



Bằng việc phân tích hơn 110 trường hợp thất bại của các công ty startup (khởi nghiệp), từ lý do thiếu sự phù hợp giữa sản phẩm và thị trường (product/market fit) cho đến sự bất hòa trong đội ngũ, chúng tôi đã tổng hợp 12 nguyên nhân chủ yếu khiến cho các công ty khởi nghiệp thất bại.

Các công ty khởi nghiệp, tập đoàn, nhà đầu tư, nhà phát triển kinh tế, học giả và nhà báo đều mong muốn tìm được những bài học xương máu với câu hỏi dưới đây:

“Tại sao các công ty khởi nghiệp thất bại?”

Chúng tôi đã xử lý dữ liệu của CB Insights về những trường hợp thất bại của các công ty startup để xem liệu có thể trả lời câu hỏi này hay không.

Sau khi đọc qua 111 bài thống kê từ năm 2018, chúng tôi nhận thấy rằng không chỉ có một lý do duy nhất khiến cho

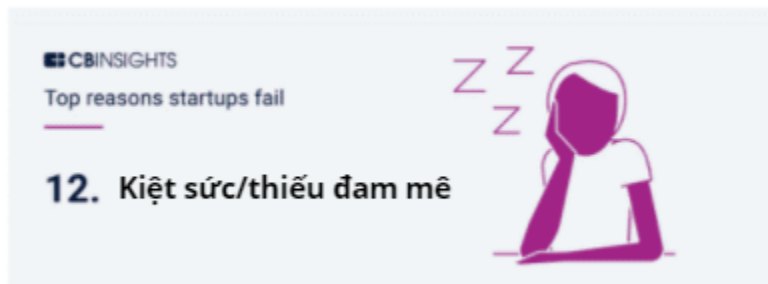
một công ty khởi nghiệp thất bại, thông thường bao gồm nhiều lý do. Tuy nhiên, chúng tôi đã nhận ra một quy tắc chung thông qua những câu chuyện trên.

Vì nhiều công ty khởi nghiệp đưa ra nhiều lý do cho sự thất bại của họ, bạn sẽ thấy rằng biểu đồ nêu bật những lý do hàng đầu cộng lại không bằng 100% (nó vượt xa mức đó). Biểu đồ bên dưới là giải thích về từng lý do và các ví dụ có liên quan từ những lần thất bại của các startup.



Và đây là 12 nguyên nhân chính khiến cho các công ty khởi nghiệp thất bại. Chúng tôi sẽ trình bày các nguyên nhân theo thứ tự từ 12 đến 1.

12. Kiệt sức/thiếu đam mê



Các nhà sáng lập startup chưa cân bằng được giữa công việc và cuộc sống, có thể gây ra kiệt sức trong công việc. Điều này dẫn đến 5% số startup thất bại. Họ cần phải làm việc hợp lý hơn, hoặc có thể chia sẻ bớt trách nhiệm cho đội ngũ của mình.

Ở thung lũng Silicon, có quan điểm rằng để xây dựng một công ty thành công sẽ phải làm việc quá sức hoặc rất khắc nghiệt. Cựu thành viên hội đồng quản trị Uber và Giám đốc điều hành của Thrive Global Arianna Huffington đã chia sẻ: “Quan điểm phổ biến của những người sáng lập công ty khởi nghiệp ở thung lũng Silicon là ảo tưởng rằng để thành công, để xây dựng một công ty tăng trưởng ở mức cao, bạn cần phải nỗ lực hết mình.”

Trong bối cảnh đại dịch, tình trạng làm việc đến kiệt sức trở nên phổ biến ở những đối tượng làm công nghệ, trong đó

có 68% nhân viên công nghệ cho biết: họ thấy kiệt sức hơn khi làm việc tại nhà (theo một cuộc khảo sát của Blind).

Đã có nhiều nhà sáng lập lên tiếng về tình trạng trên có thể gây hại ra sao. Cựu Giám đốc điều hành Zenefits, Parker Conrad cho biết: “Tôi nghĩ mọi người chưa chuẩn bị kỹ về việc thành lập một công ty sẽ khó khăn và khủng khiếp như thế nào.”

