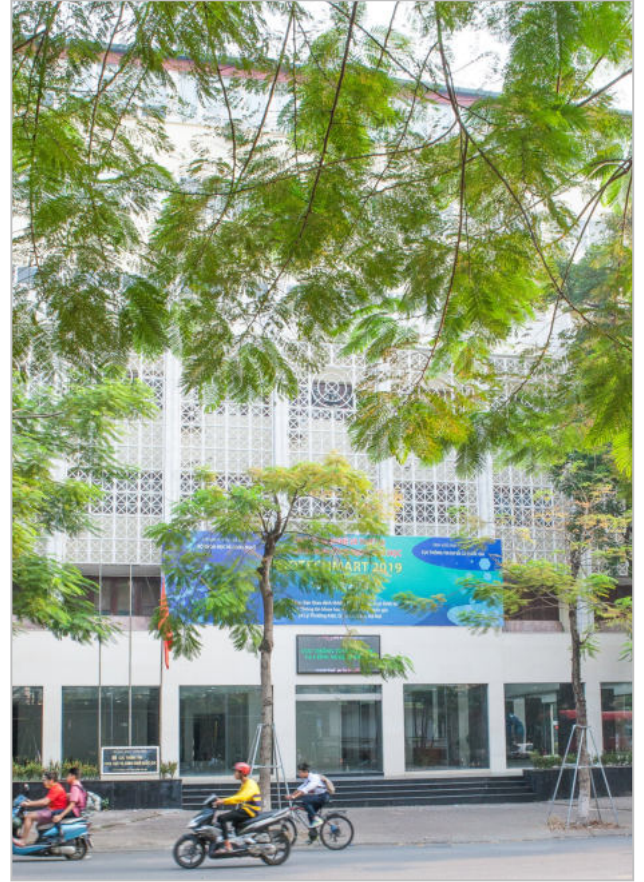


TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Hưởng ứng Ngày Đổi mới sáng tạo thế giới 21/4
- 02 Xây dựng thành phố thông minh không rào cản cho người khuyết tật
- 03 Lần đầu tiên có chương trình khởi tạo startup tại Việt Nam
- 04 Việt Nam dẫn đầu trong xu hướng Blockchain



KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Đầu tư vào khởi nghiệp lĩnh vực công nghệ giáo dục của Việt Nam năm 2021
- 06 Các công ty khởi nghiệp Đông Nam Á tiến tới giai đoạn đổi mới toàn cầu (Phần cuối)

CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: (024) 38262718

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Kinh nghiệm xây dựng một hệ sinh thái mạnh để duy trì năng lực cạnh tranh



HƯỜNG ỨNG NGÀY ĐỔI MỚI SÁNG TẠO THẾ GIỚI 21/4

Global Entrepreneurship Congress 2022 và APAC & North America GSER Insights là hai trong số chuỗi sự kiện quốc tế hưởng ứng Ngày hội Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo Quốc gia TECHFEST VIETNAM 2022 và Hướng ứng Ngày đổi mới sáng tạo thế giới 21/4. Đây là cơ hội chia sẻ những dấu ấn của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam đến cộng đồng quốc tế và tăng cường hợp tác với các hệ sinh thái khởi nghiệp quốc tế. Đây cũng là không gian để các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp trên toàn cầu gặp gỡ, chia sẻ thông tin, sáng kiến về khởi nghiệp sáng tạo.

Global Entrepreneurship Congress 2022 - Hội nghị thường niên toàn cầu được tổ chức bởi Global Entrepreneurship Network (GEN) nhằm hợp tác xuyên quốc gia và phát triển mạng lưới các doanh nhân, nhà đầu tư, nhà hoạch định chính sách. Đây là nơi hội tụ các chuyên gia từ hơn 200 quốc gia trao đổi kinh nghiệm về hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo,

hướng đến mục tiêu chung không chỉ tự nỗ lực phát triển, mà còn hợp tác cùng phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo toàn cầu.

Sự kiện mang đến thông điệp “Tái khởi động, tái suy nghĩ, tái phục hồi” (Reboot, Rethink, Regenerate) nhằm thu hút chuyên gia, nhà đầu tư và nhà hoạch định chính sách từ khắp nơi trên thế giới tới gặp gỡ trực tiếp tại Ả Rập Xê Út sau hơn hai năm bùng phát đại dịch Covid-19. Hội nghị gồm sự tham gia của Thứ trưởng Bộ trưởng Bộ Công nghiệp, Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo Cam-pu-chia, Ông Pun-Arj Chai Ratana - Giám đốc điều hành Cơ quan đổi mới Thái Lan, đại diện của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD). Bên cạnh đó, đại diện từ Việt Nam, Ông Từ Minh Hiệu - Phó phòng khởi nghiệp Cục Phát triển thị trường doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ, Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam với bài chia sẻ trước bạn bè quốc tế về sự năng động của



hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo Việt Nam khi đứng thứ 3 trong nhóm ba hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo năng động nhất khu vực Đông Nam Á. Riêng trong năm 2021, lượng đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo tại Việt Nam đạt 1,5 tỷ USD - con số đầu tư cao nhất từ trước tới nay.

Trong chuỗi hoạt động quốc tế, hội nghị APAC & North America GSER Insights tổ chức bởi công ty nghiên cứu và tư vấn chính sách đổi mới sáng tạo hàng đầu thế giới Startup Genome. Hội nghị là dịp để các chuyên gia từ 25 quốc gia trên thế giới chia sẻ kinh nghiệm quốc tế về hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo toàn cầu, vai trò của các nhà hoạch định chính sách quốc tế trong khởi nghiệp sáng tạo, cũng như xu hướng phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo dưới nhiều góc nhìn khác nhau từ Báo cáo Hệ sinh thái Khởi nghiệp Toàn cầu 2021 (GSER 2021). Trong đó, tọa đàm “Chia sẻ kinh nghiệm hệ sinh thái khởi nghiệp khu vực Châu Á - Thái Bình Dương” với sự tham gia của Ông Phạm Hồng Quát - Cục trưởng Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ, Bộ Khoa học và Công nghệ Việt Nam, Ông Sandiaga Salahuddin Uno - Bộ trưởng Bộ Du lịch và Kinh tế sáng tạo Indonesia, Ông Edwin Chow

- Trợ lý giám đốc điều hành Enterprise Singapore, và điều phối viên Ông JF Gauthier - Nhà sáng lập và Giám đốc điều hành Startup Genome San Francisco.

Khi được hỏi về những dấu ấn của hệ sinh thái khởi nghiệp Việt Nam trong những năm qua, ông Phạm Hồng Quát đã chia sẻ về Ngày hội Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo TECHFEST VIETNAM 2021 - một trong những niềm tự hào và nỗ lực to lớn của cộng đồng khởi nghiệp sáng tạo nhằm chuyển mình và thích ứng với bối cảnh bình thường mới. Trong 3 tháng diễn ra, hầu hết hoạt động thuộc khuôn khổ TECHFEST đều triển khai trên nền tảng trực tuyến nhằm tiếp cận đến tối đa sự tham gia của toàn bộ chủ thể trong hệ sinh thái trong nước và quốc tế như kết nối đầu tư, trưng bày các giải pháp công nghệ trên TECHFEST247, chuỗi hội thảo chuyên đề tổ chức bởi 16 Làng Công nghệ, Cuộc thi tìm kiếm tài năng khởi nghiệp sáng tạo quốc gia... TECHFEST 2022 được chính thức thức phát động vào ngày 22/3 với rất nhiều hoạt động được thiết kế xuyên suốt và thống nhất./.

Nguồn: Cục Phát triển thị trường doanh nghiệp khoa học và công nghệ, Bộ Khoa học và Công nghệ



XÂY DỰNG THÀNH PHỐ THÔNG MINH KHÔNG RÀO CẢN CHO NGƯỜI KHUYẾT TẬT

Ngày 29/3/2022 - Hội thảo “Thành phố thông minh không rào cản cho người khuyết tật - Vì một tương lai không ai bị bỏ lại phía sau” được tổ chức bởi Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp khoa học và công nghệ, Viện Nghiên cứu Quản lý Phát triển bền vững (MSD) - United Way Việt Nam, United Way Worldwide, Trung tâm Khuyết tật và Phát triển (DRD) và các đơn vị đồng hành.

Hội thảo thuộc khuôn khổ hoạt động của Làng Thách thức và Sáng tạo Xã hội thuộc TECHFEST 2022, đồng thời hưởng ứng Ngày đổi mới sáng tạo thế giới 21/4 trong nỗ lực tạo nên một không gian mở thúc đẩy trao đổi hợp tác giữa các bên liên quan về định hướng, thử nghiệm giải pháp xây dựng thành phố thông minh, phát triển bao trùm, không rào cản cho mọi người, bao gồm những người khuyết tật.

Đây là dịp để các chuyên gia, những nhà nghiên

cứu thảo luận và đưa ra những định hướng trong tương lai, nhằm tạo ra một môi trường thân thiện dành cho người khuyết tật.

Ông Phạm Hồng Quát - Cục trưởng Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ, Bộ Khoa học và Công nghệ (KH&CN), nhấn mạnh “Sự phát triển của khoa học - công nghệ giúp con người có cuộc sống tốt hơn, tiện lợi và dễ dàng hơn, đem đến lợi ích to lớn. Tuy nhiên, điều này cũng có thể gia tăng bất bình đẳng trong xã hội, khi những

người thuộc nhóm yếu thế như người khuyết tật, người già không được trang bị kiến thức cũng như thiết bị để theo kịp công nghệ mới, dễ bị bỏ lại phía sau. Việt Nam đang phải đối mặt nhiều vấn đề lớn, đặc biệt là thời kì hậu COVID-19, các nhóm yếu thế là đối tượng cần được chú trọng và quan tâm hỗ trợ, đây cũng là hạn chế trong giáo dục tiếp cận của Việt Nam. Vì vậy, tôi hy vọng nguy cơ cũng là cơ hội để chúng ta cùng nỗ lực đưa ra các sáng kiến trợ giúp cho đối tượng này”.

