

Tài sản trí tuệ trong chiến lược phát triển thương hiệu của doanh nghiệp

Nguyễn Quốc Thịnh

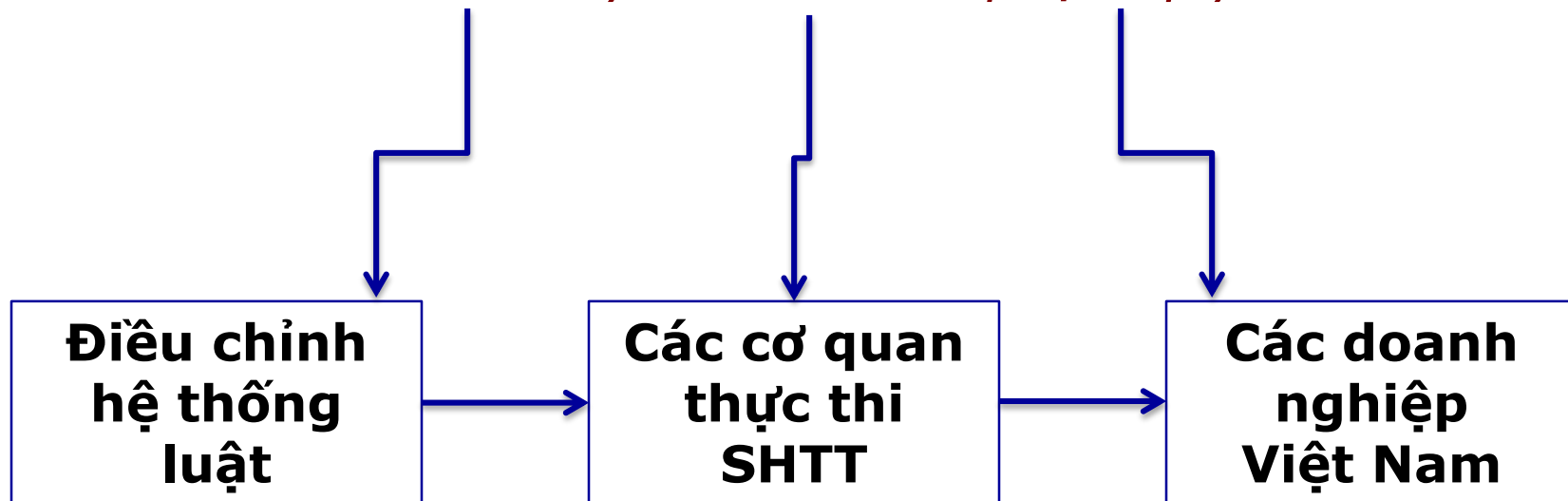
Bộ môn Quản trị Thương hiệu, Trường Đại học Thương mại

Tel/Zalo: 0913.358.382 – thinh3hn@gmail.com

Fb: Nguyễn Quốc Thịnh (Yêu đồ xưa)

