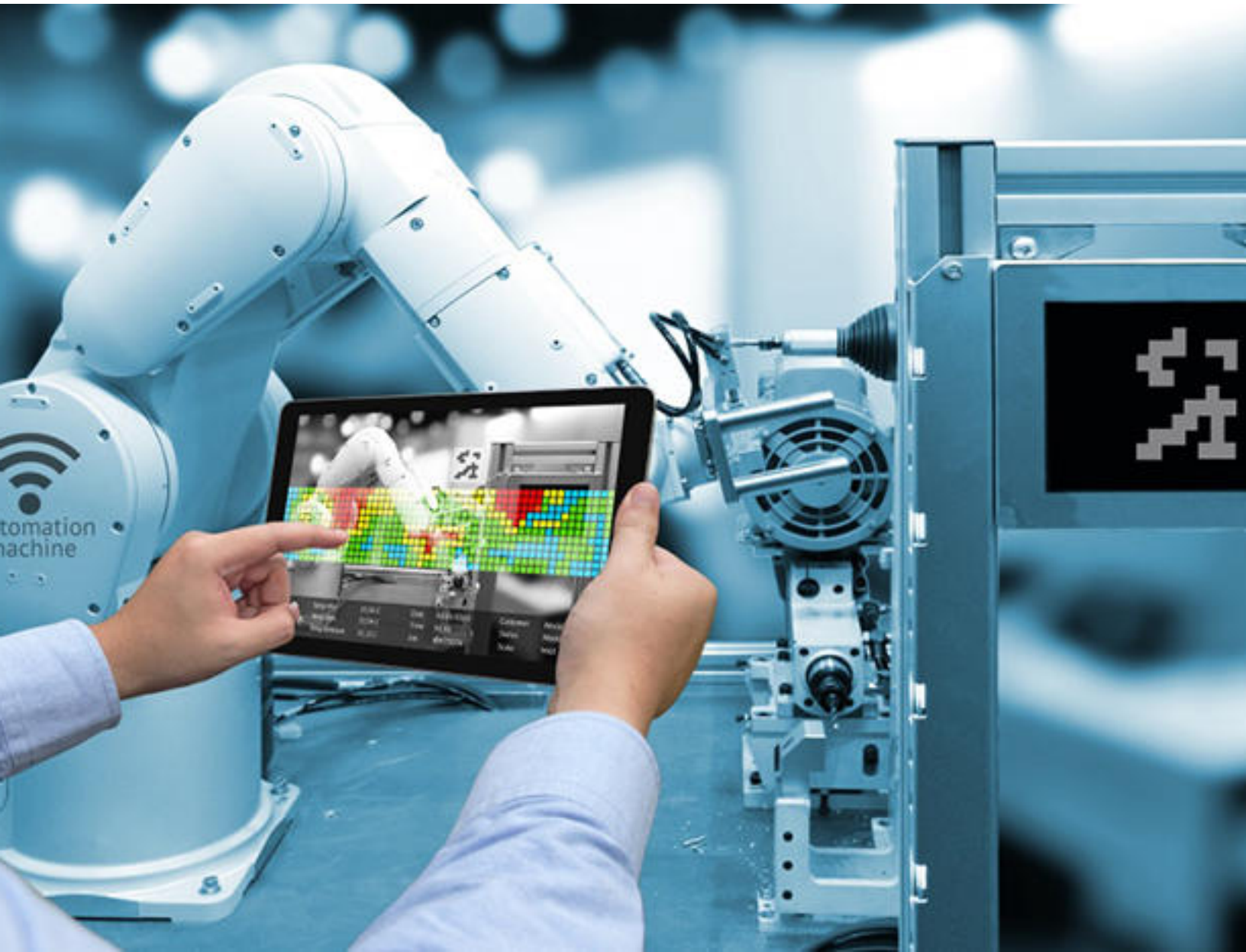
BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC THÔNG TIN, THỐNG KÊ

BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

Số 28.2025



TIN TỨC SỰ KIỆN

01 Chính phủ bổ sung điều kiện góp vốn cho quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo

02 Thủ tướng nhấn mạnh quan điểm toàn dân tham gia khởi nghiệp

03 Tuổi Trẻ Startup Award 2025 - "Cùng AI kiến tạo tương lai"

04 FiNC+ 2025: Mở rộng mô hình ươm tạo startup trên nền tảng số

KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

05 UCTalent - Nền tảng tuyển dụng nhân tài Web3

06 Hiểu kỳ vọng của nhà đầu tư trong các startup

XU HƯỚNG CÔNG NGHỆ

07 Xu hướng truyền thông số 2025: Mạng xã hội thống trị ngành giải trí



CỤC THÔNG TIN, THỐNG KÊ
24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: (024) 38262718



CHÍNH PHỦ BỔ SUNG ĐIỀU KIỆN GÓP VỐN CHO QUỸ ĐẦU TƯ KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

Nghị định số 210/2025/NĐ-CP ngày 21/7/2025 sửa đổi bổ sung một số điều của Nghị định số 38/2018/NĐ-CP về đầu tư cho doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo, trong đó sẽ chấp nhận thêm các loại tài sản góp vốn cho quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo, bao gồm: quyền sở hữu trí tuệ, công nghệ, bí quyết kỹ thuật (bên cạnh tiền mặt và tài sản thông thường)...

Nghị định 210/2025/NĐ-CP có hiệu lực thi hành từ ngày 15/9/2025.

Nghị định số 210/2025/NĐ-CP quy định tài sản góp vốn cho quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo có thể bằng Đồng Việt Nam, quyền sử dụng đất, quyền sở hữu trí tuệ, công nghệ, bí quyết kỹ thuật và các tài sản khác có thể định giá được bằng Đồng Việt Nam.

Danh mục hoạt động đầu tư của quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo:

Thứ nhất, đầu tư vào doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo với tổng mức đầu tư không quá 50% vốn điều lệ của doanh nghiệp sau khi nhận đầu tư.

Thứ hai, đầu tư các công cụ có thể chuyển đổi;

Thứ ba, đầu tư quyền mua cổ phần tại doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo. Giao dịch này không được chuyển nhượng cho các bên thứ ba.

Nghị định cũng nêu rõ: Quỹ đầu tư khởi nghiệp

sáng tạo được sử dụng vốn nhàn rỗi từ vốn góp của các nhà đầu tư để gửi tiền có kỳ hạn hoặc mua chứng chỉ tiền gửi tại các tổ chức tín dụng theo quy định của pháp luật nhưng phải đảm bảo an toàn vốn. Công ty quản lý quỹ chỉ được gửi tiền và mua chứng chỉ tiền gửi tại các tổ chức tín dụng đã được Ban đại diện quỹ phê duyệt.

Toàn bộ số vốn góp và tài sản của các nhà đầu tư tại quỹ phải được hạch toán độc lập với nguồn vốn và tài sản của công ty thực hiện quản lý quỹ. Các nhà đầu tư góp vốn thành lập quỹ tự thỏa thuận về thẩm quyền quyết định danh mục hoạt động đầu tư và nội dung này phải được quy định tại Điều lệ quỹ và hợp đồng với công ty thực hiện quản lý quỹ (nếu có).

Quỹ đầu tư phải cung cấp thông tin định kỳ cho cơ quan đăng ký kinh doanh cấp tỉnh để theo dõi, giám sát.

Ngoài ra, Nghị định số 210/2025/NĐ-CP sửa đổi Điều 15 Nghị định số 38/2018/NĐ-CP về trình tự thông báo giải thể quỹ, trong đó bổ sung về hình thức gửi hồ sơ trực tuyến và quy định rõ trách nhiệm cung cấp thông tin định kỳ cho nhà đầu tư và cơ quan đăng ký kinh doanh cấp tỉnh để theo dõi, giám sát trong suốt quá trình giải thể, thanh lý tài sản.



Hoạt động thanh lý tài sản, thời hạn thanh lý tài sản của quỹ thực hiện theo phương án giải thể đã được Đại hội nhà đầu tư thông qua, nhưng không quá 1 năm, kể từ ngày công bố bản thông báo về việc giải thể quỹ.



Trong thời gian quỹ đang thanh lý tài sản để giải thể, phí quản lý, phí giám sát và các chi phí khác được thu theo biểu phí đã được Đại hội nhà đầu tư thông qua. Sau ngày giải thể quỹ, định kỳ hàng tháng, công ty thực hiện quản lý quỹ cung cấp cho nhà đầu tư thông tin về mức thanh toán trên một phần vốn góp, chi phí phát sinh trong kỳ, giá trị tài sản ròng còn lại của quỹ và giá trị tài sản phân phối cho nhà đầu tư. Thông báo gửi cho nhà đầu tư phải được cung cấp cho Cơ quan đăng ký kinh doanh cấp tỉnh để theo dõi, giám sát.

Các quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo đã thành lập và hoạt động theo quy định tại Nghị định số 38/2018/NĐ-CP ngày 11/3/2018 của Chính phủ, đã nhận thông báo thành lập quỹ hợp lệ của cơ quan có thẩm quyền trước ngày 15/9/2025 thì không phải đáp ứng các quy định mới tại Điều 5 về Quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo.

Các quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo đã được công ty thực hiện quản lý quỹ gửi thông báo tới Cơ quan đăng ký kinh doanh cấp tỉnh nơi công ty đặt trụ sở chính để xem xét tính hợp lệ nhưng chưa nhận được văn bản thông báo của Cơ quan đăng ký kinh doanh cấp tỉnh về việc thành lập quỹ hợp lệ trước ngày 15/9/2025 thì phải tuân thủ quy định mới tại Điều 5 về Quỹ đầu tư khởi nghiệp sáng tạo./.

THỦ TƯỚNG NHẤN MẠNH QUAN ĐIỂM TOÀN DÂN THAM GIA KHỞI NGHIỆP

Góp ý về đề án xây dựng quốc gia khởi nghiệp, Thủ tướng Chính phủ nhấn mạnh quan điểm toàn dân tham gia khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, đóng góp vào tăng trưởng GDP.

Sáng 22/7, Thủ tướng Phạm Minh Chính chủ trì các cuộc họp của Thường trực Chính phủ về một số nội dung quan trọng, trong đó có đề án xây dựng quốc gia khởi nghiệp. Tại cuộc họp, Thủ tướng đề nghị nghiên cứu, đề xuất bổ sung, làm rõ hơn nội hàm về đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số.

Thủ tướng nhấn mạnh quan điểm: Toàn dân tham gia khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số dưới sự lãnh đạo của Đảng, quản lý của Nhà nước, sự thúc đẩy của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam; gắn với sự phát triển nhanh, bền vững của đất nước; đóng góp vào tăng trưởng GDP và tăng năng suất lao động.