Giải thích về khái niệm “thành phố thông minh”, TS Trịnh Tú Anh khẳng định: “Đối với mọi thành phố, đô thị thông minh là hành trình, là con đường, chứ không phải là đích đến cuối cùng. Khi xây dựng thành phố thông minh, chúng ta không đi tìm hay hướng đến sự hoàn hảo, mà là chúng ta ứng dụng công nghệ để giải quyết các vấn đề phát sinh trong chính thành phố đó, và hướng đến sự phát triển bền vững. “Thành phố thông minh” cần dựa trên các tiêu chí: thuận tự nhiên; nỗ lực xây dựng chính quyền; con người; sự di chuyển thuận lợi và sự sống.”

Khởi động dự án về quyền của người khuyết tật tại Việt Nam

Bà Nguyễn Phương Linh - Viện trưởng MSD - United Way Việt Nam chia sẻ Việt Nam hiện có hơn 6 triệu người khuyết tật, chiếm gần 7% dân số. Tuy nhiên, rất hiếm khi thấy họ ra ngoài, mua sắm ở các trung tâm thương mại hay đến những khu vui chơi giải trí. Cũng theo bà Linh, mô hình Shinhan Square Bridge Việt Nam được triển khai dựa trên cách tiếp cận thúc đẩy môi trường thực nghiệm (<https://livinglabvietnam.org/vi/home-page/>) tạo cơ hội để các doanh nghiệp khởi nghiệp có thể thử nghiệm các sản phẩm, giải pháp đổi mới sáng tạo trong cộng đồng.

Cách tiếp cận này cũng có thể sử dụng trong cách tiếp cận thành phố thông minh với con người là trung tâm. Thành phố thông minh cũng không chỉ phục vụ một vài người, một nhóm người hay những người có ảnh hưởng, có điều kiện tiếp cận, mà đảm

bảo không rào cản, tiếp cận bình đẳng và công bằng cho tất cả mọi người, trong đó có người khuyết tật. Ở một mức cơ bản nhất, trong một thành phố vài triệu dân, bạn có thể thấy sự xuất hiện của người khuyết tật được tham gia giao thông, đi lại, đi học, mua sắm, làm việc, giải trí và vui chơi...



Ông Phạm Hồng Quát - Cục trưởng Cục Phát triển thị trường và doanh nghiệp Khoa học và Công nghệ, Bộ KH&CN phát biểu tại hội thảo.

Từ kinh nghiệm nhiều năm làm việc và hỗ trợ người khuyết tật hòa nhập, Ông Nguyễn Văn Cử - Phó Giám đốc Trung tâm Khuyết tật và Phát triển (DRD) chia sẻ chuyển đổi số giúp người khuyết tật có thể giảm bớt rào cản để học tập và nâng cao kiến thức, thậm chí tìm hiểu thông tin của những trường học nghề thông qua điện thoại thông minh.

Để không bị bỏ lại phía sau, bản thân người khuyết tật cũng nỗ lực tự nâng cao kiến thức của bản thân để theo kịp sự phát triển của công nghệ và tham gia vào sự phát triển của xã hội, đóng góp vào nền kinh tế của địa phương.

Cuộc hội thảo được khép lại với thông điệp: sự đoàn kết hợp tác và tinh thần đổi mới sáng tạo là tiền đề để tạo xu hướng, dẫn dắt thay đổi vì sự phát triển bền vững, không để ai bị bỏ lại phía sau./.

Nguồn: Cục Phát triển thị trường doanh nghiệp khoa học và công nghệ, Bộ Khoa học và Công nghệ



LẦN ĐẦU TIÊN CÓ CHƯƠNG TRÌNH KHỞI TẠO STARTUP TẠI VIỆT NAM

Vneconomy.vn - Lần đầu tiên tại Việt Nam có chương trình khởi tạo startup với sự hỗ trợ đầy đủ của 3 nguồn lực: công nghệ, vốn, thị trường với sự đồng hành của gần 20 nhà đầu tư, đối tác chiến lược...

Mô hình khởi tạo startup giai đoạn 2022-2025 và Kick-off Chương trình Khởi tạo năm 2022 vừa diễn ra tại Hà Nội sáng 31/3/2022.

Mô hình khởi tạo startup xuất phát từ ý tưởng của Sun* Startups - một Startup Studio thuộc tập đoàn Sun Asterisk Việt Nam (Sun*), với định hướng hoạt động như một hệ sinh thái “vườn ươm”, hỗ trợ các nguồn lực để tập trung hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp về công nghệ thông tin tại Việt Nam.

Cung cấp các nhân tố trực tiếp để hỗ trợ startup

Thực tế cho thấy, thị trường startup Việt Nam đang là điểm đến ưa thích của các quỹ đầu tư. Theo

Cục Phát triển Thị trường và Doanh nghiệp khoa học công nghệ (Bộ Khoa học và công nghệ), năm 2021 đã có hơn 1,35 tỉ USD vốn đầu tư đến với các startup của Việt Nam. Các lĩnh vực thu hút vốn lớn bao gồm giáo dục, y tế, công nghệ tài chính, games, thương mại điện tử...

Hiện nay, tại Việt Nam có khoảng 208 quỹ đầu tư mạo hiểm đang hoạt động với gần 40 Quỹ đầu tư nội địa. Cộng đồng khởi nghiệp tại Việt Nam đang nhận được nhiều nguồn lực hỗ trợ từ hệ sinh thái khởi nghiệp trong hành trình của mình như: nguồn vốn, hành lang pháp lý thông thoáng, nhiều tổ chức ươm tạo, luôn có những cộng đồng chia sẻ kinh nghiệm.

Tuy vậy, với các startup ứng dụng công nghệ thông tin thì những nguồn lực này còn chưa đủ. Cụ thể, họ cần những nhân tố trực tiếp tham gia vào quá trình phát triển sản phẩm, chẳng hạn như các lập trình viên phù hợp, thiết kế sản phẩm hay người quản lý sản phẩm, cố vấn công nghệ... Sự thiếu hụt này dẫn đến khả năng thất bại cao hoặc doanh nghiệp sẽ mất nhiều thời gian “luẩn quẩn”, thiếu sự bứt phá khi ra thị trường. Trong khi đó, ở Việt Nam vẫn còn thiếu một mô hình khởi tạo có thể giải quyết các khoảng trống này.

Nắm bắt được vấn đề này, từ năm 2018, Sun* Startups đã bắt đầu thử nghiệm mô hình Khởi tạo startup ứng dụng công nghệ thông tin ở giai đoạn tiền hạt giống và hạt giống, với sự bảo đảm về nguồn lực cố vấn công nghệ từ tập đoàn.

Mô hình này đã khẳng định thành công nhờ tiềm lực của Sun* - một tập đoàn công nghệ thông tin với nguồn lực sẵn có gần 1.000 kỹ sư công nghệ tại Việt Nam và Nhật Bản, cùng đội ngũ R&D mạnh mẽ có khả năng thích ứng với cả những công nghệ mới nhất như Web3, Blockchain. Đặc biệt, Sun* đã có kinh nghiệm làm việc với hơn 300 startup ở cả 2 quốc gia.

Tập trung cho các startup về y tế và giáo dục

Sang đến giai đoạn 2022-2025, mô hình khởi tạo startup tập trung hỗ trợ các startup về công nghệ cho các lĩnh vực y tế và giáo dục tại Hà Nội, trong giai đoạn tiền hạt giống hoặc đã có sản phẩm nhưng cần tiếp tục phát triển. Điểm đặc biệt của mô hình giai đoạn này là sự cam kết về hỗ trợ quản lý sản phẩm, cố vấn công nghệ song song với sự đảm bảo về nguồn vốn, đầu ra thị trường từ các nhà đầu tư và đối tác chiến lược của chương trình.

Mỗi startup tham gia chương trình được lựa chọn sẽ nhận được khoản đầu tư “tiếp sức ban đầu” (nếu cần) cam kết tối thiểu từ 20.000 - 60.000 USD hoặc không giới hạn từ nhà đầu tư chiến lược của chương trình trong 1,5 đến 2 tháng. Sau 4 đến 5 tháng sẽ là

khoản đầu tư chính thức cho vòng tiếp theo.

Ngoài ra, các startup còn nhận được nhiều hỗ trợ khác từ các đối tác lớn của chương trình như: Gói hỗ trợ nền tảng công nghệ trị giá lên đến 10,000 USD từ các hãng công nghệ lớn, gói hỗ trợ truyền thông, tuyển dụng, tư vấn pháp lý, đào tạo,...

Bà Trang Bùi, đại diện Sun* - Giám đốc Chương trình Khởi tạo cho biết, sau 3 năm thử nghiệm, mô hình này đã sẵn sàng được nhân rộng, bứt tốc trong giai đoạn 2022-2025 tầm nhìn đến 2030 để có thể cho ra đời nhiều startup hơn, đáp ứng “cơn khát” startup của các nhà đầu tư.

“Trong các yếu tố hỗ trợ doanh nghiệp hiệu quả, phải kể đến sự hiện diện của các nhà đầu tư chiến lược là các quỹ có kinh nghiệm đồng hành với startup giai đoạn sớm, có tầm nhìn, kinh nghiệm gọi vốn... Đồng thời, hỗ trợ startup Việt tiến ra biển lớn là các đối tác chiến lược của chương trình - những doanh nghiệp lớn đã có kinh nghiệm, thế mạnh thị trường đầu ra...”, bà Trang chia sẻ.

