

# Xây dựng sàn gọi vốn cộng đồng tại Việt Nam

NGUYỄN HÀ THƯ<sup>1</sup>  
LÊ PHONG LAM<sup>2\*</sup>  
TRẦN ĐÌNH THỨC<sup>3\*\*</sup>

## Tóm tắt

Nghiên cứu tìm hiểu những thuận lợi và khó khăn trong việc xây dựng sàn gọi vốn cộng đồng (hay còn gọi là crowdfunding) tại Việt Nam. Từ đó, nhóm tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển mô hình gọi vốn cộng đồng. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính, dữ liệu được thu thập thông qua 30 cuộc phỏng vấn bán cấu trúc (10 đáp viên là người khởi nghiệp và 20 đáp viên là người dân có vốn nhàn rỗi). Kết quả phỏng vấn cho thấy, việc xây dựng sàn crowdfunding là tiềm năng và khả thi. Tuy nhiên, yếu tố tiên quyết để cộng đồng tham gia gọi và góp vốn chính là niềm tin, được xây dựng từ uy tín của sàn crowdfunding, uy tín của dự án khởi nghiệp, uy tín của truyền thông và các bên tham gia được đảm bảo quyền lợi hợp pháp từ Nhà nước.

**Từ khóa:** góp vốn cộng đồng, gọi vốn, người khởi nghiệp

## Summary

This research aims to clarify the advantages and disadvantages in building crowdfunding in Vietnam. On that basis, the authors propose a number of solutions to develop this model. By qualitative method to analyze the data collected from 30 semi-structured interviews (10 respondents are start-ups and 20 respondents have idle capital), the results show that the construction of crowdfunding is potential and feasible. However, the prerequisite for the crowdfunding is the trust that is established from the reputation of the crowdfunding, startup projects, the media and participants are ensured legal rights from the State.

**Keywords:** crowdfunding, fundraising, start-ups

## GIỚI THIỆU

Đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp hiện nay đang nhận được sự quan tâm lớn từ các cơ quan chính phủ, các tổ chức và cả cộng đồng. Để hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp, đã có nhiều chính sách, chương trình kết nối doanh nghiệp với các kênh đầu tư. Mặc dù đã có nhiều quỹ đầu tư và nhà đầu tư hứng thú với các ý tưởng khởi nghiệp, tuy nhiên, quy trình, thủ tục xin và nhận vốn vẫn còn tốn thời gian và nhiều cạnh tranh. Trong khi đó, các doanh nghiệp khởi nghiệp trong bước đầu thành lập còn non trẻ, cần vốn ngay để thử nghiệm thị trường và phát triển sản phẩm. Bởi vậy, sàn crowdfunding là thiết thực và đã được chứng minh mang lại hiệu quả tại nhiều quốc gia trên thế giới. Nghiên cứu giới thiệu về khái niệm crowdfunding và các loại sàn crowdfunding, đồng thời chỉ ra những thuận lợi và khó khăn trong việc xây dựng sàn crowdfunding tại Việt Nam. Kết quả nghiên cứu kỳ vọng sẽ là gợi ý giải pháp cho Nhà nước và các tổ chức trung gian trong việc xây dựng sàn crowdfunding một cách hiệu quả.

## CƠ SỞ LÝ THUYẾT VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### Cơ sở lý thuyết

#### Crowdfunding

Crowdfunding là cách tiếp cận vốn, trong đó, người gọi vốn (thường là người khởi nghiệp) sẽ kêu gọi nhiều cá nhân trong cộng đồng sở hữu những khoản vốn nhàn rỗi nhỏ, đầu tư những khoản đầu tư nhỏ cho họ thông qua nền tảng internet trong một khoảng thời gian nhất định (Martínez-Climent, Zorio-Grima, & Ribeiro-Soriano, 2018; Miglo & Miglo, 2019; Xie & ctg. 2019)

Theo định nghĩa trên, sàn crowdfunding chính là nền tảng internet kết nối người khởi nghiệp và cộng đồng. Về mặt khái niệm, cách thức vận hành của sàn crowdfunding khá đơn giản. Cụ thể: cá nhân hoặc doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ

<sup>1</sup>, <sup>2</sup>, <sup>3</sup>, Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Đà Lạt  
Ngày nhận bài: 30/10/2019, Ngày phản biện: 20/11/2019, Ngày duyệt đăng: 22/11/2019

trình bày ý tưởng và kêu gọi một số vốn nhất định kèm diễn giải chi tiết cách sử dụng số vốn đó cùng những lợi ích mà nhà đầu tư sẽ nhận được khi dự án thành công trên sàn crowdfunding. Đối với người đi đầu tư, họ sẽ thấy một danh sách các dự án gọi vốn trên sàn crowdfunding. Khi hứng thú với một dự án nào đó, họ có thể đầu tư một khoản tiền nhỏ, có thể chỉ vài Euro cho một dự án. Đối với hình thức gọi vốn cộng đồng, vai trò của sàn crowdfunding không chỉ dừng ở việc tạo ra cầu nối cho người khởi nghiệp và người đầu tư gặp nhau, mà sàn crowdfunding còn phải tạo không gian cho bên đầu tư và bên nhận đầu tư thương thảo trực tiếp, chuyển tiền vốn và các văn bản thỏa thuận giữa hai bên. Sau khi thời gian góp vốn kết thúc, các dự án có đủ vốn góp (gọi vốn thành công) sẽ nhận được tổng vốn từ sàn crowdfunding. Ngược lại, đối với các dự án không đủ vốn góp (gọi vốn thất bại), tiền đầu tư sẽ được chuyển trả lại cho người đầu tư (Rossi, 2014).

#### *Các loại sàn crowdfunding*

Có hai loại sàn crowdfunding: sàn crowdfunding được xây dựng bởi một tổ chức giữ vai trò trung gian và sàn crowdfunding được xây dựng bởi chính doanh nghiệp cần gọi vốn. Thông thường, các doanh nghiệp khởi nghiệp tham gia gọi vốn cộng đồng trên các sàn crowdfunding giữ vai trò trung gian. Tuy nhiên, trong một vài trường hợp, doanh nghiệp sẽ tự gọi vốn trên trang web của công ty. Những trường hợp này bao gồm: (1) Dự án cần gọi vốn là dự án lớn, đã được thực hiện và được nhiều người biết đến, doanh nghiệp sẽ gọi vốn thêm để phát triển dự án; (2) Đối với các dự án phát triển sản phẩm trở chơi đặc biệt từ hay phẩm mềm, người dùng góp vốn (trả tiền trước) có thể được sử dụng ngay sản phẩm chạy thử, đưa phản hồi và được dùng những sản phẩm hoàn chỉnh đầu tiên, thay vì phải chờ một khoảng thời gian theo quy định của các sàn crowdfunding; (3) Khi doanh nghiệp muốn xây dựng một cộng đồng khách hàng và giao tiếp thường xuyên với họ mà không phải phụ thuộc vào tốc độ bang thông qua sàn crowdfunding trung gian (Steinberg & DeMaria, 2012). Trên sàn crowdfunding sẽ diễn ra năm hình thức gọi vốn cộng đồng chính: từ thiện/phần thưởng, bán trước sản phẩm, đầu tư có phần, vay vốn và hỗn hợp.

#### **Phương pháp nghiên cứu**

Nghiên cứu tiếp cận theo phương

pháp định tính. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn bán cấu trúc tại hai thành phố: Đà Lạt và Hồ Chí Minh, gồm hai giai đoạn.

*Giai đoạn thứ nhất* là lựa chọn đáp viên theo hai nhóm đối tượng: người khởi nghiệp (nhóm 1) và người dân có vốn nhàn rỗi (nhóm 2).

*Giai đoạn thứ hai* là phỏng vấn đáp viên. Ở giai đoạn thứ nhất, đáp viên được lựa chọn cho nhóm 1 gồm hai tiêu chí: (1) Người sáng lập hoặc đồng sáng lập công ty khởi nghiệp, (2) hiện đang quản lý, điều hành công ty khởi nghiệp; Đáp viên được lựa chọn cho nhóm 2 gồm hai tiêu chí: (1) Có vốn nhàn rỗi, (2) Biết và đang sử dụng các phương thức thanh toán trực tuyến.