Thủ tướng cũng lưu ý các giải pháp về nâng cao nhận thức; xây dựng, hoàn thiện thể chế; khuyến khích nguồn lực nội tại, các chủ thể phát huy tinh thần tự lực, tự cường, vươn lên từ "bàn tay, khối óc, mảnh đất, khung trời, cửa biển" của mình.



Đồng thời có các chính sách hỗ trợ phù hợp; đào tạo nhân lực, phát triển hệ sinh thái; sơ kết, tổng kết, khen thưởng, đẩy mạnh thông tin, tuyên truyền, xây dựng, nhân rộng các điển hình tiên tiến, mô hình hay, cách làm hiệu quả; từ đó tạo phong trào, xu thế khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số không có giới hạn, các chủ thể vượt qua giới hạn của chính mình.



Những chỉ đạo sâu sắc của Thủ tướng Chính phủ tại cuộc họp không chỉ khẳng định vai trò chiến lược của khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong phát triển đất nước, mà còn mở ra một tầm nhìn toàn diện: mỗi người dân đều là một phần của quốc gia khởi nghiệp. Khi tư duy khởi nghiệp lan tỏa trong toàn xã hội, khi từng "bàn tay, khối óc" được khơi dậy và kết nối với thể chế thuận lợi, chính sách đồng hành và hệ sinh thái hỗ trợ mạnh mẽ, Việt Nam hoàn toàn có thể bứt phá, nâng cao năng suất lao động, tăng trưởng GDP và phát triển bền vững trong kỷ nguyên số./.



TUỔI TRẺ STARTUP AWARD 2025 - "CÙNG AI KIẾN TẠO TƯƠNG LAI"

Tuổi Trẻ Startup Award 2025 lần thứ 6 với chủ đề "Cùng AI kiến tạo tương lai" do báo Tuổi Trẻ, phối hợp cùng Hội Liên hiệp Thanh niên Việt Nam TP. Hồ Chí Minh và Trung tâm Hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp (BSSC) tổ chức.

Mùa thứ sáu thực hiện, chương trình tiếp nối sứ mệnh khơi gợi tinh thần đổi mới sáng tạo, dấn thân khởi nghiệp, đồng thời tạo diễn đàn kết nối giữa các nhà khởi nghiệp, chuyên gia công nghệ, nhà đầu tư và cộng đồng doanh nghiệp.

Chương trình được phát động và nhận hồ sơ tham dự từ ngày 22/7/2025 đến hết ngày 30/9/2025. Hội đồng sơ khảo sẽ thẩm định và chọn ra 30 startup tiêu biểu.

Ngoài ra, Hội đồng thẩm định chuyên môn sẽ chọn ra top 10 vinh danh, top 5 sẽ được trực tiếp gặp gỡ các chuyên gia trong Hội đồng thẩm định chuyên môn cho phần thi chung khảo chọn ra các giải thưởng giá trị nhất tại vòng Coffee Talk, dự kiến diễn ra cuối tháng 10/2025 tại TP. Hồ Chí Minh. Những startup sáng giá sẽ được vinh danh tại sự kiện Gala vào tháng 11/2025.

Các startup vào chung kết sẽ được vinh danh và nhận được các giải thưởng đặc biệt với sự đồng hành của các đơn vị: Ngân hàng Thương mại Cổ phần Á châu (ACB), Công ty Cổ phần Thành Thành Công - Biên Hòa (TTC-AgriS), Tập đoàn VinaCapital, Công ty Cổ phần Kiểm định Xây dựng An Hòa, Công ty Bảo hiểm Nhân thọ Dai-ichi Việt Nam. Trong đó, giải thưởng cao nhất trị giá 100 triệu đồng từ cố vấn chương trình ông Phạm Phú Ngọc Trai.

Tại buổi công bố chương trình Tuổi Trẻ Startup Award 2025 chiều ngày 22/7/2025, Phó Tổng biên tập báo Tuổi Trẻ Trần Xuân Toàn cho biết mùa thứ 6 của Tuổi Trẻ Startup Award 2025 chọn chủ đề "Cùng AI kiến tạo tương lai". Ban tổ chức muốn tạo cảm hứng cho các startup, giúp họ sử dụng AI như một bàn đạp để phát triển. Trong 6 mùa qua, chương trình đã hỗ trợ hơn 100 startup tiêu biểu.

Theo nhà báo Võ Hùng Thuật - Giám đốc Trung tâm Dịch vụ truyền thông (báo Tuổi Trẻ), 2025 là thời điểm bản lề của tiến trình chuyển đổi số quốc gia với nhiều chương trình được triển khai sâu rộng. Tuổi Trẻ Start-up Award 2025 "Cùng AI kiến tạo tương lai" tiếp tục là sân chơi truyền cảm hứng cho các bạn trẻ khởi nghiệp và mong muốn trở thành nền tảng kết nối các giải pháp công nghệ có khả năng tạo tác động thực tiễn đến xã hội và nền kinh tế số.

Giải thưởng năm nay kỳ vọng lớn sẽ lan tỏa tinh thần khởi nghiệp số trong giới trẻ, giúp họ tiếp cận và ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) như một công cụ thiết thực trong hành trình sáng tạo và đổi mới.

Tuổi Trẻ Startup Award 2025 còn hướng tới phát hiện và hỗ trợ những giải pháp chuyển đổi số mang tính ứng dụng cao, đặc biệt trong các lĩnh vực còn thiếu giải pháp tối ưu như tài chính, sản xuất, môi trường, giáo dục, y tế, nông nghiệp và logistics. Do đó còn nhiều cơ hội để startup công nghệ có thể đóng góp.

Ông Phạm Phú Ngọc Trai, nhà sáng lập và chủ tịch Liên minh Tái chế bao bì (PRO Việt Nam), khẳng định: Chúng ta có quyền hy vọng đưa đất nước trở thành quốc gia có thu nhập cao trong những năm tới. Nổi bật là sự hợp tác của các nhà khoa học trong nghiên cứu làm thế nào để máy móc có thể suy nghĩ như con người, nhằm giảm áp lực và đảm bảo hiệu quả.

"Chúng ta đang sống trong thời kỳ tái cấu trúc toàn cầu, và AI là nền tảng nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia. AI giúp các startup tiếp cận một cách nhanh chóng với chi phí thấp để cải tiến. Tuy nhiên giá trị thực sự không đến từ công nghệ, mà từ con người sử dụng nó. Động lực chủ đạo chính là yếu tố con người và sự dấn thân", ông Phạm Phú Ngọc Trai chia sẻ.



Tại buổi công bố, Phó giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ TP. Hồ Chí Minh Trần Trọng Tuyên nhấn mạnh vai trò quan trọng của AI trong khởi nghiệp sáng tạo và việc thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Để đồng hành với khởi nghiệp sáng tạo, đặc biệt là trong lĩnh vực AI, Sở Khoa học và Công nghệ dự kiến đưa vào hoạt động Trung tâm Khởi nghiệp sáng tạo, thúc đẩy chiến lược sử dụng AI cho khởi nghiệp sáng tạo qua các chương trình đào tạo, cuộc thi. Những sản phẩm đạt giải thưởng sẽ được hỗ trợ để phát triển thành các doanh nghiệp có giá trị và mạnh mẽ. Cùng với những chính sách hỗ trợ trong giai đoạn tới, Sở sẽ tham mưu những giải pháp để “cởi trói” cho các doanh nghiệp khởi nghiệp, giúp họ có thể phát triển một cách linh hoạt và bền vững.

Ngoài ra, tọa đàm chuyên đề “AI phục vụ doanh nghiệp khởi nghiệp” phân tích mối quan hệ giữa con người và AI trong hành trình khởi nghiệp. Đây là không gian đa chiều, nơi các startup, quỹ đầu tư, doanh nghiệp công nghệ và ngân hàng cùng chia sẻ kinh nghiệm, truyền cảm hứng./.



FINC+ 2025: MỞ RỘNG MÔ HÌNH ƯƠM TẠO STARTUP TRÊN NỀN TẢNG SỐ

FiNC+ là Chương trình được triển khai với sự tài trợ của Sở Khoa học và Công nghệ TP. Đà Nẵng nhằm hỗ trợ các dự án khởi nghiệp sáng tạo. Đồng thời, hướng đến việc mở rộng mô hình ươm tạo trên nền tảng số cho các nhóm dự án sinh viên khởi nghiệp thuộc các trường đại học, cao đẳng trên địa bàn thành phố, góp phần phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp bền vững tại địa phương.

Nơi ươm tạo các startup trẻ

FinC+ 2025 là khóa ươm tạo được thiết kế chuyên sâu, tập trung hỗ trợ những dự án đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực công nghệ cao, hướng tới tạo tác động tích cực cho cộng đồng và xã hội.

Top 5 dự án khởi nghiệp xuất sắc vượt qua vòng tuyển chọn tham gia Chương trình ươm tạo tương tác FinC+ 2025 là: Nền tảng tuyển dụng sử dụng AI (Enfue); Nền tảng công nghệ cung cấp dịch vụ kỹ thuật tại nhà (Vietro Care); Giải pháp quản lý thư viện hiện đại (Skoolib); Nền tảng dành cho cộng đồng xe đạp (Gooride); Dự án trà ươi (Nhân Tâm Coop).

Ngoài hỗ trợ phát triển sản phẩm, khóa ươm tạo còn đồng hành với các dự án trong việc xây dựng mô hình kinh doanh bền vững, phát triển năng lực lãnh đạo, tư duy chiến lược và khả năng truyền thông hiệu quả. Dưới sự dẫn dắt của đội ngũ chuyên gia giàu kinh nghiệm, các dự án sẽ được trang bị nền tảng vững chắc để tăng tốc và mở rộng trong tương lai.

Chủ tịch Hội đồng thành viên Vườn ươm doanh nghiệp Đà Nẵng (DNES) Võ Duy Khương cho biết, đây là lần đầu tiên DNES tổ chức chương trình ươm tạo từ nguồn vốn ngân sách nhà nước để trực tiếp hỗ trợ các startup và những ý tưởng khởi nghiệp, đánh



dấu bước tiến quan trọng trong việc cam kết của chính quyền địa phương nhằm thúc đẩy phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp. Mục tiêu đặt ra đến cuối năm 2025, các startup được ươm tạo tại DNES sẽ đạt nhiều thành tựu và đủ sức vươn ra thị trường.

Tại sự kiện, Phó Giám đốc phụ trách chuyên môn DNES Đoàn Thị Xuân Trang cho biết, nền tảng FinC+ là chương trình ươm tạo trực tuyến và trực tiếp kết hợp với lộ trình tương tác hoàn chỉnh kéo dài trong 4 tháng, chương trình có hệ thống đào tạo bài bản và mạng lưới kết nối rộng lớn nhằm cung cấp những kiến thức và kỹ năng khởi nghiệp cần thiết. Startup có thể thực hành, định hình mô hình kinh doanh ban đầu và hoàn thiện doanh nghiệp của mình, sẵn sàng cho giai đoạn tiếp cận thị trường, đồng thời nâng cao năng lực của các nhà sáng lập về xây dựng, dẫn dắt và phát triển startup. Điểm nổi bật là các dự án sẽ nhận được sự hỗ trợ 10 triệu đồng/dự án đối với dự án tiền ươm tạo và 20 triệu đồng/dự án đối với dự án ươm tạo nhằm tiếp sức cho các dự án tiếp tục phát triển và triển khai thực tế.

