Mã số: 393

Ngày nhận: 8/4/2017

Ngày gửi phản biện lần 1: /2017

Ngày gửi phản biện lần 2:

Ngày hoàn thành biên tập: 21/4/2017

Ngày duyệt đăng: 21/4/2017

PHÁT TRIỂN HOẠT ĐỘNG HUY ĐỘNG VỐN CỘNG ĐỒNG TẠI VIỆT NAM

Cao Đinh Kiên[1]

Nguyễn Thị Hoa Hồng[2]

Tóm tắt

Bài viết phân tích một hình thức huy động vốn mới cho các dự án kinh doanh nhỏ cũng như các dự án khởi nghiệp tại Việt Nam, hình thức huy động vốn cộng đồng (Crowfunding). Bài viết tổng hợp các vấn đề lý thuyết cơ bản và quan trọng nhất về hình thức huy động vốn cộng đồng bao gồm khái niệm, các bên tham gia, động cơ và hai phương thức huy động vốn cộng đồng phổ biến nhất trên thế giới. Từ khung lý thuyết, bài viết cũng phân tích khả năng áp dụng của hai phương thức huy động vốn cộng đồng này tại Việt Nam đồng thời đề xuất một số gợi ý nhằm phát triển hoạt động huy động vốn cộng đồng tại Việt Nam.

Từ khóa: *Huy động vốn cộng đồng, huy động vốn, doanh nghiệp khởi nghiệp*

Abstract

This paper analyzes a new method to raise funds for both small businesses and start-up projects in Vietnam, namely Crowfunding. A theoretical overview of Crowdfunding including definition, primary participants, motivations, and two predominant forms is provided. From the theoretical framework, the paper also examines the applicability of the two predominant forms and proposes suggestions to promote Crowdfunding in Vietnam.

Keywords: *Crowdfunding, fund-rasing, entrepreneurship, startups*

[1] Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Ngoại thương, Email: caokien@ftu.edu.vn

[2] Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Ngoại thương, Email: hongnth@ftu.edu.vn

1. Đặt vấn đề

Trong những năm gần đây, phong trào khởi nghiệp đang có xu hướng phát triển mạnh mẽ tại Việt Nam, bằng chứng là các vườn ươm doanh nghiệp, các cơ sở hỗ trợ khởi nghiệp, các khóa học, hội thảo, cũng như nhiều cuộc thi tập trung cho quá trình khởi nghiệp ngày một phát triển cả về số lượng và chất lượng. Tính đến nay, nhiều dự án khởi nghiệp thành công tại Việt Nam như Dự án CTCP Vé Xe Rẻ (vexere.com). Đây là một hệ thống đặt vé xe khách trực tuyến, hoạt động thông qua các công ty vận tải chính thức ra đời vào tháng 7/2013 sau khi được giải Nhì Cuộc thi Khởi nghiệp Quốc gia năm 2013 và nhận được vốn đầu tư từ Quỹ CyberAgent Ventures và Pix Vine Capital. Ngoài ra, cũng có thể kể đến nhiều công ty khởi nghiệp thành công như VNG (tiền thân là Công ty VinaGame) hay Công ty Thương mại điện tử Vatgia. Mặc dù phong trào khởi nghiệp tại Việt Nam đã hình thành ở tầm quốc gia với dòng vốn hàng ngàn tỷ đồng cũng như đã nhận được sự hỗ trợ từ nhiều cơ quan quản lý Nhà nước nhưng vẫn còn rất nhiều bất cập trong công tác quản lý và hỗ trợ phong trào khởi nghiệp. Đó là một trong những nguyên nhân quan trọng làm cho những dự án khởi nghiệp có quy mô lớn vẫn chưa xuất hiện tại Việt Nam.

Có thể nói, một trong những khó khăn lớn nhất đối với hầu hết các dự án khởi nghiệp tại Việt Nam là huy động vốn. Với các dự án khởi nghiệp thì những hình thức huy động vốn thông thường như vay ngân hàng, thu hút các nhà đầu tư mua cổ phần không phải lúc nào cũng thực hiện thành công. Trong khi đó việc kêu gọi đầu tư từ bạn bè hay người thân thường không đủ cung cấp cho các khoản đầu tư ban đầu. Vì vậy, việc tìm một hình thức huy động vốn mới, dễ dàng hơn cho các dự án khởi nghiệp luôn là vấn đề được quan tâm hàng đầu.

