

Thách thức công nghệ mới và an toàn sở hữu trí tuệ

TUYẾT AN BÀ YUKO ADACHI, PHÓ CHỦ TỊCH NGHIÊN CỨU GARTNER, CHÂU Á - THÁI BÌNH DƯƠNG CHO RẰNG VIỆT NAM CẦN GIẢM THIỂU NHỮNG RỦI RO VỀ BẢO VỆ QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ, ĐẢM BẢO AN NINH THÔNG TIN DỮ LIỆU, ĐỂ ĐÁP ỨNG CÁC YÊU CẦU KHẮC NGHIỆT VỀ BẢO VỆ CÔNG NGHỆ MỚI VÀ HẤP DẪN NHÀ ĐẦU TƯ.

Theo báo cáo năm 2014 của Gartner, Việt Nam ở top 10 khu vực châu Á - Thái Bình Dương và top 30 toàn cầu về gia công phần mềm. Việt Nam cũng thuộc nhóm 5 thị trường mới nổi (cùng Thái Lan, Indonesia, Bangladesh và Philippines) trên cơ sở đánh giá về số lượng, chất lượng và chi phí. Ở Việt Nam chi phí đang tăng, nhưng vẫn còn thấp khoảng 20-30% so với các thị trường khác, đặc biệt là Trung Quốc, nơi sự biến động về tiền tệ và chính phủ đã xóa bỏ các ưu đãi chi phí.

Làn sóng tiến hóa mới

Việt Nam luôn nằm trong danh sách hàng đầu các công ty nhắm đến để gia công dịch vụ, nhưng còn nhiều khoảng cách giữa kỳ vọng và thực tế, khiến các giao dịch diễn ra chưa tương xứng tiềm năng thị trường. Từ năm 2014 hợp đồng gia công phần mềm dịch chuyển đến Việt Nam có dấu hiệu tăng trưởng tốt hơn. Vậy phải xác định chuẩn bị gì để đón nhận những động thái phát triển mới, khi áp lực thị trường và công nghệ đòi hỏi phá bỏ các cách thức phát triển truyền thống?

Mô hình gia công dịch vụ để giảm chi phí hình thành từ những năm 1990, nhưng cũng cuối thập niên này, mô hình "gia công theo đám đông" nở rộ nhằm thu hút tài năng, cho phép các doanh nghiệp sử dụng và chia sẻ nhân lực để cung cấp dịch vụ. Có những mô hình sử dụng đến 300.000 nhân sự, làm sao để đảm bảo chất lượng. Nhưng từ năm 2014 xu hướng công nghệ đã dịch chuyển theo mô hình các "cỗ máy thông minh" (smart machine) đòi hỏi một năng lực đáp ứng



Bà Yuko Adachi - Phó chủ tịch nghiên cứu Gartner, châu Á - Thái Bình Dương. Ảnh TL

sự đa dạng về loại hình dịch vụ.

Dự báo đến 2020, xu hướng các nhà máy, các dịch vụ được tự động hóa đòi hỏi các quy trình quản lý thông minh, hoàn toàn tự động. Làn sóng tiến hóa thứ ba liên quan đến trí tuệ thông minh với những con robot có thể thay thế cho hoạt động của con người, sẽ tác động mạnh mẽ đến thị trường. Nếu các doanh nghiệp đặt mình vào vị trí người nhận các dịch vụ đó, việc gì sẽ xảy ra?

Ba cách ứng phó

Với tư cách nhà cung cấp truyền thống, làm thế nào Việt Nam có thể cạnh tranh ở các dịch vụ này? Phải nhận thức

được cuộc chơi sẽ hoàn toàn thay đổi, nếu không sẽ bị những đối thủ đánh bại trong việc cung cấp dịch vụ cho những cỗ máy thông minh. Các doanh nghiệp đồng thời phải nhìn cuộc chơi trên quy mô toàn cầu và nỗ lực tạo ra sự đột phá trong lĩnh vực hệ thống thông minh, từng bước giảm phụ thuộc vào chi phí lao động thấp, vì như vậy sẽ tạo các mô hình kinh doanh kém hiệu quả về lâu dài, thậm chí sẽ đánh mất chuẩn mực công ty và rủi ro về đảm bảo chất lượng.

Bà Yuko khuyến cáo, chiến lược cho giai đoạn năm năm tới của Việt Nam nên xây dựng thể mạnh dựa trên chi phí nhưng phải hợp tác cải thiện môi trường >>

>> an toàn hơn, cơ sở hạ tầng bảo đảm tính an ninh cao hơn để có thêm nhiều cơ hội, đặc biệt về quản lý dịch vụ IT. Đặc biệt cần ra giải pháp đón đầu các xu hướng công nghệ tương lai mới thích ứng kịp khi thị trường biến động, mới có thể trở thành người chiến thắng trong thị trường này.

