

TRONG SỐ NÀY

Bản tin phục vụ Doanh nghiệp số 6/2015	
Khai trương Cổng thông tin quy định điện tử Việt Nam	2
Ban hành Thông tư liên tịch hướng dẫn cơ chế quản lý tài chính đối với hoạt động xúc tiến đầu tư	2
Cần có cơ chế chính sách thu hút doanh nghiệp tham gia nghiên cứu công nghệ sinh học	3
Chuyển giao công nghệ giúp doanh nghiệp cắt giảm chi phí năng lượng và tăng lợi thế cạnh tranh	5
Công bố Cổng thông tin hỗ trợ cho doanh nghiệp nước ngoài	5
Doanh nghiệp công nghệ cao phải có trên 15 cử nhân	6
Phát động chương trình đào tạo “Mô hình kinh doanh trên môi trường số dành cho doanh nghiệp”	6
Các thương hiệu không nên vội vàng triển khai đánh giá phương tiện truyền thông	7
Dọn đường cho doanh nghiệp đầu tư vào KHCN trong nông nghiệp	9
Xác định trước mã số hàng hóa: Quy định tích cực chưa được doanh nghiệp hiểu rõ	10
Xây dựng quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp	13
Doanh nghiệp cần gì ở các vườn ươm khoa học công nghệ?	14
Diễn đàn thương hiệu Việt Nam 2015	16
Microsoft tiết lộ thời điểm ra mắt Office 365 cho doanh nghiệp	17
Thương mại điện tử là môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ	18
Facebook giúp doanh nghiệp giao tiếp với khách hàng qua tin nhắn	19
Trả lại bản chất dân sự của quyền sở hữu trí tuệ	20
Phát động chương trình đào tạo thương mại điện tử cho doanh nghiệp	24
IDP ứng dụng công nghệ tự động hóa quy trình kinh doanh	25

Khai trương Cổng thông tin quy định điện tử Việt Nam

Nhằm thúc đẩy hoạt động đầu tư và kinh doanh một cách nhanh gọn, chính xác và hiệu quả, ngày 29.6, Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) đã công bố Cổng thông tin quy định điện tử Việt Nam giai đoạn 3.

Cổng thông tin quy định điện tử Việt Nam hiện đang được áp dụng tại 7 địa phương là Hà Nội, Đà Nẵng, Bình Dương, Vĩnh Phúc, TP Hồ Chí Minh, Phú Yên, Hải Dương và Bình Định. Các doanh nghiệp, nhà đầu tư chỉ cần sử dụng và truy cập hệ thống thông tin, được thể hiện bằng các ngôn ngữ thông dụng là tiếng Việt, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc để được hướng dẫn cụ thể và đáp ứng tất cả các công đoạn liên quan đến việc triển khai thành lập, thực hiện các quy trình về đầu tư kinh doanh...

Theo đó, nhà đầu tư sẽ được chỉ dẫn những việc cần làm, địa chỉ cơ quan chức năng liên quan và có trách nhiệm giải quyết như hoàn tất thủ tục đăng ký cấp phép, thành lập doanh nghiệp; thuê đất làm nhà xưởng, khắc dấu, đăng ký mã số thuế...

Việt Nam là quốc gia đầu tiên ở khu vực Đông Nam Á triển khai thiết lập và vận hành hệ thống thông tin này. Việc khai trương Cổng thông tin quy định điện tử Việt Nam được đánh giá là bước tiến tích cực thể hiện sự chủ động cải thiện chất lượng môi trường đầu tư - kinh doanh theo hướng công khai và minh bạch hóa chính sách, quy định đối với các nhà đầu tư.

Tuy nhiên, Cổng thông tin quy định điện tử cần tạo điều kiện để người dân và doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận, sử dụng thông tin, qua đó cũng có thể theo dõi, phòng chống tham nhũng, phản biện với cơ quan chức năng trong quá trình cải cách các thủ tục.

<http://www.daibieunhandan.vn>

Ban hành Thông tư liên tịch hướng dẫn cơ chế quản lý tài chính đối với hoạt động xúc tiến đầu tư

Liên Bộ Tài chính, Kế hoạch và Đầu tư vừa ban hành Thông tư liên tịch 90/2015/TTLT-BTC-BKHĐT hướng dẫn cơ chế quản lý tài chính đối với hoạt động xúc tiến đầu tư.

Theo Thông tư, kinh phí hỗ trợ từ ngân sách nhà nước để thực hiện các hoạt động xúc tiến đầu tư nằm trong chương trình xúc tiến đầu tư đã được phê duyệt phải được sử dụng đúng mục đích, có hiệu quả, theo đúng quy định về tiêu chuẩn, chế độ chi tiêu hiện hành và mức chi cho nội dung chương trình theo quy định. Ngân sách nhà nước bố trí kinh phí cho hoạt động xúc tiến đầu tư của các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ, UBND cấp tỉnh, Ban quản lý, các tổ chức cá nhân được cơ quan nhà nước có thẩm quyền giao thực hiện các hoạt động xúc tiến đầu tư. Các đối tượng khác tham gia hoạt động xúc tiến đầu tư tự trang trải kinh phí.

Nội dung chi được Ngân sách nhà nước hỗ trợ gồm nghiên cứu, đánh giá tiềm năng, thị trường, xu hướng và đối tác đầu tư; hỗ trợ chi phí thu thập tài liệu, chi phí viết chuyên đề, báo cáo; hỗ trợ tổ chức các đoàn khảo sát, nghiên cứu trong nước và nước ngoài; tổ chức các diễn đàn, hội nghị, hội thảo, trong nước và nước ngoài. Ngân sách nhà nước cũng hỗ trợ xây dựng các ấn phẩm, tài liệu phục vụ cho hoạt động xúc tiến đầu tư gồm sách hướng dẫn, tờ rơi; hỗ trợ thực hiện các chuyên đề, bài báo, tạp chí, chương trình phát thanh, truyền hình, quảng cáo để đăng tải trên các phương tiện

thông tin đại chúng trong nước và nước ngoài; hỗ trợ chi phí thiết kế, làm quà tặng, chi phí mua và vận chuyển quà tặng cho các đối tác theo quy định...

Về định mức chi, Thông tư nêu rõ, chi hội nghị, hội thảo và công tác phí cho đối tượng đi công tác trong nước theo quyết định của cơ quan có thẩm quyền thực hiện các công việc về xúc tiến đầu tư thực hiện theo Thông tư số 97/2010/TT-BTC ngày 6.7.2010 của Bộ Tài chính quy định chế độ công tác phí, chế độ chi tổ chức các cuộc hội nghị đối với các cơ quan nhà nước và đơn vị sự nghiệp công lập. Chi tổ chức các lớp đào tạo nâng cao năng lực và kỹ năng xúc tiến đầu tư cho các cơ quan quản lý nhà nước, tổ chức hoạt động trong lĩnh vực thu hút đầu tư và doanh nghiệp thực hiện theo quy định tại Thông tư số 139/2010/TT-BTC ngày 21.9.2010 của Bộ Tài chính quy định việc lập dự toán, quản lý và sử dụng kinh phí từ ngân sách nhà nước dành cho công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công chức...

Đối với các nội dung chi chưa có chế độ hướng dẫn, các khoản chi có tính chất đặc thù như hoạt động thông tin, tuyên truyền phương tiện thông tin đại chúng trong và ngoài nước; xuất bản các ấn phẩm, sách, tài liệu; chi làm phim; chi quảng bá; chi tổ chức sự kiện, phiên dịch tại nước ngoài..., các đơn vị thực hiện hoạt động xúc tiến đầu tư phải thực hiện chào giá cạnh tranh hoặc đấu thầu theo quy định của Luật Đấu thầu và các văn bản hướng dẫn Luật Đấu thầu.

Thông tư có hiệu lực thi hành từ 1.8.

Theo Chinhphu.vn

Cần có cơ chế chính sách thu hút doanh nghiệp tham gia nghiên cứu công nghệ sinh học

Sáng 27/6, tại Hà Nội, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tổ chức Hội nghị phát triển nghiên cứu ứng dụng công nghệ sinh học trong nông nghiệp. Hội nghị nhằm đánh giá tình hình nghiên cứu công nghệ sinh học ngành nông nghiệp trong 10 năm qua và tìm ra những giải pháp thiết thực nhằm đẩy mạnh việc ứng dụng công nghệ sinh học trong tình hình mới.



Đông đảo các đại biểu tham dự Hội nghị (Ảnh: BT)

Theo báo cáo của Vụ Khoa học công nghệ và Môi trường (Bộ NN&PTNT), trong giai đoạn 2006-2014, Chương trình công nghệ sinh học nông nghiệp - thủy sản đã triển khai 214 nhiệm vụ khoa học công nghệ (lĩnh vực nông nghiệp 145 nhiệm vụ; lĩnh vực thủy sản 69 nhiệm vụ) với tổng kinh phí 551,447 tỷ đồng. Với việc nỗ lực triển khai, Chương trình đã tạo ra được một số sản phẩm tiêu biểu, cụ thể, trong lĩnh vực nông

nghiệp, đã ứng dụng công nghệ chỉ thị phân tử và chọn tạo được các giống lúa mang gen thơm, kháng sâu bệnh; giống ngô lai đơn chịu hạn; giống cam quýt và nhiều dòng giống cây trồng triển vọng đang gửi khảo nghiệm để tiến tới công nhận giống. Đồng thời đã triển khai 12 dự án vi nhân giống bằng nuôi cấy mô tế bào trên các đối tượng cây lâm nghiệp, hoa, khoai tây; tạo được nhiều chế phẩm sinh học trong bảo vệ thực vật, phân bón, cải tạo đất, xử lý môi trường,...

Trong lĩnh vực chăn nuôi, ứng dụng công nghệ chỉ thị phân tử đã xác định được các nguồn di truyền mang gen hữu hiệu phục vụ công tác lai, chọn tạo giống bò, lợn, gà; ứng dụng công nghệ sinh sản để nghiên cứu nâng cao hiệu quả sinh sản, sản lượng sữa trên bò, công nghệ bảo quản tinh dịch lợn. Trong lĩnh vực thủy sản, giai đoạn 2007- 2014 đã đưa vào phát tán và nuôi thương phẩm cá tra chọn giống tăng trưởng nhanh. Các đàn tôm sú, tôm chân trắng chọn giống đã được nuôi đánh giá tăng trưởng ở các vùng địa lý khác nhau cho kết quả tốt.

Bên cạnh những kết quả đạt được, sản phẩm ứng dụng thực tiễn của Chương trình chủ yếu mới tập trung vào các giống lúa mới, các chế phẩm vi sinh vật, các cây giống nuôi cấy mô và một vài sản phẩm khác. Đối với các lĩnh vực như chăn nuôi, thú y, cây lâm nghiệp, cây công nghiệp, cây trồng biến đổi gen chưa có nhiều kết quả ứng dụng thực tiễn. Sản phẩm của lĩnh vực thủy sản còn nhiều hạn chế, mới tạo ra chủ yếu các sản phẩm trung gian; đồng thời số đề tài ứng dụng công nghệ gen còn ít, hiệu quả chưa cao.

