

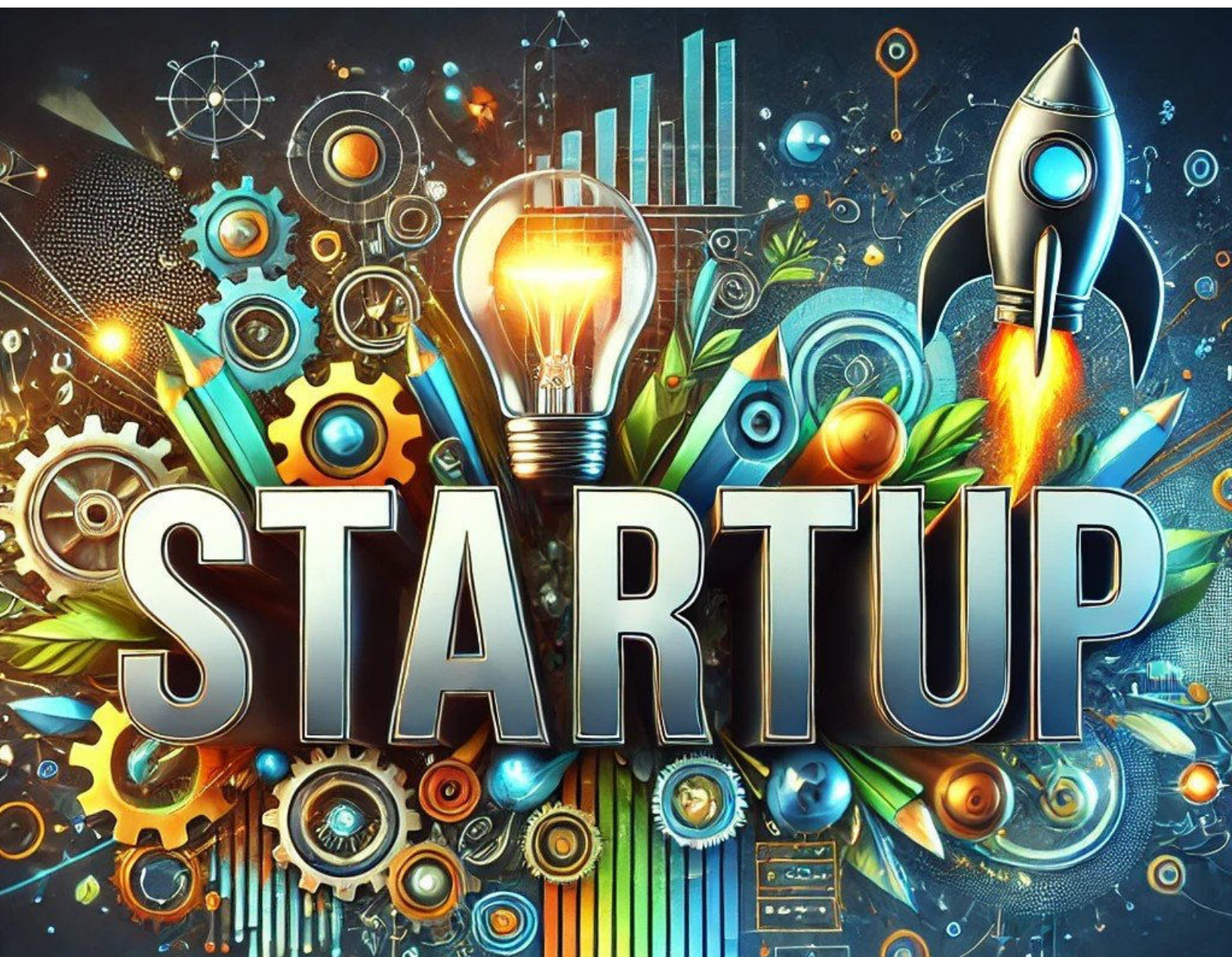
BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA



BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

Số 10.2025



TIN TỨC SỰ KIỆN

01 Cần có cơ chế đột phá cho khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo

02 Những chặng đường phát triển của Hệ sinh thái khởi nghiệp Bách khoa Hà Nội

03 Khởi động Cuộc thi sinh viên khởi nghiệp sáng tạo Startup Runway - 2025

04 Khởi nghiệp và kinh doanh số dành cho giới trẻ

KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

05 Tiến sĩ Việt khởi nghiệp thành công ở Mỹ trong lĩnh vực AI

06 Lên kế hoạch chiến lược thoái vốn cho doanh nghiệp khởi nghiệp

XU HƯỚNG CÔNG NGHỆ

07 Một số ứng dụng tiềm năng của AI trong lĩnh vực bán lẻ



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Tel: (024) 38262718



CẦN CÓ CƠ CHẾ ĐỘT PHÁ CHO KHỞI NGHIỆP, ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Bộ Tài chính đang hoàn thiện Dự thảo Nghị định thay thế Nghị định số 94/2020/NĐ-CP của Chính phủ quy định cơ chế, chính sách ưu đãi đối với Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia (NIC), trong đó tiếp tục đề xuất cơ chế, chính sách vượt trội cho NIC, góp phần kiến tạo hệ sinh thái hoàn chỉnh hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo (KNĐMST).

Phó Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Chí Dũng nhấn mạnh, đây là việc cần phải làm ngay để góp phần khơi thông nguồn lực thúc đẩy KNĐMST. Phó Thủ tướng yêu cầu các đại biểu thảo luận tập trung vào ba nhóm vấn đề chính: xác định tên của Quỹ Đổi mới sáng tạo quốc gia; nguồn hỗ trợ, tài trợ từ bên ngoài cho NIC có thuộc ngân sách Nhà nước hay không và cơ chế pháp lý liên quan; ưu đãi liên quan đất đai đối với NIC.

Với sứ mệnh tiên phong, mở đường, trong 5 năm qua, NIC đã triển khai nhiều hoạt động và được ghi nhận, đánh giá là có hệ sinh thái đổi mới sáng tạo (ĐMST) tốt nhất cả nước với sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp, trường đại học, các tổ chức hỗ trợ ĐMST, các doanh nghiệp khởi nghiệp từ các quốc gia phát triển, bước đầu tạo lập, dẫn dắt và kết nối hoạt động ĐMST trong các ngành, địa phương và doanh nghiệp. Tuy nhiên, trong thực tiễn hoạt động

đã phát sinh một số khó khăn, vướng mắc, đòi hỏi phải nghiên cứu, xây dựng nghị định thay thế Nghị định số 94/2020/NĐ-CP (gọi tắt ND94).

Theo Bộ Tài chính, trước hết, tư tưởng, quan điểm về khoa học công nghệ (KHCN), ĐMST và chuyển đổi số quốc gia đã được các cấp khẳng định là đột phá quan trọng hàng đầu. Nhiều quy định của pháp luật thời gian qua đã được sửa đổi nhằm phù hợp với yêu cầu phát triển.

Thứ trưởng Bộ Tài chính Nguyễn Đức Tâm cho biết, dự thảo Nghị định đã được nghiên cứu, xây dựng để hoàn thiện cơ sở pháp lý cho việc áp dụng các cơ chế chính sách ưu đãi, thuận lợi trong khuôn khổ pháp luật hiện hành để NIC phát huy được vai trò trong hệ sinh thái ĐMST và khởi nghiệp. Đồng thời, thực hiện được các nhiệm vụ thu hút trí thức, chuyên gia trong và ngoài nước, các tập đoàn, doanh nghiệp công nghệ lớn từ các nước có trình độ công nghệ phát triển, đóng góp tích cực vào việc chuyển đổi mô hình tăng trưởng, nâng cao năng suất và năng lực cạnh tranh quốc gia trong dài hạn.

NIC là mô hình mới, được hình thành không vì mục tiêu lợi nhuận, không sử dụng ngân sách nhà nước, đồng thời, là đơn vị sự nghiệp công lập tự chủ 100% cả về đầu tư và chi thường xuyên. Trong nhiều năm qua, NIC đã hoạt động tương đối hiệu quả, góp phần tạo động lực cho phát triển khoa học và công nghệ của đất nước. Là đơn vị sự nghiệp công lập tự chủ chi đầu tư và chi thường xuyên trong lĩnh vực kinh tế, cung cấp các dịch vụ có thu là tất yếu nhằm bù đắp chi phí và có tích lũy hợp lý. Tuy nhiên, do chưa có quy định rõ ràng về các dịch vụ sự nghiệp công trong lĩnh vực kinh tế, thúc đẩy ĐMST, khởi nghiệp, trong quá trình hoạt động, NIC chưa đủ căn cứ pháp lý và cơ chế thuận lợi để cung cấp một số dịch vụ, trong đó có vấn đề nguồn lực cho khởi nghiệp sáng tạo (KNST). Hiện nay, việc tiếp nhận và sử dụng các khoản vốn hỗ trợ phát triển chính thức,

vốn vay ưu đãi, viện trợ, tài trợ đang gặp nhiều khó khăn, tốn nhiều thời gian do quy định hiện hành còn phức tạp, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển.

Trong quá trình hỗ trợ hệ sinh thái ĐMST, khởi nghiệp, việc hỗ trợ tài chính, vốn là một trong những yếu tố then chốt, góp phần vào sự thành công của các doanh nghiệp khởi nghiệp. Ở nước ta, hiện đã có một số quỹ hỗ trợ vốn cho KHCN, ĐMST, khởi nghiệp, nhưng do quỹ hình thành từ ngân sách nhà nước nên cơ chế sử dụng còn phức tạp, chưa phù hợp với cách thức hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp. Hiện chưa có cơ chế, chính sách đủ mạnh cho NIC huy động các nguồn lực ngoài ngân sách để hỗ trợ vốn cho doanh nghiệp KNST...

Thứ trưởng Bộ Tài chính Nguyễn Đức Tâm cho biết, Dự thảo Nghị định thay thế ND94 kế thừa, bổ sung các cơ chế, chính sách ưu đãi chung của ND94 đối với NIC và các tổ chức, cá nhân hoạt động tại NIC nhằm đưa Trung tâm thực sự trở thành “đầu tàu”, khuyến khích, lan tỏa ĐMST Việt Nam.

Cụ thể, Dự thảo Nghị định bỏ các quy định về thị thực và điều chỉnh, cập nhật quy định ưu đãi về giấy phép lao động cho người nước ngoài làm việc tại NIC phù hợp với quy định hiện hành. Bên cạnh đó, Dự thảo Nghị định kế thừa quy định về ưu đãi vay tín dụng đối với dự án đầu tư của cá nhân KNST, doanh nghiệp KNST tại NIC và dự án đầu tư của NIC thuộc danh mục các dự án được vay vốn tín dụng đầu tư của Nhà nước...

Đặc biệt, Điều 8 Dự thảo bổ sung quy định về quyền, cơ chế, trình tự, thủ tục tiếp nhận, sử dụng khoản viện trợ, tài trợ trong nước để bảo đảm căn cứ pháp lý rõ ràng, thuận lợi, công khai, minh bạch và đơn giản hoá trình tự, thủ tục tiếp nhận, sử dụng khoản viện trợ, tài trợ của các tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước phục vụ ĐMST, khởi nghiệp.

Với cá nhân, tổ chức hoạt động tại NIC, Dự thảo Nghị định cơ bản giữ các quy định tại ND94 để bảo



đảm sự thống nhất, đồng bộ về cơ chế, chính sách ưu đãi chung cho doanh nghiệp, dự án đầu tư được ban hành gần đây; bổ sung cơ chế cho NIC được thành lập Quỹ ĐMST quốc gia nhằm bổ sung nguồn lực đầu tư và hỗ trợ doanh nghiệp KNST.

