

TECH SERIES *MAG*

CONNECT & COMMUNICATE

ESG

Môi trường (Environmental)
Xã hội (Social)
Quản trị (Governance)

FACTORY

Bức tranh thị trường
Xu hướng

PRODUCT DEVELOPMENT

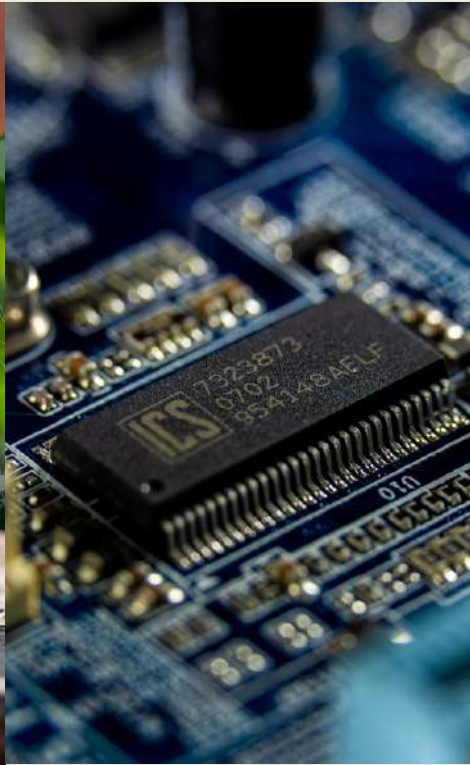
Tại sao cần Phát triển sản phẩm
Phát triển sản phẩm như thế nào?
Casestudy thành công và thất bại

TECH SERIES

MES LAB

NOVA&CO.

MỤC LỤC



02

ESG - Không chỉ còn là xu hướng

11

ESG - Chìa khóa cho sự phát triển bền vững ở Việt Nam

15

ESG - Đầu tư bền vững theo tiêu chuẩn ESG

20

Bức tranh thị trường công nghiệp bán dẫn tại Việt Nam

26

Cơ hội lớn cho ngành công nghiệp điện tử Việt Nam

31

Tại sao cần phát triển sản phẩm trong doanh nghiệp

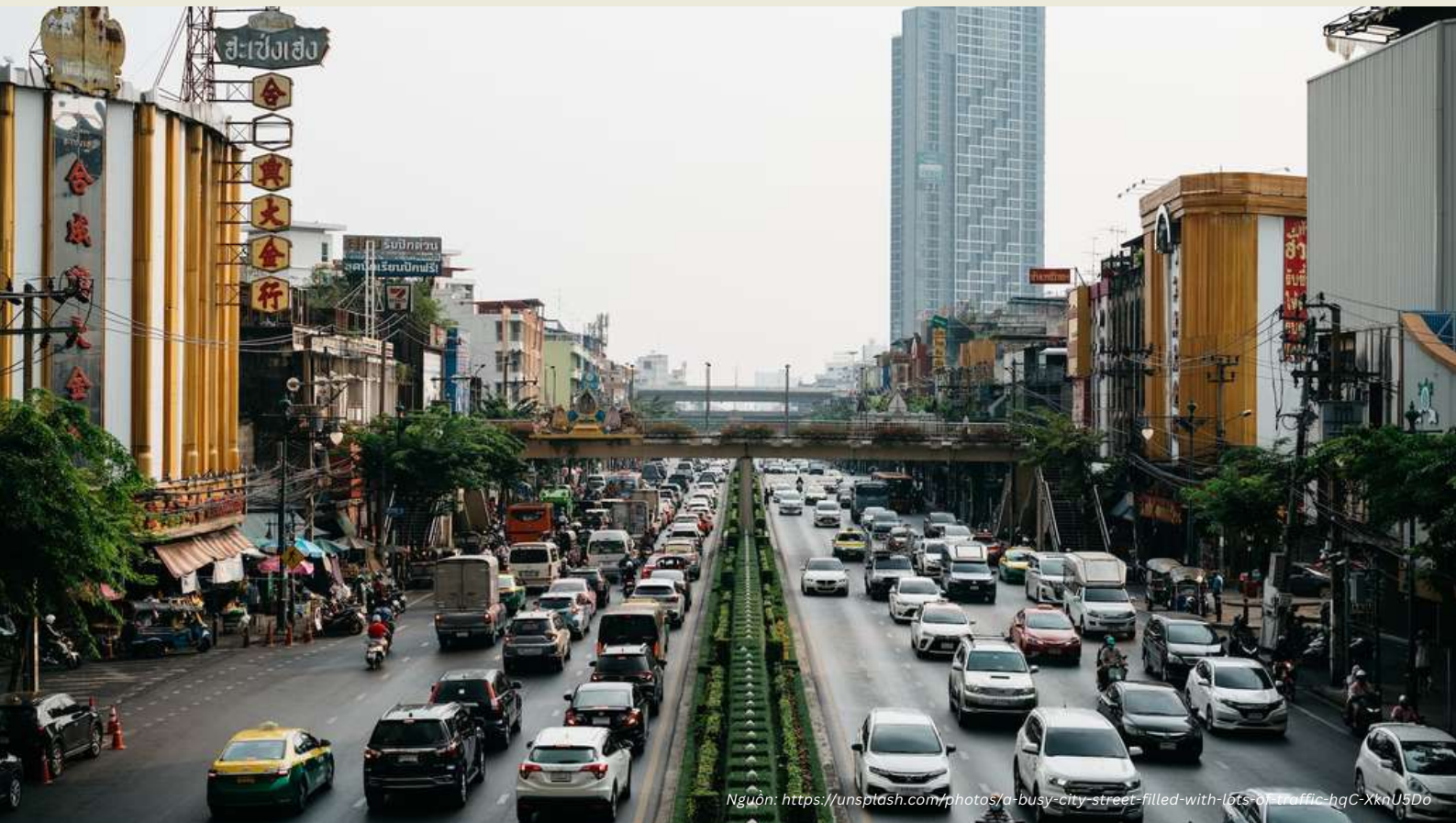
39

Phát triển sản phẩm trong doanh nghiệp như thế nào

46

Casestudy thành công và thất bại

ESG - KHÔNG CHỈ CÒN LÀ XU HƯỚNG



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/a-busy-city-street-filled-with-lots-of-traffic-hqC-XknU5D0>

01

Theo Báo cáo Mức độ sẵn sàng thực hành ESG tại Việt Nam 2022 của PwC, 80% doanh nghiệp đã cam kết hoặc đang lên kế hoạch thực hiện ESG trong 2-4 năm tới. Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG) không chỉ là thuật ngữ xa lạ mà trở thành một phần quan trọng trong chiến lược kinh doanh.

Vì vậy, ESG không chỉ là một xu hướng, mà là tiêu chuẩn không thể thiếu trong kinh doanh hiện đại. Ngày nay, doanh nghiệp ngày nay không chỉ tập trung vào lợi nhuận mà còn phải đảm bảo hoạt động bền vững và có trách nhiệm. ESG quyết định việc quản trị thương hiệu và đóng vai trò quan trọng trong quá trình ra quyết định đầu tư, mang lại giá trị kinh doanh và ổn định dài hạn.

ESG LÀ GÌ?

“Theo Ngân hàng Thương mại Anh (British Business Bank), ESG – viết tắt của Environmental, Social and Governance – là bộ tiêu chuẩn đo lường tác động của doanh nghiệp đối với xã hội, môi trường cũng như mức độ minh bạch và trách nhiệm của doanh nghiệp. Đây là một khuôn khổ giúp các bên liên quan như nhà cung cấp, khách hàng và nhà đầu tư hiểu cách tổ chức đang quản lý rủi ro và cơ hội liên quan đến các tiêu chí môi trường, xã hội và quản trị (hay còn được gọi là các yếu tố ESG).”

ESG is Beneficial to All Stakeholders



Nguồn: <https://www.brandsvietnam.com/congdong/topic/321615-ESG-La-Gi-Va-Ung-Dung-ESG-Cho-Thuong-Hieu-Nhu-The-Nao>

Môi trường (Environmental) Các tác động đến môi trường

Khía cạnh môi trường trong ESG bao gồm việc giảm các tác động tiêu cực đến môi trường và tài nguyên thiên nhiên từ sản xuất sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp đến các hoạt động cung ứng và cả vận hành tổ chức.

Chữ 'E' trong ESG nhấn mạnh tính cấp thiết của việc giải quyết các thách thức môi trường, chủ yếu trong số đó là biến đổi khí hậu. Các doanh nghiệp có ý thức về ESG đang chủ động tích hợp các chiến lược để giảm lượng khí thải carbon, thúc đẩy hiệu quả sử dụng năng lượng và áp dụng các công nghệ sạch.

Môi trường (Environmental)

Các tác động đến môi trường

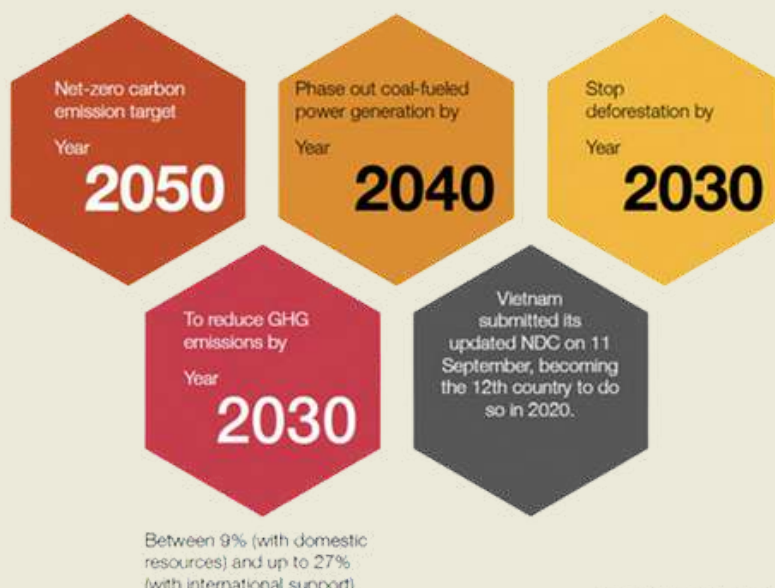
“ Theo đánh giá hàng năm về những nước chịu ảnh hưởng nặng nhất bởi các hiện tượng thời tiết cực đoan giai đoạn 1997-2016, Việt Nam đứng thứ 5 về Chỉ số rủi ro khí hậu toàn cầu năm 2018 và thứ 8 về Chỉ số rủi ro khí hậu dài hạn (CRI).

Tại Hội nghị Thượng đỉnh của Liên Hợp Quốc năm 2021 (COP26), Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính đã đưa ra cam kết của Việt Nam về ứng phó với Biến đổi khí hậu: Đặt mục tiêu tổng lượng phát thải quốc gia giảm 43,5% vào năm 2030 và không phát thải Carbon vào năm 2050; Giảm phát thải metan ít nhất 30% vào 2020 và 40% vào năm 2030.

Biến đổi khí hậu: Biến đổi khí hậu là một trong những thách thức lớn nhất đối với nhân loại trong thế kỷ 21, ảnh hưởng trực tiếp đến hệ sinh thái, tài nguyên môi trường và cuộc sống của con người với biểu hiện chính là sự nóng lên toàn cầu, mực nước biển dâng cao là nguyên nhân gây nên các hiện tượng thời tiết cực đoan.

Ngày 16/07/2022, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược quốc gia về Biến đổi khí hậu đến năm 2050 với mục tiêu chủ động thích ứng hiệu quả, giảm mức độ dễ bị tổn thương, tổn thất và thiệt hại do biến đổi khí hậu; giảm phát thải khí nhà kính theo mục tiêu phát thải ròng bằng “0” vào năm 2050, đóng góp tích cực và trách nhiệm với cộng đồng quốc tế trong bảo vệ hệ thống khí hậu trái đất; tận dụng cơ hội từ ứng phó biến đổi khí hậu để chuyển dịch mô hình tăng trưởng, nâng cao sức chống chịu và cạnh tranh của nền kinh tế. Trong đó có 2 mục tiêu cụ thể là Thích ứng với biến đổi khí hậu và giảm phát thải khí nhà kính. Có thể thấy rằng, Việt Nam đã đưa ra những cam kết vô cùng mạnh mẽ và có các chiến lược hành động nhanh chóng để ứng phó với tình hình biến đổi khí hậu hiện nay.

Vietnam's commitments to tackle climate change



Nguồn: <https://aitcv.ac.vn/tieu-chuan-esg-la-gi-3-trong-tam-doanh-nghiep-can-tim-hieu-truoc-ki-chuyen-doi-theo-xu-the/>



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/hands-touching-earth-and-leaves-heart-shape-on-green-background-green-energy-esg-renewable-resources-global-environmental-sustainability-environmental-protection-3d-render-illustration-VL5XZcDMQO>



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/thap-truy-n-mau-nau-tren-canh-d-ng-khi-ch-p-nh-phong-c-nh-hoang-hon-46169/>

Năng lượng

Các doanh nghiệp thực hiện ESG phải đảm bảo khai thác và sử dụng nguồn năng lượng hiệu quả. Bên cạnh việc tối ưu sử dụng, việc chuyển đổi sang các nguồn năng lượng tái tạo như mặt trời, gió tự nhiên,... được khuyến khích thực hiện. Đây không chỉ là nguồn năng lượng thân thiện với môi trường mà còn là những lựa chọn hợp lý về mặt kinh tế, góp phần mang lại sự bền vững lâu dài.

Tài nguyên thiên nhiên

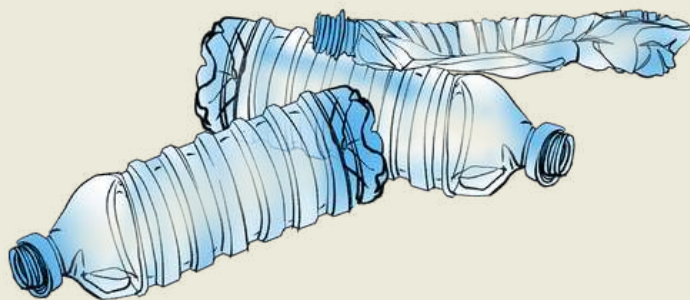
Tài nguyên bao gồm đất, nước, cây xanh, khoáng sản, không khí,... Doanh nghiệp cần đảm bảo có đầy đủ các loại giấy tờ cấp phép khi sử dụng bất kỳ nguồn tài nguyên nào. Ngoài ra, nhiều tổ chức cũng ghi điểm khi chủ động/góp phần cải tạo, khôi phục các khu vực bị ô nhiễm. Đặc biệt, thay vì giảm thiểu, một bộ phận doanh nghiệp sinh trưởng trong thời đại 4.0 cũng nghiên cứu và triển khai các loại công nghệ mới có thể tự tạo ra tài nguyên, mà hoàn toàn không cần tác động đến môi trường.



Nguồn: <https://pixabay.com/vi/illustrations/t%E1%BB%B1-nhi%C3%A0n-d%E1%BB%B1-tr%E1%BB%AF-m%C3%B4i-tr%E1%BB%9Dng-6741474/>

Xử lý và tái chế chất thải

Doanh nghiệp cần thống kê, lên danh sách chi tiết các loại và khối lượng chất thải nguy hiểm mà doanh nghiệp đang thải ra môi trường, để tiến hành thu gom, phân loại và lưu trữ một nơi riêng để không gây ô nhiễm môi trường. Tiếp theo đem di chuyển chúng đến nơi xử lý được cấp phép. Trong trường hợp tái chế được thì tái chế để sử dụng tiếp, tối ưu hoá năng lượng. Các cách xử lý chất thải thì doanh nghiệp có thể tự mình sáng chế hoặc sử dụng dịch vụ, miễn là hợp pháp và có hiệu quả.



Nguồn: <https://pixabay.com/vi/illustrations/nh%E1%BB%B1a-ch%E1%BA%A5t-th%E1%BA%A3i-nh%E1%BB%B1a-ch%E1%BB%B1a-3330759/>



TÁC ĐỘNG ĐẾN XÃ HỘI (SOCIAL)

Sức khỏe và an toàn nơi làm việc

Một trong những vấn đề xã hội cấp bách nhất đối với các công ty là sức khỏe và an toàn của người lao động tại nơi làm việc. Hiện nay đa phần các doanh nghiệp đều có chính sách khám sức khỏe định kỳ cho nhân viên, đây cũng là một trong những đãi ngộ phúc lợi nhiều người lao động quan tâm khi có ý định tìm kiếm một doanh nghiệp để gắn bó.

Trong vấn đề an toàn lao động, không chỉ tiềm ẩn nguy cơ bị phạt hoặc kiện tụng khi xảy ra vấn đề mất an toàn lao động mà đây còn là yếu tố quan trọng trong việc nhân viên quyết định nơi làm việc và thời gian gắn bó với doanh nghiệp trong bao lâu. Khi doanh nghiệp có các chính sách, quy định đảm bảo an toàn trong công việc, người lao động sẽ yên tâm thực hiện công việc, hiệu quả công việc được nâng cao hơn.



Khía cạnh xã hội trong ESG thể hiện sự tác động của doanh nghiệp đối với người tiêu dùng, nhân viên, nhà cung cấp và cộng đồng. Một số vấn đề xã hội nằm trong phạm vi này bao gồm sức khỏe và an toàn tại nơi làm việc; đa dạng, công bằng và hòa nhập (DE&I); sự hài lòng của khách hàng; an toàn sản phẩm; quyền con người; dữ liệu và quyền riêng tư.

TÁC ĐỘNG ĐẾN XÃ HỘI



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/c-t-nh-ng-ng-i-b-n-x-p-ch-ng-tay-vao-nhau-3830752/>

Đa dạng, công bằng và hòa nhập (DE&I)

Theo đó, tính đa dạng, công bằng và hòa nhập (DE&I) là một vấn đề quan trọng khác. DE&I đề cập đến các chính sách và thủ tục nhằm thúc đẩy sự đại diện và sự tham gia của các nhóm người khác nhau. Từ các hoạt động tuyển dụng, thăng chức đến cung cấp cơ hội phát triển nghề nghiệp được đưa ra một cách minh bạch, công bằng cho mọi người.

Sự hài lòng của khách hàng

Một công ty ưu tiên sự hài lòng của khách hàng sẽ có mối quan hệ tích cực với nhóm khách hàng của mình, thúc đẩy lòng trung thành và tăng tỉ lệ mua lại sản phẩm của khách hàng. Việc cam kết mang lại sự hài lòng cho khách hàng ngày càng phù hợp với mục tiêu rộng lớn hơn về trách nhiệm xã hội trong khuôn khổ ESG. Các doanh nghiệp tích cực tìm cách hiểu và đáp ứng nhu cầu của khách hàng sẽ góp phần tạo ra nhiều tác động xã hội tích cực.

Hơn nữa, sự hài lòng của khách hàng cũng có thể phản ánh chất lượng sản phẩm, dịch vụ của công ty, không chỉ thể hiện đạo đức kinh doanh mà còn chứng tỏ tính minh bạch của doanh nghiệp. Các nhà đầu tư quan tâm đến ESG nhận ra rằng các công ty có khách hàng hài lòng sẽ có khả năng phục hồi tốt hơn vì mối quan hệ khách hàng tích cực góp phần tạo nên thương hiệu và thành công chung cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Các nhà đầu tư xem xét yếu tố xã hội trong ESG thường tìm kiếm những công ty vượt xa lợi nhuận đơn thuần và thể hiện cam kết thực sự với trách nhiệm xã hội, bao gồm đáp ứng và vượt qua mong đợi của khách hàng. Trong khi ESG tiếp tục định hình các quyết định đầu tư thì sự hài lòng của khách hàng nổi bật như một thước đo quan trọng giúp phản ánh sự cống hiến của công ty trong việc tạo ra những kết quả tích cực về mặt xã hội.



Nguồn: <https://pixabay.com/vi/illustrations/kh%C3%A1ch-h%C3%A0ng-k%E1%BB%B3-v%E1%BB%8Dng-d%E1%BB%8Bch-v%E1%BB%A5-1253483/>

“Việc cân nhắc về dữ liệu và quyền riêng tư ngày càng trở nên quan trọng về mặt xã hội trong khuôn khổ đầu tư ESG, đặc biệt trong bối cảnh công nghệ 4.0, các nguồn dữ liệu có thể bị rò rỉ gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến các bên liên quan không chỉ với doanh nghiệp.

