

**BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG
CỤC TIN HỌC HÓA**

**Những câu chuyện
về
CHUYỂN ĐỔI SỐ**

Hà Nội - 2021

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU

Phần I: CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG CHÍNH QUYỀN

Câu chuyện 1: Thành phố Hồ Chí Minh là địa phương tiên phong trong chuyển đổi số

Câu chuyện 2: Chuyển đổi số đưa Đà Nẵng tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Câu chuyện 3: Bến Tre thúc đẩy kinh tế số

Câu chuyện 4: Thành phố Long Khánh (Đồng Nai) ứng dụng công nghệ để kết nối người dân và chính quyền

Câu chuyện 5: Lạng Sơn thí điểm xây dựng nền tảng cửa khẩu số

Phần II: CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG KINH TẾ

Câu chuyện 6: Cuộc chạy đua chuyển đổi số của ngành ngân hàng Việt Nam

Câu chuyện 7: Chuyển đổi số là chìa khóa thành công của Vietcombank

Câu chuyện 8: Mobile Money - không ai bị bỏ lại phía sau

Câu chuyện 9: Chuyển đổi số EVN - một hành trình tất yếu

Câu chuyện 10: Chuyển đổi số ở tập đoàn sản xuất thép lớn nhất Đông Nam Á

Câu chuyện 11: Chuyển đổi số trong thăm dò và khai thác dầu khí ở Việt Nam

Câu chuyện 12: Manulife Vietnam ứng dụng công nghệ để chuyển đổi số ngành bảo hiểm nhân thọ

Câu chuyện 13: Câu chuyện chuyển đổi số tại một công ty bảo hiểm

Câu chuyện 14: Chuyển đổi số tại các doanh nghiệp giao nhận vận tải trên địa bàn Hà Nội

Câu chuyện 15: Vinhomes áp dụng chuyển đổi số trong kinh doanh bất động sản thứ cấp

Câu chuyện 16: Câu chuyện chuyển đổi số của The Coffee House

Câu chuyện 17: Bán cá tra sang Trung Quốc qua kênh thương mại điện tử

Câu chuyện 18: Bru điện Việt Nam tạo cửa hàng số cho người dân Lạng Sơn bán nông sản trên sàn Thương mại điện tử

Câu chuyện 19: Nông dân Hưng Yên lên sàn Postmart bán nhãn

Câu chuyện 20: Mở sàn giao dịch trái cây quốc tế - Thành công của một nữ doanh nhân 9X

Câu chuyện 21: Công nghệ giúp nông sản cất cánh, vượt qua đại dịch COVID-19

Phần II: CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG XÃ HỘI

Câu chuyện 22: Chuyển đổi số, kinh tế số, xã hội số và những vấn đề đặt ra cho báo chí Việt Nam

Câu chuyện 23: Lào Cai tích cực chuyển đổi số trong hoạt động báo chí - truyền thông

Câu chuyện 24: Thúc đẩy văn hóa đọc từ chuyển đổi số

Câu chuyện 25: Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thúc đẩy chuyển đổi số trong lĩnh vực thư viện

Câu chuyện 26: Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam ứng dụng thuyết minh đa phương tiện để phục vụ khách tham quan

Câu chuyện 27: Chuyển đổi số - phát huy hệ thống du lịch thông minh Cần Thơ

Câu chuyện 28: Thành phố Hồ Chí Minh tiên phong trong chuyển đổi số trong lĩnh vực giáo dục

Câu chuyện 29: Thành phố Hồ Chí Minh ứng dụng Help 114 để phát hiện người vi phạm giãn cách xã hội trong phòng chống đại dịch COVID-19

Câu chuyện 30: Thành phố Hồ Chí Minh ứng dụng chuyển đổi số trong phòng chống COVID-19

Câu chuyện 31: Bác sĩ điều trị Covid-19 thành “kỹ sư công nghệ”

Câu chuyện 32: Kỹ sư trẻ làm bản đồ số về các điểm bán hàng thiết yếu tại Thành phố Hồ Chí Minh

Câu chuyện 33: Chuyển đổi số trong nông nghiệp, nông thôn ở Bắc Kạn

Câu chuyện 34: Chuyển đổi số ở xã miền núi Vi Hương

Câu chuyện 35: Nông dân thời chuyển đổi số

LỜI NÓI ĐẦU

Ngày 03 tháng 6 năm 2020, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 749/QĐ-TTg phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.

Bộ Thông tin và Truyền thông là một trong những cơ quan chủ chốt được Thủ tướng Chính phủ giao nhiệm vụ chủ trì, và phối hợp với các bộ, ngành liên quan để triển khai thực hiện “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”, trong đó, có nhiệm vụ quan trọng là “*tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền nhằm chuyển đổi nhận thức, tạo nền móng cho Chuyển đổi số quốc gia*” đến các cơ quan, tổ chức, đoàn thể, doanh nghiệp và toàn dân.

Đây là một nhiệm vụ quan trọng, bởi không thể thực hiện thành công “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” nếu không triển khai tốt công tác thông tin, tuyên truyền về chuyển đổi số nhằm cung cấp thông tin và nhận thức về chuyển đổi số cho toàn xã hội; giúp cho toàn dân hiểu biết về nội dung chuyển đổi số, vai trò của chuyển đổi số đối với sự phát triển của đất nước trong bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 đang diễn ra mạnh mẽ và tác động sâu sắc đến mọi mặt: chính trị, xã hội, kinh tế, văn hóa, lối sống... của nhân loại.

Chuyển đổi số là quá trình thay đổi tổng thể và toàn diện của cá nhân, tổ chức về cách sống, cách làm việc, và phương thức sản xuất dựa trên các công nghệ số. Ở cấp độ quốc gia, chuyển đổi số là chuyển đổi *chính phủ số, kinh tế số và xã hội số* quốc gia. Ở cấp độ địa phương, chuyển đổi số là chuyển đổi sang *chính quyền số, kinh tế số và xã hội số* trên địa bàn địa phương. Địa phương chuyển đổi số thành công sẽ đóng góp vào thành công chung của chuyển đổi số quốc gia.

Do vậy, chuyển đổi số là nhiệm vụ cần sự vào cuộc quyết tâm của toàn hệ thống chính trị, triển khai xuyên suốt, đồng bộ từ cấp Trung ương đến địa phương. Chuyển đổi số còn là cuộc cách mạng của toàn dân. Chuyển đổi số chỉ thực sự thành công khi mỗi một người dân tích cực tham gia và thụ hưởng các lợi ích mà chuyển đổi số mang lại. Chuyển đổi số tạo ra cơ hội cho người dân ở vùng sâu, vùng xa, biên giới, hải đảo tiếp cận dịch vụ trực tuyến một cách công bằng, bình đẳng và nhân văn rộng khắp, “không ai bị bỏ lại phía sau”.

Tại Việt Nam, quá trình chuyển đổi số đã bắt đầu diễn ra từ những năm trước, bắt đầu từ các ngành: tài chính, giao thông, du lịch... Chính phủ và chính quyền các cấp cũng đã nỗ lực xây dựng *chính phủ điện tử* hướng tới *chính phủ số* từ nhiều năm trước. Hơn 30 thành phố ở Việt Nam đã và đang định hướng xây dựng “thành phố thông minh” (Smart City) với các nền tảng công nghệ mới. Nhiều doanh nghiệp đã tham gia vào các sàn thương mại điện tử để gia tăng năng lực kinh doanh và doanh

thu, nhiều cá nhân cũng đã tự tìm cho mình một lối đi mới trong sản xuất, kinh doanh bằng cách tham gia vào quá trình chuyển đổi số và đã thu được những thành quả ban đầu.

Tuy nhiên, hiện nay vẫn chưa có nhiều người nhận thức đúng đắn về vai trò, hiệu quả của chuyển đổi số để có chiến lược đầu tư thích hợp về nguồn lực, nhân lực và tài lực. Đặc biệt, nhiều địa phương, tổ chức, cơ quan, doanh nghiệp... do chưa thực sự hiểu chuyển đổi số là gì? chuyển đổi số diễn ra như thế nào? hiệu quả mà quá trình chuyển đổi số mang lại ra sao? nên còn chần chừ chưa tham gia vào chuyển đổi số, hoặc không biết nên bắt đầu chuyển đổi số từ đâu?

Tập sách nhỏ này tập hợp 35 câu chuyện về chuyển đổi số đã và đang diễn ra ở Việt Nam trên cả ba lĩnh vực: *chính quyền số, kinh tế số và xã hội số*, với sự tham gia của nhiều tổ chức, thành phần trong xã hội Việt Nam: từ chính quyền địa phương các cấp, các cơ quan, ban ngành, đoàn thể xã hội; cho đến các tập đoàn kinh tế, các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hộ kinh doanh cá thể; trong tất cả các lĩnh vực của đời sống kinh tế - xã hội; với sự tham gia của rất nhiều thành phần dân cư; diễn ra trên khắp lãnh thổ Việt Nam, từ thành thị đến thôn quê, từ đồng bằng đến miền núi...

Mỗi câu chuyện trong tập sách này là một điển hình về sự hiểu biết và sự tham gia có trách nhiệm và đầy hứng khởi của các tổ chức, doanh nghiệp, cá nhân... vào quá trình chuyển đổi số. Và họ đã gạt hái thành công ban đầu.

Mỗi câu chuyện là một nguồn cảm hứng, đồng thời cũng là một định hướng để dẫn dắt hay gợi mở cho những ai chưa sẵn sàng, hoặc chưa tìm ra lối vào “hành trình chuyển đổi số quốc gia” mà Chính phủ đã lựa chọn để đưa đất nước tiến lên, hòa nhịp cùng bước tiến của nhân loại.

CỤC TIN HỌC HÓA

BỘ THÔNG TIN VÀ TRUYỀN THÔNG

Phần I:
CHUYỂN ĐỔI SỐ
TRONG CHÍNH QUYỀN

Câu chuyện 1:

Thành phố Hồ Chí Minh là địa phương tiên phong trong chuyển đổi số

Năm 2020, Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) đã thúc đẩy mạnh mẽ chuyển đổi số thông qua ứng dụng công nghệ thông tin, giúp hoàn thiện cấu trúc chính quyền điện tử, phục vụ mục tiêu chiến lược xây dựng TP.HCM trở thành đô thị thông minh.

Đúng một tháng sau khi Thủ tướng Chính phủ ban hành Phê duyệt “Chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”, TP.HCM đã công bố “Chương trình chuyển đổi số và nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu của TP.HCM”. Như vậy, TP.HCM là địa phương đầu tiên trong cả nước công bố Chương trình chuyển đổi số.

Chương trình chuyển đổi số của TP.HCM được xây dựng dựa trên “Chương trình chuyển đổi số quốc gia”, “Đề án xây dựng TP.HCM trở thành đô thị thông minh giai đoạn 2017 - 2020, tầm nhìn đến năm 2025” và “Kiến trúc chính quyền điện tử TP.HCM”.

Chương trình đặt ra tầm nhìn, mục tiêu chuyển đổi số là đến năm 2030, TP.HCM trở thành đô thị thông minh với sự đổi mới căn bản, toàn diện hoạt động của bộ máy chính quyền số, của các doanh nghiệp số và sự thịnh vượng, văn minh của một xã hội số.

Tại hội nghị công bố Chương trình chuyển đổi số và hệ thống nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu của TP.HCM, Chủ tịch Ủy ban nhân dân TP.HCM nhấn mạnh: *“TPHCM luôn ý thức rằng, trong bối cảnh đại dịch Covid-19, tác động toàn diện đến tất cả các mặt đời sống kinh tế - xã hội thì chuyển đổi số là cơ hội để biến nguy thành cơ. Do đó, đặt ra yêu cầu thành phố phải nỗ lực nhiều hơn đưa Chương trình chuyển đổi số trở thành một nhân tố quan trọng trong thực hiện mục tiêu kép”*.

Hưởng ứng Chương trình chuyển đổi số của TP.HCM, cuối tháng 9/2020, Hiệp hội Doanh nghiệp TP.HCM đã công bố Chương trình chuyển đổi số, nhằm tư vấn và hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ trên địa bàn TP.HCM tiếp cận với các gói giải pháp chuyển đổi số với chi phí phù hợp, qua đó góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh. Theo đó, Hội Tin học TP.HCM sẽ dành khoảng 4 tỷ đồng hỗ trợ cho khoảng 300 doanh nghiệp nhỏ và vừa đăng ký chuyển đổi số trong năm đầu; tổ chức các chương trình tư vấn, tập huấn hướng dẫn doanh nghiệp lựa chọn các giải pháp chuyển đổi số phù hợp.

TP.HCM có rất nhiều doanh nghiệp hoạt động theo mô hình doanh nghiệp công nghệ, nên trước khi có Chương trình chuyển đổi số của thành phố thì bản thân các doanh nghiệp này đã tự tham gia vào quá trình chuyển đổi số. Lý do là vì đây là những doanh nghiệp trong lĩnh vực xuất khẩu, luôn luôn thay đổi công nghệ, nên phải tiếp nhận chuyển đổi số từ các nhà cung cấp, từ phía khách hàng. Vì thế, khi Chương trình chuyển đổi số quốc gia ban hành và TP.HCM triển khai Chương trình chuyển đổi số của thành phố, thì các doanh nghiệp đã hội nhập rất nhanh và sẵn sàng tham gia chuyển đổi số. Bởi vì chuyển đổi số sẽ tiết kiệm thời gian cho doanh nghiệp, thuận lợi cho doanh nghiệp khi

thực hiện các thủ tục giấy tờ vì mọi hồ sơ thủ tục đều làm trên mạng nên nhanh chóng, tiện lợi, rõ ràng.

Để thực hiện hiệu quả Chương trình chuyển đổi số trên địa bàn TP.HCM, Phó Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp TP.HCM Trần Việt Anh cho rằng: *“Do phần lớn các doanh nghiệp ở TPHCM là doanh nghiệp nhỏ và vừa nên, chính quyền thành phố cần hỗ trợ các doanh nghiệp về thông tin, đào tạo và đặc biệt là hỗ trợ về tài chính để chuyển đổi số đúng, kịp, chính xác, tránh lãng phí”*.

Về phía doanh nghiệp, cần phải tìm hiểu kỹ hơn về chuyển đổi số để phù hợp với đặc thù của doanh nghiệp mình. Vì thế, chính quyền TP.HCM cần tổ chức những buổi hội thảo để giúp các doanh nghiệp hiểu rõ hơn cần phải làm gì khi chuyển đổi số. Ngoài việc chuẩn bị cơ sở hạ tầng cho chuyển đổi số, chính quyền TP.HCM cần hướng dẫn cho các doanh nghiệp ứng dụng chuyển đổi số sao cho hiệu quả nhất, nhanh chóng nhất; cũng như giới thiệu cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa các gói hỗ trợ ưu tiên, các đối tác về ứng dụng chuyển đổi số.

Đến cuối năm 2020, TP.HCM đã triển khai gần 1.300 dịch vụ công trực tuyến mức độ 3 và 4, chiếm hơn 40% tổng số dịch vụ công được cung cấp. Ứng dụng công nghệ 4.0 vào giải quyết thủ tục hành chính, tỷ lệ giải quyết hồ sơ đúng hẹn hơn 99%.

Ủy ban nhân dân TP.HCM đặt ra mục tiêu trong năm 2021 là: phát triển các nền tảng cơ bản xây dựng chính quyền điện tử theo kiến trúc chính quyền điện tử thành phố; tăng cường kết nối giữa các ứng dụng phục vụ người dân và doanh nghiệp; nâng cao năng lực bảo đảm an toàn thông tin mạng, hướng đến *chính phủ số, nền kinh tế số và xã hội số* nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả hoạt động của bộ máy hành chính Nhà nước và chất lượng phục vụ người dân và doanh nghiệp trên địa bàn thành phố.

TP.HCM là địa phương tiên phong thực hiện chuyển đổi số, ưu tiên hoàn thiện cấu trúc chính quyền điện tử, phục vụ mục tiêu chiến lược xây dựng thành phố trở thành đô thị thông minh; hỗ trợ doanh nghiệp và người dân dễ dàng tiếp cận với các dịch vụ hành chính do chính quyền cung cấp; cải thiện thủ tục kinh doanh, tiết kiệm thời gian, góp phần nâng cao hoạt động của doanh nghiệp và cải thiện đời sống của người dân.

[Theo: Đình Lý, hmcpcp.org.vn; ngày 07/02/2021]

Câu chuyện 2:

Chuyển đổi số đưa Đà Nẵng tiếp cận cuộc cách mạng công nghiệp 4.0

Với tiềm năng, kinh nghiệm và lợi thế sẵn có, thành phố Đà Nẵng có nhiều thuận lợi thúc đẩy quá trình chuyển đổi số.

Qua mấy đợt bùng phát dịch COVID-19 từ năm 2020 đến nay, Đà Nẵng đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động của các trường học, đặc biệt trong dạy và học trực tuyến. Hiện, 100% bệnh viện, trung tâm y tế quận, huyện đều sử dụng phần mềm quản lý bệnh viện điện tử và 100% trạm y tế phường, xã sử dụng phần mềm dùng chung hỗ trợ cho công tác quản lý khám, chữa bệnh, quản lý bệnh nhân, quản lý điều trị nội trú, ngoại trú, quản lý xét nghiệm, quản lý dược, thanh toán viện phí, bảo hiểm y tế.

Với mức độ sẵn sàng cao về ứng dụng công nghệ thông tin, Đà Nẵng là địa phương dẫn đầu cả nước về tỷ lệ cài đặt ứng dụng Bluezone với hơn 43%, triển khai kịp thời các ứng dụng góp phần thành công trong việc đẩy lùi dịch bệnh COVID-19 như Bản đồ COVID -19, biểu đồ số liệu COVID -19, thẻ vé đi chợ bằng QR-Code, quản lý khách du lịch trực tuyến...

Đà Nẵng có tỷ lệ người sử dụng điện thoại di động đứng đầu cả nước, với tỷ lệ 276 máy/100 dân, 99,8% hộ gia đình có kết nối Internet và 99,4% người dân tiếp cận, sử dụng Internet. 100% trường học các cấp đã kết nối Internet băng rộng và sử dụng phần mềm quản lý trường học.

Đà Nẵng cũng là địa phương có hạ tầng kỹ thuật số hiện đại, có trạm cáp quang cấp bờ là trạm truyền dẫn quốc tế quan trọng của mạng viễn thông quốc gia, bao gồm 2 tuyến cáp SMW3 và APG với tổng dung lượng rất lớn. Hạ tầng viễn thông công cộng có kết nối nội mạng tốc độ cao.

Đà Nẵng cũng đã hoàn thành phủ sóng mạng 3G, 4G, Internet băng rộng cố định. Thành phố đã đầu tư xây dựng mạng viễn thông dùng riêng (mạng MAN) với tổng chiều dài 350 km cáp quang ngầm, kết nối 145 cơ quan, đơn vị, băng thông kết nối mạng trực lên đến 40Gbps. Hệ thống wifi công cộng có 430 trạm thu phát sóng (AP) chuyên dụng của thành phố và khoảng 1.000 trạm của doanh nghiệp phủ sóng tại tất cả các sở, ban, ngành, quận, huyện, xã, phường, các khu vực trung tâm của thành phố, các địa điểm du lịch và khu vực công cộng để tạo điều kiện cho tổ chức, công dân, du khách có thể kết nối, sử dụng dịch vụ của các cơ quan nhà nước và kết nối ra mạng Internet.

Trung tâm dữ liệu thành phố có dung lượng bảo đảm năng lực tính toán và dung lượng lưu trữ phục vụ xây dựng chính quyền đô thị và đang được nâng cấp, mở rộng để triển khai các ứng dụng thành phố thông minh. Hệ thống Hội nghị truyền hình trực tuyến bao gồm 1 thiết bị quản lý đa điểm cho phép kết nối 75 điểm cầu; đã triển khai các hội nghị, cuộc họp trực tuyến từ Trung ương đến thành phố; từ thành phố đến quận, huyện.

Đà Nẵng còn sở hữu lợi thế lớn về nguồn nhân lực. Trên địa bàn thành phố có 25 trường đại học và cao đẳng có khoa ngành đào tạo về công nghệ thông tin, mỗi năm bổ sung thêm 5.000 nhân lực có trình độ từ bậc đại học, cao đẳng trở lên.

Tính đến cuối năm 2020, số lượng doanh nghiệp đăng ký ngành nghề hoạt động chính trong lĩnh vực công nghệ thông tin trên địa bàn thành phố khoảng 2.000 doanh nghiệp, nếu tính cả ngành nghề phụ là 7.000 doanh nghiệp. Năm 2020, tuy bị ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, ngành công nghiệp ICT ở Đà Nẵng vẫn đạt tăng trưởng hơn 5%%, đóng góp vào 7,5% GRDP thành phố.

Với hạ tầng viễn thông rộng khắp, đảm bảo khả năng tiếp cận và sử dụng công nghệ thông tin của người dân, doanh nghiệp trên địa bàn thành phố, đã góp phần giảm khoảng cách số, nâng cao chất lượng cuộc sống người dân, đặc biệt là trong lĩnh vực giáo dục và y tế.

Ngày 17/6/2021, Thành ủy Đà Nẵng ban hành Nghị quyết “Về chuyển đổi số trên địa bàn thành phố Đà Nẵng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. Trước đó, Đà Nẵng đã ban hành Kiến trúc tổng thể thành phố thông minh với 6 trụ cột và 16 lĩnh vực thông minh; Đề án xây dựng thành phố thông minh giai đoạn 2018-2025, định hướng đến năm 2030. Đề án đặt ra mục tiêu, đến năm 2020, sẵn sàng hạ tầng, nền tảng và dữ liệu thông minh; Đến năm 2025, thông minh hóa các ứng dụng; Đến năm 2030, thông minh hóa ứng dụng cộng đồng và hoàn thành xây dựng đô thị thông minh kết nối đồng bộ với các mạng lưới đô thị thông minh trong nước và khu vực ASEAN.

Đà Nẵng xem việc xây dựng nguồn nhân lực công nghệ thông tin mang yếu tố quyết định trong việc xây dựng thành công chính quyền điện tử, thành phố thông minh. Những công nghệ số thay thế trong nhiều chục năm đã phát triển đột phá và trở nên phổ biến, sẵn sàng, làm động lực thúc đẩy quá trình chuyển đổi số nhanh hơn.

Trong chương trình chuyển đổi số ở địa phương mình, lãnh đạo chính quyền và đội ngũ chuyên môn của thành phố Đà Nẵng xác định: chuyển đổi số không cần nhiều cơ sở vật chất mà chính là thay đổi tư duy. Đây là hướng đi đúng và mục tiêu mà thành phố này đang hướng đến trong khi tham gia vào lộ trình chuyển đổi số quốc gia.

[Theo: *vov.vn*; ngày 21/06/2021]

Câu chuyện 3:

Bến Tre thúc đẩy kinh tế số

Thực hiện quyết định của Thủ tướng Chính phủ về “Chiến lược phát triển Kinh tế số của Việt Nam giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030”, ngày 20/10/2020, Tỉnh ủy Bến Tre đã ban hành Nghị quyết số 01-NQ/TU về việc “Chuyển đổi số tỉnh Bến Tre giai đoạn 2020-2025, tầm nhìn đến năm 2030”.

Nghị quyết của Tỉnh ủy Bến Tre đề ra mục tiêu là “*đến năm 2025, Bến Tre trở thành địa phương thành công chuyển đổi số của khu vực đồng bằng sông Cửu Long, phát triển công nghiệp nội dung số, thử nghiệm công nghệ và mô hình mới, đổi mới căn bản, toàn diện hoạt động quản lý, điều hành của chính quyền các cấp, hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp, hình thành hệ sinh thái công nghệ thông tin và truyền thông địa phương, kết nối hiệu quả vào hệ sinh thái quốc gia*”, với các mục tiêu cụ thể đến năm 2025 trong chuyển đổi số, phát triển kinh tế số như sau:

- Về phát triển chính quyền số, 100% dịch vụ công trực tuyến đảm bảo mức độ 4, được cung cấp trên nhiều phương tiện truy cập khác nhau, bao gồm cả thiết bị di động; 90% hồ sơ công việc tại cấp tỉnh, 80% hồ sơ công việc tại cấp huyện, 60% hồ sơ cấp xã được xử lý trên môi trường mạng (trừ hồ sơ công việc thuộc bí mật nhà nước) (mục tiêu năm 2030 lần lượt là: 100%, 90% và 70%); 100% chế độ báo cáo, chỉ tiêu tổng hợp định kỳ và báo cáo thống kê về kinh tế-xã hội phục vụ chỉ đạo điều hành của các cấp ủy, chính quyền cấp tỉnh và huyện được tích hợp, kết nối, chia sẻ dữ liệu số trên hệ thống thông tin báo cáo của tỉnh; 80% cơ sở dữ liệu tạo nền tảng phát triển chính phủ điện tử bao gồm các cơ sở dữ liệu về dân cư, đất đai, đăng ký doanh nghiệp, tài chính, bảo hiểm được hoàn thành và kết nối, chia sẻ vào hệ thống của quốc gia (mục tiêu năm 2030 là 90%); từng bước mở dữ liệu của các cơ quan nhà nước để cung cấp dịch vụ công kịp thời; 50% hoạt động kiểm tra của cơ quan quản lý được thực hiện qua môi trường số và hệ thống thông tin của cơ quan quản lý (mục tiêu năm 2030 là 70%).

- Về phát triển kinh tế số, đến năm 2025, kinh tế số của tỉnh chiếm 10% GRDP và 30% vào năm 2030, trong đó tỷ lệ kinh tế số của từng ngành, lĩnh vực đạt tối thiểu 5% (mục tiêu năm 2030 là tối thiểu 15%), năng suất lao động bình quân hàng năm tăng tối thiểu 7% (mục tiêu năm 2030 là tối thiểu 8%), chỉ số sẵn sàng cho ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin và truyền thông đạt nhóm 25 tỉnh dẫn đầu cả nước (mục tiêu năm 2030 là tỉnh thuộc nhóm 10 địa phương dẫn đầu cả nước về chỉ số này).

- Về phát triển xã hội số, đến năm 2025, hạ tầng băng thông rộng phủ khắp 80% hộ gia đình, 100% xã; phổ cập dịch vụ mạng di động 4G/5G và điện thoại di động thông minh; tỷ lệ dân có tài khoản thanh toán điện tử đạt trên 50%; xây dựng thành công nền tảng đô thị thông minh tại thành phố Bến Tre.

Để thực hiện các mục tiêu trên, Nghị quyết số 01-NQ/TU ngày 20/10/2020 của Tỉnh ủy Bến Tre đã vạch ra các giải pháp phát triển kinh tế số tại Bến Tre như sau:

1. Tăng cường các công tác tuyên truyền, thúc đẩy đổi mới tư duy, nhận thức trong đội ngũ cán bộ, đảng viên, hộ gia đình và doanh nghiệp về chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ số trong đời sống, sản xuất, thương mại và thực thi công vụ.

2. Xây dựng chiến lược chuyển đổi số, lộ trình chuyển đổi số trên cơ sở chiến lược của cả nước, triển khai đồng bộ kế hoạch chuyển đổi số, phát triển kinh tế số của các sở, ban, ngành, UBND các huyện, thị. Chiến lược chuyển đổi số của tỉnh phải theo hướng thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội theo hướng số hóa trên cơ sở phát huy hiệu quả giá trị văn hóa truyền thống của Bến Tre, chú trọng nguồn lực con người và xây dựng hệ sinh thái chuyển đổi số. Tăng cường liên kết với các cơ sở nghiên cứu và đào tạo: các viện, trường đại học, trung tâm và các đối tác khác nhằm nâng cao kỹ năng quản trị công nghệ hướng đến làm chủ các công nghệ mới. Chiến lược chuyển đổi số của tỉnh cần phải bao quát toàn tỉnh, cụ thể từng ngành, từng lĩnh vực, địa phương trong tỉnh.

3. Tập trung đầu tư xây dựng hạ tầng cứng và mềm cho chuyển đổi số và phát triển nền kinh tế số của tỉnh. Cơ sở hạ tầng thiết bị và ứng dụng phải được đầu tư đồng bộ, đáp ứng yêu cầu của nhân dân, doanh nghiệp và sự chuyển đổi của chính quyền điện tử; đặc biệt là hệ thống truyền tải dữ liệu, trung tâm tích hợp dữ liệu, năng lượng và hệ thống thu thập, lưu trữ và xử lý dữ liệu. Triển khai đồng bộ mạng băng thông rộng chất lượng cao trên địa bàn tỉnh, phát triển hạ tầng kết nối mạng internet nhằm tạo điều kiện nền tảng cho phát triển đô thị thông minh. Có chính sách thu hút và khuyến khích các doanh nghiệp công nghệ đầu tư phát triển tại tỉnh, ưu tiên các lĩnh vực thương mại điện tử, nông nghiệp, du lịch, y tế, giáo dục, tài nguyên môi trường, tài chính, giao thông.

