

XU HƯỚNG STARTUP 2022

Dòng vốn đầu tư mạo hiểm vào các startup Việt sẽ tiếp tục tăng trong năm 2022.

Với dân số trí thức trẻ, độ phủ internet mạnh và tỷ lệ sử dụng điện thoại thông minh cao (70% dân số), cùng sự ủng hộ của Chính phủ, Việt Nam đang tiếp tục giữ vững vị thế là điểm đến hấp dẫn với cả nhà đầu tư lẫn công ty công nghệ.

Dòng tiền mạnh

Theo Cục Phát triển thị trường và Doanh nghiệp khoa học công nghệ, trong năm 2021, vốn đầu tư rót vào các startup của Việt Nam đã lên tới hơn 1,35 tỉ USD. Các lĩnh vực thu hút vốn lớn là công nghệ tài chính, game, giáo dục, y tế, thương mại điện tử... và Việt Nam đã có thêm 2 Kỳ lân chính là ví điện tử MoMo và ví điện tử VNPAY. Những thương vụ gọi vốn lớn gây tiếng vang như Tiki gọi vốn thành công 258 triệu USD, VNLife 250 triệu USD, MoMo 300 triệu USD, Sky Mavis 152 triệu USD, EQuest 100 triệu USD...

Bà Quỳnh Võ, Giám đốc Phát triển Zone Startups Việt Nam, chia sẻ: “Dòng vốn đầu tư mạo hiểm vào startup Việt sẽ tiếp tục tăng trong năm 2022, nhưng sẽ có sự phân hóa. Nhà đầu tư đã trở nên thận trọng hơn vì dịch Covid-19. Tuy nhiên, khi các startup chứng minh được khả năng thu hút người dùng lớn như MoMo, Tiki thì tiền đầu tư đổ vào các startup sẽ ngày càng nhiều hơn”. Đáng chú ý, theo bà Quỳnh Võ, trong năm 2022 có thể sẽ có một làn sóng các thể hệ nhà sáng lập cũ từ 4-5 năm trước quay trở lại khởi nghiệp một ông ty mới, khi các nhà sáng lập của startup đã dần hiểu được thị trường và hiểu được đường đi đúng đắn cho một startup. Đây cũng là một làn sóng đã diễn ra tại nhiều nước phát triển, hay trong khu vực Đông Nam Á như Indonesia. Từ lâu nay, các vòng gọi vốn hạt giống thường chỉ nhận được các khoản đầu tư từ 100.000-500.000 USD. Tuy nhiên, các startup của Việt Nam đang dần bắt kịp với những nước phát triển trong khu vực và quốc tế, khi một vòng hạt giống có thể lên tới 1-2 triệu USD như Fundiin đã gọi được 1,8 triệu USD.

Những người này đã tích lũy nhiều kinh nghiệm về triển khai một công ty startup, tập

hợp đội ngũ nhanh, triển khai công nghệ nhanh, biết các bước cần phải làm gì để gọi vốn. Họ cũng quen mặt với các quỹ đầu tư, nên khi công ty mới chứng minh được thành công bước đầu, giới đầu tư cũng dễ dàng tin tưởng và chi ra một số tiền lớn hơn. Hơn nữa, các startup hiện nay đã ít “đốt tiền” để thu hút một lượng lớn người dùng. Các chiến lược nay đã hướng tới nhiều khách hàng tiềm năng và có chọn lọc. Thể hệ nhà sáng lập mới hiện đã tốt hơn rất nhiều so với 4-5 năm về trước. Điều này cũng giải thích cho việc các vòng đầu tư cho startup Việt Nam trong tương lai sẽ ngày càng có nhiều tiền hơn.

IPO hay ICO?

Vị trí của Việt Nam đang có nhiều thay đổi tích cực trên bản đồ blockchain và tiền số của thế giới. Theo dữ liệu về Chỉ số chấp nhận tiền điện tử toàn cầu (GCAI) do Chainalysis thống kê từ 154 quốc gia và vùng lãnh thổ, Việt Nam đứng đầu với điểm tuyệt đối là 1. Các dự án tiền mã hóa do người Việt sáng lập như Axie Infinity, Coin98 hay TomoChain đã tạo được dấu ấn trên thị trường.