Nhiều chuyên gia cho rằng, Dự thảo Nghị định cần có những chính sách, cơ chế vượt trội cho NIC phát huy hơn nữa vai trò khuyến khích doanh nghiệp KNST. Chuyên gia lưu ý, với quan điểm thúc đẩy NIC phát triển, cơ chế phải thực sự thuận lợi, thông thoáng, phù hợp.

TS. Nguyễn Quang Phước, Chủ tịch Mạng lưới ĐMST Việt Nam tại Hàn Quốc nhìn nhận, KNST ở Việt Nam có nhiều tín hiệu tích cực và tiềm năng lớn để phát triển. Do đó, việc tiếp tục hoàn thiện khung khổ pháp lý cho NIC vươn lên là rất cần thiết, trong đó, cần có những cơ chế, chính sách ưu đãi vượt trội nhằm giúp NIC thu hút nguồn lực, tạo môi trường thuận lợi để cộng đồng khởi nghiệp phát triển mạnh mẽ.

Về vấn đề này, Phó Thủ tướng Nguyễn Chí Dũng chỉ đạo, tinh thần xuyên suốt khi xây dựng Dự thảo là phải bám sát chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển KHCN, ĐMST và chuyển đổi

số quốc gia nhằm tháo gỡ rào cản, vướng mắc, tạo cơ chế, chính sách vượt trội, góp phần khuyến khích, lan tỏa tinh thần KNĐMST Việt Nam.

Phó Chủ nhiệm Văn phòng Chính phủ Phạm Mạnh Cường cho biết Văn phòng Chính phủ nhất trí với tiếp thu, giải trình của Bộ Tài chính và ủng hộ giữ tên gọi Quỹ ĐMST quốc gia.

Văn phòng Chính phủ đề xuất áp dụng cơ sở pháp lý hiện có, kết hợp với hoàn thiện quy định liên quan để giải quyết vấn đề miễn, giảm tiền sử dụng đất, thuê đất đối với NIC.

Phó Thủ tướng Nguyễn Chí Dũng đánh giá cao sự đóng góp của các cơ quan trong quá trình xây dựng Dự thảo Nghị định thay thế Nghị định số 94/2020/NĐ-CP ngày 21/8/2020 của Chính phủ. Dự thảo được xây dựng trên cơ sở Nghị quyết 57-NQ/TW nhằm tháo gỡ mọi rào cản, vướng mắc, tạo cơ chế, chính sách vượt trội, đặc thù, đặc biệt nhằm thúc đẩy và khuyến khích khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Cơ bản nhất trí với báo cáo, giải trình của Bộ Tài chính, Phó Thủ tướng Nguyễn Chí Dũng đề nghị Bộ Tài chính tiếp tục chỉnh sửa, hoàn thiện dự thảo dựa trên ý kiến đóng góp của các Bộ./.



NHỮNG CHẶNG ĐƯỜNG PHÁT TRIỂN CỦA HỆ SINH THÁI KHỞI NGHIỆP BÁCH KHOA HÀ NỘI

Đại học Bách khoa Hà Nội đã có nhiều năm kinh nghiệm trong hoạt động phát triển hệ sinh thái khởi nghiệp gắn liền với thực tiễn, là nền tảng bền vững cho giảng viên khởi nguồn và sinh viên tự tin khởi nghiệp. Hệ sinh thái đã hỗ trợ toàn diện từ ý tưởng đến thương mại hóa sản phẩm, trên cơ sở hạ tầng lab hiện đại và môi trường sáng tạo, làm việc thực tế gắn với đào tạo, có các chương trình và cuộc thi khởi nghiệp, khuyến khích nghiên cứu khoa học và đổi mới sáng tạo (ĐMST), là điểm tựa vững chắc cho sinh viên khởi nghiệp.

Những khởi nguồn từ trên ghế giảng đường

Năng lực, ước mơ STEM từ những học sinh ưu tú nhất khi trở thành sinh viên Đại học Bách khoa Hà Nội là những hạt giống đầu tiên của hệ sinh thái ĐMST và khởi nghiệp. Các tân sinh viên được đánh thức bản thân thông qua học tập, nghiên cứu, vận dụng thực tế dưới sự tư vấn của thầy cô nhiều kinh nghiệm, sẽ định hướng tương lai của mình trở những kỹ sư thực chiến, những nhà khởi nghiệp sáng tạo, những chuyên gia tài giỏi hay những nhà khoa học hàng đầu. Cho dù là ai, các bạn đều sẽ là phiên bản tốt nhất của chính mình!

Trên cơ sở định hướng đó, các sinh viên sớm tham gia nhiều lab nghiên cứu hiện đại của Đại học Bách khoa Hà Nội và được giới thiệu thực tập tại các doanh nghiệp có tiếng trong và ngoài nước, cọ xát với thị trường công nghệ và công nghiệp. Các sản phẩm từ ý tưởng mới của sinh viên được thử thách qua các cuộc thi trong và ngoài nước, được Quỹ Đầu tư khởi nghiệp sáng tạo Bách khoa Hà Nội (BK Fund) hỗ trợ và kết nối các nhà đầu tư; tiếp tục được Công ty Đầu tư và Phát triển công nghệ Bách khoa Hà Nội (BK Holdings) chấp cánh từ nguồn vốn trong và ngoài nước và thương mại hóa sản phẩm.

Trong kỷ nguyên vươn mình của dân tộc Việt Nam, Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 của Bộ Chính trị là kim chỉ nam chiến lược trong định hướng khoa học, công nghệ, ĐMST và chuyển đổi số trở thành chiến lược nền tảng cho sự phát triển bền vững, hiện đại hoá đất nước và hội nhập quốc tế. Mọi cấp độ trong hệ sinh thái ĐMST, từ giảng viên khởi nguồn đến sinh viên khởi nghiệp của Đại học Bách khoa Hà Nội, đều không ngừng vươn lên, tạo ra tác động mạnh mẽ về hiệu quả và ứng dụng. Những hoạt động khởi nguồn, khởi nghiệp ở đại học giúp sinh viên cán đích thành công nhanh hơn, sớm hơn và tự chủ trong phát triển công nghệ, sản phẩm để đóng góp cho xã hội.

Bách khoa Hà Nội - Bộ phóng cho sinh viên khởi nghiệp

Cuối năm 2023, Đại học Bách khoa Hà Nội thành lập Trung tâm Sáng tạo Khởi nghiệp Sinh viên nhằm nuôi dưỡng văn hóa ĐMST, tinh thần khởi nghiệp, tạo môi trường để ý tưởng của sinh viên có thể phát triển và trở thành các giải pháp có giá trị thực tiễn.

Trong năm 2024, Trung tâm tổ chức các hội thảo, khóa học về các kỹ năng cần thiết cho khởi nghiệp như: Lập kế hoạch kinh doanh, quản trị tài chính, marketing, pitching... Trung tâm cũng phối hợp với các tổ chức, doanh nghiệp để mang đến những chương trình đào tạo chất lượng cao cho sinh viên.

Mới đây, Trung tâm phối hợp với BK-Holdings và Ban KH-CN tổ chức Hội thảo “Hệ sinh thái ĐMST và khởi nghiệp sinh viên Đại học Bách khoa Hà Nội” và chương trình ươm tạo khởi nghiệp cho 15 dự án, trong đó có 7 dự án của sinh viên.

Hai chương trình gọi vốn BK Startup Days (tháng 7 và tháng 10/2024) đã thu hút gần 30 doanh nghiệp, quỹ đầu tư. Kết quả, dự án Awake Driver của sinh viên đã thành lập công ty khởi nghiệp và gọi vốn thành công 600 triệu đồng, với 250 triệu được giải ngân trong năm 2024.

Tháng 5/2024, tại Đại học Bách khoa Hà Nội diễn ra chuỗi hoạt động Hội nghị Sinh viên nghiên cứu khoa học lần thứ 41 cùng Triển lãm sản phẩm Sinh viên nghiên cứu khoa học. Các đề tài nghiên cứu của sinh viên Bách khoa Hà Nội tại Hội nghị trải dài trên 6 lĩnh vực: Công nghệ dữ liệu và hệ thống thông minh; Năng lượng và môi trường bền vững; Vật liệu mới; Khoa học và Công nghệ sức khỏe; KHTN định hướng ứng dụng; KHXX và kinh tế; đặc biệt tập trung vào các đề tài: AI, Nhà máy thông minh và rô-bốt; Vật liệu bán dẫn và ứng dụng trong công nghiệp; Năng lượng, môi trường bền vững và công nghệ thiết bị y sinh. Với sự cải tiến toàn diện, Hội nghị đã thu hút gần 1.400 sinh viên tham gia với 438 công trình nghiên cứu, trong đó, 113 bài báo được công bố trên các tạp chí và hội nghị quốc tế uy tín; 7 đội nghiên cứu khoa học đạt giải cao tại cấp Bộ và còn nhiều chương trình khác cũng đã được tổ chức.

Những hoạt động này không chỉ khuyến khích khởi nghiệp sáng tạo trong cộng đồng sinh viên mà còn góp phần xây dựng năng lực nghiên cứu ứng dụng, thúc đẩy hợp tác doanh nghiệp và phát triển bền vững hệ sinh thái ĐMST.

Tính đến 12/2024, Đại học Bách khoa Hà Nội có 27 đơn đăng ký sáng chế, giải pháp hữu ích được chấp nhận và 20 đơn đã được cấp văn bằng. So với năm 2023, số đơn đăng ký sáng chế, giải pháp hữu ích được chấp nhận tăng 35% và số đơn được cấp tăng 5,3%.

Việc hình thành các Viện nghiên cứu trực thuộc Đại học nhằm phát triển sản phẩm công nghệ, hợp tác doanh nghiệp và nghiên cứu liên ngành đã được triển khai, hướng đến xây dựng các spin-off trong tương lai.

Vai trò tiên phong của Đại học Bách khoa Hà Nội trong xây dựng hệ sinh thái ĐMST và khởi nghiệp một lần nữa được khẳng định, đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước./.

KHỞI ĐỘNG CUỘC THI SINH VIÊN KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO STARTUP RUNWAY - 2025

Lễ Khởi động Cuộc thi Startup Runway - 2025, sân chơi học thuật đổi mới sáng tạo khởi nghiệp uy tín, tầm vóc khu vực và quốc gia, do Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng tổ chức thường niên từ năm 2016 đến nay.

Với những đổi mới mang tính đột phá, cuộc thi năm nay hướng đến mục tiêu xây dựng một nền tảng thực hành khởi nghiệp sáng tạo toàn diện. Startup Runway - 2025 không chỉ tập trung tìm kiếm các ý tưởng sáng tạo mà còn đặc biệt chú trọng vào việc đào tạo tư duy khởi nghiệp, trang bị cho học sinh, sinh viên những kiến thức thực tiễn về đổi mới sáng tạo, ứng dụng công nghệ trong kinh doanh và xây dựng mô hình khởi nghiệp bền vững.



Điểm nổi bật của Startup Runway - 2025 là có sự đồng hành của Sở Khoa học và Công nghệ TP. Đà Nẵng, Thành đoàn, Hội Doanh nhân trẻ và Vườn ươm Doanh nghiệp TP. Đà Nẵng tạo ra một hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp toàn diện và hiệu quả hơn bao giờ hết, đặc biệt trong bối cảnh Đại học Đà Nẵng nói riêng, ngành giáo dục đào tạo và cả nước nói chung ra sức thực hiện Nghị quyết 57-NQ/TW của Bộ Chính trị về đột phá khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số.

