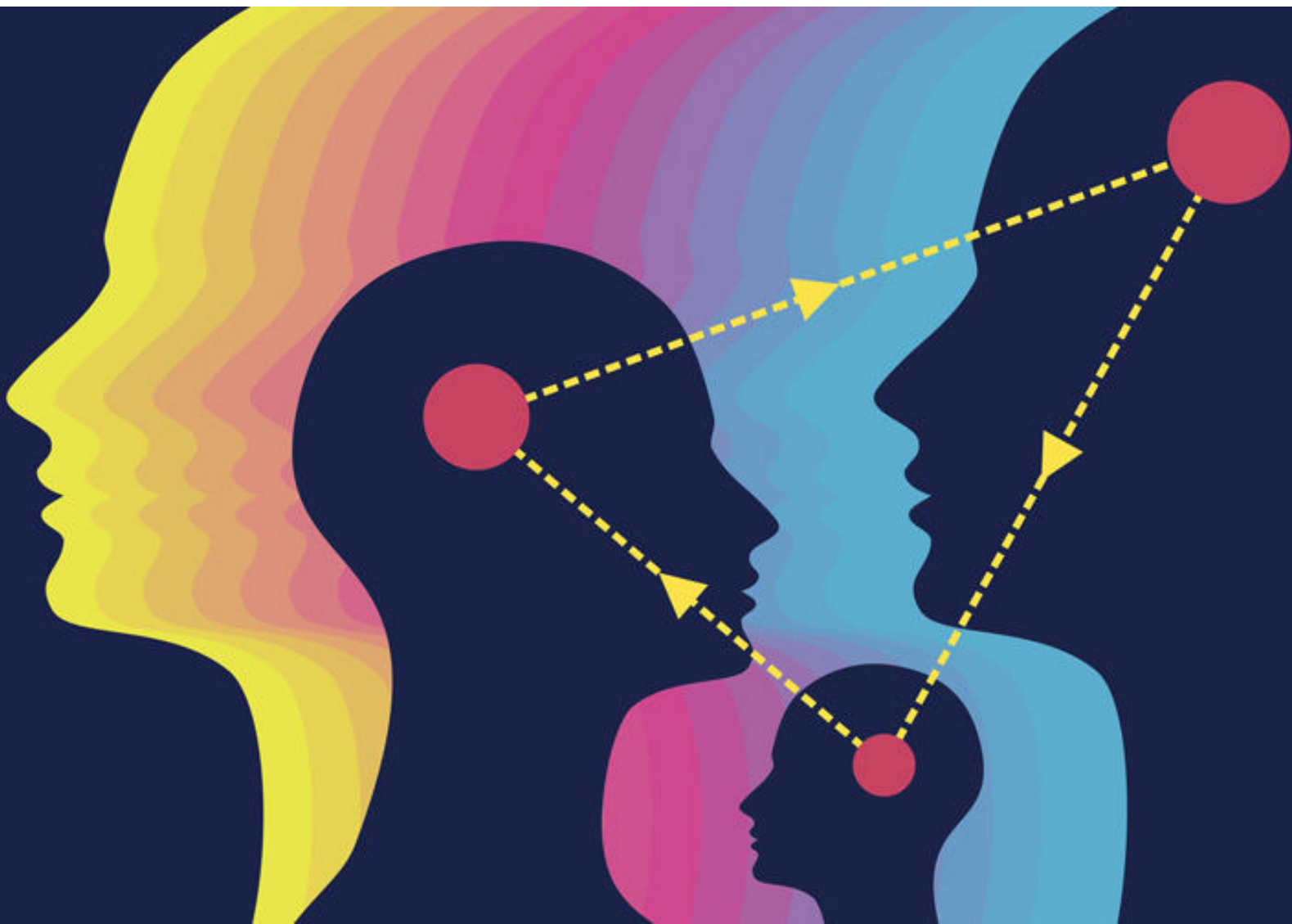


BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Số 39.2020



TIN TỨC SỰ KIỆN

01

Cần hình thành Liên minh các Quỹ Việt Nam

02

Thúc đẩy phát triển Hệ sinh thái ươm tạo khoa học và công nghệ của các tổ chức ươm tạo doanh nghiệp Việt Nam

03

VIISA bắt đầu chương trình Tăng tốc khởi nghiệp khoá 8 với 2 startup Việt Nam

04

Startup Việt 2020 công bố top 15

KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

05

Dora - nền tảng dạy tiếng Nhật trực tuyến cho người Việt

06

Xây dựng một hệ sinh thái mạnh để duy trì năng lực cạnh tranh

KIẾN THỨC KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

07

Hiệp định EVFTA - Những điều doanh nghiệp cần biết (bài cuối)



CỤC THÔNG TIN KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ QUỐC GIA

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



CẦN HÌNH THÀNH LIÊN MINH CÁC QUỸ VIỆT NAM

Đó là ý kiến tổng kết được các chuyên gia thống nhất từ Hội thảo “Thu hút nguồn vốn đầu tư mạo hiểm cho doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo” do Văn phòng Đề án 844 phối hợp với UPGen Vietnam, ThinkZone Ventures tổ chức vào ngày 23 tháng 10 tại TP. Hồ Chí Minh.

Đại dịch Covid-19 gây ra khó khăn trong việc di chuyển khiến dòng vốn đầu tư vào startup Việt Nam bị chững lại. Nhưng các quỹ đầu tư mạo hiểm vẫn đánh giá Việt Nam là thị trường ưu tiên hàng đầu tại Đông Nam Á trong năm 2021 tới.

Trong bối cảnh chiến tranh thương mại Mỹ - Trung chưa có dấu hiệu hạ nhiệt, nhiều nhà đầu tư đang tìm kiếm các thị trường thay thế. Việt Nam, với GDP bình quân 5 năm gần nhất (2015 - 2019) đạt 6,76% và kiểm soát tốt sự lây lan của dịch bệnh, đang trở thành điểm đến tiềm năng cho các nhà đầu tư quốc tế.

“Các nhà đầu tư đang có sự tin tưởng rất lớn vào

tiềm năng của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam và kỳ vọng Việt Nam sẽ trở thành thị trường đầu tư lớn trong khu vực và thế giới,” bà Hoàng Thị Kim Dung, Trưởng đại diện quỹ đầu tư Nhật Bản Genesis Ventures tại Việt Nam chia sẻ tại Hội thảo.

Cũng theo báo cáo của Do Ventures năm 2020, hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam đã vươn lên đứng thứ 3 trong khu vực Đông Nam Á, chỉ sau Singapore và Indonesia.

CẦN CHUẨN BỊ KỸ CÀNG VÀ CÓ KẾ HOẠCH CỤ THỂ TRƯỚC KHI GỌI VỐN ĐẦU TƯ

Đứng trước cơ hội này, startup Việt Nam cần

chuẩn bị sẵn sàng để đón nhận làn sóng đầu tư trong thời gian tới. “Các startup cần chuẩn bị tài liệu cho nhiều hoàn cảnh khác nhau. Cuộc gặp với nhà đầu tư có thể diễn ra trong 10 phút, 2-3 tiếng hay 30 giây trong thang máy, do đó cần chuẩn bị sẵn sàng, đặc biệt là phải tóm tắt được công việc kinh doanh của mình trong một câu ngắn gọn để thu hút sự chú ý của nhà đầu tư,” ông Nguyễn Xuân Đông, đồng sáng lập Ecomobi chia sẻ tại Hội thảo.



Các diễn giả chia sẻ tại hội thảo

Tuy vậy, startup không nên gọi vốn bằng mọi giá. “Phải xác định rõ mục tiêu gọi vốn chứ không phải gọi vốn theo phong trào. Đừng gọi vốn cho vui, đừng thấy doanh nghiệp đang cạnh tranh với mình gọi vốn thì mình cũng gọi vốn,” ông Đông góp ý thêm.

PHÁP LÝ CŨNG LÀ VẤN ĐỀ MÀ CÁC STARTUP CẦN LƯU Ý KHI GỌI VỐN

“Hiện tại chưa có quá nhiều startup ở Việt Nam quan tâm đến vấn đề về luật, đôi lúc dẫn đến vấn đề hậu đầu tư gặp nhiều vấn đề và quá trình nhận vốn đầu tư tốn nhiều thời gian,” ông Bùi Thành Đô, Giám đốc và đồng sáng lập Thinkzone Ventures, chia sẻ. Theo ông, startup thường chưa thực sự coi trọng vấn đề về các điều khoản trong hợp đồng, dẫn đến các thương vụ đầu tư thường có lợi cho nhà đầu tư một cách không công bằng.

The KAfe là một ví dụ tiêu biểu trong trường hợp

này. Do hết vốn nên The KAfe phải huy động từ nhiều nguồn khác nhau. Tuy nhiên do thời điểm gọi vốn muộn nên chuỗi cửa hàng này bị ép giá, cùng với đó là các điều khoản có lợi cho nhà đầu tư. Đến khi công việc kinh doanh có vấn đề thì các điều khoản này được kích hoạt, khiến cổ phần của bà Đào Chi Anh, người sáng lập The KAfe liên tục giảm đi, và cuối cùng bà đã phải rời chiếc ghế CEO của công ty.

Văn hóa người Á Đông thường tránh né sự va chạm, đặc biệt trong quá trình nhạy cảm như hoàn thiện hợp đồng gọi vốn. “Tuy nhiên phần lớn kết thúc là cái giá phải trả vô cùng đau thương dành cho startup,” ông Hoàng Minh Đức, Luật sư cấp cao tại Duane Morris chia sẻ. Do đó, startup cần phải hiểu nội hàm, hiểu bản chất của các điều khoản trong hợp đồng, từ đó có định hướng nhất định để xử lý nếu có vấn đề phát sinh.

Tuy nhiên chi phí để thuê luật sư đồng hành trong các thương vụ gọi vốn là điều không phải startup nào cũng có khả năng chi trả. “Các bạn startup cần phải tích cực tìm hiểu thông tin trên mạng, đồng thời có thể tranh thủ đến các hội thảo chuyên môn để trao đổi thông tin và nhận được tư vấn từ các luật sư,” ông Đức chia sẻ một số phương án.

