

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

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 20.2018



TIN TỨC SỰ KIỆN

- 01 Khởi nghiệp du lịch cơ hội cho các dự án đổi mới sáng tạo
- 02 Falling Walls Venture kêu gọi đề cử
- 03 Năm startup lĩnh vực giao thông tại Việt Nam
- 04 Youth Co:Lab khuyến khích nhà khởi nghiệp xã hội trẻ

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 05 NOVAON: Khát vọng quảng cáo trực tuyến trên đất Việt
- 06 Trung Quốc tham vọng trở thành siêu cường quân sự nhờ tiến bộ của các công nghệ đột phá

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

- 07 Sở hữu trí tuệ và 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



KHỞI NGHIỆP DU LỊCH - CƠ HỘI CHO CÁC DỰ ÁN ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

DNSG - Tọa đàm Khởi nghiệp du lịch đổi mới sáng tạo năm 2018 - Cơ hội và thách thức sẽ làm rõ khái niệm khởi nghiệp du lịch đổi mới sáng tạo là gì, những cơ hội và thách thức cho xu hướng này.

Sự kiện sẽ được tổ chức ở TP. HCM vào sáng 30/6/2018, tại Startup Vietnam Foundation (92 G-H Saigon Pearl, Nguyễn Hữu Cảnh, P.22, Q.Bình Thạnh).

Với những lợi thế đặc biệt về vị trí địa lý, ngoài những danh thắng đã được UNESCO công nhận là di sản văn hoá thế giới như Vịnh Hạ Long, Cố đô Huế, Phố cổ Hội An, Thánh địa Mỹ Sơn, Vườn quốc gia Phong Nha- Kẻ Bàng..., Việt Nam còn thu hút khách du lịch nước ngoài vì có hàng loạt địa điểm du lịch sinh thái kéo dài khắp ba miền Tổ quốc. Tài

nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn của Việt Nam cũng rất phong phú và đa dạng.

Những giải thưởng được các tổ chức du lịch quốc tế uy tín trao tặng cũng góp phần định vị thương hiệu và hình ảnh cho điểm đến Việt Nam là một điểm đến chất lượng.

Bằng Nghị quyết 08-NQ/TW, Bộ Chính trị xác định du lịch là ngành kinh tế then chốt của đất nước và phát triển du lịch là định hướng chiến lược trong nền kinh tế - xã hội của đất nước. Rất nhiều chính sách hỗ trợ và thúc đẩy cho sự phát triển của ngành

du lịch đã được ban hành.

Năm 2017, ngành du lịch Việt Nam đã đạt được những kết quả ấn tượng: 13 triệu lượt khách quốc tế, 74 triệu lượt khách nội địa, tổng thu trực tiếp từ khách du lịch đạt trên 500.000 tỷ đồng, đóng góp khoảng 7,5% vào GDP.

Khai thác và phát huy thế mạnh này của Việt Nam, những năm gần đây, rất nhiều mô hình kinh doanh trong lĩnh vực du lịch đã được khởi tạo và đưa vào hoạt động. Tuy nhiên, hầu hết các dự án du lịch mới dừng lại ở mô hình truyền thống, chưa có sự mới lạ, sản phẩm tương đối giống nhau trên mọi vùng miền, sản phẩm du lịch còn thiếu sự cạnh tranh và có thể gây ra những tác động tiêu cực như hệ lụy ô nhiễm môi trường, tàn phá thiên nhiên và di sản văn hóa...

Trong bối cảnh đó, rất cần những sản phẩm, dịch vụ du lịch thu hút hơn, vừa tận dụng và phát huy lợi thế địa phương, vừa áp dụng công nghệ để phục vụ trực tiếp khách hàng. Vườn ươm khởi nghiệp Songhan Incubator là một trong những tổ chức tiên phong trong việc phát triển các chương trình khởi nghiệp du lịch, nhằm tạo thêm nhiều sản phẩm du lịch mới, độc đáo, sáng tạo, khai thác các giá trị tiềm năng hiện có và lan tỏa dịch vụ du lịch ra các vùng,

lĩnh vực khác.

Tọa đàm Khởi nghiệp du lịch đổi mới sáng tạo năm 2018 - Cơ hội và thách thức do Songhan Incubator tổ chức, với sự phối hợp của Quỹ khởi nghiệp Việt Nam (SVF) và Báo Doanh Nhân Sài Gòn. Ngoài các mục đích trao đổi về những cơ hội và thách thức trong xu hướng khởi nghiệp du lịch đổi mới sáng tạo, chương trình còn giới thiệu một cơ hội cho các dự án/ý tưởng khởi nghiệp trong lĩnh vực này, đó là chương trình Khởi nghiệp du lịch 2018 (Vietnam Tourism Startup - VTS 2018), với sự hỗ trợ của các cố vấn cao cấp trong và ngoài nước.

Tham dự sự kiện trong vai trò là diễn giả, nhà sáng lập ứng dụng đặt phòng khách sạn UP Inns - một trong những dự án du lịch đổi mới sáng tạo được ươm tạo thành công bởi VTS 2017 - sẽ chia sẻ nhiều kinh nghiệm thực tế.

Cùng trong vai trò diễn giả tại sự kiện này là hai nhân vật đã nhiều năm hoạt động trong lĩnh vực ươm tạo khởi nghiệp: Ông Lý Đình Quân - chuyên gia tư vấn Hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo, Founder & CEO SongHan incubator và ông Ngô Minh Hải - Tiến sĩ kinh tế, giảng viên Khoa Ngân hàng, Đại học Kinh tế TP. HCM, đồng sáng lập SongHan incubator./.



FALLING WALLS VENTURE KÊU GỌI ĐỀ CỬ TỪ CÁC TRƯỜNG ĐẠI HỌC, VIỆN NGHIÊN CỨU

Nhằm hỗ trợ và thúc đẩy các doanh nghiệp khởi nghiệp ĐMST Việt Nam phát triển, vươn tầm ảnh hưởng ra quốc tế, Văn phòng Đề án 844 phối hợp với Falling Walls - một tổ chức phi lợi nhuận tại Berlin chuyên nghiên cứu các vấn đề khoa học công nghệ - kêu gọi sự tham gia của các trường đại học/tổ chức nghiên cứu trong việc đề cử các doanh nghiệp khởi nghiệp nổi bật được Nhà trường ươm tạo, hỗ trợ vào cuộc thi Falling Walls Ventures.

Falling Walls Venture là một cuộc thi toàn cầu cho các startup khoa học công nghệ xuất sắc. Startup cần có sản phẩm, dịch vụ dựa trên nghiên cứu khoa học. 20 startup xuất sắc nhất sẽ được mời để tham gia buổi thuyết trình vào 8/11/2018 tại Berlin, Đức.

QUYỀN LỢI CHO STARTUP THAM GIA VÀ ĐƠN VỊ ĐỀ CỬ:

- Đối với startup: Được đào tạo và nhận lời khuyên hữu ích từ ban giám khảo, được báo chí

quốc tế truyền thông rộng rãi, có cơ hội kết nối với các doanh nhân, các nhà lãnh đạo, tập đoàn và nhà đầu tư hàng đầu.

- Đối với các tổ chức đề cử: Thúc đẩy các startup mình ươm tạo phát triển hơn và khẳng định thương hiệu của tổ chức trên thế giới.

STARTUP ĐƯỢC ĐỀ CỬ PHẢI ĐÁP ỨNG NHỮNG TIÊU CHÍ SAU:

- Startup dựa trên nền tảng khoa học công

nghệ, tức là mô hình kinh doanh/sản phẩm dịch vụ phải theo hướng ứng dụng nghiên cứu khoa học.

- Startup thuộc tất cả các lĩnh vực khoa học.
- Startup phải được đăng ký thành lập công ty từ

năm 2012 hoặc muộn hơn.

TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ:

- Mức độ đổi mới sáng tạo
- Tác động (xã hội)
- Tiềm năng thương mại

ĐỀ ĐỀ CỬ STARTUP, CÁC TỔ CHỨC VUI

LÒNG LÀ THEO HƯỚNG DẪN SAU:

- Truy cập <http://www.falling-walls.com/venture/>

apply và điền vào mẫu đơn đăng ký.

- Tài liệu yêu cầu: form đăng ký, bản pitch deck của startup (lưu dưới dạng pdf)

- Hạn chót nộp đơn: 30/6/2018.