4. Hỗ trợ nâng cao năng lực và sức cạnh tranh của doanh nghiệp, hợp tác xã đồng thời chú trọng bồi dưỡng, phổ biến, trang bị kiến thức cho đội ngũ doanh nhân đáp ứng yêu cầu của kinh tế số. Tập trung triển khai phát triển nguồn nhân lực trong lĩnh vực công nghệ thông tin phục vụ phát triển công nghiệp công nghệ thông tin, thúc đẩy phát triển kinh tế số của tỉnh. Xây dựng chương trình đào tạo đội ngũ chuyên trách công nghệ thông tin trong cơ quan nhà nước thành các chuyên gia chuyển đổi số trong các ngành. Xây dựng chương trình đào tạo nâng cao kỹ năng số cho cán bộ, công chức, viên chức trong cơ quan nhà nước.

5. Tiếp tục khơi dậy và tạo động lực cho văn hóa khởi nghiệp sáng tạo, nhất là trong tầng lớp thanh niên của tỉnh.

Bến Tre đã lựa chọn cho mình một hướng đi thích hợp trong lộ trình chuyển đổi số đó là: thúc đẩy cán bộ, công chức, doanh nghiệp, người dân thay đổi tư duy và nhận thức về chuyển đổi số. Từ đó lựa chọn các giải pháp thích hợp để tiến hành chuyển đổi số với chiến lược: con người trước, hạ tầng kỹ thuật sau và ưu tiên cho các lĩnh vực quan trọng.

[Theo: kinhtevadubao.vn; ngày 30/5/2021]

Câu chuyện 4:

Thành phố Long Khánh (Đồng Nai) ứng dụng công nghệ để kết nối người dân và chính quyền

Thành phố Long Khánh (tỉnh Đồng Nai) đã ứng dụng app Long Khánh Smart từ đầu tháng 6/2021 nhằm kết nối người dân với chính quyền để cung cấp thông tin, thực hiện điều hành với nhiều nội dung: phản ánh hiện trường, du lịch, dịch vụ công, y tế, môi trường, quản lý văn bản...

Người dân có thể tải ứng dụng trên app store hay trên CHplay về điện thoại, hoặc có thể truy cập trực tiếp trên website <http://long-khanh.vts-paht.com> để sử dụng các tính năng như trên app.

Khi có vấn đề cần phản ánh với cơ quan chức năng, người dân chỉ việc nêu trực tiếp vấn đề cần phản ánh trên ứng dụng mà không cần phải đến “gõ cửa” cơ quan chức năng hay làm đơn từ... Thông tin phản ánh được Trung tâm Điều hành đô thị thông minh thành phố Long Khánh tiếp nhận, phân loại rồi chuyển đến các phòng, ban chức năng hoặc các địa phương để giải quyết.

Để tăng cường hiệu quả của app, UBND thành phố Long Khánh đã ban hành Quy chế về tiếp nhận, xử lý thông tin phản ánh, kiến nghị của tổ chức, cá nhân thông qua hệ thống phản ánh hiện trường và số điện thoại tổng đài. 13 cơ quan chuyên môn, Công an thành phố và 15 phường, xã đã thành lập các tổ phản ứng nhanh nhằm xử lý thông tin trên hệ thống phản ánh hiện trường. Trong đó, thủ trưởng các đơn vị, chủ tịch các xã, phường là tổ trưởng.

Nhằm tạo thuận lợi cho các đơn vị khi triển khai, UBND thành phố Long Khánh có cơ chế, kinh phí hỗ trợ những người thực hiện phản ứng nhanh. Mục tiêu là giải quyết ngay những phản ánh của người dân. Cụ thể, sau thời gian 2 giờ kể từ khi tiếp nhận thông tin, tổ trưởng tổ phản ứng nhanh phải có thông tin phản hồi trên hệ thống để người dân được biết. Kết quả giải quyết phản ánh của người dân từ app Long Khánh Smart được dùng để đánh giá công vụ cuối năm.

Với quy chế chặt chẽ đó, việc giải quyết các phản ánh của người dân qua app Long Khánh Smart đang được thực hiện rất tốt.

Theo thống kê của Trung tâm Điều hành đô thị thông minh thành phố Long Khánh, tính đến ngày 30/6/2021, hệ thống phản ánh hiện trường trên app Long Khánh Smart đã nhận được 114 phản ánh, bao gồm các vấn đề: hạ tầng đô thị, an ninh trật tự và báo cáo dịch bệnh. Trong đó, đã xử lý được 100 phản ánh, còn 14 phản ánh đang xử lý. Kết quả xử lý các phản ánh được người dân đánh giá là hài lòng.

Ông Phạm Việt Phương, Chủ tịch UBND thành phố Long Khánh cho hay: “*Khi có thông tin của người dân, chúng tôi sẽ quyết liệt làm. Tùy nội dung và tính chất, sự việc*

nào làm được thì chúng tôi làm ngay. Còn sự việc nào chưa làm được, chúng tôi cũng tương tác với người dân, báo cho dân biết và đưa ra cam kết, thời hạn giải quyết cụ thể”.

Anh Phạm Huỳnh Trí, người dân ở phường Xuân Bình kể: Lô đất trống kế bên nhà anh thường xuyên bị đọng nước, anh cho rằng nguyên nhân là do đường ống cấp thoát nước bị vỡ dẫn đến nước bị rò rỉ. Anh đã nhiều lần phản ánh sự việc này với nhân viên công ty cấp thoát nước nhưng không được quan tâm giải quyết. Sự việc này diễn ra trong khoảng 3 năm. Khi biết Long Khánh có app Long Khánh Smart để người dân phản ánh hiện trường, anh đã chụp hình chỗ đọng nước và gửi lên app. Anh cho biết: *“Chỉ 5 phút sau khi gửi phản ánh, tôi đã được người của chính quyền liên lạc để hỏi rõ địa chỉ. Trong cùng ngày, đội cấp thoát nước cũng đến sửa chữa đường ống. Sau khoảng 2 giờ thì công việc hoàn thành”.*

Từ trải nghiệm của bản thân, anh Trí rất hài lòng với tiện ích này và mong muốn người dân thành phố cài đặt ứng dụng để góp phần xây dựng thành phố ngày càng văn minh, hiện đại.

Tuy nhiên, sau hơn 1 tháng hoạt động, app Long Khánh Smart mới chỉ có gần 3.500 lượt tải về. Chủ tịch UBND thành phố Long Khánh Phạm Việt Phương chia sẻ: *“Số lượng này còn khá hạn chế. Chính quyền thành phố Long Khánh mong muốn người dân sẽ biết đến và sử dụng ứng dụng này nhiều hơn nữa để cùng với chính quyền xây dựng Long Khánh thực sự trở thành đô thị thông minh”.*

Để tuyên truyền rộng rãi đến người dân về ứng dụng Long Khánh Smart, thành phố Long Khánh đã phát hành 20 ngàn tờ gấp hướng dẫn cài đặt ứng dụng Long Khánh Smart đến bộ phận một cửa thành phố và các phường, xã để phát hành trực tiếp đến người dân và doanh nghiệp. Thành phố Long Khánh đang tiếp tục công tác tuyên truyền để tăng lượng tải ứng dụng. Mục tiêu của thành phố Long Khánh là đến cuối năm 2021 sẽ có khoảng từ 80-100 ngàn lượt tải ứng dụng.

Ông Phạm Việt Phương cho rằng, app Long Khánh Smart chính là công cụ, cầu nối để người dân và chính quyền tương tác với nhau. Cụ thể, app Long Khánh Smart giúp chính quyền công khai, minh bạch hóa thông tin và là phương tiện để người dân giám sát việc điều hành của chính quyền. Từ thông tin, tương tác của người dân, chính quyền thành phố biết được sự vận hành ở địa phương, các phòng, ban có hiệu quả hay không. Việc giải quyết các phản ánh của người dân cũng cho thấy năng lực của chính quyền.

Thành phố Long Khánh đã lựa chọn một nền tảng kỹ thuật số để phát triển và áp dụng trong mô hình chính quyền số, nhằm kết nối người dân với chính quyền để cung cấp thông tin, thực hiện điều hành với nhiều nội dung: phản ánh hiện trường, du lịch, dịch vụ công, y tế, môi trường, quản lý văn bản... Coi đây là khâu đột phá để tham gia vào chương trình chuyển đổi số quốc gia.

[Theo: Hải Yến, báo *Đồng Nai*; ngày 11/7/2021]

Câu chuyện 5:

Lạng Sơn thí điểm xây dựng nền tảng cửa khẩu số

Lạng Sơn là tỉnh đầu tiên trong cả nước xây dựng nền tảng cửa khẩu số tại hai cửa khẩu Hữu Nghị và cửa khẩu Tân Thanh. Mục tiêu của kế hoạch triển khai thí điểm chuyển đổi số tổng thể và toàn diện ở hai cửa khẩu này là tự động hóa quy trình thông quan, giảm thời gian cho doanh nghiệp có phương tiện xuất nhập cảnh, hàng hóa xuất nhập khẩu.

Ủy ban nhân dân tỉnh Lạng Sơn giao Sở Thông tin và Truyền thông tỉnh chủ trì, phối hợp với Ban Quản lý Khu kinh tế cửa khẩu Đồng Đăng - Lạng Sơn và các cơ quan, đơn vị liên quan tổ chức triển khai kế hoạch này, nhằm mục đích tăng cường công tác quản lý, giám sát của các cơ quan nhà nước; tạo kênh thông tin, kết nối đa chiều giữa cơ quan nhà nước với doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia hoạt động xuất nhập khẩu.

Công khai, minh bạch trong hoạt động quản lý tại cửa khẩu, phục vụ công tác chỉ đạo, điều hành của các cấp lãnh đạo, cải cách hành chính, phục vụ người dân và doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất nhập khẩu tốt hơn.

Cùng với đó, thay đổi quy trình để tăng cường khả năng tự động hóa, giảm thiểu các tác động của con người trong các hoạt động tại cửa khẩu; ứng dụng công nghệ số trong quản lý tổng thể và toàn diện hoạt động tại khu vực cửa khẩu. Sử dụng một hệ thống nền tảng số duy nhất có độ ổn định cao, đồng thời phải đảm bảo an toàn thông tin, phát triển, cung cấp dịch vụ số cho các doanh nghiệp dựa trên nền tảng cửa khẩu số.

Theo kế hoạch, trước nhất, sẽ tiến hành khảo sát hiện trạng hạ tầng viễn thông, công nghệ thông tin, cơ sở dữ liệu của các cơ quan, đơn vị liên quan tại các cửa khẩu Hữu Nghị, Tân Thanh; đồng thời, khảo sát quy trình nghiệp vụ, xác định những yêu cầu chức năng, tổng hợp dữ liệu, xây dựng quy trình mới để chuyển đổi số toàn diện khu vực cửa khẩu.

Trên cơ sở đó, phương án tổng thể chuyển đổi số cửa khẩu sẽ được lựa chọn, với các giải pháp như: xác định, chuẩn bị cơ sở hạ tầng công nghệ số; sử dụng giải pháp nền tảng công nghệ điện toán đám mây (Cloud); dữ liệu lớn (Bigdata); trí tuệ nhân tạo (AI) để sẵn sàng cài đặt hệ thống phần mềm lõi AI phục vụ nhận diện biển số phương tiện; triển khai tích hợp bản đồ số để theo dõi, điều khiển phương tiện; kết nối dữ liệu camera từ phòng cảnh sát giao thông, công an tỉnh, công an thành phố Lạng Sơn về hệ thống phần mềm lõi.

Bên cạnh đó, xây dựng giải pháp nền tảng dữ liệu số: Dữ liệu kiểm soát hàng hóa xuất nhập khẩu; dữ liệu thu phí sử dụng hạ tầng; dữ liệu phương tiện xuất nhập khẩu; dữ liệu hàng hóa xuất nhập khẩu; dữ liệu doanh nghiệp xuất nhập khẩu; dữ liệu cấp biển số

xe tạm; dữ liệu đăng xuất nhập cảnh đối với người điều khiển phương tiện và nhân viên phương tiện cho bộ đội biên phòng.

Đồng thời, kết nối, liên thông dữ liệu qua nền tảng tích hợp, chia sẻ dữ liệu (LGSP); nền tảng thanh toán trực tuyến; nền tảng kho dữ liệu dùng chung; nền tảng dữ liệu mở. Xây dựng nền tảng ứng dụng số: ứng dụng số nghiệp vụ thu phí; ứng dụng số giám sát theo dõi phương tiện xuất nhập khẩu; ứng dụng số hỗ trợ kiểm soát hàng hóa; ứng dụng số tương tác cơ quan nhà nước - doanh nghiệp.

VNPT được Ủy ban nhân dân tỉnh Lạng Sơn chọn là đơn vị thực hiện kế này. Việc khảo sát, xây dựng quy trình, thiết kế nền tảng cửa khẩu số, cài đặt, kiểm thử, tập huấn hướng dẫn sử dụng được thực hiện trong từ tháng 7 đến tháng 8/2021. Giai đoạn thí điểm sử dụng sẽ kéo dài trong 6 tháng tính từ ngày khai trương vào tháng 8/2021.

Tập đoàn VNPT chi trả toàn bộ chi phí đầu tư cho xây dựng, phát triển và triển khai nền tảng cửa khẩu số, bao gồm trang thiết bị công nghệ, nền tảng cửa khẩu số, camera, đường truyền... trong giai đoạn thí điểm.

Sau khi Lạng Sơn hoàn thành giai đoạn thí điểm chuyển đổi số các cửa khẩu Hữu Nghị và Tân Thanh, mô hình nền tảng cửa khẩu số của địa phương này có thể được xem xét để nhân rộng áp dụng với cửa khẩu ở các địa phương khác trong cả nước.

Với lợi thế là địa phương có các cửa khẩu quốc tế thông thương với thị trường lớn nhất thế giới, chính quyền tỉnh Lạng Sơn đã lựa chọn lĩnh vực hải quan là khâu đột phá trong chuyển đổi số. Thực hiện thành công trong lĩnh vực này, sẽ là tiền đề để Lạng Sơn triển khai và thực hiện thành công việc xây dựng chính quyền số trong các lĩnh vực khác.

[Theo: Vân Anh, viettimes.vn; ngày 07/7/2021]

Phần II:
CHUYỂN ĐỔI SỐ
TRONG KINH TẾ

Câu chuyện 6:

Cuộc chạy đua chuyển đổi số của ngành ngân hàng Việt Nam

Chuyển đổi số không chỉ là một xu thế tất yếu trong ngành ngân hàng hiện nay mà còn trở thành một cuộc chạy đua marathon, đòi hỏi các ngân hàng phải có chiến thuật và “sức bền” suốt cuộc đua.

Trong thời đại công nghệ phát triển nhanh chóng với lượng dữ liệu và thông tin khổng lồ, ngân hàng là một trong những ngành tiên phong chuyển đổi số để chủ động thích ứng với bối cảnh cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, tạo lợi thế cạnh tranh và phát triển bền vững.

Theo thống kê sơ bộ của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN), có đến 95% ngân hàng đã và đang xây dựng chiến lược chuyển đổi số, trong đó 39% ngân hàng đã phê duyệt chiến lược hoặc tích hợp trong định hướng phát triển kinh doanh và công nghệ thông tin. Mới đây, “Kế hoạch chuyển đổi số ngành ngân hàng đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” của NHNN xác định mục tiêu hướng đến vào năm 2025 đảm bảo 60% tổ chức tín dụng có tỉ trọng doanh thu từ kênh số đạt trên 30%.

Thực chất, chuyển đổi số trong ngành ngân hàng không chỉ đơn giản là ứng dụng các công nghệ mới như AI, Blockchains và tự động hóa trong quy trình ở cấp độ vi mô; thay vào đó là chuyển đổi toàn bộ mô hình, chiến lược và văn hóa kinh doanh của ngân hàng - trên nền tảng sự đổi mới công nghệ.

Theo *Báo cáo ứng dụng ngân hàng số tại Việt Nam*, chuyển đổi số của các ngân hàng thường chia theo 3 giai đoạn chính:

- Giai đoạn Số hóa (Digitization): các ngân hàng cải thiện hiệu quả hoặc tối ưu hoạt động bằng cách áp dụng công nghệ vào các dữ liệu, tài nguyên hoặc quy trình riêng lẻ trong hoạt động;
- Giai đoạn Chuyển đổi kỹ thuật số (Digital transformation): các ngân hàng bắt đầu thực hiện số hóa toàn bộ hoạt động ngân hàng, tích hợp và kết nối các quy trình số để tạo nên hành trình trải nghiệm khách hàng mang tính cá nhân;
- Giai đoạn Tái tạo số (Digital reinvention): các ngân hàng kết hợp công nghệ và nền tảng kỹ thuật số chưa từng có trước đây để tạo ra doanh thu, kết quả thông qua các chiến lược sản phẩm cùng trải nghiệm sáng tạo

Hiện tại, phần lớn các ngân hàng tại Việt Nam mới triển khai ở giai đoạn 1 và giai đoạn 2 thông qua chủ động lựa chọn hợp tác với các tổ chức công nghệ tài chính (Bigtech, Fintech...) để thực hiện số hóa sản phẩm, dịch vụ và xây dựng các kênh phân phối hiện đại cho khách hàng.

Có thể coi chuyển đổi số trong ngành ngân hàng như một cuộc chạy đua marathon, việc lựa chọn “cự ly” và “tốc độ” tùy thuộc vào “sức bền” và chiến lược của mỗi ngân hàng. Trong cuộc chạy đua này, các ngân hàng phải đối mặt với không ít thách thức ngay từ khi bắt đầu, đòi hỏi cần phải nhanh chóng thay đổi thể chế, vốn đầu tư lớn, nâng cao năng lực số trong quản lý - vận hành - xử lý rủi ro một cách hiệu quả để bảo vệ lợi ích người tiêu dùng, đặc biệt trong bối cảnh “bình thường mới” của đại dịch COVID-19.

Hàng loạt ngân hàng tập trung đẩy mạnh các tiện ích số nhằm “giữ chân” khách hàng và thu hút các khách hàng mới. TPBank triển khai mô hình ngân hàng LiveBank hoàn toàn tự động giúp khách hàng chỉ mất 3s để nhận điện và 30s để xử lý giao dịch. Techcombank chú trọng phát triển trải nghiệm khách hàng trên ngân hàng trực tuyến (e-banking), giảm thiểu thời gian và chi phí giao dịch cho khách hàng. MBBank triển khai tích hợp tất cả các giao dịch ngân hàng và quản lý tài chính hoàn toàn miễn phí trên app MBBank và Biz MBBank. MBBank cũng là ngân hàng đầu tiên cho phép khách hàng sở hữu nhiều số tài khoản tương tự như “một chiếc ví nhiều ngăn” hay miễn phí tài khoản tư quý, tài khoản trùng số điện thoại, tài khoản trùng ngày sinh... trên app MBBank, thu hút hàng triệu lượt mở mới.

Song song với đầu tư cho hạ tầng công nghệ, một thách thức không nhỏ trong chuyển đổi số ngân hàng là con người làm công nghệ. Con người trở thành yếu tố cốt lõi để các ngân hàng chuyển mình thành công từ mô hình ngân hàng truyền thống sang ngân hàng số, giúp tăng tốc số hóa một cách bền vững và hướng tới mô hình hoạt động của một công ty công nghệ.

Chuyển đổi số ngân hàng đang diễn ra ngày càng mạnh mẽ và trở thành xu thế tất yếu. Tuy nhiên, *Báo cáo ứng dụng ngân hàng số tại Việt Nam* chỉ ra rằng: Khi lấy khách hàng làm cốt lõi, các ngân hàng cần phải đánh giá lại mức độ số hóa để tìm ra hướng đi phù hợp, hoạch định một con đường rõ ràng trong dài hạn và áp dụng chiến thuật phù hợp trong từng giai đoạn.

Quá trình chuyển đổi số ở Việt Nam diễn ra đầu tiên trong một số ngành kinh tế chủ chốt, trong đó có lĩnh vực ngân hàng. Nhiều ngân hàng ở Việt Nam đã chủ động tham gia vào chuyển đổi số với những mục tiêu dài hạn, nhưng với những bước đi cụ thể và thích hợp. Điều này sẽ giúp các ngân hàng tránh khỏi việc “kiệt sức” trước khi về đích trong “cuộc chạy đua marathon” và đạt được mục tiêu chuyển đổi số đề ra.

[Theo: báo Tuổi Trẻ; ngày 15/7/2021]

Câu chuyện 7:

Chuyển đổi số là chìa khóa thành công của Vietcombank

Từ đầu tháng 4/2020, khi các yêu cầu về giãn cách xã hội được triển khai, khái niệm “work from home” (làm việc từ xa), tham gia các nền tảng hội nghị trực tuyến và mua sắm trên mạng đã dần trở nên phổ biến với đa số người Việt Nam.

Theo Tổng Thư ký Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam Nguyễn Toàn Thắng: Trong ngành ngân hàng, do tác động của đại dịch COVID-19, các giao dịch ngân hàng trực tuyến trở nên quan trọng và có mức tăng trưởng đột biến.

Theo Cục Thương mại điện tử và kinh tế số, thương mại điện tử Việt Nam tăng trưởng ấn tượng trong năm 2020 với mức tăng 18%, quy mô thị trường 11,8 tỷ USD, ước tính chiếm 5,5% tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước.

Cụ thể, theo báo cáo của WeAreSocial & Hootsuite, khi khảo sát người dùng internet trong độ tuổi từ 16 đến 64, việc sử dụng điện thoại di động vào các giao dịch mua sắm trực tuyến đã tăng từ 55% trong năm 2019 lên 68,5% trong năm 2020. Từ đó kéo theo việc các dịch vụ ngân hàng và tài chính cũng có xu hướng gia tăng từ 36% trong năm 2019 lên 40,1% trong năm 2020 bởi những người trước kia từng cân nhắc tương tác điện tử, giờ đây lại chuyển sang chấp nhận sử dụng các ứng dụng ngân hàng số như một thói quen “bình thường mới”.

Là một ngân hàng thương mại hàng đầu Việt Nam, Vietcombank đã chủ động triển khai chuyển đổi số trên toàn hệ thống từ trước khi đại dịch COVID-19 xảy ra. Quá trình chuyển đổi số đó tiếp tục diễn ra mạnh mẽ trong vài năm trở lại đây dưới nhiều hình thức, nhiều nền tảng, nhiều sản phẩm mới, nên khi đại dịch bùng phát và lan rộng, Vietcombank đã có những điều chỉnh kịp thời, ứng dụng chuyển đổi số để thay thế dần cho các nền tảng kinh doanh truyền thống, nhờ đó, đã gạt hái được những kết quả khả quan ban đầu, và Vietcombank tiếp tục là sự lựa chọn ưu tiên của hàng triệu khách hàng tại Việt Nam.

Chuyển đổi số chính là chìa khóa thành công của Vietcombank, được thể hiện trên các ứng dụng sau:

- Thứ nhất, VCB Digibank - dịch vụ ngân hàng số hiện đại có sự chuyển biến đột phá từ giao diện trải nghiệm đến tính năng sản phẩm đã ra mắt từ năm 2020. Sau hơn nửa năm triển khai, số lượng khách hàng đăng ký mới để sử dụng VCB Digibank hàng tháng tăng gấp đôi so với trước đó và số lượng giao dịch tăng hơn 30%.

- Thứ hai, với mục tiêu tối ưu lợi ích và tạo sự thuận tiện cho khách hàng, Vietcombank thiết kế để khách hàng có thể đăng ký 4 gói tài khoản mới rất đơn giản. Cụ thể, khách hàng đang sử dụng dịch vụ VCB Digibank có thể dễ dàng lựa chọn và đăng ký

cho mình một gói tài khoản phù hợp với nhu cầu giao dịch của cá nhân ngay trên ứng dụng Ngân hàng số VCB Digibank.

Từ đầu tháng 2/2021, Vietcombank chính thức ra mắt 4 gói tài khoản hoàn toàn mới dành cho khách hàng cá nhân với nhiều ưu đãi vượt trội khi giao dịch thẻ và giao dịch trên ngân hàng số VCB Digibank. Cụ thể, gói VCB Eco dành cho khách hàng có nhu cầu giao dịch cơ bản với ưu đãi miễn phí chuyển khoản trong hệ thống Vietcombank. Gói VCB Plus và Gói VCB Pro dành cho những khách hàng có giao dịch thường xuyên với ưu đãi miễn toàn bộ phí chuyển tiền trong và ngoài hệ thống qua VCB Digibank. Gói VCB Advanced phù hợp với khách hàng kinh doanh hoặc mua sắm trực tuyến khi được tích hợp thẻ ghi nợ quốc tế Visa Platinum với ưu đãi hoàn tiền 0,3% giá trị chi tiêu, tối đa lên đến 5 triệu đồng mỗi quý. Đặc biệt, khi sử dụng các Gói tài khoản này, khách hàng chỉ cần đóng 01 mức phí “trọn gói”, các phí riêng lẻ của từng dịch vụ trong gói đều được hoàn toàn miễn phí.

- Thứ ba, tại Vietcombank, câu chuyện chuyển đổi số đã và đang diễn ra mạnh mẽ với lộ trình cụ thể, cùng các công cụ đo lường mức độ hoàn thiện qua từng giai đoạn. Đầu tiên là việc thay đổi “hệ thống ngân hàng lõi” (core banking system) vào đầu năm 2020 đã mang đến tầm vóc mới cho Vietcombank thông qua việc đẩy nhanh tốc độ giao dịch cũng như tối đa hóa ứng dụng công nghệ thông tin trong từng sản phẩm dịch vụ, cùng nhiều dự án chuyển đổi mới.

Song song với phát triển sản phẩm, việc tăng cường truyền thông về công nghệ số trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng như thanh toán không dùng tiền mặt, các vấn đề sở hữu dữ liệu, quản trị rủi ro cũng thường xuyên được đẩy mạnh nhằm hướng đến hai mục tiêu chính: Định hướng người dân sử dụng các sản phẩm, dịch vụ ngân hàng mới; và Nâng cao hiểu biết tài chính của người dân, tránh các mô hình tín dụng đen và các hình thức lừa đảo.

Thông qua việc số hóa, Vietcombank có được “chìa khóa” để thúc đẩy tăng trưởng nhanh và bền vững trong bối cảnh kinh tế đang gặp nhiều bất lợi do đại dịch COVID-19 gây ra.

Có thể thấy rằng, ứng dụng thành công chuyển đổi số sẽ tạo ra động lực và sức bật để gia tăng năng suất lao động, chất lượng sản phẩm và sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp Việt Nam, không chỉ trong lĩnh vực ngân hàng, mà trong các lĩnh vực kinh doanh - dịch vụ khác.

[Theo: Mỹ Trang, *Kinh tế và Đô thị*; ngày 25/02/2021]

Câu chuyện 8:

Mobile Money - không ai bị bỏ lại phía sau

Khi nhắc đến chuyển đổi số, người ta thường nghĩ đến các công ty công nghệ, các đô thị hiện đại, vùng nông thôn hiếm khi được nhắc đến. Nhưng với dịch vụ tiền di động Mobile Money (MM), “cánh tay” chuyển đổi số sẽ dễ dàng được kéo dài đến từng người dân dù ở bất kỳ nơi đâu của Việt Nam. Họ sẽ được trải nghiệm thanh toán không tiền mặt và dần dần tham gia các dịch vụ thương mại điện tử, tiến tới số hóa nhiều hoạt động thường nhật.

Tháng 3/2021, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định phê duyệt triển khai thí điểm dùng tài khoản viễn thông thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ có giá trị nhỏ (Mobile Money).

Theo quyết định của Thủ tướng Chính phủ, tài khoản Mobile Money có thể chuyển tiền, thanh toán cho các hàng hóa, dịch vụ hợp pháp tại Việt Nam theo quy định của pháp luật hiện hành, phục vụ cho nhu cầu cuộc sống người dân.

Việc thanh toán chỉ áp dụng đối với giao dịch nội địa hợp pháp bằng đồng Việt Nam tại các đơn vị chấp nhận thanh toán bằng tài khoản Mobile Money, không được thực hiện thanh toán, chuyển tiền cho các hàng hóa, dịch vụ cung cấp xuyên biên giới.

Người dùng dịch vụ Mobile Money có thể nạp và rút tiền mặt trực tiếp tại các điểm kinh doanh được cấp phép hoặc từ tài khoản thanh toán tại ngân hàng hoặc từ ví điện tử của khách hàng tại chính doanh nghiệp cung cấp thí điểm dịch vụ Mobile Money...