Vì vậy, rất nhiều startup đang có xu hướng phát hành coin lần đầu tiên (ICO) thay vì phải lựa chọn IPO để thu hút đầu tư từ cộng đồng, một phương án khó khăn và nhiều thủ tục.

Về vấn đề trên, bà Quỳnh Võ nhận định: “Điều này phụ thuộc rất nhiều vào chiến lược của nhà sáng lập. Tuy nhiên, đa phần các nhà sáng lập đang có xu hướng bị FOMO (Sợ bị bỏ lỡ - Fear Of Missing Out). Do đó, các startup cần phải suy nghĩ rất kỹ trước khi quyết định ICO”. Suy cho cùng, IPO hay ICO không phải là đích đến của một startup. Theo bà Quỳnh Võ, đích đến cuối cùng của một startup chính là con đường công ty sẽ đi như thế nào và sản phẩm của mình có phù hợp với khách hàng hay không. Đơn cử như VNG, Kỳ lân đầu tiên của Việt Nam, vẫn chưa hề tiến hành IPO, nhưng công ty lại tạo ra văn hóa và sản phẩm có chất lượng. “IPO rất tốt nhưng không IPO cũng không sao, thậm chí các startup có sản phẩm tốt, có lãi thì công ty đã có thể tự vận hành”, bà Quỳnh Võ nói ■

Bản tin KNDMST số 6/2022

VCCI KIẾN NGHỊ 10 GIẢI PHÁP THÁO GỖ KHÓ KHĂN CHO DOANH NGHIỆP

Năm 2022 được dự đoán tiếp tục là một năm đầy thách thức đối với cộng đồng doanh nghiệp nên cần có những giải pháp căn cơ, sát thực tiễn nhằm hiện thực hoá mục tiêu đặt ra...

Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) nhận định, cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam vừa trải qua một năm 2021 đầy khó khăn do dịch bệnh Covid-19.

Khảo sát doanh nghiệp do VCCI thực hiện năm 2021 cho thấy có tới 93,9% doanh nghiệp chịu tác động tiêu cực bởi đại dịch. Hầu hết các doanh nghiệp trong tất cả các lĩnh vực ngành nghề và các địa phương đều phải đương đầu với các vấn đề do dịch Covid-19 gây ra, như khó tiếp cận khách hàng, mất cân đối dòng tiền, thiếu hụt nhân công, đứt gãy chuỗi cung ứng....

Mặc dù vậy, nhờ những điều chỉnh chính sách kịp thời của Chính phủ, việc triển khai của chính quyền các địa phương và đặc biệt là sự chủ động của cộng đồng doanh nghiệp, nền kinh tế Việt Nam năm 2021 vẫn có những điểm sáng trong bối cảnh khó khăn.

Năm 2022 được dự đoán tiếp tục là một năm đầy thách thức đối với nền kinh tế Việt Nam. Đại dịch Covid-19 lại xuất hiện biến chủng Omicron đang bùng phát với tốc độ lây lan rất nhanh trên thế giới và đã thâm nhập vào Việt Nam.

Tình hình quốc tế đang có nhiều diễn biến phức tạp, với những biến động khó lường. Kinh tế thế giới dù có dấu hiệu phục hồi, nhưng không vững chắc.

Để góp phần hiện thực hóa mục tiêu và triển khai hiệu quả các nhiệm vụ, giải pháp mà Chính phủ đã đặt ra trong năm 2022, với chỉ tiêu tăng trưởng GDP đặt ra từ 6-6,5% năm, đại diện cộng đồng doanh nghiệp trong nước, bà

Trần Thị Lan Anh, Tổng Thư ký Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đề xuất 10 kiến nghị cụ thể.

Một là, tạo thuận lợi cho việc tiếp cận thông tin chính sách, quy định hỗ trợ doanh nghiệp. Các cơ quan nhà nước cần nâng cao hiệu quả công tác phổ biến các chính sách và quy định để các doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ kinh doanh dễ dàng tiếp cận thông tin.

