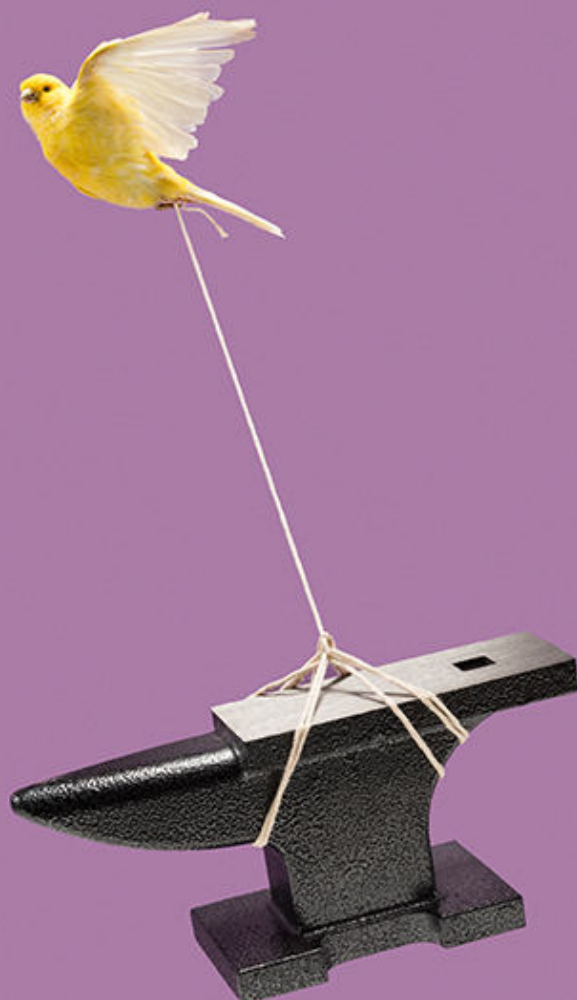


BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 8.2021



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Dòng vốn trăm triệu USD đổ vào startup Việt đầu năm mới
- 02 Chiến lược “giữ chân” người tài trong thời dịch
- 03 ELSA huy động thành công 15 triệu USD
- 04 Cơ hội nhận vốn đầu tư 500.000 USD từ ThinkZone

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Khởi nghiệp từ sáng kiến "vẽ" tranh bằng vải vụn
- 06 10 công nghệ đột phá năm 2021

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Doanh nghiệp hệ sinh thái ở Việt Nam



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

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



MoMo đã hoàn thành vòng gọi vốn thứ tư (Series D) từ các nhà đầu tư hàng đầu thế giới

DÒNG VỐN TRĂM TRIỆU USD ĐỔ VÀO STARTUP VIỆT ĐẦU NĂM MỚI

The LEADER - Trên bước đường tạo ra những kỳ lân mới, lĩnh vực thanh toán, giáo dục, sức khỏe, cũng như các công nghệ mới nổi được kỳ vọng vun đắp cho "tổ" kỳ lân Việt Nam.

Theo Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương (CIEM), trong những năm qua, Việt Nam đã có chuyển biến đáng ghi nhận về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo. Tính đến năm 2019, Việt Nam có khoảng 3.000 startup.

Đến năm 2020, Việt Nam có 2 startup định giá trên 1 tỉ USD và khoảng 10 công ty khởi nghiệp có định giá hơn 100 triệu USD, theo Google và Temasek. Hiện Việt Nam đặt mục tiêu tạo ra 5 kỳ lân công nghệ vào năm 2025 và 10 kỳ lân công nghệ vào năm 2030. Trên bước đường tạo ra những kỳ lân

mới, lĩnh vực thanh toán, giáo dục, sức khỏe, cũng như các công nghệ mới nổi được kỳ vọng vun đắp cho "tổ" kỳ lân. Ngay trong ngày đầu năm mới, nhiều công ty khởi nghiệp Việt Nam đã nhận vốn mang về tín hiệu khả quan.

Đi đầu xu hướng này, MoMo đã hoàn thành vòng gọi vốn thứ tư (Series D) từ các nhà đầu tư hàng đầu thế giới, trong đó có các nhà đầu tư mới Goodwater Capital, Kora Management và Macquarie Capital, cùng các nhà đầu tư đang là cổ đông hiện hữu. Hiện nay, MoMo có 120.000 điểm chấp nhận thanh toán

và 30.000 đối tác kinh doanh. MoMo đang kết nối trực tiếp với 28 ngân hàng trong nước và quốc tế lớn nhất tại Việt Nam và cung cấp dịch vụ cho hơn 90% người dân có tài khoản ngân hàng trên cả nước. Mặc dù thị trường đã có những thay đổi đầy thách thức trong năm 2020, MoMo đã đạt được những kết quả kinh doanh ngoạn mục với lượng khách hàng tăng hơn gấp đôi, đạt 23 triệu khách hàng và tổng sản lượng giao dịch tăng 3,5 lần, đạt con số 14 tỷ USD.



Ví điện tử Gpay gọi vốn thành công Series A với định giá 18,4 triệu USD từ Tập đoàn tài chính KB Hàn Quốc

Không lâu sau đó, Gpay thuộc Tập đoàn Công nghệ G-Group công bố gọi vốn thành công vòng Series A từ Tập đoàn tài chính KB Hàn Quốc với định giá 425 tỷ đồng thông qua Công ty Chứng khoán KB - một thành viên của tập đoàn ở Việt Nam. Ra đời năm 2018, Gpay bắt đầu là ứng dụng hỗ trợ kết nối dịch vụ chuyển tiền 24/7, cung cấp dịch vụ như các ATM di động đầu tiên và duy nhất tại Việt Nam, đạt 50 triệu USD tổng giá trị giao dịch và hiện diện tại 42 tỉnh thành phố trong năm 2019. Gpay đặt mục tiêu mở rộng mạng lưới tới 63 tỉnh thành phố của Việt Nam và cung cấp toàn diện các dịch vụ thanh toán và tài chính bao gồm: cổng thanh toán, ví điện tử, thu hộ chi hộ và đầu tư số... cho hơn 5 triệu người dùng vào năm 2023.

Trong lĩnh vực sức khỏe, quỹ ABC World Asia đã thông báo chính thức về việc đầu tư 24 triệu USD

trong vòng Series B vào Nha Khoa Kim. Trước đó, Nha Khoa Kim cũng đã được đầu tư bởi quỹ Aura Private Equity và các nhà đầu tư khác. Nha Khoa Kim có trụ sở tại TP. HCM, thành lập được 4 năm, chuyên cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe răng miệng, hiện đang vận hành 19 phòng khám trải rộng trên toàn quốc, với 120 bác sĩ và hơn 600 nhân viên phục vụ hơn 23.000 bệnh nhân mỗi tháng.

Lĩnh vực giáo dục ghi nhận startup ELSA với Elsa Speak - ứng dụng học nói tiếng Anh do Văn Đình Hồng Vũ và tiến sĩ Xavier Anguera người Bồ Đào Nha sáng lập huy động vốn thành công vòng Series B với tổng số vốn lên đến 15 triệu USD.

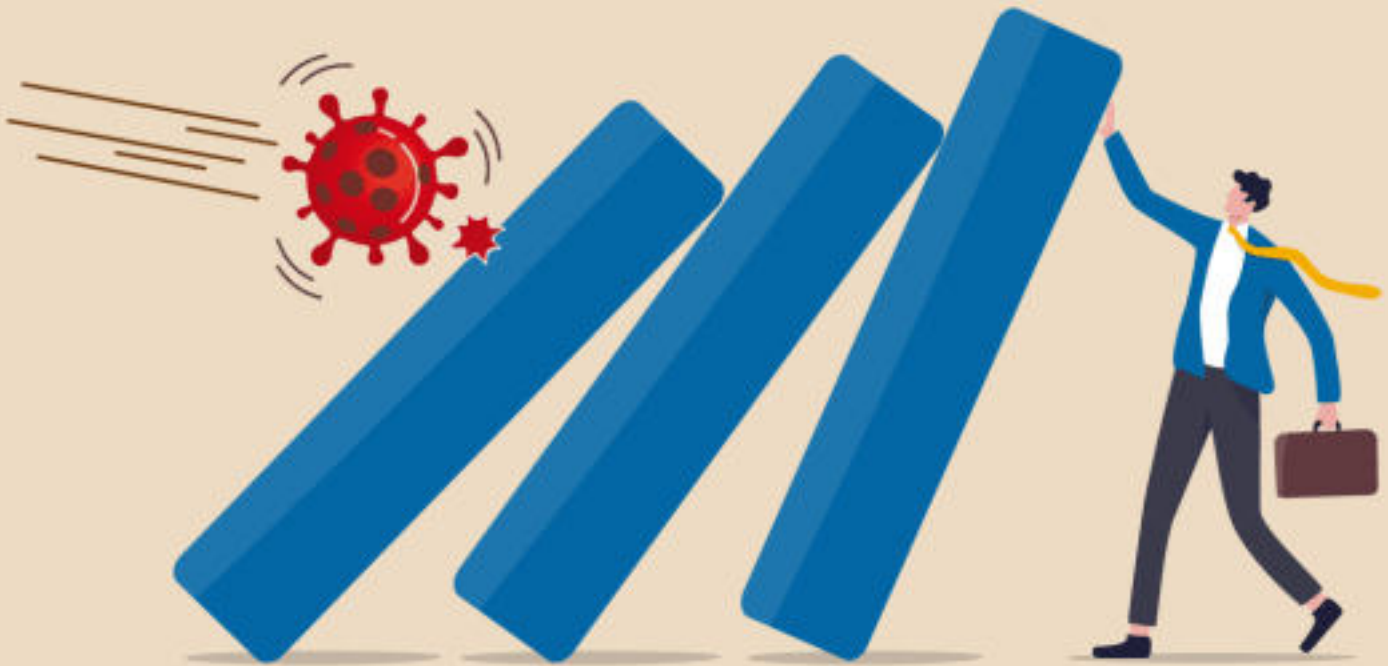
ELSA được Forbes nhắc đến trong danh sách 4 công ty sử dụng trí tuệ nhân tạo thay đổi thế giới, và lọt vào top 5 các ứng dụng AI hàng đầu hiện nay sánh hàng cùng với Cortana của Microsoft và Google Allo của Google.