Tại DaWanda, với sự trì trệ cả về mặt tăng trưởng cũng như sự quan tâm của đội ngũ dẫn đến việc công ty cuối cùng phải đóng cửa. Người sáng lập kiêm giám đốc điều hành Claudia Helming đã chia sẻ thông điệp này trên trang web của công ty: “Vào quý cuối của năm 2017, chúng tôi đã đạt được lợi nhuận, sau đó làm việc liên tục để trang trải các chi phí. Đồng thời, phải thừa nhận rằng tốc độ tăng trưởng của công ty đang đình trệ và khó có thể tự xoay sở để tăng số lượng đơn hàng trên nền tảng của mình để đạt đến mức mong muốn - ngay cả việc tái cơ cấu vào năm ngoái cũng không thể thay đổi được... Ngoài ra, chúng tôi đã không thể tạo ra các ý tưởng sáng tạo mới trong vài năm qua. Mặc dù DaWanda không vỡ nợ, nhưng chúng tôi nhận ra rằng nguy cơ không thể bắt kịp thị trường là vô cùng lớn.”

Vào năm 2013, Doughbies đã huy động được 670.000 đô la cho dịch vụ giao bánh quy theo yêu cầu, và nguyên nhân chính dẫn đến sự thất bại cũng được cho là thiếu đam mê từ các nhà sáng lập và đội ngũ của mình. Công ty có vẻ đang hoạt động tốt, với tỷ suất lợi nhuận gộp là 36% và lợi

nhuận ròng là 12% ngay tại thời điểm đóng cửa. Giám đốc điều hành Daniel Conway có chia sẻ vấn đề của công ty: đây không phải là lĩnh vực có độ tăng trưởng bùng nổ, hoặc mọi người có đủ độ đam mê để tiếp tục vận hành công ty. “Cuối cùng thì chúng tôi đóng cửa công ty bởi vì đội ngũ của chúng tôi đã sẵn sàng chuyển sang lĩnh vực mới.”

11. Thất bại trong việc chuyển đổi



Các chuyển đổi như: Burbn chuyển thành Instagram hoặc ThePoint chuyển thành Groupon có thể mang lại thành công. Tuy nhiên, cũng có những sự chuyển đổi dẫn bạn đến con đường sai lầm.

Như The Verge đã báo cáo về sự chuyển đổi không thành công của công ty Inboard Technology: “Công ty khởi nghiệp này là một trong những đối thủ cạnh tranh cao nhất với công ty ván trượt điện hàng đầu Boosted, và năm ngoái đã công bố kế hoạch tham gia vào thị trường xe scooter điện - một cú hích dường như đã hủy diệt Inboard. Người sáng lập (và hiện là cựu giám đốc điều hành) Ryan Evans nói với The Verge rằng nhóm của ông đã chốt được ‘một đơn đặt hàng rất lớn’ từ ‘một trong những nhà khai thác xe scooter lớn nhất châu Âu’, điều này giải thích tại sao công ty nhanh

chóng rời bỏ việc cố gắng bán xe scooter điện đầu tiên trực tiếp đến tay người tiêu dùng vào đầu năm nay. Nhưng Evans cho biết lịch trình phát triển cho xe scooter điện của Inboard đã ‘vượt xa’ đường băng tài chính của nó.”

Sau khi các nhà đầu tư từ chối rót thêm vốn vào Inboard Technology, công ty buộc phải đóng cửa.

10. Sự bất hòa của đội ngũ/nhà đầu tư



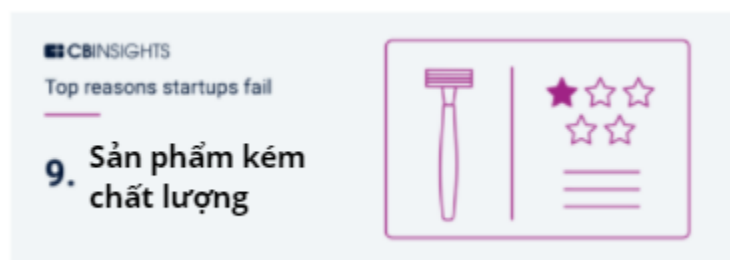
Mặc dù mâu thuẫn với nhà đồng sáng lập là một vấn đề nghiêm trọng đối với các công ty khởi nghiệp, nhưng sự tranh cãi không là rào cản với mọi người trong đội ngũ, mà khi mối quan hệ giữa hội đồng quản trị hoặc nhà đầu tư tệ đi sẽ trở nên nhanh chóng gay gắt, như trường hợp của Hubba.