Có 30 đáp viên được lựa chọn để phỏng vấn (10 đáp viên cho nhóm 1, trong đó, 5 đáp viên ở TP. Đà Lạt, 5 đáp viên ở TP. Hồ Chí Minh và 20 đáp viên cho nhóm 2, trong đó, 10 đáp viên ở TP. Đà Lạt, 10 đáp viên ở TP. Hồ Chí Minh). Thời gian phỏng vấn từ ngày 01/08/2019 đến ngày 31/08/2019.

## KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

### *Kết quả phỏng vấn*

Đối với nhóm khởi nghiệp, các doanh nghiệp khởi nghiệp đều trải qua khó khăn về huy động vốn. Để giải quyết vấn đề này, các doanh nghiệp lựa chọn cách thức kêu gọi hỗ trợ từ gia đình, bạn bè, vay vốn ngân hàng, tham gia gọi vốn các nhà đầu tư thiên thần và bản thân tự đi làm bên ngoài để đầu tư vào doanh nghiệp.

Tuy nhiên, khi bàn đến các kênh gọi vốn truyền thống, hầu hết các doanh nghiệp đều ngại gọi vốn vì kiểm soát công ty từ các nhà đầu tư. Ngoài ra, thủ tục gọi vốn phức tạp, yêu cầu khắt khe, thời gian gọi vốn dài cũng làm nhiều doanh nghiệp quyết định không gọi vốn thông qua các kênh truyền thống này.

Về hình thức gọi vốn cộng đồng, hơn một nửa đáp viên đã biết, nhưng chưa hoàn toàn rõ về nền tảng crowdfunding. Phần lớn các đáp viên cảm thấy hứng thú về hình thức gọi vốn mới được giới thiệu vì thủ tục đơn giản, sự lo ngại bị chi phối công ty cũng giảm thiểu. Tuy vậy, ở Việt Nam, hình thức này vẫn còn quá ít người biết, chưa có những sàn crowdfunding đủ uy tín để mọi người yên tâm tham gia. Bởi thế, sự uy tín của công ty trung gian tạo nên tảng crowdfunding là yếu tố tiên quyết quyết định sự tham gia của cả người khởi nghiệp và người dân có vốn nhàn rỗi. Theo các đáp viên trong nhóm người khởi nghiệp, mức độ tiềm năng của bốn hình thức crowdfunding được xếp theo thứ tự giảm dần như sau: cho vay lấy lãi, từ thiện, bán trước sản phẩm, cổ phần.

Đối với nhóm người dân có vốn nhàn rỗi, phần lớn các đáp viên thường sử dụng số tiền nhàn rỗi hằng tháng hoặc hằng năm gửi ngân hàng để hưởng lãi suất. Hầu hết các đáp viên đều hứng thú với các loại hình đầu tư, như: bất động sản, quán cà phê, kinh doanh lưu trú homestay, bán hàng trên mạng. Có 19/20 đáp viên được phỏng vấn không hứng thú với đầu tư chứng khoán hay tiền ảo bitcoin vì cảm thấy không đủ kiến

thức và cho rằng, hai hình thức đầu tư này chưa đứng nhiều rủi ro. Về thuật ngữ crowdfunding, chưa đến 1/3 các đáp viên biết về khái niệm này và tất cả các đáp viên có nghe qua về crowdfunding đều chưa hiểu đầy đủ. Tuy nhiên, khi được giải thích về crowdfunding, hầu hết các đáp viên đều cảm thấy hứng thú, đặc biệt là ở hình thức từ thiện. Hình thức hứng thú tiếp sau đó theo mức độ giảm dần là đầu tư cổ phần, cho vay và cuối cùng là mua trước sản phẩm. Để thuyết phục được nhóm đáp viên này tham gia góp vốn, uy tín của nền crowdfunding và uy tín của công ty gọi vốn là yếu tố tiên quyết. Ngoài ra, các yếu tố khác cũng ảnh hưởng đến sự quyết định tham gia là dự án phải có ý nghĩa, báo cáo tài chính chi tiết, công ty chứng minh được sẽ có lợi nhuận, có cơ quan đứng ra bảo vệ quyền và lợi ích của người tham gia, mô hình được quảng bá rộng rãi, dự án đã có người quen tham gia trước và công ty đã từng thành công ở những dự án trước đó.