Startup công cụ livestream đa nền tảng GoStream vừa công bố đã đạt thỏa thuận đầu tư từ VinaCapital Ventures để tiếp tục mở rộng quy mô kinh doanh phát triển.

Startup này đang phục vụ nhiều khách hàng doanh nghiệp và hỗ trợ hơn 100 nghìn lượt phát trực tiếp mỗi ngày. Năm 2019, GoStream được Facebook đưa vào danh sách 1 trong 30 nền tảng được sử dụng để livestream nhiều nhất trong 30 ngày trên thế giới.

Trước đó, Icetea Platform cũng nhận vốn đầu tư từ Rikkeisoft, với mục tiêu tiến sang thị trường Nhật Bản. Icetea phát triển hệ thống điểm thưởng không cần thủ tục phức tạp; quy trình quản lý nhân sự tinh gọn phù hợp với các startup.

Bằng việc ứng dụng công nghệ blockchain, thông tin nhân sự được mã hóa và bảo mật. Các dữ liệu liên quan đến việc tặng - nhận điểm thưởng được ghi lại và đổi thành các phần quà không chỉ trong nội bộ doanh nghiệp mà còn trong hệ sinh thái của Icetea./.



CHIẾN LƯỢC “GIỮ CHÂN” NGƯỜI TÀI TRONG THỜI DỊCH

Baodautu - Trong bối cảnh dịch bệnh, dù gặp khó khăn, nhưng các start-up vẫn rất cần “giữ chân” những nhân sự giỏi, chờ thời cơ để bứt phá trở lại.

Cắt giảm nhân sự là giải pháp cuối cùng

Vì tập trung vào mục tiêu kinh doanh, nên đôi khi, chiến lược quản trị nhân sự bài bản bị các nhà sáng lập lãng quên, dẫn đến tình trạng người tài rời đi chỉ sau một thời gian làm việc. Đặc biệt, khi đại dịch Covid-19 bùng phát, bài toán giữ chân người tài, chờ thời cơ và bứt phá trở lại được đặt ra đối với các start-up ở mọi quy mô.

Thông thường, khi gặp khó khăn về kinh doanh, dòng vốn, startup hay nghĩ đến cắt giảm nhân sự. Song các chuyên gia cho rằng, đây chỉ là giải pháp cuối cùng, bởi nhân sự là phần xương sống cho hoạt động của bất kỳ tổ chức nào. Trước khi đi đến bước này, người lãnh đạo hãy nghĩ đến các phương án tối ưu hóa chi phí, cắt giảm chi phí không cần thiết như thuê mặt bằng, quảng cáo, đi lại...

Theo ông Nguyễn Hữu Bình, CEO TopDev (công ty chuyên về nhân sự ngành công nghệ thông tin), thời điểm này, startup nên chuyển sang giai đoạn “mài dao, mài kéo”, tiết kiệm chi phí, khoan tính đến chuyện giảm lương. Giai đoạn dịch bệnh cũng là bước khảo nghiệm vàng dành cho các công ty công nghệ để thực hiện 2 nhiệm vụ chính, gồm soi lại sản phẩm, hoạt động của chính mình và tập trung cải tiến, xây dựng sản phẩm mới - những điều mà trước đây chưa có thời gian, điều kiện thực hiện. Trong khi đó, ông Nguyễn Hoàng Hải, đồng sáng lập Canavi.com (chuyên nhân sự về lĩnh vực du lịch, bán lẻ...) cho rằng, giải pháp cấp bách hơn đối với startup là tìm cách tạo ra doanh thu. Trong giai đoạn dịch bệnh, tiền có thể sẽ không về ngay, nhưng nếu làm tốt công tác thu thập dữ liệu khách hàng, chuẩn bị sẵn các



bước..., thì khi dịch bệnh lắng xuống, doanh nghiệp có thể lập tức tận dụng thời cơ, tạo đà bứt phá.

Chiến lược bước vào “thời chiến”

Bà Phạm Lan Khanh, người sáng lập và là CEO FreelancerViet.vn khuyến nghị, nếu doanh nghiệp không có nguồn thu, các nhà sáng lập có thể nghĩ đến phương án chia sẻ quyền lợi cho nhân viên bằng cách bàn lại các điều khoản nhận lương hoặc giảm lương, nếu công ty phát triển trở lại sẽ có chính sách chia cổ phần cho họ.

Chẳng hạn, nhà sáng lập có thể thương lượng mời nhân sự giỏi bằng quyền mua cổ phiếu ưu đãi trong một khoảng thời gian, nếu nhân sự này gắn bó và có đóng góp tích cực. Nhân sự có quyền từ chối mua cổ phiếu nếu thấy không có lợi. Ngược lại, doanh nghiệp chỉ có quyền từ chối bán cổ phiếu cho nhân sự này nếu họ không hoàn thành các cam kết. Bên cạnh đó, chủ doanh nghiệp cần “tiếp lửa” cho các nhân viên bằng các định hướng cụ thể, hợp khích lệ tinh thần... Đây chính là một trong những giải pháp giúp giữ chân người giỏi, đồng lòng cùng công ty đi qua mùa dịch. Sáng lập công ty có thể xoay chuyển

tình thế bằng cách biến mỗi nhân viên thành một nhân viên kinh doanh. Nếu mỗi người đều mang đến doanh thu, thì doanh nghiệp có thể sống sót, tạo bàn đạp phát triển mạnh mẽ. Với những công việc không thường xuyên, hãy tận dụng đội ngũ lao động tự do, thuê ngoài. Đây là một trong những xu hướng chuyển dịch nhân sự không chỉ hiện tại, mà trong cả tương lai. Cuối cùng, việc startup cần phải làm là xác định văn hóa doanh nghiệp với kỷ luật là phương án được các chuyên gia đưa ra. Khi doanh nghiệp bước vào thời chiến, thì KPI, OKR (khuôn khổ quản trị theo mục tiêu và kết quả then chốt), kỷ luật lao động phải gấp đôi đến gấp ba so với bình thường. Lúc này, trưởng nhóm, lãnh đạo phải theo dõi từng công việc để tìm ra điểm yếu và khắc phục nhanh chóng. Mỗi ngày, các công ty có thể tổ chức họp mặt đầu ngày và kiểm tra hiệu quả công việc cuối ngày. Điều này không chỉ tăng khả năng tự giác cho nhân viên, mà còn rèn luyện khả năng ứng phó của họ trong bất cứ thời điểm khó khăn nào của doanh nghiệp.

“Nếu công ty nào xây dựng được văn hóa này, thì sau dịch, khả năng hoạt động của họ sẽ tăng cao hơn cả trước dịch”, ông Bình khẳng định./.

ELSA HUY ĐỘNG THÀNH CÔNG 15 TRIỆU USD

Vnexpress - Ứng dụng học tiếng Anh ELSA gọi vốn thành công 15 triệu USD để phát triển thị trường quốc tế và nền tảng bán hàng cho doanh nghiệp.

Khoản vốn mới đến từ nhóm nhà đầu tư Vietnam Investments (VI Group) và SIG, theo thông báo công bố ngày 1/2 của startup này. Một số nhà đầu tư lớn khác cũng tham gia vòng gọi vốn Series B của ELSA, trong đó có Gradient Ventures - quỹ đầu tư tập trung phát triển trí tuệ nhân tạo của Google.

Văn Đình Hồng Vũ - Đồng sáng lập và CEO của ELSA cho biết với khoản vốn mới, startup này sẽ đẩy mạnh phát triển thị trường châu Mỹ Latin và xây dựng nền tảng B2B (bán hàng cho doanh nghiệp). Nền tảng này cho phép ứng dụng học tiếng Anh có thể "bán sỉ" dịch vụ cho các tổ chức và doanh nghiệp, qua đó cung cấp gói đào tạo tiếng Anh cho nhân viên hoặc học viên. Bên cạnh đó startup này cũng sẽ phát triển thị trường Việt Nam, Ấn Độ và Nhật Bản. Đây là những thị trường chứng kiến nhu cầu học tiếng Anh tăng cao trong năm qua. Mới đây ELSA đã ký hợp tác với IDP và Hội đồng Anh, hai đơn vị được phép tổ chức triển khai thi IELTS tại Việt Nam. Thông qua hợp tác, hai đơn vị kể trên sẽ sử dụng ứng dụng học tiếng Anh này trong quá trình đào tạo, hỗ trợ học viên. Startup cũng đang làm việc với các trung tâm Anh ngữ như IMAP và Speak Up, nền tảng học online YOLA và những khách hàng doanh nghiệp như Kimberly Clarks, Intel và ATAD để mở rộng thị trường.

Theo Văn Đình Hồng Vũ, tại Việt Nam, nhiều người học đầu tư mạnh cho các chương trình đào tạo tiếng Anh cả online và offline. Tuy nhiên vẫn còn nhiều thách thức với người học trong việc cải thiện kỹ năng nói tiếng Anh do tâm lý sợ sai, e ngại phát âm không chuẩn. Do đó ELSA được xây dựng nhằm cung cấp một công cụ hỗ trợ người học trong quá

trình cải thiện phát âm và giúp họ tự tin hơn vào kỹ năng nói của mình.