Lĩnh vực các đề tài, dự án triển khai còn dàn trải trên nhiều đối tượng, chưa tập trung nguồn lực vào giải quyết một số vấn đề cấp bách trên một số đối tượng. Các đối tượng cây trồng quan trọng như ngô, đậu tương, lĩnh vực chăn nuôi thú y, lâm nghiệp, phòng trị bệnh, xử lý môi trường nuôi trồng thủy sản, còn ít đề tài, dự án. Số dự án sản xuất thử nghiệm, dự án hợp tác quốc tế còn ít. Công trình công bố chủ yếu trên các tạp chí trong nước, chưa có công bố trên các tạp chí chuyên ngành quốc tế có uy tín.

Tại Hội nghị, đồng đạo các đại biểu đã đưa ra nhiều kiến nghị nhằm đẩy mạnh việc nghiên cứu, ứng dụng công nghệ sinh học trong nông nghiệp. Trong đó, các đại biểu cho rằng, nhiệm vụ Chương trình công nghệ sinh học nông nghiệp - thủy sản giai đoạn 2015-2020 cần gắn kết nhu cầu của thực tế sản xuất với hoạt động nghiên cứu thông qua việc đặt hàng nghiên cứu của các Tổng cục, Cục quản lý chuyên ngành thuộc Bộ, các Sở NN&PTNT và các doanh nghiệp. Bên cạnh đó, cần khuyến khích sự tham gia của các tổ chức, cá nhân thuộc mọi thành phần kinh tế và địa phương vào hoạt động nghiên cứu khoa học và phát triển công nghệ trong khuôn khổ nội dung của Chương trình. Đầu tư đầy đủ và dài hạn những nhiệm vụ cần thời gian để có thể tạo ra sản phẩm ứng dụng vào thực tiễn; cải tiến quá trình quản lý theo hướng thích ứng, không chỉ bám sát đề cương đã phê duyệt ban đầu mà liên tục kiểm tra giám sát và điều chỉnh kịp thời, đảm bảo phát huy tối đa nguồn lực đầu tư cho đến sản phẩm cuối cùng.

Phát biểu tại Hội nghị, Bộ trưởng Bộ NN&PTNT Cao Đức Phát cho rằng, công tác thúc đẩy nghiên cứu ứng dụng công nghệ sinh học trong nông nghiệp là điều hết sức cần thiết nhằm nâng cao sức cạnh tranh của ngành nông nghiệp nước nhà với các nước trong khu vực và thế giới. Thực hiện Chương trình nghiên cứu và ứng dụng công nghệ sinh học, Việt Nam đã đạt được những kết quả về nâng cao năng lực chuyên môn, chọn tạo giống lúa, cây ăn quả, sản xuất vắc xin,... Tuy nhiên, theo Bộ trưởng Cao Đức Phát, các kết quả nghiên cứu chọn tạo chưa nhiều và chưa thể hiện tính vượt trội; chưa hình thành ngành công nghiệp công nghệ sinh học, tiềm lực công nghệ sinh học nhìn chung vẫn còn thấp.

Bởi vậy, theo Bộ trưởng Cao Đức Phát, giải pháp quan trọng nhất là cần tạo được cơ chế chính sách rộng mở để xã hội quan tâm, các doanh nghiệp tham gia cùng nghiên cứu công nghệ sinh học. Những kết quả nghiên cứu cần hướng vào việc ứng dụng trong thực tiễn cuộc sống. Bên cạnh đó, cần thay đổi tư duy về phát triển ứng dụng công nghệ sinh học trong nông nghiệp, cần có cách nhìn toàn diện và tổng thể theo một hệ thống đồng bộ; đồng thời cần tập trung thực hiện hiệu quả các đề tài, nghiên cứu và hơn hết rất cần sự nỗ lực của các bên tham gia trong quá trình nghiên cứu và ứng dụng công nghệ sinh học./.

<http://dangcongsan.vn>

Chuyển giao công nghệ giúp doanh nghiệp cắt giảm chi phí năng lượng và tăng lợi thế cạnh tranh

Theo ECC HCMC, tiết kiệm năng lượng đang là vấn đề được quan tâm hàng đầu của nhiều doanh nghiệp. Bản chất của tiết kiệm năng lượng chính là đổi mới công nghệ và quản lý sản xuất. Nếu được tư vấn xây dựng lộ trình đổi mới công nghệ rõ ràng, trong đó định lượng được chi phí đầu tư cũng như hiệu quả đạt được và thời gian hoàn vốn cụ thể... doanh nghiệp hoàn toàn có thể tự tin đầu tư và nắm chắc hiệu quả thu được.

Cụ thể như trước đây, chi phí năng lượng của Saigon Tourist chiếm 20% trong tổng chi phí hoạt động, sau khi ECC HCMC tư vấn đầu tư hàng loạt các giải pháp tiết kiệm năng lượng, trong đó có nhiều công nghệ tiên tiến trên thế giới được ứng dụng, con số này hiện nay là 12%. Tương tự như vậy ở TCT Cấp nước thành phố, với việc lắp biến tần giúp điều tiết tải, chi phí điện năng giảm đến 20% so với trước.

ECC HCMC cho biết, đã và đang đẩy mạnh hoạt động gặp gỡ xúc tiến công nghệ để chuyển giao các công nghệ tiên tiến, TKNL trong các ngành chủ lực tại TP. HCM.

<http://www.khoahocphothong.com.vn>

Công bố Cổng thông tin hỗ trợ cho doanh nghiệp nước ngoài

Ngày 2/7, tại Thành phố Hồ Chí Minh, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã phối hợp với Diễn đàn Thương mại và Phát triển Liên hợp quốc (UNCTAD) tổ chức công bố Cổng thông tin eRegulations Việt Nam.

Đây là một công cụ mới nhằm hỗ trợ cho các nhà đầu tư nước ngoài dựa trên cơ sở dữ liệu trực tuyến, góp phần mang lại sự minh bạch toàn diện đối với các thủ tục đầu tư nước ngoài tại Việt Nam.

Ông Nguyễn Nội, Phó Cục trưởng Cục Đầu tư nước ngoài nhấn mạnh, cổng thông tin eRegulations Việt Nam là bộ quy trình trực tuyến hướng dẫn từng bước về thủ tục thành lập doanh nghiệp tại Việt Nam đối với nhà đầu tư nước ngoài. Đồng thời cung cấp thông tin chi tiết và cập nhật về cơ quan cần đến, người cần gặp, hồ sơ cần nộp, kết quả nhận được và mức phí phải nộp...

Tính đến thời điểm này, Cổng thông tin eRegulations Việt Nam đã được triển khai tương đối hoàn chỉnh ở 7 tỉnh, thành phố gồm Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Hải Dương, Phú Yên, Vĩnh Phúc, Bình Định, Đà Nẵng

Cổng thông tin có nhiều ngôn ngữ khác nhau như tiếng Việt, Anh, Hàn Quốc, Trung Quốc, Nhật Bản..., tại địa chỉ <http://vietnam.eregulations.org>

Nhận định về Cổng thông tin eRegulations Việt Nam, ông Frank Grozel, chuyên gia UNCTAD cho biết, thông qua Cổng thông tin eRegulations Việt Nam, các nhà đầu tư sẽ tiết kiệm được thời gian, chi phí trong việc tìm hiểu những thủ tục, quy trình đầu tư, kinh doanh tại các địa phương.

Còn đối với cơ quan nhà nước, thông tin eRegulations Việt Nam sẽ phát huy hữu ích trong việc hỗ trợ công tác xúc tiến thương mại, công khai và minh bạch thủ tục hành chính, tăng cường thu hút đầu tư...

Hiện tại trên thế giới có gần 30 quốc gia tham gia hệ thống eRegulations, trong đó Việt Nam là quốc gia đầu tiên ở châu Á triển khai./

<http://dangcongsan.vn>

Doanh nghiệp công nghệ cao phải có trên 15 cử nhân

Những đơn vị này cũng phải có 70% doanh thu thuần từ sản phẩm công nghệ cao, theo quy định Thủ tướng mới ký ban hành.

Theo tiêu chí xác định doanh nghiệp công nghệ cao vừa được Thủ tướng ban hành, các đơn vị phải đáp ứng quy định tại Điều 75 của Luật đầu tư, quy định về loại hình này. Đồng thời, các doanh nghiệp này phải đáp ứng 3 tiêu chí khác. Thứ nhất là doanh thu từ sản phẩm công nghệ cao của doanh nghiệp phải đạt ít nhất 70% trong tổng doanh thu thuần hàng năm.

Bên cạnh đó, tổng chi cho hoạt động nghiên cứu và phát triển được thực hiện tại Việt Nam trên doanh thu thuần hàng năm đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ phải đạt ít nhất 1%. Đối với các doanh nghiệp có tổng nguồn vốn trên 100 tỷ đồng và tổng số lao động trên 300 người tỷ lệ này phải đạt tối thiểu 0,5%.

Ngoài ra, đối với nhóm doanh nghiệp vừa và nhỏ, số lượng lao động có trình độ chuyên môn từ đại học trở lên trực tiếp thực hiện nghiên cứu và phát triển trên tổng số lao động đạt ít nhất 5%. Đối với các doanh nghiệp có tổng nguồn vốn trên 100 tỷ đồng và tổng số lao động trên 300 người tỷ lệ này phải đạt ít nhất 2,5% nhưng không thấp hơn 15 người.

Theo Điều 75 của Luật đầu tư, doanh nghiệp công nghệ cao phải đáp ứng đủ một số các tiêu chí. Cụ thể, các đơn vị phải sản xuất sản phẩm công nghệ cao thuộc danh mục được khuyến khích phát triển. Ngoài ra, doanh nghiệp áp dụng các biện pháp thân thiện môi trường, tiết kiệm năng lượng trong sản xuất và quản lý chất lượng sản phẩm đạt tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật của Việt Nam. Trường hợp chưa có tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật của Việt Nam thì áp dụng tiêu chuẩn của tổ chức quốc tế chuyên ngành.

<http://kinhdoanh.vnexpress.net>

Phát động chương trình đào tạo “Mô hình kinh doanh trên môi trường số dành cho doanh nghiệp”

Cục thương mại điện tử và công nghệ thông tin (VECITA) - Bộ công thương vừa phát động chương trình đào tạo “Mô hình kinh doanh trên môi trường số dành cho doanh nghiệp”, trong khuôn khổ đề án “Nâng cao năng lực ứng dụng và phát triển thương mại điện tử cho doanh nghiệp” do VECITA phối hợp cùng Học viện Sage và Công ty T&A Ogilvy thực hiện.

Trong giai đoạn từ nay đến năm 2020, chương trình dự kiến sẽ huấn luyện, đào tạo khoảng 25.000 doanh nghiệp tại 24 tỉnh, thành trên cả nước.

Theo VECITA, khóa học này nhằm giúp doanh nghiệp tìm hiểu, thay đổi tư duy, cách thức kinh doanh trong môi trường cạnh tranh mới, 70% kinh phí khóa học sẽ được hỗ trợ từ nguồn vốn ngân sách. Trong năm 2015, chương trình đào tạo sẽ được tổ chức tại Hà Nội và TP.HCM vào tháng 9 và 11, với quy mô 50 doanh nghiệp mỗi khóa; từ năm 2016 sẽ mở rộng ra 24 tỉnh, thành.

