

# Phân tích chuỗi giá trị tài sản trí tuệ với các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh ở Việt Nam

Đỗ Văn Sang\*, Hà Sơn Tùng\*\*

Ngày nhận: 25/9/2014

Ngày nhận bản sửa: 22/10/2014

Ngày duyệt đăng: 4/11/2014

## Tóm tắt:

Toàn cầu hóa nền kinh tế và xu hướng giao quyền tự chủ cho các trường đại học sẽ dẫn tới sự cạnh tranh đào tạo. Ở một góc độ, điều này đòi hỏi mỗi trường đại học phải xác định cho mình lợi thế cạnh tranh bền vững. Để tạo ra một lợi thế cạnh tranh bền vững, yếu tố then chốt chính là tạo ra được một chuỗi giá trị gia tăng cho sản phẩm (Đỗ Đức Khả, 2010). Bài viết tập trung phân tích chuỗi giá trị tài sản trí tuệ với các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh ở Việt Nam giúp các trường căn cứ vào tình hình thực tế tại trường, có thể đầu tư, phát triển các hoạt động trong chuỗi giá trị tài sản trí tuệ, nhằm nâng cao hơn nữa hiệu quả hoạt động quản lý, khai thác các tài sản trí tuệ của các trường đại học.

**Từ khóa:** Chuỗi giá trị, Tài sản trí tuệ, Tri thức hiện.

## Analysis of the intellectual property value chain for the universities in Economics and Business in Vietnam

### Abstract:

Globalization and the trend of autonomy in higher education result in intense competition. This requires universities (regardless of private or public universities) identifying sustainable competitive advantage. To create a sustainable competitive advantage, the key is to create a value-added chain for the product (Do Duc Kha, 2010). In this article, the authors focus on analyzing the value chain of intellectual property at the universities in economics and business in Vietnam. This study provides some suggestions and implications for the universities regarding investing and developing activities in the value chain of intellectual property for better management and exploitation of university intellectual property.

**Keywords:** Value chain, Intellectual property, explicit knowledge.

## 1. Đặt vấn đề

Thực tế cho thấy, tài sản trí tuệ trong các trường đại học ở Việt Nam ngày càng phát triển cả về số lượng lẫn chất lượng. Tuy nhiên, việc quản lý và khai thác các tài sản trí tuệ này vẫn còn nhiều khó khăn và trở ngại. Một trong những khó khăn lớn nhất là chưa có cơ chế, chính sách rõ ràng nhằm khuyến khích sáng tạo tài sản trí tuệ, quảng bá và khai thác các tài sản trí tuệ này. Các trường đại học vẫn chưa có các hoạt động tích cực trong việc tập trung các nguồn lực vào đầu tư sáng tạo tài sản trí tuệ và khai thác các tài sản này; và quan trọng nhất là chưa tạo ra được một chuỗi giá trị gia tăng cho sản phẩm tài sản trí tuệ.

Do chưa tạo ra được chuỗi giá trị gia tăng nên việc sáng tạo tài sản trí tuệ còn bị động, số lượng tài sản trí tuệ được tạo ra không nhiều, vẫn tập trung ở các trường đầu ngành, trọng điểm; việc chuyển giao công nghệ, chuyển giao tri thức từ các tài sản trí tuệ này chưa đạt hiệu quả cao, dẫn đến việc các tài sản trí tuệ sau khi đã “thành phẩm” nhưng không “bán” được, hoặc “bán” với doanh thu tương đối thấp. Điều này dẫn đến uy tín, công sức của các nhà khoa học trong các trường đại học được đền đáp chưa đầy đủ, bên cạnh đó các trường cũng chưa tạo được lợi thế cạnh tranh, phát triển bền vững, và doanh thu cũng bị giảm sút.

Bài viết này, thông qua việc nghiên cứu chuỗi giá

trị tài sản trí tuệ các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh ở Việt Nam, nhóm nghiên cứu tiến hành phân tích, đề xuất giải pháp và mô hình nghiên cứu nhằm gia tăng giá trị tài sản trí tuệ của các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh.