Hiện tại ở Việt Nam có ba nhà cung cấp dịch vụ Mobile Money là: Viettel, MobiFone và Vinaphone. Cả ba đều đang xin phép để triển khai dịch vụ Mobile Money sớm nhất có thể.

Trong số đó, Tập đoàn Viettel là đơn vị đã triển khai thử nghiệm thành công Mobile Money cho 40.000 khách hàng nội bộ, sẵn sàng cung cấp dịch vụ tới 100% khách hàng Viettel ngay khi được cấp phép.

Đại diện Viettel cho biết, với mạng lưới viễn thông phủ sóng toàn quốc, Viettel có năng lực đưa Mobile Money tiếp cận đến tất cả hơn 60 triệu khách hàng di động của mình ở mọi miền Tổ quốc, vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới, khó khăn.

Tiền di động Viettel thúc đẩy thanh toán không tiền mặt mà không cần đến các hình thức ví hay tài khoản ngân hàng - điều mà người dân tại các vùng nông thôn, miền núi, hải đảo gặp trở ngại. Khách hàng có thể sử dụng dịch vụ Mobile Money của Viettel để thực hiện các giao dịch tài chính một cách dễ dàng bằng cả thiết bị thông minh hoặc điện thoại 2G dù không có tài khoản ngân hàng...

Đại diện Viettel cho biết: “*Đây là mục tiêu hoàn toàn khả thi bởi trước khi được thử nghiệm tiên di động tại Việt Nam, Viettel đã có kinh nghiệm triển khai thương mại tại 6/10 thị trường. Do đó về cách thức vận hành, chi phí, nhân lực đều đã được Viettel tính toán kỹ lưỡng. Cuối năm 2020, đầu năm 2021, hơn 40.000 nhân viên Viettel trên cả nước đã tham gia thử nghiệm sử dụng tài khoản viễn thông để thanh toán, chuyển tiền thay cho các giao dịch tiền lẻ*”.

Theo thống kê của Cục Viễn thông, Bộ Thông tin và Truyền thông, tính đến hết năm 2020, Việt Nam đang có 132,5 triệu thuê bao di động đang hoạt động. Như vậy, đối chiếu với thực tế, số lượng tài khoản sử dụng dịch vụ Mobile Money tại Việt Nam có thể lên đến hàng chục triệu khi được triển khai.

Bên cạnh đó, theo báo cáo Fintech và ngân hàng số 2025 do nền tảng ngân hàng kỹ thuật số Backbase và Công ty nghiên cứu thị trường IDC phối hợp thực hiện tại khu vực châu Á - Thái Bình Dương, giao dịch qua di động tại Việt Nam được kỳ vọng sẽ tăng tới 400% vào năm 2025 nhờ sự bùng nổ của kinh tế số.

Với lợi thế hạ tầng internet di động 3G, 4G phủ rộng khắp đất nước cùng với lượng thuê bao di động rất lớn, thanh toán qua điện thoại di động được dự đoán sẽ chiếm vai trò chủ đạo trong hoạt động thương mại điện tử tại Việt Nam.

Theo nhận định của nhiều chuyên gia, xu hướng trên có thể diễn ra nhanh hơn nhờ những tác động mạnh mẽ của bối cảnh xã hội bất ngờ (dịch bệnh COVID-19), cùng với chính sách điều hành của chính quyền (chuyển đổi số quốc gia, tiền điện tử di động Mobile Money).

Theo khảo sát về sử dụng ứng dụng thanh toán di động tại Việt Nam do Công ty nghiên cứu thị trường Asia Plus công bố đầu năm nay, 70% người dùng thanh toán di động ít nhất một lần một tuần, trong đó 21% sử dụng mỗi ngày. Trong đó, hoạt động thanh toán qua ứng dụng di động phổ biến nhất là nạp thẻ điện thoại với hơn 50% người dùng thực hiện.

Những hoạt động khác được người dùng thực hiện nhiều còn có một số dịch vụ như: hóa đơn internet, điện, nước (41%), chuyển tiền đến bạn bè hoặc người thân (40%), vé tại rạp chiếu phim (35%)...

Mobile Money phát triển sẽ góp phần cung ứng cho toàn bộ người dân một kênh giao dịch, phương tiện thanh toán không dùng tiền mặt nhanh chóng và thuận tiện. Đặc biệt, dịch vụ Mobile Money sẽ giúp những người dân ở vùng nông thôn, vùng sâu vùng xa dễ dàng sử dụng. Qua đó, gia nhập công cuộc chuyển đổi số đang diễn ra mạnh mẽ trên cả xã hội. Đây là một hướng đi nhằm đảm bảo mục tiêu “không để ai bị bỏ lại phía sau” trong lĩnh vực tiền tệ - tín dụng.

[Theo: Diệu Linh, báo Tuổi Trẻ; ngày 19/04/2021]

Câu chuyện 9:

Chuyển đổi số EVN - một hành trình tất yếu

EVN là một doanh nghiệp với ngành nghề truyền thống là điện lực, một ngành nghề với hơn 100 năm phát triển; đang đứng trước sự chuyển đổi của nền kinh tế, của đất nước, có chuyển đổi số hay không? Có rất nhiều yếu tố tác động, thôi thúc EVN chuyển đổi số. Đó là:

- Ngày 03/06/2020, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt “Chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” xác định năng lượng là một trong tám lĩnh vực ưu tiên chuyển đổi số.

- Đại dịch COVID-19 bùng phát từ đầu năm 2020 và có thể còn kéo dài, khi Việt Nam thực thi các chính sách giãn cách xã hội thì nhu cầu sử dụng các dịch vụ trên nền tảng số càng trở nên thiết yếu. Nhờ có hạ tầng công nghệ thông tin - viễn thông tốt, thông tin quản lý điều hành thông suốt, các hoạt động sản xuất, kinh doanh, đầu tư của EVN không những không bị đình trệ mà còn duy trì sự phát triển tốt. Đây là yếu tố lợi thế, cần tiếp tục phát huy.

- Biến đổi khí hậu toàn cầu, các cảnh báo về suy thoái môi trường, sự cạn kiệt các nguồn tài nguyên hóa thạch cùng với tiến bộ nhanh về công nghệ công nghiệp năng lượng đang dẫn đến sự chuyển dịch mạnh cơ cấu năng lượng những năm gần đây. Đặc biệt sự thâm nhập của năng lượng tái tạo ngày càng cao, cuối năm 2020 tổng công suất các nguồn điện mặt trời, điện gió đã gần 17.000MW, chiếm tỷ trọng hơn 25%, trong đó các nguồn điện phân tán như điện mặt trời mái nhà đầu nối vào hệ thống đã vượt mốc 100.000 công trình, đây là thách thức vô cùng lớn đối với sự vận hành an toàn, tin cậy của hệ thống điện quốc gia nếu không có những giải pháp mới về giám sát, điều khiển.

- Các đối tác của EVN (ngân hàng, nhà cung cấp, nhà thầu...) và các cơ quan quản lý đang chuyển đổi số mạnh mẽ, họ yêu cầu EVN kết nối và cung cấp dịch vụ cho hệ sinh thái số của họ (dịch vụ công, dịch vụ thanh toán, dịch vụ thuế...)

- Năng lực công nghệ số và nhu cầu về các tiện ích của khách hàng ngày càng cao, yêu cầu các sản phẩm dịch vụ EVN cung cấp phải đảm bảo chất lượng, tin cậy, minh bạch. Tỷ lệ dùng smartphone ở Việt Nam hiện nay đã khoảng 50% và dự kiến Việt Nam sẽ phổ cập toàn dân sử dụng smartphone vào năm 2025.

- Sự trưởng thành các công nghệ số mới với việc thay đổi cách giải quyết nhiều bài toán phức tạp đã dẫn đến hình thành các mô hình sản xuất, kinh doanh mới.

- Ngành Điện các nước đang chuyển đổi số mạnh mẽ, đặc biệt là các nước phát triển, nếu không có sự thay đổi có tính bứt phá thì rất khó để EVN đuổi kịp và hòa nhập.

Những yếu tố trên đã khiến cho chuyển đổi số trở thành nhu cầu, đồng thời là đòi hỏi tất yếu trong quá trình phát triển của EVN.

Quá trình chuyển đổi số của EVN gồm 3 giai đoạn:

* *Giai đoạn 1:* Số hóa tối đa từng phòng ban chức năng, bắt đầu từ các hoạt động cốt lõi rồi lan sang tất cả các hoạt động khác. Về cơ bản EVN đã trải qua giai đoạn này với việc tạo ra rất nhiều hệ thống CNTT riêng biệt phục vụ các phòng ban chức năng khác nhau như: ERP, CMIS, EVNHES, HRMS, Digital Office, IMIS, PMIS, OMS,... Tại các đơn vị thành viên của EVN cũng đã sử dụng từ vài chục đến cả trăm hệ thống thông tin phục vụ các nhu cầu khác nhau của mình. Hệ thống điện Quốc gia được trang bị các thiết bị hiện đại, giảm tối đa nhân lực trực vận hành

* *Giai đoạn 2:* Tích hợp các hệ thống thông tin nhằm cải thiện hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Trải qua quá trình số hóa, các hệ thống thông tin ngày càng nhiều nhưng phân mảnh và rời rạc, dẫn tới nhu cầu tích hợp để chia sẻ thông tin giữa các bộ phận. Việc hình thành các trung tâm giám sát điều khiển, việc thu thập và tích hợp các dữ liệu để phục vụ các báo cáo quản trị là những ví dụ điển hình về giai đoạn này. Giai đoạn này mặc dù thông tin đã thông suốt giữa các phòng ban, hiệu quả hoạt động đã cải thiện nhưng chưa tạo được đột phá về mô hình quản lý, sản xuất, kinh doanh. Chuyển đổi số của EVN hiện có thể xem đang ở giai đoạn này.

* *Giai đoạn 3:* Tận dụng sức mạnh của dữ liệu và các công nghệ số mới để số hóa và khai thác toàn diện các hoạt động quản lý, sản xuất, kinh doanh nhằm tiết kiệm chi phí, tăng tốc độ xử lý công việc, nâng cao năng suất lao động, tăng độ tin cậy, an toàn trong sản xuất và vận hành hệ thống điện; cung cấp dịch vụ thuận tiện, minh bạch cho khách hàng trên nền tảng số; đồng thời vừa góp phần vừa tạo động lực cho sự phát triển kinh tế, xã hội của quốc gia. Ở giai đoạn này, EVN tận dụng lượng dữ liệu vô cùng lớn của mình, ứng dụng các công nghệ số mới (AI, Bigdata, Cloud, Blockchain...), kết quả có thể dẫn đến thay đổi các mô hình vận hành cũ, không còn phù hợp để hình thành các mô hình mới, ví dụ như mô hình dự báo năng lượng tái tạo phân tán, giải pháp bảo trì tiên đoán, thay đổi mô hình trung tâm chăm sóc khách hàng..

Hiện tại, EVN đang chuẩn bị vượt qua giai đoạn 2 để tiến vào giai đoạn 3 với các đi chiến lược phù hợp. Đặc biệt, Hội đồng thành viên EVN đã lựa chọn năm 2021 là năm “Chuyển đổi số trong Tập đoàn Điện lực Quốc gia Việt Nam”.

Vì thế, đây thực sự là năm kiến tạo để EVN bứt phá trong chuyển đổi số cho những năm tiếp theo.

Điện lực đóng một vai trò tối quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Vì thế, đây là lĩnh vực cần phải chuyển đổi số để thích nghi với sự phát triển của nền kinh tế và của đất nước. Để làm được điều này, EVN đã có một quá trình chuẩn bị kỹ lưỡng cho lộ trình chuyển đổi số với 3 giai đoạn cụ thể, vừa đổi mới doanh nghiệp, vừa nâng cao năng lực phục vụ và chăm sóc khách hàng.

[Theo: Trần Đình Nhân - Nguyễn Xuân Khải, evngenco2.vn; ngày 19/02/2021]

Câu chuyện 10:

Chuyển đổi số ở tập đoàn sản xuất thép lớn nhất Đông Nam Á

Tập đoàn Hòa Phát ra đời tháng 8/1992, tiền thân là công ty chuyên buôn bán các loại máy xây dựng. Sau gần ba thập kỷ phát triển, năm 2020, Hòa Phát là một trong những tập đoàn tư nhân lớn nhất Việt Nam, kinh doanh bốn lĩnh vực chính: gang thép, sản phẩm thép, bất động sản, nông nghiệp.

Đầu năm 2021, Hòa Phát vượt qua Formosa trở thành nhà sản xuất thép lớn nhất Việt Nam và Đông Nam Á với sản lượng 2 triệu tấn thép thô. Lợi nhuận sau thuế năm 2020 của doanh nghiệp này đạt trên 13.500 tỷ đồng trong bối cảnh nền kinh tế gặp nhiều khó khăn do đại dịch COVID-19.

Gặt hái thành công lớn song Tập đoàn Hòa Phát cũng đứng trước những thách thức của cách mạng công nghệ 4.0.

Cuối năm 2020, dự án Hòa Phát Dung Quất giai đoạn 1 bắt đầu khai thác tối đa công suất nhà máy. Trong khi nhà máy của Hòa Phát vẫn duy trì nhiều công đoạn thủ công, chưa được số hóa hoàn toàn dẫn đến sự không đồng đều giữa các dây chuyền sản xuất, sản phẩm.

Bên cạnh đó, hệ thống công nghệ thông tin đã được đầu tư nhưng chưa đồng bộ và chưa tối ưu quy trình hoạt động với quy mô một nhà máy thép lớn nhất Việt Nam.

Hòa Phát đứng trước những câu hỏi quan trọng: tiếp tục mở rộng hay thu hẹp, làm cách nào để xây dựng năng lực cạnh tranh trong tương lai.

Để đáp ứng sự thay đổi của mô hình kinh doanh, Hòa Phát đã đưa ra chiến lược xây dựng năng lực cạnh tranh dựa trên nền tảng công nghệ số. Theo đó, tập đoàn này quyết định thay đổi mô hình quản trị công nghệ thông tin theo hướng tinh gọn hiệu quả và đảm bảo các mục tiêu chiến lược.

Bên cạnh đó, để phát triển kinh doanh, sự minh bạch quy trình và kết nối khoa học với chuỗi cung ứng logistic toàn cầu là điều quan trọng. Nội bộ tập đoàn này hướng đến tự động hóa và quản trị vận hành chuyên nghiệp bằng dữ liệu.

Cuối năm 2020, Tập đoàn Hòa Phát ký kết hợp tác chiến lược với Tập đoàn Công nghệ CMC nhằm xây dựng lộ trình chuyển đổi số toàn diện. Dự án kéo dài nửa năm, đặt mục tiêu giúp các công ty và khối sản xuất thép của tập đoàn số hóa quy trình sản xuất kinh doanh, hướng đến mục tiêu trở thành một trong 50 nhà sản xuất thép lớn nhất toàn cầu và tập đoàn đa ngành.

Ông Lương Tuấn Thành, Giám đốc Công nghệ CMC cho biết, phương pháp luận khoa học của CMC để giải bài toán vận hành của Hòa Phát dựa trên quan điểm: vạch ra tầm nhìn dài hạn, khả thi và thực tiễn, phù hợp với ngành sản xuất thép và công nghiệp

nặng, hướng tới mô hình tập đoàn đa ngành. Ông Thành cho biết: *“CMC đã tập trung sự đồng bộ của chiến lược xây dựng năng lực số với chiến lược và hoạt động kinh doanh, đồng thời sẽ nhận diện, lựa chọn và đánh giá một vài sáng kiến có thể ưu tiên thực hiện trước theo công thức: tăng doanh thu, giảm chi phí, tối ưu tài sản và hạn chế rủi ro”*.

Hòa Phát là tập đoàn đa ngành. Để chuyển đổi toàn diện, CMC đề xuất tạo ra một nhóm chuyên trách làm việc với các bên liên quan chủ chốt, để tạo sự đồng thuận trong toàn tập đoàn ở mọi thời điểm.

Theo đó, lộ trình chuyển đổi số chia thành ba giai đoạn: Giai đoạn 1 sẽ xây dựng nền tảng công nghệ và quản trị. Giai đoạn 2 sẽ tập trung khai thác số hóa hiệu quả cho vận hành và sản xuất với trải nghiệm người dùng xuất sắc. Giai đoạn 3 sẽ từng bước giúp ban lãnh đạo Hòa Phát quản trị và điều hành toàn diện bằng dữ liệu và mở rộng cho các lĩnh vực kinh doanh khác.

Ông Từ Thanh Hải, Trưởng ban dự án chuyển đổi số của Tập đoàn Hòa Phát chia sẻ: *“Việc chuyển đổi giúp tập đoàn này nâng cao hiệu quả và phát triển tạo ra giá trị mới, tăng cường sự hài lòng của khách hàng cũng như tìm kiếm thị trường mới dễ dàng hơn, rộng rãi hơn, nhanh chóng hơn. Chiến lược chuyển đổi số của Hòa Phát lần này sẽ giúp giảm chi phí, kiểm soát rủi ro, nâng cao hiệu suất lao động, hiệu quả kinh doanh”*.

Việc chuyển đổi số trong vận hành sẽ tạo ra các kênh tương tác mới giữa đại lý và tập đoàn để tự động hóa quá trình đặt hàng, theo dõi giao nhận hàng hóa tăng trải nghiệm khách hàng. Ban lãnh đạo Tập đoàn Hòa Phát cũng sẽ hiểu rõ hơn cách ứng dụng giải pháp công nghệ thông tin vào quản trị doanh nghiệp để bộ máy quản trị và điều hành hoạt động hiệu quả.

Tuy xuất phát muộn trong hành trình chuyển đổi số, nhưng nhờ vạch ra một lộ trình hợp lý, với sự hợp tác chiến lược với một tập đoàn hàng đầu trong lĩnh vực công nghệ, Tập đoàn Hòa Phát đã có những bước đi đúng đắn, phù hợp, nhờ đó đã thay đổi mô hình quản trị công nghệ hiện đại, theo hướng tinh gọn hiệu quả, giảm thiểu chi phí, nâng cao hiệu suất lao động, hiệu quả kinh doanh và đảm bảo các mục tiêu chiến lược trong tương lai.

[Theo: Quỳnh Chi, *theleader.vn*; ngày 12/07/2021]

Câu chuyện 11:

Chuyển đổi số trong thăm dò và khai thác dầu khí ở Việt Nam

*** Thực trạng chuyển đổi số trong thăm dò khai thác dầu khí ở Việt Nam**

Các doanh nghiệp dầu khí hoạt động ở Việt Nam đã sử dụng các công nghệ số từ khá lâu, tuy nhiên chuyển đổi số hay áp dụng các công nghệ số đồng bộ, hiện đại, tiên tiến hiện mới đang bắt đầu được chú ý nhiều hơn. Trí tuệ nhân tạo được sử dụng để phân tích thuộc tính địa chấn, minh giải tài liệu địa chấn (xác định hệ thống đứt gãy, mức độ nứt nẻ trong móng...), phân tích tài liệu địa vật lý giếng khoan để xác định tiềm năng dầu khí, tính chất của đá chứa đặc biệt là đá chứa trong móng (bề dày, độ rỗng, độ bão hòa dầu khí...); các công nghệ số trong thiết kế, thi công và điều hành khoan, hoàn thiện giếng; quản lý khai thác mỏ. Tuy nhiên, mức độ áp dụng và tính đồng bộ còn ở mức thấp.

Đối với công tác thăm dò, trong quá trình thi công các giếng khoan thăm dò, thăm lượng, tài liệu giếng khoan từ giàn khoan ngoài khơi thường được mã hóa và chuyển về trung tâm dữ liệu, trung tâm xử lý trên đất liền qua internet. Một số nhà điều hành nhận tài liệu giếng khoan bằng cách truy cập cơ sở dữ liệu của các doanh nghiệp dịch vụ kỹ thuật lưu trên hệ thống lưu giữ đám mây.

Đối với công tác phát triển, khai thác mỏ, các nhà điều hành có hệ thống quản lý dữ liệu khai thác hay hệ thống thu thập, truyền dữ liệu công nghệ (PDMS); việc truyền dữ liệu tức thời (real time) của các giếng ở các mỏ ngoài khơi về đất liền sử dụng dịch vụ đường truyền do các doanh nghiệp viễn thông cung cấp. Các hệ thống PDMS thường sử dụng giải pháp quản lý điều hành mỏ tức thời của Schlumberger, Baker Hughes và Halliburton.

Ngoài ra, các nhà điều hành đồng thời duy trì hệ thống báo cáo theo thời gian định kỳ gửi về các trung tâm dữ liệu, trung tâm điều hành trong đất liền qua email, internet. Khối lượng dữ liệu đặc biệt là dữ liệu khai thác ở các giếng, các mỏ rất lớn, vì vậy các nhà điều hành đều phải tiến hành lưu giữ (back up) tài liệu vào băng từ để định kỳ vận chuyển vào đất liền. Tuy nhiên, việc phân tích sử dụng tổng hợp khối lượng khổng lồ dữ liệu đa dạng của các mỏ để phục vụ cho công tác quản lý, điều hành mỏ còn ở mức độ khiêm tốn. Với sự phát triển nhanh và ngày càng mạnh mẽ của trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu lớn sẽ làm tăng lượng thông tin khai thác được từ dữ liệu thu thập, tăng hiệu quả sử dụng các dữ liệu thu được ở các mỏ.

Một số công trình dầu khí điển hình đã được áp dụng công nghệ số tiên tiến. Năm 2008, Hoàn Vũ JOC và PVEP đã đưa vào giàn đầu giếng không người (unmanned WHP) khai thác dầu ở mỏ Cá Ngừ Vàng, Lô 09-2; giàn được kết nối với giàn xử lý trung tâm CPP3 mỏ Bạch Hổ, Lô 09-1 của Vietsovpetro. Năm 2019, Liên doanh Việt - Nga "Vietsovpetro" đã đưa vào giàn nhẹ BK-20 khai thác dầu ở mỏ Bạch Hổ, Lô 09-1; giàn được thiết kế dưới dạng giàn đầu giếng không người, được điều khiển từ xa từ giàn xử lý

trung tâm CPP3 mỏ Bạch Hổ. Tháng 10/2020 Vietsovpetro đã hoàn thành và đưa vào khai thác dầu giàn BK-21 tại mỏ Bạch Hổ. Đây là giàn mini BK không người ở thế hệ mới của Vietsovpetro với 9 lỗ khoan và được điều khiển từ xa từ giàn mẹ MSP6; công trình được Viện NIPI nghiên cứu, thiết kế phục vụ cho Vietsovpetro phát triển các mỏ nhỏ, mỏ cận biên, đã được tối ưu hóa về thiết kế, chi phí xây dựng và chi phí vận hành. Vietsovpetro dự kiến triển khai dự án thí điểm áp dụng “Bản sao kỹ thuật số” (Digital Twin) cho giàn không người BK-20 mỏ Bạch Hổ.

Đối với công tác nghiên cứu khoa học, Viện Dầu khí Việt Nam (VPI) đã đẩy mạnh công tác chuyển đổi số trong doanh nghiệp, tiến tới quản lý số và hoạt động kinh tế số, từng bước hoàn thiện môi trường doanh nghiệp tốt nhất cho đổi mới sáng tạo. Các dữ liệu không thuộc danh mục tài liệu mật đều được số hóa và lưu trữ trên SharePointOnline và Onedrive. Việc dữ liệu được số hóa và lưu trữ trên nền tảng đám mây cho phép người dùng dễ dàng quản lý dữ liệu, truy cập mọi lúc mọi nơi và tránh được rủi ro mất dữ liệu, cung cấp khả năng khôi phục thông tin/dữ liệu đã xóa bỏ khi có nhu cầu. VPI áp dụng Power Business Intelligence - Power BI trong phân tích số liệu nghiên cứu khoa học, phân tích dữ liệu hoạt động điều hành. VPI cũng đã áp dụng trí tuệ nhân tạo trong phân tích, minh giải tài liệu địa chấn, địa vật lý giếng khoan để xác định tiềm năng dầu khí, tính chất các vỉa chứa; các công nghệ số trong thiết kế, thi công và điều hành khoan, hoàn thiện giếng để thực hiện các đề tài nghiên cứu khoa học. VPI đang thử nghiệm sử dụng công nghệ học máy, công nghệ về trí tuệ nhân tạo để tập hợp, khai thác hiệu quả cơ sở dữ liệu.

Từ năm 2019, Trường Đại học Dầu khí Việt Nam (PVU) triển khai thực hiện nhiệm vụ khoa học công nghệ “Nghiên cứu xây dựng hệ thống trí tuệ nhân tạo tích hợp cơ sở dữ liệu địa chất dầu khí để đánh giá triển vọng dầu khí” thuộc Chương trình khoa học và công nghệ trọng điểm cấp quốc gia giai đoạn đến năm 2025 “Hỗ trợ nghiên cứu, phát triển và ứng dụng công nghệ của công nghiệp 4.0”. Nội dung chính của nhiệm vụ này là nghiên cứu, xây dựng các thuật toán, phần mềm trí tuệ nhân tạo hiện đại có khả năng phân tích dữ liệu lớn để phân loại, nhận dạng, xác định chính xác các bộ tiêu chí và dấu hiệu triển vọng dầu khí; ứng dụng thử nghiệm tại khu vực phía Bắc bể Sông Hồng.

*** Đề xuất chuyển đổi số lĩnh vực thăm dò khai thác dầu khí ở Việt Nam**

Với các đặc điểm của công tác thăm dò khai thác dầu khí ở Việt Nam, cần sớm nghiên cứu, đánh giá, xây dựng kế hoạch tổng thể chuyển đổi số lĩnh vực thăm dò khai thác dầu khí với mục tiêu cụ thể cho từng giai đoạn, lộ trình, bước đi phù hợp cho từng chủ thể tham gia vào quá trình chuyển đổi số từ các công ty điều hành/các nhà thầu dầu khí, các đơn vị thành viên, viện nghiên cứu, các ban liên quan của Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (PVN). Trước mắt, có thể xem xét, tập trung giải quyết một số vấn đề:

- Tìm kiếm tư vấn chuyên nghiệp để phối hợp đánh giá chi tiết hiện trạng áp dụng công nghệ số, nhu cầu chuyển đổi số ở PVN, các đơn vị thành viên, các công ty điều hành dầu khí, xây dựng chương trình chuyển đổi số lĩnh vực thăm dò khai thác dầu khí

với mục tiêu cụ thể cho từng giai đoạn. Cần lưu ý rằng, quá trình chuyển đổi số phức tạp, diễn ra lâu dài, đòi hỏi nguồn kinh phí lớn; phải có sự tham gia và hợp tác của các “chủ mỏ”, các nhà điều hành. Các hợp đồng dầu khí có thời hạn hiệu lực, tình trạng hoạt động khác nhau, một số hợp đồng dầu khí đang trong giai đoạn cuối nên cần có các đánh giá chi tiết làm cơ sở thuyết phục các “chủ mỏ”, các nhà điều hành tham gia thực hiện chuyển đổi số.

- Nhanh chóng xây dựng cơ sở dữ liệu thăm dò khai thác dầu khí của từng lĩnh vực chuyên môn cụ thể và của toàn ngành.

- Tăng cường công tác nghiên cứu, phát triển, áp dụng các công nghệ số, tự động hóa, trí tuệ nhân tạo và học máy, phân tích dữ liệu lớn, điện toán đám mây để nâng cao hiệu quả công tác thăm dò khai thác dầu khí.

- Tăng cường công tác đào tạo, đào tạo lại, phổ cập kiến thức mới kịp thời cho lãnh đạo, cán bộ các cấp và nhân viên về công nghệ số, tự động hóa, trí tuệ nhân tạo và học máy, phân tích dữ liệu lớn, điện toán đám mây và các ứng dụng cụ thể trong thăm dò khai thác dầu khí.

Thông qua việc thực hiện chuyển đổi số, áp dụng nhiều hơn các nền tảng và ứng dụng kỹ thuật số, cùng với dữ liệu khai thác được tạo ra từ cơ sở hạ tầng hiện có, các doanh nghiệp dầu khí sẽ có cơ hội tốt hơn để vượt qua thách thức hiện tại và kích hoạt khả năng hoạt động từ xa, giúp ngành dầu khí Việt Nam tiếp tục phát triển.

[Theo: congnghiepcongnghecao.vn; ngày 01/4/2021]

Câu chuyện 12:

Manulife Vietnam ứng dụng công nghệ để chuyển đổi số ngành bảo hiểm nhân thọ

Manulife Việt Nam là một công ty TNHH hoạt động trong lĩnh vực bảo hiểm, được thành lập tại Việt Nam vào tháng 6/1999, có trụ sở chính tại TP.HCM. Hiện tại, Manulife Việt Nam cung cấp các dịch vụ tài chính cho hơn 600.000 khách hàng thông qua mạng lưới 57.000 đại lý bảo hiểm chuyên nghiệp tại 36 tỉnh thành của Việt Nam.