Dịp này, VECITA cũng giới thiệu “Ngày mua sắm trực tuyến 2015” (OnlineFriday.vn) tổ chức vào ngày thứ sáu đầu tiên của tháng 12 hàng năm, năm nay nhằm ngày 4/12/2015, dự kiến có khoảng 2.500 doanh nghiệp tham gia, 15.000 sản phẩm khuyến mãi đăng ký, doanh số dự kiến đạt 500 tỷ đồng (khoảng 25 triệu USD).

<http://www.khoahocphothong.com.vn>

Các thương hiệu không nên vội vàng triển khai đánh giá phương tiện truyền thông

Sáu cách tuy khó thực hiện hơn nhưng hiệu quả cao hơn nhằm đánh giá lại chiến lược truyền thông của bạn.

Trong danh sách các lý thuyết là sự khó khăn về tính minh bạch, việc cắt giảm chi phí marketing, về vấn đề số lượng người xem, về việc chuyển hướng sang hệ thống mua theo chương trình (programmatic buying), Martin Sorrell là người nắm được những vấn đề này một cách thấu đáo. Tại Cannes vào tháng trước, người đứng đầu công ty quảng cáo lớn nhất thế giới, WPP, đã phát biểu rằng: hơn bao giờ hết, marketers đang bị bối rối. Dù tôi đã không đồng ý với những quan điểm này trong khứ, quan sát của ông trong trường hợp này lại khá chính xác. Cảnh quan phương tiện truyền thông đang bị phân mảnh một cách chóng mặt khiến cho bất kì marketers nào cũng cảm thấy thiếu chắc chắn về chiến lược phát triển của mình.



“Reviewmagedon.” Rất nhiều media agency gần đây đã truyền tai nhau thuật ngữ mới này.

Tuy nhiên, chúng ta không cần thêm một diễn thuyết gia giải thích một cách lý thuyết những ý nghĩa nguyên nhân đằng sau “reviewmagedon.” Thay vào đó, tôi tha thiết kêu gọi các nhãn hàng hãy dừng lại. Từ góc nhìn của bản thân, hầu như không có cách nào đảm bảo chắc chắn sự chính xác của các bảng đánh giá (reviews).

Các xu hướng trong quảng cáo thường bị nghiêm trọng hoá; các marketer nhìn thấy đối thủ của mình thực hiện một vài hoạt động, và họ nghĩ rằng có một câu trả lời kì diệu ở ngoài kia. Tôi tin rằng thay vì chọn cách làm việc vất vả hơn rất nhiều để điều phối lại với các đối tác về truyền thông và các nhà tư vấn khác, các nhãn hàng đang vung tay mình trong không khí – bỏ đi những thành quả lao động, và hy vọng rằng sẽ có thể bắt đầu lại lần nữa.

Dành rất nhiều thời gian đánh giá những quyết định về phương tiện truyền thông cho những thương hiệu như Verizon, J.P. Morgan Chase và Crayola trong những năm đầu sự nghiệp của mình tại những agency lớn, giờ đây tôi hiểu rằng đơn giản là chưa có đủ động lực để kiểm tra các phương án tiếp cận. Các bản đánh giá vừa tốn kém, vừa gây ra gián đoạn. Đặc biệt khi ở trong một môi trường truyền thông phức tạp như vậy, việc từ bỏ toàn bộ chiến lược truyền thông là không hợp lý; thay vào đó, bạn nên thiết lập một hệ thống thử nghiệm beta liên tục để nhìn ra được điều gì tạo ra được sự cộng hưởng với người tiêu dùng.

Mặc dù chúng ta đã nói khá nhiều về việc chuyển sang một quá trình mang tính “linh hoạt” hơn và “lặp đi lặp lại” hơn trong thế giới quảng cáo, tập trung sâu hơn vào sản phẩm lượng sáng tạo. Trong thực tế, việc biết cách thử nghiệm và kiểm tra với truyền thông trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Hãy cân nhắc sự thay đổi của thị trường, nội dung truyền thông được yêu thích nhất hiện nay là các kênh không đăng chiếu quảng cáo, ví dụ như các show trên kênh HBO và Netflix. Tại thời điểm mà chúng ta biết rằng người tiêu dùng đang rất sẵn sàng chi trả để thoát khỏi quảng cáo, điều quan trọng là các nhãn hàng phải dành thời gian để đánh giá lại toàn bộ chiến lược truyền thông của mình, chứ không chỉ đánh giá các đối tác truyền thông bên ngoài. Dưới đây là sáu bước các nhãn hàng có thể áp dụng:

1. Tìm được một sự đồng thuận về định nghĩa chiến lược truyền thông hiện nay.

Hầu hết mọi người đều có những định nghĩa khác nhau, điều đó gây nên những mâu thuẫn trong việc định hướng và cuối cùng dẫn đến sự thất vọng và bất mãn. Phải chăng chiến lược của bạn tập trung vào việc đặt quảng cáo ở các kênh truyền thông? Hay là nó xoay quanh vấn đề kết nối thương hiệu?

2. Quyết định ai là người sẽ đưa ra quyết định

Quyết định những người chủ chốt sẽ đưa ra quyết định hình thành định hướng cho chiến lược truyền thông.

3. Tập trung nguồn lực

Thống nhất việc phân bổ đội ngũ, đánh giá và khen thưởng để cho ra hiệu quả công việc cao nhất cho bất kì chiến lược truyền thông thay vì nhận lại những hiệu ứng ngược.

4. Đùng nghĩ về “nơi truyền tải thông điệp truyền thông”

Thay vào đó, hãy nghĩ đến việc bạn có thể làm gì để giúp thương hiệu của mình đạt được sự hấp dẫn, lòng trung thành và sự yêu quý. Bắt đầu với những thứ mà khách hàng mục tiêu của bạn quan tâm, sau đó tìm ra cách để đưa chúng cho họ. Nói cách khác, nếu khách hàng mục tiêu của bạn thích âm nhạc, đừng đặt quảng cáo của bạn trong môi trường trải nghiệm nghe nhạc,; hãy tìm một cách nào đó để đưa âm nhạc cho họ, và họ sẽ trở nên cảm kích bạn hơn. Có lẽ bạn nên nghĩ về việc “*Tôi có thể mang lại điều gì cho người khác?*” thay vì “*Tôi nên truyền tải thông điệp của nhãn hàng ở đâu?*”

5. Có lẽ bạn nên cân nhắc liệu mình đã dành quá nhiều không gian cho thông điệp.

Đây không phải vấn đề về việc cố gắng có được nhiều kênh truyền thông hơn với chi phí rẻ hơn, hoặc lấy được càng nhiều thông điệp (quảng cáo) tốt từ các agency. Điều quan trọng ở đây chính là việc biết được rằng khách hàng mục tiêu của bạn quan tâm đến điều gì, và đem những điều họ quan tâm đó tới theo những cách mà thông điệp truyền thông của thương hiệu có thể gắn kết.

6. Hãy tin tưởng vào các đối tác của bạn, đừng sa thải họ.

Việc cảnh quan phương tiện truyền thông đang thay đổi không nên là gánh nặng của riêng các media agency, các thương hiệu không cần lo lắng và chỉ cần đánh giá hiệu quả của đối tác. Bức tranh ấy nên được cùng nhau thấu hiểu như những đối tác. Thực tế là, không ai có câu trả lời đúng cả. Cách duy nhất để làm đúng là làm việc cùng nhau như những đối tác.

Các nhãn hàng nên lùi một bước để tự đặt những câu hỏi sâu sắc hơn về chiến lược truyền thông của mình. Sẽ dễ dàng hơn rất nhiều khi cố gắng khiến cho mọi người đồng ý thực hiện một bảng media review hơn là đi sâu vào cách mà bạn và công ty của bạn xem xét, lựa chọn và đánh giá các kênh truyền thông hiệu quả hiện tại và trong tương lai.

Có rất nhiều những kênh truyền thông để bạn chọn lựa, và danh sách này lại dài hơn mỗi ngày. Điều này đồng nghĩa với việc không tồn tại một con đường tắt giúp mang thương hiệu của bạn tới mọi người. Bạn cần phải bình tĩnh và thử nghiệm. Sẽ có những lúc ta đánh trúng đích, nhưng cũng không thể tránh khỏi những cú đánh trượt. Nhưng chỉ cần bạn chấp nhận một sự thật rằng không phải bất kì nỗ lực nào của bạn cũng tác động một cách tích cực lên chỉ số ROI của bạn, thì bạn và các agency sẽ đạt được thành công trong hiện tại, và lên kế hoạch chắc chắn cho tương lai

<http://www.canthostnews.vn>

Dọn đường cho doanh nghiệp đầu tư vào KHCN trong nông nghiệp

Chính sách thu hút doanh nghiệp (DN) đầu tư vào khoa học công nghệ (KHCN) nhiều, nhưng DN chỉ đầu tư khi có lợi. DN chưa mặn mà đầu tư vào lĩnh vực này, có nghĩa là chính sách chưa tạo thuận lợi cho họ.

Đây là ý kiến của đại diện Học viện Nông nghiệp Việt Nam tại hội thảo “Cơ chế, chính sách khuyến khích DN đầu tư vào nghiên cứu, ứng dụng và chuyển giao KHCN trong nông nghiệp” do Bộ NN&PTNT tổ chức ngày 2/7, tại Hà Nội.

Đại diện cho các DN đầu tư vào lĩnh vực KHCN trong nông nghiệp, ông Trần Mạnh Báo, Tổng Giám đốc Công ty Giống cây trồng Thái Bình cho biết, có tới 2 luật và hàng chục nghị định, thông tư về nông nghiệp, rất nhiều văn bản, nhưng DN cần xin cái gì cũng không biết ứng vào đâu.

Tại hội thảo, nhiều DN cho rằng, để đầu tư nghiên cứu, ứng dụng công nghệ cao đòi hỏi đầu tư một lượng tiền rất lớn. DN nông nghiệp rất khó tiếp cận được nguồn vốn lớn, dài hạn, lãi suất thấp. Chính vì vậy DN nông nghiệp bị yếu thế do công nghệ thấp, khó cạnh tranh, chi phí cao dẫn đến lợi nhuận thấp không có kinh phí để mở rộng và nghiên cứu công nghệ mới hơn.

Ông Trần Mạnh Báo cho rằng, việc xã hội hóa nghiên cứu KHCN sẽ khai thác được nguồn lực của xã hội và các đề tài nghiên cứu sẽ có hiệu quả hơn. Vì vậy, Nhà nước cần có chính sách khuyến khích đủ mạnh và tạo điều kiện cho DN nghiên cứu, ứng dụng và chuyển giao KHCN, đặc biệt là ứng dụng nghiên cứu.

Nhà nước tạo điều kiện để các DN được tiếp cận với các sản phẩm, chương trình nghiên cứu, hợp tác quốc tế và đào tạo sử dụng ngân sách Nhà nước để các DN nhanh chóng nâng cao trình độ và nhận thức về KHCN, không nên bán bản quyền.

Bộ trưởng Bộ NN&PTNT Cao Đức Phát cho rằng, tất cả các chính sách cần phải gom hết lại, chỉ nói chung “khuyến khích, tăng cường” là vô nghĩa.