Huy động vốn cộng đồng (Crowdfunding), chủ yếu là thông qua công cụ Internet, đã bắt đầu xuất hiện từ năm 1996 và trở nên phổ biến trong những năm gần đây, đặc biệt là khi các doanh nghiệp nhỏ luôn gặp vấn đề về nguồn vốn hoạt động (Carpenter và Petersen, 2002; Ebben và Johnson, 2006). Thông qua hình thức huy động vốn cộng đồng, các dự án kinh doanh nhỏ và khởi nghiệp ở các lĩnh vực khác nhau vốn gặp nhiều khó khăn khi huy động vốn qua các kênh truyền thống nay đã có điều kiện tiếp cận nguồn vốn từ số đông trong xã hội (Tomczak và Brem, 2013). Những nền tảng (flatform) gọi vốn cộng đồng ngày càng được nhân rộng, có thể kể đến như Kichstarter, CircleUp, GoFundMe hay IndieGoGo. Tại Việt Nam, nền móng đầu tiên cho hình thức gọi vốn cộng đồng là sự kiện website Betado.com (trước là IG9.vn) đi vào hoạt động với mục tiêu kết nối các dự án kinh doanh với số đông các nhà đầu tư đại chúng, những người chỉ có thể có những khoản đầu tư nhỏ. Tuy nhiên, những kiến thức về động cơ và mục tiêu của

các bên khi tham gia vào phương thức huy động vốn này cũng như các phương thức huy động vốn cộng đồng phổ biến trên thế giới còn chưa được làm rõ trong bối cảnh Việt Nam. Bài viết này giới thiệu tổng quan về hình thức gọi vốn cộng động với hai phương thức chính đang được sử dụng trên thế giới. Ngoài ra, những ưu nhược điểm của từng phương thức trong môi trường kinh doanh tại Việt Nam cũng sẽ được phân tích.

2. Khái niệm về huy động vốn cộng đồng

Theo Bradford (2012), huy động vốn cộng đồng được định nghĩa là hình thức kêu gọi tài trợ cho một dự án bằng cách kêu gọi vốn từ số lượng lớn các cá nhân hay cộng đồng thông qua công cụ Internet. Hình thức này bắt đầu từ lĩnh vực giải trí từ hơn 10 năm trước và hiện nay trở nên phổ biến trong rất nhiều các lĩnh vực khác nhau như các dự án sáng tạo, công nghệ thông tin, phần mềm… Ý tưởng ban đầu của huy động vốn cộng đồng là huy động vốn từ nhiều cá nhân khác nhau với những khoản tiền tương đối nhỏ. Thông qua việc sử dụng công cụ Internet, một dự án khởi nghiệp có điều kiện để tiếp cận với hàng triệu nhà đầu tư tiềm năng. Vì vậy, hình thức huy động vốn cộng đồng không yêu cầu bất kỳ một trung gian hay định chế tài chính nào như các ngân hàng, công ty chứng khoán, bảo hiểm mà bất kỳ cá nhân nào được thuyết phục bởi tính khả thi của các dự án kinh doanh qua thông tin được cung cấp trên các nền tảng (platform) huy động vốn đều có thể trở thành các nhà đầu tư (Howe, 2008).

Quá trình huy động vốn cộng đồng bắt đầu bằng việc các dự án kinh doanh công khai một yêu cầu về tài trợ vốn trên một nền tảng huy động vốn (Lambert và Schwienbacher, 2010). Thông báo huy động vốn này sẽ bao gồm các thông tin về sản phẩm và kế hoạch kinh doanh mà người khởi xướng dự án dự định làm với số tiền huy động được đi kèm với những lợi ích nhà đầu tư sẽ nhận được. Có thể thấy rằng, so với các cách huy động vốn truyền thống thì các dự án khởi nghiệp sẽ dễ dàng tiếp cận nguồn vốn hơn với hình thức huy động vốn cộng đồng vì không cần phải có tài sản đảm bảo khi huy động vốn hay cần các trung gian tài chính để kết nối thông tin với nhà đầu tư.