Tháng 7/2021, Manulife Việt Nam ra mắt ứng dụng trợ lý ảo MaxX D dành cho các đại lý trên toàn quốc. Ứng dụng này có mặt trên App Store và Google Play để các đại lý của Manulife Việt Nam có thể tải về thiết bị di động.

Đây là một ứng dụng trên điện thoại thông minh, đồng thời là giải pháp số hóa toàn diện đóng vai trò như một trợ lý ảo cho các đại lý.

Với việc áp dụng MaxX D cho các đại lý trên toàn quốc, Manulife Việt Nam tiếp tục chứng minh là một trong những doanh nghiệp tiên phong trong hành trình chuyển đổi số hóa của ngành bảo hiểm nhân thọ.

Ngoài mục đích hỗ trợ đại lý trong việc quản lý những hoạt động hàng ngày, MaxX D được thiết kế để chuyển đổi cách thức làm việc của hơn 57.000 đại lý của Manulife Việt Nam, giúp họ nâng cao năng suất làm việc cũng như hỗ trợ tốt hơn cho khách hàng.

Không chỉ là một ứng dụng di động, MaxX D còn cung cấp cho đại lý dữ liệu kinh doanh cùng các tính năng hỗ trợ như: đặt mục tiêu hoạt động, lập kế hoạch và theo dõi kế hoạch làm việc, đo lường hiệu quả phễu bán hàng và tuyển dụng, đo lường hiệu suất hoạt động các cấp.... Tất cả đều nằm trong một giao diện đơn giản, dễ sử dụng.

Ông Robert Triệu, Giám đốc khối Đại lý của Manulife Việt Nam chia sẻ: *“Việc tối ưu hóa thời gian cho các đại lý sẽ giúp họ có thêm năng lượng để tập trung xây dựng mạng lưới quan hệ, gặp gỡ nhiều khách hàng tiềm năng, tạo ra những tương tác tích cực nhằm phục vụ mục tiêu cuối cùng là mang lại giải pháp bảo vệ cho nhiều người hơn nữa”*.

MaxX D là một phần của hành trình chuyển đổi số hóa đang diễn ra của Manulife Việt Nam bắt đầu từ năm 2017, với mục đích cải thiện trải nghiệm cho cả khách hàng lẫn đội ngũ bán hàng.

Manulife Việt Nam tiếp tục thúc đẩy và “số hóa” đội ngũ đại lý, vì vậy, sự ra đời của MaxX D cùng với ứng dụng ePOS - Giải pháp tư vấn trực tuyến dựa trên nhu cầu khách hàng, sẽ là bộ đôi hoàn hảo để hỗ trợ hoạt động bán hàng.

Được tích hợp hệ thống mạng lưới các giải pháp số hóa của Manulife Việt Nam bao gồm ePOS, eClaims và ManulifeMOVE, ứng dụng MaxX D sẽ nâng cao trải nghiệm làm việc của đại lý cũng như hỗ trợ họ trong việc theo dõi hành trình của khách hàng.

Ông Sang Lee, Tổng Giám đốc Manulife Việt Nam, tin rằng ứng dụng trên thiết bị di động mới ra mắt này sẽ mang lại nhiều lợi ích chứ không chỉ thay đổi cách thức hoạt động của khối Đại lý. The ông: *“Giải pháp số hóa MaxX D là một phần trong những nỗ lực không ngừng của Manulife Việt Nam nhằm mang lại thay đổi có ý nghĩa cho đội ngũ đại lý, khách hàng, cộng đồng, cũng như ngành bảo hiểm nhân thọ”*.

Tương tự như các giải pháp số hóa khác của Manulife Việt Nam luôn hướng đến trải nghiệm, hiệu quả và sự đơn giản cho người dùng, MaxX D tượng trưng cho nỗ lực của công ty trong việc xây dựng một dịch vụ không giấy tờ.

Lựa chọn giải pháp thích hợp cũng là một bước cụ thể hóa của việc chuyển đổi số trong lĩnh vực bảo hiểm - đầu tư tài chính, góp phần vào việc xây dựng và hoàn thiện nền kinh tế số ở Việt Nam. Đó là những gì mà Manulife Việt Nam triển khai thực hiện và đã mang lại những tiện ích cần thiết cho đối tác, khách hàng, cộng đồng, cũng như cho ngành bảo hiểm nhân thọ ở Việt Nam.

[Theo: thitruongtaichinhhtiente.vn; ngày 20/07/2021]

Câu chuyện 13:

Câu chuyện chuyển đổi số tại một công ty bảo hiểm

Bà Đỗ Thị Kim Liên là Chủ tịch HĐQT kiêm Tổng giám đốc của Công ty cổ phần bảo hiểm AAA, một doanh nghiệp Việt Nam thực hiện chuyển đổi số từ rất sớm.

Sau tám năm làm việc tại Tổng công ty Bảo hiểm Bảo Minh, bà Liên sáng lập Công ty cổ phần bảo hiểm AAA vào năm 2005 và trở thành vị lãnh đạo cao nhất của công ty này.

Vào thời điểm chưa có nhiều người hiểu biết về tầm quan trọng của công nghệ, thì bà Đỗ Thị Kim Liên đã bỏ ra 5 triệu USD mua phần mềm của một công ty Ấn Độ, rồi chuyển ngôn ngữ từ tiếng Anh sang tiếng Việt để ứng dụng vào hoạt động quản trị của doanh nghiệp.

Bà Liên cho biết: *“Tôi phải trả giá nhiều về dư luận. Các cổ đông trong công ty nói tôi không bình thường nhưng tôi nhìn thấy công nghệ có giá trị lớn như thế nào để quản trị cho doanh nghiệp và đem đến sự công bằng cho khách hàng. Trong kinh doanh cần sự công bằng giữa người bán và người mua nên từ năm đó tôi đã dùng công nghệ giúp quản trị công ty tốt”*.

Từ việc ứng dụng công nghệ trong quản trị doanh nghiệp vào 15 năm trước và mang lại những thành công to lớn cho Công ty cổ phần bảo hiểm AAA, bà Liên chuyển sang khởi nghiệp trong lĩnh vực chuyển đổi số.

“Nếu tôi không chuyển đổi số thì có nghĩa tôi sẽ bị tụt hậu và tôi không phải công dân và doanh nghiệp số khi Chính phủ quyết liệt hướng đến chính phủ số”, bà Liên nói.

Bà Liên cũng nhấn mạnh, chìa khóa cho chuyển đổi số ngành bảo hiểm mà bà đã theo đuổi trong suốt 30 năm qua chính là sự minh bạch. Công nghệ sẽ là yếu tố giúp các doanh nghiệp trở nên minh bạch hơn. Bà cho biết đã ứng dụng công nghệ vào công tác quản lý, quản trị của doanh nghiệp. Bà Liên cho hay: *“Với hơn 30 năm trong ngành, tôi thấy nếu muốn tiếp tục tồn tại, bắt buộc phải có chuyển đổi số. Nó có khó khăn, nó có phải thách thức đến cỡ nào thì buộc doanh nghiệp phải thay đổi. Nếu đồng lòng, quyết tâm thì sẽ làm được”*.

Theo bà Liên, điều quan trọng trong việc chuyển đổi số nằm ở tư duy và nhận thức nhưng đến nay nhiều người vẫn chần chừ hoặc mang trong mình một nỗi sợ nào đấy mà không dám ứng dụng công nghệ.

Theo bà: Công nghệ giúp doanh nghiệp trở nên minh bạch hơn, mang lại trải nghiệm tốt hơn cho khách hàng và giúp doanh nghiệp tiết kiệm được rất nhiều chi phí. Ví dụ: Trong khi phần lớn các công ty bảo hiểm ở Việt Nam vẫn dùng con người để thẩm định và chi trả hồ sơ bồi thường, một việc làm có thể mất thời gian hàng tháng trời, khiến cho khách hàng gặp phiền phức và dần dần rời bỏ doanh nghiệp, thì việc ứng dụng công

nghe trong quản lý và chi trả bảo hiểm, với quy trình thẩm định, kiểm tra, đối chứng được công nghệ hỗ trợ đã mang lại tính chính xác, tiết kiệm thời gian và nhân lực. Vì vậy, việc chi trả tiền bảo hiểm cho khách hàng được thực hiện một cách nhanh chóng. Đó là lý do lượng khách hàng truyền thống của AAA không mất đi, trong khi lại gia tăng lượng khách hàng tiềm năng từ các doanh nghiệp bảo hiểm khác.

Bà Liên nói: *“Công nghệ giúp ta giải quyết được nhiều vấn đề, nó dễ dàng như vậy mà tại sao chúng ta không tiếp cận, chúng ta sợ? Nếu thế thì tôi nghĩ là chúng ta không bình thường”*.

Theo bà Liên, Thủ tướng Chính phủ đang rất quyết liệt trong câu chuyện chuyển đổi số. Đi kèm với chính phủ số là công dân số và doanh nghiệp số.

Bà nói: *“Tôi tin rằng với chính phủ số mà Việt Nam đang hướng tới, thành công nằm trong tầm tay. Chỉ cần các bạn trẻ quyết tâm thì sẽ làm được những điều thế giới làm được. Việt Nam đã xuất khẩu được các phần mềm hoặc có các công nghệ khiến thế giới cũng rất nể, đó là điều rất tự hào”*.

Bà Đỗ Thị Kim Liên còn là người đã đảm nhiệm vị trí giám khảo của chương trình Shark Tank (Thương vụ bạc tỉ), một chương trình khởi nghiệp có sự tham gia của nhiều startup trong lĩnh vực công nghệ đến công nghệ. Một trong hai tiêu chí hàng đầu khi lựa chọn startup để đầu tư của bà Đỗ Thị Kim Liên làm giám khảo của Shark Tank là ưu tiên cho các doanh nghiệp chuyển đổi số hoặc sử dụng công nghệ trong kinh doanh, bên cạnh các startup cung cấp giải pháp hướng đến môi trường.

Trong câu chuyện chuyển đổi số của Công ty cổ phần bảo hiểm AAA, cuối cùng vẫn là con người, vì con người viết ra phần mềm và con người sử dụng phần mềm đó để phục vụ cuộc sống của con người. Người dẫn đường phải cương quyết thực hiện và đề ra chiến lược chuyển đổi số đúng đắn. Nếu dẫn đường không đúng thì phải trả giá. Nhưng nếu chần chừ không mạnh dạn thực hiện chuyển đổi số thì sẽ bị tụt hậu, và thậm chí sẽ tự loại mình ra khỏi cuộc đua đến sự phát triển.

[Theo: Quỳnh Chi, theleader.vn; ngày 16/07/2021]

Câu chuyện 14:

Chuyển đổi số tại các doanh nghiệp giao nhận vận tải trên địa bàn Hà Nội

Theo thống kê của Sở Công Thương Hà Nội năm 2018, số lượng doanh nghiệp đăng ký hoạt động logistics trên địa bàn Hà Nội đạt khoảng 25.000 doanh nghiệp với các quy mô, cấp độ, loại hình, ngành nghề dịch vụ giao nhận vận tải khác nhau. Trong đó, số lượng doanh nghiệp đang hoạt động chính thức là 5.445 doanh nghiệp. Đa số các doanh nghiệp hoạt động với loại hình kinh doanh là doanh nghiệp cổ phần, chiếm khoảng 77,8%.

Hầu hết các doanh nghiệp vận tải đều phục vụ cho thị trường trong nước và quốc tế với hình thức vận tải kết hợp đa phương thức như vận tải đường bộ, vận tải đường thủy, vận tải đường hàng không và đường sắt. Sự kết hợp của các phương thức vận tải sẽ tạo ra một chuỗi vận chuyển, tích hợp ưu thế của từng phương thức được sử dụng. Ngoài ra, các doanh nghiệp còn đóng vai trò là nhà cung cấp dịch vụ vệ tinh đơn giản như làm thủ tục hải quan, cho thuê phương tiện vận tải, kho bãi, ... cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; hoặc mua bán cước tàu biển, cước máy bay, đại lý khai hải quan và dịch vụ xe tải, một số có thực hiện dịch vụ kho bãi, ...

Trước sự bùng nổ của nền kinh tế số, cùng với thương mại điện tử ngày càng nhanh mạnh, đặc biệt trước áp lực của dịch COVID-19, các doanh nghiệp đã phần nào nhận thức được vấn đề đẩy nhanh chuyển đổi số và ứng dụng những thành tựu công nghệ vào hoạt động kinh doanh nhằm tăng cường hiệu quả kinh tế, cũng như tối ưu hóa trong các dây chuyền sản xuất, cung ứng sản phẩm. Hoạt động này được thúc đẩy và phát triển ngày càng mạnh mẽ hơn khi làn sóng COVID-19 xuất hiện. Một số doanh nghiệp lớn đã áp dụng thành công các giải pháp công nghệ mang lại hiệu quả cho dịch vụ logistics, giảm đáng kể chi phí liên quan, như:

- Ứng dụng chuyển đổi số vào hoạt động kiểm soát lô hàng, quản lý chuỗi cung ứng, ... Trong hoạt động này, việc sử dụng công cụ Big Data để biết những phương thức vận tải và hãng tàu nào có thể được sử dụng để tối đa hóa lợi nhuận cho một điểm đến cụ thể trong khi vẫn đáp ứng thời gian giao hàng và để xem xét trong một thời gian cụ thể, trong một mùa nhất định của năm, đến một địa điểm cụ thể, trong điều kiện thời tiết nhất định có thể ảnh hưởng đến thời gian giao hàng.

- Ứng dụng công nghệ Internet vạn vật (IoT) vào việc theo dõi hoạt động của các phương tiện vận tải. Công nghệ cung cấp giám sát máy móc tàu thuyền và giám sát điều kiện của container lạnh. Các doanh nghiệp ứng dụng IoT cho hay, khi ứng dụng IoT vào quy trình vận hành việc quản lý sẽ trở nên vô cùng đơn giản.

- Ứng dụng chuyển đổi số vào quản lý lực lượng lao động bằng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI) với các tâm dịch vụ điện tử, phân bổ lại năng lực động, bảo trì dự đoán, ... AI có vai trò rất quan trọng trong việc điều hành các khâu của doanh nghiệp như:

kiểm tra chất lượng khung năng lực của doanh nghiệp; kiểm soát chất lượng nhân viên; tuyển dụng và đào tạo nguồn nhân lực.

- Ứng dụng chuyển đổi số trong thiết kế và sản xuất phương tiện vận tải, sắp xếp và kiểm soát các hoạt động liên quan tới lựa chọn phương tiện, nhà cung cấp phù hợp và di chuyển hàng ra...

Kết quả của việc ứng dụng chuyển đổi số đã giúp tăng doanh thu cho doanh nghiệp; thay đổi sự trì trệ, rút ngắn thời gian của các khâu vận hành. Nếu như trước kia, khi vận hành dịch vụ theo cách truyền thống, các doanh nghiệp đều nhận thấy được rằng mình phải bỏ ra một khoản chi phí rất lớn làm giảm lợi nhuận, thì khi sử dụng các phần mềm ứng dụng công nghệ số hóa vào các khâu vận hành đã giúp 77,8% các doanh nghiệp có thể tối thiểu hóa chi phí đầu vào.

Tuy nhiên, do công nghệ ngày càng đổi mới, phát triển không ngừng, và ngày càng trở thành một yếu tố không thể thiếu. Do vậy việc quá trình thích ứng và đáp ứng về công nghệ là khó khăn của hầu hết các doanh nghiệp vận tải trên địa bàn Hà Nội.

Tiếp đến là khó khăn về số hóa tài liệu và quy trình, phần lớn doanh nghiệp mới chỉ dừng ở mức độ số hóa, tức là chuyển dữ liệu hoạt động sang dạng lưu trữ điện tử chứ chưa có sự kết nối và khả năng tra cứu số liệu cũng như xử lý đơn hàng trên nền tảng trực tuyến. Hơn nữa, việc chuẩn bị cho nguồn nhân lực trong giai đoạn chuyển đổi số khiến các doanh nghiệp gặp rất nhiều khó khăn.

Thông tin từ Viện Nghiên cứu và Phát triển Logistic Việt Nam, trong 3 năm tới, trung bình các doanh nghiệp dịch vụ logistic cần thêm 18.000 lao động. Ngoài ra, tâm lý chưa thực sự tin tưởng về các ứng dụng công nghệ số và thói quen ngại thay đổi của lãnh đạo doanh nghiệp và nhân viên cũng cản trở việc chuyển đổi số của doanh nghiệp. Phần lớn các doanh nghiệp vận tải ở Hà Nội chưa có các developer (kỹ sư máy tính, lập trình viên, ...) nên chủ yếu sử dụng các chuyên gia dữ liệu, nên chưa theo kịp quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực vận tải. Cuối cùng, các doanh nghiệp vận tải ở Hà Nội còn thiếu kinh nghiệm, năng lực cạnh tranh hạn chế để đáp ứng thỏa mãn khách hàng về chi phí cũng như tính đáp ứng nhanh của nhu cầu xuất nhập khẩu.

Với một thị trường mở cửa hoàn toàn, có rất nhiều những doanh nghiệp nước ngoài đã tiến vào, mở rộng mạng lưới đầu tư vào nước ta, thu hút một lượng khách hàng là những doanh nghiệp xuất nhập khẩu có lượng hàng giao dịch lớn về với họ. Chính vì thế, chuyển đổi số mang đến cho doanh nghiệp logistic những lợi ích từ những cơ hội lớn trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo đà tăng trưởng, có thêm nhiều khách hàng, những đơn hàng lớn và đạt lợi nhuận tối đa vượt trội so với trước khi chuyển đổi số.

[Theo: Đoàn Ngọc Ninh & Nguyễn Thị Quyên, *tapchicongthuong.vn*; ngày 03/5/2021]

Câu chuyện 15:

Vinhomes áp dụng chuyển đổi số trong kinh doanh bất động sản thứ cấp

Ngày 28/01/2021, Vinhomes chính thức đưa hoạt động kinh doanh bất động sản thứ cấp ra thị trường theo mô hình O2O (Online-to-Offline).

Sự kiện này đánh dấu một bước ngoặt mới về chuyển đổi số của hệ sinh thái khép kín gồm bán mới - cho thuê - chuyển nhượng bất động sản, đồng thời tăng cường tính gắn kết giữa chủ đầu tư với chủ sở hữu các sản phẩm của Vinhomes, hướng tới mục tiêu gia tăng giá trị tài sản và đảm bảo tính thanh khoản tốt nhất.

Mô hình kinh doanh thứ cấp O2O của Vinhomes là mô hình kinh doanh bất động sản sau khi chủ sở hữu mua các sản phẩm của Vinhomes và có nhu cầu bán, chuyển nhượng, cho thuê... thông qua công ty Vinhomes với các giao dịch được tiến hành trên cả hai nền tảng trực tuyến (online) và ngoại tuyến (offline).

Mô hình này tiên phong xây dựng thị trường bất động sản thứ cấp minh bạch khi công khai toàn bộ thông tin và giá bán trên trang thương mại điện tử Vinhomes Online (<https://online.vinhomes.vn>). Khi giao dịch thứ cấp thông qua Vinhomes, cả chủ sở hữu và khách mua sẽ được đồng thời hưởng bộ ba lợi ích ưu việt “giao dịch an toàn - tài chính an tâm - sản phẩm đa dạng”.

Cụ thể, chủ sở hữu có nhu cầu sang nhượng các sản phẩm bất động sản (thuộc mọi loại hình: căn hộ, biệt thự, nhà phố thương mại...) tại các dự án của Vinhomes sẽ ký hợp đồng ủy thác với Vinhomes. Theo đó, chủ sở hữu có cơ hội tiếp cận khách hàng tiềm năng nhanh chóng và hoàn tất các thủ tục nhanh gọn với sự hỗ trợ từ đội ngũ tư vấn viên chuyên nghiệp của Vinhomes.

Mô hình kinh doanh bất động sản thứ cấp của Vinhomes cũng sẽ mang tới cho khách hàng đang tìm mua sự đảm bảo tuyệt đối khi được giao dịch trực tiếp thông qua Chủ đầu tư. Ngoài việc tiếp cận thông tin chính xác nhất được xác nhận bởi Vinhomes, khách hàng còn có thể thuận tiện tìm kiếm thông tin, hình ảnh và giá bán qua màn hình máy tính hoặc điện thoại. Không chỉ đa dạng về loại hình và vị trí, các sản phẩm trước khi đăng bán sẽ được thẩm định bởi Vinhomes nhằm đảm bảo sự an tâm cho khách hàng khi giao dịch.

Với uy tín và tiềm lực của nhà phát triển bất động sản số 1 Việt Nam, Vinhomes còn đồng hành cùng các ngân hàng đối tác lớn nhất trong nước: Techcombank, Vietcombank, BIDV, VietinBank... để cung cấp các chính sách hỗ trợ linh hoạt với mong muốn giảm thiểu các gánh nặng tài chính cho khách hàng.

Sau hàng loạt bước tiến trong năm 2020 như: chuyển đổi sang mô hình phân phối sản phẩm trực tiếp, ra mắt sàn thương mại điện tử Vinhomes Online đánh dấu việc chuyển đổi mô hình kinh doanh O2O (Online to Offline), việc thúc đẩy thị trường kinh

doanh thứ cấp trên nền tảng trực tuyến là mảnh ghép hoàn thiện mô hình kinh doanh khép kín của Vinhomes - Nhà phát triển bất động sản dẫn đầu thị trường. Mô hình khép kín này hứa hẹn sẽ tiếp tục thúc đẩy thị trường giao dịch ngày càng sôi động, mang tới khởi sắc mới cho thị trường bất động sản trong năm 2021.

Có rất nhiều nền tảng số để một doanh nghiệp lựa chọn và áp dụng vào mô hình kinh doanh trong thời đại chuyển đổi số. Vinhomes đã lựa chọn thương mại điện tử để giúp các khách hàng mua sản phẩm của mình. Sau đó lại kết nối các khách hàng này với những khách hàng tiềm năng khác thông sự hỗ trợ trực tiếp từ đội ngũ nhân lực của Vinhomes để tiếp tục chuỗi kinh doanh bất động sản. Đó là một sáng tạo mang tính đột phá, kết hợp giữa kinh doanh truyền thống và kinh doanh trong thời đại chuyển đổi số, rất đáng tham khảo, nhân rộng.

[Theo: báo Công Thương; ngày 28/01/2021]

Câu chuyện 16:

Câu chuyện chuyển đổi số của The Coffee House

The Coffee House là một thương hiệu bán thức uống có tên tuổi ở Việt Nam. Dù mới ra đời từ năm 2015, nhưng đến nay, các cửa hàng bán thức uống của The Coffee House đã hiện diện ở khắp các thành phố lớn của Việt Nam, tọa lạc ở những vị trí đắc địa, thiết kế nội thất đẹp và phong cách phục vụ thân thiện, chất lượng, nên thu hút rất đông khách hàng.

Khác với các doanh nghiệp bán lẻ khác, thường theo triết lý “Lấy khách hàng làm Thượng đế”, The Coffee House theo đuổi triết lý “Lấy khách hàng làm trung tâm” (Customer Centeric). Bởi, khi coi “Khách hàng là Thượng đế”, thì doanh nghiệp đặt khách hàng lên trên hết. Nhưng khi coi khách hàng là trung tâm, thì họ trở thành trọng tâm của tất cả hoạt động bán hàng hay tối ưu trong hoạt động của doanh nghiệp.

Đơn cử như việc thu nhập dữ liệu khách hàng, các doanh nghiệp khác vẫn thường thu thập dữ liệu rồi gửi tin nhắn cho khách hàng, nhưng The Coffee House thì phân tích dữ liệu để phục vụ 2 mục đích: *Thấu hiểu hành vi của khách hàng*, từ đó *Xây dựng một hệ thống kinh doanh hiệu quả*.

Giám đốc điều hành The Coffee House chia sẻ: *“Ngay trong một đơn hàng của khách đã tiết lộ rất nhiều thông tin. Thông qua việc họ mua hàng vào giờ nào, ví dụ họ mua hàng lúc 2 giờ chiều, họ có thể là freelancer hoặc khách sinh viên. Nếu thường xuyên gọi 1 ly chúng tôi họ thường đi một mình, và đến The Coffee House để làm việc...”*. Vì thế, những nhân viên bán hàng của The Coffee House luôn phân tích dữ liệu mua hàng từ các đơn hàng, từ đó tìm hiểu hành vi tiêu dùng của khách hàng nhằm tạo nên sản phẩm tốt hơn cho khách hàng khi họ sử dụng sản phẩm và không gian của The Coffee House.

Một hoạt động khác mà The Coffee House thực hiện là đánh giá trải nghiệm sau mua hàng. Ở nhiều doanh nghiệp khác, thường có một đội ngũ gọi điện để thăm dò ý kiến khách hàng, còn ở The Coffee House, khi đặt hàng qua app, khách hàng sẽ nhận được một yêu cầu rating để đánh giá trải nghiệm của mình tại cửa hàng.

Không chỉ dừng việc việc đánh giá khách hàng có hài lòng hay không, bài toán The Coffee House muốn giải là tìm hiểu khách hàng không hài lòng về chuyện gì, từ đó phác lên nhu cầu của khách.

Giám đốc điều hành The Coffee House cho hay: *“Mọi người vẫn nghĩ chuyện feedback đó sẽ giải quyết câu chuyện khách hàng không hài lòng về chuyện gì, nhưng chính việc khiến khách hàng không hài lòng sẽ trả lời được chuyện khi khách hàng đến The Coffee House, họ mong chờ điều gì? Có người đến The Coffee House tìm một chỗ ngồi đẹp. Có người đến The Coffee House tìm ly cà phê. Có người đến The Coffee House gặp bạn bè, người đến vì wifi mạnh... Dựa trên những yếu tố họ không hài lòng, chúng*

tôi sẽ phân loại nhóm khách hàng này theo mối quan tâm của họ với sản phẩm của mình. Khi thu thập được rất nhiều thông số, chúng ta sẽ biết mối quan tâm của nhóm khách hàng ở khu vực nào, từ đó thay đổi cách vận hành của cửa hàng để phục vụ các nhóm khách hàng quan trọng trong khu vực”.

Ví như nếu thấy các nhóm khách quan tâm nhiều về wifi, ngay lập tức hệ thống sẽ bổ sung 5 đường cáp quang để đảm bảo lúc nào mọi người cũng cảm thấy wifi ở đây là nhanh nhất. Nếu nhìn thấy nhóm khách hàng quan tâm chỗ ngồi đẹp, khu vực đó sẽ được đầu tư những chỗ rất thú vị, bắt mắt để có thể chụp ảnh đăng Facebook hoặc Instagram.

Tất cả dữ liệu của khách hàng sau khi gom lại, sẽ đưa về hồ sơ hành vi khách hàng, gọi là 360 độ view khách hàng. Hồ sơ hành vi này sẽ bao gồm nhiều thông tin về sản phẩm khách thường xuyên lựa chọn; hành trình khách tương tác với các điểm chạm của thương hiệu; hiệu quả tương tác của tất cả thông điệp truyền thông của mình đối với khách hàng, mối quan tâm của khách hàng được tạo ra để thấu hiểu hơn về khách hàng...

Từ đó, có một đội ngũ tiếp tục phân tích dữ liệu này để tìm ra được nhu cầu sâu hơn của các nhóm khách hàng với các dữ liệu được phân tích đa chiều hơn. Điều quan trọng nhất là khả năng kích hoạt dữ liệu, sử dụng dữ liệu này, đem lại hiệu quả nhiều hơn cho hoạt động bán hàng và tiếp thị.

Công cuộc chuyển đổi số của The Coffee House bao gồm cả việc phát triển mảng Giao hàng, bắt tay với Ahamove. Mảnh ghép này giúp The Coffee House không phụ thuộc vào các shipper của các doanh nghiệp khác, đặc biệt trong bối cảnh đại dịch COVID-19.

Khi thực hiện giãn cách xã hội do đại dịch, đa số các cửa hàng kinh doanh thực phẩm và đồ uống đều đẩy mạnh việc bán hàng mang đi, và đẩy hàng mạnh lên các ứng dụng Food Delivery như GrabFood, Now, Bae Min, trong bối cảnh vẫn phải tiếp tục vận hành cửa hàng vật lý (để phục vụ đặt hàng). Tuy nhiên, The Coffee House lại đóng cửa nhiều địa điểm bán lẻ, chỉ để lại hoạt động vài điểm, đóng vai trò như những các trung tâm phân phối để phục vụ cho các khách hàng đặt mua qua app hoặc hotlines, nhưng vẫn đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

“Có được thành công này là nhờ The Coffee House đã đầu tư vào việc thấu hiểu khách hàng và tương tác được với khách hàng qua các công cụ online từ 4 năm trước”, Giám đốc điều hành The Coffee House chia sẻ.