## 2. Nội hàm chuỗi giá trị và tài sản trí tuệ

### 2.1. Chuỗi giá trị

Chuỗi giá trị (value chain) hay phân tích chuỗi giá trị (value chain analysis) là một khái niệm trong quản trị kinh doanh, được Porter mô tả và phổ biến đầu tiên vào năm 1985. Theo Porter, chuỗi giá trị là một chuỗi các hoạt động, các sản phẩm trải qua tất cả các hoạt động của chuỗi theo một thứ tự và tại mỗi hoạt động thì sản phẩm đó gia tăng thêm một số giá trị. Chuỗi các hoạt động cung cấp cho các sản phẩm giá trị gia tăng nhiều hơn so với số tiền được thêm vào các giá trị của tất cả các hoạt động đó. Chuỗi giá trị là công cụ phổ biến và cơ bản cho phép khảo sát một cách có hệ thống tất cả các hoạt động của doanh nghiệp, tổ chức và sự tương tác giữa chúng để xác định lợi thế cạnh tranh. Chuỗi giá trị của Porter được chia thành hai nhóm hoạt động chính: (i) Nhóm các hoạt động cơ bản (Primary activities) và (ii) nhóm các hoạt động hỗ trợ (Support activities). Theo đó, nhóm hoạt động cơ bản gồm:

+ *Inbound logistics (hậu cần nhập)*: Tiếp nhận và lưu kho nguyên vật liệu thô và phân phối chúng đến các nhà máy sản xuất theo yêu cầu;

+ *Operations (sản xuất)*: Tiến trình biến đổi các yếu tố đầu vào thành sản phẩm và dịch vụ cuối cùng;

+ *Outbound logistics (hậu cần xuất)*: Lưu kho và phân phối các thành phẩm (sản phẩm sau thu hoạch, chế biến);

+ *Marketing and sales (marketing và bán hàng)*: Xác định rõ nhu cầu khách hàng và bán hàng;

+ *Services (Dịch vụ sau bán)*: Hỗ trợ khách hàng nhằm bán sản phẩm/dịch vụ.

Để hỗ trợ cho các hoạt động cơ bản, nhóm hoạt động hỗ trợ gồm:

+ *Firm infrastructure (Cơ sở hạ tầng)*: cấu trúc tổ chức, hệ thống kiểm soát, tài chính, kế toán;

+ *Human resource management (Quản trị nguồn nhân lực)*: Tuyển mộ, tuyển chọn, bố trí và sử dụng hiệu quả, kiểm tra, đánh giá, đào tạo, bồi dưỡng, phát triển, thù lao và hành chính nhân sự;

+ *Technology development (Phát triển công nghệ)*: Công nghệ hỗ trợ cho các hoạt động tạo ra giá trị cho sản phẩm/dịch vụ;

+ *Procurement (Quản trị thu mua)*: Lựa chọn các nhà cung ứng khác nhau nhằm hạn chế sự phụ thuộc vào một nhà cung ứng, đảm bảo nguồn nguyên liệu có mức chi phí thấp nhất đặt trong mối quan hệ với chất lượng; xác lập mối quan hệ với nhà cung ứng...

Mối quan hệ giữa các hoạt động trong chuỗi giá trị được thể hiện như hình 1.

Thông thường có 4 bước để phân tích chuỗi giá trị như sau:

- Nhận diện các yếu tố liên quan bằng việc sử dụng một sơ đồ chuỗi giá trị nội bộ doanh nghiệp;

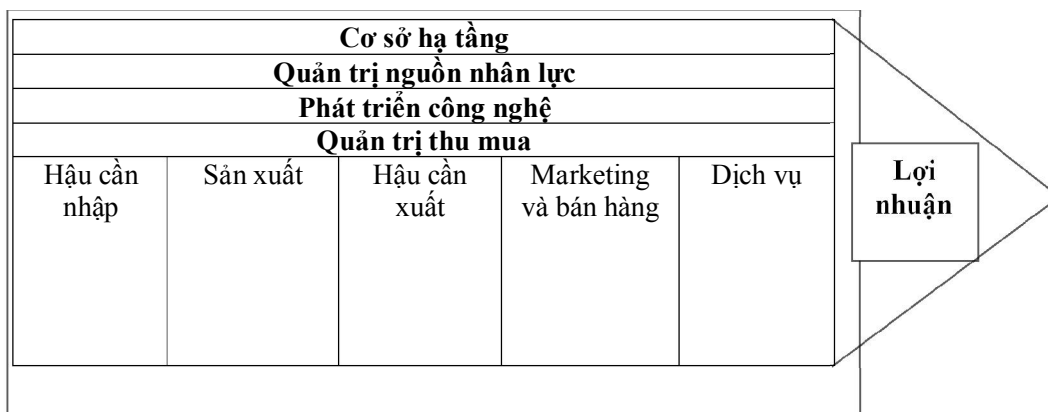
- Mô tả những gì mà doanh nghiệp làm tại mỗi hoạt động;