3. Động cơ cho các bên khi tham gia vào quá trình gọi vốn cộng đồng

Có ba chủ thể tham gia quá trình huy động vốn cộng đồng, bao gồm những người kêu gọi vốn hay chủ dự án kinh doanh (creators), những người góp vốn (funders) và nền tảng (platform) huy động vốn nhằm kết nối giữa nhà đầu tư (người góp vốn) với người kêu gọi vốn (Agrawal và cộng sự, 2013). Trên thực tế, huy động vốn cộng đồng là hình thức giúp cho các dự án khởi

nghiệp với quy mô nhỏ dễ dàng huy động vốn hơn khi so với các phương thức huy động vốn truyền thống. Tuy nhiên, mặc dù có thể huy động vốn từ các hình thức truyền thống, nhiều người kêu gọi vốn vẫn lựa chọn phương thức huy động vốn cộng đồng để kêu gọi vốn vì nhiều động cơ nhất định. Bên cạnh người kêu gọi vốn, các chủ thể khác tham gia vào quá trình gọi vốn cộng đồng cũng có những động cơ khác nhau (Agrawal và cộng sư, 2013).

- ***Người kêu gọi vốn (Creators)***

Hai động cơ chính cho người kêu gọi vốn sử dụng hình thức huy động vốn cộng đồng thay vì các hình thức huy động vốn truyền thống là (1) chi phí vốn thấp và (2) cơ hội tiếp cận với nhiều thông tin. Huy động vốn cộng đồng có thể giúp giảm chi phí vốn hơn so với các hình thức truyền thống vì ba nguyên nhân: (1) có thể tìm được đối tượng đầu tư có mức độ sẵn sàng và phù hợp nhất để góp vốn cho dự án, (2) có thể dễ dàng bán được hàng hóa trong giai đoạn ban đầu[3], (3) thông tin về dự án kinh doanh được cung cấp nhiều hơn nên có thể gia tăng sự sẵn sàng đầu tư của các cá nhân góp vốn. Hơn thế nữa, phương thức huy động vốn cộng đồng cũng được coi là công cụ giúp cho các chủ dự án kinh doanh nghiên cứu trước thị trường tiêu thụ thông qua phản hồi từ các nhà đầu tư trước khi sản phẩm chính thức được sản xuất/bày bán để kịp thời có những bước phát triển về sản phẩm thích hợp.

Tuy nhiên, kêu gọi vốn thông qua hình thức huy động vốn cộng đồng cũng đặt ra một số thách thức cho những người chủ dự án, đặc biệt là khi những thông tin về sản phẩm, kế hoạch kinh doanh đều phải công khai trong thông báo huy động vốn trên những nền tảng huy động vốn. Điều này có thể dẫn đến những vấn đề liên quan đến vấn đề bảo vệ bản quyền, bằng sáng chế, cạnh tranh với đối thủ hay quá trình thương thảo giá nguyên vật liệu với những nhà cung cấp tiềm năng. Mặc dù vậy, những thách thức này là sự đánh đổi mà hầu hết những người chủ dự án khởi nghiệp chấp nhận khi thực hiện kêu gọi vốn thông qua hình thức huy động vốn cộng đồng. Để có thể sử dụng hình thức này, họ cố gắng tìm các phương án để hạn chế những rủi ro gặp phải trong quá trình công bố thông tin.

- ***Người góp vốn (Funders)***

Đối với người tham gia góp vốn, họ có ít nhất năm động cơ vô cùng rõ ràng khi quyết định đầu tư vào một dự án thông qua hình thức huy động vốn cộng đồng: (1) tiếp cận với nhiều cơ hội đầu tư vào các dự án khác nhau, (2) tiếp cận sớm hơn với các sản phẩm mới, (3) cơ hội

[3] Nếu lựa chọn hình thức gọi vốn bằng phương thức đặt trước các sản phẩm hoặc dịch vụ sẽ triển khai trong tương lai.

tham gia vào những hoạt động xã hội vì tính chất xã hội của hình thức huy động cộng đồng, (4) cơ hội ủng hộ cho các sản phẩm, dịch vụ hay ý tưởng mới, sáng tạo; (5) cơ hội hoàn thiện hợp đồng đầu tư nhằm cân bằng giữa lợi ích và chi phí các dự án huy động vốn cộng đồng[4]. Bên cạnh những động cơ này thì người góp vốn cũng phải đối mặt với một số vấn đề khi cân nhắc các dự án huy động vốn cộng đồng, có thể kể đến như: (1) bản thân người góp vốn không có đủ năng lực tự đánh giá cơ hội đầu tư nên dễ dàng tạo ra hoài nghi về sự thành công cũng như những lợi ích mà họ có thể nhận được như trong thông báo huy động vốn; (2) khả năng tồn tại sự gian lận và (3) các rủi ro khác về dự án huy động vốn. Vì vậy, khi xem xét bất kỳ dự án kêu gọi vốn cộng đồng nào, người góp vốn cũng cân nhắc hai yếu tố - động cơ và rủi ro để đưa ra những quyết định phù hợp.

