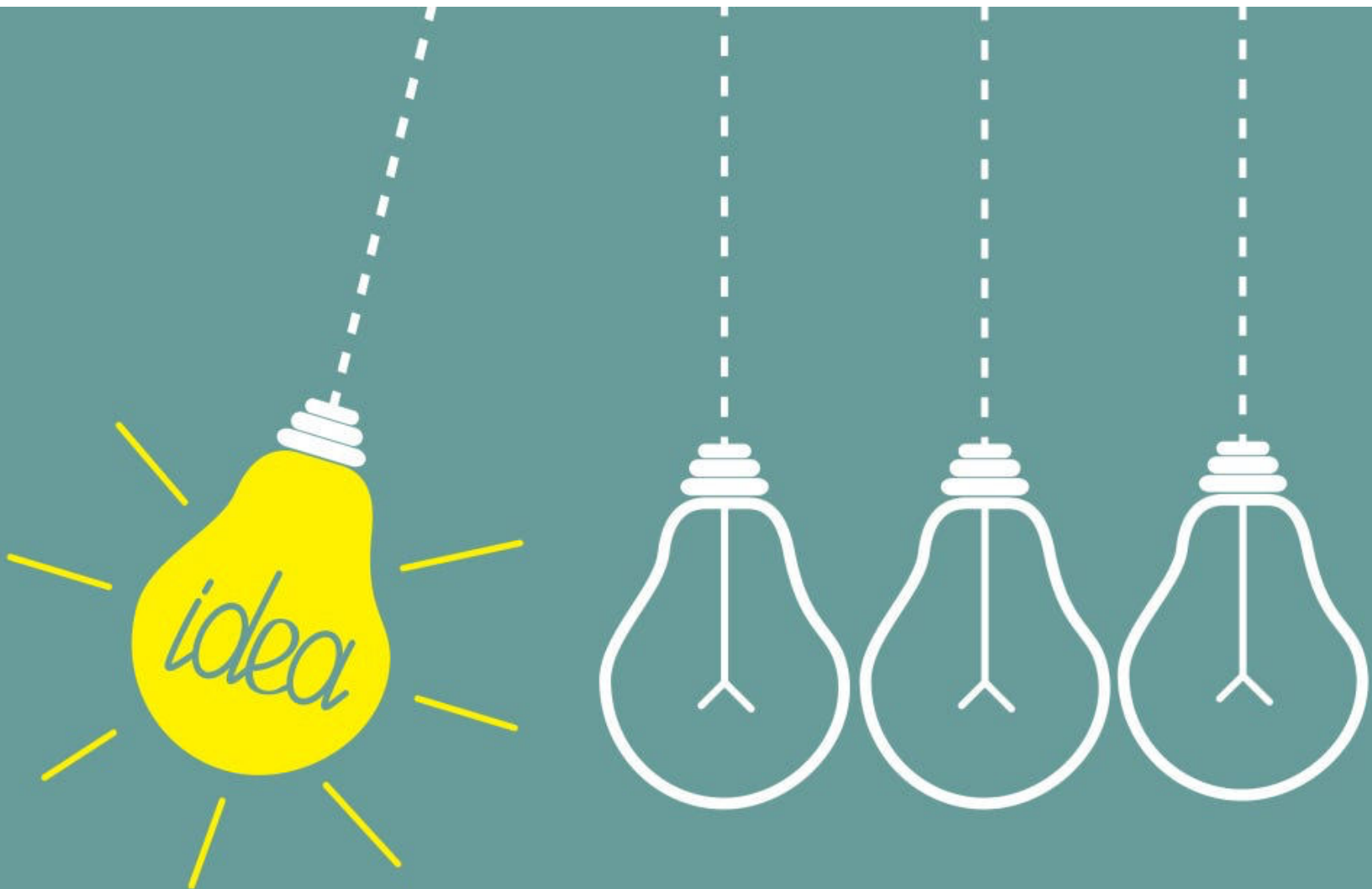




BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

Số 21.2025



TIN TỨC SỰ KIỆN

01

Hà Nội: "thấp lửa sáng tạo"
cho sinh viên

02

Thành phố Hồ Chí Minh lọt Top 110
hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu và
lần đầu lọt Top 5 Đông Nam Á

03

Đà Nẵng tăng 130 bậc trong hệ
sinh thái khởi nghiệp toàn cầu
năm 2025

04

Chuỗi cà phê Every Half huy động
3 triệu USD vòng Pre-Series A

KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

05

Enfarm - Đột phá công nghệ đo
dinh dưỡng đất bằng AI và IoT

06

Chiến lược huy động vốn hiệu quả
cho doanh nghiệp khởi nghiệp

XU HƯỚNG CÔNG NGHỆ

07

Để cạnh tranh với những gã khổng lồ
công nghệ, phải tìm ra lợi thế của
riêng mình



CỤC THÔNG TIN, THỐNG KÊ

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (024) 38262718

HÀ NỘI: "THẮP LỬA SÁNG TẠO" CHO SINH VIÊN

“Ngày hội đổi mới sáng tạo Thủ đô năm 2025” do Thành Đoàn Hà Nội tổ chức tại Đại học Bách khoa Hà Nội vừa qua đã thu hút sự tham gia của gần 1.000 sinh viên đến từ các trường đại học, cao đẳng, học viện trên địa bàn Thành phố.

Sự kiện quy tụ nhiều ý tưởng khởi nghiệp táo bạo, sáng kiến công nghệ mới và sự kết nối giữa sinh viên với các chuyên gia, nhà đầu tư trong nước và quốc tế.

Ngày hội cũng là nơi giao lưu, trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm bổ ích, thiết thực và học hỏi giữa sinh viên các trường vì mục tiêu thúc đẩy liên kết vùng, phát triển nguồn nhân lực đổi mới sáng tạo và thu hút nguồn vốn đầu tư khởi nghiệp sáng tạo quốc tế.

Sự kiện góp phần lan tỏa tinh thần khởi nghiệp, tinh thần đổi mới sáng tạo mở, tạo lập văn hóa khởi nghiệp; đẩy mạnh liên kết hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo mở, kết nối các chủ thể; liên kết và phát triển mạng lưới khởi nghiệp sáng tạo.

Phát biểu tại chương trình, ông Trần Quang Hưng, Phó Bí thư Thành Đoàn Hà Nội chia sẻ, mặc dù có rất nhiều sân chơi sáng tạo dành cho giới trẻ được tổ chức, nhưng hiện khởi nghiệp Việt Nam chưa có cơ chế để tiếp tục ươm tạo, phát triển sản phẩm, tìm kiếm thị trường và gọi vốn sau cuộc thi. Nhiều ý tưởng tiềm năng bị bỏ ngỏ vì thiếu bước chuyển tiếp. Chính vì vậy, một “mắt xích chiến lược” để các ý tưởng không chỉ dừng lại sau cuộc thi, và để hệ sinh thái có liên kết chiến lược giữa trường học, chuyên gia, nhà đầu tư, doanh nghiệp và chính sách là rất cần thiết.

Cũng theo ông Trần Quang Hưng, để khởi nghiệp thực chất, cần một mô hình hỗ trợ toàn diện, từ phát hiện ý tưởng đến phát triển sản phẩm, tìm kiếm thị trường và gọi vốn.

Điểm nhấn của Ngày hội là chương trình

"VentureX Demo Day 2025" do VinUniversity ELab, HUB Network và Trung tâm Đổi mới sáng tạo Đại học Bách khoa Hà Nội phối hợp tổ chức. Đây là cơ hội để các đội khởi nghiệp sinh viên giới thiệu sản phẩm thực tế sau ba tháng ươm tạo, huấn luyện cùng những mentor hàng đầu trong hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam. Hiện, chương trình đã ươm tạo 26 đội khởi nghiệp sinh viên trong các lĩnh vực giáo dục, y tế, công nghệ, môi trường, với tổng cộng 141 thành viên tham gia.

Không chỉ dừng lại ở những ý tưởng trên giấy, tại Demo Day 2025, các đội trình bày sản phẩm thật, nhiều đội đã có người dùng thật, thậm chí bắt đầu tạo doanh thu và đang trong giai đoạn tiếp cận nhà đầu tư.

Các hoạt động trong Demo Day gồm: Pitching gọi vốn trước hội đồng chuyên gia và nhà đầu tư, kết nối 1:1 với mentor trong các lĩnh vực công nghệ, giáo dục và đầu tư, cùng phiên networking dinner với đại diện hơn 50 tổ chức, quỹ đầu tư như VinVentures, VSV Capital, Monk's Hill Ventures, VMCG Capital...

Ngày hội Đổi mới sáng tạo Thủ đô là sự kiện thường niên có quy mô lớn, nhằm phát huy vai trò xung kích của thanh niên trong thúc đẩy hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số và khởi nghiệp sáng tạo, góp phần xây dựng Thủ đô phát triển nhanh và bền vững trong kỷ nguyên số. Sự kiện không chỉ kết nối thanh niên với nhà đầu tư, doanh nghiệp và chuyên gia, mà còn góp phần hình thành lực lượng lao động chất lượng cao cho Thủ đô trong kỷ nguyên số./.



THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH LỘT TOP 110 HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP TOÀN CẦU VÀ LẦN ĐẦU LỘT TOP 5 ĐÔNG NAM Á

Ngày 20/5, theo báo cáo Chỉ số hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu của StartupBlink, TP. Hồ Chí Minh tăng 1 bậc lên vị trí 110 toàn cầu, đạt thứ hạng cao nhất từ trước đến nay và lần đầu tiên lọt vào Top 5 hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo hàng đầu Đông Nam Á. Đây là cột mốc quan trọng, khẳng định vị thế trung tâm khởi nghiệp sáng tạo hàng đầu khu vực của Thành phố.

Là trung tâm khởi nghiệp sôi động và năng động nhất Việt Nam, TP. Hồ Chí Minh đã có bước phát triển mạnh mẽ về hạ tầng hỗ trợ, khẳng định vai trò đầu tàu của Việt Nam và dần trở thành điểm đến đáng chú ý trong khu vực châu Á với cộng đồng startup năng động và sáng tạo, cùng với sự hỗ trợ tích cực từ chính quyền Thành phố và môi trường

kinh doanh ngày càng được cải thiện.

Ông Lâm Đình Thắng, Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ TP. Hồ Chí Minh chia sẻ: "Việc thăng hạng trên bảng xếp hạng của StartupBlink là sự ghi nhận xứng đáng cho những nỗ lực chung của cả hệ thống chính trị và hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo của Thành phố hướng đến mục tiêu đưa hệ sinh thái



khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo Thành phố vào Top 100 hệ sinh thái khởi nghiệp năng động nhất toàn cầu vào năm 2030. Để đạt được mục tiêu này, TP. Hồ Chí Minh tập trung vào ba lĩnh vực chính, bao gồm: chính sách, cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực.

Ngoài ra, ông Lâm Đình Thắng nhấn mạnh, mặc dù thứ hạng là quan trọng, Thành phố xác định tập trung cả thiện chất lượng hoạt động thực chất và tính bền vững của hệ sinh thái.

Việc lần đầu tiên lọt vào Top 5 hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo hàng đầu Đông Nam Á không chỉ phản ánh nỗ lực liên tục và sức bật mạnh mẽ của TP. Hồ Chí Minh trong việc cải thiện môi trường khởi nghiệp, mà còn là cơ hội để Thành phố định vị lại vị trí của mình trên bản đồ hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu.

Tuy nhiên, bên cạnh lợi thế then chốt là thị trường nội địa lớn, cho phép startup Việt phát triển

bền vững ngay cả khi chưa mở rộng quốc tế, báo cáo của StartupBlink cũng chỉ ra một số thách thức mà hệ sinh thái Thành phố phải đối mặt, đó là: sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao, đặc biệt trong các ngành công nghệ tiên phong. Bên cạnh đó, số lượng startup vượt tầm quy mô quốc tế cùng với mức độ mở của môi trường Internet và dữ liệu số vẫn còn hạn chế, ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh quốc tế cho hệ sinh thái khởi nghiệp Thành phố.

Trong giai đoạn tới, TP. Hồ Chí Minh sẽ xây dựng và lấy ý kiến chuyên gia về Kế hoạch phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo giai đoạn 2025-2030. Đây là bước chuẩn bị cần thiết để triển khai chỉ tiêu của Nghị quyết 57-NQ/TW, hướng đến mục tiêu đưa TP. Hồ Chí Minh vào nhóm 100 hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo hàng đầu thế giới trong những năm tới./.

Bảng xếp hạng StartupBlink là một công cụ đánh giá uy tín toàn cầu, đo lường hệ sinh thái khởi nghiệp dựa trên các tiêu chí như: số lượng startup hoạt động, chất lượng và quy mô của các nguồn lực hỗ trợ (như vườn ươm, quỹ đầu tư, không gian làm việc chung), mức độ kết nối toàn cầu, chính sách địa phương và năng lực đổi mới sáng tạo.

Theo StartupBlink, TP. Hồ Chí Minh thăng hạng toàn cầu 4 năm liên tiếp, nổi bật với tốc độ tăng trưởng ấn tượng trong lĩnh vực Fintech, đồng thời, và hiện đứng Top 30 toàn cầu về Blockchain và xếp hạng 2 trong khu vực Đông Nam Á ở lĩnh vực này.



ĐÀ NẴNG TĂNG 130 BẬC TRONG HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP TOÀN CẦU NĂM 2025

Thành phố vừa có bước tiến vượt bậc khi tăng 130 bậc, vươn lên vị trí thứ 766 toàn cầu. Đây là thông tin tại Báo cáo “Chỉ số hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu năm 2025” do Trung tâm Nghiên cứu và lập bản đồ hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu StartupBlink công bố.

Đà Nẵng cũng nằm trong 12 hệ sinh thái nổi bật toàn cầu được lựa chọn để trình bày tại Hội thảo trực tuyến “Chỉ số hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu năm 2025”, và là một trong những hệ sinh thái khởi nghiệp “nóng” nhất toàn cầu năm 2025.

Theo Trung tâm Hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Đà Nẵng, việc Đà Nẵng được quốc tế ghi nhận là minh chứng rõ ràng cho chiến lược xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo đồng bộ, lấy công nghệ tiên phong làm nền tảng: trí tuệ nhân tạo (AI), vi mạch

bán dẫn, blockchain, công nghệ sinh học, điện toán lượng tử, năng lượng tái tạo..., hướng đến mục tiêu đến năm 2045, Thành phố trở thành trung tâm khởi nghiệp sáng tạo hàng đầu khu vực châu Á.

Trong những năm gần đây, Đà Nẵng đã ban hành gần 30 chính sách hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo, trong đó có nhiều chính sách đột phá và tiên phong trên cả nước. Cụ thể là thử nghiệm có kiểm soát giải pháp công nghệ mới; miễn thuế cho hoạt động khởi nghiệp sáng tạo, hoạt động hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo; hỗ

trợ sử dụng tài sản kết cấu hạ tầng khoa học và công nghệ... Thành phố cũng đang triển khai hàng loạt công trình hạ tầng chiến lược như trụ sở Không gian khởi nghiệp đổi mới sáng tạo; Công viên Phần mềm số 2 có thể đáp ứng 6.000 nhân lực công nghệ, hệ thống hạ tầng số hiện đại đạt chuẩn quốc tế.

Đà Nẵng có hệ sinh thái khởi nghiệp đa dạng và năng động, tổ chức hơn 50 sự kiện lớn nhỏ mỗi năm, thu hút hàng nghìn người tham gia từ trong và ngoài nước. Nhiều không gian làm việc chung, vườn ươm và trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp được thành lập, tạo điều kiện cho cộng đồng doanh nhân trẻ phát triển mạnh mẽ.

Ngoài ra, khả năng cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cao cũng là một điểm mạnh của Đà Nẵng với 18 trường đại học, 15 trường cao đẳng, 44 cơ sở đào tạo nghề, các viện nghiên cứu, cơ sở đào tạo, liên kết đào tạo của các trường đại học ngoài thành phố, quy mô đào tạo hằng năm trên 100.000 sinh viên. Thành phố cũng có đội ngũ 251 giáo sư, phó giáo sư cùng các chuyên gia nghiên cứu, đội ngũ trí thức, nhân lực khoa học và công nghệ đồng đảo tại các trường đại học. Môi trường cởi mở và thân thiện với khởi nghiệp sáng tạo và sự kết nối mạnh mẽ với mạng lưới khởi nghiệp trong nước, quốc tế cũng là yếu tố thuận lợi cho hệ sinh thái khởi nghiệp Thành phố phát triển.



Một trong những lợi thế nổi bật của Đà Nẵng là nguồn nhân lực chất lượng cao.

Đặc biệt, việc thí điểm thành lập Khu thương mại tự do được xem là thành công lớn trong xây dựng chính sách phát triển thành phố Đà Nẵng, thể hiện tinh thần đổi mới, dám nghĩ dám làm của Thành phố, thu hút cộng đồng khởi nghiệp.

Bên cạnh đó, Trung tâm tài chính quốc tế cũng là yếu tố đóng vai trò quan trọng, làm đa dạng hóa môi trường thu hút đầu tư của các định chế tài chính, đối tác chiến lược, dịch vụ hỗ trợ, dịch vụ pháp lý và đơn vị tư vấn luật, kế toán, kiểm toán...

Cùng với việc mở rộng hợp tác quốc tế, Đà Nẵng từng bước khẳng định vị thế là một trung tâm kinh tế - công nghệ miền Trung, đồng thời, hướng tới vai trò trung tâm khởi nghiệp sáng tạo quốc gia./.

Đà Nẵng xếp thứ 5/63 tỉnh, thành phố về chỉ số đổi mới sáng tạo cấp địa phương năm 2024 (PII) do Bộ Khoa học và Công nghệ đánh giá...

