

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 28.2020



TIN TỨC SỰ KIỆN

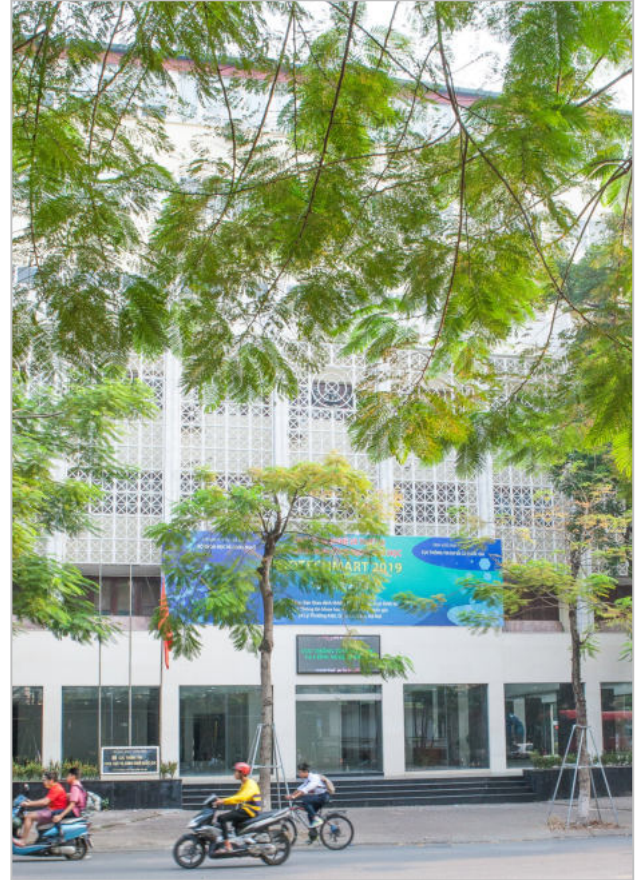
- 01 Chương trình Tăng tốc Khởi nghiệp Khoá 3 của Thinkzone có gì mới?
- 02 ĐH Khoa học xã hội và nhân văn TP.HCM sẽ có trung tâm đào tạo khởi nghiệp
- 03 Tư vấn trực tuyến “Chấp cánh ước mơ khởi nghiệp” dành cho học sinh, sinh viên
- 04 Runway Acceleration Bootcamp 2020

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 Cô gái khởi nghiệp thành công với Browzzin
- 06 Khởi nghiệp công nghệ: Các khu vực tương lai mới nổi (P1)

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

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



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

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



CHƯƠNG TRÌNH TĂNG TỐC KHỞI NGHIỆP KHOÁ 3 CỦA THINKZONE CÓ GÌ MỚI?

Gói hỗ trợ dành cho các startup của Thinkzone Accelerator 3 lên tới 100,000 USD

Như tin đã đưa ở bản tin Khởi nghiệp số 27/2020, ThinkZone Accelerator vừa công bố mở đơn cho Khoá 3 - chương trình Tăng tốc Khởi nghiệp dành cho các startup giai đoạn đầu (early stage) tại Việt Nam với 50.000 USD đầu tư trực tiếp cùng các gói hỗ trợ khác từ các đối tác của chương trình.

Cụ thể hơn, 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. Chương trình sẽ đồng hành cùng quá trình phát triển startup với các hoạt động hỗ trợ bao gồm đầu tư, đào tạo, cố vấn, cùng nhiều gói hỗ trợ toàn diện và thiết thực đến từ mạng lưới đối tác của

ThinkZone.

Trong Khoá 3 này, ThinkZone Accelerator tiếp tục hướng tới việc hỗ trợ và phát triển các startup công nghệ ở giai đoạn đầu (early stage) từ nhiều lĩnh vực (E-commerce, Healthtech, Edtech, Fintech, Logistics & Supply Chain, AI,...), đã có khách hàng/ doanh thu và đang trong giai đoạn kiểm chứng sản phẩm trên thị trường.

Trải qua 2 khoá đã tổ chức, ThinkZone Accelerator đã làm việc cùng hơn 200 startup, kết nối với hơn 100 đơn vị trong hệ sinh thái khởi nghiệp cùng tham gia hỗ trợ các startup. Tiêu biểu trong những startup nhận đầu tư từ ThinkZone, Foodhub -

startup với nền tảng cung cấp thực phẩm sạch tại nhà, đã tăng trưởng vượt bậc trong giai đoạn giãn cách xã hội, và nhận được đầu tư hàng trăm nghìn USD sau khi kết thúc chương trình Accelerator.



ThinkZone đào tạo cho các startup ứng dụng phương pháp Design Thinking

“Các startup như FoodHub sẽ luôn cảm thấy tin tưởng vào ThinkZone bởi vì startup thấy được sự đồng hành cùng ThinkZone, được cùng làm việc hàng ngày và cùng tham gia giải quyết các vấn đề nội tại đang mắc phải thay vì chỉ nhận đầu tư ban đầu sau đó startup phải tự bươn chải trên hành trình của họ. Minh nhận thấy sự khác biệt của ThinkZone đó chính là sự đồng hành dài hạn, cùng với đó là sự thân thiết cũng như gắn bó giữa Accelerator và các startup” - anh Nguyễn Xuân Vinh, đồng sáng lập của Foodhub chia sẻ.

