BỘ KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ
CỤC THÔNG TIN, THỐNG KÊ

BẢN TIN

KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

Số 25.2025



TIN TỨC SỰ KIỆN

01 Luật Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo định hình cách tiếp cận hoàn toàn mới

02 Hà Nội: đề xuất thành lập trung tâm đổi mới sáng tạo theo phương thức PPP

03 Phát động cuộc thi "Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao năm 2025"

04 Coolmate huy động thành công 6 triệu USD

KHỞI NGHIỆP SÁNG TẠO

05 UCTalent - Nơi nhân tài công nghệ không chỉ được tìm thấy, mà còn được phát triển

06 Hướng dẫn xây dựng chiến lược an ninh mạng cho startup

XU HƯỚNG CÔNG NGHỆ

07 7 vụ "tẩy xanh" gây chấn động thế giới



CỤC THÔNG TIN, THỐNG KÊ
24 Lý Thường Kiệt, Hoàn Kiếm, Hà Nội
Tel: (024) 38262718

LUẬT KHOA HỌC, CÔNG NGHỆ VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO ĐỊNH HÌNH CÁCH TIẾP CẬN HOÀN TOÀN MỚI

Sáng 27/6, với 435/438 đại biểu có mặt tán thành, Quốc hội thông qua Luật Khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo gồm 73 điều, có hiệu lực từ ngày 1/10/2025.



Quốc hội Khoá XV bấm nút thông qua Luật Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo.

Luật Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo góp phần thúc đẩy các hoạt động như: hình thành sàn giao dịch công nghệ, thúc đẩy chuyển giao và thương mại hóa kết quả nghiên cứu, tháo gỡ rào cản hành chính, tăng cường bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ.

Theo Bộ Khoa học và Công nghệ, trong bối cảnh thế giới đang bước vào kỷ nguyên của tri thức, khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo trở thành động lực then chốt cho mọi quốc gia phát triển. Với Việt Nam, việc ban hành Luật Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo không chỉ là yêu cầu cải cách pháp lý, mà còn là bước định hướng chiến lược, tạo nền tảng thể chế cho phát triển dựa vào trí tuệ Việt.

Luật mới ra đời trong một thời điểm đặc biệt khi cả hệ thống chính trị xác định đổi mới sáng tạo là một trong ba đột phá chiến lược. Tư duy xây dựng luật lần này không đơn thuần là sửa đổi những nội dung kỹ thuật cũ, mà là "thiết kế lại" khung thể chế để vận hành một hệ sinh thái sáng tạo mở, liên thông và hướng tới thị trường.

Luật bảo đảm định hướng phát triển bền vững

Luật Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo xác định rõ phạm vi điều chỉnh, đối tượng áp dụng cùng với các khái niệm nền tảng như khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, hệ sinh thái sáng tạo, nền tảng số và cơ sở dữ liệu quốc gia.

Các nguyên tắc vận hành được thiết lập nhằm bảo đảm định hướng phát triển bền vững, tôn trọng tự do nghiên cứu, đề cao liêm chính khoa học và thúc đẩy hội nhập quốc tế.

Ngay từ đầu, Luật đã lựa chọn phương thức quản lý theo hướng hậu kiểm, đồng thời, nâng cao quyền tự chủ cho tổ chức, cá nhân trong hoạt động khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Cũng theo Luật, lần đầu tiên, đổi mới sáng tạo được pháp điển hóa như một lĩnh vực độc lập, có vị thế tương đương với khoa học và công nghệ trong hệ thống pháp luật quốc gia. Đây là bước chuyển nhận thức quan trọng, thể hiện quan điểm coi đổi mới sáng tạo là chuỗi hoạt động liền mạch, từ hình thành ý tưởng, thử nghiệm đến ứng dụng vào thực tiễn và thương mại hóa.

Hoàn thiện hệ thống pháp luật, thúc đẩy phát triển khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo

Phạm vi điều chỉnh của luật cũng được mở rộng

bao trùm các mô hình tổ chức mới, cơ chế sản xuất sáng tạo và phương thức quản trị đổi mới trong cả khu vực công và tư. Những hoạt động trước đây ít được pháp luật công nhận như sáng kiến cộng đồng, đổi mới trong dịch vụ công, ứng dụng công nghệ số… nay chính thức trở thành một phần cấu thành của hệ sinh thái sáng tạo quốc gia.

Luật ghi nhận và đề cao vai trò của đa dạng chủ thể, từ viện nghiên cứu, trường đại học, doanh nghiệp, tổ chức trung gian đến cộng đồng công nghệ mở và các tổ chức phi lợi nhuận. Qua đó, không chỉ khu vực công, mà toàn xã hội được huy động vào tiến trình đổi mới sáng tạo toàn diện.

Thể hiện rõ vai trò kiến tạo và cơ chế quản lý của Nhà nước

Một trong những điểm nhấn về đổi mới thể chế là việc chuyển đổi mạnh từ mô hình tiền kiểm sang hậu kiểm, tập trung vào minh bạch hóa quy trình, đánh giá kết quả và quản lý rủi ro thay vì can thiệp sâu vào hoạt động ban đầu. Đây là cách tiếp cận hiện đại, phù hợp với đặc trưng linh hoạt và thử nghiệm liên tục của lĩnh vực khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Luật cũng thiết lập cơ chế "thử nghiệm có kiểm soát" (sandbox), một công cụ pháp lý mới cho phép triển khai các mô hình, công nghệ hoặc chính sách mới trong khung thời gian và phạm vi giới hạn. Cách làm này tạo điều kiện để các sáng kiến công nghệ cao như trí tuệ nhân tạo, blockchain, công nghệ y tế và giáo dục số được vận hành trong môi trường pháp lý an toàn trước khi áp dụng rộng rãi.

Đồng thời, Luật thể hiện rõ nguyên tắc bảo vệ nhà khoa học và tổ chức chủ trì khi thực hiện đúng quy trình và quy định pháp luật, dù kết quả có thể không như kỳ vọng. Điều này góp phần nuôi dưỡng tinh thần dấn thân, sáng tạo và sẵn sàng thử nghiệm vốn là những phẩm chất không thể thiếu trong một nền khoa học đổi mới và tiên phong.

Ngoài ra, vai trò kiến tạo của Nhà nước còn được thể hiện qua việc xây dựng chiến lược phát triển dài hạn, phân bổ nguồn lực minh bạch và linh hoạt cho các nhiệm vụ khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo. Luật quy định rõ trách nhiệm tài trợ, hỗ trợ hạ tầng, bảo đảm môi trường thuận lợi để các tổ chức và cá nhân có thể triển khai sáng kiến một cách hiệu quả và an toàn.

Thúc đẩy ứng dụng thực tiễn và minh bạch trong quản lý tài sản trí tuệ

Luật thiết lập cơ sở pháp lý thúc đẩy hoạt động thương mại hóa kết quả nghiên cứu và bảo hộ các hình thức chuyển giao công nghệ. Quyền sở hữu hoặc phân chia lợi ích kinh tế từ kết quả nghiên cứu được bảo đảm cho các tổ chức, cá nhân theo mức độ đóng góp, qua đó khuyến khích sự tham gia chủ động từ phía nhà khoa học và doanh nghiệp.

Đặc biệt, Luật đã tháo gỡ điểm nghẽn kéo dài nhiều năm liên quan đến cơ chế sở hữu kết quả nghiên cứu sử dụng ngân sách nhà nước. Thay vì phải xin phép lại cơ quan cấp trên, tổ chức chủ trì được mặc nhiên giao quyền sở hữu hoặc quyền sử dụng kết quả nghiên cứu. Đây là bước tiến quan trọng giúp thúc đẩy ứng dụng thực tiễn và tăng tính minh bạch trong quản lý tài sản trí tuệ.

Luật đồng thời tạo điều kiện phát triển hệ sinh thái hỗ trợ thương mại hóa với các công cụ như sàn giao dịch công nghệ, tổ chức định giá tài sản trí tuệ, các trung tâm hỗ trợ chuyển giao... giúp kết nối hiệu quả giữa nghiên cứu và sản xuất-kinh doanh. Nhà khoa học được phép nhận lợi ích kinh tế trực tiếp từ sản phẩm trí tuệ, trong khi tỷ lệ phân chia doanh thu được quy định rõ ràng nhằm bảo đảm hài hòa lợi ích giữa các bên.

Thúc đẩy chuyển đổi số toàn diện trong toàn ngành

Luật đã xác lập nền tảng số và hệ thống thông tin khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo quốc gia

với mục tiêu tăng cường kết nối dữ liệu giữa các tổ chức nghiên cứu, các doanh nghiệp và các cơ quan quản lý.

Việc cập nhật dữ liệu định kỳ trở thành trách nhiệm của các đơn vị sử dụng ngân sách công. Đồng thời, khu vực ngoài nhà nước cũng được khuyến khích đóng góp thông tin theo nguyên tắc tự nguyện và minh bạch, qua đó mở rộng kho dữ liệu mở phục vụ cộng đồng nghiên cứu và đổi mới sáng tạo.