Dữ liệu và quyền riêng tư

Quyền riêng tư của khách hàng:

Bảo vệ dữ liệu khách hàng là rất quan trọng giúp duy trì niềm tin và đảm bảo tác động tích cực về mặt xã hội. Các công ty ưu tiên các biện pháp bảo vệ dữ liệu mạnh mẽ, tuân thủ các quy định về quyền riêng tư và các hoạt động xử lý dữ liệu của họ thể hiện cam kết về trách nhiệm xã hội.

Bảo vệ dữ liệu nhân viên: Đảm bảo quyền riêng tư và bảo mật dữ liệu của nhân viên cũng là một vấn đề xã hội quan trọng cần cân nhắc. Các công ty cần tôn trọng quyền riêng tư của nhân viên bằng cách duy trì các biện pháp lao động công bằng cũng như cung cấp môi trường làm việc an toàn. Điều này sẽ đóng góp tích cực vào cơ cấu xã hội đồng thời tăng khả năng thu hút và giữ chân nhân tài hàng đầu.



Tác động cộng đồng

Việc sử dụng dữ liệu có trách nhiệm cũng có thể mở rộng đến tác động của công ty đối với cộng đồng nơi công ty hoạt động. Điều này bao gồm những cân nhắc như giảm thiểu tác động tiêu cực của công nghệ dựa trên dữ liệu đối với những nhóm dân cư dễ bị tổn thương và đảm bảo rằng các thành viên cộng đồng được thông báo về việc thu thập và sử dụng dữ liệu.

Sử dụng dữ liệu có đạo đức: Những cân nhắc về mặt đạo đức liên quan đến việc sử dụng dữ liệu và trí tuệ nhân tạo ngày càng quan trọng. Các nhà đầu tư có ý thức về ESG tìm kiếm các công ty không chỉ tuân thủ luật bảo vệ dữ liệu mà còn tham gia vào các hoạt động có trách nhiệm và đạo đức, tránh lạm dụng dữ liệu và các tác hại xã hội tiềm ẩn khác.

QUẢN TRỊ (GOVERNANCE)

Quản trị doanh nghiệp không chỉ ảnh hưởng đến tính minh bạch, mà còn xác định xem các chỉ số ESG trong bài báo cáo có đúng đắn hay không.



Nguồn: <https://www.itcilo.org/pt/courses/e-learning-good-governance>

Khía cạnh quản trị trong ESG liên quan đến các yếu tố quản trị trong quá trình ra quyết định, từ hoạch định chính sách đến phân bổ quyền cũng như trách nhiệm giữa những người tham gia khác trong tập đoàn, bao gồm: Hội đồng quản trị, Cấp quản lý, Cổ đông và các bên liên quan.

Ngoài việc là một trong 3 khía cạnh của ESG, yếu tố Quản trị còn là nền tảng để tối ưu hóa cả 2 yếu tố phía trước đó là môi trường và xã hội.

Đằng sau mỗi hành vi vi phạm các cam kết về môi trường hoặc xã hội của công ty là việc quản trị doanh nghiệp kém hiệu quả, có thể là các biện pháp chống tham nhũng không thỏa đáng, cơ cấu khuyến khích sai trái, hoạt động vận động hành lang gây mâu thuẫn hoặc khả năng lãnh đạo kém.

Hơn nữa, quản trị doanh nghiệp còn ảnh hưởng đến tính minh bạch, xác định xem các chỉ số ESG có được thể hiện trong bài báo cáo có đúng đắn hay không.

Thành phần và cơ cấu HĐQT

Một công ty được quản trị tốt thường có một ban giám đốc luôn chủ động và có tầm nhìn dài hạn. Điều này bao gồm sự kết hợp giữa các kỹ năng, kinh nghiệm và nền tảng, thúc đẩy việc ra quyết định và chiến lược hiệu quả.

Quản lý rủi ro

Quản trị hiệu quả bao gồm các quy trình quản lý rủi ro mạnh mẽ. Các công ty xác định và giảm thiểu rủi ro, bao gồm rủi ro về môi trường và xã hội, thể hiện cam kết về tính bền vững và khả năng phục hồi lâu dài.

Tính minh bạch và công bố thông tin

Giao tiếp minh bạch là nền tảng của quản trị tốt. Các công ty phải cung cấp thông tin rõ ràng và toàn diện về hiệu quả tài chính, mức độ rủi ro và các biện pháp thực hành ESG của mình, giúp các bên liên quan đưa ra quyết định sáng suốt.

Các biện pháp chống tham nhũng

Quản trị hiệu quả bao gồm việc thực hiện các biện pháp ngăn ngừa tham nhũng. Các công ty cần phải có sẵn các chính sách và biện pháp chống tham nhũng để đảm bảo tính liêm chính trong hoạt động của mình.

An ninh mạng và bảo vệ dữ liệu

Với tầm quan trọng ngày càng tăng của công nghệ, những nhà quản trị cần quan tâm những việc liên quan đến an ninh mạng và bảo vệ dữ liệu. Nhiều công ty dự kiến sẽ thực hiện các biện pháp mạnh mẽ để bảo vệ thông tin nhạy cảm và giảm thiểu rủi ro về dữ liệu.

Quyền của cổ đông

Quản trị liên quan đến việc bảo vệ quyền lợi của cổ đông và đảm bảo rằng nhà đầu tư có tiếng nói trong các quyết định quan trọng. Các doanh nghiệp tôn trọng và tạo cơ hội cho cổ đông tham gia đóng vai trò vào hoạt động quản trị của doanh nghiệp.

Đạo đức kinh doanh

Quản trị mở rộng đến những hành vi về mặt đạo đức trong hoạt động kinh doanh. Các công ty phải tuân thủ các tiêu chuẩn đạo đức, tránh xung đột lợi ích, tham nhũng và các hành vi trái với đạo đức.

Tuân thủ và trách nhiệm pháp lý

Quản trị bao gồm việc tuân thủ luật pháp, quy định và tiêu chuẩn đạo đức. Các công ty ưu tiên tuân thủ pháp luật và có trách nhiệm giải trình sẽ góp phần tạo nên một môi trường kinh doanh ổn định và hiệu quả.

Sự tham gia của các bên liên quan

Quản trị cũng xem xét cách các công ty tương tác với các bên liên quan khác nhau, bao gồm nhân viên, khách hàng và cộng đồng rộng lớn hơn. Sự tham gia có ý nghĩa của các bên liên quan là dấu hiệu cho thấy cam kết của công ty đối với việc quản trị có trách nhiệm.

ESG

02

CHÌA KHÓA CHO SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG Ở VIỆT NAM

Việc tích hợp các nguyên tắc Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG) đã nổi lên như một chất xúc tác mạnh mẽ cho sự phát triển bền vững. ESG đóng vai trò không chỉ là một bộ tiêu chuẩn, một yếu tố để đáp ứng kỳ vọng của cổ đông, mà còn là một chiến lược tiềm năng cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.



Nguồn: <https://vsses.com/vi/chi-so-esg-ho-tieu-chuan-giup-doanh-nghiep-nang-cao-nang-luc-canh-tranh/>

ENVIRONMENTAL / SOCIAL / GOVERNANCE

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Trách nhiệm với môi trường

ESG nhấn mạnh các hoạt động có trách nhiệm với môi trường, khuyến khích các doanh nghiệp giảm thiểu Carbon footprint “dấu chân carbon” của mình.

Từ việc áp dụng các giải pháp năng lượng sạch đến thực hiện quản lý tài nguyên bền vững, các công ty không chỉ giảm tác động đến môi trường mà còn góp phần vào mục tiêu rộng lớn hơn là bảo tồn hành tinh của chúng ta cho các thế hệ tương lai.



Tác động xã hội

Trách nhiệm xã hội là cốt lõi của ESG. Các công ty đang ngày càng tập trung vào thực hành lao động công bằng, sự đa dạng và hòa nhập cũng như sự tham gia của cộng đồng. Bằng cách đầu tư vào lực lượng lao động, hỗ trợ cộng đồng địa phương và ủng hộ các mục tiêu xã hội, các doanh nghiệp đang đóng một vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy xã hội hòa nhập và thịnh vượng.



Quản trị minh bạch

Quản trị tốt, một yếu tố quan trọng của ESG, giúp đảm bảo tính minh bạch, trách nhiệm giải trình và việc ra quyết định “đúng” trong các tổ chức. Bằng cách tuân thủ các nguyên tắc quản trị chặt chẽ, doanh nghiệp xây dựng niềm tin với các bên liên quan, bao gồm nhà đầu tư, khách hàng và nhân viên. Sự minh bạch này là nền tảng cho sự phát triển bền vững, tạo nền tảng cho “hành vi” có trách nhiệm của doanh nghiệp.



PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG



Giá trị lâu dài

ESG không chỉ mang lại lợi ích trước mắt; đó là một cách tiếp cận chiến lược để tạo ra giá trị lâu dài. Các công ty tích hợp các nguyên tắc ESG sẽ có khả năng ứng phó tốt hơn với những bất ổn kinh tế và xây dựng khả năng phục hồi. Việc tập trung vào tuổi thọ này phù hợp với các nguyên tắc phát triển bền vững, trong đó lợi nhuận ngắn hạn được cân bằng với giá trị lâu dài.

Đổi mới và thích ứng

ESG khuyến khích sự đổi mới và khả năng thích ứng. Các công ty áp dụng các hoạt động bền vững thường đi đầu trong các tiến bộ công nghệ và xu hướng thị trường. Cam kết đổi mới này không chỉ đảm bảo khả năng cạnh tranh mà còn thúc đẩy văn hóa cải tiến liên tục trong các ngành.

Quản lý rủi ro tiềm ẩn

Phát triển bền vững đòi hỏi phải điều hướng một bối cảnh rủi ro phức tạp. ESG cung cấp một khuôn khổ để xác định, đánh giá và giảm thiểu rủi ro, cho dù chúng có liên quan đến những thay đổi về quy định, sự gián đoạn chuỗi cung ứng hay những lo ngại về danh tiếng. Bằng cách chủ động giải quyết những thách thức này, các doanh nghiệp sẽ đóng góp vào sự bền vững của chính họ và hệ sinh thái lớn hơn.

Thu hút đầu tư

Các nhà đầu tư đang ngày càng đưa những cân nhắc về ESG vào quá trình ra quyết định của họ. Các doanh nghiệp thể hiện cam kết phát triển bền vững sẽ thu hút được cơ sở nhà đầu tư rộng hơn, thúc đẩy niềm tin và sự ổn định trên thị trường tài chính. Xu hướng ngày càng tăng này phản ánh sự thừa nhận chung về tầm quan trọng của đầu tư có trách nhiệm trong việc xây dựng một tương lai bền vững.





Nguồn: <https://aitcv.ac.vn/tieu-chuan-esg-la-gi-3-trong-tam-doanh-nghiep-can-tim-hieu-truoc-khi-chuyen-doi-theo-xu-the/>

TUÂN THỦ QUY ĐỊNH VÀ TIÊU CHUẨN

ESG phù hợp và thường vượt xa các yêu cầu quy định. Khi các chính phủ trên toàn thế giới thắt chặt các quy định về môi trường và xã hội, các công ty ưu tiên các nguyên tắc ESG sẽ có vị thế tốt để tuân thủ các tiêu chuẩn hiện tại và thích ứng với những thay đổi trong tương lai. Cách tiếp cận chủ động này góp phần mang lại phúc lợi xã hội tổng thể và hỗ trợ các mục tiêu phát triển bền vững..

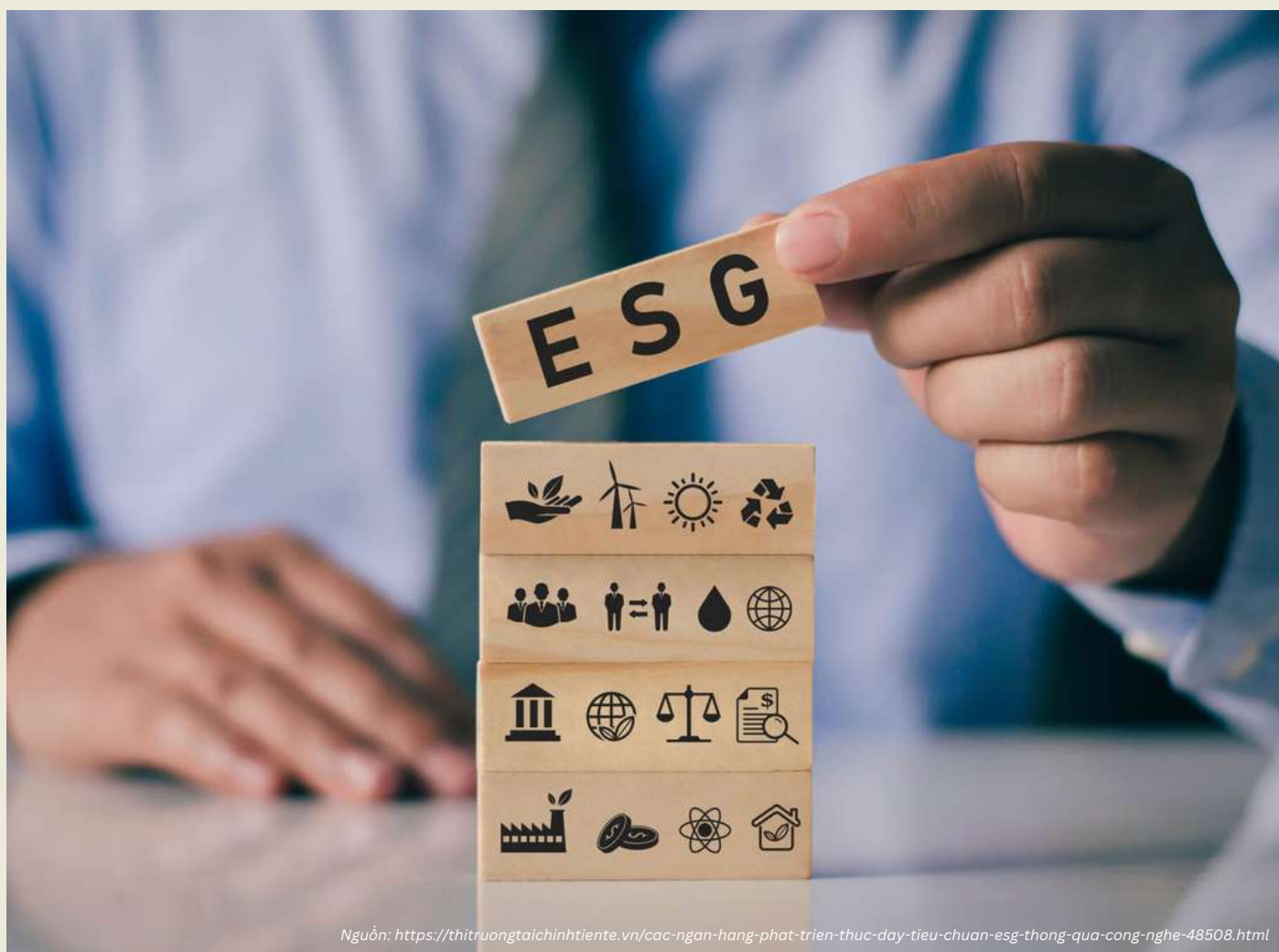
“Không chỉ bó hẹp trong phòng họp của công ty, vai trò của ESG mở rộng ra cả bên ngoài tổ chức; đó là cam kết chung nhằm xây dựng một tương lai trong đó tăng trưởng kinh tế cùng tồn tại hài hòa với tiến bộ xã hội và bảo tồn môi trường.

03

ESG

ĐẦU TƯ BỀN VỮNG THEO TIÊU CHUẨN ESG

Trong những năm gần đây, đầu tư vào Môi trường, Xã hội và Quản trị (ESG) đã phát triển từ một khái niệm nhỏ thành một lực lượng chủ đạo định hình bối cảnh tài chính toàn cầu. Theo báo cáo của PwC toàn cầu, sau 6 năm kể từ 2015, tổng tài sản của các quỹ ESG trên toàn cầu đã tăng lên hơn 8 lần, đạt 18,4 nghìn tỷ USD, tương đương 14,4% tổng quy mô tại thời điểm cuối năm 2021, so với năm 2015 chỉ đạt 2,2 nghìn tỷ USD (chưa đến 3%) tổng quy mô.



Nguồn: <https://thitruongtaichinhliente.vn/cac-ngan-hang-phat-trien-thuc-day-tieu-chuan-esg-thong-qua-cong-nghe-48508.html>

ENVIRONMENTAL / SOCIAL / GOVERNANCE

ĐẦU TƯ BỀN VỮNG



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/a-scenic-view-of-a-valley-with-mountains-in-the-background-7yfHE3-Xa7s1>

Đầu tư ESG là gì

Đầu tư ESG (Môi trường – Xã hội – Quản trị) là hoạt động xem xét đánh giá tác động của doanh nghiệp trong việc quản lý môi trường, trách nhiệm với xã hội và quản trị doanh nghiệp từ đó đưa ra quyết định có đầu tư vào doanh nghiệp đó không. Đây là một cách tiếp cận mang tính chuyển đổi nhằm tìm cách gắn kết các mục tiêu tài chính với các hoạt động bền vững.

ESG đại diện cho một khuôn khổ toàn diện nhằm đánh giá tác động của các khoản đầu tư không chỉ về mặt lợi nhuận tài chính mà còn xem xét việc quản lý môi trường, trách nhiệm xã hội và quản trị doanh nghiệp hiệu quả. Các nhà đầu tư, nhận ra mối liên hệ giữa thành công kinh tế và phúc lợi xã hội, đang ngày càng chuyển sang chiến lược ESG để đưa ra quyết định đầu tư sáng suốt và có trách nhiệm. Nó vượt xa các số liệu tài chính truyền thống, nhấn mạnh vào việc đánh giá toàn diện nhằm giải quyết những thách thức và cơ hội của thế giới hiện đại.

Đầu tư vào ESG được gắn vào ba trụ cột chính:

Môi trường (E)

Khía cạnh này đánh giá tác động của công ty lên hành tinh. Các nhà đầu tư đánh giá cam kết của công ty đối với các hoạt động bền vững, hiệu quả tài nguyên và giảm thiểu biến đổi khí hậu. Các công ty thực hiện các chính sách thân thiện với môi trường, giảm lượng khí thải carbon và tận dụng các nguồn năng lượng tái tạo thu hút các nhà đầu tư quan tâm đến ESG.

Xã hội (S)

Khía cạnh xã hội kiểm tra mối quan hệ của công ty với nhân viên, cộng đồng và khách hàng. Các yếu tố như thực hành lao động công bằng, tính đa dạng và hòa nhập cũng như sự tham gia của cộng đồng góp phần tạo ra tác động xã hội tích cực. Các công ty thúc đẩy các mối quan hệ xã hội tích cực được coi là kiên cường và có đạo đức hơn.

Quản trị (G)

Quản trị đánh giá khả năng lãnh đạo, tính minh bạch và quản lý tổng thể của một công ty. Các nhà đầu tư xem xét thành phần hội đồng quản trị, cơ cấu thù lao điều hành, việc tuân thủ các tiêu chuẩn đạo đức và thực tiễn quản lý rủi ro. Quản trị mạnh mẽ báo hiệu sự cam kết về sự ổn định lâu dài và hành vi có trách nhiệm của doanh nghiệp.



Nguồn: <https://vneconomy.vn/thuc-day-phat-trien-ben-vung-thong-qua-esg.htm>

ĐẦU TƯ ESG LÀ “HY SINH” LỢI NHUẬN?

Trái ngược với những quan niệm sai lầm rằng đầu tư ESG hy sinh lợi nhuận vì các nguyên tắc, bằng chứng cho thấy rằng việc tích hợp các yếu tố ESG vào các quyết định đầu tư có thể nâng cao hiệu quả hoạt động lâu dài.

Các công ty có hồ sơ ESG mạnh mẽ thường có khả năng ứng phó tốt hơn với các rủi ro về thời tiết, thu hút nhân tài và duy trì lòng trung thành của khách hàng. Khi thế giới phải đối mặt với những thách thức chưa từng có, các công ty hướng tới sự **“bền vững”** đang ngày càng trở nên hấp dẫn đối với các nhà đầu tư.