Chẳng hạn như giảm thuế cho DN cần giảm như thế nào, hỗ trợ lãi suất cần hỗ trợ bao nhiêu... Chính sách nào khuyến khích DN vào nghiên cứu, chính sách nào hỗ trợ DN chuyển giao, DN nhập khẩu giống đầu dòng về thì chính sách như thế nào... Những chính sách đó phải rạch ròi để DN biết và áp dụng.

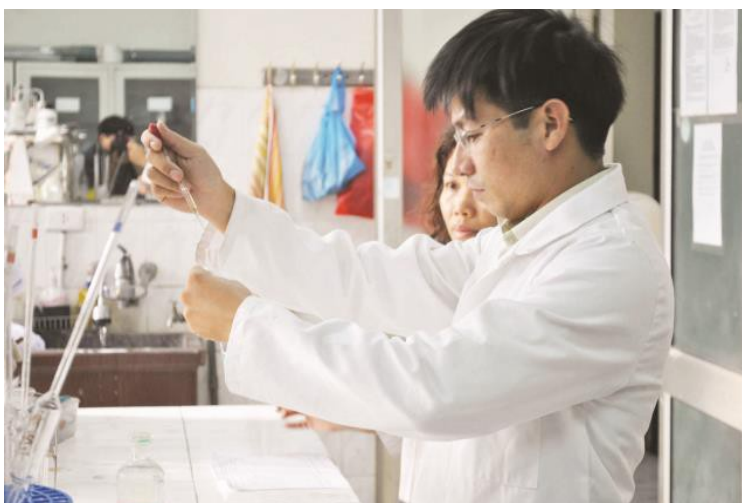
Tại hội thảo, Bộ trưởng Bộ NN&PTNT cũng chỉ đạo những công việc rất cụ thể như: Đưa thêm một số loại sản phẩm DN đã nghiên cứu và ứng dụng thành công vào danh mục hưởng ưu đãi là các sản phẩm KHCN nông nghiệp.

Bộ trưởng Cao Đức Phát cũng yêu cầu Vụ KHCN của Bộ NN&PTNT thành lập một bộ phận chuyên trách làm việc với DN. Đây sẽ là đầu mối giải quyết mọi khúc mắc của DN khi đầu tư vào KHCN trong nông nghiệp trong thời gian tới.

<http://baochinhphu.vn>

Xác định trước mã số hàng hóa: Quy định tích cực chưa được doanh nghiệp hiểu rõ

Quy định về xác định trước mã số hàng hóa, trị giá hải quan, xuất xứ của hàng hóa nhằm giúp DN chủ động tính toán trước hiệu quả kinh doanh, giảm chi phí, đồng thời giúp cơ quan Hải quan tăng hiệu quả quản lý. Song trên thực tế nhiều DN chưa hiểu rõ được quy định này.



Cán bộ Trung tâm PTPL hàng hóa XNK-TCHQ đang thực hiện phân tích các mẫu hàng hóa. Ảnh: Q.Hùng

Doanh nghiệp chủ động tính toán trước hiệu quả kinh doanh

Để giúp DN có thể yêu cầu xác định mã số hàng hóa XK, NK trước khi làm thủ tục hải quan, Tổng cục Hải quan đã triển khai thực hiện xác định trước mã số đối với hàng hoá XNK theo Công văn số 8356/BTC-TCHQ ngày 28-6-2013 về việc hướng dẫn xác định trước mã số, trị giá và thời hạn nộp thuế theo quy định của Luật Quản lý thuế sửa đổi.

Luật hóa quy định trên, tại Điều 28 Luật Hải quan 2014 đã quy định cụ thể về xác định trước mã số, xuất xứ, trị giá hải quan đối với hàng hoá. Theo đó, trường hợp người khai hải quan đề nghị cơ quan Hải quan xác định trước mã số, xuất xứ, trị giá hải quan đối với hàng hóa dự kiến XNK, người khai hải quan cung cấp thông tin, chứng từ liên quan, mẫu hàng hóa dự kiến XK, NK hoặc tài liệu kỹ thuật liên quan cho cơ quan Hải quan để cơ quan Hải quan xác định trước mã số, xuất xứ, trị giá hải quan.

Kết quả xác định trước được cơ quan Hải quan thông báo bằng văn bản, có giá trị pháp lý để cơ quan Hải quan làm thủ tục hải quan khi hàng hóa thực XNK phù hợp với thông tin, chứng từ liên quan, mẫu hàng hóa mà người khai hải quan đã cung cấp. Luật cũng quy định việc giải quyết đối với trường hợp người khai hải quan không đồng ý với kết quả xác định trước (khoản 3 Điều 28); quyền, nghĩa vụ của người khai hải quan liên quan đến xác định trước, trong lĩnh vực Hải quan (Điều 18).

Theo Phó Tổng cục trưởng Tổng cục Hải quan Vũ Ngọc Anh, đây là chuẩn mực quốc tế về tạo thuận lợi thương mại, giúp DN chủ động tính toán trước hiệu quả kinh doanh, giảm chi phí tuân thủ. Không chỉ có thế, quy định này còn giúp cơ quan Hải quan tăng hiệu quả quản lý khi thực hiện thủ tục thông quan cho hàng XNK, hạn chế các trường hợp tranh chấp giữa DN và cơ quan Hải quan về việc áp mã, xác định giá tính thuế, xuất xứ hàng hoá khi làm thủ tục thông quan.

Đây cũng được xem như một công cụ quan trọng tạo thuận lợi thương mại được khuyến nghị bởi Công ước Kyoto (sửa đổi) và được quy định trong một số Hiệp định Thương mại Tự do.

Theo các chuyên gia kinh tế, việc thực hiện quy định xác định trước mang lại lợi ích cho cả Hải quan và DN. Cơ quan Hải quan nâng cao được năng suất và hiệu quả quản lý nhờ đẩy nhanh tốc độ thông quan hàng hóa, phân bổ nguồn lực hợp lý vào các giai đoạn trước, trong và sau thông quan. Trong khi đó, DN sẽ căn cứ vào những thông tin được cung cấp trước có tính ràng buộc pháp lý để nghiên cứu thị trường, lập kế hoạch kinh doanh và tính toán lợi nhuận. Điều này làm tăng độ chắc chắn và có thể dự đoán được cho các DN khi tham gia các giao dịch thương mại quốc tế.

Có thể thấy, qua thời gian triển khai quy định xác định trước, tình trạng tranh chấp giữa Hải quan và DN liên quan đến mã số hàng hóa, trị giá và thuế suất ưu đãi từ xuất xứ đã giảm đáng kể. Mặc dù khi triển khai quy định này công việc của các CBCC tại Cục Thuế XNK và Trung tâm PTPH tăng lên nhiều lần nhưng đã nhận được phản hồi tích cực từ phía DN, cho thấy đây là một quy định tích cực, hỗ trợ rất tốt cho hoạt động XNK của DN.

Vẫn còn trường hợp bị từ chối

Được biết, đến nay, Tổng cục Hải quan đã ban hành khoảng 1.000 thông báo kết quả xác định trước mã số hàng hóa. Hầu hết hồ sơ gửi đến đều được Cục Thuế XNK giải quyết trong thời hạn 30 ngày, nhưng trường hợp hàng hóa phức tạp cũng được giải quyết trong thời hạn tối đa 60 ngày. Tuy nhiên, theo Cục Thuế XNK, vẫn còn những trường hợp bị cơ quan Hải quan trả lại hồ sơ đề nghị xác định trước mã số hàng hóa do phía DN chưa nắm rõ được quy định.

Theo quy định tại Khoản 3, Điều 24 Nghị định số 08/2015/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật Hải quan về thủ tục hải quan, kiểm tra, giám sát, kiểm soát hải quan đã có quy định Tổng cục Hải quan từ chối xác định trước mã số đối với trường hợp không đủ điều kiện, hồ sơ xác định trước mã số. Bên cạnh đó, tại Điều 7 Thông tư số 38/2015/TT-BTC đã quy định, hồ sơ đề nghị xác định trước mã số phải có mẫu hàng hóa dự kiến XK, NK.

Đơn cử như trường hợp của Công ty TNHH ISAGENIX Việt Nam, mặc dù Công ty này đã có đơn đề nghị xác định trước mã số đối với mặt hàng có tên thương mại Thức uống năng lượng E+, tuy nhiên, Tổng cục Hải quan phải trả lại hồ sơ của DN bởi hồ sơ đề nghị xác định trước mã số của Công ty không có mẫu hàng hóa.

Hay như trường hợp của Công ty Cổ phần Thương mại và XNK Thăng Long bị Tổng cục Hải quan trả lại hồ sơ với lý do mẫu hàng hóa gửi kèm theo đơn không được bảo quản đúng cách. Được biết, mẫu hàng hóa kèm theo đơn đề nghị xác định trước mã số hàng hóa đã để trần, bị lộ sáng lớp bề mặt nên cơ quan Hải quan không thể sử dụng mẫu này phân tích làm cơ sở phân loại hàng hóa theo quy định.

Tổng cục Hải quan cũng cho biết, trong trường hợp những Công ty này tiếp tục có nhu cầu xác định trước mã số hàng hóa nêu trên, Công ty phải lập đơn mới đề nghị xác định trước mã số, đồng thời phải đảm bảo mẫu hàng hóa gửi kèm hồ sơ phải được bảo quản trong điều kiện thích hợp để hàng hóa giữ nguyên được tính chất, không bị hư hỏng.

Một trường hợp khác cũng đã bị Tổng cục Hải quan trả lại hồ sơ do số lượng hàng hóa làm mẫu DN gửi tới không đủ để thực hiện các xét nghiệm phân tích, phân loại hàng hóa. Đây chính là những lưu ý cho những DN nào có ý định xác định trước mã số hàng hóa cần quan tâm.

Bên cạnh đó, theo quy định, tại điểm b khoản 1 Điều 24 Nghị định 08/2015/NĐ-CP ngày 21-1-2015 của Chính phủ quy định chi tiết và biện pháp thi hành Luật Hải quan về thủ tục hải quan, kiểm tra, giám sát, kiểm soát hải quan: Hàng hóa XK, NK cần xác định trước trị giá hải quan là hàng hóa lần đầu XK, NK hoặc có thay đổi lớn, bất thường so với trị giá hải quan mà người khai hải quan đang thực hiện hoặc là hàng hóa có tính chất đơn chiếc hoặc không có tính phổ biến hoặc không có hàng hóa giống hệt, tương tự trên thị trường để so sánh.

Vì vậy mà trường hợp của Công ty CP Vận tải & Dịch vụ Hàng hải (Tra-sas) về việc xác định trước trị giá hải quan đối với một số mặt hàng rượu NK, xuất xứ của Anh đã bị từ chối bởi mặt hàng này không phải là lần đầu XK, NK.

Đối với mỗi trường hợp bị từ chối đều được Tổng cục Hải quan có Công văn thông báo rõ ràng, trong đó hướng dẫn cụ thể về hồ sơ, thủ tục, cách lấy mẫu nếu DN vẫn tiếp tục có yêu cầu xin xác định trước mã số. Cùng với đó, Tổng cục Hải quan phối hợp với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) tuyên truyền về quy định này và hướng dẫn DN thực hiện lấy mẫu hàng hóa để phân tích phân loại.