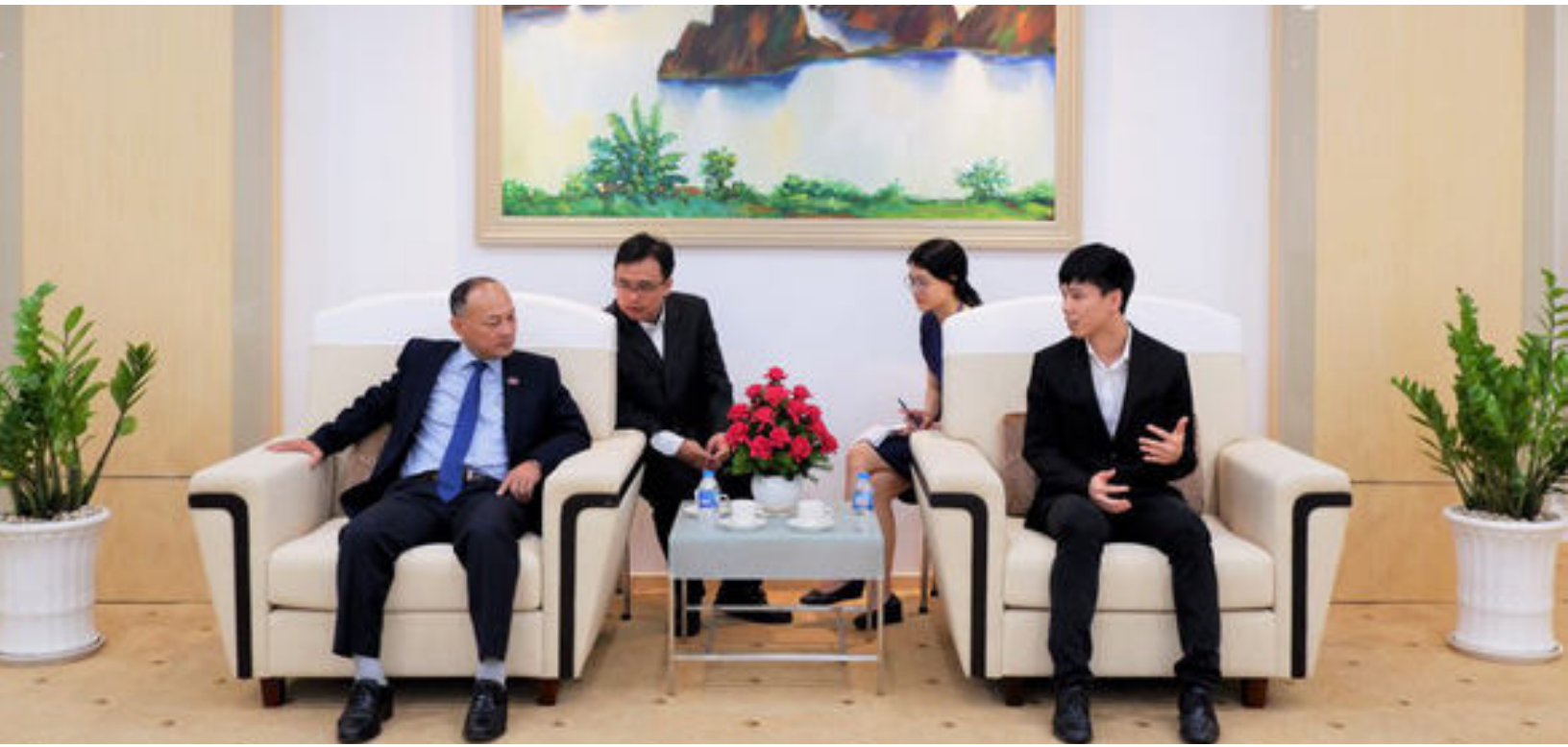
Đơn vị tài trợ, đối tác của chương trình bao gồm Startup Vietnam Foundation, công ty phần mềm quản lý MISA, báo VnExpress, FPT Play và các đối tác khác như: Amazon Web Services, Zendesk, Hubspot, NovaonX, Onsales, TEC, LadiPage... Các startup khi tham gia ThinkZone Accelerator sẽ nhận được khoản đầu tư trực tiếp từ ThinkZone và các dịch vụ hỗ trợ từ các đối tác kể trên.

“Hệ sinh thái khởi nghiệp tại Việt Nam đang trở lại mạnh mẽ trong giai đoạn bình thường mới, và ThinkZone Accelerator có sứ mệnh làm cầu nối, không chỉ giúp các startup tiếp cận tới nguồn vốn, các gói hỗ trợ, mà còn giúp các startup vươn tầm đến thị trường quốc tế”. Chị Chelsea Nguyễn, Investment Manager tại ThinkZone chia sẻ. “Với các gói hỗ trợ toàn diện và thiết thực, ThinkZone sẽ giúp các startup tiết kiệm tới hàng tỉ đồng chi phí sales & marketing, văn phòng, tuyển dụng, công nghệ,... cùng khả năng tìm kiếm đầu tư sau khi kết thúc chương trình”.

ThinkZone Accelerator sẽ đánh giá các startup theo nhiều tiêu chí khác nhau, từ sức hút của ngành, mô hình kinh doanh, sản phẩm, độ phù hợp với thị trường, năng lực của đội ngũ,... Khi tham gia ThinkZone Accelerator, các startup sẽ nhận được những giá trị sau:

- 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, FPT Play, LadiPage, Zendesk, NovaonX, HubSpot,...
- 3 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 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.
- Dịch vụ kết nối, tư vấn gọi vốn, tư vấn pháp lý với mạng lưới 50+ quỹ đầu tư toàn cầu từ ThinkZone sau khi kết thúc chương trình.

ThinkZone Accelerator Khoá 3 mở cổng đăng ký từ 14/7 tới 15/8/2020, dự kiến kéo dài 5 tháng. Startup tìm hiểu về thể lệ, lịch trình, và nộp hồ sơ tham dự tại [đây](#)



Lãnh đạo trường ĐH KHXH&NV TP.HCM (trái) tiếp đón đại diện Sunwah Việt Nam (phải)

ĐH KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN TP.HCM SẼ CÓ TRUNG TÂM ĐÀO TẠO KHỞI NGHIỆP

Diễn đàn doanh nghiệp - Trung tâm Văn hóa USSH-Jonathan KS Choi tại Trường ĐH Khoa học xã hội và nhân văn (ĐH Quốc gia TP.HCM) sẽ đào tạo khởi nghiệp và các hoạt động liên quan đến đổi mới sáng tạo.

Trường ĐH Khoa học xã hội và nhân văn (ĐH Quốc gia TP.HCM) và Quỹ Sunwah (Hàn Quốc) phối hợp tổ chức lễ ký kết văn bản hợp tác (MoU).

Tại đây, hai bên đã trao đổi và thảo luận về các hoạt động giao lưu văn hóa, nghiên cứu khoa học và đổi mới sáng tạo. Qua đó, hai bên thống nhất thành lập Trung tâm Văn hóa USSH-Jonathan KS Choi tại Trường ĐH Khoa học xã hội và nhân văn (trong khuôn viên cơ sở chính của trường tại Q.1, TP.HCM). Trung tâm sẽ liên kết với Trung tâm Đổi mới sáng tạo Sunwah tại TP.HCM và các trung tâm đổi mới sáng tạo tại Việt Nam trong việc đóng vai trò tạo nền tảng để các nhà lãnh đạo trẻ kết nối, trao đổi ý tưởng, mở rộng mạng lưới và ươm tạo các sáng kiến sáng tạo

vi sự phát triển của xã hội. Các hoạt động của trung tâm gồm: đào tạo khởi nghiệp và các hoạt động liên quan đến đổi mới sáng tạo; hợp tác và nghiên cứu quốc tế; hội thảo, tọa đàm khoa học; các hoạt động giao lưu văn hóa và các sự kiện văn hóa.

Dịp này, ông Jesse Choi - giám đốc Sunwah Việt Nam - cũng đã giới thiệu về Mạng lưới Nhà lãnh đạo trẻ toàn cầu Sunwah và bày tỏ hi vọng các sinh viên ĐH Khoa học xã hội và nhân văn TP.HCM sẽ tham gia mạng lưới này, nhằm nâng cao kỹ năng lãnh đạo của các bạn trẻ thông qua những chương trình công tác xã hội và dự án trao đổi văn hóa do Quỹ Sunwah tài trợ./.