FinC+ 2025 lan tỏa tinh thần khởi nghiệp

Phó Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ TP. Đà Nẵng Lê Thị Thục chia sẻ tại sự kiện, thời gian vừa qua Sở đã đồng hành với hệ sinh thái khởi nghiệp trên hành trình khởi nghiệp của các dự án. Hiện nay, TP. Đà Nẵng đang có rất nhiều cơ chế chính sách để hỗ trợ cho các startup, điểm nổi bật là hệ sinh thái khởi nghiệp Đà Nẵng đã có nhiều sự phát triển, sự kết nối của cộng đồng trong nước và quốc tế. FinC+ 2025 giúp mở ra cơ hội lan tỏa tinh thần khởi nghiệp sáng tạo đến cộng đồng khởi nghiệp và các nhóm dự án tiềm năng, góp phần quan trọng trong việc kết nối các nguồn lực hỗ trợ để ươm mầm, phát triển những ý tưởng khởi nghiệp có giá trị thực tiễn.

Với định hướng "ươm tạo vì sự phát triển bền vững", FinC+ 2025 mong muốn trở thành bệ phóng cho những sáng kiến mang tính ứng dụng cao và giá trị thực tiễn.

Trong khuôn khổ chương trình cũng đã diễn ra Lễ ký kết Biên bản ghi nhớ hợp tác giữa DNES với Viện Sở hữu trí tuệ Quốc gia, Bộ Khoa học và Công nghệ, hướng tới mục tiêu hỗ trợ các dự án khởi nghiệp tiếp cận, đăng ký và phát triển tài sản sở hữu trí tuệ một cách hiệu quả và bền vững./.



Nền tảng UC Talent giành giải Nhất Cuộc thi Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo SURF 2024

UCTALENT - NỀN TẢNG TUYỂN DỤNG NHÂN TÀI WEB3

Trong bối cảnh ngành công nghiệp Web3 phát triển vượt bậc, nhu cầu về những chuyên gia có kỹ năng chuyên sâu trong lĩnh vực này đang ngày càng tăng cao. Tuy nhiên, việc tìm kiếm nhân tài đáp ứng đủ các yêu cầu chuyên môn vẫn là một thách thức lớn đối với nhiều công ty. Để giải quyết vấn đề này, dự án UCTalent - Nền tảng tuyển dụng nhân tài Web3, do Founder Nguyễn Ngọc Dương sáng lập, đã ra đời như một giải pháp toàn diện, thu hẹp khoảng cách giữa các công ty Web3 và những nhân tài mà họ đang cần. Dự án này đã gây ấn tượng mạnh tại cuộc thi khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thành phố Đà Nẵng năm 2024, chứng tỏ tiềm năng to lớn trong việc cách mạng hóa quy trình tuyển dụng trong lĩnh vực công nghệ mới mẻ này.

Hành trình khởi nghiệp

Hành trình của Nguyễn Ngọc Dương bắt đầu với niềm đam mê công nghệ và sự học hỏi không ngừng. Sau khi tốt nghiệp ngành Kỹ thuật Viễn thông và Điện tử tại Đại học Bách khoa Đà Nẵng, anh tiếp tục nhận học bổng toàn phần của chính phủ Đài Loan cho chương trình Thạc sĩ tại Đại học Khoa học và Công nghệ Quốc gia Cao Hùng (Đài Loan). Với hơn 13 năm kinh nghiệm, từ 6 năm trong các startup công nghệ tại Việt Nam, 3 năm trong viễn thông, đến 4

năm trong ngành vận chuyển container quốc tế, anh đã đảm nhiệm nhiều vai trò quan trọng, áp dụng phương pháp Agile để phát triển các sản phẩm công nghệ cao.

Hiện tại, anh là Founder/CEO của UCTalent Labs Co, Ltd., nơi anh tập trung vào việc xây dựng các giải pháp và sản phẩm sáng tạo. Trước đó, anh đã tạo dấu ấn mạnh mẽ ở các vị trí như Head of Data Analytics tại Be Group, Co-Founder của ZKafe, và Senior Product Manager tại ONE Tech Stop. Ngọc Dương không chỉ là một chuyên gia phân tích dữ liệu mà còn là một nhà lãnh đạo với khả năng làm việc hiệu quả với các phòng ban như công nghệ, vận hành, tài chính, marketing và bán hàng.

Theo anh Nguyễn Ngọc Dương, đây là giải pháp để giải bài toán tìm việc của chính bản thân anh khi vừa từ TP. Hồ Chí Minh trở về quê nhà Đà Nẵng, là nền tảng kết nối các nhân sự lĩnh vực công nghệ với các doanh nghiệp có nhu cầu tuyển dụng. Bất kỳ ai tham gia nền tảng đều có thể trở thành chuyên gia tìm kiếm nhân sự (head hunter) và có thể kiếm tiền nhờ công việc đó.

“So với phương thức truyền thống, việc tuyển dụng thông qua nền tảng này sẽ giúp giảm người mua giới trung gian, giảm chi phí cho các doanh nghiệp tuyển dụng, tăng tốc độ và hiệu quả của công nghệ tuyển dụng nhờ công nghệ AI và Blockchain”, anh Dương chia sẻ.

Nền tảng này đã có khoảng 800 hồ sơ nhân sự với 600 hồ sơ xin việc được nộp và xử lý trên hệ thống, 3 công ty đang sử dụng nền tảng này để sử dụng. Với một startup mới chỉ thành lập vào tháng 6/2024, đây là những con số ấn tượng.

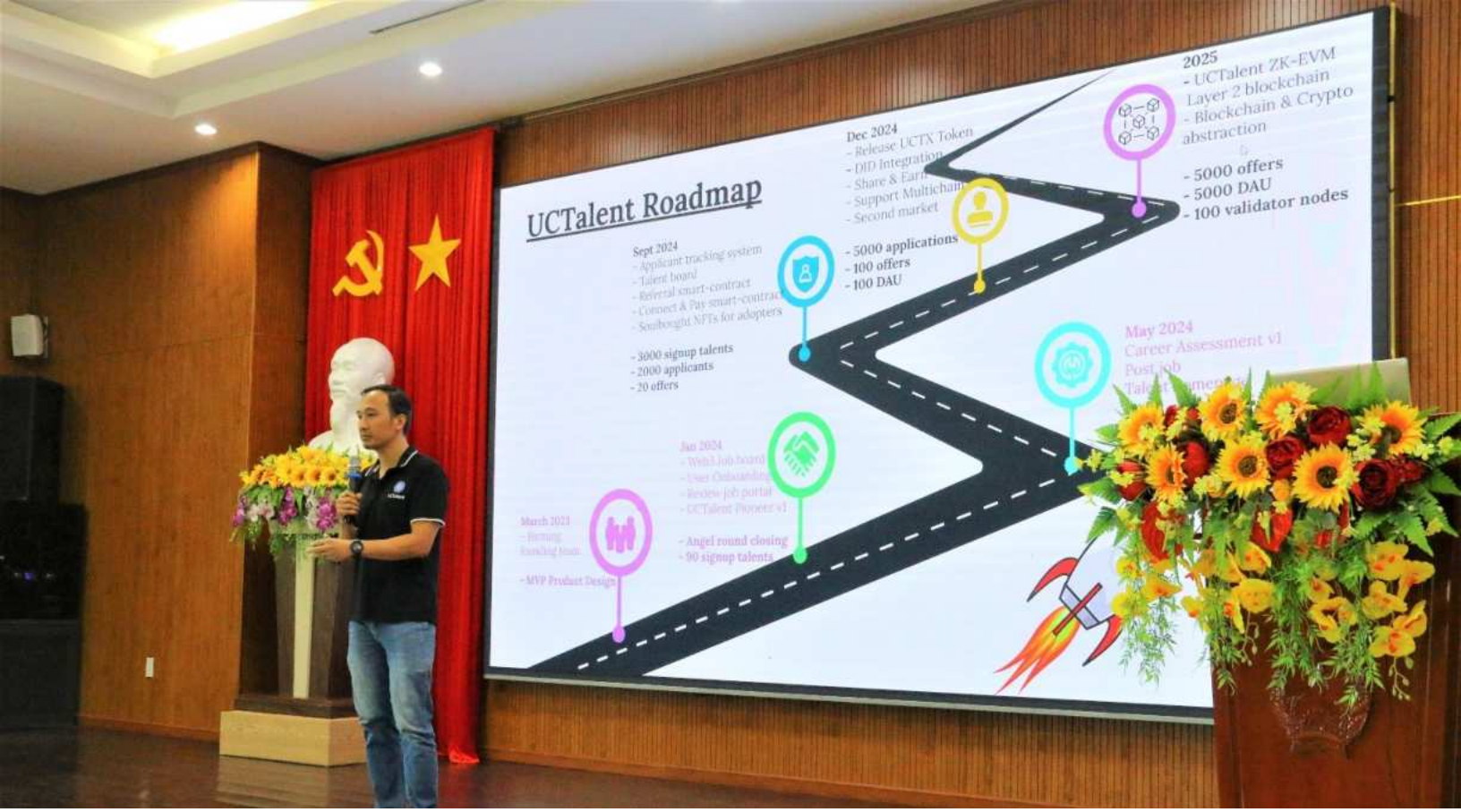
Uctalent là gì?

UCTalent là một nền tảng chuyên biệt, kết nối các công ty Web3 với nhóm chuyên gia lập trình có trình độ cao. Một trong những đặc điểm nổi bật của UCTalent là sử dụng hợp đồng thông minh trong quá trình tuyển dụng. Thông qua việc khuyến khích cộng đồng Web3 tham gia vào quá trình tìm kiếm nhân tài, người dùng có thể đóng góp token để quảng bá các vị trí tuyển dụng, thu hút ứng viên tiềm năng trên toàn cầu.

Ngoài ra, UCTalent còn tích hợp công cụ đánh giá nghề nghiệp cá nhân bằng Trí tuệ Tổng hợp (Generative AI). Công cụ này phân tích kỹ năng và kinh nghiệm của người dùng, từ đó đưa ra các đề xuất về lộ trình phát triển sự nghiệp trong lĩnh vực Web3. Đây là một công cụ mạnh mẽ, giúp người dùng định hướng và phát triển sự nghiệp một cách hiệu quả. Không chỉ đơn thuần là một nền tảng tuyển dụng, mà còn mang đến nhiều tính năng nổi bật giúp tối ưu hóa quy trình tuyển dụng và tìm kiếm việc làm: UCTalent kết nối các công ty Web3 với những chuyên gia có kỹ năng và kinh nghiệm trong các lĩnh vực như phát triển blockchain, hợp đồng thông minh và ứng dụng phi tập trung (dApps); Thuật toán AI của UCTalent phân tích hồ sơ và yêu cầu công việc để tìm ra những ứng viên phù hợp nhất, nâng cao khả năng tuyển dụng thành công; Giao diện thân thiện với cả người sử dụng lao động và người tìm kiếm việc làm, giúp đơn giản hóa quy trình tìm kiếm và ứng tuyển.