Douglas Soltys viết cho BetaKit: “Với gần một thập kỷ, được coi là một trong những công ty khởi nghiệp có tiếng nhất của Toronto, Hubba gặp phải nhiều làn sóng biến động vào năm 2018, khi công ty không có giám đốc công nghệ và giám đốc tiếp thị trong khoảng thời gian ba tháng, cùng với hai đợt sa thải khiến số lượng nhân viên giảm đi gần một nửa. Không xác định rõ là COVID-19 đã cản trở sự phát triển

và cơ sở khách hàng của Hubba ở mức độ nào. Tuy nhiên, một nguồn tin BetaKit đã tuyên bố rằng sẽ có một cuộc chiến kéo dài nhiều tháng giữa nhà sáng lập kiêm CEO Ben Zifkin và hội đồng quản trị của Hubba về sự tiếp tục tồn tại của công ty.”

Tại Pellion Technologies, công ty đã kết thúc lạng lẽ hơn khi nhà đầu tư chính - Khosla Ventures đã mất niềm tin vào việc thực thi của công ty: “Theo lời chia sẻ của nhân viên cũ đã yêu cầu được giấu tên, Khosla Ventures mất niềm tin vào Pellion với khả năng có thể kiếm đủ tiền khi phục vụ một thị trường ngách. Công nghệ pin kim loại lithium có hiệu quả với các sản phẩm như máy bay không người lái (drone), nhưng khoản tiền lớn trong thế giới pin lại nằm trong lĩnh vực ô tô. Các nhà đầu tư không sẵn sàng bỏ ra số tiền cần thiết để phát triển pin cho xe điện.” Vào tháng 3 năm 2019, Khosla quyết định đóng cửa công ty và xóa tên của Pellion ra khỏi danh mục công ty đầu tư của mình trên môi trường trực tuyến.

9. Sản phẩm kém chất lượng



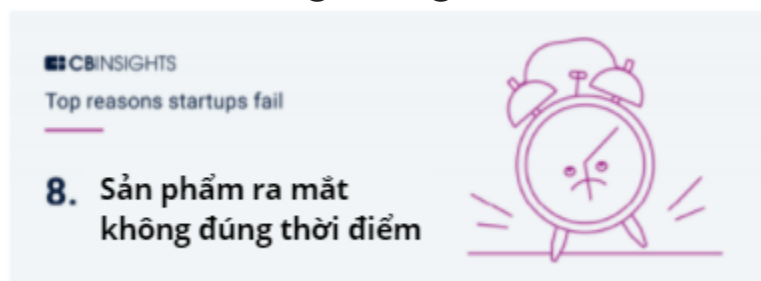
Tất cả đều phụ thuộc vào sản phẩm, và chỉ một sai sót nhỏ là có thể nhấn chìm các công ty với 8% trường hợp thất bại.

Theo một cuộc nghiên cứu của tạp chí Forbes về nền tảng tài chính và kế toán ScaleFactor: “ScaleFactor đã dùng các chiến thuật bán hàng tích cực và ưu tiên săn đuổi vốn thay vì xây dựng phần mềm, nhưng cuối cùng vẫn không đạt được những gì đã hứa, theo như chia sẻ trong các cuộc phỏng vấn với 15 cựu nhân viên và giám đốc điều hành. Khi khách hàng quay lưng với sản phẩm, các giám đốc đã điều hành cố gắng che đậy những thiệt hại.”

Những điều tồi tệ cũng xảy ra nếu như lơ đi những điều người tiêu dùng mong muốn và cần, dù cho đó là cố tình hay vô ý.

Còn đây là những gì Shoes of Prey đã đưa ra một tầm nhìn sâu rộng khi cho phép người tiêu dùng cá nhân hóa những đôi giày của chính họ. “Chúng tôi đọc được mong muốn của khách hàng đại chúng, họ không muốn tạo ra một cái gì đó, họ muốn được truyền cảm hứng và được gợi ý nên mang gì. Họ muốn chạy theo những xu hướng mới nhất. Điển hình như: những người nổi tiếng và những người có ảnh hưởng trên Instagram đang mang gì và họ muốn mang y như vậy - cả về phong cách lẫn thương hiệu.”