TƯ VẤN TRỰC TUYẾN “CHẤP CÁNH ƯỚC MƠ KHỞI NGHIỆP” DÀNH CHO HỌC SINH, SINH VIÊN

Khoinghiep.org - Từ tháng 8/12/2020, dưới hình thức trực tuyến mạng XH, nhằm thúc đẩy tinh thần sáng tạo khởi nghiệp trong học sinh, sinh viên, tầm quan trọng của khởi nghiệp đối với bản thân, gia đình và XH



Nhằm cụ thể hóa Đề án “Thanh niên khởi nghiệp giai đoạn 2019 – 2022”, T.Ư Đoàn tổ chức chương trình trực tuyến “Chấp cánh ước mơ khởi nghiệp” dành cho học sinh, sinh viên của các trường Trung học phổ thông (THPT), Trung tâm giáo dục nghề nghiệp - Giáo dục thường xuyên (TTGDNN-GDCTX), các cơ sở giáo dục nghề nghiệp, các học viện, trường đại học, cao đẳng.

Chương trình gồm 6 số diễn ra từ tháng 8 - 12/2020, trên hình thức livestream trên fanpage Facebook Cổng thông tin điện tử T.Ư Đoàn, Ban Tuyên giáo T.Ư Đoàn, Hội Sinh viên Việt Nam.

Chương trình nhằm phát triển tư duy, thúc đẩy tinh thần sáng tạo khởi nghiệp trong học sinh, sinh viên; trang bị các kiến thức, kỹ năng, thông tin giúp học sinh, sinh viên hiểu tầm quan trọng của khởi nghiệp đối với bản thân, gia đình và xã hội. Đồng

thời, chương trình tạo cơ hội cho các bạn trẻ được giao lưu, chia sẻ với các chuyên gia, người nổi tiếng trong lĩnh vực khởi nghiệp; tiếp cận với các chính sách, kênh thông tin hỗ trợ các ý tưởng khởi nghiệp của học sinh, sinh viên.

Qua các hoạt động, chương trình cũng sẽ góp phần thực hiện mục tiêu: “Đến năm 2020, có ít nhất 90% học sinh, sinh viên của các trường đại học, cao đẳng, trung cấp, THPT và TTGDNN-GDCTX được tuyên truyền, nâng cao nhận thức, trang bị kiến thức, kỹ năng về khởi nghiệp trước khi tốt nghiệp” (tại Đề án “Hỗ trợ học sinh, sinh viên khởi nghiệp đến năm 2025” của Thủ tướng Chính phủ) và “Giai đoạn 2019 - 2022, có 5 triệu đoàn viên thanh niên được trang bị kiến thức về khởi nghiệp” (tại Đề án “Thanh niên khởi nghiệp giai đoạn 2019 - 2022” của Ban Bí thư T.Ư Đoàn).

Nội dung các số của chương trình xoay quanh chủ đề: “Khởi nghiệp - Có thật sự cần thiết?”; “Khởi nghiệp - Tôi phải làm gì?”; “Đánh giá, định hình năng lực kinh doanh tiềm ẩn của bản thân”; “Các bước để khởi nghiệp”; “Kiến thức, kỹ năng cần thiết khi khởi nghiệp”; “Dám chấp nhận thất bại - đứng lên mạnh mẽ”, “Khởi nghiệp - Ai sẽ đồng hành cùng tôi?”.

Dự kiến, số đầu tiên của chương trình “Chấp cánh ước mơ khởi nghiệp” sẽ diễn ra vào lúc 9h ngày 2/8/2020./.



RUNWAY

Bringing Vietnam to the World

RUNWAY ACCELERATION BOOTCAMP 2020

Tại RAB, doanh nghiệp sẽ được trang bị kiến thức về môi trường kinh doanh quốc tế, xác định rõ tầm nhìn thương hiệu trong bối cảnh toàn cầu.

RAB cũng hỗ trợ các doanh nghiệp khai thác các cơ sở dữ liệu tích hợp mới nhất về thương mại quốc tế để xác định các nhà nhập khẩu tiềm năng, xác định mô hình xuất khẩu phù hợp và tích hợp các công cụ tiếp thị bán hàng truyền thống với trực tuyến.

Thời gian: 06 ngày (9h00 - 17h00) Chương trình tư vấn 1-1 là một trong các hoạt động thuộc Runway Acceleration Bootcamp 2020 (RAB 2020)

Địa điểm: trường Đại học Ngoại Thương, 91

Chùa Láng, Đống Đa, Hà Nội

Cách thức đăng ký tham gia

► Học phí: 15.000.000 VNĐ/doanh nghiệp (đã bao gồm VAT, teabreak và chứng chỉ)

Nhận đơn đăng ký tham dự khóa huấn luyện của các doanh nghiệp thông qua link: <https://fiis.ftu.edu.vn/rab2020/>

Deadline: 15/8/2020

Mọi thông tin chi tiết xin liên hệ

• Email: runway.fiis@ftu.edu.vn

• Hotline: 0966689239 (Ms. Hương)

<https://fiis.ftu.edu.vn/rab2020/>

CÔ GÁI KHỞI NGHIỆP THÀNH CÔNG VỚI BROWZZIN

Phong trào khởi nghiệp phát triển mạnh mẽ những năm qua đã thu hút nhiều bạn trẻ năng động ở nước ngoài hướng về quê hương. Làn sóng du học sinh, Việt kiều quay trở lại Việt Nam tạo nên sự sôi động cho cộng đồng startup Việt. Họ vận dụng tài năng, kiến thức, kinh nghiệm cùng cách vận hành mới mẻ thúc đẩy tinh thần khởi nghiệp tại địa phương; thu hút vốn đầu tư từ các quỹ đầu tư mạo hiểm nước ngoài. Trong số này, chúng tôi xin giới thiệu về một CEO như vậy, đó là Võ Thị Thu Trang (Zean Võ), đồng sáng lập startup Browzzin.



Khởi nghiệp thành công, trở thành lãnh đạo trẻ tương lai của Quỹ Obama khu vực châu Á - Thái Bình Dương 2019, đại diện của Singapore trong Top 30 Under 30 châu Á năm 2020 chưa phải là đích đến của Zean Võ, bởi cô gái trẻ này luôn đặt ra những thách thức không giới hạn cho bản thân và nỗ lực không ngừng để có được một “phiên bản” tốt hơn của chính mình ngày hôm qua.

NHỮNG NỀN MÓNG ĐẦU TIÊN

Zean Võ khá giản dị, không “màu mè” như người ta vẫn hình dung về một CEO của công ty thời trang. Cô cũng thừa nhận mình khá thực dụng trong công việc và rất tiết kiệm thời gian, nên đã tự “thiết kế” đồng phục riêng để đi làm. “Mọi người sẽ luôn thấy tôi đến văn phòng trong chiếc áo phông màu đen, quần jeans, đi giày thể thao, trừ những khi có các buổi họp quan trọng cần trang phục phù hợp hơn”,

Zean Võ vui vẻ nói.

Zean Võ bén duyên với nghệ thuật và thời trang từ rất sớm. Cô bắt đầu với nghề nhiếp ảnh gia thời trang từ khi còn đang học tại Đại học Nghệ thuật Lasalle (Singapore), sau đó làm công việc quản lý nghệ sĩ và tổ chức triển lãm nghệ thuật đương đại trong khu vực Đông Nam Á và có thời gian đầu quân cho Zalora Group (trụ sở chính ở Singapore).

