

BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 27.2020



TIN TỨC SỰ KIỆN

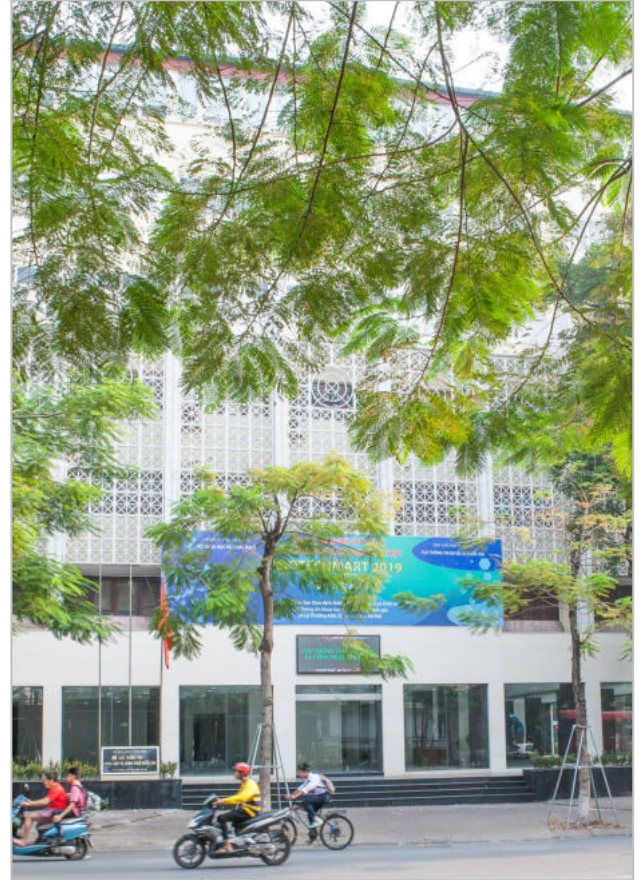
- 01 6 gói hỗ trợ về truyền thông cho startup Việt trước bối cảnh Covid-19
- 02 Thinkzone Accelerator khởi động đợt 3
- 03 Năm chủ tịch ASEAN 2020, Việt Nam đăng cai 7 sự kiện kinh doanh, đề xuất mạng lưới khởi nghiệp Đông Nam Á
- 04 Kiến nghị nhiều giải pháp tháo gỡ khó khăn cho thanh niên khởi nghiệp

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Chuyện về CEO khởi nghiệp từ Thung lũng Silicon
- 06 Đổi mới không ngừng theo nhu cầu khách hàng mang lại vị thế độc tôn cho các công ty vừa và nhỏ của Nhật Bản

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 10 lời khuyên chiến lược sở hữu trí tuệ cho khởi nghiệp công nghệ (P1)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: (024) 38262718

khích ĐMST trong cộng đồng. Cụ thể trong 5 năm triển khai Đề án, có 16 đơn vị nhận nhiệm vụ truyền thông hỗ trợ cho hơn 200 doanh nghiệp KN ĐMST trên cả nước với những bước chuyển biến trong tư duy làm truyền thông cũng như cách tiếp cận truyền thông cho KN ĐMST.

“Các gói hỗ trợ được đánh giá là đa dạng về hình thức như tư vấn xây dựng kênh và sản xuất nội dung quảng cáo; hỗ trợ việc truyền thông trên báo giấy/ nền tảng mạng xã hội; sản xuất các nội dung giới thiệu startup hay tổ chức các hội nghị kết nối cho các startup được tuyển chọn hỗ trợ truyền thông,... nhằm giúp cho startup quảng bá mô hình kinh doanh, đồng thời phát triển thị trường và thu hút đầu tư cho doanh nghiệp”, ông Nam cho biết thêm.

Chia sẻ về chiến lược truyền thông hướng đến các thị trường mới, bà Diệp Quế Anh - Giám đốc Truyền thông TikTok Việt Nam, Philippines và những thị trường mới, cho biết ở Việt Nam quan điểm về truyền thông có nhiều sự khác biệt, khi nhắc đến truyền thông thường nói đến những yếu tố như hợp báo, thông cáo báo chí. Tuy nhiên theo bà, điều quan trọng nhất trong vấn đề truyền thông là xây dựng uy tín của doanh nghiệp, do vậy cần phải hiểu về ý nghĩa hoạt động của doanh nghiệp với xã hội, mục tiêu và nhiệm vụ của doanh nghiệp là gì thay vì chỉ tập trung vào sản phẩm/dịch vụ.

Trả lời câu hỏi startup có nên làm truyền thông hay không, bà Diệp Quế Anh cho rằng nếu như có cơ hội, startup nên làm truyền thông ngay từ những ngày đầu “để tạo cơ hội cho mình, cho thế giới biết tại sao doanh nghiệp lại ra mắt sản phẩm đó và sản phẩm đó giải quyết được vấn đề gì cho xã hội và đem lại những giá trị gì cho mọi người”.

Bà Natalie Đỗ - Giám đốc Phát triển toàn cầu của startup Việt tại Silicon Valley ELSA Speak cũng khẳng định truyền thông cần phải đúng định hướng, phải trả lời được câu hỏi giá trị mà doanh nghiệp

mang lại cho thị trường là gì, bên cạnh đó cũng cần tận dụng các nguồn lực hỗ trợ, tận dụng truyền thông để quảng bá sản phẩm.

Dưới góc độ của người đã đầu tư cho khởi nghiệp sáng tạo, ông Nguyễn Thanh Sơn - Nhà đầu tư & Chủ tịch tập đoàn Media Ventures Vietnam cho biết không cần quan tâm đến startup tạo ra thương hiệu gì mà quan tâm đến việc họ giải quyết vấn đề gì, vấn đề có lớn và nhức nhối hay không, câu chuyện của họ có đủ sức thuyết phục hay không.

Ông Sơn chia sẻ xây dựng nên một thương hiệu là quá trình rất tốn kém, tùy thuộc nhiều vào mỗi giai đoạn của startup. Ông cũng khẳng định, trước khi truyền thông ra bên ngoài, cần quan tâm đến truyền thông nội bộ. Nhiều startup thành công chỉ phải bỏ rất ít tiền cho marketing, trong khi đó họ tập trung vào phát triển sản phẩm, biến sản phẩm của mình thành một “chủ đề” thu hút được báo chí.

6 GÓI HỖ TRỢ TRUYỀN THÔNG

“Truyền thông Phát triển thị trường cho doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST”

Gói hỗ trợ này kéo dài đến hết năm 2020, với các hoạt động chính như tổ chức Hội nghị kết nối cung cầu startup ngành Logistics và phát triển thị trường cho startup thương mại điện tử. Bên cạnh đó, gói hỗ trợ truyền thông còn quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST ra quốc tế, nhằm kết nối và mở rộng thị trường, thương mại hóa sản phẩm.

“Truyền thông hỗ trợ startup kiểm nghiệm thị trường và thu hút đầu tư trong nước - quốc tế”

Vận hành từ 1/8 đến 1/9 năm 2020, gói hỗ trợ tư vấn xây dựng kênh và sản xuất nội dung quảng cáo trên nền tảng Tiktok cho khoảng 15 - 20 startup nhanh tay đăng ký. Cụ thể, gói giúp các startup sáng tạo các nội dung giới thiệu doanh nghiệp, xu hướng khởi nghiệp, kiểm nghiệm các ý tưởng khởi nghiệp mới và hỗ trợ phát trên hệ sinh thái các kênh truyền thông của Công ty Cổ phần Sáng tạo Lê Minh.



“Truyền thông nhằm quảng bá các điển hình hỗ trợ khởi nghiệp đổi mới sáng tạo”

Gói hỗ trợ này dành cho 30 - 50 startup, gồm 12 chương trình talkshow trên VOV1 và Đài Truyền hình Nhân dân, với sự đồng hành của các tổ chức hỗ trợ khởi nghiệp. Dự án kéo dài 12 tháng tính từ thời điểm hiện tại đến tháng 6/2021. Đồng thời, May Media tham gia hỗ trợ truyền thông trên nền tảng mạng xã hội, với mục tiêu đạt 20 triệu lượt tiếp cận, 700.000 lượt tương tác, 750.000 lượt xem. Bên cạnh đó, chương trình hứa hẹn thu hút 200.000 lượt tiếp cận từ kênh báo chí truyền thống cho các dự án khởi nghiệp ĐMST.

“Truyền thông nhằm quảng bá sản phẩm, mô hình kinh doanh của doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST tập trung ở khu vực Miền Trung - Tây Nguyên để kiểm nghiệm và phát triển thị trường”

Triển khai từ tháng 8/2020, gói hỗ trợ dành cho 40 startup được tuyển chọn. Cụ thể, gói thực hiện các nội dung truyền thông trên báo điện tử, báo giấy,

truyền hình và các kênh mạng xã hội cho các doanh nghiệp được lựa chọn, đảm bảo 40 triệu lượt tiếp cận và 1 triệu lượt tương tác.