Dùng công nghệ số để tương tác với khách hàng, thấu hiểu nhu cầu của họ. Từ đó định hướng phương thức kinh doanh nhằm tiết kiệm nhân lực, mặt bằng kinh doanh và chăm sóc khách hàng. Đây là một cách tối ưu hóa lợi nhuận hữu hiệu, mà chuyển đổi số đã mang lại cho The Coffee House.

[Theo: *omas.vn*; ngày 29/08/2020]

Câu chuyện 17:

Bán cá tra sang Trung Quốc qua kênh thương mại điện tử

Công ty Cổ phần Vĩnh Hoàn (Đồng Tháp) là doanh nghiệp xuất khẩu cá tra lớn nhất ở Việt Nam, nên việc thâm nhập vào thị trường Trung Quốc qua các con đường xuất khẩu truyền thống, không phải là chuyện khó khăn đối với công ty này.

Tuy nhiên, Vĩnh Hoàn vẫn luôn tích cực tìm kiếm những con đường khác, mới mẻ hơn để thâm nhập vào thị trường rộng lớn này. Vì vậy, Vĩnh Hoàn đã nhanh chóng tiếp cận với thương mại điện tử, cụ thể là đưa các sản phẩm cá tra chế biến lên sàn Alibaba. Chỉ trong thời gian ngắn, giá trị cá tra của Vĩnh Hoàn giao dịch qua sàn Alibaba đã đạt khoảng 3 triệu USD. So với giá trị cá tra xuất khẩu của Vĩnh Hoàn, thì đây chỉ là con số nhỏ. Tuy nhiên, Vĩnh Hoàn vẫn đang đẩy mạnh xuất khẩu sang Trung Quốc qua thương mại điện tử.

Bà Nguyễn Ngô Vi Tâm, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Vĩnh Hoàn, cho biết: *“Công ty xác định đây là kênh quan trọng không chỉ cho bán hàng mà còn để quảng bá thương hiệu. Bởi người tiêu dùng Trung Quốc mua hàng qua sàn thương mại điện tử thường là giới có thu nhập khá, có hiểu biết và tin tưởng vào chất lượng của những sản phẩm đã được quảng bá, giao dịch trên sàn thương mại điện tử”*.

Không chỉ Vĩnh Hoàn, hàng chục doanh nghiệp cá tra khác cũng đã thông qua sàn Alibaba để thâm nhập vào thị trường Trung Quốc.

Đến cuối năm 2019, đã có 2.987 sản phẩm cá tra Việt Nam được chào bán trên sàn Alibaba, với nhiều chủng loại phong phú, đa dạng như cá tra xẻ buróm, cá tra phi lê, cá tra phi lê đông lạnh, cá tra phi lê cấp đông, cá tra cắt khoanh đông lạnh, cá tra bỏ đầu đuôi, da cá tra sấy khô...

Theo ông Trương Đình Hòa, Tổng thư ký VASEP, trong các kênh phân phối hàng hóa ở Trung Quốc, thương mại điện tử là kênh phân phối đang phát triển mạnh. Trong đó, thủy hải sản thuộc nhóm ngành được người tiêu dùng mua online nhiều trên các website.

Sản phẩm cá tra của Việt Nam đã có mặt trên sàn thương mại điện tử hàng đầu Trung Quốc Alibaba từ mấy năm nay. Người tiêu dùng Trung Quốc cho rằng, khi hàng hóa có trên các trang thương mại điện tử thì doanh nghiệp đã có cam kết về chất lượng. Vì thế, thương mại điện tử có thể là kênh tạo ra nhiều cơ hội cho Việt Nam xuất khẩu qua thị trường này.

Không những thế, thương mại điện tử còn góp phần không nhỏ để các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu các sản phẩm cá tra chế biến sang Trung Quốc.

Là một nước đứng đầu thế giới về xuất khẩu thủy sản, Trung Quốc có ngành công nghiệp chế biến thủy sản rất mạnh. Do đó, trước đây, họ gần như chỉ nhập cá tra nguyên

con của Việt Nam về để chế biến ra các sản phẩm từ cá tra. Và cá tra nguyên con của Việt Nam cũng chỉ đến được các tỉnh phía Nam Trung Quốc.

Gần đây, các doanh nghiệp cá tra Việt Nam đã thuyết phục được khách hàng Trung Quốc mua cả các sản phẩm chế biến, nhất là cá tra phi lê. Hiện cá tra phi lê đã thâm nhập được vào nhiều thành phố lớn như Bắc Kinh, Thượng Hải, Đại Liên... Một trong những kênh quan trọng để cá tra phi lê tới được những thành phố lớn và cách xa biên giới Việt Nam, chính là thương mại điện tử.

Không chỉ cá tra, một số mặt hàng thủy sản khác của Việt Nam cũng đang được xuất khẩu sang Trung Quốc qua thương mại điện tử, như tôm đông lạnh, tôm sấy khô, cá ngừ đại dương, cá ngừ đóng hộp... Điều này cho thấy thương mại điện tử đang ngày càng được nhiều doanh nghiệp thủy sản lựa chọn để có thêm một kênh xuất khẩu sang Trung Quốc cũng như các thị trường khác.

Đây là hướng đi mà những doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thủy sản như Công ty Cổ phần Vĩnh Hoàn và nhiều công ty khác ở đồng bằng sông Cửu Long đang đẩy mạnh thực hiện và đã gặt hái thành công trên một thị trường có sức mua lớn, nhưng cũng đầy cạnh tranh như thị trường Trung Quốc.

Thương mại điện tử, một trong những bộ phận hợp thành của nền kinh tế số, là kênh kinh doanh tạo ra nhiều cơ hội cho sản phẩm thủy sản Việt Nam đã qua chế biến thâm nhập sâu hơn vào thị trường Trung Quốc. Nhờ vậy, các doanh nghiệp Việt Nam thu được lợi nhuận nhiều hơn so với việc xuất khẩu nguyên liệu thô để Trung Quốc chế biến như trước đây.

[Theo: Sơn Trang & Minh Sáng, báo *Nông Nghiệp*, ngày 14/11/2019]

Câu chuyện 18:

Bưu điện Việt Nam tạo cửa hàng số cho người dân Lạng Sơn bán nông sản trên sàn Thương mại điện tử

Góp phần vào chiến lược chuyển đổi số của tỉnh Lạng Sơn, Bưu điện Việt Nam (BĐVN) đã hỗ trợ hơn 950 hộ gia đình ở Lạng Sơn tạo cửa hàng số trên sàn thương mại điện tử (TMĐT) Postmart.vn để bán nông sản, mà quả na là mặt hàng chủ lực.

Vụ mùa năm 2021, sản lượng na của riêng huyện Chi Lăng dự kiến khoảng 20.000 tấn. Để giúp nông dân Lạng Sơn kết nối với người tiêu dùng, đem các sản vật của địa phương đến với người mua một cách nhanh nhất, tỉnh Lạng Sơn đã chủ động hợp tác với BĐVN triển khai cách thức bán na thông qua sàn TMĐT Postmart.vn

Để chuẩn bị cho hoạt động này, từ tháng 6/2021, nhân viên của BĐVN đã tới 950 hộ gia đình trồng, tiêu thụ na tại huyện Chi Lăng để hướng dẫn người dân làm quen với cách làm mới, phương thức kinh doanh mới trên không gian mạng.

Đặc biệt, để đảm bảo chất lượng đầu vào nhà cung cấp, mang tới khách hàng những trái na thơm ngon nhất, BĐVN đã đẩy mạnh việc kiểm soát về mặt thương hiệu, sản phẩm, nguồn gốc xuất xứ rõ ràng. Với công nghệ truy xuất nguồn gốc của iCheck các mặt hàng nông sản bán trên sàn TMĐT Postmart.vn đều có thông tin đầy đủ về nguồn gốc xuất xứ, công khai thông tin quá trình nuôi trồng, chế biến, đóng gói, ... giúp người tiêu dùng tiếp cận thông tin chính xác về sản phẩm.

Khác với nhiều loại quả, na sẽ gặp áp lực về thời vụ thu hái và khó bảo quản khi chín. Do đó, BĐVN đã cử chuyên gia giám sát để lắp ráp dây chuyền, ứng dụng công nghệ sấy khô để giúp nông dân đa dạng hóa các sản phẩm chế biến từ na

BĐVN đã triển khai hệ thống cửa hàng số với những thiết kế riêng, phù hợp, giúp bà con nông dân tỉnh Lạng Sơn có thể dễ dàng tiếp cận với việc bán hàng trên sàn TMĐT Postmart.vn. Bên cạnh đó, nhân viên bưu điện cũng phối hợp với chính quyền địa phương, Sở TT&TT tỉnh Lạng Sơn tổ chức những buổi đào tạo cho người dân để trước mắt người dân có thể tiếp cận với kinh tế số. Sau đó, hướng dẫn các hộ gia đình mở cửa hàng số và tài khoản thanh toán điện tử, xây dựng quy trình nhận, vận chuyển cho các hộ khi phát sinh đơn hàng và phát triển người mua sản phẩm nông sản Lạng Sơn trong và ngoài tỉnh.

Ông Phan Trọng Lê, Trưởng ban Nghiên cứu Phát triển và Thương hiệu của BĐVN cho biết: *“Hai tuần thử nghiệm đầu tiên hồi giữa tháng 6/2021, bà con Chi Lăng đã rất hào hứng với việc đưa nông sản lên sàn TMĐT. Từ ngày 18/6/2021 đến ngày 02/7/2021 đã có hơn 700 hộ gia đình mở gian hàng trên sàn Postmart.vn, đạt 43% tổng số hộ gia đình trên địa bàn. Hiện tại số hộ gia đình tại Chi Lăng mở gian hàng đã lên tới 950 hộ. Từ nay đến tháng 9/2021, BĐVN sẽ tiếp tục tổ chức hỗ trợ bà con nông dân tập*

trung phát triển kinh tế số trên địa bàn 5 huyện gồm Chi Lăng, Hữu Lũng, Tràng Định, Bắc Sơn và Văn Quan”.

Phát huy thế mạnh sẵn có về mạng lưới phủ rộng đến từng thôn, bản với 13.000 điểm phục vụ trên toàn quốc và hệ sinh thái số, nền tảng thanh toán điện tử PostPay, các ứng dụng quản lý và tạo đơn hàng, hệ thống logistic chuyên nghiệp..., BĐVN sẽ ứng dụng công nghệ số vào hỗ trợ nông dân Lạng Sơn tiêu thụ nông sản nhằm góp phần giảm khoảng cách giữa nông thôn và thành thị.

Nông dân Lạng Sơn không chỉ dễ dàng tiếp cận với việc bán hàng trực tuyến, tự mở gian hàng và giới thiệu sản phẩm thông qua các công cụ số, mà còn nâng cao giá trị và cơ hội mở rộng thị trường, góp phần phát triển kinh tế số tại địa phương.

Đại diện lãnh đạo BĐVN cam kết sẽ phối hợp cùng chính quyền địa phương đẩy nhanh quá trình số hóa kinh tế Lạng Sơn cũng như thay đổi nhận thức của người dân, triển khai các nền tảng công nghệ số và các giải pháp thiết thực đến từng người dân tại Lạng Sơn.

Ông Phan Thảo Nguyên, Thành viên HĐQT của BĐVN cho biết: *“Bước đầu là quả na tại Chi Lăng, ngay sau đây sẽ là nhiều nông sản đặc sản khác của xứ Lạng sẽ được chúng tôi đưa lên sàn Postmart. Đặc biệt, thông qua các nền tảng số, Bưu điện Việt Nam mà đại diện là Bưu điện Lạng Sơn sẽ tiếp tục các chương trình đào tạo, hướng dẫn người dân thực hiện chuyển đổi và phát triển kinh tế số”.*

Vì thế, việc BĐVN hợp tác giúp người dân tham gia vào sàn TMĐT để bán nông sản là một bước trong việc hoàn chỉnh hệ sinh thái số, giúp người dân tham gia sâu rộng hơn quá trình chuyển đổi số của tỉnh Lạng Sơn.

Chuyển đổi số, phát triển kinh tế số là xu thế toàn cầu, là quá trình không thể đảo ngược, giúp tăng năng suất lao động, tăng trưởng kinh tế. Kinh tế số cũng giúp tăng trưởng bền vững, tăng trưởng bao trùm, vì sử dụng công nghệ, tri thức hơn là tài nguyên, chi phí tham gia kinh tế số thấp hơn nên tạo ra nhiều cơ hội cho người dân hơn.

[Theo: ictvietnam.vn; ngày 20/7/2021]

Câu chuyện 19:

Nông dân Hưng Yên lên sàn Postmart bán nhãn

Nhãn lồng Hưng Yên là một trong những đặc sản nổi tiếng của Việt Nam, bắt đầu vào vụ thu hoạch.

Những năm trước đây, sau khi thu hoạch nhãn lồng chủ yếu được bán theo phương thức truyền thống cho các thương lái đến từ nhiều nơi trong nước, mua tại vườn và xuất khẩu sang thị trường nước ngoài (chủ yếu là Trung Quốc) và phục vụ người tiêu dùng trong nước. Cách thức phân phối và tiêu thụ truyền thống này khiến cho sản phẩm nhãn lồng Hưng Yên phụ thuộc vào đội ngũ thương lái: giá cả do thương lái tự định đoạt; thời gian giao hàng không rõ ràng; đầu ra không ổn định...

Vụ nhãn năm 2021, tỉnh Hưng Yên dự kiến sản lượng nhãn sẽ đạt khoảng 50.000 - 55.000 tấn. Để việc tiêu thụ đặc sản này được thuận lợi tỉnh Hưng Yên đã tổ chức nhiều hoạt động xúc tiến thương mại tiêu thụ nông sản. Và một trong những hướng tiêu thụ mới được lựa chọn và triển khai ứng dụng, là bán nhãn lồng đặc sản của tỉnh này trên sàn thương mại điện tử Postmart.vn

Để giúp nông dân Hưng Yên tiêu thụ nhãn theo một hình thức hoàn toàn mới trên môi trường số, từ tháng 6/2021, Bưu điện Việt Nam (BĐVN) đã phối hợp với Bộ Công thương, Văn phòng điều phối mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới (thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn) tổ chức tập huấn cho các hộ trồng nhãn ở Hưng Yên cách bán hàng trên môi trường điện tử.

Các nhân viên bưu điện trực tiếp đến các nhà vườn để hướng dẫn cụ thể từng người dân từ cách mở gian hàng, tối ưu hóa gian hàng, chụp ảnh sản phẩm, đăng bán sản phẩm, theo dõi đơn đến cách đóng gói, bảo quản, vận chuyển nhãn đi các tỉnh, thành phố...

Do là năm đầu tiên triển khai nên những băn khoăn thường trực của người dân trồng nhãn thường là cách giới thiệu sản phẩm, cách giao dịch trên sàn, đóng gói sản phẩm đảm bảo chất lượng tươi ngon...

Bằng kinh nghiệm hỗ trợ người dân Bắc Giang tiêu thụ hơn 4.000 tấn vải thiều trong tháng 6 vừa qua, BĐVN đã tư vấn, giải thích và đưa ra các phương án hỗ trợ cụ thể, xóa tan từng nỗi lo ngại của người dân xứ nhãn.

Theo đại diện BĐVN tại Hưng Yên, đến ngày 12/7/2021, đội ngũ nhân viên bưu điện đã tiếp cận và phát triển được gần 400 nhà cung cấp nhãn lồng đặc sản. Đó là những hộ gia đình, hợp tác xã trồng nhãn tham gia bán hàng trên sàn Postmart.vn. Không chỉ có trái nhãn tươi, nhiều nhà vườn ở Hưng Yên còn đưa lên sàn Postmart.vn nhiều mặt hàng khác như: long nhãn, mật ong hoa nhãn, giấm nhãn, các chế phẩm từ nhãn khác.

Việc đưa nhãn lên sàn thương mại điện tử Postmart không chỉ nhằm tiêu thụ loại đặc sản mang tính mùa vụ, mà BĐVN còn kỳ vọng đây sẽ là hướng đi mới để người nông dân nói chung và người trồng nhãn Hưng Yên nói riêng có thêm kênh phân phối nông sản bền vững, góp phần chuyển đổi số nông nghiệp, nông thôn.

Đặc biệt, vào ngày 15/7/2021, Bộ Công thương còn phối hợp với Ủy ban nhân dân tỉnh Hưng Yên tổ chức hội nghị kết nối cung cầu tiêu thụ nhãn và nông sản tỉnh Hưng Yên năm 2021 theo hình thức trực tuyến.

Tại hội nghị này, các sàn thương mại điện tử lớn nhất của Việt Nam, trong đó có sàn Postmart.vn ký kết hợp tác đưa nhãn và nông sản tỉnh Hưng Yên lên sàn thương mại điện tử để người tiêu dùng trong nước và quốc tế sớm nhận được những trái nhãn thơm ngon nhất ngay từ đầu vụ.

Nông dân ở các tỉnh thành của Việt Nam phần lớn chỉ là người sản xuất. Sản phẩm do họ làm ra chủ yếu được tiêu thụ theo các phương thức mua bán truyền thống. Điều này khiến nông dân bị thụ động trong việc bán sản phẩm của mình và thua thiệt trong việc định giá nông sản, ảnh hưởng đến thu nhập của họ. Nhờ có các sàn thương mại điện tử, một nền tảng của nền kinh tế số, những khó khăn nói trên sẽ được giảm bớt, sản phẩm do người nông dân làm ra được nhanh chóng tiếp cận thị trường; giá cả được minh bạch công khai; việc kiểm tra, giao nhận nông sản sẽ thuận tiện; nông sản của nông dân Việt Nam có cơ hội vươn ra thị trường thế giới; thu nhập của người nông dân tăng lên... Đó chính là những ưu điểm mà nền kinh tế số mang lại.

[Theo: Anh Lê, viettimes.vn; ngày 13/7/2021]

Câu chuyện 20:

Mở sàn giao dịch trái cây quốc tế - Thành công của một nữ doanh nhân 9X

Nguyễn Ngọc Huyền, cựu sinh viên ngành Quản trị nhân sự của Đại học Hoa Sen đã quyết định rời bỏ công việc ở Tập đoàn Cathay với mức lương 2.000 - 3.000 USD/tháng để mở một sàn giao dịch trái cây, chuyên kinh doanh hoa quả nhập khẩu và bắt đầu hưởng "trái ngọt" từ lựa chọn này.

Lúc đầu, Huyền chỉ mua để ăn và biếu cho bố mẹ, anh chị trong nhà. Dần dần, nhiều người quan tâm, Huyền nhập trái cây số lượng lớn hơn, để bán lại cho người quen với kỳ vọng tiền lời đủ ăn trái cây. Nhưng với sự nhạy bén của nhân viên kinh doanh ngày nào, cô nhanh chóng nhận ra đây là thị trường đầy tiềm năng. Và Huyền bắt tay vào hoạch định chiến lược kinh doanh, lên kế hoạch marketing và tổ chức nhân sự.

Cô thành lập công ty Mía Fruit, chuyên kinh doanh trái cây nhập khẩu từ nước ngoài về bán trong nước. Huyền nhập từng thùng trái cây về, rồi lấy tiền bán được làm vốn quay vòng nhập hàng. Cô mở một website để bán hàng online và dùng các trang mạng xã hội cũng như uy tín cá nhân để làm marketing. Bán hàng trực tuyến hiện không có gì xa lạ với những startup nhỏ, ít vốn. Song, cách đây 5 năm, kênh bán hàng này còn rất mới mẻ, nhất là với trái cây, mặt hàng mà khách hàng thường phải lựa chọn, cầm lên đặt xuống nhiều lần trước khi quyết định mua. Ngay cả việc tiếp thị qua mạng xã hội, từng bức ảnh, bài viết truyền cảm hứng cũng rất xa lạ tại thời điểm đó.

Ban đầu, Huyền chỉ nhập khẩu trái cây loại một, tức hàng đã được sàng lọc cẩn thận. Bên cạnh đó, cô tìm cách rút ngắn tối đa thời gian từ khi trái được thu hoạch đến tay khách hàng. Thông thường, trái cây nhập khẩu qua đường tàu biển, nên phải mất ít nhất là một tháng mới cập cảng Việt Nam. Sau đó, trái cây được chuyển về kho lạnh tại các chợ đầu mối, trước khi đưa vào siêu thị hoặc cửa hàng bán lẻ. Do đó, hoa quả khó giữ hương vị, hoặc dễ hư hỏng.

Huyền tìm đến các trang trại trồng cây ăn quả của đối tác nhập khẩu, học hỏi giải pháp giữ trái cây tươi ngon bằng kho lạnh mà không cần sử dụng đến chất bảo quản. Huyền đầu tư kho lạnh có thể điều chỉnh các vùng lạnh khác nhau, phù hợp với mỗi loại trái cây. Thay vì đường tàu biển, cô nhập trái cây về qua đường hàng không. Nhờ đó, quy trình từ khi trái cây xuất khẩu đến khi khách hàng được nhận tại doanh nghiệp cô rút ngắn xuống còn 4-5 ngày.

Huyền học hỏi mô hình của Nhật, mở những cửa hàng trái cây tại vị trí đất địa của TP.HCM. Các cửa hàng này không nhằm mục đích bán hàng, mà để trưng bày sản phẩm. Hoa quả được bày trí sang trọng trong khung kính, trưng tự như các món hàng trang sức. Khách hàng thường đến đây để kiểm chứng, sau đó mới đặt mua hàng. Hiện tại, 90% doanh thu bán hàng vẫn đến từ kênh online.

Trái cây nhập khẩu trực tiếp từ Mỹ, Australia, Nhật, Hàn, ... với giá có khi lên đến gần 4 triệu đồng/kg. Huyền xác định, khách hàng tiềm năng của mình chỉ chiếm khoảng 2% dân số cả nước. Tuy nhiên, đây là những người chấp nhận chi tiêu rất lớn cho sức khỏe. Trái cây lại là mặt hàng có nhu cầu cao, phải mua hàng tuần. Do đó, thị trường vẫn đầy tiềm năng để phát triển.

Sau 5 năm, quy mô doanh nghiệp của Huyền đạt gần 20 tỷ đồng, và đang nhận được lời đề nghị góp vốn một triệu đôla Mỹ từ một Quỹ đầu tư của Singapore. Cô đang có khoảng 90.000 khách hàng, với gần 50% trong số đó là khách hàng trung thành. Đây là những người đặt mua trái cây hàng tuần, với hóa đơn dao động từ vài triệu đến hàng chục triệu đồng. Cô cũng phát triển mạng lưới đại lý tại một số địa phương như Vũng Tàu, Tây Ninh, Cần Thơ... Bà mẹ trẻ còn đang lên kế hoạch Bắc tiến, để nhắm đến giới nhà giàu tại Đà Nẵng, Hà Nội.

Chưa dừng ở đó, Huyền bắt đầu nghĩ đến việc sẽ tuyển chọn và xuất khẩu trái cây Việt Nam đạt chuẩn ngược trở lại các thị trường đã nhập khẩu. Cô đang bước những bước đầu tiên bằng cách xây dựng mạng lưới cung cấp nguyên liệu đủ uy tín và làm ăn nghiêm túc. Ước mơ của Huyền là xây dựng một sàn giao dịch trái cây quốc tế online. Trong đó, Mia Fruit đóng vai trò trung gian, tuyển chọn, kiểm định chất lượng rau quả Việt Nam và đưa lên sàn những sản phẩm đạt chuẩn.

Sự nhạy bén, cùng với sử dụng thành thạo các nền tảng thương mại điện tử, Huyền đã xây dựng thành công thương hiệu Mia Fruit và đã gặt hái “trái ngọt” từ hoạt động khởi nghiệp của mình.

Chuyển đổi số không phải là điều gì to tát. Có thể bắt đầu từ một ý tưởng sáng tạo, có kiến thức căn bản về nền kinh tế số, cùng với sự kiên trì bền bỉ, thì một cá nhân cũng có thể tạo nên thành công và đóng góp vào thành công chung của hành trình chuyển đổi số quốc gia.

[Theo: Ánh Thúy, vnexpress.net; ngày 10/2/2018]

Câu chuyện 21:

Công nghệ giúp nông sản cất cánh, vượt qua đại dịch COVID-19

Năm 2020, lần đầu tiên thế giới phải đối mặt với dịch bệnh trăm năm có một - đại dịch COVID-19. Ngay lập tức, các chuỗi cung ứng hàng hóa, nông sản bị gián đoạn do chính sách kiểm soát, phong tỏa các quốc gia đặt ra để kiểm soát sự lây lan của loại virus bí ẩn.

Bắt đầu từ tháng 3/2020, khi dịch COVID-19 bùng phát ở Vũ Hán (Trung Quốc), những tác động tiêu cực trong hoạt động xuất khẩu nông sản đã hiển hiện khi những chuyến hàng buộc phải nằm chờ lâu hơn tại các cửa khẩu do khâu kiểm soát được thực hiện chặt chẽ hơn trước, vì lý do ngăn chặn mầm bệnh lan truyền.

Đến khi dịch lan sang châu Âu, châu Mỹ, các doanh nghiệp đã đối mặt với những khó khăn thực sự khi các đơn hàng buộc phải hủy hoặc chậm giao. Trong số đó, ngành xuất khẩu đồ gỗ là ngành gặp gian nan sớm nhất, khó khăn nhất.

Tuy nhiên, sau một thời gian lúng túng ban đầu, bằng nhiều biện pháp, trong đó có việc tích cực chuyển đổi số, các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam đã chủ động nắm bắt từng khe hẹp của thị trường, đưa nông sản Việt đến được nhiều thị trường ở nước ngoài, nâng cao vị thế của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

Sau hơn một năm sản xuất kinh doanh trong bối cảnh dịch COVID-19 hoành hành, Công ty Cổ phần Tập đoàn VISIMEX, một doanh nghiệp chuyên sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông sản vẫn giữ được mức tăng trưởng hơn 200% so với năm 2019 nhờ chủ động đầu tư đổi mới công nghệ sản xuất, ứng dụng công nghệ số trong mọi hoạt động sản xuất kinh doanh, nâng cao giá trị gia tăng cho các mặt hàng nông sản.

Ông Thân Văn Hùng, Chủ tịch HĐQT Công ty VISIMEX cho biết: *“Là một thành viên của Hiệp hội Nông nghiệp số Việt Nam, chúng tôi xác định, ứng dụng công nghệ số trong sản xuất kinh doanh, đẩy mạnh phát triển chuỗi cung ứng khép kín sẽ là bí quyết giúp doanh nghiệp vượt qua những điểm nghẽn của thị trường do tác động của dịch COVID-19. Nhờ vậy, mặc dù dịch COVID-19 ảnh hưởng nhiều đến quá trình lưu thông hàng hóa do các biện pháp kiểm soát, nhưng hoạt động xuất khẩu của công ty vẫn tăng trưởng rất khả quan”*.

Nhưng không phải ngẫu nhiên mà VISIMEX đạt được kết quả vô cùng ấn tượng ngay cả khi dịch COVID-19 khiến nhiều doanh nghiệp lao đao. Cả chục năm trước, doanh nghiệp này đã chủ động đẩy mạnh áp dụng thương mại điện tử trong việc giới thiệu, quảng bá, tiêu thụ sản phẩm, đưa VISIMEX trở thành một trong những doanh nghiệp đầu tiên của Việt Nam giới thiệu sản phẩm trên trang thương mại điện tử nổi tiếng Alibaba.

Ông Thân Văn Hùng nói thêm: “*Ngay từ năm 2005, tôi đã đăng ký là thành viên miễn phí của Alibaba. Thật không ngờ, nhờ giới thiệu sản phẩm trên sàn giao dịch thương mại điện tử nổi tiếng này, chúng tôi đã tìm kiếm được các đơn hàng từ khắp nơi trên thế giới và dần cải thiện sản xuất. Năm 2009, VISIMEX đã trở thành thành viên Gold Supplier của Alibaba. Có thời điểm, các đơn hàng thông qua Alibaba chiếm đến 80% doanh thu năm của công ty, với các khách hàng đến từ khắp nơi như Ấn Độ, Indonesia, Trung Quốc, Nam Phi, Trung Đông... Nhờ bán hàng trên sàn giao dịch điện tử, có lúc chúng tôi nhận được 200 đơn hàng/tháng*”.

Hiện nay, VISIMEX vẫn tiếp tục đẩy mạnh giao dịch trên các sàn giao dịch thương mại điện tử, trao đổi trực tuyến với khách hàng nên dịch COVID-19 tác động không đáng kể đến hoạt động của doanh nghiệp.