Không chỉ là công cụ hỗ trợ quản lý, nền tảng dữ liệu còn đóng vai trò thúc đẩy chuyển đổi số toàn diện trong toàn ngành. Luật đề cao tính tích hợp, chia sẻ và đồng bộ giữa các hệ thống thông tin, tạo điều kiện để các giải pháp công nghệ được triển khai nhanh chóng, hiệu quả và đúng định hướng.

Thông qua việc số hóa quy trình quản lý, theo dõi và đánh giá hoạt động khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo, Luật đặt nền móng cho một hạ tầng dữ liệu bền vững, linh hoạt, đáp ứng yêu cầu phát triển trong kỷ nguyên số.

Thiết lập cơ chế phối hợp liên ngành giữa Bộ, ngành và địa phương

Luật quy định rõ vai trò và trách nhiệm của Chính phủ, các Bộ, ngành và chính quyền địa phương trong việc triển khai các chính sách khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo. Đặc biệt, quyền chủ động được trao cho các tỉnh, thành phố nhằm xây dựng và vận hành các chương trình khoa học và công nghệ phù hợp với điều kiện phát triển kinh tế - xã hội tại địa phương.

Qua đó, các địa phương được phép thành lập quỹ đổi mới sáng tạo, trung tâm đổi mới sáng tạo cấp tỉnh, trung tâm hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo cấp tỉnh, từ đó, xây dựng hệ sinh thái sáng tạo đặc thù, gắn liền với tiềm năng địa phương.

Luật mở rộng quyền tự chủ một cách thực chất. Các tổ chức khoa học và công nghệ có toàn quyền quyết định về định hướng nghiên cứu, mô hình hợp tác, quản trị nhân sự cũng như phân bổ nguồn lực tài chính, bao gồm cả việc sử dụng tài sản và phân chia lợi nhuận. Điều này không chỉ xóa bỏ cơ chế xin - cho đã tồn tại lâu nay, mà còn giúp các đơn vị nâng cao tính linh hoạt và năng lực cạnh tranh trong môi trường đổi mới sáng tạo hiện đại.

Bên cạnh đó, Luật cũng thiết lập cơ chế phối hợp liên ngành giữa các Bộ, ngành, địa phương trong việc giải quyết các vấn đề đa lĩnh vực có liên quan đến khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo.

Những lĩnh vực như y tế, giáo dục, nông nghiệp công nghệ cao, hay năng lượng tái tạo đòi hỏi sự điều phối chặt chẽ và đồng bộ về chính sách, nguồn lực và giải pháp công nghệ. Nhờ cơ chế này, hoạt động khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo sẽ được triển khai hiệu quả hơn, hạn chế chồng chéo và nâng cao tính liên thông giữa các cấp, các ngành trong toàn hệ thống./.

Luật Khoa học, Công nghệ và Đổi mới sáng tạo không chỉ là văn bản pháp lý, mà là một tuyên ngôn cho phát triển bằng tri thức. Với tinh thần kiến tạo, Luật mở ra không gian thể chế mới, thúc đẩy sáng tạo toàn xã hội, khuyến khích thương mại hóa nghiên cứu, phân quyền hiệu quả và gắn kết nghiên cứu với thị trường.

Trong hành trình phát triển mới của đất nước, đây là đạo luật nền tảng giúp Việt Nam tăng tốc, cạnh tranh bằng chất lượng trí tuệ, nâng cao năng lực nội sinh và vững bước trên con đường hội nhập toàn cầu.

HÀ NỘI: ĐỀ XUẤT THÀNH LẬP TRUNG TÂM ĐỔI MỚI SÁNG TẠO THEO PHƯƠNG THỨC PPP

UBND TP. Hà Nội vừa tổ chức Hội thảo chuyên đề bàn về cơ chế, chính sách ưu đãi và biện pháp hỗ trợ thu hút nguồn nhân lực công nghệ cao, thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo tại Khu Công nghệ cao Hòa Lạc.

Tại Hội nghị, Phó Chủ tịch Thường trực UBND Thành phố Lê Hồng Sơn chia sẻ, với vai trò là đầu tàu của cả nước, Thủ đô Hà Nội đang đối diện với yêu cầu phát triển lớn. Cụ thể, Thành phố đặt mục tiêu đến năm 2030 sẽ đạt tăng trưởng hai con số, với GDP bình quân đầu người từ 12.000 - 13.000 USD (hiện tại khoảng 8.000 USD), hướng tới mục tiêu trở thành một thành phố toàn cầu.

Vừa qua Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 57-NQ/TW về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số Quốc gia. Tại Hà Nội, Luật Thủ đô 2024 được ban hành cũng mở đường cho phát triển lĩnh vực khoa học, công nghệ của Thủ đô. Theo ông Lê Hồng Sơn, Hà Nội đang từng bước xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp sáng tạo, lấy Khu công nghệ cao Hòa Lạc làm hạt nhân. Hệ sinh thái này sẽ tập trung vào việc kết nối hiệu quả mô hình "5 nhà", bao gồm: Nhà nước, nhà khoa học, doanh nghiệp, nhà đầu tư và nhà truyền thông. Ngoài ra, Thành phố sẽ đầu tư mạnh vào hạ tầng khoa học, công nghệ như sàn giao dịch công nghệ, quỹ đầu tư mạo hiểm và các mô hình thử nghiệm có kiểm soát.

Hiện, Hà Nội đang tập trung xây dựng các Nghị quyết của HĐND Thành phố cụ thể hóa Luật Thủ đô về các thiết chế hỗ trợ đổi mới sáng tạo. Cụ thể, Thành phố sẽ thành lập Sàn Giao dịch công nghệ Hà Nội; Quỹ đầu tư mạo hiểm; Trung tâm đổi mới sáng tạo, vườn ươm công nghệ và doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo Hà Nội. Đây là những mô hình cần có sự đồng hành, tham gia tích cực của các trường viện, doanh nghiệp và đặc biệt là các nhà đầu tư chiến lược để phát huy hiệu quả thực tiễn, mang lại giá trị cho cộng đồng đổi mới sáng tạo của Thủ đô, giúp Hà Nội tiếp tục phát triển bền vững, từng bước thực hiện mục tiêu thoát khỏi bẫy thu nhập trung bình theo tinh thần Nghị quyết số 15-NQ/TW về phương hướng, nhiệm vụ phát triển Thủ đô Hà Nội đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Tuy nhiên, con người vẫn là yếu tố quyết định trong quá trình phát triển này. Thực tế cho thấy, dù có nhiều chính sách ưu đãi, việc thu hút nhân lực chất lượng cao vẫn chưa đạt được kỳ vọng. Nguyên nhân chính được xác định là do các chính sách chưa thực sự sát với nhu cầu của chuyên gia, đồng thời vẫn còn tồn tại các rào cản về thủ tục hành chính, nhập quốc tịch, sở hữu nhà ở và thị thực.

Ông Nguyễn Trung Chính, Chủ tịch HĐQT, Chủ tịch Điều hành Tập đoàn Công nghệ CMC cho rằng, để thu hút được nhân lực công nghệ chất lượng cao trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu ngày càng khốc liệt, Hà Nội cần không chỉ có chính sách đủ hấp dẫn, mà còn phải dám thử nghiệm những mô hình hoàn toàn mới, những cách làm đột phá và mang tính thể chế. Theo ông, để trở thành trung tâm đổi mới sáng tạo và công nghệ hàng đầu khu vực, Thành phố cần thay đổi từ cách tư duy đến cách vận hành. Một trong những kiến nghị quan trọng nhất được ông Chính nêu ra là Hà Nội cần tiên phong triển khai mô hình hợp tác "ba nhà" - bao gồm Nhà nước, Nhà khoa học



Trung tâm Đổi mới sáng tạo quốc gia (cơ sở Hòa Lạc).

và doanh nghiệp - ngay tại Khu CNC Hòa Lạc. Đây là cách để kiến tạo một hệ sinh thái đổi mới sáng tạo thực chất, trong đó doanh nghiệp là trung tâm của sáng tạo, nhà khoa học là nhân tố thúc đẩy tri thức, còn Nhà nước đóng vai trò kiến tạo chính sách, định hướng và dẫn dắt. Đây được xem là nền tảng bền vững để Hà Nội giữ chân nhân tài, đồng thời tạo ra động lực tăng trưởng mới cho cả khu vực.

Từ mô hình này, ông Chính đề xuất Thành phố thành lập Trung tâm Đổi mới sáng tạo của Hà Nội, đặt tại Hòa Lạc, với phương thức đầu tư công - quản trị tư (PPP).

Theo đó, Trung tâm có thể được vận hành theo mô hình SPV - tức một pháp nhân chuyên biệt, hoạt động với cơ chế kết hợp tài sản công, quản trị tư và nguồn lực xã hội. Đơn vị này sẽ đóng vai trò là đầu mối chiến lược để kết nối các nguồn lực R&D, đào tạo nhân lực, chuyển giao công nghệ, hình thành các vườn ươm, tổ chức hoạt động khởi nghiệp, vận hành sàn giao dịch công nghệ và đặc biệt là tạo ra không gian mở để thúc đẩy các sản phẩm Make in Vietnam từ ý tưởng đến thương mại hóa.