Trong khi thị trường đã có những ứng dụng tương tự như FluentU hay Say It, đại diện ELSA cho biết lợi thế cạnh tranh của nền tảng này là công nghệ nhận diện giọng nói bằng trí tuệ nhân tạo (AI). Theo đó AI cho phép ứng dụng này thu thập và phân tích lượng lớn dữ liệu giọng nói bằng tiếng Anh từ hàng triệu người dùng trong nhiều năm. Từ đó giúp ứng dụng nhận diện giọng nói ngày càng tốt hơn từ người dùng trên toàn thế giới và giúp họ "chuẩn hóa" cách phát âm của mình. "Những công nghệ nhận diện giọng nói hiện nay có thể hoạt động dễ dàng với giọng của người người nói tiếng Anh bản xứ nhưng với người đang học tiếng Anh thì khác", Hồng Vũ phân tích.

Thành lập vào năm 2015, ELSA (English Language Speech Assistant) hiện có hơn 13 triệu người dùng trên toàn cầu. Năm 2019, startup này đã huy động thành công 7 triệu USD từ vòng Series A. Văn Đình Hồng Vũ cho biết, nhiều người dùng muốn nâng cao kỹ năng nói tiếng Anh nhằm gia tăng cơ hội nghề nghiệp và thu nhập. Tại Việt Nam, Ấn Độ hay Brazil, người nói tiếng Anh nhuần nhuyễn có thể đạt mức thu nhập cao gấp 2-3 lần so với đồng nghiệp.

"Động lực này đã thúc đẩy nhu cầu học tiếng Anh tại Việt Nam, Ấn Độ hay Brazil, đặc biệt trong Covid-19, chúng tôi ghi nhận nhu cầu rất cao tại những thị trường như châu Mỹ Latin", Hồng Vũ nói./.





CƠ HỘI NHẬN VỐN ĐẦU TƯ 500.000 USD TỪ THINKZONE

Vnexpress - ThinkZone mở đơn cho khóa 4 chương trình tăng tốc khởi nghiệp dành cho startup giai đoạn đầu với mức đầu tư trực tiếp 50.000-500.000 USD.

ThinkZone Accelerator là chương trình tăng tốc khởi nghiệp hỗ trợ startup Việt Nam và nước ngoài với hệ sinh thái các hoạt động hỗ trợ toàn diện gồm đầu tư, đào tạo, cố vấn, cơ sở hạ tầng công nghệ... đồng hành cùng quá trình phát triển của startup.

Trong khóa 4, với định vị là một chương trình tăng tốc khởi nghiệp toàn cầu, ThinkZone Accelerator tiếp tục hỗ trợ startup công nghệ ở giai đoạn đầu (early stage) từ nhiều lĩnh vực như thương mại điện tử, công nghệ y tế, công nghệ giáo dục, công nghệ tài chính, logistics và chuỗi cung ứng, AI... Startup đã có khách hàng, doanh thu và đang trong giai đoạn kiểm chứng sản phẩm trên thị trường. Khóa này sẽ có mảng đào tạo chuyên sâu dành cho các startup từ

lĩnh vực công nghệ tài chính (Fintech) và công nghệ tiên phong (Frontier Tech), với các hoạt động đào tạo, tư vấn nhằm giúp startup tiếp cận thị trường quốc tế.

Trải qua ba khóa đã tổ chức, ThinkZone Accelerator đã sàng lọc hơn 900 startup, kết nối với hơn 100 đơn vị trong hệ sinh thái khởi nghiệp cùng tham gia hỗ trợ. Tiêu biểu trong những startup nhận đầu tư từ ThinkZone có EMDDI - nền tảng điều vận xe taxi trực tuyến cho phép nhiều đơn vị vận tải cùng sử dụng để tối ưu các dịch vụ điều vận. Đây là mô hình kinh doanh tiêu biểu cho nền kinh tế chia sẻ, đã nhận đầu tư hàng trăm nghìn USD sau khi kết thúc chương trình tăng tốc khởi nghiệp.



ThinkZone

ZONE FOR GREAT MINDS

Là chương trình tăng tốc khởi nghiệp có số lượng và quy mô các gói hỗ trợ lớn hàng đầu Việt Nam, ThinkZone accelerator có sự đồng hành của nhiều đối tác. Mỗi startup được chọn sẽ nhận 25.000 USD hỗ trợ hạ tầng công nghệ từ AWS, 25.000 USD hỗ trợ truyền thông từ Goldsun Media Group, FPT Play, HubSpot, 12.000 USD hỗ trợ phần mềm kế toán và quản lý doanh nghiệp từ MISA... Những gói hỗ trợ này giúp startup tiết kiệm hàng tỷ đồng chi phí xây dựng và đưa sản phẩm tiếp cận thị trường.

Ngoài ra, với mạng lưới đối tác tập đoàn và Liên minh Quỹ đầu tư Việt Nam, các startup tham gia ThinkZone Accelerator sẽ được tiếp cận nguồn vốn đầu tư dồi dào, cũng như các cơ hội hợp tác với các tập đoàn lớn của Việt Nam như Goldsun Media Group, G-Group, Viettel, Be Group....

Bà Chelsea Nguyễn - Giám đốc Đầu tư tại ThinkZone cho biết, hệ sinh thái khởi nghiệp tại Việt Nam đang trở lại mạnh mẽ trong giai đoạn bình thường mới. Trong bối cảnh đó, ThinkZone có sứ mệnh làm cầu nối, giúp startup tiếp cận nguồn vốn, các gói hỗ trợ và vươn tầm thị trường quốc tế.

"Với các gói hỗ trợ toàn diện và thiết thực, chúng

tôi có thể giúp startup tiết kiệm hàng tỷ đồng chi phí bán hàng và marketing, văn phòng, tuyển dụng, công nghệ... cùng khả năng tìm kiếm đầu tư sau khi kết thúc chương trình", đại diện ThinkZone nói.

Chương trình sẽ đánh giá các startup theo nhiều tiêu chí khác nhau, từ sức hút của ngành, mô hình kinh doanh, sản phẩm, độ phù hợp với thị trường, năng lực của đội ngũ... Khi tham gia ThinkZone Accelerator, các startup sẽ nhận khoản đầu tư trực tiếp trị giá từ 50.000-500.000 USD. Bên cạnh đó là các gói hỗ trợ toàn diện trị giá 50.000 USD từ các đối tác Amazon Web Services, MISA, HubSpot... cùng ba tháng huấn luyện và 24 tháng đồng hành chiến lược, áp dụng các triết lý khởi nghiệp tiên tiến như Lean Startup, Design Thinking, Lean Analytics... Startup cũng sẽ có 24 tháng đồng hành chiến lược, kết nối với mạng lưới hơn 50 quỹ đầu tư và đối tác toàn cầu sẵn sàng hỗ trợ, hợp tác và đầu tư vào các startup tiềm năng.

ThinkZone Accelerator khóa 4 mở cổng đăng ký từ 27/1 tới 14/3, dự kiến kéo dài 5 tháng. Startup tìm hiểu về thể lệ, lịch trình, và nộp hồ sơ tham dự tại:

<https://thinkzone.vn>



Một bức tranh được "vẽ" bằng vải vụn của họa sỹ Trần Thanh Thục

KHỞI NGHIỆP TỪ SÁNG KIẾN "VẼ" TRANH BẰNG VẢI Vụn

Dưới bàn tay khéo léo, tài hoa của họa sỹ Trần Thanh Thục, những miếng vải vụn được hô biến thành các bức tranh độc đáo có giá lên tới hàng nghìn đô la...

Nghệ thuật hội họa luôn gắn liền với đam mê, nguồn cảm hứng bất tận của một người họa sĩ. Hội họa xuất phát từ khả năng tự nhiên của bất kỳ ai, đưa tất cả ngôn ngữ và linh hồn của thế giới xung quanh vào bức tranh đã rất khó, truyền cảm hứng đến người xem và đem giá trị nhân văn cho cuộc sống lại càng khó hơn. Khởi nghiệp từ tranh chính là trao giá trị nghệ thuật hội họa đến với khán giả, giá trị đó đã được rất nhiều họa sĩ thể hiện trên nhiều chất liệu từ tranh trên gỗ, giấy, vải... được khắc họa hoặc vẽ bằng sơn. Nhưng có một loại tranh được sáng tạo từ chất liệu vải vụn, dưới bàn tay khéo léo của người phụ nữ Trần Thanh Thục đã thổi hồn thành những

bức tranh có giá trị nghệ thuật độc đáo và chị đã khởi nghiệp từ chính những đam mê, sáng tạo nghệ thuật mà chị đã dày công nghiên cứu, tìm kiếm nguyên liệu để hoàn thiện cho mỗi bức tranh.

Đam mê từ thuở thiếu thời

Họa sỹ Trần Thanh Thục sinh ra tại mảnh đất hiếu học Nam Định. Có lẽ, niềm đam mê hội họa đến với chị chính là nguồn cảm hứng từ bố. Từ thuở nhỏ, mỗi lần lễ đẹo theo bố xách những xô màu lớn vẽ tranh cổ động trên tường, cô bé Thục đã bị mê hoặc bởi những sắc màu. Bố của cô là người đam mê và am hiểu nghệ thuật. Những tháng ngày tuổi thơ bên bố đã dần nhen lên tình yêu hội họa trong cô gái

thành Nam thuở ấy. Không có cọ, cô vẽ bằng bút trên vở, gạch non lên sân nhà và cả bằng que trên nền đất...