❖ ***Nền tảng hỗ trợ gọi vốn cộng đồng (Platform)***

Nền tảng hay môi trường hỗ trợ huy động vốn cộng đồng chính là các website công khai những thông báo kêu gọi vốn từ các dự án kinh doanh khởi nghiệp. Động cơ chính của những người tạo ra nền tảng hỗ trợ trong quá trình huy động vốn cộng đồng phần lớn là vì lợi nhuận. Thông thường, doanh thu của những nền tảng này đến từ việc thu phí giao dịch của các dự án huy động vốn thành công, chiếm từ 4-5% trên tổng số vốn kêu gọi. Vì vậy, mục tiêu của các nền tảng hỗ trợ này là phải tối đa hóa số lượng và quy mô của các dự án huy động vốn thành công. Điều này đặt ra yêu cầu phải có chiến lược thu hút cộng đồng lớn những người kêu gọi vốn và những người góp vốn nhằm đảm bảo thu hút các dự án gọi vốn có chất lượng. Những nền tảng hỗ trợ này phải góp phần giảm thiểu gian lận và dễ dàng truyền tải ý tưởng, nội dung dự án để huy động vốn hiệu quả cũng như tạo được sự chú ý về mặt hình ảnh, danh tiếng để ngày càng mở rộng cộng đồng người góp vốn, nhà đầu tư.

4. Hai phương thức huy động vốn cộng đồng phổ biến

Huy động vốn cộng đồng có thành công hay không phụ thuộc rất lớn vào danh tiếng của người kêu gọi vốn và phương thức lựa chọn để thực hiện. Theo Belleflamme và cộng sự (2014), huy động vốn cộng đồng có thể được chia thành 2 phương thức chính: phương thức đặt trước (Pre-order form) và phương thức chia sẻ lợi nhuận (Equity-based or Profit-sharing form).

[4] Đối với một dự án huy động vốn cộng đồng, những nhà đầu tư đầu tiên chắc chắn sẽ là bạn bè và người thân trong gia đình của người kêu gọi vốn tham gia để ủng hộ dự án và điều này làm cho hợp đồng đầu tư chưa được hệ thống hóa. Vì vậy với sự xuất hiện của người góp vốn, những hợp đồng đầu tư sẽ được điều chỉnhđể tránh những ảnh hưởng tiêu cực lên các mối quan hệ xã hội và giảm thiểu rủi ro.

- Phương thức đặt trước là hình thức huy động vốn cộng đồng trong đó những người chủ dự án kêu gọi các cá nhân/nhà đầu tư "đặt hàng trước" các sản phẩm hoặc dịch vụ sắp được triển khai ra thị trường mà không phát sinh nợ hoặc ảnh hưởng đến vốn chủ sở hữu hay cổ phần. Với hình thức này, những người góp vốn bằng cách đặt hàng trước có thể sẽ phải mua sản phẩm/dịch vụ với giá cao hơn so với khách hàng mua sau khi sản phẩm được tung ra thị trường. Tuy nhiên, bù đắp lại sự chênh lệch này, những người góp vốn sẽ nhận được những lợi ích nhất định, dù không phải bằng tiền.
- Phương thức chia sẻ lợi nhuận là hình thức huy động vốn cộng đồng trong đó những người chủ dự án kêu gọi các cá nhân/nhà đầu tư đóng góp tiền để triển khai dự án trong giai đoạn đầu và đổi lấy tỷ lệ cổ phần hoặc được chia sẻ lợi nhuận theo số lượng vốn góp đã cam kết trong dự án này.

