

Ứng dụng công nghệ số trong khởi nghiệp đổi mới sáng tạo dựa trên di sản văn hóa vật thể của sinh viên Hà Nội: Thực trạng và hàm ý quản lý nhà nước

Nguyễn Duy Hiệp*, Ninh Thị Thủy, Triệu Thị Thu Hà, Đỗ Quỳnh Anh

Học viện Thanh thiếu niên Việt Nam, số 58 Nguyễn Chí Thanh, phường Láng, Hà Nội, Việt Nam

Ngày nhận bài 21/4/2026; ngày chuyển phản biện 22/4/2026; ngày nhận phản biện 27/4/2024; ngày chấp nhận đăng 29/4/2026

Tóm tắt:

Nghiên cứu này phân tích thực trạng ứng dụng công nghệ số trong khởi nghiệp đổi mới sáng tạo dựa trên di sản văn hóa vật thể của sinh viên tại Hà Nội và đề xuất hàm ý quản lý nhà nước. Nghiên cứu sử dụng dữ liệu khảo sát 438 sinh viên, chọn mẫu thuận tiện có phân tầng theo giới tính, năm học và nhóm ngành đào tạo; kết hợp phân tích tài liệu, thống kê mô tả và ANOVA theo nhóm ngành. Kết quả cho thấy, mức độ khai thác di sản trong hình thành ý tưởng và dự án khởi nghiệp đạt 3,21; mức độ ứng dụng công nghệ số trong thiết kế sản phẩm, dịch vụ và mô hình đạt 3,03; còn mức độ ứng dụng công nghệ số trong truyền thông, xây dựng thương hiệu, kết nối thị trường và thương mại hóa đạt 3,05. Xu hướng giảm dần từ truyền thông số (3,18) đến thương hiệu (3,11), kết nối thị trường (2,99) và thương mại hóa (2,94) phản ánh sự lệch pha giữa năng lực biểu đạt số và năng lực tổ chức mô hình giá trị. ANOVA cho thấy, có khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm ngành đào tạo ở cả ba trục khảo sát ($p < 0,05$), song quy mô ảnh hưởng nhỏ. Từ đó, nghiên cứu nhận diện bốn điểm nghẽn và đề xuất năm nhóm hàm ý quản lý nhà nước cho Hà Nội.

Từ khóa: công nghệ số, công nghiệp văn hóa, di sản văn hóa vật thể, Hà Nội, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, quản lý nhà nước, sinh viên.

Chỉ số phân loại: 5.4, 5.13

*Tác giả liên hệ: Email: duyhiepk53xhh@gmail.com

Digital technology application in tangible cultural heritage - based innovation-driven entrepreneurship among students in Hanoi: Current situation and state management implications

Duy Hiep Nguyen^{*}, Thi Thuy Ninh, Thi Thu Ha Trieu, Quynh Anh Do

Vietnam Youth Academy, 58 Nguyen Chi Thanh Street, Lang Ward, Hanoi, Vietnam

Received 21 April 2026; revised 27 April 2026; accepted 29/4/2026

Abstract:

This article analyzes the current state of digital technology application in innovation-driven entrepreneurship based on tangible cultural heritage among students in Hanoi and proposes implications for state management. The study uses survey data from 438 students, selected through convenience sampling stratified by gender, year of study, and field of training, combined with document analysis, descriptive statistics, and one-way ANOVA by field of training. The findings show that heritage utilization in forming entrepreneurial ideas and projects reaches 3.21; digital technology application in designing products, services, and entrepreneurial models reaches 3.03; and digital technology application in communication, brand building, market connection, and commercialization reaches 3.05. The declining pattern from digital communication (3.18) to branding (3.11), market connection (2.99), and commercialization (2.94) indicates that students perform better in expressive and communication-related stages than in value-model construction and market transactions. ANOVA results reveal statistically significant differences across training fields in all three analytical axes ($p < 0.05$). The article accordingly identifies four major bottlenecks and proposes five state-management implications for Hanoi.

Keywords: cultural industries, digital technology, Hanoi, innovation-driven entrepreneurship, state management, students, tangible cultural heritage.

1. Đặt vấn đề

Chuyển đổi số đang làm thay đổi cách thức tạo lập giá trị trong nền kinh tế và mở rộng không gian phát triển trên các lĩnh vực dựa trên tri thức, sáng tạo và tài sản văn hóa [1]. Từ góc nhìn lý thuyết, khởi nghiệp là quá trình phát hiện và tổ chức, đổi mới thông qua những kết hợp nguồn lực mới [2, 3]. Trong bối cảnh đó, di sản văn hóa vật thể có thể được xem như một dạng vốn văn hóa có khả năng tham gia vào chuỗi tạo giá trị, nếu

được diễn giải, số hóa và chuyển hóa thành sản phẩm, dịch vụ hoặc trải nghiệm phù hợp với nhu cầu đương đại [4, 5]. Ở Việt Nam, yêu cầu phát huy giá trị di sản gắn với phát triển bền vững đã được đặt ra trong hệ thống pháp luật về di sản văn hóa [6, 7]. Song song với đó, Nhà nước đã ban hành các chương trình hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp và thúc đẩy chuyển đổi số quốc gia [8, 9], đồng thời, nhấn mạnh vai trò của đổi mới sáng tạo, kinh tế số và công nghiệp văn hóa trong định hướng phát triển đất nước [10]. Những nền tảng này tạo cơ sở chính sách cho việc xem khởi nghiệp dựa trên di sản bằng công nghệ số như một hướng đi có ý nghĩa thực tiễn.