Bên cạnh đó, Chủ tịch CMC cũng chỉ ra một điểm nghẽn lâu nay trong phát triển công nghệ, đó là: thủ tục hành chính và cơ chế sử dụng đất đai chưa đủ linh hoạt, đồng thời, đề xuất Hà Nội cần ban hành cơ chế đặc thù riêng cho Khu CNC, trong đó, cho phép bố trí quỹ đất linh hoạt, áp dụng thủ tục gọn nhẹ và thực hiện số hóa toàn trình các bước cấp phép, vận hành. Việc này không chỉ giúp tiết kiệm thời gian cho doanh nghiệp mà còn thể hiện một hình ảnh Hà Nội năng động, sẵn sàng chuyển mình trong kỷ nguyên công nghệ.

Đặc biệt, đối với bài toán nhân lực - vấn đề trung tâm của hội thảo - ông Chính nhấn mạnh rằng chính sách hiện nay mới dừng lại ở mức khuyến khích chung. Điều mà Hà Nội cần là các cơ chế có sức hút thực sự đối với từng nhóm đối tượng chuyên gia./.



Các đại biểu tại lễ phát động ở thành phố Cần Thơ ngày 20/6/2025.

PHÁT ĐỘNG CUỘC THI "KHỞI NGHIỆP ĐỔI MỚI SÁNG TẠO LĨNH VỰC NÔNG NGHIỆP ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ CAO NĂM 2025"

Tiếp nối thành công từ Lễ công bố và phát động Cuộc thi "Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao năm 2025" được tổ chức tại TP. Hồ Chí Minh, hành trình lan tỏa tinh thần đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp trong nông nghiệp vẫn đang tiếp tục bùng nổ tại nhiều vùng miền trên cả nước.

Sau sự kiện phát động tại Cao Bằng vào ngày 18/6, các hoạt động phát động tại Hà Nội và Cần Thơ cũng đã lần lượt diễn ra vào ngày 20/6, tạo nên những điểm nhấn ấn tượng trong chuỗi hoạt động triển khai cuộc thi năm nay. Mỗi điểm phát động không chỉ khẳng định tầm nhìn chiến lược của Ban Tổ chức trong việc xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp nông nghiệp bền vững, mà còn minh chứng rõ nét cho sức nóng lan tỏa ngày càng mạnh mẽ của Cuộc thi trên phạm vi toàn quốc.

Cuộc thi được mở rộng trên quy mô toàn quốc, triển khai tại 6 vùng kinh tế - xã hội với sự chỉ đạo của UBND TP. Hồ Chí Minh. Đây là chương trình thường niên dự kiến kéo dài đến năm 2030, không chỉ tập trung ở các đô thị lớn mà còn mở rộng đến các trường đại học trên cả nước - nơi ươm mầm những ý tưởng khởi nghiệp và hình thành thế hệ trẻ năng động, sáng tạo.

Với chủ đề xuyên suốt: "Chuyển đổi số trong phát triển nông nghiệp bền vững", cuộc thi năm nay hướng đến thúc đẩy ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất, truy xuất nguồn gốc, bảo quản sau thu hoạch và phân phối nông sản. Đây là nền tảng thiết thực để phát hiện và ươm tạo những ý tưởng mới, kết nối nguồn lực, đồng thời, góp phần xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp nông nghiệp Việt Nam vươn tầm khu vực.

TS. Phạm Đình Dũng, Trưởng ban Ban Quản lý Khu Nông nghiệp Công nghệ cao, Trưởng ban Tổ chức cuộc thi, cho biết: “Trong bối cảnh nền kinh tế đang bước vào giai đoạn chuyển đổi số mạnh mẽ, ngành nông nghiệp, vốn là một trong những trụ cột quan trọng của đất nước, đang đứng trước yêu cầu cấp thiết phải đổi mới để thích ứng và phát triển bền vững và gia tăng giá trị. Ông cũng khẳng định, khởi nghiệp đổi mới sáng tạo trong lĩnh vực nông nghiệp công nghệ cao chính là một hướng đi đầy triển vọng để thúc đẩy quá trình này.

Các lĩnh vực được ưu tiên bao gồm: quản lý, sản xuất, chế biến, bảo quản trong lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao gồm: sản xuất, chế biến nấm ăn và nấm dược liệu; Cây dược liệu; Hoa lan và cây cảnh; Công nghệ tế bào thực vật; Công nghệ vi sinh; Công nghệ sinh học; Công nghệ trồng trọt; Công nghệ nuôi trồng thủy sản; Công nghệ chăn nuôi; Công nghệ sau thu hoạch; Chế phẩm sinh học. Đặc biệt, cuộc thi khuyến khích ứng dụng công nghệ thông tin, IoT, Dữ liệu Lớn (Big Data), chuỗi khối (Block chain), trí tuệ nhân tạo (AI), tự động hóa, robot, máy bay không người lái… vào quản lý, sản xuất, chế biến, bảo quản sau thu hoạch, truy xuất nguồn gốc sản phẩm trong lĩnh vực nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao.



Các đại biểu tại lễ phát động ở Thủ đô Hà Nội ngày 20/6/2025.

Cuộc thi đề cao tính đổi mới sáng tạo, sự cần thiết của thị trường, lợi thế cạnh tranh, hiệu quả kinh tế và tác động xã hội. Điểm nổi bật của cuộc thi năm nay là ưu tiên các ý tưởng và dự án đã có sản phẩm cụ thể. Ban Tổ chức khuyến khích các dự án áp dụng công nghệ tiên tiến, công nghệ mới hoặc cải tiến phù hợp với điều kiện Việt Nam. Các dự án tiềm năng sẽ được lựa chọn để tiếp tục nhận hỗ trợ trong giai đoạn ươm tạo, tiền ươm tạo và tăng tốc vào năm 2026.

Cuộc thi như một phần trong kế hoạch hành động dài hạn của ngành nông nghiệp, nhằm tạo dựng nền tảng cho thế hệ doanh nhân phát triển ngành nông nghiệp năng động, sáng tạo và làm chủ công nghệ. Trong đó, vai trò của khởi nghiệp, đổi mới sáng tạo là mắt xích quan trọng trong hình thành các chuỗi giá trị nông nghiệp công nghệ cao, gắn với kinh tế xanh, kinh tế tuần hoàn, chuyển đổi số trong nông nghiệp.

Chuỗi sự kiện phát động không chỉ là bước khởi đầu cho quá trình tuyển chọn các dự án xuất sắc, mà còn là diễn đàn kết nối giữa những người trẻ giàu khát vọng, các nhà khoa học, nhà đầu tư và doanh nghiệp - cùng hướng đến một nền nông nghiệp thông minh, xanh và phát triển bền vững./.



COOLMATE HUY ĐỘNG THÀNH CÔNG 6 TRIỆU USD

Startup thời trang nam Coolmate đã gọi vốn thành công 6 triệu USD trong vòng Series B do Quỹ đầu tư Vertex Ventures SEA & India dẫn dắt, với sự tham gia của Kairous Capital... Khoản đầu tư này giúp thương hiệu quần áo và thời trang trên thị trường trực tuyến Việt Nam này tiếp tục mở rộng ra thị trường quốc tế và tăng cường sự hiện diện bán lẻ đa kênh tại Đông Nam Á trong 2 năm tới.

Coolmate, một trong những thương hiệu quần áo và thời trang hàng đầu trên thị trường trực tuyến Việt Nam, đã hoàn tất vòng gọi vốn Series B do quỹ đầu tư Vertex Ventures SEA & India dẫn dắt, với sự tham gia của Kairous Capital. Khoản đầu tư này sẽ thúc đẩy việc mở rộng ra thị trường quốc tế, đổi mới sản phẩm, và tăng cường sự hiện diện bán lẻ đa kênh trên khắp Đông Nam Á trong 2 năm tới của Coolmate.

Kể từ khi được thành lập vào tháng 2/2019, Coolmate đã trở thành điểm mua sắm trực tuyến tin cậy cho nam giới tại Việt Nam, nổi bật với sản phẩm chất lượng và dịch vụ khách hàng xuất sắc. Coolmate hợp tác với các nhà máy may mặc uy tín, chất lượng hàng đầu tại Việt Nam để bảo đảm đưa ra các sản phẩm thiết kế đơn giản, nhưng chất lượng và giá cả hợp lý, cùng chính sách đổi trả 60 ngày không cần lý do.

Mô hình của Coolmate là cung cấp sản phẩm may mặc sản xuất tại Việt Nam, được bán trực tiếp tới tay khách hàng qua nền tảng thương mại điện tử (D2C Ecommerce) với giá cả được cho là hợp lý hơn, do tiết kiệm được nhiều các chi phí mặt bằng và bán hàng truyền thống.