LỰA CHỌN NHÀ ĐẦU TƯ VÌ CÁC GIÁ TRỊ KHÁC NGOÀI TIỀN

Chia sẻ tại hội thảo, Bà Dung và ông Nguyễn Hoàng Việt, Giám đốc đầu tư tại VIGroup đã chỉ ra những sự khác biệt cơ bản giữa quỹ nội và quỹ ngoại. Theo đó, quỹ ngoại thường có mạng lưới đối tác ở rất nhiều quốc gia khác nhau, do đó có thể hỗ trợ startup nhiều trong việc mở rộng hoạt động kinh doanh ra các thị trường khác. Trong khi đó, quỹ nội thường có sự am hiểu sâu rộng về hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam, có đội ngũ nhân lực sẵn sàng hỗ trợ startup về các vấn đề pháp lý, kế toán, tài chính.

Theo thống kê của Văn phòng Đề án “Hỗ trợ hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia đến năm 2025” (Đề án 844), trong hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam hiện nay có khoảng gần 100 quỹ đầu tư mạo hiểm hoạt động, trong đó có khoảng 20 quỹ nội. Mỗi quỹ đầu tư lại có ưu tiên, mạng lưới, thế mạnh khác nhau, do đó startup cần tìm hiểu thật kỹ và phân nhóm nhà đầu tư tiềm năng theo định hướng và mục tiêu phát triển của mình.

Bà Dung cũng nhấn mạnh “Quỹ nội và quỹ ngoại có xu hướng kết hợp nguồn lực với nhau để cùng đầu tư cho startup Việt Nam. Đặc biệt trong bối cảnh Covid khi nhà đầu tư ngoại bị hạn chế di chuyển thì hình thức hợp tác này càng được đẩy mạnh”.

Startup cần tìm hiểu kỹ càng về các nhà đầu tư sẽ tham gia vào vòng gọi vốn tiếp theo của mình. Ngoài ra, do mỗi nhà đầu tư đều có một vài startup trong danh mục đầu tư của mình, nên “startup cùng được đầu tư bởi một nhà đầu tư cần có sự kết nối chặt chẽ với nhau, hướng tới hình thành các cộng đồng nhỏ để có thể thường xuyên trao đổi thông tin,” ông Việt nhận định.

“Sự hỗ trợ của các quỹ đầu tư mạo hiểm phụ thuộc rất lớn vào nguồn lực của quỹ hiện diện tại thị trường Việt Nam,” ông Việt kết luận.

HƯỚNG TỚI HÌNH THÀNH LIÊN MINH CÁC QUỸ ĐẦU TƯ VIỆT NAM

Bà Dung chia sẻ “Do không thống nhất được giữa các nhà đầu tư nội, nhà đầu tư ngoại và nhà đầu tư thiên thần nên quá trình giải ngân cho startup sau khi đã ra quyết định đầu tư mất đến hơn 6 tháng, cộng với thời gian startup chuẩn bị gọi vốn khoảng 12 tháng trước đó. Tổng thời gian để cả thương vụ diễn ra là gần 18 tháng. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến quá trình phát triển của startup”.

Do đó cần thiết phải có một nền tảng chung để tất cả các nhà đầu tư nội, ngoại, nhà đầu tư thiên thần hay tất cả các hình thức đầu tư khác có thể trao

đổi, thống nhất, giảm thiểu tối đa thời gian để cho các startup có thể nhanh chóng kết thúc hoạt động gọi vốn và tập trung vào phát triển kinh doanh.

“Việc quan trọng nhất khi gọi vốn là phải chuẩn bị kỹ. Nhưng lưu ý là đừng dành toàn bộ thời gian vào việc đi tiếp xúc với nhà đầu tư để gọi vốn mà phần lớn thời gian nên dành vào việc phát triển hoạt động, đảm bảo công việc kinh doanh không bị gián đoạn. Một trong những lỗi rất lớn mà startup hay gặp phải là không phải đạt được KPIs như trong bản thuyết minh gọi vốn, khiến startup bị đánh giá không tốt ở nội dung này và dẫn đến kết quả không gọi được vốn thành công,” ông Đông chia sẻ.

Trong phiên thảo luận tại hội thảo, Ông Bùi Thành Đô, Giám đốc và đồng sáng lập Thinkzone Ventures cho biết ông đang trong quá trình kêu gọi các quỹ đầu tư, công ty luật tham gia vào Liên minh các quỹ đầu tư, với mục tiêu đem tiếng nói, nguyện vọng của thị trường đến cho những nhà hoạch định chính sách, để từ đó từng bước cải thiện môi trường đầu tư mạo hiểm tại Việt Nam. Đồng thời Liên minh cũng là nơi để mọi người chia sẻ thông tin về các thương vụ đầu tư, startup tiềm năng, từ đó thúc đẩy quá trình trao đổi thông tin trong hệ sinh thái.

“Liên minh sẽ phối hợp chặt chẽ với Đề án 844 để cùng nhau thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái khởi nghiệp đổi mới sáng tạo Việt Nam,” ông Đô kết luận./.

Hội thảo “Thu hút nguồn vốn đầu tư mạo hiểm cho doanh nghiệp khởi nghiệp đổi mới sáng tạo” do Văn phòng Đề án 844 phối hợp với UPGen Việt Nam, Thinkzone Ventures, Công ty cổ phần Netnam và công ty DQN tổ chức vào ngày 23/10/2020. Hội thảo nằm trong chuỗi các sự kiện bên lề hướng đến “Ngày hội khởi nghiệp đổi mới sáng tạo quốc gia - Techfest 2020”, sự kiện thường niên lớn nhất dành cho cộng đồng khởi nghiệp đổi mới sáng tạo cả nước.

STARTUP INCUBATOR

FULL SCALE



THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN HỆ SINH THÁI ƯƠM TẠO KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ CỦA CÁC TỔ CHỨC ƯƠM TẠO DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Khoinghiiep.org - Vừa qua, Liên minh hợp tác các tổ chức ươm tạo khoa học và công nghệ Việt Nam (VCASTI) đã có hoạt động đầu tiên quan trọng đi tham quan, học tập các thành viên trong liên minh tại Tp.Hồ Chí Minh và tỉnh Bình Dương.

Ươm tạo khoa học & công nghệ (gồm ươm tạo công nghệ và ươm tạo doanh nghiệp) đóng vai trò quan trọng trong việc đưa khoa học và công nghệ vào nền kinh tế, tạo ra đóng góp vượt trội để phát triển kinh tế. Tuy vai trò của ươm tạo khoa học và công nghệ còn rất khiêm tốn, nhưng những năm gần đây hoạt động đổi mới sáng tạo đã có những bước tiến tích cực, tạo nền tảng tốt cho việc thúc đẩy hoạt động ươm tạo khoa học & công nghệ phát triển hơn

về chiều sâu.

Ươm tạo khoa học và công nghệ đòi hỏi tầm nhìn dài hạn, đồng bộ, yếu tố chuyên môn cao, đầu tư lớn, đặc biệt R&D và hạ tầng, trang thiết bị công nghệ, nguồn nhân lực chất lượng cao, hỗ trợ nhiều cơ chế, chính sách, nguồn lực hỗ trợ, nhiều hoạt động liên kết chặt chẽ theo chuỗi của 3 nhà, ... Tuy nhiên thực trạng còn rất nhiều bất cập lớn cho việc phát triển hoạt động ươm tạo doanh nghiệp khoa học và công

nghe tại Việt Nam.

Nhận thấy nhiều khó khăn và thách thức lớn cho hoạt động ươm tạo khoa học và công nghệ, các tổ chức ươm tạo khoa học & công nghệ đã đề xuất sáng kiến thành lập Liên minh hợp tác các tổ chức ươm tạo khoa học & công nghệ tại Việt Nam (Vietnam cooperative alliance of science and technology incubators – VCASTI) tại Hội thảo về vai trò và giải pháp ươm tạo công nghệ cao tại Khu công nghệ cao Đà Nẵng ngày 10/07/2020 gồm 8 tổ chức đến từ 4 khu vực : Vườn ươm công nghệ cao - BQL Khu CNC Cao Tp.HCM, Trung tâm ươm tạo Nông Nghiệp CNC Tp.HCM, Vườn ươm doanh nghiệp Phần mềm Quang Trung, Trung tâm dịch vụ tổng hợp - Khu Công nghệ cao Đà Nẵng, Tập Đoàn Becamex Bình Dương, Sở Khoa học và Công Nghệ tỉnh Bình Dương, BK Holdings (Hà Nội), Trung tâm ươm tạo khởi nghiệp Sông Hàn (Đà Nẵng).

Vừa qua, VCASTI đã có hoạt động đầu tiên quan trọng đi tham quan, học tập các thành viên trong liên minh tại TP. HCM và tỉnh Bình Dương như Công viên Phần mềm Quang Trung, Vườn ươm doanh nghiệp Phần mềm Quang Trung, Trung tâm ươm tạo Nông nghiệp công nghệ cao (Khu Nông nghiệp CNC TP. Hồ Chí Minh), Vườn ươm Công nghệ cao (Khu Công nghệ cao TP. HCM) , các cơ sở ươm tạo và hoạt động đổi mới sáng tạo của Becamex, Trung tâm Sáng kiến đổi mới sáng tạo cộng đồng của Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Bình Dương. Đoàn đến tham quan nhiều doanh nghiệp KH&CN cao như Datbike Việt Nam, Acis,....