Nhiều trường đại học và tổ chức nghiên cứu danh giá đã tham gia vào chương trình, trong đó có Đại học New York, Đại học Rochester, Đại học Tohoku, Đại học Alberta, Đại học Princeton, và Đại học Cambridge.

Để biết thêm chi tiết cuộc thi, vui lòng truy cập website: <https://www.falling-walls.com/venture>



FastGo vừa ra mắt thị trường Hà Nội ngày 12/6/2018

NĂM STARTUP LĨNH VỰC GIAO THÔNG TẠI VIỆT NAM

Vnexpress - Ứng dụng gọi xe "made in Vietnam" có nhiều khác biệt với đối thủ ngoại như không thu phí chiết khấu tài xế hay không tăng giá giờ cao điểm.

ABER

Ra mắt thị trường TP. HCM đầu tháng 6/2018, ứng dụng xe công nghệ Aber được phát triển bởi nhóm kỹ sư 8X, 9X người Việt du học tại Đức. Các nhà sáng lập dự án tuyên bố không thu chiết khấu với lái xe, chỉ thu phí dùm 70.000-300.000 đồng với xe máy, 750.000-2 triệu đồng mỗi tháng với ô tô, đồng thời không tăng cước giờ cao điểm. Aber không sử dụng Google Map mà sử dụng ứng dụng riêng nên chi phí vận hành khá thấp.

Ứng dụng tung ra 6 dịch vụ, gồm: Aber Bike (xe

ôm công nghệ), Aber Car (taxi công nghệ), Aber Truck (xe giao hàng, xe tải), Aber Travel (trải nghiệm du lịch), Aber Business (xe doanh nghiệp), Aber Express (Dịch vụ giao hàng). Trước mắt, nhóm bạn trẻ này ưu tiên phát triển mảng xe ôm công nghệ và taxi công nghệ.

Theo một đồng sáng lập, Aber không đặt mục tiêu cạnh tranh với các đối thủ trên thị trường.

EMDI

Ứng dụng đặt xe taxi Emdi do các chuyên gia của Đại học Quốc gia Hà Nội vừa công bố. Theo đó,

Emdi chỉ tập trung hỗ trợ các hãng taxi truyền thống, cung cấp giá cước của nhiều hãng taxi khác nhau giúp người dân so sánh giá và lựa chọn giá hợp lý.

Hiện ứng dụng có mặt tại 7 địa phương là Lâm Đồng, Khánh Hòa, Quảng Ninh, Thái Nguyên, Phú Thọ, Bình Định, Đắk Lắk với gần 500.000 người cài ứng dụng.

Riêng Hà Nội có 17 hãng taxi đã ký kết sử dụng ứng dụng và sẽ triển khai vào tháng 7. Khoảng cuối năm nay, ứng dụng sẽ có mặt tại thị trường TP. HCM.

FASTGO

Sau 3 năm xây dựng, FastGo được Công ty FastGo Việt Nam ra mắt thị trường Hà Nội hôm 12/6.

Điểm nổi bật của ứng dụng là gói bảo hiểm cho mỗi chuyến đi của hành khách có giá trị lên đến 200 triệu đồng, đơn vị phát triển không thu phí chiết khấu đối với tài xế theo tỷ lệ % mà chỉ thu phí dịch vụ tối đa không quá 30.000 đồng/ngày. Bên cạnh đó là các chương trình phúc lợi và hoạt động đào tạo hỗ trợ tài xế...

FastGo có dịch vụ cốt lõi gồm: Fast Car, Fast Taxi và Fast Luxury và hướng đến khách hàng trong độ tuổi từ 18-38 tuổi, giới quản lý, lãnh đạo trẻ và khách du lịch.

Sau Hà Nội, ứng dụng sẽ có mặt tại TP. HCM vào tháng 7 và tháng 8 là Đà Nẵng. Mục tiêu 3 năm tới của doanh nghiệp phủ rộng tới 8 thành phố lớn, với 20.000 đối tác lái xe, phục vụ 5 triệu khách hàng thường xuyên.

FastGo đã thu hút hơn một triệu USD từ các nhà đầu tư thiên thần và đang tiếp tục làm việc với 5-6 nhà đầu tư với kỳ vọng thu hút thêm 50 triệu USD trong các vòng gọi vốn thời gian tới.

VATO

Ứng dụng ra mắt thị trường hồi tháng 4 năm nay, sau khi Uber tuyên bố rời Đông Nam Á. Vato tiền thân là ứng dụng gọi xe công nghệ Vivu, sau khi Công ty cổ phần Xe khách Phương Trang - FUTA Bus Lines mua lại với giá 100 triệu USD (khoảng

2.200 tỷ đồng) và đổi tên thành Vato.

Thực chất, Vivu đã hoạt động trên thị trường vào tháng 3/2016 nhưng với tên gọi là FaceCar. Ứng dụng từng nổi đình nổi đám với việc gọi được một tỷ USD từ nhà đầu tư Việt kiều tại Đức. Tuy nhiên, thương vụ không thành và ứng dụng này sau đó được bán lại rồi đổi tên thành Vivu.

Điểm nổi bật của ứng dụng nữa là cho phép người dùng mặc cả với lái xe (với giá tối thiểu đưa ra) để có thể nhanh chóng hoàn thành chuyến đi - chức năng này Grab không có. Giá cước của Vato ở mức 8.500 đồng mỗi km tương tự GrabCar nhưng phần chiết khấu là 20%, thấp hơn mức 25% của Grab.

Theo FUTA Bus Lines, Vato không chỉ là một ứng dụng gọi xe thông thường, mà còn là phần mềm thương mại điện tử với nhiều tính năng khác tương tự như một sàn giao dịch thương mại điện tử về vận tải, dịch vụ, hàng hoá.

Theo đó, khi khách tải ứng dụng Vato không chỉ gọi riêng xe Phương Trang mà có quyền yêu cầu chọn xe của tất cả các hãng như Mai Linh, hay Vinasun... tùy sở thích. Sàn này sẽ giúp nhu cầu người cần sử dụng xe và người có xe gặp nhau. Hiện ứng dụng tập trung 3 phân khúc gồm: Vato Bike, Vato Car và Vato Taxi.

AN VUI

Không tập trung vào lĩnh vực xe cá nhân, Anvui là giải pháp quản trị tổng thể cho đơn vị vận tải hành khách đường dài nhằm giúp các nhà xe chuyển từ truyền thống sang nhà xe công nghệ. Ứng dụng ra mắt thị trường Hà Nội tháng 7/2017.

Anvui chỉ tập trung vào dịch vụ vận tải đường dài. Theo đó, Anvui sẽ hỗ trợ các doanh nghiệp xe khách liên tỉnh; giảm chi phí và tăng tính tiện lợi cho các hãng xe; giải quyết bài toán tổng thể cho các nhà xe từ việc quản lý bán vé, in phôi vé, lập lệnh xuất bến, quản lý doanh thu và chi phí trong quá trình vận hành.



Anvui chỉ tập trung vào dịch vụ vận tải đường dài

Ngoài gia tăng doanh thu, ứng dụng còn ghi nhận mọi hoạt động phát sinh đón trả khách lên xuống xe, doanh thu bán vé từng xe, vị trí xe, các chi phí trong quá trình vận hành, giúp tiết kiệm tối đa chi phí điện thoại, thất thoát do gian lận. Các hãng xe sẽ giảm bớt thời gian xử lý các giấy tờ...

Sau gần một năm hoạt động, ứng dụng đã có

hơn 60 đối tác trong cả nước. Trung bình mỗi tháng hơn 100.000 vé chảy qua hệ thống và 1.800 đầu xe vận hành trơn tru.

Tốc độ tăng trưởng doanh thu của Anvui là 200% so với thời điểm khai trương. Doanh thu tháng trước so với tháng sau tăng đều đặn 30-50%. Hiện dự án này đang mở rộng tại thị trường TP. HCM./.



YOUTH CO:LAB KHUYẾN KHÍCH NHÀ KHỞI NGHIỆP XÃ HỘI TRẺ

Thúc đẩy sáng tạo và hướng đến phát triển bền vững là thông điệp khuyến khích giới trẻ khởi nghiệp theo chương trình Youth Co:Lab.