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/woman-sitting-at-table-e6n7uoEnYbA>

Đầu tư vào ESG đã chứng kiến mức độ phổ biến tăng vọt đáng kể khi các nhà đầu tư nhận ra tính trọng yếu về mặt tài chính của các yếu tố phi tài chính.

Ngoài hoạt động từ thiện đơn thuần, ESG còn được coi là một chiến lược để giảm thiểu rủi ro và tăng trưởng bền vững. Phong trào này được thúc đẩy bởi nhận thức ngày càng tăng về các thách thức toàn cầu, bao gồm biến đổi khí hậu, bất bình đẳng xã hội và hành vi sai trái của doanh nghiệp, thúc đẩy các nhà đầu tư tìm kiếm con đường để tạo ra tác động tích cực.

Về lợi nhuận dài hạn bền vững

Một trong những lợi ích hấp dẫn nhất của việc đầu tư vào ESG nằm ở tiềm năng tạo ra lợi nhuận lâu dài bền vững. Các công ty ưu tiên xem xét ESG có xu hướng thể hiện khả năng phục hồi khi đối mặt với điều kiện thị trường năng động. Bằng cách giải quyết các thách thức về môi trường và xã hội, các công ty này khẳng định vị thế của mình để đạt được thành công lâu dài, mang đến cho các nhà đầu tư cơ hội điều chỉnh các mục tiêu tài chính với những tác động tích cực lâu dài.

Về giảm thiểu rủi ro

Các yếu tố ESG ngày càng được công nhận là chỉ số quan trọng trong hồ sơ rủi ro của công ty. Bằng cách tích hợp các cân nhắc về ESG, các nhà đầu tư có thể xác định và giảm thiểu rủi ro tiềm ẩn liên quan đến khủng hoảng môi trường, tranh cãi xã hội hoặc những thiếu sót trong quản trị. Cách tiếp cận nhận thức rủi ro này giúp nâng cao tính bền vững của danh mục đầu tư, mang lại lá chắn chống lại những thách thức không lường trước được.

Nâng cao uy tín thương hiệu

Đầu tư vào các công ty có thông tin rõ ràng về ESG có thể giúp nâng cao danh tiếng thương hiệu. Khi người tiêu dùng và các bên liên quan trở nên có ý thức hơn về mặt xã hội và môi trường. Việc hỗ trợ các doanh nghiệp tuân thủ các thông lệ đạo đức và bền vững sẽ góp phần mang lại nhận thức tích cực về thương hiệu. Ngược lại, danh tiếng được nâng cao này có thể thúc đẩy lòng trung thành của khách hàng và thu hút ngày càng nhiều nhà đầu tư có trách nhiệm với xã hội.

Thu hút nhân tài hàng đầu

Các công ty tập trung vào ESG thường hấp dẫn hơn đối với những tài năng hàng đầu. Lực lượng lao động hiện đại đề cao trách nhiệm của doanh nghiệp, sự đa dạng và cam kết mang lại tác động tích cực cho xã hội. Các công ty tích hợp các giá trị ESG vào hoạt động của mình có thể thu hút và giữ chân những nhân viên lành nghề, những người được thúc đẩy bởi ý thức về mục đích và sự phù hợp về mặt đạo đức.

Cải thiện khả năng tiếp cận vốn

Khi hoạt động đầu tư vào ESG ngày càng nổi bật, các công ty có hồ sơ ESG mạnh mẽ có thể tiếp cận vốn dễ dàng hơn. Các nhà đầu tư, bao gồm các quỹ tổ chức và các cá nhân có ý thức xã hội, đang ngày càng tìm kiếm những cơ hội phù hợp với giá trị của họ. Các công ty tập trung vào ESG có vị thế tốt để thu hút vốn đầu tư và hỗ trợ từ nhiều bên liên quan.

Về điều chỉnh quy định

Đầu tư vào ESG phù hợp với bối cảnh pháp lý đang phát triển. Các chính phủ và cơ quan quản lý trên toàn thế giới đang ngày càng nhấn mạnh đến tính bền vững và các hoạt động kinh doanh có trách nhiệm. Đầu tư vào các công ty tuân thủ các nguyên tắc ESG sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư trong khuôn khổ các tiêu chuẩn quy định mới nổi, giảm thiểu rủi ro pháp lý.

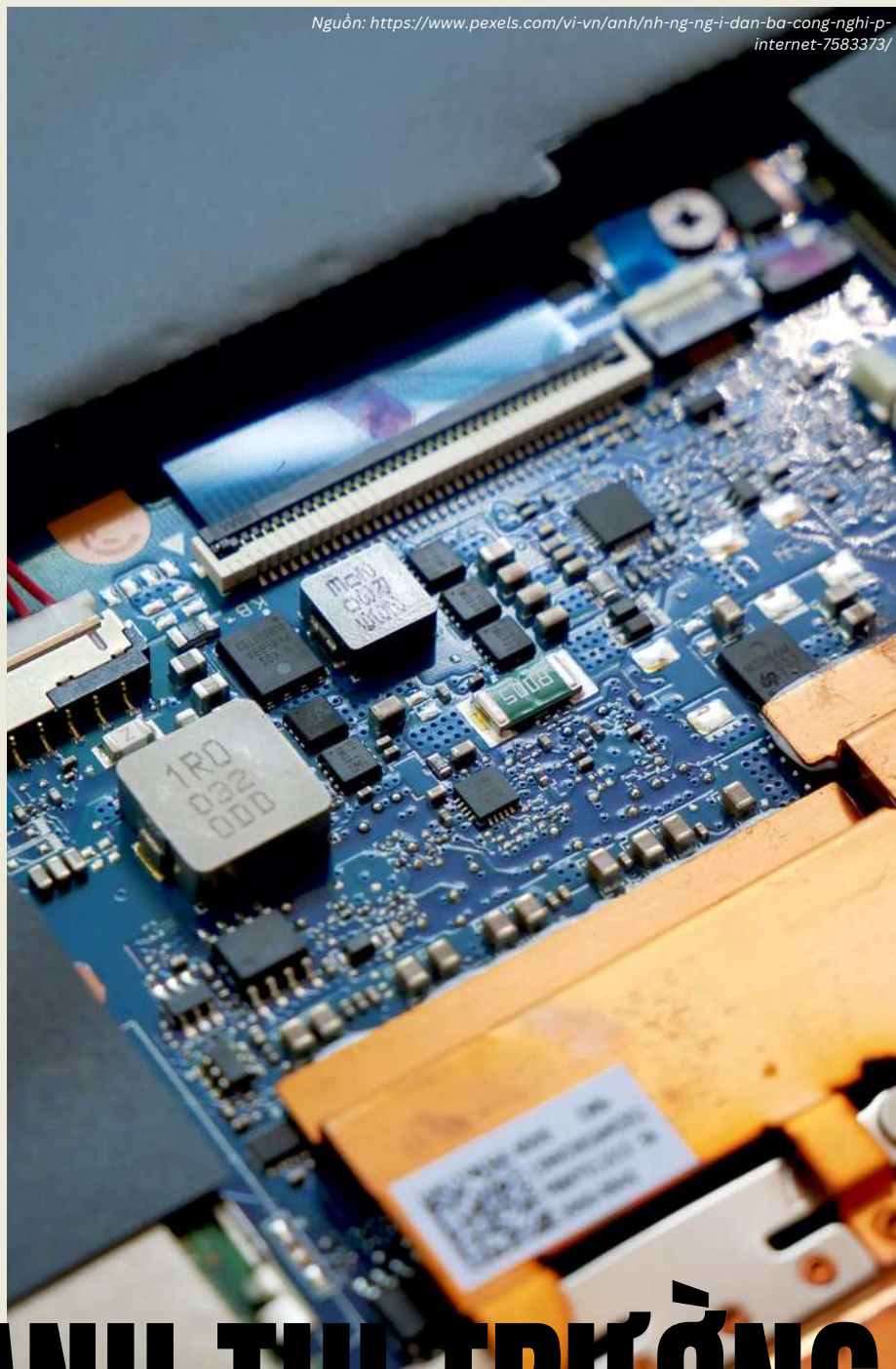
Tác động tích cực đến môi trường và xã hội

Có lẽ lợi ích sâu sắc nhất của việc đầu tư vào ESG nằm ở sự đóng góp trực tiếp vào tác động tích cực đến môi trường và xã hội. Bằng cách hướng vốn tới các công ty cam kết phát triển bền vững, giảm lượng carbon và trách nhiệm xã hội, các nhà đầu tư trở thành người tham gia tích cực trong việc giải quyết các thách thức toàn cầu như biến đổi khí hậu, bất bình đẳng xã hội và thực tiễn trong kinh doanh.

Tóm lại, đầu tư vào ESG không chỉ đơn thuần là một chiến lược; nó là một động lực biến đổi thúc đẩy sự thay đổi tích cực trong thế giới doanh nghiệp. Khi các nhà đầu tư ngày càng nhận ra tiềm năng về cả lợi nhuận tài chính và tác động tích cực đến xã hội, đầu tư vào ESG đóng vai trò như là ngọn hải đăng, hướng dẫn ngành tài chính hướng tới một tương lai bền vững và có trách nhiệm hơn.

04

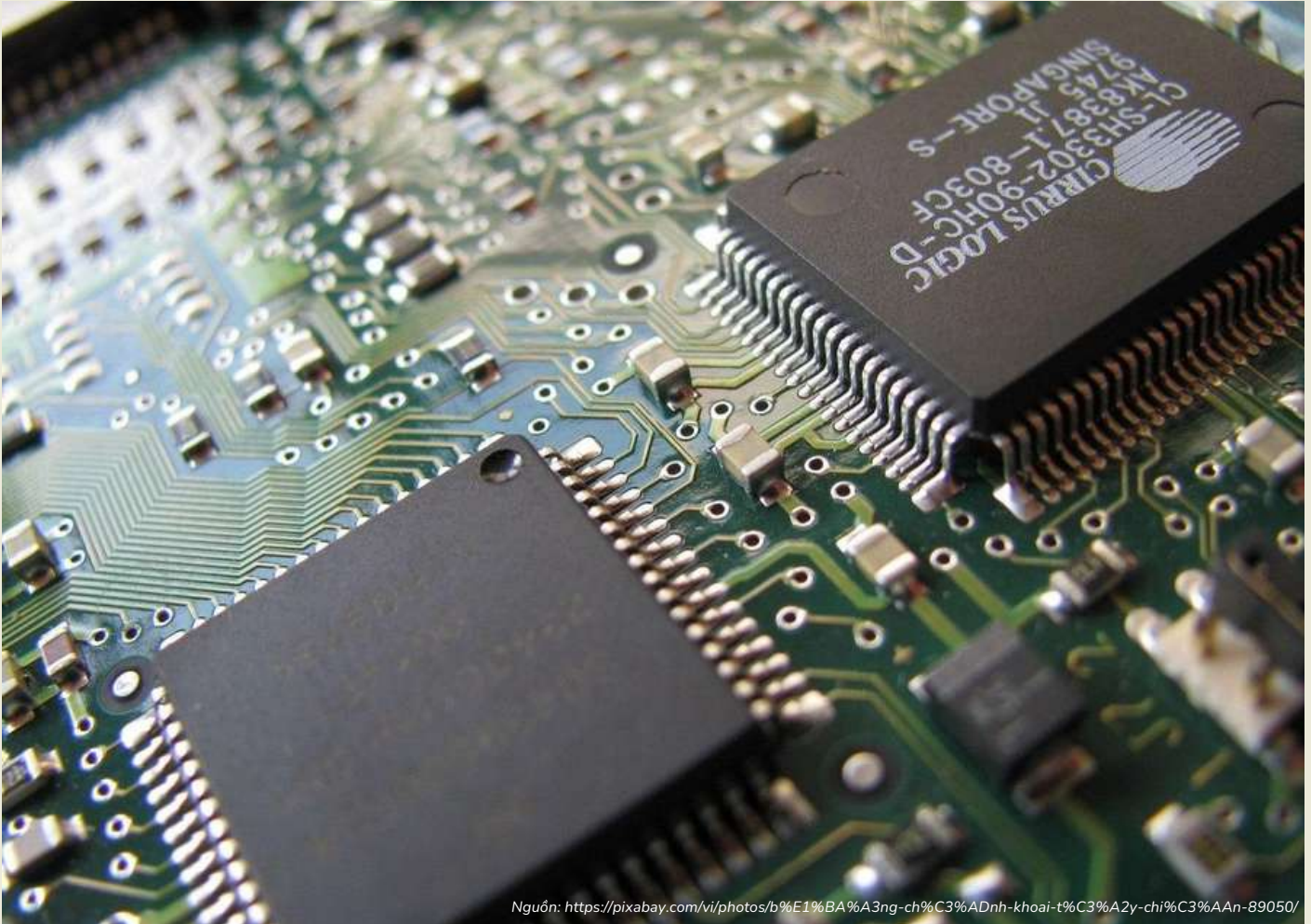
Ngành công nghiệp bán dẫn ở Việt Nam đang có cơ hội to lớn do sự thay đổi trong chuỗi sản xuất toàn cầu. Tuy nhiên, để đạt được thành công, Việt Nam cần lựa chọn cách tiếp cận cụ thể và đặt ra hướng đi rõ ràng.



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/nh-ng-ng-i-dan-ba-cong-nghi-p-internet-7583373/>

BỨC TRANH THỊ TRƯỜNG CÔNG NGHIỆP BÁN DẪN TẠI VIỆT NAM

ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA CHO NGÀNH BÁN DẪN



Nguồn: <https://pixabay.com/vi/photos/b%E1%BA%A3ng-ch%C3%ADnh-khoai-t%C3%A2y-ch%C3%AAn-89050/>

Ngành công nghiệp bán dẫn ở Việt Nam đang có cơ hội to lớn do sự thay đổi trong chuỗi sản xuất toàn cầu. Tuy nhiên, để đạt được thành công, Việt Nam cần lựa chọn cách tiếp cận cụ thể và đặt ra hướng đi rõ ràng.

Đề xuất này được các chuyên gia công nghệ đưa ra tại Hội nghị cấp cao về công nghiệp bán dẫn Việt Nam, do Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia (NIC) phối hợp với Cục Công nghiệp công nghệ thông tin và truyền thông (AICTI) tổ chức vào ngày 29-10.

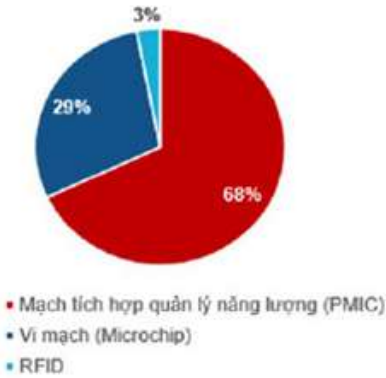
Bên cạnh đó, mối quan hệ Chiến lược Toàn diện giữa Việt Nam và Mỹ đã mở ra nhiều cơ hội hợp tác đặc biệt, đặc biệt trong lĩnh vực khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo, với tập trung chính là ngành công nghiệp bán dẫn.

Tại sao cộng đồng quốc tế đánh giá cao tiềm năng phát triển của Việt Nam trong ngành này và chúng ta cần những bước tiến gì để thực sự khai thác toàn bộ tiềm năng ấy?

Xét theo phân khúc sản phẩm

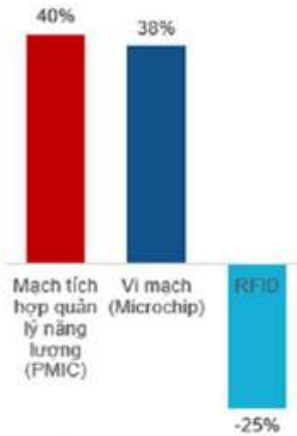
Thị phần giá trị các phân khúc sản phẩm chip bán dẫn

Dữ liệu 2023



Dự báo tốc độ tăng trưởng giá trị các phân khúc sản phẩm chip bán dẫn

Giai đoạn 2020-2025



Nguồn: Viện Chính sách Kinh tế và Kinh doanh (IBEP)

Xét theo lĩnh vực ứng dụng

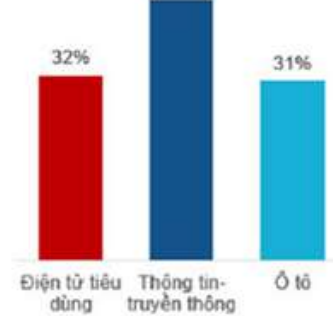
Thị phần giá trị các lĩnh vực ứng dụng chip bán dẫn

Dữ liệu 2023



Dự báo tốc độ tăng trưởng giá trị các lĩnh vực ứng dụng chip bán dẫn

Giai đoạn 2020-2025



Nguồn: Viện Chính sách Kinh tế và Kinh doanh (IBEP)

Nguồn: <https://trungtamwto.vn/chuyen-de/24591-phat-trien-cong-nghiep-ban-dan-viet-nam-diem-den-day-trien-vong-cua-nganh-ban-dan-toan-cau>

"Dự kiến thị trường sản phẩm công nghệ thông tin – truyền thông sẽ tăng trưởng đến 45% trong giai đoạn 2020-2025, trong khi điện tử tiêu dùng và ô tô sẽ tăng trưởng khoảng 32%"

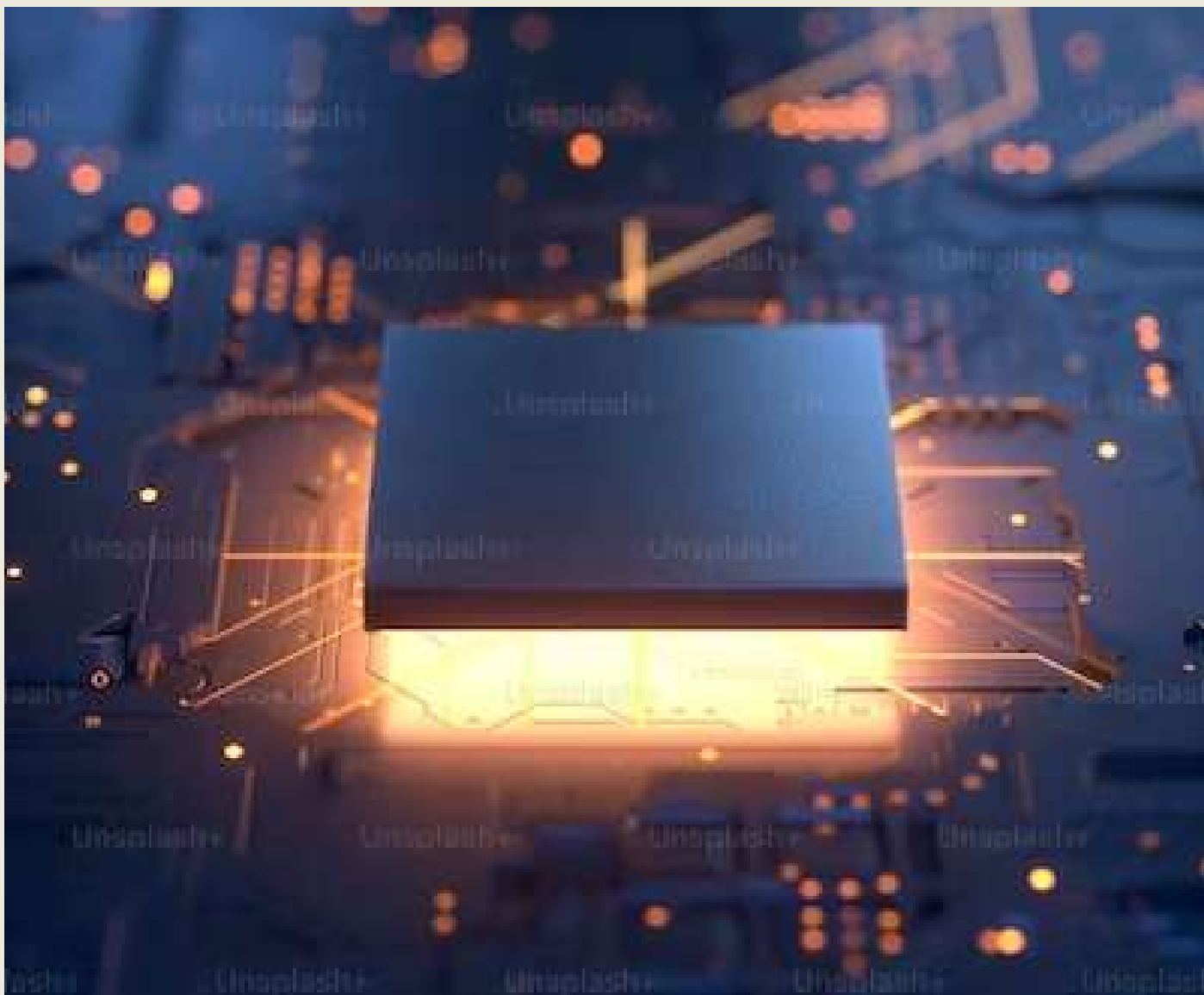
Chuyên gia đánh giá cao rằng Việt Nam và Ấn Độ là những điểm đến đầy triển vọng trong ngành công nghiệp bán dẫn toàn cầu. Không chỉ là thị trường tiêu thụ nội địa, mà còn có những điều kiện thuận lợi để xây dựng hệ sinh thái.