- Nhận diện cách thức gia tăng giá trị của mỗi hoạt động về mặt lý thuyết và phân loại chúng;

- Đánh giá các hoạt động bằng việc so sánh tiêu chuẩn với cách thức tốt nhất của đối thủ, của ngành.

Việc phân tích chuỗi giá trị cho mỗi ngành, tổ chức, doanh nghiệp là rất khác nhau vì đặc thù riêng. Nhưng dù thế nào, việc phân tích chuỗi giá trị cũng phải làm rõ lợi thế cạnh tranh mà doanh nghiệp, tổ chức sẽ theo đuổi. Đó là: (1) Dẫn đầu về

Hình 1: Mô hình chuỗi giá trị



Nguồn: Porter (1985)

chi phí: hoạt động tốt hơn, có lợi thế hơn các đối thủ cạnh tranh bằng việc làm mọi thứ để có thể sản xuất hàng hóa hoặc dịch vụ ở chi phí thấp hơn các đối thủ; (2) khác biệt hóa: tạo ra sản phẩm - hàng hóa hoặc dịch vụ được người tiêu dùng nhận thức là độc đáo theo nhận xét của họ; (3) tập trung hóa: chú trọng vào việc phục vụ một đoạn thị trường cụ thể theo tiêu thức địa lý, loại khách hàng, hoặc một nhánh của dòng sản phẩm.

## 2.2. Tài sản trí tuệ

Trước thập niên 1990, khái niệm “tài sản” được nhiều người biết đến chỉ bao gồm tiền tệ và vật chất. Trong nền kinh tế hiện đại, nhiều quốc gia, nhất là các quốc gia phát triển, đang hướng tới một nền kinh tế dựa trên tri thức (thông tin và công nghệ). Do đó, khái niệm này được thay đổi, “tài sản” không chỉ là tiền, vàng, nhà xưởng, xe cộ,... mà nó bao gồm cả tài sản vô hình, trong đó có tài sản trí tuệ. Theo Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2005), “*tài sản trí tuệ được hiểu là bao gồm tác phẩm, cuộc biểu diễn, bản ghi âm, ghi hình, chương trình phát sóng, tín hiệu vệ tinh mang chương trình đã được mã hóa, sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, thiết kế bố trí mạch tích hợp bán dẫn, nhãn hiệu, tên thương mại, chỉ dẫn địa lý, bí mật kinh doanh và giống cây trồng mới,... Nó chính là sản phẩm của hoạt động trí tuệ, tồn tại dưới dạng các thông tin, tri thức*”.

Tài sản trí tuệ không phải là bản thân sản phẩm mà là ý tưởng đặc biệt đằng sau sản phẩm, là cách thức thể hiện ý tưởng đó và là cách thức riêng mà sản phẩm được gọi tên và mô tả. Từ “tài sản” được sử dụng để mô tả giá trị đối với sáng chế, tác phẩm và tên gọi mà cá nhân hay tập thể yêu cầu quyền sở hữu. Tài sản trí tuệ có thể là uy tín, phong cách kinh doanh mà doanh nghiệp hay cá nhân có được. Dùng thuật ngữ tài sản trí tuệ là nói đến khía cạnh giá trị vật chất đối với các kết quả có được từ lao động trí óc.

Tyrrell và Floyd (2012) cho rằng để giải quyết vấn đề xác định tài sản trí tuệ, việc cần thiết đầu tiên là xác định các thuật ngữ thường được áp dụng trong lĩnh vực này. Theo các tác giả này, các thuật ngữ “Sở hữu trí tuệ - Intellectual Property” và “Tài sản trí tuệ - Intellectual Assets” thường được sử dụng thay thế cho nhau. Định nghĩa chính xác của các điều khoản có xu hướng thay đổi tùy theo ứng dụng và làm thế nào các bên liên quan xác định các điều khoản này để đáp ứng nhu cầu cụ thể của tình hình. Họ coi sở hữu trí tuệ bao gồm các bằng sáng chế, các nhãn hiệu thương mại, bản quyền và đăng ký kiểu dáng công nghiệp.