Kết thúc chương trình, đoàn có Tọa đàm cho chuyên tham quan học tập và rút ra nhiều tổng kết quan trọng với các nội dung chính sau:

- Việc sớm liên kết hợp tác các nguồn lực cho hoạt động ươm tạo trong liên minh sẽ giúp chia sẻ được thông tin, nguồn lực, nâng cao nhanh năng lực các tổ chức, bổ sung các thiếu hụt về năng lực và nguồn lực cho các tổ chức, rút ngắn được nhiều thời

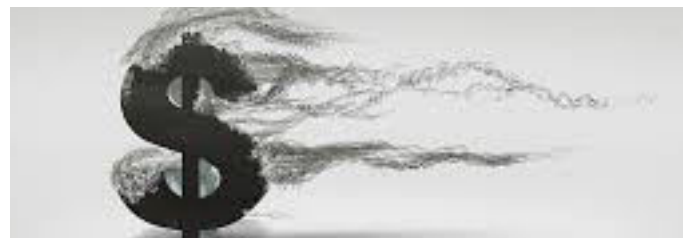
gian và hiệu quả ươm tạo.

- Các cơ chế, chính sách hỗ trợ cho ươm tạo khoa học và công nghệ đóng vai trò quan trọng, tuy nhiên còn nhiều vướng mắc, thiếu khả thi. Liên minh sẽ xúc tiến việc đề xuất các cơ chế, chính sách hiệu quả đến các cơ quan quản lý nhà nước để tiếp tục tháo gỡ và thực hiện ngày càng hiệu quả hơn.

- Liên minh với sự đa dạng các hoạt động trong chuỗi giá trị ươm tạo khoa học và công nghệ và sự có mặt của 3 nhà, nhà nước, nhà trường và nhà doanh nghiệp sẽ đẩy mạnh hơn nữa hợp tác công tư, hình thành các chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị phục vụ cho các giai đoạn ươm tạo khoa học và công nghệ từ ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp, giai đoạn đầu tư, phát triển thị trường và thương mại hóa.

- Các tổ chức trong Liên minh sẽ thực hiện chung các hoạt động chuyên môn có tính nền tảng để lan toả, tăng hiệu quả như cuộc thi về khoa học và công nghệ, các dự án, chương trình nâng cao năng lực, kết nối mạng lưới các chuyên gia, các tổ chức quốc tế, các doanh nghiệp khoa học và công nghệ...

Các thành viên của Liên minh mong muốn sẽ kết nối và hợp tác liên tục trong thời gian tới để tạo nên mạng lưới phát triển ươm tạo khoa học và công nghệ Việt Nam ngày càng hiệu quả để cuối năm 2021 sẽ bắt đầu kết nối, hợp tác và hỗ trợ nhiều thành viên mới là các tổ chức ươm tạo khoa học và công nghệ khác để phát triển hệ sinh thái ươm tạo khoa học và công nghệ Việt Nam ngày càng hiệu quả; rút ngắn các khoảng cách về công nghệ, năng lực, nguồn lực cho hoạt động ươm tạo khoa học và công nghệ tại Việt Nam./.



VIISA BẮT ĐẦU CHƯƠNG TRÌNH TĂNG TỐC KHỞI NGHIỆP KHOÁ 8 VỚI 2 STARTUP VIỆT NAM

SGGP - VIISA (chương trình Tăng tốc khởi nghiệp và Quỹ đầu tư giai đoạn hạt giống được sáng lập bởi FPT và Dragon Capital) đã bắt đầu chương trình Tăng tốc khởi nghiệp khóa 8 với 2 startup Việt.



Hai startup tham gia chương trình Tăng tốc khởi nghiệp VIISA khóa 8 lần này là Doctor Bear và Drobebox.

Doctor Bear thuộc về nền tảng chăm sóc sức khỏe cho những bệnh nhân mắc bệnh mãn tính. Ứng dụng cho phép người dùng tư vấn với các bác sĩ chuyên môn thông qua cuộc gọi video và cung cấp các gói xét nghiệm khác nhau theo kế hoạch điều trị của bệnh nhân.Đội ngũ Doctor Bear bao gồm một giám đốc công nghệ và một nhóm các y bác sĩ với hơn 15 năm kinh nghiệm trong nghề.

Còn Drobebox là một startup công nghệ thời trang cung cấp dịch vụ cho thuê quần áo cho phái nữ. Người dùng có thể mở khóa tủ đồ mơ ước của mình bằng cách sử dụng dịch vụ thuê đồ theo gói hàng tháng của Drobebox mà không cần mua hay

giặt giữ.

Hơn nữa, Drobebox cũng mang đến cơ hội để người dùng mua và sở hữu bất kỳ món đồ nào họ yêu thích khi đã thử vừa vặn./.

Các startup tốt nghiệp Chương trình Tăng tốc khởi nghiệp VIISA sẽ có cơ hội nhận được khoản tài trợ tiếp theo lên tới 200.000 USD từ VIISA Investment Track khi startup gọi được một vòng tài trợ mới từ các nhà đầu tư bên ngoài.

Trải qua 7 khóa Tăng tốc khởi nghiệp, VIISA có 35 startup tốt nghiệp với những tên tuổi nổi bật như Medigo, UrBox, WisePass, VDes, BoxShop, EcomEasy, TripHunter, đã cùng nhau tạo ra hơn 450 việc làm và kêu gọi được tổng cộng hơn 5 triệu USD cam kết từ các nhà đầu tư khác...

Startup Việt 2020

TOP 15

NHÁNH EARLY STAGE



STARTUP VIỆT 2020 CÔNG BỐ TOP 15

Vnexpress - Hội đồng chuyên môn Startup Việt 2020 đã thẩm định và công bố 15 startup xuất sắc vào ngày 21/10.

Theo ban tổ chức, top 15 Startup Việt 2020 quy tụ nhiều ý tưởng khởi nghiệp sáng tạo ở nhiều lĩnh vực, đáp ứng nhu cầu cốt lõi của người dùng như mạng xã hội giao thông, ứng dụng công nghệ trong làm đẹp, ứng dụng đọc sách, sàn giao dịch kết nối với đội sửa chữa nhà cửa. Nhiều giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp trong tăng trưởng cũng xuất hiện trong top 15 như nền tảng tạo ứng dụng chăm sóc khách hàng, hệ thống tuyển dụng...

Đồng thời, top 15 ghi nhận hai ý tưởng khởi nghiệp hỗ trợ ngành nông nghiệp, gồm trợ lý ảo AI cho ngành nuôi trồng thủy sản, ứng dụng công nghệ trong máy bay không người lái (drone) giúp nông dân diệt trừ sâu hại. Để chọn ra top 15 từ 50 đội dự thi trong điều kiện "bình thường mới", các thành viên hội

đồng chuyên môn thẩm định trực tuyến chất lượng từng đội. Theo đó, ban giám khảo xem phần ghi hình thuyết trình gọi vốn của các dự án và đánh giá độc lập theo bộ tiêu chí về năng lực tổ chức lãnh đạo, tăng trưởng doanh số, tính độc đáo, nền tảng công nghệ, khả năng phát triển bền vững, khả năng ứng dụng quốc tế và cơ hội đóng góp cho cộng đồng. Kết quả chung cuộc được xác định dựa trên điểm số trung bình của các chuyên gia dành cho các startup.

Hội đồng chuyên môn tuyển chọn top 15 có sự tham gia đại diện của quỹ đầu tư, nhà sáng lập hoặc giám đốc điều hành của startup thành công, gồm ông Hoàng Nam Lê - Giám đốc đầu tư của FPT Ventures, ông Nguyễn Minh Phúc - Quản lý chương trình của VIISA, ông Ôn Như Bình - Giám đốc chiến lược của

VÒNG BOOTCAMP

Các chiến lược gọi vốn dành cho startup



BÙI THÀNH ĐÓ
SÁNG LẬP & CEO
ThinkZone Ventures



LÊ VĂN DƯƠNG
LUẬT SƯ THÀNH VIÊN
Indochine Counsel



CHU DƯƠNG HẢI ANH
Đồng sáng lập
SpaceShore



NGUYỄN HOÀNG MINH THỦY
Giám đốc tài chính
Beta Corporation

VNPAY, ông Nguyễn Hoàng Việt - Giám đốc đầu tư của Vietnam Investment Group, bà Lê Huỳnh Kim Ngân - Giám đốc điều hành của Twenty.vn...

Thành viên hội đồng chuyên môn - ông Nguyễn Minh Phúc, Quản lý chương trình của VIISA đánh giá cao sự chuẩn bị chín chu và đầy đủ của các startup cho phần thuyết trình. Tuy nhiên, các startup nên học cách để bài trình bày "đắt giá" hơn. "Chất lượng startup tham gia cuộc thi năm nay đồng đều về giai đoạn phát triển, sản phẩm tương đối hoàn thiện. Các nhà sáng lập trẻ và tự tin nhưng cần tìm điểm nhấn để thuyết trình phần gọi vốn hiệu quả hơn", ông Nguyễn Minh Phúc - Quản lý chương trình của VIISA nhận xét.

Startup Việt sẽ mở cổng bình chọn từ ngày 22/10 đến 21/11 để độc giả VnExpress chọn ra các công ty khởi nghiệp yêu thích. Dự kiến, vào ngày 11/11, top 15 startup sẽ thuyết trình bản kế hoạch kịch doanh trước hội đồng chung khảo tại TP. Hồ Chí Minh và Hà Nội.

Hội đồng chung khảo năm nay gồm các cố vấn, chuyên gia khởi nghiệp, nhà đầu tư, quỹ đầu tư mạo hiểm, doanh nhân khởi nghiệp thành công... Đó là

ông Trương Gia Bình - Chủ tịch HĐQT Tập đoàn FPT, ông Phạm Hồng Quát - Cục trưởng Cục Phát triển Thị trường và Doanh nghiệp Khoa học Công nghệ thuộc Bộ Khoa học và Công nghệ và bà Lê Diệp Kiều Trang - Nhà sáng lập quỹ đầu tư Alabaster.

Đồng thời, từ nay đến sự kiện chung kết "Startup Việt Summit 2020" (dự kiến diễn ra vào tháng 12), top 15 có nhiều cơ hội tiếp xúc, trao đổi về dự án khởi nghiệp với nhiều nhà đầu tư, các doanh nhân thành đạt thông qua chuỗi hội thảo và gặp gỡ 1-1 mang tên "Dinner with Changers". Các nhà điều hành cao cấp của Winsan và Tiki đồng hành cùng sự kiện này để chia sẻ kinh nghiệm khởi nghiệp và tìm hiểu cơ hội đầu tư vào startup tiềm năng.