Mặc dù ngành bán dẫn tại Việt Nam còn đang phát triển, nhưng đã có những bước tiến đáng kể, đặc biệt là trong việc thu hút đầu tư nước ngoài, đóng góp vào sự đa dạng hóa chuỗi giá trị ngành. Tuy nhiên, một thách thức lớn hiện đang đặt ra là vấn đề nguồn nhân lực.

Nếu xét theo lĩnh vực ứng dụng, điện tử tiêu dùng đang chiếm đầu bảng với khoảng 62%, công nghệ thông tin – truyền thông chiếm 21%, và ô tô chiếm khoảng 10%.

Dự kiến thị trường sản phẩm công nghệ thông tin – truyền thông sẽ tăng trưởng đến 45% trong giai đoạn 2020-2025, trong khi điện tử tiêu dùng và ô tô sẽ tăng trưởng khoảng 32%.

Tất cả thể hiện động lực tăng trưởng của các sản phẩm bán dẫn tại thị trường Việt Nam đến từ nhu cầu gia tăng của các lĩnh vực công nghệ liên quan.



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/central-computer-processors-cpu-concept-3d-renderingconceptual-image-B3Dxa-OBzyk>

THÁCH THỨC VÀ TRIỂN VỌNG CỦA HỆ SINH THÁI BÁN DẪN TẠI VIỆT NAM

Quy trình sản xuất chip bao gồm thiết kế, sản xuất, và giai đoạn lắp ráp, đóng gói và thử nghiệm. Hiện nay, doanh nghiệp chủ yếu tập trung vào giai đoạn thiết kế (80%), đặc biệt là phần xử lý back-end, vì đòi hỏi ít vốn đầu tư ban đầu và dễ dàng đào tạo nhân lực. Tuy nhiên, mảng thiết kế bán dẫn của Việt Nam chủ yếu là thuê ngoài theo đơn đặt hàng của đối tác nước ngoài, chiếm hơn 80% tổng giá trị ngành.

Một điểm tích cực là nhiều tập đoàn bán dẫn hàng đầu thế giới đã chọn Việt Nam làm địa điểm trụ sở nghiên cứu và phát triển (R&D), như Samsung, LG, Qualcomm, và sự xuất hiện tiềm năng của các trung tâm nghiên cứu và phát triển của Synopsys, Marvell. Ngoài ra, các ông lớn về lắp ráp và kiểm định chip như Intel, Foxconn, Amkor cũng đã bắt đầu xây dựng nhà máy tại Việt Nam. Những động thái này giúp xây dựng hệ sinh thái ngành đa dạng và nâng cao chuỗi giá trị.

Tin tức

Theo Bộ Thông tin và Truyền thông, Việt Nam cần 10.000 kỹ sư mỗi năm để đáp ứng nhu cầu nhân lực cho ngành bán dẫn, nhưng hiện chỉ đáp ứng chưa đầy 20%. Nguồn nhân lực bán dẫn đang phải cạnh tranh với các lĩnh vực công nghệ cao khác, và nhiều trường đại học chưa có chương trình đào tạo chuyên sâu về bán dẫn.

THÁCH THỨC VỀ NGUỒN NHÂN LỰC VÀ KHUYẾN NGHỊ GIAI ĐOẠN TIẾP THEO



Nguồn: <https://congthuong.vn/thuc-day-tang-truong-ben-vung-tu-cong-nghiep-bai-2-phia-sau-tam-ao-gam-287142.html>



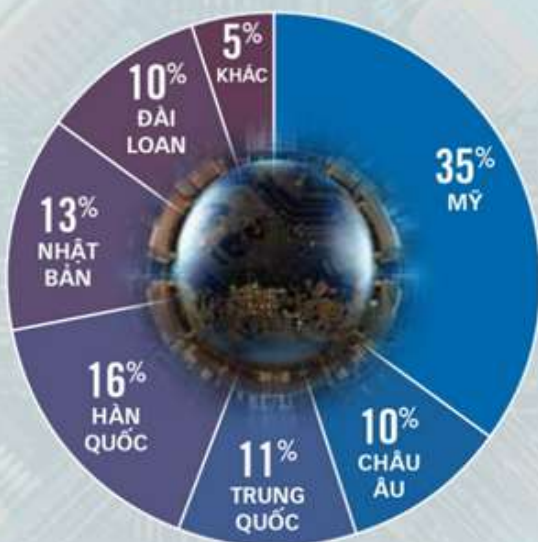
Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/nhom-ng-i-trong-phong-h-p-1181396/>

Trước cơ hội lớn, Chính phủ đã kịp thời nắm bắt xu hướng và triển khai các công cụ chính sách để thu hút nhà đầu tư. Tuy nhiên, một thách thức lớn là sẵn sàng của nguồn nhân lực Việt Nam trong lĩnh vực bán dẫn, về số lượng và chất lượng.

Theo Bộ Thông tin và Truyền thông, Việt Nam cần 10.000 kỹ sư mỗi năm để đáp ứng nhu cầu nhân lực cho ngành bán dẫn, nhưng hiện chỉ đáp ứng chưa đầy 20%. Nguồn nhân lực bán dẫn đang phải cạnh tranh với các lĩnh vực công nghệ cao khác, và nhiều trường đại học chưa có chương trình đào tạo chuyên sâu về bán dẫn.

Với những thách thức trên, IBEP đề xuất tăng cường vai trò của Chính phủ, đại học và doanh nghiệp. Chính phủ cần tiếp tục thu hút nhà đầu tư, xây dựng hệ sinh thái ngành, định hướng giáo dục đào tạo và hỗ trợ tài chính. Đại học cần đào tạo và nghiên cứu theo định hướng nhà nước, hợp tác chặt chẽ với doanh nghiệp để đào tạo gắn liền với thực tiễn. Doanh nghiệp cần liên kết với đại học để đặt hàng đào tạo, hỗ trợ tài chính và thiết bị. Mô hình liên kết giữa Chính phủ, đại học và doanh nghiệp đã được thể hiện tại nhiều trường đại học hàng đầu, góp phần giải quyết thách thức về nguồn nhân lực và xây dựng lực lượng kỹ sư chất lượng trong lĩnh vực bán dẫn."

**Giá trị
tăng trưởng
ngành bán
dẫn toàn cầu
năm 2021**



Nguồn: <https://tuoitre.vn/my-se-ho-tro-dao-tao-giup-viet-nam-dinh-hinh-nganh-cong-nghiep-ban-dan-20230930094544953.htm>

MỸ SẼ HỖ TRỢ ĐÀO TẠO, GIÚP VIỆT NAM ĐỊNH HÌNH NGÀNH CÔNG NGHIỆP BÁN DẪN

Mỹ sẽ đồng hành với Việt Nam không chỉ trong việc cung cấp hỗ trợ tài chính mà còn thông qua chương trình đào tạo, tạo việc làm cho kỹ sư sau khi tốt nghiệp, góp phần định hình ngành công nghiệp bán dẫn trong nước.

Nhằm đối mặt với thách thức đào tạo số lượng lớn kỹ sư, NIC cũng đề xuất các chương trình đào tạo ngắn hạn từ 3 tháng đến 1 năm, tập trung vào học viên và đối tượng tốt nghiệp ngành liên quan. Trong chiến lược này, việc hợp tác với các đối tác quốc tế như ASU (Mỹ) giúp mang lại cơ hội học tập và thực hành ở nước ngoài.

Ông Võ Xuân Hoài nhấn mạnh rằng sự hợp tác chặt chẽ với các doanh nghiệp trong và ngoài nước như Intel, Amkor, cùng với việc tận dụng nguồn lực từ Chính phủ Mỹ và tổ chức quốc tế, sẽ giúp Việt Nam xây dựng một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo, định hình ngành công nghiệp bán dẫn một cách hiệu quả.



Nguồn: <https://tuoitre.vn/my-se-ho-tro-dao-tao-giup-viet-nam-dinh-hinh-nganh-cong-nghiep-ban-dan-20230930094544953.htm>

"Cần 50.000 kỹ sư công nghệ"

Chính phủ đã giao Bộ Kế hoạch và Đầu tư phối hợp với các bộ, ngành lập đề án đào tạo 50.000 kỹ sư, chuyên gia công nghệ cho ngành bán dẫn từ nay đến năm 2030. Thủ tướng đang ủy thác Bộ Kế hoạch và Đầu tư xây dựng Đề án phát triển nhân lực cho ngành công nghiệp bán dẫn, nhấn mạnh vào đào tạo đội ngũ kỹ sư thiết kế chip bán dẫn.

Bên cạnh đó, NIC đang hợp tác với Tập đoàn Synopsys (Mỹ) để cung cấp phần mềm bản quyền đào tạo chip miễn phí cho các trường đại học trong thời gian tới. Cùng với việc ký kết hợp tác với các tập đoàn công nghệ lớn như Nvidia, Synopsys, Hiệp hội Bán dẫn Hoa Kỳ (SIA), Việt Nam tạo thuận lợi cho nguồn nhân lực sau khi đào tạo có cơ hội làm việc cho các tập đoàn hàng đầu thế giới.

CƠ HỘI LỚN CHO NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐIỆN TỬ VIỆT NAM

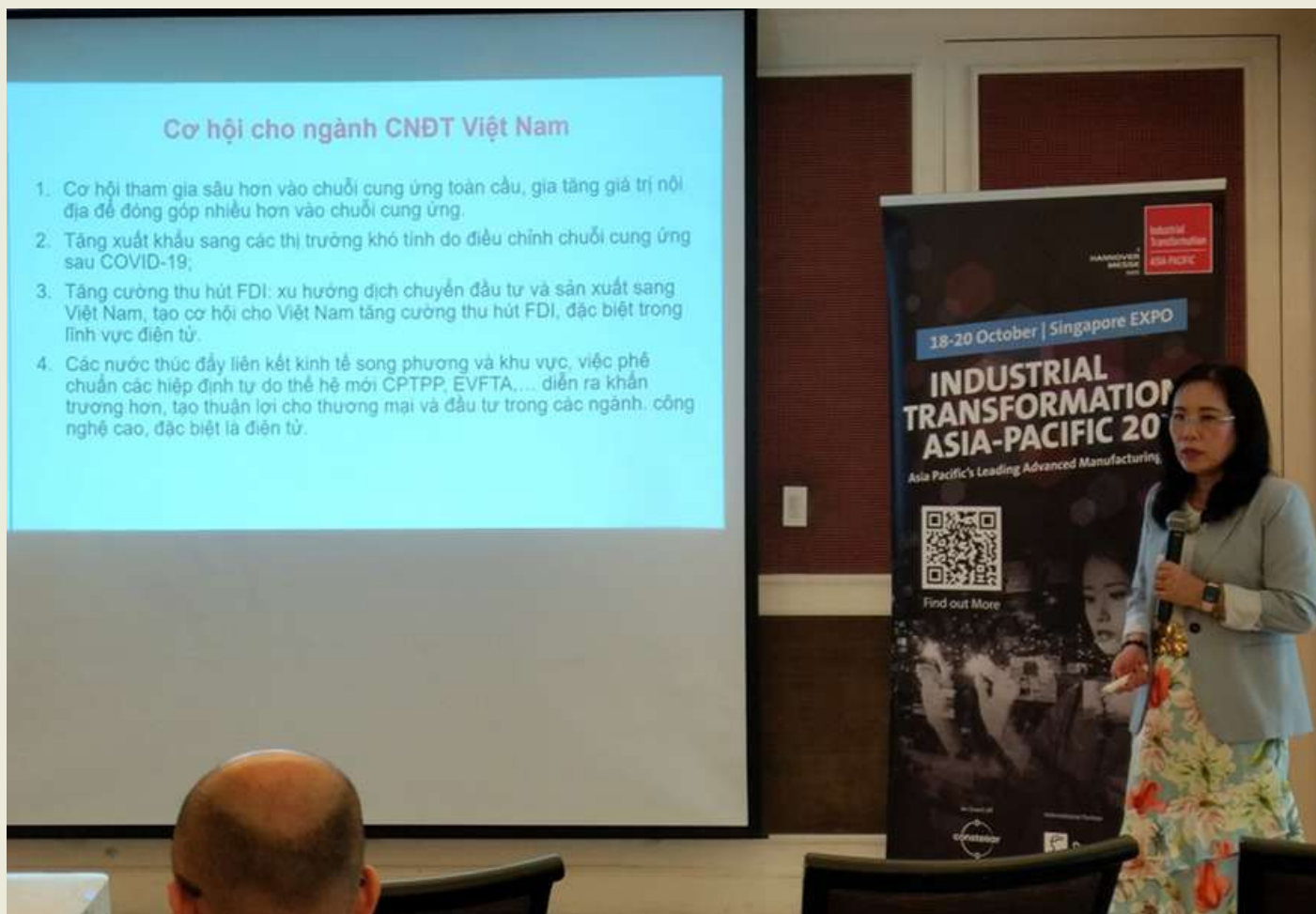
05



Nguồn: <https://vneconomy.vn/4-co-hoi-lon-cho-nganh-cong-nghiep-dien-tu-viet-nam.htm>

Dòng chuyển đầu tư và sản xuất đang mở ra những cơ hội đặc biệt lớn cho Việt Nam trong việc thu hút đầu tư FDI, đặc biệt là trong lĩnh vực sản xuất chip. Bên cạnh đó, doanh nghiệp điện tử Việt Nam cũng có thể tận dụng cơ hội tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu để gia tăng giá trị nội địa và đóng góp tích cực vào chuỗi cung ứng.

Tại Hội thảo kết nối công nghiệp 4.0 do Hiệp hội Doanh nghiệp Điện tử Việt Nam (VEIA) và tổ chức triển lãm ITAP 2023 tại Singapore ngày 10/5, Bà Đỗ Thị Thúy Hương, Ủy viên Ban chấp hành VEIA, Phó Chủ tịch Hiệp hội Công nghiệp Hỗ trợ Việt Nam (VASI), nhấn mạnh rằng chuỗi cung ứng toàn cầu đang trở thành chủ đề quan trọng trong bối cảnh dịch bệnh và chiến tranh đang thay đổi cấu trúc của chuỗi cung ứng toàn cầu.



Nguồn: <https://vneconomy.vn/4-co-hoi-lon-cho-nganh-cong-nghiep-dien-tu-viet-nam.htm>

Bà Đỗ Thị Thúy Hương, Ủy viên Ban chấp hành Hiệp hội Doanh nghiệp Điện tử Việt Nam (VEIA) chia sẻ những cơ hội của ngành công nghiệp điện tử Việt Nam.

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp lớn trong ngành công nghiệp điện tử đã dịch chuyển hoạt động từ thị trường quốc tế vào Việt Nam, tìm kiếm cơ hội sản xuất và mở rộng chuỗi cung ứng. Thông tin về một hãng công nghệ lớn triển khai sản xuất sản phẩm cao cấp tại Việt Nam là dấu hiệu tích cực, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu và gia tăng giá trị nội địa.

Bà Hương nhấn mạnh rằng, mặc dù có cơ hội, nhưng con đường vẫn còn nhiều thách thức, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp công nghiệp điện tử Việt Nam cần nỗ lực để theo kịp với các chuỗi cung tiên tiến nhất trên thế giới.

**THAM GIA SÂU
VÀO
CHUỖI CUNG ỨNG
TOÀN CẦU**

CƠ HỘI LỚN CHO NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐIỆN TỬ



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/thay-d-i-c-h-i-c-n-c-nh-xuc-x-c-ch-cai-6120219/>

TĂNG CƯỜNG XUẤT KHẨU ĐẾN CÁC THỊ TRƯỜNG KHÓ TÍNH



Việt Nam có cơ hội tăng cường xuất khẩu sang các thị trường khó tính và thị trường mới do sự điều chỉnh chuỗi cung ứng. Bà Hương chia sẻ rằng Hiệp hội doanh nghiệp điện tử Việt Nam đã tiếp đón nhiều đoàn doanh nghiệp từ châu Âu, Đông Âu, và Nga để kích thích đầu tư và xuất khẩu sản phẩm.

Xu hướng dịch chuyển đầu tư và sản xuất đang mở ra cơ hội để Việt Nam thu hút đầu tư FDI lớn và chất lượng, đặc biệt trong lĩnh vực sản xuất chip. Sự gia tăng đầu tư từ các hãng như Amkor là minh chứng cho sự hấp dẫn của thị trường Việt Nam. Các doanh nghiệp sản xuất chip khác cũng đang xem xét nghiên cứu và triển khai dự án đầu tư tại Việt Nam.



TĂNG CƯỜNG THU HÚT ĐẦU TƯ FDI CHẤT LƯỢNG

TẬN DỤNG

HIỆP ĐỊNH THƯƠNG MẠI TỰ DO CPTPP VÀ EVFTA

Import and export of electronic industry

Unit: Bill. USD

Source: analysis from data of the General Department of Customs (from 2018-2021) and the General Statistics Office of Vietnam (12-2022)



Nguồn: <https://vneconomy.vn/4-co-hoi-lon-cho-nganh-cong-nghiep-dien-tu-viet-nam.htm>

Các nước đang thúc đẩy liên kết kinh tế với Việt Nam thông qua các hiệp định thương mại tự do như CPTPP và EVFTA. Mặc dù thuế xuất khẩu đã giảm nhưng việc ký kết các hiệp định này mang lại cơ hội cho các doanh nghiệp công nghệ hàng đầu đầu tư vào Việt Nam, mở rộng cơ hội tham gia chuỗi cung ứng toàn cầu.

Đồng thời, ông Darren Seah, Giám đốc Danh mục ITAP, cho biết doanh nghiệp điện tử Việt Nam đang đối diện với cơ hội lớn để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, đặc biệt trong bối cảnh thị trường đang chuyển đổi từ truyền thống sang điện tử.

Tuy nhiên, bà Hương cũng nhận diện những rủi ro và thách thức trong chuỗi cung ứng, như vấn đề an ninh và thiếu hụt nguồn nhân lực kỹ năng.

Đối với các doanh nghiệp điện tử, việc định hình chiến lược theo hướng kinh tế số, tài chính xanh, và chuyển đổi xanh là quan trọng để đối mặt với những biến động trong thị trường.

Sau đợt tăng cường từ Covid-19, thói quen tiêu dùng mới đã xuất hiện, đặt ra yêu cầu về sự ứng dụng thực tế của sản phẩm và thiết bị điện tử. Các doanh nghiệp cần chú ý đến những thay đổi này để điều chỉnh chiến lược sản xuất và cạnh tranh trên thị trường. Hiệp hội doanh nghiệp điện tử sẽ hỗ trợ doanh nghiệp thông qua cung cấp thông tin về xu hướng, tư vấn pháp lý và hợp tác với các đối tác để nâng cao năng lực sản xuất và thương mại của ngành.



ĐỐI TÁC QUẢNG CÁO

COMIT CORPORATION

CÔNG TY ĐA QUỐC GIA VỀ VIỄN THÔNG VÀ CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

2019

COMIT Business R&D (tiền thân của **COMIT Smart Factory**) được thành lập, nghiên cứu và phát triển kinh doanh trên nền tảng IoT và AI

Năm 2003, Công ty COMIT Corporation được hình thành từ văn phòng đại diện của hãng ACTERNA (Công ty số 1 thế giới về Đo kiểm viễn thông, thuộc Top 500 doanh nghiệp lớn nhất của Mỹ).