Các đơn vị đồng tổ chức không chỉ tham gia vào quá trình đào tạo mà còn hỗ trợ kết nối các dự án khởi nghiệp với nhà đầu tư, cố vấn, doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ. Nhờ đó, các đội thi không chỉ dừng lại ở việc hình thành ý tưởng mà còn có cơ hội hiện thực hóa và thử nghiệm mô hình kinh doanh.

PGS.TS. Võ Thị Thúy Anh - Bí thư Đảng ủy, Chủ tịch Hội đồng Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng cho biết, phát huy thành công của Cuộc thi qua nhiều năm trước, Startup Runway năm nay không những thúc đẩy, phát hiện các ý tưởng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong sinh viên mà còn tạo cơ hội cho các bạn trẻ được bồi dưỡng, định hướng tư duy và kỹ năng ứng dụng công nghệ vào phát triển các mô hình doanh nghiệp bền vững trong kỷ nguyên số.

Bà Nguyễn Thị Thục - Phó Giám đốc Sở Khoa học và Công nghệ TP. Đà Nẵng đánh giá cao những đóng góp của Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng trong hoạt động nghiên cứu khoa học và khởi nghiệp sáng tạo cũng như hiệu quả và tính lan tỏa của Cuộc thi Startup Runway.

Startup Runway - 2025 cũng là hoạt động khởi đầu trong chuỗi sự kiện hướng tới chào mừng kỷ niệm 50 năm thành lập Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng. Dự kiến tiếp đó, trong tháng 3/2025, Nhà trường sẽ tổ chức các khóa bồi dưỡng về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo dành cho giáo viên các trường THPT trên địa bàn nhằm nâng cao nhận thức, định hướng kỹ năng, góp phần hoàn thiện hệ sinh thái khởi nghiệp trong học đường./.

KHỞI NGHIỆP VÀ KINH DOANH SỐ DÀNH CHO GIỚI TRẺ

Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam và các đối tác tiếp tục triển khai cuộc thi “Sinh viên Kinh doanh số 2025”. Đây là sân chơi khởi nghiệp thực chiến có quy mô lớn và được tổ chức bài bản dành cho sinh viên đang theo đuổi lĩnh vực có tốc độ tăng trưởng nhanh. Đây là cơ hội để các bạn trẻ khám phá và phát triển trong lĩnh vực thương mại điện tử, kinh doanh số - một trong những trụ cột quan trọng của nền kinh tế số.

Ông Trần Văn Trọng - Tổng Thư ký Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam cho biết: năm nay, cuộc thi “Sinh viên Kinh doanh số” bước sang mùa giải thứ 4 trong sự phát triển vượt bậc của thương mại điện tử cũng như xu hướng ứng dụng công nghệ số trong sản xuất kinh doanh mang đến bước tiến mạnh mẽ cho doanh nghiệp. Trong bối cảnh như vậy, Cuộc thi chú trọng đến yếu tố thực chiến, mang đến cho các em sinh viên những trải nghiệm mới: kết hợp kiến thức được lĩnh hội trên giảng đường, những ý tưởng kinh doanh với những thông tin trên nền tảng kinh doanh thực tế, trên các thương hiệu, hàng hoá sản phẩm được cung cấp.

Từ đó, các đội thi xây dựng kênh bán hàng, xây dựng chiến lược marketing và thiết kế gói sản phẩm phù hợp, đáp ứng nhu cầu thị trường để khách hàng quan tâm, chốt đơn, qua đó tạo doanh thu. Ông Trần Văn Trọng cho biết thêm: được cọ xát thực tế, tương tác thực chiến, xử lý tình huống giúp sinh viên tích lũy kiến thức thực tế, mạnh dạn tự tin hơn cho công việc trong tương lai.

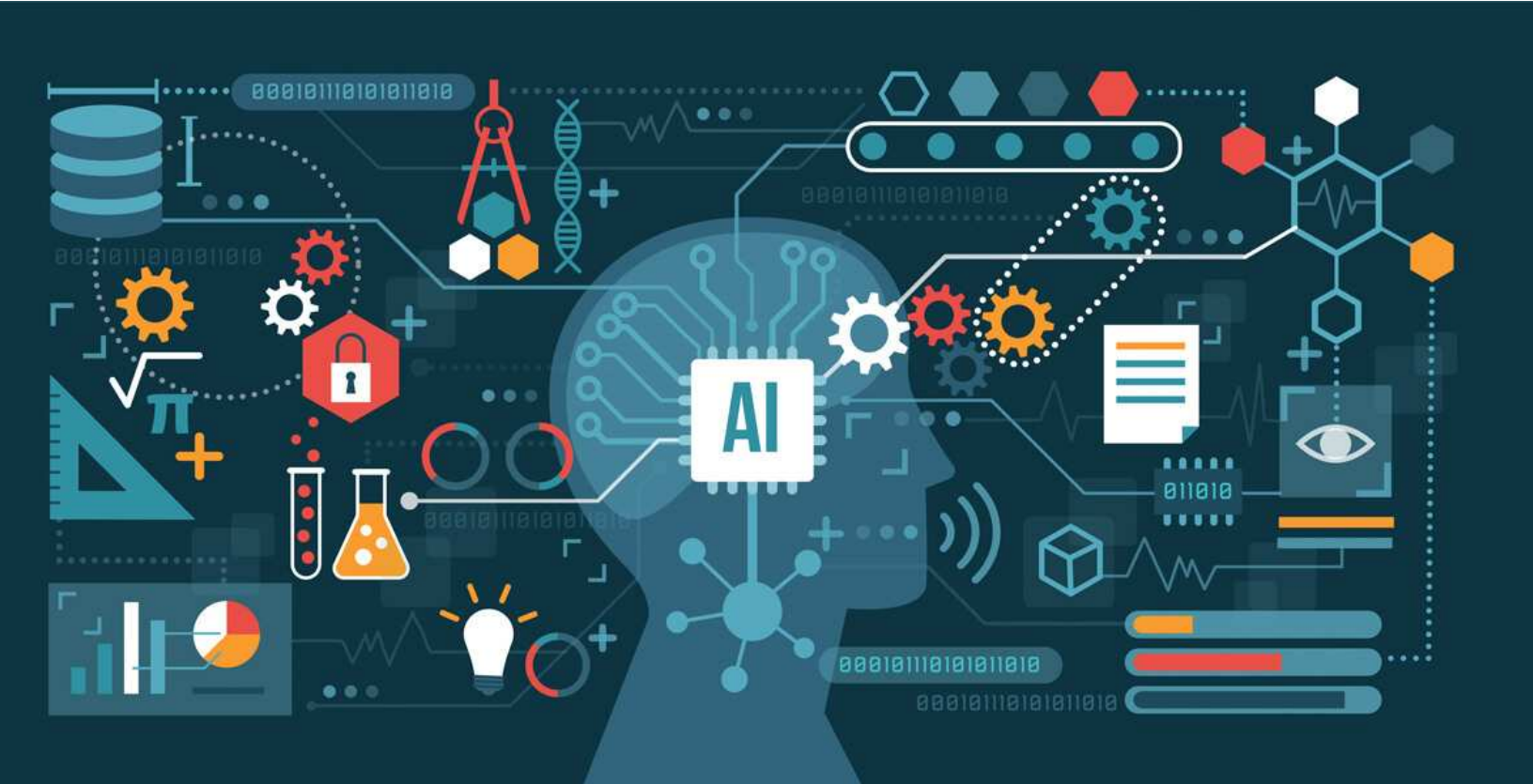
Bước sang mùa thứ 4, Cuộc thi tiếp tục triển khai nhiều hoạt động đổi mới trong thể lệ, cách thức tham gia thi đấu, mở rộng thu hút các trường cao đẳng tham gia để nâng cao số lượng và chất lượng của các đội tuyển. Ngoài ra, trong khuôn khổ Cuộc thi, Hiệp hội và các doanh nghiệp tổ chức chương trình unitour nhằm chia sẻ kỹ năng kinh doanh, kiến thức và kỹ năng hữu ích hỗ trợ sinh viên chăm sóc sức khỏe, định hướng nghề nghiệp; tổ chức các diễn đàn

sinh viên kinh doanh số tại Hà Nội và TP. Hồ Chí Minh với sự tham gia của sinh viên, các giảng viên, doanh nghiệp...

Từ góc độ doanh nghiệp tham gia cuộc thi, ông Trần Minh Thao - Chủ tịch Hội đồng Quản trị Công ty CP Mastertran, đại diện phân phối nhãn hàng Doppelherz Việt Nam nhấn mạnh: đồng hành cùng Cuộc thi là một trong những dự án cộng đồng thiết thực của nhãn hàng nhằm chung tay thúc đẩy xu hướng kinh doanh số trong giới trẻ. Hoạt động hợp tác này có ý nghĩa quan trọng trong việc hỗ trợ sinh viên có cơ hội vận dụng các kiến thức học tập vào thực tiễn kinh doanh số, nâng cao kỹ năng làm việc nhóm, thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp sáng tạo.

Đặc biệt, nâng cao nhận thức, ý thức cho giới trẻ về tầm quan trọng của việc kinh doanh gắn kết với giá trị cộng đồng, với các xu hướng phát triển mới như kinh doanh bền vững, chăm sóc sức khỏe cộng đồng... Thông qua Cuộc thi, doanh nghiệp tiếp cận nguồn nhân lực trẻ chất lượng cao; đồng thời xây dựng quan hệ hợp tác giữa các tổ chức, trường học và doanh nghiệp; liên kết thực tiễn kinh doanh của doanh nghiệp với phát triển các chương trình đào tạo chất lượng ngành thương mại điện tử và kinh tế số.

Cuộc thi Sinh viên Kinh doanh số có 4 nội dung thi: bán hàng online, digital marketing, ý tưởng kinh doanh số, thương mại điện tử xanh - giảm nhanh rác thải nhựa. Năm 2024, Cuộc thi đã tiếp cận được trên 200 trường đại học trong cả nước, trong đó 80 trường với 439 đội dự thi đã tham gia dự thi./.



TIẾN SĨ VIỆT KHỞI NGHIỆP THÀNH CÔNG Ở MỸ TRONG LĨNH VỰC AI

Christopher Cường Nguyễn rời Việt Nam khi mới 13 tuổi. Cả gia đình đã lên một con thuyền xuôi theo dòng Mekong ra đến biển, vào giữa mùa biển động. Cậu bé họ Nguyễn ôm khư khư trong tay chiếc la bàn khi con thuyền chòng chành giữa những cơn sóng lớn. Có lẽ nhờ chiếc la bàn và vận may đến khó tin, con thuyền đã cập bến Malaysia sau ba ngày lênh đênh trên biển. Chuyến đi đánh cược sinh mạng hơn bốn mươi năm trước chính là khởi đầu cho hành trình đến “trung tâm công nghệ thế giới” - Thung lũng Silicon - của doanh nhân gốc Việt nổi tiếng, Christopher Nguyễn, Chủ tịch, CEO của Công ty Arimo, doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực Trí tuệ Nhân tạo (AI) hiện nay. Cậu bé người Việt ngày nào còn ngơ ngác đến Mỹ với hai bàn tay trắng, nay đã

có một sự nghiệp khiến nhiều người mơ ước với ba dự án khởi nghiệp thành công. Ghi dấu ấn với sản phẩm Gmail khi còn là Giám đốc kỹ thuật của Google Apps, giờ đây Christopher Nguyễn đang cùng các cộng sự tại Arimo tiếp tục phát triển dự án đầy tham vọng mang tên Enterprise Brain (Bộ não Doanh nghiệp), cung cấp nền tảng và giải pháp cho doanh nghiệp dựa trên công nghệ trí tuệ nhân tạo.