Bên cạnh đó, một số công trình nghiên cứu chủ yếu tiếp cận vấn đề ở bình diện chính sách hỗ trợ thanh niên khởi nghiệp hoặc nâng cao năng lực số cho thanh niên khởi nghiệp, qua đó cung cấp những gợi ý quan trọng về môi trường thể chế và công cụ hỗ trợ [11, 12]. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chưa đi sâu vào giao điểm cụ thể giữa công nghệ số, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và khai thác nguồn lực di sản văn hóa vật thể trong nhóm sinh viên; đồng thời cũng chưa sử dụng dữ liệu khảo sát trực tiếp để mô tả chuỗi chuyển hóa từ di sản đến thiết kế, truyền thông, thị trường và thương mại hóa tại Hà Nội. Khoảng trống này cho thấy, cần có một nghiên cứu thực chứng vừa nhận diện thực trạng, vừa soi rõ các mắt xích còn đứt gãy trong quá trình chuyển hóa giá trị di sản thành giá trị khởi nghiệp số.

Trên cơ sở đó, bài báo tập trung làm rõ ba vấn đề: mức độ khai thác di sản trong hình thành ý tưởng và dự án khởi nghiệp của sinh viên Hà Nội; cách thức ứng dụng công nghệ số trong chuỗi thiết kế - truyền thông - thị trường - thương mại hóa; và các hàm ý quản lý nhà nước có thể rút ra từ bằng chứng thực nghiệm. Đóng góp của bài báo là cung cấp dữ liệu mô tả có kiểm định khác biệt theo nhóm ngành đào tạo, nhận diện cấu trúc điểm nghẽn trong khung phân tích bốn lớp chuỗi chuyển hóa nguồn lực và đề xuất một số công cụ chính sách có thể thí điểm tại Hà Nội.

2. Đối tượng và phương pháp nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của bài báo là thực trạng ứng dụng công nghệ số trong khởi nghiệp dựa trên khai thác nguồn lực di sản văn hóa vật thể của sinh viên đang học tập tại Hà Nội. Nghiên cứu tập trung vào ba nhóm nội dung: (i) mức độ khai thác di sản trong hình thành ý tưởng và dự án khởi nghiệp; (ii) mức độ ứng dụng công nghệ số trong thiết kế sản phẩm, dịch vụ và mô hình khởi nghiệp; và (iii) mức độ ứng dụng công nghệ số trong truyền thông, xây dựng thương hiệu, kết nối thị trường và thương mại hóa.

Nghiên cứu sử dụng thiết kế cắt ngang, kết hợp khảo sát bằng bảng hỏi cấu trúc với phân tích tài liệu. Dữ liệu định lượng được thu thập trong giai đoạn từ tháng 11/2025 đến tháng 3/2026 và sử dụng 438 phiếu hợp lệ của sinh viên đang học tập tại Hà Nội. Mẫu khảo sát được lựa chọn theo phương pháp thuận tiện có phân tầng theo giới tính, năm học và nhóm ngành đào tạo. Về tỷ lệ giới tính, nữ giới chiếm 55,7% và nam giới chiếm 44,3%. Về năm học, sinh viên năm thứ ba chiếm tỷ lệ cao nhất (27,9%), tiếp đến là năm thứ hai (26,9%), năm thứ tư (24,7%), năm thứ nhất (12,3%) và năm thứ năm trở lên (8,2%). Ở nhóm công nghệ - kỹ thuật, quản trị, nam giới chiếm 60,3% và nữ giới chiếm 39,7%; ở nhóm kinh tế/kinh doanh, nữ giới chiếm 56,2% và nam giới chiếm 43,8%; trong khi đó, nhóm văn hóa/xã hội/nhân văn/du lịch và truyền thông, nữ giới chiếm 71,2% và nam giới chiếm 28,8%.

Mặc dù, sinh viên năm thứ nhất đến năm thứ ba chiếm 67,1% mẫu khảo sát, dữ liệu tự báo cáo cho thấy, 64,9% người trả lời đã tham gia ít nhất ở mức thỉnh thoảng các hoạt động học tập, trải nghiệm, cuộc thi, câu lạc bộ hoặc dự án khởi nghiệp gắn với di sản; 57,5% người cho biết đã tham gia ít nhất ở mức thỉnh thoảng vào việc xây dựng hoặc đóng góp ý tưởng cho sản phẩm, dịch vụ hoặc dự án khởi nghiệp dựa trên di sản. Vì vậy, mẫu nghiên cứu vẫn cung cấp được cơ sở kinh nghiệm ban đầu để đánh giá ba mắt xích của chuỗi giá trị, dù cần thận trọng khi diễn giải các mắt xích cuối như kết nối thị trường và thương mại hóa.

Trong bài báo này, ba trục kết quả chính được đo lường bằng 31 biến quan sát, gồm: (i) khai thác nguồn lực di sản trong hình thành ý tưởng và dự án khởi nghiệp (7 biến, KT1–KT7); (ii) ứng dụng công nghệ số trong thiết kế sản phẩm, dịch vụ và mô hình khởi nghiệp (8 biến); và (iii) ứng dụng công nghệ số trong truyền thông, xây dựng thương hiệu, kết nối thị trường và thương mại hóa (16 biến: TT1–TT4, TH1–TH4, KT1–KT4, TM1–TM4). Hệ biến quan sát được xây dựng trên cơ sở kế thừa định hướng lý thuyết về đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và kinh tế học văn hóa [1-5], đồng thời bám theo cấu trúc bảng hỏi trong dự thảo báo cáo tổng hợp. Thang Likert 5 mức được sử dụng theo từng nhóm câu hỏi: với nhận thức, 1=Hoàn toàn không đồng ý và 5=Rất đồng ý; với mức độ quan tâm, 1=Hoàn toàn không quan tâm và 5=Rất quan tâm; với mức độ tham gia, 1=Chưa bao giờ và 5=Rất thường xuyên; với các câu hỏi về thực trạng ứng dụng công nghệ số, 1=Hoàn toàn chưa thực hiện và 5=Thực hiện ở mức nhiều. Bài báo khai thác trực tiếp các bảng kết quả định lượng đã được tổng hợp trong báo cáo; vì vậy, các chỉ số