Sau 18 năm phát triển, hiện COMIT đang hoạt động kinh doanh tại **03 quốc gia Việt Nam, Myanmar và Philippines** với hơn 250 nhân sự, hàng hóa dịch vụ được cung cấp tới **11 quốc gia ở 03 châu lục**.

2016

**COMIT Telecom
Philippines** được
thành lập tại
Philippines

2014

COMIT Telecom
Myanmar được
thành lập tại
Myanmar

2003

COMIT Telecom
Services được
thành lập, cung
cấp dịch vụ đo
kiểm và tối ưu
hóa mạng viễn
thông

2003

COMIT
Corporation
được thành lập
trên cơ sở
Acterna Việt Nam



Hiện tại, COMIT Corporation đang hoạt động trên **03 lĩnh vực Công nghệ cao: Viễn thông – Nhà máy thông minh – An ninh.**

Năm 2019, COMIT Smart Factory ra đời & là một bộ phận của COMIT, chuyên về các giải pháp tự động hóa, số hóa dữ liệu để giúp các nhà máy trở nên thông minh hơn, tăng năng suất & hiệu quả.



Viễn thông

Đo kiểm
Thiết kế & Tối ưu
Hệ thống Hỗ trợ Vận hành
& Kinh doanh
Chuyển đổi Số



Nhà máy Thông minh

Đo lường Chất lượng
Tự động hóa Quản lý Chất lượng
Số hóa Quản lý chất lượng
Kết nối dữ liệu máy móc

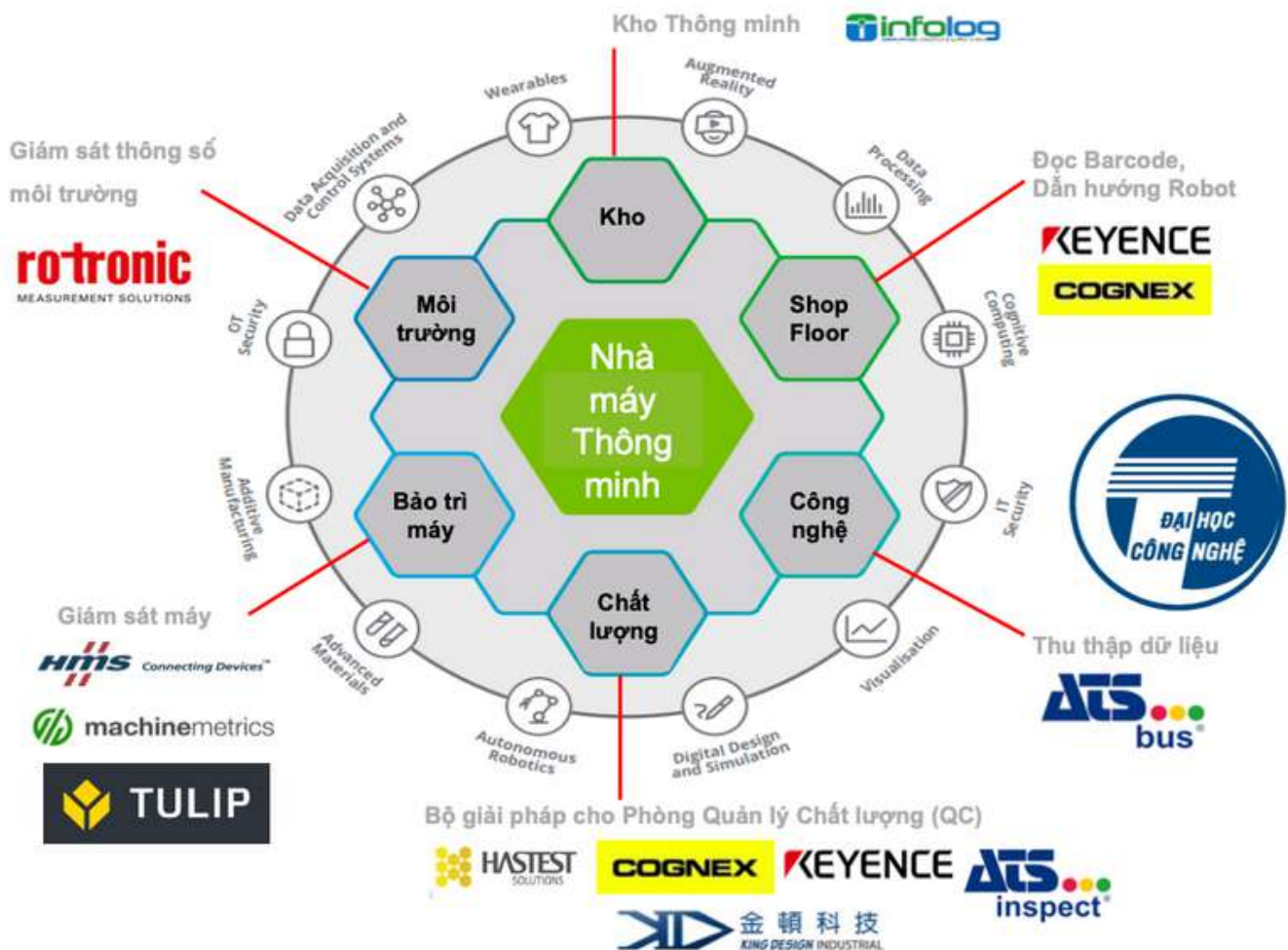


An ninh

Nhận dạng Sinh trắc học
 Camera Giám sát
 An ninh Điện tử Vòng ngoài
 Chế áp Drone, Radar

GIẢI PHÁP TOÀN DIỆN CHO SMART FACTORY

COMIT Smart Factory tự hào có giải pháp toàn diện cho Nhà máy thông minh ở cả 06 khu vực (theo khuyến nghị của Deloitte): Kho, ShopFloor, Công nghệ Sản xuất, Quản lý Chất lượng, Bảo trì máy, Môi trường sản xuất.



Chúng tôi chủ trương vừa hợp tác với các Nhà sản xuất uy tín hàng đầu thế giới như Mỹ, EU, Nhật Bản, Đài Loan,...để chuyển giao các công nghệ tiên tiến về Việt Nam. Đặc biệt COMIT có thỏa thuận hợp tác chiến lược với Đại học Công nghệ (Đại học Quốc gia Việt Nam) để phát triển, tùy biến các giải pháp độc đáo theo yêu cầu riêng của từng khách hàng tại Việt Nam.

Một số khách hàng nhà máy tiêu biểu của COMIT và các đối tác tại Việt Nam





COMPANY PROFILE

ETEK AUTOMATION SOLUTIONS

Về chúng tôi About us

Công ty Cổ phần Giải pháp Tự động hóa ETEK là một thành viên của Tân Phát Etek được thành lập năm 2006 với 3 lĩnh vực kinh doanh cốt lõi gồm: Giải pháp tự động hóa trong công nghiệp, Giải pháp về thiết bị đào tạo trong giáo dục, Giải pháp về thiết bị phục vụ dân sinh.

ETEK AUTOMATION SOLUTIONS JSC is a member of Tan Phat Etek established in 2006 with 3 core business areas including: Industrial automation solutions, Mining equipment solutions. created in education, Equipment solutions to serve people.

ETEK AUTOMATION SOLUTIONS

COMPANY PROFILE

Tầm nhìn - Visions

Tổng hợp trí tuệ tinh hoa và tiên phong đưa ra giải pháp tự động hóa toàn diện giúp nâng cao hiệu suất và năng suất lao động góp phần kiến tạo xã hội văn minh.

Synthesize elite intelligence and pioneer to offer comprehensive automation solutions to improve productivity and labor productivity, contributing to the creation of a civilized society.

Sứ mệnh - Missions

1. Tích hợp công nghệ và thiết bị thành giải pháp tự động hóa để đào tạo ra con người có trí tuệ tinh hoa.

1. Integrating technology and equipment into an automation solution to train people with quintessential intelligence.

2. Áp dụng các giải pháp tự động hóa nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất của doanh nghiệp và kiến tạo xã hội văn minh.

2. Apply automation solutions to improve production efficiency of enterprises and create a civilized society.

Triết lý kinh doanh - Business Philosophy

1. Cập nhật xu hướng công nghệ phù hợp.

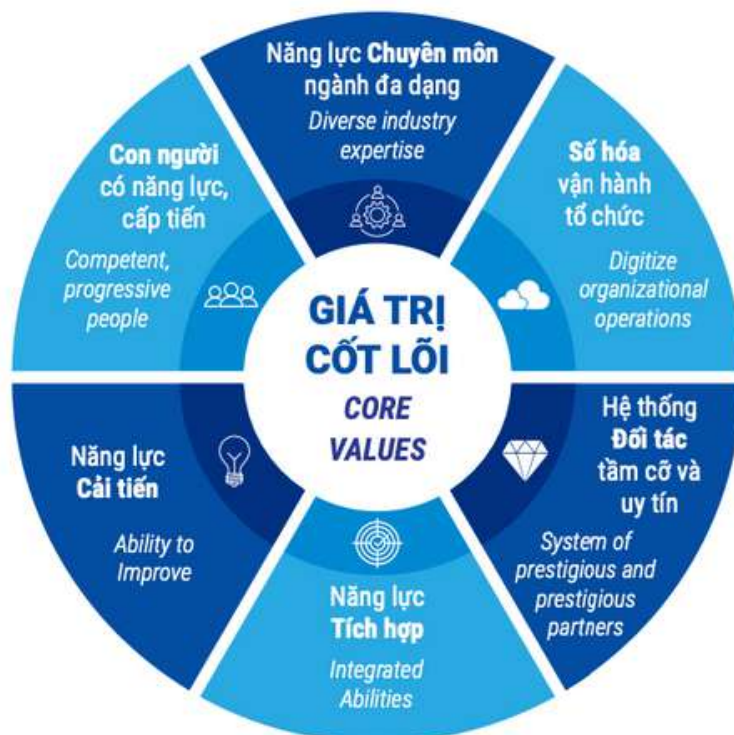
1. Update appropriate technology trends.

2. Vận hành theo hệ thống được cải tiến, linh hoạt chuyên nghiệp.

2. Operate according to te improved, flexible and professional system.

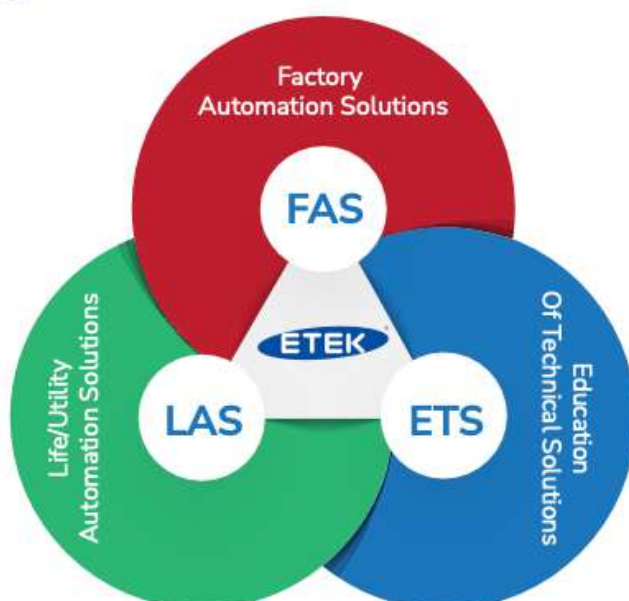
3. Thấu hiểu, chân thành, cam kết lợi ích hài hòa.

3. Sincere understanding, commitment to harmonize interests.



Sản phẩm & giải pháp theo lĩnh vực

Business section



GIẢI PHÁP TỰ ĐỘNG HÓA TRONG CÔNG NGHIỆP

FAS - FACTORY AUTOMATION SOLUTIONS

1. Ứng dụng về Robot - *Robotics Applications*
2. Máy và Thiết bị - *Machines and Equipment's*
3. Giải pháp vận chuyển và lưu trữ trong nhà máy - *Logistic Automation in Factories*
4. Dây chuyền sản xuất tự động - *Automation of production lines*
5. IOT



GIẢI PHÁP TỰ ĐỘNG HÓA TRONG GIÁO DỤC

ETS - EDUCATION OF TECHNICAL SOLUTIONS

1. Thiết bị đào tạo cho các trường Đại học, Cao đẳng và Dạy nghề
Technical training machines and equipment for Universities, Colleges and Vocational schools
2. Giải pháp đào tạo cho các trường Đại học
Solutions in technical teaching at Universities



GIẢI PHÁP TỰ ĐỘNG HÓA TRONG DÂN SINH

LAS - LIFE/UTILITY AUTOMATION SOLUTIONS

1. Hệ thống đỗ xe tự động - *Automated Parking Systems*
2. Vending Machines - *Máy bán hàng tự động*
3. Trạm sạc xe điện - *Electric vehicle charging station*



Sản phẩm & giải pháp theo ngành nghề

Products & solutions by industry



ỨNG DỤNG TRONG NGÀNH NGHỀ



Điện điện tử & Linh kiện
Electronics & Components



Ô tô & Linh kiện
Automotive & Components



Gia công chế tạo
Processing & manufacturing



Xây dựng & hạ tầng giao thông
Construction



Giáo dục & đào tạo nghề
Vocational education & training



Hàng tiêu dùng
Consumer goods



Thực phẩm đồ uống
Food & Beverages



Năng lượng mới
New energy



Hóa chất & thức ăn chăn nuôi
Chemicals & animal feed



Dệt may
Textile



Thiết bị gia dụng
Home appliances

06

**TẠI SAO CẦN
PHÁT TRIỂN
SẢN PHẨM
TRONG
DOANH NGHIỆP?**

TẦM QUAN TRỌNG CỦA PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM VỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DOANH NGHIỆP



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/people-inside-office-nC6CyrVBtkU>

Trong bối cảnh thị trường đa dạng như Việt Nam, Phát triển sản phẩm không chỉ là cách để duy trì, mà còn là chiến lược để thích ứng với sự biến động nhanh chóng của môi trường kinh doanh. Khả năng linh hoạt và sáng tạo trong sản phẩm đóng vai trò quyết định giữa sự thành công và thất bại của mỗi doanh nghiệp.



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/nh-ch-p-nhom-ng-i-dang-s-d-ng-macbook-trong-khi-th-o-lu-n-3182773/>



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/ng-i-cho-trai-cay-cho-ng-i-khac-95425/>

Bước quan trọng cho sự tăng trưởng

Việc khởi đầu kinh doanh có thể khó khăn, nhưng đó chỉ là một bước đầu tiên. Để thấy được sự tăng trưởng đáng kể, doanh nghiệp trẻ cần dành thời gian và nỗ lực cho việc phát triển sản phẩm. Điều này không chỉ mở rộng doanh số bán hàng mà còn mở ra nhiều cơ hội mới.

Tăng doanh thu và mở rộng thị trường

Phát triển sản phẩm không chỉ đơn giản là tạo ra cái mới. Nó còn là cơ hội để doanh nghiệp bán được nhiều hơn. Có nhiều cách để tăng doanh thu, và một trong những cách hiệu quả nhất là có nhiều sản phẩm để khách hàng lựa chọn. Điều này mở rộng thị trường và tăng cơ hội kinh doanh.



Nguồn: https://unsplash.com/photos/two-women-near-tables-GFrBMipOd_E

Đáp ứng nhu cầu tiềm ẩn của khách hàng

Người tiêu dùng chính là giám đốc tiếp thị tốt nhất. Phản hồi từ khách hàng giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn về nhu cầu và mong muốn của họ. Khi sử dụng thông tin này để phát triển sản phẩm, doanh nghiệp không chỉ tạo ra những sản phẩm đáp ứng nhu cầu thực sự mà còn xây dựng mối quan hệ mạnh mẽ với khách hàng.

TẦM QUAN TRONG CỦA PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM

Phát triển sản phẩm không chỉ là công việc, mà còn là nghệ thuật. Đối với doanh nghiệp trẻ, nó là chìa khóa để mở ra thế giới của sự thành công và phát triển lâu dài. Hãy nhìn xa hơn, lắng nghe khách hàng và luôn sẵn sàng đổi mới. Trong hành trình phát triển, doanh nghiệp trẻ sẽ không chỉ bán sản phẩm mà còn tạo nên câu chuyện về sự thành công và sự đổi mới liên tục của sản phẩm.



Nguồn: <https://pixabay.com/vi/illustrations/b%C3%B3ng-%C4%91%C3%A8n-%C3%BD-t%C6%B0%E1%BB%9Fng-c%E1%BA%A3m-h%E1%BB%A9ng-%C3%A1nh-s%C3%A1ng-4514505/>



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/tay-may-tinh-xach-tay-internet-cong-ngh-5632379/>

Đổi mới liên tục và cạnh tranh

Thị trường luôn biến động và để tồn tại, doanh nghiệp cần liên tục đổi mới. Phát triển sản phẩm không chỉ là về việc "làm mới" mà còn là về sự kiên trì và sẵn sàng dẫn đầu trong cuộc đua cạnh tranh. Các công ty dẫn đầu thường là những người không ngừng đổi mới để duy trì vị thế của họ.

Tạo trải nghiệm khách hàng độc đáo

Để phát triển không chỉ là về việc bán sản phẩm mà còn là về việc tạo ra trải nghiệm khách hàng độc đáo. Việc này tạo ra sự kết nối và lòng trung thành từ phía khách hàng. Mỗi sản phẩm không chỉ là một sản phẩm mà là một câu chuyện về sự sáng tạo và đổi mới.

CHÌA KHÓA CHO SỰ THÀNH CÔNG

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM TRONG THỊ TRƯỜNG ĐA DẠNG NHƯ VIỆT NAM

Trong thế giới kinh doanh ngày nay, thị trường tại Việt Nam không chỉ đa dạng về sản phẩm mà còn đa dạng về người tiêu dùng và nhu cầu. Đối mặt với sự biến động này, việc phát triển sản phẩm đúng đắn không chỉ là một chiến lược, mà là một chìa khóa quan trọng đối với sự thành công và bền vững của doanh nghiệp. Bài viết này sẽ đưa ra các cơ sở lý do và chiến lược phát triển sản phẩm linh hoạt, đồng hành cùng việc lấy người tiêu dùng làm trung tâm.

Trước hết, để hiểu rõ tại sao phát triển sản phẩm là quan trọng, chúng ta cần nhìn nhận sự đa dạng của thị trường Việt Nam hiện nay. Không chỉ là đa dạng về loại hình kinh doanh, thị trường còn phong phú về người tiêu dùng, từ người tiêu dùng trẻ đang theo đuổi xu hướng mới đến người tiêu dùng truyền thống vẫn giữ nguyên gu thẩm mỹ truyền thống.

