

CHẶNG ĐƯỜNG KHỞI NGHIỆP CHIẾN LƯỢC, MÔ HÌNH KINH DOANH ĐỊNH GIÁ VÀ GỌI VỐN

Daklak, 08.05.2019

NGÀY 1 - SÁNG

1. VỀ DIỄN GIẢ (Khảo sát kỳ vọng) 15'

2. HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP 30'

NGHỈ 15'

3. TẬP DƯỚI MỘT TẦM NHÌN, SỨ MỆNH 45'

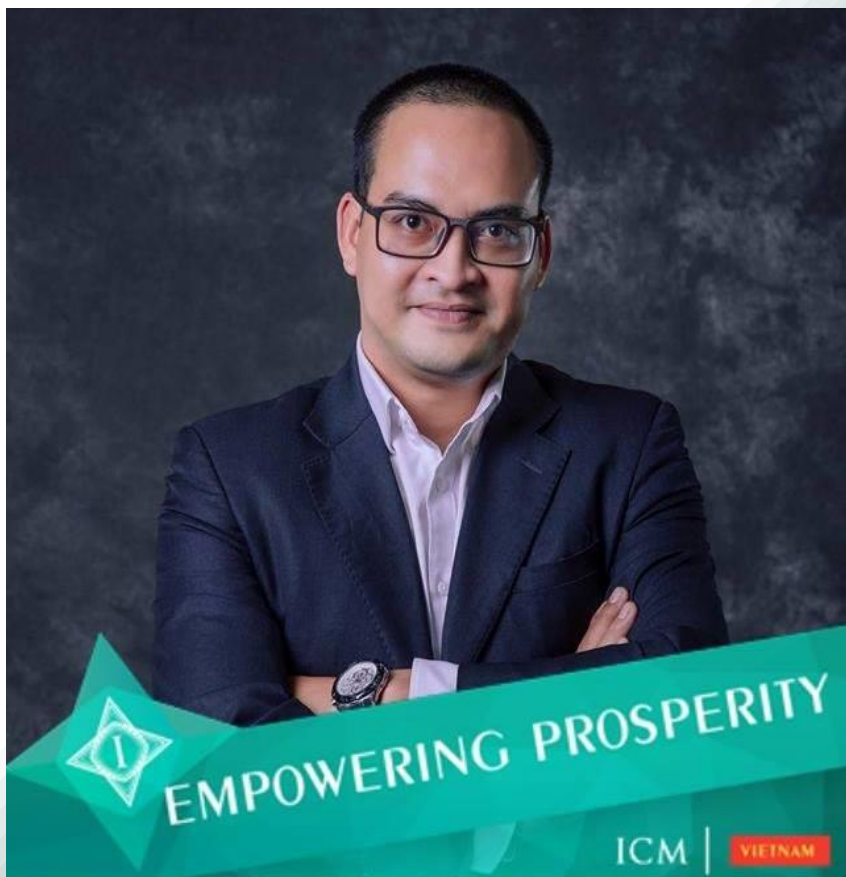
NGHỈ 15'

4. KẾ HOẠCH KINH DOANH 45'

NGHỈ 15'

5. CHIA SẺ, PITCHING VÀ PHẢN HỒI TỪ DIỄN GIẢ 40'

220'



- Đồng sáng lập & TGD của Innovation Capital Management
- Hội đồng cố vấn cấp cao - Quỹ khởi nghiệp Việt Nam
- Ngân hàng, Chứng khoán, Đầu tư, M & A, Quản lý rủi ro trong 15 năm
- Ex CIO của BAOVIETLIFE, PVI SUNLIFE, HDBANK
- Ex CRO của ABBANK, FRM của KPMG Việt Nam

- + 7 chương trình tăng tốc hàng loạt với hơn 70 dự án khởi nghiệp
- 10 hệ sinh thái toàn quốc
- + 13 trung tâm quốc tế thông qua toàn thế giới
- 4 trụ cột chính: đầu tư, thương mại hóa, doanh nhân, nhà khoa học và các nhà xây dựng liên doanh khác

- Tập trung đầu tư chiến lược và quản lý quỹ
- Quan hệ đối tác chiến lược để định giá và gây quỹ
- + 10 khoản đầu tư
- + 100 khởi động trong quản lý danh mục đầu tư
- Quản lý mạng thiên thần
- + 13 trung tâm quỹ nước ngoài
- Hỗ trợ cho quản trị viên địa phương về việc gây quỹ và quản lý quỹ đầu tư sáng tạo



STARTUP
VIETNAM
FOUNDATION
NON-PROFIT FUND

FOUNDING MEMBERS OF

VNI

WISE

BE THE PLATFORM WHERE DREAMS
BECOME GLOBAL SUCCESS



THE PLATFORM
FOR SUSTAINABLE
DEVELOPMENT

CONTACT
NOW!



Mr. Phạm Trung Hùng

Ms. anice Y.

Mr. Nguyễn Việt Đức

HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP



HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP

Một tổ chức tạm thời được thành lập để tìm kiếm mô hình kinh doanh có thể lặp lại và có thể mở rộng.

Doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp sáng tạo là doanh nghiệp nhỏ và vừa được thành lập để thực hiện ý tưởng trên cơ sở khai thác tài sản trí tuệ, công nghệ, mô hình kinh doanh mới và có khả năng tăng trưởng nhanh

HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP

Startups kiến tạo 70-80% việc làm mới và một phần lớn của cải toàn cầu

Nhưng

8 trong 10 dự án Startup thất bại

Tại sao?

Sự phức tạp và quản trị nguồn lực

HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP

Cuối con đường

Thất bại	Đóng cửa công ty hoặc thanh lý tài sản với nhiều tổn thất cho tất cả các bên
Lifestyle	Công ty đạt được một số hiệu quả về lợi nhuận/thị phần, cung cấp được một phần lợi cho ban điều hành, nhân viên, nhưng không đem lại lợi ích cho nhà đầu tư/ chủ nhân
M&A	Mô hình lợi nhuận được mua lại và gắn vào một công ty lớn hơn, tạo ra lợi nhuận cho nhà đầu tư/ chủ nhân
IPO	Niêm yết đại chúng, tạo ra lợi nhuận lớn cho nhà đầu tư/ chủ nhân

HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP

Lifestyle Business và Startup

Nói chung, cả hai cùng ổn, nhưng có chút khác biệt

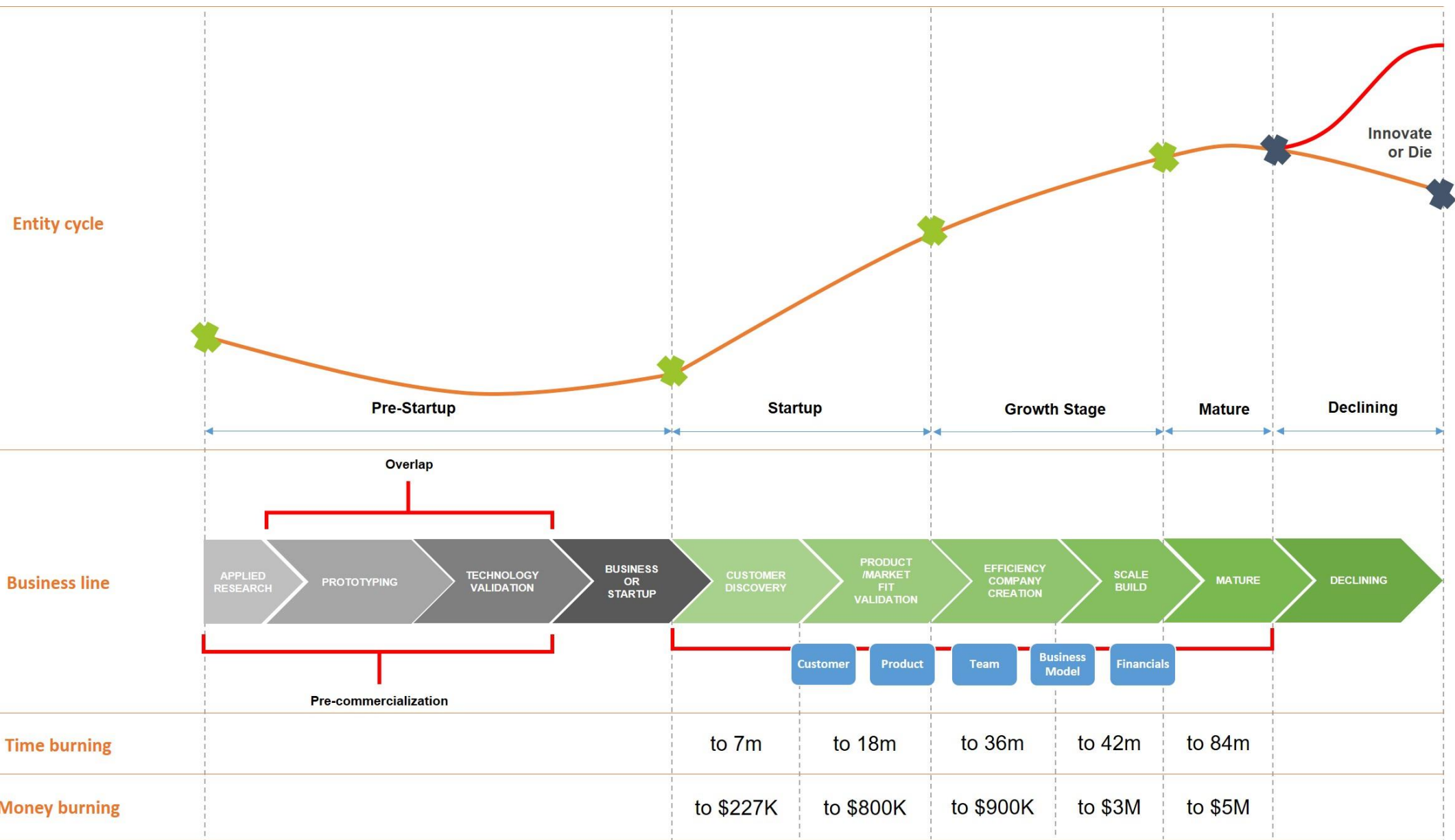
Lifestyle Business

- Hỗ trợ cho một kiểu sống
- Thường sở hữu cá nhân/nhỏ lẻ
- Tập trung địa phương/ khu vực
- Không nhiều sáng chế/phát kiến
- Khó mở rộng
- Mô hình kinh doanh truyền thống
- Tăng trưởng tuyến tính ổn định

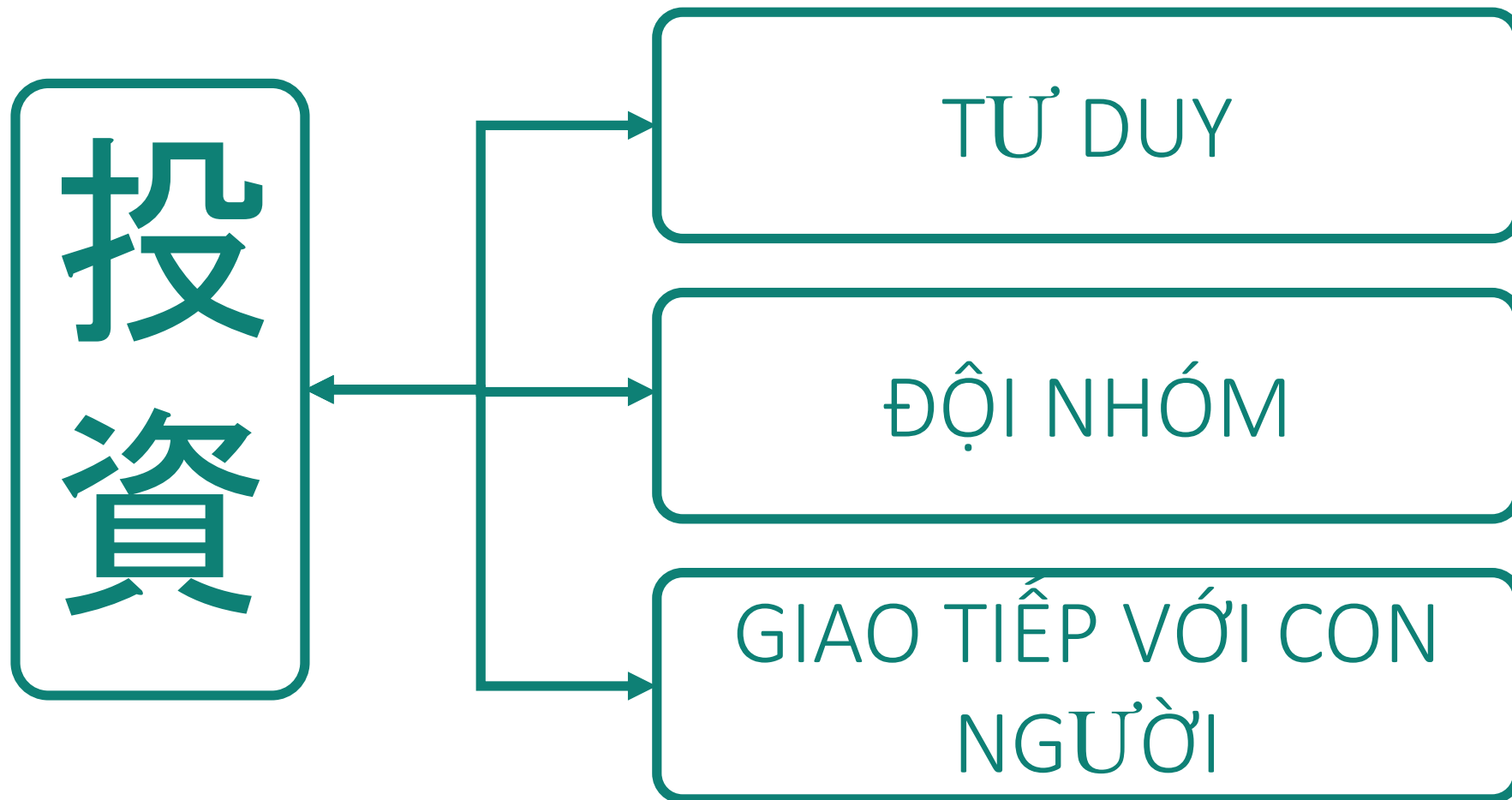
Startup

- Thay đổi thế giới
- Nhiều nhà đầu tư/ đồng sở hữu
- Tham vọng toàn cầu
- Bùng nổ sáng tạo
- Tiềm năng mở rộng
- Mô hình kinh doanh sáng tạo
- Tăng trưởng phi tuyến tính

HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP



KHỞI ĐỘNG (CHO BẠN)



KHỞI ĐỘNG (CHO BẠN, CHO AI ĐÓ KHÁC)

Các thành tố chính - HSTKN:

Trường Đại Học, Viện Nghiên Cứu, Startups, Nhà Đầu tư, Chính Phủ

Các thành tố thúc đẩy - HSTKN

Hệ sinh thái mini, Vườn ươm, Chương trình tăng tốc, Hiệp Hội Nghề Nghiệp,
Tư vấn phát triển HSTKN