Hai là, hỗ trợ hiệu quả doanh nghiệp tiếp cận vốn để phục hồi sản xuất kinh doanh. Theo đại diện VCCI, việc cho phép doanh nghiệp, hợp tác xã được giãn nợ, cơ cấu thời hạn trả nợ, miễn giảm phí, không phạt trả chậm tín dụng, giữ nguyên nhóm nợ đối với khách hàng bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19 để có thêm thời gian phục hồi trả nợ và khắc phục nợ xấu là rất cần thiết. Cần nhanh chóng triển khai chương trình hỗ trợ lãi suất tín dụng 2% đối với các khoản vay thương mại trong chương trình hỗ trợ phục hồi theo Nghị quyết 11 của Chính phủ. Các gói vay lãi suất thấp trong thời hạn từ 3-6 tháng để hỗ trợ doanh nghiệp trả lương cho người lao động trong giai đoạn khôi phục kinh tế cần được triển khai mạnh mẽ.

Ba là, đơn giản hóa thủ tục nhập cảnh, đi lại cho lao động, chuyên gia. Đối với chuyên gia nước ngoài, đề nghị bộ, ngành rà soát quy trình đối với thủ tục nhập cảnh của chuyên gia nước ngoài theo hướng: áp dụng giải quyết thủ tục trực tuyến, rút ngắn thời gian giải quyết thủ tục... Chính sách đối với chuyên gia nước ngoài cần thống nhất thực hiện giữa các địa phương trên toàn quốc. Các cơ quan chức năng cần xây dựng các bộ công cụ hướng dẫn về thủ tục nhập cảnh đối với chuyên gia nước ngoài một cách rõ ràng và công bố công khai để doanh nghiệp và chuyên gia nước ngoài có thể

dễ dàng tiếp cận và thực hiện.

Bốn là, nâng cao hiệu quả các chương trình hỗ trợ đào tạo cho người lao động bị thôi việc, mất việc làm do ảnh hưởng của dịch Covid-19. Triển khai các chính sách hỗ trợ đào tạo nghề, chuyển đổi nghề cho người lao động... Việt Nam cần có các chương trình đào tạo kỹ năng cụ thể, cho từng ngành nghề, lĩnh vực công nghiệp kỹ thuật phụ trợ cụ thể thuộc các chuỗi giá trị trọng điểm và nằm trong chiến lược cụ thể thu hút các chuỗi FDI chuyển dịch. Cần nâng cao chất lượng nguồn nhân lực dựa trên các đánh giá khoa học và dự báo được về những thay đổi của thị trường lao động việc làm trong 5-10 năm tới.

Năm là, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin với các thủ tục hành chính, tiến tới giải quyết hoàn toàn thủ tục hành chính trên môi trường mạng. Hiện nay, vẫn còn nhiều tồn tại như một số thủ tục chưa chấp nhận nộp hồ sơ trực tuyến hay sử dụng chữ ký điện tử, chữ ký số trong quá trình đăng ký và phê duyệt hay một số thủ tục nộp hồ sơ đăng ký và xin phê duyệt vẫn đòi hỏi phải nộp bản gốc bằng văn bản... VCCI cho rằng, thực tế dịch bệnh thời gian qua vừa là khó khăn nhưng là cơ hội để đẩy mạnh việc giải quyết thủ tục hành chính trên môi trường mạng. Tiến tới mục tiêu giải quyết hoàn toàn các thủ tục hành chính với doanh nghiệp và người dân trên môi trường mạng.

Sáu là, nâng cao hiệu quả thực thi của bộ máy chính quyền. Cần có giải pháp kiểm tra quá trình triển khai thực hiện, quan tâm nâng cao hiệu quả thực thi của các bộ, ngành và chính quyền các địa phương để củng cố niềm tin cho cộng đồng kinh doanh và người dân. Cần đề cao trách nhiệm cá nhân của người đứng đầu; kịp thời động viên, khen thưởng những người dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm, chủ động đổi mới, sáng tạo, linh hoạt trong thực hiện các biện pháp phòng, chống dịch bệnh, kết hợp tháo gỡ các điểm nghẽn cản trở hoạt động sản xuất, kinh doanh

của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh.