**NOSIZE
FITSALL**

ARCHITECTING QUALITY OF LIFE

Nguồn: <https://www.facebook.com/onesizefitsnone/>

Nguồn: <https://www.facebook.com/onesizefitsnone/>

*Sự đa dạng này tạo ra một bức tranh phức tạp với nhiều yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn sản phẩm. Doanh nghiệp không thể áp dụng chiến lược **"one-size-fits-all"** mà cần phải linh hoạt điều chỉnh sản phẩm để đáp ứng nhu cầu đặc biệt của từng phân khúc khách hàng.*

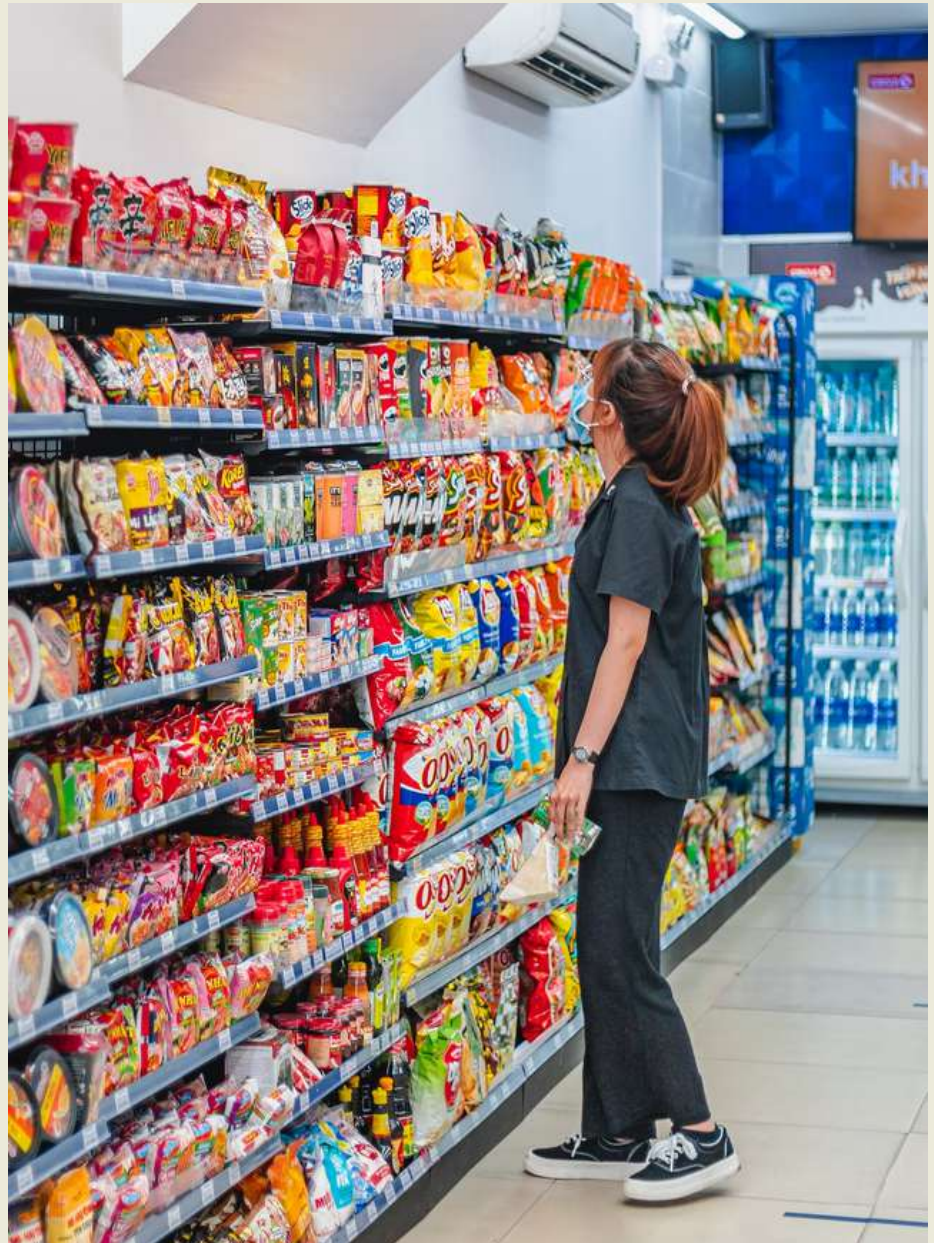
NHU CẦU THỊ TRƯỜNG

Phân Tích Xu Hướng và Ưu Tiên của Người Tiêu Dùng

Để phát triển sản phẩm một cách hiệu quả, việc phân tích xu hướng và ưu tiên của người tiêu dùng là không thể thiếu. Thị trường không ngừng biến động, và việc nắm bắt được xu hướng mới và sự thay đổi trong ưu tiên của khách hàng giúp doanh nghiệp duy trì sự cạnh tranh.

Hiểu rõ nhu cầu thị trường không chỉ giúp doanh nghiệp tạo ra sản phẩm phù hợp mà còn tạo ra cơ hội để nổi bật giữa đám đông. Điều này đặt ra câu hỏi: Tại sao doanh nghiệp cần phải hiểu rõ nhu cầu thị trường để phát triển sản phẩm?

Trước hết, điều này giúp giảm rủi ro. Việc phát triển một sản phẩm mà không dựa trên nhu cầu thị trường có thể dẫn đến việc rơi vào tình trạng "kho lạnh" với hàng tồn kho dồi dào và chi phí quảng cáo lớn mà không có sự quay lại từ phía khách hàng.



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/a-woman-standing-in-front-of-a-display-of-food-4BSmVhI8uKM>

Ngoài ra, hiểu rõ nhu cầu thị trường giúp doanh nghiệp xây dựng mối quan hệ vững chắc với khách hàng. Sự tận tâm đáp ứng đúng nhu cầu giúp tạo ra lòng tin, sự chung thủy và sự cam kết lâu dài từ phía khách hàng.

LẤY KHÁCH HÀNG LÀM TRỌNG TÂM - ĐÁP ỨNG NHANH CHÓNG VÀ CHÍNH XÁC

Một trong những thách thức lớn nhất đối với doanh nghiệp trong thị trường đa dạng như hiện nay là khả năng đáp ứng nhanh chóng và chính xác đến sự biến động của nhu cầu. Khách hàng ngày càng đòi hỏi sự linh hoạt và tốc độ trong cung cấp sản phẩm và dịch vụ.

Việc phát triển sản phẩm không chỉ là về việc tạo ra cái mới mà còn là về cách doanh nghiệp thích nghi với sự thay đổi của thị trường. Từ việc điều chỉnh giá cả, cải thiện tính năng đến việc tối ưu hóa trải nghiệm người dùng, tất cả phải được thực hiện một cách linh hoạt.

Làm thế nào sản phẩm có thể linh hoạt thay đổi để đáp ứng các ưu tiên khác nhau của khách hàng? Điều này đòi hỏi một quy trình linh hoạt và một sự chuẩn bị cẩn thận về chiến lược. Việc này có thể bao gồm việc duy trì một dãy sản phẩm **"core"** cố định, nhưng cũng giữ một khoản tiếp tục để thử nghiệm và phát triển các sản phẩm mới.



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/man-wearing-blue-crew-neck-shirt-dDYRYivNzbl>

KHẢO SÁT THỊ TRƯỜNG: NGHIÊN CỨU HIỆU QUẢ

Để đưa ra quyết định, không có công cụ nào quan trọng hơn là khảo sát thị trường. Điều này không chỉ giúp doanh nghiệp nhận biết được xu hướng tại thời điểm hiện tại mà còn là nguồn thông tin quý báu để dự đoán xu hướng tương lai.

Khảo sát thị trường cung cấp cái nhìn chi tiết và toàn diện về thị trường, từ đặc điểm cụ thể của khách hàng đến việc đánh giá cạnh tranh. Điều này không chỉ là công cụ đo lường hiệu suất mà còn là nguồn đầu tư quý báu cho sự sáng tạo và phát triển.

Tại sao việc hiểu rõ thị trường giúp tạo ra sản phẩm có giá trị? Vì thông qua việc nghiên cứu, doanh nghiệp có thể nhận ra những hỗn hợp chính xác của tính năng, giá trị và trải nghiệm khách hàng mà họ đang tìm kiếm. Điều này giúp tạo ra sản phẩm không chỉ đáp ứng nhu cầu mà còn tối ưu hóa giá trị cho cả doanh nghiệp và khách hàng.

Cuối cùng, để điều chỉnh và phát triển sản phẩm một cách hiệu quả, việc học hỏi từ các doanh nghiệp mẫu là không thể phủ nhận. Các doanh nghiệp mẫu không chỉ cho thấy cách họ đã đưa ra sản phẩm phù hợp với thị trường mà còn duy trì sự đổi mới và linh hoạt trong chiến lược kinh doanh của mình. Việc này có thể bao gồm việc tìm hiểu về cách họ tương tác với khách hàng, quy trình nghiên cứu và phát triển, cũng như cách họ quản lý sản phẩm trong chu kỳ sản xuất và tiếp thị.

Trong một thị trường ngày càng đa dạng và biến động, sự phát triển sản phẩm đúng đắn không chỉ là một chiến lược, mà là chìa khóa quyết định sự thành công và bền vững của doanh nghiệp. Bằng cách hiểu rõ và đáp ứng nhanh chóng sự đa dạng của thị trường, doanh nghiệp không chỉ tồn tại mà còn mở đường cho sự phát triển và định hình tương lai tích cực trong sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Hãy nhớ rằng, chìa khóa để đồng hành cùng xu hướng và ưu tiên của khách hàng không chỉ là về việc tạo ra sản phẩm, mà còn là về cách doanh nghiệp xây dựng và duy trì mối quan hệ với thị trường và khách hàng.



Nguồn: <https://www.hotcourses.vn/study-abroad-info/choosing-a-university/top-10-khoa-hoc-thac-si-phan-tich-kinh-doanh-nam-2018/>

PRODUCT

07

PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM TRONG DOANH NGHIỆP NHƯ THẾ NÀO?

Quá trình phát triển sản phẩm là một hành trình năng động và sáng tạo, bắt đầu từ việc nghiên cứu thị trường và thu thập ý kiến khách hàng để xác định nhu cầu và xu hướng. Sau đó, giai đoạn ý tưởng được hình thành, và các bộ phận liên quan bắt đầu hợp tác để đưa ý tưởng đó thành hiện thực.

Thiết kế sản phẩm không chỉ tập trung vào khả năng thực hiện mà còn đảm bảo tính thẩm mỹ và khả năng sử dụng. Giai đoạn sản xuất đòi hỏi sự chính xác và hiệu suất cao để đảm bảo chất lượng sản phẩm cuối cùng. Cuối cùng, việc đưa sản phẩm ra thị trường không chỉ là một bước quảng bá mà còn là cơ hội để lắng nghe và phản hồi từ người tiêu dùng, tạo nền tảng cho việc cải tiến liên tục và đáp ứng nhu cầu thị trường đang thay đổi.



Nguồn: <https://www.euromec.it/the-laboratory-solution-to-speed-up-research-and-development-of-your-products/>

PRODUCT DEVELOPMENT

5 BƯỚC PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM THEO DESIGN THINKING



Nguồn: MES LAB

Mỗi doanh nghiệp, đặc biệt là trong thời đại ngày nay, đều đối mặt với thách thức không ngừng của việc phát triển sản phẩm mới. Điều này không chỉ là một quy trình, mà là một hành trình sáng tạo đòi hỏi sự linh hoạt, tư duy chiến lược, và hiểu biết sâu sắc về thị trường. Dưới đây là 5 bước quan trọng để đưa sản phẩm của bạn đến đỉnh cao của sự thành công.

Sử dụng quy trình dựa theo Design Thinking (Tư duy thiết kế): Quy trình phát triển nhanh, để cao tạo mẫu và thử nghiệm, đặt khách hàng vào trung tâm.

ĐỒNG CẢM (EMPATHIZE)

Design Thinking là phương pháp tìm kiếm giải pháp từ góc nhìn của người sử dụng trực tiếp sản phẩm. Điều này đòi hỏi nhà lãnh đạo cần phải hiểu rõ hơn về ngành nghề của mình thông qua việc nghiên cứu thị trường, quan sát và trải nghiệm thực tế từ góc nhìn của khách hàng. Điều này giúp họ có cái nhìn sâu sắc và logic hơn về vấn đề, khó khăn và động lực ẩn sau nó. Đồng cảm là trụ cột quan trọng trong Design Thinking, giúp nhà lãnh đạo vượt qua các định kiến cá nhân để thấu hiểu sâu sắc về khách hàng và nhu cầu của họ.

Một là, đồng cảm (Empathize): Giai đoạn thấu hiểu để hiểu được những trăn trở, mong muốn của người tiêu dùng

Hai là, xác định vấn đề (Define): Xác định những suy nghĩ, lo lắng hoặc nhu cầu của người tiêu dùng để có cơ sở đúc kết được những insight cụ thể

Ba là, tạo ý tưởng (Ideation): Xác lập những ý tưởng có khả năng giải quyết và thỏa mãn những trăn trở cũng như nhu cầu kể trên

Bốn là, tạo mẫu (Prototype): Hiện thực hóa ý tưởng để kiểm chứng

Cuối cùng là thử nghiệm (Test): Đánh giá những ưu khuyết điểm của prototype để khắc phục và phát huy

XÁC ĐỊNH VẤN ĐỀ (DEFINE PROBLEM)

Ở bước này, dữ liệu từ bước Đồng cảm sẽ được tổng hợp và kết hợp để phân tích và xác định trọng tâm của vấn đề. Chủ doanh nghiệp cần nhìn nhận vấn đề với tâm điểm là con người. Thay vì xác định vấn đề dựa trên ý muốn cá nhân hoặc nhu cầu doanh nghiệp, hãy định nghĩa vấn đề theo góc nhìn của người tiêu dùng. Ví dụ, không chỉ nói "Chúng ta cần tăng 5% thị phần sản phẩm thực phẩm ở phân khúc teen nữ," mà còn định nghĩa rõ hơn thành "Teen nữ cần ăn thức ăn bổ dưỡng để phát triển toàn diện và khỏe mạnh."

THIẾT KẾ MẪU ĐỂ HỮU HÌNH HÓA Ý TƯỞNG (PROTOTYPE)

Ở bước này, bạn sẽ tạo ra mô hình hoặc sản phẩm mẫu để nghiên cứu và tìm kiếm giải pháp tốt nhất cho vấn đề. Sản phẩm mẫu có thể là bất cứ thứ gì, từ sản phẩm thức uống đến demo khóa học. Bằng cách này, doanh nghiệp có thể loại bỏ những sản phẩm không đạt yêu cầu và nâng cấp sản phẩm tốt nhất dựa trên phản hồi từ khách hàng.

TÌM Ý TƯỞNG (IDEATE)

Ở bước này, tư duy của bạn đã sẵn sàng tạo ra các ý tưởng sáng tạo. Dựa trên thông tin từ Đồng cảm và Xác định vấn đề, chủ doanh nghiệp có thể khám phá các giải pháp mới thông qua các phương pháp tư duy như Brainstorm, Brainwrite, Worst Possible Idea, SCAMPER. Quan trọng ở đây là tạo ra nhiều ý tưởng và giải pháp, sau đó chọn một số phương pháp để nghiên cứu và kiểm tra tính khả thi của chúng.

KIỂM TRA (TEST)

Đây là bước cuối cùng nhưng thường cần lặp lại trong quá trình Design Thinking. Liên tục thử nghiệm và thu thập phản hồi từ người dùng giúp doanh nghiệp cải tiến sản phẩm, dịch vụ. Phản hồi là chìa khóa để phát triển và hoàn thiện giải pháp, vì một giải pháp có thể phù hợp hôm nay nhưng không thích ứng vào ngày mai. Chủ doanh nghiệp cần duy trì sự linh hoạt để thay đổi sản phẩm dựa trên phản hồi thực tế và tạo ra những sản phẩm chất lượng và giải quyết vấn đề của khách hàng.

Với 5 bước chi tiết này, bạn không chỉ đang xây dựng một sản phẩm mới mà còn đang tạo ra một hành trình thành công cho doanh nghiệp của mình. Hãy để sự sáng tạo và chiến lược của bạn mở ra một chương mới của sự thành công.

HÀNH TRÌNH ĐỔI MỚI: NHỮNG RÀO CẢN VÀ CƠ HỘI CHO DOANH NGHIỆP TRẺ VIỆT NAM



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/businessman-hand-changing-direction-red-arrow-planning-a-new-business-strategy-going-in-a-better-direction-or-growing-up-3d-render-illustration-CxTjUKoe9S0>

Theo báo cáo mới nhất của Tổng cục Thống kê, Việt Nam đang chứng kiến sự phồn thịnh của môi trường doanh nghiệp với khoảng 760 nghìn doanh nghiệp và hơn 7 triệu hộ kinh doanh. Trong số này, doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm tới 97%, thể hiện sức sống và đóng góp lớn của doanh nghiệp trẻ trong cộng đồng kinh doanh Việt Nam.

Bứt phá khởi nghiệp: quốc gia hướng tới đổi mới sáng tạo

Gần đây, làn sóng khởi nghiệp tại Việt Nam đã trở nên mạnh mẽ hơn, đặc biệt sau quyết định của Chính phủ xác định năm 2016 là "Năm quốc gia khởi nghiệp". Giai đoạn 2017-2020 được đánh giá là thời kỳ mà nhiều công ty khởi nghiệp mới nổi lên, thúc đẩy tăng trưởng về số lượng doanh nghiệp trẻ.

Thách thức đối mặt: tỉ lệ thành công thấp và rào cản đổi mới sáng tạo

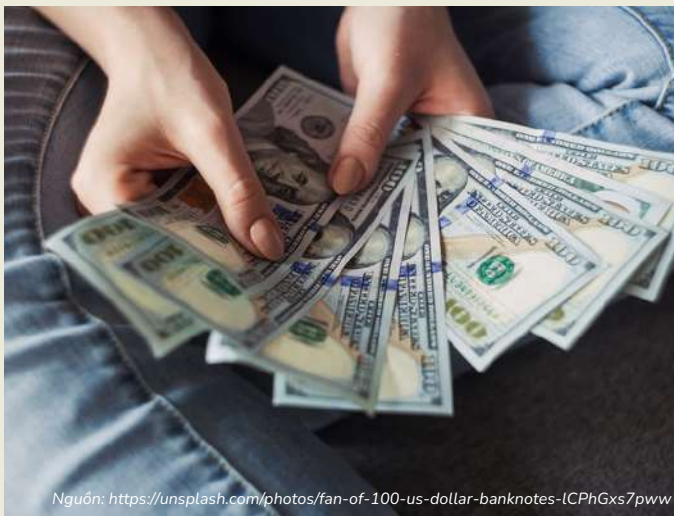
Tuy nhiên, theo các thống kê gần đây, chỉ có 3% trong số các startup mới thực sự đạt được thành công, được định giá từ 10 triệu USD trở lên, doanh thu từ 2 triệu USD, có từ 100 nhân viên, hoặc đã gọi vốn vòng 2 hoặc bán công ty với giá tốt. Một trong những nguyên nhân chính là do nhiều doanh nghiệp chưa thực sự sáng tạo và phụ thuộc nhiều vào mô hình kinh doanh quốc tế thay vì tìm ra ý tưởng nguyên bản phù hợp với điều kiện Việt Nam.

Nhờ các chính sách và cơ chế hỗ trợ cùng với các giải pháp triển khai, môi trường kinh doanh tại Việt Nam đã có những chuyển biến tích cực. Số lượng doanh nghiệp mới và doanh nghiệp tái hoạt động ngày càng tăng, đặc biệt là từ năm 2016, mỗi năm có thêm hơn 100 nghìn doanh nghiệp mới.

Các rào cản đổi mới sáng tạo đối với doanh nghiệp trẻ

Khái niệm "doanh nghiệp trẻ" không chỉ đơn thuần về thời gian hoạt động dưới 8 năm mà còn về những thách thức đặc thù.

Doanh nghiệp trẻ thường đối mặt với thiếu danh tiếng và hiểu biết pháp lý khiến việc xây dựng mối quan hệ và đối tác trở nên khó khăn. Rào cản tài chính, nhân sự, và môi trường quản lý cũng là những thách thức lớn đối với sự đổi mới sáng tạo.



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/fan-of-100-us-dollar-banknotes-ICPhGxs7pww>

Rào cản bên ngoài: Môi trường kinh doanh và hỗ trợ chính phủ

Môi trường kinh doanh, áp lực cạnh tranh, và thiếu thông tin là những thách thức từ bên ngoài. Sự hỗ trợ của Chính phủ thông qua chính sách, dự án phát triển, và cơ hội đầu tư mạo hiểm cần được tăng cường để giúp doanh nghiệp trẻ vượt qua những rào cản này.

Để phát triển bền vững và tồn tại trên thị trường, doanh nghiệp trẻ cần nhận thức rõ về những thách thức và cơ hội. Việc vượt qua rào cản đổi mới sáng tạo đồng nghĩa với việc xây dựng nền tảng cho sự phồn thịnh và định hình tương lai của doanh nghiệp Việt Nam.



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/man-standing-in-front-of-people-sitting-beside-table-with-laptop-computers-gMsnXqLLjp4>

Rào cản bên trong: Chi phí và nhân sự

Chi phí tài chính, đặc biệt là chi phí nghiên cứu và phát triển (R&D), là một rào cản lớn đối với doanh nghiệp trẻ.