1. GIÁ TRỊ CỦA CÁC THÀNH PHẦN CHÍNH – Một tầm nhìn lớn



A1: BẢN PHÂN TÍCH SWOT CHO CÁC GIÁ TRỊ CẠNH TRANH

Item	SWOT it now				SWOT TRONG 3 NĂM			
	S	W	O	T	S	W	O	T
1. Nguồn nhân lực	X							X
2. Qui trình và công nghệ		X					X	
3. Các mối quan hệ			X			X		
4. Hình ảnh				X	X			
5. Mô hình kinh doanh sáng tạo				X	X			

X: Để người sáng lập tự nhận định chính mình

Phân khúc khách hàng

KẾ HOẠCH KINH DOANH

KẾ HOẠCH KINH DOANH

“Một bản kế hoạch kinh doanh là một mô tả bằng văn bản về kế hoạch kinh doanh tương lai của bạn. Văn bản chỉ ra dự định kinh doanh và cách mà bạn sẽ thực hiện dự định đó.” <https://www.entrepreneur.com/article/38290>

Encyclopedia “Kế hoạch kinh doanh là một tài liệu mô tả một doanh nghiệp mới, sản phẩm hoặc dịch vụ của họ. Nó chỉ ra cách họ sẽ kiếm tiền, lãnh đạo, nguồn nhân lực, tài chính, mô hình hoạt động và các chi tiết khác cần thiết cho cả hoạt động. Các doanh nhân tạo ra kế hoạch kinh doanh như một phần của quá trình khởi nghiệp trong khi các doanh nghiệp hiện tại thường viết chúng khi thay đổi hướng hoặc chiến lược. Hầu hết các kế hoạch kinh doanh bao gồm các công ty đầu tiên trong ba đến năm năm. “

KẾ HOẠCH KINH DOANH

VỚI TÔI: KẾ HOẠCH KINH DOANH ĐƠN GIẢN LÀ VIẾT XUỐNG **MÔ HÌNH KINH DOANH BẰNG NHỮNG CON SỐ VÀ CĂN CỨ**, TRẢ LỜI CÂU HỎI NÊN **LÀM GÌ VÀ LÀM THẾ NÀO** ĐỂ ĐẠT ĐƯỢC TỪNG CÁC GIẢ ĐỊNH CỦA MÔ HÌNH KINH DOANH, CHO MỘT TẦM NHÌN 1-3 NĂM

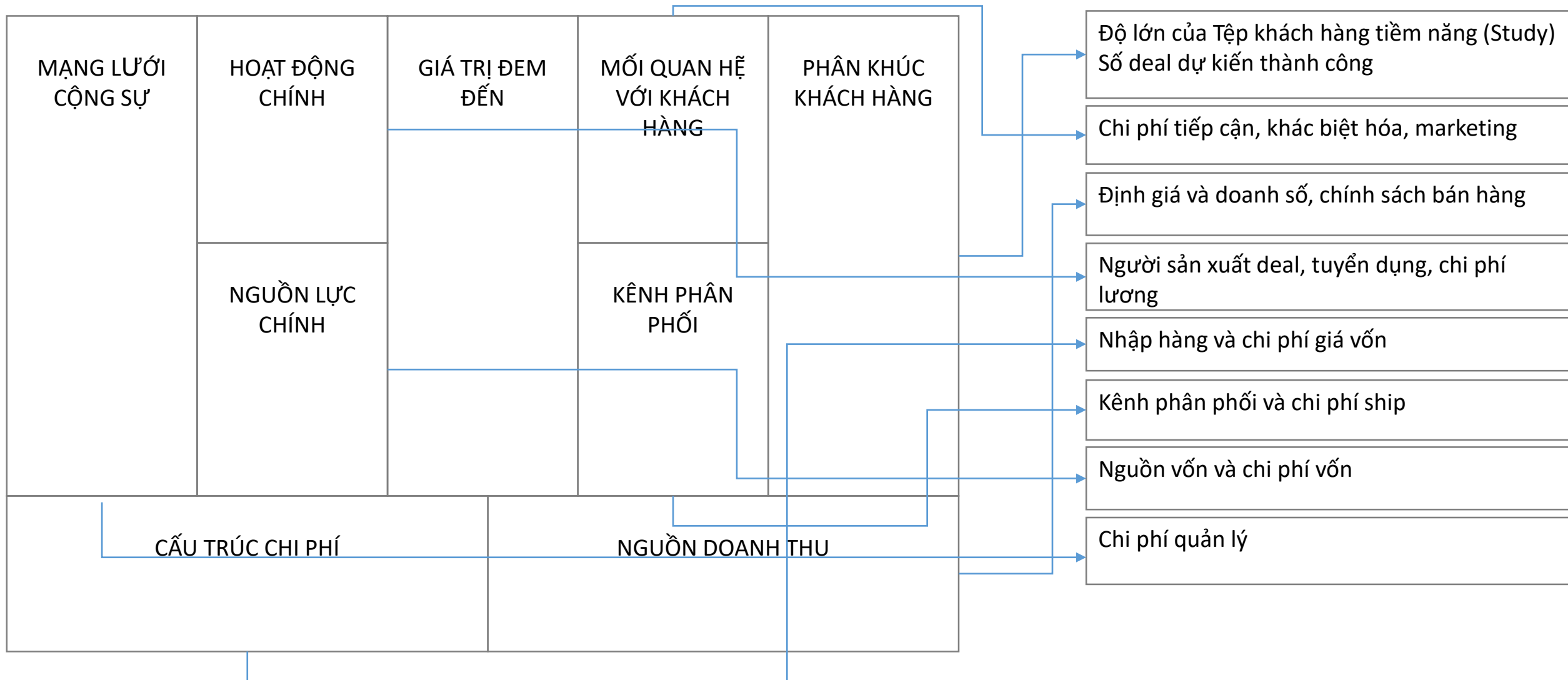
NGƯỜI TA TRẢ CHO BẠN BAO NHIÊU TIỀN

—

BẠN PHẢI LÀM NHỮNG GÌ ĐỂ HỌ TRẢ TIỀN

BẠN SỐNG HAY KHÔNG

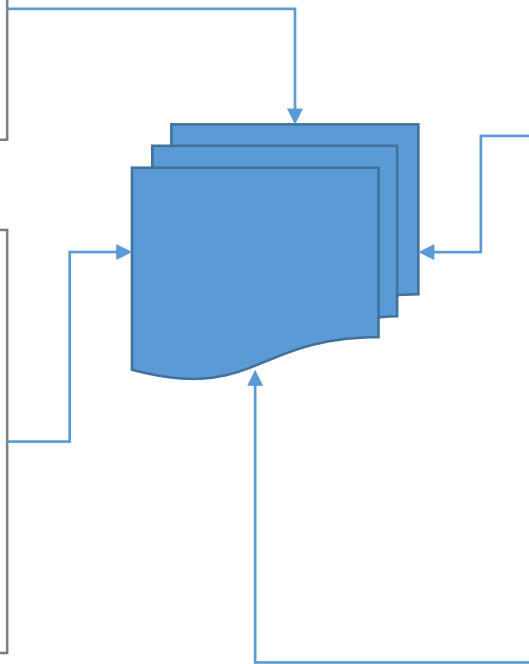
KẾ HOẠCH KINH DOANH



KẾ HOẠCH KINH DOANH – AI LÀM G

Giám đốc điều hành (CEO), người có trách nhiệm chính trong việc giám sát quá trình lập kế hoạch kinh doanh

Giám đốc tiếp thị và bán hàng (CMO), người hiểu rõ nhất nhu cầu của thị trường, tiềm năng tăng trưởng của nó, yêu cầu cụ thể của khách hàng, giá mà họ sẵn sàng trả, động thái của đối thủ, v.v.



Giám đốc phát triển và sản xuất (CPO), người cung cấp đầu vào có tầm quan trọng trung tâm cho kế hoạch kinh doanh, như thời gian dẫn đầu để phát triển sản phẩm mới, yêu cầu đối với máy móc và thiết bị sản xuất mới, nhu cầu nhân sự và yêu cầu nguyên liệu.

Giám đốc tài chính (CFO), người thường đặt dữ liệu tài chính của kế hoạch kinh doanh cùng nhau, đưa ra các yêu cầu tài chính của công ty và là một trong những nhân vật quan trọng trong việc nói chuyện với các nhà đầu tư và tổ chức cho vay

KẾ HOẠCH KINH DOANH – CÁC BƯỚC VÀ HÌNH THỨC

1. Phân tích SWOT

2. Đánh giá một tầm nhìn

3. Xác định các mục tiêu

4. Xác định các chương trình

5. Quản trị thực hiện kế hoạch

A. Tóm tắt chung

B. Tổng quan kinh doanh, môi trường, thực trạng, STEEP

C. Sản phẩm dịch vụ cung cấp

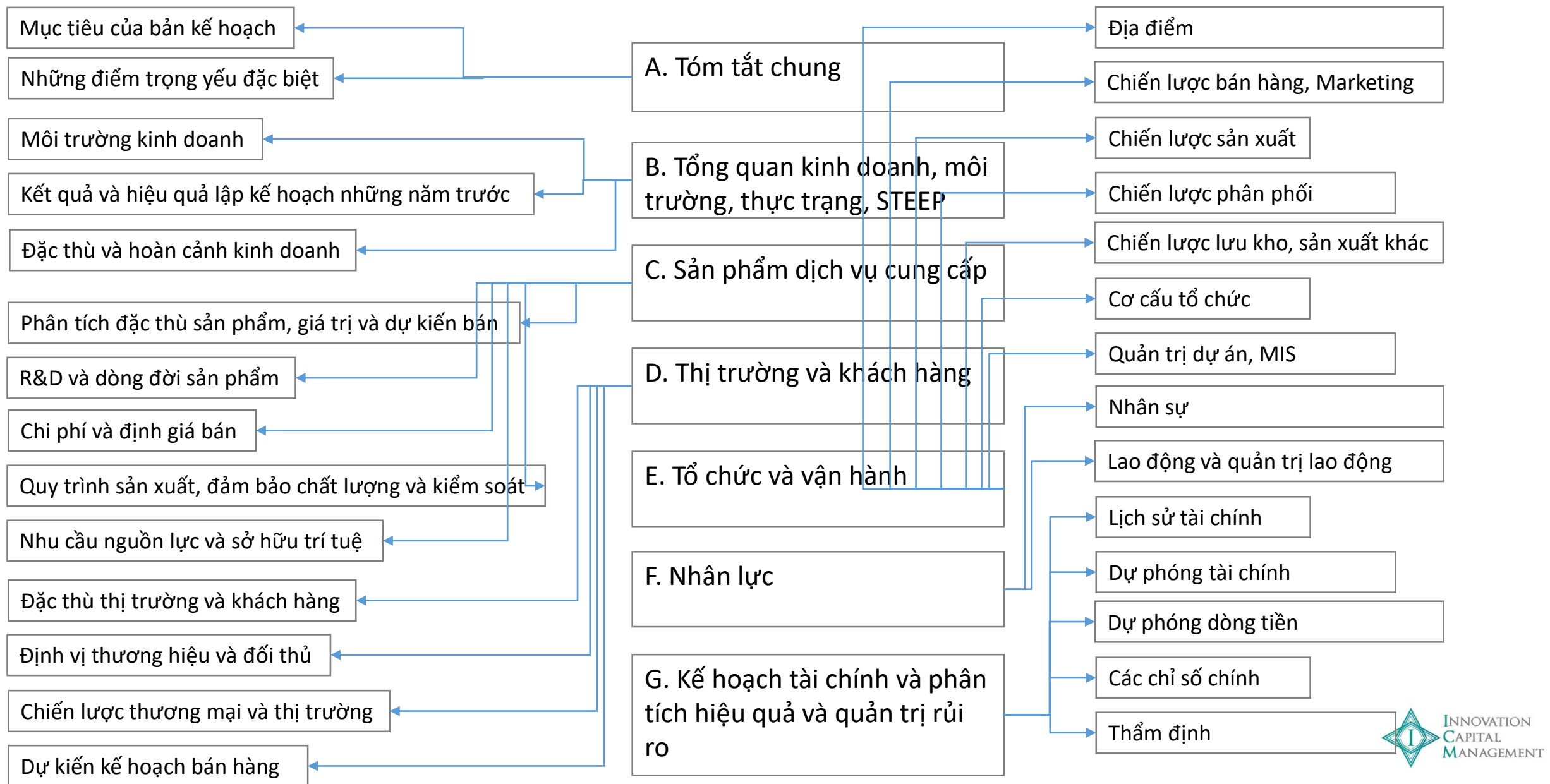
D. Thị trường và khách hàng

E. Tổ chức và vận hành

F. Nguồn lực

G. Kế hoạch tài chính và phân tích hiệu quả và quản trị rủi ro

KẾ HOẠCH KINH DOANH – STEPS AND FORMAT



KẾ HOẠCH KINH DOANH – SALE PLAN

Table 1: Competitive Analysis

Factor	Me	Strength	Weakness	Competitor A	Competitor B	Competitor C	Importance to Customer
Products							
Price							
Quality							
Selection							
Service							
Reliability							
Stability							
Expertise							
Company Reputation							
Location							
Appearance							
Sales Method							
Credit Policies							
Advertising							
Image							

KẾ HOẠCH KINH DOANH – MARKETING PLAN



KẾ HOẠCH KINH DOANH – FINANCIAL PLAN

Profit & Loss	April	May	June	July	August	September	October	November	December	January	February	March
Revenues												
No of Units Sold	1200	1500	1800	2200	2700	2500	2300	3000	3400	3700	4000	4000
Price per unit	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Revenues	120000	150000	180000	220000	270000	250000	230000	300000	340000	370000	400000	400000
Variable Expenses												
No of Units	1200	1500	1800	2200	2700	2500	2300	3000	3400	3700	4000	4000
Variable Cost per Unit	25	25	25	27	27	27	27	27	27	28	28	28
Total Variable Cost	30000	37500	45000	59400	72900	67500	62100	81000	91800	103600	112000	112000
Fixed Expenses												
Manpower	34500	34500	34500	34500	34500	34500	34500	34500	34500	34500	34500	34500
Marketing	65000	65000	65000	65000	65000	65000	80000	80000	45000	40000	40000	35000
Travel	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Telephone	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
Rent	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Capital Costs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Miscellaneous	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Total Expenses	156500	164000	171500	185900	199400	194000	203600	222500	198300	205100	213500	208500
Profit Before Tax	-36500	-14000	8500	34100	70600	56000	26400	77500	141700	164900	186500	191500
Tax @ 30%												
Profit After Tax					79240	39200	18480	54250	99190	115430	129920	134050

Nó khó. VÂNG.