Các công ty Web3 khi sử dụng UCTalent sẽ được tiếp cận với nhóm nhân tài chất lượng cao, tiết kiệm thời gian và nguồn lực dành cho tuyển dụng. Hơn nữa, việc sử dụng công nghệ AI và trải nghiệm cá



nhân hóa giúp tối ưu hóa quy trình tuyển dụng, dẫn đến việc tuyển dụng nhân tài nhanh hơn và hiệu quả hơn. Không chỉ vậy, UCTalent còn giúp giảm chi phí tuyển dụng bằng cách giảm thiểu thời gian và nỗ lực dành cho các quy trình tuyển dụng thủ công. Với mô hình crowdfunding tuyển dụng bằng hợp đồng thông minh, các công ty có thể mở rộng nguồn ứng viên chất lượng từ khắp nơi trên thế giới.

Đối với các chuyên gia Web3, UCTalent mang đến những cơ hội việc làm phù hợp với kỹ năng và kinh nghiệm của họ. Nền tảng này không chỉ giúp họ tìm kiếm việc làm một cách hiệu quả, mà còn giúp nâng tầm thương hiệu cá nhân thông qua việc thể hiện kỹ năng và kinh nghiệm của mình. Ngoài ra, công cụ đánh giá nghề nghiệp cá nhân của UCTalent còn giúp người dùng định hướng và phát triển sự nghiệp trong lĩnh vực Web3 một cách toàn diện.

Nổi bật về công nghệ & tư duy

1. Dual AI Agents - Trợ lý ảo song song:

Hệ thống AI kép gồm:

- Career Agent hỗ trợ ứng viên xây dựng hồ sơ, tìm việc phù hợp.

- Hiring Agent hỗ trợ nhà tuyển dụng lọc hồ sơ, lên lịch phỏng vấn, tự động hóa quy trình tuyển dụng.

2. Tuyển dụng minh bạch bằng hợp đồng thông minh (Smart Contract):

- Quy trình giới thiệu và trả thưởng được ghi nhận minh bạch, không thể thay đổi.

- Khi một ứng viên được tuyển thành công, người giới thiệu sẽ được thưởng token tự động qua blockchain.

3. SocialFi - Cộng đồng cùng tuyển dụng, cùng nhận thưởng:

- UCTalent biến quá trình giới thiệu việc làm thành một cơ hội cộng tác có lợi cho cả cộng đồng.

- Người dùng có thể giới thiệu bạn bè, đồng nghiệp để nhận phần thưởng token nếu giới thiệu thành công.

4. Talent Mining - Đào nhân lực, nhận phần thưởng:

- Người dùng hoàn thiện hồ sơ, ứng tuyển, tham gia hệ sinh thái hoặc đóng góp ý kiến đều có thể

nhận được token.

- Góp phần xây dựng mạng lưới - nhận lại giá trị công bằng.

5. Privacy-first - Ưu tiên quyền riêng tư cá nhân:

- Ứng viên hoàn toàn kiểm soát dữ liệu của mình.
- Thông tin chỉ được chia sẻ khi người dùng đồng ý, đảm bảo an toàn và minh bạch dữ liệu cá nhân.

6. Tư duy đổi mới toàn diện:

UCTalent không chỉ là nền tảng công nghệ, mà là một hệ sinh thái tuyển dụng phi tập trung - nơi nhân tài được trao quyền, được công nhận và được kết nối công bằng với các cơ hội phù hợp.



Cách hoạt động của UCTalent

UCTalent vận hành theo mô hình tuyển dụng Web3 phi tập trung, kết hợp AI, blockchain và cộng đồng. Quy trình gồm 4 bước chính:

Bước 1: Doanh nghiệp đăng tuyển & đấu thầu phần thưởng token

Các công ty đăng tin tuyển dụng trên UCTalent và cam kết một mức thưởng bằng token cho vị trí đó. Token này được công khai trên blockchain như một dạng "gói đấu thầu" (bounty pool) để thu hút cộng đồng giới thiệu ứng viên chất lượng. Cơ chế này giúp cân bằng lợi ích: doanh nghiệp nhận được hồ sơ phù hợp, trong khi cộng đồng được khuyến khích tham gia tích cực.

Bước 2: Cộng đồng giới thiệu ứng viên - hợp đồng thông minh ghi nhận

Bất kỳ ai trong cộng đồng UCTalent đều có thể giới thiệu ứng viên phù hợp cho công việc. Mỗi lượt giới thiệu sẽ được ghi nhận on-chain bằng hợp đồng thông minh (smart contract). Khi ứng viên được tuyển chính thức, token thưởng được tự động chuyển đến người giới thiệu, minh bạch và không cần trung gian.

Bước 3: AI matching - Ghép nối ứng viên phù hợp nhanh chóng

Hệ thống AI của UCTalent phân tích dữ liệu từ hồ sơ cá nhân, kỹ năng, kinh nghiệm, vị trí địa lý và nguyện vọng của ứng viên. Sau đó, AI sẽ tự động đề xuất công việc phù hợp cho ứng viên và ngược lại, đề xuất ứng viên tiềm năng cho nhà tuyển dụng. Điều này giúp tăng tốc độ tuyển dụng, giảm thời gian sàng lọc, đồng thời nâng cao tỷ lệ "match" thành công giữa hai bên.

Bước 4: Tham gia sâu hơn với Pioneer Program - Đóng góp & nhận quyền quản trị

Người dùng có thể tham gia sâu vào hệ sinh thái UCTalent thông qua Pioneer Program - chương trình dành cho những người dùng chủ động xây dựng và phát triển nền tảng.

Các hoạt động bao gồm:

- Góp ý sản phẩm
- Tham gia hackathon
- Viết code, phát triển tính năng
- Hỗ trợ cộng đồng

Những người đóng góp sẽ được thưởng token và có thể nhận quyền biểu quyết (governance) trong các quyết định quan trọng của nền tảng.

Đây là cách UCTalent xây dựng một hệ sinh thái phi tập trung và do cộng đồng dẫn dắt – đúng với tinh thần Web3.

Những thành tựu đạt được

Sau vòng Sơ loại diễn ra vào ngày 26/7/2024 tại Trường Đại học Bách Khoa - Đại học Đà Nẵng với 30 đội thi, UCTalent đã xuất sắc lọt vào top 10 dự án tiềm năng tại để có mặt tại vòng Chung kết cuộc thi Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thành phố Đà Nẵng



Founder Nguyễn Ngọc Dương trình bày dự án của mình

năm 2024 - SURF 2024. Để chuẩn bị hoàn thiện thật tốt bài thi của mình tại vòng Chung kết của cuộc thi, đội thi đã được tham gia các buổi huấn luyện về những kỹ năng viết dự án, xây dựng kế hoạch, tài chính dự án,… và nhận được sự hỗ trợ, định hướng nhiệt tình từ các vị ban giám khảo. Đây là một cơ hội quý giá để UCTalent giới thiệu nền tảng của mình đến với cộng đồng nhà đầu tư, doanh nghiệp và chuyên gia trong lĩnh vực công nghệ Web3. Thông qua hoạt động gọi vốn tại SURF 2024, UCTalent mong muốn thu hút sự quan tâm của nhiều nhà đầu tư tiềm năng, mở ra cơ hội hợp tác và tiếp cận nguồn vốn quan trọng để phát triển dự án lên tầm cao mới.

Không chỉ dừng lại ở đó, SURF 2024 còn là cầu nối giúp UCTalent kết nối với các đối tác tiềm năng trong lĩnh vực công nghệ, blockchain và nhân sự. Những kết nối này sẽ góp phần mở rộng hệ sinh thái của UCTalent, đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho việc phát triển và triển khai các giải pháp sáng tạo trong tương lai.

UCTalent đã và đang khẳng định vị thế của mình như một cầu nối quan trọng giữa các công ty Web3 và nhân tài trong lĩnh vực công nghệ mới mẻ này. Với sự phát triển không ngừng của thị trường Web3, UCTalent hứa hẹn sẽ tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong việc nâng tầm nhân tài và dự án công nghệ Web3 tại Việt Nam và trên toàn thế giới.

UCTalent cũng đã xuất sắc giành giải Nhất Cuộc thi Khởi nghiệp SURF 2024.

“Giành được giải thưởng cao nhất của Cuộc thi Khởi nghiệp SURF sẽ là cú hích rất lớn cho UCTalent để đi nhanh và đi xa hơn. Bên cạnh đó, tham gia SURF 2024, chúng tôi còn có cơ hội kết nối với các sinh viên của trường Đại học Bách khoa - Đại học Đà Nẵng, những nhân sự tiềm năng trong tương lai.”, anh Dương kỳ vọng.

Nguyễn Ngọc Dương đã có lời nhắn nhủ đến các startup trẻ: "Khởi nghiệp không phải là con đường ngắn nhất, nhưng là con đường xứng đáng để bạn khám phá chính mình và tạo ra giá trị thật sự cho cộng đồng. Đừng quá lo lắng nếu bạn chưa có gì trong tay - điều quan trọng là bạn có tinh thần dấn thân, học hỏi không ngừng, và sẵn sàng bắt đầu từ những điều nhỏ nhất. Cứ đi, rồi sẽ đến. Cứ làm, rồi sẽ giỏi. Và cứ tin, rồi sẽ có ngày bạn làm được"./.

Minh Phượng *(Tổng hợp)*



HIỂU KỲ VỌNG CỦA NHÀ ĐẦU TƯ TRONG CÁC STARTUP

Trong môi trường khởi nghiệp đầy biến động, việc nắm bắt và đáp ứng với kỳ vọng của nhà đầu tư không chỉ đơn thuần là để bảo đảm nguồn vốn, mà còn là bước quan trọng trong việc xây dựng một mối quan hệ bền vững và đôi bên cùng có lợi.

1. Tầm quan trọng của việc phù hợp với kỳ vọng của nhà đầu tư

Nhà đầu tư đóng vai trò thiết yếu trong sự phát triển kinh tế, mang lại nhiều lợi ích cho cả doanh nghiệp và xã hội. Họ cung cấp nguồn vốn, kinh nghiệm, kiến thức chuyên môn, mạng lưới quan hệ và nguồn lực vốn là những yếu tố then chốt trong việc điều hướng những giai đoạn khó khăn ban đầu của sự tăng trưởng doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp hoạt động hiệu quả, mở rộng thị trường và tăng cường uy tín.