Cả hai phương thức trên đều cần phải công khai tất cả thông tin về dự án như sản phẩm và kế hoạch kinh doanh trên nền tảng hỗ trợ huy động vốn cộng đồng (Mollick, 2014). Hơn thế nữa, hai phương thức cũng đều tạo ra cảm giác về sự tương tác cũng như liên kết của người góp vốn với cộng đồng khi họ được chia sẻ về những sở thích cũng như ý tưởng chung (Gerber và công sự, 2012). Tuy nhiên, giữa hai phương thức này vẫn có những điểm khác biệt, đặc biệt là những quy định liê quan đến phạm vi chịu sự điều chỉnh của pháp luật (Burkett, 2011). Từ những điểm khác biệt này, mỗi dự án khi cân nhắc gọi vốn cộng đồng sẽ lựa chọn hình thức phù hợp để đạt được những mục tiêu đề ra. Bảng 1 dưới đây sẽ đưa ra so sánh giữa hai phương thức gọi vốn cộng đồng hay được sử dụng trên thế giới.

Bảng 1. So sánh 2 phương thức huy động vốn cộng đồng

Tiêu chí	Phương thức đặt trước	Phương thức chia sẻ lợi nhuận
Động cơ của người góp vốn	Tiếp cận sớm hơn với các sản phẩm, dịch vụ mới	Tiếp cận với nhiều cơ hội đầu tư khác nhau
Động cơ giảm chi phí vốn của người kêu gọi vốn	Với quyền lợi được tiếp cận sớm hơn với các sản phẩm mới, người kêu gọi vốn có thể đẩy mạnh việc huy động vốn bằng cách đưa ra những lợi ích khác cho người góp vốn, ví dụ như quyền mua các sản phẩm phiên bản giới hạn, qua đó	Thông qua Internet, các dự án kinh doanh khởi nghiệp có thể tìm thấy những người góp vốn phù hợp nhất mà không phụ thuộc vào vị trí địa lý của người chủ dự án cũng như người góp vốn (một điều rất quan trọng

	làm giảm chi phí vốn bằng việc bán được hàng hóa ngay trong những ngày đầu tiên khi tham gia thị trường, điều rất khó làm với những hình thức huy động vốn truyền thống.	trong các hình thức huy động vốn truyền thống). Thực tế cũng chứng minh là những người góp vốn ở phương thức này thường ở rất xa so với người kêu gọi vốn. Do có thể tìm được những người góp vốn với mức độ sẵn sàng rất cao, chi phí vốn của doanh nghiệp khởi nghiệp sẽ giảm đi.
Lợi ích của người góp vốn	Những lợi ích không tính được bằng tiền (quyền bỏ phiếu, quyền tham gia góp ý kiến hay danh tiếng…)	Chia sẻ lợi nhuận kinh doanh theo tỷ lệ vốn góp ban đầu
Mức độ tiếp cận thị trường tiêu thụ của sản phẩm/dịch vụ	Mức độ tiếp cận thị trường cao vì người kêu gọi vốn cộng đồng có thể căn cứ vào số lượng đặt hàng trước, phản hồi từ người góp vốn để đánh giá tiềm năng của sản phẩm	Mức độ tiếp cận thị trường thấp vì mức độ góp vốn bằng tiền chưa thể hiện được rõ phản hồi về sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp khởi nghiệp
Lĩnh vực kinh doanh khởi nghiệp	Bị giới hạn trong một số lĩnh vực nhất định vì không phải lĩnh vực kinh doanh nào cũng có thể bán được sản phẩm/dịch vụ trước thời điểm tung ra thị trường. Phương thức này đặc biệt phù hợp với các dự án về nghệ thuật và giải trí	Không bị giới hạn
Quy định và luật lệ	Không chịu ràng buộc bởi các quy định và hệ thống văn bản pháp luật vì hình thức này không liên quan đến vấn đề huy động vốn chủ sở hữu ban đầu	Chịu ràng buộc bởi các quy định và các văn bản pháp luật vì có liên quan đến các khoản vốn góp ban đầu và chia tỷ lệ lợi nhuận kinh doanh. Nói theo một cách khác thì phương thức này không

		khác so với việc mua cổ phiếu một công ty mới tiềm năng. Vì vậy, những quy định về tỷ lệ vốn góp đều phải chịu sự điều chỉnh của các văn bản quy phạm pháp luật.
Quá trình rà soát đặc biệt trước khi tham gia góp vốn của công chúng (Crowd Due Diligence)	Với mục tiêu hạn chế vấn đề thông tin bất cân xứng giữa người kêu gọi vốn và người góp vốn, phương thức này có mức độ rà soát thấp vì những người góp vốn trong hình thức gần như chỉ đóng vai trò như một khách hàng và mong muốn của họ là được tiếp cận, cảm nhận và sử dụng sản phẩm mới trước. Vì vậy, họ sẽ không quá chú trọng tiến hành rà soát chi tiết, tỉ mỉ.	Với mục tiêu hạn chế vấn đề thông tin bất cân xứng giữa người kêu gọi vốn và người góp vốn, phương thức này có mức độ rà soát cao vì mục đích của những người góp vốn trong hình thức này là mục đích đầu tư. Vì vậy, họ cần tiến hành quá trình rà soát một cách chi tiết để đảm bảo họ không đưa ra những quyết định sai lầm.