Nhưng tin tốt là bạn có thể làm
điều đó với nhiều người khác

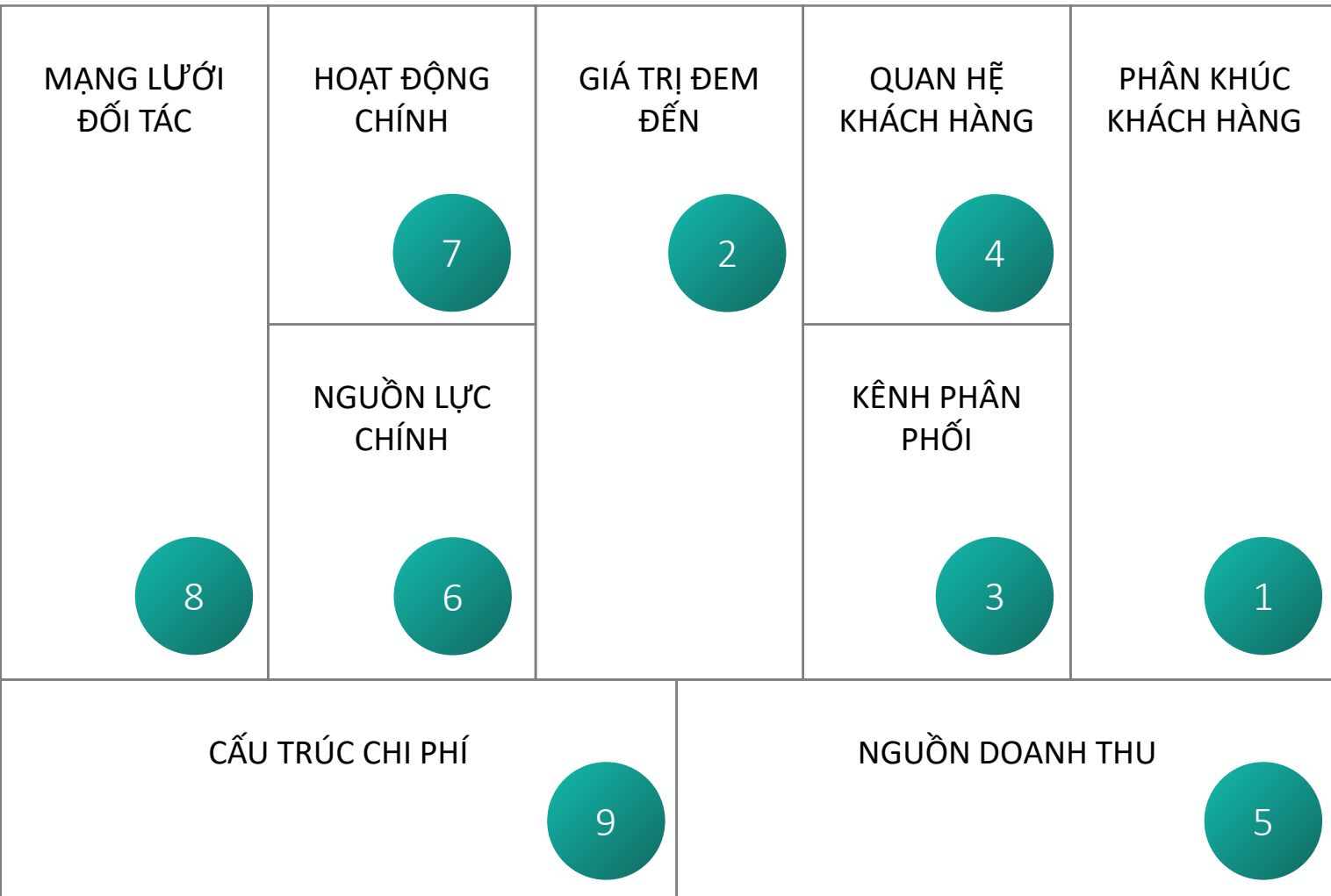
Và thực tế là, không ai có thể làm
tất cả những điều này một mình.



PICHING



BUSINESS MODEL REVIEW AND FEEDBACKS



TẦM NHÌN VÀ SỨ MỆNH



Canvas Modeling



MÔ HÌNH KINH DOANH – Ý TƯỞNG CỦA TÔI

TRONG TRƯỜNG HỢP BẠN MUỐN BIẾT THÊM..

CHẶNG ĐƯỜNG KHỞI NGHIỆP CHIẾN LƯỢC, MÔ HÌNH KINH DOANH ĐỊNH GIÁ VÀ GỌI VỐN

Daklak, 08.05.2019

NGÀY 1 – CHIỀU

1. XÂY DỰNG MÔ HÌNH KINH DOANH VÀ CHIẾN LƯỢC
NGHỈ
2. PHÂN NHÓM THỰC HÀNH
NGHỈ
3. PITCHING

45'

15'

45'

15'

60'

180'

CHIẾN LƯỢC, MÔ HÌNH KINH DOANH

PHÁ BĂNG



V.S



PHÁ BĂNG



V.S

HSBC



PHÁ BĂNG



V.S



MÔ HÌNH KINH DOANH – P1 – CÁI GÌ VÀ TẠI SAO?

‘Sản phẩm là trung tâm của doanh nghiệp, nhưng bản thân nó không phải là doanh nghiệp – nó không thể thành công nếu không có một mô hình kinh doanh phù hợp’ *Guide To Real-World Business Models*

Một định nghĩa đơn giản của Micheal Lewis— “Cách bạn lên kế hoạch kiếm tiền là điều quan trọng nhất”

Peter Drucker cho rằng — “Các giả định về cách công ty tạo ra doanh thu”

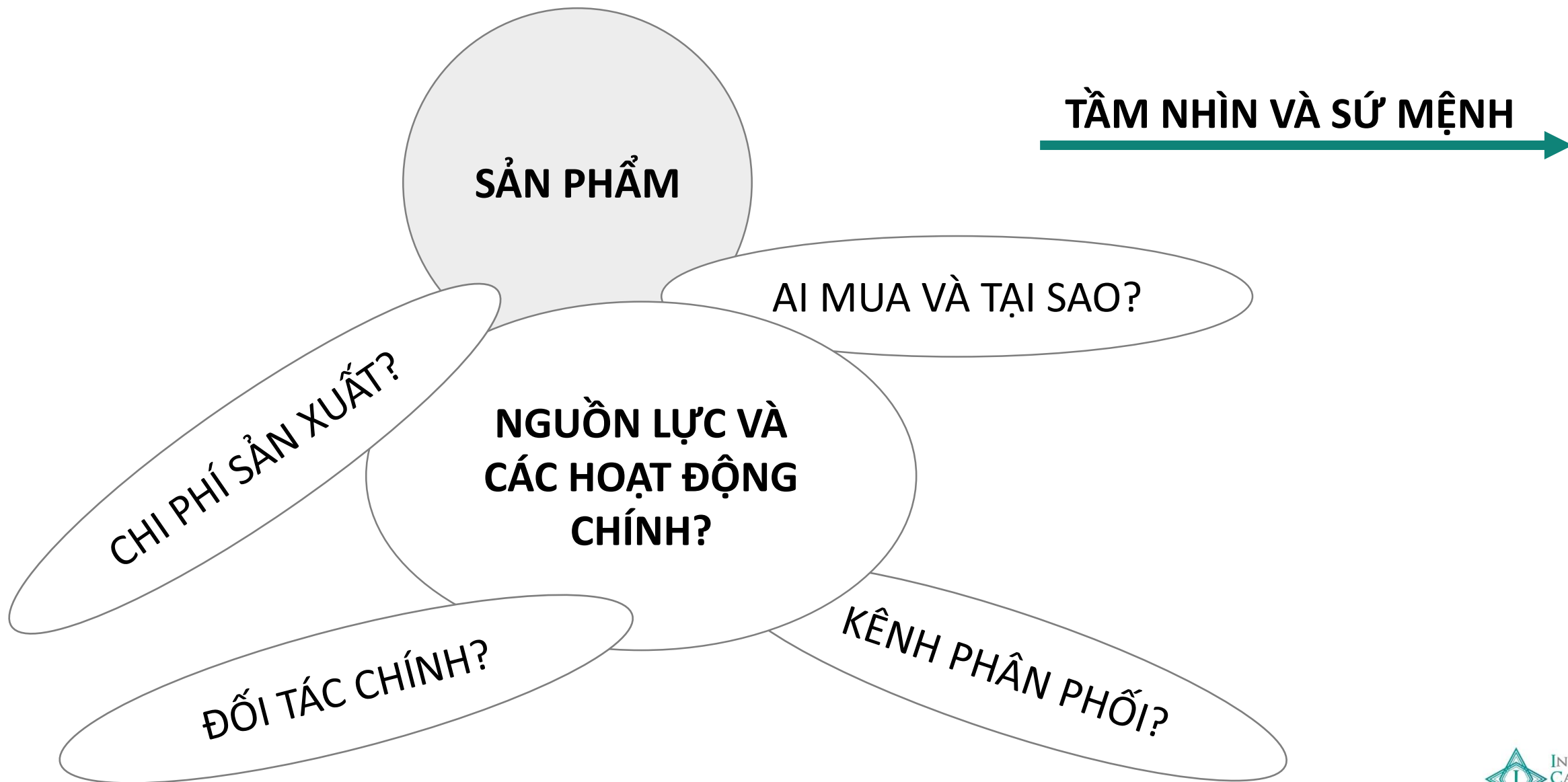
MÔ HÌNH KINH DOANH – P1 – CÁI GÌ VÀ TẠI SAO?

Một cách tổng quan, một mô hình kinh doanh mô tả gốc rễ vì sao một tổ chức được sinh ra, chuyển tải giá trị gì và tìm kiếm giá trị từ đâu.

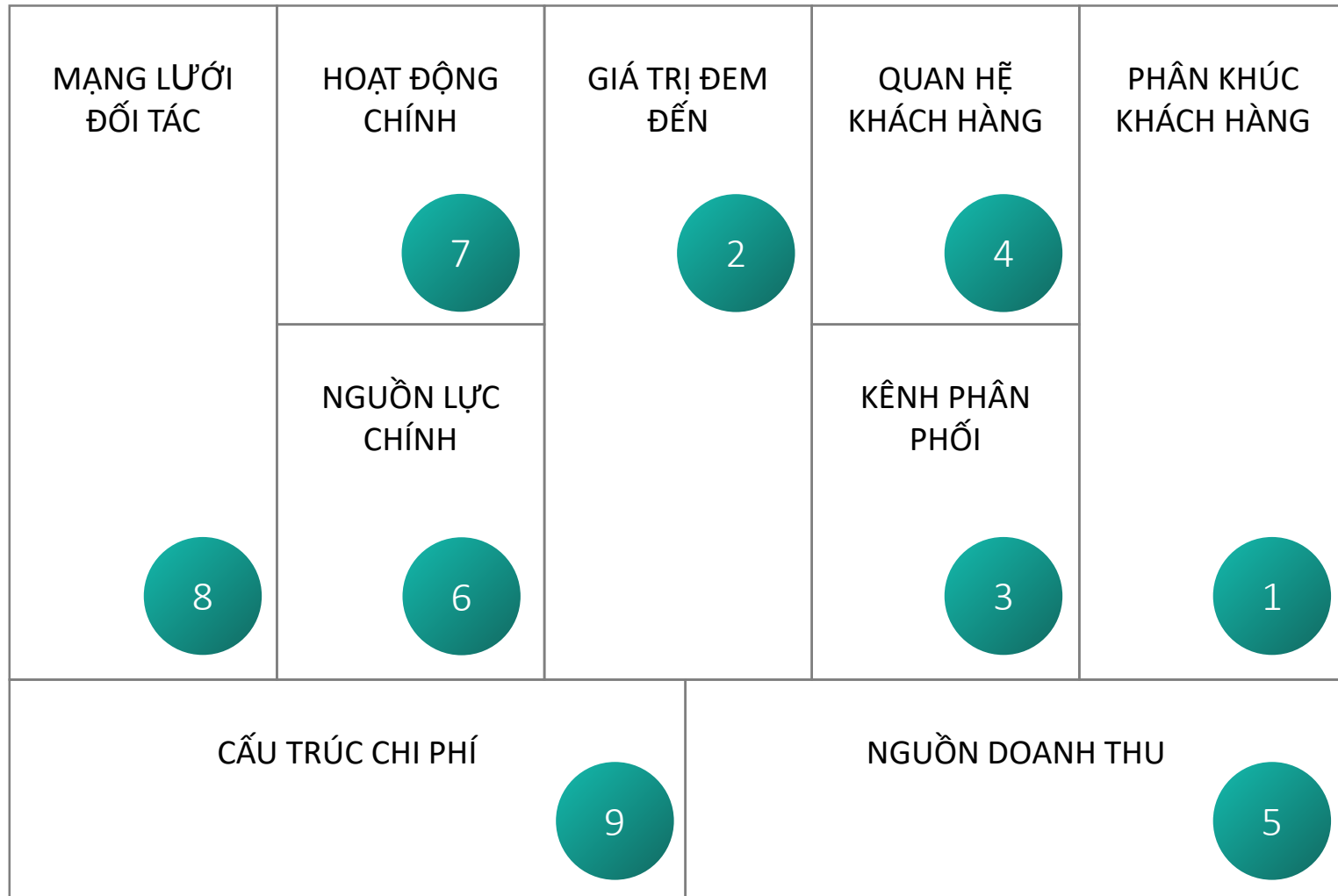
- Công ty dự kiến kiếm tiền bằng cách nào, cái logic mà ai đó trả tiền cho nó và giúp nó tự đứng vững một cách bền vững về tài chính
- Mô tả rõ việc một ý tưởng chuyển thành một công ty ra sao
- Nhiều công ty trong cùng một lĩnh vực, cùng cung cấp một số giá trị chính, nhưng lại dựa trên nhiều mô hình kinh doanh khác nhau
- Mô hình kinh doanh nằm ở tầng chiến lược, ảnh hưởng tới chiến lược, cách thức vận hành, tạo ra giá trị và chuyển hóa giá trị.

AI – CÁI GÌ – NHƯ THẾ NÀO – Ở ĐÂU – KHI NÀO – TẠI SAO

MÔ HÌNH KINH DOANH – P1 – CÁI GÌ VÀ TẠI SAO?



MÔ HÌNH KINH DOANH – P1 – CÁI GÌ VÀ TẠI SAO?



TẦM NHÌN VÀ SỨ MỆNH



Canvas Modeling



MÔ HÌNH KINH DOANH – P1 – CÁI GÌ VÀ TẠI SAO

NHÓM	KIỂU VẬN HÀNH	
Club	Trả phí thành viên cho một tổ chức lớn để nhận được các quyền lợi bán hàng, kết nối, phát triển từ nhóm	
Brokerage	Kết nối người mua và người bán, tính phí cho giao dịch thành công từ một trong hai hoặc cả hai bên	
Hộp nhất	Đóng gói các hàng hóa, dịch vụ và giá trị có liên quan thành một gói rời bán	
Phân biệt giá	Tính giá khác nhau cho các nhóm dịch vụ hàng hóa phân mảnh	
Nguồn lực số đông	Nhóm đông người cung cấp dịch vụ, nội dung miễn phí và nhận lại từ người khác	Wikipedia
Disintermediation	Bán hàng trực tiếp, không có kênh bán, bỏ qua trung gian	
Phân mảnh	Bán rời từng phần của một đối tượng hàng hóa	
Freemium	Cho dùng miễn phí gói cấp thấp/ cơ bản, tính phí gói cao cấp	Linked in
Leasing	Cho thuê, không bán	Cars, Aircraft
Low-touch	Giá thấp cho hàng giảm giá	Walmart
Negative cycle	Giá thấp thông qua đặt hàng trước	Amazon
Pay as you go	Tính tiền trên lượng dùng với đơn vị đo lường chung	Điện lực
Đấu giá ngược	Xét giá trần tổ chức đấu giá giảm dần	
Product to service	Thay vì bán sản phẩm, bán dịch vụ của sản phẩm tạo ra	
Bán chuẩn	Chuẩn hóa dịch vụ hàng hóa	ISO
Subscription	Thu phí đăng ký	
.....		