Startup Việt 2020 đã bắt đầu đi vào những chặng đường cuối cùng của hành trình "The New Normal - Thời đại bình thường mới". Với nhiều đổi mới trong hình thức tổ chức để thích nghi với "bình thường mới", chương trình kỳ vọng gắn kết cộng đồng startup trong một thời kỳ nhiều biến động để không ngừng phát triển các giải pháp, dịch vụ, sản phẩm giải quyết các vấn đề xã hội, thúc đẩy xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp bền vững tại Việt Nam./.



DORA - NỀN TẢNG DẠY TIẾNG NHẬT TRỰC TUYẾN CHO NGƯỜI VIỆT

Nền tảng dạy tiếng Nhật Dora đảm bảo sự tương tác giữa giáo viên và học viên, ứng dụng nhiều công nghệ để tối ưu hóa việc đào tạo trực tuyến.

Từng theo học chuyên ngành công nghệ thông tin Đại học Bách Khoa Hà Nội và Đại học Keio Nhật Bản, Nguyễn Trung Đức - sáng lập Học viện tiếng Nhật Dora tâm niệm phải đổi mới tư duy về kinh doanh. Theo anh, doanh nghiệp không chỉ đơn thuần chạy đua cùng thị trường để tạo lợi nhuận mà phải lấy tiêu chí chất lượng, đổi mới công nghệ, đóng góp cho xã hội làm tiên phong.

Nguyễn Trung Đức nhìn nhận có nhiều cơ hội phát triển mô hình dạy học trực tuyến tiếng Nhật khi đất nước mặt trời mọc đã mở rộng việc tiếp nhận nguồn lao động nước ngoài cho nhiều lĩnh vực như

xây dựng, nông nghiệp, điều dưỡng... Hơn nữa công nghệ và Internet đang ảnh hưởng sâu rộng đến giáo dục, vì vậy, với việc áp dụng công nghệ vào dạy và học, giờ đây mảng đào tạo trực tuyến đang trở thành ngành có giá trị hàng tỷ USD, trở thành xu hướng dạy học hiện đại.

Ứng dụng Dora được Trung Đức và các cộng sự phát triển giúp mọi người học tiếng Nhật trực tuyến mọi lúc mọi nơi, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp đào tạo chuyển đổi số dựa trên nền tảng công nghệ học thuật tiên tiến. Ngay từ khi bắt đầu, chàng trai sinh năm 1991 cho rằng sản phẩm giải quyết vấn đề gì,

đó chính là vấn đề cốt lõi. Khách hàng không quan tâm đến công nghệ đứng sau một nền tảng, họ chỉ quan tâm đến việc sau khi trả tiền thì cái họ được nhận là gì. Vì thế người làm chủ doanh nghiệp phải hiểu "nỗi đau", bài toán của người dùng. Muốn xây dựng một startup thì cần phải xuất phát từ sự am hiểu khách hàng của người điều hành, doanh nghiệp có lợi thế cạnh tranh rõ rệt và thị trường còn đang trong giai đoạn mới phát triển.



Với nền tảng công nghệ thông tin, 10 năm học tiếng Nhật, xây dựng cộng đồng 300.000 người Việt và Nhật Bản, Nguyễn Trung Đức nắm rõ vấn đề của các học viên gặp phải là không thể di chuyển xa và không có nhiều thời gian học nhưng vẫn muốn có giáo viên trực tiếp giảng dạy, nên học online là giải pháp tối ưu không chỉ hiện tại mà còn ở tương lai.

"Một công cụ đào tạo trực tuyến ngoài việc đảm bảo sự tương tác giữa giáo viên và học viên thì cần phải đảm bảo yếu tố lưu trữ dữ liệu, bài tập về nhà, đánh giá hiệu suất làm việc tự động... với một hệ thống chuyên biệt hóa", Trung Đức nhận xét.

Cụ thể, để giải quyết bài toán đặt ra, Dora phát triển phòng học ảo (Virtual Classroom) giúp người dạy và học có thể trao đổi dễ dàng. Khi không có

giáo viên, học viên có thể chọn chế độ tự học với giáo trình, bài giảng điện tử, câu hỏi vấn đáp và nộp bài. Người dạy dựa trên hệ thống quản lý học tập (LMS - Learning Management System) để theo dõi quá trình học tập của người học và có điều chỉnh kịp thời. Startup còn phát triển công nghệ trợ lý học tập ảo có thể giảng bài theo giáo trình.

Ngoài ra, việc sử dụng công nghệ mạng phân phối nội dung theo vùng - CDN được xây dựng trên cơ sở kỹ thuật trải phổ còn giúp startup phân phối học liệu cho học viên phù hợp. Cụ thể, công ty phân phối máy chủ theo từng khu vực Việt Nam, Nhật Bản để đảm bảo đường truyền nhanh dựa trên nền tảng điện toán đám mây của bên thứ ba hoặc chính doanh nghiệp. Những công nghệ mới tiên tiến trên thị trường cũng được đội ngũ lập trình viên ứng dụng trên hệ thống.

Các bài tập và bài thi của học viên được hệ thống lưu trữ, chấm điểm, giáo viên chỉ cần nhấn nút gửi bài cho tất cả học viên cùng lúc. Dựa trên kết quả, người dạy có thể chỉnh sửa bài cho người học ngay lập tức, giúp họ dễ ghi nhớ kiến thức nhờ kết hợp giữa lý thuyết và thực hành. Đơn cử, học viên có thể học 15 phút, sau đó làm bài 5 phút để ôn lại kiến thức, người dạy có thể theo dõi sát sao tiến độ tiếp thu của từng người học.

Khác với những khóa học qua video, Dora vẫn duy trì lịch học cố định với giáo viên như hình thức dạy truyền thống và kết nối với người học dựa trên nền tảng công nghệ trực tuyến. Song song việc xây dựng giáo trình điện tử từ sơ cấp đến cao cấp và hệ thống kỹ thuật, đến tháng 8/2018, startup đưa ra bản mẫu đầu tiên nhưng chỉ với 50% số hóa. Đến tháng 10, doanh nghiệp hoàn thành 100% số hóa việc dạy trực tuyến. Qua nhiều lần cải tiến, sửa lỗi, tháng 4/2019 startup bắt đầu bán sản phẩm nhờ công nghệ tốt, ổn định hơn.

"Thời gian đầu thử nghiệm, các bạn lập trình viên phải đến từng địa chỉ học viên đang ở để theo dõi

buổi học, từ đó xem xét những lỗi gặp phải, chỗ nào bất tiện để sửa ngay, rồi dần dần chúng tôi cũng hoàn thiện được sản phẩm như hiện nay", nhà sáng lập chia sẻ.

Ban lãnh đạo hoàn thiện giáo trình điện tử với nhiều âm thanh, hình ảnh giúp học viên tập trung tiếp thu bài giảng. Ngoài học tiếng, học viên còn có thể chọn thêm khóa giao tiếp với giáo viên người Nhật hoặc người Việt. Giáo viên Dora đều được tuyển chọn khắt khe với hai vòng phỏng vấn, trình độ N1, N2 cùng kinh nghiệm dạy học tiếng Nhật (online hoặc offline). Với điều kiện làm việc thuận lợi có thể làm việc bất cứ đâu mà không cần ngồi văn phòng cùng với nhiều ứng dụng công nghệ hỗ trợ việc dạy và giám sát việc học của học viên dễ dàng, startup thu hút nhiều giáo viên giỏi ở cả Việt Nam và Nhật Bản.

Đến nay, startup đã có gần 30 nhân viên, khoảng 50 giáo viên người Việt và người Nhật cùng hàng nghìn học viên, mỗi giáo viên phụ trách một lớp. Với hàm lượng chất xám trong sản phẩm cao, hệ thống chuyên biệt tự động có thể kiểm soát và cải thiện chất lượng từng buổi học thông qua phản hồi của khách trực tiếp trên nền tảng.

Sau khi tập trung ổn định và vận hành tốt hệ thống dạy tiếng Nhật, doanh nghiệp sẽ phát triển ra nhiều ngôn ngữ khác như tiếng Hàn, tiếng Anh... cùng kiến thức văn hóa gồm toán, lý, hóa, sinh... và các kỹ năng mềm. Chiến lược dài hạn, startup sẽ tiếp tục cung cấp giải pháp này cho doanh nghiệp (du học, trung tâm đào tạo tiếng Nhật, xuất khẩu lao động...) kể cả online hoặc offline để giúp họ chuyển đổi số. Với nền tảng công nghệ không chỉ hỗ trợ gọi video mà còn quản lý việc học, quá trình vận hành, tài liệu... theo quy chuẩn chung sẽ giúp đơn vị nâng cao chất lượng đào tạo.

"Nhiều cơ sở đào tạo truyền thống vẫn đang gặp khó khăn trong việc chuyển đổi số vì vẫn còn nhiều hạn chế như không có công cụ quản lý, giáo trình

điện tử, công nghệ mới... Nên đây sẽ là phương án giúp họ tối ưu hóa nguồn lực phát triển", Trung Đức cho hay.

Startup chủ động hỗ trợ miễn phí nền tảng học tiếng Nhật trực tuyến tại Đại học Công nghệ Vạn Xuân ở Nghệ An, Đại học Ngoại thương trong thời gian cách ly nhằm chung tay cùng cộng đồng ở nhà chống dịch.

Với vốn đầu tư tự thân từ các nhà sáng lập, đại diện startup nhận định thiếu nguồn vốn để phát triển nhanh là khó khăn nhất mà doanh nghiệp gặp phải khi khởi nghiệp. Bên cạnh đó, nhân sự trẻ cần nhiều thời gian đào tạo và áp lực từ chính sách giảm giá của đối thủ cạnh tranh là khó khăn chính. Trung Đức mong muốn thể hệ doanh nhân mới tạo ra sản phẩm chất lượng với giá bán phù hợp thay vì đua theo dòng chảy giá rẻ, chất lượng thấp. Điều này sẽ giúp mô hình kinh doanh bền vững và khách hàng nhận giá trị cao hơn.