Dự án được Chương trình Phát triển Liên Hiệp Quốc (UNDP) hỗ trợ, do Quỹ Citi Foundation cùng Bộ Khoa học và Công nghệ phối hợp thực hiện. Mục tiêu của Youth Co:Lab Việt Nam 2018 là tìm kiếm các nhà khởi nghiệp xã hội, theo đó chương trình sẽ hỗ trợ thanh niên triển khai các ý tưởng, mô hình kinh doanh để giải quyết các vấn đề xã hội mang tính bền vững cho cộng đồng.

Theo bà Caitlin Wiesen - Giám đốc Quốc gia UNDP tại Việt Nam, Việt Nam cần một hệ sinh thái khởi nghiệp năng động và tăng cường kỹ năng, nhằm khơi nguồn năng lượng sáng tạo của thanh niên để giải quyết những thách thức về phát triển bền

vững.

Theo UNDP, hiện Việt Nam có số doanh nghiệp khởi nghiệp nhiều thứ 3 tại Đông Nam Á, song hệ sinh thái có tác động tích cực đến xã hội lại khá hạn chế nếu so với Thái Lan hay Malaysia. Điều này đòi hỏi sự khuyến khích và hỗ trợ để các doanh nhân trẻ tìm ra giải pháp đổi mới trong nhiều lĩnh vực như môi trường, lương thực - thực phẩm, biến đổi khí hậu... Youth Co:Lab sẽ thiết lập các sự kiện để cộng đồng cùng nhau chia sẻ về những khó khăn, trên cơ sở đó tất cả các bên, bao gồm UNDP Việt Nam, Chính phủ, khu vực công, các doanh nghiệp xã hội và các tổ chức xã hội, cùng tìm kiếm giải pháp.



Thủ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ Trần Văn Tùng phát biểu khai mạc hội thảo tại Hà Nội

Bà Caitlin cho rằng các thành phần này có vai trò quan trọng trong hệ sinh thái khởi nghiệp và cần phải gắn với nhau trong việc triển khai các dự án sáng tạo xã hội. "Việc giải quyết các tồn tại cần gắn với người trẻ, tạo ra tầm nhìn mới thúc đẩy văn hóa doanh nghiệp sáng tạo, hướng đến phát triển bền vững".

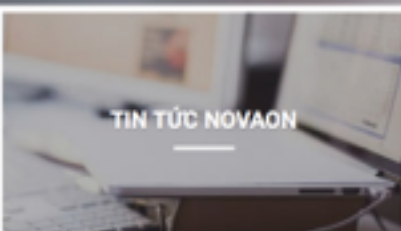
Ông Bùi Quang Huy - Phó chủ tịch Citi Foundation cho biết, Quỹ cam kết nguồn đầu tư 100 triệu USD cho khoảng nửa triệu thanh niên sẵn sàng khởi nghiệp và đi làm vào năm 2020. Thủ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ Trần Văn Tùng cũng cho biết Bộ cam kết phối hợp cùng các tổ chức trong và ngoài nước hỗ trợ các hoạt động khởi nghiệp, ươm tạo các hạt giống tiềm năng, phát triển các doanh nghiệp có giá trị kinh tế và giải quyết các thách thức xã hội.

"Doanh nghiệp xã hội tạo ra lợi nhuận và hiệu

ứng tích cực lan tỏa trong cộng đồng. Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo là mô hình tốt giúp giải quyết các thách thức xã hội, đẩy nhanh tiến độ thực hiện mục tiêu phát triển bền vững", Thủ trưởng Trần Văn Tùng nhận định.

Youth Co:Lab 2018 khởi động tại Hà Nội ngày 15/6 và tại TP. HCM ngày 22/6. Các đội vượt qua vòng tuyển hồ sơ Youth Co:Lab sẽ vào vòng ươm mầm để trình bày ý tưởng kinh doanh.

Bốn ý tưởng đoạt giải sẽ nhận vốn đầu tư cổ phần phi lợi nhuận 85.000USD cùng chương trình ươm mầm trong một năm. Youth Co:Lab sẽ có chuỗi hoạt động đào tạo và cố vấn về tư duy thiết kế, các kỹ năng thực hiện các dự án xã hội cũng như thiết kế cơ hội để các doanh nghiệp trình bày ý tưởng kinh doanh tìm kiếm đầu tư trong nước và quốc tế./.



NOVAON: KHÁT VỌNG QUẢNG CÁO TRỰC TUYẾN TRÊN ĐẤT VIỆT

Trước đây, quảng cáo truyền thống là lựa chọn hàng đầu của tất cả các nhãn hàng, mặc dù chi phí cho quảng cáo trên truyền hình khá cao, tuy nhiên rất nhiều các doanh nghiệp vẫn mong muốn giành những “giờ vàng” để thu hút sự theo dõi của khách hàng trên các kênh truyền hình. Hiện nay, trước sự bùng nổ mạnh mẽ của nhiều kênh truyền hình trong nước và quốc tế, khách hàng có rất nhiều lựa chọn các chương trình truyền hình khác nhau, do đó việc thu hút người tiêu dùng theo dõi quảng cáo là không dễ dàng.

Một hướng đi mới cho các doanh nghiệp đó là quảng cáo trực tuyến cũng đang phát triển khá nhanh với doanh thu chiếm khoảng 2%-3% tổng doanh thu ngành. Theo khảo sát của Kantar Media giai đoạn 2010 - 2011, thị trường quảng cáo trực tuyến có tổng doanh thu 26,4 triệu USD (tương

đương hơn 550 tỉ đồng).

Hình thức quảng cáo này đã chứng minh được rất nhiều ưu điểm vượt trội mà quảng cáo truyền thống không đáp ứng được. Chẳng hạn như phân khúc khách hàng rõ ràng, việc khảo sát thông tin người sử dụng được thực hiện khá đơn giản, giúp các doanh nghiệp định hướng chính xác cách thức tiếp cận khách hàng tiềm năng hiệu quả nhất. Ngoài ra, quảng cáo trực tuyến còn tận dụng được sự hỗ trợ của công nghệ mới, doanh nghiệp có thể thỏa sức sáng tạo, làm mới mình để tạo sự chú ý; chi phí quảng cáo trực tuyến cũng không quá đắt. Và Tập đoàn NOVAON do CEO Nguyễn Minh Quý sáng lập không nằm ngoài mục tiêu phát triển lĩnh vực quảng cáo trực tuyến này.

HÀNH TRÌNH KHỞI NGHIỆP

Vào thời điểm khi mà Internet còn rất hiếm ở Hà

Nội, đó là năm 2003, chàng sinh viên Đại học Ngoại Thương còn đang phải đôn đáo khắp nơi để tìm một quán Internet chỉ để chat với bạn gái đang du học tại Mỹ. Cũng chính bởi khó khăn thời bấy giờ mà Quý đã nảy ra ý tưởng mở quán Internet. Hàng ngày quan sát khách hàng sử dụng Internet với nhiều mục đích khác nhau như giải trí, nghiên cứu, làm việc, trao đổi thông tin...và anh chắc chắn xu hướng này sẽ phát triển và tạo bước đột phá cho con người.

Nắm bắt được tâm lý của khách hàng, nên cửa hàng Internet đáp ứng được nhu cầu của không những sinh viên trong nước mà cả sinh viên quốc tế như sinh viên Lào thường gọi điện, sinh viên Trung Quốc cần bàn phím có mã tiếng Trung...do đó chỉ trong 1 năm, quán của Quý đã thu được 1,2 - 1,5 triệu đồng/ngày, và với lợi nhuận đó chàng trai tiếp tục đầu tư và mở rộng.

Trong khoảng thời gian ngắn kinh doanh Internet, Minh Quý phát hiện ra rằng, Internet là ngành khá “phẳng”, khoảng cách giữa doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp mới bắt đầu không quá lớn; dựa vào sức mạnh tri thức nhiều hơn là sức mạnh mối quan hệ, tài chính hay kinh nghiệm; được update tri thức thường xuyên nên với những người chăm học hỏi sẽ rất thích hợp.

Đây là những đặc điểm phù hợp với giới tri thức trẻ và anh quyết định lựa chọn để khởi nghiệp. Phân tích kỹ hơn cho thấy, xu thế Internet tập trung vào 3 nội dung chính và những thế mạnh của mình: (1) Thương mại điện tử-đây là hình thức cần số vốn đầu tư ban đầu lớn; (2) Game-đây lại là nội dung mà mình không chuyên và có thể mạnh; và (3) Quảng cáo trực tuyến-đây là nội dung không cần nhiều vốn, lại phát huy được những kiến thức mình có. Đây thực sự là định hướng mà Minh Quý muốn lựa chọn.