Trước đó, Thành phố đã 4 lần nhận danh hiệu “Thành phố hấp dẫn khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo” vào các năm 2020, 2022, 2023 và 2024 do Hiệp hội phần mềm và dịch vụ Công nghệ thông tin Việt Nam xét tặng; là địa phương duy nhất tại Việt Nam 5 năm liền được trao Giải thưởng Thành phố thông minh xuất sắc.

Thành phố cũng được Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tặng danh hiệu “Địa phương tiêu biểu xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp”; được Bộ Khoa học và Công nghệ đánh giá là địa phương có đóng góp nổi bật cho hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo quốc gia.

CHUỖI CÀ PHÊ EVERY HALF HUY ĐỘNG 3 TRIỆU USD VÒNG PRE-SERIES A

Chuỗi cà phê Every Half vừa công bố huy động thành công 3 triệu USD vòng Pre-Series A để mở rộng hệ thống, nâng cấp trải nghiệm khách hàng từ 2 quỹ đầu tư Openspace Ventures và DSG Consumer Partners...

Được thành lập năm 2021 bởi CEO Võ Duy Phú và COO Trần Lê Minh Trúc, Every Half hiện vận hành 14 cửa hàng tại TP. Hồ Chí Minh. Khác với phần lớn chuỗi cà phê, Every Half tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị, từ trồng giống mới, sơ chế, lên men, rang xay cho đến phục vụ tại cửa hàng. Thương hiệu hiện hợp tác cùng các nông hộ và hợp tác xã tại Điện Biên, Lâm Đồng và Đắk Lắk để phát triển vùng nguyên liệu ổn định và đạt chuẩn cao.

Theo đuổi mô hình cà phê đặc sản với cách tiếp cận hiện đại và chần chu, Every Half được thiết kế với không gian quán mở, kết hợp giữa pha máy và các phương pháp pha thủ công và phục vụ nhóm khách hàng đang quan tâm nhiều hơn đến nguồn gốc, cách làm và trải nghiệm cà phê. CEO Võ Duy Phú khẳng định: “Chúng tôi tin rằng cà phê Việt Nam xứng đáng được nhìn nhận bằng chất lượng thực sự và cách làm nghiêm túc, chần chu”.

Tại thị trường nội địa, Every Half đặt mục tiêu

tăng trưởng 150%, mở rộng hệ thống cửa hàng và thử nghiệm mô hình mới tại TP. Hồ Chí Minh. Ở vùng nguyên liệu, Công ty đang mở rộng hợp tác tại Buôn Ma Thuột, Lâm Đồng và tiếp tục nghiên cứu phương pháp lên men để cải thiện hương vị.

Trên thị trường quốc tế, từ tháng 5/2025, Every Half bắt đầu thử nghiệm xuất khẩu cà phê rang thành phẩm với thương hiệu riêng và phân phối qua các sàn thương mại điện tử tại khu vực Bắc Mỹ với mong muốn là bước đi đầu tiên trong kế hoạch tiếp cận người tiêu dùng toàn cầu.

Cuối năm 2024, thương hiệu được vinh danh tại Flavour Awards với hai giải thưởng: “Quán Cà phê của năm” và “Quán Cà phê được yêu thích nhất”.

Ông Võ Duy Phú, Đồng sáng lập kiêm Tổng Giám đốc Every Half, cho biết, nguồn vốn mới sẽ được sử dụng để giúp Every Half mở rộng hệ thống, nâng cấp trải nghiệm khách hàng và tiếp tục đồng hành lâu dài cùng nông hộ./.

Theo báo cáo, thị trường cà phê đặc sản toàn cầu đã đạt 101 tỷ USD trong năm 2024, tăng trưởng nhanh gấp 1,5 lần cà phê thương mại. Riêng tại Bắc Mỹ, hơn 51% người tiêu dùng đã chuyển sang cà phê đặc sản, cho thấy xu hướng rõ rệt ưu tiên chất lượng, tính minh bạch và bền vững.

Được biết, Openspace Ventures là quỹ đầu tư mạo hiểm hàng đầu Đông Nam Á, hiện đang quản lý 800 triệu USD, tập trung vào công nghệ tiêu dùng, tài chính, y tế và phần mềm. Danh mục nổi bật gồm: Gojek, Kredivo, Love Bonito, Halodoc. Tại Việt Nam, Openspace từng đầu tư vào Finhay và Nano Vui App.

Trong khi đó, DSG Consumer Partners là quỹ chuyên đầu tư vào ngành hàng tiêu dùng tại Đông Nam Á và Ấn Độ, với các thương hiệu như Coolmate, Chope, SaladStop!, Saturday.

ENFARM - ĐỘT PHÁ CÔNG NGHỆ ĐO DINH DƯỠNG ĐẤT BẰNG AI VÀ IOT

Trong bối cảnh biến đổi khí hậu, suy thoái tài nguyên đất do phân bón và các chất hóa học đang đe dọa nghiêm trọng đến tính bền vững của sản xuất nông nghiệp toàn cầu, nhu cầu ứng dụng công nghệ cao vào canh tác ngày càng trở nên cấp thiết. Việt Nam - quốc gia với trên 65% dân số sống ở khu vực nông thôn - đang đứng trước thách thức phải chuyển mình từ mô hình nông nghiệp truyền thống sang nông nghiệp dựa trên dữ liệu và tự động hóa. Enfarm ra đời trong chính hoàn cảnh đó. Đây là một startup công nghệ nông nghiệp do hai chuyên gia Việt Nam sáng lập, ứng dụng Internet vạn vật (IoT) kết hợp trí tuệ nhân tạo (AI) để phát triển hệ thống đo và tư vấn dinh dưỡng cây trồng với chi phí thấp nhưng độ chính xác cao. Mục tiêu của họ là giúp nông dân sử dụng phân bón và nước một cách hiệu quả, nâng cao năng suất, giảm chi phí, đồng thời, bảo vệ tài nguyên đất và môi trường.

Chỉ sau hai năm hoạt động, Enfarm đã có mặt ở hàng trăm địa điểm canh tác trên cả nước, được vinh danh tại nhiều giải thưởng đổi mới sáng tạo quốc gia và khu vực, bao gồm Top 15 Thách thức Đổi mới sáng tạo Việt Nam 2024, Top 5 Ứng dụng AI xuất sắc 2024 và Top 10 Impact Challenge at SEA. Những thành tựu này không chỉ đánh dấu bước tiến vượt bậc trong chuyển đổi số nông nghiệp tại Việt Nam mà còn cho thấy tiềm năng to lớn của công nghệ bản địa trong giải quyết các vấn đề toàn cầu về an ninh lương thực và biến đổi khí hậu.

Vậy đâu là nền tảng khoa học - công nghệ của Enfarm? Vì sao họ có thể đạt được độ chính xác tương đương phòng thí nghiệm trong khi chi phí lại rẻ hơn gấp nhiều lần? Và làm thế nào một thiết bị nhỏ trong lòng đất có thể giúp người nông dân đưa ra quyết định canh tác tối ưu? Bài viết sẽ làm rõ câu chuyện phía sau startup nông nghiệp công nghệ đáng chú ý tại Việt Nam hiện nay.

Từ cái bắt tay của hai chuyên gia tới bước tiến thần tốc của Enfarm

Vào cuối năm 2022, hai con người có xuất phát điểm tưởng như không liên quan đã gặp nhau để cùng khởi nghiệp mang tầm nhìn lớn trong lĩnh vực

nông nghiệp công nghệ cao: ông Nguyễn Đỗ Dũng và tiến sĩ Hồ Long Phi. Một người là chuyên gia hoạch định đô thị, nhà sáng lập enCity và giảng viên tại Đại học Quốc gia Singapore. Một người là chuyên gia hàng đầu về tài nguyên đất và biến đổi khí hậu, nguyên Giám đốc Trung tâm Quản lý nước và biến đổi khí hậu tại TP. Hồ Chí Minh.

Chính vì đều có chung một trăn trở lớn về an ninh lương thực, biến đổi khí hậu và sự thiếu bền vững trong canh tác nông nghiệp hiện nay, hai người đã quyết định kết hợp lại để sáng lập nên Enfarm - một công ty công nghệ nông nghiệp tiên phong tại Việt Nam chuyên phát triển giải pháp đo và tư vấn dinh dưỡng cây trồng chi phí thấp, ứng dụng IoT và AI.

Bắt đầu từ một vấn đề rất cũ: bón phân không đúng cách

“60% lượng phân bón tại Việt Nam không được cây trồng hấp thụ mà thất thoát ra môi trường.” Đó là con số cảnh báo mà Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đưa ra, và cũng chính là điểm khởi đầu cho hành trình của Enfarm. Việc bón phân thiếu chính xác không chỉ khiến nông dân mất tiền, cây trồng không đạt năng suất mà còn gây thoái hóa đất, ô nhiễm nước và phát thải khí nhà kính.