Bảy là, nâng cao khả năng tận dụng ưu đãi thuế quan FTA, khơi thông các chính sách liên quan đến quy tắc xuất xứ. Việt Nam hiện có 15 FTA đang có hiệu lực, trong đó có nhiều thị trường mà Việt Nam hiện có lợi thế do các đối thủ cạnh tranh chính của Việt Nam chưa có FTA (ví dụ EU, Liên minh kinh tế Á-Âu, Chile, Canada... chưa có FTA với phần lớn các đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trong ASEAN, Trung Quốc). Vì vậy, VCCI đề nghị cần có chương trình hành động cụ thể nhằm nâng cao khả năng tận dụng ưu đãi thuế quan FTA để xuất khẩu, nhập khẩu hàng hoá và xử lý các vướng mắc về chính sách liên quan tới quy tắc xuất xứ trong các FTA.

Tám là, xác định phát triển kinh tế số là động lực tăng trưởng của nền kinh tế, tạo cơ chế thúc đẩy thương mại điện tử, tăng cường triển khai các chương trình đào tạo ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số, marketing số...

Chín là, thúc đẩy phát triển thị trường nội địa, thị trường nội ngành thông qua việc tiếp tục đẩy mạnh Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và phong trào “Hàng Việt Nam chinh phục người Việt”. Đẩy mạnh liên kết giữa các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng trong việc phối hợp tiêu thụ sản phẩm của nhau để đa dạng hóa nguồn nguyên liệu đầu vào và thị trường tiêu thụ đầu ra, giảm bớt sự phụ thuộc vào thị trường quốc tế.

Mười là, Chính phủ chỉ đạo các bộ, ngành tập trung rà soát và tối ưu hóa quy trình thủ tục hành chính liên ngành, đặc biệt là nhóm các thủ tục liên quan tới đầu tư, xây dựng, đất đai, môi trường. Đồng thời tiếp tục giảm thiểu gánh nặng thanh, kiểm tra doanh nghiệp, theo hướng áp dụng nguyên tắc quản lý rủi ro trong thực hiện thanh tra kiểm tra. Cải cách mạnh mẽ hơn về kiểm tra chuyên ngành đối với hàng hoá xuất nhập khẩu ■

Bản tin KNĐMST số 6/2022

“KỶ NGUYÊN VÀNG” CỦA CÁC STARTUP VIỆT

Với tiềm năng phát triển cùng khả năng bắt nhịp làn sóng công nghệ, các startup Việt đang trở thành tâm điểm chú ý của các quỹ đầu tư mạo hiểm nước ngoài cũng như nhà đầu tư trong nước.

Thị trường hấp dẫn

Trong cuộc phỏng vấn nhanh với Bloomberg Asia vào đầu năm nay, ông Bình Trần, đồng sáng lập, kiêm đại diện Quỹ Ascend Vietnam Ventures cho rằng, “kỷ nguyên vàng” của các startup Việt đã đến.

Theo quỹ này, hệ sinh thái khởi nghiệp công nghệ tại Việt Nam mới chỉ khoảng 5 năm tuổi, nhưng thị trường đã tăng trưởng mạnh khi nhận được sự hỗ trợ toàn diện từ Chính phủ, nguồn nhân lực từ nước ngoài cùng yếu tố kinh tế tăng trưởng ổn định...

Với hệ sinh thái công nghệ dễ tiếp cận, giúp các startup trưởng thành nhanh, chi phí sinh hoạt thấp, môi trường an toàn và ổn định, đội ngũ kỹ sư phần mềm tài năng với mức lương phải chăng so với các nước trong khu vực, Việt Nam được đánh giá là “nơi thử nghiệm” lý tưởng cho các công ty công nghệ nhắm đến thị trường châu Á mới nổi.

Ông Bình Trần cho biết, một số quỹ đầu tư hàng đầu nước ngoài như Andreessen Horowitz (a16z), Goodwater, Altos... đang rất quan tâm đến các cơ hội tại Việt Nam.

Cơ hội lớn đang nằm trong các startup ứng dụng ông nghệ mới, như trò chơi ứng dụng blockchain, DeFi (ứng dụng tài chính xây dựng bằng blockchain) và tiền điện tử. Theo một báo cáo của Chainalysis, Việt Nam đứng đầu danh sách 154 quốc gia và vùng lãnh thổ về tỷ lệ chấp nhận tiền điện tử và đứng số 2 về DeFi.