MÔ HÌNH KINH DOANH – P2 – NHƯ THỂ NÀO1

HỌ LÀ AI, THÓI QUEN TIÊU DÙNG LÀ GÌ, HỌ RA QUYẾT ĐỊNH NHƯ THẾ NÀO

HỌ LÀ THỊ TRƯỜNG MASS HAY THỊ TRƯỜNG NGÁCH, QUY MÔ

NHU CẦU CỦA HỌ CÓ BỊ PHÂN MẢNH MẠNH HAY KHÔNG

NGƯỜI RA QUYẾT ĐỊNH VÀ NGƯỜI THỤ HƯỞNG

HỌ CẦN ĐƯỢC THỎA DỤNG VẤN ĐỀ GÌ

CÁCH TIẾP CẬN HỌ, CÁCH ĐỂ HỌ NHÌN THẤY/ GẶP BẠN VÀ BUSINESS CỦA BẠN



PHÂN KHÚC KHÁCH HÀNG

MÔ HÌNH KINH DOANH – P2 – NHƯ THỂ NÀO 2

GIÁ TRỊ NÀO SẼ CÓ THỂ ĐÓNG GÓI VÀ THỎA DUNG HỌ

HỌ ƯU TIÊN CÔNG NGHỆ, CẮT GIẢM CHI PHÍ, NHÂN HIỆU, THIẾT KẾ

HỌ THÍCH ĐƯỢC THƯỞNG THỨC GIÁ TRỊ HAY TỰ TẠO RA ĐIỀU ĐÓ

GIÁ TRỊ ĐƯỢC ĐO LƯỜNG BẰNG CÁCH NÀO, RỦI RO KHI CHUYỂN GIAO

GIÁ TRỊ MANG TÍNH VẬT CHẤT HAY PHI VẬT CHẤT

CÁCH THỨC ĐỊNH GIÁ CÁC GIÁ TRỊ ẤY



GIÁ TRỊ ĐEM ĐẾN

MÔ HÌNH KINH DOANH – P2 – NHƯ THỂ NÀO 3

KÊNH GIỚI THIỆU, MARKETING

KÊNH BÁN HÀNG, VẬN CHUYỂN, CHĂM SÓC SAU MUA, ĐÁNH GIÁ

HÌNH THÁI KÊNH: VẬT CHẤT (NGƯỜI, ĐIỂM BÁN, KHO HÀNG),
ONLINE (ĐIỆN THOẠI, INTERNET, TRUYỀN HÌNH, MEDIA, ĐÀI BÁO)

HÌNH THÁI TƯƠNG TÁC QUA KÊNH: GIỚI THIỆU, BÁN HÀNG, THU THẬP
THÔNG TIN, CHĂM SÓC, BẢO TRÌ, BẢO HÀNH, TRUYỀN THÔNG...

TỐI ƯU KẾT NỐI KHU VỰC SẢN XUẤT, QUẢN TRỊ, VẬN HÀNH, VÀ KÊNH

SỞ HỮU KÊNH V.S THUÊ KÊNH V.S MIXTURE



HỆ THỐNG KÊNH PHÂN PHỐI

MÔ HÌNH KINH DOANH – P2 – NHƯ THỂ NÀO 4

TỰ PHỤC VỤ

TRỢ LÝ KHÁCH HÀNG

CỘNG ĐỒNG

CÙNG KHÁCH HÀNG SÁNG TẠO GIÁ TRỊ

MUA LẠI CƠ SỞ KHÁCH HÀNG

KHÁCH HÀNG TRỞ THÀNH ĐẠI LÝ



QUAN HỆ KHÁCH HÀNG

MÔ HÌNH KINH DOANH – P2 – NHƯ THỂ NÀO 5

DOANH THU THEO GIAO DỊCH HAY ĐỊNH KỲ

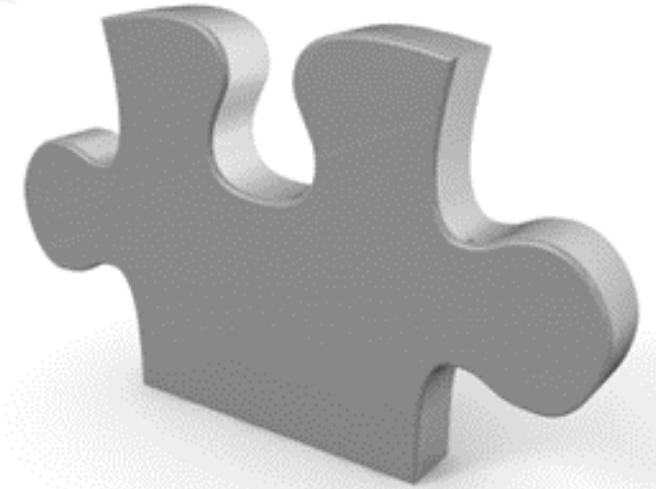
HÌNH THỨC DOANH THU TRẢ TRƯỚC HAY TRẢ SAU

PHƯƠNG PHÁP ĐỊNH GIÁ CHO MỖI LOẠI HÌNH CUNG CẤP, ĐỐI
TƯỢNG KHÁCH HÀNG, KÊNH BÁN, LOẠI SỈ/LẺ

TÍN DỤNG THƯƠNG MẠI VÀ SỰ ẢNH HƯỞNG

TỐI ƯU COLLECTION

TỐI ƯU DÒNG TIỀN SẢN PHẨM CHÍNH/ PHỤ, CHƯƠNG TRÌNH BÁN



NGUỒN DOANH THU

MÔ HÌNH KINH DOANH – P2 – NHƯ THỂ NÀO6

NHỮNG NGUỒN LỰC CHÍNH LÀ NGUYÊN LIỆU ĐẦU VÀO CHO GIÁ TRỊ

NHÂN SỰ

VỐN TÀI CHÍNH

CORE VALUES FROM STRATEGICS FACTORS AND CULTURE

TECH (Hard and Soft), ASSET, IP, KIẾN THỨC, QUI TRÌNH.....

HÌNH ẢNH



KEY RESOURCES

MÔ HÌNH KINH DOANH – P2 – NHƯ THỂ NÀO?

SẢN XUẤT

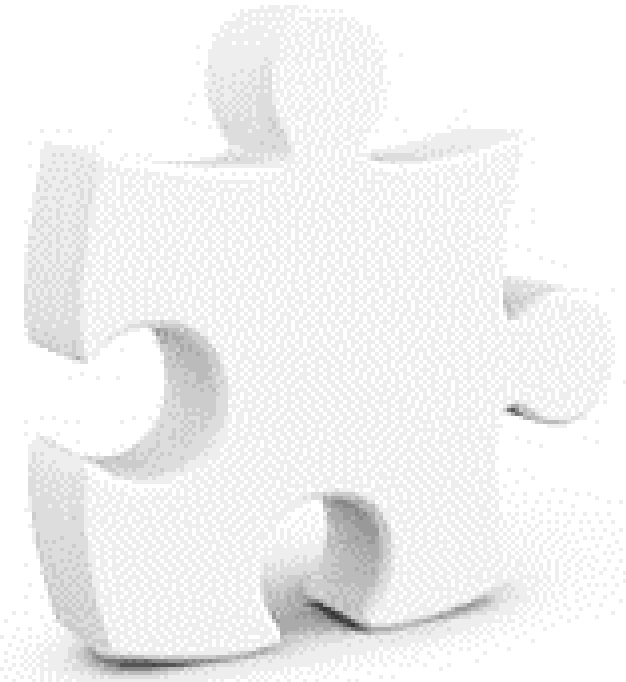
BÁN HÀNG, CHĂM SÓC KHÁCH HÀNG

MARKETING, PROMOTION...

QUẢN TRỊ (TÀI CHÍNH, NHÂN SỰ, VẬN HÀNH CHUNG, ĐỐI NGOẠI,
LÃNH ĐẠO...)