Thời gian làm việc tại Zalora đã giúp Zean Võ tích lũy khá nhiều kinh nghiệm về thương mại điện tử, đặc biệt là lĩnh vực thời trang. Một trong những công việc đáng nhớ nhất của cô khi đó là quản lý Dự án Tạp chí thời trang online cho Zalora ở 8 nước, ra mắt các nhãn hàng quan trọng như Ivy Park, Coach, Tommy Hilfiger...

BROWZZIN - ĐƯA CÔNG NGHỆ AI VÀO THỜI TRANG

Năm 2018, Zean Võ cùng một số người bạn thành lập Công ty Công nghệ thời trang Browzzin. Ứng dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo (AI), Browzzin là nền tảng thương mại xã hội thời trang hỗ trợ và chia sẻ ý tưởng sáng tạo, một sự kết hợp liền mạch giữa trải nghiệm mua sắm trực tuyến và thực tế.

Thông qua việc đăng tải hình ảnh lên ứng dụng tạo nội dung (content), người dùng Browzzin có thể trở thành một tín đồ thời trang hay người có ảnh hưởng trong lĩnh vực thời trang. Công nghệ AI của

Browzzin giúp kết nối sản phẩm tương tự, biến các hình ảnh trở thành sản phẩm. Khi các sản phẩm này được mua bởi những người dùng trong nền tảng, người tạo nội dung sẽ được hưởng một phần kinh phí từ các thương hiệu.

Nhanh chóng nhận được sự tin tưởng của khách hàng và nhà đầu tư, đến nay, Browzzin đã có hơn 10.000 nhãn hàng trên ứng dụng, mang đến hơn 2 triệu sản phẩm cho người dùng. Browzzin đã vào vòng chung kết của Giải thưởng Best Digital Innovation - một trong những giải thưởng uy tín nhất của ngành thời trang tại London - Anh (tháng 5/2019); lọt Top 50 Tech Companies của InterCon (Dubai). Browzzin cũng là startup duy nhất ở Singapore được chọn trưng bày sản phẩm trong sự kiện khởi nghiệp tiêu biểu tại châu Âu Bits & Pretzel và hội thảo công nghệ lớn nhất thế giới Web Summit (Lisbon, Bồ Đào Nha).

Kể về ý tưởng thành lập Browzzin, Zean Võ cho biết, cô đã dành nhiều thời gian tìm kiếm các hình ảnh được chia sẻ bởi những người nổi tiếng, có sức ảnh hưởng trong ngành thời trang và tự hỏi: “Mua thứ này ở đâu nhỉ?”. Nghiên cứu sâu hơn về thị trường, Zean Võ nhận thấy, xu hướng thương mại xã hội (social commerce) - một sự kết hợp của mạng xã hội và thương mại điện tử - là một ý tưởng kinh doanh khả thi.

“Tôi quyết định dành toàn bộ thời gian và công sức để xây dựng phát triển Browzzin, đưa công nghệ AI vào thời trang. Ứng dụng sẽ hỗ trợ phân tích hình ảnh khách hàng đưa lên, từ đó đưa ra những gợi ý chính xác hoặc tương tự về sản phẩm thời trang, giúp người xem lựa chọn mua sản phẩm từ các đối tác, thương hiệu. Đến nay, công nghệ AI của Browzzin có thể nhận diện được hơn 60 loại sản phẩm thời trang khác nhau, phân tích được hơn 500 loại thuộc tính khác nhau của sản phẩm, đi kèm với nhận diện giới tính, màu sắc, ngữ cảnh và gợi ý phong cách thời trang phù hợp”, CEO Browzzin cho

biết.

Khi bắt đầu xây dựng Browzzin, Zean Võ gặp rất nhiều khó khăn, từ việc xây dựng đội ngũ nhân viên, đến phát triển sản phẩm, kết nối với người dùng, gọi vốn và tạo dựng quan hệ với nhà đầu tư, quảng bá thương hiệu... Nhưng cô cho rằng, khó khăn lớn nhất chính là đổi diện và quản lý năng lượng, cảm xúc của mình. “Trong công việc, chúng tôi luôn phải đổi diện với sự căng thẳng và sức ép... Qua thời gian, tôi nhận ra rằng, ngoài việc có được một lý tưởng kinh doanh rõ ràng, điều quan trọng nhất của người lãnh đạo công ty còn là cân bằng cảm xúc, chuyển hóa chúng thành năng lượng tích cực, từ đó có thể truyền cảm hứng cho đội ngũ và cộng sự, thúc đẩy mọi người tập trung phát triển sản phẩm tốt nhất”, Zean Võ chia sẻ.

Vượt qua những khó khăn ban đầu, bước sang năm 2020, Browzzin lại phải đối mặt với tác động của Covid-19. Cùng với việc cắt giảm những chi phí không cần thiết, Zean Võ cùng đội ngũ điều hành Browzzin đã cân nhắc và lựa chọn giữ lại những nhân lực quan trọng, tối ưu hoá bộ máy, xây dựng chiến lược, đón đầu xu hướng thị trường giai đoạn hậu Covid-19.

Nữ CEO Browzzin tự tin, giai đoạn khó khăn này sẽ giúp hình thành một “phiên bản” Zean Võ cừ hơn trước. Càng khó khăn, cô càng quyết đoán hơn, linh hoạt hơn, tin tưởng mạnh mẽ hơn vào mục đích mà mình theo đuổi.

“Đến thời điểm này, tôi nghĩ, chỉ cần được sống, tôi sẽ làm mọi cách để trở nên phi thường. Sự phi thường đó có thể hiểu theo cách giản đơn là cố gắng để làm thật nhiều điều tốt đẹp hơn. Tôi sẽ luôn thử thách bản thân mỗi ngày, trở thành phiên bản “siêu nhân” của chính mình, liên tục tạo ra giá trị cho cuộc sống, ở bất cứ quy mô nào”, Zean Võ chia sẻ.

Xuất phát từ một sinh viên ngành nghệ thuật, sau đó kết hợp công nghệ để kinh doanh liên quan đến lĩnh vực này, Zean Võ cũng đã phải vượt qua nhiều

thách thức: “Khó khăn lớn nhất với tôi đó là nhảy vào một lĩnh vực hoàn toàn mới so với tất cả những gì mình đã làm trước đó, cho nên nếu so sánh với các "chuyên gia" trong ngành thì chắc chắn mình cần nhiều thời gian và sự tập trung hơn để lĩnh hội các kiến thức và kinh nghiệm. Tuy nhiên, sự sáng tạo vẫn được sử dụng triệt để trong công việc và cách lãnh đạo của mình. Sự sáng tạo được thấy ở nhiều khía cạnh khác nhau chứ không chỉ đơn thuần ở việc sản xuất những phần sáng tạo của sản phẩm, mà còn theo cách "brainstorm" ý tưởng của cả nhóm, cách xây dựng hình ảnh giá trị công ty...