Đầu tư vào R&D không chỉ là rủi ro mà còn khó kiểm soát hiệu quả, đặc biệt đối với doanh nghiệp quy mô nhỏ. Thiếu nhân sự chất lượng và khả năng tổ chức - quản lý cũng là rào cản bên trong đối với sự đổi mới sáng tạo.



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/hang-rao-g-mau-den-va-nau-2002161/>

Với sự hỗ trợ chuyên sâu, kỹ thuật chuyên nghiệp và sự đồng lòng từ lãnh đạo và các bộ phận khác, R&D có thể phát huy tối đa tiềm năng của mình. Nghịch lý tổ chức và triển khai bộ phận nghiên cứu không phải là vấn đề không thể giải quyết. Bằng cách hiểu rõ vấn đề, đào tạo và hỗ trợ đầy đủ, chúng ta có thể biến những thách thức này thành cơ hội và động lực mạnh mẽ cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp.

Hậu quả tiềm ẩn cho doanh nghiệp và đặc điểm chung của mặt bằng R&D ở Việt Nam

Tình trạng nghịch lý kéo dài có thể gây hậu quả lớn cho doanh nghiệp. Kết quả R&D không đạt được như kỳ vọng khiến lãnh đạo hoài nghi về năng lực của bộ phận này, nhân viên R&D trở nên chán nản, và các bộ phận khác tiếp tục đánh giá thấp R&D, tạo nên một vòng luẩn quẩn tiêu cực.

Tình trạng nghịch lý không chỉ xuất hiện trong một số doanh nghiệp, mà còn là đặc điểm chung của mặt bằng R&D ở Việt Nam, đặc biệt là trong khối sản xuất và chế tạo. Ngành hàng tiêu dùng-gia dụng có vẻ nhẹ nhàng hơn, nhưng vẫn tồn tại những điều cản trở và thách thức.

Giải pháp đào tạo R&D và hỗ trợ tận cùng R&D

Nhận thức về tình hình nghịch lý, đầu tiên, chúng ta cần thực hiện là một cuộc khảo sát hiện trạng để "phá băng" và tạo hành lang rõ ràng cho hoạt động của R&D. Việc làm rõ chức năng nhiệm vụ của R&D với lãnh đạo, xây dựng bản phác thảo BSC-KPI là bước quan trọng để định rõ mục tiêu và hiệu suất. Sau đó, là việc ngồi lại với bộ phận R&D, tìm hiểu đặc thù công việc và xây dựng KPI, chiến lược dài hạn và kế hoạch hành động ngắn hạn. Điều này giúp R&D tự chủ và kiểm soát công việc của mình, tránh bị đánh giá sai.

Trang bị kỹ năng và công cụ cho R&D và thành công ban đầu và tự tin tăng lên

Tiếp theo là trang bị những kỹ năng và công cụ cần thiết cho R&D. Các kỹ sư cần được đào tạo về quản lý dự án, phân công công việc và các công cụ hỗ trợ teamwork để có kết quả nhanh và chắc chắn hơn. Khi team R&D có những kết quả ban đầu (quick-win), sự tự tin và ủng hộ từ lãnh đạo sẽ lớn hơn. Điều này tạo điều kiện để R&D vào guồng vận hành đúng chức năng.



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/k-s-trong-x-ng-3862627/>



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/three-men-sitting-while-using-laptops-and-watching-man-beside-whiteboard-wD1LRb9OeEo>



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/vi-t-tay-dan-ba-ngh-thu-t-sang-t-o-4348403/>

08

PRODUCT CASESTUDY THÀNH CÔNG VÀ THẤT BẠI TRONG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM

Các casestudy thành công là bài học về sự hiểu biết thị trường, tập trung vào khách hàng và chiến lược tiếp thị linh hoạt. Ngược lại, những casestudy thất bại cung cấp những bài học về đánh giá sai lầm về thị trường, thiếu đổi mới, và quản lý dự án không hiệu quả. Nhìn nhận và học từ casestudy này giúp hình thành chiến lược phát triển sản phẩm bền vững.



PRODUCT DEVELOPMENT

HÀNH TRÌNH THẤT BẠI CỦA NOKIA: NỖI ĐAU CỦA NHỮNG QUYẾT ĐỊNH SAI LẦM

Nhìn lại quá khứ, Nokia - cái tên đã từng là đỉnh cao của ngành công nghiệp điện thoại di động, giờ đây lại là biểu tượng cho sự thất bại đầy đau đớn. Để hiểu rõ hơn về lý do mà họ đã mất mất vị thế của mình và để lại cho đối thủ cơ hội tỏa sáng, chúng ta cần nhìn sâu vào những quyết định sai lầm trong chiến lược phát triển sản phẩm của họ.

Chậm đổi mới và bảo thủ trong thiết kế

Một trong những sai lầm lớn nhất của Nokia là sự bảo thủ khi họ không chịu từ bỏ nền tảng Symbian cũ kỹ. Trong khi thế giới di động chuyển hướng vào smartphone và hệ điều hành mạnh mẽ, Nokia vẫn giữ đầu mình trong thế giới của điện thoại cơ bản. Điều này khiến họ bị tụt lại với sự đổi mới chậm chạp.

Sai lầm trong chiến lược định hướng

Nokia đã cố gắng dàn trải ở mọi phân khúc thị trường điện thoại, nhưng điều này đã hạn chế sự sáng tạo. Áp lực tăng trưởng ngắn hạn đã khiến đội ngũ phát triển không thể tập trung đầy đủ vào chất lượng sản phẩm. Việc này đã làm suy giảm sức sáng tạo và khiến họ mất dần khả năng cạnh tranh.

Nội bộ thiếu tiếng nói chung

Quyết định của CEO Jorma Ollila về sự chuyển đổi sang smartphone đã gặp phải sự đối lập nội bộ. Sự vội vã trong tái cấu trúc công ty đã tạo ra xung đột và hệ thống đánh giá mới đã tập trung quá mức vào số lượng, dẫn đến sự tan rã của nhóm lãnh đạo "The Five."



“CỐ GẮNG TÁI CẤU TRÚC NHƯNG VẪN KHÔNG THỂ CỨU ĐƯỢC NOKIA”

Chậm đổi mới và bảo thủ trong thiết kế

Khi nhận thức được sự chậm lại trong sáng tạo, Nokia thành lập một nhóm nhỏ để đẩy mạnh đổi mới. Tuy nhiên, họ chỉ tập trung vào cải tiến sản phẩm, chứ không khuyến khích sự cải tiến toàn diện ở mảng phần mềm, là một yếu điểm lớn.

Không phải chỉ do iPhone, mà là sự tan rã của nhóm lãnh đạo "The Five" đã làm chấm hết cho sự thăng trầm của Nokia. Các quyết định sai lầm về hệ điều hành và chiến lược định hướng đã khiến họ chìm sâu vào khủng hoảng. Hành trình thất bại của Nokia là một bài học đắt giá về tầm quan trọng của chiến lược phát triển sản phẩm và khả năng thích ứng trong môi trường kinh doanh ngày nay.



Nguồn: <https://unsplash.com/photos/nokia-building-photograph-0VR5DOVnVEA>

CHẶNG ĐƯỜNG HỒI SINH VÀ THÀNH CÔNG CỦA APPLE: “IMAC G3 VÀ CUỘC CÁCH MẠNG THIẾT KẾ”



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/ng-i-tay-ban-may-tinh-xach-tay-4065617/>

Trong những năm đầu thập kỷ 1990, Apple đối mặt với những khó khăn đáng kể, thậm chí đến nỗi có nguy cơ phá sản sau khi Steve Jobs, nhà sáng lập tài năng, bị đuổi khỏi công ty. Nhưng câu chuyện này không kết thúc bằng thất bại; ngược lại, nó là một hành trình đầy biến động đến sự phục hồi và vinh quang.

Giai đoạn quan trọng của sự tái sinh diễn ra từ năm 1997 đến 1998, khi Steve Jobs tái xuất và tiến hành một cuộc cải tổ toàn diện. Màn trình diễn xuất sắc nhất của họ trong giai đoạn này chính là chiếc máy tính iMac G3, một biểu tượng quan trọng của sự đổi mới và đẳng cấp.

Không chỉ là một chiếc máy tính, iMac G3 được biết đến như một tuyên ngôn về sự sáng tạo và phong cách khác biệt. Với màu sắc xanh biếc độc đáo, được đặt tên là Bondi Blue, iMac G3 làm nổi bật trước sự đơn điệu của những chiếc máy beige phổ biến vào thời điểm đó.

Thiết kế **all-in-one** của iMac G3 không chỉ làm thay đổi cách nhìn về máy tính, mà còn tạo ra một xu hướng mới với đường lượn thẩm mỹ đỉnh cao. Nó không chỉ là công nghệ, mà còn là nghệ thuật. Điều độc đáo không chỉ nằm ở thiết kế mà còn ở trải nghiệm người dùng. Một chiếc iMac G3 mới có thể được thiết lập và sử dụng chỉ trong khoảng dưới 10 phút, so với 30 phút của các máy tính thông thường khi đó. Điều này làm nổi bật cam kết của Apple đối với trải nghiệm người dùng và sự tiện lợi.

iMac G3 không chỉ là một sản phẩm thành công, mà còn là nguồn động viên cho sự đổi mới tiếp theo của Apple. Chiếc máy tính này đã chứng minh rằng, để trở lại đỉnh cao, không chỉ cần công nghệ, mà còn cần một cái nhìn độc đáo và sáng tạo về thiết kế. Apple đã mở ra một kỷ nguyên mới với iMac G3, và từ đó, họ không ngừng khẳng định vị thế của mình trong thế giới công nghệ.

SỰ ĐỘT PHÁ CỦA IMAC ĐẾN TỪ TỪNG CHI TIẾT NHỎ NHẤT



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/b-t-imac-beside-macbook-tren-ban-39284/>

iMac của Apple không chỉ là một chiếc máy tính cá nhân, mà là một kiệt tác kỹ thuật và thiết kế đã ghi dấu ấn sâu sắc trong lòng người tiêu dùng. Với hơn 350.000 chiếc bán ra chỉ trong vòng 3 tháng, iMac đã chinh phục người dùng bằng những đặc điểm độc đáo và ấn tượng.

Sự đột phá của iMac bắt đầu từ thiết kế bàn phím đến từng chi tiết nhỏ nhất. Bàn phím mang lại cảm giác sử dụng dễ dàng, thân thiện, làm cho việc tương tác trở nên trực quan và thoải mái. Điều độc đáo nhất là chức năng chống đổ nước, không chỉ làm tăng tính an toàn mà còn là lựa chọn tuyệt vời cho gia đình có trẻ em.

Kiểu dáng của iMac G3 đã làm thay đổi quan niệm về máy tính cá nhân. Với màu sắc Bondi Blue, nó không chỉ là một máy tính, mà là một tác phẩm nghệ thuật, gợi nhớ đến thiết kế boong bìa Coors Party Ball độc đáo. Âm thanh báo chống nước và chức năng phím nghỉ màn hình là những tiện ích tinh tế, làm cho iMac trở thành một trợ thủ đáng tin cậy.

BÍ QUYẾT THÀNH CÔNG TRONG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM - HIỂU ĐÚNG KHÁCH HÀNG

Điều quan trọng nhất là sự đồng thuận sắc nét giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng. Bạn có bao giờ tự hỏi: "Khách hàng của chúng ta cần gì? Họ muốn những tính năng nào? Họ sẵn sàng trả bao nhiêu tiền để có được sản phẩm mong muốn?"

Trong thời đại ngày nay, khi thị trường đầy ắp với những dòng sản phẩm công nghệ tương tự nhau, điểm khác biệt không chỉ nằm ở công nghệ hay cấu hình máy, mà quan trọng hơn, là ở khả năng hiểu rõ và đáp ứng chính xác đến nhu cầu của khách hàng.

Trong quá trình phát triển sản phẩm, việc hiểu rõ về yêu cầu của thị trường chính là chìa khóa quyết định. Điều quan trọng là phải hiểu cấu hình mà khách hàng đang tìm kiếm, những tính năng nào là quan trọng với họ, và mức giá mà họ sẵn lòng chi trả.



Nguồn: <https://www.pexels.com/vi-vn/anh/ng-i-dan-ong-d-ng-ben-c-nh-ng-i-dan-ong-dang-n-m-gi-clb-xam-1325735/>

Những yếu tố này sẽ định hình không chỉ hình dáng mà còn chất lượng và giá trị của sản phẩm.

Sự thành công của một sản phẩm không chỉ đến từ những tính năng độc đáo, mà còn ở sự tin cậy, an toàn, ổn định và bền bỉ. Những đặc tính này không chỉ tạo nên sản phẩm ứng ý với khách hàng mà còn giúp xây dựng lòng tin và mối quan hệ lâu dài. Ngược lại, thất bại xuất phát từ việc sản phẩm không thể đáp ứng hoặc thậm chí làm tăng nhu cầu của khách hàng.

Nếu doanh nghiệp không thể đọc được xu hướng thị trường, không thể hiểu đúng mong muốn của khách hàng, thì việc tạo ra một sản phẩm hấp dẫn trở nên khó khăn.

“*Khi doanh nghiệp thấu hiểu sâu sắc về đối tượng mục tiêu, khơi dậy, và đáp ứng tốt nhất những nhu cầu của họ, sản phẩm có khả năng đạt được thành công cao hơn. Điều này không chỉ là kết quả của sự hiểu biết sâu sắc về đối tượng mục tiêu, mà còn là sự sáng tạo trong việc đưa ra giải pháp đúng đắn và mang lại giá trị đặc biệt cho khách hàng.*”

OPEN PD

Phát triển sản phẩm là quá trình không từng tạo ra và cải tiến các sản phẩm dịch vụ mới để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường bao gồm nhiều bước phức tạp từ ý tưởng ban đầu đến nghiên cứu và phát triển (R&D), thiết kế, thử nghiệm, sản xuất, và cuối cùng là đưa sản phẩm ra thị trường.

Trên thế giới, lĩnh vực phát triển sản phẩm đã trở thành một ngành công nghiệp phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, tại Việt Nam, việc khan hiếm nguồn lực chuyên sâu trong ngành Phát triển sản phẩm và các lĩnh vực liên quan (Product Marketing, R&D, Thiết kế sản phẩm,...) dẫn đến những “Sản phẩm của người Việt” làm ra chưa thực sự đủ tốt và chưa có sức cạnh tranh với sản phẩm của nước ngoài. Ngoài ra, ý thức về sự quan trọng của phát triển sản phẩm và sự đổi mới vẫn còn hạn chế.

Với đội ngũ chuyên gia được đào tạo chuyên sâu trong ngành phát triển sản phẩm và kinh nghiệm thực chiến ở nhiều đơn vị khác nhau, MES LAB phối hợp cùng Nova & Co. ra mắt chương trình OpenPD với mong muốn đóng góp sức mình chia sẻ những kiến thức kinh nghiệm được tích lũy trong suốt thời gian qua đến cộng đồng học viên, các chuyên gia trong ngành và quý doanh nghiệp có nhu cầu tìm hiểu về phát triển sản phẩm nói chung.

OpenPD là một nền tảng thư viện trực tuyến bao gồm các tài liệu, biểu mẫu, quy trình thực hiện, mã nguồn, bản vẽ, và dữ liệu thiết kế và các phương pháp liên quan trong lĩnh vực phát triển sản phẩm được biên soạn và chia sẻ một cách bài bản. Đặc biệt, trong năm 2024, OpenPD sẽ chia sẻ các tài liệu là các nguồn sách uy tín. Mở đầu trong dự án OpenPD 2024 là hoạt động Kick-off chia sẻ miễn phí 3 cuốn sách về Phát triển sản phẩm và tư liệu bài giảng sẵn có được biên soạn và thực hiện bởi MES LAB trên diễn đàn meslab.org



Nova
MES LAB Founder

11 phút trước

OpenPD by MES LAB Innovation chia sẻ tới quý bạn file PDF của cuốn "Cẩm nang Phát triển sản phẩm (2015)"

- Đây là cuốn tài liệu tham khảo dành cho những ai bắt đầu tìm hiểu về Phát triển sản phẩm.
- Tài liệu này được viết trên nền tảng tư duy Design Thinking với những minh họa đơn giản, trực quan, dễ hiểu.
- Tài liệu phù hợp với các bạn sinh viên, startups và những người mới tiếp xúc với lĩnh vực này.

Lưu ý

Không chỉ là một nguồn tài liệu đáng tin cậy, MES LAB mong rằng chương trình OpenPD sẽ góp phần nhỏ bé lan tỏa kiến thức để Việt Nam có thêm nhiều người quan tâm đến Phát triển sản phẩm, tham gia học tập, đào sâu thực hành, góp sức cho các doanh nghiệp xây dựng những team PD mạnh mẽ và sáng tạo. Đồng thời, chúng tôi rất hi vọng nhận được sự quan tâm và đóng góp và hợp tác đến từ cộng đồng học viên, chuyên gia và quý đối tác!

VINNOTEK

INNOVATION FOR LIFE



TECH SERIES 2024

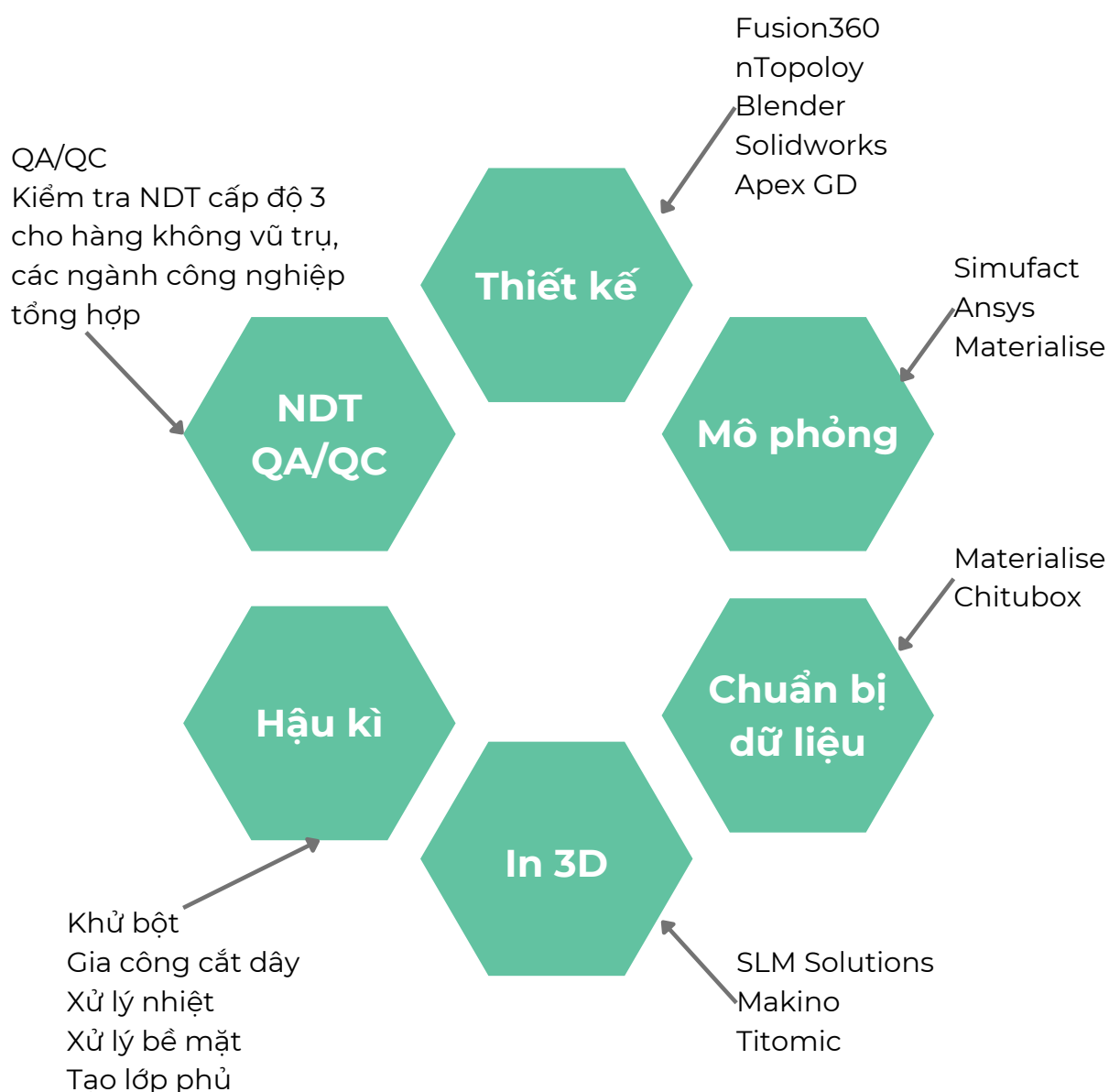
Hanoi - 13/01/2024

- IN 3D
- CÔNG NGHỆ SỐ
- CÔNG NGHIỆP ĐIỆN TỬ
- KẾT NỐI CÔNG NGHỆ

☎ 0975.413.817

🌐 vinnotek.com

Dịch vụ



Sự kiện TECH SERIES 2024 được tổ chức bởi Mes Lab vào ngày 13/1/2024 tại Hà Nội. Đây hứa hẹn sẽ là một sự kiện bùng nổ mang đến cho khách tham quan cơ hội gặp gỡ các công ty công nghệ lớn hiện nay. Sự kiện sẽ tạo ra một môi trường giao lưu giữa các doanh nghiệp, nhằm giới thiệu những công nghệ mới từ các công ty hàng đầu trong nhiều ngành nghề như công nghiệp điện tử, gia công kim loại và sản xuất, in 3D, v.v.