THU MUA

ĐÀO TẠO



CÁC HOẠT ĐỘNG CHÍNH

MÔ HÌNH KINH DOANH – P2 – NHƯ THỂ NÀO 8

CUNG CẤP ĐẦU VÀO HOẶC TIÊU THỤ ĐẦU RA

TĂNG CƯỜNG NĂNG LỰC VẬN HÀNH, MỞ RỘNG QUY MÔ

GIẢM THIỂU RỦI RO HOẶC BẤT ỔN

ĐỒNG HÀNH TRONG MỘT LĨNH VỰC MỚI, THỊ PHẦN MỚI, CÔNG NGHỆ MỚI, QUY CHUẨN MỚI

BÁN CHÉO SẢN PHẨM

CHIA SẺ NGUỒN LỰC



CÁC ĐỐI TÁC CHÍNH

MÔ HÌNH KINH DOANH – P2 – NHƯ THỂ NÀO 9

CÁC CẤU PHẦN CHÍNH TRONG CHI PHÍ

CHI PHÍ CỐ ĐỊNH, CHI PHÍ BIẾN ĐỔI

KINH TẾ QUY MÔ

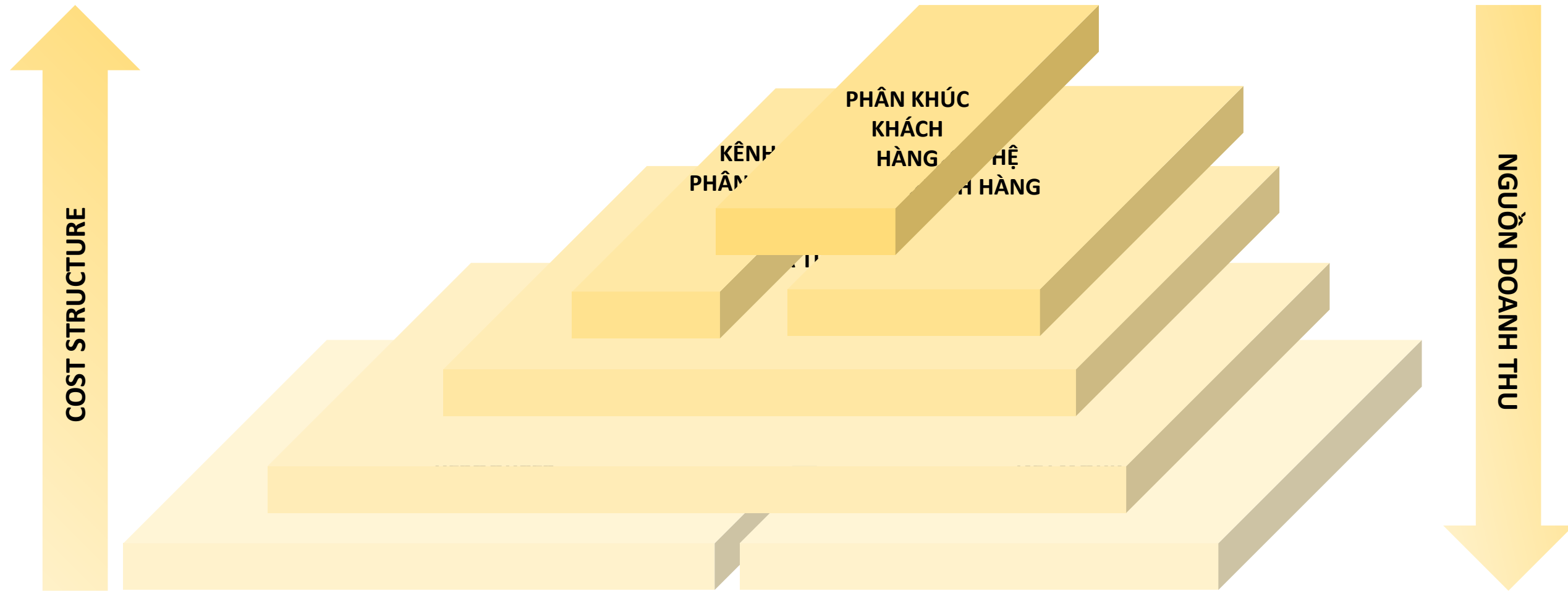
KINH TẾ PHẠM VI

CHO THUÊ

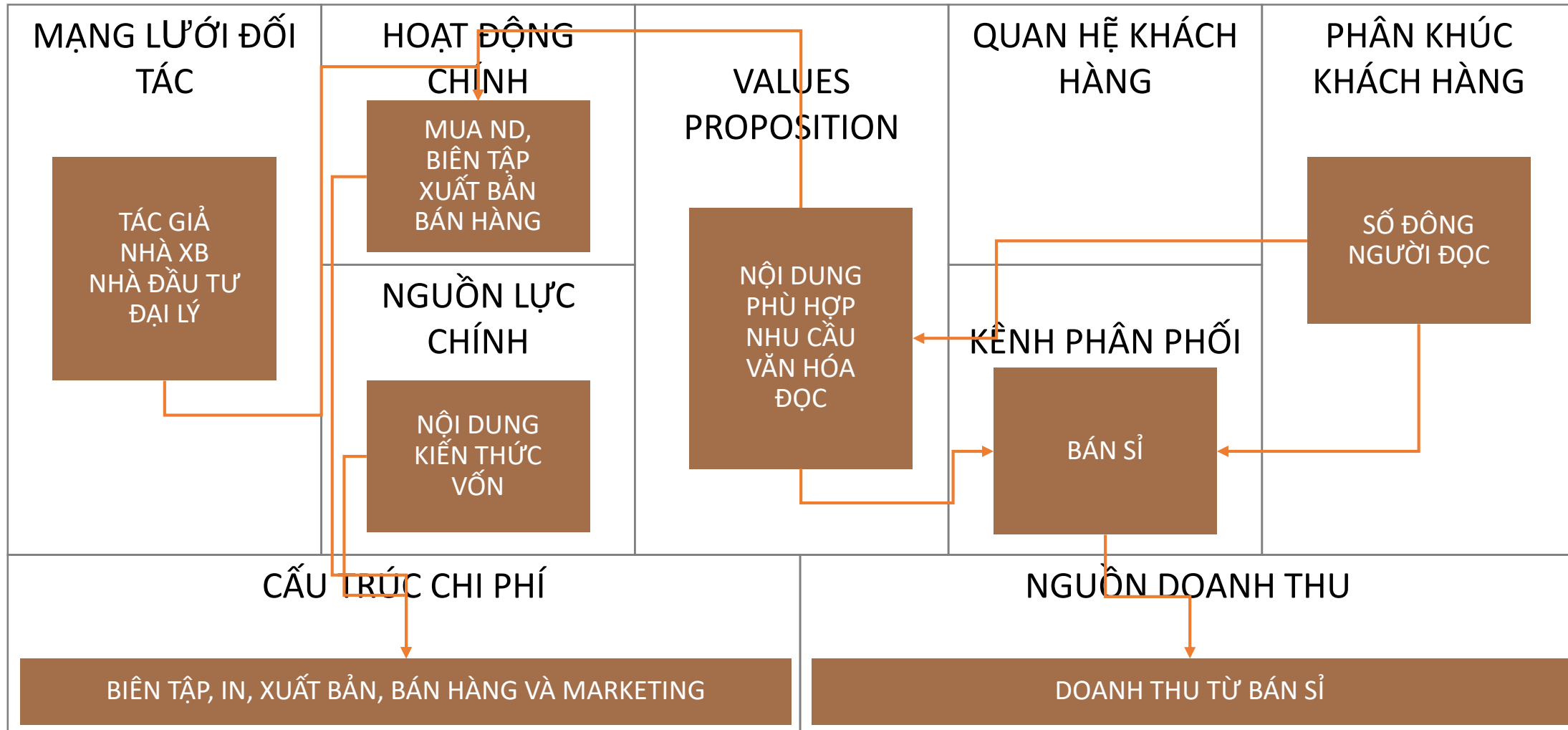


CẤU TRÚC CHI PHÍ

MÔ HÌNH KINH DOANH – P1 – CÁI GÌ VÀ TẠI SAO

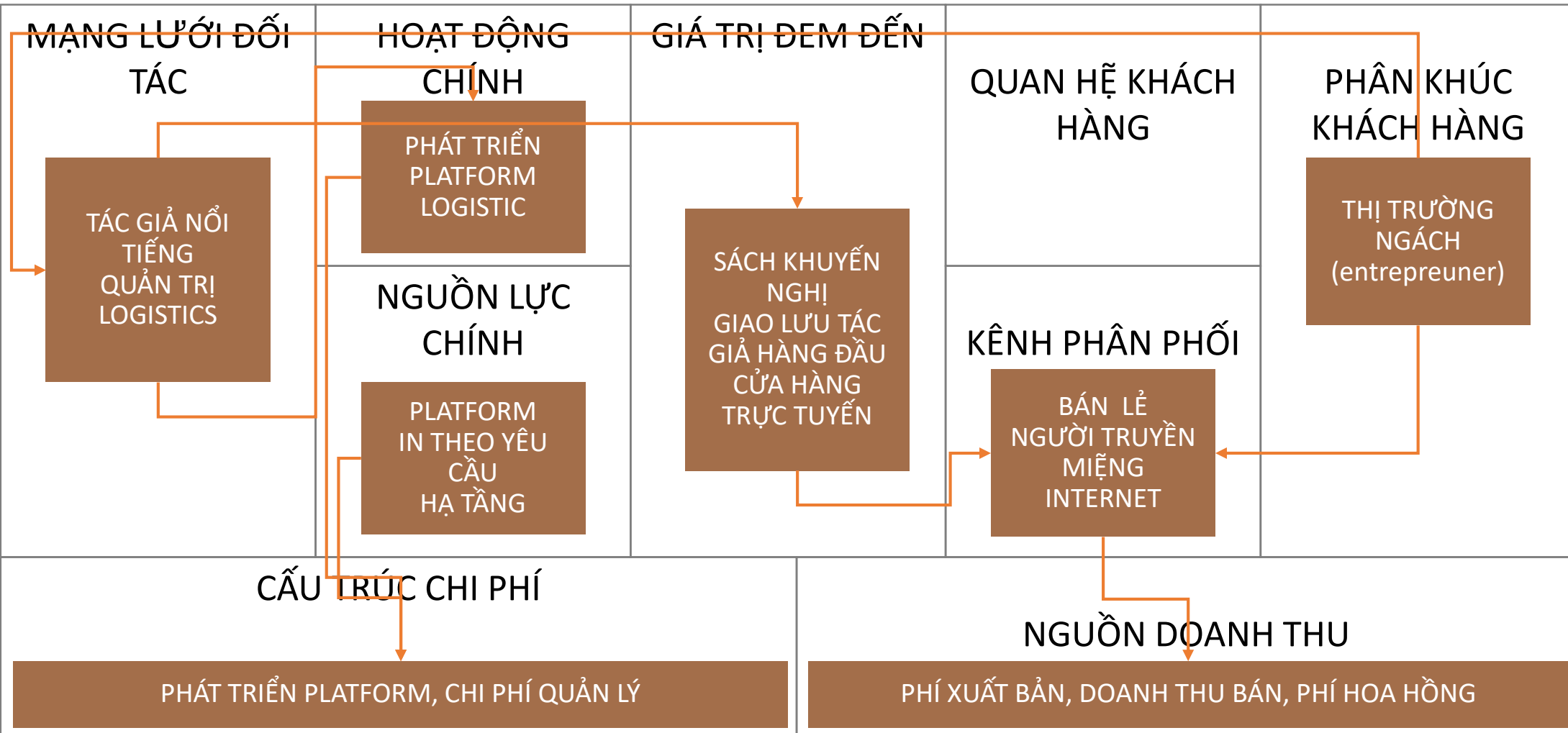


MÔ HÌNH KINH DOANH – P3 – VÍ DỤ



MÔ HÌNH XUẤT BẢN SÁCH TRUYỀN THỐNG

MÔ HÌNH KINH DOANH – P3 – VÍ DỤ



MÔ HÌNH CÔNG CỤ XUẤT BẢN SÁCH MỚI

THỰC HÀNH MÔ HÌNH KINH DOANH

CHẶNG ĐƯỜNG KHỞI NGHIỆP CHIẾN LƯỢC, MÔ HÌNH KINH DOANH ĐỊNH GIÁ VÀ GỌI VỐN

Daklak, 08.05.2019

NGÀY 2 - SÁNG

1. ĐỊNH GIÁ

45'

NGHỈ

15'

2. ĐỊNH GIÁ (TIẾP THEO)

45'

NGHỈ

10'

3. CHIA SẺ VỀ GỌI VỐN

45'

NGHỈ

15'

4. CÂU HỎI VÀ GIAO LƯU

45'

220'

GIÁ TRỊ CỦA CÁC THÀNH PHẦN CHÍNH

1. GIÁ TRỊ CỦA NHỮNG THÀNH PHẦN CHÍNH – một tầm nhìn lớn



1. GIÁ TRỊ CỦA THÀNH PHẦN CHÍNH– Tầm nhìn với xu hướng công nghiệp

XÃ HỘI và CẤU
TRÚC DÂN SỐ
(Social and
Demographic)

CÔNG NGHỆ
(Technology)

–

STEEP

+

CHÍNH TRỊ
(Political)

MÔI TRƯỜNG
(Environment)

KINH TẾ
(Economy)

1. GIÁ TRỊ CỦA THÀNH PHẦN CHÍNH– Tầm nhìn với SWOT

Strengths

S

Weaknesses

W

Opportunities

O

Threats

T

1. GIÁ TRỊ CỦA THÀNH PHẦN CHÍNH – Bao quát

Lifestyle Business và Startup

Nói chung, cả hai cùng ổn, nhưng có chút khác biệt

Lifestyle Business

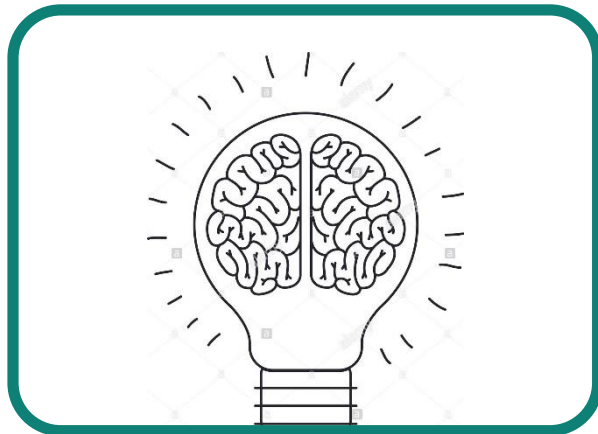
- Hỗ trợ cho một kiểu sống
- Thường sở hữu cá nhân/nhỏ lẻ
- Tập trung địa phương/ khu vực
- Không nhiều sáng chế/phát kiến
- Khó mở rộng
- Mô hình kinh doanh truyền thống
- Tăng trưởng tuyến tính ổn định

Startup

- Thay đổi thế giới
- Nhiều nhà đầu tư/ đồng sở hữu
- Tham vọng toàn cầu
- Bùng nổ sáng tạo
- Tiềm năng mở rộng
- Mô hình kinh doanh sáng tạo
- Tăng trưởng phi tuyến tính

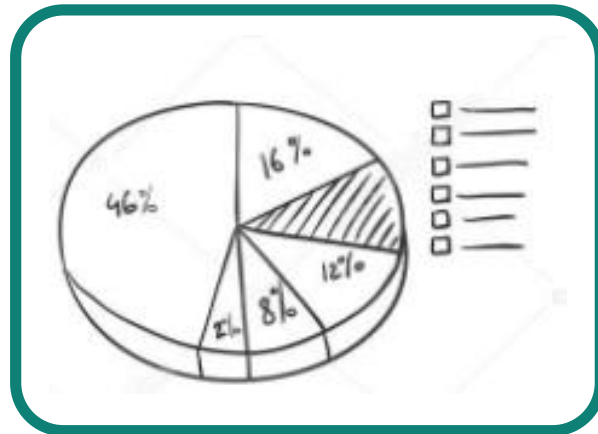
1. GIÁ TRỊ CỦA THÀNH PHẦN CHÍNH – chi tiết

Tầm nhìn



Vấn đề và giải pháp cụ thể

Công nghiệp

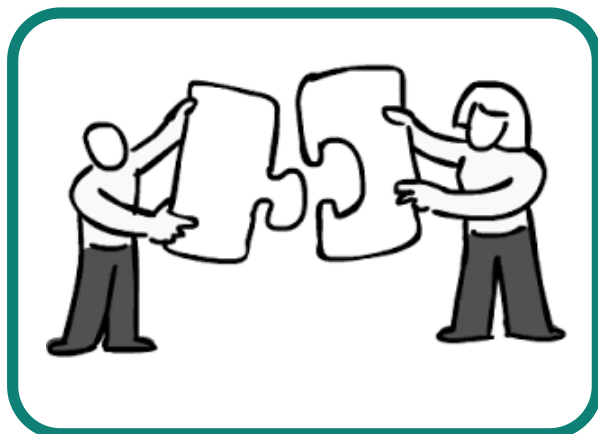


Quy mô thị trường

SWOT

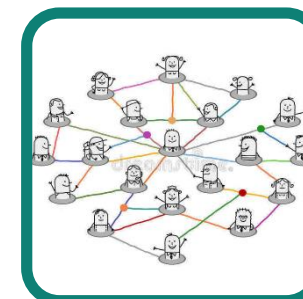
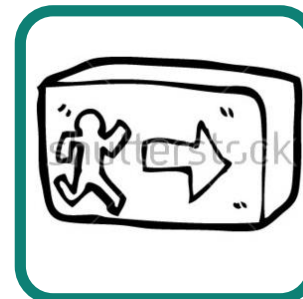
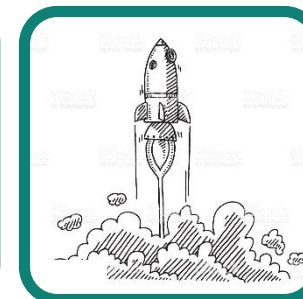
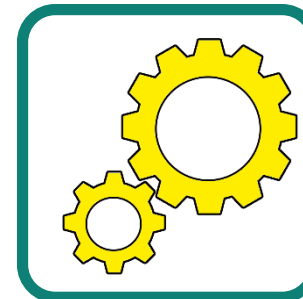