Tuy nhiên, vai trò đó chỉ phát huy khi giữa đôi bên có sự hiểu biết rõ ràng và thống nhất về hướng đi và mục tiêu của công ty. Nếu không có sự đồng thuận, mối quan hệ đó có thể trở nên căng thẳng, nguồn lực bị quản lý không hiệu quả và cuối cùng có thể dẫn đến thất bại của startup. Do đó, việc hiểu và đáp ứng kỳ vọng của nhà đầu tư là một chiến lược nền tảng, góp phần quyết định sự thành công của một startup khởi nghiệp. Sau đây là một số góc nhìn chuyên sâu về tầm quan trọng của việc nắm bắt và đáp ứng với kỳ vọng của nhà đầu tư:

Xác lập mục tiêu rõ ràng. Startup cần có các mục tiêu rõ ràng, có thể đo lường được và phù hợp với mục tiêu của nhà đầu tư. Ví dụ, nếu nhà đầu tư quan tâm đến tác động xã hội bên cạnh lợi nhuận tài

chính, startup ngoài tập trung phát triển giải pháp năng lượng bền vững cần nhấn mạnh cả quy mô thị trường tiềm năng lẫn lợi ích môi trường của sản phẩm.

Giao tiếp và minh Bạch. Việc giao tiếp trung thực và thường xuyên góp phần xây dựng và củng cố lòng tin. Ví dụ, một startup trong lĩnh vực công nghệ sinh học có thể chia sẻ và cập nhật cho nhà đầu tư về tiến trình nghiên cứu và kết quả thử nghiệm lâm sàng để họ luôn nắm bắt được thông tin và theo dõi tiến độ.

Lập kế hoạch chiến lược. Sự thống nhất trong một kế hoạch chiến lược vạch ra lộ trình dẫn đến lợi nhuận là điều thiết yếu. Ví dụ, một công ty SaaS có thể hợp tác với nhà đầu tư để thiết lập các chỉ số như chi phí thu hút khách hàng thực tế và mô hình giá trị trọn đời của khách hàng (LTV), qua đó chứng minh con đường hướng tới lợi nhuận dài hạn.

Sự phù hợp về văn hóa. Các nhà đầu tư thường tìm kiếm sự phù hợp về văn hóa với đội ngũ sáng lập. Một startup có văn hóa đổi mới và linh hoạt sẽ thu hút các nhà đầu tư coi trọng những giá trị này và tin rằng đó là yếu tố thúc đẩy tăng trưởng.

Quản trị rủi ro. Hiểu được mức độ chấp nhận rủi ro của nhà đầu tư giúp startup điều chỉnh chiến lược vận hành cho phù hợp. Ví dụ, một startup trong lĩnh vực fintech cần bảo đảm các tiêu chuẩn về tuân thủ pháp lý và an ninh mạng, phù hợp với mức độ kỳ vọng về quản trị rủi ro của nhà đầu tư.

Chiến lược thoái vốn. Nhà đầu tư thường quan tâm đến cách họ có thể thu hồi vốn đã đầu tư, vì vậy, startup cần có chiến lược thoái vốn chi tiết và rõ ràng, chẳng hạn như hoạt động IPO, mua bán và sáp nhập, hoặc lộ trình khác phù hợp với khung thời gian và kỳ vọng lợi nhuận của nhà đầu tư.

Việc nắm bắt và đáp ứng với kỳ vọng của nhà đầu tư không chỉ là bước đệm nhằm giúp startup huy động vốn ban đầu, mà còn nhằm xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài, hướng startup tới thành công. Nếu hiểu rõ quan điểm đa dạng từ các loại nhà đầu tư khác nhau và đáp ứng đúng kỳ vọng cụ thể của họ, startup có thể tự tin điều hướng qua môi trường đầu tư đầy phức tạp.

2. Hiểu rõ Về Các kiểu Nhà Đầu Tư Khởi Nghiệp Khác Nhau

Việc định vị trong thế giới đầu tư khởi nghiệp có thể ví như khám phá một hệ sinh thái phức tạp, nơi mỗi thành phần đóng một vai trò riêng biệt trong sự tăng trưởng và phát triển của các doanh nghiệp mới. Trung tâm của hệ sinh thái này chính là các nhà đầu tư - những người mà kỳ vọng, chuyên môn và đóng góp tài chính của họ có thể ảnh hưởng đáng kể đến quỹ đạo phát triển của một startup. Việc hiểu rõ các nhà đầu tư khởi nghiệp khác nhau là điều quan trọng đối với các doanh nhân đang tìm kiếm nguồn hỗ trợ tài chính, vì mỗi loại nhà đầu tư mang đến góc nhìn, mục tiêu và mức độ tham gia khác nhau.



Nhà đầu tư thiên thần (Angel Investors): là những cá nhân có giá trị tài sản đầu tư lớn, có khả năng hỗ trợ tài chính cho các startup với mục đích thường là đổi lấy cổ phần, quyền sở hữu hoặc trái phiếu chuyển đổi. Họ thường đầu tư ở giai đoạn đầu hoạt động của startup hoặc liên tục rót thêm vốn giúp startup đi qua các giai đoạn khó khăn và sẵn sàng chấp nhận rủi ro để đổi lấy tiềm năng lợi nhuận cao.

Ví dụ: bên cạnh nguồn vốn, nhà đầu tư thiên thần



có thể cung cấp những cố vấn quý giá và kết nối trong ngành cho một startup công nghệ trong giai đoạn đầu phát triển.

Quỹ đầu tư mạo hiểm (Venture Capitalists - VCs): là các tổ chức chuyên nghiệp quản lý nguồn vốn huy động từ nhiều nguồn để đầu tư vào các startup và doanh nghiệp nhỏ có tiềm năng tăng trưởng mạnh. Các VC thường tham gia sau các nhà đầu tư thiên thần và cung cấp số vốn lớn hơn để đổi lấy tỷ lệ sở hữu cổ phần đáng kể. Họ thường muốn có vai trò chủ động trong việc quản lý và hoạch định chiến lược của công ty.

Ví dụ: một công ty VC có thể đầu tư hàng triệu USD vào một công ty công nghệ sinh học đầy hứa hẹn với kỳ vọng công ty này sẽ IPO hoặc được mua lại với giá trị cao.

Gọi vốn cộng đồng (Crowdfunding): là hình thức huy động nguồn lực từ số lượng lớn các cá nhân, thường qua các nền tảng trực tuyến. Đây là một cách để hỗ trợ các dự án, ý tưởng hoặc hoạt động kinh doanh bằng cách tận dụng sức mạnh của cộng đồng trực tuyến.

Ví dụ: một công ty sản xuất đồng hồ thông minh mới có thể phát động chiến dịch trên Kickstarter để huy động vốn sản xuất đồng thời thử nghiệm nhu cầu thị trường.

Vườn ươm và chương trình tăng tốc khởi nghiệp (Accelerators & Incubators): là những hình thức hỗ trợ startup bằng cách cung cấp các nguồn lực như cố vấn, không gian làm việc, kết nối mạng lưới và đôi khi cả vốn, đổi lại lấy cổ phần. Đây là những hình thức hỗ trợ khởi nghiệp có mục tiêu và cách tiếp cận khác nhau, được thiết kế để thúc đẩy sự phát triển của startup trong một chương trình ngắn hạn và chuyên sâu.

Ví dụ: Y Combinator là một vườn ươm nổi tiếng đã hỗ trợ các công ty như Airbnb và Dropbox khởi đầu và phát triển thành công.

Nhà đầu tư doanh nghiệp (Corporate Investors): là các công ty lớn đầu tư trực tiếp vào startup hoặc thông qua các chi nhánh đầu tư mạo hiểm của họ. Họ thường tìm kiếm những mối quan hệ hợp tác chiến lược tiềm năng hoặc đổi mới phù hợp với lợi ích kinh doanh của mình. Ví dụ: Google Ventures -

nhánh đầu tư vốn mạo hiểm của Alphabet - đầu tư vào nhiều startup có thể tận dụng công nghệ và mạng lưới thị trường của Google.

Các khoản trợ cấp và hỗ trợ từ chính phủ (Government Grants and Subsidies): là nguồn vốn công dành cho startup, thường nhằm mục đích hỗ trợ đổi mới, phát triển kinh tế hoặc các mục tiêu xã hội. Những khoản tài trợ này thường đi kèm điều kiện cụ thể nhưng không yêu cầu đổi lấy cổ phần.

Ví dụ: một startup năng lượng sạch có thể nhận được khoản trợ cấp từ chính phủ để phát triển công nghệ tấm pin mặt trời mới.

Văn phòng gia đình (Family Offices): là các công ty chuyên cung cấp dịch vụ tư vấn và quản lý tài sản cho các cá nhân hoặc gia đình có giá trị tài sản ròng cực cao trong các gia đình và doanh nghiệp gia đình, nhằm hỗ trợ phát triển và chuyển giao tài sản qua nhiều thế hệ một cách hiệu quả. Đặc biệt, một số văn phòng gia đình đầu tư trực tiếp vào startup.

Ví dụ: một văn phòng gia đình đặt ra mục tiêu về hoạt động từ thiện có thể đầu tư vào một startup công nghệ y tế.

Mỗi loại hình nhà đầu tư đánh giá cơ hội thông qua lăng kính riêng, cân bằng giữa tiềm năng lợi nhuận tài chính với rủi ro và mục tiêu cá nhân hoặc tổ chức.

Đối với các doanh nhân, việc hiểu rõ những góc nhìn này là chìa khóa để xây dựng các bài thuyết trình thuyết phục cũng như thiết lập mối quan hệ hợp tác hiệu quả, phù hợp với tầm nhìn và kế hoạch phát triển của công ty.

3. Những chỉ số hiệu suất chính (KPIs) mà nhà đầu tư quan tâm

Dù là nhà đầu tư thiên thần, quỹ đầu tư mạo hiểm hay các tổ chức tài chính, các nhà đầu tư luôn đặc biệt chú ý đến các chỉ số quan trọng khi đánh giá tiềm năng của một startup. Những chỉ số hiệu suất chính (KPIs) là thước đo định lượng để theo dõi tiến độ đạt được các mục tiêu quan trọng, và thường là yếu tố quyết định có nhận được đầu tư hay không, phản ánh tiềm năng tăng trưởng của một startup.

Các nhà đầu tư có thể ưu tiên các KPIs khác nhau tùy theo các chỉ số thể hiện khả năng mở rộng, hiệu quả hoạt động và tính bền vững dài hạn của startup.

Doanh thu định kỳ hàng tháng (MRR - Monthly Recurring Revenue). Đây là chỉ số đo lường hiệu quả kinh doanh là hoạt động diễn ra hàng tháng hoặc thường niên của một doanh nghiệp, đặc biệt quan trọng với các mô hình dịch vụ đăng ký (subscription).