8. Sản phẩm ra mắt không đúng thời điểm



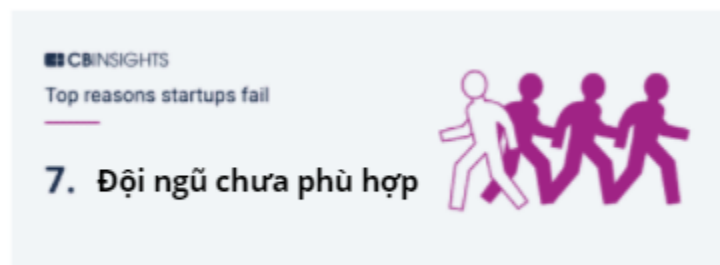
Nếu bạn cho ra mắt sản phẩm quá sớm, người dùng có thể cho rằng sản phẩm đó chưa đủ tốt. Một khi ấn tượng đầu tiên của họ về bạn không mấy tích cực, sẽ khó để khiến họ quay lại với sản phẩm. Ngược lại, nếu tung sản phẩm ra thị trường quá muộn, bạn có thể bỏ lỡ nhiều cơ hội hiện có trên thị trường.

Stefan Seltz-Axmacher - Giám đốc điều hành của công ty khởi nghiệp công nghệ vận tải đường bộ tự động Starsky Robotics cho biết: “Thời điểm, hơn cả những thứ khác, là những gì chúng ta có thể đổ lỗi cho sự thất bại của doanh nghiệp. Tôi vẫn tin rằng cách tiếp cận của chúng tôi là đúng đắn nhưng chưa tìm được giải pháp thiết thực cho AI. Khi những đột phá đó không xuất hiện, thất bại đang chờ đón bạn.”

Nền tảng thực tế ảo Vreal xây dựng một không gian ảo cho những người phát trò chơi điện tử trực tuyến (streamer) sẽ giao lưu với người xem, đã huy động được gần 12 triệu đô la trong vòng gọi vốn Serie A vào năm 2018. Tuy nhiên, phần cứng và băng thông hiện có không phát triển nhanh như công ty mong đợi. Mặc dù, đã thực hiện đúng lời hứa, Vreal vẫn phải vật lộn để thu hút lượng người dùng. “Đáng tiếc thay, thị trường VR không phát triển đột phá như mong đợi, và chúng tôi chắc chắn đã đi trước thời đại. Do đó, Vreal ngừng hoạt động và các thành viên trong đội ngũ sẽ tìm kiếm cơ hội khác.”

Đối với một số công ty trong danh sách của chúng tôi, một yếu tố không lường trước được như đại dịch Covid-19 đã góp phần làm cho sản phẩm không phù hợp với thời điểm ra mắt. Điển hình là công ty khởi nghiệp với máy bán hàng tự động Stockwell AI đã đóng cửa vào tháng 7 năm 2020, bởi vì mọi người buộc phải ở nhà và tránh tiếp xúc. Giám đốc điều hành của công ty, Paul McDonald đã viết email cho TechCrunch: “Tiếc rằng, với bối cảnh hiện tại chúng tôi sẽ phải ngừng hoạt động. Thật sự, chúng tôi vô cùng biết ơn đội ngũ, các đối tác và nhà đầu tư cũng như những khách hàng tuyệt vời đã biến điều này thành hiện thực. Mặc dù không muốn kết thúc hành trình này, nhưng chúng tôi tin rằng mọi người có thể lựa chọn các công ty, sản phẩm và dịch vụ tuyệt vời khác.”

7. Đội ngũ chưa phù hợp



Một đội ngũ hội tụ nhiều tài năng khác nhau được xem là yếu tố quan trọng đối với sự thành công của một công ty. Một số nhân viên cũ của các công ty thất bại thường than thở rằng: “Tôi ước rằng chúng tôi có một CTO ngay từ đầu” hoặc “công ty có một người sáng lập yêu thích công việc kinh doanh của chính mình.”