### **Thảo luận kết quả phỏng vấn**

Trong những khó khăn mà doanh nghiệp khởi nghiệp phải đối mặt khi bắt đầu hoạt động, vốn vẫn là khó khăn chủ yếu. Mặc dù hiện nay, Nhà nước đã có nhiều sách để hỗ trợ doanh nghiệp tiếp cận các kênh huy động vốn; tuy nhiên, không phải tất cả các doanh nghiệp khởi nghiệp đều có cơ hội tham gia các chương trình hỗ trợ. Ngoài ra, thủ tục và thời gian kêu gọi đầu tư vẫn còn dài, yêu cầu để được tham gia gọi vốn khá khắt khe, nên các doanh nghiệp khởi nghiệp mới nhen nhóm từ ý tưởng, chưa tạo ra được sản phẩm rất khó cạnh tranh để gọi được vốn.

Thêm vào đó, các doanh nghiệp khởi nghiệp có tâm lý sợ nhà đầu tư sẽ chi phối quyền kiểm soát hoặc số cổ phần của công ty, nên vẫn ngại đưa doanh nghiệp của mình đi gọi vốn. Bởi các lý do như vậy, các doanh nghiệp cảm thấy hứng thú với nền tảng gọi vốn cộng đồng, bởi cách thức vận hành và yêu cầu đơn giản, thời gian gọi vốn nhanh. Bên cạnh đó, doanh nghiệp không còn lo ngại việc bị chiếm quyền kiểm soát công ty hay phải chia sẻ quá nhiều cổ phần cho nhà đầu tư. Ngoài ra, gọi vốn trên nền tảng crowdfunding cũng là một cách để doanh nghiệp quảng bá thương hiệu và khảo sát thị hiếu người tiêu dùng.

Mặc dù, các doanh nghiệp khởi nghiệp đã từng biết, thậm chí biết khá đầy đủ và hứng thú với loại hình này, nhưng, vì ở Việt Nam, mô hình góp vốn cộng đồng chưa phổ biến, chưa có những sản phẩm crowdfunding lớn, có uy tín và chưa xây dựng được niềm tin từ cộng đồng, nên các doanh nghiệp vẫn còn chưa tự tin tham gia. Họ chỉ sẵn sàng gọi vốn trên nền tảng này khi đã có nhiều dự án trước đó thành công. Đây cũng là một cản trở trong xây dựng sản phẩm crowdfunding, bởi hiện nay, các dự án gọi vốn cộng đồng thành công tại Việt Nam chủ yếu gọi vốn từ chính website của công ty.

Về phía người dân có vốn nhàn rỗi, đa phần người dân gửi ngân hàng hoặc chơi hué. Một số ít đầu tư bất động sản, kinh doanh, để dành dự phòng hoặc chi tiêu vào các khoản mua sắm, đi du lịch. Người dân có vốn nhàn rỗi đều mong muốn làm cho đồng tiền của mình

sinh lời hoặc sử dụng tiền dư một cách có ý nghĩa. Ngoài ra, vì lo sợ những loại hình đầu tư mang tính rủi ro và cần nhiều kiến thức chuyên sâu như đầu tư chứng khoán hay đầu tư tiền ảo Bitcoin, nhóm người dân có vốn nhàn rỗi cảm thấy rất hứng thú với mô hình crowdfunding. Tuy nhiên, vì hiện nay, niềm tin của người dân đối với những dịch vụ kinh doanh trên internet rất thấp nên họ chỉ tham gia khi mô hình góp vốn cộng đồng giải quyết được vấn đề về niềm tin. Ở đây, niềm tin sẽ được hình thành khi sản phẩm crowdfunding đủ uy tín, dự án gọi vốn đủ uy tín và mô hình crowdfunding được giới thiệu rộng rãi từ những nguồn truyền thông uy tín.