Gói hỗ trợ khởi nghiệp VietChance 2020

Gói hỗ trợ dành cho 12 - 15 startup, triển khai tháng 8 - 10/2020. Các doanh nghiệp được lựa chọn sẽ tham gia các hoạt động truyền thông trên kênh truyền hình VTC10. Bên cạnh đó, chương trình tạo cơ hội cho các startup trẻ tham gia các sự kiện do NetViet tổ chức về khởi nghiệp ĐMST, nhằm kết nối đầu tư trong nước và quốc tế.

Gói hỗ trợ Cloud Booster của Cloud Ace Vietnam


Triển khai đến hết năm 2020, gói hỗ trợ bao gồm 8 giờ hỗ trợ kỹ thuật cùng 500 USD trong quá trình sử dụng dịch vụ trên nền tảng Google Cloud (GCP) cho mỗi startup. Bên cạnh đó, Cloud Ace còn tổ chức workshop hướng dẫn tổng quan về GCP, tặng 50 credit để thực hành trên Qwiklabs - nền tảng mô phỏng và cung cấp cho người dùng những hướng dẫn chi tiết để làm việc với GCP./.

THINKZONE ACCELERATOR KHỞI ĐỘNG ĐỢT 3

ThinkZone Accelerator là chương trình Tăng tốc khởi nghiệp hỗ trợ các startup Việt Nam trong giai đoạn kiểm chứng sản phẩm và thị trường, đồng thời đồng hành cùng quá trình phát triển startup với các hoạt động hỗ trợ bao gồm đầu tư, đào tạo, cố vấn, cùng các gói hỗ trợ toàn diện và thiết thực đến từ mạng lưới đối tác của ThinkZone.



- Dịch vụ kết nối gọi vốn với mạng lưới 50+ quỹ đầu tư toàn cầu từ ThinkZone.
- 03 tháng huấn luyện và 24 tháng đồng hành chiến lược, áp dụng các triết lý khởi nghiệp tiên tiến như Lean Startup, Design Thinking, Lean Customer Development, và Lean Analytics.
- Mạng lưới cố vấn và chuyên gia toàn cầu với 100+ founders và mentors thuộc nhiều lĩnh vực trên khắp thế giới sẵn sàng hỗ trợ tư vấn cho các startup trong quá trình phát triển./.

 Thời hạn đăng ký: 14/07/2020 - 15/08/2020

► Đăng ký tại [đây](#)

ĐỐI TƯỢNG THAM GIA:

- Các startup đang trong giai đoạn kiểm chứng sản phẩm trên thị trường, có sản phẩm ra mắt thị trường trên dưới 1 năm, đã có khách hàng/doanh thu và đang trong giai đoạn tìm kiếm solution-problem fit hoặc product-market fit.
- Dự án đã có sản phẩm/dịch vụ hiện hữu, cung cấp trên thị trường.
- Dự án phát triển trên nền tảng công nghệ.
- Các startup từng tham gia đợt 1, 2 nhưng không lọt vào top 10 được phép tham gia ThinkZone Accelerator đợt 3.

LỢI ÍCH KHI THAM GIA CHƯƠNG TRÌNH:

- Khoản đầu tư trực tiếp trị giá 50.000 USD.
- Các gói hỗ trợ toàn diện trị giá 50.000 USD+ từ các đối tác Amazon Web Services, MISA, VnExpress, LadiPage, Zendesk, NovaonX, HubSpot,...



NĂM CHỦ TỊCH ASEAN 2020, VIỆT NAM ĐĂNG CAI 7 SỰ KIỆN KINH DOANH, ĐỀ XUẤT LẬP MẠNG LƯỚI KHỞI NGHIỆP ĐÔNG NAM Á

iPEC.com.vn - “Ba tổ chức sẽ định hình cho sự phát triển của kinh tế Việt Nam là MSME (Doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa), doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và khởi nghiệp”, Chủ tịch VCCI Vũ Tiến Lộc nhận định

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) cùng Hội đồng Tư vấn Kinh doanh ASEAN (ASEAN BAC) Việt Nam tổ chức buổi họp báo giới thiệu chuỗi các hoạt động doanh nghiệp trong năm ASEAN 2020 do VCCI chủ trì theo sự phân công của Ủy ban Quốc gia ASEAN 2020.

Năm Chủ tịch ASEAN 2020, Việt Nam đăng cai 7 sự kiện kinh doanh lớn, trong đó có đề xuất lập mạng lưới khởi nghiệp ASEAN công nghệ số.

Đề xuất này có tên đầy đủ là Mạng lưới khởi nghiệp ASEAN công nghệ số – Digital STARS 2020, nhằm tạo dựng một mạng lưới kết nối các doanh nghiệp khởi nghiệp công nghệ trong ASEAN để đẩy mạnh giao lưu, học tập kinh nghiệm về khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, đồng thời thúc đẩy quá trình chuyển đổi số, đặc biệt với các doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa – MSME, động lực phát triển kinh tế trong ASEAN. Đề xuất thuộc dự án di sản của ASEAN BAC – là một trong những hoạt động thường niên quan trọng của ASEAN BAC nhằm thúc đẩy những ưu tiên của cộng đồng doanh nghiệp khu vực.

“Ba tổ chức sẽ định hình cho sự phát triển của kinh tế Việt Nam là MSME (Doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa), doanh nghiệp do phụ nữ làm chủ và khởi nghiệp”, Chủ tịch VCCI Vũ Tiến Lộc nhận định.

“Những tháng đầu năm nay, đại dịch COVID-19 đã gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến các nền kinh tế trong khu vực, sản xuất bị gián đoạn, nhu cầu suy

giảm, chuỗi cung ứng bị đứt gãy, doanh nghiệp kinh doanh đình trệ... đặc biệt là các doanh nghiệp MSME. Tuy nhiên, nhìn ở khía cạnh tích cực, đây lại là cú hích thúc đẩy các doanh nghiệp nhanh chóng chuyển đổi số để tồn tại và tiếp tục phát triển trong bối cảnh hậu COVID”, ông Phạm Đình Đoàn – Chủ tịch Tập đoàn Phú Thái, Chủ tịch Dự án di sản ASEAN Digital STARS chia sẻ.

Ông Đoàn cho rằng hỗ trợ MSME chuyển đổi số cũng sẽ mang đến các cơ hội bình đẳng cho các nhóm dễ bị tổn thương như phụ nữ, doanh nhân trẻ, người nghèo..., đưa yếu tố con người vào trung tâm, thúc đẩy đổi mới và tăng trưởng bao trùm, không để ai bị bỏ lại phía sau.

Ngoài Digital STARS, 6 sự kiện lớn khác do Việt Nam đăng cai gồm:

- 1.Hội nghị Thượng đỉnh Kinh doanh Việt Nam 2020 (Vietnam Business Summit – VBS 2020)
- 2.Hội nghị Thượng đỉnh Kinh doanh và Đầu tư ASEAN 2020 (ASEAN BIS 2020)
- 3.Các hoạt động của Hội đồng doanh nghiệp Đông Á (EABC)
- 4.Các hoạt động của Hội đồng tư vấn kinh doanh ASEAN (ASEAN BAC)
- 5.Hội nghị thượng đỉnh doanh nhân nữ ASEAN (ASEAN Woman Entrepreneur Summit 2020)
- 6.Giải thưởng Doanh nghiệp ASEAN 2020 (ASEAN Business Award 2020 – ABA 2020)/.



KIẾN NGHỊ NHIỀU GIẢI PHÁP THÁO GỠ KHÓ KHĂN CHO THANH NIÊN KHỞI NGHIỆP

Khoinghiệp.org - Đó là thông tin được anh Nguyễn Anh Tuấn, Bí thư thường trực T.Ư Đoàn, Chủ tịch T.Ư Hội LHTN Việt Nam, cho biết tại Hội nghị Ủy ban T.Ư Hội LHTN Việt Nam lần thứ III (khóa VIII, nhiệm kỳ 2019 - 2020).

Hội nghị diễn ra ngày 19/7 tại TP.Biên Hòa (Đồng Nai), do anh Nguyễn Anh Tuấn cùng 7 Phó chủ tịch T.Ư Hội LHTN Việt Nam chủ trì.

SÁNG TẠO CÁC PHƯƠNG THỨC TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG MỚI

Báo cáo tại hội nghị, Ủy ban T.Ư Hội LHTN Việt Nam cho biết thực hiện chủ đề công tác năm “Tôi yêu Tổ quốc tôi”, công tác Hội và phong trào thanh niên đã bám sát trọng tâm và các nội dung hoạt động do Ủy ban T.Ư Hội đề ra, có nhiều đổi mới về nội dung và phương thức để phù hợp với tình hình

dịch Covid-19. Các cấp bộ Hội đã xây dựng, triển khai nhiều chương trình, hoạt động thiết thực thu hút đông đảo hội viên, thanh niên tham gia, nổi bật là các hoạt động chung tay phòng, chống và đẩy lùi dịch Covid-19. Tổ chức Hội tiếp tục phát huy tốt vai trò người bạn đồng hành với thanh niên trong học tập, việc làm, khởi nghiệp và rèn luyện bản thân. Công tác đoàn kết tập hợp thanh niên được mở rộng, trọng tâm tiếp tục hướng đến các đối tượng thanh niên đặc thù.