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp

5. Áp dụng hình thức huy động vốn cộng đồng ở các doanh nghiệp khởi nghiệp Việt Nam

Với phong trào khởi nghiệp tại Việt Nam ngày càng phát triển mạnh mẽ, những vấn đề liên quan đến hoạt động huy động vốn ngày càng được quan tâm. Tất cả các chủ thể tham gia thị trường tài chính Việt Nam đều nhận thấy rằng vấn đề huy động vốn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp là rất khó khăn. Với mục đích giảm bớt những khó khăn này và phù hợp với xu thế phát triển của thế giới, hình thức huy động vốn cộng đồng đã bắt đầu xuất hiện tại Việt nam. Đánh dấu sự ra mắt của hình thức huy động vốn mới mẻ này là sự ra đời của nền tảng hỗ trợ huy động vốn cộng đồng đầu tiên IG9.vn (nay là Betado.com) vào năm 2013. Hiện nay, tại Việt Nam, rất nhiều nền tảng hỗ trợ cũng đã được phát triển, ví dụ như Comicola.com, Firststep.vn, Fundingvn.com hay Fundstart.vn. Cũng đã có rất nhiều doanh nghiệp Việt Nam sử dụng hình thức huy động vốn cộng đồng. Tuy nhiên, mới chỉ có doanh nghiệp trong 2 lĩnh vực công nghệ thông tin và sách truyện gặt hái được thành công. Trong khi đó, các doanh nghiệp khởi nghiệp tại Việt Nam có lĩnh vực hoạt động rất đa dạng. Vậy câu hỏi đặt ra là làm thế nào để có thể phát triển hình thức huy động vốn từ cộng đồng để gặt hái được thành công trong bối cảnh Việt Nam?

Trên thực tế, cũng có nhiều dự án do người Việt Nam khởi xướng đã huy động vốn cộng đồng thành công khi đăng tải thông tin kêu gọi trên các website nước ngoài như dự án thiết bị đeo thời trang Misfit Shine của Vũ Xuân Sơn (Sonny Vũ) thu hút được nguồn vốn lên đến 846.000 USD với gần 8.000 nhà tài trợ cá nhân thông qua Indiegogo[5]. Nhưng xét đến các dự án thuần Việt thực hiện huy động vốn cộng đồng thông qua một website Việt Nam thì chưa có nhiều. Một trường hợp huy động vốn cộng đồng được coi là khá thành công tại Việt Nam là dự án xuất bản truyện tranh Long Thần Tướng vào năm 2014 nhưng dự án này chỉ dừng lại ở việc áp dụng phương thức gọi vốn cộng đồng – nhận quà tri ân[6], một phương thức huy động không phải là phổ biến trên thế giới. Tuy nhiên, tổng số tiền được kêu gọi trong trường hợp này cũng chỉ là 330 triệu đồng[7]. Còn hầu hết những dự án kinh doanh khác thì số tiền huy động không nhiều như dự án "Cải tiến Cờ caro tổ ong" chỉ huy động được 14,200,000 VNĐ trên tổng huy động 30,000,000 VNĐ[8] hay dự án "Gậy dẫn đường cho người khiếm thị -- H3N" huy động được 32,450,000 VNĐ trên tổng huy động 40,000,000 VNĐ[9]. Việc chưa ban hành các văn bản quy phạm pháp luật điều chỉnh hoạt động huy động vốn cộng đồng đang là một trong những cản trở chính trong quá trình huy động vốn của các doanh nghiệp khởi nghiệp. Mặc dù Chính phủ đã có những quan tâm hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp nhưng hoạt động huy động vốn cần được quan tâm một cách thiết thực hơn bằng cách ban hành các văn bản quy phạm pháp luật quy định về hoạt động huy động vốn cộng đồng, đặc biệt là hai phương thức huy động vốn cộng đồng phổ biến là phương thức đặt trước và phương thức chia sẻ lợi nhuận. Đầu năm 2016, Dự thảo Luật Hỗ trợ Doanh nghiệp vừa và nhỏ do Bộ Khoa học và Đầu tư soạn thảo đã đưa huy động vốn cộng đồng vào nội dung. Đây cũng được coi là một tín hiệu tích cực cho thấy Chính phủ chú trọng đến hoạt động huy động vốn cho các dự án khởi nghiệp và hình thức huy động vốn cộng đồng mới mẻ này. Một khi Luật có hiệu lực thì các hoạt động huy động vốn cộng đồng tại Việt Nam sẽ có cơ sở để thực hiện và việc phát triển hoạt động này cũng trở nên dễ dàng hơn.