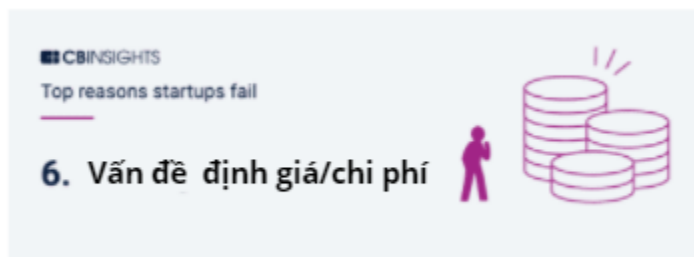
Fieldbook - công ty ngừng hoạt động sau khi xây dựng mô hình kinh doanh về cơ sở dữ liệu của sản phẩm thất bại, người đồng sáng lập Jason Crawford đã chia sẻ rằng việc công ty không có khả năng tuyển dụng người tài giỏi là một trong những lý do khiến công ty xuống dốc. “Đối với tôi, việc tuyển dụng là điều tôi đã làm thành công trong nhiều năm, ngay cả trong những ngày đầu của Fieldbook. Tuy nhiên, vào thời điểm mà mọi kỹ sư đều muốn làm việc trong các lĩnh vực AI, ô tô tự lái hoặc tiền điện tử, một công ty khởi nghiệp SaaS với tốc độ phát triển khiêm tốn sẽ không có được sự hấp dẫn. Tôi biết rằng các nhà đầu tư cần chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ và nhất quán trước vòng gọi vốn Serie A của chúng tôi, nhưng điều đó rất khó.”

Thiếu kinh nghiệm, cộng với với quản lý yếu kém là một yếu tố khiến Katerra sụp đổ, công ty khởi nghiệp xây dựng đang trên đà phát triển, đã huy động được gần 1,5 tỷ đô la tiền đầu tư. Tạp chí The information có viết như sau: “Công ty khởi nghiệp do SoftBank hậu thuẫn cho biết họ có thể cắt giảm chi phí xây dựng, cải tiến căn hộ, và thu hút các nhà đầu tư có tên tuổi. Nhưng công ty này lại được điều hành bởi một người kỳ cựu về công nghệ mà lại không có kinh nghiệm về xây dựng, đã bỏ qua các vấn đề leo thang, đồng thời cố gắng đánh bóng thông tin doanh thu cho hội đồng quản trị và những nhà đầu tư.”

Đối với công ty Stratolaunch, Failory đã viết rằng: “Mặc dù những nhân tài giỏi nhất cùng làm việc trong dự án này, nhưng không thể dự đoán được việc Paul Allen qua đời vào

tháng 10 năm 2018, với sự ra đi này đã khiến công ty không thể tiếp tục vận hành theo cách tương tự. Chỉ có nhà sáng lập cũ mới có thể tiếp sức mạnh cho Stratolaunch, những người nắm quyền sau anh ta sẽ không thể làm được.”

6. Vấn đề định giá/chi phí



Định giá là một vấn đề cực kỳ khó nuốt để có được sự thành công cho một startup, và những startup thất bại đã nhấn mạnh sự khó khăn trong việc định giá một sản phẩm vừa đủ cao để trang trải cho các khoản chi phí nhưng phải hợp lý khi bán cho khách hàng.

Hey Tiger đã phải vật lộn để tìm ra sự cân bằng trong việc sản xuất sô cô la chất lượng cao và giải quyết sự bất bình đẳng trong ngành ca cao, chia sẻ rằng: “Bạn cần xem xét kỹ về khả năng tồn tại lâu dài của công ty. Mặc dù chúng tôi đã nỗ lực sản xuất các sản phẩm mà khách hàng vô cùng yêu thích, nhưng điều đó khó có thể thu được lợi nhuận để trở thành một doanh nghiệp bền vững. Khi quy mô sản xuất sô cô la ngày càng phát triển, thì sự căng thẳng tạo nên sự đặc biệt của Hey Tiger cũng tăng theo. Cuối cùng, khi thành công ở một mục tiêu, chúng tôi không thể thực hiện mục tiêu còn lại.”