Có bốn thành phần với cơ chế cụ thể để thực hiện việc xác định các yếu tố cá nhân, bao gồm:

(1) Tài sản trí tuệ được coi là có phạm vi rộng hơn, ngoài sở hữu trí tuệ ra còn bao gồm các bí mật thương mại. Tyrrell và Floyd (2012) cho rằng tài sản trí tuệ bao gồm các mô tả hệ thống hóa, hữu hình hay vật chất, của tri thức cụ thể mà một tổ chức có thể khẳng định quyền sở hữu;

(2) Bí mật thương mại được Tyrrell và Floyd (2012) định nghĩa là thông tin độc quyền mà thuộc về độc quyền cho tổ chức, và được sử dụng trong các hoạt động của một tổ chức để cung cấp một lợi thế cạnh tranh kinh tế. Bí mật thương mại bao gồm sáng chế không có bằng sáng chế, công thức, quy trình, thiết bị, mô hình, bản vẽ thiết kế, cơ sở dữ liệu khách hàng hoặc các hoạt động hướng dẫn sử dụng. Định nghĩa này được áp dụng cho cả thông tin kinh doanh và thông tin kỹ thuật;

(3) Nguồn nhân lực đề cập đến khả năng hiểu biết của nhân viên trong tổ chức, có liên quan đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp;

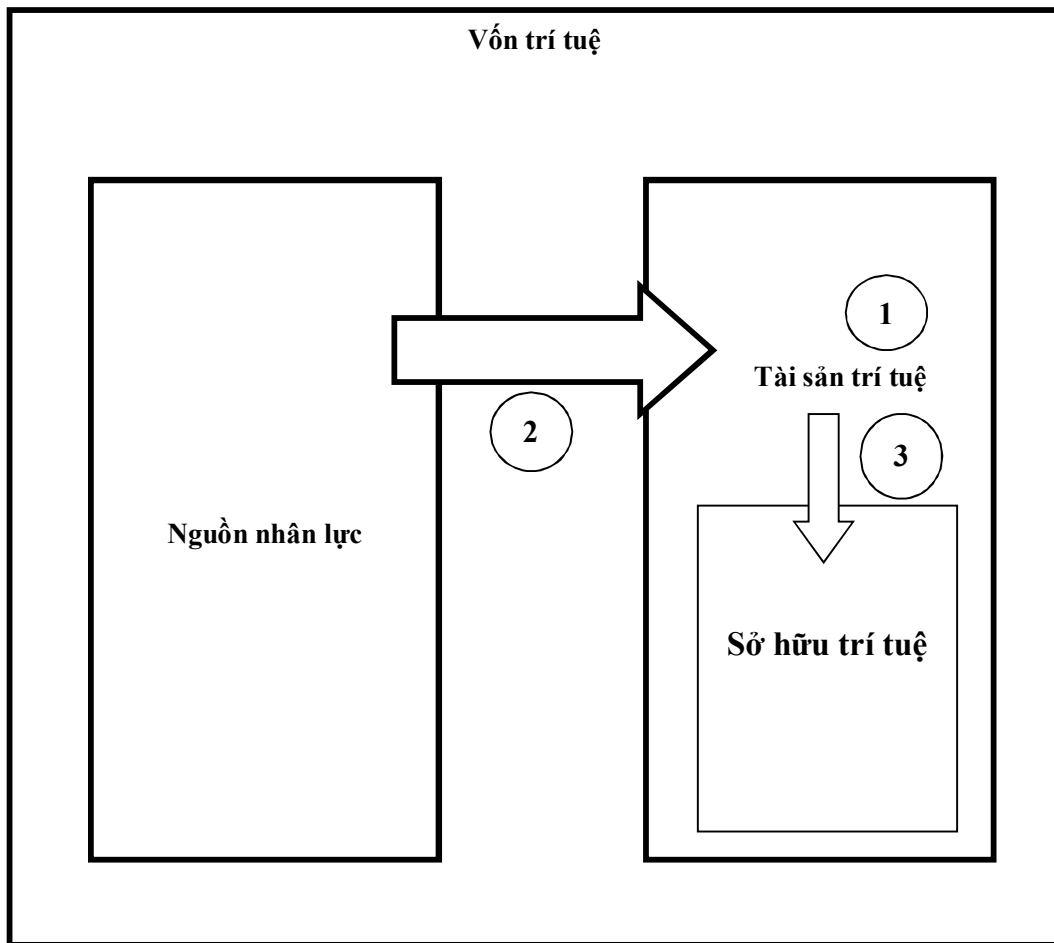
(4) Vốn con người bao gồm những kinh nghiệm tập thể, kỹ năng, sáng tạo và chuyên môn của các nhân viên. Trên cơ sở cá nhân, khái niệm này đề cập đến khả năng của người lao động để thực hiện nhiệm vụ cụ thể cần thiết cho hoạt động của doanh nghiệp.