Trao đổi với phóng viên Báo Đầu tư, ông Rajan Anandan, Giám đốc điều hành Sequoia Capital và Surge đánh giá, Việt Nam đang nhanh chóng nổi lên như một trung tâm quan

trọng cho các công ty khởi nghiệp ở Đông Nam Á. Các công ty khởi nghiệp mà họ quan sát đã cho thấy sự trưởng thành hơn, tạo đòn bẩy cho nền kinh tế số của Việt Nam - được kỳ vọng đạt giá trị khoảng 57 tỷ USD vào năm 2025 và đứng thứ hai ở Đông Nam Á vào năm 2030 với giá trị khoảng 220 tỷ USD. “Chúng tôi đánh giá cao tiềm năng của Việt Nam trong việc trở thành một trung tâm đổi mới sáng tạo lớn ở khu vực và rất mong muốn gặp gỡ những người sáng lập tại địa phương”, ông Rajan Anandan chia sẻ.

Bà Trần Hoài Phương, Quản lý đầu tư tại Việt Nam của Wavemaker Partners (quỹ đầu tư mạo hiểm có trụ sở chính tại Mỹ và Singapore) cho rằng, ở Đông Nam Á, Việt Nam chỉ đứng sau Indonesia về mức độ hấp dẫn trong mắt các quỹ đầu tư mạo hiểm về tiềm năng xuất hiện của các “Kỳ lân”.

Quỹ nội bắt tay quỹ ngoại

Tại Việt Nam, Wavemaker Partners đã rót vốn vào 5 startup, gồm Foodmap, DatBike, Vigo Retail, MindX và Medici. Bà Hoài Phương tiết lộ, trong năm nay, Quỹ sẽ đầu tư vào 3 đến 4 công ty khởi nghiệp tại Việt Nam.

Không đứng ngoài “cuộc chơi”, Sequoia Capital và Surge cũng đã “nhanh chân” tìm kiếm cơ hội hợp tác, rót vốn vào hàng loạt công ty khởi nghiệp trên nhiều lĩnh vực tại Việt Nam như Rino, Trusting Social, Solscan, Galaxy Fight Club, Telio, Infina, Thuocsi, HelloMida, Virtual Internships và Epsilo.

Chia sẻ về “cuộc đua” giữa các quỹ nội và quỹ ngoại trong “săn tìm” startup để rót vốn, ông Bùi Thành Đô, Giám đốc điều hành ThinkZone nêu quan điểm: ThinkZone không phải đối thủ cạnh tranh, mà là mảnh ghép để cùng các quỹ ngoại đầu tư cho startup tại Việt Nam. “ThinkZone sẽ là người bạn mà các quỹ ngoại rất muốn cùng đầu tư trong các thương

(Xem tiếp trang 9)

NGUY MỞ RA CƠ, NẮM BẮT VÀ SẴN SÀNG THAY ĐỔI

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. Hồ Chí Minh 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 si, chia sẻ.

Khi TP. Hồ Chí Minh thực hiện giãn cách, Thuốc si 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. Hồ Chí Minh 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, 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, thể mạnh của người Việt là tính linh hoạt và “đánh du kích”. Doanh nghiệp nên chọn thể 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 ■

Bản tin KNDMST số 5/2022

VIISA ĐẦU TƯ VÀO STARTUP CÔNG NGHỆ GIÁO DỤC SHUB

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.

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 chỉ 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 ■

Bản tin KNDMST số 5/2022

“KỶ NGUYÊN VÀNG” ... (Tiếp theo trang 6)

vụ”, ông Đô nói.

Theo ông Đô, các quỹ ngoại có thể mạnh về quy mô vốn và kinh nghiệm phát triển, kinh doanh ở thị trường quốc tế, nhưng có điểm hạn chế là nguồn lực tại thị trường nội địa và đây lại là lợi thế của các quỹ đầu tư nội. Được thành lập bởi các doanh nhân tại thị trường Việt Nam, nên các quỹ nội có sự hiểu biết sâu sắc về thị trường, cùng mạng lưới đối tác và nguồn lực lớn trong

giới kinh doanh, nên có thể hỗ trợ thực để các startup phát triển tại thị trường nội địa.

