

Chiến lược kinh doanh của công ty

Người trình bày: Ông Takami YAMADA

Luật sư sở hữu trí tuệ

Công ty Asahi Kasei

Thay đổi môi trường kinh doanh:

- Toàn cầu hóa kinh tế;
- Xu hướng cạnh tranh giữa các công ty lớn;
- Xu hướng “ủng hộ sáng chế” . . . các quyền sở hữu trí tuệ khác nhau.

Các nhân tố then chốt để hoàn thành chiến lược kinh doanh:

- Lãnh đạo công ty;
- Sự khác biệt với các doanh nghiệp khác;
- Xây dựng năng lực;

Đối với một công ty tư nhân, điều quan trọng là phân tích năng lực về quy trình sản xuất sản phẩm và chất lượng sản phẩm, kênh tiêu thụ, nhãn hiệu . . . của công ty để quyết định và lựa chọn lĩnh vực nào có lợi thế nhất so với các công ty khác. Đặc biệt trong ngành công nghiệp chế tạo, điều dễ nhận thấy hơn cả là công tác nghiên cứu và phát triển yếu tố quyết định sự khác biệt và đặc trưng của công ty so với các đối thủ cạnh tranh. Trong những năm gần đây, do sự đòi hỏi tiến độ nhanh hơn và các khoản chi phí khổng lồ, việc các công ty tham gia vào các hoạt động liên kết nghiên cứu và phát triển, liên minh kinh doanh và mua li xăng từ các công ty khác thay vì cố gắng tiến hành tất cả hoạt động R&D trong khuôn khổ một công ty trở nên phổ biến. Tuy nhiên, điều đó không thay đổi một thực tế là công tác R&D đóng vai trò quan trọng và to lớn trong việc xây dựng và tăng cường năng lực then chốt của công ty.