Quá trình kinh doanh quán Internet giúp Quý làm quen với nhiều bạn bè trong giới công nghệ thông tin. Ra trường, với ý định đầu quân cho FPT nhưng

không thành, Quý quay ra làm dịch vụ thiết kế web, in ấn... Một thời trang web www.top1.vn của Quý đứng hạng 20 - 30 ở Việt Nam, thu hút một số thương hiệu quảng cáo. Thời điểm đó, trang web được thị trường định giá 5 tỷ đồng.

Tuy nhiên, cuối năm 2007, do năng lực quản trị chưa tốt nên trang web bị tụt hạng nhanh chóng. Cty với số lượng nhân sự 30 người đã tan rã, và chỉ còn lại 4 người kèm theo nợ nần. Sau thất bại mọi thứ trở về zero, Quý tiếp tục thuyết phục bố mẹ hỗ trợ tài chính để đầu tư vào phát triển bản thân và học về quản lý CEO, đồng thời tìm đến những người đi trước đã thành công để học hỏi kinh nghiệm. Bằng sự cầu thị, ý chí kiên định với con đường mình đi, Quý đã được mọi người tin tưởng, chỉ bảo và có được những kinh nghiệm nhất định.

Sau một thời gian, Quý quyết định lên làm lại từ đầu. Thuê một văn phòng nhỏ, vừa là nơi ở, vừa là nơi làm việc với 7 nhân viên, Quý bắt đầu cuộc chiến mới. Gần như ngay sau đó, họ gây chú ý bằng việc làm từ khoá trên Google cho doanh nghiệp vàng bạc đá quý Phú Quý. Tháng 7/2006, Nguyễn Minh Quý chính thức gia nhập thị trường quảng cáo trực tuyến bằng việc thành lập Công ty cổ phần Quảng cáo trực tuyến Sao Mới. Và đến năm 2010, anh đổi tên công ty thành NOVA ADS.

Minh Quý cho biết: “Tôi luôn đặt hoài bão phải xây dựng 1 tổ chức lớn trở thành trụ cột cho nền kinh tế nước nhà như Samsung, LG, Huyndai... đã làm với Hàn Quốc. Và ngành phù hợp nhất là marketing online, sử dụng chất xám nhiều, sức trẻ tốt, cần tinh thần học hỏi cao... Đó là một ngành rất phẳng”.

Chọn được mảnh đất phù hợp, lại đón đúng cơn gió lành từ thị trường nhiều tiềm năng, con điều NOVA ADS cứ vậy vươn cao để rồi phát triển thành Tập đoàn Internet NOVAON vào tháng 7/2014.

Tò mò với ý nghĩa của tên NOVAON, Minh Quý giải thích: “NOVAON cấu thành từ NOVA-tên 1 ngôi



sao và ON, nghĩa là online. Hiện tại, NOVAON vận hành với 3 mảng hoạt động chính: (1) Digital marketing; (2) Thương mại điện tử; (3) Xuất khẩu phần mềm.

Thời gian đầu sơ khai, cả thị trường đều tin quảng cáo trực tuyến sẽ không hiệu quả. Quý và các bạn phải làm công tác đào tạo thị trường (tổ chức hội thảo mời các doanh nghiệp đến để chia sẻ xu hướng, cách làm, giới thiệu các câu chuyện thành công trên thế giới, khu vực hay đơn giản trong chính doanh nghiệp). Dần dần, trong 3-4 năm tiếp theo, mọi người nhận ra hiệu quả và dám đầu tư. Mặt khác, Quý cũng quyết định không đi theo xu hướng phát triển nội dung như các báo điện tử vẫn thường làm mà trở thành đối tác của các công ty quốc tế như Google, Facebook và sau này là Instagram, Youtube. Ban đầu, việc kết hợp đối tác với các công ty nước ngoài cũng khá mạo hiểm vì thị phần quảng cáo trực tuyến của các công ty này tại Việt Nam chỉ chiếm chưa đến

20% nhưng sau gần 10 năm, thị trường đã có sự đảo ngược khi doanh thu từ quảng cáo tăng 130 lần (đạt 390 triệu USD và các công ty nước ngoài chiếm trên 75% thị phần).

Nhờ lựa chọn đúng đắn, kiên trì với mục đích của mình, công ty của Quý ngày càng phát triển, nhân sự cũng không ngừng tăng lên. Để có được ngày hôm nay, Minh Quý cũng may mắn nhận được sự quan tâm, chỉ bảo của những người anh, trong đó anh Nguyễn Cảnh Bình là người giúp đỡ Quý nhiều nhất bởi anh nhìn thấy trong con người Quý hình ảnh của mình 10 năm về trước-một chàng trai đầy khát khao và ý chí kiên định. Lúc đó, Quý đang trong hoàn cảnh làm sao để biến công ty thành ngôi nhà thứ hai của nhân viên, phải chặng lương mình trả chưa nhiều, văn phòng chưa đẹp-Quý suy nghĩ rất nhiều. Tìm đến anh Bình, Quý đã có lời giải đáp, đó là phải hội tụ 3 yếu tố chính: (1) Người lãnh đạo phải gương mẫu, đam mê, có ý thức và quyết liệt trong công việc; (2)

Cần có cơ chế, chính sách, đãi ngộ hợp lý; (3) Tạo môi trường văn hóa tại doanh nghiệp, khích lệ mọi người để tạo chất kết dính.

Anh tâm đắc với một triết lý của Jack Ma (người sáng lập Alibaba), một doanh nghiệp thường tồn tại 3 nhóm nhân viên: nhóm những người có thành tích trong công việc nhưng không có tinh thần hợp tác tập thể; những người hiền lành và không có năng lực; những người vừa có thành tích vừa có tinh thần tập thể. Doanh nghiệp nên chọn nhóm thứ ba, đồng thời giữ lại những nhân viên xuất sắc, đào thải những người kém để duy trì trạng thái tích cực, cầu tiến và hoạt động hiệu quả.

Nhận thấy việc học hỏi luôn luôn cần thiết, tháng 3/2015 Quý đã thành lập Quỹ Novafund nhằm hỗ trợ các bạn đã và đang muốn khởi nghiệp. Nhiều người cho rằng, phải có nguồn tài chính dồi dào mới có thể thành lập Quỹ, nhưng theo Quý, những người khởi nghiệp không chỉ cần tiền mà họ còn mong muốn được biết những yếu tố khác như chiến lược, sự kết nối, nguồn lực, đối tác... Những yếu tố trên đôi khi chiếm đến 80% thành công của một doanh nghiệp khởi nghiệp.

NHỮNG THÀNH CÔNG VÀ ƯỚC VỌNG TƯƠNG LAI

Sau 10 năm hoạt động, NOVAON đã trở thành đối tác cao cấp của Google tại 5 quốc gia: Việt Nam, Singapore, Indonesia, Philippines và Thái Lan với 5.000 khách hàng trong khu vực.

Doanh thu những năm gần đây của NOVAON đã vượt qua ngưỡng 10 triệu USD với mức tăng trưởng đều đặn 70%/năm và trở thành đối tác cao cấp của Google tại Việt Nam từ năm 2013.

Tháng 6/2016, NOVAON đã vươn lên trở thành đối tác cao cấp của Google tại Đông Nam Á.

NOVAON hiện có 7 đơn vị thành viên là Digital marketing agency NOVAON ADS, Mạng quảng cáo ngữ cảnh NOVANET, Mạng du lịch trực tuyến Bookin, Ứng dụng Udoctor, Novaon Singapore, NOVAON Indonesia và Quỹ start-up Novaon Fund, cùng với hơn 5.000 khách hàng, trên 10.000 chiến dịch quảng cáo được triển khai.

10 năm – một chặng đường khởi nghiệp và đi lên thất bại, Minh quý đã ghi dấu ấn của mình: Giải nhì cuộc thi “Chìa khóa thành công” do VTV tổ chức năm 2011; Năm 2015, Novafund nhận phần thưởng là đối tác có sự tăng trưởng nhanh nhất khu vực Đông Nam Á của Google; Giải thưởng “Sao Khuê” cho Booking năm 2016; Là đại diện Việt Nam tham gia “Google Primium Partner Summit” tại Mỹ và Singapore.