Vào năm 2019, việc ngừng hoạt động thử nghiệm gen và chăm sóc sức khỏe khoa học của công ty Arivale gây bất ngờ cho nhiều đối tác và khách hàng, nhưng lý do đằng sau sự thất bại của họ lại rất đơn giản: chi phí điều hành công ty quá cao so với tổng doanh thu: “Chúng tôi buộc phải chấm dứt chương trình, mặc dù thực tế là sự gắn bó và hài lòng của khách hàng với chương trình rất tốt, và các dấu hiệu sức khỏe lâm sàng của nhiều khách hàng được cải thiện đáng kể. Tuy nhiên, chi phí chi trả cho chương trình vượt qua mức phí khách hàng có thể trả cho dịch vụ đó. Vì vậy, chúng tôi nhận biết rằng chi phí thu thập các xét nghiệm di truyền, máu và hệ vi sinh vật là nền tảng cốt lõi của chương trình sẽ phải giảm xuống để có thể áp dụng một mức phí hợp lý cho người tiêu dùng. Rất tiếc, chúng tôi không thể tiếp tục hoạt động thua lỗ cho đến thời điểm đó...”

5. Những thách thức về quy định/pháp lý



Khi một công ty bắt đầu khởi nghiệp sẽ gặp nhiều vấn đề về mặt pháp lý, và cũng có thể là nguyên nhân khiến cho họ ngừng hoạt động.

Đây là thất bại lớn nhất của nền tảng gọi vốn cộng đồng Kickstarter với dự án Coolest Cooler. Coolest Cooler cuối cùng đã ngừng hoạt động vào tháng 12 năm 2019 sau khi

đã ổn định trong 5 năm, bởi vì không thể cung cấp thiết bị làm mát cho hơn 20.000 khách hàng. Các thành viên đổ lỗi cho chiến tranh thương mại: “Cuối năm ngoái, chính phủ Hoa Kỳ áp đặt mức thuế 10% đối với sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc. Tuy nhiên, vào đầu mùa hè, ‘chiến tranh thương mại’ tiếp tục diễn ra, và thuế quan được tăng lên 25%, đã ảnh hưởng đến toàn bộ dòng sản phẩm Coolest của chúng tôi.”

Nhà sản xuất hành lý thông minh - Bluesmart cũng trở thành nạn nhân của các thách thức về mặt pháp lý. Công ty đóng cửa vào năm 2018, sau khi hầu hết các hãng hàng không lớn của Hoa Kỳ ban hành chính sách yêu cầu tất cả các hành khách đi máy bay phải tháo pin lithium-ion khỏi hành lý ký gửi của họ: “Một số hãng hàng không lớn công bố những thay đổi trong chính sách vào cuối năm ngoái về việc cấm hành lý thông minh có pin không thể tháo rời, đã đẩy công ty chúng tôi vào tình hình kinh doanh không thể cứu vãn. Cuối cùng, công ty buộc phải ngừng hoạt động.”

4. Mô hình kinh doanh có vấn đề



Hầu hết các nhà sáng lập đều đồng ý rằng mô hình kinh doanh có vai trò quan trọng - việc chỉ tập trung vào một

kênh duy nhất hoặc không tìm ra cách kiếm tiền trên quy mô lớn khiến các nhà đầu tư do dự và những nhà sáng lập không thể tận dụng được gì từ lượng khách hàng mà họ có được.

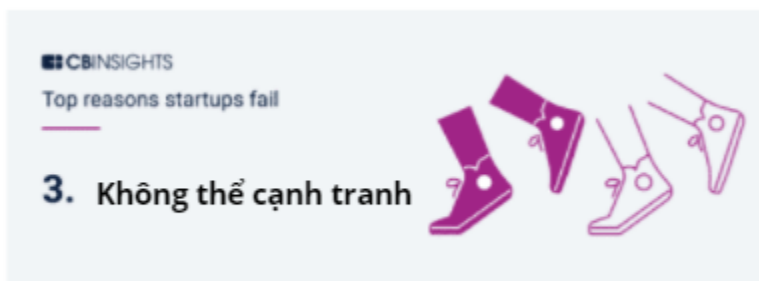
Lumina Networks - một nhà cung cấp phần mềm mã nguồn mở cho các mạng viễn thông đã viết: “Về cơ bản, doanh thu tiếp tục đổ về các nhà cung cấp độc quyền. Việc chuyển đổi sang mã nguồn mở không diễn ra cùng với tốc độ mà cho phép chúng tôi vận hành và phát triển doanh nghiệp của mình. Chúng tôi cũng nhận thấy rằng Covid-19 đã chuyển đổi ngân quỹ ra khỏi các dự án tự động hóa và chuyển sang xây dựng cơ sở hạ tầng thô, hơn là trì hoãn việc ứng dụng.”