Khởi nguồn cho nền tảng này là cái bắt tay giữa tiến sĩ khoa học môi trường Hồ Long Phi (trái) cùng chuyên gia quy hoạch đô thị Nguyễn Đỗ Dũng.

Enfarm đã đưa ra lời giải bằng một thiết bị cảm biến đặt trong lòng đất, có khả năng đo lường chính xác độ ẩm, pH, nhiệt độ, và đặc biệt là hàm lượng NPK - ba chỉ số chính quyết định hiệu quả phân bón. Kết hợp với AI, hệ thống của Enfarm sẽ xử lý dữ liệu và đưa ra khuyến nghị tưới/bón phù hợp theo thời gian thực, tất cả chỉ qua một ứng dụng điện thoại.

Ông Nguyễn Đỗ Dũng chia sẻ một câu chuyện ấn tượng về một người nông dân ở xã Eatu, TP. Buôn Mê Thuật, chỉ sau một tháng dùng Enfarm, đã tiết kiệm được 4,5 triệu đồng tiền phân bón. Ứng dụng đã thông báo đất đang dư phân, thiếu nước nên bác chỉ tưới chứ không bón thêm phân, và kết quả là cây vẫn phát triển khỏe mạnh.”

Tương tự là câu chuyện của anh nông dân Lê Văn Thành ở Krông Pắc, nhờ ứng dụng Enfarm, tình trạng rụng hoa, rụng trái trong vườn sầu riêng đã giảm đáng kể, đồng thời, tránh tình trạng sượng trái như nhiều vườn khác. Câu chuyện ứng dụng Enfarm

giúp anh Thành có vụ mùa bội thu đã trở thành một ví dụ điển hình về chuyển đổi số trong nông nghiệp.

Enfarm và những công nghệ lõi tạo ra sự khác biệt

Điểm sáng lớn nhất của Enfarm chính là công nghệ đo dinh dưỡng chi phí thấp nhưng có độ chính xác tiệm cận phòng thí nghiệm chuẩn quốc gia. Cảm biến của Enfarm liên tục cập nhật dữ liệu trong đất, đưa về hệ thống AI trung tâm để phân tích và cá nhân hóa lời khuyên cho từng thửa ruộng. Công nghệ lõi của Enfarm bao gồm:

- **Cảm biến đất thông minh:** ghi nhận dữ liệu môi trường đất tại chỗ 24/7 về NPK, độ ẩm, pH, nhiệt độ.
- **Ứng dụng di động:** cung cấp giao diện thân thiện cho nông dân để theo dõi và nhận khuyến nghị theo thời gian thực.
- **Trí tuệ nhân tạo:** phân tích dữ liệu, học từ các mô hình canh tác thành công và điều chỉnh khuyến nghị cá nhân hóa.

- **Hệ thống đám mây:** quản lý dữ liệu quy mô lớn, tối ưu hóa thuật toán và nâng cao năng lực tư vấn.

Nhờ vào công nghệ này, Enfarm giúp nông dân biết chính xác hôm nay nên tưới bao nhiêu nước, bón bao nhiêu phân và từ đó, tăng năng suất, giảm chi phí, bảo vệ đất và môi trường.

Ông Nguyễn Đỗ Dũng cũng cho biết, hiện nay, Enfarm đã phát triển công nghệ đo dinh dưỡng Enfarm sử dụng cảm biến đặt trong đất, kết hợp với ứng dụng smartphone để cung cấp thông tin chi tiết về độ ẩm, nhiệt độ, độ pH và các chỉ số phân NPK (nitơ, photpho, kali).

Công nghệ đo dinh dưỡng Enfarm có ưu điểm là chi phí thấp và đo được NPK - chính xác tương đương phòng thí nghiệm đạt chuẩn quốc gia. Nhà sáng lập Enfarm lý giải thiết bị nằm ở trong đất, hàng ngày có thể "khám" đất và nếu có vấn đề sẽ báo ngay cho người nông dân giống như mỗi nông trại có một chuyên gia nông nghiệp túc trực 24/7.

"Chỉ cần một chạm trên màn hình điện thoại, người nông dân sẽ biết được hôm nay nên tưới nước hay bón phân với hàm lượng bao nhiêu nhờ công nghệ đo dinh dưỡng đất Enfarm.", ông Nguyễn Đỗ Dũng chia sẻ thêm.

Những dấu ấn ghi tên Việt Nam trên bản đồ công nghệ nông nghiệp thế giới

Không chỉ dừng ở mô hình thử nghiệm, Enfarm đã lan rộng tới hàng trăm điểm lắp đặt trên khắp Việt Nam, chủ yếu tại Tây Nguyên và Đông Nam Bộ - các vùng sản xuất nông nghiệp trọng điểm.

Năm 2024, Enfarm đã liên tục gặt hái những giải thưởng công nghệ danh giá như Top 15 Giải pháp xuất sắc tại Thách thức Đổi mới Sáng tạo Việt Nam (VIC 2024) - do Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Trung tâm Đổi mới Sáng tạo Quốc gia và Meta tổ chức. Enfarm là 1 trong 2 đại diện có ứng dụng AI được vinh danh trong hơn 750 hồ sơ từ 10 quốc gia; Top 5 Ứng dụng AI xuất sắc nhất 2024; Top 10 Impact Challenge at

SEA 2024. Đây là minh chứng cho sự đổi mới, sáng tạo và khát vọng đưa công nghệ Việt vươn ra toàn cầu.

Khát vọng: giải bài toán an ninh lương thực bằng AI và IoT

Tầm nhìn của Enfarm không dừng lại ở câu chuyện tiết kiệm phân bón. Họ muốn thay đổi cách con người làm nông nghiệp, từ dựa vào kinh nghiệm sang dựa vào dữ liệu và khoa học.

Theo một nghiên cứu công bố trên cổng thông tin điện tử của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, phân bón hiện chưa được sử dụng hiệu quả và bền vững ở Việt Nam. Hiệu suất bón phân chỉ đạt 40%, tức còn khoảng 60% lượng phân không được cây trồng hấp thụ bị giữ lại trong môi trường. Từ đó, nông dân phải bổ thêm phân, gánh thêm chi phí, lại khiến đất càng tăng độ chua. Vòng luẩn quẩn giữa bón phân và thoái hóa đất sẽ bào mòn thu nhập của nông hộ và hủy hoại môi trường. Phần phân bón dư bị rửa trôi theo nước mặt khi mưa xuống, thấm thấu vào tầng nước ngầm, gây ô nhiễm nguồn nước

Chính từ thực trạng đó, Enfarm đã sử dụng AI để phân tích dữ liệu và đưa ra gợi ý cho nông dân, giúp tối ưu hóa việc sử dụng phân bón và nước, giải bài toán thất thoát này, đồng thời, nâng cao năng suất cây trồng.

"Niềm tin của chúng tôi là, nếu chúng ta có thể dùng AI và IoT để tối ưu phân bón bằng cách chuyển phần lớn lượng phân đang bị thất thoát hiện nay, tới 60% theo thống kê của Bộ Nông nghiệp và Môi trường, thành lượng phân cây có thể hấp thụ thì năng suất sẽ gia tăng đáng kể, tới 20% hoặc thậm chí cao hơn. Như vậy, người dân sẽ có thêm thu nhập, với cây cà phê, điều đó có thể giúp nông dân tăng thu nhập gấp 1,5 lần. Quan trọng hơn, công nghệ của Enfarm còn giúp giảm phát thải khí nhà kính từ phân bón - nguồn phát thải chiếm đến 5% toàn cầu, đồng thời, giúp đất đai ít bị thoái hóa hơn,



Bảng chỉ số của đất, gồm ba chỉ số phân bón N-P-K, độ ẩm, độ pH, độ dẫn điện và nhiệt độ được Enfarm đo đạc và thông báo về điện thoại chủ.

môi trường ít ô nhiễm hơn.", ông Nguyễn Đỗ Dũng khẳng định.

Trước thách thức của biến đổi khí hậu, chi phí đầu vào cho sản xuất nông nghiệp, nhất là phân bón, sẽ gia tăng đáng kể bên cạnh đó là việc phải cắt giảm khí thải carbon mà phân bón đóng góp 5% toàn cầu, công nghệ đo dinh dưỡng Enfarm sẽ giúp bảo đảm vấn đề an ninh thực cho thế giới, đồng thời, giảm tác động tiêu cực tới môi trường. Đây là một bài toán lớn cần giải ở tầm quốc gia và toàn cầu.

Nắm giữ vai trò tiên phong trong bối cảnh chưa có giải pháp tương tự ở Việt Nam và cả trên giới, Enfarm đã và đang dồn lực để truyền thông mạnh mẽ hơn, cùng với đó, đưa công nghệ mới đến với những người nông dân Việt Nam và khu vực trong thời gian ngắn nhất.

Lời nhắn gửi đến những người trẻ đang khởi nghiệp

Ông Hồ Long Phi từng nói: "Giải quyết vấn đề lớn cho xã hội sẽ luôn là một hành trình dài, đừng ngại bắt đầu nhỏ." Còn với ông Nguyễn Đỗ Dũng đã đưa ra lời khuyên cho các startup trẻ là: "Hãy tìm một vấn đề thực sự cần giải. Nếu giải được, thị trường sẽ tự động đến với bạn."