Lợi thế cạnh tranh



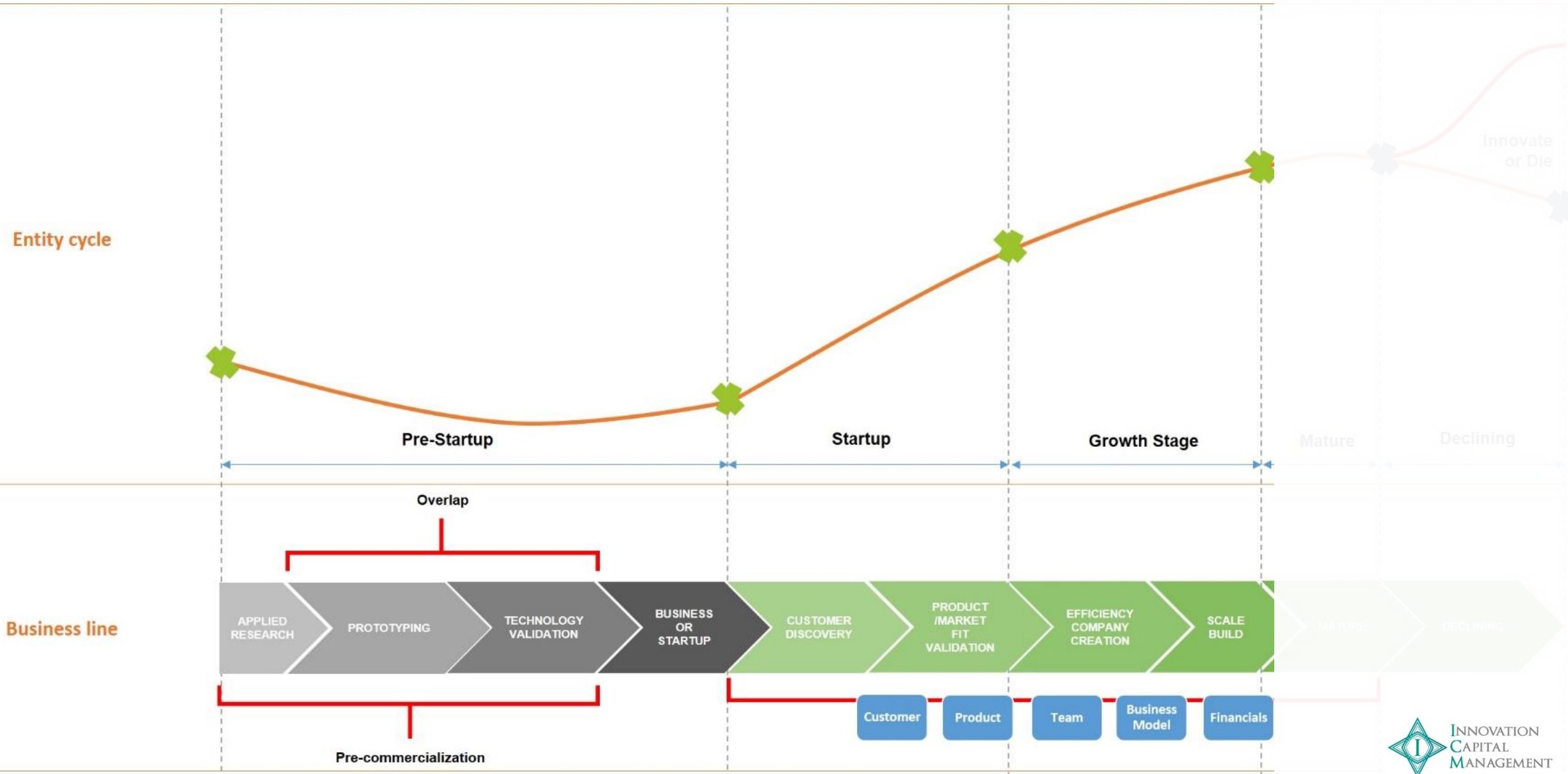
Đội nhóm

Thành tích

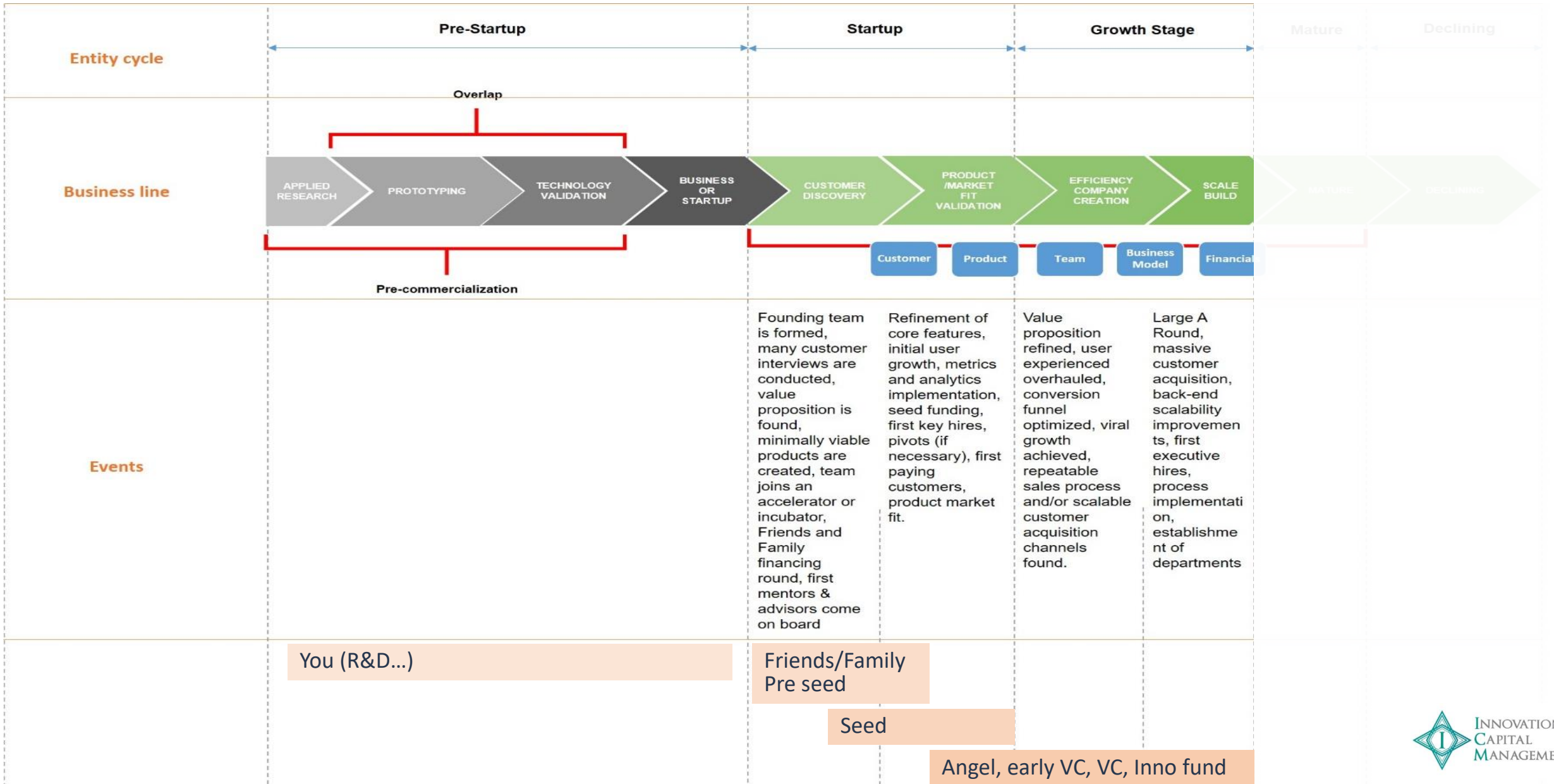


CÁC GIAI ĐOẠN CỦA THÀNH PHẦN CHÍNH

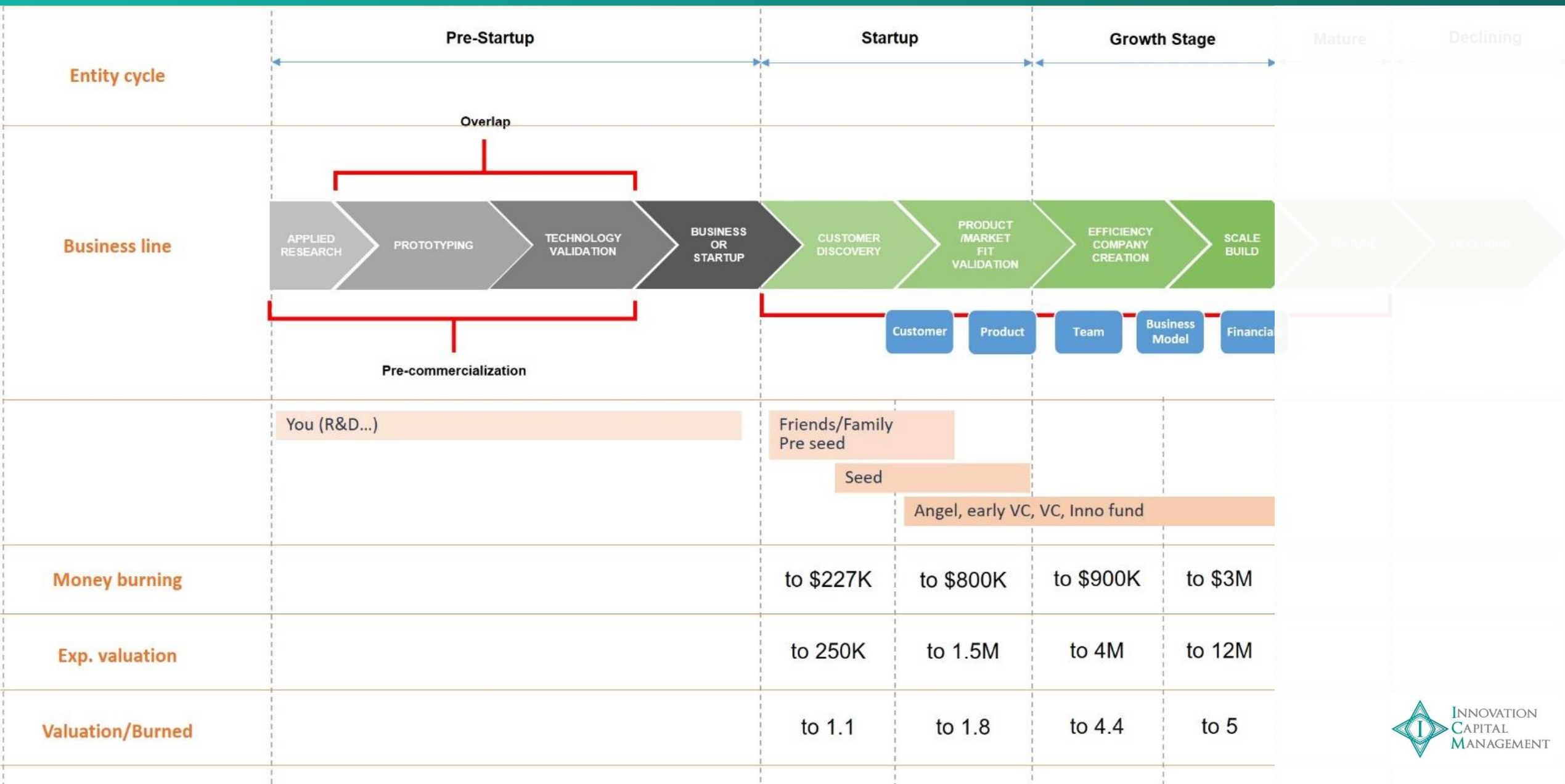
2. GIAI ĐOẠN – Định nghĩa



2. GIAI ĐOẠN – định nghĩa(2)

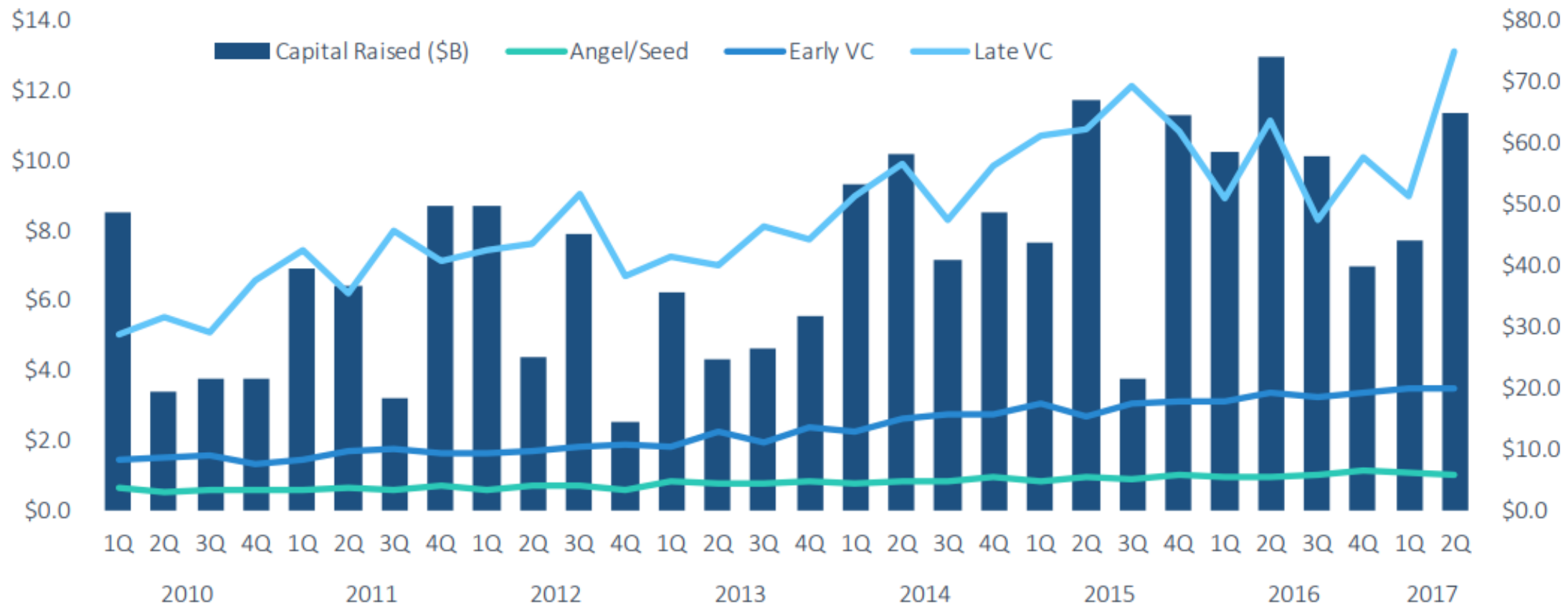


2. GIAI ĐOẠN – Định giá thống kê



2. GIAI ĐOẠN – Định giá thống kê

US VC fundraising and median pre-money valuations (\$M)



Source: PitchBook
*As of 6/30/2017

2. GIAI ĐOẠN – Yêu cầu thống kê

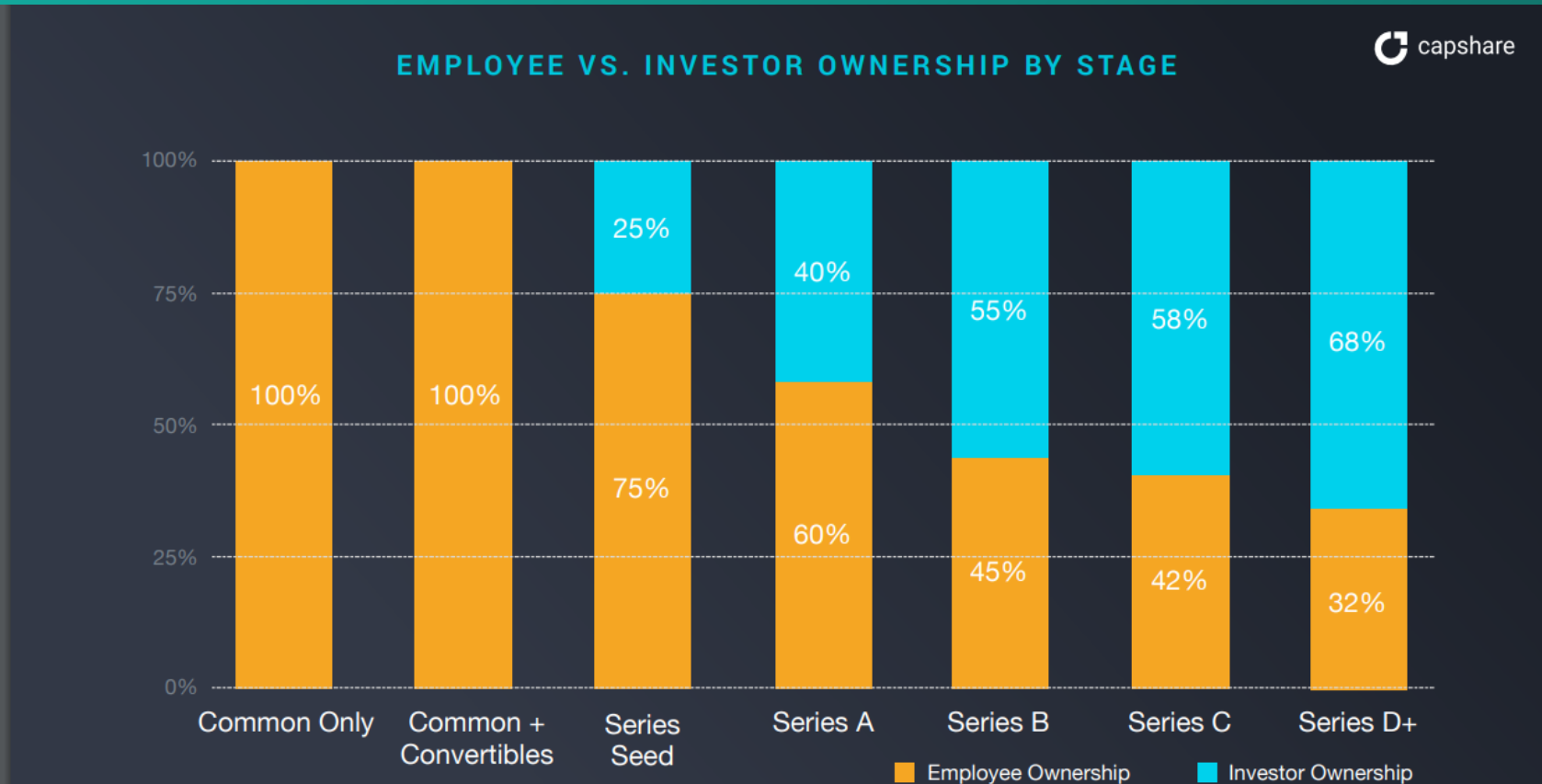
Giai đoạn	IRR
Seed	60%
Angel	50%
Early VC	40%
Mid VC	30%
Late VC	25%

	% tăng trưởng người dùng trung bình một tháng
Discovery	6%
Validation	21%
Efficiency	29%
Scale	43%

2. GIAI ĐOẠN – Một số thông tin hữu ích

- Người sáng lập thường định giá IP của họ cao gấp 255% thực tế.
- Các công ty khởi nghiệp cần gấp 2-3 lần thời gian để xác nhận thị trường so với thời gian mà người sáng lập dự tính.
- Các công ty khởi nghiệp mà chưa gọi được vốn thường ước tính quy mô thị trường của họ gấp 100 lần qui mô thật và thường nhìn nhận thị trường này là mới.
- **Mở rộng quy mô sớm** là lí do phổ biến nhất để các công ty khởi nghiệp hoạt động kém đi. Họ có xu hướng thua trận sớm bằng cách vượt lên chính mình.