Tương tự, việc ứng dụng công nghệ đã cho phép các nhà phân phối nông sản quốc tế tiếp cận và kiểm tra, đánh giá vùng trồng và cơ sở đóng gói các loại nông sản chế biến của Việt Nam như: thạch đen, yến sào, sào riêng, khoai lang... để nhập khẩu vào bán lẻ tại các siêu thị ở Trung Quốc và Nhật Bản.

Không chỉ doanh nghiệp, rất nhiều nông dân, hợp tác xã cũng đã chuyển đổi nhanh các phương thức kinh doanh nông sản dưới tác động của dịch COVID-19. Chẳng hạn, ngay khi dịch COVID-19 xuất hiện, ảnh hưởng đến việc tiêu thụ nông sản, HTX thủy sản Xuyên Việt (huyện Gia Lộc, tỉnh Hải Dương) đã đẩy mạnh các kênh tiêu thụ trực tuyến, bán hàng online, nhờ vậy, kết quả sản xuất kinh doanh rất khả quan.

Ứng dụng công nghệ số trong sản xuất kinh doanh không còn là điều mới mẻ với nhiều doanh nghiệp và nông dân. Chính nhờ đẩy mạnh chuyển đổi số trong lĩnh vực này mà nhiều doanh nghiệp vẫn giữ được đà tăng trưởng, nông sản vẫn đến được nhiều thị trường nhờ thương mại điện tử trong năm 2020 đầy khó khăn do dịch bệnh.

Có thể thấy rằng, chuyển đổi số không còn là câu chuyện của tương lai mà nó đang hiện hữu trong sự phát triển của từng lĩnh vực, từng doanh nghiệp, từng hộ nông dân sản xuất cá thể ở Việt Nam.

[Theo: Đỗ Hương, VGP; ngày 02/02/2021]

Phần III:
CHUYỂN ĐỔI SỐ
TRONG XÃ HỘI

Câu chuyện 22:

Chuyển đổi số, kinh tế số, xã hội số và những vấn đề đặt ra cho báo chí Việt Nam

Dựa trên nền tảng công nghệ mới, mà cốt lõi là công nghệ số (trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, chuỗi khối, điện toán đám mây...), chuyển đổi số đang tạo ra không gian phát triển mới cho kinh tế số, xã hội số... Cùng với sự phát triển của hệ sinh thái truyền thông số, báo chí ngày nay đối diện với những thuận lợi và thách thức trong việc đi tìm mô hình phát triển mới.

Sự xuất hiện của công nghệ số ảnh hưởng trực tiếp đến việc vận hành, sản xuất và phân phối tin tức của các cơ quan báo chí. Trong bối cảnh đó việc đổi mới mô hình kinh doanh hay phương thức quản trị tòa soạn là một trong những khâu quan trọng của quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực báo chí.

Các tòa báo hiện đại trên thế giới đều tận dụng trí tuệ nhân tạo (AI) để giúp công chúng tìm kiếm và nhanh chóng chọn lựa mục tin tức phù hợp. Nói chính xác hơn, các tòa soạn sử dụng AI phân tích hành vi của công chúng để đưa ra các bài báo khớp nhất với sở thích và hứng thú quan tâm của họ. AI đã và đang được sử dụng để phát hiện tin nóng, thẩm định thông tin, tương tác với độc giả, sản xuất video, cho đến viết tin, bài tự động...

Hiện nhiều báo điện tử tại Việt Nam, như: VOVLive, VnExpress, ZingNews, Dân trí hay Lao Động... đã áp dụng AI, nhưng mới dừng lại ở mức phiên bản báo “nói”, nghĩa là “máy đọc”, chứ không phải “người đọc” tin tức cho độc giả.

Mặc dù AI và “nhà báo robot” đã thay thế một phần công việc của nhà báo, đồng thời ít nhiều tạo tác động cảnh báo về vị trí việc làm của các phóng viên, nhà báo trong tương lai, nhưng vấn đề bức xúc nhất về kinh tế báo chí hiện nay lại đến từ áp lực cạnh tranh với các phương tiện truyền thông mới.

Ở Việt Nam, cuộc cách mạng số làm thay đổi chiến lược và thị trường quảng cáo, khiến cuộc cạnh tranh giữa các cơ quan báo chí đã khốc liệt, nay càng khốc liệt hơn với đối thủ mới, đó là mạng xã hội. Có nhiều tờ báo, vào thời hoàng kim, mỗi ngày xuất bản 20-30 trang quảng cáo, thậm chí nhiều hơn số trang nội dung. Nhưng 10 năm gần đây, số trang quảng cáo trên báo in giảm mạnh, chỉ còn 4-8 trang, thậm chí chỉ có 2 trang, trong đó chủ yếu là rao vặt, bố cáo thành lập công ty, thay đổi trụ sở... Đại dịch Covid-19 làm cho báo chí với mô hình kinh doanh phụ thuộc quá nhiều vào quảng cáo càng thêm thiệt hại nặng nề.

Có một thực trạng là các nền tảng số như Facebook, Google... nói chung vẫn cần báo chí, nhưng không cần một báo, đài cụ thể nào, nên dẫn đến sự bất cân xứng về quyền lực, mà cán cân nghiêng về phía nền tảng số. Điều này khiến thị trường truyền thông thiếu lành mạnh một cách đáng kể, gây hại cho báo chí và cũng làm cho xã hội chịu thiệt,

bởi bản chất của hoạt động báo chí là cung cấp thông tin chính xác, khách quan cho công chúng toàn xã hội. Bởi vậy, cuộc đấu giữa nền tảng số và báo chí vừa là cuộc tranh luận về nguyên tắc kinh tế, vừa là cuộc đấu chính trị giữa các ngành đầy quyền lực.

Bị suy giảm nguồn thu, nhiều tờ báo ở Việt Nam không có ngân sách, dẫn đến nguy cơ phải giải thể hoặc thu hẹp quy mô hoạt động, số khác phải xoay sở bằng tìm kiếm các nguồn thu ngoài mặt báo, như: tổ chức sự kiện, sản xuất nội dung cho Google, Facebook, hoặc ký kết các “hợp đồng hợp tác truyền thông” với các doanh nghiệp, mà trong nhiều trường hợp, các “hợp đồng” này đã làm cho cơ quan báo chí bị “mắc kẹt”: đưa tin không trung thực, tạo ra sự cạnh tranh không lành mạnh, hay báo chí khó lòng phanh phui các vụ việc tiêu cực liên quan đến các đơn vị, doanh nghiệp mà cơ quan báo chí đã bắt tay hợp tác truyền thông, dẫn đến đánh mất niềm tin của công chúng.

Thông tin là một trong những “nhu yếu phẩm” không thể thiếu trong xã hội hiện đại. Công chúng cần rất nhiều loại thông tin, từ chính trị, kinh tế, đến xã hội, văn hóa, giải trí..., nên họ sẵn sàng trả tiền để được đáp ứng nhu cầu này.

Báo cáo Sáng tạo trong báo chí toàn cầu 2020 - 2021 do Hiệp hội các nhà xuất bản FIPP phối hợp với Tập đoàn tư vấn truyền thông Innovation thực hiện, đã tổng kết 13 mô hình kinh doanh giúp cơ quan báo chí tăng doanh thu, trong đó tiềm năng lợi nhuận nhất là các mô hình như: Thúc đẩy tăng trưởng các đăng ký dài hạn; Tổ chức sự kiện; Hoạt động câu lạc bộ, quan hệ đối tác tốt với các nhà quảng cáo và những công ty khác cho nhóm sản phẩm/dịch vụ; Dịch vụ công nghệ thông tin, tạo phần mềm truyền thông độc đáo; Môi giới dữ liệu, có phần mềm thu thập dữ liệu tinh vi và khả năng phân tích nội bộ để nhận ra khách hàng tiềm năng và cung cấp dữ liệu tùy chỉnh; Nhượng quyền thương hiệu, cấp phép thương hiệu, sở hữu các thương hiệu mạnh và có giá trị cao; Đầu tư sáng suốt vào các công ty/dự án khởi nghiệp truyền thông có giá trị; khai thác nội dung đã xuất bản, để tái sản xuất; Xây dựng uy tín về chuyên môn giáo dục trong những lĩnh vực ngách, có độc giả trung thành...

Sản xuất nội dung báo chí chất lượng cao, dồn tâm vào sản xuất báo chí dữ liệu, các dự án báo chí điều tra độc quyền, tính năng kiểm chứng tin tức giả... là những giá trị mà các tờ báo chí trong thời chuyển đổi số cần cung cấp cho công chúng của mình. Làm được điều này, báo chí sẽ có được lòng tin của người đọc, có được công chúng trung thành, các tòa soạn hoàn toàn có thể gia tăng những giá trị có thu phí người đọc, hoặc phối hợp các nhà quảng cáo, các nhãn hàng để có nguồn thu. Khi đó, tương lai của báo chí trong thời đại chuyển đổi số sẽ không còn là một viễn cảnh ảm đạm như đã từng được dự đoán.

[Theo: Ngô Bích Ngọc, *Làm Báo online*; ngày 07/01/2021
và Đặng Thị Thu Hương, *Kinh tế và Dự báo*; số 17 tháng 6/2021]

Câu chuyện 23:

Lào Cai tích cực chuyển đổi số trong hoạt động báo chí - truyền thông

Lào Cai là tỉnh vùng cao, biên giới, là “cửa ngõ” trên tuyến hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng. Hoạt động báo chí truyền thông được đặt trong mối quan hệ chặt chẽ với sự phát triển kinh tế xã hội, quan hệ đối ngoại, hội nhập kinh tế quốc tế. Do vậy, việc chuyển đổi số trong lĩnh vực này càng có ý nghĩa hơn bao giờ hết.

Từ nhiều năm qua, Lào Cai đã đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin (CNTT) trong triển khai các hoạt động tuyên truyền từ tỉnh đến cơ sở. Điển hình là việc khai trương Cổng giao tiếp điện tử tỉnh Lào Cai vào năm 2004.

Các cơ quan báo chí truyền thông của tỉnh không ngừng đổi mới, đẩy mạnh ứng dụng CNTT vào quản lý và sản xuất nội dung, chuyển dần phương thức hoạt động truyền thống sang hoạt động theo mô hình tòa soạn hội tụ.

Năm 2007, Báo Lào Cai điện tử đi vào hoạt động. Năm 2010, Trang thông tin điện tử tổng hợp, các trang mạng xã hội Facebook, Youtube của Đài PT-TH tỉnh đi vào hoạt động. Năm 2013, khai trương Cổng Thông tin đối ngoại tỉnh Lào Cai. Tháng 4/2018, khai trương trang thông tin của UBND tỉnh Lào Cai trên mạng xã hội Facebook. Tháng 8/2019, triển khai mô hình Chính quyền thông minh trên Zalo với tên gọi “Cổng hành chính công Lào Cai” nhằm tăng cường sử dụng mạng xã hội trong đối thoại giữa chính quyền và doanh nghiệp, người dân. Truyền thông Lào Cai hôm nay đã lớn mạnh cả về bề rộng và chiều sâu, vươn tới mọi ngõ ngách, từ nông thôn đến thành thị, đến vùng cao, vùng biên giới xa xôi.

Trong năm 2020 - 2021, hoạt động báo chí - truyền thông ở Lào Cai có bước chuyển biến bất phá. Với phương châm người dân ở đâu thông tin tới đó, Lào Cai chú trọng đầu tư phát triển các kênh thông tin chính thức trên các nền tảng số, lấy hoạt động xuất bản số làm trung tâm để sản xuất các tác phẩm báo chí chất lượng cao, tạo ra nhiều tiện ích cho người dân trong việc tiếp cận và lan tỏa thông tin.

Báo Lào Cai đã nỗ lực chuyển đổi số từ mô hình tòa soạn truyền thống sang tòa soạn điện tử; trang bị hệ thống máy quay, máy dựng hình, phòng thu phục vụ việc sản xuất các chương trình, video clip; nâng cấp giao diện của báo Lào Cai điện tử đáp ứng yêu cầu xuất bản những tác phẩm báo chí đa phương tiện.

Đài PT-TH tỉnh Lào Cai triển khai Đề án “Nâng cao năng lực hoạt động của Đài PT-TH tỉnh Lào Cai giai đoạn 2020 - 2025, tầm nhìn đến năm 2030”, với mục tiêu phát triển Đài thành một cơ quan truyền thông đa phương tiện; đổi mới nội dung, thời lượng, quy trình sản xuất chương trình cho phù hợp với xu thế phát triển của công nghệ thông tin, truyền thông và phù hợp với nhu cầu của khán thính giả; ứng dụng công nghệ số vào hầu hết các công đoạn của quá trình sản xuất và phát sóng; các chương trình PT-TH được

truyền dẫn trên các hạ tầng số. Tháng 6/2021, Đài đã đưa vào hoạt động trang Fanpage bằng tiếng Mông trên nền tảng mạng xã hội Facebook. Đây là phiên bản báo chí của Đài trên nền tảng số, dành cho đồng bào dân tộc Mông, được thiết kế dựa trên nhu cầu của đồng bào và xu hướng của báo chí hiện đại.

Chuyển đổi số cũng giúp cho phóng viên tác nghiệp chủ động, linh hoạt và hiệu quả; rút ngắn khoảng cách không gian và thời gian; nâng cao chất lượng tác phẩm và tương tác hai chiều với bạn đọc. Chỉ cần một điện thoại di động kết nối 3G, 4G, phóng viên có thể kết nối trực tiếp với trường quay trung tâm; ghi hình và phát trực tiếp trên Fanpage của báo Lào Cai, của Đài PTTH tỉnh Lào Cai. Phóng viên cũng có thể ghi hình, phỏng vấn từ xa thông qua mạng Internet với những nơi mà phóng viên không thể tiếp cận hiện trường như trong bão lũ, hay trong thời gian giãn cách xã hội phòng chống dịch COVID-19.

Lào Cai cũng đã tích cực hiện đại hóa hệ thống thông tin cơ sở dựa trên ứng dụng công nghệ thông tin - viễn thông phù hợp với điều kiện của địa phương. Giải pháp truyền thanh thông minh đã và đang được triển khai đến người dân ở huyện Bắc Hà, Bát Xát, thành phố Lào Cai và thị xã Sa Pa.

Với việc dùng công nghệ số để thay đổi cách làm việc, cách sản xuất, phương thức phát hành và cách tiếp cận thông tin, hoạt động chuyển đổi số trong báo chí truyền thông đã giúp người dân Lào Cai thay đổi thói quen tiếp cận thông tin. Với một chiếc điện thoại thông minh có kết nối internet, người dân Lào Cai có thể tiếp cận các nguồn thông tin chính thống.

Chuyển đổi số tạo ra cơ hội cho người dân tiếp cận thông tin một cách chủ động, nhanh chóng, hiệu quả mà vẫn an toàn - đặc biệt trong bối cảnh dịch COVID-19 có diễn biến phức tạp.

Chuyển đổi số trong báo chí truyền thông cũng là để lan tỏa thông tin, kết nối Lào Cai với thế giới, quảng bá hình ảnh Lào Cai là điểm đến thân thiện, ổn định, đổi mới, năng động và phát triển, là điểm đến tin cậy của các nhà đầu tư và du khách.

[Theo: Vũ Hùng Dũng, *congnghevadoisong.vn*; ngày 20/7/2021]

Câu chuyện 24:

Thúc đẩy văn hóa đọc từ chuyển đổi số

Trước thách thức của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 và khó khăn do đại dịch COVID-19 gây ra, lĩnh vực xuất bản cũng phải những giải pháp mạnh mẽ trong chuyển đổi số nhằm đảm bảo sự tồn tại và phát triển của lĩnh vực xuất bản, đồng thời đây cũng là giải pháp thúc đẩy phát triển văn hóa đọc trong thời đại số.

Nhiều nhà xuất bản và đơn vị phát hành sách ở Việt Nam đã xác định chuyển đổi số chính là mệnh lệnh cho sự tồn tại, phát triển của lĩnh vực xuất bản trong bối cảnh đối phó đại dịch và sự lên ngôi của sách điện tử, sách nói... đang dần lấy mất thị phần truyền thống của sách in.

Năm 2020, Nxb Thông tin và Truyền thông đã tập trung phát triển sàn thương mại điện tử Book365.vn với nhiều tính năng nâng cấp, được Bộ Thông tin và Truyền thông chọn là nơi tổ chức hội sách trực tuyến quốc gia lần đầu tiên và một số triển lãm sách trực tuyến. Book365.vn đã thu hút được 107 lượt tham gia của các nhà xuất bản và đơn vị phát hành sách, giới thiệu trên 24.000 tựa sách in và điện tử; đưa 15.000 cuốn sách đến bạn đọc, đem lại doanh thu hơn 1 tỷ đồng, trở thành kênh chủ lực phân phối sách của nhiều nhà xuất bản.

Trong khi đó, Nhà sách Fahasa Vạn Phúc ở Hà Nội là một trong những địa điểm triển khai mô hình nhà sách thông minh của Công ty cổ phần Phát hành sách TP. Hồ Chí Minh (Fahasa) để độc giả có thể tự tra cứu thông tin, tìm kiếm sách; thanh toán qua hệ thống dịch vụ tự động rất thuận lợi. Công ty phát hành sách này cũng xây dựng trung tâm thương mại điện tử Fahasa.com với doanh thu hàng trăm tỷ đồng mỗi năm. Một loạt nhà xuất bản, đơn vị xuất bản, nhà sách như Nxb Kim Đồng, Nxb Văn học, Thái Hà Books... cũng hoàn thiện dịch vụ bán sách trực tuyến trên website.

Với 13.000 cuốn sách điện tử có bản quyền thuộc nhiều lĩnh vực, Công ty cổ phần Waka - đơn vị phát hành xuất bản phẩm điện tử hàng đầu Việt Nam cũng xác định, tiếp tục nghiên cứu, sáng tạo để đóng góp nhiều xuất bản phẩm điện tử hơn, đáp ứng nhu cầu của công chúng. Tương tự, Nhà Xuất bản Chính trị quốc gia Sự thật, Nhà Xuất bản Trẻ... sau khi số hóa kho dữ liệu của mình đang đẩy mạnh phát triển xuất bản điện tử.

Công ty cổ phần Waka hiện có 3,2 triệu người đọc trên các nền tảng ứng dụng, doanh thu tăng trưởng hơn 40% trong năm 2020. Vì thế, đơn vị này đang tăng cường mua bản quyền sách mới và phát triển sách nói. Còn Fahasa đang ứng dụng công nghệ hiện đại để khách có thể đặt hàng trên sàn thương mại điện tử; sử dụng trí tuệ nhân tạo để phân tích thói quen, nhu cầu của khách, nhằm giới thiệu những cuốn sách phù hợp...

Trong khi đó, Công ty cổ phần công nghệ WEWE, chủ sở hữu thương hiệu Voiz FM là một công ty chuyên xuất bản sách nói, có trụ sở tại TP.HCM đã vươn lên trở thành

một đối tác hàng đầu của nhiều nhà xuất bản, công ty kinh doanh và phát hành sách trong nước. WEWE săn tìm các ấn phẩm in dưới dạng sách, tạp chí, tuyển tập những bài viết hay... của các tổ chức, cá nhân, rồi tiến hành thu âm, xuất bản dưới dạng sách nói và phát hành rộng rãi ở trong và ngoài nước thông qua việc bán mã số truy cập vào Voiz FM cho khách hàng. Hiện tại, WEWE đang hợp tác với Vietnam Airlines để tuyển chọn những bài viết, những cuốn sách hay về đất nước, lịch sử, văn hóa và con người Việt Nam, xuất bản bằng tiếng Việt và tiếng Anh để phát hành sách nói và phát thanh miễn phí trên các chuyến bay của Vietnam Airlines.

Về mục tiêu chuyển đổi số trong lĩnh vực xuất bản, Cục Xuất bản, In và Phát hành (Bộ Thông tin và Truyền thông) đã xác định, đến năm 2025 đưa tỷ lệ xuất bản phẩm điện tử lên 15% số tựa sách được xuất bản hàng năm; doanh thu xuất bản điện tử đạt mức 8-10% tổng doanh thu toàn ngành; tạo điều kiện để 50% số nhà xuất bản tham gia xuất bản phẩm điện tử; từng bước hình thành chuỗi kết nối giá trị, đưa xuất bản phẩm đến bạn đọc bằng hình thức trực tuyến.

Để hiện thực hóa mục tiêu trên, theo Cục trưởng Cục Xuất bản, In và Phát hành, cần hoàn thiện thể chế, tạo dựng hành lang pháp lý, nhằm thúc đẩy hoạt động xuất bản trên môi trường số phát triển, thu hút các đơn vị công nghệ tham gia hoạt động xuất bản. Cùng với đó, Cục đang triển khai giải pháp chuyển đổi số trong lĩnh vực xuất bản theo 3 hướng: nâng cao chất lượng, đa dạng hóa xuất bản phẩm; xây dựng nhà xuất bản trọng điểm xuất bản điện tử; hỗ trợ nâng cấp website của các đơn vị xuất bản, phát triển thành sàn thương mại điện tử, tiến tới thí điểm xây dựng mô hình nhà xuất bản số chuẩn quốc tế.

Chuyển đổi số trong lĩnh vực xuất bản là con đường giúp các nhà xuất bản, công ty phát hành sách đẩy mạnh hoạt động kinh doanh, vượt qua những thách thức hiện tại; đồng thời phát triển văn hóa đọc trong cộng đồng.

[Theo: An Nhi, báo *Hà Nội Mới*; ngày 21/3/2021]

Câu chuyện 25:

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch thúc đẩy chuyển đổi số trong lĩnh vực thư viện

Ngày 06/7/2021, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Bộ VHTTDL) đã ban hành văn bản số 2371, hướng dẫn kế hoạch triển khai nhiệm vụ năm 2022 trong lĩnh vực thư viện trên toàn quốc.

Một trong những nhiệm vụ quan trọng của ngành thư viện được Bộ VHTTDL chỉ đạo thực hiện thông qua văn bản 2371 là triển khai “Chương trình chuyển đổi số ngành thư viện đến năm 2025, định hướng đến năm 2030” đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt vào đầu năm 2021.

Theo đó, Chương trình đề ra 5 mục tiêu chủ yếu đến năm 2025:

Thứ nhất, 100% thư viện công lập có vai trò quan trọng được Nhà nước ưu tiên đầu tư cùng với Thư viện Quốc gia Việt Nam, thư viện công cộng tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, hoàn thiện và phát triển hạ tầng số, dữ liệu số, triển khai liên thông, chia sẻ tài nguyên và sản phẩm thông tin thư viện theo chức năng, nhiệm vụ, văn bản hợp tác.

Thứ hai, 100% thư viện có vai trò quan trọng, thư viện công cộng tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương, thư viện đại học và thư viện chuyên ngành ở trung ương có trang thông tin điện tử cung cấp dịch vụ trực tuyến, tích hợp với thành phần dữ liệu mở của Hệ tri thức Việt số hóa; 80% thư viện chuyên ngành và thư viện đại học khác, 60% thư viện cơ sở giáo dục phổ thông, cơ sở giáo dục nghề nghiệp và các cơ sở giáo dục khác có trang thông tin điện tử có khả năng cung cấp dịch vụ trực tuyến trên nhiều phương tiện truy cập (trừ các dịch vụ thuộc phạm vi bí mật nhà nước và dịch vụ độc hạn chế).

Thứ ba, 70% tài liệu cổ, quý hiếm và bộ sưu tập tài liệu có giá trị đặc biệt về lịch sử, văn hóa, khoa học do các thư viện có vai trò quan trọng thu thập và quản lý được số hóa; 70% tài liệu nội sinh, các công trình nghiên cứu khoa học do các thư viện chuyên ngành, thư viện đại học thu thập và quản lý được số hóa.

Thứ tư, 100% người làm công tác thư viện được đào tạo và đào tạo lại, cập nhật các kiến thức, kỹ năng vận hành thư viện hiện đại.

Thứ năm, 60% số thư viện trong cả nước trở lên được kiểm tra, quản lý thông qua hệ thống quản lý thông tin của cơ quan quản lý.

Đến năm 2030, Chương trình định hướng tiếp tục đẩy mạnh chuyển đổi số, phát triển thư viện số, thực hiện liên thông ở mọi loại hình thư viện, bảo đảm cung ứng hiệu quả dịch vụ cho người sử dụng thư viện mọi nơi, mọi lúc.

Đây là một chương trình trọng điểm của Bộ VHTTDL nhằm hiện thực hóa việc phát triển hệ thống thư viện công trên toàn quốc vừa phục vụ độc giả theo hình thức

truyền thống, vừa phục vụ theo hình thức thư viện số, giúp độc giả trong và ngoài nước nhanh chóng tiếp cận các nguồn sách vở, tư liệu viết, tư liệu âm thanh và hình ảnh đang được lưu trữ trong mạng lưới thư viện Việt Nam, phục vụ cho mục đích nghiên cứu, khai trí của các tầng lớp nhân dân, đồng thời duu trì và phát triển văn hóa đọc ở Việt Nam.

Có thể nói, việc thúc đẩy chuyển đổi số trong lĩnh vực thư viện là một bước đi đúng đắn và cần thiết trong bối cảnh Việt Nam đang đẩy mạnh việc xây dựng một “nền văn hóa đọc” rộng mở, hữu ích và lành mạnh, đồng thời góp phần kiến tạo một “xã hội học tập suốt đời” mà Việt Nam đang theo đuổi.

[Theo: Khánh Linh, *viettimes.vn*; ngày 08/7/2021]

Câu chuyện 26:

Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam

ứng dụng thuyết minh đa phương tiện để phục vụ khách tham quan

Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam (Hà Nội) là một trong những bảo tàng quốc gia có vị trí quan trọng nhất trong việc lưu giữ và phát huy kho tàng di sản văn hóa nghệ thuật của cộng đồng các dân tộc Việt Nam. Bảo tàng lưu giữ hơn 20.000 hiện vật, là những minh chứng sinh động cho dòng chảy phát triển của nền Mỹ thuật Việt Nam từ thời tiền - sơ sử đến ngày nay, trong đó có 9 bảo vật quốc gia.

Bảo tàng này là một trong những địa chỉ văn hóa thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước tìm đến tham quan mỗi khi họ đặt chân đến Hà Nội. Trong nhiều năm qua, Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam đã thay đổi nội dung, cải tiến hình thức trưng bày, bổ sung thông tin thuyết minh để nâng cao chất lượng phục vụ du khách tham quan bảo tàng. Một trong những cải tiến mà Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam triển khai thực hiện là ứng dụng công nghệ số vào công tác thuyết minh hướng dẫn khách tham quan.

Sau hơn 2 năm nghiên cứu, xây dựng nội dung và phát triển công nghệ, Ứng dụng Thuyết minh đa phương tiện iMuseum VFA đã được đưa vào thử nghiệm từ tháng 12/2020. Dựa trên những phản hồi, những ý kiến đóng góp của khách tham quan và giới chuyên môn, ứng dụng iMuseum VFA đã từng bước hoàn thiện nội dung, nâng cao trải nghiệm người dùng và chính thức ra mắt vào ngày 22/4/2021.

Đây là ứng dụng đa phương tiện (audio, text, ảnh chất lượng cao), trợ giúp người dùng tham quan trực tuyến hoặc trực tiếp tại Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam. Ứng dụng được tích hợp trên cả hai nền tảng Android và iOS, sử dụng công nghệ quét mã QR và định vị iBeacon. Hơn cả một ứng dụng Thuyết minh tự động thông thường, iMuseum VFA còn có những tính năng vượt trội như cho phép xem hình ảnh chất lượng cao của tác phẩm; đọc nội dung bài giới thiệu; xác định chính xác vị trí trưng bày hiện vật; xem sơ đồ hệ thống trưng bày; phân biệt các phòng đã, đang và chưa tham quan bằng màu sắc...

Phát biểu tại lễ ra mắt ứng dụng, Giám đốc Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam Nguyễn Anh Minh cho biết: *“Chuyển đổi số là xu hướng tất yếu trong cuộc cách mạng công nghệ 4.0. Thực hiện chủ trương của lãnh đạo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (Bộ VHTTDL) trong việc triển khai các hoạt động theo chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 của Chính phủ, nắm bắt cơ hội và lợi ích của việc đưa ứng dụng công nghệ vào công tác bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa nói chung và di sản mỹ thuật nói riêng, Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam đã chủ động phối hợp với Công ty Cổ phần Phần mềm Ứng dụng Di động Việt Nam (VINMAS) theo phương thức xã hội hóa, xây dựng Ứng dụng thuyết minh đa phương tiện iMuseum VFA”*.

