vào các vòng gọi vốn Series C đã khá thành công. Những công ty này tìm kiếm thêm nguồn vốn để giúp họ phát triển các sản phẩm mới, mở rộng sang các thị trường mới, hoặc thậm chí mua lại các công ty khác. Trong các vòng Series C, các nhà đầu tư bơm vốn vào phần thu lợi nhuận các doanh nghiệp thành công, với nỗ lực nhận lại hơn nhiều lần số tiền đó. Tài trợ Series C tập trung vào việc mở rộng quy mô công ty, phát triển nhanh nhất và thành công nhất có thể.

Cách khả thi để mở rộng quy mô một công ty có thể là mua lại một công ty khác. Hãy tưởng tượng



một công ty khởi nghiệp giả định tập trung vào việc tạo ra các sản phẩm thay thế cho thịt dành cho người ăn chay. Nếu công ty này đạt tới vòng tài trợ Series C, nó có lẽ đã đạt được thành công chưa từng có khi bán sản phẩm của mình tại Mỹ. Doanh nghiệp đó có thể đã đạt được mục tiêu xuyên đại dương. Nhờ sự tự tin từ việc nghiên cứu thị trường và lập kế hoạch kinh doanh, các nhà đầu tư tin tưởng một cách hợp lý rằng việc kinh doanh này sẽ hoạt động tốt ở Châu Âu.

Có thể startup ăn chay này sẽ có đối thủ đang chiếm thị phần lớn. Đối thủ cạnh tranh cũng có một lợi thế cạnh tranh mà công ty khởi nghiệp có thể hưởng lợi từ đó.

Các nhà đầu tư và người sáng lập đều tin rằng việc sáp nhập sẽ là một mối quan hệ hợp tác đồng tâm. Trong trường hợp này, nguồn vốn Series C có thể được sử dụng để mua một công ty khác.

Khi hoạt động ít rủi ro hơn, nhiều nhà đầu tư tham gia hơn. Trong Vòng Series C, các nhóm như quỹ phòng hộ, ngân hàng đầu tư, công ty cổ phần tư nhân và các nhóm thị trường thứ cấp lớn đi kèm với loại hình nhà đầu tư được đề cập ở trên.

Lý do là công ty đã chứng tỏ mình có một mô hình kinh doanh thành công; những nhà đầu tư mới này hợp tác với kỳ vọng đầu tư một số tiền đáng kể vào các công ty vốn đã phát triển mạnh như một phương tiện giúp đảm bảo vị trí lãnh đạo doanh nghiệp của chính họ.

Thông thường nhất, một công ty sẽ kết thúc huy động vốn cổ phần bên ngoài của mình với Vòng Series C. Tuy nhiên, một số công ty cũng có thể tiếp tục với các vòng gọi vốn Series D và thậm chí là Series E. Tuy nhiên, những công ty đạt được khoản tài trợ lên đến hàng trăm triệu đô la thông qua các vòng Series C thường được chuẩn bị để tiếp tục phát triển trên quy mô toàn cầu. Nhiều công ty trong số này sử dụng nguồn vốn Series C để giúp nâng cao giá trị của họ trước khi IPO. Tại thời điểm này,

các công ty thường được định giá trong khoảng 118 triệu USD, mặc dù một số công ty tới Vòng tài trợ Series C có thể có mức định giá cao hơn nhiều. Các công ty tham gia vào Vòng gọi vốn Series C phải có cơ sở khách hàng vững chắc, nguồn doanh thu và lịch sử tăng trưởng đã được chứng minh.

Các công ty tiếp tục vòng tài trợ Series D có xu hướng làm như vậy bởi vì họ đang tìm kiếm động lực cuối cùng trước khi IPO hoặc, có thể là vì họ chưa đạt được các mục tiêu mà họ đã đề ra trong quá trình gọi vốn vòng Series C.



### Kết luận

Hiểu được sự khác biệt giữa các vòng huy động vốn này sẽ giúp bạn hiểu về khởi nghiệp và đánh giá triển vọng kinh doanh.

Các vòng tài trợ khác nhau hoạt động về cơ bản giống nhau; các nhà đầu tư cung cấp tiền mặt để đổi lại cổ phần trong doanh nghiệp. Giữa các vòng, các nhà đầu tư thường đưa ra các yêu cầu hơi khác nhau đối với công ty khởi nghiệp.

Hồ sơ của mỗi công ty khác nhau trong từng trường hợp điển hình nhưng nhìn chung thường có mức độ rủi ro và trưởng thành khác nhau ở mỗi giai đoạn tài trợ. Tuy nhiên, các nhà đầu tư hạt giống và các nhà đầu tư Series A, B và C đều giúp ý tưởng trở thành hiện thực. Tài trợ theo chuỗi cho phép các nhà đầu tư hỗ trợ các doanh nhân với số vốn thích hợp để thực hiện ước mơ của họ, và cùng để đạt được lợi nhuận khi startup được IPO./.

**Phuong Anh** (Theo Investopedia)