Hoạ sĩ Trần Thanh Thục thực hiện các công đoạn "vẽ" tranh bằng vải vụn

Có lần họa sĩ Phạm Quyền, bạn của bố cô đến nhà chơi, thấy những bức hình Thục vẽ, ông tấm tắc khen đẹp. Ông khuyên bố cô nên cho con gái theo ngành mỹ thuật. Và ông chính là người thầy đầu tiên đưa cô đến với hội họa...

Không phụ lòng tin của thầy và bố, năm 1976, khi 16 tuổi, Trần Thanh Thục đã trúng tuyển hệ trung cấp Trường Cao đẳng Mỹ thuật Hà Nội, nay là Trường Đại học Mỹ thuật Hà Nội. Một dấu mốc, một bước ngoặt mới trong cuộc đời, mở ra cho chị một tương lai với bao ước mơ và khát vọng...

Chị chia sẻ: "Khi mình làm ra bức tranh vải vụn, mình mới là sinh viên năm cuối của trường Mỹ thuật. Ý tưởng đến từ sự tình cờ khi đến chơi nhà một người bạn làm thợ may. Ngay sau khi nhìn thấy những tấm vải thừa nằm trên sàn, mình lóe ra ý tưởng ghép chúng lại với nhau. Thời điểm ấy, đó là một suy nghĩ táo bạo, bởi từ trước tới nay, chị và các bạn chưa bao giờ thấy bức tranh nào được tạo ra từ vải, đặc biệt là vải vụn. Khi nhận ra hiệu ứng thẩm mỹ bất ngờ từ những mẫu vải vụn, lại được sự cổ vũ động viên cả gia đình, mình bắt đầu sưu tầm những mẫu vải vụn có họa tiết".

Hàng ngày chị săn tìm những miếng vải thừa từ các tiệm may, cửa hàng. Sau bao ngày kỳ công, bức tranh về phố cổ Nam Định được ghép bằng vải vụn ra đời trước sự trầm trồ, kinh ngạc của bạn bè đồng trang lứa. "Khi ấy, mình còn trẻ nên làm ra được cái gì là thích lắm, toàn đem về nhà khoe với bố. Bố nhìn qua cũng tạm gật đầu, mình mới nghĩ chắc cũng thành công được 30 - 40% rồi" – chị Thục bồi hồi nhớ lại.

Theo tiết lộ, bố chị vốn là họa sĩ và cũng là người đầu tiên góp ý cho chị về con đường làm tranh vải. Cứ thế suốt những năm tháng đại học, chị Thục mãi miết khắp các quán hàng, tiệm may xin vải thừa về chế tác. Nhưng sau khi ra trường, mọi giấc mơ, hoài bão về tranh vải của chị đều bị gác lại trước những lo lắng về cuộc sống, cơm áo gạo tiền. Chị cho biết, chị không đủ tài chính để nuôi "đứa con tinh thần" nên buộc phải chia ly.

"Cuộc sống có nhiều thứ mà không phải mình cứ muốn là được, đau xót lắm nhưng biết làm thế nào. Nhưng đã gọi là duyên nợ thì sẽ mãi vấn vương, không đến ở thời điểm này thì đến ở thời điểm khác" - chị nói.

Vào năm 2000, khi mọi thứ với chị dần ổn định, con gái đã lớn, kinh tế gia đình đã dư dả đôi phần, chị quyết định quay về trường Mỹ thuật để học thêm. Và từ đây, mọi mối lương duyên bắt đầu trở lại.

"Mình bắt đầu hồi hã và trở lại một cách vội vã như để đền đáp những điều dang dở của tuổi trẻ. Tất cả những ý tưởng bao năm dài canh cánh trong lòng giờ như được bung lụa, tuôn trào. Với mình, đó là lời hồi đáp muợn màng nhưng tràn đầy hạnh phúc" - chị Thục xúc động nói.

Biển đam mê thành hiện thực

Nổi lại đam mê, chị ngày đêm nghiên cứu và cho ra đời nhiều tác phẩm độc đáo. Nhưng phải mất tới 10 năm, kể từ ngày trở lại, chị mới thành công trên con đường chinh phục vải vụn. Nhiều tác phẩm của chị được đồng đảo bạn bè, du khách gần xa biết tới

và được định giá mỗi chiếc lên tới cả nghìn đô.

Giờ đây, không chỉ là vải vụn mà nhiều nguyên liệu khác như lụa, khăn cũng được chị sử dụng. Chỉ có một điểm duy nhất mãi không đổi là trên bức tranh không có một nét vẽ nào, chỉ có vải và vải. Và tất cả đều được dính vào nhau bằng một thứ keo không màu.

Quy trình làm tranh vải bắt đầu từ khâu chọn ý tưởng, chọn vải, cắt vải và lắp ráp thành tác phẩm. Trong đó, khâu khó nhất là làm sao tìm được những miếng vải có màu sắc tương đồng như cảnh vật mà họa sĩ định thể hiện. Như hình của lá, hoa, cây, cỏ đều phải trùng khớp màu với nhau.

“Nếu là vẽ, người ta có thể pha màu nhưng tôi dùng vải để ghép thì phải lựa làm sao ra sắc đó. Đôi khi là mất tới vài tháng hay cả năm đi săn lùng” - chị kể. Bởi thế mà chị Thực cứ 1 - 2 tuần lại đi khắp các vùng miền, phiên chợ, nơi bán đồ lưu niệm để tìm chất liệu. Nên với chị, từ miếng vải nhỏ nhất cũng là bảo vật vô giá, bởi đó là những thứ không bao giờ tìm thấy được lần thứ 2.

“Nhà mình có một nguyên tắc là phòng làm việc của mình không ai được phép dọn dẹp, bỏ đi bất cứ miếng vải nào dù là nhỏ nhất. Chỉ có mình mới được quyền sắp xếp, đặt để lại chúng” - chị chia sẻ.

Theo chị Thực, hiện nay, nguyên liệu làm tranh vải khá đa dạng không nghèo nàn như trước. Thế nên, người thợ có thể thỏa sức lựa chọn sang nhiều dòng vải khác nhau.

“Có chi tiết, tôi còn dùng tới những chiếc khăn lụa được nhập khẩu từ Pháp, Mỹ, Nhật. Hay những tấm vải hạng thương phẩm dùng để may đo áo dài. Chưa kể, một số tấm còn thuộc hàng hiếm mà tôi phải đặt mua từ các làng nghề thủ công” - chị cho hay.

Nói về chất liệu đặc biệt để “vẽ tranh” này, họa sĩ Thanh Thực cho biết, tranh vải vừa có nhiều lợi thế nhưng cũng có không ít bất lợi. Lợi thế bởi, mỗi mảnh vải khi được sản xuất ra đều đã qua tay một

người họa sĩ. Bởi vậy, nó đã có tính mỹ thuật trong các họa tiết, màu sắc nên rất phong phú. Có những mảng màu, nếu vẽ chưa chắc đã có thể thể hiện được rõ. Bởi vậy, khi sử dụng nguyên liệu này, họa sĩ Thanh Thực đã tận dụng được sự phong phú vốn có của nó.

Thế nhưng, cũng chính điểm này đôi khi cũng là bất lợi cho chị. Hạn chế của chất liệu vải không ít lần làm đứt mạch những đam mê ào ạt trong chị. Ấy là khi không tìm được một họa tiết ưng ý hay muốn có thêm một mảnh nữa giống mảnh này mà không có hoặc không thể có... Có những họa tiết, màu sắc cần dùng chị phải tìm kiếm vô cùng kỳ công. “Có khi mất cả nửa ngày mình cũng không tìm ra được màu sắc hay chi tiết cần dùng cho bức tranh”, họa sĩ Thanh Thực tâm sự. Chính vì vậy, có nhiều khi chị phải mua cả cây vải may áo dài chỉ để lấy trong đó một hai chi tiết bằng bàn tay. Hay có những lúc bởi trong cả hàng trăm tấm vải không tìm ra được chi tiết cho bức tranh, bỗng phát hiện trên chiếc áo đang mặc có họa tiết đó, chị sẵn sàng cắt ngay chiếc áo đó để “vẽ”.

Chị Thực tâm sự thật, nhằm tính tới thời điểm hiện tại, hàng trăm tác phẩm của chị đã đến tay công chúng. Nhưng có duy nhất một bức tranh bằng vải mang tên “Ký ức quê ngoại” mà ai có trả giá thế nào chị cũng không bán. Lý giải, chị cho biết, đó là bức tranh ghi lại những ngày thơ ấu của chị bên gia đình.

Khởi nghiệp không bao giờ là muộn với bất cứ ai, quan trọng là tại thời điểm đó bạn có đủ ý tưởng sáng tạo và vững vàng theo đuổi ý tưởng, đam mê của mình hay không?

Minh Phương (tổng hợp)





10 CÔNG NGHỆ ĐỘT PHÁ NĂM 2021

Các nhà nghiên cứu của Tạp chí MIT Technology Review vừa đưa ra danh sách 10 công nghệ được dự đoán sẽ quan trọng nhất năm 2021. Một số công nghệ, chẳng hạn như vắc-xin mRNA, đã và đang làm thay đổi cuộc sống của con người.

Vắc-xin RNA thông tin (mRNA)

Hai loại vắc-xin chống lại virus corona hiệu quả nhất được dựa trên RNA thông tin, một công nghệ được nghiên cứu trong 20 năm. Khi đại dịch covid-19 bắt đầu bùng phát vào tháng 1 năm 2020, các nhà khoa học ở một số công ty công nghệ sinh học đã nhanh chóng chuyển sang mRNA như một cách để tạo ra vắc-xin tiềm năng. Vào cuối tháng 12 năm 2020, thời điểm mà hơn 1,5 triệu người đã chết vì covid-19 trên toàn thế giới, những vắc-xin này đã được chấp thuận ở Mỹ, đánh dấu khởi đầu của sự



kết thúc đại dịch.