Câu chuyện của Enfarm không chỉ là câu chuyện công nghệ mà là câu chuyện của khát vọng phát triển bền vững, từ người nông dân đến nền kinh tế và môi trường sống bền vững. Họ không chỉ khởi nghiệp để thành công, mà để lan tỏa những ảnh hưởng tích cực đến môi trường sống của con người./.

Minh Phụng
(Tổng hợp)

Enfarm - Mỗi cánh đồng là một trung tâm dữ liệu, mỗi người nông dân là một chuyên gia canh tác thông minh.



CHIẾN LƯỢC HUY ĐỘNG VỐN HIỆU QUẢ CHO DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP

Để nâng cao hiệu quả tiếp cận vốn nhằm phát triển và duy trì hoạt động ổn định, doanh nghiệp cần hiểu rõ các phương pháp huy động vốn. Bài viết này cung cấp hướng dẫn chuyên sâu về cách phân tích, so sánh và áp dụng các phương pháp huy động vốn khác nhau để các công ty tiếp cận được nguồn tài chính dồi dào cần thiết.

Hiểu về việc huy động vốn

Để có thể mở rộng nguồn lực và đầu tư vào các sáng kiến mới, doanh nghiệp buộc phải huy động vốn. Đây là một phần thiết yếu trong quá trình phát triển và mở rộng của doanh nghiệp. Trong tài chính doanh nghiệp, vốn được phân loại thành hai loại chính, bao gồm: vốn chủ sở hữu và vốn vay.

Vốn chủ sở hữu là nguồn vốn của chủ sở hữu doanh nghiệp, bao gồm vốn góp và lợi nhuận giữ lại,

trong khi vốn vay là nguồn vốn được doanh nghiệp huy động thông qua hình thức vay mượn.

Để lựa chọn phương pháp huy động vốn phù hợp, doanh nghiệp cần xem xét kỹ lưỡng các yếu tố như quy mô, lĩnh vực và giai đoạn phát triển.

Trên thực tế, có rất nhiều phương án để các doanh nghiệp cần thêm vốn có thể lựa chọn, từ hình thức vay ngân hàng hay phát hành cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO) đến triển khai các chiến lược

sáng tạo hơn như huy động vốn cộng đồng (crowdfunding) hay liên minh chiến lược với các tổ chức khác.

Vai trò của vốn trong tăng trưởng doanh nghiệp

Vốn là yếu tố thiết yếu để duy trì sự hoạt động và phát triển của một doanh nghiệp, vì nó cung cấp nguồn lực tài chính cần thiết để mở rộng hoạt động và đầu tư vào các sáng kiến mới. Các công ty thường sử dụng vốn vay hoặc vốn chủ sở hữu khi cần hỗ trợ tài chính. Khoản tiền này có thể tạo nên sự khác biệt giữa thành công và thất bại trong kinh doanh. Đối với các công ty nhỏ, chi phí khởi nghiệp khoảng 10.000 USD (mặc dù con số này có thể thay đổi tùy theo ngành và mục tiêu).

Doanh nghiệp thường gặp khó khăn trong việc huy động vốn ở các vòng tiếp theo, vì nhà đầu tư thường kỳ vọng vào sự tiến triển từ các khoản đầu tư hiện tại trước khi họ quyết định đầu tư thêm. Do đó, các tổ chức cần theo dõi tỷ lệ nợ trên thu nhập để tránh rủi ro gánh nặng bởi chi phí nợ trong khi vẫn sử dụng các khoản vay phục vụ nhu cầu tổ chức.

Việc hiểu rõ khái niệm loại nhà đầu tư như nhà đầu tư thiên thần hay quỹ đầu tư mạo hiểm có thể mang lại lợi ích cho các doanh nghiệp mới khởi nghiệp thông qua các cách thức tiếp cận đầu tư đa dạng, cung cấp những hiểu biết quan trọng về các lựa chọn tài chính phù hợp.

Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định huy động vốn

Các công ty cần cân trọng trong kế hoạch huy động vốn cũng như xem xét kỹ lưỡng các yếu tố như quy mô tổ chức và lĩnh vực hoạt động. Họ cũng nên đánh giá các lựa chọn tài chính hiện có, cân nhắc ưu và nhược điểm trước khi quyết định chọn loại hình phù hợp nhất với doanh nghiệp của mình. Các lựa chọn có thể bao gồm hình thức tài trợ bằng vốn chủ sở hữu hoặc tài trợ bằng nợ.

Ngoài phương pháp truyền thống, gọi vốn cộng đồng và cho vay ngang hàng (peer-to-peer lending - P2P lending) là những hình thức huy động vốn và cho vay sáng tạo, tận dụng công nghệ để kết nối trực tiếp người cho vay và người vay, giảm thiểu vai trò của trung gian tài chính. Việc hiểu rõ từng lựa chọn là điều then chốt nếu doanh nghiệp muốn theo đuổi các chiến lược huy động vốn thành công, phù hợp với mục tiêu và mức độ chấp nhận rủi ro của mình.

Vốn chủ sở hữu và vốn vay

Việc huy động vốn cho doanh nghiệp chủ yếu được thực hiện thông qua hai hình thức: vốn chủ sở hữu hoặc vốn vay. Vốn chủ sở hữu là nguồn vốn do doanh nghiệp sở hữu hoặc được góp vốn, đồng sở hữu cùng các nhà đầu tư, các cổ đông, thành viên liên doanh, tạo dựng nguồn lực để đưa doanh nghiệp đi vào hoạt động. Tổng vốn chủ sở hữu được tính sau khi đã khấu trừ đi các khoản nợ phải trả. Trong khi vốn vay là khoản tiền mà doanh nghiệp phải vay và phát hành trái phiếu doanh nghiệp để nhận được, kèm theo nghĩa vụ trả lãi.

Mỗi hình thức đều có ưu và nhược điểm riêng mà các công ty cần cân nhắc kỹ lưỡng trước khi lựa chọn. Đây là một quyết định không nên xem nhẹ, vì hình thức tài trợ này có thể đóng vai trò then chốt trong việc giúp tổ chức duy trì hoạt động tài chính ổn định.

Ưu và nhược điểm của hình thức góp vốn chủ sở hữu

Khi nói đến hình thức góp vốn chủ sở hữu (equity financing), các doanh nghiệp có thể bán cổ phần ưu đãi và cổ phần phổ thông. Ưu điểm chính là không phải hoàn trả tiền cho nhà đầu tư. Tuy nhiên, quyền ra quyết định trong tổ chức sẽ bị phân tán do quyền sở hữu bị chia nhỏ.

Điều quan trọng là các doanh nghiệp cần nhận thức rõ sự khác biệt giữa cổ đông sở hữu cổ phần ưu đãi và cổ đông sở hữu cổ phần phổ thông. Tùy



theo loại cổ phần mà cổ đông sở hữu sẽ có quyền lợi khác nhau. Cụ thể, cổ đông sở hữu cổ phần ưu đãi có quyền ưu tiên cao hơn đối với tài sản công ty nhưng không có quyền biểu quyết, trong khi cổ đông sở hữu cổ phần ưu đãi phổ thông có quyền biểu quyết cao hơn nhưng chi phí vốn cũng cao hơn.

Việc xem xét kỹ tất cả các yếu tố này sẽ giúp doanh nghiệp lựa chọn chiến lược huy động vốn phù hợp nhất với nhu cầu của mình.

Ưu và nhược điểm của hình thức góp vốn bằng nợ

Góp vốn bằng nợ (debt financing) là hình thức vay vốn từ các nguồn lực bên ngoài như nhà đầu tư hoặc thông qua phát hành trái phiếu doanh nghiệp. Ưu điểm của hình thức vay vốn này là doanh nghiệp không phải chia sẻ quyền sở hữu và có thể khấu trừ tiền lãi vay vào thuế.

Tuy nhiên, doanh nghiệp phải trả lại khoản vay cùng với lãi suất phát sinh, điều này có thể trở thành gánh nặng đối với doanh nghiệp nếu lợi nhuận không đủ. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần hiểu rõ các

hình thức công cụ nợ khác nhau trước khi quyết định lựa chọn chiến lược tài chính này. Ví dụ, doanh nghiệp có thể phát hành trái phiếu để huy động vốn, đồng thời, cam kết thanh toán lãi định kỳ cho các nhà đầu tư đã mua trái phiếu trước khi đến ngày đáo hạn.

Trước khi quyết định sử dụng hình thức góp vốn bằng nợ, doanh nghiệp cần cân nhắc kỹ giữa việc giữ quyền kiểm soát hoạt động và gánh nặng trả nợ cùng các loại phí phát sinh.