Thủ tục, hồ sơ xin xác định trước mã số hàng hóa

Tại Điều 24 Nghị định số 08/2015/NĐ-CP ngày 21-1-2015 của Chính phủ quy định: Tổ chức cá nhân nộp đủ hồ sơ đề nghị xác định trước mã số đến Tổng cục Hải quan. Có trách nhiệm tham gia đối thoại với cơ quan Hải quan nhằm làm rõ nội dung đề nghị xác định trước mã số theo đề nghị của cơ quan Hải quan.

Thông báo bằng văn bản trong thời hạn 10 ngày làm việc kể từ ngày có sự thay đổi nào liên quan đến hàng hóa đã đề nghị xác định trước mã số, trong đó nêu nội dung, lý do, ngày, tháng, năm có sự thay đổi.

Tại Điều 7 Thông tư số 38/2015/TT-BTC ngày 25-3-2015 của Bộ Tài chính thì hồ sơ đề nghị xác định trước mã số gồm: 1 bản chính Đơn đề nghị xác định trước theo mẫu số 01/XĐTMS/TXNK Phụ lục VI ban hành kèm theo Thông tư 38; mẫu hàng hóa dự kiến XNK.

Trường hợp không có mẫu hàng, tổ chức, cá nhân phải cung cấp 1 bản chính tài liệu kỹ thuật (như bản phân tích thành phần, catalogue, hình ảnh hàng hóa), mô tả chi tiết thành phần, tính chất, cấu tạo, công dụng, phương thức vận hành của hàng hóa.

<http://www.trade.danang.gov.vn>

Xây dựng quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp

Từ ngày 02 – 3/7 tại Hà Nội, Tổ chức Sở hữu trí tuệ (SHTT) thế giới (WIPO) và Viện Sở hữu công nghiệp Pháp (INPI) phối hợp với Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam tổ chức Hội thảo vùng về xây dựng mối quan hệ hợp tác giữa trường đại học và doanh nghiệp.

Tham dự có Thứ trưởng Bộ KH&CN kiêm Cục trưởng Cục SHTT Trần Việt Thanh, Giám đốc Viện Sở hữu công nghiệp Pháp Ngài Yves Lapierre, Phó Cục trưởng Cục SHTT Lê Ngọc Lâm, Trưởng phòng Chiến lược và Hợp tác quốc tế (INPI) và hơn 50 đại biểu đến từ các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp của Campuchia, Lào và Việt Nam.

Phát biểu tại buổi Hội thảo, Thứ trưởng Trần Việt Thanh cho rằng, tri thức và đổi mới sáng tạo đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế hiện nay. Do vậy, cần tiếp tục thúc đẩy đầu tư vào hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D), trong đó có đào tạo nguồn nhân lực có chất lượng cao. Hiện nay, mối quan hệ giữa các doanh nghiệp và trường đại học luôn là một chủ đề quan trọng, đặc biệt trong môi trường kinh doanh và môi trường nghiên cứu.



Hồ ga nhựa chống triều cường và thu chất thải từ nguồn – một trong những sản phẩm thể hiện sự phối hợp giữa viện nghiên cứu và doanh nghiệp.

“Doanh nghiệp có tầm nhìn trong việc kinh doanh trong khi các trường đại học, viện nghiên cứu có thể đóng góp, chia sẻ về phương pháp luận cũng như lĩnh vực chuyên môn” Thứ trưởng cho hay.

Cũng theo Thứ trưởng Trần Việt Thanh, các trường đại học, viện nghiên cứu tập trung vào giáo dục, tạo ra tri thức mới và bí quyết công nghệ; doanh nghiệp tập trung vào việc cạnh tranh trên thương trường để thu về lợi nhuận. Theo đó, khi tiến hành hợp tác, doanh nghiệp mong muốn sự đổi mới sáng tạo, các công nghệ mới, kiến thức có giá trị cũng như giải pháp đột phá. Đồng thời, các trường đại học, viện nghiên cứu mong muốn sinh viên của họ được tiếp cận thực tiễn, thực hành các kỹ năng thông qua thực tập.

“Do vậy, sự đầu tư của cả hai phía cần thực hiện sao cho phù hợp trước khi đạt được lợi ích” Thứ trưởng chia sẻ thêm.

Trong khuôn khổ Hội thảo, các đại biểu đã cùng nhau thảo luận, đưa ra các kinh nghiệm, giải pháp phù hợp với những điều kiện hoàn cảnh khác nhau xuất phát từ những hoạt động của các cá nhân, đơn vị, doanh nghiệp,... thông qua một số tham luận như: Các cơ chế, công cụ hỗ trợ làm cầu nối giữa trường đại học, viện nghiên cứu và doanh nghiệp trong việc đổi mới sáng tạo và chuyển giao công nghệ. Chia sẻ kinh nghiệm của các chuyên gia đến từ Pháp với công tác quản lý, thúc đẩy sáng tạo đổi mới và tài sản trí tuệ tại các trường đại học, viện nghiên cứu, doanh nghiệp; Lập kế hoạch, đánh giá, định giá và tiếp thị công nghệ để thương mại hóa, chuyển giao công nghệ; Chuyển giao công nghệ, các loại hợp đồng, các điều khoản hợp đồng và các vấn đề nảy sinh thường gặp,...

<http://www.truyenthongkhoaoc.vn>

Doanh nghiệp cần gì ở các vườn ươm khoa học công nghệ?



Sản phẩm dưa lưới của Trung tâm ươm tạo doanh nghiệp nông nghiệp CNC TP.HCM

Vườn ươm doanh nghiệp công nghệ đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển các kết quả nghiên cứu khoa học có khả năng thương mại hóa từ các trường đại học, đây cũng là “lồng ấp” cho các doanh nghiệp công nghệ khởi nghiệp. Tuy nhiên, nhu cầu của doanh nghiệp đối với vườn ươm và các trường đại học cần có định hướng phát triển sản phẩm khoa học công nghệ như thế nào để đáp ứng nhu cầu của họ? Kết quả của đề tài nghiên cứu “Phân tích thực trạng và đánh giá nhu cầu tham gia vườn ươm doanh nghiệp công nghệ Trường đại học Cần Thơ” của tác giả Lê Nguyễn Đoàn Khôi, phòng quản lý khoa học, Trường đại học Cần Thơ làm rõ vấn đề này.

Khoa học nâng cao khả năng “sống sót” cho doanh nghiệp

Hiện nay, có rất nhiều hình thức hỗ trợ, một trong số đó là mô hình vườn ươm doanh nghiệp (VUDN) ở các trường đại học, viện nghiên cứu, hoặc các trung tâm công nghệ cao, các hiệp hội nghề... Đặc biệt là các trường đại học, họ xem ươm tạo doanh nghiệp là một hình thức quan trọng để chuyển giao các kết quả nghiên cứu cho thực

tiến với hoạt động đào tạo và không vì mục đích lợi nhuận, thông qua việc ươm tạo giúp doanh nghiệp thiết lập và vận hành hiệu quả, cho phép doanh nghiệp đủ lớn mạnh, đủ năng lực cạnh tranh để đứng vững và phát triển trên thị trường.

Ở Việt Nam, hoạt động ươm tạo doanh nghiệp công nghệ đã trợ giúp tổ chức, cá nhân có sở hữu công nghệ thành lập doanh nghiệp, và VUĐN công nghệ là nơi có điều kiện thuận lợi về cơ sở hạ tầng kỹ thuật và cung cấp dịch vụ, hỗ trợ cần thiết để ươm tạo công nghệ, doanh nghiệp công nghệ. VUĐN công nghệ khác biệt so với VUĐN thông thường ở một số điểm: có mối liên kết chặt chẽ với các đối tác chiến lược trong hoạt động, đặc biệt có sự cam kết bảo trợ, hợp tác mạnh mẽ của các trường đại học, viện nghiên cứu khoa học công nghệ, được thành lập trong trường đại học kỹ thuật, trung tâm công nghệ, khu công nghệ cao hay gần nơi có nguồn lực hỗ trợ kỹ thuật. Doanh nghiệp được giám sát, điều hành bởi các chuyên gia có kinh nghiệm phát triển doanh nghiệp công nghệ, thường cung cấp các dịch vụ chuyên môn kỹ thuật và các thiết bị chuyên dùng, các phòng thí nghiệm... Các trung tâm ươm tạo công nghệ này giúp cho doanh nghiệp phát triển hoạt động kinh doanh và cho ra đời các sản phẩm dựa trên công nghệ. Các VUĐN công nghệ này ươm tạo ra các công nghệ mới hay bí quyết công nghệ mới, khả thi, đủ sức mạnh cạnh tranh trên thị trường khi được sản xuất thành phẩm và có khả năng thương mại hóa.

Ở Việt Nam, các VUĐN công nghệ cũng đã được hình thành và tồn tại trong trường đại học, với thời gian hoạt động chỉ mới từ 1 đến 5 năm, nói chung vẫn còn tương đối hạn chế về số lượng. Nhìn chung, các cơ sở ươm tạo doanh nghiệp này vẫn còn đang trong giai đoạn đầu phát triển, nhưng cũng đã có một số cơ sở bắt đầu hoạt động có hiệu quả như: Vườn ươm công nghệ FPT, VUĐN công nghệ Tinh Vân, Vườn ươm CRC (Trường đại học bách khoa Hà Nội), Vườn ươm Phú Thọ (Trường đại học bách khoa TP.HCM), VUĐN chế biến thực phẩm Hà Nội (HBI), VUĐN phần mềm TP.HCM (SBI), Trung tâm ươm tạo doanh nghiệp công nghệ cao Hoà Lạc (Ban quản lý Khu công nghệ cao Hòa Lạc), Trung tâm ươm tạo doanh nghiệp công nghệ Trường đại học nông lâm...

Các doanh nghiệp có nhu cầu cao

Các doanh nghiệp được khảo sát trong nghiên cứu này bao gồm các nhóm đại diện cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL): Cần Thơ, Vĩnh Long, An Giang, và Đồng Tháp. Mỗi tỉnh, số mẫu quan sát là 50 doanh nghiệp, chủ yếu hoạt động trong 3 lĩnh vực kinh doanh chính: sản xuất, thương mại và dịch vụ.

Kết quả cho thấy, các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các tỉnh ĐBSCL có nhu cầu về dịch vụ ươm tạo cao. Cụ thể, trên 60% có nhu cầu về các dịch vụ tư vấn, trong đó về thị trường và quản trị nguồn nhân lực là khá cao (trên 50%). Do đa phần (75%) các doanh nghiệp trong đợt khảo sát chủ yếu mới thành lập và chỉ mới đi vào hoạt động trong thời gian ngắn, nên rất cần hỗ trợ tư vấn về mặt thông tin thị trường và cũng thiếu kinh nghiệm về quản trị nguồn nhân lực, cho nên nhu cầu về hai loại hình tư vấn này cao hơn các loại khác. Bên cạnh đó, nhu cầu tư vấn như: đánh giá lợi thế cạnh tranh, phân tích tài chính, tư vấn kế toán và khai báo thuế... cũng khá cao.

Rất nhiều doanh nghiệp đã mời các trường đến tận công ty để tập huấn nâng cao năng lực cho nhân viên. Đây là một việc làm rất thiết thực, có ý nghĩa, giúp cả hai bên chủ động được công tác đào tạo, đúng người, đúng việc và có hiệu quả. Hơn 70% doanh nghiệp có nhu cầu về đào tạo nguồn nhân lực, trong đó lĩnh vực marketing và quản trị kinh doanh là rất cao. Bên cạnh đó, loại hình đào tạo về quản trị tài chính, kế toán, kiểm toán, ngoại thương và chính sách kinh tế cũng là các loại hình đào tạo mà các doanh nghiệp đang rất cần.