Thách thức về quyền sở hữu trí tuệ đang làm giảm hiệu suất của doanh nghiệp Việt Nam. Muốn tạo thêm giá trị gia tăng cho khách hàng thì cần một môi trường an toàn để khách hàng có thể dịch chuyển dữ liệu, đảm bảo an toàn an ninh thông tin. Nếu không các khách hàng toàn cầu e ngại việc thực hiện bản quyền khi đưa dữ liệu vào Việt Nam. Điều này đòi hỏi sự hợp tác chặt chẽ giữa các nhà cung cấp, các hiệp hội doanh nghiệp IT và Chính phủ để giải quyết các mối quan tâm về an ninh dữ liệu. Doanh nghiệp cần kiến nghị Chính phủ cùng làm việc và hỗ trợ cộng đồng IT giải quyết những thách thức này song song với việc tăng năng lực chuyên môn của toàn cộng đồng IT. □

KHẢO SÁT CỦA KPMG THỰC HIỆN VỚI 80 CÔNG TY LỚN TRONG LĨNH VỰC GIA CÔNG IT VIỆT NAM:

- 98% cho rằng Việt Nam là điểm đến hấp dẫn cho dịch vụ gia công IT nhờ lực lượng lao động trẻ, chi phí thấp và môi trường kinh doanh ổn định.
- 56% đánh giá tích cực chuyên môn của lao động Việt Nam, 78% cho rằng kỹ năng ngoại ngữ vẫn là rào cản lớn (mức trung bình hoặc dưới trung bình).
- 84% doanh nghiệp có doanh thu dưới 2,3 triệu USD (2014), chỉ 2,9% đạt doanh thu trên 22 triệu USD, 80% doanh thu từ xuất khẩu dịch vụ. Nhiều công ty có kế hoạch mở rộng ITO đến châu Âu, Úc, Mỹ và các nước châu Á (Hong Kong, Nhật và Singapore).
- Dịch vụ gia công chính: phát triển phần mềm, ứng dụng di động và phát triển web, xử lý dữ liệu, tiếp thị số và hỗ trợ cơ sở hạ tầng IT.
- Gần 70% có kế hoạch tăng trưởng hơn 20% năm 2016. 75% công ty có dưới 100 nhân viên; 100% có kế hoạch để mở rộng tuyển dụng trong năm 2016.
- Cơ sở hạ tầng điện - điện thoại - Internet ở mức trung bình, cần được cải thiện mạnh mẽ hơn. Chiến lược tiếp thị ngành công nghiệp IT quốc gia còn yếu và không hiệu quả.



Hợp sức hỗ trợ doanh nghiệp

“Việc hội nhập kinh tế toàn cầu thông qua TPP và AEC sẽ tạo áp lực cải thiện mạnh mẽ lên ngành công nghiệp IT Việt Nam. Để phát triển tương ứng với tiềm năng, Chính phủ và các hiệp hội có liên quan cần hỗ trợ thiết thực cho doanh nghiệp IT nói chung và các doanh nghiệp ITO nói riêng, cùng hợp sức để nâng cao các điều kiện cho doanh nghiệp, bao gồm cả thuế, chất lượng nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng và năng lực tiếp thị.

Các giải pháp thiết thực hơn giúp doanh nghiệp giảm rủi ro cạnh tranh khi ra thị trường thế giới, đặc biệt cải thiện nhận thức trong việc đối phó với quyền sở hữu trí tuệ và bản quyền tác giả để phát triển ngành công nghiệp chuyên nghiệp. Các hiệp hội dành sự quan tâm nhiều hơn về nhu cầu trong nước đối với các khách hàng tiềm năng với doanh nghiệp ITO, các hoạt động này hiện vừa thiếu vừa yếu. Nhiều doanh nghiệp ITO hiện vẫn chủ yếu cạnh tranh với các đối thủ bằng giá cả, có thể ảnh hưởng đến nhận thức của khách hàng đối với chất lượng dịch vụ ITO Việt Nam”.