Hình 2 giải thích mối quan hệ giữa các thành phần khác nhau để một tổ chức có thể tối đa hóa giá trị của tài sản trí tuệ.

Việc cần thiết đầu tiên là tổ chức cần xác định danh mục các tài sản sở hữu trí tuệ hiện hành (Bước 1). Thứ hai, các tổ chức phải nắm bắt những kiến thức cụ thể của nhân viên của mình thông qua hệ thống hóa kiến thức này trong một hình thức có ích cho các nhân viên khác (Bước 2). Khi quá trình này đã được hoàn thành, hệ thống hóa thông tin và các tài liệu liên quan có thể được coi là bí mật thương mại bao gồm các tài sản trí tuệ thuộc doanh nghiệp. Cũng bởi việc hệ thống hóa kiến thức, phát minh có khả năng cấp bằng sáng chế có thể được xác định và một chiến lược cấp bằng sáng chế có thể được coi là có ý thức (Bước 3).

Bùi Văn Quyền (2008) cũng cho rằng, thuật ngữ “Tài sản trí tuệ”, “Sở hữu trí tuệ” thường được dùng hoán đổi cho nhau. Một định nghĩa chính xác các thuật ngữ này phụ thuộc việc áp dụng hay sử dụng các thuật ngữ này cho những nhu cầu, ngữ cảnh chuyên biệt. Hệ thống pháp luật và quản lý nhà nước Việt Nam hiện nay sử dụng thuật ngữ sở hữu trí tuệ như một tên gọi chung cho một lĩnh vực

Hình 2: Mối quan hệ giữa các thành phần



Nguồn: Tyrrell và Floyd (2012)

chuyên môn của hoạt động khoa học, công nghệ.

Như vậy, dùng thuật ngữ *sở hữu trí tuệ* là muốn đề cập đến một lĩnh vực, loại hình chuyên môn độc lập, phân biệt với các lĩnh vực chuyên môn khác như tiêu chuẩn, đo lường, chất lượng, công nghệ, kỹ thuật,... Sử dụng thuật ngữ *tài sản trí tuệ* là muốn nhấn mạnh khía cạnh thương mại đối với kết quả lao động trí tuệ được thể hiện dưới dạng các sản phẩm có thể thương mại. Dùng thuật ngữ *quyền sở hữu trí tuệ* là muốn nhấn mạnh khía cạnh pháp lý của tài sản trí tuệ trong thương mại, khía cạnh sở hữu, khía cạnh giá trị khi được khai thác sử dụng và định đoạt. Các khái niệm này có thể được mô hình hóa và diễn giải như hình 3.