2. GIAI ĐOẠN – Quy mô tài trợ dựa trên giai đoạn



Pha loãng khoảng 20% cho mỗi vòng



PHƯƠNG PHÁP LUẬN

3. PHƯƠNG PHÁP LUẬN – dựa trên thống kê (1st)

Về mặt định tính, Nhà đầu tư có thứ hạng, theo thống kê để biết bạn đang ở đâu và giá trị khởi nghiệp của bạn là bao nhiêu. (Ghi chi phí so sánh để nhân đôi)

- Người sản
 - Các công t
 - Các công t
- trường so
- quy mô th
- nhận thị trường này là mới.

- **Mở rộng quy mô sớm** là lí do phổ biến nhất để các công ty khởi nghiệp hoạt động kém đi. Họ có xu hướng thua trận sớm bằng cách vượt lên chính mình.

3. PHƯƠNG PHÁP LUẬN – phương pháp Berkus (5 yếu tố) (2nd)

5 yếu tố tác động đến giá trị của công ty khởi nghiệp.

Trên thang \$0 đến \$500K, hãy gán một giá trị cho từng yếu tố phản ánh mức độ thành công của dự án cho đến hiện tại.

\$500K dựa trên giải định về phạm vi đánh giá tối đa trong khu vực:

- Nếu định giá của công ty khởi nghiệp tại Thung Lũng Silicon rơi vào khoảng 2.5M đô la (Thiên thần/Early VC), thì mỗi yếu tố sẽ có giá trị là \$500K.
- Phạm vi định giá ở Việt Nam có thể thấp hơn.

3. PHƯƠNG PHÁP LUẬN – Phương pháp Berkus (2nd)

	Yếu tố	Phạm vi	Giá trị được cho
➔	Ý tưởng hợp lý	\$0-\$500,000	\$
➔	Đã có sp mẫu	\$0-\$500,000	\$
➔	Đội ngũ chất lượng	\$0-\$500,000	\$
➔	Mối quan hệ chiến lược	\$0-\$500,000	\$
➔	Giới thiệu sản phẩm/đã bán	\$0-\$500,000	\$
	Giá trị tổng cộng	\$0 - \$2,500,000	\$

3. PHƯƠNG PHÁP LUẬN – Phương pháp rủi ro| cho SU chưa có lợi nhuận (3rd)

Phương pháp tiếp cận rủi ro so sánh 12 yếu tố của khởi động mục tiêu, sử dụng cùng mức định giá tiền trung bình của các doanh nghiệp khởi nghiệp trước doanh thu 12 yếu tố là:

1. Rủi ro quản trị
2. Rủi ro giai đoạn kinh doanh
3. Pháp lý/ rủi ro chính trị
4. Rủi ro sản xuất
5. Rủi ro bán hàng và marketing
6. Rủi ro gọi vốn
7. Rủi ro cạnh tranh
8. Rủi ro công nghệ
9. Rủi ro tổ tụng
10. Rủi ro quốc tế
11. Rủi ro danh tiếng
12. Rủi ro thoái vốn sinh lời

3. PHƯƠNG PHÁP LUẬN – Cách tiếp cận phương pháp Rủi ro(3rd)



Thẩm định	Rất khả quan	Khả quan	Trung tính	Tiêu cực	Rất tiêu cực
Yếu tố rủi ro	+2	+1	0	-1	-2
Giá trị					

Mức định giá trung bình của các công ty tiền doanh thu trong khu vực được điều chỉnh như sau:

- \$250,000 cho mỗi +1 (\$500,000 cho mỗi +2) và -\$250,000 cho mỗi -1 (-\$500,000 cho mỗi -2)

3. Phương pháp luận – Chiết khấu dòng tiền (4th)

Phương pháp này cần dự đoán mô hình tài chính, mô hình kinh doanh và xem xét gần như tất cả các chiến lược để có thể suy ra được dòng tiền mà công ty có thể tạo ra,

Sau đó tính toán dòng tiền đó có **giá trị bao nhiêu so với tỉ lệ hoàn vốn đầu tư dự kiến**. Một tỷ lệ chiết khấu cao hơn sau đó được áp dụng cho các công ty khởi nghiệp để bù vào rủi ro thất bại.

Phương pháp này dựa vào khả năng của nhà phân tích thị trường để đưa ra các giả định tốt về tăng trưởng dài hạn mà đối với nhiều công ty khởi nghiệp là khá mơ hồ.

Phương pháp này thường được sử dụng bởi các nhà đầu tư cao cấp.

3. PHƯƠNG PHÁP LUẬN – Phương pháp so sánh(5th)

Phương pháp này xem xét các định giá ẩn của các phần tương tự.

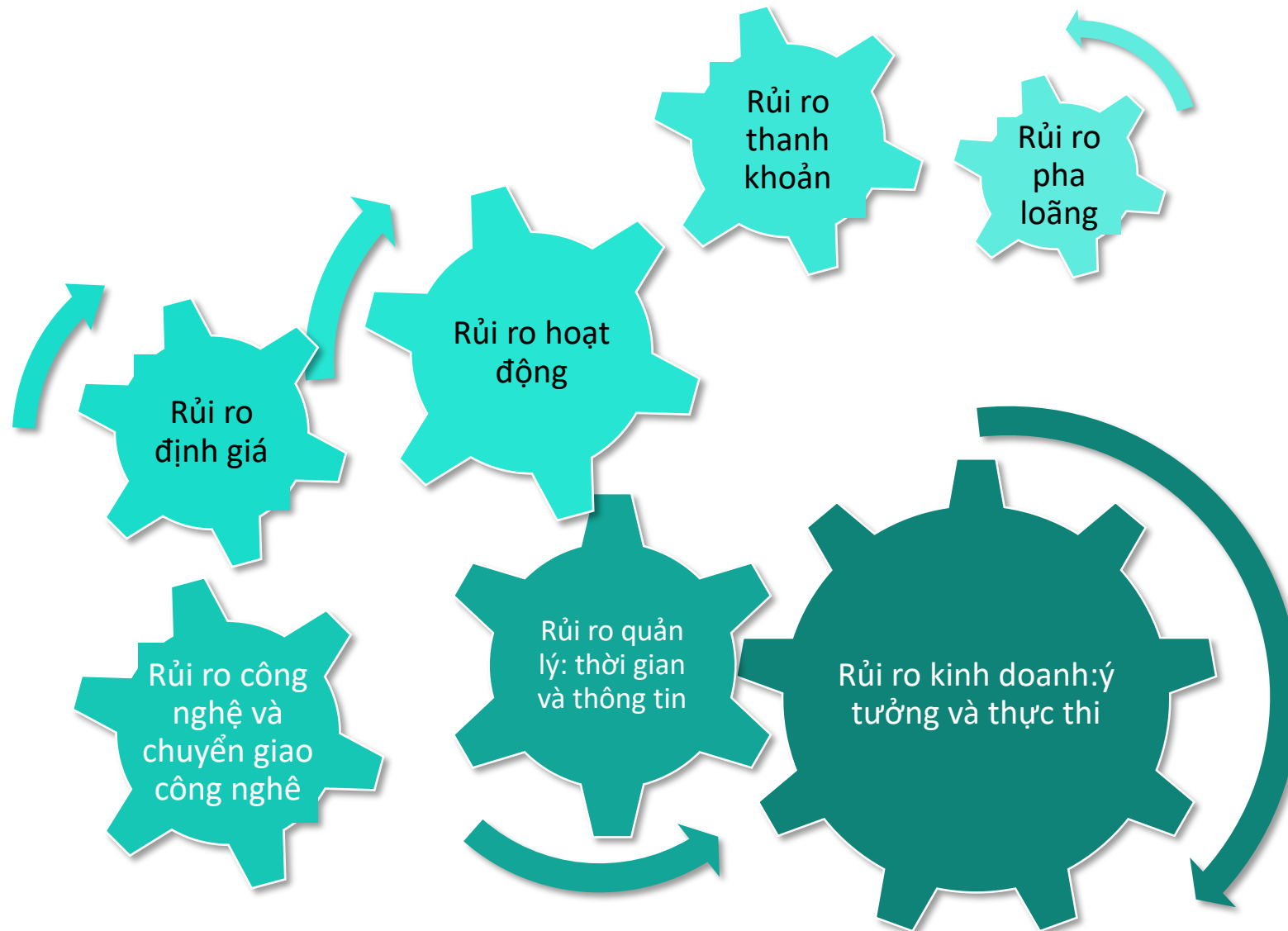
Đưa ra giả định về các tỷ lệ tương đương cho các doanh nghiệp tương tự

Ví dụ,

- Startup A được mua lại với giá \$5.000.000 và trang web của nó có 100.00 người dùng hoạt động với định mức \$50/người.
- Startup B ở trong cùng lĩnh vực hoạt động, có 2,000 người dùng → giả định rằng mỗi người dùng có định mức \$50/người, vậy thì Startup B sẽ có giá trị \$100.000

Phương pháp này loại bỏ nhiều điểm khác nhau giữa lợi thế cạnh tranh/bất lợi trong khởi nghiệp.

3. PHƯƠNG PHÁP LUẬN – Thử thách của nhà đầu tư – rủi ro



3. Phương pháp luận – Những thất bại thường thấy

Định giá doanh nghiệp chưa bao giờ đơn giản, điều này đúng với doanh nghiệp khởi nghiệp.

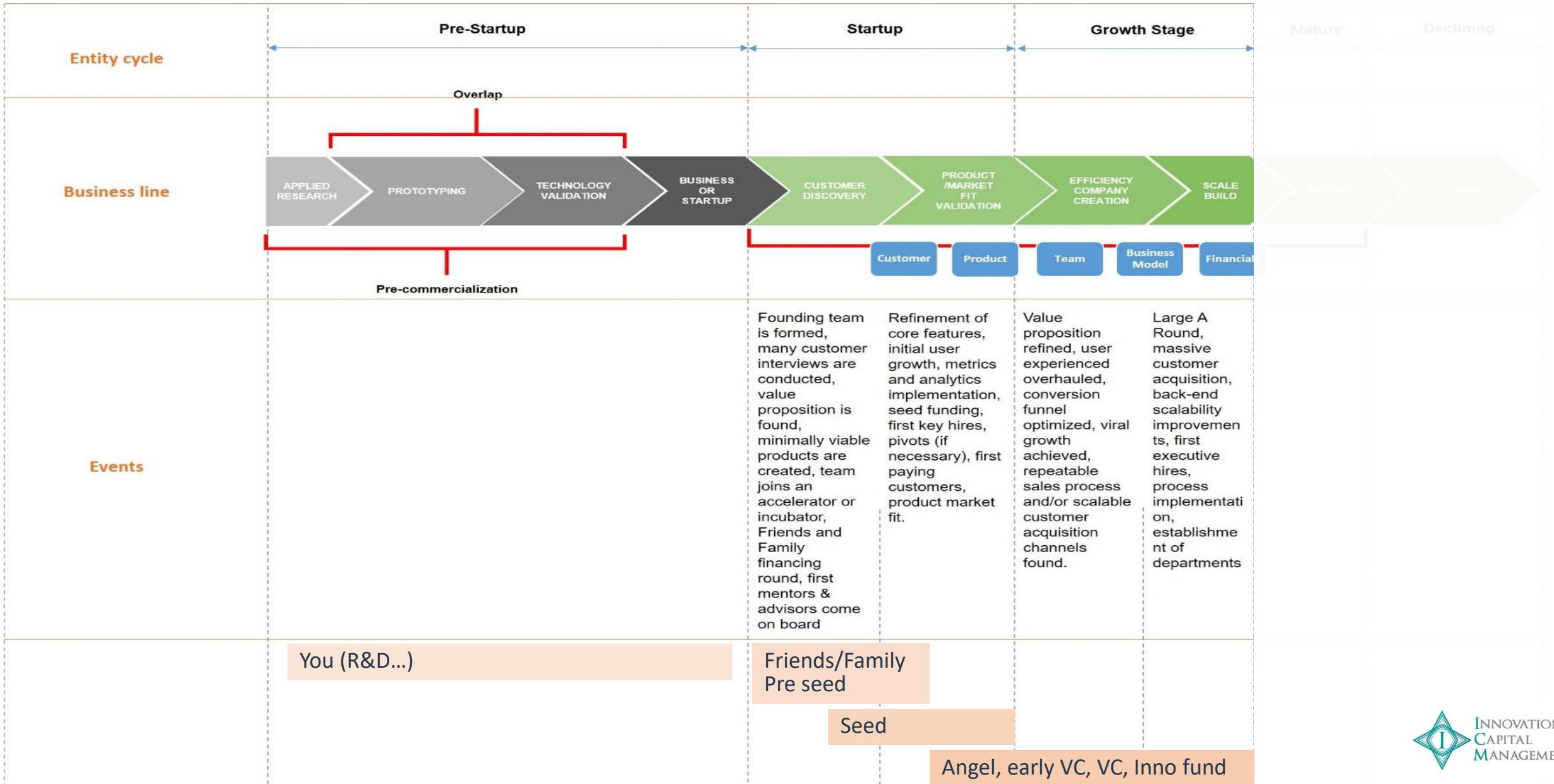
→ Nên kết nối với một công ty dịch vụ chuyên nghiệp để tiếp cận với những lĩnh vực chuyên nghiệp.

→ Chủ startup và nhà đầu tư nên thảo luận về những con số định giá một cách thẳng thắn với nhau.

→ Các giả định, định giá cần lưu ý đến các yếu tố vô hình như là xã, hội, kinh tế, phân khúc thị trường tiềm năng, giải pháp – sản phẩm liệu đã phù hợp với thị trường, lợi thế/bất lợi cạnh tranh của bạn, đội nhóm của bạn và khả năng chiếm lĩnh thị phần.