Những vắc xin covid mới này dựa trên một công nghệ chưa từng được sử dụng trong điều trị trước đây và nó có thể biến đổi ngành y học, dẫn đến những loại vắc xin chống lại các bệnh truyền nhiễm khác nhau, gồm cả bệnh sốt rét. Và nếu virus corona tiếp tục đột biến, thì vắc-xin mRNA có thể được sửa đổi dễ dàng và nhanh chóng. Messenger RNA cũng rất tiềm năng với vai trò là nền tảng cho các bản sửa lỗi gen chi phí rẻ đối với bệnh hồng cầu hình liềm và HIV. Ngoài công nghệ này còn đang được nghiên cứu để sử dụng mRNA giúp cơ thể chống lại bệnh ung thư..

GPT-3

Các mô hình máy tính lớn sử dụng ngôn ngữ tự nhiên học viết và nói là một bước tiến lớn tới công nghệ AI, giúp có thể hiểu và tương tác tốt hơn với thế giới. GPT-3 cho đến nay là mô hình lớn nhất và “có học” nhất - cho đến nay. Được đào tạo dựa trên văn bản của hàng nghìn cuốn sách và hầu hết trên Internet, GPT-3 có thể bắt chước văn bản do con người viết với chủ nghĩa hiện thực một cách kỳ lạ - và đôi khi là phi thường - khiến nó trở thành mô hình ngôn ngữ ấn tượng nhất được tạo ra bằng máy học.

Nhưng GPT-3 không hiểu nội dung nó viết, vì vậy đôi khi kết quả bị cắt xén và vô nghĩa. Cần rất nhiều năng lượng tính toán, dữ liệu và tiền bạc để đào tạo, nên nó thải ra lượng khí carbon lớn và làm hạn chế sự phát triển của các mô hình tương tự đối với những phòng thí nghiệm có nguồn lực đặc biệt. Và vì nó được đào tạo về văn bản từ internet, nơi chứa đầy thông tin sai lệch và định kiến, nên nó thường tạo ra những đoạn văn có thành kiến tương tự.

Thuật toán đề xuất của TikTok

Kể từ khi ra mắt tại Trung Quốc vào năm 2016, TikTok đã trở thành một trong những mạng xã hội phát triển nhanh nhất thế giới. Nó đã được tải xuống hàng tỷ lần và thu hút hàng trăm triệu người dùng. Tại sao? Vì các thuật toán hỗ trợ cho nguồn cấp dữ

liệu “Dành cho bạn” của TikTok đã làm thay đổi cách mọi người trở nên nổi tiếng trên mạng.

Trong khi các nền tảng khác chủ yếu hướng tới việc làm nổi bật nội dung có sức hấp dẫn số đông, thì các thuật toán của TikTok dường như có khả năng đưa một người sáng tạo nội dung ra khỏi tình trạng vô danh vì họ được khắc họa như một ngôi sao nổi tiếng. Và những thuật toán này đặc biệt giỏi trong việc cung cấp nội dung phù hợp cho cộng đồng người dùng thích hợp chia sẻ sở thích hoặc danh tính cụ thể.

Việc những người sáng tạo mới có khả năng nhận được nhiều lượt xem và người dùng có thể dễ dàng khám phá nhiều loại nội dung - đã góp phần vào sự phát triển đáng kinh ngạc của ứng dụng. Hiện các công ty truyền thông xã hội khác hiện đang tranh nhau bắt chước các tính năng này trên ứng dụng của riêng họ.

Ắc quy kim loại Lithium

Lĩnh vực xe điện có doanh số bán hàng khá khiêm tốn. Những chiếc xe này tương đối đắt tiền và bạn chỉ có thể lái chúng trong vài trăm dặm trước khi chúng cần được sạc, vốn



phải mất thời gian tìm trạm sạc hơn là dừng ở các trạm xăng. Tất cả những nhược điểm này liên quan đến những hạn chế của pin lithium-ion. Một công ty khởi nghiệp ở Thung lũng Silicon nhận được nguồn tài trợ dồi dào vừa tuyên bố họ đã chế tạo ra loại ắc quy giúp xe điện trở nên tiện dụng hơn đối với người tiêu dùng đại chúng.

Loại ắc quy này được gọi là lithium-kim loại và

đang được phát triển bởi công ty khởi nghiệp QuantumScape. Theo kết quả thử nghiệm ban đầu, ắc quy có thể tăng phạm vi hoạt động của EV lên 80% và có thể được sạc lại nhanh chóng. Công ty khởi nghiệp này đã có một thương vụ với VW, cho biết họ sẽ bán xe điện với loại ắc quy mới vào năm 2025.

Ắc quy vẫn dưới dạng một mẫu thử nghiệm nhỏ hơn nhiều so với ắc quy cần cho ô tô. Nhưng nếu QuantumScape và những công ty đang nghiên cứu ắc quy lithium-kim loại thành công, thì sẽ giúp cho xe điện trở nên hấp dẫn đối với hàng triệu người tiêu dùng.

Ủy thác dữ liệu

Các công ty công nghệ đã chứng tỏ rất kém cỏi trong việc quản lý dữ liệu cá nhân. Thông tin của chúng ta đã bị rò rỉ, bị tấn công và bị bán đi bán lại nhiều lần. Vấn đề có thể không phải ở phía chúng ta mà là với mô hình bảo mật mà chúng ta đã tuân thủ từ lâu - một mô hình mà chúng ta, với tư cách cá nhân, chịu trách nhiệm chính trong việc quản lý và bảo vệ quyền riêng tư của chính mình.



Ủy thác dữ liệu mang lại một phương thức thay thế khác mà một số chính phủ đang bắt đầu khám phá. Tín thác dữ liệu là một tổ chức hợp pháp thay mặt thu thập và quản lý dữ liệu cá nhân của con

người. Mặc dù cơ cấu và chức năng của những tổ chức ủy thác này còn đang được định hình và vẫn còn nhiều vấn đề, nhưng ủy thác dữ liệu rất đáng chú ý vì cung cấp giải pháp tiềm năng cho các vấn đề về quyền riêng tư và bảo mật lâu nay.

Hydro xanh

Hydro luôn là một chất thay thế hấp dẫn tiềm năng cho nhiên liệu hóa thạch. Nó cháy sạch, không thải ra carbon dioxide; nó giàu năng lượng, vì vậy là một cách tốt để lưu trữ năng lượng từ các nguồn tái tạo vốn phạm phù; và bạn có thể tạo ra nhiên liệu tổng hợp lỏng để thay thế cho xăng hoặc dầu diesel. Nhưng hầu hết hydro cho đến nay được tạo ra từ khí tự nhiên; quá trình này bản và tốn nhiều năng lượng.

Chi phí năng lượng mặt trời và năng lượng gió giảm nhanh chóng có nghĩa là hydro xanh hiện đã đủ rẻ để trở nên thực tế về mặt thương mại. Chỉ cần xử lý nước với điện và bạn đã có hydro. Châu Âu đang dẫn đầu, bắt đầu xây dựng cơ sở hạ tầng cần thiết.

Theo dõi tiếp xúc kỹ thuật số

Khi virus corona bắt đầu lây lan khắp thế giới, ban đầu có cảm giác là theo dõi liên hệ kỹ thuật số có thể giúp ích cho chúng ta. Các ứng dụng điện thoại thông minh có thể sử dụng GPS hoặc Bluetooth để tạo nhật ký về những người đã tiếp xúc gần đây. Nếu một trong số họ sau đó có kết quả xét nghiệm dương tính với covid, người đó có thể nhập kết quả vào ứng dụng và nó sẽ cảnh báo những người khác có thể đã tiếp xúc.

Nhưng theo dõi tiếp xúc kỹ thuật số phần lớn không tạo ra nhiều tác động đến sự lây lan của virus. Apple và Google đã nhanh chóng đưa ra các tính năng như thông báo phơi nhiễm cho nhiều điện thoại thông minh, nhưng các quan chức y tế công đã phải vật lộn để thuyết phục người dân sử dụng chúng. Những bài học mà chúng ta học được từ đại dịch này không chỉ giúp chúng ta chuẩn bị cho đại dịch

tiếp theo mà còn có thể chuyển sang các lĩnh vực chăm sóc sức khỏe khác.

Định vị siêu chính xác

Tất cả chúng ta đều sử dụng GPS mỗi ngày; nó đã làm thay đổi cuộc sống của con người và nhiều doanh nghiệp. Tuy nhiên, mặc dù GPS ngày nay có độ chính xác trong vòng 5 đến 10 mét, nhưng các công nghệ định vị siêu chính xác mới có độ chính xác trong vòng vài cm hoặc mm. Điều đó mở ra những khả năng mới, từ cảnh báo sạt lở đất đến robot giao hàng và ô tô tự lái có thể định vị đường phố một cách an toàn.

Hệ thống định vị toàn cầu BeiDou (Bắc Đẩu) của Trung Quốc đã được hoàn thành vào tháng 6 năm 2020 và là một thành phần giúp tất cả điều này trở nên khả thi. Nó cung cấp độ chính xác định vị từ 1,5 đến 2 mét cho bất kỳ ai trên thế giới. Sử dụng phương pháp gia tăng trên mặt đất, nó có thể đạt được độ chính xác đến từng milimet. Trong khi đó, GPS, ra đời từ đầu những năm 1990, đang được nâng cấp: bốn vệ tinh mới cho GPS III được phóng vào tháng 11 và nhiều hơn thế nữa dự kiến sẽ lên quỹ đạo vào năm 2023.