Lance Vanden Brook - Giám đốc điều hành hiện tại của Aria (trước kia là Cyphy) đã cho biết tại thời điểm thay đổi thương hiệu: “CyPhy Works đã đổi tên thành Aria Insights vào tháng 1 năm 2019, và tập trung vào việc sử dụng trí tuệ nhân tạo và học máy để giúp phân tích dữ liệu được thu thập bởi máy bay không người lái. ‘Một số đối tác của chúng tôi đã thu thập và lưu trữ một lượng lớn thông tin bằng loại máy bay đó, nhưng không có dịch vụ chuyên ngành để chuyển đổi hiệu quả dữ liệu này.’”

Công ty khởi nghiệp âm nhạc blockchain JAAK có trụ sở tại Vương quốc Anh đã cho biết rằng họ gặp khó khăn trong việc tìm kiếm một mô hình kinh doanh khả thi: “6 năm là một khoảng thời gian đủ dài đối với các công ty khởi nghiệp, và cuối cùng chúng tôi đã không đảm bảo được nguồn vốn

để tiếp tục tồn tại. Thị trường luôn thay đổi và chúng tôi không đủ nhanh để bắt kịp.”

3. Không thể cạnh tranh



Công ty mới khởi nghiệp không nên chú ý đến cạnh tranh, nhưng thực tế là khi một ý tưởng độc đáo trở nên lan rộng, những công ty khác sẽ cố gắng nắm bắt lấy cơ hội. Khi ám ảnh về sự cạnh tranh khắc nghiệt đó, bạn sẽ tránh đi, nhưng điều đó dẫn đến thất bại chiếm 20% trường hợp.

Silas Adekunle của Reach Robotics đã chia sẻ về việc ngừng hoạt động trong ngành công nghiệp phần cứng đầy cạnh tranh: “Lĩnh vực người máy tiêu dùng (consumer robotic) là một lĩnh vực vốn đã có nhiều thách thức. Trong sáu năm qua, chúng tôi thực hiện thử thách này với niềm đam mê kiên định. Từ những thử nghiệm đầu tiên của quá trình phát triển cho đến các chương trình tăng tốc khởi nghiệp và nguồn tài trợ, chúng tôi đã cố gắng đưa MekaMon vào cuộc sống và những thế hệ tiếp theo - những nhà tiên phong trong lĩnh vực công nghệ. Tiếc thay, chúng tôi đánh dấu sự kết thúc của cuộc hành trình đó.”

Dịch vụ giao quần áo dành cho trẻ em Mac & Mia nhận thấy mình đang ở một vị trí khó khăn, phải đối mặt với sự cạnh tranh với các công ty rất thành công như Stitch Fix, và đã đóng cửa chỉ một năm sau khi ra mắt vào năm 2018: “Mac & Mia phải đương đầu với loạt đối thủ trong lĩnh vực hộp giao hàng cho trẻ em, và đã ra mắt dịch vụ quần áo trẻ em vào năm 2018. Trước đó, Stitch Fix đã trở thành công ty đại chúng vào năm 2017 và có vốn hóa thị trường khoảng 2,7 tỷ đô la. Đồng thời, có ít nhất 20 công ty mới nổi khác đã triển khai dịch vụ tương tự.”

2. Không có nhu cầu thị trường



Chưa giải quyết những vấn đề phục vụ nhu cầu thị trường được xem là nguyên nhân thất bại đứng vị trí thứ 2, và ghi nhận trong 35% trường hợp.

Dịch vụ phát trực tuyến trên thiết bị di động Quibi đã ngừng hoạt động vào tháng 10 năm 2020. Chỉ 6 tháng sau khi ra mắt, huy động được con số khổng lồ 1,8 tỷ đô la, và khẳng định được vị trí. Theo báo Wall Street Journal, nhà sáng lập Jeffrey Katzenberg và giám đốc điều hành Meg Whitman có chia sẻ một bức thư: “... đây là ‘một hoặc hai lý do’ dẫn đến sự thất bại của Quibi: Ý tưởng không đủ mạnh để phát

triển một dịch vụ phát trực tuyến độc lập, hoặc việc ra mắt dịch vụ giữa đại dịch – một thời điểm không thích hợp.”