công bố trong phạm vi bài báo tập trung vào N, Mean, SD và ANOVA theo nhóm ngành đào tạo. Việc lựa chọn ANOVA theo nhóm ngành xuất phát từ đặc điểm cơ cấu mẫu cân bằng giữa ba nhóm (mỗi nhóm $n=146$), qua đó bảo đảm khả năng so sánh tương đối ổn định. Do sử dụng chọn mẫu phi xác suất có phân tầng và chủ yếu dùng thống kê mô tả kết hợp ANOVA, kết quả nghiên cứu phù hợp để nhận diện xu hướng và cung cấp luận cứ chính sách, song cần thận trọng khi suy rộng cho toàn bộ sinh viên Hà Nội.

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Khai thác nguồn lực di sản văn hóa vật thể trong hình thành ý tưởng và dự án khởi nghiệp đổi mới sáng tạo

Kết quả khảo sát cho thấy, mức độ khai thác nguồn lực di sản văn hóa vật thể trong hình thành ý tưởng và dự án khởi nghiệp của sinh viên đạt mức trung bình, với điểm trung bình chung là 3,21. Điều này cho thấy, di sản đã được nhận diện như một chất liệu cho hoạt động khởi nghiệp, nhưng mức độ chuyển hóa thành dự án cụ thể còn hạn chế. Giá trị trung bình cao nhất là khai thác di sản theo hướng gắn với bảo tồn, phát huy giá trị và phát triển bền vững ($KT7=3,45$; $SD=1,17$). Các nội dung sử dụng di sản như nguồn cảm hứng hình thành ý tưởng ($KT1=3,26$; $SD=1,17$) và khai thác di sản để tạo sự khác biệt cho dự án ($KT5=3,20$; $SD=1,20$) cũng đạt mức trung bình khá. Tuy nhiên, nội dung gắn với khai thác di sản kết hợp công nghệ số trong quá trình hình thành ý tưởng hoặc dự án có mức thấp hơn ($KT6=3,04$; $SD=1,22$). Chênh lệch 0,41 điểm giữa $KT7$ và $KT6$ cho thấy, nhận thức về giá trị bảo tồn và phát triển bền vững cao hơn rõ rệt so với năng lực chuyển hóa di sản thành đầu vào của dự án số. Phân tích ANOVA theo nhóm ngành đào tạo cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê đối với trục này (Levene Sig.=0,543; $F=5,685$; Sig.=0,004; $\eta^2=0,026$). Sinh viên nhóm văn hóa/xã hội/nhân văn/du lịch và truyền thông có mức thực hiện cao nhất ($Mean=3,35\pm0,66$), tiếp đến là nhóm kinh tế/kinh doanh ($3,20\pm0,67$) và thấp hơn là nhóm công nghệ - kỹ thuật, quản trị ($3,08\pm0,69$). Kết quả hậu nghiệm cho thấy, khác biệt tập trung chủ yếu giữa nhóm văn hóa/xã hội/nhân văn/du lịch và truyền thông với nhóm công nghệ - kỹ thuật, quản trị, song cường độ tác động của ngành đào tạo vẫn ở mức nhỏ. Kết quả được thể hiện ở bảng 1.

Bảng 1. Thống kê mô tả các biến quan sát về khai thác nguồn lực di sản văn hóa vật thể trong hình thành ý tưởng và dự án khởi nghiệp (n=438).

Mã biến	Nội dung biến quan sát	Mean	SD
KT1	Tôi sử dụng các giá trị của di sản văn hóa vật thể như một nguồn cảm hứng để hình thành ý tưởng khởi nghiệp.	3,26	1,17
KT2	Tôi khai thác các yếu tố lịch sử, văn hóa, thẩm mỹ hoặc biểu tượng của di sản văn hóa vật thể trong quá trình phát triển ý tưởng khởi nghiệp.	3,21	1,19
KT3	Tôi lựa chọn di sản văn hóa vật thể như một nguồn lực đầu vào khi xây dựng sản phẩm, dịch vụ hoặc dự án khởi nghiệp.	3,11	1,21
KT4	Tôi tích hợp các yếu tố của di sản văn hóa vật thể vào nội dung, thiết kế hoặc giá trị cốt lõi của ý tưởng/dự án khởi nghiệp.	3,17	1,21
KT5	Tôi khai thác di sản văn hóa vật thể để tạo ra sự khác biệt cho ý tưởng hoặc dự án khởi nghiệp của mình.	3,20	1,20
KT6	Tôi khai thác di sản văn hóa vật thể gắn với việc ứng dụng công nghệ số trong quá trình hình thành ý tưởng hoặc dự án khởi nghiệp.	3,04	1,22
KT7	Tôi khai thác di sản văn hóa vật thể theo hướng gắn với bảo tồn, phát huy giá trị và phát triển bền vững trong hoạt động khởi nghiệp.	3,45	1,17

Nguồn: Tổng hợp từ dự thảo báo cáo tổng hợp của nghiên cứu.