Khi khởi nghiệp, Zean Võ luôn xác định cần trau dồi kiến thức từ nhiều lĩnh vực khác nhau và trí tuệ nhân tạo hiện đang là công nghệ chủ đạo mà Browzzin đang phát triển. Với vai trò và trách nhiệm của mình, cô phải trực tiếp làm việc cùng các cộng sự là những chuyên gia và giáo sư phát triển các thuật toán nhận diện hình ảnh, sản phẩm. Để làm được điều này, Zean Võ cũng đang theo khoá học Trí tuệ nhân tạo và Ứng dụng cho chiến lược kinh doanh tại Trường quản lý Sloan của MIT. “Vi hoàn cảnh tôi vẫn phải quản lý Browzzin sát sao hàng ngày cộng với việc phải đi công tác đến văn phòng ở các nước khác nhau, tôi đã chọn cách học từ xa với MIT nhưng vẫn giao tiếp trực tiếp với các thầy cô từ trường và các bạn cùng khoá. Khoá học liên tục trong 2 tháng và yêu cầu mình dành sự tập trung và thời gian để lĩnh hội các kiến thức, cùng lúc làm các bài thi kiểm tra hàng tuần,” Zean Võ chia sẻ về khóa học.

Trong thời gian tới, thị trường chính của Browzzin vẫn tập trung ở khu vực châu Âu và công ty đang có chiến lược phát triển ra các khu vực châu Á và Mỹ. Mục tiêu gần của công ty là phát triển và hoàn thiện các tính năng mang đến trải nghiệm tốt nhất cho người dùng, song song với việc tăng trưởng số lượng người dùng, số lượng dữ liệu sản phẩm trong hệ thống, cũng như các nhãn hàng hợp tác trên nền

tảng.

MONG MUỐN TRỞ VỀ VIỆT NAM ĐỂ CÔNG HIẾN

Sau thời gian học tập và làm việc tại Singapore, mới đây, Zean Võ quyết định về nước và hiện sống tại TP.HCM. Cô đang có rất nhiều dự án, dự định triển khai ở Việt Nam trong thời gian tới. “Dù lĩnh hội và tiếp nhận nền văn hóa nước ngoài trong thời gian khá dài, nhưng tinh thần dân tộc vẫn luôn chảy trong máu tôi. Những tinh hoa, kinh nghiệm đã học được ở những nền văn minh trên thế giới là hành trang để tôi quay trở về Việt Nam cống hiến”, Zean Võ tâm sự.

CEO Browzzin mong muốn, các dự án mà cô triển khai ở Việt Nam sẽ tạo cơ hội việc làm cho thế hệ trẻ. Đặc biệt, cô muốn truyền tải kiến thức, kinh nghiệm và cảm hứng cho những bạn trẻ ở trên chính quê hương. Giấc mơ ghi tên thế hệ doanh nhân trẻ Việt Nam lên bản đồ thế giới là mục đích lớn của cô.

Là gương mặt doanh nhân trẻ có sức ảnh hưởng ở châu Á, Zean Võ luôn muốn phát huy tầm ảnh hưởng của mình để đóng góp cho cộng đồng. Ngoài công việc, cô luôn cố gắng dành thời gian tham gia hoạt động xã hội, nhận lời làm diễn giả cho nhiều diễn đàn, hội thảo trong nước, trong đó có các hoạt động đối thoại, sinh hoạt với sinh viên để truyền cảm hứng, giúp các bạn sinh viên định hướng nghề nghiệp và theo đuổi những giấc mơ

Tinh thần khởi nghiệp chính là động lực cho mỗi bạn trẻ người Việt tìm tòi thử sức mình trên con đường kinh doanh. Tuy vậy, để khởi nghiệp thành công cần có rất nhiều yếu tố mà mỗi người phải tự tìm ra cho mình một hướng đi hiệu quả. Ngoài kỹ năng, sự đam mê, thì sự trợ giúp trong chính sách, sự hỗ trợ vốn đầu tư là cần thiết để mỗi bạn trẻ có thể mang kiến thức học tập ở nước ngoài trở về khởi nghiệp trên quê hương./.

Minh Phượng (Tổng hợp)



KHỞI NGHIỆP CÔNG NGHỆ: CÁC KHU VỰC TƯƠNG LAI MỚI NỔI (P1)

GIỚI THIỆU

Các nhà sáng chế và kỹ sư người Anh đi đầu trong cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ Nhất đã thể hiện rõ ràng khả năng tạo ra sự giàu có vượt trội từ kinh doanh dựa vào công nghệ. Thành tựu này đã được lặp lại một lần nữa vào cuối thế kỷ XIX bởi các cá nhân như Thomas Edison và Henry Ford, những người đã khai thác các cơ hội mới do những công nghệ như điện và động cơ đốt trong mang lại để khởi đầu cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ Hai. Thành công của hai cuộc cách mạng này được nhân rộng bởi thể hệ doanh nhân khởi nghiệp công nghệ, những người tạo ra cuộc Cách mạng Công nghiệp lần thứ Ba.

Trên khắp thế giới, vô số cá nhân làm việc trong gara, trong phòng ngủ, trong các trường đại học và ở cả các trung tâm nghiên cứu khu vực công và tư nhân đang tìm cách xác định các khu vực khoa học và công nghệ mới và đang phát triển có thể là nguồn tiếp theo tạo ra sự giàu có dựa trên công nghệ. Một số dự án sẽ mãi mãi chỉ là một ý tưởng trí tuệ thú vị, những dự án khác sẽ gặp phải những trở ngại về mặt khoa học hay công nghệ không thể giải quyết được; một số sẽ không phát triển thành một tuyên ngôn thương mại trong khi những dự án khác sẽ thất bại khi tung ra thị trường. Kết quả là những dự án thành công như Apples hay Googles của thế giới sẽ vẫn rất thất thường.

Không thể dự đoán chính xác một cách chắc chắn tuyệt đối những tiến bộ khoa học hay công nghệ nào sẽ trở thành nền tảng mở ra một nguồn mới tạo ra sự giàu có cho ngành công nghiệp. Do đó, tất cả những gì mà bất kỳ nhà tương lai học nào có thể hy vọng đạt được là xác định được những lĩnh vực nào có tiềm năng phát triển thành một lĩnh vực hay ngành công nghiệp hoàn toàn mới. Do đó, mục đích bài viết này là xem xét một số cơ hội hoặc các vấn đề toàn cầu cần giải quyết, có thể trở thành nền tảng tạo ra sự giàu có đáng kể vào một thời điểm nào đó trong thế kỷ XXI.