Chiếc la bàn AI

"Chúng tôi muốn nâng tầm tư duy của con người thông qua trí tuệ nhân tạo", Christopher Nguyễn chia sẻ.

Con đường sự nghiệp trong ngành khoa học máy tính đến với chàng trai Christopher Nguyễn một cách tình cờ. Hồi mới đặt chân sang Mỹ, phần lớn thời

gian, Nguyễn vui đầu vào học tiếng Anh. Thi thoảng có chút thời gian rảnh, cậu bé Nguyễn lọ mọ đến thư viện để tự học một trong những ngôn ngữ lập trình máy tính đầu tiên là BASIC.

Nguyễn có thói quen viết các chương trình (code) ra giấy, rồi lưu trữ chúng trong máy tính ở một cửa hàng gần nơi mình sống, để thử nghiệm cách chúng hoạt động. "Đó là cách tôi bắt đầu tìm hiểu về lập trình và nhận ra rằng mình có thể làm được nhiều thứ trong ngành này", Christopher Nguyễn cho biết.

Lớn lên, Nguyễn nhận được học bổng toàn phần để theo học Đại học California tại Berkeley. Con đường học vấn suôn sẻ với Nguyễn khi anh lần lượt lấy bằng thạc sĩ và tiến sĩ ngành kỹ thuật điện tại Đại học Stanford, ngôi trường danh giá nhất nhì nước Mỹ. Trong thời gian ở Stanford, Nguyễn đã xây dựng thành công bộ phần mềm mã hóa tiếng Việt tiêu chuẩn đầu tiên và đóng góp cho Unicode 1.1.

"Sau khi rời Đại học Stanford, tất cả những gì mà tôi muốn theo đuổi khi đó là trở thành một Giáo sư", Nguyễn nhớ lại. Vì thế, chàng tiến sĩ trẻ tuổi đã quyết định tham gia Đại học Khoa học Kỹ thuật Hong Kong (HKUST) vào năm 1993. Nguyễn là giảng viên đồng sáng lập Khoa Khoa học Máy tính của Đại học này. Giờ đây, HKUST đã trở thành một trong những trường đại học hàng đầu châu Á.

Ba năm ở Đại học Hồng K cũng là thời điểm kỷ nguyên Internet bùng nổ với sự ra đời của mạng world wide web. Christopher Nguyễn không thể ngồi yên như một giảng viên đại học được nữa. Chàng giảng viên trẻ quyết định từ bỏ giảng đường đại học để dấn thân vào lĩnh vực doanh nhân khởi nghiệp đầy thách thức mới lạ. Nhưng khi nhìn lại, Christopher Nguyễn không cho rằng những bằng cấp và kinh nghiệm đóng vai trò quyết định thành công.

"Điều quan trọng nhất có lẽ chỉ là tính tò mò. Khả năng liên tục học hỏi, không chỉ khi bạn còn trẻ, mà ngay cả khi bạn đang thăng tiến trong sự nghiệp của

mình, chính là chìa khóa để thành công, nhất là khi công nghệ thay đổi chóng mặt như hiện nay. Nếu không có vấn đề gì đáng để suy nghĩ mỗi tháng, thì chắc chắn là tôi đang đi sai hướng", CEO của Arimo chia sẻ.

Arimo ra đời nhờ chuyến phiêu lưu tuổi thơ

Khi mô tả về những gì đang làm tại Arimo, Christopher Nguyễn hay kể lại chuyến phiêu lưu qua vịnh Thái Lan thuở nào. Cũng giống như chiếc la bàn đã giúp Nguyễn định vị con thuyền giữa những con sóng cao quá đầu người, ông tin rằng những sản phẩm của Arimo có thể giúp chủ doanh nghiệp, các nhà khoa học dữ liệu, kỹ sư công nghệ lựa chọn được hướng đi cho doanh nghiệp của mình.

Phần mềm Trí tuệ nhân tạo dựa trên hành vi của Arimo có khả năng khai thác hành vi của máy móc, thiết bị, khách hàng và các chủ thể khác nhằm cung cấp những dự báo chính xác nhất. Nhờ đó, các công ty hàng đầu có thể giành lợi thế cạnh tranh thông qua những dự báo chính xác về các xu hướng mới và cung cấp các dịch vụ mới cho khách hàng.

Tham vọng xây dựng "chiếc la bàn cho doanh nghiệp" này của Christopher Nguyễn được nung nấu từ những năm làm việc cho Google, khi ông giúp tập đoàn công nghệ khổng lồ này phát triển Gmail và các ứng dụng khác. Google cho phép thực hiện những tìm kiếm mà bất cứ ai cũng làm được, nhưng Nguyễn luôn thắc mắc liệu điều tiếp theo sẽ là gì? Ông tin rằng, các nhân viên sẽ sớm có nhu cầu truy cập sử dụng Dữ liệu lớn (Big Data) của doanh nghiệp bằng ngôn ngữ thường ngày. Lúc đó, họ sẽ muốn thực hiện thao tác chỉ bằng cách đặt câu hỏi hoặc gõ câu lệnh tiếng Anh đơn giản. Về cơ bản, điều này cũng giống như cách mọi người dùng Google.

Bằng cách khai thác phần mềm xử lý thông tin từ các hệ thống bộ nhớ của hàng trăm, thậm chí hàng ngàn máy tính phân tán, thay vì dựa vào cách lưu trữ ổ cứng kiểu cũ, Arimo cung cấp cho người dùng các

sản phẩm có tính năng quản lý và phân tích khối lượng dữ liệu lớn, như cách của Google, Facebook đang làm.

Nguyễn chia sẻ, làm việc cho Google ông mới hiểu cách phục vụ cho hàng trăm triệu người. Điều này đã hình thành nên tầm nhìn dài hạn của ông đối với Arimo: “Làm thế nào để gây dựng nên một công ty có thể phục vụ một tỷ người và hơn thế nữa, dù có phải mất nhiều công sức thế nào đi nữa?”.

Không có gì ngạc nhiên khi tầm nhìn này và tâm huyết của Christopher Nguyễn đã chinh phục được nhiều khách hàng và nhà đầu tư lớn. Cách đây 4 năm, ngay trong lần gọi vốn đầu tiên, Adatao (nay là Arimo), startup do TS. Christopher Nguyễn và TS. Thông Đỗ đồng sáng lập đã gây xôn xao giới đầu tư và khởi nghiệp ở Thung lũng Silicon.

Arimo nhanh chóng huy động được khoảng 13 triệu USD từ các nhà đầu tư, trong đó có quỹ đầu tư huyền thoại Andreessen Horowitz - những người đã từng rót vốn vào Twitter, Facebook, BuzzFeed, Groupon... “Christopher là lý do chúng tôi đầu tư vào Arimo”, Giám đốc điều hành của Andreessen Horowitz, Peter Levine cho biết.

Levine và nhiều nhà đầu tư khác đã không đặt niềm tin sai chỗ. Chỉ trong vòng 3 năm kể từ khi thành lập, Arimo đã nhanh chóng vươn lên vị trí dẫn đầu trong lĩnh vực công nghệ “học sâu” và trí tuệ nhân tạo dựa trên hành vi (behavioral AI, một cách tiếp cận mới trong nghiên cứu AI, với các hệ thống tự động hóa hoạt động trong môi trường có nhiều biến động khó đoán trước, với các mục tiêu liên tục thay đổi).

Năm 2016, Tạp chí FastCompany đưa Arimo vào danh sách mười công ty sáng tạo nhất trong lĩnh vực khoa học dữ liệu.

Tháng 10 năm 2017, cái tên Arimo lại gây chú ý trong giới đầu tư và công nghệ thế giới với thương vụ sáp nhập vào tập đoàn điện tử Panasonic của

Nhật Bản. Giá trị của thương vụ không được tiết lộ nhưng theo phân tích của Nikkei, Panasonic phải chi ra nhiều chục triệu USD.

Thông qua vụ sáp nhập này, Panasonic đặt tham vọng tận dụng sức mạnh của Arimo trong lĩnh vực khoa học dữ liệu để đẩy nhanh tốc độ phát triển mảng kinh doanh dựa trên AI và Internet vạn vật (IoT) của mình, cung cấp các sản phẩm và giải pháp cho các doanh nghiệp. Christopher Nguyễn tiếp tục điều hành Arimo như một công ty thành viên của Panasonic.

Với mạng lưới khách hàng trải khắp toàn cầu và tiềm lực tài chính hùng hậu của Panasonic, giờ đây Nguyễn có thể tiến gần hơn đến ước mơ sáng tạo những sản phẩm phục vụ cả tỷ người.

Khát vọng đóng góp vào việc đào tạo AI cho người Việt

Christopher Nguyễn trở lại Việt Nam và chọn cách đóng góp cho quê hương trong lĩnh vực mà ông luôn tâm huyết: giáo dục, trong vai trò kiến tạo một trường đại học đẳng cấp quốc tế cho Việt Nam. Christopher Nguyễn là thành viên Hội đồng Quản trị Quỹ Tín thác Sáng kiến Đại học Việt Nam, tổ chức có trụ sở tại Boston, chịu trách nhiệm gây quỹ và phát triển Đại học Fulbright Việt Nam.

Mỗi lần bay về Việt Nam làm việc, nơi Arimo có chi nhánh tại Quận 7, TP. Hồ Chí Minh, Christopher Nguyễn vẫn cố gắng dành thời gian trong lịch trình dày đặc để qua campus gần đó của Đại học Fulbright Việt Nam, gặp gỡ và thảo luận với ban lãnh đạo và giảng viên của Trường. Những phác thảo ban đầu về một chương trình đào tạo khoa học máy tính xuất sắc, với trọng tâm là khoa học dữ liệu và AI đang dần hình thành.

“Trong suốt chiều dài sự nghiệp, bất kể trong lĩnh vực học thuật hay kinh doanh, tôi luôn được giúp đỡ bởi rất nhiều người thầy, người hướng dẫn. Bởi vậy, tôi luôn muốn trả ơn cuộc đời bằng cách cho đi điều

tương tự với các thế hệ tương lai”, Christopher Nguyễn lý giải vì sao nhận lời tham gia một vị trí không có thù lao, đãi ngộ bất kể lịch trình bận rộn của một CEO công ty công nghệ.

Nhiều năm có dịp tiếp xúc và làm việc với các bạn trẻ Việt Nam, trong vai trò thành viên sáng lập và quản trị Quỹ Giáo dục Việt Nam (VEF), tổ chức đã đưa hơn 700 sinh viên và nhà khoa học trẻ người Việt sang Mỹ theo học nghiên cứu sinh tiến sĩ trong lĩnh vực khoa học tự nhiên và kỹ thuật, công nghệ, Christopher Nguyễn tin rằng nguồn nhân lực chính là tiềm năng lớn lao để Việt Nam có thể tìm được chỗ đứng trong kỷ nguyên AI.

“Rất nhiều bạn trẻ Việt có các kỹ năng máy tính tốt, cũng như tham vọng theo đuổi ngành công nghệ đặc biệt này”, Nguyễn nhận xét. “Hơn hai mươi năm trước, các thiết bị di động và công nghệ di động trở nên phổ biến trên thế giới. Vào thời điểm đó, châu Á - cụ thể là Việt Nam - chưa thực sự có điện thoại hay mạng lưới đồng. Việt Nam về cơ bản là hoàn toàn bỏ qua mạng lưới đó và đi trực tiếp đến công nghệ di động.