3.2. Ứng dụng công nghệ số trong thiết kế sản phẩm, dịch vụ và mô hình khởi nghiệp

Mức độ ứng dụng công nghệ số trong thiết kế sản phẩm, dịch vụ và mô hình khởi nghiệp nhìn chung ở mức trung bình, với điểm trung bình chung là 3,03/5,00. So sánh theo nhóm nội dung cho thấy, ứng dụng công nghệ số trong thiết kế sản phẩm đạt mức cao nhất (Mean=3,08), tiếp đến là thiết kế mô hình khởi nghiệp (Mean=3,03), trong khi thiết kế dịch vụ thấp nhất (Mean=2,99). Ở nhóm thiết kế sản phẩm, sinh viên thuận lợi hơn khi dùng công nghệ số để thiết kế nội dung, hình ảnh, mẫu mã hoặc đặc điểm sản phẩm dựa trên di sản văn hóa vật thể (Mean=3,12; SD=1,21) so với việc dùng công nghệ để hình thành ý tưởng thiết kế từ đầu (Mean=3,03; SD=1,20). Ở nhóm thiết kế dịch vụ, nội dung thiết kế các dịch vụ trải nghiệm, giới thiệu hoặc khai thác giá trị di sản chỉ đạt 2,95 (SD=1,21), thấp hơn nội dung xây dựng các yếu tố tương tác và trải nghiệm người dùng (3,02; SD=1,21). Ở nhóm thiết kế mô hình khởi nghiệp, nội dung “ứng dụng công

nghệ số trong việc xây dựng mô hình khởi nghiệp” có điểm thấp nhất trong toàn bộ thang đo (Mean=2,94; SD=1,22), trong khi nội dung dùng công nghệ để hoàn thiện giá trị cốt lõi hoặc tính sáng tạo của dự án đạt 3,10 (SD=1,22). Phân tích ANOVA cho thấy, trục này cũng khác biệt có ý nghĩa thống kê theo nhóm ngành đào tạo (Levene Sig.=0,487; $F=5,103$; Sig.=0,006; $\eta^2=0,023$), với nhóm văn hóa/xã hội/nhân văn/du lịch và truyền thông có điểm trung bình cao nhất ($3,15 \pm 0,68$), tiếp đến là kinh tế/kinh doanh ($3,06 \pm 0,69$) và thấp hơn là công nghệ - kỹ thuật, quản trị ($2,89 \pm 0,71$). Cấu trúc này cho thấy, công nghệ số hiện được sinh viên sử dụng nhiều hơn ở các thao tác trực quan, cụ thể và dễ thao tác, nhưng yếu hơn ở các khâu đòi hỏi tư duy hệ thống, tư duy dịch vụ và cấu trúc mô hình giá trị. Kết quả được thể hiện ở bảng 2.

Bảng 2. Thống kê mô tả các biến quan sát về ứng dụng công nghệ số trong thiết kế sản phẩm, dịch vụ và mô hình khởi nghiệp (n=438).

Mã biến	Mean	SD
SP1 - hình thành ý tưởng thiết kế sản phẩm	3,03	1,20
SP2 - thiết kế nội dung, hình ảnh, mẫu mã sản phẩm	3,12	1,21
DV1 - thiết kế dịch vụ trải nghiệm/giới thiệu/khai thác giá trị di sản	2,95	1,21
DV2 - xây dựng yếu tố tương tác, tiện ích hoặc trải nghiệm người dùng	3,02	1,21
MH1 - xây dựng mô hình khởi nghiệp bằng công nghệ số	2,94	1,22
MH2 - hoàn thiện giá trị cốt lõi/điểm khác biệt	3,10	1,22
MH3 - thử nghiệm, điều chỉnh hoặc hoàn thiện bước đầu	3,00	1,21
MH4 - tích hợp công nghệ số với giá trị di sản	3,07	1,22

Nguồn: Tổng hợp từ dự thảo báo cáo tổng hợp của nghiên cứu.

3.3. Ứng dụng công nghệ số trong truyền thông, xây dựng thương hiệu, kết nối thị trường và thương mại hóa

Mức độ ứng dụng công nghệ số trong truyền thông, xây dựng thương hiệu, kết nối thị trường và thương mại hóa sản phẩm, dịch vụ khởi nghiệp đạt điểm trung bình chung là 3,05/5,00 (bảng 3). So sánh theo nhóm nội dung, truyền thông số đạt mức cao nhất (Mean=3,18), tiếp đến là xây dựng thương hiệu (Mean=3,11), trong khi kết nối thị trường (Mean=2,99) và thương mại hóa (Mean=2,94) thấp hơn đáng kể. Ở nhóm truyền thông, nội dung sử dụng các nền tảng số để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ gắn với di sản đạt 3,22; nội dung xây dựng nội dung truyền thông số đạt 3,19. Ở nhóm xây dựng thương hiệu, các giá trị trung bình dao động từ 3,07 đến 3,16, cho thấy sinh viên đã bước đầu dùng công nghệ số để định hình hình ảnh và thông điệp dự án. Tuy nhiên, khi chuyển sang các hoạt

động gắn trực tiếp với thị trường, mức độ ứng dụng công nghệ giảm rõ: nội dung kết nối với khách hàng hoặc người dùng tiềm năng đạt 3,03, nhưng nội dung xác định nhu cầu, phản hồi hoặc xu hướng thị trường chỉ đạt 2,95. Phân tích ANOVA cho thấy sự khác biệt theo nhóm ngành đào tạo cũng có ý nghĩa thống kê ở trục này (Levene Sig.=0,516; $F=4,376$; Sig.=0,013; $\eta^2=0,020$), với nhóm văn hóa/xã hội/nhân văn/du lịch và truyền thông có điểm trung bình cao nhất ($3,17 \pm 0,67$), tiếp đến là kinh tế/kinh doanh ($3,05 \pm 0,68$) và thấp hơn là công nghệ - kỹ thuật, quản trị ($2,93 \pm 0,70$).

Bảng 3. Thống kê mô tả các biến quan sát về ứng dụng công nghệ số trong truyền thông, thương hiệu, thị trường và thương mại hóa (n=438).