"Người làm kinh doanh nên thay đổi tư duy, thay vì làm những sản phẩm giá rẻ, chất lượng thấp trong lĩnh vực đào tạo, hãy tập trung ra sản phẩm chất lượng để bán với giá phù hợp thì ai cũng vui vẻ khi đón nhận", nhà sáng lập Dora chia sẻ.

Trong tương lai, nhà sáng lập kỳ vọng sẽ kết nối với nhà đầu tư có kinh nghiệm trong mảng giáo dục để tăng trưởng nhanh hơn, đưa tính thực thi, khả năng vận hành của doanh nghiệp đi vào ổn định. Theo đó, startup không chỉ mong nhận hỗ trợ về tài chính, mà còn nhiều vấn đề khác như định hướng phát triển, truyền thông, kết nối mạng lưới khác.

Nguồn: Trang Anh, VnExpress





XÂY DỰNG MỘT HỆ SINH THÁI MẠNH ĐỂ DUY TRÌ NĂNG LỰC CẠNH TRANH

Cách các công ty liên kết với nhau để tạo ra giá trị khi những đột phá làm hình thành nên các lĩnh vực công nghiệp mới.

Tiềm năng tạo ra giá trị đôi khi đòi hỏi phải hình thành nên một ngành công nghiệp hoàn toàn mới, một ngành mà trong đó các công ty trước đây chưa bao giờ tương tác với nhau nay lại kết hợp với nhau. Tất nhiên, đôi khi có một thị trường mới liên kết những công ty này lại với nhau. Nhưng thường một thị trường sẽ không có hiệu quả trong việc thúc đẩy các hình thức trao đổi kiến thức và các quy trình cùng học hỏi cần để xây dựng một ngành công nghiệp mới, đặc biệt là khi tương lai của nó bị bao phủ bởi những bất ổn.

Ví dụ, việc hình thành nên ngành công nghiệp di

động mới sẽ không chỉ liên quan đến các công ty ô tô. Trên thực tế, các nhà sản xuất ô tô có thể lại là một trong những thành phần đóng góp ít quan trọng. Một ngành công nghiệp di động mới sẽ cần các nhà cung cấp cơ sở hạ tầng, nhà thiết kế và nhà sản xuất các loại thiết bị cảm biến mới (lắp trên xe lẫn nhúng trong môi trường), các công ty phần mềm và trí tuệ nhân tạo (AI), giải trí để chiếm lĩnh hành khách trên một chiếc xe tự hành. Bên cạnh đó, cơ quan quản lý hay chính quyền thành phố chỉ là một vài trong số những thành phần có khả năng tham gia. Do đó, rất cần một hệ sinh thái mới thúc đẩy thử nghiệm và học

hỏi giữa các đối tác và giúp điều phối các khoản đầu tư của họ, để mở ra những tiềm năng to lớn của các giải pháp di động trong tương lai.

Khi Didi Chuxing Technology Co., tập đoàn công nghệ tự động, AI và chia sẻ chuyến đi của Trung Quốc, tuyên bố vào tháng 8 năm 2018 rằng sẽ đầu tư 1 tỷ USD vào hoạt động kinh doanh dịch vụ ô tô của mình và chuyển nó thành một đơn vị riêng biệt, tập đoàn này cho biết: "Trong tương lai, Didi sẽ tiếp tục mạng lưới hợp tác đôi bên cùng có lợi với các đối tác trong toàn bộ chuỗi ngành công nghiệp ô tô để xây dựng một hệ sinh thái giao thông vận tải mới được thiết kế cho hình thức di chuyển theo kiểu chia sẻ trong tương lai".

Tạo ra giá trị mới mà các chiến lược hệ sinh thái có thể mang lại bằng cách cho phép tạo nên các gói sản phẩm mới, các giải pháp khách hàng mới và nền kinh tế nền tảng mới - và do đó hình thành nên các ngành công nghiệp mới - nghe có vẻ hấp dẫn. Nhưng tại sao điều này lại ngày càng trở nên mang tính bắt buộc đối với nhiều công ty? Câu trả lời chính là môi trường cạnh tranh toàn cầu đang thay đổi theo cách đòi hỏi nhiều năng lực rộng hơn, và các hệ sinh thái mang đến những cơ hội mới để tương tác với những người khác.

Ba hướng phát triển trong môi trường toàn cầu có ý nghĩa đặc biệt quan trọng trong việc ưu tiên các chiến lược hệ sinh thái: thực tế là khách hàng ngày càng cần các giải pháp và trải nghiệm hơn là sản phẩm, hàm lượng kiến thức ngày càng tăng của nhiều sản phẩm và hoạt động kinh doanh, và các cơ hội mới được tạo ra nhờ những tiến bộ của công nghệ thông tin và truyền thông.

GIẢI PHÁP VÀ TRẢI NGHIỆM KHÁCH HÀNG

Khách hàng không chỉ muốn những sản phẩm hoặc dịch vụ đơn giản. Giá trị họ tìm kiếm đến từ trải nghiệm sử dụng một sản phẩm hoặc dịch vụ phù hợp với nhu cầu và sở thích cụ thể của họ. Đây cũng là

một xu hướng ở các thị trường B2B, trong đó khách hàng bắt đầu với các dịch vụ theo yêu cầu chứ không phải là sản phẩm (ví dụ như "điện thoại theo giờ" hoặc "số km đi mỗi dặm đường" chứ không phải là động cơ phản lực hoặc lốp).

Mang lại những trải nghiệm như vậy thường đòi hỏi các hệ thống phức tạp và tích hợp. Lấy một ví dụ đơn giản, chẳng hạn như một bữa ăn ngẫu hứng với bạn bè. Ứng dụng có các dịch vụ định vị trên điện thoại thông minh giúp bạn chọn nhà hàng có món ăn ưng ý với thời gian chờ ngắn nhất. Các ứng dụng khác chỉ cho bạn cách đến đó bằng cách sử dụng tuyến đường nhanh nhất với lựa chọn phương thức di chuyển. Các liên kết mạng xã hội cho phép bạn chia sẻ trải nghiệm hoặc đánh giá đồ ăn và dịch vụ. Các chuỗi cung ứng phức tạp trải dài khắp thế giới có thể đã mang những nguyên liệu lạ đến nhà hàng để bạn có thể thưởng thức các món ăn ưa thích của mình.

Các công ty không còn có thể đáp ứng nhu cầu về những loại giải pháp và trải nghiệm hoạt động đơn lẻ. Ở ngày càng nhiều ngành công nghiệp, kiến thức liên quan và năng lực cần để đổi mới sáng tạo nằm rải rác giữa những thành phần liên quan và trên khắp toàn cầu. Không chỉ thách thức làm hài lòng khách hàng ngày nay đòi hỏi cần nhiều năng lực hơn, mà trong thế giới đầy biến động, không chắc chắn và mơ hồ ngày nay, các hoạt động và tương tác giữa các doanh nghiệp củng cố dịch vụ của bạn - vì chúng cần được cấu hình lại một cách nhanh chóng và linh hoạt.

Đồng thời, nhiều công ty phải đối mặt với áp lực ngày càng tăng trong việc tập trung vào ít hoạt động cốt lõi hơn để giảm đầu tư và tránh chi phí phức tạp cao hơn. Trọng tâm này cho phép họ hướng đầu tư vốn vào việc triển khai công nghệ mới nhất cho các quy trình cốt lõi của họ và tập trung vào việc đào sâu năng lực cốt lõi của họ. "Tập trung và giành chiến thắng" đã trở thành một câu cửa miệng phổ biến. Tuy

nhiên, việc thu hẹp một hoạt động kinh doanh thành các hoạt động cốt lõi tập trung sẽ mâu thuẫn với những khách hàng yêu cầu trải nghiệm và giải pháp đòi hỏi sự tích hợp và phức tạp hơn, đồng thời mang lại nhiều sản phẩm và dịch vụ, thường là trong các gói tùy chỉnh.

Một câu trả lời cho vấn đề “thu gọn cốt lõi nhưng mở rộng dịch vụ của bạn” là thuê ngoài nhiều hơn cho các đối tác. Nhưng rất khó để cung cấp một cách đáng tin cậy một gói giải pháp phức tạp liên quan đến nhiều công nghệ, năng lực và dịch vụ bằng cách sử dụng tích hợp dọc hoặc loại quan hệ hợp đồng phụ phổ biến trong các chuỗi cung ứng truyền thống, trong đó các mối quan hệ và ưu đãi thường đối nghịch nhau. Thay vì thuê ngoài một số hoạt động được xác định rõ ràng, việc cung cấp các giải pháp phức tạp cho khách hàng yêu cầu quản lý các tương tác phức tạp và trao đổi kiến thức giữa nhiều đối tác phụ thuộc lẫn nhau, cũng như quá trình học thử - và-sai - các nhiệm vụ mà các chiến lược hệ sinh thái thực hiện tốt hơn nhiều.

NÂNG CAO HÀM LƯỢNG TRI THỨC

Xu hướng quan trọng thứ hai là hàm lượng tri thức của nhiều sản phẩm và hoạt động kinh doanh đang tăng lên. Sự gia tăng số lượng nhân viên tri thức xử lý kiến thức ngầm và kiến thức không được sửa đổi có nghĩa là các giao diện đơn giản, tiêu chuẩn hóa hoặc vật chất không còn đáp ứng được những yêu cầu về tương tác và trao đổi hiện có trong nhiều ngành công nghiệp. Thay vào đó, kiến thức phức tạp hơn phải luân chuyển giữa các đối tác; ranh giới trách nhiệm bị xóa nhòa và cần được quản lý, cũng như các yêu cầu về sở hữu trí tuệ thường được củng cố phát triển.