NÓNG LÊN TOÀN CẦU VÀ NĂNG LƯỢNG

Có thể lập luận một cách hợp lý rằng mối đe dọa lớn nhất đối với loài người trong thế kỷ XXI là nóng lên toàn cầu. Việc giảm tốc độ nóng lên toàn cầu đòi hỏi phải giảm mức phát thải khí nhà kính bằng cách sử dụng ngày càng nhiều năng lượng tái tạo và cải thiện các quy trình tích trữ và phân phối điện năng được tạo ra từ năng lượng tái tạo. Trong khi đó, tiến bộ liên quan đến việc cải thiện quy trình tích trữ và phân phối điện năng được tạo ra từ năng lượng tái tạo có phần chậm hơn so với những tiến bộ công nghệ liên quan đến năng lượng tái tạo. Điều này là do thực tế ở nhiều quốc gia, các lưới điện thường bị phân tán và kém phù hợp để có thể phân phối điện năng tái tạo. Các vấn đề bao gồm các hệ thống điện truyền thống đang tập trung vào điện được sản xuất tại một nhà máy điện quy mô lớn và truyền tải phân phối cho khách hàng. Cơ hội công nghệ thay thế là chuyển sang thế hệ phân phối từ các nguồn tái tạo tại hoặc gần điểm tiêu thụ kết hợp với những tiến bộ trong quản lý phụ tải và hệ thống tích trữ năng lượng. Những hành động như vậy sẽ làm giảm lượng năng lượng bị thất thoát trong quá trình truyền tải điện và giảm kích thước và số lượng đường dây điện cần thiết. Để đạt được những kết quả như vậy, các chính phủ cần đảm nhiệm trách nhiệm chính sau đây:

1. Tài trợ cho nghiên cứu khoa học cơ bản, bởi vì các công ty tư nhân không thể bảo đảm cho loại chi tiêu này;

2. Tài trợ cho việc tạo ra và mở rộng cơ sở hạ tầng tích trữ và phân phối năng lượng bền vững;

3. Sử dụng cơ cấu thuế để cung cấp các ưu đãi để thu hút vốn tư nhân vào nền kinh tế năng lượng tái tạo;

4. Sử dụng các quy định pháp lý và thực thi để ngăn chặn những hoạt động kinh tế không bền vững bằng cách hướng các công ty ra khỏi lợi ích ngắn hạn bằng tài trợ công cho các dự án năng lượng sạch;

5. Đóng vai trò chất xúc tác để thúc đẩy việc tạo ra và mở rộng các quan hệ đối tác giữa chính phủ, ngành công nghiệp và các tổ chức phi lợi nhuận để thúc đẩy những tiến bộ cần thiết để tạo ra một nền kinh tế năng lượng bền vững.

Công nghệ sạch được PricewaterhouseCoopers mô tả như sau: 'không phải một nhóm, mà là một loạt các phân ngành riêng biệt: năng lượng mặt trời, gió và địa nhiệt, nhiên liệu sinh học, tích trữ năng lượng (các nguồn cung cấp năng lượng như pin và bộ lưu điện), các công nghệ mới trong lĩnh vực điện hạt nhân, giảm thiểu ô nhiễm, tái chế, than sạch và nước'. Chủ đề chung xuyên suốt nhiều ứng dụng công nghệ sạch là những phân ngành này đại diện cho các công nghệ, dịch vụ hay sản phẩm nhằm mục đích giảm phát thải khí nhà kính và các chất ô nhiễm khác, đồng thời thúc đẩy hiệu quả năng lượng và bảo tồn tài nguyên thiên nhiên. Các công ty trong ngành công nghệ sạch đang nỗ lực tìm kiếm các giải pháp công nghệ cho các quy trình năng lượng, sinh thái và công nghiệp trong khi phát triển kinh tế và cải thiện năng suất môi trường. Các công ty liên quan đến năng lượng tạo nên phân khúc công nghệ sạch lớn nhất, với năng lượng được chia nhỏ thành các công nghệ chủ trọng bên cung và bên cầu.



Sản xuất năng lượng có lẽ là lĩnh vực được biết đến nhiều nhất do sự xuất hiện của các công nghệ mới liên quan đến các sản phẩm như tuabin gió, pin, ô tô điện và tấm pin mặt trời. Các lĩnh vực khác trong phân loại công nghệ sạch bao gồm chiếu sáng thương mại, bộ điều nhiệt có thể lập trình, thiết bị mạng thông minh, vật liệu, tái chế và lọc nước và không khí. Các cơ hội tồn tại như một cách để giảm phát thải khí nhà kính. Trọng tâm chính của nhiều nỗ lực là sửa đổi hoặc hiện đại hóa các quy trình sản xuất. Trong các ngành công nghiệp sử dụng nhiều năng lượng như hóa chất, khai thác mỏ, kim loại, tiện ích và dầu khí, các công nghệ tiết kiệm năng lượng mới đang được phát triển và được ứng dụng để giảm phát thải.

Các công ty có quyền lựa chọn dựa trên năng lực của tổ chức cũng như bằng cách khám phá các kết hợp sản phẩm/thị trường mới. Một cách có thể thâm nhập thị trường mới là tham gia vào một liên minh chiến lược với các công ty khác, chẳng hạn như liên minh hiện đang được triển khai tại các công ty dầu khí và ô tô liên quan đến việc phát triển pin nhiên liệu. Chính sách khí hậu cũng có thể khiến các công ty

định vị sản phẩm và dịch vụ của họ bên ngoài các thị trường truyền thống. Một giải pháp khác là đảm bảo rằng các hoạt động và nguồn phát thải cao được thực hiện ở những nơi khác trong chuỗi cung ứng. Ví dụ, British Telecom đã bắt đầu mua điện được sản xuất từ các nguồn tái tạo và các nhà máy nhiệt điện kết hợp.

Một hệ quả của việc hiện thực hóa các công nghệ sản xuất năng lượng hiệu quả ở giai đoạn tương đối sớm là việc cải thiện mức hiệu quả trở nên khó khăn hơn. Unilever, công ty đa quốc gia chuyên về thực phẩm và sản phẩm gia dụng, là một ví dụ về vấn đề này. Công ty này dễ bị ảnh hưởng bởi thiên tai như lũ lụt và hạn hán dài hạn vì hầu hết các nguồn cung của nó là sản phẩm nông nghiệp. Hơn nữa, tác động đối với khí hậu của các sản phẩm gia dụng phụ thuộc mạnh mẽ vào hành vi của hộ gia đình, chẳng hạn như nhiệt độ giặt đồ giặt. Do đó, Unilever theo đuổi chiến lược sản xuất một loạt các sản phẩm đáp ứng các điều kiện thời tiết khắc nghiệt và theo dõi lượng khí thải liên quan đến việc sử dụng năng lượng bằng cách tính đến loại nguồn năng lượng.

Một cách tiếp cận khác liên quan đến các hoạt

động hạ nguồn dựa trên thiết kế sản phẩm liên quan đến phân tích vòng đời. Stora Enso, một công ty giấy, bao bì và lâm sản Phần Lan, đang sử dụng các sản phẩm phụ của hoạt động kinh doanh cốt lõi của mình để thâm nhập vào một thị trường mới đó là điện xanh. Trong quá trình sản xuất giấy và lâm sản, công ty sản xuất một lượng lớn phụ phẩm từ xưởng cưa và gỗ khai thác, hiện đang được sử dụng làm nhiên liệu sinh học để phát điện. Trong khi những nhiên liệu sinh học này ban đầu chỉ được sử dụng để cung cấp

năng lượng cho nội bộ, công ty gần đây đã đặt mục tiêu trở thành một công ty lớn trong thị trường điện xanh, có nghĩa là nhiên liệu sinh học sẽ được cung cấp cho người dùng bên ngoài. Bằng cách này, những gì từng là phế phẩm nay được thu hoạch tích cực để phục vụ mục đích thâm nhập thị trường mới. Để cải thiện việc thu hoạch các sản phẩm phụ này để sử dụng làm nhiên liệu sinh học, Stora Enso đã thiết lập quan hệ đối tác công tư với Đại học Lâm nghiệp Freiburg của Đức./.