Tại hội nghị, anh Nguyễn Anh Tuấn đánh giá cao

hoạt động của Hội trong thời gian qua, nhất là trong bối cảnh diễn biến phức tạp của dịch Covid-19. Chính sự sáng tạo của thanh niên đã giúp tìm ra các phương thức tổ chức hoạt động mới để tham gia vào công việc chung của đơn vị, địa phương... thu hút sự hưởng ứng rộng rãi của thanh niên. Ở đâu cũng thấy lực lượng thanh niên, những người trẻ xuất hiện trên tuyến đầu chống dịch. Để dẫn chứng, anh Nguyễn Anh Tuấn nêu loạt bài của Báo Thanh Niên "Những hình ảnh người trẻ trên tuyến đầu chống dịch". "Những hình ảnh này hết sức rõ nét, cho thấy Hội phát huy được vai trò của mình, tạo được sự khác biệt nhất định", anh Nguyễn Anh Tuấn nhấn mạnh.



Anh Nguyễn Anh Tuấn cũng cho hay vừa qua Hội đã tích cực tham gia tham vấn và kiến nghị chính sách có liên quan đến thanh niên. Lãnh đạo các đơn vị T.Ư Hội thường xuyên nắm bắt tình hình từ thanh niên để kịp thời tổng hợp ý kiến, kiến nghị về mặt chính sách. Trong quá trình sửa đổi luật Thanh niên vừa rồi, Hội đã tham gia hết sức tích cực. Làm việc với Thủ tướng Chính phủ vào tháng 3/2020, Hội cũng đã có những kiến nghị hết sức xác đáng liên quan đến tháo gỡ khó khăn do cơ chế, chính sách

giúp thanh niên khởi nghiệp...

XÁC LẬP CÁC GIẢI PHÁP, CÔNG VIỆC HỖ TRỢ THANH NIÊN

Tuy nhiên, theo báo cáo của Ủy ban T.Ư Hội, công tác Hội và phong trào thanh niên 6 tháng đầu năm 2020 còn một số tồn tại cần khắc phục. Cụ thể, việc tổ chức học tập, quán triệt nghị quyết Đại hội Hội các cấp và nghị quyết Đại hội đại biểu toàn quốc Hội LHTN Việt Nam lần thứ VIII có nơi còn chậm; việc triển khai các chương trình do T.Ư Hội chỉ đạo trên quy mô toàn quốc của một số đơn vị chưa nghiêm túc, chưa tạo được hiệu ứng lan tỏa và hưởng ứng rộng rãi của hội viên, thanh niên; công tác đoàn kết tập hợp thanh niên dân tộc thiểu số, thanh niên tín đồ tôn giáo và thanh niên trong các khu công nghiệp, khu chế xuất, thanh niên trong các doanh nghiệp ngoài nhà nước và thanh niên khu nhà trọ, chung cư hiệu quả chưa cao; công tác đào tạo, tập huấn kỹ năng, kiến thức khởi nghiệp cho hội viên, thanh niên còn mờ nhạt, việc hỗ trợ các dự án khởi nghiệp của thanh niên còn hạn chế; một số đơn vị thực hiện công tác thông tin, báo cáo chưa đúng tiến độ.

Về nhiệm vụ trọng tâm trong thời gian tới, anh Nguyễn Anh Tuấn lưu ý 3 nhóm vấn đề. Thứ nhất, Hội phải tiếp tục đẩy nhanh, học tập, quán triệt, tuyên truyền Nghị quyết Đại hội VIII đến cán bộ Hội và thanh niên. Thứ hai, thời gian tới xã hội tiếp tục bị ảnh hưởng bởi dịch Covid-19, do vậy các tổ chức Hội cần tiếp tục xác lập các giải pháp, công việc nhằm hỗ trợ thanh niên, nhất là thanh niên thất nghiệp, không có việc làm. Cuối cùng là phải củng cố, nâng cao hơn nữa hoạt động của Hội tại cơ sở./.

CHUYỆN VỀ CEO TRỞ VỀ KHỞI NGHIỆP TỪ THUNG LŨNG SILICON

Thị giác máy tính (Computer Vision, hay CV) là lĩnh vực quan trọng của trí tuệ nhân tạo (AI) với nhiều ứng dụng thực tế có ảnh hưởng lớn đến cuộc sống hàng ngày như tìm kiếm ảnh, camera thông minh, giao thông thông minh, nhận dạng khuôn mặt, máy bay không người lái, xe tự hành...



Tại Việt nam, nhiều khóa học về lĩnh vực mới mẻ này đã được mở nhằm cung cấp cho người học những kiến thức và kỹ năng cơ bản về thị giác máy tính bao gồm các khái niệm, mô hình, kỹ thuật cơ bản từ việc biểu diễn ảnh và trích rút các đặc trưng cấp thấp (low-level feature extraction) tới việc nhận dạng hình ảnh ở mức cao (high-level visual recognition).

Trong số này, tác giả xin được giới thiệu câu chuyện khởi nghiệp của TS. Thông Đỗ (Đại học Johns Hopkins). Hoạt động khởi nghiệp của Thông Đỗ bắt đầu từ Arimo - công ty làm nên tên tuổi của anh, Palexy - startup do anh đồng sáng lập và hiện là CEO, đến triết lý tuyển dụng nhân tài và quan điểm về chảy máu chất xám dưới góc nhìn của một người từng khởi nghiệp tại Mỹ.

VÀI NÉT VỀ NHÀ KHỞI NGHIỆP GỐC VIỆT VÀ HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP

Thông Đỗ là Tiến sĩ của Đại học Johns Hopkins (Mỹ) với 5 bằng sáng chế về Thị giác máy tính và Trí

tuệ nhân tạo. Anh là đồng sáng lập Arimo - công ty về dữ liệu lớn từng gây tiếng vang tại Thung lũng Silicon - đã bán lại cho Panasonic Mỹ.

Hiện TS. Thông Đỗ là đồng sáng lập và CEO Palexy - startup công nghệ về thị giác máy tính và trí tuệ nhân tạo - cung cấp công nghệ phân tích cho phép các nhà bán lẻ đo lường, phân tích và hiểu rõ hơn về hành vi của khách hàng và hiệu suất của nhân viên.

Hành trình đến Mỹ và khởi nghiệp của TS Thông Đỗ bắt đầu từ khi ông tốt nghiệp đại học ở Việt Nam, và theo học tiến sĩ tại Đại học Johns Hopkins về Thị giác máy tính và Trí tuệ nhân tạo năm 2004. Sau khi học xong tiến sĩ và theo làm vài năm tại một số công ty công nghệ ở Mỹ, ông quyết định đứng ra thành lập công ty Arimo với một số người bạn vào năm 2013. Arimo có trụ sở chính tại Thung lũng Silicon và trung tâm NC&PT (nghiên cứu và phát triển) ở TP HCM. Với ông, việc khởi nghiệp chỉ đơn giản là tìm cách giải quyết một vấn đề nào đó trong xã hội. Quá trình học tiến sĩ ở trường giúp ông rèn luyện khả năng giải quyết vấn đề theo hướng sáng tạo, không theo lối mòn. Bên cạnh đó, quá trình hoàn thành chương trình tiến sĩ đã giúp ông trở nên kiên nhẫn hơn vì có khi phải mất vài năm để giải quyết một vấn đề một cách trọn vẹn. Đây là những yếu tố rất quan trọng giúp ông khởi nghiệp sau này.

Năm 2016, tạp chí Fast Company đã đưa startup Arimo của Thông Đỗ vào danh sách 10 công ty sáng tạo nhất trong lĩnh vực khoa học dữ liệu. Arimo được

TS. Thông Đổ cùng với một số người bạn thành lập vào cuối năm 2012, đầu năm 2013. Khi đó làn sóng công nghệ Big Data (Dữ liệu lớn) đang bước vào thời kỳ phát triển mạnh mẽ tại Thung lũng Silicon. Có rất nhiều quỹ đầu tư mạo hiểm muốn rót tiền vào các startup trong lĩnh vực này tại thời điểm đó. Tuy nhiên thách thức lớn nhất với các startup ở Thung lũng Silicon không phải gọi vốn đầu tư mà là tìm được các kỹ sư tài năng để xây dựng sản phẩm và công nghệ. Theo TS. Thông Đổ, nhóm kỹ sư giỏi nhất thường ra ngoài tự xây dựng các startup riêng. Nhóm kỹ sư giỏi nhì thì thường đầu quân cho các công ty công nghệ lớn như Google, Facebook, Amazon, hoặc các "hot startup" đang chuẩn bị IPO. Do vậy trên thị trường chỉ còn nhóm kỹ sư giỏi thứ 3 và nhóm này được săn đón bởi hàng nghìn thậm chí hàng chục nghìn các startup ở Thung lũng Silicon.