Hệ sinh thái cho phép tạo ra giá trị mới bằng cách kết hợp kiến thức từ một nhóm đối tác đa dạng. Dassault Systèmes (DS), dẫn đầu thị trường về hệ thống quản lý vòng đời sản phẩm (PLM), thực hiện điều này bằng cách tạo các nhóm người dùng dành

riêng cho ứng dụng, cộng tác trên các nền tảng mạng xã hội được thiết kế đặc biệt. Các nguyên tắc cơ bản về mô hình hóa và thiết kế các sản phẩm và quy trình có thể chung trong nhiều ngành công nghiệp, nhưng các giải pháp phần mềm hiệu quả cần kết hợp kiến thức chuyên sâu - và thường là ngầm - về ngành công nghiệp mà nó sẽ được sử dụng.

Thiết kế ô tô hoặc máy bay đòi hỏi những kỹ năng rất khác so với thiết kế thời trang hoặc ứng dụng để phân tích địa chất. Để số hóa hoạt động của các công ty khai khoáng, DS đã phải làm việc với một nhóm khai khoáng BHP Billiton của Úc, các nhà cung cấp thiết bị như Atlas Copco của Hà Lan, và các phòng thí nghiệm của trường đại học như trường kỹ thuật UniLaSalle của Pháp, cùng các đối tác khác. Để tiếp cận kiến thức đa dạng về ngành cụ thể, DS đã hợp tác và tiếp tục làm như vậy, với hàng trăm đối tác, bao gồm các nhà tích hợp hệ thống, khách hàng và nhà cung cấp. Đối với mỗi giải pháp của mình, công ty này đã tạo ra các cộng đồng người dùng trên nền tảng doanh nghiệp được phát triển nội bộ cho mạng xã hội có tên 3DSwYm. Điều này cho phép DS khám phá và khai thác các tài năng và ý tưởng cá nhân bên trong và bên ngoài công ty, bao gồm cả ý tưởng của các đối tác, nhà cung cấp, người tiêu dùng và các bên liên quan khác.

CÁC CỘNG ĐỒNG KẾT NỐI MỚI

Kết nối thông qua các cộng đồng giúp nhóm đa dạng này liên kết với nhau xung quanh các mục tiêu chính và tập trung vào cách hệ sinh thái có thể tạo ra giá trị. Các cộng đồng này cũng thúc đẩy sự phối hợp mạnh mẽ bằng cách tạo ra một cách tiếp cận cởi mở và có sự tham gia của mọi người. Sophie Plante, Giám đốc điều hành của 3DSwYm, tuyên bố rằng “3DSwYm trao quyền cho tất cả mọi người, bất kể lĩnh vực nào, để đổi mới và gia tăng giá trị, chia sẻ kinh nghiệm của họ và đưa ra ý tưởng, làm gia tăng cảm giác thân thuộc và lôi cuốn mọi người vào những thách thức và tầm nhìn của doanh nghiệp... Kết quả

là tạo nên một tầm nhìn 360 độ thống nhất về các hoạt động và tương tác được chia sẻ trên hệ sinh thái. 3DSwYm trở thành một môi trường tham chiếu xã hội năng động theo thời gian thực, cung cấp hỗ trợ ra quyết định và hành động hiệu quả, tận dụng sự đổi mới xã hội để giúp chuyển đổi tổ chức". Sự chia sẻ này trong các hệ sinh thái đã giúp DS luôn phù hợp, sáng tạo và thành công trong 11 lĩnh vực công nghiệp khác nhau mà hiện nay DS đang cung cấp các ứng dụng phần mềm.

Khi quản lý tri thức ngày càng trở thành trung tâm của lợi thế cạnh tranh, thì mô hình của một hệ sinh thái mở rộng cho phép kiến thức và đổi mới sáng tạo được tạo ra nhanh chóng thông qua việc học hỏi chung giữa nhiều đối tác khác nhau, mỗi đối tác được kích thích bởi bối cảnh, lịch sử và văn hóa khác nhau, trở nên rất quan trọng đối với sự thành công.

Việc phát triển một hệ sinh thái với nhiều đối tác sẽ nâng cao tính đổi mới, vì nó cho phép "ngàn hoa nở rộ". Điều này làm cho các chiến lược hệ sinh thái - vốn có khả năng vượt qua nhiều vấn đề phải đối mặt khi cố gắng di chuyển và cấy ghép kiến thức chủ yếu được gắn trong con người, các hệ thống và văn hóa của các tổ chức bên ngoài - ngày càng hấp dẫn các tổ chức muốn thúc đẩy đổi mới và khám phá giá trị mới.

SỰ GIÁN ĐOẠN ĐẶC HỮU VÀ BẤT ỔN

Nhờ ba hướng phát triển này - nhu cầu của khách hàng về các giải pháp và trải nghiệm, hàm lượng tri thức ngày càng tăng và các cơ hội mới do tiến bộ công nghệ - các công ty hiện đang hoạt động trong một môi trường bất ổn ngày càng gia tăng, bị thách thức bởi các đối thủ cạnh tranh gây rối, những kẻ muốn viết lại luật chơi. Sự phát triển công nghệ nhanh chóng, sự liên kết với nhau của thế giới thương mại và kinh doanh, và bất ổn địa chính trị chắc chắn là một số nguyên nhân dẫn đến bất ổn ngày càng gia tăng này. Chúng ta đã chứng kiến khủng hoảng tài chính năm 2008, khi liên kết giữa các

ngân hàng và các tổ chức tài chính khác đã làm sụp đổ một số tổ chức danh tiếng nhất. Hoặc số phận của các nhà khai thác viễn thông, vốn đã kiếm được hàng núi tiền từ lưu lượng tin nhắn SMS, nhưng giờ lại phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt từ các công ty mạng xã hội dựa trên Internet như WeChat, WhatsApp, Line, Telegram và Viber.

Hệ sinh thái, trong đó các đối tác có thể hợp tác thông qua phát triển và thử nghiệm được phối hợp lỏng lẻo, có thể hấp thụ bất ổn hiệu quả hơn so với hệ thống phân cấp truyền thống hoặc thậm chí các mối quan hệ hợp đồng phụ, trong đó các thành phẩm phải được xác định chính xác trước còn cấu trúc khó điều chỉnh lại hơn. Lợi thế này được củng cố bởi năng lực của các hệ sinh thái cho phép các nhà lãnh đạo của họ đạt được lợi thế về quy mô và mạng lưới kinh tế với mức đầu tư vốn thấp hơn. Điều này đặc biệt quan trọng trong các ngành công nghiệp "kẻ thắng là vô địch", trong đó việc tăng lợi nhuận trên quy mô mang tính quyết định. Trong khi đó, sự đột phá có thể bị chống lại bởi năng lực của các chiến lược hệ sinh thái trong việc mở ra các nền kinh tế nền tảng mới hoặc tạo ra các ngành công nghiệp mới.

CỘNG ĐỒNG CHUNG KỸ THUẬT SỐ

Mặc dù các chiến lược hệ sinh thái mang lại những cơ hội để tạo ra giá trị theo cách giải quyết những thách thức này, một số nhà lãnh đạo doanh nghiệp có thể đã từ chối thực hiện chúng vì lo sợ về phức tạp liên quan. Nhưng những tiến bộ trong lĩnh vực công nghệ thông tin (CNTT) đang làm cho các mô hình kinh doanh mới như hệ sinh thái ngày càng trở nên khả thi và hiệu quả về chi phí hơn. Những công nghệ này cho phép các hệ sinh thái kinh doanh sắp xếp các nguồn lực và kiến thức đa dạng về kinh tế nằm rải rác trên toàn cầu và tạo ra một "cộng đồng chung kỹ thuật số".

Cách DS tập hợp các kỹ sư và những người làm việc tại các đối tác của mình thông qua CNTT cho thấy cách có thể đạt tới sự điều phối công việc trên

hàng chục địa điểm. Nền tảng phần mềm của DS cho phép các kỹ sư trong phòng thí nghiệm của riêng DS hoặc với các đối tác ở những nơi xa như Mỹ, Nhật Bản, Trung Quốc và Ấn Độ cùng làm việc trên thiết kế 3D trong thời gian thực chỉ với kết nối Internet. Khả năng này là một lợi thế lớn cho bất kỳ công ty nào có chiến lược sản xuất và kỹ thuật toàn cầu. Do đó, CNTT có thể nâng cao chiều rộng và chiều sâu của hợp tác.

Một trong những người dùng của DS là Renault, công ty ô tô của Pháp và là một phần của Liên minh Renault - Nissan - Mitsubishi. Công ty này đã triển khai giải pháp của DS từ năm 2009 trên tất cả các khu vực địa lý và chi nhánh của mình. Việc truy cập trực tuyến vào mô phỏng kỹ thuật số các mô hình và cập nhật ảo của nó đã dẫn đến việc đơn giản hóa hợp tác giữa các trang web kỹ thuật. Việc sử dụng một giao diện cộng tác, duy nhất cho tất cả các nhà phát triển trên toàn thế giới sẽ hỗ trợ kỹ thuật sản phẩm/quy trình đồng thời để có được thiết kế phù hợp ngay từ lần đầu tiên.

Renault muốn có một môi trường PLM tích hợp và hợp tác cho phép hoạt động minh bạch và khả năng xác thực các kịch bản hơn thông qua mô phỏng ảo và quản lý trực tuyến mô phỏng kỹ thuật số. Điều này làm giảm bớt đáng kể quá trình ra quyết định trong cộng đồng các bên liên quan và trong toàn bộ vòng đời sản phẩm của ô tô Renault, từ khi hình thành ý tưởng đến thiết kế, tuân thủ, mô phỏng và sản xuất.

VAI TRÒ CHÍNH CỦA NHÀ LÃNH ĐẠO HỆ SINH THÁI

Bốn cách mà sự phát triển của một hệ sinh thái có thể mở ra giá trị mới - thông qua các gói sản phẩm mới, giải pháp khách hàng mới, các nền kinh tế nền tảng mới và sự ra đời của các ngành công nghiệp mới - đều có một đặc điểm chung: Chúng yêu cầu một quy trình theo đó giá trị khách hàng mới được phát hiện. Giá trị mới không chỉ được lắp ráp hoặc phân phối từ các phần tử hiện có bằng cách tuân

theo một bản thiết kế định trước; mà nó phải được xác định. Hệ sinh thái kinh doanh hoạt động theo cách riêng chúng bằng cách tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình khám phá.