Các chiến lược huy động vốn sáng tạo

Các doanh nghiệp đang tìm cách tài trợ cho quá trình phát triển và mở rộng quy mô hoạt động có thể tìm hiểu nhiều hình thức huy động vốn khác nhau. Bên cạnh các hình thức truyền thống như góp vốn bằng nợ và chủ sở hữu, doanh nghiệp còn có thể tiếp cận vốn từ các nền tảng gọi vốn cộng đồng, cho vay ngang hàng, hoặc từ các đối tác chiến lược những nguồn vốn thường không tiếp cận được qua các phương pháp truyền thống.

Việc tận dụng các chiến lược thay thế này giúp tăng cơ hội để doanh nghiệp huy động vốn cần thiết

cho kế hoạch tương lai. Khi cân nhắc đến các hình thức tài trợ đa dạng hơn, chủ doanh nghiệp sẽ có cơ hội tiếp cận nhiều nguồn lực tài chính hơn nhờ các chiến thuật huy động vốn sáng tạo.

Nền tảng gọi vốn cộng đồng



Crowdfunding là nền tảng trực tuyến cho phép các tổ chức hoặc cá nhân huy động vốn từ nhiều nguồn cho các mục đích khác nhau từ khởi nghiệp kinh doanh, ra mắt sản phẩm mới, thanh toán nợ y tế, đến tài trợ nghiên cứu khoa học... Các nền tảng này hoạt động bằng cách cho phép người dùng tạo một trang thông tin giới thiệu dự án cần tài trợ. Sau đó, mọi người có thể đóng góp tiền vào dự án, và toàn bộ số tiền được gom lại rồi sau đó, phân phối theo mục đích.

Ưu điểm của crowdfunding là có thể huy động vốn nhanh từ nhiều người, thử nghiệm phản ứng thị trường trước khi ra mắt dự án và xây dựng cộng đồng người ủng hộ. Tuy nhiên, hình thức gọi vốn này cũng có rủi ro như gian lận tiềm ẩn, khó thuyết phục người đóng góp, và các khoản phí của nền tảng cần được xem xét khi chọn hình thức huy động vốn này.

Vì vậy, doanh nghiệp nên cân nhắc kỹ lưỡng ưu và nhược điểm trước khi quyết định liệu hình thức gọi vốn cộng đồng có phù hợp với mục tiêu huy động tài chính của mình hay không.

Cho vay ngang hàng

Cho vay ngang hàng là một hình thức huy động

vốn bằng nợ, trong đó, các nhà đầu tư cá nhân cho các công ty hoặc cá nhân cần vốn vay trực tiếp, mà không có sự tham gia của các tổ chức tài chính truyền thống.

Hình thức cho vay này cung cấp lãi suất hàng năm cạnh tranh từ các khoản đầu tư vào các khoản vay cá nhân không có tài sản bảo đảm. Thông qua nền tảng trực tuyến, người vay có thể gửi yêu cầu tài trợ và người cho vay sẽ đánh giá các yêu cầu đó. Nếu được chấp thuận, khoản vay sẽ được tài trợ bằng tiền mặt từ chính những người ủng hộ và sau đó, được hoàn trả cùng với lãi suất và phí.

Hình thức cho vay này cũng mang lại một số lợi ích tiềm năng bao gồm: lãi suất ưu đãi hơn so với ngân hàng, thời gian xử lý nhanh hơn và các phương án trả nợ linh hoạt. Tuy nhiên, bên cạnh đó cũng có những rủi ro tiềm tàng như nguy cơ vỡ nợ cao hay thiếu sự giám sát pháp lý có thể dẫn đến gian lận.

Chính vì vậy, doanh nghiệp cần cân nhắc kỹ lưỡng trước khi áp dụng chiến lược cho vay ngang hàng để huy động vốn.

Quan hệ đối tác chiến lược

Quan hệ đối tác chiến lược cho phép các công ty tận dụng nguồn lực và năng lực của nhau để đạt được mục tiêu chung. Điều này có thể bao gồm quyền tiếp cận nguồn vốn mà các bên khác không thể có, cũng như chuyên môn, công nghệ hoặc kênh phân phối. Các hình thức hợp tác này có thể là liên doanh, liên minh vốn cổ phần, hoặc các thỏa thuận chiến lược không cần góp vốn.

Bằng cách xác định cơ hội hợp tác, các doanh nghiệp có thể tận dụng sức mạnh lẫn nhau để thúc đẩy tăng trưởng và nhanh chóng đạt được mục tiêu huy động vốn. Ví dụ, trong trường hợp một công ty mới khởi nghiệp muốn mở rộng phạm vi ra toàn cầu, họ có thể liên minh với một công ty đã có mặt mạnh trên thị trường quốc tế. Khi đó, cả hai bên sẽ cùng nhận được lợi ích từ sự hợp tác này.

Khi tìm kiếm cơ hội xây dựng quan hệ đối tác, các bên cần hết sức thận trọng để bảo đảm tối đa hóa lợi ích và giảm thiểu rủi ro khi tham gia vào chiến lược hợp tác với đối tác khác trước khi ký kết.

Thu hút nhà đầu tư để huy động vốn

Để thu hút nhà đầu tư và bảo đảm có được vốn, doanh nghiệp cần trình bày một kế hoạch kinh doanh cụ thể và thuyết phục. Họ nên xây dựng mối quan hệ trong các mạng lưới phù hợp và đưa ra bằng chứng về thành công trước đó để tăng cơ hội gọi vốn thành công. Đồng thời, doanh nghiệp cần sẵn sàng trả lời các câu hỏi liên quan đến mô hình tài chính cũng như lợi thế cạnh tranh của mình so với đối thủ.

Việc nhấn mạnh vào tiềm năng sinh lời và giá trị mà nhà đầu tư sẽ nhận được khiến các doanh nghiệp trở nên hấp dẫn hơn trong mắt các nhà đầu tư và tăng khả năng được tài trợ. Điều này đóng vai trò thiết yếu cho sự phát triển hoặc tồn tại của doanh nghiệp.

Xây dựng bài thuyết trình huy động vốn hấp dẫn

Một bài thuyết trình mạnh mẽ và thuyết phục là yếu tố then chốt để doanh nghiệp thu hút nhà đầu tư và nhận được tài trợ. Bài trình bày cần có: phần mô tả rõ ràng về vấn đề cần giải quyết, giải pháp mà doanh nghiệp đưa ra, hiểu biết về khách hàng mục tiêu và đối thủ cạnh tranh, đội ngũ nhân sự có năng lực, cùng với các dự báo tài chính chi tiết. Đặc biệt, để tăng tính thuyết phục về mặt trực quan, phần kết luận của bài trình bày cần có lời kêu gọi hành động rõ ràng như đầu tư hoặc sắp xếp các buổi trao đổi tiếp theo.

Khi xây dựng bài thuyết trình này, cần tập trung vào các yếu tố khiến nhà đầu tư hứng thú như cơ hội thị trường, điểm độc đáo của sản phẩm so với các đối thủ và tiềm năng đạt được thành công nhanh chóng sau khi được tài trợ. Việc thể hiện những yếu tố này sẽ giúp tăng độ tin cậy và tạo cơ hội cao hơn

để huy động được vốn bằng cách truyền tải hiệu quả giá trị cốt lõi của doanh nghiệp.

Xây dựng mạng lưới vững mạnh



Việc thiết lập các mối quan hệ mạng lưới vững mạnh là điều quan trọng đối với các doanh nhân đang tìm kiếm vốn và nhà đầu tư cho doanh nghiệp của mình. Tham gia các sự kiện liên quan đến ngành nghề là một giải pháp thiết yếu để xây dựng quan hệ với các nhà tài trợ tiềm năng, đồng thời, tận dụng các kênh mạng xã hội và nền tảng trực tuyến. Bằng cách kết nối với những người hoặc công ty hàng đầu trong lĩnh vực đó, doanh nghiệp có thể thu nhận được kiến thức quý báu, lời khuyên hữu ích cũng như mở ra cánh cửa tiếp cận với các nhà đầu tư tiềm năng.

Đặc biệt, đối với những doanh nghiệp cần thêm hỗ trợ trong việc kêu gọi vốn từ các nhà tài trợ, việc đăng ký tham gia các tổ chức chuyên nghiệp có thể giúp việc kết nối dễ dàng hơn. Tương tự, tham dự các sự kiện tập trung vào hoạt động gọi vốn cũng được xem là một lựa chọn tuyệt vời. Dành thời gian để xây dựng các mối liên kết vững chắc có thể gia tăng cơ hội nhận được nguồn vốn cần thiết để doanh nghiệp phát triển thành công về sau.

Thể hiện hồ sơ thành tích rõ ràng

Để thu hút nhà đầu tư, doanh nghiệp cần chứng minh được hiệu quả tích cực từ những thành tựu đã đạt được. Việc trình bày một hồ sơ thành tích rõ ràng giúp xây dựng độ tin cậy với các nhà tài trợ tiềm năng, khiến họ sẵn sàng hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp. Các công ty cần minh chứng bằng số liệu cụ

thể về những dự án thành công, ví dụ như gia tăng doanh thu, mở rộng thị phần hoặc cải thiện sự hài lòng của khách hàng. Việc làm rõ các thành tựu trong quá khứ giúp doanh nghiệp chứng minh năng lực đạt được mục tiêu khi có được nguồn vốn, từ đó, nâng cao khả năng thu hút được các khoản đầu tư bên ngoài để tiếp tục phát triển.