Ví dụ: một công ty SaaS có MRR 100.000 USD được xem là ổn định và tiềm năng hơn một công ty có nguồn thu không đều.

Chi phí thu hút khách hàng (CAC - Customer Acquisition Cost). Chỉ số này là chi phí trung bình mà một startup phải chi trả để thu hút một khách hàng mới, phản ánh hiệu quả của chiến lược marketing và bán hàng. Tỷ lệ lý tưởng là CAC thấp hơn đáng kể so với giá trị vòng đời khách hàng (CLV).

Ví dụ: nếu một startup ứng dụng di động bỏ ra 2 USD để có một người dùng mới, và người này chi 10 USD trong suốt vòng đời sử dụng thì đây được xem là một tín hiệu tích cực.

Giá trị vòng đời khách hàng (CLV - Customer Lifetime Value). Đây là chỉ số đo lường tổng lợi nhuận ròng mà một doanh nghiệp dự kiến thu được từ một khách hàng trong suốt thời gian họ gắn bó với doanh nghiệp đó. Dựa vào CLV, có thể dự đoán lợi nhuận ròng có được từ toàn bộ mối quan hệ tương lai với một khách hàng. CLV cao cho thấy khách hàng mang lại nhiều doanh thu và lợi nhuận hơn, đồng thời phản ánh một mô hình kinh doanh bền vững, nơi khách hàng tiếp tục mua sắm và tương tác với thương hiệu theo thời gian.

Tỷ lệ tiêu tiền (Burn Rate). Đây là tỷ lệ mà tại đó startup sử dụng vốn mạo hiểm của mình để chi tiêu cho các chi phí trước khi tạo ra dòng tiền dương từ các hoạt động kinh doanh. Burn rate của một công

ty cũng được sử dụng như một thước đo cho đường băng tài chính của công ty đó. KPI này rất quan trọng vì qua đó, có thể biết startup có thể "sống sót" bao lâu trước khi có lợi nhuận hoặc cần gọi thêm vốn.

Tỷ lệ hủy dịch vụ (Churn Rate). Đây là chỉ số đo lường tỷ lệ phần trăm doanh thu định kỳ bị mất do khách hàng hủy dịch vụ của một startup trong một khoảng thời gian nhất định. Tỷ lệ churn trung bình thay đổi theo từng ngành, cho phép các startup so sánh và đánh giá khả năng cạnh tranh của mình. Tỷ lệ rời bỏ thấp thể hiện mức độ hài lòng và sự trung thành của khách hàng, và cũng là điểm cộng lớn trong mắt nhà đầu tư.

Biên lợi nhuận gộp (Gross Margin). Phản ánh tỷ lệ doanh thu mà một startup giữ lại sau khi trừ các chi phí trực tiếp sản xuất sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ. Biên lợi nhuận gộp cao cho thấy startup có khả năng tạo ra lợi nhuận tốt từ hoạt động kinh doanh cốt lõi của mình.

Doanh thu định kỳ hằng năm (ARR - Annual Recurring Revenue). Tương tự như MRR nhưng tính theo năm, ARR đặc biệt quan trọng với các mô hình đăng ký dài hạn, giúp nhà đầu tư đánh giá dòng doanh thu ổn định theo thời gian của một startup.

Mức độ phù hợp với thị trường (PMF - Product Market Fit). Dù mang tính định tính, PMF là khái niệm cực kỳ quan trọng. thể hiện mức độ sản phẩm đáp ứng nhu cầu thực tế của thị trường. Những startup đạt được PMF thường có mức độ tương tác cao, tăng trưởng nhanh và nhận được phản hồi tích cực từ khách hàng.

Chỉ số hài lòng (NPS - Net Promoter Score). Đây là chỉ số đo lường mức độ hài lòng và lòng trung thành của khách hàng đối với chất lượng của sản phẩm/dịch vụ của một startup cũng như khả năng giới thiệu sản phẩm của khách hàng đó tới bạn bè hoặc những người thân quen.

Hiệu quả sử dụng vốn (Capital Efficiency). Chỉ số này đánh giá mức độ hiệu quả của việc sử dụng nguồn vốn tài chính để thúc đẩy tăng trưởng doanh thu của một startup. Một startup có khả năng sử dụng vốn hiệu quả thường không gặp khó khăn nếu ít được đầu tư mà vẫn có thể phát triển bền vững. Đây là yếu tố thu hút sự quan tâm của các nhà đầu tư.

Việc theo dõi các KPI này không chỉ giúp startup quản lý vận hành hiệu quả hơn mà còn phản ánh giá trị và mức độ tiến bộ của mình tới nhà đầu tư. Khi được phân tích tổng thể, mỗi chỉ số góp phần tạo nên bức tranh đa chiều về hiệu suất và định hướng chiến lược của một startup.

Ví dụ: một startup fintech có tỷ lệ hủy dịch vụ thấp, NPS cao và ARR tăng trưởng đều sẽ được xem là mục tiêu và cơ hội đầu tư hấp dẫn. Những chỉ số này cho thấy mức độ hài lòng, trung thành và sẵn sàng đóng góp vào dòng doanh thu ổn định của khách hàng - vốn là yếu tố mà nhà đầu tư tìm kiếm ở một startup tiềm năng.

Việc hiểu rõ các KPI này và ý nghĩa của chúng sẽ giúp nhà sáng lập định hướng mục tiêu vận hành phù hợp với kỳ vọng nhà đầu tư, từ đó dẫn đến các vòng gọi vốn thành công và mối quan hệ hợp tác bền vững giữa startup và các nhà đầu tư.

4. Vai trò của quy mô thị trường trong quyết định đầu tư của nhà đầu tư

Quy mô thị trường là một trong những yếu tố quan trọng hàng đầu mà các nhà đầu tư xem xét khi đánh giá tiềm năng tăng trưởng và mở rộng trong tương lai của một startup. Một thị trường có quy mô lớn cho thấy cơ sở khách hàng tiềm năng rộng và khả năng tạo ra doanh thu đáng kể - đây là điểm hấp dẫn đối với các nhà đầu tư đang tìm kiếm các mô hình có thể mở rộng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy bên cạnh quy mô thị trường lớn, khả năng chiếm lĩnh và duy trì thị phần cũng đóng vai trò quan trọng trong việc đưa startup đến thành công.

Từ góc nhìn của các quỹ đầu tư mạo hiểm, một



startup hoạt động trong thị trường lớn và đang tăng trưởng thường được xem là "cửa đầu tư an toàn hơn". Họ không chỉ đầu tư vào hiện tại mà còn vào tiềm năng tương lai của công ty.

Quy mô thị trường là chỉ số tăng trưởng. Quy mô thị trường thường được dùng như một chỉ báo tiềm năng tăng trưởng của một startup.

Ví dụ: một startup trong lĩnh vực năng lượng tái tạo đang hoạt động trong thị trường trị giá 1 nghìn tỷ USD. Nếu thị trường này được dự đoán tăng lên 2 nghìn tỷ USD trong 5 năm tới, nhà đầu tư có thể kỳ vọng rằng doanh thu của startup sẽ còn có thể tăng lên.

Giảm thiểu rủi ro. Đầu tư vào các startup có khả năng tiếp cận thị trường lớn có thể được xem là một hình thức giảm thiểu rủi ro. Một cơ sở khách hàng đa dạng trải dài trên thị trường rộng lớn giúp nhà đầu tư tránh được sự biến động của những phân khúc thị trường ngách.

Ví dụ: một startup công nghệ phát triển AI cho ngành y tế có thể khai thác một thị trường khổng lồ, qua đó hạn chế rủi ro trong trường hợp một phân khúc nào đó hoạt động không hiệu quả.

Cạnh tranh thị trường. Quy mô thị trường cũng ảnh hưởng đến mức độ cạnh tranh. Trong một thị trường lớn, có thể có rất nhiều startup cùng tồn tại và phát triển.

Ví dụ: trong ngành công nghiệp điện thoại thông minh, mặc dù có những ông lớn thống trị thị phần, nhưng vẫn có chỗ đứng cho các doanh nghiệp mới gia nhập và đổi mới để giành lấy thị phần.

Mức độ bão hòa thị trường. Ngược lại, một thị trường lớn với mức độ cạnh tranh cao cũng có thể được xem là thị trường đã bão hòa. Nhà đầu tư cần xem xét liệu startup có giá trị khác biệt rõ ràng để có thể phát triển vượt trội giữa đám đông hay không.

Ví dụ: một startup cung cấp hệ thống xử lý thanh toán đột phá có thể tạo sự khác biệt trong lĩnh vực fintech bằng cách giải quyết những vấn đề mà các startup đối thủ khác chưa chú ý tới.

Chi phí thu hút khách hàng (CAC). Chi phí thu hút khách hàng (CAC) thấp, đặc biệt trong thị trường lớn,

có thể mang lại lợi nhuận cao nhờ lợi thế kinh tế theo quy mô. Thị trường lớn cho phép doanh nghiệp phân bổ chi phí thu hút khách hàng trên nhiều khách hàng hơn, từ đó giảm chi phí trung bình của mỗi khách hàng.

Ví dụ: một công ty SaaS cung cấp giải pháp quản lý quan hệ khách hàng (CRM) có thể dễ dàng thu hút khách hàng hơn trong thị trường lớn nhờ vào các kênh tiếp thị hiệu quả hơn.

Mặc dù quy mô thị trường là một yếu tố quan trọng trong quyết định đầu tư, nhà đầu tư quan tâm đến cách mà startup định vị bản thân trong thị trường đó. Một startup không chỉ hiểu rõ quy mô thị trường mà còn hiểu sâu về động lực thị trường, hành vi khách hàng và lợi thế cạnh tranh sẽ có nhiều khả năng huy động được vốn và thành công bền vững hơn trong dài hạn.

5. Nhà đầu tư tìm kiếm điều gì?



Khi xem xét các dự báo tài chính của một startup, nhà đầu tư tìm kiếm những startup có tầm nhìn rõ ràng, khả năng tăng trưởng nhanh và có kế hoạch tài chính khả thi. Điều này bao gồm việc đánh giá các báo cáo tài chính dự kiến, đặc biệt là báo cáo lãi lỗ, bảng cân đối kế toán, và báo cáo lưu chuyển tiền tệ, để xác định tiềm năng sinh lời, tính ổn định tài chính và khả năng quản lý dòng tiền của startup. Những dự báo này đóng vai trò thiết yếu trong kế hoạch kinh doanh, cung cấp cái nhìn về tương lai công ty, đồng thời thể hiện tư duy phân tích, chiến lược và mức độ hiểu biết của nhà sáng lập về thị trường.

Dự báo doanh thu. Nhà đầu tư muốn thấy một lộ trình rõ ràng để tăng trưởng doanh thu. Ví dụ: một công ty SaaS có thể dự báo tăng 50% doanh thu định kỳ hằng tháng trong năm đầu tiên dựa trên phân tích thị trường và chỉ số chuyển đổi bán hàng.