Mục tiêu của nghiên cứu tình huống gia nhập thị trường là để minh họa làm thế nào một công ty có thể xác định cách khai thác ban đầu thị trường sản xuất năng lượng

Trong phần giới thiệu về nghiên cứu trường hợp về doanh nhân người Mỹ, Tiến sĩ Scullin, Alexander và các cộng sự năm 2013 lưu ý rằng khoảng 60% năng lượng được tạo ra ở Hoa Kỳ bị lãng phí dưới a nhiệt chưa sử dụng. Công nghệ nhiệt điện có thể cách mạng hóa hiệu quả năng lượng bằng cách thu hồi nhiệt bị thất thoát và đưa nó trở lại để sử dụng. Nhiệt điện từ lâu đã được sử dụng làm máy phát điện và máy bơm nhiệt. Là máy phát điện, chúng chuyển nhiệt năng thành điện năng. Là máy bơm nhiệt, chúng truyền nhiệt từ mặt này sang mặt kia của thiết bị, phục vụ trong các ứng dụng như máy làm mát ghế ô tô và các hệ thống làm lạnh quy mô nhỏ. Nhìn chung, các hệ thống nhiệt điện đã được tối ưu hóa để phục vụ như máy phát điện hoặc máy bơm nhiệt. Tuy nhiên, vào năm 2008, TS. Scullin đã thành lập Alphabet Energy ở California để tìm kiếm những cách thức mới để khai thác công nghệ nhiệt điện. Nhân viên đầu tiên của ông là Adam Lorimer. Cả hai đã cùng nhau xác định hơn 80 ngành công nghiệp có mức nhiệt thải trung bình và cao có thể được hưởng lợi từ hiệu quả do nhiệt điện mang lại. Những ngành công nghiệp bao gồm từ thiết bị công nghiệp đến bếp cắm trại. Xếp hạng liên quan đến các cơ hội tiềm năng dựa trên các tiêu chí vận hành sau:

1. Nguồn nhiệt có ở nhiệt độ thích hợp không?
2. Nguồn nhiệt có ở trong môi trường hoạt động ăn mòn hoặc bẩn, với chi phí bảo trì và kỹ thuật cao không?
3. Tổng lượng nhiệt thải hàng năm trong ngành công nghiệp là bao nhiêu?
4. Khách hàng hiện có đang trả giá điện cao?

Quyết định cuối cùng của họ là tập trung vào các cơ hội trong lĩnh vực ô tô, quân sự, sản xuất điện và chế tạo. Cả bốn thị trường đều hấp dẫn, nhưng Scullin quyết định rằng Alphabet không có đủ nguồn lực để theo đuổi nhiều hơn một thị trường ban đầu. Vấn đề là tình thế tiến thoái lưỡng nan kinh điển đối với một công ty nhỏ khởi nghiệp công nghệ mới là cần tập trung vào đâu. Như thường lệ, khả năng tiếp cận nguồn vốn là yếu tố quan trọng trong quyết định của công ty. Alexander và cộng sự lưu ý rằng tình hình này được phản ánh bởi động thái của công ty vào năm 2011 để thiết lập các dự án với Không quân Hoa Kỳ và Quân đội Hoa Kỳ. Những dự án này được kỳ vọng sẽ mang lại tổng doanh thu 1,48 triệu USD. Sự chắc chắn về nguồn vốn đã đạt được vì những hợp đồng này nằm trong chương trình Nghiên cứu Đổi mới Doanh nghiệp Nhỏ do Không quân và Lục quân điều hành. Sản phẩm được thử nghiệm liên quan đến việc phát điện phụ trợ di động, có khả năng sử dụng trong các tình huống chiến trường.

Nguyễn Lê Hằng (*Technological Entrepreneurship: Technology - Driven vs Market - Driven Innovation*, Ian Chaston, University of Auckland Auckland, New Zealand)

Start-ups: Protect Your Intellectual Property



VAKIL SEARCH

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

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.

5. HÃY CHẮC CHẮN RẰNG BẠN CÓ MỘT CÁI TÊN TUYỆT VỜI

Thương hiệu của bạn có thể có giá trị vô cùng lớn trên thị trường. Các công ty khởi nghiệp nên đảm bảo tên của họ và bất kỳ logo nào rõ ràng để sử dụng cho mục đích thương mại. Dưới đây là một số bước liên quan đến các vấn đề đặt tên cho một khởi nghiệp:

- Thực hiện tìm kiếm tên gọi trên Google để xem những công ty khác có thể đang sử dụng tên đó.

- Thực hiện tìm kiếm tại Văn phòng sở hữu trí tuệ để đăng ký nhãn hiệu về tên được đề xuất của bạn.

- Thực hiện tìm kiếm trên [GoDaddy.com](https://www.godaddy.com) hoặc các nhà đăng ký tên khác để xem tên miền bạn muốn có sẵn không. Nếu tên miền .com đã được đăng ký thì sẽ rất khó khăn, phức tạp.

- Hãy chắc chắn rằng tên gọi là đặc biệt và đáng nhớ.

- Bạn có thể muốn luật sư sở hữu trí tuệ của bạn

thực hiện tìm kiếm thương hiệu chuyên nghiệp.

- Tránh đặt tên có tính hữu hạn khiến bạn sẽ phải thay đổi tên sau này khi doanh nghiệp thay đổi hoặc mở rộng.

- Chọn ra 5 cái tên bạn thích và thử nghiệm thị trường với các nhân viên, đối tác, nhà đầu tư và khách hàng tiềm năng.

- Tìm hiểu về ý nghĩa quốc tế của tên (bạn không muốn có một cái tên hóa ra lại là xấu hổ hoặc tiêu cực trong ngôn ngữ khác).

- Tránh cách viết khác thường của tên. Điều này có khả năng gây ra vấn đề hoặc nhầm lẫn. (Mặc dù một số công ty như Google hoặc Yahoo đã thành công với những cái tên khác thường, nhưng thành công đó thường là ngoại lệ).

Nếu tên gọi và logo có sẵn để sử dụng, các công ty khởi nghiệp nên đăng ký chúng làm nhãn hiệu. Ngoài việc ngăn chặn các đối thủ cạnh tranh lấy hoặc sử dụng tên gọi của công ty, các nhãn hiệu giúp một công ty trẻ xây dựng một thương hiệu độc đáo và có thể nhận dạng. Điều này, đến lượt nó, thúc đẩy khả năng hiển thị của một startup trên thị trường. Bạn cũng có thể tạo một bản ghi với tư cách là người dùng sớm của tên gọi và logo.