Cụ thể, có thể kể đến những tên tuổi uy tín trong “làng” khởi nghiệp như: Do Ventures; Cyber Agent; BK Fund; ThinkZone Ventures; KK Fund; An Viet Venture; VIC partners; Zone Startups Ventures. Bên cạnh các đối tác chiến lược khác như: VMED; Edtech Agency; AWS; Flipbizz/Freshwork; Gitiho; MACTVN; Novamed; Novaon; BHub Group; EPR. Ngoài ra, chương trình còn nhận được sự hỗ trợ đến từ các đối tác cộng đồng như TÁO Khởi Nghiệp (TAO Startup), Sunwah Innovation Center.

Mô hình khởi tạo startup giai đoạn 2022-2025 kỳ vọng sẽ là vườn ươm hiệu quả giúp các “hạt mầm” startup vượt qua được giai đoạn đầu đời non nớt và phát triển mạnh mẽ, mang đến những trái ngọt phục vụ cộng đồng./.



VIỆT NAM DẪN ĐẦU TRONG XU HƯỚNG BLOCKCHAIN

Vneconomy.vn - Trước đây, vì nhiều lý do, Việt Nam thường đi sau thế giới trong lĩnh vực công nghệ. Nhưng giờ đây, sự xuất hiện của công nghệ blockchain đang đưa Việt Nam trở thành quốc gia dẫn đầu trong lĩnh vực mới này...

"Việt Nam hoàn toàn có thể ở vị trí dẫn đầu trong ngành blockchain toàn cầu trong tương lai với sự hỗ trợ từ Chính phủ cũng như sự tham gia của các tập đoàn lớn", Ông Trần Đình, CEO AlphaTrue.

Nhiều chuyên gia và giới công nghệ Việt đã "hãnh diện" chia sẻ như vậy tại sự kiện Binance Blockchain Week diễn ra từ ngày 27 đến 30/3/2022 tại Dubai - thành phố của Các Tiểu vương quốc Arab thống nhất (UAE).

Sự kiện này là nơi quy tụ hàng trăm nhà sáng lập dự án, chiến lược gia, các nhà đầu tư và quỹ đầu tư trong ngành công nghiệp blockchain, đồng thời còn quy tụ những người có sức ảnh hưởng trong ngành công nghiệp blockchain trên toàn thế giới như Eljaboom, các diễn giả là những tên tuổi đến từ các quỹ đầu tư lớn như Robby Yung từ Animoca Brands. Cùng đó là các nhà lãnh đạo của những công ty hàng đầu ngành công nghiệp như Monier Jalal (Certik), Lucian Todea (Elrond), Jamie Thomson (VulcanForged), Sandeep Nailwal (Polygon), Filipe Goncalves (Ankr), và những người dẫn dắt cộng đồng như Colin Goltra từ cộng đồng gamefi (chơi game và có thể kiếm được lợi nhuận) lớn nhất hiện nay YGG.

Những điểm sáng về blockchain của Việt Nam

Không khó để dẫn chứng về những điểm sáng của Việt Nam trên bản đồ blockchain thế giới. Trong đó, đặc biệt phải kể đến là game Axie Infinity được

phát triển bởi Sky Mavis - một studio game có trụ sở đặt tại TP.HCM, do CEO Nguyễn Thành Trung (sinh năm 1992) cùng 4 người khác đồng sáng lập.

Axie Infinity đã trở thành một hiện tượng công nghệ toàn cầu khi thu hút hàng trăm nghìn game thủ từ khắp nơi trên thế giới. Tính tới 29/3/2022, Axie Infinity có giá trị vốn hóa của đồng AXS đạt khoảng 4 tỷ USD (theo Coinmarketcap.com), tuy vậy trước đó có thời điểm vốn hóa của đồng AXS còn vọt lên tới trên 10 tỷ USD - và thành game blockchain đắt giá nhất mọi thời đại.

Đại diện Axie Infinity cũng góp mặt tại Binance Blockchain Week. Nhưng không chỉ game đã quá nổi tiếng này, hàng loạt các dự án khởi nghiệp trong lĩnh vực công nghệ blockchain khác như Thetan Arena, Coin98, Elemon... cũng gây ấn tượng mạnh và được chào đón nồng nhiệt từ game guild và cộng đồng nhà phát triển blockchain quốc tế.

Coin98 Finance, một hệ sinh thái tài chính phi tập trung (Defi), không những nổi tiếng tại Việt Nam mà còn cả trên thế giới, tham gia với tư cách là một trong những core contributor (nhà đóng góp công nghệ lõi). Qua đó, đại diện của hệ sinh thái này mong muốn truyền tải những thông điệp đúng đắn, cái nhìn thực tế về cách mà thị trường blockchain nói chung và mảng tài chính phi tập trung nói riêng đang phát triển.

Là một trong những dự án thành công của Việt Nam, đóng góp nhiều cho blockchain thế giới, đại diện Coin98 Finance chia sẻ: blockchain, Crypto hay DeFi đều đang trong giai đoạn hoàn thiện để phục vụ thị trường đại chúng. Mỗi cá nhân, tổ chức tham



Bên lề sự kiện Binance Blockchain Week diễn ra từ ngày 27 đến 30/3 tại Dubai - thành phố của Các Tiểu vương quốc Arab thống nhất (UAE).

gia thị trường, ngoài việc tìm kiếm các khoản đầu tư đem về lợi nhuận còn có trách nhiệm đóng góp vào sự phát triển của toàn ngành. Coin98 tự hào là một trong những dự án mang quốc tịch Việt Nam được đóng góp tại Binance Blockchain Week 2022.

Đánh giá về sự phát triển của Blockchain Việt Nam, bà Lynn Hoàng, đại diện Binance Đông Nam Á, cho biết Việt Nam đứng trong top 10 thị trường của Binance trên nhiều dòng sản phẩm.

Trong năm 2021, cộng đồng Blockchain Việt đã gặt hái được nhiều quả ngọt. Trong đó, nhiều dự án do người Việt xây dựng trở thành biểu tượng toàn cầu trong một số lĩnh vực. Theo bà Lynn Hoàng, trước đây, do nhiều lý do khách quan và chủ quan, Việt Nam thường đi sau thế giới trong lĩnh vực công nghệ. Nhưng giờ đây, công nghệ blockchain đang đưa Việt Nam trở thành quốc gia dẫn đầu trong lĩnh vực mới.

Để tiếp tục dẫn đầu ngành blockchain toàn cầu

Tại sự kiện Binance Blockchain Week, ông Trần

Đặng Hòa, Chủ tịch FPT Japan kiêm COO của Fsoft, đưa ra quan điểm rằng Blockchain không chỉ được đón nhận bởi nhà nước, các doanh nghiệp mà còn bởi các người dùng không chuyên về công nghệ như nghệ sĩ, các nhãn hàng lớn... (tạo ra NFT - các vật phẩm kỹ thuật số duy nhất có các chứng nhận về tính xác thực và quyền sở hữu được đăng ký trên chuỗi khối blockchain).

Như vậy, sự phát triển chóng mặt của công nghệ blockchain và chúng ta cần phải phát triển để thích nghi với tốc độ của công nghệ này.

Theo vị Chủ tịch FPT Japan, những quốc gia đang đi đầu trong lĩnh vực blockchain, như Hàn Quốc năm 2022 đã đầu tư gần 190 triệu USD vào dự án Metaverse của quốc gia. Điều đó cho thấy xu hướng tất yếu của công nghệ với các doanh nghiệp nói riêng và các quốc gia nói chung.

Ở góc độ chính sách, bà Dung Nguyễn, chuyên gia cao cấp nghiên cứu và phát triển hệ sinh thái đổi mới sáng tạo thuộc Bộ Kế hoạch và đầu tư, khẳng định Chính phủ Việt Nam luôn ưu tiên phát triển



Binance Blockchain Week là nơi quy tụ hàng trăm nhà sáng lập dự án, chiến lược gia, các nhà đầu tư và quỹ đầu tư trong ngành công nghiệp Blockchain.

công nghệ mới và xác định công nghệ là một trong những mũi nhọn để phát triển kinh tế trong tương lai. Do vậy, Chính phủ không trì hoãn việc tiếp cận và ứng dụng công nghệ Blockchain mà đang tìm cách để đẩy nhanh việc ứng dụng và đổi mới công nghệ, đặc biệt trong lĩnh vực chuyển dịch số cho doanh nghiệp và trong điều hành Chính phủ. Tuy nhiên, bà Dung cho rằng quá trình đào tạo nguồn nhân lực và tạo lập các chính sách mới, vốn sẽ cần thời gian đầu tư dài.

Từng tham gia trực tiếp phát triển các dự án blockchain, ông Trần Dinh, CEO AlphaTrue, cho rằng Việt Nam có một nguồn nhân lực dồi dào và một cộng đồng lớn tại thị trường Blockchain. Do đó, theo ông Dinh, Việt Nam hoàn toàn có thể ở vị trí dẫn đầu trong ngành Blockchain toàn cầu trong tương lai với sự hỗ trợ từ Chính phủ cũng như sự tham gia của các tập đoàn lớn.

Đại diện Binance Đông Nam Á, bà Lynn Hoàng thì cho rằng, để ngành blockchain Việt Nam tiếp tục giữ vững vị thế và phát triển bền vững trong tương

lai, cần sự chung tay, phối hợp nhịp nhàng từ cả cộng đồng làm công nghệ, doanh nghiệp lẫn cơ quan quản lý.

Từ góc nhìn cụ thể trong lĩnh vực Gamefi (chơi game và có thể kiếm được lợi nhuận) - vốn đang là “điểm nóng nhất” của công nghệ blockchain, CEO Thetan Arena Khánh Nguyễn, cho rằng Gamefi 1.0 đang tồn tại nhiều vấn đề lớn như thiếu các trải nghiệm DAO, tập trung quá nhiều vào Play-to-earn (chơi để kiếm tiền) nhưng thiếu những trải nghiệm giải trí là cốt lõi của game, và NFT được tạo ra chỉ dùng được trong một game duy nhất.