Thị trường thời trang Việt Nam trị giá 6,4 tỷ USD đang phát triển mạnh nhờ tình hình kinh tế thuận lợi

và thay đổi trong thói quen mua sắm của người tiêu dùng. Coolmate đã tận dụng tốt chuỗi cung ứng nội địa để tạo ra các sản phẩm “Proudly made in Vietnam - Tự hào sản xuất tại Việt Nam" chất lượng và bền vững, sử dụng nguyên liệu thân thiện với môi trường như cotton hữu cơ và sợi tái chế, cùng với quy trình sản xuất bền vững. Cam kết này thu hút sự quan tâm của giới trẻ Việt Nam, những người ngày càng chú trọng đến môi trường và tính minh bạch.

Ông Phạm Chí Nhu, Founder & CEO của Coolmate nhấn mạnh, việc đồng hành với các quỹ đầu tư hàng đầu như Vertex Ventures SEA & India và Kairous Capital là cơ hội để thúc đẩy tăng trưởng và xây dựng một Coolmate bài bản, bền vững hơn. Đồng thời, ông khẳng định: “Chúng tôi luôn theo đuổi sứ mệnh xây dựng doanh nghiệp có trách nhiệm, tạo ảnh hưởng tích cực đến khách hàng, nhân viên và cộng đồng".

Trong khi đó, ông GenPing Liu, Đối tác tại Vertex Ventures SEA & India cho biết, Coolmate không chỉ đại diện cho thế hệ mới của các thương hiệu D2C (Bán hàng trực tiếp) nội địa tại Đông Nam Á, tận dụng tối đa lợi thế của chuỗi cung ứng đang phát triển nhanh chóng trong khu vực, mà còn thể hiện sự quyết tâm với tầm nhìn chiến lược. Nhu, với tư cách là một nhà sáng lập trẻ người Việt Nam, hiểu sâu sắc tâm lý người tiêu dùng địa phương và có khát vọng vươn ra toàn cầu, chính là biểu tượng của thế hệ doanh nhân mới đầy tài năng và năng động.

Trước đó, Coolmate trải qua 5 lần gọi vốn, tổng cộng 6,4 triệu USD. Riêng trong năm 2022, Coolmate có 3 lần huy động vốn thành công được 5,4 triệu USD từ GSR Ventures, Do Ventures, Access Ventures, CyberAgent Capital, DSG Consumer Partners…



Sản phẩm đa dạng của Coolmate, từ đồ lót đến mặc hằng ngày đến chơi thể thao.

Hồi cuối tháng 3, Coolmate công bố tầm nhìn đến năm 2030 và chiến lược phát triển từ năm 2025-2030. Theo đó, Coolmate đặt mục tiêu đến năm 2030 trở thành thương hiệu thời trang mang tính biểu tượng của Việt Nam, dẫn đầu thị trường trong nước và mở rộng ra toàn cầu. Startup này nhắm đến tăng trưởng doanh thu đạt trung bình 50% mỗi năm với mục tiêu doanh thu năm 2030 là 500 triệu USD, chỉ số EBITDA giữ ở mức trên 10%, định giá 1 tỷ USD vào năm 2030.

Về phần "go global", Coolmate sẽ mở rộng vào thị trường Đông Nam Á và Mỹ với doanh thu dự kiến chiếm 30% tổng doanh thu của công ty, đồng thời mở rộng phân khúc khách hàng sang phụ nữ và trẻ em, dự kiến sẽ chiếm 50% doanh thu vào năm 2030./.

Coolmate là thương hiệu quần áo và may mặc tại Việt Nam, xuất phát điểm từ nền tảng Online và đang phát triển nhanh chóng, chuyên cung cấp sản phẩm thời trang chất lượng cao với giá cả hợp lý, phù hợp với túi tiền của đa số người Việt. Với dịch vụ khách hàng xuất sắc, Coolmate mang đến trải nghiệm mua sắm dễ dàng và đa dạng sản phẩm, nhằm xây dựng tiêu chuẩn mới trong ngành thời trang.

UCTALENT - NƠI NHÂN TÀI CÔNG NGHỆ KHÔNG CHỈ ĐƯỢC TÌM THẤY, MÀ CÒN ĐƯỢC PHÁT TRIỂN

Trong bối cảnh thị trường tuyển dụng công nghệ ngày càng sôi động và cạnh tranh, Nguyễn Ngọc Dương - một kỹ sư viễn thông với đam mê dữ liệu và tư duy khởi nghiệp sắc bén - đã chọn cho mình con đường đầy thách thức: kiến tạo một nền tảng tuyển dụng chuyên biệt cho nhân tài Web3. UCTalent ra đời không chỉ như một sản phẩm công nghệ, mà còn là lời giải cho bài toán nhân sự mà nhiều doanh nghiệp đang loay hoay giữa cơn khát nhân lực chất lượng cao.

Từ kỹ sư viễn thông đến người xây cầu nhân lực Web3

Sinh ra và lớn lên tại Đà Nẵng, Nguyễn Ngọc Dương khởi đầu hành trình tri thức với tấm bằng Kỹ sư Viễn thông - Điện tử tại Đại học Bách khoa Đà Nẵng, trước khi giành học bổng toàn phần của chính phủ Đài Loan và theo học Thạc sĩ tại Đại học KH&CN Quốc gia Cao Hùng (Đài Loan). H

ành trình gần 15 năm trong ngành công nghệ đưa anh đi qua nhiều vị trí cốt lõi: từ phân tích dữ liệu, vận hành hệ thống đến quản lý sản phẩm ở các tập đoàn công nghệ trong và ngoài nước như 6 năm trong các startup công nghệ tại Việt Nam, 3 năm trong viễn thông, đến 4 năm trong ngành vận chuyển container quốc tế, anh đã đảm nhiệm nhiều vai trò quan trọng, áp dụng phương pháp Agile để phát triển các sản phẩm công nghệ cao.

Đảm nhiệm vai trò Head of Data Analytics tại Be Group, Senior Product Manager tại ONE Tech Stop, đồng sáng lập ZKafe, anh từng bước tích lũy trải nghiệm phát triển sản phẩm. Những trải nghiệm ấy đã nuôi dưỡng khát khao tạo ra một nền tảng công nghệ thực sự giúp con người phát huy tối đa giá trị của mình trong thị trường lao động mới - nơi mà Web3 đang trở thành nền tảng phát triển chủ đạo.

Nguyễn Ngọc Dương là Founder/CEO của UCTalent Labs Co, Ltd., nơi anh tập trung vào việc xây dựng các giải pháp và sản phẩm sáng tạo.

Tháng 1/2024, UCTalent đã cho ra phiên bản hoàn thiện đầu tiên, dự án ra mắt sàn việc làm công nghệ cao và tính năng đánh giá nghề nghiệp bằng AI. Mentor Ngọc Dương là một nhà lãnh đạo với khả năng làm việc hiệu quả với các phòng ban như công nghệ, vận hành, tài chính, marketing và bán hàng.

Theo Nguyễn Ngọc Dương, đó là khởi đầu tích cực cho một hành trình khó khăn, là giai đoạn "từ 0 đến 1" trong bối cảnh cạnh tranh với những nền tảng tuyển dụng công nghệ phổ biến như ITviec, Vietnamworks, TopCV, Linkedin..." Là một mentor tận tâm, anh không ngừng truyền cảm hứng và hỗ trợ mentee vượt qua giới hạn bản thân.

UCTalent - Khi công nghệ và con người gặp nhau đúng thời điểm

Trong bối cảnh ngành công nghiệp Web3 phát triển vượt bậc, nhu cầu về những chuyên gia có kỹ năng chuyên sâu trong lĩnh vực này đang ngày càng tăng cao. Tuy nhiên, việc tìm kiếm nhân tài đáp ứng đủ các yêu cầu chuyên môn vẫn là một thách thức lớn đối với nhiều công ty.

Để giải quyết vấn đề này, dự án UCTalent - Nền tảng tuyển dụng nhân tài Web3, ra đời như một giải pháp toàn diện, thu hẹp khoảng cách giữa các công ty Web3 và những nhân tài mà họ đang cần. Dự án này đã gây ấn tượng mạnh tại cuộc thi Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thành phố Đà Nẵng năm 2024, chứng tỏ tiềm năng to lớn trong việc cách mạng hóa

quy trình tuyển dụng trong lĩnh vực công nghệ mới mẻ này.

UCTalent là một nền tảng chuyên biệt, kết nối các công ty Web3 với nhóm chuyên gia lập trình có trình độ cao. Ngoài ra, UCTalent còn tích hợp công cụ đánh giá nghề nghiệp cá nhân bằng Trí tuệ Tổng hợp (Generative AI). Công cụ này phân tích kỹ năng và kinh nghiệm của người dùng, từ đó đưa ra các đề xuất về lộ trình phát triển sự nghiệp trong lĩnh vực Web3.