Chúng ta có thể suy nghĩ điều tương tự khi nhắc đến tiềm năng tận dụng lợi thế của học máy và công nghệ AI ở Việt Nam. Tôi tin rằng Việt Nam đang thực sự có cơ hội cũng như thách thức để có thể rút ngắn giai đoạn và đi thẳng vào đầu tư nguồn nhân lực cho kỷ nguyên máy học này”, Christopher Nguyễn nhận định.

Việt Nam đứng trước cơ hội nghìn năm có một

Chuyên gia Christopher Nguyễn cho rằng Việt Nam đang đứng trước cơ hội phát triển mạnh mẽ về AI, bán dẫn, nhưng cần tìm hướng đi phù hợp để thành người dẫn đầu.

Với 40 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực công nghệ, TS. Christopher Nguyễn từng góp công phát triển Chương trình Kỹ thuật máy tính tại Đại học

Khoa học và Công nghệ Hong Kong, làm giám đốc kỹ thuật Google Apps, đồng thời là người đóng góp mã hóa ký tự tiếng Việt cho Unicode 1.0.

Ông là đồng sáng lập và hiện là CEO của Aitomatic, công ty tư vấn AI trong công nghiệp có trụ sở tại Mỹ. Ông cũng là thành viên của Liên minh AI, giúp tổ chức Hội nghị quốc tế AISC - một trong những sự kiện trí tuệ nhân tạo hàng đầu diễn ra ở Hà Nội ngày 12-16/3. Ông đã có những chia sẻ về cơ hội của Việt Nam trong lĩnh vực AI và bán dẫn.

AISC được đồng tổ chức bởi Liên minh AI với hơn 160 tổ chức thành viên và đã thực hiện chuỗi sự kiện tại Tokyo, Paris và giờ là lần đầu ở Hà Nội. Sự kiện không chỉ bàn về AI, mà còn cả lĩnh vực bán dẫn, nơi những nhà lãnh đạo và nhà nghiên cứu hàng đầu cùng chia sẻ thông tin và ý tưởng, giống như hội nghị toàn cầu diễn ra tại Paris tháng trước. Đây sẽ là cơ hội để các hệ sinh thái về công nghệ AI và bán dẫn ở Việt Nam có thể kết nối với hệ sinh thái toàn cầu.



Christopher Nguyễn trao đổi với các bạn trẻ Việt Nam về tương lai của Trí tuệ nhân tạo (AI)

Phần lớn đối tác nước ngoài hiện có mặt để tìm kiếm những thứ như sản xuất chi phí thấp, nhân viên tốt, và sau đó cũng sẽ tìm cách bán sản phẩm cho thị trường trong nước. Việt Nam cần tìm cách tiến lên

giai đoạn tiếp theo là làm chủ và bán trực tiếp sản phẩm của mình cho khách hàng nước ngoài. Tuy nhiên, khách hàng tiềm năng đó chưa đến Việt Nam lúc này. Vì vậy cần những sự kiện quốc tế để họ biết đến Việt Nam nhiều hơn. Ông hy vọng hội nghị về bán dẫn và AI sẽ trở thành chất xúc tác thúc đẩy quá trình này, đưa Việt Nam sớm vào giai đoạn làm chủ.

Theo TS. Christopher Nguyễn, các quốc gia như Việt Nam phải trải qua ba giai đoạn. Đầu tiên là thu hút bằng lợi thế chi phí thấp với nhân công giá rẻ. Việt Nam đã trải qua giai đoạn này suốt 20 năm qua. Thứ hai, khi đã có tay nghề, chúng ta có thể được trả lương cao và sẽ được đào tạo thêm, thể hiện Việt Nam đã thu hút FDI trong các khu công nghệ cao khắp đất nước. 10 năm trước, bạn không thể tìm thấy bất kỳ ai biết cách vận hành cơ sở hạ tầng với quy mô lớn như Google và Facebook, nhưng ngày nay có rất nhiều người như vậy ở Việt Nam. Điều tương tự cũng xảy ra trong nhiều lĩnh vực khác.

Giai đoạn hai vẫn đang tiếp tục, nhưng Việt Nam cần tiến tới giai đoạn ba: làm chủ. Trong nước cần những công ty có quy mô lớn, bán trực tiếp cho khách hàng trên toàn cầu. Điều này rất quan trọng bởi mang lại biên lợi nhuận lớn nhất. Một đôi giày tại Mỹ có giá 200 USD, nhưng chi phí sản xuất có thể chỉ 20 USD, còn lại rất nhiều giá trị được thêm vào từ tiếp thị, phân phối, xây dựng thương hiệu.

Một số công ty trong nước đang chuyển động theo hướng này, nhưng ông cho rằng Việt Nam chưa bước vào giai đoạn ba. Đất nước cần các chính sách rõ ràng để hỗ trợ và khuyến khích những sự dịch chuyển đó. Thực tế, có những nền kinh tế bị kẹt ở giai đoạn hai. Nó được gọi là bẫy thu nhập trung bình vì khi đó, người lao động là những "nhân viên được trả lương cao" khiến họ khó tiến lên "làm chủ".

Mối liên quan giữa AI và bán dẫn

Một trong những ví dụ về sự phát triển AI là hơn chục năm trước, khi các nhà khoa học Google sử

dụng hạ tầng quy mô lớn để khai thác video trên YouTube. Họ tạo ra mạng lưới nơ-ron có thể nhận biết loài vật, người nổi tiếng và những thứ khác. Đó là một trong những "phép thuật" đầu tiên của AI.

Trong 5 - 10 năm gần đây, công nghệ này trở nên đủ mạnh mẽ để thực sự chạm đến cuộc sống của con người. Thực tế rất nhiều ứng dụng AI vốn được phát triển trong phòng thí nghiệm 20 - 30 năm trước. Nhưng nó không phổ biến khi ấy bởi thiếu một thành phần, đó là quy mô.

"Bạn xây dựng thứ gì đó với quy mô vài trăm và thấy nó không mạnh mẽ chút nào rồi bỏ cuộc, dành nguồn lực cho những thứ khác tốt hơn. Nhưng nếu bạn tiếp tục trấn trở với nó, nâng quy mô lên hàng chục nghìn, hàng triệu hay hàng tỷ, nó sẽ trở thành kỹ thuật mạnh mẽ. Tôi muốn nói đến AI và quy mô của chip bán dẫn", Christopher Nguyễn cho biết.

Chip bán dẫn không được xây dựng riêng cho AI, mà được dùng cho nhiều ứng dụng như xử lý, lưu trữ. Nhưng khi mọi người bắt đầu áp dụng nó vào máy học, con người đã tạo nên những "phép thuật" chúng ta thấy ngày nay như ChatGPT, DeepSeek và nhiều ứng dụng khác.

Điều tạo nên cuộc cách mạng là quy mô về số bóng bán dẫn. Sự hội tụ của AI và bán dẫn thực sự không phải sự trùng hợp ngẫu nhiên mà gần như là nhu cầu tất yếu của công nghệ. Bán dẫn tạo ra AI. Còn AI đang phát triển và thúc đẩy nhu cầu về công nghệ bán dẫn nhiều hơn.

Việt Nam có thể tận dụng sự hội tụ này như thế nào?

Thời gian qua, không khó nhận ra những biến chuyển về địa chính trị trên thế giới với sự cạnh tranh âm ỉ giữa các quốc gia và những rủi ro luôn có thể xảy ra. Các bên sẽ muốn giảm rủi ro bằng cách tìm thêm nhà cung cấp mới. Khi họ nhìn vào các quốc gia có năng lực này, Việt Nam chắc chắn nằm trong danh sách hàng đầu với dân số hơn 100 triệu người,

trong bối cảnh về nhu cầu sắp xếp lại và tái cấu trúc chuỗi cung ứng toàn cầu.

“Cùng với sự hội tụ của AI và bán dẫn đã nói ở trên, rất nhiều bạn bè tôi nói đây là cơ hội chỉ có một lần trong đời. Khi tôi đến thăm khách hàng của mình là những công ty toàn cầu đặt tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương, tất cả đều hỏi về Việt Nam. Dường như họ đều muốn đầu tư vào đây. Không chỉ vì yếu tố địa chính trị, tôi còn thấy ở họ niềm tin rằng họ có thể tìm thấy nhân tài trong tương lai gần tại Việt Nam, trong khi điều đó ở các nước sở tại gặp nhiều khó khăn” Christopher Nguyễn cho biết.



Tất cả những điều trên hội tụ lại với nhau, theo Christopher Nguyễn không chỉ là cơ hội duy nhất trong đời, mà là cơ hội 4.000 năm mới có một lần.

Những khó khăn về nguồn lực mà Việt Nam còn gặp phải

Theo Christopher Nguyễn, ông đã từng khởi nghiệp và cũng từng là giám đốc điều hành của một công ty lớn, hỗ trợ nhiều sinh viên khởi nghiệp, ông rất thích cách so sánh của nhà đầu tư nổi tiếng Vinod Khosla về "cơ hội 0 triệu USD". Đại ý nói cùng là những người khởi nghiệp từ con số không, nhưng nếu coi đó là công ty 0 tỷ USD sẽ khác với công ty 0 triệu USD, từ đó khuyên mọi người hãy có tham vọng, lên kế hoạch hiện thực hóa nó.

Với lĩnh vực AI và bán dẫn của Việt Nam, Christopher Nguyễn muốn chúng ta đặt mình ở vị trí "0 nghìn tỷ USD". Hiện tại có thể không có gì nhiều,

nhưng cơ hội rất lớn. Nếu có thể nhìn thấy tương lai nghìn tỷ USD, chắc chắn sẽ thu hút được những nhà đầu tư có tầm nhìn và cùng nhau xây dựng tương lai đó.

Khi tầm nhìn đã có, Việt Nam nên làm gì để hiện thực hóa?

Nhìn vào những thay đổi tại Việt Nam thời gian qua như tinh gọn bộ máy và Nghị quyết 57 nêu rõ quan điểm đổi mới tư duy xây dựng pháp luật, bảo đảm yêu cầu quản lý và khuyến khích đổi mới sáng tạo, loại bỏ tư duy "không quản được thì cấm". Đó là sự thay đổi rất quan trọng.

Việt Nam có thể còn một số hạn chế về nguồn lực, nhưng nếu nhìn danh mục đầu tư vào Việt Nam thời gian qua, có rất nhiều tín hiệu tích cực. Tuy vậy, cũng có những thứ chúng ta chưa nên làm, ít nhất giai đoạn này, ví dụ đầu tư vào công ty công nghệ chế tạo chất bán dẫn 2 nm.

Việt Nam có thể thay đổi góc nhìn để tìm ra hướng tiếp cận mà có thể dẫn đầu trong tương lai, ví dụ như AI tại biên. Chúng ta quen với việc xử lý AI trên đám mây tập trung, nhưng con người vốn sống trong không gian vật lý, như ngôi nhà, ô tô. Nơi đó, các thiết bị tại biên trang bị AI sẽ mang đến giá trị hơn rất nhiều. Đây sẽ trở thành một cơ hội trị giá hàng nghìn tỷ USD mà trên thế giới chưa có người dẫn đầu rõ ràng, dù rất nhiều công ty lớn tham gia vào cuộc đua.

Sau khi đã xác định được lĩnh vực, chúng ta có thể lấy 10.000 - 20.000 người giỏi nhất, đào tạo thành nhà thiết kế IC và tập trung vào dự án AI tại biên. Việt Nam có thể dẫn đầu mà không đòi hỏi nhiều tỷ USD đầu tư. Thung lũng Silicon là minh chứng cho thấy bạn có thể tạo ra thứ gì đó từ hư không bằng cách sử dụng tài năng con người. Không gì là không thể khi có đầu vào tài năng, và Việt Nam có rất nhiều tài năng như vậy./.