Cấu trúc chi phí. Đây là yếu tố then chốt trong việc đánh giá startup của nhà đầu tư. Phân tích chi tiết giữa chi phí cố định và chi phí biến đổi giúp nhà đầu tư hiểu rõ tình hình tài chính của startup, đặc biệt là mức độ "đốt tiền" (burn rate).

Ví dụ: một startup công nghệ có thể liệt kê chi phí máy chủ, R&D và marketing là các hạng mục chi phí chính.

Biên lợi nhuận (Profit Margins). Là một chỉ số quan trọng để đánh giá hiệu quả hoạt động và khả năng mở rộng của một doanh nghiệp. Biên lợi nhuận tốt cho thấy mô hình kinh doanh có tiềm năng phát triển. Các nhà đầu tư thường xem xét biên lợi nhuận gộp và biên lợi nhuận ròng để đánh giá khả năng sinh lời của doanh nghiệp sau khi đã trừ đi các khoản chi phí liên quan.

Ví dụ: một startup ứng dụng di động có thể đặt mục tiêu đạt biên lợi nhuận gộp 70% bằng cách tối ưu hóa quy trình phát triển.

Phân tích dòng tiền (Cash Flow). Là công cụ quan trọng để đánh giá sức khỏe tài chính của một doanh nghiệp, đặc biệt là khả năng thanh khoản và duy trì hoạt động. Dòng tiền dương, tức là dòng tiền vào lớn hơn dòng tiền ra, cho thấy công ty có khả năng chi trả các nghĩa vụ tài chính và có thể đầu tư vào tăng trưởng. Nhà đầu tư thường quan tâm đến dự báo dòng tiền theo tháng hoặc quý, bao gồm cả dòng tiền vào và ra, để đánh giá tiềm năng của doanh nghiệp.

Ví dụ: một startup bán lẻ có thể cho thấy sự biến động dòng tiền theo mùa, với dòng tiền tăng cao vào kỳ nghỉ lễ.

Phân tích điểm hòa vốn (Break-even Analysis). Là một công cụ quan trọng giúp startup xác định thời điểm họ có thể tự duy trì tài chính, tức là khi doanh thu bằng chi phí. Nhà đầu tư đặc biệt quan tâm đến điểm hòa vốn vì nó cho thấy khả năng sinh lời và tính khả thi của dự án trong một khung thời gian hợp lý. Ví dụ: Một startup giao đồ ăn có thể dự báo hòa vốn trong vòng 18 tháng, sau khi tính chi phí thu hút người dùng và giá trị đơn hàng trung bình.

Phân tích độ nhạy (Sensitivity Analysis). Là một phương pháp phân tích tài chính giúp đánh giá tác động của các thay đổi trong các giả định chủ chốt (như giá cả, chi phí, doanh số...) lên các dự báo tài chính của một dự án hoặc doanh nghiệp. Nhà đầu tư thường đánh giá cao các startup có khả năng thực hiện phân tích độ nhạy, bởi vì nó cho thấy startup có một cái nhìn toàn diện, đã lường trước các tình huống tích cực và tiêu cực có thể xảy ra, từ đó đưa ra các quyết định quản lý rủi ro hiệu quả hơn.

Ví dụ: một startup phần cứng có thể chỉ ra tác động đến lợi nhuận nếu chi phí nguyên liệu tăng 10%.

Kế hoạch chi tiêu vốn (Capital Expenditure Plans). Là một phần quan trọng trong kế hoạch kinh doanh, đặc biệt khi startup muốn thu hút đầu tư. Kế hoạch này cần trình bày chi tiết các khoản đầu tư lớn vào tài sản cố định, và đặc biệt quan trọng là giải thích tại sao những khoản đầu tư này lại cần thiết và chúng sẽ đóng góp như thế nào vào sự tăng trưởng của công ty.

Ví dụ: một startup công nghệ sinh học cần xem xét kỹ lưỡng chi phí thiết bị phòng thí nghiệm và tác động của nó đến khả năng nghiên cứu.

Nhu cầu gọi vốn (Funding Requirements). Trong quá trình gọi vốn, việc nêu rõ số tiền cần huy động và cách sử dụng chi tiết là rất quan trọng. Nhà đầu tư muốn biết tiền của họ sẽ được sử dụng như thế nào để đảm bảo hiệu quả và sinh lời. Do đó, một kế hoạch tài chính rõ ràng, chi tiết về nhu cầu vốn là yếu tố bắt buộc để thu hút nhà đầu tư.

Ví dụ: một startup fintech có thể kêu gọi 2 triệu USD để mở rộng đội ngũ kỹ sư và hoạt động marketing.



Chiến lược thoái vốn (Exit Strategy). Là một kế hoạch được xây dựng để nhà đầu tư rút khỏi một khoản đầu tư, thường là một công ty hoặc dự án, và thu hồi lại số vốn đã bỏ ra, cùng với lợi nhuận nếu có. Mặc dù không phải là dự báo tài chính thuần túy, chiến lược thoái vốn giúp nhà đầu tư hình dung được khả năng thu hồi vốn và lợi nhuận, đồng thời định hướng các quyết định đầu tư.

Ví dụ: một startup có thể đưa ra kế hoạch IPO hoặc được mua lại trong vòng 5 năm, để cung cấp cho nhà đầu tư khung thời gian tiềm năng để rút vốn.

Dự báo tài chính là một phần quan trọng mà nhà đầu tư thường phân tích kỹ lưỡng khi đánh giá tiềm năng của một startup. Họ không chỉ xem xét các số liệu trong báo cáo tài chính mà còn tìm hiểu câu chuyện mà những con số đó phản ánh về tiềm năng tương lai của startup.

Bằng việc đưa ra các dự báo tài chính chi tiết, thực tế và có lập luận rõ ràng, startup có thể xây dựng uy tín và lòng tin với nhà đầu tư, từ đó mở ra các mối quan hệ hợp tác thành công./.

Khánh Linh

(Theo: fastercapital.com)



XU HƯỚNG TRUYỀN THÔNG SỐ 2025: MẠNG XÃ HỘI THỐNG TRỊ NGÀNH GIẢI TRÍ

Khi các hãng phim và nền tảng phát trực tuyến vẫn đang mải mê cạnh tranh với nhau, thì một mối đe dọa thầm lặng nhưng đầy sức mạnh đang dần chiếm lĩnh thị phần: các nền tảng video trên mạng xã hội. Với khả năng mở rộng siêu tốc, được hậu thuẫn bởi dòng vốn khổng lồ và công nghệ quảng cáo tối tân dựa trên trí tuệ nhân tạo (AI), mạng xã hội đang tái định nghĩa cách người dùng tiêu thụ nội dung giải trí, đồng thời thách thức mô hình kinh doanh truyền thống của ngành công nghiệp này.

Truyền hình và phim vẫn có chỗ đứng, nhưng mạng xã hội đang chiếm dần "thời gian giải trí"

Người tiêu dùng Mỹ hiện dành trung bình khoảng 6 giờ mỗi ngày cho các hoạt động giải trí và truyền thông: từ xem TV, phim, video mạng xã hội, chơi game, nghe nhạc, podcast đến sử dụng các ứng dụng số khác. Tuy nhiên, con số 6 giờ này dường như đã đạt ngưỡng bão hòa và không còn tiếp tục tăng. Điều đó có nghĩa là các công ty truyền thông không thể dựa vào sự mở rộng thời lượng sử dụng, mà buộc phải cạnh tranh trực tiếp để giành được thị phần trong khoảng thời gian giải trí giới hạn đó.

Khảo sát của Deloitte cho thấy không có hình thức truyền thông nào chiếm lĩnh toàn bộ 6 giờ này. Mỗi người tiêu dùng có một "hỗn hợp" giải trí riêng: SVOD (Netflix, Disney+, v.v.), UGC (nội dung người

Thiết bị được người dùng sử dụng nhiều nhất trong các hoạt động giải trí (điều tra người dùng ở Mỹ)

	Xem chương trình TV hoặc phim trên dịch vụ xem video trực tuyến	Xem các video ngắn	Xem các video dài	Lướt mạng xã hội
TV thông minh	66%	3%	17%	3%
Điện thoại di động hoặc máy tính bảng	12%	43%	48%	71%

dùng tạo ra), mạng xã hội (TikTok, YouTube), game, âm nhạc, podcast...

Đặc biệt, giới trẻ đang xa rời truyền hình trả tiền và hướng đến các nền tảng số linh hoạt, cá nhân hóa hơn. Họ cũng không chỉ xem trên TV, mà sử dụng nhiều thiết bị - smartphone, tablet, laptop, thiết bị đeo, TV thông minh - khiến môi trường cạnh tranh càng thêm phức tạp. Người dùng hiện vẫn mong muốn trải nghiệm xem phim và truyền hình chất lượng cao, do các studio và nền tảng phát trực tuyến cung cấp. Tuy nhiên, mạng xã hội đang trở thành đối thủ ngày càng đáng gờm trong cuộc chiến giành "thời gian giải trí" của khán giả và cả trong mô hình doanh thu.

Trong khi các hãng phim phải đầu tư rất lớn cho nội dung và hạ tầng phát hành, thì các nền tảng xã hội cung cấp một lượng nội dung gần như vô tận, miễn phí, được cá nhân hóa nhờ các thuật toán và được tối ưu để giữ chân người xem lâu nhất có thể. Quan trọng hơn, các nền tảng này đang chiếm hơn một nửa tổng chi tiêu quảng cáo tại Mỹ, một phần vì khả năng nhắm mục tiêu siêu chính xác, một phần vì lượng người dùng khổng lồ trên toàn cầu.

Khi các nền tảng như YouTube, TikTok đang từng bước chiếm lĩnh cả không gian phòng khách thông qua TV thông minh, một câu hỏi lớn được đặt ra: Liệu họ có bị áp lực để duy trì tiêu chuẩn chất lượng như các hãng truyền thống?

Người dùng có 6 tiếng mỗi ngày cho giải trí và ngành công nghiệp chen nhau trong không gian đó

Theo khảo sát của Deloitte nêu trên, trung bình một người dùng Mỹ dành khoảng 6 tiếng mỗi ngày cho các hoạt động truyền thông, bao gồm SVOD (đăng ký video theo yêu cầu), UGC (nội dung do người dùng tạo), mạng xã hội, game, âm nhạc, podcast và các hình thức truyền thông kỹ thuật số khác. Điều quan trọng là con số này không tăng theo thời gian, dẫn đến cạnh tranh gay gắt hơn giữa các loại hình nội dung.