Dịch vụ từ xa

Đại dịch covid đã buộc thế giới phải "từ xa". Nhận thức được sự thay đổi đó là đặc biệt quan trọng đối với lĩnh vực y tế và giáo dục. Một số nơi trên thế giới đã thực hiện tốt trong việc đưa các dịch vụ từ xa vào hai lĩnh vực này để phục vụ tốt cho người dân.

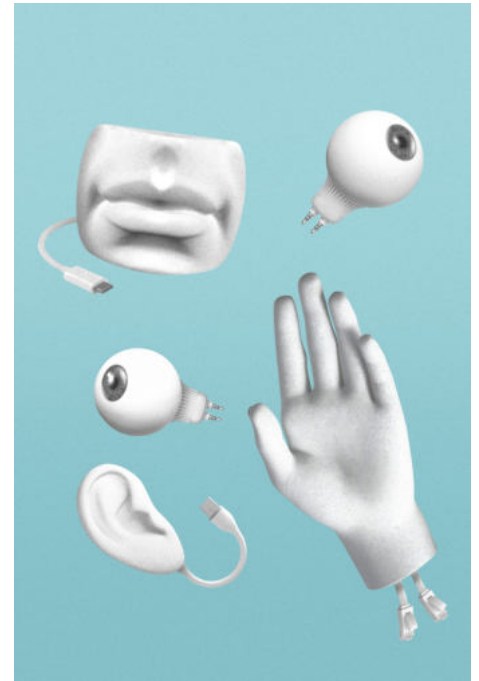
Snapask, một công ty dạy kèm trực tuyến, có hơn 3,5 triệu người dùng ở 9 quốc gia châu Á và Byju's, một ứng dụng học tập có trụ sở tại Ấn Độ, đã có số lượng người dùng tăng vọt lên gần 70 triệu. Trong khi đó, học sinh ở nhiều quốc gia khác vẫn còn lúng túng với các lớp học trực tuyến của họ.

Trong khi đó, các nỗ lực y tế từ xa ở Uganda và một số quốc gia châu Phi khác đã mở rộng lĩnh vực

chăm sóc sức khỏe cho hàng triệu người trong thời kỳ đại dịch. Ở nơi trên thế giới với tình trạng thiếu bác sĩ triển miên, việc chăm sóc sức khỏe từ xa đã là một cứu cánh.

AI đa kỹ năng

Bất chấp tiến bộ vượt bậc của trí tuệ nhân tạo trong những năm gần đây, AI và robot vẫn còn khá "ngu" về nhiều mặt, đặc biệt là khi giải quyết các vấn đề mới hoặc định vị các môi trường không quen thuộc. Chúng thiếu năng lực



của con người, có ngay cả ở trẻ nhỏ, để học cách thế giới vận hành và áp dụng kiến thức chung đó vào các tình huống mới.

Một cách tiếp cận đầy hứa hẹn để cải thiện các kỹ năng của AI là mở rộng các giác quan của nó; Hiện tại AI với thị giác máy tính hoặc nhận dạng âm thanh có thể cảm nhận mọi thứ nhưng không thể "nói" về những gì nó nhìn và nghe bằng các thuật toán ngôn ngữ tự nhiên. Nhưng điều gì sẽ xảy ra nếu bạn kết hợp những năng lực này vào trong một hệ thống AI duy nhất? Liệu các hệ thống này có thể bắt đầu đạt được trí thông minh giống như con người không? Một robot có thể nhìn, cảm nhận, nghe và giao tiếp sẽ có thể trở thành một trợ lý hiệu quả hơn của con người không?

Phương Anh (MIT Technology review, 24/2/2021)



DOANH NGHIỆP HỆ SINH THÁI Ở VIỆT NAM

Tập trung vào gắn kết khách hàng, nhân tài và phân tích dữ liệu có thể mở ra thành công trong nền kinh tế hệ sinh thái mới nổi của đất nước

Năm 2014, VNG trở thành doanh nghiệp kỳ lân đầu tiên của Việt Nam. Mặc dù có xuất phát điểm là một công ty nhượng quyền kinh doanh trò chơi, ngày nay, VNG được biết đến nhiều nhất với ứng dụng nhắn tin Zalo và các khoản đầu tư khác nhau vào thương mại điện tử (Tiki), trò chơi, hay thanh toán (ZaloPay). VNG không phải là doanh nghiệp chỉ tập trung vào một lĩnh vực đơn lẻ mà cung cấp một số lượng đáng kể các dịch vụ trực tuyến không thể hoạt động giới hạn trong một ngành. Tuy nhiên, các dịch vụ này chia sẻ chi phí thu hút khách hàng (customer-acquisition costs - CAC) và cung cấp cho người dùng VNG nhiều nền tảng để họ có thể dành thời gian và tiền bạc. Các công ty như VNG, bao

gồm Grab, SEA và One Mount Group, bây giờ thường được gọi là doanh nghiệp hệ sinh thái (ecosystem players).

Không còn được coi là nhân vật ngoài lề, các doanh nghiệp hệ sinh thái hiểu rằng họ không thể được định nghĩa hay bị giới hạn bởi một ngành duy nhất. Khi ranh giới giữa các lĩnh vực tiếp tục xóa nhòa, các CEO cuối cùng sẽ phải đối mặt với các công ty và ngành khác mà họ chưa từng xem là đối thủ trước đây. Trong thập kỷ tới, nhiều công ty có thể sẽ phải đánh giá mô hình kinh doanh của họ không phải dựa trên thành công của họ khi so sánh với các công ty cùng ngành truyền thống mà dựa trên thành công khi cạnh tranh trong các hệ sinh thái (gồm

nhiều doanh nghiệp thuộc các lĩnh vực khác nhau) đang phát triển nhanh chóng.

Nền kinh tế hệ sinh thái sẽ làm thay đổi diện mạo Việt Nam như thế nào?

Hệ sinh thái biến sự kết hợp tương chùng như không thể giữa các thuộc tính thành các kết quả có thể tạo ra. Hãy nghĩ tới một doanh nghiệp hệ sinh thái là doanh nghiệp cung cấp lượng hàng tồn kho lớn nhất, trong thời gian vận chuyển nhanh nhất, đem lại trải nghiệm khách hàng tốt nhất với chi phí thấp. Trước đây, các doanh nghiệp phải đứng trước sự lựa chọn giữa sản phẩm đắt tiền với dịch vụ chất

lượng cao hơn và lượng hàng tồn kho lớn hơn; hoặc lựa chọn giữa các sản phẩm rẻ hơn với mức độ dịch vụ thấp hơn và lượng hàng tồn kho ít hơn.

Tại Việt Nam, khi cuộc chiến sắp sửa diễn ra, ngày càng có nhiều ngành tiếp tục hội tụ lại với nhau thành các liên kết mới hơn, rộng hơn và năng động hơn để hình thành các hệ sinh thái số - một tập hợp các dịch vụ có mối liên kết với nhau dành cho khách hàng nhằm đem lại một trải nghiệm tích hợp. Hiện có nhiều hệ sinh thái cùng tồn tại trong các lĩnh vực như bán lẻ, truyền thông, viễn thông, dịch vụ tài chính và vận tải (Bảng 1). Hơn nữa, các

Bảng 1. Tại Việt Nam, hiện có nhiều hệ sinh thái cùng tồn tại trong 5 lĩnh vực khác

	1 Vận tải		2 Truyền thông		3 Bán lẻ	4 Viễn thông		5 Tài chính	
	Grab	Sovico group	Sea group	VNG	Vinshop	FPT	Viettel	VPBank	MoMo
Bán lẻ offline					X	X	X		
TMĐT			X	X		X			
Chương trình khách hàng trung thành	X	X			X		X		X
Dịch vụ tài chính	X	X	X	X	X	X	X	X	X
B2C logistics		X			X				
B2C logistics (giao chặng cuối)	X	X	X				X		
Vận tải	X	X						X	
Mạng xã hội hoặc công cụ tìm kiếm				X			X		
Giải trí/nội dung số			X	X		X	X		
Thiết bị thông minh hoặc IoT						X	X		
Chăm sóc sức khỏe									
Môi giới nhà ở					X				
Viễn thông						X	X		
Quảng cáo hiện thị số	X			X	X				