Đây là một công cụ mạnh mẽ, giúp người dùng định hướng và phát triển sự nghiệp một cách hiệu quả. Không chỉ đơn thuần là một nền tảng tuyển dụng, mà còn mang đến nhiều tính năng nổi bật giúp tối ưu hóa quy trình tuyển dụng và tìm kiếm việc làm: UCTalent kết nối các công ty Web3 với những chuyên gia có kỹ năng và kinh nghiệm trong các lĩnh vực như phát triển blockchain, hợp đồng thông minh và ứng dụng phi tập trung (dApps); Thuật toán AI của UCTalent phân tích hồ sơ và yêu cầu công việc để tìm ra những ứng viên phù hợp nhất, nâng cao khả năng tuyển dụng thành công; Giao diện thân thiện với cả người sử dụng lao động và người tìm kiếm việc làm, giúp đơn giản hóa quy trình tìm kiếm và ứng tuyển.

Các công ty Web3 khi sử dụng UCTalent sẽ được tiếp cận với nhóm nhân tài chất lượng cao, tiết kiệm thời gian và nguồn lực dành cho tuyển dụng. Hơn nữa, việc sử dụng công nghệ AI và trải nghiệm cá nhân hóa giúp tối ưu hóa quy trình tuyển dụng, dẫn đến việc tuyển dụng nhân tài nhanh hơn và hiệu quả hơn. Không chỉ vậy, UCTalent còn giúp giảm chi phí tuyển dụng bằng cách giảm thiểu thời gian và nỗ lực dành cho các quy trình tuyển dụng thủ công. Với mô hình crowdfunding tuyển dụng bằng hợp đồng thông minh, các công ty có thể mở rộng nguồn ứng viên chất lượng từ khắp nơi trên thế giới.

Đối với các chuyên gia Web3, UCTalent mang đến những cơ hội việc làm phù hợp với kỹ năng và kinh nghiệm của họ. Nền tảng này không chỉ giúp họ tìm kiếm việc làm một cách hiệu quả, mà còn giúp nâng tầm thương hiệu cá nhân thông qua việc thể hiện kỹ năng và kinh nghiệm của mình. Ngoài ra, công cụ đánh giá nghề nghiệp cá nhân của UCTalent còn giúp người dùng định hướng và phát triển sự nghiệp trong lĩnh vực Web3 một cách toàn diện.



Founder Nguyễn Ngọc Dương tại cuộc thi "Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thành phố Đà Nẵng năm 2024".

UCTalent không phải là một sàn tuyển dụng công nghệ thông thường. Dưới bàn tay kiến tạo của Nguyễn Ngọc Dương và đội ngũ đồng sáng lập, nền tảng này ra đời với một sứ mệnh rõ ràng: thu hẹp khoảng cách giữa doanh nghiệp công nghệ Web3 và những cá nhân sở hữu năng lực phù hợp - thông qua sức mạnh của công nghệ AI và blockchain.

Điểm nổi bật của UCTalent nằm ở mô hình crowdfunding tuyển dụng bằng hợp đồng thông minh, cho phép cộng đồng đóng góp token để quảng bá vị trí việc làm, từ đó thu hút ứng viên tiềm năng toàn cầu. Đây là hướng đi hoàn toàn mới trong lĩnh vực tuyển dụng, nơi mà mỗi vị trí công việc không chỉ là một yêu cầu nhân sự, mà còn là một lời mời hợp tác mở rộng từ chính cộng đồng Web3.

Bên cạnh đó, UCTalent tích hợp công cụ đánh giá nghề nghiệp cá nhân bằng Generative AI, phân tích

hồ sơ, kỹ năng, từ đó, đề xuất lộ trình phát triển sự nghiệp cho người dùng - giúp họ không chỉ tìm việc, mà còn chủ động vạch ra tương lai nghề nghiệp trong ngành công nghệ phi tập trung đầy tiềm năng.

Những con số biết nói và dấu ấn trên bản đồ khởi nghiệp



Ra mắt phiên bản đầu tiên vào tháng 1/2024, chỉ trong thời gian ngắn, UCTalent đã tiếp cận được hơn 600 người dùng, ghi nhận hơn 500 lượt ứng tuyển và đang được 3 công ty công nghệ cao sử dụng thường xuyên. Những con số ấy là minh chứng cho nhu cầu thực sự từ thị trường, đồng thời, là thước đo cho tiềm năng tăng trưởng của nền tảng.

Không dừng lại ở đó, UCTalent đã lọt vào Top 10 dự án khởi nghiệp xuất sắc nhất tại cuộc thi Khởi nghiệp đổi mới sáng tạo thành phố Đà Nẵng 2024 - SURF 2024, đồng thời ghi dấu ấn đậm nét tại DAVAS 2024 - Diễn đàn Đầu tư Thiên thần và Mạo hiểm Đà Nẵng. Tại đây, nền tảng nhận được sự quan tâm từ nhiều quỹ đầu tư trong và ngoài nước, mở ra cơ hội quan trọng để huy động nguồn lực tài chính cho các giai đoạn phát triển tiếp theo.

Tháng 6/2025, dự án UcTalent đã dành giải Ba vòng chung kết cuộc thi khởi nghiệp "Doanh nghiệp Việt Nam Toàn cầu" (GVB Startup 2025) tại thủ đô London, Vương quốc Anh.

Giá trị thật từ một nền tảng ảo

UCTalent không chỉ là nơi đăng tuyển - ứng tuyển. Đối với doanh nghiệp Web3, đây là "cầu nối vàng" giúp tiếp cận nguồn nhân lực được sàng lọc kỹ càng, tiết kiệm thời gian và chi phí nhờ quy trình đánh giá thông minh và minh bạch.

Với ứng viên, UCTalent là người bạn đồng hành định hướng lộ trình nghề nghiệp một cách thực tế và khoa học, thông qua hệ thống AI có khả năng đọc hiểu năng lực và kết nối đến đúng công ty cần họ.

Quan trọng hơn cả, UCTalent đang góp phần tạo dựng một hệ sinh thái nhân lực Web3 bền vững - nơi các bên liên quan (doanh nghiệp, ứng viên, mentor, nhà đầu tư) gặp nhau, kết nối, học hỏi và cùng phát triển.

Đường dài nên bắt đầu từ những bước chân vững vàng

"Đó là một khởi đầu tích cực cho một hành trình khó khăn, là giai đoạn từ 0 đến 1 trong bối cảnh cạnh tranh với những nền tảng tuyển dụng công nghệ phổ biến như ITviec, Vietnamworks, TopCV hay LinkedIn" - Nguyễn Ngọc Dương, đồng sáng lập UCTalent, chia sẻ.

Từ khát vọng cá nhân đến giải pháp mang tính cộng đồng, hành trình của Nguyễn Ngọc Dương cùng UCTalent là lời khẳng định rằng: khởi nghiệp không chỉ là tạo ra một sản phẩm mới, mà là kiến tạo một giá trị bền vững, giúp con người và công nghệ cùng phát triển. Và chặng đường ấy đã được bắt đầu bằng những bước chân vững vàng.

Với Nguyễn Ngọc Dương, khởi nghiệp không phải là cuộc đua để nổi bật, mà là hành trình dài để xây dựng sản phẩm công nghệ bền vững, tử tế và xứng đáng với thời đại mà anh đang sống. Và hành trình ấy, tuy mới bắt đầu, nhưng đã đủ khiến người ta tin tưởng vào một tương lai - nơi mà nhân tài công nghệ Việt có thể vươn tầm thế giới, nhờ những người dẫn đường tuy thầm lặng nhưng kiên cường như anh./.

Minh Phượng

(Tổng hợp)



HƯỚNG DẪN XÂY DỰNG CHIẾN LƯỢC AN NINH MẠNG CHO STARTUP

Các startup khởi nghiệp thường gặp khó khăn trong giai đoạn đầu khởi nghiệp, vì vậy, họ cần cân nhắc xây dựng một loạt các mục tiêu, chính sách và chiến dịch. Ngoài các yếu tố như xác định tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi, xây dựng chiến lược kinh doanh, kế hoạch marketing, quản lý tài chính, quản lý nhân sự và nhiều yếu tố khác thì vấn đề về an toàn, an ninh mạng là mối quan tâm không thể xem nhẹ để bảo vệ startup non trẻ ngay từ giai đoạn ban đầu. Thực tế, việc xây dựng một chiến lược an ninh mạng mạnh mẽ và gắn kết nên được xem là ưu tiên hàng đầu trong danh sách việc cần làm của một startup, đặc biệt nếu startup xử lý thông tin khách hàng nhạy cảm.

Chiến lược an ninh mạng là gì?

Chiến lược an ninh mạng là các kế hoạch chi tiết nhằm triển khai việc bảo vệ người dùng, dữ liệu, thông tin, thiết bị và hệ thống trong toàn startup.

Các mối đe dọa và cuộc tấn công mạng đang phát triển nhanh chóng và ngày càng tinh vi, trở thành mối đe dọa ngày càng lớn đối với startup trên toàn cầu với nhiều hình thức tấn công ngày càng khó phát hiện và kiểm soát. Chính vì vậy, các startup cần xây dựng một chiến lược bảo mật "đa lớp", nghĩa là có các chính sách, quy trình và chiến lược riêng cho thiết bị, mạng, hạ tầng, ứng dụng, v.v.