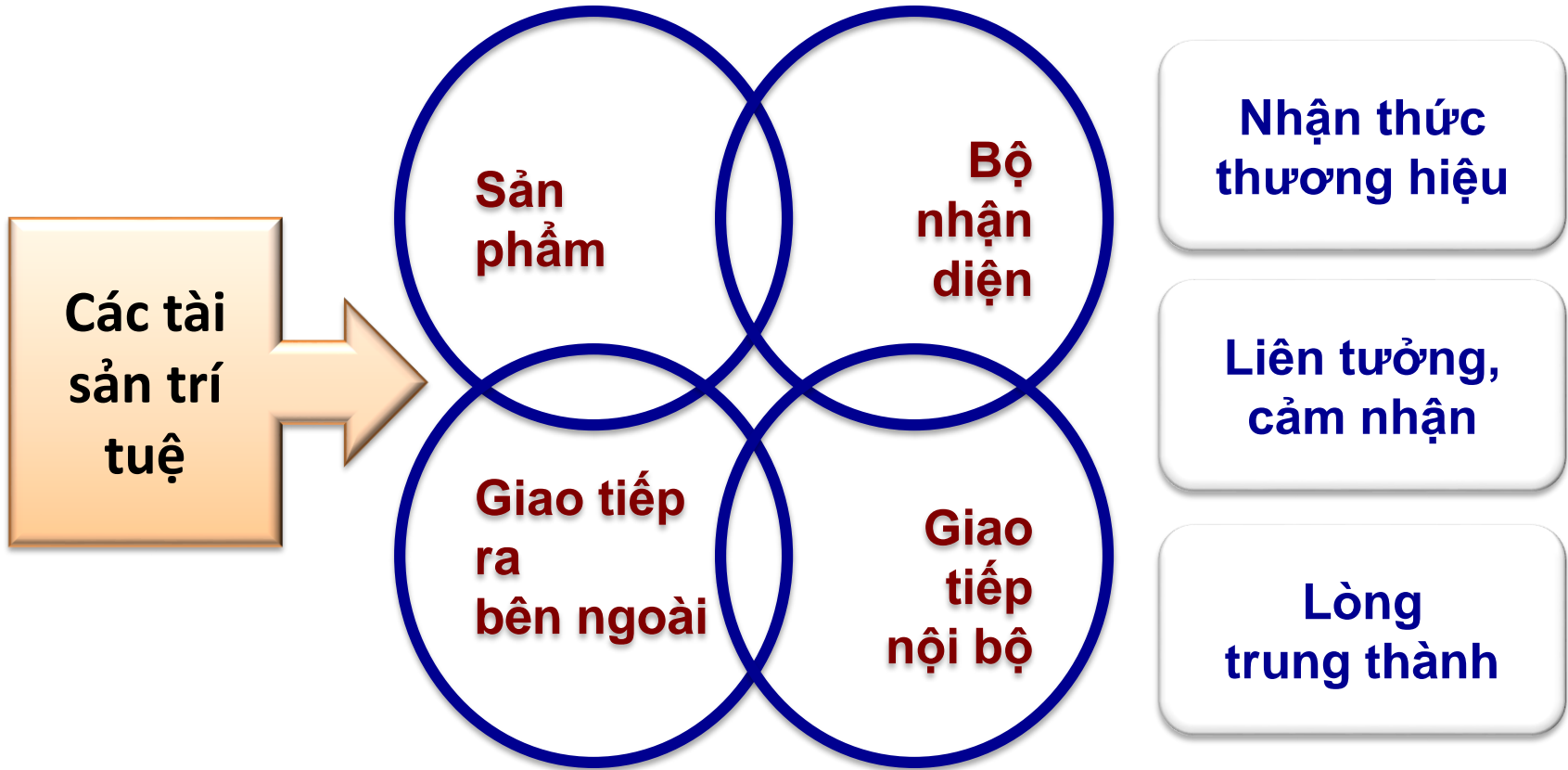
Các cam kết SHTT (EV FTA, CPTPP)

*Nhãn hiệu phi truyền thống, nhãn hiệu nổi tiếng
Đăng ký hợp đồng li xăng
Tên miền, Chỉ dẫn địa lý
Sáng chế và kiểu dáng công nghiệp
Minh bạch hoá thông tin thực thi quyền
Chế tài xử lý hành vi xâm phạm quyền*