Arimo giải quyết bài toán khan hiếm nguồn nhân lực chất lượng cao này bằng cách tự xây dựng đội ngũ kỹ sư công nghệ chất lượng quốc tế ở Việt Nam thay vì ở Thung lũng Silicon. Vào những năm 2012-2013, gần như toàn bộ các công ty công nghệ ở Việt Nam chỉ làm dịch vụ gia công phần mềm cho các khách hàng ở thị trường nước ngoài, tận dụng nguồn nhân công rẻ ở Việt Nam. Tuy nhiên mô hình nguồn nhân công rẻ này lại không phù hợp để xây dựng các sản phẩm và công nghệ đột phá mà Arimo đang nhắm tới. Do vậy Arimo đã tiên phong trong việc xây dựng đội ngũ kỹ sư công nghệ đẳng cấp quốc tế nhưng ngồi làm việc tại Việt Nam. Arimo không chỉ tuyển chọn những kỹ sư công nghệ giỏi nhất trong nước mà còn tuyển dụng cả các kỹ sư từ các nước như Mỹ, Nhật, Singapore, châu Âu... về Việt Nam làm việc.

Ngoài việc tuyển dụng nhân tài khắp nơi, Arimo cũng tiên phong trong việc xây dựng một văn hoá làm việc rất khác biệt với các công ty công nghệ khác ở Việt Nam, đó là môi trường làm việc tập trung vào

sáng tạo và đặc biệt trọng dụng các kỹ sư tài năng. Lương của các kỹ sư giỏi có thể cao hơn lương của quản lý. Kỹ sư giỏi sẽ được tham gia trực tiếp vào việc lên kế hoạch cũng như phát triển sản phẩm. Đây cũng là mô hình văn hoá doanh nghiệp sáng tạo mà Google, Facebook, Microsoft, Amazon... đã xây dựng rất thành công tại Thung lũng Silicon trong 2 thập kỷ qua. Vào những năm 2014, mô hình doanh nghiệp sáng tạo này rất mới ở Việt Nam và lúc đó chỉ có Arimo triển khai nên quy tụ được rất nhiều tài năng công nghệ tham gia.

Sau này có thêm nhiều startup công nghệ khác ở Việt Nam triển khai mô hình doanh nghiệp sáng tạo này và cũng khá thành công. Về cơ bản mô hình doanh nghiệp sáng tạo này rất phù hợp để phát triển các sản phẩm và công nghệ đột phá, giúp tăng đáng kể chất lượng của các startup công nghệ trong nước.

Arimo từng được kỳ vọng sẽ trở thành startup kỳ lân, nhưng TS. Thông Đổ và những người đồng sáng lập lại gây bất ngờ khi quyết định bán lại công ty cho Panasonic vào năm 2017. Lý do được anh giải thích, đó là mỗi công ty công nghệ thường có chu kỳ phát triển nhất định, thông thường là 5-7 năm. Sau 5-7 năm nếu anh trở thành "market leader" (người dẫn đầu thị trường) trong ngành thì sẽ tiếp tục được rót vốn đầu tư và phát triển mạnh mẽ. Để trở thành "market leader" thì cần nhiều yếu tố khác ngoài việc sở hữu những sản phẩm và công nghệ sáng tạo, ví dụ như cần có chiến lược bán hàng, tiếp thị tốt để chiếm lĩnh thị trường.

Sau 5-7 năm, nếu không trở thành "market leader" thì sẽ khó cạnh tranh và đồ thị phát triển sẽ đi ngang. Trong trường hợp đó thì cách tốt nhất là hợp tác chiến lược với một đối tác có đủ nguồn lực để giúp mình phát triển nhanh và hiệu quả hơn. Arimo đã chọn cách sáp nhập với tập đoàn Panasonic để tiếp tục phát triển những sản phẩm và công nghệ theo hướng đi tốt nhất cho mình.

STARTUP NƠI QUÊ HƯƠNG ĐẤT VIỆT

Khi có kinh nghiệm startup và tập hợp được nguồn nhân lực chất lượng, điều bất ngờ tiếp theo chính là việc TS. Thông Đổ quyết định rời Mỹ về Việt Nam khởi nghiệp. Lý do đơn giản mà anh cho biết chính là việc anh thích giải quyết các vấn đề trong xã hội bằng cách áp dụng công nghệ. Vấn đề càng lớn, càng khó thì càng cuốn hút anh. Việt Nam nói riêng và khu vực Đông Nam Á nói chung là thị trường mới nổi nên còn nhiều vấn đề lớn trong xã hội chưa được giải quyết và vì thế anh cho rằng sẽ tạo ảnh hưởng lớn hơn nếu khởi nghiệp trong các thị trường này.

Sau khi trở về Việt Nam, TS. Thông Đổ đã xây dựng dự án có tên Palexy vào năm 2018. Ý tưởng ra đời dự án được anh chia sẻ, đó là sau 5 năm phát triển sản phẩm công nghệ Big Data & AI phục vụ thị trường Mỹ, anh nhận ra rằng thị trường Việt Nam nói riêng và châu Á nói chung cũng có rất nhiều bài toán lớn trong xã hội cần giải quyết và có thể được giải quyết hiệu quả bằng các công nghệ này. Trước đây khi nói đến các công ty công nghệ ở châu Á thì mọi người đều nghĩ các công ty này chỉ đóng vai trò người theo sau các công ty công nghệ ở Thung lũng Silicon, tức là họ chỉ bắt chước xây dựng các sản phẩm hay mô hình kinh doanh đã thành công ở Thung lũng Silicon và nội địa hoá ở thị trường của mình, chứ không tạo ra một sản phẩm hay mô hình kinh doanh mới. Tuy nhiên, theo TS. Thông Đổ quan sát thì thế giới công nghệ đang thay đổi và điều này không còn đúng nữa, ví dụ, trung tâm của công nghệ AI & dữ liệu đang dịch chuyển dần về châu Á.

Palexy ra đời với sứ mệnh giúp các nhà bán lẻ truyền thống (in-store retail) làm tốt hơn việc hiểu khách hàng của họ, giúp họ tối ưu vận hành cửa hàng vật lý và trải nghiệm khách hàng, thông qua ứng dụng các công nghệ AI và Big Data. Hay nói cách khác Palexy muốn triển khai "công thức thành công" của thương mại điện tử, đó chính là việc đo

đạc và phân tích hành vi người tiêu dùng vào bán lẻ truyền thống, để giúp người mua sắm có trải nghiệm trong cửa hàng tốt hơn, đồng thời giúp các nhà bán lẻ truyền thống quản lý vận hành hiệu quả hơn dựa trên dữ liệu thực tế.

Trong 2 năm vừa qua, TS Thông Đổ và các nhà đồng sáng lập tự bỏ vốn đầu tư vào Palexy là chủ yếu. Hiện tại nhóm đang gọi vốn từ các quỹ đầu tư mạo hiểm để mở rộng sang thị trường Đông Nam Á và châu Á trong năm nay.

Được hỏi về giai đoạn khó khăn nhất trong quá trình khởi nghiệp của mình và cách vượt qua, TS Thông Đổ cho biết: "Khi khởi nghiệp thì giai đoạn nào cũng có những khó khăn riêng, không giai đoạn nào dễ cả. Giai đoạn đầu làm startup thì khó khăn nhất là làm sao xây dựng được sản phẩm phù hợp với thị trường (product-market fit), làm sao tránh được sai lầm phổ biến nhất đó là xây dựng sản phẩm mà không có khách hàng nào muốn trả tiền sử dụng. Tìm "product-market fit" thực ra là quá trình thử sai liên tục, và quan trọng là bạn phải tìm ra được câu trả lời trước khi bạn đốt hết tiền đầu tư ban đầu. Khi vượt qua được giai đoạn này thì khó khăn tiếp theo là xây dựng văn hoá công ty, tuyển dụng đủ người tài để đáp ứng nhu cầu tăng trưởng của công ty".

Mỗi startup đều có "tham vọng" riêng, nhưng với TS. Thông Đổ, ước vọng của anh rất giản đơn. Các công ty startup trên thế giới có thể chia thành 2 nhóm chính. Nhóm thứ nhất tập trung vào tăng trưởng bằng mọi giá, kể cả chấp nhận lỗ trung và dài hạn. Nhóm thứ hai phát triển bền vững hơn, cân đối giữa tăng trưởng và lợi nhuận. Các startup trong nhóm thứ nhất cần rất nhiều vốn để vận hành và thường phải gọi vốn liên tục để duy trì tăng trưởng. Còn nhóm thứ hai thì ít phụ thuộc vào nguồn vốn bên ngoài hơn vì họ tập trung vào sự phát triển hữu cơ và bền vững. Đa phần các startup kỳ lân trên thế giới hiện nay đều nằm trong nhóm thứ nhất. Cá nhân TS. Thông Đổ tin

tưởng vào sự phát triển hữu cơ và bền vững của các startup và nói chung anh không muốn xây lâu đài trên cát. Chính vì vậy anh không quan tâm lắm đến việc Palexy có trở thành startup kỳ lân hay không mà với anh, mối quan tâm hơn là việc làm sao Palexy có thể tạo thêm giá trị cho khách hàng và cho cộng đồng.

Hiện tại Palexy có rất nhiều cựu du học sinh tài năng làm việc. Để tập hợp nguồn nhân lực này, theo TS Thông Đổ chính là cái duyên. “Người tài thì thường thích những thử thách lớn, những nhiệm vụ mà họ chưa có cơ hội thử sức trước đây. Thử thách càng lớn thì họ càng muốn tham gia giải quyết. Nhiệm vụ chính của tôi là tìm ra những thử thách đủ lớn và sau đó tạo ra một môi trường mà tất cả các thành viên đều có thể phát huy tối đa sức mạnh của mình. Để làm việc được với nhau thì tài năng không chưa đủ mà cần có chút duyên với nhau nữa nên tôi nghĩ là chúng tôi cùng tìm đến với nhau”, TS Thông Đổ cho biết.