Tầm quan trọng của chiến lược an ninh mạng

Việc xây dựng và triển khai một chiến lược an

ninh mạng đa lớp mang lại nhiều lợi ích cho các startup khởi nghiệp, bao gồm:

• Căn chỉnh các yêu cầu bảo mật với kế hoạch kinh doanh tổng thể để bảo đảm rằng các hoạt động kinh doanh được bảo vệ khỏi các rủi ro tiềm ẩn và có thể duy trì hoạt động liên tục.

• Xây dựng một kế hoạch dài hạn và chi tiết để bảo vệ công ty, nhân viên và khách hàng hiệu quả.

• Giúp startup chuyển từ chiến lược "phản ứng" sang "chủ động" trong môi trường kinh doanh đầy biến động.

• Thể hiện tinh thần trách nhiệm, cam kết và tuân thủ các quy định hoặc luật pháp có liên quan (ví dụ: 2 bộ quy định GDPR (Quy định chung về bảo vệ dữ liệu) và PCI DSS (Tiêu chuẩn bảo mật dữ liệu ngành thẻ thanh toán).

• Tạo sự yên tâm và xây dựng niềm tin cho khách hàng hiện tại và tương lai rằng dữ liệu của họ sẽ được xử lý một cách an toàn.

• Quy trách nhiệm của từng cá nhân trong việc xử lý dữ liệu và thông tin, cũng như cách sử dụng thông tin đó trong tương lai.

• Xây dựng văn hóa an ninh trong tổ chức, nâng cao nhận thức của mọi người về các mối nguy cơ thực tế từ các cuộc tấn công mạng và áp dụng các quy tắc thực hành an toàn trong và ngoài startup.

11 bước triển khai an ninh mạng

Trên thức tế, tội phạm mạng không ngừng phát triển các kỹ thuật tấn công mới, vượt xa khả năng của các phần mềm diệt virus truyền thống. Chúng có thể truy cập vào máy tính và dữ liệu của công ty thông qua phần mềm độc hại. Những phần mềm được thiết kế để lây nhiễm vào hệ thống và tạo điều kiện để tin tặc xâm nhập, lợi dụng các lỗ hổng hệ thống nhằm gian lận hoặc đánh cắp dữ liệu.

Mặc dù việc cài đặt và sử dụng phần mềm diệt virus chuyên nghiệp và đáng tin cậy là một giải pháp đơn giản và quan trọng để bảo vệ máy tính khỏi các loại virus và phần mềm độc hại, nhưng trong bối cảnh hiện nay, nó vẫn chưa đủ để đối phó với các mối đe dọa, tấn công mạng ngày càng tinh vi. Vì vậy, các startup nên cân nhắc thực hiện 11 bước sau khi xây dựng chiến lược an ninh mạng:

1. Xác định rủi ro và tài sản của startup

Bước đầu tiên và quan trọng nhất trong kinh doanh là xác định rõ và đánh giá những tài sản startup cần bảo vệ và những nguy cơ, rủi ro ảnh hưởng đến tài sản startup.

Tài sản của mỗi startup là khác nhau và mỗi startup có những biện pháp và các yêu cầu bảo mật riêng tùy thuộc vào nhu cầu và quy mô. Vì mỗi môi trường thường tiềm ẩn các rủi ro cụ thể, startup cần xem xét những nơi lưu trữ các tài sản này trên cơ sở dữ liệu đám mây, máy chủ riêng, cơ sở dữ liệu, hệ thống quản lý dự án, v.v. để bảo đảm mọi tài sản đều được bảo vệ hiệu quả và đầy đủ.

2. Đầu tư vào phần mềm an ninh mạng chuyên nghiệp

Hiện nay, có rất nhiều phần mềm bảo mật đáng tin cậy giúp startup phát hiện các cuộc tấn công tinh vi như malware hay ransomware giải pháp toàn diện để bảo vệ startup trước các mối đe dọa, tấn công phức tạp.

Trong khi đó, các phần mềm miễn phí như diệt virus, tường lửa hay lọc thư rác thường chỉ có các tính năng cơ bản, hiệu quả ở mức độ vừa phải mà không có đầy đủ các tính năng bảo mật cần thiết để bảo đảm an toàn cho startup và dữ liệu khách hàng. Vì vậy, startup nên đầu tư vào phần mềm bảo mật cho toàn bộ hệ thống và tổ chức.

3. Bảo mật mạng WiFi

Để bảo mật mạng WiFi, startup cần áp dụng nhiều biện pháp, bao gồm: sử dụng chuẩn bảo mật mạnh (như WPA3 hoặc WPA2), thiết lập mật khẩu mạnh, thay đổi SSID mặc định, ẩn SSID, kích hoạt tường lửa, cập nhật phần mềm bảo mật, hạn chế truy

cập, sử dụng VPN, và thường xuyên kiểm tra, bảo trì hệ thống. Ngoài ra, startup nên mã hóa mạng để người dùng phải nhập mật khẩu mới có thể truy cập hoặc kết nối VPN cho nhân viên làm việc từ xa.

4. Sử dụng bộ bảo mật Internet và tường lửa đáng tin cậy

Giải pháp tường lửa là thiết bị không thể thiếu trong hệ thống mạng startup, máy chủ nhằm tăng cường bảo mật, cũng như phát hiện và ngăn chặn sớm sự cố. Hầu hết các phần mềm diệt virus đều tích hợp tường lửa và các tính năng bảo mật Internet. Điều này giúp ngăn chặn việc tải phần mềm độc hại từ Internet cũng như các hình thức tấn công mạng như tấn công trung gian (Man-in-the-Middle - MITM) và tấn công lừa đảo (phishing). Đây là hai hình thức tấn công mạng phổ biến, thường được sử dụng để đánh cắp thông tin nhạy cảm của người dùng.

Startup có thể cấu hình tường lửa và chương trình bảo mật để phát hiện và cảnh báo các hoạt động nguy hiểm trên thiết bị của công ty và áp dụng trên toàn bộ các thiết bị sử dụng mạng nội bộ.

5. Sử dụng HTTPS với giao thức SSL

Sử dụng giao thức truyền siêu văn bản bảo mật (Hypertext Transfer Protocol Secure - HTTPS) với giao thức bảo mật (Secure Sockets Layer - SSL) là một phương pháp hiệu quả để bảo mật dữ liệu truyền tải giữa trình duyệt web và máy chủ. HTTPS kết hợp giao thức HTTP với SSL/TLS (Transport Layer Security) để mã hóa dữ liệu, đảm bảo tính bảo mật và toàn vẹn của thông tin trong quá trình trao đổi, giúp ngăn chặn tin tặc truy cập vào các yêu cầu HTTP. Thay vào đó, các yêu cầu HTTPS được mã hóa và gần như không thể bị đánh chặn.

Giao thức SSL là điều quan trọng đối với bất kỳ website startup nào. Nó không chỉ giúp bảo vệ dữ liệu và thông tin khách hàng mà còn còn tăng cường uy tín và độ tin cậy của website.

6. Thiết lập mật khẩu mạnh và quy trình xác thực đa yếu tố (MFA)

Mật khẩu là một trong những điểm dễ bị khai thác nhất bởi tội phạm mạng khi chúng muốn truy cập hệ thống và dữ liệu. Việc tạo ra các mật khẩu mạnh, độc nhất và phức tạp (bao gồm chữ cái, số và ký tự đặc biệt) là yêu cầu tối thiểu để bảo vệ thiết bị cá nhân và các tệp thông tin được chia sẻ.

Xác thực đa yếu tố là một phương pháp bảo mật yêu cầu người dùng cung cấp ít nhất hai yếu tố xác thực khác nhau trước khi được phép truy cập vào một tài khoản hoặc hệ thống. MFA không chỉ nâng cao mức độ bảo mật mà còn giảm thiểu đáng kể nguy cơ bị tấn công bởi các phương pháp như đánh cắp mật khẩu, đảm bảo rằng ngay cả khi một yếu tố bị xâm phạm, tài khoản vẫn được bảo vệ.

7. Thiết lập lưu trữ đám mây an toàn

Lưu trữ đám mây thêm một lớp bảo mật bằng cách cho phép lựa chọn các nhà cung cấp dịch vụ lưu trữ đám mây hiệu quả, bao gồm cả các giải pháp riêng tư, công cộng, lai, và cả dịch vụ lưu trữ web trên nền tảng đám mây. Điều này giúp startup có nhiều lựa chọn hơn để bảo vệ dữ liệu của mình.

Lưu trữ đám mây cũng là một phương thức hiệu quả để truy cập các tệp được chia sẻ thông qua tài khoản bảo mật, nhằm mục đích tiết kiệm không gian lưu trữ vật lý. Một số nhà cung cấp dịch vụ đám mây cung cấp mức độ bảo mật cao hơn và dung lượng lưu trữ lớn hơn so với các máy chủ vật lý riêng.

8. Duy trì nhiều bản sao lưu an toàn

Duy trì nhiều bản sao lưu an toàn là một chiến lược quan trọng để bảo vệ dữ liệu. Nó bảo đảm rằng dữ liệu của startup có thể được khôi phục trong trường hợp xảy ra sự cố như hỏng hóc phần cứng, lỗi phần mềm, hoặc các sự cố khác. Các nhà cung cấp uy tín nhất sẽ thực hiện các biện pháp phòng ngừa nhằm bảo đảm thời gian hoạt động tối ưu của máy chủ và các biện pháp thích hợp để đảm bảo an

toàn dữ liệu.