### 3. Căn cứ đề xuất mô hình chuỗi giá trị sản phẩm tài sản trí tuệ các trường đại học

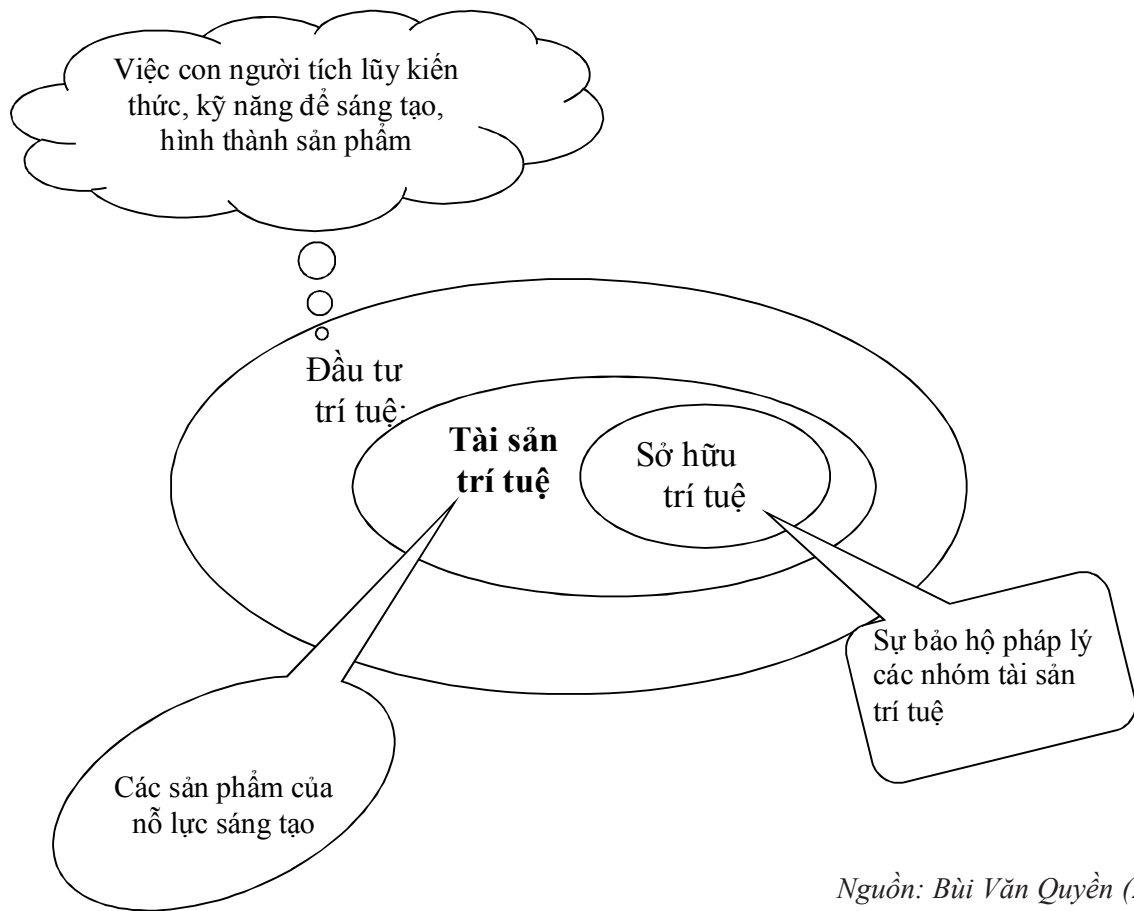
Ở Việt Nam, trường đại học, viện đại học, học viện, và trường cao đẳng là các cơ sở giáo dục sau trung học. Trong nước có nhiều hình thức quản lý các cơ sở giáo dục này, có thể thuộc quản lý nhà nước (công lập) hoặc tư thực; có thể đào tạo tuyển sinh cả nước, theo vùng hay tỉnh. Tùy theo vị trí địa

lý, khối ngành đào tạo, cơ quan bộ, ngành bộ quản lý, địa phương quản lý mà các trường đại học, học viện được phân chia thành: Các đại học quốc gia; các đại học và trường đại học cấp vùng; các trường đại học và học viện quân sự; các trường đại học và học viện công an; các trường đại học theo ngành dân sự; khối kỹ thuật; các trường đại học khối kinh tế và quản trị kinh doanh; các học viện; các trường đại học địa phương; các trường đại học dân lập và tư thực; các trường dự bị đại học; và các trường dự bị đại học dân tộc.

Do đặc thù của các trường ở các cấp, các địa phương, các lĩnh vực đào tạo khác nhau nên việc quản lý tài sản trí tuệ đối với các trường cũng khác nhau. Trong phạm vi bài viết này, tác giả lựa chọn các trường đại học thuộc khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh (trong đề tài gọi tắt là các trường đại học) vì một số lý do.