Mã biến	Nội dung biến quan sát	Mean	SD
TT1	Tôi ứng dụng công nghệ số để truyền thông về ý tưởng, sản phẩm hoặc dự án khởi nghiệp.	3,16	1,20
TT2	Tôi sử dụng các nền tảng số như mạng xã hội, website hoặc nền tảng nội dung số để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ gắn với di sản văn hóa vật thể.	3,22	1,20
TT3	Tôi sử dụng công nghệ số để xây dựng nội dung truyền thông (hình ảnh, video, bài viết...).	3,19	1,20
TT4	Tôi ứng dụng công nghệ số để gia tăng khả năng lan tỏa thông tin về sản phẩm, dịch vụ hoặc dự án.	3,13	1,21
TH1	Tôi ứng dụng công nghệ số để xây dựng hình ảnh thương hiệu cho sản phẩm, dịch vụ hoặc dự án khởi nghiệp dựa trên di sản văn hóa vật thể.	3,09	1,21
TH2	Tôi sử dụng công nghệ số để thể hiện bản sắc và giá trị đặc trưng của di sản văn hóa vật thể.	3,16	1,21
TH3	Tôi ứng dụng công nghệ số để xây dựng thông điệp thương hiệu cho sản phẩm, dịch vụ.	3,07	1,22
TH4	Tôi sử dụng công nghệ số để làm nổi bật tính khác biệt và tính sáng tạo của thương hiệu khởi nghiệp.	3,13	1,22
KT1	Tôi ứng dụng công nghệ số để kết nối với khách hàng hoặc người dùng tiềm năng cho sản phẩm.	3,03	1,21
KT2	Tôi sử dụng công nghệ số để tìm kiếm cơ hội hợp tác với đối tác, tổ chức hoặc cá nhân liên quan.	2,98	1,22
KT3	Tôi ứng dụng công nghệ số để mở rộng phạm vi tiếp cận thị trường đối với sản phẩm, dịch vụ hoặc dự án khởi nghiệp gắn với di sản văn hóa vật thể.	3,00	1,21

KT4	Tôi sử dụng công nghệ số để xác định nhu cầu, phản hồi hoặc xu hướng của thị trường đối với sản phẩm, dịch vụ khởi nghiệp.	2,95	1,22
TM1	Tôi ứng dụng công nghệ số để giới thiệu và phân phối sản phẩm, dịch vụ khởi nghiệp.	2,93	1,22
TM2	Tôi sử dụng các kênh số để hỗ trợ quá trình tiếp cận, giao dịch hoặc trao đổi với khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ khởi nghiệp.	2,96	1,23
TM3	Tôi ứng dụng công nghệ số để duy trì tương tác và chăm sóc người dùng/khách hàng đối với sản phẩm, dịch vụ khởi nghiệp.	2,91	1,23
TM4	Tôi sử dụng công nghệ số để tiếp nhận phản hồi và điều chỉnh hoạt động thương mại hóa sản phẩm, dịch vụ khởi nghiệp.	2,97	1,22

Nguồn: Tổng hợp từ dự thảo báo cáo tổng hợp của nghiên cứu.

Thương mại hóa là mắt xích yếu nhất của toàn bộ chuỗi ứng dụng công nghệ số. Các nội dung giới thiệu và phân phối sản phẩm (TM1=2,93), hỗ trợ giao dịch với khách hàng (TM2=2,96), duy trì tương tác với người dùng (TM3=2,91) và điều chỉnh hoạt động thương mại hóa từ phản hồi thị trường (TM4=2,97) đều ở dưới hoặc xấp xỉ ngưỡng 3,00. Kết quả này cho thấy, sinh viên khá quen với công nghệ số ở khâu biểu đạt và lan tỏa thông tin, nhưng còn lúng túng khi sử dụng công nghệ như một hạ tầng tổ chức thị trường và giao dịch. Tuy nhiên, cần diễn giải các điểm TM1-TM4 một cách thận trọng. Cơ cấu mẫu cho thấy, 67,1% người trả lời là sinh viên năm thứ nhất đến năm thứ ba; đồng thời, dữ liệu tự báo cáo cho thấy 64,9% đã tham gia ít nhất ở mức thỉnh thoảng các hoạt động học tập, trải nghiệm, cuộc thi, câu lạc bộ hoặc dự án khởi nghiệp gắn với di sản, còn 57,5% đã tham gia ít nhất ở mức thỉnh thoảng vào việc xây dựng hoặc đóng góp ý tưởng cho sản phẩm, dịch vụ hoặc dự án khởi nghiệp dựa trên di sản. Vì vậy, điểm số thấp ở các mắt xích cuối của chuỗi giá trị không chỉ phản ánh hạn chế năng lực, mà còn phản ánh việc sinh viên chưa có nhiều cơ hội trải nghiệm thực tế về kết nối thị trường và thương mại hóa.

3.4. Nhận diện các điểm nghẽn trong chuỗi khởi nghiệp số dựa trên di sản

Tổng hợp ba nhóm kết quả cho phép nhận diện bốn điểm nghẽn có tính hệ thống. Thứ nhất là điểm nghẽn nhận thức, khi di sản được nhìn mạnh hơn như nguồn cảm hứng hơn là nguồn lực để tổ chức mô hình giá trị. Thứ hai là điểm nghẽn năng lực, khi kỹ năng số cơ bản chưa đi cùng năng lực tích hợp văn hóa, thiết kế dịch vụ, mô hình kinh doanh và thương mại hóa. Thứ ba là điểm nghẽn tổ chức, khi các hợp phần di sản - công nghệ - khởi nghiệp trong nhà trường còn phân tán. Thứ tư là điểm nghẽn hệ sinh thái, khi trường

đại học, thiết chế văn hóa, doanh nghiệp công nghệ, quỹ hỗ trợ và thị trường chưa được nối thành một chuỗi hỗ trợ liên mạch.