Minh Phương (Tổng hợp)



LÊN KẾ HOẠCH CHIẾN LƯỢC THOÁI VỐN CHO DOANH NGHIỆP KHỞI NGHIỆP

Tuy đóng một vai trò quan trọng nhưng chiến lược thoái vốn thường không được các doanh nghiệp chú ý cho đến khi hoàn cảnh buộc họ phải đưa ra những thay đổi lớn. Việc bỏ qua bước thiết lập chiến lược thoái vốn - vốn nhằm mục tiêu định hướng cho quá trình kinh doanh - có khả năng hạn chế sự tăng trưởng trong tương lai của doanh nghiệp. Vì vậy, để bảo vệ tương lai của doanh nghiệp và bảo đảm kết quả hoạt động hiệu quả nhất có thể, việc chủ động lập kế hoạch chiến lược thoái vốn trước khi thời điểm đó xảy ra là vô cùng cần thiết.

Chiến lược thoái vốn là gì?

Chiến lược thoái vốn là một phương pháp tiếp cận được lên kế hoạch bài bản nhằm mục đích bán hoặc chuyển nhượng quyền sở hữu một công ty khởi nghiệp khi công ty đó đạt đến một mốc quan trọng

hoặc giá trị nhất định. Khía cạnh quan trọng này của kế hoạch kinh doanh nêu rõ cách cả doanh nhân và nhà đầu tư có thể thu hồi vốn đầu tư và hưởng lợi từ những rủi ro đã thực hiện. Việc kết hợp các cân nhắc như quyền chọn mua cổ phiếu của nhân viên hoặc

vốn chủ sở hữu ngay từ đầu chiến lược thoái vốn sẽ bảo đảm rằng lợi ích của các bên liên quan chính được tính đến đầy đủ, thúc đẩy quá trình chuyển đổi công bằng.

Các chiến lược thoái vốn phổ biến bao gồm sáp nhập và mua lại (M&A), bán cho bên mua chiến lược hoặc chào bán cổ phiếu lần đầu ra công chúng (IPO), mỗi chiến lược đều cung cấp lộ trình rõ ràng cho tương lai và bảo đảm an ninh tài chính của doanh nghiệp.

Một chiến lược thoái vốn được cân nhắc kỹ lưỡng có thể tăng đáng kể sức hấp dẫn của một công ty khởi nghiệp đối với các nhà đầu tư, những người thường tìm kiếm cách thức để thu hồi vốn đầu tư. Bằng cách lập kế hoạch thoái vốn, các công ty khởi nghiệp có thể điều hướng hiệu quả hơn bối cảnh kinh doanh, bảo đảm tăng trưởng bền vững và chuyển đổi thành công tại thời điểm thích hợp. Cách tiếp cận này cũng góp phần hỗ trợ thúc đẩy văn hóa tổ chức tích cực và mở đường cho quá trình chuyển đổi suôn sẻ, không chỉ mang lại lợi ích cho chủ sở hữu và nhà đầu tư mà còn cho toàn bộ tổ chức.

Hiểu về chiến lược thoái vốn

Chiến lược thoái vốn là một cách tiếp cận nhằm giúp công ty điều hướng nhiều kịch bản trong tương lai trong khi vẫn duy trì lợi thế cạnh tranh trong quá trình chuyển đổi từ giai đoạn này sang giai đoạn khác. Kế hoạch này đóng vai trò như một lộ trình, cho phép công ty tiến triển một cách có phương pháp và có hệ thống đến điểm thoái vốn trong khi tận dụng mọi triển vọng khả thi.

Chiến lược thoái vốn là điều kiện tiên quyết khi huy động vốn đầu tư mạo hiểm hoặc tìm kiếm các khoản đầu tư thiên thần. Các nhà đầu tư thiên thần cần hiểu rõ về kế hoạch thoái vốn tiềm năng của doanh nghiệp để đánh giá thời điểm họ có thể mong đợi lợi nhuận từ khoản đầu tư của mình và lợi nhuận đó có thể mang lại những gì.

Các thương vụ thoái vốn thành công phổ biến

Trên thực tế, tỷ lệ thất bại của các công ty khởi nghiệp là khoảng 90%. Ngoài ra, nghiên cứu do Startup Genome thực hiện đã tiết lộ một số liệu thống kê đáng kinh ngạc, đó là: chỉ có 1,5% các công ty khởi nghiệp, tương đương với khoảng 15% trong số những công ty tự duy trì hoạt động, đạt được một lần thoái vốn thành công có giá trị từ 50 triệu USD trở lên.

Điều thú vị là theo báo cáo của CBInsights được công bố vào năm 2023, trong bối cảnh thoái vốn của các công ty khởi nghiệp toàn cầu, Châu Âu đã dẫn đầu, chiếm 38% số lần thoái vốn. Tiếp đó, Mỹ đứng vị trí thứ hai, với 35% thị phần. Trong khi đó, Châu Á chứng kiến 16% số lần thoái vốn.

Tuy nhiên, cần lưu ý rằng tổng số lần thoái vốn đã giảm dần sau đại dịch, cho thấy những thách thức đang diễn ra trên thị trường, đặc biệt là đối với các nhà đầu tư tìm kiếm thanh khoản. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc xây dựng một chiến lược thoái vốn hợp lý, vì nó không chỉ mang lại lợi ích cho doanh nhân mà còn đóng vai trò quan trọng trong quan hệ với nhà đầu tư và thành công chung của công ty khởi nghiệp.

Vai trò quan trọng của chiến lược thoái vốn đối với công ty khởi nghiệp

Mục tiêu chính của chiến lược thoái vốn là trao quyền cho các công ty để xây dựng và thực hiện các kế hoạch tăng trưởng một cách chính xác. Cách tiếp cận chiến lược này trang bị cho các doanh nghiệp khả năng xác định, chuẩn bị và thực hiện các nhiệm vụ mang lại lợi thế tối đa. Một số lợi ích của việc lập kế hoạch chiến lược thoái vốn kỹ lưỡng và hợp lý bao gồm:

Rõ ràng và định hướng. Chiến lược thoái vốn của công ty khởi nghiệp cung cấp một kế hoạch hành động rõ ràng, cho phép đưa ra quyết định kịp thời trong bối cảnh môi trường kinh doanh thay đổi.



Lên kế hoạch cho cơ hội. Chiến lược thoái vốn giúp các công ty lập kế hoạch cho các cơ hội mới và phát triển các chiến lược để tận dụng chúng.

Sự liên kết nội bộ. Chiến lược thoái vốn giúp thiết lập mối liên kết giữa các phòng ban khác nhau và hình thành tầm nhìn thống nhất về tăng trưởng trong tương lai, bảo đảm rằng tất cả các sáng kiến và kế hoạch đều hướng đến cùng một mục tiêu.

Sức khỏe kinh doanh. Chiến lược thoái vốn giúp công ty duy trì hoạt động mạnh mẽ và hiệu quả.

Tăng trưởng liên tục. Chiến lược thoái vốn cung cấp khuôn khổ cho sự tăng trưởng trong doanh nghiệp và bảo đảm rằng các biện pháp phù hợp được thực hiện liên tục. Điều này có nghĩa là công ty sẽ có thể tận dụng tối đa các cơ hội trong các tình huống khác nhau.

Khi nào một công ty khởi nghiệp nên chuẩn bị chiến lược thoái vốn?

Một công ty khởi nghiệp nên bắt đầu chuẩn bị chiến lược thoái vốn ngay từ khi thành lập, vì việc có một kế hoạch thoái vốn rõ ràng thường được các nhà đầu tư đánh giá tích cực và có thể giúp thu hút nguồn vốn ban đầu.

Chiến lược thoái vốn phải là một phần của kế hoạch kinh doanh của công ty khởi nghiệp, mô tả lộ trình rõ ràng về cách các nhà đầu tư và người sáng lập có thể thu hồi vốn đầu tư và có khả năng kiếm được lợi nhuận. Lên kế hoạch sớm không có nghĩa là thoái vốn sớm mà nó phản ánh tầm nhìn xa và sự chuẩn bị cần thiết của doanh nghiệp.

Do có thể thay đổi theo thời gian dựa trên hiệu suất của công ty khởi nghiệp, điều kiện thị trường và các yếu tố khác, chiến lược thoái vốn cần duy trì tính linh hoạt. Hơn nữa, việc chuẩn bị sớm cho chiến lược thoái vốn giúp đưa ra quyết định tốt hơn, thống nhất lợi ích của người sáng lập và nhà đầu tư, đồng thời đặt ra tầm nhìn rõ ràng cho tương lai, có thể đóng vai trò quan trọng trong việc hướng dẫn công ty khởi nghiệp đạt được các mục tiêu dài hạn.

Các kiểu chiến lược thoái vốn

Việc điều hướng vô số con đường của các chiến lược thoái vốn là rất quan trọng đối với những người sáng lập và nhà đầu tư khởi nghiệp đang hướng tới một quá trình chuyển đổi hiệu quả. Mỗi chiến lược thoái vốn khác nhau loại phù hợp với các mô hình kinh doanh và mục tiêu dài hạn khác nhau, nhưng

mục tiêu chung là nhằm cung cấp lộ trình để thoái vốn thành công.

Sáp nhập và mua lại (M&A)

Các giao dịch M&A là khi hai hoặc nhiều công ty kết hợp để thành lập một công ty mới hoặc khi một công ty mua lại một công ty khác. Giao dịch M&A có thể là một lựa chọn lý tưởng để các công ty khởi nghiệp tiếp cận các thị trường, nguồn lực và chuyên môn mới. Tuy nhiên, theo báo cáo gần đây của CB Insights, các thương vụ M&A tiếp tục giảm 8% trong hệ sinh thái khởi nghiệp toàn cầu.

Đợt chào bán công khai lần đầu (IPO)

IPO là khi một công ty bán cổ phiếu của mình cho công chúng lần đầu tiên. IPO có thể là một cách tiếp cận hiệu quả để các công ty khởi nghiệp huy động vốn và tăng khả năng hiển thị của mình. Theo một báo cáo, thị trường IPO toàn cầu đang cho thấy sự phục hồi liên tục, với mức tăng đáng kể 24% về số lượng IPO. Tuy nhiên, chiến lược IPO có thể phức tạp, tốn kém, và không phù hợp với tất cả các công ty khởi nghiệp.

Kế thừa gia đình

Kế thừa gia đình là hình thức chuyển giao một doanh nghiệp cho thế hệ tiếp theo trong gia đình. Đây có thể là một lựa chọn hợp lý cho những người sáng lập muốn giữ doanh nghiệp của mình trong phạm vi gia đình. Tuy nhiên, điều quan trọng là phải bảo đảm rằng thế hệ tiếp theo đã sẵn sàng tiếp quản doanh nghiệp.

Bán cổ phần cho bên thứ ba

Hình thức giao dịch này xảy ra là khi một thành viên bán một phần quyền sở hữu của mình trong công ty khởi nghiệp cho một nhà đầu tư khác. Bán cổ phần có thể được xem là một cách thức hiệu quả nhằm huy động vốn hoặc rút tiền đầu tư.

Mua lại

Đây là một hình thức giao dịch trong đó một công ty lớn hơn mua lại một công ty khởi nghiệp chủ yếu

vì tài năng và sở hữu trí tuệ của công ty đó, đồng thời, là cách thức hiệu quả để các công ty khởi nghiệp thoái vốn và để nhân viên của họ tìm kiếm cơ hội mới.