Khi tuyển các vị trí chủ chốt, quan điểm dễ thấy là anh luôn áp dụng nguyên tắc “mỗi bạn phải giỏi hơn mình ở mảng các bạn phụ trách”. Do vậy, nếu tìm được người giỏi hơn tôi ở tất cả mảng quan trọng nhất của công ty thì anh sẵn sàng chuyển lại vị trí lãnh đạo công ty cho người đó còn mình sẽ đi tìm những thử thách khác lớn hơn để giải quyết.

Quá trình học tập và khởi nghiệp tại Mỹ, TS. Thông Đổ nhận thấy hệ thống đào tạo đại học và sau đại học ở Mỹ giống như một nhà máy sản xuất, đầu vào thì rất đa dạng sinh viên từ nhiều quốc gia, nhưng đầu ra thì tạo nên các sản phẩm với chất lượng tương đối đồng đều. Do vậy, không có nhiều khác biệt giữa các kỹ sư người Việt hay người Mỹ trong các công ty công nghệ về mặt chuyên môn. Nếu có thì chủ yếu do yếu tố cá nhân chứ không phải do quốc tịch. Điểm khác biệt lớn nhất có thể là vấn đề ngôn ngữ, văn hoá khác nhau dẫn đến việc các kỹ sư

người nước ngoài đến từ các nước không nói Tiếng Anh (như Việt Nam, Trung Quốc) thì sẽ tập trung làm sâu hơn về các vấn đề công nghệ, còn các bạn kỹ sư đến từ các nước nói tiếng Anh thì sẽ có cơ hội làm việc trực tiếp với khách hàng nhiều hơn.

Trước vấn đề “chảy máu chất xám” khi nhiều người sau khi đi du học ở lại nước ngoài làm việc nhưng thời gian gần đây rất nhiều người Việt tài năng sau khi thành công đã quay về Việt Nam khởi nghiệp, TS. Thông Đổ đã chia sẻ quan điểm của mình: “Thế giới ngày càng phẳng và đang thay đổi rất nhanh, vì thế vấn đề chảy máu chất xám cần phải định nghĩa lại. Chất xám bây giờ đóng góp vào chuỗi giá trị toàn cầu nên không có ranh giới quốc gia. Ví dụ, ngồi ở Mỹ nhưng lại tạo ra công nghệ phục vụ thị trường Việt Nam hoặc ngược lại ngồi ở Việt Nam nhưng lại xây dựng sản phẩm phục vụ thị trường Mỹ là điều bình thường. Việc ngồi ở đâu làm việc không quan trọng, miễn là tạo ra giá trị cho xã hội, cộng đồng và phát triển được sự nghiệp cá nhân. Việc có nhiều người Việt đã từng sống và làm việc ở nước ngoài muốn về nước khởi nghiệp chứng tỏ thị trường Việt Nam ngày càng hấp dẫn, có nhiều cơ hội cho người tài xây dựng sự nghiệp của mình. Thị trường Việt Nam và Đông Nam Á về cơ bản còn nhiều khoảng trống và cũng là cơ hội cho các cá nhân muốn khởi nghiệp vì bản chất của khởi nghiệp là giải quyết các vấn đề của xã hội.

“Con đường khởi nghiệp không phải lúc nào cũng trải hoa hồng mà là sự xen kẽ giữa thất bại và thành công. Điều quan trọng là tuyệt đối đừng bỏ cuộc giữa chừng hay thất vọng. Hãy học hỏi từ những thất bại và cảm thấy tự hào về chính bản thân, dám nghĩ, dám làm và dám đương đầu”, đó là những lời mà TS. Thông Đổ muốn gửi gắm tới những bạn trẻ đang ấp ủ để thực hiện ước mơ của mình./.

Minh Phượng (tổng hợp)



Nặng 5g/m², Amaike Super Organza là loại vải nhẹ nhất thế giới

ĐỔI MỚI KHÔNG NGỪNG THEO NHU CẦU KHÁCH HÀNG MANG LẠI VỊ THẾ ĐỘC TÔN CHO CÁC CÔNG TY VỪA VÀ NHỎ CỦA NHẬT BẢN

Cách tiếp cận không bao giờ bỏ cuộc của Nhật Bản đã khiến các công ty nhỏ và vừa của nước này trở thành một nhà lãnh đạo độc lập trong việc tạo ra các vật liệu độc đáo

Khi một công ty điện tử lớn yêu cầu nhà sản xuất dệt Amaike tạo ra một vật liệu bảo vệ mới cho tivi màn hình plasma của họ, không ai tưởng tượng được kết quả sẽ là một bước đột phá thời trang. Cam kết đáp ứng khách hàng của Amaike đã đưa công ty này đến một giải pháp vượt xa kỳ vọng. Nhật Bản từ lâu đã nổi tiếng về dịch vụ khách hàng, nhưng cam kết này vượt xa khỏi sự hiểu khách và tạo ra sự vui vẻ cho khách hàng của các chủ cửa hàng bán lẻ và nhân viên khách sạn Nhật Bản. Nhiều sáng kiến đổi

mới sáng tạo đã khiến Nhật Bản trở thành nhà lãnh đạo công nghiệp toàn cầu là kết quả nỗ lực của các doanh nghiệp vừa và nhỏ làm việc để đáp ứng nhu cầu đặc biệt của khách hàng doanh nghiệp của họ. Xây dựng trên những đổi mới sáng tạo này để đáp ứng hơn nữa nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng, các công ty vừa và nhỏ này đã biến Nhật Bản trở thành nhà cung cấp hàng đầu hoặc duy nhất rất nhiều vật liệu có khả năng biến thế giới trở nên hiện đại hơn rất nhiều.

SÁNG TẠO TỪ NHU CẦU CỦA KHÁCH HÀNG

Amaike Mototsugu, Giám đốc điều hành của nhà sản xuất dệt may tổng hợp Amaike cho biết, nhu cầu của khách hàng chính là động lực chính cho NC&PT của công ty. Khách hàng đến với công ty để tìm nguyên liệu có những đặc tính mà không tồn tại ở bất cứ nơi nào khác. Động lực này có thể dẫn đến việc phát minh ra các vật liệu hoàn toàn mới. Tuy nhiên, trong một số trường hợp, ngay cả khách hàng cũng không lường trước được sản phẩm sẽ được sử dụng như thế nào. Đây là trường hợp của Amaike Super Organza, ban đầu được phát triển bởi Amaike theo yêu cầu của một nhà sản xuất đang tìm kiếm vật liệu bảo vệ điện tử cho TV plasma. Khi plasma trở thành công nghệ cũ, Amaike bắt đầu giới thiệu loại vải này cho giới thời trang. Chỉ nặng có 5g/m², Amaike Super Organza là loại vải nhẹ nhất hiện nay (để so sánh, sợi của nó còn mảnh hơn năm lần so với sợi tóc). Và nó đã khơi dậy trí tưởng tượng của các nhà thiết kế ở Pháp và Ý. Ngày nay, có thể thấy loại vải này trong trang phục cho các tác phẩm điện ảnh và sân khấu, bao gồm các buổi biểu diễn tại nhà hát Opéra National de Paris. Amaike tiếp tục phát triển các vật liệu mới cho khách hàng trên toàn thế giới, sử dụng cho cả thời trang và công nghiệp.

LÀM THAY ĐỔI CÁCH THẾ GIỚI HOẠT ĐỘNG

“Khách hàng của chúng tôi liên tục tìm kiếm thông số kỹ thuật tốt hơn, thời gian sản xuất nhanh hơn và tất nhiên là chi phí thấp hơn. Điều này có nghĩa là mỗi sản phẩm mà chúng tôi tạo ra sẽ được thay thế trong một vài năm do chúng tôi đáp ứng với nhu cầu mới của khách hàng”. Đó là mô tả của ông Kondo Naotaka, Giám đốc điều hành của công ty Toyo Tanso chuyên về graphite. Sản phẩm của công ty đã trở nên không thể thiếu cho các ứng dụng hiệu suất cao. “Chúng tôi sản xuất linh kiện graphite cho các thiết bị gia dụng, thiết bị y tế, ô tô, xe lửa, máy bay. Các bộ phận của công ty thậm chí đã được sử dụng trong tàu thăm dò không gian Hayabusa 2”. Toyo

Tanso là một trong những công ty đầu tiên có thể sản xuất hàng loạt graphite đẳng hướng, và công ty này vẫn cung cấp tới 30% thị phần thế giới vật liệu này hiện nay. Trọng lượng nhẹ, ma sát thấp và khả năng chịu nhiệt của graphite đã khiến cho nó không thể thiếu đối với các giải pháp năng lượng thế hệ mới, cho phép khách hàng của Toyo Tanso trên toàn thế giới trở thành những người đi đầu trong các công nghệ gió, mặt trời, nhiệt và hạt nhân.