4. Kết quả và bàn luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy, vấn đề cốt lõi hiện nay không nằm ở sự thiếu vắng tài nguyên di sản, mà nằm ở khoảng cách giữa tiềm năng di sản với năng lực chuyển hóa của sinh viên và cấu trúc hỗ trợ xung quanh họ. Nhìn từ lý thuyết đổi mới, đây là khoảng cách giữa việc nhận thấy cơ hội và việc tổ chức được cơ hội [2, 3]. Sinh viên có thể nhìn thấy di sản như một chất liệu giàu ý nghĩa, nhưng để biến chất liệu đó thành sản phẩm, dịch vụ hay mô hình có thể vận hành thì cần dữ liệu, công cụ, tư duy thiết kế, cố vấn liên ngành và năng lực đọc thị trường. Phát hiện rằng sinh viên mạnh hơn ở nhóm truyền thông số và thiết kế trực quan nhưng yếu hơn ở nhóm mô hình giá trị và thương mại hóa phản ánh một thực tế quan trọng: công nghệ số hiện diện khá rõ trong các thực hành gần với đời sống kỹ thuật số hằng ngày, nhưng chưa được tích hợp mạnh vào những thực hành có tính chiến lược hơn như đọc dữ liệu thị trường, quản trị quan hệ khách hàng, kiểm thử mô hình doanh thu hoặc tổ chức giao dịch. Nhận định này phù hợp với quan điểm của G. Vial (2019) [1] rằng, chuyển đổi số chỉ thật sự có ý nghĩa khi công nghệ làm thay đổi cả cách thức tạo lập và phân phối giá trị, chứ không chỉ thay đổi bề mặt truyền thông.

Kết quả khai thác di sản cũng cho thấy, một độ lệch pha đáng chú ý giữa ý thức giá trị và năng lực hành động. Sinh viên thể hiện mức đồng thuận khá cao với việc khai thác di sản với bảo tồn và phát triển bền vững (KT7=3,45), nhưng thấp hơn rõ hơn khi phải chuyển di sản thành đầu vào cụ thể cho dự án số (KT6=3,04), với chênh lệch 0,41 điểm. Từ góc nhìn kinh tế văn hóa, điều này cho thấy người học đã có trực giác đúng rằng di sản không thể bị khai thác tùy tiện [4, 5]; song, để biến trực giác đó thành sản phẩm, dịch vụ hay dự án khả thi, họ cần các năng lực trung gian như kể chuyện số, thiết kế trải nghiệm, phát triển nội dung số và phối hợp với chủ thể nắm giữ dữ liệu di sản. Đồng thời, kết quả ANOVA cho thấy nhóm sinh viên gần với lĩnh vực văn hóa/xã hội/nhân văn/du lịch và truyền thông có mức thực hiện cao hơn nhóm công nghệ - kỹ thuật, quản trị ở cả ba trục khảo sát, nhưng quy mô ảnh hưởng đều nhỏ. Điều này gợi ý rằng khác biệt chuyên ngành có ý nghĩa, song chưa đủ để lý giải toàn bộ vấn đề; rào cản lớn hơn vẫn nằm ở cấu trúc hỗ trợ và cơ chế phối hợp liên ngành.

Một điểm cần nhấn mạnh thêm là tính liên ngành của vấn đề. Khởi nghiệp dựa trên di sản không phải là câu chuyện riêng của khối ngành văn hóa hay du lịch; nó đòi hỏi sự gặp gỡ giữa công nghệ, quản trị, thiết kế, truyền thông, nghiên cứu văn hóa và chính sách công. Khi sinh viên công nghệ thiếu vốn hiểu biết văn hóa, sinh viên xã hội nhân văn thiếu năng lực số, còn sinh viên kinh doanh thiếu chất liệu di sản và không gian thử nghiệm, khả năng hình thành dự án đủ chiều sâu sẽ khó cao. Vì vậy, điểm nghẽn không chỉ nằm ở người học mà còn ở cách tổ chức hỗ trợ của nhà trường và địa phương.

5. Hàm ý quản lý nhà nước và tổ chức thực thi

Từ các kết quả và thảo luận trên, bài báo đề xuất năm nhóm hàm ý quản lý nhà nước và tổ chức thực thi.

5.1. Tích hợp chính sách liên ngành và xác định cơ quan đầu mối

Thứ nhất, cần định vị khởi nghiệp dựa trên di sản bằng công nghệ số như một cấu phần chính sách liên ngành, thay vì xử lý tách rời trong các chương trình về di sản, giáo dục đại học, thanh niên, đổi mới sáng tạo hoặc chuyển đổi số. Đây là lĩnh vực giao thoa, trong đó đầu ra mong muốn không chỉ là một số dự án của sinh viên, mà còn là việc mở rộng khả năng phát huy nguồn lực di sản trong nền kinh tế sáng tạo. Vì vậy, Hà Nội cần lồng ghép nội dung này vào các chương trình phát triển công nghiệp văn hóa, hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số của địa phương, đồng thời xác định rõ cơ quan đầu mối điều phối. Ở cấp thực thi, có thể thí điểm cơ chế phối hợp liên ngành giữa Sở Văn hóa và Thể thao, Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Giáo dục và Đào tạo cùng một số trường đại học, bảo tàng và thiết chế văn hóa trọng điểm để thống nhất danh mục dự án, phân công nguồn lực và theo dõi kết quả.