RELAX

NHẮC LẠI, GIAI ĐOẠN CÓ ẢNH HƯỞNG RẤT LỚN

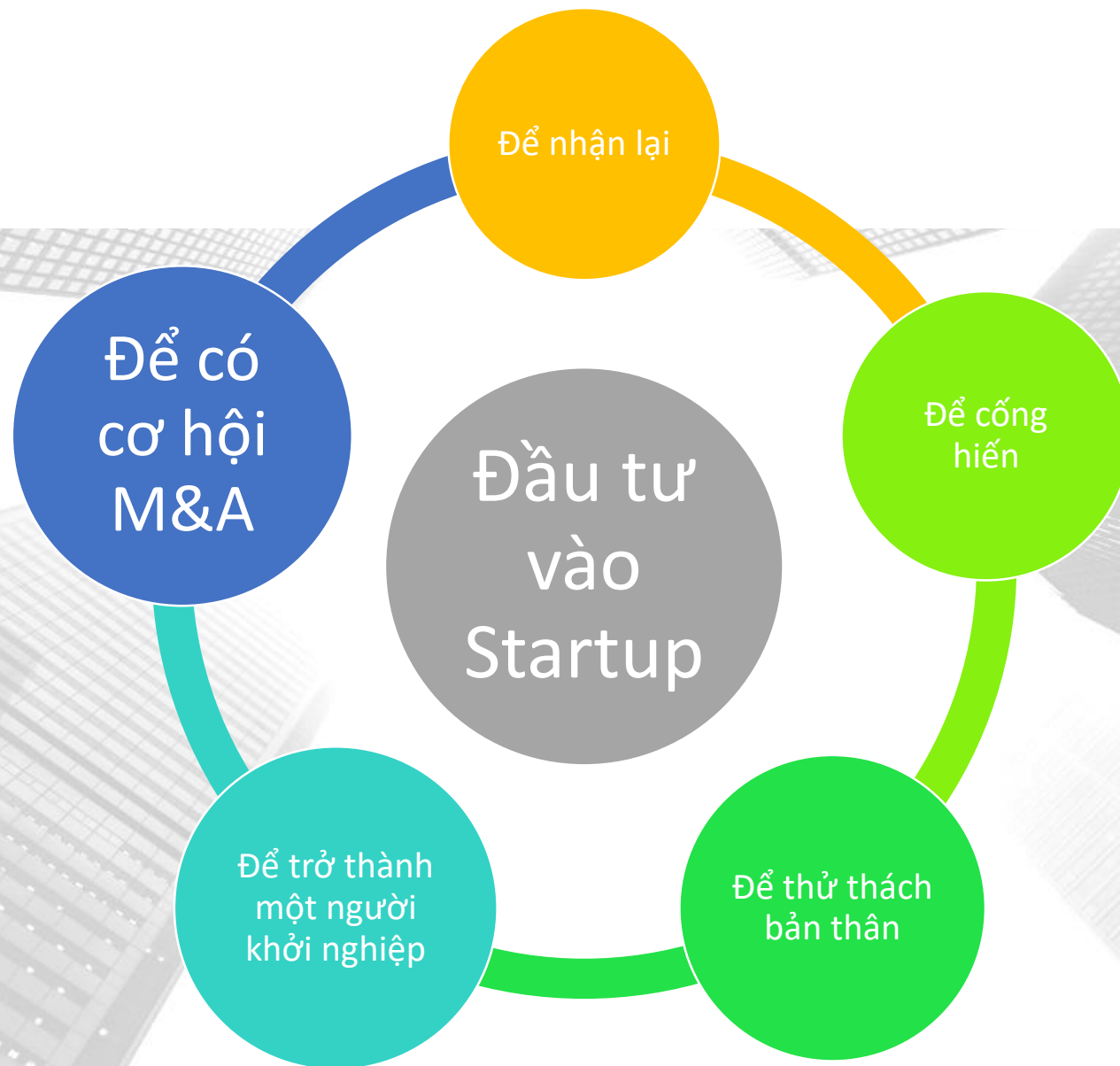




BẢN CHÀO TÓM TẮT

1. Nhóm khách hàng và Vấn đề
2. Giải pháp và sở hữu trí tuệ
3. Mô tả sản phẩm và Kết quả bán hàng ban đầu
4. Mô hình lợi nhuận
5. Chiến lược đánh chiếm thị phần, độ lớn thị phần
6. Lợi thế cạnh tranh (nhân tài, khả năng thoái vốn, mạng lưới)
7. Offers

CÁC ƯU TIÊN CỦA NHÀ ĐẦU TƯ



NHỮNG LO NGẠI CỦA NHÀ ĐẦU TƯ

Rủi ro mà nhà đầu tư phải đối mặt:

Sai lầm về thẩm tra, đánh giá và định giá khởi nghiệp.

Điều khoản/ thỏa thuận sai

Xác định sai các tài nguyên cần thiết cho khởi nghiệp

Không có khả năng giám sát đầu tư

Rủi ro thoái vốn

Thử thách mà các Startup được đầu tư phải đối mặt:

Sai lầm về mô hình kinh doanh và chiến lược

Sai tổ chức điều hành và nhân sự

Bị giết bởi đối thủ mạnh trước khi nhà đầu tư kịp hoàn vốn.

CÁC DẠNG QUỸ ĐIỂN HÌNH



Nhà đầu tư

Nhà đầu tư thường là:

1. Nhà đầu tư thiên thần
2. Trường đại học
3. Quỹ đầu tư mạo hiểm
4. Quỹ tư nhân



Quá trình

ICM nghiên cứu thị trường (địa phương và toàn cầu) để tìm ra ngành công nghiệp có tiềm năng lớn, đặc biệt trong các ngành công nghiệp khởi nghiệp theo xu hướng mới.

ICM nghiên cứu các nhóm khởi nghiệp ở Việt Nam để tìm các giao dịch phù hợp.

ICM thành lập quỹ để kêu gọi có nhà đầu tư có quan tâm.

Với MOU ban đầu, ICM bắt đầu xây dựng cơ sở hạ tầng quản lý quỹ, bao gồm và không giới hạn:

- Điều lệ quỹ (có chính sách quản lý rủi ro và đầu tư, ban đại diện quỹ, thỏa thuận quản lý quỹ, quy tắc đạo đức, thủ tục đầu tư và khung kiểm toán)
- Mở quỹ và quản lý theo quy định của pháp luật.
- Thực hiện đầu tư và quản lý rủi ro.



Quản lý quỹ

Theo cơ chế quản lý NAV

- Đánh giá hàng tháng cho NAV và quản lý tài sản.
- Đối với lợi nhuận của quỹ và trong giới hạn, dựa trên nhiệm vụ chuyên sâu và khả năng đầu tư, ICM sẽ đầu tư vào startup và tạo ra giá trị cho các nhà đầu tư.
- So sánh hiệu suất đầu tư của quỹ với các quỹ đầu tư khác.
- Đơn vị đầu tư tuân theo các tiêu chuẩn quản lý quỹ chuyên nghiệp.
- Tăng trưởng liên tục và danh mục đầu tư đa dạng

ICM mang đến dịch vụ quản lý quỹ (tuân theo các giao ước, quản lý đầu tư và báo cáo hàng tháng cho nhà đầu tư, đại diện nhà đầu tư trong công tác quản lý hàng này, giúp khoản đầu tư tăng trưởng, lên chiến lược thoái vốn và cơ cấu đầu tư...). Phí quản lý quỹ tối đa 7%/năm/NAV kèm phí thưởng nếu vượt chỉ tiêu.

CÁC DẠNG QUỸ ĐIỂN HÌNH



Cộng đồng doanh nhân

Nhà đầu tư thường là

1. Các doanh nhân thành công mong muốn hỗ trợ thế hệ tiếp theo:
 - Họ có xu hướng đầu tư vào con người và những ngành họ có kinh nghiệm.
 - Hoặc họ muốn cống hiến cho hệ sinh thái khởi nghiệp quốc gia.
2. Là doanh nhân, họ hiểu về kinh doanh và có thể đóng góp cho Startup.
3. Họ không trông đợi quá nhiều vào lợi nhuận cao mà quan tâm về sự nghi nhận trong nỗ lực cống hiến cho cộng đồng.
4. Họ không có kinh nghiệm và chuyên môn về đầu tư.



Các quỹ thuộc trường Đại Học

Loại quỹ này dành cho các chương trình tăng tốc hỗ trợ cho nhà sáng lập từ giai đoạn R&D và xây dựng mô hình kinh doanh ban đầu.

Các trường Đại Học thường khuyến khích các sinh viên khởi nghiệp bằng cách tổ chức và chọn hạt giống tốt để đầu tư.

Các trường ĐH thường sử dụng tài nguyên có sẵn của họ để hỗ trợ khởi nghiệp.

Thách thức lớn trong các lĩnh vực này là vấn đề sở hữu trí tuệ và cơ sở hạ tầng quản lý quỹ để nhà đầu tư thực hiện sứ mệnh **phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp bền vững** trong việc hỗ trợ sinh viên/nhà khoa học.



Quỹ đầu tư mạo hiểm

Họ là những nhà đầu tư **tìm kiếm lợi nhuận**.

Quỹ Đầu tư Mạo hiểm khá phổ biến, họ là dịch vụ đầu tư điển hình.

Mức độ hiểu biết khác nhau về đầu tư, thiếu thông tin và nguồn lực để thực hiện giao dịch và thiếu niềm tin là tiền đề khiến họ tiếp tục cơ chế quản lý quỹ.



Quỹ PPP (Quỹ hạt giống công cộng)

Quỹ PPP thường được bắt đầu bằng một ý tưởng từ khu vực công, có thể mang nhiệm vụ phát triển bền vững cho một mục tiêu cụ thể.

Khu vực tư nhân đi kèm với khu vực công để trao quyền hiệu quả cho cơ chế và các nguồn lực đó.

Điều này khá giống với khoản đầu tư của Cộng Đồng Doanh nhân, ngoài trừ một điều là quỹ này đi kèm với các quy định nghiêm ngặt hơn về việc sử dụng nguồn vốn.

Theo cách này, chúng ta có thể hiểu rằng Quỹ PPP có nhiệm vụ hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp.

QUỸ ĐIỂN HÌNH- ANGELS CITY/Thành phố Thiên Thần (Bởi ICM)

Ý tưởng:

Thành phố Thiên Thần tạo môi trường cho các nhà đầu tư tham gia đầu tư thiên thần vào các thành phố lớn như Hà Nội/Đã Nẵng/Hải Phòng/Tp.HCM

Cho mỗi khoản đầu tư:

- Tối đa 30 nhà đầu tư (địa phương hoặc nước ngoài) được mời đến và đánh giá các Startup và quyết định đầu tư vào bất kỳ dự án nào.
- Một quỹ mới được tạo ra và được ủy quyền cho ICM để quản lý (theo Nghị định 38)
- Những nhà đầu tư đóng góp vào khoản đầu tư sẽ được vinh danh và chứng nhận trong mỗi cuối buổi họp.
- Các nhà đầu tư mới và dày dặn kinh nghiệm hợp tác để tận dụng kiến thức, nguồn lực và kinh nghiệm của họ để nghiên cứu và lựa chọn các dự án.
- Thành phố Thiên Thần được thiết kế để giúp các nhà đầu tư đa dạng hóa danh mục của họ và cùng nhau tạo ra kết nối lâu dài trong việc tạo ra môi trường đầu tư chuyên nghiệp cho hệ sinh thái khởi nghiệp.

QUỸ ĐIỂN HÌNH- ANGELS CITY/Thành phố Thiên Thần (Bởi ICM)



Agenda

Hàng tháng, ICM mời các nhà đầu tư quan tâm tham gia vào sự kiện Thành phố Thiên Thần.

Đối với mỗi vòng đầu tư (trong vòng 8 tuần), mọi quy trình hợp tác mới được khởi động và hỗ trợ bởi một nhóm các nhà đầu tư thiên thần có kinh nghiệm và ICM.

Mỗi vòng, mỗi nhà đầu tư được kỳ vọng sẽ đầu tư khoảng 4.000USD, tuy nhiên không giới hạn khoảng đầu tư.

Trước ngày khai mạc, các nhà đầu tư sẽ nhận được 10 bản chào đã được ICM sàng lọc với các tiêu chí để giúp chọn ra những công ty tốt nhất.

Vào ngày mở đầu, các nhà đầu tư sẽ gặp 5 công ty khởi nghiệp, các nhà đầu tư sẽ lắng nghe họ trình bày sản phẩm của họ. Sau đó các nhà đầu tư được chia vào 4 nhóm nhỏ với các nhiệm vụ chuyên môn (pháp lý – tài chính- kinh doanh và bán hàng-chiến lược)



Quá trình

Hoạt động thẩm tra sẽ được tiến hành trước khi nhà đầu tư đưa ra quyết định đầu tư.

- Hai tuần đầu tiên sau ngày công bố bản chào:mỗi nhóm nhỏ các nhà đầu tư sẽ thực hiện thẩm tra dựa trên chuyên môn.
- Tuần thứ 3: nhà đầu tư tập hợp các nhận định và chia sẻ cho cả nhóm.
- Tuần thứ 4 và 5: Thảo luận về định giá và quyết định một hoặc hai dự án tốt nhất để đầu tư.
- Tuần thứ 6 và 7: Hình thành cơ chế quản lý quỹ và kí kết điều khoản cho thỏa thuận.

Trong quá trình thẩm tra, để tìm hiểu thêm và báo cáo lại cho nhóm các nhà đầu tư, ICM sẽ cung cấp một quy trình hệ thống báo cáo.

Cuộc họp nhà đầu tư sẽ được thực hiện bằng hình thức trực tiếp hoặc trực tuyến.



Quản lý danh mục

Khi một LLC được thành lập, các nhà đầu tư sẽ tuân theo quy tắc và tạo sơ đồ tổ chức với đầy đủ các vai trò trong quản lý đầu tư. Phương pháp này không tốn chi phí quản lý quỹ nhưng cần rất nhiều chi phí thời gian và báo cáo thuế hàng tháng. Ngoài ra, nhà đầu tư phải vô cùng lưu ý về tính minh bạch của quỹ.

Hiểu được khó khăn đó, ICM mang đến dịch vụ quản lý quỹ (tuân theo các giao ước, quản lý đầu tư và báo cáo hàng tháng cho nhà đầu tư, đại diện nhà đầu tư trong công tác quản lý hàng này, giúp khoản đầu tư tăng trưởng, lên chiến lược thoái vốn và cơ cấu đầu tư...). Phí quản lý quỹ tối đa 7%/năm/NAV kèm phí thưởng nếu vượt chỉ tiêu.



HỎI - ĐÁP

EMPOWER THE PROSPERITY

TP HỒ CHÍ MINH

Tầng 6, Tòa nhà KOVA Center, 92G-H Nguyễn Hữu Cảnh, phường 22, quận Bình Thạnh.

HÀ NỘI

Room 10, 4th Floor, 5S Office - Business Center,

1 Dao Duy Anh Street, Dong Da District

Phòng 10, Tầng 4, Văn phòng 5S – Business Center, số 1 Đào Duy Anh , quận Đống Đa.

CẢM ƠN!

www.innocapital.vn

contact@innocapital.vn

www.facebook.com/innocapital.vn/