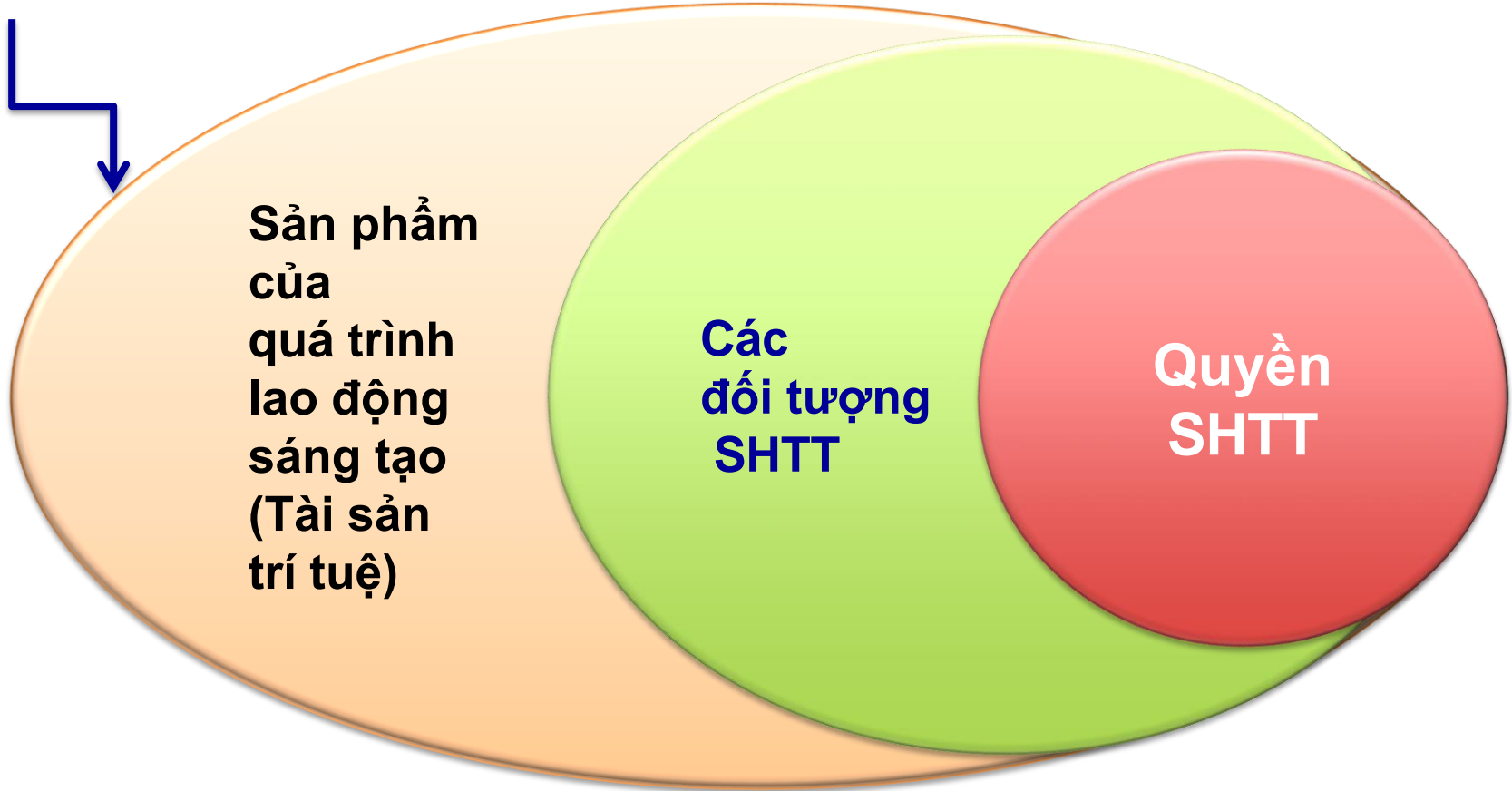
Những nỗ lực từ DN

Cảm nhận từ KH



Thương hiệu là dấu hiệu nhận biết, là hình ảnh, ấn tượng; là danh tiếng/uy tín/lòng tin về sản phẩm/doanh nghiệp/cá nhân/địa phương/quốc gia.

Nguồn vốn trí tuệ



Tôn trọng thực thi quyền
Kiểm soát các nguy cơ xâm phạm/bị xâm phạm
Kích thích quá trình sáng tạo, hình thành tài sản
Xác lập quyền và chiến lược bảo vệ thương hiệu

Quản trị Tài sản trí tuệ

Quản trị các nguồn tài sản

Quản trị các quyền tài sản

Quản trị khai thác tài sản

Quản trị tài sản trí tuệ là tập hợp các định hướng, quyết định và hành động hướng đến hình thành, kiểm soát, xác lập quyền sở hữu, khai thác và bảo vệ quyền lợi hợp pháp đối với các tài sản trí tuệ của doanh nghiệp, tổ chức và cá nhân.

Quản trị tài sản trí tuệ cần được tiếp cận cả ở cấp độ tư duy chiến lược và thực tiễn triển khai

**Hoạch định
Tổ chức, triển khai
Giám sát, điều chỉnh**

Quản trị Tài sản trí tuệ

Quản trị các nguồn tài sản

- Kích thích các nguồn sáng tạo (nguồn nội bộ DN/tổ chức; hợp tác liên kết các bên; cơ chế phù hợp...);
- Nhận chuyển giao, chuyển nhượng các tài sản từ các nguồn khác nhau...
- Các tài sản dùng chung khác như nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý ...
- Nhận diện và phân loại các TSTT (Các tài sản đủ điều kiện bảo hộ/Các tài sản không đủ điều kiện bảo hộ; các nguồn hình thành tài sản; quy mô áp dụng tài sản...);

Các tài sản tự có

Tài sản đang hình thành
Tài sản không đủ điều kiện bảo hộ
Tài sản đủ điều kiện bảo hộ

Các tài sản liên kết

Các tài sản từ nơi khác

Tài sản nhận chuyển nhượng
Tài sản nhận chuyển giao
Tài sản dùng chung sau chia tách

- Phân định các quyền liên quan đối với các tài sản có được từ nơi khác chuyển đến (chuyển giao, chuyển nhượng, hợp tác hình thành tài sản, đồng thương hiệu).
- Tuân thủ các quy định pháp luật về sở hữu trí tuệ

**Quản trị
Tài sản
trí tuệ**

**Quản trị
các quyền
tài sản**

- Xác lập quyền sở hữu các tài sản đủ điều kiện bảo hộ theo quy định pháp luật.
- Xây dựng quy chế/quy định về kiểm soát quyền, bảo mật thông tin, tài sản trí tuệ.
- Phân cấp và phân quyền sở hữu, quyền sử dụng và khai thác, bảo vệ quyền nhân thân.
- Xử lý các tình huống tranh chấp liên quan.