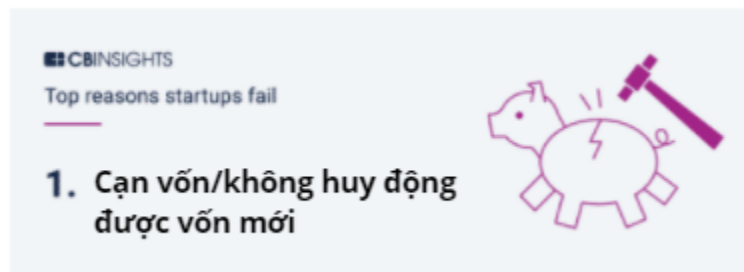
Theo như báo TechCrunch, Giám đốc điều hành Justin Kan của Atrium đã cho biết về thất bại của các công ty luật. Kan đã giải thích: “Nếu bạn nhìn vào mô hình kinh doanh ban đầu của chúng tôi, thì rất nhiều công ty có loại mô hình full stack này sẽ không tồn tại được. Rất nhiều công ty loại này, trong đó có Atrium, đã không tìm ra cách làm giảm hiệu quả hoạt động.”

Đối với công ty bán lẻ váy cưới Brideside, Covid-19 đã đánh bại dịch vụ của họ: “Với 2/3 đám cưới bị hủy vào năm 2020, và một năm không chắc chắn về tương lai phía trước.”

Một tháng sau khi Paul Graham, Jessica Livingston, Trevor Blackwell và Robert Morris bắt đầu chương trình tăng tốc khởi nghiệp hạt giống Y Combinator vào năm 2005, họ đã chọn phương châm “tạo ra những gì mà mọi người muốn”.

Nghiên cứu của chúng tôi cho thấy rằng nếu không làm được điều này, các startup sẽ nhanh chóng đối mặt với thất bại.

1. Cạn vốn/không huy động được vốn mới



Tiền bạc và thời gian là hữu hạn, chúng cần được phân bổ một cách thận trọng. Đã có nhiều công ty cạn kiệt tiền mặt - gắn liền với việc không có khả năng đảm bảo tài chính/lãi suất của nhà đầu tư là lý do hàng đầu khiến các công ty khởi nghiệp thất bại.

Vào tháng 9 năm 2019, công ty khởi nghiệp Daqri đã đóng cửa sau khi đốt hơn 250 triệu đô la tiền huy động được và sau đó không huy động được vốn trong vòng gọi vốn mới từ các nhà đầu tư: “Daqri phải cạnh tranh với các nhà sản xuất tai nghe nổi tiếng như Magic Leap và Microsoft - được hỗ trợ và có quan hệ rộng với các đối tác lớn. Trong khi công ty tay nghe phải vật lộn để cạnh tranh giành khách hàng doanh nghiệp, Daqri nhận được hưởng sự ủng hộ rất lớn từ các nhà đầu tư xung quanh không gian rộng lớn hơn. Sau đó thì môi trường đầu tư cho các startup AR trở nên nguội đi.”

Mặc dù đã thúc đẩy quan hệ với các đối tác với Boeing, General Electric và NetJets, nhưng công ty khởi nghiệp kỹ thuật hàng không Aerion Corporation không thể thuyết phục các nhà đầu tư về tiềm năng của dự án: “Chương trình máy bay phản lực kinh doanh siêu thanh AS2 đáp ứng tất cả các yêu cầu về thị trường, kỹ thuật, quy định và tính bền vững, được định giá với 11,2 tỷ đô la doanh thu cho AS2. Tuy nhiên, trong môi trường tài chính hiện tại, việc chốt các yêu cầu vốn mới với số lượng lớn theo lịch trình để hoàn thiện quá trình chuyển đổi AS2 sang sản xuất thật sự khó khăn. Với những điều kiện này, tổng công ty Aerion hiện đang thực

hiện các bước thích hợp để xem xét môi trường tài chính đang diễn ra này.”

Hãng hàng không giá rẻ châu Âu Wow Air cũng có chung số phận, chủ tịch Skuli Mogensen đã cho biết: “Chúng tôi đã hết thời gian và không thể đảm bảo nguồn vốn cho công ty... Tôi sẽ không bao giờ có thể tha thứ cho bản thân vì đã không hành động sớm hơn.”

Báo cáo gốc:

<https://www.cbinsights.com/research/startup-failure-reasons-top>

Biên dịch: Lưu Gia Phụng

Biên tập: Huỳnh Hữu Tài