Ông Nguyễn Công Ai, Phó tổng giám đốc KPMG Vietnam

“Logigear mất hết 60% các hoạt động kinh doanh khi bong bóng dotcom sụp đổ những năm 90 ở Mỹ, tất cả các dịch vụ gia công kiếm thử buộc phải chuyển sang Ấn Độ để giảm chi phí. Chúng tôi đến Việt Nam mở trung tâm nghiên cứu, bước đầu đánh giá khả năng chuyên môn nhân sự Việt Nam ra sao, lúc đó nhìn về Ấn Độ chúng tôi nghĩ làm sao cạnh tranh với đối thủ. Nhóm 20-30 nhân sự ban đầu thử nghiệm vài dự án nhỏ, ngày nay Logigear có đội ngũ 800 nhân viên, trẻ, năng động, giỏi về thuật toán, học hỏi nhanh và có tinh chi tiết cùng với khả năng thích ứng văn hóa nhanh. Ngày nay họ đảm đương các công việc phức tạp trong các lĩnh vực công nghiệp dầu khí, công nghệ, truyền hình, mạng lưới...”

Khó khăn giai đoạn đầu là nhân sự thiếu kỹ năng tham chiếu và tiếng Anh còn yếu, công ty thiết kế các chương trình đào tạo kỹ năng mềm về lãnh đạo, quản lý, cách giải quyết vấn đề, khiếu nại với khách hàng, dạy về kiểm thử phần mềm, gửi qua Mỹ học hỏi và trải nghiệm phương cách vận hành. Hành vi người dùng thay đổi mạnh mẽ đang khiến cho cách thức vận hành doanh nghiệp phải thay đổi, việc giao tiếp B2B cũng phải thay đổi, thách thức luôn luôn diễn ra trong việc cung cấp dịch vụ là làm sao đảm bảo những tiến bộ mới trong công nghệ để hỗ trợ khách hàng quản trị sự thay đổi, phải liên tục tạo ra những kênh tiếp thị bằng những cách thức người ta nhận biết về mình”.

Ông Hùng Nguyễn, Chủ tịch sáng lập Logigear



Đáp ứng những thách thức về sự thay đổi



Hãy chia sẻ với thế giới về năng lực kỹ sư Việt Nam

“**D**oanh nghiệp không nên đặt tất cả kỳ vọng vào chính phủ vì tương lai phát triển của doanh nghiệp nhờ vào chính nỗ lực của doanh nghiệp. Kinh nghiệm thành công của Harvey Nash là làm thế nào để gửi đến khách hàng toàn cầu thông điệp: các kỹ sư Việt Nam đang tạo ra những thành tựu sáng tạo và giải pháp của họ đang được sử dụng trên toàn cầu.

Hoạt động tại Việt Nam từ năm 2000, hơn 2.000 nhân sự của Harvey Nash là tác giả của nhiều giải pháp được ứng dụng rộng rãi trên thế giới. Các kỹ sư nỗ lực tìm cách giảm chi phí cho khách hàng, giúp khách hàng chuyển đổi cách thức làm việc bằng kỹ thuật mới, những kỹ sư Việt Nam đưa ra cấu trúc mới để quản lý sự vận hành trong nhiều lĩnh vực như y tế, giáo dục, tự động hóa, giám sát giao thông... Chúng tôi xem sự sáng tạo giúp thiết lập quan hệ lâu dài với khách hàng và là yếu tố quan trọng xây dựng niềm tin, để khách hàng dám giao phó công việc, tạo cơ hội thành công cho mình. Việc tạo ra sự khác biệt cũng giúp doanh nghiệp tạo dựng uy tín, đặc biệt khi làm việc với khách hàng lớn từ châu Âu, Mỹ, cả trong điều kiện mới khi Việt Nam gia nhập các tổ chức kinh tế lớn”.

Ông Paul Smith, Chủ tịch Harvey Nash



Chọn cách đi thẳng vào xu hướng mới

“**C**húng ta khó cạnh tranh trong lĩnh vực truyền thống nhưng có khả năng cạnh tranh song phẳng với tất cả các công ty lớn trên thế giới bằng cách chọn đi thẳng vào xu hướng công nghệ mới như điện toán mây (cloud computing), dữ liệu lớn (big data), di động (mobility). Có thể nói các công ty ở Việt Nam chưa phải là nhà tạo ra các nền tảng nhưng chắc chắn là những nhà vận chuyển có đủ cơ hội và năng lực để hỗ trợ khách hàng chuyển đổi dịch vụ lên nền tảng đám mây.

Sự cố Y2K năm 2000 đã trở thành cơ hội cho các công ty Ấn Độ vươn ra toàn cầu thì ngày nay, năng lực mây hóa dịch vụ là cơ hội tốt để Việt Nam trở thành công xưởng đám mây (cloud factory) cho cả thế giới. Nếu tận dụng tốt những xu hướng mới, tôi tin rằng Việt Nam có thể trở thành Ấn Độ thứ hai trong ngành gia công phần mềm”.