“Do đó tôi tin rằng Gamefi 2.0 sẽ khắc phục và cải tiến những vấn đề này với việc gia tăng người dùng bằng cách tạo ra nhiều tiện ích cho token bên ngoài game, những NFT có thể dùng trong nhiều game hay mạng NFT, game sẽ cùng mang theo niềm vui giải trí và tạo giá trị thu nhập, triển khai DAO để mở khoá tiềm năng sức mạnh của blockchain”, CEO Thetan Arena nhận xét./.

ĐẦU TƯ VÀO KHỞI NGHIỆP LĨNH VỰC CÔNG NGHỆ GIÁO DỤC CỦA VIỆT NAM NĂM 2021 (PHẦN 1)

Đại dịch COVID-19 đã thúc đẩy sự bùng nổ của công nghệ giáo dục (EdTech) trên thị trường toàn cầu và Việt Nam nổi lên như một điểm nóng đầu tư vào phân khúc này.

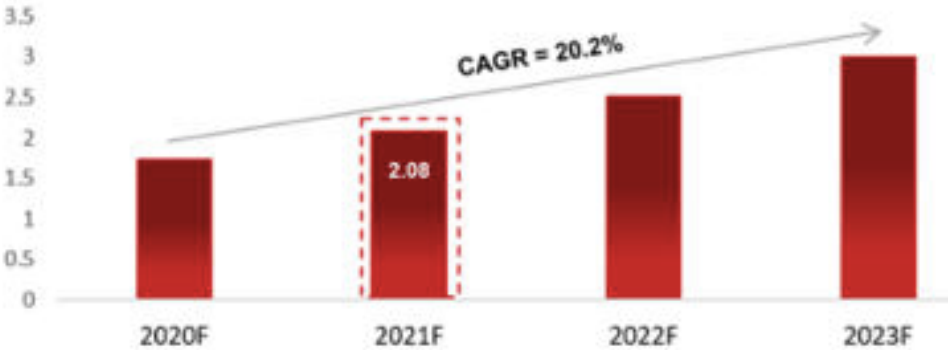
TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG Thị trường EdTech Việt Nam

Tổng chi tiêu toàn cầu cho EdTech đạt 254 tỷ USD vào năm 2021 và ước tính sẽ tăng trưởng mạnh 12,2% vào năm 2025, đạt 404 tỷ USD (Holon IQ). Mặc dù đại dịch COVID-19 đã để lại nhiều ảnh hưởng tiêu cực đến mọi lĩnh vực, tuy nhiên, không thể phủ nhận đây là chất xúc tác đáng kể cho sự bùng nổ của EdTech, góp phần thúc đẩy cuộc cách mạng giáo dục toàn cầu.

Đông Nam Á sở hữu một số điều kiện thuận lợi để trở thành thị trường tiềm năng nhất cho phân khúc EdTech.

Thứ nhất, quy mô dân số lớn, khoảng 675 triệu người, với tư duy cởi mở, chỉ số về mức độ sẵn sàng công nghệ mới cao. Bên cạnh đó, việc phụ huynh ở các nước Đông Nam Á chịu chi cho việc học hành của con cái cũng là yếu tố quan trọng giúp biến nơi đây thành mảnh đất màu mỡ cho các startup EdTech, trong đó Việt Nam và Indonesia là tâm điểm.

Hình 1. Quy mô thị trường E-learning tại Việt Nam theo doanh thu (tỷ USD)



Ghi chú: CAGR (Compounded Annual Growth rate): tốc độ tăng trưởng kép hàng năm.

Hiện nay, Việt Nam đang nằm trong top những thị trường EdTech có tốc độ phát triển cao trên thế giới. Theo Ken Research, thị trường E-learning của Việt Nam đạt 2,08 tỷ USD vào năm 2021 và ước tính trị giá 3 tỷ USD vào năm 2023 với tốc độ CAGR là 20,2%.

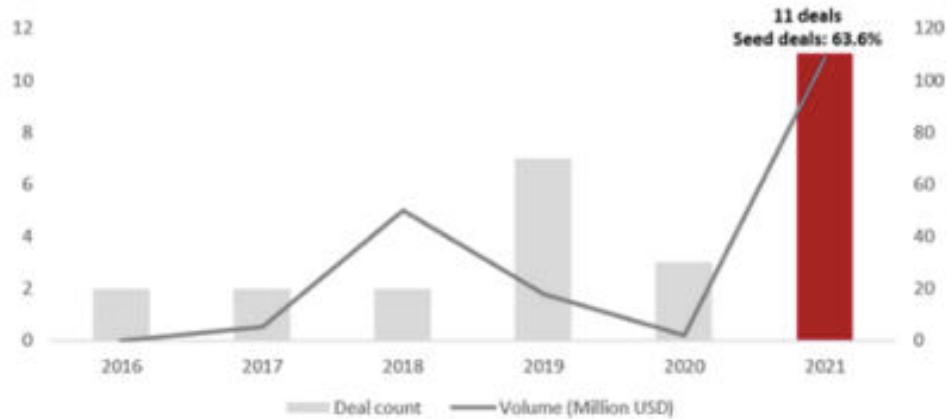
Năm 2021, EdTech Việt Nam ghi nhận số lượng thương vụ cao nhất, 11 thương vụ với tổng giá trị đầu tư là 108,4 triệu USD, trong đó, vòng hạt giống chiếm 63,6% tổng số thương vụ.

Trong khi đó, khu vực Đông Nam Á chứng kiến 76 thương vụ trong phân khúc này và tổng giá trị đầu tư là 1,28 tỷ USD.

Các động lực tăng trưởng chính

Theo ông Justin Nguyễn, Giám đốc Quỹ Monk's Hill Ventures, Việt Nam là một thị trường đầy hứa hẹn với tầng lớp trung lưu trẻ đang phát triển ngày càng nhanh chóng, mức độ ưu tiên cho giáo dục cao và sự chủ động của Chính phủ trong việc thu hút đầu tư nước ngoài.

Hình 2. Số lượng thương vụ và tổng giá trị đầu tư cho EdTech Việt Nam



Ghi chú: Deal count: Số lượng thương vụ, Volum: tổng giá trị đầu tư (triệu USD)

Nhu cầu tiếp thu kiến thức mới ngày càng tăng

Việt Nam hiện có 24 triệu học sinh, sinh viên, hơn 90% trong số này sử dụng điện thoại di động, máy tính, laptop để học tập và nhanh chóng bắt kịp các xu hướng công nghệ mới. Bên cạnh đó, lực lượng lao động trẻ luôn tích cực đào tạo lại và nâng cao trình độ bản thân để đáp ứng yêu cầu của thị trường việc làm.

Chi tiêu cho giáo dục cao

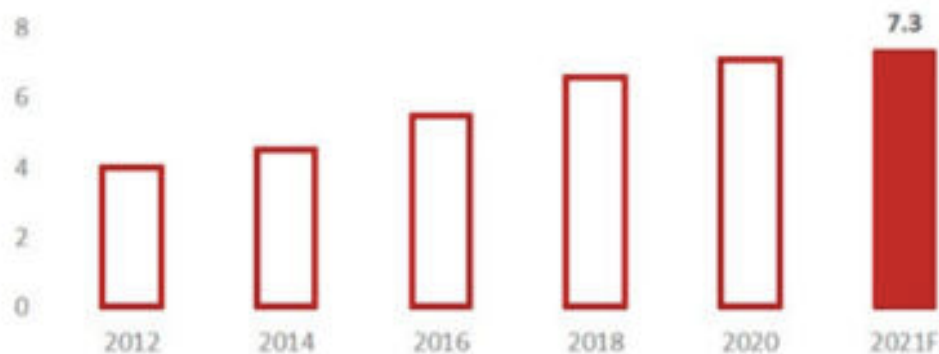
Trong những năm gần đây, Việt Nam được đánh giá là quốc gia có mức chi cho giáo dục và đào tạo cao trên thế giới. Theo Bain & Company, trung bình mỗi gia đình Việt Nam chi khoảng 20% thu nhập khả dụng cho giáo dục của con cái, so với 6-15% ở các

nước Đông Nam Á khác.

Theo Tổng cục Thống kê, chi tiêu cho giáo dục hằng năm đã tăng gấp 2,3 lần trong thập kỷ qua, đạt 7,1 triệu đồng/học sinh vào năm 2020 và ước tính sẽ tăng lên 7,3 triệu đồng/học sinh vào năm 2021.

“Kể từ năm 2008, Chính phủ Việt Nam đã phân bổ 15-20% chi tiêu công cho giáo dục, đây là mức cao nhất thế giới và chỉ đứng sau Malaysia ở Đông Nam Á. Vì vậy, mặc dù thị trường EdTech của Việt Nam còn non trẻ nhưng chúng tôi nhận thấy thị trường đang rất sôi động khi các nhà sáng lập đang cố gắng nắm bắt các cơ hội chưa được khai thác bằng cách đổi mới, cải thiện kết quả và kết quả học tập tốt hơn”, Mr.Justin cho biết thêm.

Hình 3. Chi tiêu cho giáo dục hằng năm của Việt Nam



Định hướng dài hạn của Chính phủ

Vào tháng 7 năm 2021, Chính phủ Việt Nam đặt mục tiêu đưa đào tạo trực tuyến đến 90% trường đại học và 80% trường trung học và cơ sở dạy nghề vào năm 2030. Điều này sẽ giúp Việt Nam chuẩn bị nguồn nhân lực chất lượng cao hơn cho các nhu cầu trong tương lai, đặc biệt là đào tạo kỹ năng số.