Vinnotek vinh dự là nhà tiên phong trong lĩnh vực in 3D kim loại tại Việt Nam, sẽ tham gia sự kiện TECH SERIES 2024 nhằm trình bày các sản phẩm in 3D bằng nhiều vật liệu với đa dạng ứng dụng trong nhiều ngành nghề khác nhau như: cấy ghép y tế, ô tô, năng lượng, dầu khí,...

Hãy ghé thăm qua gian hàng của Vinnotek tại sự kiện TECH SERIES 2024 để có thể có cái nhìn rõ nét hơn về ngành công nghiệp in 3D hiện nay tại Việt Nam!

Tổng quan:

CoolHome là thương hiệu trực thuộc Công ty TNHH IGA VIỆT NAM với gần 10 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực nội thất. CoolHome là một trong những nhà tiên phong, dẫn đầu trong việc cung cấp các sản phẩm nhà tiên chế di động hiện đại và tiện ích. Với cam kết đem đến cho khách hàng không chỉ đơn giản là một ngôi nhà mà còn là một trải nghiệm sống mới lạ và thuận tiện, CoolHome đã tạo ra những thiết kế sáng tạo, kết hợp giữa tiện nghi và tính di động.

Sứ mệnh của CoolHome không chỉ dừng lại ở việc cung cấp sản phẩm chất lượng, mà còn nằm ở việc thúc đẩy sự đổi mới trong ngành công nghiệp xây dựng, tạo ra những không gian sống thông minh, hiện đại và tiết kiệm năng lượng. Bằng cách kết hợp sự sáng tạo với công nghệ tiên tiến, CoolHome hứa hẹn sẽ đem đến cho khách hàng những giải pháp nhà ở linh hoạt, hiện đại, thân thiện với môi trường và dễ dàng di chuyển.

Không chỉ là nhà sản xuất, CoolHome còn là đối tác tin cậy, đem đến sự tư vấn chuyên nghiệp và hỗ trợ toàn diện cho khách hàng trong quá trình lựa chọn, vận chuyển và lắp đặt sản phẩm. Tất cả nhằm mục tiêu tạo ra những trải nghiệm sống độc đáo và tiện ích nhất cho khách hàng.

Ý nghĩa logo:

Biểu tượng logo được lấy cảm hứng từ hình ảnh những ngôi nhà thông minh tạo thành chữ cái C - thể hiện cho tên thương hiệu CoolHome. Bằng các đường nét tinh gọn, tối giản mang tính công nghệ và tạo nhịp điệu thể hiện tính chuyển động cao. Hàm ý về những ngôi nhà với phong cách và xu thế hiện đại, nhỏ gọn và tiện nghi có thể linh hoạt di chuyển dễ dàng.

Ý nghĩa thương hiệu:

CoolHome không chỉ đơn thuần là một nhà sản xuất nhà tiên chế di động, CoolHome còn là biểu tượng của một phong cách sống hiện đại. Với tên gọi gợi mở một không gian "Cool" - "mát mẻ", chúng tôi không những tạo ra những căn nhà kết hợp tinh tế giữa tiện ích và phong cách, mà còn là nơi ước mơ cảm hứng, sự sáng tạo và cái nhìn mới về cuộc sống hiện đại.

3

VẬT LIỆU

- 
Sắt hộp Hòa Phát
 Kích thước: 100 x 100 x 2
 Công nghệ: sắt mạ kẽm
- 
Xốp chống nóng cách nhiệt
 Độ dày: 60mm
 Công nghệ: chống nóng, cách nhiệt
- 
Nội thất Gỗ công nghiệp cao cấp
 Công nghệ: chống ẩm, chống xước
 Kích thước: 2440 x 1220 x 17



- Gỗ Plywood Victory**
 Kích thước: 2440 x 1220 x 9
 Công nghệ: gỗ dán công nghiệp
- 
Vỏ làm bằng Nhôm A5052
 Độ dày: 2.0mm
 Hợp kim nhôm chế tạo hàng không
- 
Tấm ốp than tre
 Kích thước: 2440 x 1220 x 5
 Công nghệ: lõi than tre, bề mặt nhôm
- Sàn nhựa cao cấp Hải Phát**
 Công nghệ: chống nước, chống xước

13

GIẢI PHÁP

NHÀ THÔNG MINH
VCONNEX

Giải pháp nhà thông minh Vconnex phù hợp với mọi nhu cầu. Bạn có thể sử dụng một thiết bị, một giải pháp đơn lẻ hay linh hoạt nâng cấp lên cả giải pháp tổng thể ngôi nhà mà không phải thay đổi thiết bị sẵn có.

-  An toàn điện thông minh
-  Giám sát năng lượng thông minh
-  Chiều sáng thông minh
-  An ninh thông minh
-  Gia dụng thông minh
-  Rèm thông minh
-  Môi trường thông minh
-  Sân vườn thông minh
-  Điều khiển giọng nói
-  Kịch bản thông minh

VCONNEX

5

vconnex.vn

Làm chủ nền tảng IoT Phát triển thiết bị ưu việt

- 1** Một thiết bị có thể hoạt động độc lập hoặc tham gia giải pháp lớn không giới hạn.
- 2** Thiết bị có thể được cập nhật tính năng mới từ xa, nâng cấp trải nghiệm.
- 3** Tốc độ xử lý thông tin nhanh, ổn định, tính bảo mật cao.
- 4** Khả năng phổ cập trên diện rộng
 - + Không cần thay đổi hạ tầng điện sẵn có
 - + Dễ dàng lắp đặt, cấu hình bởi mọi kỹ thuật điện
- 5** Tất cả trên một ứng dụng Vhomenex
 - + Số hóa một cách chân thực nhất ngôi nhà của bạn.
 - + Đa tính năng tiện ích, thân thiện với mọi gia đình Việt.
 - + Hiểu thói quen và chăm sóc gia đình bạn.

Các biểu tượng và ý nghĩa

-  Tự động cập nhật tính năng mới OTA
-  Điều khiển bằng giọng nói
-  Hẹn giờ tự động
-  Điều khiển tại nhà khi không có internet
-  Sản phẩm Made in Vietnam

Please experience the best choice for drinking water and foods by PUREAL FOOD SERVICE system.

hybridhome

Maxtream^{hybrid}



Invisible World, **pico**gram Technology!



Global brand **PUREAL**



¹ Publicly listed subsidiary of Siemens; Siemens' share in Siemens Healthineers is 75%

Our market-leading business units address our customers' needs for automation, services and software

Key figures FY23: €20.6bn Orders | €21.9bn Revenue | 22.6% Profit Margin | 77,000 Employees



Factory Automation

- Automation products
- Engineering software
- SCADA software
- Systems for production machines
- Industrial Edge



Motion Control

- Drives
- Motors
- Machine tool systems
- Additive manufacturing
- Industrial Edge for machine tools and drive technology



Process Automation

- Automation systems and software for process industries
- Process instrumentation and analytics
- Industrial communication and identification
- Power supply systems



Customer Services

- Lifecycle Services
- Artificial Intelligence Services
- Remote Services
- SITRAN/E-learning
- Digital Enterprise Services with consulting, implementation, and optimization approach



Software (industrial)

- Product Lifecycle Management
- Electronic Design Automation
- Manufacturing Operations
- XCelerator Cloud
- Industrial IoT and Low-code

Solutions for focus industry verticals

Page 5 Unrestricted | © Siemens 2023 | Siemens Vietnam | Digital Industries | 2023

SIEMENS

Siemens accompanies industries in digital transformation



ĐÈN LED TLC

ỨNG DỤNG TIỆN ÍCH ĐẦU TIÊN DÀNH CHO THỊ ĐIỆN TẠI VIỆT NAM

Ứng dụng ĐÈN LED TLC trên mobile giúp Đại lý trên toàn quốc có thể kiểm soát và "giải phóng" hàng tồn kho một cách hiệu quả. Từ đó gia tăng năng lực cạnh tranh và nâng cao uy tín cho Đại lý. Tối ưu các trải nghiệm, ứng dụng ĐÈN LED TLC chính là cầu nối quan trọng giữa NSX > Đại lý > Thị điện. Rút ngắn quy trình, thủ tục phức tạp và tiếp cận cuộc sống số trong kỷ nguyên công nghệ.

Quý khách có thể sử dụng app ĐÈN LED TLC để:

- Quản lý hàng hóa: Ngay từ nhập hàng và quét mã QR, hệ thống đã giúp bạn quản lý danh sách hàng hóa của mình từ nhãn hiệu, chủng loại, số lượng, ngày nhập/xuất kho hàng... Mọi hoạt động và thông tin được cập nhật nhanh, chính xác, giúp công việc quản lý của tiệm dễ dàng hơn bao giờ hết.
- Tiếp cận khách hàng tiềm năng: Khi cung cấp ứng dụng ĐÈN LED TLC cho thị điện hoặc người tiêu dùng, họ sẽ có cơ hội để trải nghiệm các tính năng thông minh, chuyên nghiệp. Đó cũng là một trong những yếu tố để khách hàng lựa chọn và tin tưởng vào sản phẩm của ĐÈN LED TLC.
- Thu hút lượng khách hàng đang có: Đại lý có thể chia sẻ, giới thiệu tài khách hàng ứng dụng thông minh để tham gia các chương trình ưu đãi với hàng nghìn quà tặng giá trị. Từ đó xây dựng cộng đồng khách hàng thân thiết và trung thành với Đại lý.
- Nhận ưu đãi hấp dẫn từ nhà sản xuất: Mỗi ngày mở ứng dụng, chủ Đại lý sẽ luôn được thông báo về nhiều chương trình ưu đãi hấp dẫn với hướng dẫn chi tiết.



Cách tải app "ĐÈN LED TLC" trên điện thoại:

- Cách 1: Mở App Store hoặc CH Play, gõ: "ĐÈN LED TLC" và tải về máy.
- Cách 2: Quét mã QR CODE phía trên để tải app



Cách đăng nhập ứng dụng "ĐÈN LED TLC"

Thị điện:

- Bước 1: Mở app "ĐÈN LED TLC"
- Bước 2: Chọn mục "Tài khoản" và click vào "Đăng ký"
- Bước 3: Nhập số điện thoại và mật khẩu
- Bước 3: Nhập mã xác thực OTP được gửi đến điện thoại và chọn "Xác nhận".

Đại lý:

- Bước 1: Mở app "ĐÈN LED TLC"
- Bước 2: Nhập số điện thoại và mật khẩu do TLC cung cấp.

Cách kích hoạt bảo hành điện tử trên ứng dụng "ĐÈN LED TLC"

- Bước 1: Chọn biểu tượng "QR Code" phía dưới cùng ứng dụng "ĐÈN LED TLC"
- Bước 2: Quét mã QR trên sản phẩm cần kích hoạt bảo hành.
- Bước 3: Chọn mục "Kích hoạt bảo hành" và xác nhận tích điểm.



Hướng tới mục tiêu nội địa hóa sản phẩm, tạo ra các sản phẩm Made in Vietnam, Tập đoàn TLC Việt Nam đã quyết định thành lập Công ty cổ phần Thiên Lộc Plastic. Với quy mô 5000m², Thiên Lộc Plastic được trang bị dây chuyền sản xuất LED dây hiện đại, tự hào là một trong những thương hiệu đầu tiên tại Việt Nam làm ra sản phẩm đèn LED dây chiếu sáng 100% tại Việt Nam.



ĐÈN LED DÂY 2835 BÁN NGUYỆT NEW	
Chiều dài	100m
Cân nặng	10kg ± 0.5kg
Số lượng mỗi LED	150
Công suất	8 W/m
Điện áp	AC 85-265
Bảo hành	24 tháng tại nhà
TLC-02835NEW/100-8W	4.334.000*
TLC-02835NEW/100-8W-01	5.534.000*

ĐÈN LED DÂY 2835 BÁN NGUYỆT NEW	
Chiều dài	100m
Cân nặng	12kg ± 0.5kg
Số lượng mỗi LED	150
Công suất	8 W/m
Điện áp	AC 85-265
Bảo hành	24 tháng tại nhà
TLC-02835NEW/100-8W	5.372.000*
TLC-02835NEW/100-8W-02	6.867.000*



MÃ SẢN PHẨM	TÊN SẢN PHẨM	ĐƠN GIÁ
TLC-DY1-PK01	Nguồn 2835 (10m)	34.000
TLC-DY3-PK01	Nguồn 5730 (12m)	34.000
TLC-DY3-PK02	Nguồn 3014 (5m)	67.000
TLC-DY1-PK04	Nguồn 2835 3 màu	67.000

Thành lập 22 - 06 - 2015, với niềm tin mạnh mẽ vào sự phát triển của nền công nghiệp Việt Nam với chất lượng tiêu chuẩn quốc tế, Công ty Cổ phần V-PROUD là doanh nghiệp tiên phong tìm kiếm, nghiên cứu, cung cấp giải pháp quản lý chất lượng tiên tiến, hiệu quả cao, tối ưu chi phí; đồng thời phát triển dịch vụ chuyên nghiệp, tiêu chuẩn quốc tế, chuyển giao bài bản giúp nhà máy tối đa hóa hiệu năng sử dụng thiết bị.

LĨNH VỰC HOẠT ĐỘNG CHÍNH

1. Phân phối và bán lẻ thiết bị đo
2. Tư vấn, thiết kế giải pháp đo lường, kiểm tra theo yêu cầu
3. Dịch vụ kỹ thuật
4. Cung cấp dịch vụ QC & cho thuê thiết bị đo lường
5. Đào tạo nhân sự đo lường, QA, QC chuyên nghiệp

ĐỐI TÁC



PHIÊN BẢN CMM ĐẶC BIỆT

1. Nhà sản xuất Mora Metrology (Đức), 115 năm sản xuất thiết bị đo
2. Độ chính xác từ 2.2 um
3. Độ bền và ổn định cao
4. Tối ưu phần cứng theo ứng dụng, tiết kiệm chi phí đầu tư
5. Phần mềm dễ sử dụng, lập trình trực tiếp trên file 3D
6. Tiết kiệm 50% chi phí dịch vụ

Liên hệ chúng tôi

CÔNG TY CỔ PHẦN V-PROUD

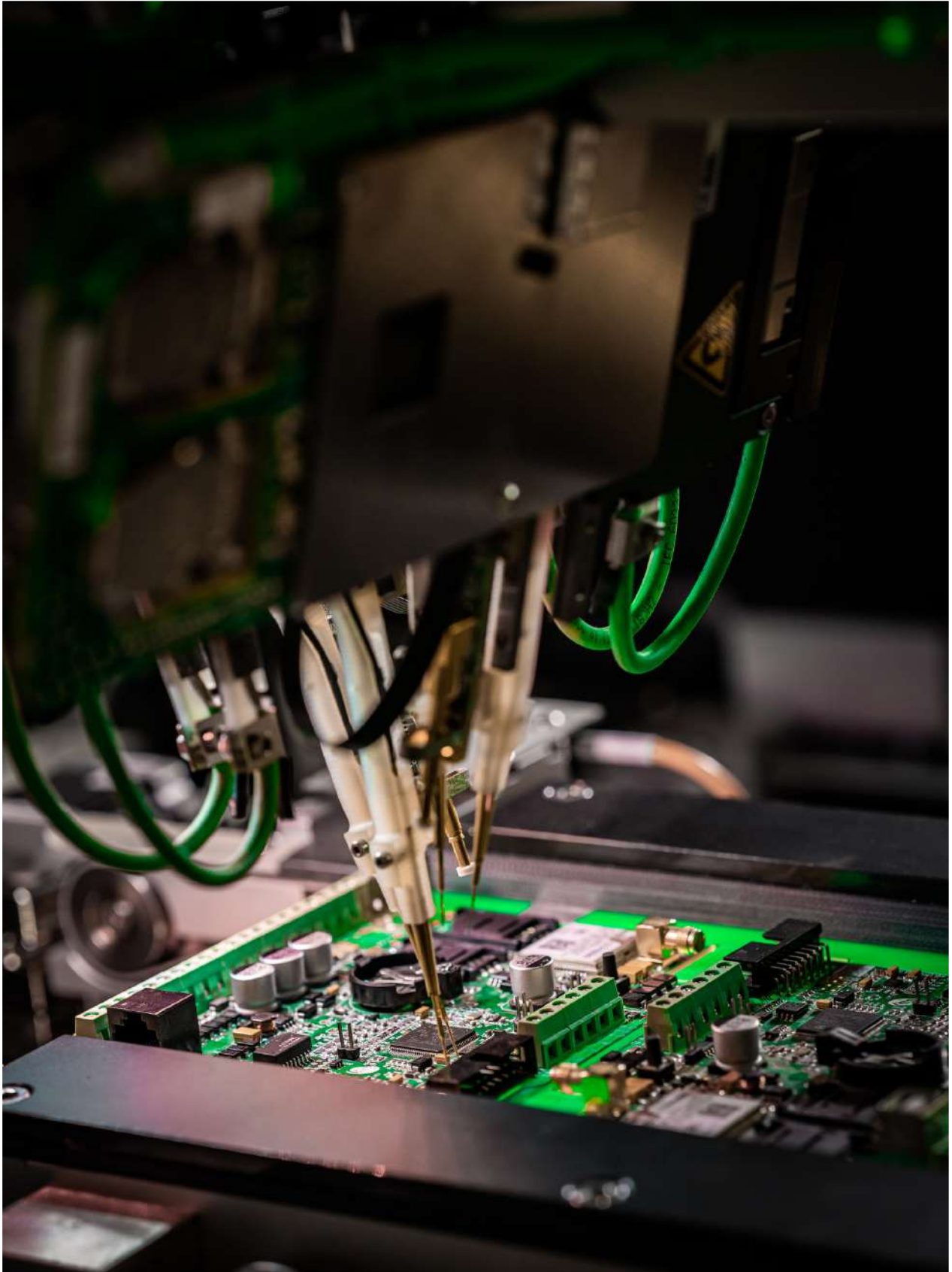
Trụ sở chính: Lô A23 Xuân Phương Garden, P. Phương Canh, Q. Nam Từ Liêm, Hà Nội, VN.

VPDD Đà Nẵng: Tầng 6, Tòa nhà dầu khí, Số 2 đường 30-4, Phường Hòa Cường Bắc, Quận Hải Châu, TP Đà Nẵng

VPDD HCM: Tầng 9 Tòa nhà TNR Tower số 180-192 Nguyễn Công Trứ, Phường Nguyễn Thái Bình, Quận 1, Thành phố Hồ Chí Minh

Hotline: (84) 896 555 247

Website: v-proud.vn / doluongcongnghiep.vn



Hotline: 0917 519 900 (Mrs. Thùy)

Website MESLAB

Forum MESLAB

Fanpage MES LAB:
<https://www.facebook.com/meslab.vn>

Fanpage Tech Series:
<https://www.facebook.com/meslab.techseries>