Ở đầu vi cực của thang đo, các vật liệu được sử dụng trong các thiết bị điện tử, có vai trò định hình tương lai giống như những vật liệu khác đã từng có vai trò này. Tuy nhiên, những thiết bị điện tử thông thường đã đạt đến giới hạn, khi các nhà phát triển chạy đua để đạt được năng lực tính toán lớn hơn ở kích thước nhỏ hơn với việc sử dụng năng lượng hạn chế. Họ đã hy vọng một điều, đó là một số vật liệu hoặc kỹ thuật mới sẽ cho phép họ bỏ qua những hạn chế này để tạo ra các thiết bị nhỏ hơn, mạnh hơn và hiệu quả nhiều hơn. Đối với một đội, công trình của họ về một vấn đề khác biệt hoàn toàn sẽ dẫn đến một giải pháp. Hitora Toshimi giải thích: “Những sinh viên tại Đại học Kyoto đã phát triển một phương pháp tạo ra các bộ lọc gồm bằng oxit gallium, nhưng khi tôi thấy công trình của họ, tôi nhận ra rằng phương pháp này có thể được áp dụng để chế tạo các thiết bị năng lượng với oxit gallium làm chất bán dẫn. Điều này sẽ khiến cho các bộ phận điện tử với vai trò là các nguồn năng lượng không chỉ tiết kiệm năng lượng hơn, mà còn có khối lượng nhỏ hơn nhiều so với trước đây”. Hitora, cùng với nhóm nghiên cứu học thuật gồm 15 thành viên, đã sáng lập ra công ty Flosfia. Công nghệ MISTDRY thành quả của họ đã cho phép họ chế tạo ra các điốt và bóng bán dẫn chỉ cần sử dụng một phần mười khối lượng nguồn điện so với trước đây. Công ty đang có kế hoạch mở rộng quy mô để chuyển sang giai đoạn sản xuất đại trà trong năm nay.



Công ty Tokyo Tanso, do Kondo Naotaka lãnh đạo, cung cấp 30% lượng isotropic graphite toàn thế giới

CAM KẾT ĐỔI MỚI LIÊN TỤC

Khi khách hàng của Amaike yêu cầu một vật liệu mới, một đội gồm 40 nhân lực của họ được thành lập để phát minh ra nó hoàn toàn theo nghĩa đen. Nói về đội này, Amaike cho biết “Mỗi năm, chúng tôi sản xuất từ 50 đến 100 nguyên liệu mới làm mẫu cho khách hàng của chúng tôi”. Đội của ông đã tạo ra các loại vải có các đặc tính độc đáo mà không một nhà sản xuất nào có khả năng cung cấp.

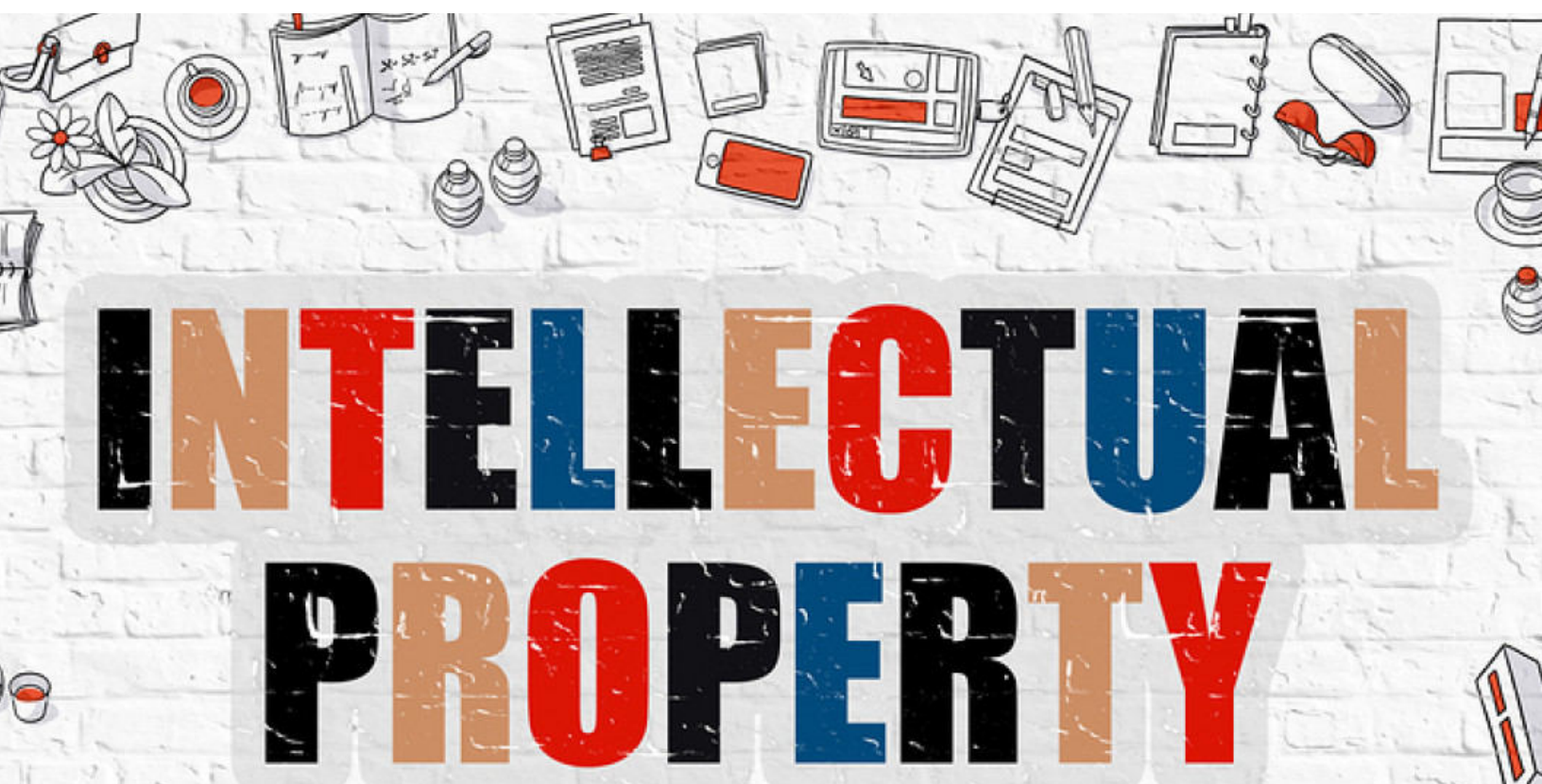
NC&PT luôn luôn quan trọng, nhưng ở đỉnh cao của công nghệ, đó là sự cần thiết tuyệt đối. Các công ty phát triển vật liệu mới ở Nhật Bản đã đầu tư rất nhiều vào NC&PT, điều này có thể được quy cho trọng tâm mà họ đặt vào việc lắng nghe nhu cầu của khách hàng. Hầu hết những công ty này phụ thuộc vào mô hình bán hàng B-to-B (doanh nghiệp với doanh nghiệp), và khách hàng của họ, những người cũng đang nỗ lực cải thiện khả năng của chính mình, tiếp cận họ với những yêu cầu rất cụ thể. Điều này tạo ra một vòng luân chuyển hiệu quả trong đó các nhà sản xuất vật liệu tự đổi mới để đáp ứng nhu cầu khách hàng của họ.

Đối với Toyo Tanso, trở thành một người tiên phong trong lĩnh vực của mình thường có nghĩa là

thiết bị để phát triển những cải tiến mới thậm chí còn chưa tồn tại. Theo ông Kondo, việc đi trước thời đại có nghĩa là các công ty Nhật Bản sẽ có thể có những bước đi sai lầm, nhưng vì họ không bao giờ bỏ cuộc, nên họ sẽ đạt được những gì mà không ai có thể làm được. Các công ty Nhật Bản đã đầu tư một phần rất lớn lợi nhuận kiếm được từ các sản phẩm thành công của họ để phát triển thế hệ tiếp theo”.

Các công ty này, mặc dù đang giải quyết các vật liệu khác nhau, đều có chung một tầm nhìn: đó là những đổi mới sáng tạo của họ không chỉ phục vụ cho nhu cầu của khách hàng, mà còn cho nhu cầu của toàn xã hội. Ông Hitora cho rằng, mục tiêu của công ty trong vòng 10 đến 20 năm tới là góp phần giải quyết các vấn đề xã hội,. Họ đã nghiên cứu các giải pháp tiên tiến giúp giảm chất thải, ô nhiễm và tiêu thụ năng lượng, đồng thời giảm chi phí, những giải pháp này đều có thể tới tay của người dân. Để đạt được điều này, họ đang tìm kiếm hợp tác toàn cầu. Kondo cho biết, cùng với các văn phòng của công ty trên khắp thế giới, công ty sẽ cần phải gần gũi hơn với tất cả các khách hàng của mình để có thể đáp ứng các yêu cầu chính xác của họ.