Trong đợt khảo sát, khi được yêu cầu đánh giá mức độ khả thi của từng loại hình dịch vụ tư vấn, các doanh nghiệp đánh giá khá cao loại hình tư vấn thị trường và tư vấn quản trị nguồn nhân lực (90%). Tiếp đó là tư vấn quản lý chất lượng, phân tích tài chính, tư vấn kế toán và khai báo thuế cũng được các doanh nghiệp đánh giá là khả thi (70%). Hai loại hình được đánh giá khá thấp là dịch vụ tư vấn các thủ tục (30%), nghiệp vụ ngoại thương (20%), tư vấn thẩm định dự án đầu tư (25%). Tuy nhiên, các doanh nghiệp đánh giá mức độ khả thi của các dịch vụ dựa trên nhu cầu sử dụng của cá nhân doanh nghiệp, nguyên nhân một phần là do trong đợt khảo sát không có nhu cầu trực tiếp đối với các dịch vụ tư vấn này.

Nhìn chung, hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các tỉnh ĐBSCL đang gặp phải rất nhiều khó khăn và trở ngại, chưa nhận được sự giúp đỡ từ địa phương, đặc biệt hiện chưa có một mô hình vườn ươm nào được xây dựng nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp ở các tỉnh ĐBSCL vượt qua khó khăn và giúp tăng khả năng sống sót cho họ.

<http://www.khoahocphothong.com.vn>

Diễn đàn thương hiệu Việt Nam 2015

Sáng 4/8, tại Hà Nội, Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương) đã tổ chức Diễn đàn thương hiệu Việt Nam 2015. Đây là một trong nhiều hoạt động đa dạng, thiết thực của Tuần lễ "Tự hào thương hiệu Việt Nam" kéo dài từ 1 đến 8/8/2015.



Thứ trưởng Hồ Thị Kim Thoa phát biểu tại Diễn đàn (Ảnh: K.D)

Phát biểu khai mạc diễn đàn, Thứ trưởng Bộ Công Thương Hồ Thị Kim Thoa cho biết, Chương trình thương hiệu quốc gia (THQG) được Chính phủ Việt Nam phê duyệt từ năm 2003, đến nay đã có bước tiến dài. Năm 2014, chương trình đã lựa chọn được 63 doanh nghiệp (DN) có thương hiệu sản phẩm, hàng hoá và dịch vụ đạt THQG. Đây hầu hết là các DN lớn, đầu ngành trong nhiều lĩnh vực. Bên cạnh việc chọn lựa những DN đạt THQG, Bộ Công Thương đã hỗ trợ DN quảng bá, nâng cao giá trị thương hiệu, giúp thương hiệu hàng hóa của DN được người tiêu dùng trong và ngoài nước biết đến

nhiều hơn nữa, qua đó hình ảnh THQG Việt Nam vươn xa hơn trên thế giới, đặc biệt trong hoàn cảnh hội nhập sâu rộng như hiện nay.

Thứ trưởng Hồ Thị Kim Thoa nhấn mạnh, diễn đàn lần này là một trong những sự kiện thiết thực để hưởng ứng cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”, tôn vinh những doanh nghiệp có sản phẩm đạt chất lượng cao, bảo đảm sức cạnh tranh và được giới tiêu dùng ghi nhận. Bộ Công Thương luôn khuyến khích các đơn vị chủ động đầu tư thay đổi công nghệ, sản xuất ra những mặt hàng có mẫu mã đẹp, tiện ích, chất lượng cao và giá thành hạ để có thể cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập.

Ông Bùi Huy Sơn – Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), Tổng thư ký Chương trình THQG cũng cho biết, trong giai đoạn từ năm 2003 đến 2014, chương trình đã tổ chức các hoạt động nâng cao nhận thức và năng lực của DN về vấn đề xây dựng thương hiệu thông qua các hội thảo, diễn đàn, các lớp tập huấn, đào tạo; phát hành các ấn phẩm thông tin tuyên truyền kiến thức về xây dựng, phát triển và bảo vệ thương hiệu cho các DN.

Tại diễn đàn, nhiều chuyên gia còn đưa ra khuyến nghị, mỗi đơn vị sản xuất cần tìm hiểu các tiêu chí cụ thể và có phương án phấn đấu để đạt danh hiệu thương hiệu quốc gia, coi đó là niềm tự hào, là hành trang trên con đường kinh doanh trên thương trường. Đặc biệt, việc ý thức và tự giác xây dựng thương hiệu là việc của mỗi đơn vị nên thực hiện một cách bài bản, phải có tư vấn hoặc thuê nhà thiết kế chuyên nghiệp để đạt mục đích cao nhất.

Thời gian tới, Bộ Công Thương sẽ tiếp tục phối hợp với cơ quan chức năng, hướng tới mục tiêu làm tốt việc xây dựng thương hiệu ở cấp độ quốc gia, địa phương, DN cũng như đối với nhiều mặt hàng.

<http://dangcongsan.vn>

Microsoft tiết lộ thời điểm ra mắt Office 365 cho doanh nghiệp



Tại Hội nghị đối tác toàn cầu thường niên (WPC) năm 2015 của Microsoft đang diễn ra ở Mỹ, Microsoft tiết lộ về thời điểm ra mắt bộ Office 365 cho doanh nghiệp mang tên E5.

E5 được ra mắt vào cuối năm nay, sẽ bao gồm toàn bộ các giá trị cốt lõi về tính năng suất và khả năng cộng tác của Office 365, kèm những tính năng cải tiến nổi bật

của dịch vụ Skype for Business mới như Cloud PBX và Meeting Broadcast; tính năng phân tích xuất sắc của Power BI như Power BI Pro hay bộ phân tích Delve Organizational Analytics; các tính năng bảo mật tiên tiến khác như eDiscovery, Customer Lockbox và Advanced Threat Protection.

Bộ E5 sẽ cung cấp những cơ hội mới đột phá cho đối tác để đưa ra những cơ hội bán dịch vụ mới nhờ khả năng phân tích và truyền thông thời gian thực, và khả năng tìm kiếm khách hàng mới nhờ những tính năng bảo mật nổi trội.



Office 365
Office 365 Small Business Premium

- Word
- Excel
- PowerPoint
- OneNote PC only
- Outlook
- Publisher PC only
- Access PC only
- Lync

5 PC or Mac
1 year subscription

www.khoahocphothong.com.vn

Thương mại điện tử là môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ

Thương mại điện tử là môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ là ý kiến của Tiến sĩ Nguyễn Đình Chúc, Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu phát triển bền vững vùng (Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam) tại Hội thảo “Ảnh hưởng của internet và thương mại điện tử đến hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam” tổ chức chiều 28/7, tại Hà Nội.

Internet và thương mại điện tử hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ giảm chi phí giao dịch và tạo sân chơi bình đẳng, mở rộng phạm vi tiếp thị, mở rộng thông tin liên lạc trong và ngoài doanh nghiệp, giảm chi phí hoạt động và chi phí thông tin với các nhà cung ứng. Doanh nghiệp cũng được hỗ trợ tiếp cận thị trường quốc tế, giảm nhu cầu trung gian; duy trì chỗ đứng trên thị trường quốc tế qua thương mại hóa hiệu quả và rẻ hơn, qua nghiên cứu và phát triển giữa các doanh nghiệp; tiếp cận thông tin nhanh chóng với chi phí thấp hơn, giảm rủi ro, cũng như tiếp cận khách hàng rộng rãi hơn.

Tính đến giai đoạn 2012 - 2013, hạ tầng viễn thông, internet ở Việt Nam được hình thành và phát triển với số máy tính tăng 11%/năm, 33,2 triệu người dùng internet, tăng 12,5%/năm; tăng tổng băng thông quốc tế 35%/năm; 17,2 triệu thuê bao 3G.

Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, các nhân tố thương mại điện tử có đóng góp tích cực vào giá trị gia tăng, cung cấp cơ hội cho ý tưởng kinh doanh mới. Thực tế, trang web thương mại trực tuyến có doanh thu cao nhất trong các loại hình trang web thương mại. 87% doanh nghiệp tra cứu thông tin trên các trang web của cơ quan nhà nước tại địa phương, 48% từng sử dụng dịch vụ công trực tuyến, 33% tìm kiếm thông tin đấu thầu trên các trang web của cơ quan nhà nước, 83% cho rằng dịch vụ công trực tuyến có ích cho hoạt động của doanh nghiệp.

Công ty Đông Phương Nam với trang web www.thanhlyhangcu.com được thành lập từ năm 2010. Doanh nghiệp đã sử dụng nhiều dịch vụ thương mại điện tử như Vatgia.com, 5giay.com... và dịch vụ của công ty nước ngoài. Quảng cáo được tính theo từ khóa và nhấp chuột. Dịch vụ thương mại điện tử, quảng cáo đóng góp 60% số khách hàng của công ty, 40% số khách hàng còn lại là những khách hàng thường xuyên tiếp cận trang web của công ty. Hay như Công ty Nhà Việt với trang web www.nhaviet.com được thành lập từ năm 2011 cung cấp dịch vụ dọn vệ sinh. Trong 7 tháng đầu Công ty không sử dụng dịch vụ quảng cáo trực tuyến mà qua các dịch vụ quảng cáo truyền thống, rẻ nhưng không hiệu quả, chỉ đến khi sử dụng dịch vụ quảng cáo quốc tế do công ty dịch vụ internet trong nước cung cấp mới mang lại hiệu quả với 70% khách hàng, tăng trưởng doanh thu 100%/năm. Trong đó, chi phí 12 triệu đồng/tháng, chiếm 10% tổng doanh thu.

Tuy vậy, Tiến sĩ Chúc cho rằng, chi phí thương mại điện tử hiện nay vẫn khá cao, ước khoảng 20% tổng doanh thu; còn có nhiều thách thức về bảo vệ thương hiệu, quy mô sản xuất không đáp ứng thị trường. Quản lý qua mạng không phản ánh đúng, đủ chất lượng sản phẩm, chi phí thực không được khấu trừ. Quản lý về thương mại điện tử rất khó khăn do đây là lĩnh vực mới, nhất là đối với các nước đang phát triển. Bởi vậy, thương mại điện tử ở Việt Nam còn ở dưới mức tiềm năng, giá trị thương mại điện tử mới bằng 0,3% tổng giá trị bán lẻ; trong khi 92% người dùng internet hàng ngày. Thiếu niềm tin vào chất lượng hàng hóa, môi trường pháp luật và cơ sở hạ tầng kinh tế - xã hội còn là trở ngại./.

<http://dangcongsan.vn>

Facebook giúp doanh nghiệp giao tiếp với khách hàng qua tin nhắn

Mạng xã hội lớn nhất thế giới Facebook ngày 5/8 đã tung ra tính năng cho phép các doanh nghiệp giao tiếp cá nhân với khách hàng qua tin nhắn. Đây là một phần trong nỗ lực thúc đẩy ứng dụng tin nhắn Messenger trở thành một nền tảng độc lập của Facebook.