Khám phá các nguồn giá trị mới đòi hỏi ba năng lực chính mà hệ sinh thái vượt trội: tiềm năng to lớn cho việc cùng học hỏi và đổi mới sáng tạo nhanh chóng; khả năng khai thác năng lực của những người tham gia đa dạng và hướng họ đến một mục tiêu chung thông qua sự lãnh đạo của một công ty khai sáng; và tính linh hoạt để liên tục điều chỉnh khi đối mặt với môi trường bất ổn, luôn thay đổi.

Với những yêu cầu này, bạn có thể làm gì với tư cách là nhà lãnh đạo hệ sinh thái để xúc tác và thúc đẩy khám phá giá trị mới thông qua chiến lược hệ sinh thái của mình?

Một trong những hành động quan trọng đối với các nhà lãnh đạo là tập trung hướng ngoại. Hướng tầm nhìn về những gì đang diễn ra bên ngoài công ty của bạn, bắt đầu từ những khách hàng tiềm năng. Rất ít nhà lãnh đạo hệ sinh thái đã thành công với việc đưa ra một đề xuất giá trị mới trong nội bộ, thiết kế hệ sinh thái lý tưởng của họ, và sau đó quyết tâm xây dựng nó. Hầu hết đều bắt đầu với ý tưởng rộng về tiềm năng giá trị mới có thể nằm ở đâu, sau đó nói chuyện với những khách hàng tiềm năng có hoặc thử nghiệm một sản phẩm, dịch vụ hoặc nền tảng giả định để thu hút họ. Trong nhiều trường hợp, giá trị và hình dạng của hệ sinh thái lại xuất hiện sau đó không đúng ở vị trí hoặc cách họ mong đợi ngay từ đầu. Một số chiến lược hệ sinh thái xuất hiện từ những thất bại ban đầu; trong khi cố gắng hiểu và khắc phục những lý do tại sao những thất bại này lại xảy ra, thì các nhà lãnh đạo hệ sinh thái tương lai khám phá ra tiềm năng giá trị thực sự nằm ở đâu./.

Phương Anh

(Creating a powerful ecosystem to sustain competitiveness, S+B magazine, 5/10/2020)



HIỆP ĐỊNH EVFTA - NHỮNG ĐIỀU DOANH NGHIỆP CẦN BIẾT (BÀI CUỐI)

Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh châu Âu (EU) (sau đây gọi tắt là EVFTA) là hiệp định thương mại tự do (FTA) giữa Việt Nam và EU. EU là đối tác nhập khẩu lớn với sức mua đứng thứ hai thế giới và là thị trường trọng điểm của xuất khẩu Việt Nam trong nhiều năm qua. Trong khu vực châu Á, Việt Nam là một trong số ít các nước có FTA với EU, vì thế, EVFTA mở ra cơ hội và lợi thế xuất nhập khẩu đặc biệt cho hàng hóa Việt Nam. Đồng thời, EVFTA cũng tạo ra sức hấp dẫn cho Việt Nam trong thu hút đầu tư từ một đối tác đầu tư FDI hàng đầu thế giới, với nguồn vốn, công nghệ và quản lý tiên tiến bậc nhất hiện nay.

SỞ HỮU TRÍ TUỆ

EVFTA quy định những gì về quyền sở hữu trí tuệ (SHTT)?

EVFTA bao gồm nhiều cam kết về SHTT. Về nội dung, có thể phân nhóm các cam kết này thành 3 nhóm chủ yếu, gồm:

Nhóm các nguyên tắc chung:

- Nguyên tắc phù hợp WTO: EVFTA nhấn mạnh việc tiếp tục các cam kết về SHTT trong Hiệp định về các khía cạnh thương mại của quyền SHTT của WTO (Hiệp định TRIPS - The Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights);

- Nguyên tắc Tối huệ quốc (MNF - Most Favoured National): Việt Nam và EU cam kết dành cho công

Lưu ý doanh nghiệp

So với Hiệp định về các khía cạnh thương mại liên quan đến quyền SHTT (TRIPS) của WTO thì EVFTA có phạm vi điều chỉnh rộng hơn và có mức độ bảo hộ cao hơn ở một số khía cạnh. Đồng thời, theo nguyên tắc không phân biệt đối xử (nguyên tắc đối xử quốc gia - National Treatment (NT) và MFN) của Hiệp định TRIPS thì các cam kết bảo hộ SHTT trong EVFTA sẽ áp dụng đồng thời không chỉ cho chủ thể liên quan của Việt Nam, EU mà còn cho tất cả các Bên thứ ba (các nước khác). Nói cách khác, từ góc độ của Việt Nam, cam kết SHTT trong EVFTA sẽ áp dụng chung cho tất cả các chủ thể chứ không chỉ dành riêng cho EU.

Do vậy, việc thực hiện các cam kết về SHTT trong EVFTA sẽ làm thay đổi hệ thống pháp luật nội địa về SHTT của Việt Nam ở các vấn đề liên quan (đặc biệt là quyền của chủ sở hữu và vấn đề thực thi, ngăn chặn và xử lý các hành vi vi phạm các quyền SHTT).

Vì sự thay đổi đó, các đối tượng chịu ảnh hưởng hoặc tác động từ các cam kết của EVFTA về SHTT không

dân của nhau mức bảo hộ SHTT không kém hơn mức bảo hộ dành cho công dân của bất kỳ một nước thứ ba nào khác ngoại trừ các trường hợp ngoại lệ theo Điều 4, 5 TRIPS (bảo hộ theo hiệp định tư pháp quốc tế, bảo hộ các quyền của người biểu diễn, nhà sản xuất chương trình, nhà phát sóng mà không được quy định trong TRIPS...)

- *Nguyên tắc cạnh quyền*: Việt Nam và EU được quyền tự do quy định về cạnh quyền SHTT, miễn là phù hợp với TRIPS.

Trên cơ bản thì các nguyên tắc này không tạo ra thay đổi gì lớn trong nghĩa vụ của Việt Nam về vấn đề này ngoài nguyên tắc về MFN, theo đó nếu Việt Nam có cam kết mức nào cao hơn bảo hộ SHTT cho bất kỳ đối tác nào trong các thoả thuận hiện tại (ví dụ CPTPP) hoặc tương lai thì cũng phải cho đối tác EU hưởng mức tương tự.

Nhóm các cam kết về các tiêu chuẩn bảo hộ đối với từng đối tượng quyền SHTT cụ thể

Nhóm này bao gồm các cam kết về tiêu chuẩn bảo hộ cụ thể đối với từng loại trong số 8 đối tượng quyền SHTT (quyền tác giả và quyền liên quan, nhãn hiệu, chỉ dẫn địa lý, kiểu dáng công nghiệp, sáng chế, thiết kế mạch tích hợp, bí mật kinh doanh và giống

cây trồng).

Phần nhiều trong số các cam kết này cơ bản nhắc lại các nội dung tương ứng của TRIPS. Tuy nhiên, EVFTA cũng bổ sung thêm một số tiêu chuẩn bảo hộ mới, cụ thể, ở từng đối tượng quyền SHTT.

Nhóm các cam kết liên quan đến các biện pháp thực thi quyền SHTT

Thực thi quyền SHTT luôn là vấn đề nhức nhối trong thực tế thi hành pháp luật về SHTT, vì vậy cũng là chủ đề được phía EU chú trọng đàm phán trong EVFTA. Về cơ bản, EVFTA đưa ra các yêu cầu về thực thi SHTT theo hướng nghiêm khắc hơn, theo hướng:

- *Trao quyền cao hơn cho các cơ quan thực thi* (đặc biệt là cơ quan hải quan và cơ quan có thẩm quyền khác tại biên giới) và chủ sở hữu quyền;

- *Nâng mức trách nhiệm, biện pháp trừng phạt đối với chủ thể có hành vi vi phạm các quyền SHTT.*

EVFTA có cam kết gì đáng chú ý về chỉ dẫn địa lý?

Chỉ dẫn địa lý là đối tượng SHTT mà EU đặc biệt quan tâm, do EU có khá nhiều các sản phẩm được bảo hộ dưới dạng chỉ dẫn địa lý. Vì vậy các cam kết về chỉ dẫn địa lý trong EVFTA khá đồ sộ, với nội dung

đặc thù, không giống các cam kết về chỉ dẫn địa lý trong các hiệp định, thoả thuận về SHTT. Cam kết về chỉ dẫn địa lý trong EVFTA cũng có phạm vi áp dụng đặc thù, trong khi các cam kết liên quan tới các đối tượng SHTT khác trong EVFTA có phạm vi áp dụng chung cho tất cả các chủ thể.

Về *đối tượng bảo hộ*, các cam kết về chỉ dẫn địa lý trong EVFTA chỉ áp dụng đối với 3 nhóm sản phẩm có nguồn gốc từ lãnh thổ Việt Nam hoặc EU sau:

- Rượu vang, rượu mạnh;
- Nông sản;
- Thực phẩm.

Trên thực tế, 3 nhóm này cũng bao quát gần như phần lớn các sản phẩm có thể là đối tượng của chỉ dẫn địa lý.

Về *cơ chế bảo hộ*, tuy không đề cập trực tiếp nhưng EVFTA yêu cầu việc bảo hộ chỉ dẫn địa lý theo cơ chế riêng (quy trình công nhận chỉ dẫn địa lý), độc lập với cơ chế bảo hộ “nhãn hiệu”. Trên thực tế, hiện cả EU và Việt Nam đều bảo hộ chỉ dẫn địa lý theo một cơ chế riêng, độc lập với các đối tượng SHTT khác (trong khi Hoa Kỳ và một số nước khác lại bảo hộ chỉ dẫn địa lý như là một loại của nhãn hiệu, theo cơ chế bảo hộ chung của nhãn hiệu).