Qua kết quả phỏng vấn, có thể thấy rằng, việc xây dựng sản phẩm crowdfunding ở Việt Nam là rất tiềm năng và khả thi. Tuy nhiên, ở cả phía người khởi nghiệp và người dân có vốn nhàn rỗi, yếu tố quyết định họ tham gia mô hình crowdfunding chính là niềm tin.

Ngoài ra, nhóm người dân hứng thú nhất với các dự án từ thiện, sau đó là các dự án đầu tư cổ phần, cho vay lấy lãi và cuối cùng là bán trước sản phẩm. Trong khi đó, đối với nhóm khởi nghiệp, đó các công ty để gọi góp vốn về vốn và không muốn chia sẻ cổ phần nên mức độ tiềm năng của các hình thức crowdfunding mà họ đề xuất theo thứ tự giảm dần là: cho vay lấy lãi, từ thiện, bán trước sản phẩm và cổ phần. Như vậy, để thu hút người dân tham gia góp vốn, sản phẩm crowdfunding có thể khuyến khích các dự án từ thiện và đi vay vốn từ người dân trước (với điều kiện lãi suất phải cao hơn lãi suất gửi ngân hàng), sau đó là các dự án bán trước sản phẩm. Theo cách như vậy, ngoài việc dự án khởi nghiệp có vốn hoạt động, người dân có nơi đầu tư tiền nhàn rỗi, thì Nhà nước cũng có thể giải quyết được một số vấn đề xã hội, môi trường thông qua các dự án phi lợi nhuận.

### **KẾT LUẬN**

Với kết quả nghiên cứu được trình bày ở trên, ý tưởng xây dựng sản phẩm crowdfunding chuyên nghiệp có được thuận lợi là sự sẵn lòng tham gia từ cả hai nhóm đối tượng người khởi nghiệp và người dân có vốn nhàn rỗi. Tuy nhiên, để mô hình này có thể phát triển một cách bền vững, sự tham gia của Nhà nước là cần thiết. Nhóm nghiên cứu gọi

ý một số giải pháp cho Nhà nước và một số đề xuất cho tổ chức xây dựng sàn crowdfunding như sau:

**Thứ nhất,** do mô hình góp vốn cộng đồng ở Việt Nam còn quá mới mẻ; do đó, cần có một bộ tài liệu hướng dẫn đầy đủ về cách vận hành, cách tham gia sàn crowdfunding. Bộ tài liệu hướng dẫn này cần được thông tin rộng rãi đến các tổ chức xây dựng sàn crowdfunding, các công ty dự định gọi vốn trên website của chính công ty, cộng đồng khởi nghiệp và cộng đồng dân cư thông qua các phương tiện truyền thông, nhất là những kênh chính thống và đáng tin cậy, như: website của các cơ quan chính phủ, các chương trình truyền hình, báo điện tử chính thống và thông tin trên mạng xã hội từ các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp. Các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp cần đẩy mạnh các chương trình truyền thông cho người dân cũng như các chương trình tập huấn cho người khởi nghiệp để nâng cao nhận thức và ý nghĩa của kênh gọi vốn này. Ngoài ra, hình thức crowdfunding cũng cần được đưa vào luật hoặc các văn bản hướng dẫn một cách cụ thể, chi tiết, chặt chẽ nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp cho các bên tham gia. Như vậy, đối với người khởi nghiệp lẫn người dân đều cần thấy yên tâm khi gọi hay góp vốn. Đồng thời, công ty hay tổ chức xây dựng sàn gọi vốn cộng đồng cũng có thể vận hành một cách chặt chẽ.