Từ Bảng 1 so sánh hai phương thức huy động vốn cộng đồng trên, có thể thấy rằng khả năng áp dụng cả hai hình thức này vào Việt Nam là hoàn toàn khả thi. Từ phía doanh nghiệp khởi nghiệp, nếu phương thức chia sẻ lợi nhuận bị ràng buộc bởi các quy định pháp luật thì, trong thời gian tới, các doanh nghiệp có thể cân nhắc áp dụng phương thức đặt trước trong những

[5] http://www.pcworld.com.vn/articles/kinh-doanh/2016/12/1250472/goi-von-cong-dong-don-bay-cam-bay/
[6] Ở hình thức này, số tiền tài trợ được chia theo từng gói, mỗi gói sẽ có một phần quà tương ứng. Người tài trợ sẽ nhận được quà khi dự án thành công, không xét đến lợi nhuận hay cổ phần sở hữu.
[7] http://giau.co/14h30-tac-gia-long-than-tuong-se-chia-se-bi-quyet-goi-von-tu-cong-dong-nhu-the-nao/
[8] https://firststep.vn/du-an/cai-tien-co-ca-ro-to-ong_157/
[9] https://firststep.vn/du-an/gay-dan-duong-cho-nguoi-khiem-thi----h3n_164/

tình huống phù hợp. Phương thức này phù hợp với lĩnh vực giải trí nghệ thuật nên với một số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này còn đang loay hoay tìm vốn có thể cân nhắc việc "rao bán trước" sản phẩm vừa để vừa nghiên cứu thị hiếu của khán giả vừa có được nguồn tài chính để thực hiện kế hoạch. Tuy nhiên, đứng từ góc độ người gọi vốn, trước khi đưa ra kế hoạch cùng thông tin kêu gọi trên các website crowdfunding thì cần phải chú trọng tới sản phẩm kinh doanh của mình, phải có tính cạnh tranh và sáng tạo để thu hút được sự hứng thú từ những nhà đầu tư cá nhân. Mặt khác, sử dụng hoạt động huy động vốn cộng đồng với phương thức "đặt hàng trước" cũng đặt ra thử thách về quyền sở hữu trí tuệ với sản phẩm kinh doanh của người gọi vốn, vì vậy, với những yêu cầu quá chi tiết từ các nhà đầu tư ẩn danh, người gọi vốn cần chú ý không tiết lộ hết thông tin của sản phẩm và dự án của mình.

Đi cùng với việc áp dụng phương thức đặt trước, việc mở rộng và hình thành thêm các nền tảng hỗ trợ huy động vốn cộng đồng trong các lĩnh vực khác nhau là rất cần thiết để đáp ứng được nhu cầu của các doanh nghiệp khởi nghiệp khác nhau. Trên thế giới có đến gần 500 trang web hỗ trợ huy động vốn cộng đồng nhưng con số này mới chỉ dừng lại ở con số 6 hay 7 trang web tại Việt Nam. Điều này phần nào cũng gây khó khăn trong việc tạo môi trường phát triển cho hoạt động huy động vốn cộng đồng. Vì vậy, một trong những vấn đề cấp thiết trong thời gian tới là xây dựng được một hệ sinh thái gồm nhiều nền tảng hỗ trợ huy động vốn cộng đồng. Và những nền tảng này cũng cần được quy định cụ thể, chặt chẽ trong các văn bản quy phạm pháp luật. Chỉ khi thực hiện được điều này, hoạt động huy động vốn cộng đồng mới có thể thực sự phát triển tại Việt Nam.