Nguồn: HIS World Industry Service; Phân tích của McKinsey

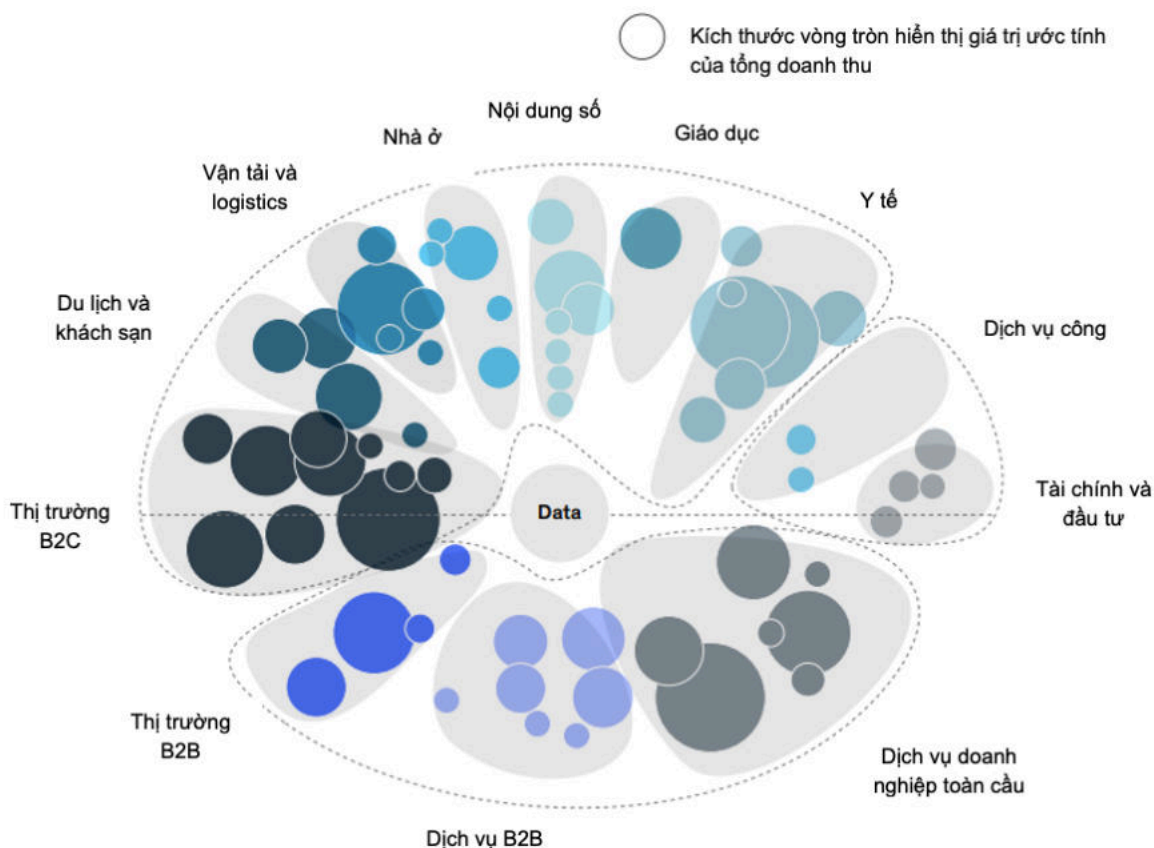
hệ sinh thái này đang mở rộng quy mô nhanh chóng tại Việt Nam, với hàng triệu người dùng gắn bó trên nhiều nền tảng khác nhau.

Phân tích của McKinsey về các xu hướng, quỹ đạo kinh tế và khuôn khổ quy định hiện tại cho thấy đến năm 2025 sẽ nổi lên 12 hệ sinh thái lớn trong các dịch vụ bán lẻ và tổ chức tại Việt Nam với tổng doanh thu khoảng 2.400 nghìn tỷ đồng (tương đương 100 tỷ USD). Trong 12 hệ sinh thái này, McKinsey ước tính rằng nền tảng thị trường B2C và B2B sẽ là hai nhân tố đóng góp doanh thu lớn nhất (Hình 1).

Các yếu tố sau sẽ thúc đẩy sự tăng trưởng này:

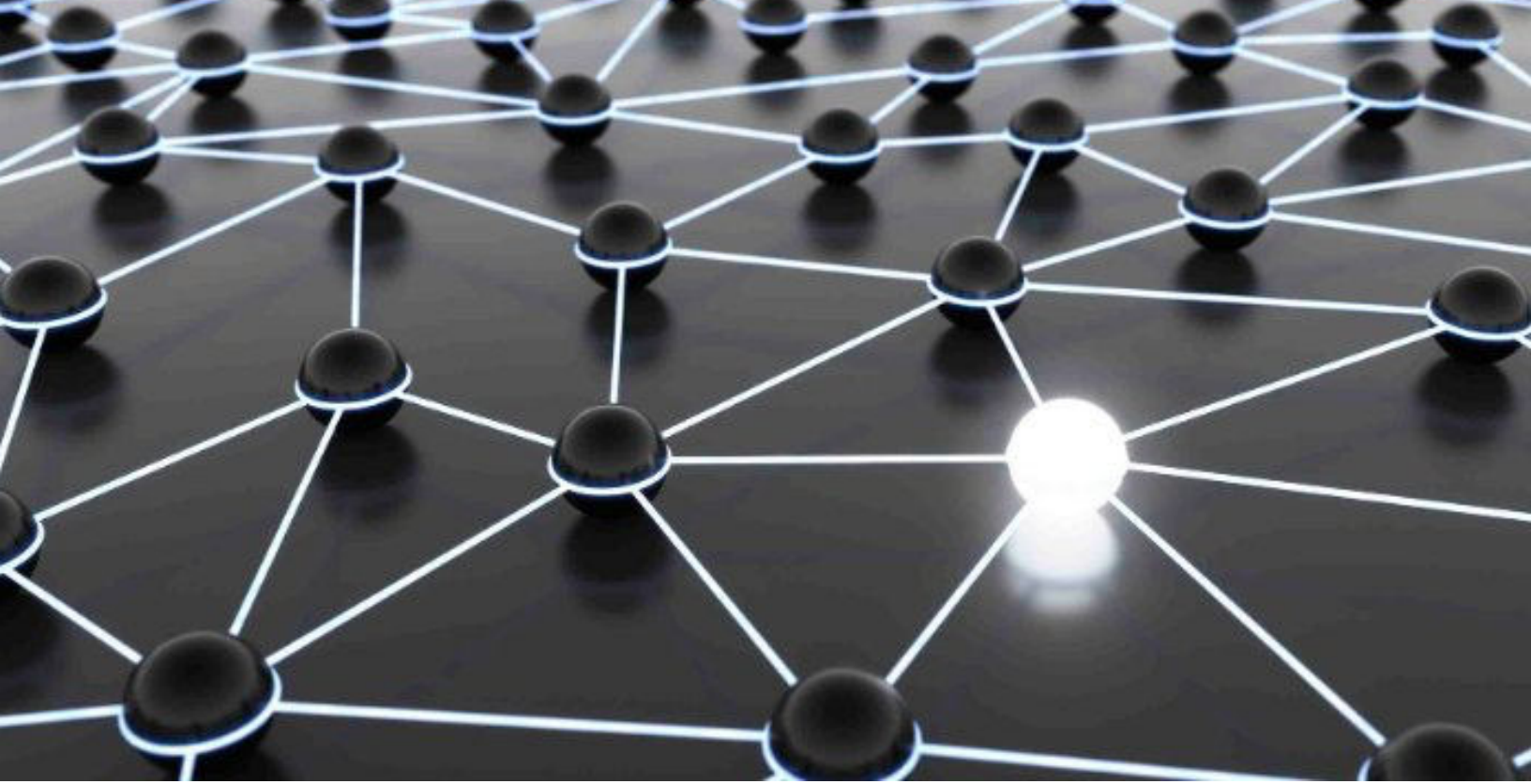
- Hệ sinh thái giúp giảm chi phí thu hút khách hàng. Các hệ sinh thái cho phép tự động hóa trên quy mô lớn và tích hợp các lộ trình mua hàng, tạo điều kiện để khách hàng tiếp cận nhiều sản phẩm và dịch vụ trên một nền tảng duy nhất. Việc hợp nhất các kênh này giúp giảm chi phí thu hút khách hàng. Ví dụ trong ngành ngân hàng, các hệ sinh thái có thể giúp tiết kiệm khoảng 10 đến 20% chi phí thu hút khách hàng.

- Các hệ sinh thái tạo ra giá trị cho doanh nghiệp và khách hàng thông qua phân tích dữ liệu. Các hệ



Hình 1. Tổng doanh thu của hệ sinh thái trên nền tảng số có thể hợp nhất đạt 2.400 nghìn tỷ đồng vào năm 2025.

Ghi chú: Ước tính tổng doanh thu năm 2025 (Các giao dịch trên nền tảng số là giao dịch có một bước mua bán được thực hiện trực tuyến) = 100 tỷ USD (2.400 nghìn tỷ đồng) (Tăng gấp đôi giá trị so với năm 2020)



sinh thái cho phép các công ty xây dựng kiến thức am tường từ nhiều loại dữ liệu và tận dụng tối đa các thông tin này. Các doanh nghiệp hàng đầu thuộc nhiều lĩnh vực đang bổ sung thêm các dịch vụ mới vào danh mục hiện có, phát triển các mô hình kinh doanh mới và thậm chí bán trực tiếp các sản phẩm hoặc tiện ích dựa trên dữ liệu. Ví dụ như, các doanh nghiệp tiếp cận nguồn dữ liệu sẽ có cái nhìn rõ hơn về khả năng tài chính và thị hiếu của khách hàng. Sự am hiểu này giúp chỉ ra những đối tượng khách hàng chưa được phục vụ và cũng như cơ hội bán chéo (crossselling) và cơ hội tạo ra giá trị đáng kể.

- Các hệ sinh thái củng cố mối quan hệ với khách hàng và tăng cường giữ chân khách hàng. Một trong những lợi điểm của một hệ sinh thái là nó thay đổi cách các công ty tương tác với khách hàng. Chẳng hạn như doanh nghiệp có thể tạo ra các điểm tiếp xúc (touchpoints) hàng ngày, điều chỉnh các dịch vụ sản phẩm mới đáp ứng nhu cầu của khách hàng và giảm chi phí giao dịch, từ đó hạn chế tỷ lệ mất khách hàng và khách hàng rời đi.

- Các hệ sinh thái giúp tăng định giá và giúp duy trì năng lực cạnh tranh. Ưu điểm khác của hệ sinh thái là khả năng thu hút đầu tư từ thị trường vốn. Do các doanh nghiệp trong hệ sinh thái thường được định giá dựa trên các chỉ số như tương tác với người dùng và doanh thu nên họ có thể được định giá cao ngay cả khi các chỉ số định giá truyền thống (Thu nhập trước lãi và thuế - EBIT và thu nhập trước lãi, thuế và khấu hao - EBITDA) vẫn thấp. Các tình huống trong đó giá trị trọn đời của khách hàng cao hơn chi phí thu hút thường mở ra cơ hội định giá cao dựa trên mức độ gắn kết người dùng thay vì chỉ dựa trên lợi nhuận. Mặc dù gần đây các dự án kinh doanh mới bị thúc ép phải sinh lời sớm, nhiều dự án trong số đó vẫn được định giá cao trong nhiều năm trước khi có lãi.