**Thứ hai,** đối với việc xây dựng uy tín của sàn crowdfunding, cần có cơ quan của Nhà nước điều hành hoặc giao nhiệm vụ cho một tổ chức đứng ra xây dựng nền tảng góp vốn cộng đồng. Khi sàn crowdfunding được vận hành dưới sự quản lý chặt chẽ của Nhà nước, cộng

đồng sẽ không còn băn khoăn về tính hợp pháp của mô hình này. Ngoài ra, các dự án cần gọi vốn cũng sẽ có một kênh tập trung để tham gia, tạo ra sự kết nối cho cộng đồng khởi nghiệp và cộng đồng người dân đầu tư góp vốn. Từ đó, sẽ có nhiều dự án được thông tin đến với người dân, nhiều dự án gọi được vốn thành công, góp phần tăng uy tín của sàn gọi vốn. Đối với những công ty tự gọi vốn cộng đồng thông qua website của công ty hoặc những doanh nghiệp tư nhân kinh doanh theo mô hình góp vốn cộng đồng, thu lợi nhuận từ khoản phí tham gia, Nhà nước cần có sự kiểm soát, đồng thời, cần có những hỗ trợ về mặt thông tin pháp lý cho các doanh nghiệp này. Bên cạnh đó, nếu có thể, cũng nên khuyến khích các công ty tự gọi vốn cộng đồng tham gia vào nền tảng crowdfunding được xây dựng như đề xuất để giảm bớt việc hoạt động đơn lẻ, giúp doanh nghiệp giảm chi phí và tăng cơ hội được quảng bá.

**Thứ ba,** đối với vấn đề uy tín của dự án khởi nghiệp, các dự án muốn tham gia vào sàn gọi vốn cộng đồng cần được thẩm định cơ bản và có những cam kết bằng văn bản để đảm bảo hoàn thành nghĩa vụ khi gọi vốn thành công. Bên cạnh đó, sàn crowdfunding cũng nên xây dựng bộ hồ sơ hướng dẫn cụ thể, chi tiết cách tham gia và những bộ tài liệu/cẩm nang gọi vốn cộng đồng cho các doanh nghiệp chuẩn bị để nâng cao khả năng gọi được vốn, đồng thời tăng tính chuyên nghiệp cũng như độ tin cậy của dự án.

**Thứ tư,** dựa vào kết quả nghiên cứu về tiềm năng của các hình thức gọi vốn cộng đồng, Nhà nước nên khuyến khích các dự án phi lợi nhuận đem lại lợi ích lớn cho xã hội, tiếp sau đó là các dự án vay trả lãi (cao hơn lãi suất tiền gửi ngân hàng) và các dự án bán trước sản phẩm, để thu hút người dân tham gia góp vốn. Các dự án muốn gọi vốn theo hình thức đầu tư cổ phần nhằm gọi số vốn nhanh (vì người dân thích hình thức này) cần được tập huấn kỹ về việc hoàn thành trách nhiệm lâu dài nếu gọi vốn thành công (như báo cáo tài chính hàng quý, hàng năm, việc lập kế hoạch kinh doanh), bởi nếu công ty khiến nhà đầu tư (cộng đồng) thiếu niềm tin/hất mẫn sau khi gọi được vốn sẽ làm ảnh hưởng đến uy tín của sàn crowdfunding. □

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Martinez-Climent, C., Zorio-Grima, A. & Ribeiro-Soriano, D. (2018). Financial return crowdfunding: literature review and bibliometric analysis, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(3), 527-553
- Miglo, A., & Miglo, V. (2019). Market imperfections and crowdfunding, *Small Business Economics*, 53(1), 51-79
- Rossi, M. (2014). The New Ways to Raise Capital: An Exploratory Study of Crowdfunding, *International Journal of Financial Research*, 5(2), 8-18
- Steinberg, S., & DeMaria, R. (2012). *The Crowdfunding Bible: How to Raise Money for Any Startup, Video Game or Project* (J. Kimmich, ed.), access to <http://www.barnesandnoble.com/w/the-crowdfunding-bible-scott-steinberg/111567417?ean=9781105748455>
- Xie, K., Liu, Z., Chen, L., Zhang, W., Liu, S., & Chaudhry, S. S. (2019). Success factors and complex dynamics of crowdfunding: An empirical research on Taobao platform in China, *Electronic Markets*, 29(2), 187-199