5.2. Tái cấu trúc cơ chế phát triển năng lực trong các cơ sở giáo dục đại học

Thứ hai, cần tái cấu trúc cơ chế phát triển năng lực trong các cơ sở giáo dục đại học. Hạn chế của sinh viên không nằm thuần túy ở việc thiếu công cụ số, mà ở chỗ các năng lực cần thiết cho khởi nghiệp dựa trên di sản – gồm tư duy thiết kế, kể chuyện số, tổ chức trải nghiệm, mô hình hóa giá trị, đọc dữ liệu thị trường và thương mại hóa - chưa được tích hợp trong cùng một logic đào tạo. Do đó, các trường đại học cần chuyển từ dạy các mô-đun rời rạc sang thiết kế các học phần và dự án học tập liên ngành, trong đó sinh viên đi qua cả quy trình khảo sát di sản, diễn giải chất liệu văn hóa, phát triển ý tưởng, tạo mẫu thử, phản biện liên ngành và thử nghiệm người dùng. Có thể ưu tiên các studio

dự án, học phần capstone, mô hình cổ vấn theo nhóm và các gói hỗ trợ vi mô cho mẫu thử để đưa ý tưởng ra khỏi phạm vi bài tập học thuật.

5.3. Số hóa, chuẩn hóa và mở rộng tiếp cận dữ liệu di sản

Thứ ba, cần đẩy mạnh số hóa, chuẩn hóa và mở rộng tiếp cận dữ liệu di sản. Đây là khâu nền tảng bởi trong điều kiện dữ liệu di sản còn phân tán, khó khai thác hoặc chưa được chuẩn hóa, năng lực sáng tạo của sinh viên khó có điểm tựa để phát triển. Cơ quan quản lý và các thiết chế văn hóa tại Hà Nội cần xây dựng cơ chế dữ liệu nhiều tầng: dữ liệu mở phục vụ học tập và sáng tạo; dữ liệu có điều kiện phục vụ nghiên cứu và thử nghiệm; dữ liệu hạn chế dành cho các nội dung nhạy cảm liên quan tới bảo tồn. Song song với đó là phát triển thư viện số, bản đồ số di sản, bộ dữ liệu hình ảnh, hồ sơ chuyên đề và tài nguyên số có thể tích hợp vào dạy học, nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Một nền tảng dữ liệu mở theo phân tầng truy cập sẽ là công cụ phù hợp để dung hòa giữa yêu cầu sáng tạo và yêu cầu bảo tồn.

5.4. Tổ chức lại hệ sinh thái hỗ trợ theo chuỗi giá trị

Thứ tư, cần tổ chức lại hệ sinh thái hỗ trợ theo chuỗi giá trị. Một đặc điểm nổi bật của kết quả nghiên cứu là sự suy giảm mức độ ứng dụng công nghệ số khi sinh viên di chuyển từ khâu ý tưởng và truyền thông sang khâu thị trường và thương mại hóa. Điều này cho thấy bài toán không thể chỉ giải trong lớp học hoặc trung tâm khởi nghiệp của trường. Thành phố và các trường đại học cần thiết lập cơ chế kết nối thực chất giữa bảo tàng, ban quản lý di tích, làng nghề, doanh nghiệp công nghệ, doanh nghiệp sáng tạo, quỹ hỗ trợ, mạng lưới chuyên gia và nhà đầu tư. Các công cụ chính sách khả thi gồm: chương trình đồng xây dựng đề bài giữa bảo tàng và trường đại học; tài trợ vi mô cho mẫu thử; chương trình cổ vấn theo dự án; thực tập tại đơn vị văn hóa - sáng tạo; sandbox thử nghiệm sản phẩm số có kiểm soát; và nền tảng kết nối dữ liệu - chuyên gia - nguồn lực cho sinh viên.

5.5. Đổi mới cơ chế theo dõi và đánh giá chính sách

Thứ năm, cần xây dựng cơ chế theo dõi và đánh giá chính sách theo chuỗi đầu ra - kết quả - tác động. Trong nhiều chương trình hỗ trợ khởi nghiệp hiện nay, thước đo thường dừng ở số lượng cuộc thi, số đội tham gia hoặc số khóa đào tạo. Với khởi nghiệp dựa trên di sản, hệ thống đánh giá cần đi xa hơn, bao gồm các chỉ số như số lượng dữ liệu di sản được chuẩn hóa và đưa vào sử dụng; số dự án liên ngành được hình thành; số mẫu thử được triển khai; số dự án đi tới kết nối thị trường; và mức độ tham gia của thiết chế

văn hóa trong chuỗi hỗ trợ. Chỉ khi có hệ thống đánh giá theo chuỗi như vậy, chính sách mới tránh được tình trạng thiên về bề nổi hoạt động mà thiếu tác động thực chất.

Với riêng Hà Nội, việc tổ chức thực thi nên triển khai theo lộ trình thí điểm - đánh giá - mở rộng (bảng 4). Giai đoạn đầu, thành phố có thể lựa chọn một số trường đại học, một số bảo tàng hoặc di tích tiêu biểu và một số không gian sáng tạo để thí điểm mô hình phối hợp. Giai đoạn tiếp theo là chuẩn hóa quy trình, bộ công cụ và cơ chế chia sẻ dữ liệu. Giai đoạn sau cùng là mở rộng mô hình theo cụm ngành và cụm không gian di sản, gắn với chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa của Thủ đô. Trong toàn bộ quá trình này, cần quán triệt bốn nguyên tắc: bảo đảm tính xác thực của di sản; coi công nghệ số là phương tiện chuyển hóa giá trị chứ không phải đích đến tự thân; đặt khả thi thị trường song hành với trách nhiệm văn hóa; và điều phối liên ngành bằng công cụ cụ thể thay vì chỉ dừng ở ký kết hình thức.

Bảng 4. Ma trận hàm ý quản lý nhà nước.