6. Kết luận

Có thể nói rằng, huy động vốn cộng đồng là một hình thức huy động vốn đối phổ biến trên thế giới, đặc biệt phù hợp với các dự án khởi nghiệp và các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Nhiều dự án kinh doanh và dự án nghệ thuật có được kết quả thành công đều nhờ vào nguồn vốn được huy động từ hình thức huy động vốn cộng đồng. Kết quả này đến từ sự phát triển của các nền tảng hỗ trợ gọi vốn cộng đồng cũng như sự hoàn thiện trong chính sách pháp luật của các nước phát triển. Tại Việt Nam, có thể coi huy động vốn cộng đồng chính là hình thức "cứu cánh" cho nhiều dự án khởi nghiệp và hoạt động này bước đầu đã đạt được những thành công nhất định. Tuy nhiên, để có thể phát huy được những lợi ích mà huy động vốn cộng đồng mang lại, tất cả các bên có liên quan đều phải có những hành động cụ thể nhằm thúc đẩy sự phát triển hoạt động này trong thời gian tới. Chính phủ Việt Nam cần phải ban hành những văn bản pháp luật để tạo

hành lang pháp lý cũng như để điều chỉnh hoạt động huy động vốn cộng đồng, đặc biệt là những văn bản quy phạm pháp luật hướng dẫn thực hiện hai phương thức gọi vốn cộng đồng chính là phương thức đặt trước và phương thức chia sẻ lợi nhuận. Ngoài ra, Chính phủ cũng cần có những chính sách để khích lệ và tạo điều kiện cho nhiều cá nhân tham gia góp vốn để hỗ trợ các dự án khởi nghiệp, như tạo ra những cơ chế ưu đãi thuế... Những người gọi vốn cần xây dựng một kế hoạch kinh doanh rất cụ thể và tập trung vào những sản phẩm mang tính cạnh tranh, có chất lượng để thu hút vốn và sự hứng thú từ nhà đầu tư. Các website làm nền tảng cho hoạt động huy động vốn cộng đồng tại Việt Nam cũng cần hoàn thiện quy trình cho một dự án đăng thông tin gọi vốn và hỗ trợ nhiều nhất có thể để làm cầu nối thông tin hiệu quả, chính xác, mang lại lợi ích cho các bên tham gia.

Tài liệu tham khảo

1. Agrawal, A., Catalini, C. and Goldfarb, A. (2013), "Some Simple Economics of Crowdfunding. A chapter in Innovation Policy and the Economy", *National Bureau of Economic Research*, Vol. 14, pp. 63-97.
2. Belleflamme, P., Lambert, T. and Schwienbacher, A. (2014), "Crowdfunding: Tapping the right crowd", *Journal of Business Venturing*, Vol. 29, pp. 585-609.
3. Bradford, C. S. (2012), "Crowdfunding and the Federal Securities Laws", *Columbia Business Law Review*, pp. 1-150.
4. Burkett, E. (2011), "A Crowdfunding Exemption? Online Investment Crowdfunding an U.S. Securities Regulation", *Transactions: The Tennessee Journal of Business Law*, Vol. 13, pp. 63-106.
5. Carpenter, R. E. and Petersen, B. C. (2002), "Is the Growth of Small Firms Constrained by Internal Finance?", *The Review of Economics and Statistics*, Vol. 84, Issue. 2, pp. 298-309.
6. Gerber, E. M., Hui, J. S. and Kuo, P. Y. (2012), *Crowdfunding: why people are motivated to post and fund projects on crowdfunding platforms*, Working Paper.
7. Ebben, J. and Johnson, A. (2006), "Bootstrapping in small firms: An empirical analysis of change over time", *Journal of Business Venturing*, Vol. 21, Issue. 6, pp. 851-865.
8. Howe, J. (2008), *Crowdsourcing: Why the power of the crowd is driving future of business*, Three River Press, New York.
9. Lambert, T. and Schwienbacher, A. (2010), *An Empirical Analysis of Crowdfunding*, Louvain-la-Neuve: Louvain School of Management, Catholic University of Louvain.
10. Mollick, E. (2014), "The dynamics of crowdfunding: An exploratory study", *Journal of Business Venturing*, Vol. 29, Issue. 1, pp. 1-16.
11. Tomczak, A. and Brem, A. (2013), "A conceptualized investment model of crowdfunding", *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, Vol. 15, No. 4, pp. 335-359.