

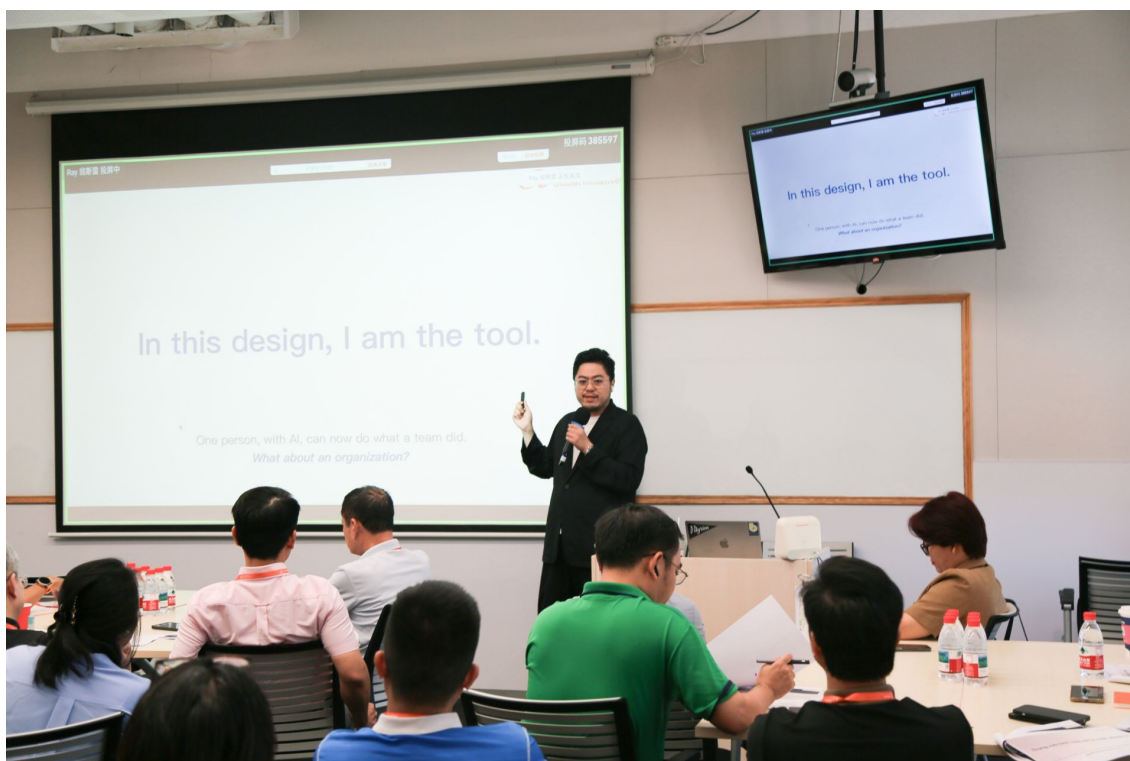
Điều khiển 28 CEO Việt Nam bất ngờ trong ngày học thứ hai tại Alibaba

17:07 20/07/2026

Ngày thứ hai của Alibaba Study Tour do VPBank SME tài trợ không còn dừng ở câu hỏi AI sẽ thay đổi doanh nghiệp như thế nào, mà đi xa hơn: AI đang tái định nghĩa cách doanh nghiệp được tổ chức, cách người lãnh đạo đưa ra quyết định và cách lợi thế cạnh tranh được tạo ra. Từ tư duy quản trị trong kỷ nguyên AI đến mô hình New Retail của Hema, 28 CEO Việt Nam không chỉ cập nhật xu hướng mới mà còn nhìn thấy cách những xu hướng đó đang được hiện thực hóa trong một doanh nghiệp hàng đầu thế giới.

AI không chỉ thay đổi chiến lược mà còn thay đổi nền tảng của doanh nghiệp

Nếu ngày đầu tiên đặt ra câu hỏi AI sẽ tác động đến chiến lược ra sao, thì ngày học thứ hai mở rộng góc nhìn: AI không còn là công cụ hỗ trợ mà đang trở thành nền tảng để tái thiết cách doanh nghiệp vận hành.