Cụ thể, trong 12 tháng qua, gần 80% học sinh Việt Nam học trực tuyến do chính sách giãn cách xã hội. Việt Nam đứng thứ 17 trên tổng số 200 quốc gia ứng dụng kịp thời công nghệ thông tin để ứng phó với đại dịch.

Tóm lại, EdTech của Việt Nam là một thị trường còn non trẻ. Tuy nhiên, theo TechInAsia, đây là thời điểm thích hợp để các startup EdTech cất cánh, tận

dụng cơ hội đáp ứng nhu cầu mạnh mẽ của phụ huynh và học sinh về các dịch vụ giáo dục sáng tạo, hiệu quả so với mô hình giáo dục truyền thống. Đây cũng là bước đệm vững chắc giúp Việt Nam chuẩn bị nguồn nhân lực cần thiết và duy trì sức hút với các tập đoàn nước ngoài trong 10 năm tới.

Bối cảnh thị trường

Bản đồ hệ sinh thái EdTech Việt Nam

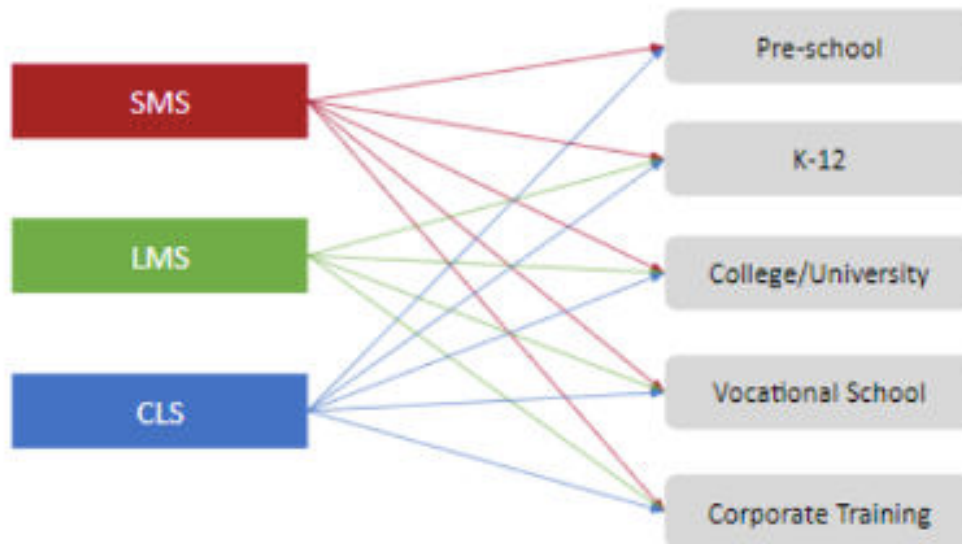
Sân chơi EdTech của Việt Nam khá sôi động với nhiều người chơi thuộc các phân khúc đa dạng. Theo Niên giám EdTech Việt Nam 2021, có 179 sản phẩm/công ty EdTech hiện đang hoạt động trong phân khúc này. Các đối thủ nước ngoài đáng gờm cũng đã có mặt tại Việt Nam như Snapask, Duolingo, Elsa, Quizlet.

Hình 4. Hệ sinh thái Edtech Việt Nam năm 2021

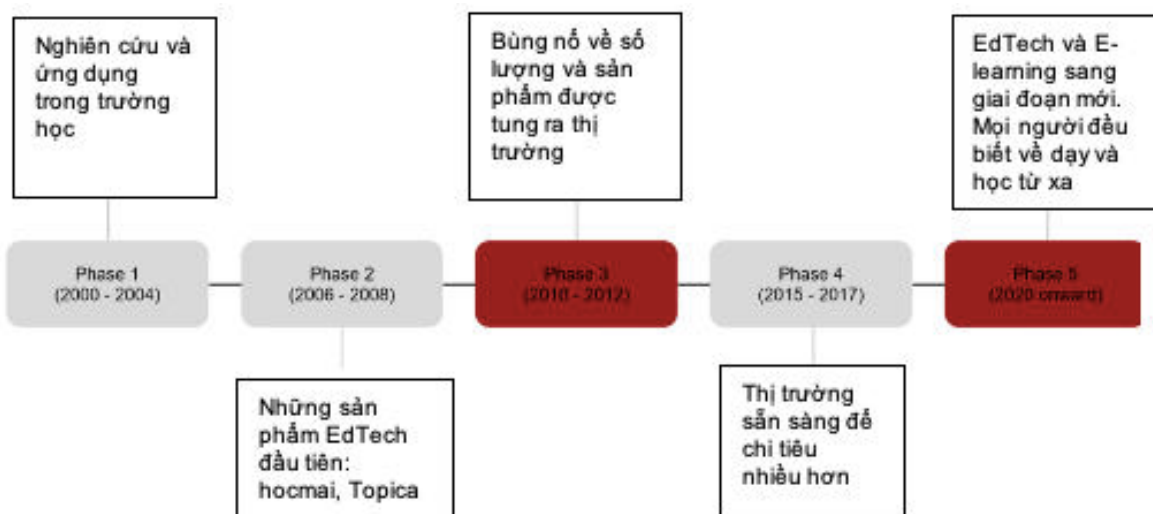


Source: TechAsia, EdTech Vietnam Yearbook 2021

Hình 5. Các sản phẩm EdTech được sử dụng phổ biến nhất tại Việt Nam



Hình 6. 5 giai đoạn phát triển của EdTech Việt Nam



Cấu trúc thị trường

Các loại giải pháp EdTech

Các sản phẩm EdTech được sử dụng phổ biến nhất tại Việt Nam bao gồm Hệ thống quản lý trường học (SMS - School Management System), Hệ thống quản lý học tập (Learning Management System - LMS) và Hệ thống học liệu & học tập (Courseware & Learning System - CLS). Cả 3 sản phẩm EdTech đều có khả năng ứng dụng rộng rãi ở mọi cấp học

tại Việt Nam.

Có thể thấy, thị trường EdTech Việt Nam đã trải qua các giai đoạn non trẻ và đã tích lũy đủ động lực, cùng những điều kiện thuận lợi, sẵn sàng cho sự tăng trưởng bùng nổ trong những năm tới./.

Nguyễn Lê Hằng

(nguồn: <https://www.vietnamindustryreport.com>)



CÁC CÔNG TY KHỞI NGHIỆP ĐÔNG NAM Á TIẾN TỚI GIAI ĐOẠN ĐỔI MỚI TOÀN CẦU (PHẦN CUỐI)

Hệ sinh thái khởi nghiệp của Đông Nam Á trong lịch sử đã được hình thành nhờ học hỏi từ các thị trường trưởng thành hơn. Tuy nhiên, sự phát triển của nền kinh tế kỹ thuật số trong khu vực đã phát hiện ra những thách thức độc đáo của thị trường mới nổi làm nảy sinh nhiều loại hình khởi nghiệp mới được hỗ trợ bởi các nhà đầu tư mạo hiểm.

Môi trường thúc đẩy sự tiến hóa của "loài mới"

Sự tiến hóa không phải là một sự kiện riêng biệt; môi trường càng thuận lợi thì những "loài mới" này càng xuất hiện nhiều. Có những thay đổi về hành vi của người tiêu dùng và thậm chí cả nhận thức kinh doanh về chăm sóc sức khỏe, cho phép lĩnh vực này ở châu Á phát triển giống như ở phương Tây.

Cách đây 5 năm, hầu như không có bất kỳ khoản đầu tư nào vào công nghệ y tế ở Đông Nam Á. Khi nhận thức về các vấn đề chăm sóc sức khỏe được

nâng cao hơn, đầu tư cho chăm sóc sức khỏe tăng dần và các giải pháp kỹ thuật số được tin tưởng nhiều hơn, vì vậy tạo nhiều động lực hơn cho các công ty khởi nghiệp về công nghệ y tế và điều này đã thu hút 1,1 tỷ USD tài trợ trong nửa đầu năm 2021.

Các vấn đề cụ thể cần giải quyết liên quan đến sức khỏe tâm thần không phải là mới nhưng là những điểm nhức nhối từ lâu: các phân đoạn chưa được cung cấp, chi phí để tiếp cận dịch vụ chăm sóc sức khỏe tâm thần cao hoặc không thể tiếp cận.

Đặc biệt, ở châu Á, cũng có sự kỳ thị liên quan

đến việc sử dụng loại hình chăm sóc sức khỏe này, tuy nhiên điều này hiện đang thay đổi. Nhiều thách thức tương tự được quan sát thấy trong các lĩnh vực chăm sóc sức khỏe khác, như sức khỏe tinh dục và sinh sản. Điều đáng chú ý là nhiều điểm đau đặc thù ở khu vực này ảnh hưởng rất nhiều đến sự xuất hiện của các “loài mới”.

Thái độ và nhận thức về sức khỏe tâm thần thay đổi, đặc biệt tại nơi làm việc, ảnh hưởng rất nhiều đến sức khỏe tinh thần của nhân viên và khiến họ nhận ra rằng sức khỏe tinh thần của nhân viên có tác động trực tiếp đến hoạt động và năng suất của doanh nghiệp. Và rõ ràng, nếu các công ty không tích cực chăm sóc sức khỏe của nhân viên, thì người bị ảnh hưởng nhiều nhất chính là các công ty.

Trước đại dịch, chi phí cho sức khỏe tâm thần ở Châu Á Thái Bình Dương tăng hơn gấp ba lần từ 100 triệu USD năm 2019 lên 310 triệu USD năm 2020 và dự kiến đạt 620 triệu USD vào năm 2025, và cơ hội cho việc cung cấp các giải pháp bản địa hóa được xây dựng cho châu Á sẽ lớn hơn. Rõ ràng nhu cầu tìm ra các giải pháp là có, tuy nhiên chưa có đủ các nhà đầu tư lớn ở châu Á về lĩnh vực chăm sóc sức khỏe tâm thần này.