Chuẩn bị cho quá trình kêu gọi vốn

Việc tổ chức báo cáo tài chính, xây dựng một kế hoạch kinh doanh bài bản và bảo đảm tuân thủ các yêu cầu pháp lý đều là những bước không thể thiếu trong quá trình gọi vốn, giúp doanh nghiệp trở thành cơ hội đầu tư hấp dẫn trong mắt các nhà đầu tư.

Để quá trình này hiệu quả hơn, doanh nghiệp nên cân nhắc đầu tư vào các công cụ số hiện đại nhằm quản lý tài chính và các khoản đầu tư một cách hiệu quả hơn.

Sắp xếp báo cáo tài chính

Việc sắp xếp báo cáo tài chính yêu cầu thu thập và trình bày tất cả thông tin quan trọng cho nhà đầu tư, bao gồm việc bảo đảm rằng các tài khoản chính xác, cập nhật và tuân thủ các quy định kế toán. Để bảo đảm tính chính xác, cần kiểm tra quy trình nhập liệu, đối soát tài khoản ngân hàng thường xuyên cũng như rà soát các báo cáo tài chính định kỳ.

Ngoài ra, việc sử dụng các công cụ kỹ thuật số như phần mềm lập ngân sách hoặc hệ thống kế toán có thể giúp đơn giản hóa quy trình báo cáo, hỗ trợ tổ chức giám sát thu chi và theo dõi ngân sách hiệu quả. Nhờ vào đó, doanh nghiệp có thể trình bày rõ ràng hơn tình hình tài chính với các nhà đầu tư tiềm năng.

Xây dựng kế hoạch kinh doanh vững chắc

Doanh nghiệp nên xây dựng một kế hoạch kinh doanh toàn diện và có cấu trúc rõ ràng để có thể kêu gọi được hỗ trợ tài chính từ nhà đầu tư, trong đó, bao gồm: tóm tắt điều hành, mô tả công ty, phân tích thị trường, phân tích cạnh tranh, mô tả tổ chức/quản lý

và các dự báo tài chính thực tế dựa trên nghiên cứu sâu về ngành và đối thủ.

Việc trình bày chuyên nghiệp các nội dung này giúp doanh nghiệp thể hiện năng lực chiến lược, từ đó, tăng khả năng nhận được nguồn vốn cho các sáng kiến phát triển.

Bảo đảm tuân thủ pháp lý

Bảo đảm tuân thủ pháp lý là bước nền tảng trong quá trình gọi vốn, nhằm bảo vệ cả doanh nghiệp lẫn nhà đầu tư khỏi các rủi ro pháp lý hoặc chế tài. Doanh nghiệp cần rà soát kỹ lưỡng các quy định pháp luật liên quan đến lĩnh vực hoạt động, thị trường mục tiêu và hình thức đầu tư.

Để bảo đảm tuân thủ, doanh nghiệp nên tham khảo ý kiến từ các chuyên gia pháp lý, xin cấp giấy phép cần thiết, đăng ký với các cơ quan quản lý phù hợp và xây dựng các hợp đồng/thỏa thuận hợp pháp. Bằng cách tuân thủ nghiêm ngặt các yêu cầu pháp luật, doanh nghiệp có thể giảm thiểu rủi ro và mang lại sự tin tưởng lớn hơn cho các nhà đầu tư khi xem xét rót vốn.

Kết luận

Việc gọi vốn là yếu tố then chốt đối với các doanh nghiệp mong muốn mở rộng hoạt động cũng như đạt được thành công. Vì vậy, doanh nghiệp cần cân nhắc kỹ lưỡng để lựa chọn phương án phù hợp với nhu cầu cụ thể, từ các hình thức như tài trợ nợ, đầu tư cổ phần, gọi vốn cộng đồng đến hợp tác chiến lược.

Để thu hút nhà đầu tư, doanh nghiệp cần có sự chuẩn bị kỹ càng: một bài thuyết trình thuyết phục, mạng lưới kết nối rộng, báo cáo tài chính rõ ràng cùng kế hoạch kinh doanh vững chắc. Việc chuẩn bị chu đáo cho quá trình tiếp cận nguồn vốn sẽ gia tăng đáng kể cơ hội huy động thành công các nguồn lực cần thiết, giúp doanh nghiệp đạt được mục tiêu dài hạn và phát triển ở tầm cao hơn./.

Khánh Linh

(Theo: *startups.com*)



ĐỂ CẠNH TRANH VỚI NHỮNG GÃ KHỔNG LỒ CÔNG NGHỆ, PHẢI TÌM RA LỢI THẾ CỦA RIÊNG MÌNH

Trong bối cảnh kinh doanh kỹ thuật số và công nghệ toàn cầu ngày nay, các doanh nghiệp truyền thống có thể gặp khó khăn trong việc thích ứng với bản chất luôn thay đổi của các chiến lược hệ sinh thái. Do vậy, cần phải có một sự thay đổi căn bản trong tư duy chiến lược.

Thay đổi góc nhìn: không thể thiếu các “gã khổng lồ” công nghệ trong hệ sinh thái của doanh nghiệp

Các doanh nghiệp truyền thống, vốn quen thuộc với phương pháp tiếp cận tuyến tính và khép kín, có thể gặp khó khăn khi điều chỉnh theo đặc tính mở, năng động và phụ thuộc lẫn nhau của các chiến lược hệ sinh thái. Tuy nhiên, giờ đây điều quan trọng là cần thay đổi cách tiếp cận và tư duy.

Thường thì các doanh nghiệp truyền thống tự

xem mình như là những “khách mời” trong hệ sinh thái của các “gã khổng lồ” công nghệ khi hợp tác với họ. Tuy nhiên, doanh nghiệp cũng cần nhận biết được một điểm quan trọng đó là, chính các ông lớn công nghệ này cũng đang cố gắng tạo ra giá trị cho bạn trong những mối quan hệ đó. Nhờ các ông lớn công nghệ, một phần đáng kể trong hệ sinh thái của doanh nghiệp của bạn đã được thiết lập sẵn và dễ dàng tiếp cận.

Bằng cách thay đổi góc nhìn và coi các ông lớn

công nghệ này như là những mắt xích trong hệ sinh thái của chính bạn, bạn có thể chủ động hơn trong việc tận dụng các nguồn lực của họ, chẳng hạn như dữ liệu và hạ tầng, từ đó, thúc đẩy đổi mới và tăng trưởng.

Trong kỷ nguyên kỹ thuật số hiện nay, không mấy khó khăn khi sử dụng tài nguyên từ các ông lớn công nghệ để thúc đẩy sáng tạo. Các công ty có thể khai thác vô vàn nguồn lực sẵn có từ hàng triệu đánh giá sản phẩm trên Amazon, kho video miễn phí khổng lồ trên YouTube, đến các thuật toán mã nguồn mở của Google. Nhờ các ông lớn công nghệ, một phần lớn hệ sinh thái của bạn đã được thiết lập sẵn và dễ dàng tiếp cận.

Anker: “Siêu nạp” hệ sinh thái của mình

Anker là một trong những thương hiệu sinh ra trên nền tảng Amazon. Được thành lập năm 2011 bởi Steven Yang, một cựu nhân viên của Google, Anker bán các phụ kiện kỹ thuật số như pin, cáp, bộ sạc và các sản phẩm tương tự. Đây là những sản phẩm mà hàng trăm nhà sản xuất và đại lý khác cũng cung cấp. Bên cạnh đó, còn có các sản phẩm thương hiệu nổi tiếng như cáp của Apple và nhiều thiết bị kỹ thuật số với mức giá cạnh tranh của các nhãn riêng của Amazon.

Yang khẳng định Amazon đóng vai trò quan trọng trong thành công của công ty. Ngoài cơ sở hạ tầng đã được Amazon xây dựng giúp tiết kiệm chi phí bán lẻ và logistic, Yang cho rằng “bí quyết để xây dựng những sản phẩm chất lượng cao và sáng tạo là lắng nghe khách hàng. Các đánh giá trên Amazon thực sự là nguồn đầu vào quan trọng nhất cho quy trình phát triển sản phẩm mới của Anker. Anker bảo đảm rằng các sản phẩm mới được bắt đầu từ những nhu cầu mà khách hàng bày tỏ”.

Tận dụng đà phát triển và các đánh giá tích cực trên Amazon, công ty bắt đầu bán hàng thông qua các trang web trực tiếp tới người tiêu dùng (D2C)

cũng như mở rộng sang các kênh phân phối khác. Ví dụ, Anker còn bán sản phẩm trong các cửa hàng chính thức của Apple, đặt cạnh các sản phẩm tương tự của Apple như cáp sạc.