Về *mối quan hệ với nhãn hiệu*, EVFTA ghi nhận quyền được bảo hộ của các nhãn hiệu dù có tên gọi giống với chỉ dẫn địa lý nhưng đã được đăng ký và bảo hộ hợp pháp trước thời điểm EVFTA có hiệu lực hoặc trước ngày đơn yêu cầu bảo hộ chỉ dẫn địa lý đó được nộp cho cơ quan có thẩm quyền.

Về *các trường hợp được bảo hộ* đương nhiên, EU có 169 chỉ dẫn bảo hộ địa lý và Việt Nam có 39 chỉ dẫn bảo hộ địa lý mà hai Bên cam kết bảo hộ đương nhiên, không cần qua các thủ tục thẩm định, thông báo, khiếu nại... như quy trình thông thường. Trong tương lai, danh mục các chỉ dẫn địa lý được bảo hộ đương nhiên này có thể được rà soát lại bởi

Nhóm công tác về SHTT (trong đó có chỉ dẫn địa lý) của EVFTA.

EVFTA quy định các quy tắc bảo hộ riêng đối với các chỉ dẫn địa lý đương nhiên này, ví dụ, Việt Nam và EU phải có biện pháp pháp lý để chủ thể quyền thực hiện việc:

- Ngăn cản việc sử dụng các chỉ dẫn địa lý này có các sản phẩm không xuất phát từ khu vực địa lý của nước xuất xứ được liệt kê, hoặc xuất phát từ nước xuất xứ nhưng không được sản xuất/gia công phù hợp với pháp luật nước xuất xứ;

- Ngăn cản việc sử dụng trình bày trên nhãn mác hoặc giới thiệu theo cách khiến người tiêu dùng nhầm lẫn về xuất xứ của sản phẩm vốn không có xuất xứ tại đó;

- Các hành vi cạnh tranh không lành mạnh liên quan tới chỉ dẫn địa lý đó

Về *cơ chế đăng ký và bảo hộ* thông thường, theo EVFTA, Việt Nam và EU phải thiết lập cơ chế đăng ký và bảo hộ chỉ dẫn địa lý cho ít nhất là 3 nhóm đối tượng thuộc diện điều chỉnh bảo đảm các yêu cầu:

- Phải có một hệ thống đăng ký liệt kê rõ các chỉ dẫn địa lý đang được bảo hộ trên lãnh thổ của mình;

- Quy trình thẩm định hành chính để đưa hoặc duy trì một chỉ dẫn địa lý trên hệ thống đăng ký phải cho phép xác định được một sản phẩm có xuất xứ tại một khu vực địa lý nhất định và có chất lượng, uy tín, đặc điểm đặc thù chủ yếu nhờ vào việc sản phẩm có xuất xứ từ khu vực địa lý đó;

- Phải có quy trình cho phép các tổ chức, cá nhân có lợi ích liên quan được lên tiếng phản đối và được lắng nghe;

- Phải có quy trình cho phép điều chỉnh, hoặc đưa ra khỏi hệ thống đăng ký sau khi cân nhắc các ý kiến phản đối của các bên có lợi ích cũng như ý kiến phản biện của chủ thể quyền.

Về *việc thực thi*, EVFTA yêu cầu Việt Nam và EU phải có cơ chế pháp lý cho phép ngăn chặn việc sản

xuất, đóng gói, mua bán, quảng cáo sai, lừa đảo hoặc gây hiểu nhầm về nguồn gốc của sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý được bảo hộ. EVFTA đồng thời cũng nhấn mạnh các sản phẩm mang chỉ dẫn địa lý được bảo hộ phải tuân thủ các yêu cầu về chất lượng liên quan theo pháp luật nước sở tại.

EVFTA có cam kết gì đáng chú ý về quyền tác giả và các quyền liên quan?

EVFTA có cam kết cụ thể về nội dung và phạm vi các quyền được bảo hộ và các chủ thể được bảo hộ quyền liên quan tới khía cạnh quyền tác giả và quyền liên quan.

Trong số các cam kết này có một số nội dung đáng chú ý, với mức bảo hộ cao hơn TRIPS và pháp luật Việt Nam trước đó:

- Trong vòng 03 năm kể từ ngày EVFTA có hiệu lực, Việt Nam phải tham gia 2 hiệp định của WIPO về quyền tác giả và quyền liên quan mà hiện Việt Nam chưa phải là thành viên, bao gồm: Hiệp ước WIPO về quyền tác giả (WIPO Copyright Treaty - WTC) và Hiệp ước của WIPO về biểu diễn và bản ghi âm (WIPO Performances and Phonograms Treaty - WPPT). Nói cách khác, Việt Nam sẽ phải đáp ứng các tiêu chuẩn bảo hộ trong 2 hiệp định này;

- Một số quy định chi tiết về quyền tác giả và quyền liên quan (ví dụ quyền sao chép, quyền phân phối, quyền của người biểu diễn, quyền của nhà sản xuất, định nghĩa bản sao, hình thức chuyển quyền sở hữu...) mà pháp luật hiện hành chưa quy định rõ;

- Định nghĩa chi tiết hơn và mở rộng phạm vi các hành vi bị coi là xâm phạm các biện pháp kỹ thuật bảo vệ quyền tác giả (PTMs) và các thông tin quản lý quyền (RMI) so với quy định của pháp luật hiện hành;

- Có thể quy định về quyền của nghệ sĩ đối với việc bán lại tác phẩm (tác giả có quyền nhận một

khoản tiền bản quyền dựa trên giá bán cho mỗi lần bán lại nào bởi những người mua tác phẩm sau này).

EVFTA có cam kết gì đáng chú ý về nhãn hiệu?

So với TRIPS và pháp luật Việt Nam, cam kết về nhãn hiệu trong EVFTA có một số cam kết mới đáng chú ý sau:

- Về thủ tục đăng ký nhãn hiệu: nếu từ chối đăng ký thì cơ quan có thẩm quyền phải thông báo bằng văn bản nêu rõ lý do từ chối;

- Về hệ thống cơ sở dữ liệu về nhãn hiệu: Việt Nam phải xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu điện tử công khai về các đơn đăng ký nhãn hiệu đã công bố và các nhãn hiệu đã đăng ký;

- Căn cứ thu hồi nhãn hiệu: tiêu chí về việc không sử dụng “thực sự” nhãn hiệu trong vòng 5 năm liên tục kể từ ngày đăng ký;

- Ngoại lệ về quyền sử dụng các thuật ngữ có tính mô tả trong một nhãn hiệu đã đăng ký bởi bất kỳ ai khác miễn là sử dụng đó là trung thực, phù hợp với thực tiễn thương mại.

EVFTA có cam kết gì đáng kể về kiểu dáng công nghiệp?

So với TRIPS và pháp luật Việt Nam, cam kết về kiểu dáng công nghiệp trong EVFTA có một số điểm mới đáng chú ý sau:

- Việt Nam phải gia nhập và bảo đảm thực thi các quy định của Hiệp định Hague (La Hay) về Đăng ký quốc tế kiểu dáng công nghiệp;

- Đối tượng được bảo hộ kiểu dáng công nghiệp không chỉ bao gồm kiểu dáng tổng thể của sản phẩm hoàn chỉnh mà cả kiểu dáng của linh kiện, bộ phận của sản phẩm nếu đó là linh kiện, bộ phận đó có thể nhìn thấy được trong quá trình sử dụng thông thường của sản phẩm;

- Kiểu dáng công nghiệp phải được xem như một đối tượng có thể được bảo hộ theo quyền tác

giả;

- Không bảo hộ các kiểu dáng đương nhiên/bắt buộc (do chức năng và yêu cầu kỹ thuật đòi hỏi).

EVFTA có cam kết gì đáng chú ý gì về sáng chế?

So với TRIPS và pháp luật Việt Nam, cam kết về sáng chế trong EVFTA có một số điểm mới đáng chú ý sau:

- Quyền áp dụng Tuyên bố DOHA để tiếp cận những sáng chế về dược phẩm phục vụ cho lợi ích

cộng đồng (đặc biệt là các ngoại lệ về quyền sử dụng các sáng chế dược phẩm);

- Nghĩa vụ “bù đắp” về thời hạn bảo hộ cho các trường hợp thời gian bảo hộ sáng chế đối với dược phẩm bị rút ngắn do chậm trễ trong thủ tục cấp phép lưu hành dược phẩm.

Nguyễn Lê Hằng (Chủ tịch Hiệp hội Doanh nghiệp: Tóm lược Hiệp định Thương mại Tự do - Liên Minh châu Âu EVFTA, VCCI)

Bảng 3. Các chỉ dẫn địa lý Việt Nam được bảo hộ đương nhiên theo EVFTA

1. Nước mắm Phú Quốc	14. Xoài Hoà Lộc	27. Hồng không hạt Bảo Lâm
2. Trà Mộc Châu	15. Chuối Đại Hoàng	28. Quýt Bắc Kạn
3. Hạt cà phê Buôn Ma Thuột	16. Vỏ quế Vân Yên	29. Xoài Yên Châu
4. Bưởi Đoan Hùng	17. Mắm tôm Hậu Lộc	30. Mật ong bạc hà Mèo Vạc
5. Thanh long Bình Thuận	18. Hồng không hạt Bắc Kạn	31. Bưởi Bình Minh
6. Hoa hồi Lạng Sơn	19. Bưởi Phúc Trạch	32. Mực nướng xả miếng Hạ Long
7. Vải Thanh Hà	20. Gạo Bẩy Muối	33. Muối Bạc Liêu
8. Nước mắm Phan Thiết	21. Hạt dẻ Trùng Khánh	34. Bưởi Luận Văn
9. Gạo Hải Hậu	22. Măng cầu Bà Đen	35. Hoa mai vàng Yên tử
10. Cam Vinh	23. Cói khô Nga Sơn	36. Sò Quảng Ninh
11. Trà Tân Cương	24. Vỏ quế Trà My	37. Gạo Điện Biên
12. Gạo Hồng Dân	25. Nho Ninh Thuận	38. Vú sữa Vĩnh Kim
13. Vải Lục Ngạn	26. Bưởi Tân Triều	39. Cam cao Phong