Nếu bạn có thể bản địa hóa ở đây, bạn có thể bản địa hóa ở đâu nữa không?

Như đã thảo luận, sự xuất hiện của “loài mới” thể hiện một hình thức bản địa hóa không chỉ điều chỉnh các giải pháp hiện có mà còn chữa lành các điểm đau đặc thù của địa phương và có thể xây dựng trên cơ sở hạ tầng hiện có.

Siêu bản địa hóa không chỉ là nhân bản ứng dụng và chương trình của họ mà còn hợp tác với các bác sĩ tâm thần và nhà tâm lý học địa phương, đồng thời định vị đó là nền tảng dành cho châu Á, trong đó hầu hết người chơi đến từ phương Tây. Theo Theodoric chia sẻ “thách thức của chúng tôi đó là đang phải nỗ lực thúc đẩy và hướng tới cách tiếp cận siêu bản địa hóa nhanh hơn để đáp ứng nhu cầu trên toàn châu

Á... Bây giờ chúng tôi đang sử dụng 11 ngôn ngữ và có các chuyên gia trị liệu tại 12 quốc gia trên khắp khu vực Châu Á Thái Bình Dương.

Mục tiêu không chỉ là các thị trường nói tiếng Anh, mà là bất kỳ nơi nào ở khắp châu Á cần tiếp cận với dịch vụ chăm sóc sức khỏe tâm thần.

Ở Mỹ, không phải không có sự kỳ thị, nhưng nơi đó cởi mở hơn rất nhiều so với ở châu Á. Ngay cả giữa Singapore và Indonesia, hay Philippines và Thái Lan, đều có những đặc thù khác nhau. Vì vậy, siêu bản địa hóa là cần thiết. Cần những giải pháp phù hợp cho từng cá nhân ở thị trường địa phương với các chuyên gia bản xứ thực tế. Điều đó làm cho nó phù hợp với từng địa phương. Tuy nhiên, không giống như bài hát của Alicia Keys, nếu bạn có thể viết nên bài hát ở đây (tại một thị trường), thì không nhất thiết bạn phải đến bất cứ đâu. Nhiều thị trường có thể hiểu và đáp ứng sự đa dạng về chiều sâu và bản chất ở mỗi thị trường này.

Tiếp theo là một xu hướng thú vị mà chúng tôi thấy trên toàn khu vực châu Á, có rất nhiều quốc gia như Singapore khác biệt khá nhiều so với Nhật Bản và Thái Lan, tuy nhiên những nước này giống nhau về vấn đề kỳ thị. Phần lớn việc chăm sóc sức khỏe tâm thần hàng ngày được coi là một chủ đề rất nghiêm trọng về mặt lâm sàng. Tuy nhiên, điều rõ ràng là đối với thị trường các quốc gia bị ảnh hưởng bởi lệnh cấm vận, thì điều này rất quan trọng đối với họ. Và quá trình siêu bản địa hóa, không chỉ chuyển giao ứng dụng mà còn đảm bảo đáp ứng những đặc thù của từng địa phương.

Tiến hóa hay diệt vong

Ngay cả khi tại thị trường mục tiêu, các dịch vụ được bản địa hóa, câu hỏi đặt ra là liệu “loài mới” có duy trì được tính siêu bản địa trong khi vẫn mở rộng quy mô toàn khu vực và mở rộng doanh thu hay không. Ngày nay, khi tốc độ dân cư ngày càng phát triển sẽ có những đổi khác, “loài mới” có thể nhanh chóng chết đi hoặc trở thành con mồi cho những loài

nổi bật hơn. Giải pháp nhanh chóng mở rộng quy mô dựa trên phương pháp siêu bản địa nhằm giải quyết việc áp dụng những lợi ích chăm sóc sức khỏe cho các doanh nghiệp ở châu Á.

Kể từ khi ra mắt các chương trình kỹ thuật số đầu tiên hướng tới doanh nghiệp vào đầu năm 2021, doanh thu đã tăng 20 lần so với cùng kỳ năm ngoái nhờ các khách hàng doanh nghiệp sử dụng các chương trình này như foodpanda, Shopback, Singtel, Kuehne&Nagel và Schrodgers. Họ cũng đã xây dựng hình ảnh thương mại mạnh mẽ ở Singapore, Hồng Kông và Úc, nơi các công ty đa quốc gia thường đặt trụ sở APAC. Chiến lược tiếp cận thị trường nhằm

tung ra một ứng dụng dành cho người tiêu dùng và phát triển thành cách tiếp cận nền tảng đa sản phẩm, cho phép tạo ra sức mạnh tổng hợp độc đáo cho các dịch vụ. Ví dụ: người sử dụng ứng dụng dành cho người tiêu dùng có thể đóng vai trò là người truyền bá cho các khách hàng doanh nghiệp để áp dụng các giải pháp trong toàn công ty. Về cơ bản chính là sản phẩm B2C xây dựng thương hiệu cho sản phẩm B2B. Mặt khác, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cho phép công ty nhanh chóng mở rộng quy mô, đồng thời thúc đẩy khả năng kiếm tiền và giữ chân người dùng theo cách tốt hơn so với phương pháp tiếp cận người tiêu dùng.



Mở rộng tốc độ và khả năng phát triển của "loài mới"

Mặc dù ứng dụng chăm sóc sức khỏe tâm thần có hơn 3 triệu người dùng trên 20 quốc gia trên toàn cầu, nó đóng vai trò là nền tảng cho thương hiệu mà ngày nay, trọng tâm của công ty là xây dựng một hệ thống chăm sóc sức khỏe tâm thần hoàn chỉnh ở châu Á, đặc biệt là giải quyết nhu cầu cụ thể tại các thị trường trên khắp các nước Đông Á. Cho đến nay, với tư cách là một công ty thuộc "loài mới", Intellect đã mở rộng được khả năng và xây dựng được hàng rào bền vững, mạnh mẽ vượt ra ngoài bờ của thị trường duy nhất. Tất nhiên, bản chất của giải pháp và ngành này dễ dàng tiếp cận một cách nhanh

chóng hệ sinh thái đa thị trường, đa cung cấp hơn so với các dịch vụ tài chính tiêu dùng, tuy nhiên để thực hiện được những khả năng này là cả một kỳ tích. Mặc dù Intellect đang dẫn đầu trong việc "tạo ra đổi mới" ở Châu Á và họ đã đạt được những bước tiến đáng kể trong năm qua, nhưng vẫn còn nhiều việc phải làm nhằm thúc đẩy thị trường và các doanh nghiệp ở Châu Á, đồng thời bản địa hóa nó tại các thị trường khác trong khu vực. Intellect chỉ là một trong nhiều "loài mới" trong số các công ty sắp vươn ra khỏi Đông Nam Á./.

Minh Phụng
(Theo <https://e27.co>)

các lĩnh vực công nghiệp mới.

Khi Didi Chuxing Technology Co., tập đoàn công nghệ tự động, AI và chia sẻ chuyến đi của Trung Quốc, tuyên bố vào tháng 8 năm 2018 rằng sẽ đầu tư 1 tỷ USD vào hoạt động kinh doanh dịch vụ ô tô của mình và chuyển nó thành một đơn vị riêng biệt, tập đoàn này cho biết: "Trong tương lai, Didi sẽ tiếp tục mạng lưới hợp tác đôi bên cùng có lợi với các đối tác trong toàn bộ chuỗi ngành công nghiệp ô tô để xây dựng một hệ sinh thái giao thông vận tải mới được thiết kế cho hình thức di chuyển theo kiểu chia sẻ trong tương lai".

Tạo ra giá trị mới mà các chiến lược hệ sinh thái có thể mang lại bằng cách cho phép tạo nên các gói sản phẩm mới, các giải pháp khách hàng mới và nền kinh tế nền tảng mới - và do đó hình thành nên các ngành công nghiệp mới - nghe có vẻ hấp dẫn. Nhưng tại sao điều này lại ngày càng trở nên mang tính bắt buộc đối với nhiều công ty? Câu trả lời chính là môi trường cạnh tranh toàn cầu đang thay đổi theo cách đòi hỏi nhiều năng lực rộng hơn, và các hệ sinh thái mang đến những cơ hội mới để tương tác với những người khác.

Ba hướng phát triển trong môi trường toàn cầu có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc ưu tiên các chiến lược hệ sinh thái: thực tế là khách hàng ngày càng cần các giải pháp và trải nghiệm hơn là sản phẩm, hàm lượng kiến thức ngày càng tăng của nhiều sản phẩm và hoạt động kinh doanh, và các cơ hội mới được tạo ra nhờ những tiến bộ của công nghệ thông tin và truyền thông.