Mua lại của ban quản lý (MBO)

MBO là giao dịch mà nhóm quản lý của một công ty mua lại công ty từ các cổ đông hiện tại. MBO có thể là hình thức lý tưởng để nhóm quản lý nắm quyền kiểm soát công ty của chính họ và tạo ra giá trị cho bản thân và nhân viên của họ.

Thanh lý hoặc phá sản

Thanh lý là khi một công ty bán hết tài sản của mình và ngừng hoạt động. Thanh lý thường là giải pháp cuối cùng nhưng lại cần thiết nếu một công ty khởi nghiệp không thể huy động vốn hoặc tạo ra đủ doanh thu để duy trì hoạt động. Tương tự như vậy, phá sản là một quá trình pháp lý trong đó một công ty bị tuyên bố không còn khả năng thanh toán và tài sản của công ty bị thanh lý.



Kiểu chiến lược thoái vốn phù hợp nhất với một công ty khởi nghiệp sẽ phụ thuộc vào một số yếu tố, bao gồm lĩnh vực kinh doanh, giai đoạn tăng trưởng và tình hình tài chính của công ty. Điều quan trọng là doanh nghiệp phải cân nhắc cẩn thận tất cả các lựa chọn trước khi đưa ra quyết định về cách thức thoái vốn phù hợp.

Một số ví dụ thực tế về chiến lược thoái vốn

Tìm hiểu các chiến lược thoái vốn khác nhau giúp doanh nghiệp có cái nhìn tổng quan về những cách



tiếp cận đa dạng mà các công ty khởi nghiệp có thể thực hiện để đạt được thanh khoản hoặc tăng trưởng hơn nữa. Những trường hợp sau đây minh họa cách các chiến lược thoái vốn được điều chỉnh theo hoàn cảnh và tham vọng riêng của từng công ty, phản ánh thời điểm quan trọng trong hành trình tương ứng của họ.

Atlassian mua lại Loom

Atlassian, một công ty phần mềm nổi tiếng của Úc, đã mua lại Loom, một nền tảng tiên phong trong nhắn tin video không đồng bộ, với giá khoảng 975 triệu USD. Việc mua lại này là một động thái chiến lược nhằm củng cố các công cụ cộng tác nhóm của Atlassian, phù hợp với xu hướng làm việc kết hợp và giao tiếp ảo đang gia tăng. Công cụ nhắn tin video của Loom hỗ trợ giao tiếp tức thời thông qua chia sẻ video, tính năng được Atlassian coi là có giá trị.

Đợt chào bán công khai ban đầu của Airbnb

Airbnb đã ra mắt IPO vào tháng 12 năm 2020, trong bối cảnh đại dịch COVID-19 đang gây ra những thách thức toàn cầu. Công ty đặt mục tiêu huy động khoảng 2,44 tỷ USD từ việc bán cổ phiếu Loại A của

mình, đặt giá IPO là 68 USD một cổ phiếu. Vào ngày IPO, giá cổ phiếu của Airbnb tăng vọt, mở cửa ở mức 146 USD và đạt đỉnh ở mức 165 USD, trước khi đóng cửa ở mức 144,71 USD, qua đó đánh dấu mức tăng đáng kể 113% so với giá IPO và đẩy định giá của công ty lên trên 100 tỷ USD.

Twitter mua lại Squad

Vào tháng 12 năm 2020, Twitter đã mua lại Squad, một ứng dụng chia sẻ màn hình, để củng cố các nhóm sản phẩm, thiết kế và kỹ thuật của mình. Động thái này cho thấy Twitter đã áp dụng hình thức chiến lược thoái vốn được gọi là mua lại. Toàn bộ nhóm Squad, bao gồm cả CEO Esther Crawford và CTO Ethan Sutin dày dạn kinh nghiệm và chuyên môn đã gia nhập Twitter, nhằm đẩy nhanh quá trình phát triển sản phẩm của Twitter. Việc mua lại Squad là một phần trong động thái chiến lược của Twitter nhằm nâng cao nền tảng của mình bằng cách tích hợp các tính năng âm thanh xã hội của Squad, phù hợp với xu hướng tương tác ảo ngày càng tăng trong thời kỳ đại dịch./.

Khánh Linh (Theo: [digitalocean.com](https://www.digitalocean.com))



MỘT SỐ ỨNG DỤNG TIỀM NĂNG CỦA AI TRONG LĨNH VỰC BÁN LẺ

Có vô số ứng dụng tiềm năng của AI và nhiều ứng dụng đang được chuyển giao tới các ngành công nghiệp.

Theo TechEmergence, bán lẻ đứng thứ năm trong 10 ngành công nghiệp hàng đầu đầu tư vào AI. Hai chức năng chính của AI sẽ góp phần thúc đẩy sự phát triển và ứng dụng công nghệ này trong lĩnh vực bán lẻ, đó là:

- Khả năng phân tích những kho dữ liệu khổng lồ và tạo ra nhận thức có nghĩa một cách nhanh chóng.
- Khả năng học hỏi từ môi trường và từ các mẫu trong một kho dữ liệu đang tăng trưởng và khả năng thích ứng đầu ra một cách phù hợp.

Sau đây là một số ứng dụng AI vào lĩnh vực bán lẻ, qua đó chứng tỏ các nhà bán lẻ có thể tận dụng công nghệ này để cung cấp cho khách hàng dịch vụ

tốt hơn và giúp cho hoạt động của họ hiệu quả hơn.

Trải nghiệm trực tuyến được cá nhân hóa

Khách hàng ngày càng đòi hỏi một trải nghiệm trực tuyến được cá nhân hóa và nhiều các nhà bán lẻ đã cá nhân hóa trang chủ, email và các ứng dụng để giúp dẫn người mua hàng hướng tới hàng loạt sản phẩm có sẵn trực tuyến. AI có thể giúp các nhà bán lẻ trình bày nội dung phù hợp tới từng người tiêu dùng và vì vậy mà tận dụng tốt nhất diện tích màn hình của thiết bị di động. Ví dụ, Twiggle và Personali là hai công ty đang phát triển các ứng dụng phần mềm thương mại điện tử và thương mại di động bằng cách sử dụng AI. Giải pháp của họ được thiết

kế để giúp các nhà bán lẻ cung cấp trải nghiệm được cá nhân hóa hơn cho người mua sắm.

Twiggle, có trụ sở tại Israel, tuyên bố rằng họ “giúp các công cụ tìm kiếm thương mại điện tử có thể tư duy theo cách của con người”. Bằng cách sử dụng xử lý ngôn ngữ tự nhiên, phần mềm của Twiggle cố gắng mô phỏng trực tuyến trải nghiệm nói chuyện với một nhân viên bán hàng tại cửa hàng. Phần mềm này cho phép người mua hàng trực tuyến tìm kiếm sản phẩm cụ thể bằng lời nói thay vì nhập từ khóa vào thanh tìm kiếm của trang web. Twiggle không tiết lộ tên của bất kỳ nhà bán lẻ sử dụng ứng dụng của công ty. Những nhà đầu tư chủ chốt của công ty bao gồm Alibaba, Naspers, Yahoo! Nhật Bản, State of Mind Ventures và MizMaa Ventures.

Personali sử dụng kinh tế học hành vi và AI để cung cấp trải nghiệm mua sắm trực tuyến được cá nhân hóa. Phần mềm này sử dụng các mô hình hành vi ở hiện tại và quá khứ để phân khúc người mua hàng dựa trên xác suất mua hàng và sự sẵn lòng trả tiền, và sau đó tạo ra các ưu đãi có mục đích và được cá thể hóa để làm tăng tỷ lệ chuyển đổi. Personali được hậu thuẫn bởi Norwest Venture Partners, Cedar Fund và Gemini Partners.

Robot và Chatbot đàm thoại

Các chatbot đàm thoại là một trường hợp ứng dụng khá nổi bật hiện nay. Chúng đã được phát triển đầy đủ để hỗ trợ khách mua hàng bằng các truy vấn cả trực tuyến và tại cửa hàng. Chatbot được thiết lập hiệu quả trong lĩnh vực bán lẻ và nhiều nhà bán lẻ đã sử dụng chúng để cung cấp những dịch vụ khách hàng cao cấp chứ không chỉ còn là các dịch vụ cơ bản.

Point Inside, một công ty có trụ sở tại Washington, cung cấp dịch vụ bản đồ số và dịch vụ dựa trên vị trí trong nhà cho các nhà bán lẻ hàng đầu như Target và Lowe. Công ty này đã phát triển một chatbot có thể giúp khách mua hàng tìm sản phẩm

trong các cửa hàng. Khách mua hàng có thể truy cập chatbot thông qua ứng dụng của nhà bán lẻ để nhận thông tin về sản phẩm họ muốn mua. Point Inside sử dụng vị trí điện thoại thông minh của người mua hàng và đèn hiệu trong cửa hàng để hướng dẫn khách mua hàng tới bất cứ sản phẩm nào đang tìm kiếm.

Clustaar, một công ty khởi nghiệp ở Paris, sử dụng phương pháp xử lý ngôn ngữ tự nhiên và dữ liệu lịch sử để làm cho các chatbot của công ty trở nên mạnh mẽ. Con Bot của công ty giao tiếp với người dùng bằng ngôn ngữ giống của con người và thậm chí có thể giải quyết một số truy vấn phức tạp của khách hàng trước khi trao lại quyền kiểm soát cho nhân viên hỗ trợ là con người.

Tối ưu hóa việc định giá

Các nhà bán lẻ tiên phong trong lĩnh vực kỹ thuật số như Amazon có thể nhanh chóng thay đổi giá hàng triệu sản phẩm để đối phó với nhu cầu của người tiêu dùng hoặc việc định giá của công ty cạnh tranh. Chính năng lực này đã khiến các đối thủ bán lẻ truyền thống đứng vững trong lĩnh vực định giá. Những dịch vụ AI từ các nhà bán hàng thứ ba có thể giúp các nhà bán lẻ truyền thống “san phẳng” sân chơi, tự động điều chỉnh giá dựa trên tình trạng của thị trường và các dữ liệu khác như điều kiện thời tiết, sự kiện theo lịch các chương trình giảm giá và khuyến mại của các đối thủ cạnh tranh. Các ứng dụng phần mềm AI có thể giúp các nhà bán lẻ tối ưu hóa việc định giá và các chương trình khuyến mãi bằng cách:

- Xác định các yếu tố khác nhau làm ảnh hưởng đến giá thông qua giám sát theo thời gian thực thời tiết cục bộ và tình trạng thị trường cũng như các thông số trong kho.
- Tự động hóa quyết định định giá cho từng sản phẩm, theo kênh và cửa hàng.
- Xác định các điểm giá nhập tối ưu cho các sản phẩm mới ra mắt chưa có lịch sử bán hàng trước đó

thông qua so sánh với sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.

Công cụ Salesforce's Einstein Discovery tích hợp dữ liệu lịch sử từ các ứng dụng Salesforce khác được một nhà bán lẻ sử dụng với các thuộc tính như dấu ấn khách hàng, phân khúc thị trường và tình trạng cạnh tranh để đưa ra các khuyến nghị về khuyến mãi. Startup Wise Athena đã phát triển một ứng dụng sử dụng máy học và khoa học kinh tế lượng để dự đoán giá cả và nhu cầu về đơn vị lưu kho (SKU) đối với các công ty hàng tiêu dùng đóng gói (CPG), để giúp họ xác định nơi họ nên tập trung nỗ lực quảng cáo. Ứng dụng này xử lý dữ liệu từ các sản phẩm của đối thủ cạnh tranh trên khắp các nhà bán lẻ, các vùng và các phân loại cũng như dữ liệu về cách tương tác giữa các sản phẩm của một công ty. Điều này giúp các công ty CPG thấy được giá cả có thể ảnh hưởng đến việc triệt tiêu lẫn nhau và độ co giãn chéo giữa các sản phẩm của họ, vì vậy, họ có thể xác định các chiến lược khuyến mãi tối ưu cho các nhà bán lẻ.