Anker đã cung cấp cả một hệ sinh thái sạc và lưu trữ năng lượng tiện lợi.

Anker cũng đã hợp tác với các nhà bán lẻ truyền thống như Best Buy, Costco, Target và Walmart để đưa sản phẩm vào các kênh bán hàng của họ. Thông qua chiến lược này, Anker đã phát triển một hệ sinh thái bao gồm nhiều ông lớn công nghệ như Amazon và Apple, qua đó, củng cố thêm vị thế của mình trên thị trường.

Các doanh nghiệp truyền thống, giống như Anker, nên tiếp cận với tư duy chủ động, xem các ông lớn công nghệ như những thành viên tiềm năng trong hệ sinh thái của mình. Thay vì chỉ đơn thuần sử dụng các ông lớn như kênh phân phối để mở rộng phạm vi tiếp cận, doanh nghiệp truyền thống nên tận dụng các công ty công nghệ này để nâng cao năng lực đổi mới của chính mình. Chính năng lực đổi mới được cải thiện này không chỉ mang lại lợi thế cạnh tranh so với các ông lớn công nghệ, mà còn khiến nhiều công ty công nghệ muốn tham gia vào hệ sinh thái của doanh nghiệp truyền thống. Điều này, đến lượt nó, sẽ củng cố vị thế đàm phán của doanh nghiệp trước từng ông lớn công nghệ.

Phương án	Lợi thế	Thách thức
Hub (đầu mối trung tâm)	Kiểm soát luồng giá trị, dữ liệu, các chuẩn giao tiếp	Đòi hỏi đầu tư lớn, rủi ro cao; cần cam kết dài hạn
Non-hub (không phải đầu mối)	Vào cuộc nhanh, giảm rủi ro, học hỏi và tích lũy nguồn lực	Phụ thuộc vào hub khác, quyền lực thương lượng thấp hơn

Hub hay không hub? Chọn con đường phù hợp để mở rộng hệ sinh thái

Khi xây dựng hệ sinh thái, doanh nghiệp đứng trước hai lựa chọn trở thành một trung tâm (hub) hoặc không trở thành trung tâm (non-hub). Cả hai đều có ưu và nhược điểm.

Một trung tâm trong hệ sinh thái là tổ chức cung cấp các dịch vụ thiết yếu, công nghệ hoặc kết nối được nhiều người tham gia khác sử dụng. Điều phối một hệ sinh thái với vai trò trung tâm là một nhiệm vụ lớn, đòi hỏi doanh nghiệp phải đầu tư mạo hiểm trước với hy vọng thu được lợi ích sau này. Đối với các doanh nghiệp truyền thống không quen với việc đóng vai trò trung tâm và thiếu cam kết đầu tư thời gian, năng lượng và nguồn lực, đảm nhận vai trò này có thể tiềm ẩn rủi ro đáng kể.

Hành trình của Anker cho thấy rằng, để xây dựng hệ sinh thái, không nhất thiết phải trở thành trung tâm. Anker không đặt mục tiêu trở thành trung tâm cho các thành viên trong hệ sinh thái của mình, cũng không phải là yếu tố sống còn đối với các thành viên trong đó.

Dù việc không làm trung tâm có thể khiến doanh nghiệp phụ thuộc vào các bên khác và không có quyền lực như các trung tâm, doanh nghiệp vẫn có thể giảm thiểu rủi ro và nhanh chóng hưởng lợi từ hệ sinh thái.

Hệ sinh thái của Ping An

Ping An khởi đầu là một văn phòng nhỏ gồm 13 người, chuyên bảo hiểm tài sản và tai nạn ở Thâm

Quyển, Trung Quốc vào năm 1988 và đã phát triển thành một tập đoàn có đến 1,4 triệu nhân viên bán hàng vào thời kỳ đỉnh cao năm 2017.

Qua nhiều năm, Ping An đã triển khai chiến lược “tài chính kết hợp hệ sinh thái” theo ba bước:

1. Đầu tiên, sử dụng công nghệ để nâng cao năng lực cạnh tranh cho mảng dịch vụ tài chính cốt lõi.
2. Thứ hai, tận dụng công nghệ để xây dựng năm hệ sinh thái mới. Khi xây dựng từng hệ sinh thái, Ping An phát triển các tình huống sử dụng trước, sau đó, tạo lưu lượng truy cập, tạo doanh thu và kỳ vọng có lãi trong tương lai.
3. Sau khi xây dựng các hệ sinh thái, công ty còn hy vọng sẽ sử dụng chính chúng để tăng trưởng mảng tài chính.

Ping An lựa chọn năm hệ sinh thái này vì mỗi lĩnh vực đều có cơ hội kinh doanh đủ lớn: chúng tạo ra nhiều điểm chạm để Ping An hiểu rõ hơn nhu cầu của khách hàng và có thể tận dụng thế mạnh tài chính của công ty.

Ngay cả với những doanh nghiệp giàu tài nguyên như Ping An, phát triển hệ sinh thái với tư cách trung tâm trong một môi trường cạnh tranh cũng là một thách thức lớn. Đa số doanh nghiệp truyền thống không có nhiều nguồn lực như Ping An. Vì thế, ngay cả khi mong muốn trở thành trung tâm, bắt đầu với vai trò không phải trung tâm vẫn có thể mang lại lợi ích. Cách tiếp cận này cho phép doanh nghiệp hỗ trợ các bên khác, đồng thời, tích lũy kinh nghiệm, hiểu

được nhu cầu của khách hàng và đối tác, và tích lũy kỹ năng, tài nguyên cho việc trở thành trung tâm trong tương lai.

Đối với các công ty tham gia vào hệ sinh thái muộn, việc áp dụng chiến lược mua lại có thể là một cách hiệu quả để trở thành trung tâm. Ping An đã áp dụng chiến lược này thành công trong hệ sinh thái dịch vụ ô tô. Tương tự, Adidas bước chân vào thị trường thể dục số, nơi mà Nike đã đi trước, bằng cách mua lại ứng dụng chạy bộ Runtastic năm 2015, khi ứng dụng này đã có 70 triệu người dùng. Thương vụ mua lại nhanh chóng trở thành nền tảng cho chiến lược số của Adidas. Hiện nay, hơn 170 triệu người sử dụng Adidas Running để theo dõi hơn 90 môn thể thao và hoạt động thể chất.

Nền tảng vững chắc: xây dựng hệ sinh thái dựa trên sản phẩm cốt lõi mạnh

Những hệ sinh thái thành công thường bắt đầu với các sản phẩm cốt lõi có sức hút và khả năng phòng thủ cao. Để bảo đảm tăng trưởng bền vững của một hệ sinh thái, doanh nghiệp phải ưu tiên năng lực bảo vệ sản phẩm cốt lõi của mình.

Trong trường hợp của Anker, Công ty đã có thể thuyết phục các ông lớn như Apple và Costco tham gia hệ sinh thái của mình là nhờ nỗ lực không ngừng trong việc xác định nhu cầu khách hàng và đầu tư R&D để tạo ra những sản phẩm thành công.

Hệ sinh thái của Nike

Một trong những nỗ lực đầu tiên của Nike trong lĩnh vực thể thao là ra mắt FuelBand năm 2012 - vòng đeo tay theo dõi thể lực tích hợp tính năng xã hội. Tính năng chính của sản phẩm NikeFuel là cung cấp một đơn vị chung để đo lường các hoạt động vận động khác nhau. Đây là một phần trong chiến lược của Nike nhằm kết hợp công nghệ số với sản phẩm vật lý, từ đó, xây dựng một hệ sinh thái thể thao và sức khỏe.



Vòng đeo tay thể thao Nike+ Fuelband.

Tuy nhiên, Nike nhanh chóng nhận ra rằng vị thế thị trường của FuelBand không đủ vững chắc. Thị trường thiết bị đeo phát triển nhanh chóng với sự cạnh tranh từ Fitbit, Jawbone UP và đặc biệt là sự xuất hiện của đồng hồ thông minh, điển hình là Apple Watch, với nhiều chức năng hơn hẳn. Nhận ra rằng đổi mới phần cứng không phải là điểm mạnh của mình, Nike đã ngừng FuelBand vào năm 2014 để tập trung vào phần mềm. Các sản phẩm số như Nike Run và Nike Training Club phù hợp hơn với thế mạnh về thương hiệu, sáng tạo nội dung và gắn kết cộng đồng đã trở thành trung tâm của hệ sinh thái thể dục và sức khỏe của Nike.

Bài học rút ra

- Hãy xem “ông lớn” là thành viên trong hệ sinh thái của chính bạn chứ không phải ngược lại.
- Bắt đầu với vai trò phù hợp (thậm chí non-hub nếu cần), học hỏi và tích lũy, rồi nâng cấp dần lên hub khi hội đủ nguồn lực.
- Cốt lõi vẫn là sản phẩm đủ khác biệt và phòng thủ tốt, nền móng để thu hút, giữ chân đối tác và khách hàng trong hệ sinh thái./.

Phương Anh

(Theo Harvard Business School)