Giải pháp và trải nghiệm khách hàng

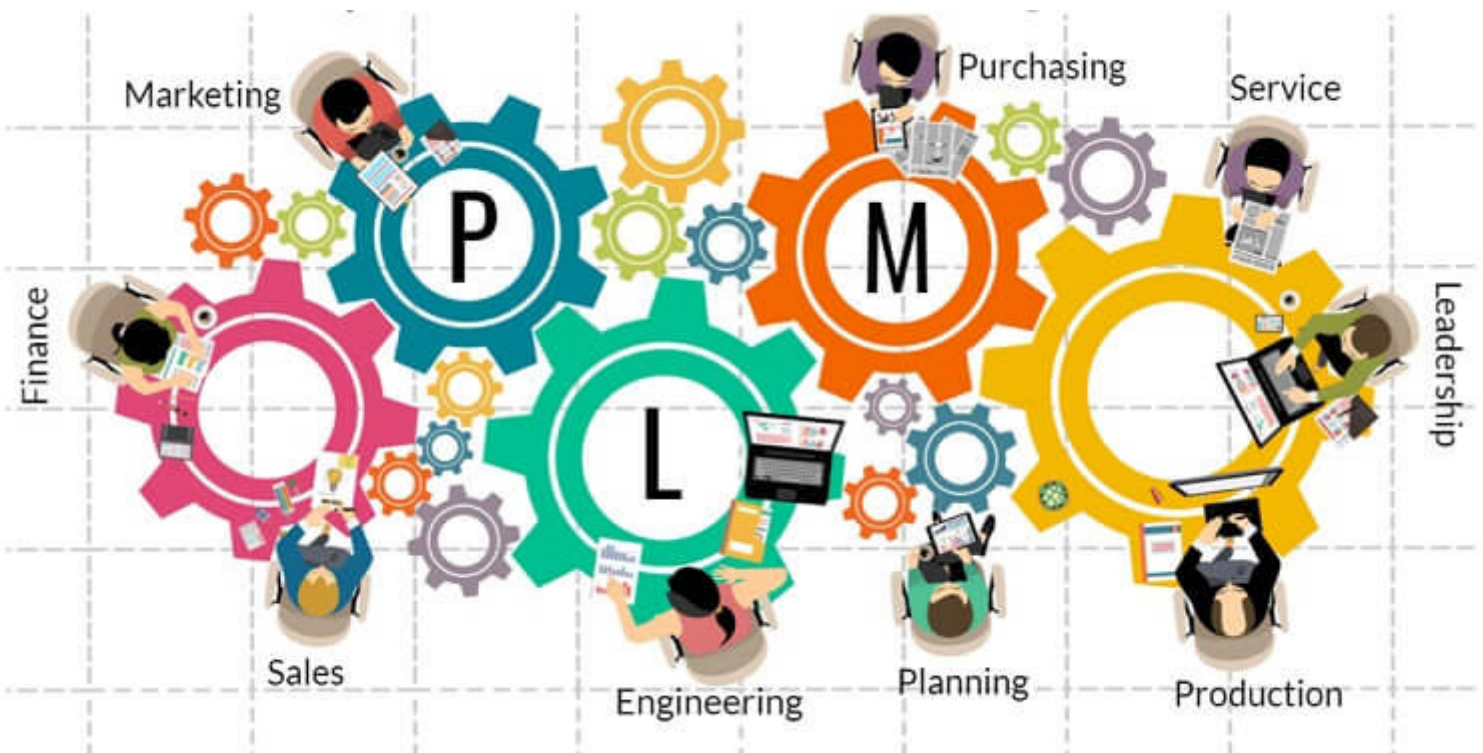
Khách hàng không chỉ muốn những sản phẩm hoặc dịch vụ đơn giản. Giá trị họ tìm kiếm đến từ trải nghiệm sử dụng một sản phẩm hoặc dịch vụ phù hợp với nhu cầu và sở thích cụ thể của họ. Đây cũng là một xu hướng ở các thị trường B2B, trong đó khách hàng bắt đầu với các dịch vụ theo yêu cầu chứ không phải là sản phẩm (ví dụ như "điện tiêu

thụ theo giờ" hoặc "số km đi mỗi dặm đường" chứ không phải là động cơ phản lực hoặc lốp).

Mang lại những trải nghiệm như vậy thường đòi hỏi các hệ thống phức tạp và tích hợp. Lấy một ví dụ đơn giản, chẳng hạn như một bữa ăn ngẫu hứng với bạn bè. Ứng dụng có các dịch vụ định vị trên điện thoại thông minh giúp bạn chọn nhà hàng có món ăn ưng ý với thời gian chờ ngắn nhất. Các ứng dụng khác chỉ cho bạn cách đến đó bằng cách sử dụng tuyến đường nhanh nhất với lựa chọn phương thức di chuyển. Các liên kết mạng xã hội cho phép bạn chia sẻ trải nghiệm hoặc đánh giá đồ ăn và dịch vụ. Các chuỗi cung ứng phức tạp trải dài khắp thế giới có thể đã mang những nguyên liệu lạ đến nhà hàng để bạn có thể thưởng thức các món ăn ưa thích của mình.

Các công ty không còn có thể đáp ứng nhu cầu về những loại giải pháp và trải nghiệm hoạt động đơn lẻ. Ở ngày càng nhiều ngành công nghiệp, kiến thức liên quan và năng lực cần để đổi mới sáng tạo nằm rải rác giữa những thành phần liên quan và trên khắp toàn cầu. Không chỉ thách thức làm hài lòng khách hàng ngày nay đòi hỏi cần nhiều năng lực hơn, mà trong thế giới đầy biến động, không chắc chắn và mơ hồ ngày nay, các hoạt động và tương tác giữa các doanh nghiệp củng cố dịch vụ của bạn - vì chúng cần được cấu hình lại một cách nhanh chóng và linh hoạt.

Đồng thời, nhiều công ty phải đối mặt với áp lực ngày càng tăng trong việc tập trung vào ít hoạt động cốt lõi hơn để giảm đầu tư và tránh chi phí phức tạp cao hơn. Trọng tâm này cho phép họ hướng đầu tư vốn vào việc triển khai công nghệ mới nhất cho các quy trình cốt lõi của họ và tập trung vào việc đào sâu năng lực cốt lõi của họ. "Tập trung và giành chiến thắng" đã trở thành một câu cửa miệng phổ biến. Tuy nhiên, việc thu hẹp một hoạt động kinh doanh thành các hoạt động cốt lõi tập trung sẽ mâu thuẫn với những khách hàng yêu cầu trải nghiệm và giải



pháp đòi hỏi sự tích hợp và phức tạp hơn, đồng thời mang lại nhiều sản phẩm và dịch vụ, thường là trong các gói tùy chỉnh.

Một câu trả lời cho vấn đề “thu gọn cốt lõi nhưng mở rộng dịch vụ của bạn” là thuê ngoài nhiều hơn cho các đối tác. Nhưng rất khó để cung cấp một cách đáng tin cậy một gói giải pháp phức tạp liên quan đến nhiều công nghệ, năng lực và dịch vụ bằng cách sử dụng tích hợp dọc hoặc loại quan hệ hợp đồng phụ phổ biến trong các chuỗi cung ứng truyền thống, trong đó các mối quan hệ và ưu đãi thường đối nghịch nhau. Thay vì thuê ngoài một số hoạt động được xác định rõ ràng, việc cung cấp các giải pháp phức tạp cho khách hàng yêu cầu quản lý các tương tác phức tạp và trao đổi kiến thức giữa nhiều đối tác phụ thuộc lẫn nhau, cũng như quá trình học thử - và sai - các nhiệm vụ mà các chiến lược hệ sinh thái thực hiện tốt hơn nhiều.

Nâng cao hàm lượng tri thức

Xu hướng quan trọng thứ hai là hàm lượng tri thức của nhiều sản phẩm và hoạt động kinh doanh đang tăng lên. Sự gia tăng số lượng nhân viên tri thức xử lý kiến thức ngầm và kiến thức không được

sửa đổi có nghĩa là các giao diện đơn giản, tiêu chuẩn hóa hoặc vật chất không còn đáp ứng được những yêu cầu về tương tác và trao đổi hiện có trong nhiều ngành công nghiệp. Thay vào đó, kiến thức phức tạp hơn phải luân chuyển giữa các đối tác; ranh giới trách nhiệm bị xóa nhòa và cần được quản lý, cũng như các yêu cầu về sở hữu trí tuệ thường được cùng phát triển.

Hệ sinh thái cho phép tạo ra giá trị mới bằng cách kết hợp kiến thức từ một nhóm đối tác đa dạng. Dassault Systèmes (DS), dẫn đầu thị trường về hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm (PLM), thực hiện điều này bằng cách tạo các nhóm người dùng dành riêng cho ứng dụng, cộng tác trên nền tảng mạng xã hội được thiết kế đặc biệt. Các nguyên tắc cơ bản về mô hình hóa và thiết kế các sản phẩm và quy trình có thể chung trong nhiều ngành công nghiệp, nhưng các giải pháp phần mềm hiệu quả cần kết hợp kiến thức chuyên sâu - và thường là ngầm - về ngành công nghiệp mà nó sẽ được sử dụng.

Thiết kế ô tô hoặc máy bay đòi hỏi những kỹ năng rất khác so với thiết kế thời trang hoặc ứng

dụng để phân tích địa chất. Để số hóa hoạt động của các công ty khai khoáng, DS đã phải làm việc với một nhóm khai khoáng BHP Billiton của Úc, các nhà cung cấp thiết bị như Atlas Copco của Hà Lan, và các phòng thí nghiệm của trường đại học như trường kỹ thuật UniLaSalle của Pháp, cùng các đối tác khác. Để tiếp cận kiến thức đa dạng về ngành cụ thể, DS đã hợp tác và tiếp tục với hàng trăm đối tác, bao gồm các nhà tích hợp hệ thống, khách hàng và nhà cung cấp. Đối với mỗi giải pháp của mình, công ty này đã tạo ra các cộng đồng người dùng trên nền tảng doanh nghiệp được phát triển nội bộ cho mạng xã hội có tên 3DSwYm. Điều này cho phép DS khám phá và khai thác các tài năng và ý tưởng cá nhân bên trong và bên ngoài công ty, bao gồm cả ý tưởng của các đối tác, nhà cung cấp, người tiêu dùng và các bên liên quan khác.