Ông Hoàng Nam Tiến, Chủ tịch FPT Software

MỘT VÒNG THỊ TRƯỜNG

Mạng di động Viettel dẫn đầu thị trường Đông Timor

Với 450.000 khách hàng, Telemor đã vươn lên thành nhà mạng lớn nhất Đông Timor với 45% thị phần, góp phần lớn vào sự gia tăng người dùng di động tại thị trường này từ 60% lên 80% năm 2014. Telemor cũng đa dạng các gói dịch vụ



và dịch vụ 3G, đưa bình quân chi tiêu của khách hàng (ARPU) tăng gấp đôi. Kết thúc 2014, Telemor đạt mức tăng trưởng doanh thu 280% so với năm trước, giành giải vàng hạng mục “tăng trưởng nhanh nhất năm 2015” trong khuôn khổ Giải thưởng Kinh doanh quốc tế 2015 của Stevie Awards (Mỹ) diễn ra tại Canada. Doanh thu tại Đông Timor được Viettel công bố đến hết tháng 6.2014 đạt 17 triệu USD và lợi nhuận hơn 4 triệu USD, đây là mạng viên thông duy nhất trong vòng 6 tháng hoạt động đã đem lại lợi nhuận cho Viettel.

TUYẾT AN

100 triệu USD xây Ngôi nhà Đức tại TP.HCM

Ngôi nhà Đức tại TP.HCM chính thức được đồng thổ sang 24.10 (đường Lê Duẩn, Q.1) với tổng vốn đầu tư 100 triệu USD, dự kiến hoàn thành vào cuối năm 2017. Tòa nhà 25 tầng với 40.000m² sàn sẽ là nơi đặt trụ sở Tổng lãnh sự quán Đức tại TP.HCM, phần còn lại chủ yếu dành cho các doanh nghiệp Đức làm ăn tại Việt Nam; đồng thời sẽ là địa điểm kinh doanh thương mại, triển lãm, hội nghị, tổ chức sự kiện cho các doanh nghiệp Việt hợp tác kinh doanh với Đức và Liên minh châu Âu.

Hiện công trình đã cơ bản hoàn thành phần móng và 4 tầng hầm để xe. Đây là công trình hai mặt dựng đầu tiên tại Việt Nam và Đông Nam Á được xây dựng với công nghệ mới nhất của Đức, với thiết kế cấu trúc tiết kiệm năng lượng, hướng tới một tòa văn phòng xanh và cao cấp hàng đầu tại TP.HCM để đạt được chứng nhận LEED Gold (dẫn đầu trong thiết kế về năng lượng và môi trường).

HOANG DUY

Xuất khẩu 10 tháng tăng trưởng thấp

Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam 10 tháng đầu năm ước đạt 134,6 tỉ USD, chỉ tăng 8,5% so với cùng kỳ, chủ yếu nhờ vào tăng trưởng của khu vực FDI (kể cả dầu thô) với 95 tỷ USD, tăng 14,3%, trong khi khu vực kinh tế trong nước chỉ đạt 39,6 tỉ USD, giảm 3,3%. Số đi kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng



thấp do nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam tiếp tục giảm mạnh cả về số lượng lẫn giá trị so với cùng kỳ 2014. Kim ngạch xuất dầu thô 10 tháng chỉ đạt hơn 3,2 tỉ USD, giảm 0,2% về lượng nhưng đến 49,1% về giá trị; cà phê chỉ đạt hơn 2,15 tỉ USD, giảm tương ứng 28,9% và 30,8%; gạo chỉ đạt 2,225 tỉ USD - giảm 13,3%; xuất khẩu thủy sản cũng chỉ đạt 5,4 tỉ USD, giảm 17%... Kim ngạch nhập khẩu 10 tháng ước đạt 138,7 tỉ USD - tăng 14,3% so với cùng kỳ, khu vực FDI nhập 82,1 tỉ USD, tăng 19,3%. Con số này cũng đưa mức nhập siêu 10 tháng lên 4,1 tỉ USD, bằng 3,1% kim ngạch xuất khẩu, riêng khu vực kinh tế trong nước nhập siêu đến 17,1 tỉ USD trong khi khu vực FDI xuất siêu 13 tỉ USD.

Hoa Kỳ vẫn là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch 27,8 tỉ USD, tăng 18%, trong khi Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất với 41 tỉ USD, tăng 15,6%.

T.Á