Chỉ với chiếc điện thoại di động hoặc máy tính bảng có kết nối internet và trả phí sử dụng ứng dụng 50.000 VNĐ/lượt, du khách có thể tự do khám phá 100 tác phẩm tiêu biểu trên hệ thống trưng bày thường xuyên của Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam ở bất cứ nơi đâu, bất cứ khi nào. Đặc biệt, thời lượng cho mỗi lần sử dụng lên đến 8 giờ, với 8 ngôn ngữ: Việt, Anh, Pháp, Trung, Nhật, Hàn, Tây Ban Nha và Ý (trong thời gian tới sẽ bổ sung thêm tiếng Đức).

Ứng dụng iMuseum VFA là kết quả của dự án xã hội hóa phối hợp giữa Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam và Công ty Cổ phần Phần mềm Ứng dụng Di động Việt Nam (VINMAS), xuất phát từ nhu cầu cải thiện chất lượng tham quan cho du khách, đồng thời nắm bắt được lợi ích của việc ứng dụng công nghệ thông tin vào công tác bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa nói chung và di sản mỹ thuật nói riêng.

Hy vọng, iMuseum VFA sẽ trở thành công cụ hỗ trợ đắc lực cho du khách trong quá trình khám phá, tìm hiểu Bảo tàng Mỹ thuật Việt Nam, góp phần lan tỏa tình yêu nghệ thuật đối với công chúng và thu hút khách tham quan đến với Bảo tàng.

Đây cũng là bước cụ thể hóa chủ trương của lãnh đạo Bộ VHTTDL trong việc triển khai các hoạt động theo chương trình chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030 của Chính phủ.

[Theo: Cổng thông tin điện tử Bộ VHTTDL; ngày 23/4/2021]

Câu chuyện 27:

Chuyển đổi số - phát huy hệ thống du lịch thông minh Cần Thơ

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch là một trong những giải pháp thể hiện tính chuyên nghiệp, năng động, đồng thời tạo được kết nối hiệu quả, lan tỏa nhanh và an toàn. Thực tế chuyển đổi số trong hoạt động du lịch của Cần Thơ đang có những bước thay đổi tích cực.

Dự án “du lịch thông minh” là một trong những nội dung quan trọng của Đề án phát triển thành phố Cần Thơ trở thành đô thị thông minh, giai đoạn 2016 - 2025, đang được Cần Thơ đầu tư và triển khai. Việc này có ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển du lịch bền vững, góp phần hình thành hệ sinh thái đô thị thông minh. Thông qua việc triển khai dự án sẽ góp phần tăng cường sự tương tác, chia sẻ thông tin dữ liệu, tạo mối liên kết chặt chẽ giữa cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và khách du lịch. Đồng thời, số hóa cơ sở dữ liệu du lịch, xây dựng phần mềm, ứng dụng có khả năng phát triển, mở rộng, hỗ trợ tích cực cho công tác quy hoạch du lịch, quảng bá, xúc tiến, kết nối dịch vụ, sản phẩm du lịch.

Từ dự án trên, Cổng thông tin du lịch tại địa chỉ <https://canthotourism.vn> và ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động mang tên “Can Tho Tourism” đã ra đời vào tháng 9/2019.

Theo đó, Cổng thông tin du lịch thông minh của Cần Thơ được xây dựng và triển khai tại hai địa chỉ: <https://canthotourism.vn> và <https://mycantho.vn>, có chức năng kết nối nhà quản lý, người dân, du khách và doanh nghiệp. Đây là kênh thông tin chính thống để tra cứu, tìm hiểu thông tin du lịch Cần Thơ một cách đầy đủ, chính xác và dễ dàng. Thông qua kênh này, thông tin chi tiết về vị trí, chất lượng, giá cả, đánh giá, xếp hạng... về các khu, điểm du lịch, danh lam thắng cảnh, các loại hình dịch vụ, lưu trú, ẩm thực, mua sắm, vui chơi giải trí của thành phố Cần Thơ được cung cấp đầy đủ. Đồng thời, hệ thống cũng tiếp nhận các thông tin phản hồi, thực hiện khảo sát trực tuyến, thu thập phản ánh của du khách để nhà quản lý có thể nắm bắt các tình huống và chấn chỉnh các hoạt động dựa trên cơ sở dữ liệu.

Du khách sử dụng cổng thông tin du lịch này để tra cứu, tìm kiếm thông tin du lịch theo vị trí như: lưu trú, ẩm thực, điểm du lịch, cửa hàng, giải trí, lễ hành, sự kiện... Ngoài ra, ứng dụng công nghệ hiện đại từ trí tuệ nhân tạo, tham quan 3D, thực tế ảo VR cũng giúp du khách hoạch định lịch trình, đặt phòng nhanh chóng, định vị điểm đến và dẫn đường thông minh qua bản đồ tương tác.

Tính đến tháng 3/2021, cổng thông tin du lịch thông minh của Cần Thơ đã có hơn 14,5 triệu lượt truy cập; đồng thời cũng kết nối với 55 cổng thông tin điện tử ở các vùng trọng điểm về du lịch. Ngoài ra, các trang: *Cần Thơ - Đô thị miền sông nước*, *Du lịch thành phố Cần Thơ* trên các mạng xã hội cũng trở thành kênh kết nối, quảng bá hiệu quả.

Trong khi đó, ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động cũng đã được triển khai tại TP Cần Thơ hoạt động trên hai hệ điều hành Android và iOS. Ứng dụng có tính năng tương tự cổng thông tin du lịch: tra cứu thông tin, lập lịch trình tự động, bản đồ số du lịch, thu thập phản ánh của du khách về thông tin, chất lượng dịch vụ, sản phẩm du lịch, điểm đến... Tính đến tháng 4/2021, số lượng tải ứng dụng du lịch thông minh trên thiết bị di động hiện đã đạt gần 4.000 lượt.

Sự ra đời hệ thống du lịch thông minh của Cần Thơ không chỉ kịp thời nắm bắt xu hướng sử dụng công nghệ thông tin và tâm lý du khách thời công nghệ số; mà còn đảm bảo an toàn, nhất là trong bối cảnh đại dịch COVID-19. Điều này có ý nghĩa quan trọng trong việc phát triển du lịch bền vững, góp phần hình thành hệ sinh thái đô thị thông minh; tăng cường sự tương tác, chia sẻ thông tin dữ liệu, tạo mối liên kết chặt chẽ giữa cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và du khách.

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch là một trong những giải pháp thể hiện tính chuyên nghiệp, năng động, đồng thời tạo được kết nối hiệu quả, lan tỏa nhanh và an toàn. Đây cũng là một mô hình chuyển đổi số trong hoạt động du lịch mà Cần Thơ đã triển khai thành công, tạo ra những thay đổi tích cực trong hoạt động du lịch, rất đáng được nhân rộng để các địa phương khác học hỏi và ứng dụng.

[Theo: Ái Lam, báo *Cần Thơ*; ngày 13/4/2021]

Câu chuyện 28:

Thành phố Hồ Chí Minh tiên phong trong chuyển đổi số trong lĩnh vực giáo dục

Trong chương trình Chuyển đổi số quốc gia đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, giáo dục và đào tạo là một trong 8 lĩnh vực trọng tâm, được ưu tiên thực hiện.

Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) với chủ trương xây dựng đô thị thông minh, càng đòi hỏi ngành Giáo dục và Đào tạo của thành phố phải là ngành tiên phong trong chuyển đổi số để đáp ứng mục tiêu trên.

Vì thế, chuyển đổi số trong giáo dục đã được nhiều cơ sở giáo dục tại TP.HCM từng bước thực hiện với những mức độ khác nhau:

*** Chuyển đổi số để nâng cao hiệu quả quản lý**

Tại Trường THPT Nguyễn Hữu Huân (thành phố Thủ Đức), hầu hết các thủ tục hành chính, quản trị nhà trường đều đã được số hóa và thực hiện trên các ứng dụng, trang web. Học sinh, cựu học sinh của trường có nhu cầu trong bất kỳ hoạt động quản lý nào, như cấp lại văn bằng, chứng chỉ, chuyển ban... có thể gửi yêu cầu theo mẫu trên trang web, ứng dụng mà không cần đến trực tiếp. Công tác quản lý học sinh, kết nối phụ huynh được thực hiện thông qua các phần mềm, ứng dụng điện tử. Thực hiện chủ trương chung, phần lớn học sinh thực hiện đóng học phí không dùng tiền mặt, qua các kênh thanh toán khác nhau.

Trường THCS Nguyễn Gia Thiều (quận Tân Bình) là một trong hai đơn vị đầu tiên triển khai mô hình quản lý “Trường học thông minh - An toàn - Không dùng tiền mặt”, từ năm học 2018 - 2019. Học sinh và giáo viên của trường được cung cấp thẻ đa năng để sử dụng cho các hoạt động của nhà trường. Thẻ này được tích hợp đa chức năng, từ thu học phí không dùng tiền mặt, ứng dụng tương tác học đường, quản lý xe đưa đón học sinh, đến điểm danh quản lý học sinh, giáo viên tự động.

Việc ứng dụng công nghệ thông tin trong các hoạt động tuyển sinh đầu cấp đã được nhiều địa phương đẩy mạnh, tạo thuận lợi cho phụ huynh cũng như các trường trong công tác tuyển sinh. Tại quận Gò Vấp, với hiệu quả đã đạt được từ thực tế, trong năm nay, công tác tuyển sinh đầu cấp bằng hình thức trực tuyến tiếp tục được duy trì. Giải pháp này vừa giúp phụ huynh tiết kiệm được thời gian, vừa nâng cao hiệu quả công tác quản lý ngành, bảo đảm tính công khai minh bạch trong tuyển sinh.

*** Chuyển đổi số tạo môi trường học tập mở**

Đáp ứng yêu cầu xây dựng và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, việc hoàn thiện hệ thống giáo dục theo hướng mở nhằm thúc đẩy xã hội học tập, học tập suốt đời là điều cần thiết. Trong đó, tại nhiều trường phổ thông cũng như đại học, việc học tập không chỉ gói gọn trong môi trường giảng đường mà được “mở” ở nhiều không gian, thời gian,

đáp ứng nhu cầu học tập của người học. Hệ thống giáo dục mở này góp phần nâng cao dân trí và thúc đẩy việc học tập suốt đời của người dân.

Trường Trường THPT Nguyễn Hữu Huân đang đầu tư, nâng cấp cơ sở vật chất theo hướng đáp ứng yêu cầu nghiên cứu, thực hành chuyên sâu. Từng bộ môn có phòng thực hành với đầy đủ trang thiết bị và mở cửa cho học sinh tự học mọi lúc. Cùng với sử dụng kho dữ liệu chung đã được ngành Giáo dục thẩm định, trường đã xây dựng kho dữ liệu là video các bài học, thí nghiệm để học sinh trong trường học tập, tham khảo.

Là một trong 5 trường được thành phố lựa chọn thực hiện thí điểm mô hình trường học thông minh, nhiều năm nay, Trường Trường THPT Nguyễn Du (Quận 10) đã có nhiều bước đột phá trong ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động dạy và học. Nhà trường đã đầu tư phủ sóng wifi để học sinh, giáo viên thuận tiện khi sử dụng các thiết bị thông minh trong dạy và học; hình thức kiểm tra, đánh giá cũng đổi mới. Từ học kỳ II năm học 2020 - 2021, nhà trường đã chính thức triển khai kiểm tra trên máy tính ở tất cả môn thi trắc nghiệm. Bên cạnh bồi dưỡng về chuyên môn, nhà trường khuyến khích giáo viên chủ động học tập nâng cao kỹ năng ngoại ngữ, tin học đảm bảo ứng dụng tốt công nghệ trong dạy học.

Đầu năm 2021, Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh đã ra mắt hệ thống VMOOCs, cung cấp khóa học trực tuyến, miễn phí cho cộng đồng. Đây là cơ sở giáo dục đại học công lập tiên phong triển khai mô hình này. Hệ thống này đã cung cấp hơn 40 khóa học miễn phí cho mọi người dân có nhu cầu học tập để nâng cao kiến thức phục vụ công việc, đời sống. Nội dung các khóa học ở ngành nghề, lĩnh vực đáp ứng nhu cầu học tập đa dạng của người dân. Người học chỉ cần có thiết bị kết nối Internet là có thể chủ động học ở mọi lúc, mọi nơi, học đa ngành, đa kỹ năng.

Ngành Giáo dục và Đào tạo thành phố đã sớm ban hành khung kiến trúc tổng thể về ứng dụng công nghệ thông tin-truyền thông của ngành, tạo cơ sở để triển khai đồng bộ các giải pháp chuyển đổi số.

Một trong những biện pháp mà ngành Giáo dục và Đào tạo thành phố đang tích cực triển khai là xây dựng hệ thống tài nguyên số, khai thác và sử dụng hiệu quả kho học liệu số, học liệu điện tử toàn ngành.

Chuyển đổi số trong lĩnh vực giáo dục là điều kiện quan trọng tạo môi trường học tập mở, giúp học sinh tự học, tự nghiên cứu, là điều kiện quan trọng để xây dựng xã hội học tập, hướng đến học tập suốt đời.

[Theo: Thu Hoài, Vietnam Plus; ngày 06/06/2021]

Câu chuyện 29:

Thành phố Hồ Chí Minh ứng dụng Help 114 để phát hiện người vi phạm giãn cách xã hội trong phòng chống đại dịch COVID-19

Trung tâm Chỉ huy của Phòng Cảnh sát PCCC-CNCH (PC07), Công an TP.HCM đã triển khai ứng dụng Help 114 để người dân gửi thông tin tố cáo việc vi phạm Chỉ thị 16 trong phòng chống dịch.

Theo đó, người dân TP.HCM được hướng dẫn thể cài đặt và gửi hình đến ứng dụng Help 114 do Công an TP.HCM triển khai và quản lý để phản ánh việc tụ tập đông người, vi phạm quy định phòng dịch trong thời gian giãn cách toàn thành phố theo Chỉ thị 16. Ứng dụng Help 114 hỗ trợ cho cả hai hệ điều hành là iOS và Android. Người dùng có thể tải về từ App Store hoặc CH Play và dễ dàng sử dụng.

Ứng dụng Help 114 là sản phẩm từ đề tài “Nghiên cứu ứng dụng công nghệ định vị và livestream phục vụ chỉ huy chữa cháy và cứu hộ cứu nạn” của Phòng PC07, Công an TP.HCM.

Thông qua ứng dụng Help 114, người dân có thể dễ dàng gọi điện, chụp hình, gửi clip hoặc gọi video call để phản ánh sự cố, hành vi vi phạm phòng dịch COVID-19, phòng chống cháy, nổ. Ngoài ra, ở các hạng mục khác, người dân cũng có thể phản ánh tai nạn giao thông, báo tin về tình trạng cướp giật trên đường phố, các vụ cháy nổ, trộm cắp tài sản, vi phạm an toàn giao thông và các vi phạm khác.

Bằng ứng dụng Help 114, người dân có thể báo cháy tới lực lượng cứu hộ một cách hiệu quả nhất và thông báo nhanh nhất tới cơ quan công an về nhiều sự cố khẩn cấp ở các khu vực trên toàn địa bàn TP.HCM.

Tuy nhiên, trong những ngày thực hiện giãn cách xã hội theo Chỉ thị 16 về phòng chống đại dịch COVID-19, thì ứng dụng Help 114 còn phát huy tính năng mới: phát hiện vi phạm tụ tập đông người để xử lý thông qua sự tố giác của người dân.

Ngày trong ngày đầu tiên TP.HCM thực hiện giãn cách toàn thành phố (09/7/2021), Trung tâm chỉ huy của Phòng PC07 đã nhận được tin nhắn kèm hình ảnh người dân phản ánh về tình trạng một người phụ nữ bán đồ ăn sáng khi TP.HCM đã chính thức áp dụng Chỉ thị 16, gửi đến ứng dụng Help 114 của đơn vị.

Nội dung gửi về Trung tâm chỉ huy của Phòng PC07 ghi rõ: “*Ảnh chụp lúc 6 giờ 22 ngày 9/7, TP HCM áp dụng Chỉ thị 16 rồi nhưng cô này vẫn bán đồ ăn sáng ở khu vực ngã ba đường Hồ Huân Nghiệp giao với Công trường Mê Linh, phường Bến Nghé, quận 1*”.

Thông qua hình ảnh và thông tin phản ánh từ người dân, Trung tâm chỉ huy Phòng PC07 đã gửi phản ánh trên cho Công an phường Bến Nghé. Sau đó, lực lượng công an

địa phương và các lực lượng phòng, chống dịch COVID-19 đã nhanh chóng có mặt tại địa điểm được báo cáo, xử lý tình trạng này.

Trước đó, người dân ở phường Tân Thuận Đông, quận 7 (TP.HCM) cũng đã gửi thông tin kèm ảnh về Trung tâm chỉ huy Phòng PC07 phản ánh tình trạng người dân tụ tập ăn nhậu, vi phạm quy định phòng dịch. Sau đó, lực lượng địa phương đã có mặt nhanh chóng xử lý.

Công an TP.HCM khuyến cáo, trong thời gian TPHCM thực hiện giãn cách xã hội theo Chỉ thị 16, nếu người dân phát hiện tình trạng tụ tập đông người, không đảm bảo giãn cách xã hội, hiện tượng nhậu nhẹt... thì có thể chụp hình ảnh, quay clip gửi về ứng dụng Help 114 của Phòng Cảnh sát PCCC-CNCH, Công an TP.HCM.

Các bộ phận chức năng, nghiệp vụ, ngay khi nhận được thông tin, sẽ nhanh chóng xử lý để đảm bảo thực hiện tốt Chỉ thị 16, đảm bảo quy định phòng dịch, giúp nâng cao an toàn đời sống của người dân.

Nhờ ứng dụng Help 114, nhiều vụ vi phạm lệnh tụ tập đông người trái phép đã được phát hiện, xử lý kịp thời, góp phần vào hoạt động phòng chống đại dịch COVID-19 đang diễn biến phức tạp trên địa bàn TP.HCM.

Tùy theo chức năng, nhiệm vụ, mỗi ngành, mỗi lĩnh vực đều có thể lựa chọn cho mình một nền tảng số thích hợp để phát triển và ứng dụng. Từ đó, góp phần cải tiến hoạt động trong ngành, lĩnh vực của mình, mang lại hiệu quả tốt hơn, xây dựng xã hội số, góp phần vào công cuộc chuyển đổi số quốc gia.

[Theo: Hòa Bình, viettimes.vn; ngày 10/7/2021]

Câu chuyện 30:

Thành phố Hồ Chí Minh ứng dụng chuyển đổi số trong phòng chống COVID-19

Trước diễn biến đại dịch COVID-19 bùng phát dữ dội tại TP.HCM, ngoài hoạt động chống dịch theo các biện pháp truyền thống, đội ngũ chống dịch ở TP.HCM còn triển khai ứng dụng các công nghệ trong việc sàng lọc bệnh nhân có nguy cơ mắc COVID-19, trả kết quả xét nghiệm COVID-19 cho người dân thông qua hệ thống khai báo điện tử...

*** Ứng dụng AI để nhận diện bệnh nhân COVID-19 bằng tiếng ho**

Khi đại dịch COVID-19 bùng phát trở lại tại TP.HCM từ ngày 27/4/2021, đội ngũ y tế tại thành phố này phải tăng cường truy vết F0, F1, F2 và tiến hành các đợt xét nghiệm sàng lọc trên diện rộng bằng phương pháp test kháng nguyên hoặc xét nghiệm RT-PCR. Những phương pháp này đòi hỏi lực lượng y tế phải làm việc liên tục và người dân tập trung đông để lấy mẫu, rất tốn kém thời gian, nhân lực, vật lực và có thể phát sinh lây nhiễm trong quá trình lấy mẫu xét nghiệm.

Vì thế, từ cuối tháng 5/2021, TP.HCM đã sử dụng Robocall vào việc sàng lọc bệnh nhân có nguy cơ mắc COVID-19 trong dự án nghiên cứu AICOVIDVN.

Dự án AICOVIDVN đề xuất một giải pháp dựa vào một nghiên cứu do Viện Công nghệ Massachusetts (MIT) ở Mỹ công bố vào tháng 01/2021. Theo đó, khi virus mới xâm nhập cơ thể, chúng chưa xâm nhập đủ sâu để tạo ra các triệu chứng như sốt hay ho nhưng đã gây ra những tổn thương nhỏ và nhẹ trong phổi. Thuật toán trí tuệ nhân tạo (AI) sẽ nghe hàng ngàn mẫu tiếng ho của người có virus và không có virus, qua đó, phân tích và lọc được những tín hiệu mà tai người không nghe không phân biệt được. Khi được yêu cầu cố tình ho, phân tích tiếng ho này có thể nhận diện được sự hiện diện của virus. Giải pháp của MIT có thể giúp nhận diện COVID-19 với độ chính xác lên đến 97% (chỉ số AUC), và hiện nay đã đăng ký với FDA (ở Mỹ) từ tháng 1/2021 và đang chờ thẩm định, cấp phép để đưa vào sử dụng.

Từ kết quả nghiên cứu của MIT, dự án AICOVIDVN đã triển khai sử dụng AI tự động gọi điện cho người dân và đặt câu hỏi để họ tự khai báo triệu chứng, thông qua việc thu âm tiếng ho (4 đến 5 tiếng). Sau đó AI gửi các file thu âm tiếng ho này cho trang thông tin chính thức của dự án AICOVIDVN bằng Zalo hoặc Messenger. Các chuyên gia tham gia dự án đã sàng lọc tiếng ho dựa trên kết quả nghiên cứu của MIT và đưa ra những nhận định cuối cùng để sàng lọc bệnh nhân COVID-19.

Dự án AICOVIDVN đã thu âm 10.000 mẫu tiếng ho và các chuyên gia của dự án đã huấn luyện AI để gia tăng độ chính xác của giải pháp này.

Bên cạnh việc thu âm mẫu tiếng ho, AICOVIDVN tích cực chia sẻ thông tin về dự án và chuyển giao kết quả nghiên cứu cho các cơ quan chức năng thẩm định và nâng cấp,

phát hiện được các ca bệnh ở nhiều giai đoạn khác nhau, cả khi chưa có triệu chứng. Từ đó tìm ra những người có virus đang còn lẫn trong cộng đồng, giúp nhanh chóng khoanh vùng dịch, giảm tải cho lực lượng tuyến đầu.

Có thể thấy hiệu quả của việc ứng dụng AI trong dự án AICOVIDVN đã tăng khả năng chẩn đoán sớm và giảm thiểu lây nhiễm chéo khi lấy mẫu bệnh phẩm.

*** Trả kết quả xét nghiệm COVID-19 qua hệ thống khai báo y tế điện tử**

Từ ngày 10/7/2021, Trung tâm kiểm soát dịch bệnh TP.HCM (HCDC) và Sở Y tế TP.HCM đã ứng dụng chuyển đổi số giúp người dân TP.HCM được nhận kết quả xét nghiệm COVID-19 qua hệ thống khai báo y tế điện tử. Kết quả này có giá trị tương đương với bản giấy, tờ kết quả xét nghiệm. Trước đó, ngày 8/7/2021, Sở Y tế TP.HCM đã triển khai thí điểm việc trả kết quả xét nghiệm COVID-19 cho người dân qua hệ thống khai báo y tế, khi người dân có nhu cầu cấp giấy xác nhận âm tính COVID-19. Đây là một trong những hạng mục ứng dụng chuyển đổi số quan trọng trong lĩnh vực y tế ở TP.HCM.

Ngoài ra, nhu cầu xét nghiệm và có giấy xác nhận âm tính với COVID-19 để có thể tham gia vận chuyển hàng hóa, lương thực thực phẩm và các hoạt động phòng chống dịch bệnh ở TP.HCM là cực kỳ lớn.

Vì thế, Sở Y tế TP.HCM cũng yêu cầu các đơn vị trực thuộc phải liên thông kết quả xét nghiệm với hệ thống khai báo y tế điện tử theo hướng dẫn của Sở kể từ ngày 10/7/2021. Các đơn vị trực thuộc còn phải hướng dẫn người dân tự tra cứu kết quả xét nghiệm trên điện thoại di động thông minh, thông tin rõ cho người dân biết kết quả xét nghiệm được xác định bằng mã QR trên hệ thống khai báo y tế, có giá trị tương đương với bản giấy tờ kết quả xét nghiệm.

Cùng ngày, Sở Y tế TP.HCM đã cập nhật danh sách các bệnh viện, trung tâm y tế đủ điều kiện xét nghiệm cho người dân khi có nhu cầu ra khỏi thành phố, Theo đó, tại TP.HCM hiện có 54 cơ sở y tế xét nghiệm nhanh kháng nguyên và 26 cơ sở xét nghiệm RT-PCR. Người dân chỉ cần tra cứu thông tin về các cơ sở xét nghiệm này trên internet và nhanh chóng tìm ra nơi thuận tiện nhất để đến xét nghiệm, tránh tình trạng phải di chuyển xa, không cần thiết trong bối cảnh TP.HCM áp dụng giãn cách xã hội để phòng chống dịch.

Ứng dụng AI để nhận diện bệnh nhân COVID-19 bằng tiếng ho sẽ giúp nhanh chóng phát hiện ra bệnh nhân tiềm ẩn; việc ứng dụng công CNTT để cung cấp kết quả điện tử, mã QR Code cho người được xét nghiệm sẽ giúp hạn chế tập trung đám đông, là nguyên nhân khiến dịch bệnh phát tán. Đồng thời, hệ thống dữ liệu liên thông sẽ có hiệu quả trong quản lý người bệnh và quản lý truy vết khi có F0 mới. Đây chính là những hiệu quả tích cực của chuyển đổi số trong lĩnh vực y tế ở TP.HCM trong thời gian qua.

[Theo: Anh Lê, <http://viettimes.vn>; ngày 10 và 4/7/2021]

Câu chuyện 31:

Bác sĩ điều trị Covid-19 thành “kỹ sư công nghệ”

Bác sĩ Nguyễn Văn Dưỡng, 32 tuổi, Phó trưởng khoa Ngoại, Bệnh viện Đa khoa Tiên Du (Bắc Ninh), được điều động tham gia chống dịch tại Bệnh viện dã chiến số 1 ở Tiên Du từ ngày 02/05/2021.

Bệnh viện dã chiến này có quy mô 300 giường, thành lập ngày 9/5/2021, có nhiệm vụ tiếp nhận và điều trị bệnh nhân dương tính chuyển về từ Bệnh viện đa khoa tỉnh và bệnh nhân thuộc địa bàn huyện Tiên Du, Yên Phong, thị xã Từ Sơn, thành phố Bắc Ninh.

Công việc chính của BS. Nguyễn Văn Dưỡng là lấy mẫu, sàng lọc các ca F1. Sau đó thì anh được chuyển về khu điều trị bệnh nhân F0, trực tiếp điều trị người mắc COVID-19. Trong đợt dịch bùng phát mạnh ở Bắc Ninh vừa qua, bác sĩ Dưỡng và đồng nghiệp đã làm việc hết sức lực và thời gian để truy vết, lấy mẫu, sàng lọc ca bệnh nghi ngờ, nhưng số mẫu vẫn tồn đọng, không đăng ký, xét nghiệm và công bố kết quả kịp.

Vì thế, ngoài thời gian làm việc, anh mày mò, tìm hiểu và sáng tạo phần mềm để nhập dữ liệu người bệnh. Theo anh, cách này sẽ hạn chế sai sót khi làm việc, đồng thời giảm thời gian và áp lực lên nhân viên y tế khi số ca mắc tăng nhiều.

BS. Dưỡng cho biết: *“Số mẫu cứ tăng lên theo cấp số nhân mà sức lực có hạn, nhiều khi thấy 24 giờ là không đủ”*. Vì thế, bằng kiến thức tự học, anh đã quyết tâm ứng dụng công nghệ thông tin vào nhiệm vụ chuyên môn của mình, sáng tạo ra một phần mềm để giúp các nhân viên y tế hạn chế sai sót khi lấy mẫu và nhập dữ liệu, theo đúng tiêu chuẩn do Trung tâm Kiểm soát Dịch bệnh tỉnh yêu cầu.

Theo BS. Dưỡng, thuật toán này mà anh sử dụng có thể tự nhớ được các thông tin quan trọng, chính xác như tên, tuổi của người được lấy mẫu, loại bỏ thao tác thừa như viết hoa chữ cái đầu, cách dòng, căn chỉnh, ...

“Khi nhập liệu thủ công, các nhân viên y tế sẽ phải sử dụng rất nhiều thao tác di chuyển như phím enter, sang ngang, xuống dưới, nhấp chuột..., có khi cả tiếng đồng hồ mới xong. Còn trong bảng nhập liệu do tôi thiết kế, các bạn chỉ cần vài thao tác đơn giản hoặc gõ vài chữ cái trong tên là có tất cả thông tin cần tìm”. Anh giải thích thêm.