Với tính năng mới, trang Facebook của các doanh nghiệp bây giờ sẽ có thêm một nút "gửi tin nhắn" (send message) trong các quảng cáo xuất hiện trên Bảng tin (Newsfeed). Nút "gửi tin nhắn" này cho phép người dùng Facebook bấm gửi một tin nhắn quảng cáo. Nếu người dùng đăng một bình luận trên một trang Facebook của doanh nghiệp, doanh nghiệp sau đó có thể gửi một tin nhắn cá nhân tới người bình luận.



Ảnh minh họa. (Nguồn: Reuters)

Tính năng này là một phần nỗ lực của Facebook để thuyết phục các doanh nghiệp vừa và nhỏ - đặc biệt là những thị trường mới nổi như Ấn Độ, Brazil và Đông Nam Á - quảng cáo bán hàng trên mạng xã hội này.

Bằng cách cho doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp với khách hàng, mạng xã hội lớn nhất thế giới hy vọng sẽ cho giới kinh doanh thấy quảng cáo trên Facebook trực tiếp giúp doanh số bán hàng tăng lên.

Facebook hiện có hơn 40 triệu trang doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động, với hơn 1 tỷ lượt truy cập vào các trang này mỗi tháng./.

<http://www.tinbao24h.com>

<http://www.canthostnews.vn>

Trả lại bản chất dân sự của quyền sở hữu trí tuệ



Chúng ta vẫn chủ yếu sử dụng các biện pháp hành chính để xử lý các vi phạm, tranh chấp về sở hữu trí tuệ (SHTT), trong khi quyền SHTT là quyền dân sự. Tới đây, cần phải trả lại bản chất dân sự của quyền SHTT, tăng cường giải quyết tranh chấp SHTT thông qua tòa án chuyên trách, Chánh thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ TRẦN MINH DŨNG đã trao đổi như vậy với PV Báo ĐBND về thực thi quyền sở hữu trí tuệ trong bối cảnh hội nhập.

- *Thưa Ông, những năm qua, việc triển khai thực thi pháp luật về SHTT đã được thực hiện như thế nào?*

Chánh thanh tra Trần Minh Dũng: Đất nước ta ngày càng hội nhập sâu rộng vào sân chơi toàn cầu bằng một loạt các hiệp định thương mại song phương và đa phương, tham gia Tổ chức Thương mại thế giới (WTO)... Khi tham gia sân chơi chung, chúng ta đồng thời phải chịu sự ràng buộc về bảo hộ và thực thi quyền SHTT, đặc biệt là Hiệp định thương mại về Quyền SHTT (TRIPS), phải đáp ứng đầy đủ yêu cầu của WTO cũng như tuân thủ những yêu cầu rất chặt chẽ trong thực thi các quy định có liên quan đến SHTT trong các hiệp định thương mại tự do

Thế chế bảo vệ quyền SHTT cũng đã được hoàn thiện bằng đạo luật và các văn bản dưới luật hướng dẫn. Trong bảo vệ quyền SHTT, thời gian qua, chúng ta đã tích cực áp dụng các biện pháp hành chính để bảo vệ và tăng cường hiệu quả thực thi quyền SHTT đã được bảo hộ tại Việt Nam. Mặt khác, từ năm 2006, 9 bộ, ngành liên quan đã cùng triển khai Chương trình hành động về hợp tác phòng và chống xâm phạm quyền SHTT (Chương trình 168). Qua đó, việc xây dựng, ban hành văn bản quy phạm pháp luật trong lĩnh vực SHTT được thực hiện tích cực, số lượng và chất lượng văn bản ngày càng được nâng cao; hoạt động phối hợp xử lý tình huống, chia sẻ dữ liệu, thanh tra, kiểm tra, xử lý vi phạm được triển khai thường xuyên; công tác tuyên truyền, giáo dục được đẩy mạnh; hoạt động hợp tác đào tạo, nâng cao năng lực cán bộ thực thi và tăng cường hợp tác quốc tế về SHTT được đẩy mạnh. Tính riêng năm 2014, kết quả thực hiện Chương trình 168 đã thanh, kiểm tra hơn 18.300 các cơ sở, các vụ việc và đã xử lý hơn 18.200 các cơ sở vi phạm, tổng số tiền phạt là 73 tỷ và đã khởi tố 12 vụ với 196 bị can. Có thể thấy rằng, công tác bảo vệ và thực thi quyền SHTT thời gian qua đang được các cấp, các ngành nỗ lực đẩy mạnh.

Những nỗ lực này thể hiện trách nhiệm của Nhà nước Việt Nam trong việc thực thi các cam kết quốc tế liên quan đến SHTT. Đó đồng thời là hành động nhằm giải quyết vấn đề nội tại của đất nước khi hội nhập trong việc bảo vệ các tài sản trí tuệ nhằm khuyến khích và thúc đẩy hoạt động sáng tạo trong cộng đồng, doanh nghiệp hướng đến sự phát triển bền vững.

- Có thể thấy rằng, mặc dù chúng ta đã có nhiều cố gắng, song việc xâm phạm quyền SHTT gần đây vẫn rất nhiều và đa dạng. Thực trạng này là do chúng ta thiếu các chế tài hay do quá trình thực thi chưa nghiêm, thưa Ông?

Chánh Thanh tra Trần Minh Dũng: Mặc dù có nhiều cố gắng, song tình trạng xâm phạm quyền SHTT vẫn diễn ra rất nhiều và rất đa dạng. Chúng ta cần mổ sẻ hết các khía cạnh, nguyên nhân của thực trạng này. Trước hết, thực tế thì ở tất cả các quốc gia, kể cả các quốc gia phát triển, việc vi phạm quyền SHTT vẫn diễn ra và ngày càng tinh vi hơn. Mặt khác, nhiều doanh nghiệp Việt Nam trong một thời gian dài trước đây đã chưa coi trọng giá trị của quyền SHTT.

Cùng với đó, việc vi phạm SHTT ngày càng tinh vi đòi hỏi năng lực của lực lượng thực thi, bảo vệ quyền SHTT phải được nâng cao. Tuy nhiên, chúng ta vẫn chưa có tòa án chuyên trách để xử các tranh chấp về SHTT, chưa có các thẩm phán chuyên sâu về lĩnh vực này. Năng lực chuyên môn của lực lượng thực thi chưa được nâng cao để theo kịp với sự tinh vi, phức tạp của các vi phạm. Trong nhiều trường hợp, lực lượng thực thi vẫn phải phụ thuộc vào ý kiến chuyên môn của các cơ quan khác như cơ quan giám định, cơ quan quản lý nhà nước ở địa phương nên việc chủ động để giải quyết vấn đề khó khăn hơn.

Nhìn chung, các chế tài liên quan đến thực thi, bảo vệ quyền SHTT cơ bản bao quát được các vấn đề liên quan, đã chấm dứt được hành vi vi phạm, ngăn chặn được các hành vi tái phạm; các vi phạm đã được xử lý một cách nghiêm khắc, bảo đảm tính giáo dục, ngăn đe. Các vi phạm tùy tính chất, mức độ có thể áp dụng các biện pháp hình sự, dân sự và hành chính để xử lý. Tuy nhiên, đối với các vụ việc có mức độ tinh

Một số doanh nghiệp Việt Nam tạo được rất nhiều nhãn hiệu uy tín nhưng đã bị lấy mất như Trung Nguyên, Vinataba, Việt Tiến... Khi doanh nghiệp chưa coi tài sản trí tuệ là tài sản thì chưa có được sự chủ động xác lập, bảo vệ và phát triển; ngoài ra còn có thể vô tình xâm phạm vào quyền của người khác. Hiện nay, qua sự cọ sát với sân chơi toàn cầu và những mất mát, vấp vấp, nhiều doanh nghiệp lớn đã ý thức bảo vệ tài sản trí tuệ của mình, song các doanh nghiệp nhỏ và vừa thì còn chưa quan tâm đúng mức.

vi và phức tạp thì các cơ quan vẫn chưa thể chủ động, trong khi sự phối hợp giữa chủ thể quyền và cơ quan thực thi chưa được chặt chẽ. Như vậy, các vụ việc vi phạm SHTT ngày càng tinh vi, năng lực của cơ quan thực thi chưa được nâng cao, sự thiếu phối hợp của các chủ thể quyền... là những nguyên nhân chính khiến cho việc ngăn chặn xâm phạm quyền SHTT chưa đáp ứng yêu cầu.

- Hiện nay chủ yếu các vụ vi phạm về SHTT vẫn được xử lý bằng các biện pháp hành chính mà chưa có nhiều vụ việc tranh chấp về SHTT được xử lý qua kênh tòa án.



Tới đây, nên bảo vệ quyền SHTT bằng các biện pháp dân sự, thưa Ông?

Chánh Thanh tra Trần Minh Dũng: Quyền SHTT là quyền dân sự. Tuy nhiên, thời gian qua, trong khi các biện pháp dân sự chưa đáp ứng được yêu cầu thì các biện pháp hành chính lại đang tỏ ra hữu hiệu để bảo vệ quyền SHTT. Đây là sự nỗ lực của Nhà nước để đáp ứng nhu cầu bảo vệ quyền SHTT của tổ chức, cá nhân.

Tuy nhiên, trong quá trình triển khai áp dụng các biện pháp hành chính để xử lý các vi phạm liên quan đến SHTT đã phát sinh nhiều thách thức, đặc biệt là việc phát sinh nhiều thủ tục nằm ngoài quy định của Luật Xử phạt vi phạm hành chính. Chẳng hạn, một hành vi bình thường bị coi là vi phạm nhưng nếu có sự cho phép của chủ thể quyền thì lại không phải là vi phạm. Như vậy lại phát sinh thêm thủ tục đầu tiên là chủ thể quyền phải có đơn yêu cầu thì các cơ quan chức năng mới tiến hành kiểm tra, xử lý. Thứ hai, trong quá trình xử lý vi phạm hành chính liên quan đến SHTT, nảy sinh trường hợp cơ quan chức năng hủy bằng SHTT này, khi đó, việc xử lý, tịch thu hàng hóa vi phạm quyền SHTT nhưng quyền SHTT đó bị hủy bỏ thì trách nhiệm thuộc về ai? Hơn nữa, Luật Khiếu nại hiện cũng chưa thể điều chỉnh hết các hành vi khiếu nại liên quan đến đặc thù của lĩnh vực SHTT.

Khi đất nước hội nhập ngày càng sâu rộng thì các vụ việc liên quan đến tranh chấp quyền SHTT ngày càng lớn, cần phải có tòa án chuyên trách về SHTT, đồng thời nâng cao hiệu quả thực thi các phán quyết của tòa án cũng như tăng cường tuyên truyền để trả lại đúng cái bản chất dân sự của quyền SHTT.