Tuy nhiên, startup cũng có thể sao lưu dữ liệu lên một máy chủ cục bộ an toàn, và áp dụng các giới hạn như phân quyền người dùng, đồng thời, có thể mã hóa dữ liệu này nếu muốn. Trong trường hợp cần các bước bảo mật bổ sung, startup cũng có thể đầu tư vào dịch vụ khôi phục sau thảm họa (disaster recovery) để truy cập dữ liệu kể từ thời điểm sao lưu gần nhất trong trường hợp an ninh bị xâm phạm.

9. Cập nhật đầy đủ các bản vá bảo mật

Việc cập nhật tất cả phần mềm bảo vệ là rất quan trọng. Trong đó, việc cài đặt bản vá bảo mật, bản sửa lỗi và cập nhật phần mềm được khuyến nghị để phòng tránh rủi ro mất an toàn thông tin.

Việc sử dụng phần mềm diệt virus dành cho startup (business-class) có cập nhật và vá lỗi thường xuyên có thể giúp phát hiện và ngăn chặn hiệu quả các cuộc tấn công bằng mã độc và ransomware mới nhất, từ đó bảo vệ các thiết bị của người dùng, mạng nội bộ công ty và dữ liệu khách hàng. Các phần mềm này được thiết kế để bảo vệ chuyên sâu hơn, phù hợp với các môi trường startup có nhiều thiết bị và dữ liệu quan trọng.

10. Đầu tư vào đào tạo nhân viên thường xuyên

Các chiến thuật lừa đảo trực tuyến qua email (phishing) thường nhắm đến con người, dưới hình thức gửi email mạo danh mà nhân viên sử dụng hằng ngày. Vì vậy, các startup nên đầu tư vào đào tạo nhân viên thường xuyên. Đào tạo nhân viên không chỉ giúp nâng cao năng lực và hiệu suất làm việc mà còn tạo ra môi trường làm việc tích cực, thúc đẩy sự gắn kết và phát triển bền vững của startup

Một điều đặc biệt quan trọng là đội ngũ nhân viên của startup cần phải nắm được các thực hành cơ bản để bảo vệ bản thân và tài sản công ty để không trở thành mục tiêu dễ dàng của tội phạm mạng.

Việc cung cấp các chương trình đào tạo định kỳ, có cấu trúc sẽ giúp nhân viên nhận thức và đánh giá được các hình thức tấn công mạng hiện đại, các mối nguy, từ đó, áp dụng các biện pháp phòng ngừa để bảo vệ dữ liệu. Điều này góp phần xây dựng một văn hóa an toàn trong toàn công ty.

11. Theo dõi các rủi ro tiềm ẩn một cách liên tục



Chiến lược an ninh mạng cần được xem xét, cập nhật và điều chỉnh liên tục để đáp ứng các nhu cầu thay đổi của startup cũng như môi trường an ninh mạng ngày càng phát triển. Vì thế, startup cần thường xuyên theo dõi tất cả tài sản của công ty và triển khai các biện pháp cho nhân viên nếu có bất kỳ mối quan ngại nào. Ngoài ra, startup nên giám sát tình trạng an ninh mạng để bảo đảm luôn tuân thủ quy định.

Các cuộc tấn công mạng có thể gây gián đoạn hoạt động của startup. Thực tế có nhiều startup nhỏ không thể phục hồi sau một cuộc tấn công mạng. Đối với nhiều startup, an ninh mạng không phải lúc nào cũng nằm trong danh sách ưu tiên đầu tư hàng đầu của nhà sáng lập. Tuy nhiên, chỉ một sai sót trong vấn đề này cũng có thể gây tổn thất lớn cho startup, cả về tài chính và uy tín. Chính vì vậy, việc xây dựng một chiến lược an ninh mạng vững chắc là một bước quan trọng và xứng đáng với thời gian, công sức và nguồn lực đầu tư về lâu dài, và giúp startup tránh được những rủi ro, tổn thất nghiêm trọng./.

Khánh Linh

(Theo: startupsmagazine.co.uk)



7 VỤ "TẨY XANH" GÂY CHẤN ĐỘNG THẾ GIỚI

Marketing gắn liền với phát triển bền vững có thể giúp doanh nghiệp giữ chân khách hàng. Ngược lại, nếu "tô xanh" quá đà, niềm tin ấy có thể tan biến. Dưới đây là bảy ví dụ thực tế cho thấy hậu quả khi doanh nghiệp bị cáo buộc "tẩy xanh", dù cố ý hay vô tình, đều có thể ảnh hưởng nghiêm trọng tới uy tín và tài chính của doanh nghiệp.

Trong bối cảnh các vấn đề môi trường ngày càng được quan tâm, nhiều doanh nghiệp đã chọn cách tiếp thị hình ảnh "xanh" để lấy lòng người tiêu dùng. Tuy nhiên, không phải tuyên bố nào cũng đi kèm với hành động thực chất.

Greenwashing, hay còn gọi là "tẩy xanh", là hiện tượng doanh nghiệp thổi phồng hoặc bịa đặt các cam kết bảo vệ môi trường nhằm đánh bóng thương hiệu. "Tẩy xanh" đã xuất hiện trên các phương tiện đại chúng trong những năm gần đây, nhưng chưa thực sự thu hút sự chú ý của công chúng Việt Nam cho tới khi thuật ngữ này xuất hiện trong đề thi Tiếng Anh tốt nghiệp THPT năm 2025 mới đây. Vậy, hãy cùng tìm hiểu về Greenwashing qua 7 ví dụ "tẩy xanh" gây chấn động thế giới, cũng như những hậu quả mà doanh nghiệp phải gánh chịu khi sử dụng những phương pháp marketing không trung thực này.

1. FIFA: World Cup 2022 và tuyên bố "trung hòa carbon"

FIFA từng tuyên bố rằng kỳ World Cup 2022 tại Qatar sẽ "trung hòa carbon", nghĩa là mọi khí thải sinh ra sẽ được bù đắp hoàn toàn qua các khoản

mua tín chỉ carbon. FIFA còn công bố một báo cáo chiến lược bền vững khá chi tiết. Tuy nhiên, giới chuyên gia khí hậu và các tổ chức hoạt động môi trường nhanh chóng chỉ ra điểm bất hợp lý và FIFA đã phải đối mặt với phản ứng dữ dội từ công chúng.

Carbon Market Watch, tổ chức hoạt động vì khí hậu, công bố một bản báo cáo năm 2022, cho biết FIFA đã đánh giá thấp đáng kể lượng khí thải thực tế của giải đấu. Năm 2023, Ủy ban Công bằng Thụy Sĩ vào cuộc và kết luận rằng FIFA đã cung cấp thông tin sai lệch cho công chúng.

Trường hợp này cho thấy: các tuyên bố như "trung hòa carbon" không thể được sử dụng một cách tùy tiện. Thomas Husson, Phó Chủ tịch kiêm nhà phân tích chính tại Forrester Research, cho biết: "Các khái niệm như carbon trung hòa, net-zero hay carbon âm rất dễ gây hiểu nhầm vì chưa được định nghĩa rõ ràng". Cũng vì vậy, các quy định như Chỉ thị Báo cáo Bền vững Doanh nghiệp của EU đang yêu cầu doanh nghiệp phải có bằng chứng rõ ràng cho mọi tuyên bố liên quan đến môi trường.

2. Deutsche Bank: bê bối tài chính và đầu tư "xanh"

Năm 2021, bà Desiree Fixler, cựu Giám đốc Phát triển bền vững của DWS (công ty quản lý tài sản thuộc Deutsche Bank), tố cáo công ty đã phóng đại mức độ tích hợp tiêu chí bền vững vào các sản phẩm đầu tư.

Ngay sau đó, Ủy ban Chứng khoán Mỹ (SEC) và Cơ quan Giám sát Tài chính Đức (BaFin) đã mở cuộc điều tra về DWS. Đến tháng 5/2022, cảnh sát và công tố viên Đức tiến hành khám xét trụ sở của DWS và Deutsche Bank tại Frankfurt. Dù DWS phủ nhận hành vi lừa dối nhà đầu tư, nhưng đến tháng 9/2023, công ty chấp nhận nộp phạt 25 triệu USD cho SEC vì hành vi "tẩy xanh" và vi phạm quy định phòng chống rửa tiền.

Những cuộc điều tra này là một lời cảnh báo tới các tổ chức trong ngành quản lý tài sản. Mặc dù 25 triệu USD là một khoản tiền tương đối nhỏ đối với các công ty lớn như DWS, nhưng các cuộc điều tra và vụ kiện tụng lại trở thành tiêu đề, có thể gây tổn hại đến danh tiếng của các thương hiệu. Ông Husson nhận định: "Vấn đề lớn nhất không phải là số tiền phạt mà là rủi ro danh tiếng."