Ông Ray Weng - Đồng sáng lập Viện Nghiên cứu Weishi

Trong phần trình bày của ông Ray Weng - Đồng sáng lập Viện Nghiên cứu Weishi, các CEO được tiếp cận mô hình tổ chức mới, nơi sơ đồ tổ chức, bản mô tả công việc hay quy trình quản trị truyền thống dần được thay thế bằng những cấu trúc linh hoạt, vận hành dựa trên dữ liệu và năng lực theo thời gian thực.

Điều quan trọng nhất không phải AI thay thế con người, mà AI buộc doanh nghiệp phải thay đổi tư duy quản trị. Khi công nghệ đảm nhiệm ngày càng nhiều tác vụ phân tích và thực thi, vai trò của người lãnh đạo càng tập trung vào những năng lực không thể thay thế: xác định đúng vấn đề, xây dựng bối cảnh và đưa ra phán đoán chiến lược.

Một thông điệp gây nhiều suy ngẫm là chuyển đổi AI không bắt đầu từ việc đầu tư công nghệ, mà từ việc xác định đúng bài toán kinh doanh. AI chỉ tạo ra giá trị khi trở thành một phần của văn hóa vận hành, thay vì là một dự án công nghệ độc lập.

Trong kỷ nguyên AI, lợi thế cạnh tranh lớn nhất vẫn là con người

Nếu ông Ray Weng nói về cách doanh nghiệp thay đổi, thì bà Jane Chen - cựu Phó chủ tịch Nhân sự tại Alibaba Group, hiện là Giám đốc điều hành Trung tâm Doanh nghiệp Toàn cầu về AI tại Lyon Business School - lại lý giải điều gì giúp một tổ chức duy trì sức mạnh trong nhiều thập kỷ.

Thông qua hành trình phát triển của Alibaba, bà cho rằng tầm nhìn, sứ mệnh và giá trị cốt lõi chỉ thực sự có ý nghĩa khi được chuyển hóa thành tiêu chuẩn quản trị. Tại Alibaba, văn hóa được đưa trực tiếp vào hệ thống đánh giá nhân sự; hiệu quả công việc không phải yếu tố duy nhất quyết định sự phát triển của một cá nhân, mà cách tạo ra kết quả cũng quan trọng không kém.

Đó là triết lý giúp Alibaba duy trì bản sắc trong suốt quá trình phát triển: công nghệ có thể được học hỏi, quy trình có thể được sao chép, nhưng văn hóa và con người mới là lợi thế cạnh tranh bền vững nhất. Càng nhiều quyết định được AI hỗ trợ, doanh nghiệp càng cần những nhà lãnh đạo đủ năng lực định hướng và giữ cho tổ chức phát triển trên cùng một hệ giá trị.

Từ Hema đến New Retail: Khi AI được chuyển hóa thành trải nghiệm khách hàng

Câu chuyện của bà Summer Xia - nguyên Giám đốc Điều hành Freshippo (Hema) - và ông Chandee Zhuang - Cố vấn cấp cao eWTP, Đồng sáng lập Alibaba Global Initiatives - giúp các CEO nhìn thấy cách AI được hiện thực hóa

trong một mô hình kinh doanh.

Freshippo, được biết đến với tên gọi Hema tại thị trường nội địa Trung Quốc, là một siêu thị công nghệ cao và trung tâm hoàn thiện đơn hàng hiện đại. Để mua sắm, khách hàng sử dụng ứng dụng di động Hema, quét mã vạch của sản phẩm trên các kệ hàng và chọn mua. Tất cả các đơn hàng đều sẽ được ship đến trong vòng 30 phút kể từ khi người mua hàng nhấp vào "mua" và địa chỉ nhận hàng trong bán kính 3 km.



Ông Chandee Zhuang - Cố vấn cấp cao eWTP, Đồng sáng lập Alibaba Global Initiatives

Điểm khác biệt của Hema không nằm ở việc ứng dụng nhiều công nghệ hơn, mà ở cách công nghệ được tích hợp vào toàn bộ chuỗi vận hành. Cửa hàng vừa là điểm bán, vừa là trung tâm hoàn tất đơn hàng; hệ thống AI hỗ trợ dự báo nhu cầu, tối ưu tồn kho, phân tích hành vi khách hàng và nâng cao hiệu quả logistics. Mọi mắt xích đều hướng tới một mục tiêu duy nhất: rút ngắn thời gian phục vụ và nâng cao trải nghiệm khách hàng.