Tự khai thác

Phát triển SP mới
Phát triển thị trường
Gia tăng giá trị cảm nhận
Giao tiếp, ứng xử

Chuyển giao

Các hợp đồng li xăng
Hệ thống phân phối
Nhượng quyền thương mại
Cho thuê, cấp quyền

Chuyển nhượng

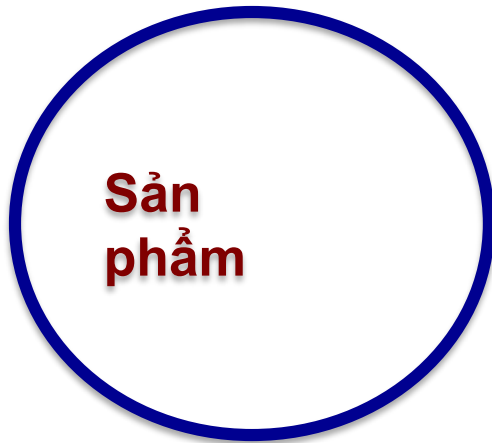
Chuyển nhượng tài sản
Chia tách và mua bán DN

Quản trị Tài sản trí tuệ

Quản trị khai thác tài sản

- Tổ chức ứng dụng các tài sản theo cấp độ, quy mô, địa điểm, thời điểm...
- Kiểm toán tài sản trí tuệ, định giá và hoạch định phân bổ tài sản.
- Xác lập Danh mục thương hiệu/TSTT chiến lược và xây dựng quỹ đầu tư tài sản trí tuệ.
- Phân chia lợi ích từ thu nhập tài sản trí tuệ được khai thác thương mại.
- Kiểm soát khai thác của các bên liên quan.
- Chuyển giao, chuyển nhượng tài sản.
- Quản trị chia tách và sáp nhập.
- Quản trị rủi ro liên quan đến các TSTT.

Những nỗ lực từ DN



Những giá trị thực dụng

Những giá trị gia tăng, giá trị cảm nhận, giá trị cá nhân

*Phát triển và khai thác các nguồn vốn trí tuệ
Khai thác tri thức truyền thống*

Cảm nhận từ KH



Nhận thức thương hiệu

Liên tưởng, cảm nhận

Lòng trung thành

Những nỗ lực từ DN



Các yếu tố
nhận diện cơ
bản

Giao diện tiếp
xúc thương hiệu

**Bộ
nhận
diện**

E-Branding

Tương tác trong môi trường số

- *Tính linh hoạt, sẵn sàng*
- *Tính thân thiện, sẻ chia*
- *Nhất quán, xác thực*

Cảm nhận từ KH



**Nhận thức
thương hiệu**

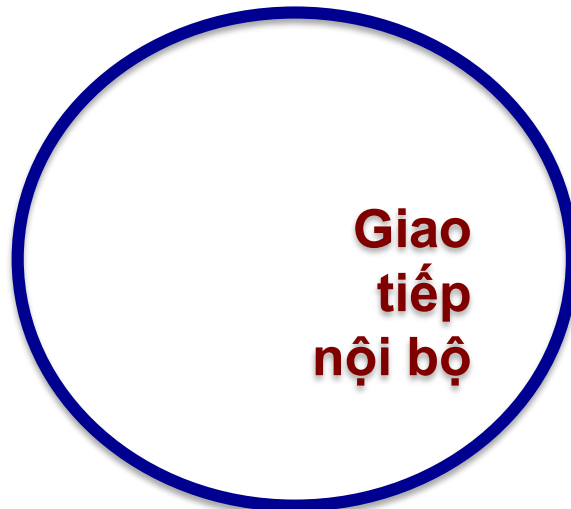
**Liên tưởng,
cảm nhận**

**Lòng
trung thành**

Những nỗ lực từ DN



Truyền thông nội bộ
Các cam kết thương hiệu
Quy tắc giao tiếp, ứng xử
Trách nhiệm xã hội
Giá trị đạo đức, nhân văn
Phong cách lãnh đạo



Cảm nhận từ KH



**Nhận thức
thương hiệu**

**Liên tưởng,
cảm nhận**

**Lòng
trung thành**

Những nỗ lực từ DN



Cách thức cung ứng sản phẩm
Thái độ, kỹ năng giao tiếp
Cách thức ứng xử với cộng đồng
Các cam kết thương hiệu
Trách nhiệm xã hội
Các điểm tiếp xúc thương hiệu

**Giao tiếp ra
bên ngoài**

Cảm nhận từ KH



**Nhận thức
thương hiệu**

**Liên tưởng,
cảm nhận**

**Lòng
trung thành**

Trân trọng cảm ơn!

Mọi trao đổi xin liên hệ:

PGS.TS. Nguyễn Quốc Thịnh

Bộ môn Quản trị Thương hiệu,
Trường Đại học Thương mại

thinh.nq@tmu.edu.vn

0913.358.382