Ngoài ra, ở trong nước, ngày càng có nhiều doanh nhân đi trước thành công quan tâm đầu tư cho thế hệ trẻ, nên lượng vốn của nhà đầu tư nội dành cho cộng đồng khởi nghiệp đang tăng lên, thậm chí có những khoản đầu tư không thua kém về quy mô so với quỹ ngoại ■

Bản tin KNDMST số 8/2022

STARTUP VIỆT SÁNG CHẾ THIẾT BỊ TIẾT KIỆM ĐIỆN CHO ĐIỀU HÒA

Thiết bị gắn cạnh điều hòa, điều khiển bằng điện thoại có thể giảm tới đa 40% điện năng bằng việc điều chỉnh các chỉ số nhiệt độ, độ ẩm, phù hợp môi trường xung quanh và nhu cầu người dùng.

Sản phẩm có tên Benkon SmartAir do nhóm gồm 20 bạn trẻ là startup Việt đang ươm tạo tại Vườn ươm Khu công nghệ cao TP. Hồ Chí Minh phát triển từ tháng 3/2021 nhằm tối ưu hóa hoạt động và khả năng tiêu thụ điện năng của điều hòa. Nhóm đặt mục tiêu biến một điều hòa thường trở nên thông minh với khả năng tiết kiệm tới đa 40% năng lượng tiêu thụ.

Nhóm đã phát triển hệ thống phần cứng và phần mềm là một thiết bị nhỏ gọn gắn cạnh điều hòa sử dụng nguồn điện trực tiếp từ máy lạnh. Thiết bị này có gắn các cảm biến về nhiệt độ, độ ẩm, theo dõi dòng điện điều hòa. Các thông số này được cập nhật lên phần mềm bằng công nghệ Bluetooth Mesh (kết nối không dây tiết kiệm năng lượng). Với phần mềm này, người dùng có thể điều khiển điều hòa và cài đặt các tùy chỉnh như chế độ hoạt động, thời gian mở tắt, nhiệt độ...

Căn cứ vào những thông số về môi trường xung quanh, công suất tiêu thụ, thời gian hoạt động của điều hòa... hệ thống thông minh có thể tự động điều chỉnh hoạt động, giúp tiết kiệm năng lượng.

Thái Văn Chánh, 32 tuổi, Trưởng nhóm kỹ thuật dự án chia sẻ, nhiều người khi sử dụng điều hòa ban đêm thường để nguyên một chế độ. Với các dòng điều hòa có biến tần (inverter) sẽ tự điều chỉnh giảm công suất sau một thời gian sử dụng. Tuy nhiên, sản phẩm của nhóm có thể tối ưu hơn nữa việc điều chỉnh nhiệt độ, công suất hoạt động thông qua các chỉ số môi trường thực tế và phân tích thói quen người dùng. Những thói quen không phù hợp



của người sử dụng khiến điều hòa tiêu tốn điện cũng được đề xuất điều chỉnh để vừa mang lại sự thoải mái, vừa tiết kiệm năng lượng. “Từ giám sát các chỉ số của điều hòa có thể xác định tình trạng hoạt động, những bất thường của máy, hệ thống gửi thông báo cần vệ sinh, bảo trì đến điện thoại. Đây cũng là yếu tố giúp điều hòa tiết kiệm điện năng, tăng tuổi thọ hơn”, Chánh chia sẻ.

Hệ thống có thể tương thích với hầu hết các loại điều hòa và phần mềm có thể sử dụng trên điện thoại, máy tính bảng, đồng hồ đeo tay... Hiện, sản phẩm đã bán ra thị trường cho gần 10 khách hàng là các chuỗi cà phê, nhà hàng. Sắp tới nhóm sẽ sản xuất đại trà khoảng 100.000 sản phẩm, trong đó sẽ phân phối cho một số đơn vị đặt trước. Giá mỗi bộ thiết bị dự kiến khoảng 79 USD (khoảng 1,8 triệu đồng) và có thể giảm hơn khi sản xuất số lượng lớn. Bùi Tiến Dũng, đồng sáng lập dự án chia sẻ, điều hòa thường chiếm 40 - 60% lượng tiêu thụ điện một gia đình. Nhóm hy vọng sản phẩm không chỉ giải quyết bài toán kinh tế mà còn giúp mỗi người dùng có trải nghiệm tốt nhất, bởi sử dụng hiệu quả điều hòa là cách gián tiếp chăm sóc sức khỏe cho gia đình ■

Bản tin KNDMST số 6/2022