Cơ sở hình thành nên một hệ sinh thái

Ngoài các doanh nghiệp thuần số, các công ty lâu đời tại Việt Nam cũng đang phá vỡ cấu trúc hiện thời và tiến vào đấu trường với tư cách là những doanh nghiệp hệ sinh thái. Trong năm 2019, ba trong

số bảy doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam; Masan Group, Techcombank và VinGroup đã thành lập One Mount Group nhằm dựng lên hệ sinh thái lớn nhất đất nước. Thay vì cạnh tranh trong lĩnh vực thương mại điện tử vốn đã đông đúc, đơn vị mới thành lập của One Mount Group, VinShop, nắm bắt giá trị trong thị trường B2B2C bằng cách giải quyết tình trạng thiếu hiệu quả trong chuỗi cung ứng. VinShop mang lại cho hàng nghìn chủ cửa hiệu truyền thống một nền tảng kỹ thuật số để họ có thể đặt hàng tiêu dùng nhanh từ các nhà cung cấp và đại lý. Hệ sinh thái này sau đó được hưởng lợi từ các tài sản sẵn có và hoạt động đa ngành của các công ty sáng lập, tạo tiềm năng mở rộng quy mô nhanh hơn so với các doanh nghiệp thuần số.



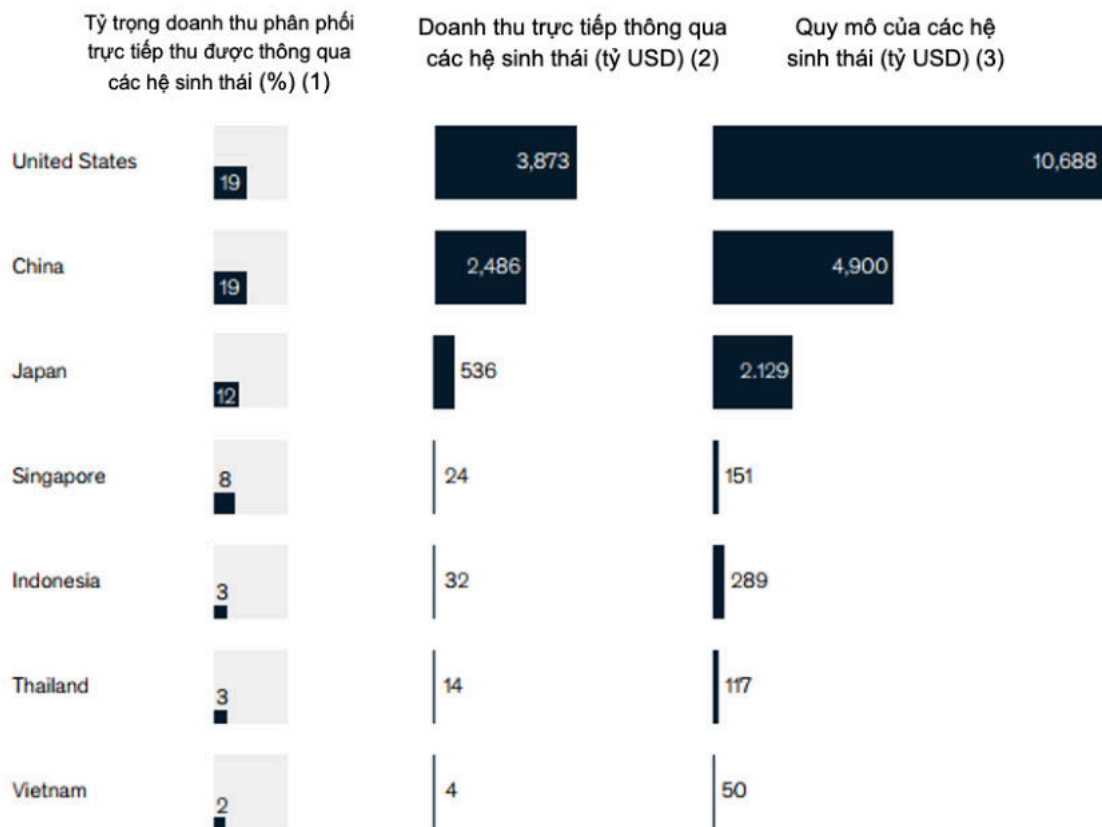
Doanh nghiệp viễn thông Viettel, trong khi đó, đã bắt đầu phát triển các hệ sinh thái nội bộ phục vụ doanh nghiệp nhà nước và tư nhân. Với khả năng tiếp cận các khách hàng doanh nghiệp lớn và đội ngũ kỹ sư tài năng tại Việt Nam, công ty đang tìm cách thu hút khách hàng mới bằng các sản phẩm cốt lõi của mình: giải pháp kinh doanh và phần mềm CNTT. Đồng thời, Viettel tìm cách bán chéo các sản phẩm mới hiện không phải là sản phẩm cốt lõi như bộ giải pháp bảo mật, mạng đám mây và Internet vạn vật. Các dự án đầu tư khác nhau vào các ứng dụng tương tác trực tiếp với người tiêu dùng trong

thanh toán, khách hàng thân thiết và hậu cần có thể mở ra cho Viettel một con đường mới, khai thác cơ sở khách hàng lớn nhằm mở rộng phạm vi cung cấp các sản phẩm B2C.

Mở rộng quy mô và bước ra khỏi giai đoạn non trẻ

Mặc dù có những dấu hiệu phát triển tích cực trên, hầu hết các hệ sinh thái số ở Việt Nam hiện vẫn còn non trẻ. Hiện tổng quy mô của tất cả các hệ sinh thái số tại Việt Nam - được định nghĩa là quy mô của các giao dịch trên nền tảng số trong đó ít nhất một bước trong quyết định mua hàng được thực hiện trực tuyến, ngay cả khi giao dịch cuối cùng là ngoại tuyến - bằng khoảng một phần trăm quy mô của các hệ sinh thái tại Trung Quốc (Việt Nam là 50 tỷ USD so với 4.900 tỷ USD tại Trung Quốc) và tỷ trọng doanh thu trực tiếp thông qua các hệ sinh thái của Việt Nam thấp hơn đáng kể (4 tỷ USD) so với Trung Quốc (2.486 tỷ USD), vào khoảng 0.16%. Ngoài ra, trong khi ở Trung Quốc hay Hoa Kỳ, khoảng 19% doanh thu phân phối trong nền kinh tế (bao gồm giá trị gia tăng của doanh thu đến từ việc bán và phân phối hàng hóa và dịch vụ) trực tiếp thông qua các hệ sinh thái số, con số này ở Việt Nam chỉ là 2% (Hình 2).

Điều quan trọng ở đây là thị trường ở Việt Nam vẫn còn phân tán, thể hiện qua sự có mặt của hơn 30 ví điện tử trên thị trường, và vẫn chưa biết rõ ai sẽ trở thành công ty tổng hợp hàng đầu trong nước. Trong một thời gian dài, nhiều công ty Việt Nam cố gắng sao chép các mô hình đã được kiểm chứng từ Trung Quốc như Alibaba và Tencent; tuy nhiên, vì môi trường thị trường tại Việt Nam phân tán hơn, mức độ thâm nhập kỹ thuật số thấp hơn, và sức mua của người tiêu dùng yếu hơn, sự xuất hiện của hai hoặc ba hệ sinh thái hàng đầu có thể sẽ mất nhiều thời gian hơn vì phải đối mặt với nhiều thách thức hơn.



Hình 2. Hiện quy mô của nền kinh tế hệ sinh thái tại Việt Nam vẫn thấp hơn so với các nền kinh tế có mức độ số hóa cao hơn

Ghi chú:

(1) Doanh thu phân phối tương ứng với giá trị gia tăng của bất kỳ hoạt động bán nào không đến từ việc sản xuất hàng hóa và dịch vụ mà là từ việc bán và phân phối - đại diện cho phần “có thể giải quyết được” của nền kinh tế của một quốc gia đối với hệ sinh thái. Tính tỷ lệ này bằng cách lấy doanh thu hệ sinh thái trực tiếp chia cho tổng doanh thu phân phối.

(2) Tương ứng với doanh thu trực tiếp thông qua các hệ sinh thái.

(3) Tương ứng với doanh thu được tạo ra với ít nhất một bước trong quyết định mua hàng được thực hiện trên hệ sinh thái số, ngay cả khi giao dịch cuối cùng diễn ra ngoại tuyến

Câu hỏi thực sự đặt ra cho các doanh nghiệp hệ sinh thái là làm thế nào họ có thể đổi mới và thành công trong môi trường này. Vấn đề sự xuất hiện của các hệ sinh thái thường xoay quanh thương mại điện tử, truyền thông xã hội hoặc thanh toán và dịch vụ tài chính. Tuy nhiên, tại Việt Nam, để kiến tạo các hệ sinh thái hàng đầu có thể đòi hỏi những nỗ lực đặc biệt, chẳng hạn như đầu tư tập trung để hợp nhất tất cả các lĩnh vực này để đảm bảo thành công lâu dài.

Một câu hỏi khác liên quan đến lợi nhuận. Con số định giá đã tới Việt Nam và chi phí thu hút khách hàng khá cao với nhiều công ty tích cực đầu tư vào việc thu hút người dùng và huy động thêm tài chính. Nhiều doanh nghiệp mà chúng ta thấy trên thị trường hiện nay sẽ gặp khó khăn trong việc biến mô hình kinh doanh của họ thành các dự án kinh doanh sinh lời.

Nguyễn Lê Hằng (McKinsey, 12/2020)