Đúng ra, các vụ việc vi phạm SHTT cần phải được xử lý bằng biện pháp dân sự, thông qua tòa án. Khi đó, bên cạnh việc xử lý hành vi xâm phạm quyền, tòa án còn có quyền ra phán quyết yêu cầu bồi thường thiệt hại (các biện pháp hành chính không giải quyết yêu cầu bồi thường thiệt hại). Tuy nhiên, việc áp dụng các biện pháp dân sự trong điều kiện hiện nay đang còn gặp nhiều khó khăn, đòi hỏi phải có tòa án chuyên trách và các thẩm phán được đào tạo chuyên sâu về lĩnh vực này. Chưa kể, tập quán của người dân là ngại ra tòa nên khi có biện pháp hành chính thì đa phần lựa chọn biện pháp hành chính. Bởi lẽ, thủ tục đơn giản hơn; được các cơ quan nhà nước điều tra, thu thập chứng cứ thay vì phải tự chứng minh. Về nguyên tắc, tòa án vẫn nhận và thụ lý các vụ án liên quan đến tranh chấp quyền SHTT nhưng chỉ khi nào các vụ việc giải quyết bằng biện pháp hành chính không thỏa đáng thì họ mới ra tòa.

- Vừa qua, Hiệp hội Doanh nghiệp châu Âu tại Việt Nam có nêu ra thực trạng vi phạm quyền SHTT trực tuyến đang trở nên ngày càng nghiêm trọng. Theo Ông, cần có các giải pháp nào để xử lý việc kinh doanh bất hợp pháp các sản phẩm được bảo hộ bản quyền và hàng hoá vi phạm bản quyền trên mạng?

Chánh Thanh tra Trần Minh Dũng: Hiện nay, việc bảo vệ quyền SHTT trực tuyến đang nổi lên hai vấn đề. *Trước hết* là hành vi xâm phạm về tên miền. Theo quy định hiện hành, người nào đăng ký trước thì người đó có quyền sở hữu tên miền. Tuy nhiên, một khi cá nhân lợi dụng, đăng ký, chiếm giữ quyền sử dụng hoặc sử dụng tên miền trùng hoặc tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu, tên thương mại được bảo hộ của người khác hoặc chỉ dẫn địa lý mà mình không có quyền sử dụng nhằm mục đích chiếm giữ tên miền, lợi dụng hoặc làm thiệt hại đến uy tín, danh tiếng của nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý tương ứng thì sẽ bị xử lý theo quy định của Luật Sở hữu trí tuệ. Hiện nay, Bộ Khoa học và Công nghệ đang phối hợp với Bộ Thông tin truyền thông (cơ quan cấp tên miền) để thống nhất quy trình xử lý, thu hồi tên miền đã cấp sau khi đã có quyết định xử lý vi phạm.

Thứ hai, là tình trạng các cá nhân, tổ chức đăng ký một trang thông tin điện tử nhưng trên đó lại quảng cáo, đăng bán các sản phẩm làm giả, không chính chủ, hàng hóa vi phạm bản quyền. Đây là hành vi rất khó để xử lý. Thông thường chỉ có thể xử lý theo tội danh quảng cáo không đúng sự thật theo quy định của Luật Quảng cáo. Bởi cá nhân, tổ chức đăng tin rao bán trên trang mạng, nhưng lại thực hiện giao dịch mua bán ở một địa điểm nào đó không điều tra được thì rất khó xử lý. Khi các giao dịch bán hàng giả mà bị bắt quả tang thì mới có thể xử lý các tội danh liên quan đến buôn bán sản phẩm, dịch vụ vi phạm bản quyền, khi đó thì mới quay trở lại xử lý được phương tiện kinh doanh, ở đây là các trang web điện tử. Hơn nữa, chỉ có thể xử lý được nếu các trang tin điện tử đó ở Việt Nam, còn nếu ở nước ngoài thì rất khó xử lý. Hiện tại, chúng tôi đang tiếp tục nghiên cứu, đề xuất các biện pháp để có thể ngăn ngừa, xử lý các hành vi vi phạm quyền SHTT trực tuyến.

- Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, pháp luật về SHTT cần có các thay đổi gì để thúc đẩy sáng tạo và hội nhập thành công, thưa Ông?

Chánh Thanh tra Trần Minh Dũng: Trong quá trình đàm phán các hiệp định thương mại song phương, đa phương cũng như tham gia các tổ chức quốc tế, chúng ta đều có các cam kết và điều chỉnh các quy định pháp luật về SHTT. Pháp luật về SHTT của chúng ta cơ bản phù hợp với các quy định chung của quốc tế. Vấn đề ở đây là cần phải tiếp điều chỉnh làm sao tạo sự thống nhất trong hệ thống pháp luật liên quan đến SHTT. Đồng thời, tiếp tục bổ sung các quy định điều chỉnh các vấn đề đặc thù của lĩnh vực SHTT. Có thể, tới đây Bộ Khoa học và Công nghệ sẽ đề xuất Chính phủ trình Quốc hội sửa đổi Luật SHTT trong chương trình xây dựng luật, pháp lệnh năm 2017. Nhất là, sắp tới chúng ta sẽ gia nhập Hiệp định TPP, có rất nhiều ràng buộc chúng ta cần nghiên cứu để sửa đổi.

Để thúc đẩy sáng tạo, và thực thi các cam kết hội nhập liên quan đến SHTT, bên cạnh việc hoàn thiện các quy định pháp luật, cần phải triển khai các biện pháp đồng bộ. Chẳng hạn như tăng cường nhận thức của cộng đồng xã hội, doanh nghiệp về sự cần thiết của việc xác lập quyền và bảo vệ quyền đối với tài sản trí tuệ. Nâng cao nhận thức xã hội để tẩy chay hàng giả, hàng nhái, hàng vi phạm bản quyền, vi phạm quyền SHTT, từ đó mới tạo niềm tin và động lực cho doanh nghiệp đẩy mạnh sáng tạo, khai thác tài sản trí tuệ. Cơ quan thực thi cũng cần được nâng cao năng lực, trình độ để đáp ứng yêu cầu...

- Xin cảm ơn Ông!

<http://www.daibieunhandan.vn>

Phát động chương trình đào tạo thương mại điện tử cho doanh nghiệp

Cục thương mại điện tử - Bộ Công thương ngày 31/7 vừa tổ chức họp báo công bố và phát động chương trình đào tạo Mô hình kinh doanh trên môi trường số dành cho doanh nghiệp giai đoạn 2015-2020.



Ông Trần Duy Linh - Cục trưởng Cục TMDT, Bộ Công thương chia sẻ thông tin về chương trình dCommerce với báo giới vào chiều 31/7.

Được biết, chương trình đào tạo Mô hình kinh doanh trên môi trường số dành cho doanh nghiệp (dCommerce) nằm trong khuôn khổ Chương trình Phát triển thương mại điện tử (TMĐT) quốc gia giai đoạn 2015-2020 do Cục TMĐT - Bộ Công thương chủ trì, với sự phối hợp thực hiện của hai đối tác chính là Học viện thương hiệu - truyền thông Sage và công ty truyền thông T&A Ogilvy.

Theo kế hoạch, trong vòng 5 năm tới, chương trình sẽ đào tạo, huấn luyện cho khoảng 25.000 lượt doanh nghiệp tại 24 tỉnh/thành. Riêng từ giờ đến cuối năm 2015, chương trình sẽ mở 2 lớp đầu tiên lần lượt tại TP.HCM và Hà Nội vào tháng 9 và tháng 11, trong đó mỗi lớp gồm 50 doanh nghiệp.

Chương trình học sẽ gồm 3 phần: các kiến thức và kỹ năng TMĐT; công nghệ và công cụ hỗ trợ ứng dụng TMĐT; và các kiến thức bổ trợ, tăng cường năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp khi ứng dụng CNTT.

Ông Nguyễn Thanh Sơn - sáng lập viên Học viện Sage cho biết, đối tượng tham dự mà khóa học nhắm đến là lãnh đạo doanh nghiệp hay nhân viên có nhiệm vụ tham mưu, điều hành hay chịu trách nhiệm chính về kinh doanh, tiếp thị bởi đây sẽ là những chủ thể có thể ra quyết định cho việc thay đổi tư duy kinh doanh trong kỷ nguyên số.

Cũng theo lời ông Sơn, 100 doanh nghiệp của hai khóa đào tạo đầu tiên sẽ tạo ra 100 bài học thực tiễn (case study) cho sự thay đổi về chiến lược kinh doanh trên Internet trong tương lai, và ban tổ chức chương trình cam kết sẽ luôn đồng hành và ghi nhận các hoạt động của doanh nghiệp sau khóa học để kịp thời tư vấn, hỗ trợ khi cần thiết.

IDP ứng dụng công nghệ tự động hóa quy trình kinh doanh

Ứng dụng quản trị SAP-HANA phân tích các dữ liệu đa chiều tại doanh nghiệp để đưa ra giải pháp phù hợp, nhanh chóng, đáp ứng những yêu cầu điều hành cả ở tầm vĩ mô và vi mô.



IDP triển khai hệ thống quản trị SAP ERP trên nền tảng SAP-HANA.

Theo đại diện Công ty CP Sữa Quốc tế (IDP), do xuất hiện sau trong bối cảnh thị phần sữa trẻ em (chiếm 65% thị phần sữa) đã rơi vào tay các "ông lớn" nên IDP phải nỗ lực rất lớn, áp dụng nhiều giải pháp hiện đại, công nghệ mới vào việc kinh doanh.

Điển hình là việc sử dụng giải pháp hệ thống hoạch định nguồn lực doanh nghiệp (ERP) SAP-HANA cùng giải pháp quản lý giá Vistex. Với việc ứng dụng quản trị SAP được hỗ trợ bởi nền tảng SAP-HANA, IDP sẽ tự động hóa tất cả quy trình kinh doanh, nâng cao hiệu quả trong công tác điều hành và ra quyết định thông qua các dữ liệu đa chiều được phân tích trong thời gian thực với tốc độ nhanh nhất.

Hệ thống quản trị SAP ERP trên nền tảng SAP-HANA được IDP bắt đầu triển khai từ tháng 6 vừa qua, dự kiến sẽ hoàn tất quá trình triển khai vào cuối năm nay. Bên cạnh đó, giải pháp Vistex giúp thiết kế và thực thi các chiến lược về giá, khuyến mãi một cách uyển chuyển, hữu dụng khi thị trường sữa tiêu dùng cạnh tranh ngày càng cao.

IDP cũng hợp tác với Kerry - trung tâm nghiên cứu dinh dưỡng nổi tiếng trên toàn thế giới, để mang đến công thức dinh dưỡng Pro-Digez hỗ trợ tiêu hóa cho sữa chua thạch men sống Love'in Farm, sữa chua Love'in Farm Ba Vì và công thức Pro-Grow hỗ trợ phát triển toàn diện cho sản phẩm Love'in Farm KUN, Love'in Farm Ba Vì.



IDP hợp tác với Kerry.

Đại diện IDP cho biết việc hợp tác với các đối tác nước ngoài uy tín nâng cao chất lượng sản phẩm sữa, ứng dụng các giải pháp công nghệ hiện đại vào công tác quản trị là một phần chiến lược của công ty trong việc tận dụng cơ hội cũng như đối đầu với những thách thức khi Việt Nam gia nhập Cộng đồng Kinh tế ASEAN (AEC) vào cuối năm nay.

"Ở cuộc chơi này, yếu tố sống còn chính là chất lượng sản phẩm, giá thành, chất lượng cung cấp dịch vụ. Nếu không tự thay đổi, cải tiến cơ cấu, nâng cao chất lượng sản phẩm, các doanh nghiệp trong nước dễ bị đánh bật khỏi thị phần của chính mình", đại diện IDP nhấn mạnh.

<http://www.canhostnews.vn>