6. CHIẾN LƯỢC BẰNG SÁNG CHẾ NÊN HIỆU QUẢ VỀ CHI PHÍ VÀ KHÔNG NÊN LẶNG TRÁNH

Bằng sáng chế có thể là tài sản giá trị của công ty. Các danh mục đầu tư bằng sáng chế thường được hiểu là mang lại lợi ích tấn công - như một cách để loại bỏ các đối thủ cạnh tranh trong các không gian công nghệ tương tự. Tuy nhiên, bằng sáng chế còn có lợi ích phòng thủ. Ví dụ, danh mục bằng sáng chế phòng thủ có thể đóng vai trò là một con bài thương lượng quan trọng trong trường hợp một công ty khởi nghiệp bị đe dọa vi phạm bằng sáng chế bởi đối thủ cạnh tranh. Điều này có thể dẫn đến một số kết quả tương đối thuận lợi cho một startup bao gồm các điều khoản thanh toán tốt hơn hoặc cơ hội để cấp phép chéo. Nó cũng có thể cho phép một cơ hội

để nộp đơn phản tố nếu bất kỳ vụ kiện nào được bắt đầu.

Một câu hỏi phổ biến là, tôi nên nộp bao nhiêu bằng sáng chế? Rất nhiều công ty chi số tiền lớn cho một lĩnh vực bằng sáng chế, và cũng có những người không chi xu nào. Thông thường, cả hai quyết định này là một sai lầm. Là một công ty khởi nghiệp công nghệ, việc phát triển một danh mục bằng sáng chế trên phạm vi rộng rất mất thời gian, tốn kém và không có khả năng mang lại lợi tức đầu tư trong ngắn hạn. Nộp một số lượng lớn các bằng sáng chế giá rẻ nhưng được soạn thảo kém cũng hiếm khi tạo ra giá trị cho các công ty khởi nghiệp. Một thực tiễn tốt nhất là tìm kiếm các bằng sáng chế hướng đến giá trị cốt lõi của sự đổi mới sáng tạo của bạn. Một cách khác là tìm kiếm các yêu cầu bằng sáng chế thực sự có thể được theo dõi. Nói cách khác, bạn sẽ có thể tìm hiểu đủ về một sản phẩm cạnh tranh để xem liệu công ty kia có vi phạm hay không.

7. XEM XÉT MỘT CHIẾN LƯỢC BẰNG SÁNG CHẾ TOÀN CẦU

Có một chiến lược toàn cầu trong tâm trí, ngay cả trong giai đoạn đầu, có thể là một cân nhắc quan trọng cho các công ty khởi nghiệp. Trong nỗ lực bảo vệ các phát minh của mình một cách nhanh chóng và tiết kiệm chi phí, các công ty khởi nghiệp thường bỏ qua các tiêu chuẩn bảo vệ quốc tế. Theo đó, khi một startup dường như bắt đầu mở rộng ra thị trường quốc tế, nó có thể thấy mình bị mắc kẹt mà không được bảo vệ ở các quốc gia quan trọng. Nộp đơn mà không hiểu bảo vệ quốc tế mà một công ty yêu cầu có thể dẫn đến các khung thời gian áp dụng quốc tế mất hiệu lực, ngăn cản công ty được bảo vệ quốc tế. Startup cần trao đổi với luật sư bằng sáng chế về bảo vệ quốc tế.

8. CẦN THẬN KHI SỬ DỤNG PHẦN MỀM NGUỒN MỞ

Trong việc phát triển phần mềm, các công ty khởi nghiệp có thể chọn kết hợp phần mềm nguồn mở vào

mã của nó.

Việc sử dụng phần mềm nguồn mở nói chung là miễn phí và thường có thể thúc đẩy sự phát triển. Tuy nhiên, giấy phép nguồn mở phải được đọc kỹ. Nếu mã nguồn mở được sử dụng theo cách không được giấy phép cho phép, các công ty khởi nghiệp có thể phải đối mặt với các mối đe dọa vi phạm hợp đồng hoặc vi phạm bản quyền.



Hơn nữa, trong một số trường hợp, theo một số giấy phép nguồn mở nhất định, việc sử dụng mã nguồn mở trong một sản phẩm khởi động tùy chỉnh có thể vô tình chuyển đổi mã độc quyền của một startup thành phần mềm nguồn mở. Không chỉ mất bảo vệ IP, mà mã độc quyền và bí mật của một startup có thể được tiết lộ công khai. Theo đó, bất kỳ công ty nào đang phát triển phần mềm nên nhận thức được các rủi ro và ban hành một giao thức nghiêm ngặt về cách thức và thời điểm nguồn mở có thể được sử dụng bởi các nhà phát triển của nó.

9. CHỈ TRANH CHẤP SỞ HỮU TRÍ TUỆ THEO NGUYÊN TẮC TRONG NHỮNG TRƯỜNG HỢP HIỂM HOI

Kiện tụng là tốn kém tiền bạc và thời gian, có thể gây mất tập trung cho nhân viên công ty. Cảm xúc dâng trào khi ai đó rời khỏi một công ty trong hoàn

cảnh sơ sài, một đối tác kinh doanh phá vỡ một thỏa thuận hoặc kiện bằng sáng chế vì một số tiền cất cổ. Hội đồng quản trị trở nên giận dữ, nhân viên nổi giận và phát sinh các tranh cãi chính sách. Những cảm xúc mạnh mẽ này bắt đầu một cuộc đối thoại "chúng tôi cần phải chiến đấu với điều này theo nguyên tắc."

Ngoại trừ trong các trường hợp hiếm hoi nhất (hoặc trong trường hợp phía bên kia không thể thảo luận cấp doanh nghiệp), chiến đấu theo nguyên tắc là một sai lầm. Công ty sẽ tốn hàng đồng tiền và nhân viên nòng cốt tập trung vào kiện tụng thay vì tăng trưởng công ty. Kiện tụng thường kéo dài và tốn kém, chỉ được xem như một phương sách cuối cùng hoặc khi có thể đảo ngược tình thế rất có lợi.

10. CẦN THẬN TRONG VIỆC TUYỂN DỤNG NHÂN VIÊN MỚI

Bạn cần phải cực kỳ cẩn thận trong việc tuyển dụng nhân viên mới, đặc biệt là từ các đối thủ cạnh tranh. Bạn muốn tránh kiện tụng từ nhà tuyển dụng trước rằng công ty của bạn đang sử dụng thông tin bí mật hoặc độc quyền của nhà tuyển dụng trước. Về vấn đề đó, hãy xem xét những điều sau đây:

- Hãy chắc chắn rằng nhân viên không phải tuân theo một thỏa thuận không cạnh tranh ràng buộc có liên quan.

- Yêu cầu nhân viên mới tuyên bố rằng họ không cung cấp bất kỳ thông tin hoặc tập tin bí mật hoặc độc quyền nào của nhà tuyển dụng trước đó.

- Yêu cầu nhân viên mới cam kết không sử dụng bất kỳ thông tin bí mật hoặc độc quyền nào của bên thứ ba.

- Làm kiểm tra tham chiếu đầy đủ về nhà tuyển dụng mới trước khi tuyển dụng./.

Nguyễn Mạnh Quân (Theo Forbers)