3. Keurig: cốc cà phê "tái chế được" nhưng chỉ là lời hứa hão

Năm 2016, thương hiệu cà phê Keurig bắt đầu quảng bá rằng các cốc cà phê K-cup của họ có thể tái chế. Tuy nhiên, do kích cỡ quá nhỏ và nhẹ (dễ rơi khỏi dây chuyền xử lý hay làm tắc máy móc) cũng như chất liệu phức tạp (nhựa, lá nhôm và bã cà phê), nên phần lớn nhà máy tái chế ở Mỹ và Canada không chấp nhận loại bao bì này.

Kết quả là Keurig bị người tiêu dùng kiện tập thể tại California vào năm 2018 và phải chi trả 10 triệu USD để dàn xếp. Ngoài ra, hãng còn bị phạt 2,3 triệu USD tại Canada năm 2022 và thêm 1,5 triệu USD bởi SEC vào năm 2024 vì các tuyên bố sai lệch.

4. IKEA: khi gỗ "bền vững" lại bị nghi khai thác trái phép

Ikea là một trong những thương hiệu sớm đi đầu trong việc loại bỏ nhựa dùng một lần (năm 2020) và đặt mục tiêu loại bỏ hoàn toàn nhựa khỏi bao bì tiêu dùng vào năm 2028. Tuy nhiên, nhà bán lẻ đồ nội thất này đã phải đối mặt với cáo buộc "tẩy xanh" sau khi một tổ chức phi lợi nhuận, Earthsight, mở cuộc điều tra về chuỗi cung ứng của Ikea. Earthsight đã công bố một báo cáo vào năm 2021 cho rằng Ikea đã bán gỗ từ các nhà cung cấp lấy nguồn bất hợp pháp từ Nga.

Dù gỗ này có chứng nhận FSC (Hội đồng Quản lý Rừng), nhưng hệ thống chứng nhận này cũng bị chỉ trích vì lỏng lẻo. Sau vụ việc, Ikea tuyên bố đã chấm dứt hợp tác với nhà cung cấp liên quan.

"Ngay cả những thương hiệu được đánh giá là

bền vững cũng có thể mắc lỗi, nhất là khi chuỗi cung ứng phức tạp," ông Husson bình luận. "Đó là lý do ngày càng nhiều doanh nghiệp bắt đầu thực hiện kiểm toán chuỗi cung ứng độc lập."

5. Kohl's và Walmart: sợi tre "xanh" hóa ra là vải nhân tạo



Các nhà bán lẻ phải trả tổng cộng 5,5 triệu USD vì tuyên bố hàng dệt may từ sợi tre thân thiện với môi trường.

Năm 2022, Ủy ban Thương mại Liên bang Mỹ (FTC) đã khởi kiện hai hãng bán lẻ lớn là Kohl's và Walmart vì quảng cáo sai sự thật. Họ từng tuyên bố các sản phẩm quần áo, chăn ga được làm từ "sợi tre thân thiện môi trường", trong khi thực tế là vải rayon là một loại sợi bán tổng hợp sản xuất bằng hóa chất độc hại. FTC yêu cầu Kohl's nộp phạt 2,5 triệu USD và Walmart 3 triệu USD để dàn xếp vụ việc.

6. H&M: bài học từ lời hứa "thân thiện môi trường"

Thương hiệu thời trang H&M từng bị dư luận chỉ trích vì "tẩy xanh", tức là quảng bá hình ảnh thân thiện với môi trường một cách sai lệch, sau khi một cuộc điều tra năm 2022 của tờ Quartz cho thấy hãng đã khiến người tiêu dùng hiểu lầm qua các bảng điểm môi trường đi kèm sản phẩm.

Cụ thể, để cung cấp thông tin cho người mua về bộ sưu tập "Lựa chọn có ý thức", H&M sử dụng một công cụ đánh giá trong ngành thời trang gọi là Hồ sơ bền vững Higg (*Higg Sustainability Profile)*. Công cụ này đo lường lượng khí carbon thải ra trong quá trình sản xuất chất liệu, đồng thời, so sánh mức tiêu thụ nước và năng lượng với các vật liệu truyền thống. Tuy nhiên, theo điều tra, hơn một nửa các bảng điểm của H&M đã thổi phồng mức độ thân thiện môi trường của sản phẩm.

Một ví dụ điển hình là bảng điểm cho một món đồ tiêu tốn lượng nước cao hơn 20% so với mức trung bình, nhưng lại ghi rằng sản phẩm đó sử dụng ít nước hơn 20%. H&M sau đó cho biết đây là lỗi kỹ thuật.

Những chiến dịch tiếp thị thiếu trung thực như trường hợp của H&M đã làm xói mòn niềm tin của người tiêu dùng vào các cam kết "xanh" của doanh nghiệp. Ngày càng nhiều người mua hàng cảnh giác hơn với những tuyên bố về phát triển bền vững, và sẵn sàng lên tiếng khi cảm thấy bị đánh lừa.

Theo chuyên gia Husson, phần lớn người tiêu dùng Mỹ tin rằng doanh nghiệp phải có trách nhiệm với môi trường, nhưng chỉ khoảng một phần ba thực sự tin tưởng khi các thương hiệu cam kết theo đuổi phát triển bền vững.

7. Volkswagen: vụ bê bối đánh lừa cả thế giới

Năm 2015, Cơ quan Bảo vệ Môi trường Mỹ (EPA) phát hiện tập đoàn xe hơi Đức Volkswagen đã gian lận trong các bài kiểm tra khí thải, khiến các dòng xe của họ trông có vẻ ít gây hại cho môi trường hơn thực tế.

EPA cho biết Volkswagen đã cài phần mềm đặc biệt vào nhiều dòng xe chạy diesel. Phần mềm này có thể "nhận diện" khi xe đang trải qua bài kiểm tra khí thải và tự động điều chỉnh động cơ để giảm lượng phát thải, nhằm vượt qua quy định của cơ quan chức năng. Tuy nhiên, khi vận hành bình thường, những chiếc xe này lại thải ra lượng khí nitrogen oxide cao gấp 40 lần mức cho phép.

Volkswagen sau đó thừa nhận hành vi gian lận. Tổng giám đốc điều hành đã từ chức ngay sau khi vụ việc bị phanh phui. Hãng xe này phải đối mặt với

Công ty	Thời điểm	Loại tẩy xanh	Địa điểm	Tổ chức xử phạt	Số tiền phạt
FIFA	2022	World Cup bị tuyên bố sai là trung hoà carbon	EU	Uỷ ban Công bằng Thuỵ Sỹ	Không
DWS	2021	Đưa ra những tuyên bố sai lệch về đầu tư xanh	Mỹ, Canada	SEC	25 triệu USD
Keurig	2018	Đưa ra những tuyên bố sai lệch về khả năng tái chế của vỏ K-cup	Mỹ, Canada	Toà án quận Hoa Kỳ tại Bắc California; Cục Cạnh tranh Canada; SEC	Tổng số là 13,8 triệu USD
Ikea	2021	Gỗ có nguồn gốc từ nhà cung cấp không bền vững	EU	Không	Không
Kohl's và Walmart	2022	Rayon được quảng cáo là sợi tre	US	FTC	Tổng số là 5,5 triệu USD
H&M	2022	Đưa ra những tuyên bố về tính bền vững của hàng may mặc	Hà Lan	Không	Không
Wolkswagen	2015	Cố ý gian lận trong các bài kiểm tra khí thải	Toàn cầu	Nhiều cơ quan chức năng, chẳng hạn Bộ Tư pháp Mỹ	Hơn 30 tỷ USD

khoản tiền phạt và bồi thường lên tới khoảng 30 tỷ USD từ các cơ quan quản lý trên toàn thế giới.

Làm sao để tránh "tẩy xanh"?

Nhiều doanh nghiệp e ngại khi quảng bá nỗ lực bảo vệ môi trường vì sợ bị cáo buộc "tẩy xanh". Theo Husson, có tới hơn hai phần ba giám đốc tiếp thị lo lắng về điều này. Tuy nhiên, nếu không dám chia sẻ, họ sẽ dễ bị lép vế so với những đối thủ biết cách truyền thông hiệu quả.

Để tránh vấp phải chỉ trích, điều quan trọng là bộ phận marketing cần phối hợp chặt chẽ với đội ngũ phụ trách phát triển bền vững. Bởi lẽ, nhiều trường hợp "tẩy xanh" không hẳn là do cố ý, mà xuất phát từ việc thiếu thông tin hoặc hiểu lầm.

Đội ngũ phát triển bền vững cần giải thích rõ ràng về những rủi ro nếu đưa ra tuyên bố không có cơ sở. Còn các chuyên gia tiếp thị thì nên hướng tới cách kể chuyện cùng khách hàng, tức là để khách hàng đồng hành, cùng góp phần tạo nên câu chuyện thương hiệu. Chẳng hạn như chương trình *Worn Wear* của hãng thời trang Patagonia, khuyến khích người dùng sửa chữa và tái sử dụng sản phẩm thay vì vứt bỏ./.

Phương Anh

(Theo Techtarget Network)