Các cộng đồng kết nối mới

Kết nối thông qua các cộng đồng giúp nhóm đa dạng này liên kết với nhau xung quanh các mục tiêu chính và tập trung vào cách hệ sinh thái có thể tạo ra giá trị. Các cộng đồng này cũng thúc đẩy sự phối hợp mạnh mẽ bằng cách tạo ra một cách tiếp cận cởi mở và có sự tham gia của mọi người. Sophie Plante, Giám đốc điều hành của 3DSwYm, tuyên bố rằng “3DSwYm trao quyền cho tất cả mọi người, bất kể lĩnh vực nào, để đổi mới và gia tăng giá trị, chia sẻ kinh nghiệm của họ và đưa ra ý tưởng, làm gia tăng cảm giác thân thuộc và lôi cuốn mọi người vào những thách thức và tầm nhìn của doanh nghiệp... Kết quả là tạo nên một tầm nhìn 360 độ thống nhất về các hoạt động và tương tác được chia sẻ trên hệ sinh thái. 3DSwYm trở thành một môi trường tham chiếu xã hội năng động theo thời gian thực, cung cấp hỗ trợ ra quyết định và hành động hiệu quả, tận dụng sự đổi mới xã hội để giúp chuyển đổi tổ chức”. Sự chia sẻ này trong các hệ sinh thái đã giúp DS luôn phù hợp, sáng tạo và thành công trong 11 lĩnh vực công nghiệp khác nhau mà hiện nay DS đang

cung cấp các ứng dụng phần mềm.

Khi quản lý tri thức ngày càng trở thành trung tâm của lợi thế cạnh tranh, thì mô hình của một hệ sinh thái mở rộng cho phép kiến thức và đổi mới sáng tạo được tạo ra nhanh chóng thông qua việc học hỏi chung giữa nhiều đối tác khác nhau, mỗi đối tác được kích thích bởi bối cảnh, lịch sử và văn hóa khác nhau, trở nên rất quan trọng đối với sự thành công. Việc phát triển một hệ sinh thái với nhiều đối tác sẽ nâng cao tính đổi mới, vì nó cho phép “trăm hoa đua nở”. Điều này làm cho các chiến lược hệ sinh thái - vốn có khả năng vượt qua nhiều vấn đề phải đối mặt khi cố gắng di chuyển và cấy ghép kiến thức chủ yếu được gắn trong con người, các hệ thống và văn hóa của các tổ chức bên ngoài - ngày càng hấp dẫn các tổ chức muốn thúc đẩy đổi mới và khám phá giá trị mới.



Giá đoạn đặc hữu và bất ổn

Nhờ ba hướng phát triển này - nhu cầu của khách hàng về các giải pháp và trải nghiệm, hàm lượng tri thức ngày càng tăng và các cơ hội mới do tiến bộ công nghệ - các công ty hiện đang hoạt động trong một môi trường bất ổn ngày càng gia tăng, bị thách thức bởi các đối thủ cạnh tranh gây rối, những kẻ muốn viết lại luật chơi. Sự phát triển công nghệ nhanh chóng, sự liên kết với nhau của thế giới thương mại và kinh doanh, và bất ổn địa chính trị chắc chắn là một số nguyên nhân dẫn đến bất ổn ngày càng gia tăng này. Chúng ta đã chứng kiến khủng hoảng tài chính năm 2008, khi liên kết giữa



các ngân hàng và các tổ chức tài chính khác đã làm sụp đổ một số tổ chức danh tiếng nhất. Hoặc số phận của các nhà khai thác viễn thông, vốn đã kiếm được hàng núi tiền từ lưu lượng tin nhắn SMS, nhưng giờ lại phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt từ các công ty mạng xã hội dựa trên Internet như WeChat, WhatsApp, Line, Telegram và Viber.

Hệ sinh thái, trong đó các đối tác có thể hợp tác thông qua phát triển và thử nghiệm được phối hợp lồng lèo, có thể hấp thụ bất ổn hiệu quả hơn so với hệ thống phân cấp truyền thống hoặc thậm chí các mối quan hệ hợp đồng phụ, trong đó các thành phẩm phải được xác định chính xác trước còn cấu trúc khó điều chỉnh lại hơn. Lợi thế này được củng cố bởi năng lực của các hệ sinh thái cho phép các nhà lãnh đạo của họ đạt được lợi thế về quy mô và mạng lưới kinh tế với mức đầu tư vốn thấp hơn. Điều này đặc biệt quan trọng trong các ngành công nghiệp “kẻ thắng là vô địch”, trong đó việc tăng lợi nhuận trên quy mô mang tính quyết định. Trong khi đó, sự đột phá có thể bị chống lại bởi năng lực của các chiến lược hệ sinh thái trong việc mở ra các nền kinh tế nền tảng mới hoặc tạo ra các ngành công

ngiệp mới.

Cộng đồng chung kỹ thuật số

Mặc dù các chiến lược hệ sinh thái mang lại những cơ hội để tạo ra giá trị theo cách giải quyết những thách thức này, một số nhà lãnh đạo doanh nghiệp có thể đã từ chối thực hiện chúng vì lo sợ về phức tạp liên quan. Nhưng những tiến bộ trong lĩnh vực công nghệ thông tin (CNTT) đang làm cho các mô hình kinh doanh mới như hệ sinh thái ngày càng trở nên khả thi và hiệu quả về chi phí hơn. Những công nghệ này cho phép các hệ sinh thái kinh doanh sắp xếp các nguồn lực và kiến thức đa dạng về kinh tế nằm rải rác trên toàn cầu và tạo ra một “cộng đồng chung kỹ thuật số”.

Cách DS tập hợp các kỹ sư và những người làm việc tại các đối tác của mình thông qua CNTT cho thấy cách có thể đạt tới sự điều phối công việc trên hàng chục địa điểm. Nền tảng phần mềm của DS cho phép các kỹ sư trong phòng thí nghiệm của riêng DS hoặc với các đối tác ở những nơi xa như Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc và Ấn Độ cùng làm việc trên thiết kế 3D trong thời gian thực chỉ với kết nối Internet. Khả năng này là một lợi thế lớn cho bất kỳ

công ty nào có chiến lược sản xuất và kỹ thuật toàn cầu. Do đó, CNTT có thể nâng cao chiều rộng và chiều sâu của hợp tác. Một trong những người dùng của DS là Renault, công ty ô tô của Pháp và là một phần của Liên minh Renault - Nissan - Mitsubishi. Công ty này đã triển khai giải pháp của DS từ năm 2009 trên tất cả các khu vực địa lý và chi nhánh của mình. Việc truy cập trực tuyến vào mô phỏng kỹ thuật số các mô hình và cặp đôi ảo của nó đã dẫn đến việc đơn giản hóa hợp tác giữa các trang web kỹ thuật.



Việc sử dụng một giao diện cộng tác, duy nhất cho tất cả các nhà phát triển trên toàn thế giới sẽ hỗ trợ kỹ thuật sản phẩm/ quy trình đồng thời để có được thiết kế phù hợp ngay từ lần đầu tiên. Renault muốn có một môi trường PLM tích hợp và hợp tác cho phép hoạt động minh bạch và khả năng xác thực các kịch bản hơn thông qua mô phỏng ảo và quản lý trực tuyến mô phỏng kỹ thuật số. Điều này làm giảm bớt đáng kể quá trình ra quyết định trong cộng đồng các bên liên quan và trong toàn bộ vòng đời sản phẩm của ô tô Renault, từ khi hình thành ý tưởng đến thiết kế, tuân thủ, mô phỏng và sản xuất.

Vai trò chính của nhà lãnh đạo hệ sinh thái

Bốn cách mà sự phát triển của một hệ sinh thái có thể mở ra giá trị mới - thông qua các gói sản phẩm mới, giải pháp khách hàng mới, các nền kinh tế nền tảng mới và sự ra đời của các ngành công nghiệp mới - đều có một đặc điểm chung: Chúng yêu cầu một quy trình theo đó giá trị khách hàng mới

được phát hiện. Giá trị mới không chỉ được lắp ráp hoặc phân phối từ các phần tử hiện có bằng cách tuân theo một bản thiết kế định trước; mà nó phải được xác định. Hệ sinh thái kinh doanh hoạt động theo cách riêng chúng bằng cách tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình khám phá. Khám phá các nguồn giá trị mới đòi hỏi ba năng lực chính mà hệ sinh thái vượt trội: tiềm năng to lớn cho việc cùng học hỏi và đổi mới sáng tạo nhanh chóng; khả năng khai thác năng lực của những người tham gia đa dạng và hướng họ đến một mục tiêu chung thông qua sự lãnh đạo của một công ty khai sáng; và tính linh hoạt để liên tục điều chỉnh khi đối mặt với môi trường bất ổn, luôn thay đổi.

Với những yêu cầu này, bạn có thể làm gì với tư cách là nhà lãnh đạo hệ sinh thái để xúc tác và thúc đẩy khám phá giá trị mới thông qua chiến lược hệ sinh thái của mình?

Một trong những hành động quan trọng đối với các nhà lãnh đạo là tập trung hướng ngoại. Hướng tầm nhìn về những gì đang diễn ra bên ngoài công ty của bạn, bắt đầu từ những khách hàng tiềm năng. Rất ít nhà lãnh đạo hệ sinh thái đã thành công với việc đưa ra một đề xuất giá trị mới trong nội bộ, thiết kế hệ sinh thái lý tưởng của họ, và sau đó quyết tâm xây dựng nó. Hầu hết đều bắt đầu với ý tưởng rộng về tiềm năng giá trị mới có thể nằm ở đâu, sau đó nói chuyện với những khách hàng tiềm năng có hoặc thử nghiệm một sản phẩm, dịch vụ hoặc nền tảng giả định để thu hút họ. Trong nhiều trường hợp, giá trị và hình dạng của hệ sinh thái lại xuất hiện sau đó không đúng ở vị trí hoặc cách họ mong đợi ngay từ đầu. Một số chiến lược hệ sinh thái xuất hiện từ những thất bại ban đầu; trong khi cố gắng hiểu và khắc phục những lý do tại sao những thất bại này lại xảy ra, thì các nhà lãnh đạo hệ sinh thái tương lai khám phá ra tiềm năng giá trị thực sự nằm ở đâu./.

Phương Anh

(Theo S+B magazine)