Đến nay NOVAON đã thành lập 2 công ty thành viên tại Singapore và Indonesia. Tập đoàn cũng đang hướng đến việc đặt văn phòng tại các quốc gia khác như Philippines hoặc Thái Lan, nhưng sự khác biệt về lối sống, văn hóa khiến “người dẫn đường” Minh Quý gặp không ít khó khăn.

Trong 3 năm tới, NOVAON sẽ tập trung xuất khẩu phần mềm theo chiến lược kinh doanh khác biệt. Riêng với Minh Quý, anh quyết tâm sở hữu doanh nghiệp xuất khẩu phần mềm với số nhân viên khoảng 1.000 người trong 5 năm, ddoognf thời duy trì mức tăng trưởng 80%.

“Hãy khát khao, hãy dại khờ”-đó là câu nói của Steve Job mà chàng trai Nguyễn Minh Quý rất tâm huyết. Có thể có nhiều khó khăn trước mắt cho 1 ước mơ, nhưng với kinh nghiệm sẵn có và ý chí kiên định, xin chúc cho giấc mơ của Quý sẽ thành hiện thực.

Minh Phụng



TRUNG QUỐC THAM VỌNG TRỞ THÀNH SIÊU CƯỜNG QUÂN SỰ NHỜ TIẾN BỘ CỦA CÁC CÔNG NGHỆ ĐỘT PHÁ

Trong những năm gần đây, ngoài mục tiêu trở thành siêu cường kinh tế, Trung Quốc đang dần bộc lộ ý đồ trở thành siêu cường trong lĩnh vực quân sự. Những tiến bộ trong việc làm chủ những công nghệ đột phá như điều khiển dàn máy bay không người lái, AI, điện toán lượng tử v.v.. là những bước tiến mới nhất của Trung Quốc hướng tới thực hiện tham vọng này.

LÀM CHỦ KỸ NĂNG ĐIỀU KHIỂN TRÌNH DIỄN MÁY BAY KHÔNG NGƯỜI LÁI SỐ LƯỢNG LỚN

Tháng 12/2017, Trung Quốc đã khiến thế giới sửng sốt khi lập kỷ lục thế giới với cuộc trình diễn của hơn 1000 máy bay không người lái thu nhỏ (drone) tại Diễn đàn Thịnh Vượng Toàn cầu được tổ chức tại Quảng Châu. Hơn 1000 chiếc drone đã phối

hợp thực hiện một loạt các nhiệm vụ khác nhau để trình diễn trên nền nhạc của các loại nhạc cụ công nghệ cao.

Tuy nhiên, tương lai của những dàn drone cùng với tác động của chúng đối với lĩnh vực quân sự mới thực sự là chủ đề của những cuộc tranh luận diễn ra sau buổi trình diễn. Ý tưởng sử dụng drone số lượng

lớn để công phá một mục tiêu, đạt được lợi thế chiến thuật, là một khái niệm phổ biến. Sự phối hợp hoạt động của dàn drone của Trung Quốc đã vượt xa việc phô diễn số lượng drone tham gia trình diễn và kỹ năng hoạt động của chúng ở khoảng cách gần nhau. Hiệu suất đạt được ở cuộc trình diễn năm 2017 đã chứng tỏ kỹ năng điều khiển hiệu quả các hệ thống dàn drone của Trung Quốc. Có thể điều khiển 1.108 chiếc drone bé nhỏ bay trong một đội hình đơn nhất đã chứng tỏ năng lực của Trung Quốc đối với lĩnh vực bay tự động cũng như mối quan tâm của nước này tới không chỉ những chiếc máy bay không người lái đơn giản mà còn là những dàn thiết bị bay không người lái thông minh, có khả năng thực hiện những nhiệm vụ phức tạp trong lĩnh vực quân sự.

Chứng tỏ năng lực làm chủ kỹ năng drone swarming (điều khiển máy bay không người lái theo đội hình), Trung Quốc đã đạt được những bước tiến xa trong lĩnh vực này. Những chiếc drone được lập trình cũng đã chứng minh có năng lực tự duy độc lập. Trong các cuộc trình diễn bay, những chiếc drone thu nhỏ khi lạc ra khỏi đội hình của nhóm hoặc không đạt tới mục tiêu như dự định, sẽ tự hạ cánh.

Nếu những dàn máy bay không người lái được sử dụng để công phá hoặc làm nhiễu các hệ thống quân sự và an ninh quốc phòng, sẽ giúp cho các lực lượng quân đội dễ dàng xâm nhập vào một khu vực cụ thể. Thông thường, lực lượng quân đội sẽ phải có lợi thế về mặt chiến lược hoặc thậm chí gần như là chắc chắn thắng trước kẻ thù mới có thể làm chủ chiến trường. Có thể điều khiển các luồng máy bay không người lái sẽ có lợi thế rất lớn trong phòng thủ và tấn công. Những chiếc máy bay không người lái có thể được sử dụng với vai trò là một phương pháp phòng thủ trong trường hợp xảy ra tấn công hay bùng nổ cuộc chiến tranh lớn. Chúng sẽ được một chiếc máy bay điều khiển và được phóng vào không trung bằng những chiếc máy bay chiến đấu. Trong kịch bản tấn công, những dàn máy bay không người

lái thông minh có thể làm suy yếu các hệ thống phòng thủ của địch, vô hiệu hóa các yếu tố phòng thủ trên chiến trường và cho phép quân đội di chuyển dễ dàng và chủ động tấn công.

Trên thế giới, chương trình Công nghệ điều khiển phương tiện trên không không người lái giá rẻ (LOCUST) của Mỹ đã trình diễn một hệ thống có khả năng “phóng” nhanh những chiếc máy bay không người lái vào không trung từ một đường ống duy nhất, giống như một khẩu súng phòng không nã hàng trăm viên đạn trong vài giây. Trung Quốc đã sao chép thành công các hệ thống Predator và Reaper của Mỹ bằng việc tung ra các hệ thống tương tự giá thành rẻ mà không kém phần tinh xảo.

Với những cuộc trình diễn drone số lượng lớn, Trung Quốc chứng tỏ ở một số khía cạnh họ thậm chí còn vượt Mỹ trong lĩnh vực này. Ngoài ra, máy bay không người lái nhỏ thông minh của Trung Quốc cũng có khả năng tự sửa chữa, cho thấy chúng đạt tới khả năng tự trị thực sự, có thể mang lại vô số lợi ích trong tương lai. Kỹ năng phối hợp và hoạt động dựa trên mạng lưới hiện đang được nghiên cứu trong lĩnh vực máy bay không người lái. Tuy nhiên, nghiên cứu hoạt động và các mô hình phối hợp trong khi bay giữa các drone thường liên quan tới các ứng dụng quân sự. Ví dụ, một nhóm máy bay không người lái có thể hoạt động theo kiểu tiến hành tấn công vào một mục tiêu cụ thể, một chiếc tàu chiến hay một chiếc xe tăng. Nếu được hoàn thiện, dàn drone và các mô hình chuyển bay của chúng còn có thể được tinh chỉnh để có thể vận chuyển cả những tải trọng nhỏ. Có thể mang theo một vật trọng lượng nhẹ, một chiếc máy bay không người lái về cơ bản sẽ có thể hoạt động như một tên lửa.

Ngoài việc luyện tập các đàn bay không người lái trong không trung, gần mặt đất và trên mặt nước, Trung Quốc còn luyện tập năng lực điều khiển các dàn drone ở khoảng cách gần (khoảng 20 km so với mực nước biển). Năm 2017, Bắc Kinh đã thử nghiệm



thành công máy bay không người lái ở khoảng cách gần, với mục đích thu thập thông tin tình báo có thể được sử dụng cho mục đích quân sự và an ninh, ví dụ như lập bản đồ địa hình và chiến trường. Cuộc diễn tập của Học viện Quang điện tử tại Viện Khoa học Trung Quốc ở Bắc Kinh vào năm 2017 đã đạt kết quả là phóng thành công máy bay không người lái bằng phương tiện xung điện từ, bay tới mục tiêu mà không cần hướng dẫn của con người. Các máy bay không người lái này bay đạt tốc độ 100 km/giờ trong phạm vi một mét, có khả năng tự điều chỉnh quỹ đạo và độ cao trên đường đi.