Ngoài ra, phần mềm này còn giúp nhập dữ liệu, tạo mã gộp và giải quyết sai sót, lộn xộn khi tạo mã số bệnh nhân, giảm thời gian lao động rất nhiều. BS. Dưỡng cho biết: *“Mỗi ngày, bác sĩ chỉ cần thao tác đơn giản, thực hiện một lần để bảng tự động lọc những người cần lấy mẫu vào một danh sách mà không cần ngồi tìm lại từng kết quả, gần như không có sai sót”*.

Phần mềm sơ khai được BS. Dưỡng mày mò tìm hiểu và thực hiện trong 18 tiếng. Toàn bộ ý tưởng, nội dung đều do một mình anh thực hiện và hoàn thiện dần trong quá trình sử dụng. Anh nói: *“Dịch bệnh phức tạp rồi, cái gì tối giản được thì mình tối giản*

thôi... Công việc này tôi triển khai trong thời gian nghỉ ngơi nên không ảnh hưởng đến việc điều trị chung”.

Theo BS. Lê Việt An, Phó giám đốc Bệnh viện dã chiến số 1 Bắc Ninh, thì phần mềm do BS Nguyễn Văn Dưỡng bệnh viện viết ra, tuy không sâu và rộng nhưng áp dụng tại đơn vị có hiệu quả, nhập liệu nhanh hơn, hữu ích cho công tác phòng chống COVID-19 tại địa bàn.

Có thể thấy rằng, vận dụng công nghệ, ứng dụng chuyển đổi số có thể bắt đầu từ những việc nhỏ, trong một lĩnh vực hẹp, nhưng hiệu quả mang lại thì rất lớn, tiết kiệm thời gian và công sức của nhân viên y tế trên tuyến đầu chống dịch COVID-19.

[Theo: Thùy An, vnexpress.net; ngày 5/6/2021]

Câu chuyện 32:

Kỹ sư trẻ làm bản đồ số về các điểm bán hàng thiết yếu tại Thành phố Hồ Chí Minh

Từ 0 giờ ngày 09/7/2021, Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) thực hiện giãn cách xã hội theo Chỉ thị 16 để phòng chống đại dịch COVID-19. Theo đó, nhiều cửa hàng, chợ truyền thống phải tạm ngừng hoạt động để đảm bảo giãn cách xã hội. Để đảm bảo nhu cầu mua sắm của người dân thành phố, Sở Công thương TP.HCM đã liệt kê gần 3.000 điểm bán hàng thiết yếu theo từng quận / huyện dưới dạng file Excel để cung cấp cho người dân biết địa chỉ được phép đến mua sắm hàng hóa thiết yếu.

Nhận thấy nhiều người gặp khó khăn trong việc tiếp cận và tra cứu thông tin về các điểm bán hàng này, Trần Thanh Tuấn (sinh năm 1990), đang sống và làm việc tại TP.HCM, lên ý tưởng xây dựng một bản đồ để người dân dễ dàng sử dụng. Tuấn chia sẻ ý tưởng của mình với Nguyễn Hữu Đạt, một người bạn quen qua Facebook, đang là lập trình viên tại một công ty thiết kế website. Cả hai lập tức nghĩ đến việc số hóa các địa điểm bán hàng thiết yếu và đưa lên bản đồ.

Vì đều là dân trong ngành công nghệ nên việc trao đổi ý tưởng, cách thực hiện giữa hai bạn trẻ không gặp khó khăn, dù cả hai chưa từng gặp mặt trực tiếp ngoài đời. Để tiết kiệm thời gian, cả hai quyết định xây dựng bản đồ dựa trên hệ thống của Google Maps (Google Map API). Tuy nhiên, đây lại là thách thức lớn nhất của dự án.

Tuấn nói: *“Việc tích hợp Google Maps vào hệ thống ở Việt Nam đang bị hạn chế khá nhiều. Khi liên lạc để nhờ họ hỗ trợ tăng giới hạn, bọn mình bị từ chối thẳng thừng. Cuối cùng, bọn mình quyết định trả thêm phí để nhanh chóng vận hành dự án, thay vì chờ hỗ trợ của Google”*.

Sau khi đã giải quyết xong việc Google Map API, dự án gặp một khó khăn khác là làm sao để có thể tối ưu hiển thị trên di động. Người dân dùng thiết bị di động nhiều hơn máy tính nên cả hai phải bỏ thêm thời gian nghiên cứu, lập trình để người dùng di động có thể tra cứu thuận tiện.

Không dừng lại ở việc hiển thị thông tin về gần 3.000 điểm bán hàng thiết yếu, Tuấn và Đạt còn tích hợp thêm tính năng gợi ý lộ trình di chuyển đến các điểm mua sắm gần nhất. Theo Tuấn đây cũng là một trong những khâu tốn thời gian. Nhưng với nền tảng kinh nghiệm sẵn có và sự tập trung cao độ, chỉ trong 36 tiếng, hai người bạn đã hoàn thành bản đồ các điểm bán hàng thiết yếu và đưa vào sử dụng.

Trên website Diembanhangthietyeu.com, người dùng có thể tra cứu gần 3.000 cửa hàng đang mở bán các nhu yếu phẩm thiết yếu dưới dạng bản đồ. Mỗi cửa hàng đều có thông tin về địa chỉ, thời gian mở cửa, đường dây nóng, cách thức đặt hàng trực tuyến. Bản đồ cũng cho phép người dùng tìm đường đến các cửa hàng gần mình. Tuy nhiên, khi sử dụng tính năng này, trang web sẽ tự động mở ra bản đồ của Google.

Sau thời gian ngắn đưa vào vận hành, một số người phản ánh có địa điểm trên bản đồ chưa đúng vị trí hoặc thời gian đóng mở cửa hàng không như thực tế. Vì vậy, dưới thông tin của mỗi cửa hàng, nhóm phát triển mở thêm tính năng báo cáo để người dùng phản ánh thông tin thực tế tại địa bàn, từ đó nhóm sẽ kiểm tra chéo bằng nhiều cách để hoàn thiện.

Ngay sau khi ra mắt, bản đồ “Địa điểm bán hàng thiết yếu” đã nhận được sự ủng hộ lớn từ người dùng. Thời điểm cao nhất, hệ thống ghi nhận 50 - 100 người truy cập cùng lúc. Theo Nguyễn Hữu Đạt, trang web được thiết kế để có thể chịu tải cao và có thể xử lý từ 1.000 đến 2.000 người dùng cùng lúc. Việc đảm bảo hệ thống hoạt động ổn định và chịu tải đồng thời là một trong những yếu tố lõi mà hai thành viên của dự án đặt mục tiêu từ ban đầu.

“Những ngày sau khi giãn cách, bọn mình nhận thấy 3.000 cửa hàng đầu tiên trên bản đồ vẫn tương đối mỏng so với diện tích và mật độ dân số của thành phố. Trong khi đó nhiều nơi xuất hiện những phiên chợ 0 đồng, những điểm bán hàng, cứu trợ. Vì vậy bọn mình đã tích hợp thêm tính năng đóng góp”, Tuấn chia sẻ.

Trong tính năng đóng góp, người dùng có thể thông tin về địa điểm cứu trợ, số điện thoại liên lạc, thời gian hoạt động, người phụ trách... Đội ngũ tình nguyện viên của dự án sẽ tiếp nhận và xác minh thông tin để cập nhật lên bản đồ.

Tuấn và Đạt cho biết, toàn bộ dự án hiện tại là phi lợi nhuận. Chi phí vận hành đều do cả hai bỏ tiền túi ra. Trong đó, khoản phí cố định ban đầu là tiền duy trì tên miền (250 nghìn đồng/năm), phí Cloud server (một triệu đồng/tháng) và phí trả cho Google là 200 USD (4,6 triệu đồng) cho 40.000 truy vấn, xử lý thông tin. Khi số người dùng vượt quá quy định, dự án sẽ trả thêm 5 USD/1.000 lượt truy vấn tiếp theo.

Tuy nhiên, vì mục tiêu phục vụ người dân dễ dàng hơn trong việc mua sắm các mặt hàng thiết yếu trong thời gian giãn cách xã hội vì đại dịch COVID-19, hai bạn trẻ sẵn lòng tự chi trả các khoản chi phí trên, góp phần cùng người dân TP.HCM vượt qua đại dịch.

Bất kỳ ai cũng có thể tham gia vào quá trình chuyển đổi số và mang lại những thành công nhất định, không chỉ tạo sự thuận tiện cho người dân trong thời kỳ dịch bệnh hoành hành, mà còn thúc đẩy quá trình chuyển đổi số lan tỏa sâu rộng trong mọi ngóc ngách của đời sống xã hội ở Việt Nam.

[Theo: Khương Nha, vnexpress.net; ngày 16/7/2021]

Câu chuyện 33:

Chuyển đổi số trong nông nghiệp, nông thôn ở Bắc Kạn

*** Bắt đầu từ những chiếc điện thoại thông minh**

Điện thoại thông minh (ĐTTM) được kết nối internet trong những năm gần đây đã được sử dụng phổ biến ở những vùng nông thôn xa xôi, hẻo lánh của Việt Nam, trong đó có thôn Đồng Tâm (xã Kim Lư, huyện Na Rì, tỉnh Bắc Kạn).

Nếu như đa số người dân trong thôn Đồng Tâm sử dụng ĐTTM để “lướt” Facebook, Zalo hay xem tin tức, thì chị Phùng Thị Lê lại sử dụng chiếc ĐTTM để học hỏi kỹ thuật và bán nông sản. Năm 2018, sau khi xem một chương trình hướng dẫn kỹ thuật trồng rau màu trái vụ cho hiệu quả kinh tế cao trên kênh VTC16, chị Lê đã quyết định chuyển đổi 500m² đất trồng lúa, ngô của gia đình sang trồng dưa chuột với nhiều giống khác nhau, nhất là trồng dưa chuột trái vụ. Việc mua giống, xử lý đất, làm luống, chăm sóc, xử lý đậu quả, thu hoạch, bảo quản nông sản... chị đều liên hệ nhờ giúp đỡ về kỹ thuật từ chính các đơn vị cung ứng giống thông qua điện thoại hoặc video trực tuyến.

Với việc chuyển đổi cây trồng, cơ cấu lại mùa vụ và sự hỗ trợ kỹ thuật từ xa đã mang lại hiệu quả kinh tế cao cho gia đình chị Lê. Vào chính vụ, mỗi ngày chị xuất bán khoảng 150kg dưa chuột với giá 10.000 đồng/kg, còn khi trái vụ cũng có khoảng vài chục kg cung cấp ra thị trường giá bán lên tới 20.000 đồng/kg, giá trị kinh tế cao gấp 3 - 4 lần so với trồng lúa. Không dừng lại ở việc tìm hiểu, học hỏi kỹ thuật, chị còn sử dụng điện thoại thông minh để giới thiệu, bán hàng trên mạng xã hội Facebook và Zalo. Chị chia sẻ: *“Học hỏi kỹ thuật trực tuyến có thể thực hiện ở bất cứ chỗ nào, thời điểm nào miễn là có điện thoại kết nối internet. Đây là những ưu điểm mà thời gian qua bản thân tôi lựa chọn áp dụng để thay đổi phương thức sản xuất, trao đổi hàng hóa, nâng cao hiệu quả kinh tế cho gia đình”*.

Trong khi đó, anh Nông Văn Thành ở thôn Nà Nạc (xã Hiệp Lực, huyện Ngân Sơn tỉnh Bắc Kạn), cũng là người sử dụng ĐTTM để tìm hiểu khoa học kỹ thuật trên mạng hay sự trợ giúp trực tuyến từ những người bạn, những chuyên gia từ xa.

Ba năm trước, anh Thành dồn toàn bộ vốn liếng và vay mượn thêm để xây dựng hệ thống nhà lưới để sản xuất rau củ. Song do chưa có nhiều kinh nghiệm, nên việc chuyển đổi sản xuất từ truyền thống sang ứng dụng công nghệ của anh đã gặp không ít khó khăn, thậm chí thất bại.

Anh Thành dùng ĐTTM để kết nối với các chuyên gia, kỹ sư trồng trọt, với những nông dân cùng sản xuất theo cách thức như anh ở các địa phương khác để trao đổi, học tập kinh nghiệm. Nhờ đó anh đã tiếp thu được những kỹ thuật mới: từ khâu làm đất, chọn giống, chọn giống, điều chỉnh nhiệt độ nhà lưới, tưới nhỏ giọt, điều trị sâu bệnh, chăm sóc cây trồng, thu hoạch... và đã thu được trái ngọt. Anh còn chụp ảnh quy trình sản xuất

và các nông sản của mình đăng trên trang Facebook, Zalo cá nhân hoặc cho xem qua phương thức gọi video trực tuyến, dán tem QR truy xuất nguồn gốc nông sản. Với cách làm này, các mặt hàng nông sản của anh Thành như: bắp cải, su hào, cà chua, dưa lưới đã được quảng bá rộng rãi và dần có chỗ đứng tại các siêu thị, cửa hàng lớn tại một số tỉnh khu vực miền Bắc. Mặc dù bị ảnh hưởng của dịch COVID-19 nhưng nhờ có sự điều chỉnh kịp thời về sản xuất nên doanh thu năm 2020 của anh Thành vẫn đạt hơn 300 triệu đồng, tăng khoảng 100 triệu đồng so với năm 2019.

*** Những hợp tác xã thức thời**

Bắc Kạn là địa phương có những hợp tác xã (HTX) nông nghiệp mạnh dạn ứng dụng khoa học kỹ thuật công nghệ cao vào sản xuất, kinh doanh, coi đây là hướng đi cần thiết nhằm nâng cao năng suất, chất lượng sản phẩm hàng hóa.

Chẳng hạn, HTX Nông nghiệp Thanh niên Như Cỏ (huyện Chợ Mới) đã xây dựng mô hình canh tác theo hướng áp dụng công nghệ cao trên diện tích 2.000m², như nhà lưới, áp dụng công nghệ phủ bạt trên bề mặt luống, hệ thống tưới nhỏ giọt tự động..., nhờ đó nhiệt độ, độ ẩm trong nhà lưới được kiểm soát góp phần giảm nhân công, tăng năng suất lao động, hạn chế sâu bệnh. Ngoài ra, HTX không dùng phân bón hóa học, chỉ sử dụng phân hữu cơ để nâng cao chất lượng rau, quả, củ. Khi đã có sản phẩm, HTX cũng rất chú trọng ứng dụng công nghệ để xây dựng nhãn hiệu và tiếp thị sản phẩm. Các mặt hàng nông sản được chào bán trên “chợ online” qua mạng xã hội hay website riêng, góp phần tiếp cận nhanh, rộng thị trường trong và ngoài tỉnh.

Hay HTX Nhung Lũy (huyện Ba Bể) đã tận dụng lợi thế của thương mại điện tử và sức mạnh của mạng xã hội để giới thiệu, bán nông sản trực tuyến. HTX Nhung Lũy tiếp cận và tham gia vào những sàn thương mại điện tử như: Voso.vn, Lazada, Shopee để bán hàng; mở website htxnhungluy.com trực tiếp giới thiệu nông sản của HTX; đăng ký với cơ quan chức năng xin cấp mã vạch truy xuất nguồn gốc sản phẩm của HTX. Nhờ vậy mà doanh thu năm 2020 của HTX đạt 9,1 tỷ đồng, tăng gấp đôi so với năm 2019.

Ứng dụng chuyển đổi số vào sản xuất và kinh doanh, giúp nâng cao năng suất, hiệu quả sản xuất, kinh doanh của các nông hộ và HTX; giúp thay đổi tư duy quản lý, sản xuất, kinh doanh. Đó chính là những “viên gạch đầu tiên” trên con đường chuyển đổi số đầy mới mẻ trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn của tỉnh Bắc Kạn.

[Theo: Xuân Nghiệp, báo *Bắc Kạn*; ngày 22/02/2021]

Câu chuyện 34:

Chuyển đổi số ở xã miền núi Vi Hương

Vi Hương là một xã miền núi, thuộc huyện Bạch Thông (tỉnh Bắc Kạn). Đây là địa phương được chọn làm xã điểm trong *Chương trình chuyển đổi số quốc gia giai đoạn 1* của tỉnh Bắc Kạn.

Sau nửa năm thực hiện chuyển đổi số, công tác lãnh đạo, chỉ đạo của cấp ủy, chính quyền và đời sống của người dân xã Vi Hương đã có những chuyển biến tích cực nhờ sự hỗ trợ của chương trình này.

*** Đem thương mại điện tử về một hợp tác xã (HTX) nông nghiệp miền núi**

HTX Thiên An (thôn Nà Ít, xã Vi Hương) chuyên sản xuất nông sản, chủ yếu phục vụ nhu cầu của cư dân trong xã và các vùng lân cận.

Vào năm 2018, chị Lý Thị Quyên, Giám đốc HTX Thiên An đã lập các trang mạng xã hội bán hàng online. Tuy nhiên, nông sản của HTX bán ra vẫn chưa được nhiều.

Từ tháng 8/2020, với sự hỗ trợ của Cục Tin học hóa, Tập đoàn công nghệ CMC, Viettel Bắc Kạn, Công ty cổ phần Viễn Thông Hà Nội và Viễn thông Bắc Kạn, HTX Thiên An nhận được sự hỗ trợ quy mô, bài bản từ *Chương trình chuyển đổi số giai đoạn 1*, thì việc bán nông sản qua mạng của HTX Thiên An đã gia tăng đáng kể.

Nhờ sự hỗ trợ của chương trình, các sản phẩm của HTX Thiên An được sử dụng mã vạch QR code để truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Với mã vạch này người dùng có thể truy xuất được toàn bộ quy trình sản xuất của sản phẩm từ thu hái, sơ chế, thời điểm đóng gói, địa chỉ sản xuất... Cùng với chất lượng sản phẩm được bảo đảm thì việc sử dụng mã vạch QR code góp phần giải thích vì sao người tiêu dùng tại nhiều tỉnh miền Trung, miền Nam cách xa cả nghìn km vẫn tin tưởng vào sản phẩm của HTX Thiên An.

Trung bình mỗi tháng HTX Thiên An có khoảng 350 đơn hàng đặt online, chiếm đến 70% tổng số đơn hàng của HTX. Đây là những thay đổi và lợi ích rõ nét mà HTX Thiên An nhận được từ thành quả giai đoạn 1 chuyển đổi số xã Vi Hương.

Chị Lý Thị Quyên vui mừng chia sẻ: Nhờ sự hỗ trợ từ chương trình chuyển đổi số, HTX Thiên An đã hoàn thiện được quy trình sản xuất đáp ứng các tiêu chuẩn. Các sản phẩm của HTX được Sở Y tế Bắc Kạn cấp giấy phép lưu hành, đăng ký nhãn hiệu, thương hiệu và bảo hộ sản phẩm theo quy định. HTX được hỗ trợ thúc đẩy phát triển thương mại điện tử và đạt một số kết quả như: Trang web giới thiệu các sản phẩm nông nghiệp; fanpage giới thiệu các sản phẩm trên Facebook; nền tảng kết nối thương mại điện tử dành cho nông sản AgriConnect được xây dựng để kết nối các gian hàng trên các sàn như Postmart, Tiki, Shopee...

Cái được không dừng lại ở doanh số tăng, có thêm nhiều đối tác mà còn là sự thay đổi về nhận thức, tư duy, phương cách làm việc chuyên nghiệp, hiện đại hơn cho chi và các cộng sự trong HTX.

*** Thay đổi tác phong làm việc của đội ngũ công chức và đời sống ở nông thôn**

Không chỉ trên lĩnh vực kinh tế, chương trình chuyển đổi số ở xã điểm Vi Hương còn tác động tích cực đến công tác lãnh đạo, chỉ đạo của lãnh đạo địa phương, tác phong làm việc của công chức xã và nhiều mặt trong đời sống của người dân nơi đây.

Theo Chủ tịch UBND xã Vi Hương Vi Văn Huân: Các hoạt động chuyển đổi số được triển khai tại xã gồm: xây dựng các kênh giao tiếp, tương tác thuận tiện hơn với người dân; nâng cấp hệ thống loa truyền thanh thông minh, cài phần mềm chuyển văn bản sang âm thanh thông qua nền tảng AI; triển khai các hoạt động thương mại điện tử nhằm hỗ trợ quảng bá, tiếp thị và bán các sản phẩm của địa phương trên môi trường mạng; triển khai nền tảng kết nối thương mại điện tử AgriConnect cho các sản phẩm nông sản của xã; phần mềm bán hàng Shopone; triển khai cầu truyền hình và nền tảng hỗ trợ hệ thống khám chữa bệnh từ xa Telehealth tại trạm y tế; lắp đặt trạm phát sóng di động 4G; trạm wifi công cộng tại khu vực UBND xã.

Những hoạt động trên góp phần thay đổi nhận thức, tác phong trong lãnh đạo, chỉ đạo, thực hiện nhiệm vụ chuyên môn của lãnh đạo và công chức xã theo hướng năng động, hiện đại, chuyên nghiệp hơn nhưng vẫn gần dân, vì dân.

Từ câu chuyện ở xã miền núi Vi Hương, có thể thấy cư dân địa phương ở vùng sâu, vùng xa đã bắt đầu hiểu thế nào là chuyển đổi số, nội dung của chuyển đổi số và những lợi ích có được từ chuyển đổi số. Từ đó họ có sự thay đổi và chủ động nắm bắt cơ hội do chuyển đổi số mang lại trong sản xuất cũng như sinh hoạt đời thường. Nhờ đó góp phần thay đổi cách nghĩ, cách làm, lối sống..., tạo động lực mạnh mẽ cho phát triển kinh tế - xã hội của địa phương trong thời gian tới.

[Theo: Xuân Nghiệp, báo Bắc Kạn; ngày 22/02/2021]

Câu chuyện 35:

Nông dân thời chuyển đổi số

Thời chuyển đổi số, những nông dân thế hệ mới chỉ cần mang theo bên mình chiếc điện thoại thông minh (ĐTTM), là có thể điều hành việc trồng rau, nuôi gia súc, gia cầm... cách xa hàng ngàn km; hoặc dễ dàng bán hàng trên “chợ toàn cầu” thu tiền tỉ, chỉ bằng những cú chạm tay trên điện thoại.

*** Cách cả ngàn cây số vẫn chăm lợn, nuôi gà**

Anh Phạm Văn Chử, chủ trang trại chăn nuôi lợn, gà công nghệ cao tại xã Ea Nam (huyện Ea H'leo, tỉnh Đắk Lắk), khoác trên mình bộ comple, đi giày bóng loáng đang có mặt trong một cuộc gặp gỡ đối tác ở Hà Nội.

Cầm chiếc ĐTTM trên tay, anh mở những hình ảnh về trang trại lợn của mình ở tận Đắk Lắk và khoe: “Đây hệ thống camera giám sát, phần mềm điều khiển từ xa kiểm soát nhiệt độ, thức uống trong trang trại. Nhờ công nghệ này mà ngồi ở Hà Nội, cách xa trang trại hàng nghìn cây số, tôi vẫn chăm lo được cho đàn lợn, đàn gà của mình”.

Toàn bộ hệ thống trang trại rộng 6.000 m² của anh Chử đều được lắp camera giám sát. Công đoạn cho lợn, gà uống nước, thay vì làm thủ công, anh cho gắn ở mỗi máng nước một con chip. Khi hết nước, con chip sẽ báo về điện thoại. Anh chỉ cần truy cập hệ thống làm một vài thao tác là máng sẽ đầy ắp nước.

Hệ thống nhiệt độ trong chuồng cũng hoàn toàn tự động, chỉ cần theo dõi qua ĐTTM là biết nhiệt độ trong chuồng ở mức nào rồi điều chỉnh cho thích hợp.

Từ ngày áp dụng công nghệ, trang trại anh Chử chỉ sử dụng 6 lao động nhưng hiệu quả cao. Năm 2020, chỉ tính riêng gà, lợn anh Chử thu 20 tỷ đồng, lãi tới 4 tỷ. Đó là chưa kể mấy chục nghìn m² trồng cây ăn quả, ao thả cá.

*** Theo dõi cây trồng trong trang trại bằng hệ thống giám sát thông minh**

Anh Nguyễn Đông Hải, Giám đốc Công ty TNHH VietFarm (Đà Lạt) áp dụng công nghệ cao để điều hành việc gieo trồng, chăm sóc, sản xuất rau củ trong một trang trại rộng 10 ha theo tiêu chuẩn GlobalGAP.

Trang trại này có giấy phép xuất khẩu vào thị trường châu Âu, Mỹ... và hợp tác với MM Mega Market Việt Nam để xuất khẩu một số mặt hàng rau củ sang thị trường Thái Lan, Singapore.

Sau khi gieo hạt, anh Hải cài con chip kiểm soát độ ẩm và dinh dưỡng để theo dõi sức khỏe cây trồng, đồng bộ dữ liệu với hệ thống tưới. Bất cứ khi nào cây trồng cần nước hay dưỡng chất, con chip sẽ báo và cây được bổ sung dưỡng chất thông qua hệ thống tưới tự động. Các số liệu này được cập nhật lên máy tính và ĐTTM của anh Hải, nên đi đâu anh cũng kiểm soát được sự phát triển của cây trồng trong trang trại. Số liệu đó cũng

được cập nhật lên hệ thống kiểm soát chất lượng QR Code để khi ra thị trường có thể truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Anh Hải cho hay: *“Bình quân 1 tháng sản lượng rau của trang trại bán cho hệ thống siêu thị này khoảng hơn 40 tấn, năm khoảng gần 600 tấn, doanh thu từ 10-12 tỷ đồng/năm”*.

*** Tăng năng suất rau trồng gấp 6 đến 8 lần nhờ ứng dụng công nghệ cao**

Nông trường VinEco rộng 47 ha ở Tam Đảo (Vĩnh Phúc) ứng dụng công nghệ cao để giám sát điều khiển quá trình trồng rau từ đầu vào cho đến đầu ra.

Những nông dân trong nông trường này không còn cảnh “chân lấm, tay bùn” như trước. Thay vào đó, họ chỉ cần đo cây, ấn nút trên hệ thống điều khiển, toàn bộ các giai đoạn từ trồng cây cho tới đóng gói đều được thực hiện bằng máy để đảm bảo sạch 100%.

Theo đại diện VinEco, đơn vị này có 14 nông trường rau tương tự như ở Tam Đảo, trên khắp cả nước. Nhờ lợi thế đặc biệt của nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông dân tiết kiệm tối đa thời gian, công sức; việc cơ giới hóa và kiểm soát bằng công nghệ trong khu vực canh tác đồng ruộng và cả khu vực nhà kính đều đạt hiệu suất rất cao. Năng suất tăng 6-8 lần so với canh tác theo phương thức truyền thống, nhân công tiết giảm được 50-70%.

*** Bán hàng trên “chợ toàn cầu”**

Anh Phạm Văn Khang ở Tuy Đức (tỉnh Đắk Nông) trồng các loại cây lương thực và cây công nghiệp như mắcca, chuối... thu nhập đạt khoảng 2 tỷ/năm. Năm 2020, đúng thời điểm 10 ha mắcca đến kỳ thu hoạch thì dịch COVID-19 xảy ra, rơi vào cảnh é ềm. Hàng không bán được, anh đành mua máy về sấy, đóng túi tích trữ chờ thời. Sau đó, vợ chồng anh tự mày mò vào Facebook, Zalo... để quảng cáo sản phẩm và rao bán online nông sản của mình. Anh còn tìm các sàn giao dịch thương mại điện tử để đăng ký tài khoản bán hàng. Nhờ vậy, nông sản do gia đình anh Phạm Văn Khang trồng trọt đã có đầu ra ổn định, được khách hàng online tiêu thụ hết.

Tương tự, ông Nguyễn Thanh Tân, chủ trang trại nuôi lợn lớn ở Vĩnh Long, cũng đã quảng bá và bán sản phẩm của mình thông qua mạng xã hội, đặc biệt là trên website do ông lập ra, nhờ đó mở rộng được lượng khách. Với 99% lượng khách đặt mua hàng online, mỗi năm ông Tân xuất ra thị trường 3 triệu con giống, 12 tấn lợn thương phẩm, tổng giá trị khoảng 9 tỷ đồng, lợi nhuận khoảng 3 tỷ đồng. Năm 2021, năng suất lợn giống tăng lên 10 triệu con cùng 100 tấn lợn thương phẩm, ông dự kiến thu về 35 tỷ, lợi nhuận trên 10 tỷ đồng.

Việc ứng dụng công nghệ cao trong chăm sóc cây trồng, vật nuôi và tham gia vào thương mại điện tử, vào nền kinh tế số trong lĩnh vực nông nghiệp, đã giúp nông dân Việt Nam tiết kiệm công sức, nâng cao năng suất và là cách thức hiệu quả để giúp họ rút ngắn khoảng cách trong chuỗi cung ứng thông qua các khâu phân phối.

[Theo: Tâm An, VietNamNet; ngày 12/02/2021]