Phương Anh (Theo Forbers, 7/2020)



10 LỜI KHUYÊN CHIẾN LƯỢC SỞ HỮU TRÍ TUỆ CHO KHỞI NGHIỆP CÔNG NGHỆ (P1)

Các vấn đề sở hữu trí tuệ thường là một trong những cân nhắc quan trọng nhất mà một khởi nghiệp công nghệ sẽ gặp phải. Một công ty khởi nghiệp sẽ phải đối mặt với nhiều vấn đề liên quan đến việc phát triển sản phẩm, tuyển dụng nhân viên có trình độ, tăng vốn và nhiều thứ khác nữa. Do vậy, sở hữu trí tuệ có thể bị cho là việc làm xa xỉ, tốn kém hoặc trái với mục tiêu chỉ đưa sản phẩm ra thị trường trước khi có người khác làm.

Tuy nhiên, sở hữu trí tuệ thường là tài sản quý giá nhất của một khởi nghiệp công nghệ. Bảo vệ sở hữu trí tuệ có thể là điều cần thiết để có được vốn đầu tư mạo hiểm hoặc ngăn chặn các đối thủ cạnh tranh không lành mạnh với bạn. Dưới đây là 10 chiến lược SHTT quan trọng đối với một khởi nghiệp công nghệ.

1. TÁCH BẠCH VIỆC LÀM VỚI Ý TƯỞNG MỚI CỦA BẠN

Thật mạo hiểm khi từ bỏ một mức lương hiện tại và lao vào rủi ro với một công ty khởi nghiệp mà không được trả lương. Tuy nhiên, một trong những cạm bẫy lớn nhất ở khởi nghiệp là khi người sáng lập bắt đầu thực hiện ý tưởng mới của mình trong lúc họ đang làm việc cho người khác.

Xung đột nghĩa vụ có thể gây nguy hiểm cho tài sản trí tuệ của công ty mới của bạn. Điều quan trọng là phải biết những gì đã được thực hiện, những

nguồn lực nào đã được sử dụng và nơi công việc sáng lập được thực hiện. Biết nghĩa vụ công việc của bạn, bao gồm các nghĩa vụ liên quan đến chuyển nhượng sở hữu trí tuệ và không cạnh tranh. Hầu hết các công ty sẽ yêu cầu nhân viên của họ ký Thỏa thuận chuyển nhượng bảo mật và sáng chế, trong đó nhân viên thừa nhận và đồng ý rằng mọi ý tưởng và phát minh mới được phát triển bởi nhân viên liên quan đến hoạt động kinh doanh của chủ lao động đều thuộc sở hữu của chủ lao động.

Trừ khi một nhà tuyển dụng chấp thuận rõ ràng các dự án phụ (mà không yêu cầu quyền sở hữu), còn không thì việc sử dụng các nguồn lực và thời gian của công ty để làm một công việc khác ngoài công việc hàng ngày của bạn là một ý tưởng tồi. Rất nhiều người không muốn nói với chủ lao động về ý tưởng mới của họ và giữ kín dự án của họ. Đây có thể là một vấn đề khúc mắc, đặc biệt nếu doanh nghiệp mới có liên quan gần đến hoạt động kinh doanh của chủ lao động.

2. ĐỪNG ĐỂ NGƯỜI KHÁC KHIẾU NẠI QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ HOẶC CÔNG TY CỦA BẠN

Một số ý tưởng mới tốt nhất được phát triển qua các cuộc thảo luận với bạn bè, trong phòng ký túc xá hoặc với các doanh nhân khác trên bàn rượu hoặc cà phê. Tính không chính thức của các cuộc thảo luận này thường khiến mọi người cùng nhau nộp đơn xin tài trợ, liên kết với nhau dưới dạng đồng sáng lập và trao đổi qua loa về tỷ lệ cổ phần.

Khi bạn thực sự có một người đồng sáng lập, bạn hoàn toàn phải đồng ý về các điều khoản trong mối quan hệ của bạn với người đồng sáng lập. Không làm như vậy có thể gây ra vấn đề lớn sau này. Theo một cách nào đó, hãy nghĩ về thỏa thuận của người sáng lập như một hình thức thỏa thuận tiền hôn nhân.

Dưới đây là các điều khoản thỏa thuận chính bạn cần giải quyết trong một số loại thỏa thuận sáng lập bằng văn bản:

- Ai giữ bao nhiêu phần trăm của công ty?
- Tỷ lệ sở hữu phần trăm phải giữ dựa trên việc tham gia liên tục vào doanh nghiệp?
- Vai trò và trách nhiệm của những người sáng lập là gì?
- Nếu một người sáng lập rời đi, công ty hoặc người sáng lập khác có quyền mua lại cổ phần của người sáng lập đó không? Với giá nào?
- Dự kiến thời gian cam kết với doanh nghiệp của mỗi người sáng lập?
- Những người sáng lập được hưởng mức lương thế nào (nếu có)? Và có thể thay đổi ra sao?
- Các quyết định quan trọng và quyết định hàng ngày của doanh nghiệp được đưa ra như thế nào (bỏ phiếu đa số, bỏ phiếu nhất trí, hoặc một số quyết định nhất định chỉ do CEO)?
- Trong hoàn cảnh nào người sáng lập có thể bị loại bỏ như một nhân viên của doanh nghiệp? (Thông thường, đây sẽ là quyết định của Hội đồng quản trị của công ty.)
- Những tài sản hoặc tiền mặt mà mỗi người sáng lập đóng góp hoặc đầu tư vào doanh nghiệp là gì?
- Việc bán doanh nghiệp sẽ được quyết định như thế nào?
- Điều gì xảy ra nếu một người sáng lập không sống như kỳ vọng theo thỏa thuận của người sáng lập? Nó được giải quyết như thế nào? (Một cách tiếp cận ưa thích là cho mọi tranh chấp được giải quyết bằng trọng tài ràng buộc bí mật.)
- Mục tiêu và tầm nhìn tổng thể cho doanh nghiệp là gì?
- Liệu tất cả mọi người đều đồng ý rằng tất cả tài sản trí tuệ đều thuộc sở hữu của công ty, còn nếu không, công ty làm thế nào để đảm bảo quyền sử dụng công nghệ được phát triển vì lợi ích của mình?

Những hiểu biết không chính thức hoặc mơ hồ mà không được ghi chép cẩn thận sẽ đầy nguy

hiếm. Đối với bạn bè và người quen, hãy cẩn thận trong việc thảo luận về cổ phần sở hữu và chia sẻ thông tin. Giữ hồ sơ về nơi xuất phát các ý tưởng, cũng như của bất kỳ loại thảo luận về cổ phần. Nếu một đề xuất được gửi đến các nguồn tài trợ tiềm năng, tốt nhất là giữ một bản sao vì các nhà đầu tư trong tương lai có thể muốn thông tin đó.

Và đây là phần khó: nếu mọi thứ thay đổi cùng với người bạn hoặc đồng hành với bạn (và nếu bạn không có kế hoạch chia tay), hãy đảm bảo bạn truyền đạt một thông điệp bằng văn bản thể hiện rõ sự hiểu biết của bạn về ý tưởng của bạn, cái gì là của bạn và cái gì là của họ. Hãy nhớ rằng, nếu bạn có một ý tưởng hàng tỷ đô la, sẽ rẻ hơn và hiệu quả hơn về chi phí khi giải quyết các loại vấn đề này ngay từ đầu thay vì khi bạn nộp đơn xin IPO hoặc sắp bán công ty.

3. CÓ NHỮNG NGƯỜI ĐÓNG GÓP TÀI SẢN TRÍ TUỆ CỦA HỌ CHO CÔNG TY

Một số bên liên quan khác nhau có thể đóng góp tài sản trí tuệ cho công ty mới của bạn. Ngoài ra, đổi mới sáng tạo thường xảy ra trước khi thành lập công ty. Nói chung, quyền sở hữu trí tuệ thuộc về cá nhân đã tạo ra công trình ngay từ đầu, không có thỏa thuận ngược lại. Hơn nữa, ở một số nơi, luật pháp cho phép nhân viên tự phát triển sáng chế giữ quyền sở hữu trí tuệ và quyền chuyển nhượng miễn là nhân viên không sử dụng thiết bị, vật tư hoặc phương tiện của công ty. Các thỏa thuận bằng văn bản có thể đảm bảo rằng tất cả các quyền được giao cho công ty. Trong thực tế, một thỏa thuận bằng văn bản là cần thiết cho một số loại chuyển nhượng sở hữu trí tuệ.

Đảm bảo rằng một startup sở hữu quyền sở hữu trí tuệ là rất quan trọng. Điều quan trọng là xác định rõ ai sở hữu những gì. Một công ty khởi nghiệp nên thực hiện các bước sau để đảm bảo sở hữu tài sản trí tuệ cần thiết cho hoạt động kinh doanh của mình:

- Bất kỳ tài sản trí tuệ nào được tạo ra trước khi thành lập nên được chuyển giao cho công ty thông

qua một thỏa thuận bằng văn bản. Thông thường, việc chuyển nhượng xảy ra để đổi lấy cổ phiếu trong công ty hoặc lấy tiền.

- Tất cả nhân viên nên ký các thỏa thuận Bảo mật và Chuyển giao Phát minh yêu cầu chuyển nhượng quyền sở hữu trí tuệ như một điều kiện làm việc.