Khả năng điều khiển thành thạo các dàn máy bay không người lái như một phương pháp tình báo và thu thập thông tin quan trọng trên mặt đất sẽ mang lại nhiều ứng dụng hứa hẹn vì ở một số khía cạnh có thể thay thế cho vệ tinh với chi phí rẻ hơn nhiều. Tuy vậy, với việc Trung Quốc thể hiện tham vọng trong lĩnh vực quân sự thông qua ứng dụng công nghệ như drone swarming có thể tác động đáng kể đến cán cân quyền lực giữa các quốc gia đồng thời gây nên những mối quan ngại về an ninh trong khu vực.

“CÔNG NGHỆ CỦA TRUNG QUỐC ĐANG BẮT KỊP, VÀ CÓ LẼ VƯỢT QUA CẢ MỸ”

Đó chính là nhận định được đưa ra trong Báo cáo về Sự tiến bộ của Trung Quốc ở các công nghệ mới nổi được đệ trình trước Ủy ban Quân vụ Hạ viện của Mỹ vào tháng 1 năm 2018. Quả thật, trình diễn drone quy mô lớn chỉ là một trong những năng lực tiềm năng mới đối với lĩnh vực quốc phòng, Trung Quốc còn thể hiện những khả năng khác như tấn công mạng, vũ khí chống vệ tinh, công cụ chiến tranh điện tử, vũ khí siêu nhân, trí thông minh nhân tạo và công nghệ lượng tử. Đó là những năng lực mới mà công nghệ đột phá mang lại, có khả năng cho phép Quân giải phóng nhân dân Trung Quốc (PLA) giành chiến thắng trong tương lai. Những công nghệ này có thể được chia thành hai nhóm: Các công nghệ phá vỡ và làm suy giảm khả năng quân sự của đối phương bằng cách khai thác lỗ hổng trong miền thông tin; và các công nghệ có khả năng quyết định cán cân giữa năng lực kinh tế và năng lực chiến lược toàn cầu trong tương lai. Theo bản báo cáo, PLA đã nhận ra điểm yếu của quân đội Mỹ đó là rất dễ bị tấn công

phủ đầu ở "địa hạt thông tin". Mỹ có thể có nhiều tàu sân bay, xe tăng và tên lửa tốt hơn nhiều so với PLA, nhưng nếu không truy cập vào dữ liệu và kết nối của những hệ thống này không hoạt động hiệu quả hoặc thậm chí không thể hoạt động, thì những thiết bị quân sự tối tân đó cũng trở nên vô dụng. Những nhà quân sự chiến lược của Trung Quốc mô tả gót chân Achilles của quân đội Mỹ đó là: "Không có vệ tinh, không thể chiến đấu". Trong khi đó, Trung Quốc đã chứng tỏ có khả năng phá vỡ, làm suy yếu và thậm chí phá hủy cơ sở hạ tầng ICT của quân đội Mỹ. Bên cạnh đó, PLA đã thử nghiệm một loạt các vũ khí chống vệ tinh, bao gồm các loại phương tiện tiêu diệt cơ động trên mặt đất (ground-based kinetic vehicles), vũ khí năng lượng định hướng (directed energy weapon), năng lực gây nhiễu và giả mạo, và "vệ tinh tiêu diệt", được thiết kế để vô hiệu hóa hoặc phá hủy các vệ tinh khác trên quỹ đạo. Quân đội Trung Quốc còn mở rộng năng lực chiến tranh điện tử, thử nghiệm những năng lực phá rối các hệ thống radar và thông tin liên lạc cũng như các hệ thống GPS giả mạo. Quân đội Trung Quốc còn phát triển một số khả năng tấn công mạng tinh vi nhất trên thế giới. Họ cũng đầu tư mạnh vào việc xây dựng cơ sở công nghệ để có thể thống trị các công nghệ của tương lai. Đặc biệt, Trung Quốc coi trí tuệ nhân tạo (AI) và lượng tử là nền tảng cho cả năng lực cạnh tranh kinh tế và quân sự về lâu dài. Trung Quốc giờ đây không

chỉ là một nước chuyên sao chép hay ứng dụng những công nghệ này mà còn là một nhà sáng tạo ra công nghệ. Bản báo cáo chỉ rõ, cạnh tranh trong lĩnh vực AI giữa Mỹ và Trung Quốc đã trở thành cuộc so kè bất phân thắng bại. Các nhà nghiên cứu Trung Quốc hiện xuất bản nhiều bài báo về lĩnh vực AI hơn bất kỳ quốc gia nào khác trên thế giới, mặc dù các bài báo của Mỹ được trích dẫn nhiều hơn. Các công ty Trung Quốc đã đạt được những cú đột phá lớn trong lĩnh vực ứng dụng AI bao gồm xử lý ngôn ngữ tự nhiên, thông dịch theo thời gian thực, phân tích hình ảnh, và lái xe tự động. Trong lĩnh vực lượng tử, Trung Quốc cũng đạt những bước tiến rất xa. Trung Quốc đã phóng một vệ tinh liên lạc lượng tử có tên là Micius; thiết lập một liên kết sợi lượng tử giữa Bắc Kinh và Thượng Hải; đầu tư hàng tỷ đô la vào nghiên cứu về điện toán lượng tử và thậm chí tuyên bố đã thử nghiệm radar lượng tử có chức năng phát hiện máy bay tàng hình.

Mặc dù một số tiến bộ trong lĩnh vực công nghệ lượng tử của Trung Quốc có thể bị thổi phồng, nhưng không thể phủ nhận được quân đội Trung Quốc đang ngày càng trở nên mạnh nhờ những tiến bộ của các công nghệ đột phá. Sức mạnh này, như bản báo cáo của Ủy ban Quân vụ Hạ viện Mỹ chỉ ra, chủ yếu là nhờ một chiến lược tài trợ mạnh mẽ và đúng hướng của chính phủ Trung Quốc.

Phuong Anh



SỞ HỮU TRÍ TUỆ VÀ KHỞI NGHIỆP CÔNG NGHỆ (P1)

Sở hữu trí tuệ (Intellectual Property - IP), tài sản vô hình bao gồm hoặc là kết quả của sự sáng tạo, đổi mới, sáng chế và bí quyết (và bao gồm tất cả các quyền đối với công nghệ), đang trở thành một khía cạnh ngày càng quan trọng của bất kỳ doanh nghiệp nào. Điều này đặc biệt đúng với các doanh nghiệp công nghệ mới nổi và khởi nghiệp. Trong bản tin này và các bản tin tiếp theo, chúng ta sẽ xem xét các loại hình IP bao gồm bí quyết công nghệ và bí mật thương mại, sáng chế và bằng sáng chế, quyền tác giả và nhãn hiệu cũng như tầm quan trọng của IP, cách nhận biết các loại IP, các đặc điểm của từng loại IP và các cơ chế bảo hộ.

Tầm quan trọng của IP đối với các dự án khởi nghiệp công nghệ là rõ ràng. Chỉ một vài thập kỷ trước, phần lớn tài sản của các doanh nghiệp của Mỹ là hữu hình, như được mô tả trong Hình 1. Các tài sản vô hình như IP chiếm ~ 20% tài sản doanh nghiệp. Tuy nhiên, đến năm 2005, tỷ lệ tài sản vô hình và hữu hình của doanh nghiệp về cơ bản đã bị

đảo ngược; giá trị thị trường của S&P 500 (chỉ số chứng khoán dựa trên vốn hóa thị trường của 500 công ty giao dịch) là ~ 80% tài sản vô hình và đến năm 2015, con số này là 87%.

Theo Bộ Thương mại Mỹ, “toàn bộ nền kinh tế Mỹ dựa vào một loại hình IP nào đó, bởi vì hầu như mọi ngành đều tạo ra hoặc sử dụng nó”. Trong năm 2010,

khoảng 28% việc làm và 35% GDP ở Mỹ là từ các ngành công nghiệp chuyên sâu về IP. Sự nhấn mạnh vào tài sản IP không chỉ giới hạn ở Mỹ; như được trình bày trong Hình 2, tài sản vô hình cũng chiếm ít nhất khoảng một phần ba, và thường là phần lớn, giá trị ở các thị trường ở các nước khác. Tính đến tháng 9 năm 2013, khoảng 35% việc làm trong Liên minh châu Âu và 39% GDP đến từ các lĩnh vực dựa vào bằng sáng chế và các loại hình IP khác để hoạt động.