Các diễn giả cũng không chỉ chia sẻ về thành công, mà thẳng thắn nói về những lần thử nghiệm chưa đạt kỳ vọng và quá trình điều chỉnh mô hình. Qua đó, các CEO nhận ra rằng đổi mới không phải một bước nhảy vọt, mà là hành trình liên tục thử nghiệm, học hỏi và thích nghi.

Từ lớp học đến thực tiễn

Khép lại ngày học thứ hai, điều đọng lại không chỉ là kiến thức về AI hay quản trị, mà là sự kết nối giữa tư duy chiến lược và cách một doanh nghiệp hàng đầu thế giới vận hành trong thực tế.



Ông Đặng Thành Tuấn, Công ty cổ phần dịch vụ EPAY

Ông Đặng Thành Tuấn, Công ty cổ phần dịch vụ EPAY hào hứng cho biết “Chia sẻ của các giảng viên của đội ngũ Alibaba rất là thân thiện và khá là cởi mở về những kinh nghiệm mà họ đã học hỏi được. Các trao đổi đều dưới dạng trao đổi hai chiều, chúng tôi đặt câu hỏi và họ trả lời. Có những kinh nghiệm phù hợp với thực tiễn ở Việt Nam, có những kinh nghiệm phù hợp với thực tiễn ở Trung Quốc. Tuy nhiên, chúng tôi sẵn sàng tiếp nhận những kiến thức mới để về có thể nghiên cứu triển khai cho chính công ty của mình”.



Bà Tạ Bích Ngọc, Công ty cổ phần Sài Sơn

Trong khi đó, bà Tạ Bích Ngọc, Công ty cổ phần Sài Sơn chia sẻ “Ban đầu trước khi mà tôi tham gia buổi trao đổi này tôi cũng khá băn khoăn vì Alibaba là một doanh nghiệp rất lớn thì có thể rất khó cho những doanh nghiệp SME như chúng tôi có thể áp dụng. Nhưng sau buổi trao đổi hôm nay, tôi cảm thấy nó vô cùng bổ ích bởi những kiến thức mà diễn giả chia sẻ rất là gần gũi và những kiến thức này là những mindset (quan điểm-pv) chung mà doanh nghiệp có thể áp dụng”.

Trong ngày thứ ba và cũng là ngày cuối cùng của Alibaba Study Tour, đoàn sẽ trực tiếp tham quan Cainiao Logistic, công ty vận chuyển thông minh (Smart Logistic) điều phối 70% hàng hoá Trung Quốc đi khắp thế giới với doanh thu năm 2025 đạt 14 tỷ USD. Trong buổi chiều sẽ đi thăm Ant Group, công ty con của Alibaba Group từng được định giá lên sàn ở mức 300 tỷ USD.

Kết hợp giữa lắng nghe và trao đổi trực tiếp với các diễn giả là lãnh đạo cấp cao của Alibaba kết hợp với trải nghiệm thực tế mô hình vận hành của tập đoàn chính là giá trị khác biệt của Alibaba Study Tour do VPBank SME tổ chức và tài trợ cho các khách hàng SME của mình. Trong bối cảnh AI đang thay đổi tốc độ cạnh tranh của mọi ngành nghề, khả năng học hỏi nhanh và hành động sớm chính là lợi thế mà VPBank SME mong muốn đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp Việt xây dựng.

Alibaba Study Tour là hoạt động trọng điểm trong hành trình "Song hành kiến tạo thịnh vượng bằng tri thức" do VPBank SME triển khai dành cho cộng đồng doanh nghiệp. Chương trình diễn ra trong 3 ngày (15-17/7) tại trụ sở Tập đoàn Alibaba ở Hàng Châu, Trung Quốc, quy tụ 28 CEO và lãnh đạo doanh nghiệp Việt Nam. Đây là bước tiếp nối trong chiến lược đồng hành dài hạn của VPBank SME, không chỉ cung cấp giải pháp tài chính mà còn đầu tư vào tri thức và năng lực quản trị cho khách hàng doanh nghiệp.

PV