Hợp lý hóa hàng lưu trữ

Có hàng dự trữ đúng ở đúng nơi, đúng thời điểm rất quan trọng đối với bán lẻ. Nhưng nhiều nhà bán lẻ găm quá nhiều hàng tồn kho và phân bổ nguồn hàng này không hiệu quả. Phân tích dữ liệu được AI hỗ trợ có thể giúp các nhà bán lẻ duy trì nguồn hàng tồn kho tinh gọn và hiệu quả, dự báo nhu cầu và cho phép tự động bổ sung hàng. AI cũng có thể được sử dụng để thực hiện phân tích khoảng cách và bài trí cửa hàng để giúp giảm tồn đọng hàng tồn kho quá mức.

Phân tích khoảng trống và bài trí cửa hàng

Bài trí cửa hàng, một chức năng của bán hàng trực quan, là sơ đồ mô tả vị trí tối ưu của các mặt hàng trên kệ bán lẻ hoặc trong cửa sổ hiển thị để tối đa hóa doanh số. Các nhà bán lẻ thay đổi các kiểu bày biện hàng hóa trong các cửa hàng của họ dựa

trên sở thích và nhu cầu của cộng đồng địa phương.

AI có thể được sử dụng để hình thành các cách bài trí cửa hàng dựa trên dữ liệu khác nhau để bảo đảm rằng các mặt hàng phù hợp được dự trữ với số lượng phù hợp tới từng cửa hàng và chúng được trưng bày kết hợp một cách tối ưu với các mặt hàng có thể được khuyến mại kèm khác.

Các nhà bán lẻ cũng có thể sử dụng AI để thực hiện phân tích khoảng trống, ví dụ như để xác định thiếu hụt giữa doanh số sản phẩm ước tính với doanh số sản phẩm thực tế, để có kế hoạch dự trữ tốt hơn. Robot của startup Lakeba'Shelfie giúp các nhà bán lẻ đưa ra quy chế bài trí cửa hàng, giải quyết vấn đề nhãn giá không chính xác được hiển thị trên kệ và thực hiện phân tích khoảng trống. Con Robot này là một cỗ máy hình trụ cao, có gắn các camera máy quét trên khắp thân, sẽ di chuyển trên một nền hình tròn trên khắp sàn cửa hàng. Nó sử dụng thị giác máy tính và AI để quét các kệ và cảnh báo cho nhân viên bán lẻ khi các kệ cần được dọn dẹp, sắp xếp lại hoặc bổ sung thêm hàng. Hai startup khác, Simbe Robotics và Bossa Nova, đang chế tạo các robot hoạt động theo cách tương tự. Các robot sẽ kiểm tra các mặt hàng hết hàng, các mặt hàng còn ít, các mặt hàng thất lạc và lỗi giá cả trên các giá. Robot của công ty Bossa Nova hiện đang được thử nghiệm tại một số cửa hàng của Walmart.

Dự báo và tự động bổ sung

Dự báo nhu cầu một cách chính xác trên một diện tích cửa hàng có thể là một thách thức đối với giám đốc điều hành và các nhà hoạch định bán lẻ, vì họ phải tính đến các biến số, bao gồm điều kiện thị trường, điều kiện thời tiết, xu hướng khu vực và dữ liệu lịch sử. Các ứng dụng AI có thể kết hợp nhiều loại thông số như vậy để ước tính sản phẩm nào sẽ cần được bổ sung kịp thời và dự báo nhu cầu cho mỗi cửa hàng, mỗi khoảng thời gian, theo tình trạng của từng nhà bán lẻ. Các phần mềm ứng dụng AI



cũng có thể sử dụng các dự báo này để tự động báo cho kho để gửi đúng sản phẩm và số lượng đến cửa hàng, để các nhà bán lẻ có thể bổ sung hàng hóa lên kệ một cách thích hợp.

Blue Yonder đã phát triển một hệ thống có thể phân tích khoảng 3 tỷ giao dịch và 200 biến số khác (như điều kiện thời tiết và tìm kiếm trang web) để dự đoán việc mua hàng trong tương lai. Công ty này cho rằng họ đã giúp một trong những khách hàng của mình, Otto Group, nhà bán lẻ hàng đầu của Đức, tự động xử lý đơn đặt hàng với các đối tác cung ứng khoảng 200.000 mặt hàng mỗi tháng. Hệ thống này giúp Otto dự trữ những mặt hàng khách hàng dễ mua, cho phép nhà bán lẻ này giao hàng nhanh hơn và giảm việc trả lại hàng. Giải pháp này có thể dự đoán chính xác tới 90% những mặt hàng sẽ được bán trong khoảng thời gian 30 ngày.

Startup Vekia có trụ sở tại Pháp cung cấp các giải pháp quản lý chuỗi cung ứng cho một số nhà bán lẻ, bao gồm Leroy Merlin, Mr. Bricolage, Undiz, Tape A L'oeil, Etam, Okaidi và Jacadi. Các ứng dụng của Vekia thường sử dụng AI để quản lý và giám sát

hàng dự trữ cho mỗi cửa hàng hằng ngày dựa trên một số thuộc tính sản phẩm, bao gồm màu sắc và kích cỡ sản phẩm. Ứng dụng tính toán mức hàng tồn tối ưu cho mỗi cửa hàng vài lần trong ngày và sử dụng dữ liệu bán hàng và dữ liệu lịch sử của cửa hàng để đặt hàng bổ sung một cách tự động.

Giảm tích tụ hàng dự trữ dư thừa

Các ứng dụng AI không chỉ xác định các khoảng trống, dự báo hàng dự trữ và đặt hàng, mà còn giúp giảm tích tụ hàng dự trữ dư thừa, khiến cho hoạt động bán lẻ trở nên hiệu quả hơn nhiều. Hàng dự trữ dư thừa thường phải được giảm giá, nhưng các ứng dụng AI có thể giúp xác định các sản phẩm dễ có xu hướng bị dư thừa quá nhiều dựa trên xu hướng dữ liệu lịch sử chúng và ngăn chúng tích tụ thêm.

Startup Celect cung cấp Bộ Tối ưu hóa Kho lưu trữ sử dụng các phân tích dự đoán và máy học để tối ưu hóa hàng tồn kho bán lẻ bằng cách cung cấp các mô hình của các mẫu và hành vi mua bán trong tương lai. Ứng dụng Tối ưu hóa Kế hoạch của công ty giúp các nhà bán lẻ hiểu được từng sản phẩm khác nhau sẽ tác động tới tổng thể mặt hàng như thế

nào. Bằng cách xác định các sản phẩm có sức mua kém, ứng dụng sẽ chỉ ra không gian nào nên được dành cho các sản phẩm có sức mua tốt hơn. Các nhà bán lẻ cũng có thể nhận biết được những mặt hàng nào đang được bày quá nhiều và những mặt hàng nào có tiềm năng tăng nhu cầu mua trong tương lai để họ có kế hoạch xếp lại các mặt hàng cho phù hợp. Startup Diwo đã tạo ra một ứng dụng liên tục theo dõi các mặt hàng của SKU có xu hướng được dự trữ vượt mức. Ứng dụng cũng phân tích giỏ mua sắm trong thời gian thực và xác định tác động của chúng lên các sản phẩm có sức mua thấp. Ứng dụng này cung cấp một cái nhìn toàn diện, theo thời gian thực về dữ liệu hàng tồn kho của toàn doanh nghiệp để giúp các nhà bán lẻ đánh giá yêu cầu về hàng dự trữ dựa trên nhu cầu thực tế của khách hàng. Đối với sản phẩm có sức mua thấp, Diwo xác định các yếu tố dẫn đến doanh số thấp và cung cấp chiến lược để giúp các nhà bán lẻ xác định thời điểm lý tưởng để đưa ra các chương trình khuyến mại.

Trải nghiệm bán lẻ

Do người tiêu dùng luôn dao động với nhu cầu mua sắm trực tuyến, nên các nhà bán lẻ dựa trên cửa hàng dù muốn hay không muốn đều phải cung cấp những trải nghiệm mua sắm tại cửa hàng tốt hơn. Họ phải loại bỏ mọi chướng ngại trong quá trình mua sắm, làm tăng sự tiếp xúc với khách hàng và thu hẹp khoảng cách thông tin giữa thương mại điện tử với các cửa hàng trưng bày. Tại các cửa hàng, các ki-ốt và điểm bán hàng di động được AI hỗ trợ có thể giúp các nhà bán lẻ cung cấp trải nghiệm được tùy chỉnh hơn cho khách mua hàng, nhờ các máy tính bảng được trang bị tại cửa hàng. Startup Tales Talespin của Ấn Độ và startup Pega của Mỹ đã phát triển các ứng dụng AI hoạt động trên máy tính bảng/thiết bị di động để giúp nhân viên bán hàng hỗ trợ và đưa ra các tư vấn cho khách hàng. Một số nhà bán lẻ đang triển khai công nghệ nhận dạng khuôn mặt

trong các cửa hàng để giúp nhân viên bán hàng xác định khách VIP, vì vậy họ có thể tiếp đón những vị khách này với dịch vụ cao cấp hơn.

Ứng dụng của startup Kairos có thể giúp xác định khách hàng và phát hiện tuổi tác, giới tính, tâm trạng và đặc điểm khuôn mặt của họ. Công nghệ của công ty có thể xác định khách hàng VIP của nhà bán lẻ cảnh báo nhân viên khi một trong số họ bước vào cửa hàng. Ứng dụng cũng có thể kích hoạt nhật ký mua hàng và thẻ khách hàng thân thiết. Gương ma thuật, cho phép khách hàng ngắm khi thử quần áo, sẽ sử dụng AI để giúp khách khám phá các sản phẩm mới. Những chiếc gương này cũng đưa ra các đề xuất dựa trên lựa chọn và các yếu tố của người dùng như tuổi tác, giới tính, khí hậu và xu hướng. Startup Holition đã chế tạo những tấm gương cho phép khách hàng thử quần áo với màu sắc khác nhau và startup ModiFace được L'Oreal mua lại đang phát triển một chiếc gương công nghệ thực tế tăng cường cho phép khách hàng có thể thử những kiểu trang điểm khác nhau. Những cửa hàng miễn thanh toán, nơi khách không phải xếp hàng để chờ thanh toán sản phẩm, là một cách khác nữa để các nhà bán lẻ cung cấp trải nghiệm mua sắm ít gặp chướng ngại. Aipoly cung cấp công nghệ cửa hàng miễn thanh toán, cho phép phân tích hàng dự trữ ngay lập tức và bổ sung một cách tự động. Hệ thống của startup này sử dụng thị lực máy tính để nhận diện khách hàng và sản phẩm, cho phép khách nhặt đồ và sau đó đi ra khỏi cửa hàng.

AiFi là một startup thị lực máy tính khác cung cấp phần mềm bán lẻ phi thu ngân. Công ty cho biết hệ thống của họ linh hoạt, dễ cài đặt và dễ dàng mở rộng, vì vậy nó có thể được sử dụng trong các cửa hàng thuộc mọi quy mô, từ nhỏ cho tới những cửa hàng quy mô rộng lớn./.

Phương Anh (*Artificial Intelligence in Retail, Coresight research*)