- Tất cả các nhà tư vấn / nhà thầu độc lập nên ký thỏa thuận nêu rõ nghĩa vụ giao quyền sở hữu trí tuệ mà họ phát triển cho công ty cho công ty.

- Bất kỳ đối tác kinh doanh hoặc các nỗ lực phát triển chung nên nêu rõ các quyền sở hữu của các đối tác kinh doanh, bao gồm cả quyền sở hữu của nỗ lực phát triển chung.

Những thỏa thuận này cũng cần có những điều sau đây:

- Hiểu rằng thông tin bí mật của công ty chỉ được sử dụng vì lợi ích của công ty;

- Yêu cầu công bố về bất kỳ ý tưởng, phát minh và khám phá nào liên quan đến thỏa thuận hoặc việc làm; và

- Tuyên bố rõ ràng về quyền sở hữu đối với các ý tưởng, phát minh và khám phá.

4. ĐÁNH GIÁ TÀI SẢN CỐT LÕI CỦA BẠN VÀ QUYẾT ĐỊNH LOẠI BẢO VỆ TÀI SẢN TRÍ TUỆ BẠN CẦN

Tiền mặt là vua khi khởi nghiệp. Luôn ý thức việc giảm thiểu tốc độ chi tiêu, các công ty khởi nghiệp công nghệ có thể bị trì hoãn đầu tư vào bảo vệ sở hữu trí tuệ. Đối với những người không cố gắng bảo vệ tài sản trí tuệ, họ sẽ cảm thấy đây là việc làm phức tạp và tốn kém. Các công ty khởi nghiệp cuối cùng thường bị mất quyền sở hữu trí tuệ do bỏ bê bảo vệ công việc khó khăn của họ.

Một số kỹ thuật đơn giản và hiệu quả có thể giảm thiểu sự lo lắng nhưng vẫn giúp bảo vệ tài sản cốt lõi. Điểm khởi đầu tốt là đánh giá nghiêm túc giá trị của công ty bạn và tài sản trí tuệ đặc biệt quan trọng đối với các đánh giá giá trị. Loại đánh giá này rất hữu

Startup IP

SLOW DOWN & CONSIDER

ích trong việc huy động vốn và có thể rất quan trọng trong việc bảo vệ tài sản cốt lõi của bạn.

Các công ty đôi khi nghĩ rằng bảo vệ bằng sáng chế là cách duy nhất để bảo vệ bản thân. Các công ty khởi nghiệp công nghệ thường bỏ qua giá trị của tài sản trí tuệ không phải là bằng sáng chế. Mặc dù bằng sáng chế có thể cực kỳ có giá trị, nhưng nó không nhất thiết đảm bảo rằng sản phẩm của công ty là sản phẩm tốt hoặc sẽ bán tốt. Bí mật thương mại, chính sách an ninh mạng, thương hiệu và bản quyền đều có thể là các hình thức sở hữu trí tuệ có thể được bảo vệ. Dành một ít thời gian để đánh giá giá trị của công ty và cách tốt nhất để bảo vệ nó, có thể rất quan trọng trong một chặng đường dài.

Dưới đây tóm tắt các loại tài sản trí tuệ.

- Bằng sáng chế. Bằng sáng chế là sự bảo vệ tốt nhất bạn có thể nhận được cho một sản phẩm mới. Một bằng sáng chế trao cho nhà phát minh quyền ngăn chặn người khác thực hiện, sử dụng hoặc bán đối tượng được cấp bằng sáng chế được mô tả bằng lời trong tuyên bố của bằng sáng chế. Các vấn đề chính trong việc xác định liệu bạn

có thể nhận được bằng sáng chế hay không là: (1) Chỉ có phương án cụ thể của một ý tưởng, công thức hoặc sản phẩm là có thể được cấp bằng sáng chế; (2) sáng chế phải mới hoặc mới lạ; (3) phát minh chưa được cấp bằng sáng chế hoặc mô tả trong một ấn phẩm in trước đó; và (4) sáng chế phải có một số mục đích hữu ích. Quá trình được cấp bằng sáng chế có thể mất vài năm và rất phức tạp. Bạn thường cần một luật sư bằng sáng chế để viết đơn xin cấp bằng sáng chế cho bạn.

- Bản quyền tác giả. Bản quyền bao gồm các tác phẩm gốc của tác giả, như nghệ thuật, bản sao quảng cáo, sách, bài báo, âm nhạc, phim ảnh, phần mềm, Bản quyền cho chủ sở hữu quyền độc quyền tạo bản sao của tác phẩm và chuẩn bị các tác phẩm phái sinh (như phần tiếp theo hoặc sửa đổi) dựa trên công việc.

- Thương hiệu. Quyền thương hiệu bảo vệ giá trị biểu tượng của một từ, tên, ký hiệu hoặc thiết bị mà chủ sở hữu nhãn hiệu sử dụng để xác định hoặc phân biệt hàng hóa của nó với các hàng hóa khác. Bạn có quyền đối với nhãn hiệu bằng cách

thực sự sử dụng nhãn hiệu trong thương mại. Bạn không cần phải đăng ký nhãn hiệu để có quyền đối với nó, nhưng việc đăng ký sẽ mang lại một số lợi thế.

- Nhãn hiệu dịch vụ. Nhãn hiệu dịch vụ giống với thương hiệu và được sử dụng để xác định dịch vụ.

- Bí mật thương mại. Bí mật thương mại có thể là một tài sản lớn cho các công ty khởi nghiệp. Chúng có hiệu quả về chi phí và tồn tại miễn là bí mật thương mại duy trì trạng thái bí mật và có được giá trị thông qua tính bí mật của nó. Quyền bí mật thương mại cho phép chủ sở hữu quyền hành động chống lại bất kỳ ai vi phạm thỏa thuận hoặc quan hệ bí mật, hoặc đánh cắp hoặc sử dụng các biện pháp không phù hợp khác để có được thông tin bí mật. Bí mật thương mại có thể bao gồm từ các chương trình máy tính đến danh sách khách hàng cho đến công thức của Coca-Cola.

- Thỏa thuận bảo mật. Những thỏa thuận này cũng được gọi là Thỏa thuận không tiết lộ (NDA). Mục đích của thỏa thuận là cho phép người nắm giữ thông tin bí mật (như sản phẩm hoặc ý tưởng kinh doanh) chia sẻ nó với bên thứ ba. Nhưng sau đó, bên thứ ba có nghĩa vụ giữ bí mật thông tin và không sử dụng nó dưới bất kỳ hình thức nào, trừ khi được chủ sở hữu thông tin cho phép. Thường có các ngoại lệ tiêu chuẩn cho các nghĩa vụ bảo mật (chẳng hạn như nếu thông tin đã có trong phạm vi công cộng).

- Thỏa thuận bảo mật cho nhân viên và tư vấn viên. Mỗi nhân viên và chuyên gia tư vấn nên được yêu cầu ký một thỏa thuận như đề cập ở chiến lược 3 ở trên.

- Điều khoản dịch vụ và Chính sách bảo mật. Nếu bạn là một công ty tiến hành kinh doanh trên internet, điều quan trọng là phải có một điều khoản thỏa thuận dịch vụ giới hạn những gì người

dùng có thể hoặc không thể làm trên trang web của bạn và với thông tin trên trang web của bạn. Liên quan chặt chẽ ở đây là Chính sách quyền riêng tư của bạn, quy định những biện pháp bảo vệ quyền riêng tư nào cho người dùng của bạn.

Biết được tài sản trí tuệ của bạn và cách nó được bảo vệ thường là một vấn đề rất quan trọng đối với các nhà đầu tư và người mua. Những tài sản này thường cần được tiết lộ thông qua "lịch trình tiết lộ". Để đảm bảo công ty biết nó có những gì, cần giữ các bản sao của mọi thứ trong phòng dữ liệu trực tuyến, bao gồm:

- Bằng sáng chế và đơn xin cấp bằng sáng chế (bao gồm số bằng sáng chế, phạm vi quyền hạn được bảo hiểm, hồ sơ, đăng ký và ngày cấp).

- Thỏa thuận chuyển nhượng bảo mật và sáng chế với nhân viên và chuyên gia tư vấn.

- Thương hiệu và nhãn hiệu dịch vụ.

- Bí mật thương mại chính và bí quyết độc quyền.

- Giấy phép công nghệ từ bên thứ ba cho công ty bán hàng.

- Giấy phép công nghệ từ công ty bán hàng cho bên thứ ba.

- Phần mềm và cơ sở dữ liệu.

- Hợp đồng quy định bồi thường cho bên thứ ba về các vấn đề tài sản trí tuệ.

- Phần mềm nguồn mở được sử dụng trong (hoặc được sử dụng để tạo) các sản phẩm và dịch vụ của người bán.

- Khiếu nại vi phạm sở hữu trí tuệ, bao gồm bất kỳ vụ kiện hoặc trọng tài sở hữu trí tuệ nào.

- Danh sách tên miền.

- Những những trở ngại về IP

- Mã nguồn hoặc ký tự mã đối tượng.

- Tài khoản truyền thông xã hội (Twitter, Facebook, LinkedIn, v.v.)

Nguyễn Mạnh Quân (Theo Forbers)