Hãy xem xét quy mô và tính chất của các giao dịch được thúc đẩy bởi IP. Ví dụ, Microsoft đã chi 8,5 tỷ USD để mua lại Skype và 6 tỷ USD để mua lại Quantive. SanDisk trả 327 triệu USD để mua lại Pliant Technology và Nuance mua lại Equitrac với giá 150 triệu USD. Apple, RIM và Microsoft hợp tác trả giá cao hơn Google để mua lại toàn bộ bằng sáng chế của Công ty Công nghệ Nortel (Canada) liên quan đến các lĩnh vực công nghệ truyền dẫn có dây, không dây và chất bán dẫn với giá 4,5 tỷ USD. Apple

VisiCalc đã trả giá cho quyết định không đăng ký sáng chế cho chương trình bảng tính đầu tiên

Nhiều người tin rằng một trong những đóng góp quan trọng vào sự phát triển của máy tính ngày nay là chương trình bảng tính VisiCalc. VisiCalc là đứa con tinh thần của Dan Bricklin khi ông học thạc sĩ quản trị kinh doanh tại Trường Kinh doanh Harvard vào năm 1978. Khi ngồi trên giảng đường, ông thấy giáo sư quá vất vả khi tính toán các con số trên bảng. Mỗi khi sửa lại một con số, ông phải xóa và tính toán rất nhiều số khác. Dan Bricklin mơ ước có một chiếc "bảng thông minh", để khi cần phải sửa một vài số, những số còn lại tự động tính toán lại theo một công thức định sẵn và cho kết quả đúng.

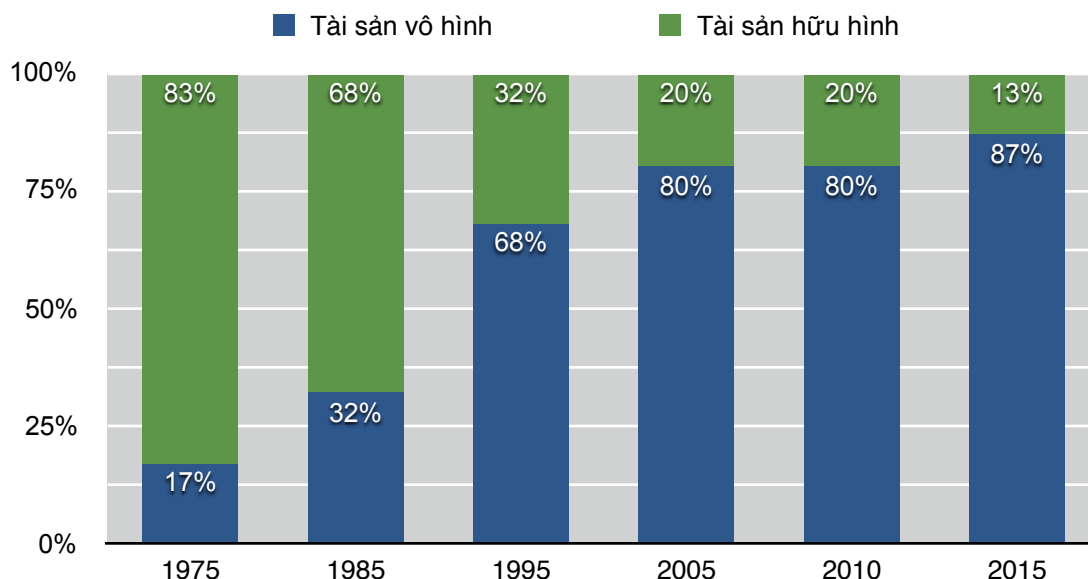
Để hiện thực hoá ý tưởng mới này, Bricklin hợp tác với Bob Frankston, một lập trình viên phần mềm, thành lập Công ty Software Arts. Ngay sau đó, công ty non trẻ của Bricklin và Frankston đã thu hút sự chú ý của Personal Software, một nhà sản xuất phần mềm đã cho Software Arts mượn máy tính Apple II để thực hiện bản demo của VisiCalc.

Sau đó, Personal Software đã tài trợ để phát triển VisiCalc và trở thành nhà phân phối độc quyền VisiCalc. Những gì đã từng bắt đầu như là một ý tưởng đổi mới sáng tạo của Bricklin vào giữa năm 1978 thì đến năm 1979 đã trở thành chương trình bảng tính đầu tiên được phát hành trên thị trường. VisiCalc được xem như một sản phẩm trí tuệ làm thay đổi phong cách sử dụng máy tính cá nhân.

Tuy nhiên, câu chuyện của VisiCalc không kết thúc ở đó. Ngay sau khi công ty này hoàn thành việc đầu tư ban đầu và thiết lập một thị trường vững chắc cho sản phẩm của mình, các công ty khác bắt đầu đưa ra thị trường các chương trình bảng tính giống hệt như vậy. Những công ty mới này không chỉ được hưởng lợi từ thông tin công khai về chương trình bảng tính ban đầu, bao gồm cả sự chấp nhận của thị trường đã được thiết lập, các công ty này còn có thể có được các nguồn lực lớn hơn để vượt qua sự dẫn dắt thị trường của VisiCalc.

Bricklin đã không đăng ký sáng chế cho VisiCalc. Ông cho biết một luật sư tư vấn bảo hộ sáng chế của Personal Software (sau này đổi tên thành VisiCorp) giải thích rằng có rất nhiều trở ngại liên quan đến việc có được bằng sáng chế cho phần mềm, ước tính chỉ có 10% cơ hội thành công. Dựa trên lời khuyên này và các chi phí liên quan đến đăng ký sáng chế, Bricklin quyết định không đăng ký sáng chế. Thay vào đó, ông đăng ký bảo hộ bản quyền và nhãn hiệu để ngăn chặn những người khác sao chép VisiCalc.

"Các biện pháp bảo hộ này đã không có hiệu lực rõ ràng trong ít nhất hai năm, quá muộn để nộp đơn đăng ký sáng chế", Bricklin nói. "Nếu tôi sáng chế ra bảng tính ngày hôm nay, tất nhiên, tôi sẽ đăng ký sáng chế," ông nói thêm.



Hình 1. Tài sản hữu hình và vô hình của S&P 500

Nguồn: <http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/>

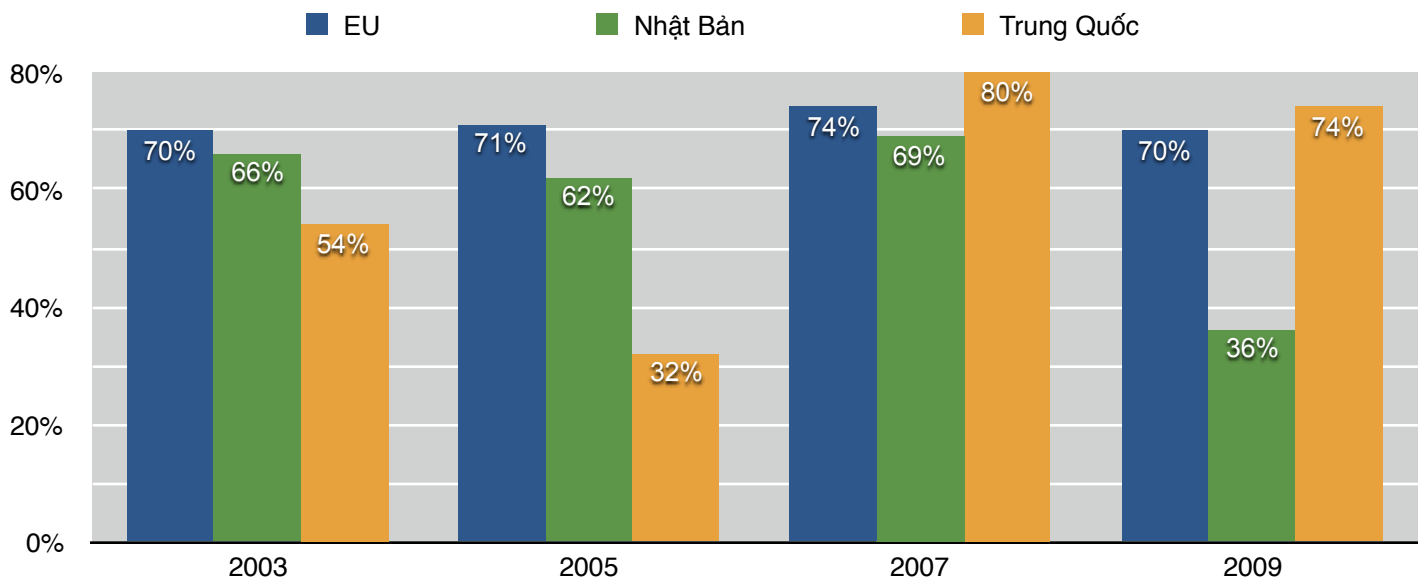
và Google đã hợp tác để mua danh mục đầu tư bằng sáng chế của Kodak liên quan đến việc nắm bắt, thao tác và chia sẻ hình ảnh số với giá 527 triệu USD. Microsoft đã bán một gói các bằng sáng chế liên quan đến công nghệ nhắn tin di động, Web và tin nhắn tức thời cho Facebook với số tiền 550 triệu USD và mua bằng sáng chế của AOL bao gồm công nghệ Internet với giá 1,05 tỷ USD. InterDigital đã bán một loạt các bằng sáng chế liên quan đến công nghệ 3G/LTE cho Intel với giá 375 triệu USD.