Điểm nghẽn	Biểu hiện thực nghiệm	Hướng can thiệp	Chủ thể chính
Nhận thức	Di sản được nhìn mạnh hơn như cảm hứng, biểu tượng hơn là đầu vào dự án số	Tích hợp giáo dục di sản với khởi nghiệp và kể chuyện số trong chương trình học	Trường đại học; thiết chế văn hóa
Năng lực	Mạnh ở thao tác trực quan và truyền thông, yếu ở thiết kế dịch vụ, mô hình và thương mại hóa	Phát triển học phần/dự án liên ngành; cố vấn theo chuỗi giá trị; tăng cường năng lực đọc thị trường	Trường đại học; chuyên gia; doanh nghiệp
Cấu trúc hỗ trợ	Các hợp phần di sản - công nghệ - khởi nghiệp còn phân tán	Tái cấu trúc trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp; hình thành nhánh hỗ trợ chuyên biệt	Trường đại học; cơ quan quản lý giáo dục
Hệ sinh thái	Yếu ở kết nối thị trường, dữ liệu, thử nghiệm và thương mại hóa	Mở dữ liệu di sản số; tài trợ vi mô; sandbox; nền tảng kết nối nguồn lực	Thành phố Hà Nội; thiết chế văn hóa; doanh nghiệp; quỹ hỗ trợ

Nguồn: Đề xuất của tác giả từ kết quả nghiên cứu.

6. Kết luận

Ứng dụng công nghệ số trong khởi nghiệp dựa trên di sản văn hóa vật thể của sinh viên Hà Nội đã hình thành những nền tảng ban đầu nhưng nhìn chung mới chủ yếu ở mức

trung bình. Sinh viên mạnh hơn ở các khâu trực quan và truyền thông, nhưng yếu hơn ở các khâu tích hợp mô hình, kết nối thị trường và thương mại hóa. Việc khai thác di sản cũng mạnh hơn ở bình diện cảm hứng và trách nhiệm bảo tồn hơn là ở bình diện đầu vào thực chất cho dự án số. Từ đó có thể khẳng định rằng vấn đề không chỉ nằm ở kỹ năng sử dụng công cụ số, mà còn ở năng lực chuyển hóa giá trị văn hóa thành giá trị đổi mới sáng tạo và ở cấu trúc hỗ trợ xung quanh sinh viên.

Bốn điểm nghẽn nổi bật gồm nhận thức, năng lực, tổ chức hỗ trợ trong nhà trường và liên kết hệ sinh thái. Kết quả ANOVA cho thấy, sự khác biệt có ý nghĩa thống kê giữa các nhóm ngành đào tạo ở cả ba trục khảo sát, song quy mô ảnh hưởng đều nhỏ; điều đó hàm ý rằng chuyên ngành có liên quan nhưng không phải là yếu tố quyết định duy nhất. Tương ứng, bài báo đề xuất năm định hướng quản lý nhà nước về tích hợp chính sách, phát triển năng lực liên ngành, mở rộng dữ liệu di sản số, tổ chức lại hệ sinh thái hỗ trợ và đổi mới cơ chế đánh giá chính sách. Nghiên cứu còn có giới hạn do sử dụng mẫu thuận tiện có phân tầng và chủ yếu dựa trên thống kê mô tả kết hợp ANOVA trong phạm vi Hà Nội; đồng thời, 67,1% mẫu là sinh viên năm thứ nhất đến năm thứ ba nên các điểm thấp ở mắt xích thị trường và thương mại hóa cần được hiểu là phản ánh đồng thời cả hạn chế năng lực và hạn chế cơ hội trải nghiệm thực tế. Vì vậy, kết quả phù hợp để nhận diện xu hướng và gợi mở chính sách hơn là suy rộng cơ học. Các nghiên cứu tiếp theo cần tiếp tục kiểm định khác biệt theo năm học và giới tính, đồng thời đánh giá thực nghiệm hiệu quả của các mô hình hỗ trợ cụ thể.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

[1] G. Vial (2019), “Understanding digital transformation: A review and a research agenda”, *The Journal of Strategic Information Systems*, **28(2)**, pp.118-144, DOI: 10.1016/j.jsis.2019.01.003.

[2] J.A. Schumpeter (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, 196pp.

[3] P.F. Drucker (1985), *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*, Harper & Row, 238pp.

[4] D. Throsby (2010), *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge University Press, DOI: 10.1017/CBO9780511845253.

[5] UNESCO (1972), *Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage*, <https://legal.un.org/avl/ha/ccpwnh/ccpwnh.html>, accessed 2 March 2026.

[6] National Assembly (2001), *Law on Cultural Heritage* (in Vietnamese).

[7] National Assembly (2009), *Law Amending and Supplementing a Number of Articles of The Law on Cultural Heritage* (in Vietnamese).

[8] Prime Minister (2017), *Decision No. 1665/QĐ-TTg dated October 30, 2017, Approving The Project to Support Student Entrepreneurship until 2025* (in Vietnamese).

[9] Prime Minister (2020), *Decision No. 749/QĐ-TTg dated June 3, 2020, Approves The National Digital Transformation Program until 2025, with Orientation to 2030* (in Vietnamese).

[10] Central Committee of the Communist Party (2021), *Documents of The 13th National Congress of the Communist Party of Vietnam*, Vol. I, National Political Publishing House, 293pp (in Vietnamese).

[11] N.C. Dung (2024), “Solutions to improve the effectiveness of implementing policies supporting youth entrepreneurship”, *Journal of State Management*, **338**, pp.47-52, DOI: 10.59394/qlnn.338.2024.794 (in Vietnamese).

[12] H.K. Huong (2026), “Policies to support the enhancement of digital skills for young entrepreneurs in the northern mountainous region”, *Journal of State Management*, **362**, pp.82-86, DOI: 10.59394/qlnn.362.2026.1458 (in Vietnamese).