Dữ liệu cũng cho thấy: Trong khi truyền hình truyền thống từng chiếm ưu thế tuyệt đối, thì giờ đây, người xem, đặc biệt là giới trẻ, có xu hướng phân bổ thời gian đồng đều hơn giữa SVOD, mạng xã hội, trò chơi điện tử và podcast. Ngoài ra, họ sử dụng nhiều thiết bị hơn - từ TV, máy tính bảng, điện thoại đến thiết bị đeo thông minh - khiến việc tiếp cận khán giả trở nên phức tạp hơn cho cả nhà cung cấp lẫn thương hiệu quảng cáo.

Mô hình SVOD: Thay đổi cách sản xuất, nhưng không dễ sinh lời

Cuộc cách mạng video theo yêu cầu (SVOD) đã làm tan rã thị phần khán giả của truyền hình trả tiền, buộc các studio phải chuyển sang mô hình trực tiếp đến người tiêu dùng (DTC). Nhưng dù tiếp cận được khán giả rộng hơn, mô hình này lại khiến chi phí vận hành tăng cao, lợi nhuận mỏng hơn và vòng đời nội dung ngắn hơn.



Các nền tảng như Netflix, Disney+, HBO Max… đang là tiêu chuẩn vàng cho nghệ thuật kể chuyện (storytelling) và sản xuất chất lượng. Tuy nhiên, câu hỏi then chốt vẫn là: Làm sao kiểm soát chi phí, thu hút nhà quảng cáo, cạnh tranh với mạng xã hội và vẫn giữ được chất lượng?

Theo khảo sát của Deloitte, dù là loại hình được sử dụng nhiều nhất (53%), SVOD lại đang gặp khủng hoảng về nhận thức giá trị vì:

- 41% người dùng cho rằng nội dung không xứng đáng với giá tiền
- 47% cảm thấy đang trả quá nhiều
- Chi phí trung bình tăng từ 61 USD → 69 USD/tháng, nhưng số dịch vụ giữ nguyên (khoảng 4 dịch vụ/hộ)

Với người trẻ (Gen Z, Millennials), con số tăng mạnh hơn: 20%/năm, do họ dùng nhiều dịch vụ hơn (khoảng 5 dịch vụ/hộ).

Đây là một rào cản lớn với các nền tảng nhỏ hơn - không đủ khả năng tăng giá mà vẫn giữ người dùng. Giữa bối cảnh này, liệu có cơ hội hợp tác nào giữa các streamer cần mở rộng phạm vi tiếp cận và các nền tảng mạng xã hội đang thiếu các thương hiệu nội dung cao cấp?

Huỷ thuê bao và "quay lại" - bài toán chưa có lời giải của SVOD

39% người dùng đã huỷ ít nhất một dịch vụ SVOD trong 6 tháng qua. Đặc biệt, Gen Z và Millennials có tỷ lệ huỷ trên 50%. Bên cạnh đó 24% người dùng đã hủy rồi lại đăng ký lại cùng một dịch vụ trong 6 tháng. Tỷ lệ hủy rồi đăng ký lại này cao gây áp lực lớn vì chi phí cao để thu hút người dùng mới, mức độ trung thành thấp, khó dự đoán doanh thu và người dùng mệt mỏi vì phải quản lý quá nhiều thuê bao.

Để cứu vãn tình trạng huỷ thuê bao (churn), một số nền tảng SVOD lớn đã ra mắt gói có quảng cáo, với giá rẻ hơn. Hiện có 54% người dùng SVOD đăng ký ít nhất một dịch vụ có quảng cáo, tăng 8% so với năm 2024. Giá trung bình là khoảng 9 USD/tháng, gần sát với mức mà người dùng cho là "hợp lý" (10 USD) khi đổi lại 8 phút quảng cáo/giờ.

Dù vậy, người dùng vẫn cảm thấy quảng cáo lặp lại quá nhiều. Trong khi đó, mạng xã hội lại làm tốt hơn: quảng cáo đúng đối tượng, dễ đo lường, dễ triển khai - khiến họ chiếm phần lớn ngân sách quảng cáo số. 63% Gen Z và 49% Millennials cho biết quảng cáo hoặc đánh giá sản phẩm trên mạng xã hội ảnh hưởng mạnh đến quyết định mua hàng của họ - trong khi quảng cáo trên SVOD chỉ ảnh hưởng 28–25%.

Truyền hình cáp: Vẫn có thu nhập nhưng đang mất dần khán giả

Truyền hình cáp và vệ tinh vẫn là nguồn thu quan trọng, nhưng đang mất dần người dùng. Chỉ 49%



người tiêu dùng còn giữ thuê bao truyền hình cáp, giảm từ 63% so với ba năm trước. Những lý do phổ biến để người dùng tiếp tục duy trì dịch vụ là xem tin tức trực tiếp (43%) và thể thao (41%).

Tuy nhiên, thế hệ Gen Z và Millennials đang rời bỏ mạnh mẽ: 23% Gen Z và 18% Millennials có kế hoạch huỷ thuê bao trong vòng 1 năm tới. Lý do chính là do chi phí cao (125 USD/tháng), ít nội dung yêu thích, nhiều quảng cáo

Trong khi đó, các nền tảng SVOD đã bắt đầu cung cấp thể thao trực tiếp, còn mạng xã hội thì tràn ngập clip thể thao miễn phí và tóm tắt trận đấu.

Giá cả là yếu tố cản trở lớn nhất: thuê bao truyền hình cáp trung bình tốn khoảng 125 USD/tháng, cao gần gấp đôi so với trung bình 69 USD cho 4 dịch vụ SVOD. Người dùng cũng than phiền về lượng quảng cáo nhiều và lặp lại dù đã phải trả tiền.

Dịch vụ truyền hình trực tuyến (live-stream TV) rẻ hơn (khoảng 35%) và hút người trẻ hơn, nhưng tăng trưởng đã chững lại ở mức khoảng 40% hộ gia đình trong 2 năm gần đây. Những dịch vụ này vẫn còn đắt hơn SVOD không quảng cáo, và chưa đủ hấp dẫn với người dùng quen tiêu thụ nội dung miễn phí.

Streaming đang mất dần "tỷ lệ lợi ích so với chi phí"

Dù được sử dụng nhiều nhất, dịch vụ SVOD đang vấp phải sự nghi ngờ về giá trị: 41% người dùng cho rằng nội dung không xứng đáng với giá tiền - tăng 5% so với năm 2024. 47% người trả tiền cho biết họ cảm thấy "trả quá nhiều".

Tỷ lệ thuê bao trung bình không tăng, nhưng chi phí đã tăng 13% trong năm qua và lên đến 20% với Gen Z/Millennials. Mức giá hợp lý nhất theo người dùng là khoảng 14 USD/tháng cho dịch vụ không quảng cáo; mức 25 USD bị coi là quá đắt. Nếu giá tăng thêm 5 USD, 60% người dùng cho biết sẽ huỷ gói dịch vụ. Điều này gây áp lực đặc biệt lớn cho các nền tảng nhỏ hơn, không có khả năng nâng giá mà vẫn giữ khách hàng.

Tỷ lệ huỷ thuê bao vẫn duy trì ở mức cao: 39% người dùng đã huỷ ít nhất 1 dịch vụ trong 6 tháng gần nhất. Đối với Gen Z và Millennials - những người dùng mạnh mạng xã hội và game - tỷ lệ còn trên 50%. Điều này buộc các hãng SVOD phải tung gói có

quảng cáo, gói tích hợp với dịch vụ khác (bảo hiểm, viễn thông, mua sắm để kéo dài vòng đời thuê bao.

Các nền tảng SVOD đang phải đối đầu trực tiếp với mạng xã hội để giành ngân sách quảng cáo

Để cứu vãn tình trạng huỷ thuê bao, một số nền tảng SVOD lớn đã ra mắt gói có quảng cáo, với giá rẻ hơn. Hiện có 54% người dùng SVOD đăng ký ít nhất một dịch vụ có quảng cáo - tăng 8% so với năm 2024. Giá trung bình là khoảng 9 USD/tháng - gần sát với mức mà người dùng cho là "hợp lý" (10 USD) khi đổi lại 8 phút quảng cáo/giờ.



Dù vậy, người dùng vẫn cảm thấy quảng cáo lặp lại quá nhiều. Trong khi đó, mạng xã hội lại làm tốt hơn: quảng cáo đúng đối tượng, dễ đo lường, dễ triển khai - khiến họ chiếm phần lớn ngân sách quảng cáo số.

Theo điều tra của Deloitte, 63% Gen Z và 49% Millennials cho biết quảng cáo hoặc đánh giá sản phẩm trên mạng xã hội ảnh hưởng mạnh đến quyết định mua hàng của họ, trong khi quảng cáo trên SVOD chỉ ảnh hưởng 28-25%.

Creators đang trở thành trung tâm mới của văn hoá giải trí

Không chỉ nội dung, bản thân nhà sáng tạo nội dung (creator) trên mạng xã hội đang được người dùng trẻ yêu mến hơn cả ngôi sao truyền thống. Khoảng 50% Gen Z/Millennials nói họ "kết nối cá nhân" với các creator hơn là diễn viên.

Điều này khiến mạng xã hội trở thành trung tâm văn hoá mới: nơi phát hiện nội dung, tạo xu hướng, tạo cú hích cho SVOD. 56% người dùng trẻ cho biết họ xem một bộ phim chỉ sau khi thấy creator nhắc đến. Nhưng khi các creator "chuyển sân" sang TV, có 30% người xem cho rằng họ mất đi sự chân thực vốn có.

Các nền tảng xã hội còn đang cung cấp AI để giúp creator tạo video, tìm tài trợ, chỉnh sửa, thậm chí… sản xuất ảo toàn bộ. Điều này khiến creator trở thành thương hiệu có sức ảnh hưởng thật sự, không kém gì các hãng phim.

Tái cấu trúc hay bị đào thải: Các studio cần một mô hình mới

Khi chi phí sản xuất tăng, doanh thu giảm, phần lớn chi tiêu quảng cáo rơi vào tay mạng xã hội và các nền tảng siêu quy mô (hyperscale), các studio truyền thống đứng trước áp lực sống còn. Nhiều hãng đang rút khỏi mảng truyền hình trả tiền, tập trung vào bản quyền IP và dịch vụ trực tuyến. Một số bắt đầu phân phối nội dung trên chính mạng xã hội - một bước đi từng bị coi là "tự sát thương hiệu".

Để cạnh tranh, studio cần:

- Đầu tư mạnh vào công nghệ quảng cáo và AI
- Mở rộng quy mô bằng sáp nhập hoặc liên minh
- Ứng dụng công nghệ sản xuất ảo, AI phiên âm/phiên dịch, tìm bối cảnh, đánh giá kịch bản
- Hợp tác cùng creator để tăng tính xác thực và độ lan truyền
- Phát hành nội dung ngắn, thử nghiệm nội dung dạng "social-first"

Cuối cùng, điều quan trọng nhất là thay đổi tư duy: Nếu hỏi Gen Z "TV là gì?", họ có thể hỏi lại: "TV là cái gì vậy?

Phương Anh

(Theo Deloitte, 2025)