IP đặc biệt quan trọng đối với các doanh nghiệp mới nổi và khởi nghiệp. Đối với một doanh nghiệp, để thành công thì doanh nghiệp này phải có lợi thế cạnh tranh; một số khía cạnh của doanh nghiệp - hoạt động, sản phẩm hoặc dịch vụ - phải (hoặc ít nhất được thị trường biết đến) độc đáo, tốt hơn hoặc khác biệt so với đối thủ cạnh tranh. Điều này đặc biệt đúng đối với một doanh nghiệp khởi nghiệp trong một thị trường nơi các đối thủ cạnh tranh đã được thiết lập (và được tài trợ tốt). Thành công bền vững đòi hỏi một lợi thế cạnh tranh bền vững. Lợi thế cạnh tranh bền vững của các công ty công nghệ hầu như luôn xuất phát từ một số loại hình IP. Tuy nhiên, nếu

không có cơ sở pháp lý thích hợp để bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, các đối thủ cạnh tranh sẽ có thể chiếm đoạt hoặc sao chép hợp pháp tính năng này và lợi thế cạnh tranh sẽ bị mất.

Ngoài việc cung cấp lợi thế cạnh tranh, IP có thể đóng góp vào sự thành công của một doanh nghiệp theo một số cách:

- Các quyền có thể chứng minh đối với IP là một chỉ báo về khả năng thành công của một doanh nghiệp công nghệ. Một nghiên cứu về đầu tư mạo hiểm từ năm 1995 đến năm 2002 cho thấy các doanh nghiệp nắm giữ quyền sở hữu trí tuệ (bằng sáng chế) có khả năng thành công cao hơn 34% trong việc nhận được các vòng tài trợ vốn mạo hiểm tiếp theo.
- Quyền đối với IP là tài sản của doanh nghiệp, thường là một trong những yếu tố quan trọng nhất trong việc xác định giá trị của doanh nghiệp.
- Bằng sáng chế, có hiệu lực, là giấy chứng nhận chuyên môn của bên thứ ba.
- IP (phổ biến nhất là bằng sáng chế) có thể được sử dụng làm tài sản thế chấp để vay ngân hàng.



Hình 2. Tài sản vô hình của một số nước

Nguồn: <http://www.oceantomo.com/2015/03/04/2015-intangible-asset-market-value-study/>

■ IP có thể được sử dụng (thông qua cấp phép, cấp quyền hưởng lợi nhuận, chứng khoán, v.v.) để cung cấp vốn cho doanh nghiệp.

IP cũng là “tiền bạc” của những người tham gia thành lập một startup công nghệ. Mỗi người tham gia (đồng sáng lập) vào một startup thường đóng góp vốn (tiền mặt hoặc tín dụng). Tuy nhiên, trong một startup công nghệ, ít nhất một người tham gia đóng góp IP và đóng góp này có thể thay cho vốn. (Các đóng góp cho startup có thể liên quan đến bất kỳ yếu tố nào cần thiết cho sự thành công của startup, chẳng hạn như tài nguyên, sự lãnh đạo và các kết nối).

Gần đây, cái gọi là mô hình mở làm kinh doanh đã trở nên nổi tiếng. Ví dụ bao gồm các công nghệ khác nhau và cấp phép mã nguồn mở của phần mềm. Ngay cả những mô hình kinh doanh này hầu hết đều dựa vào bảo hộ IP.

Một doanh nhân khởi nghiệp công nghệ hiểu biết sẽ đảm bảo sự độc quyền đối với IP của doanh nghiệp ở mức độ cao nhất có thể. Tuy nhiên, các quyền trong IP có thể vô tình bị mất bởi các hành

động có vẻ vô tội, và việc không xem xét các quyền của bên thứ ba có thể dẫn đến những hậu quả khôn lường.

BẢO HỘ QUYỀN SỞ HỮU TRÍ TUỆ

Quyền sở hữu trí tuệ là quyền của tổ chức, cá nhân đối với tài sản trí tuệ, bao gồm bí mật kinh doanh, bằng sáng chế tiện ích, kiểu dáng công nghiệp, bản quyền, thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn và nhãn hiệu. Các thuật ngữ này đã biểu thị cả tài sản IP và cơ chế pháp lý để bảo hộ chúng. Những cơ chế này cung cấp một khuôn khổ cho việc thiết lập và duy trì các quyền trong IP. Một chiến lược sử dụng kết hợp các cơ chế pháp lý khác nhau cần được phát triển để tối đa hóa sự bảo hộ nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các mục tiêu của doanh nghiệp. Một số đặc điểm của các cơ chế pháp lý tương ứng được trình bày trong Bảng 1 dưới đây.

(Còn nữa)

N.L.H. (Technology Ventures)

BẢNG 1. CÁC CƠ CHẾ BẢO HỘ IP CỦA HOA KỲ

Cơ chế bảo hộ	Thời hạn	Luật	Đối tượng có thể được bảo hộ	Phạm vi bảo hộ	Các hình thức bảo hộ đồng thời
Bí mật kinh doanh (Trade secret)	Vô thời hạn	Luật tiêu bang (Đạo luật bí mật thương mại thống nhất)	Bất cứ thứ gì có thể giữ bí mật	Sao chép hoặc sử dụng	Nhãn hiệu
Nhãn hiệu (Trademark)	Thời hạn bảo hộ 10 năm, có thể xin gia hạn nhiều lần liên tiếp, mỗi lần 10 năm	Đạo luật phổ thông tiêu bang; Các đạo luật tiêu bang; Quy chế liên bang	Bất kỳ thứ gì có khả năng xác định nguồn gốc của hàng hóa hoặc dịch vụ	Sử dụng nhãn hiệu trong bối cảnh tạo ra bất kỳ khả năng nhầm lẫn nào đối với nguồn, tài trợ hoặc liên kết	Bí mật thương mại Kiểu dáng công nghiệp Bằng sáng chế tiện ích Bản quyền
Bản quyền (Copyright)	70 năm sau khi tác giả cuối cùng chết hoặc nếu tác phẩm cho thuê, 95 năm kể từ khi xuất bản	Quy chế liên bang	Tác phẩm của tác giả	Sao chép các khía cạnh của tác phẩm được cấp bản quyền	Nhãn hiệu Kiểu sáng công nghiệp Bằng sáng chế tiện ích
Thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn (mask work)	Kết thúc 10 năm kể từ ngày nộp đơn hoặc khai thác thương mại lần đầu tiên	Quy chế liên bang	Thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn (hình ảnh, các mẫu ba chiều trong các lớp của một chip bán dẫn)	Sao chép các chip thuộc sáng chế	Bí mật thương mại Nhãn hiệu Bằng sáng chế tiện ích
Kiểu dáng công nghiệp (Design patent)	14 năm kể từ ngày cấp	Quy chế liên bang	Các khía cạnh phi chức năng của các thiết kế trang trí	Sử dụng kiểu dáng đã được cấp bằng sáng chế cho bất kỳ sản phẩm nào trong quá trình sản xuất hoặc bán hoặc chào bán sản phẩm đó	Bằng sáng chế tiện ích Bản quyền Nhãn hiệu
Bằng sáng chế tiện ích (Utility Patent)	20 năm kể từ ngày nộp đơn	Quy chế liên bang	Máy móc, quy trình sản xuất hoặc thành phần vật chất mới và hữu ích, hoặc cải tiến mới và hữu ích	Tạo ra, sử dụng, trao đổi, chào bán hay bán, nhập khẩu sản phẩm thuộc sáng chế	Bản quyền Kiểu dáng công nghiệp Thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn Nhãn hiệu