#### 3.1. Hoạt động khoa học công nghệ ở các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh có những đặc điểm riêng (có thể coi là đặc thù)

**Hình 3: Mô hình hóa các khái niệm**



Nguồn: Bùi Văn Quyền (2008)

*Thứ nhất*, sản phẩm của chúng không chỉ phục vụ, đáp ứng yêu cầu của các doanh nghiệp mà cả cơ quan quản lý Nhà nước, kể cả các cơ quan lãnh đạo cao nhất của Đảng và Nhà nước;

*Thứ hai*, khác với các trường đại học thuộc khoa học tự nhiên, các kết quả nghiên cứu khoa học ở các trường này thường khó định lượng và trong một thời gian khó đánh giá được chính xác những kết quả và công hiến của nó. Kết quả nghiên cứu của các trường đại học kinh tế với tư cách là các chính sách kinh tế có nhiều tác động không chỉ đến tăng trưởng, phát triển kinh tế,... mà nhiều khi còn có tác động đến cả sự ổn định chính trị xã hội và an ninh quốc gia. Thông thường các kết quả nghiên cứu khoa học ở các trường đại học Kinh tế thường là những khuyến nghị về xây dựng, hoàn thiện cơ chế, chính sách,... mà việc triển khai thực thi cơ chế, chính sách,... chỉ mang lại kết quả (cao, thấp, thậm chí đổ vỡ) sau một thời gian khá dài (Đỗ Đức Bình và Hồ Thị Hải Yến, 2010).

### 3.2. Các trường đại học khối kinh tế có nhiều ngành học, một số đặc điểm giống nhau hoặc tương đương

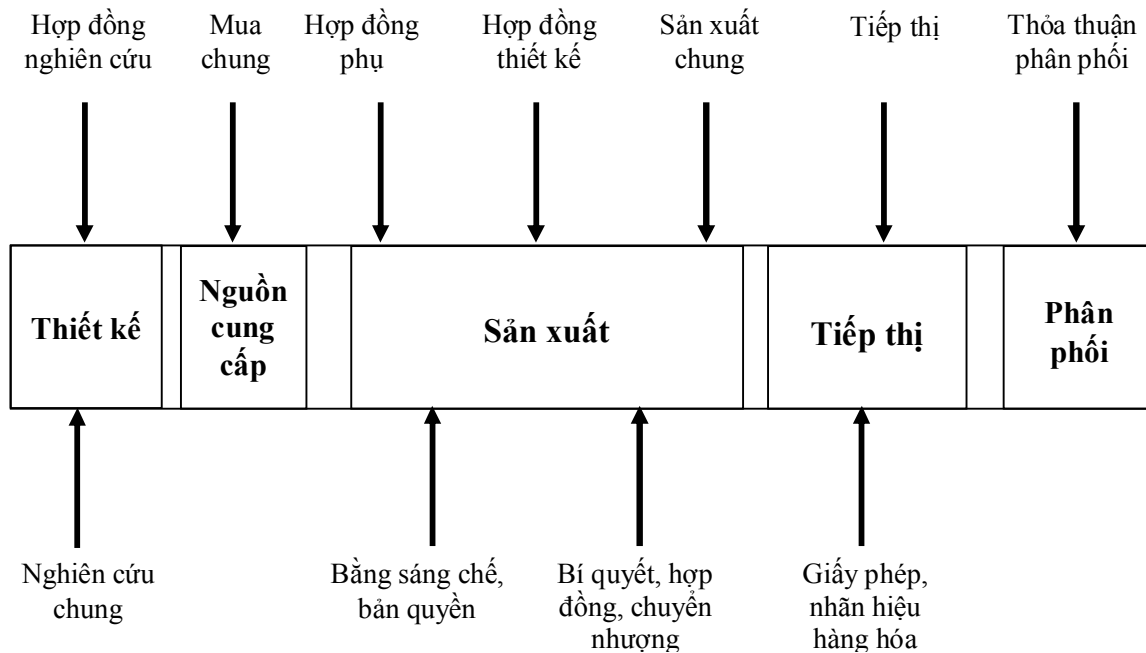
- Định dạng tồn tại của tài sản trí tuệ thường

giống nhau;

- Tài sản trí tuệ của trường này có thể sử dụng cho các trường khác;
- Hệ thống giáo trình, bài giảng có thể tham khảo lẫn nhau;
- Tuyển sinh đầu vào các môn học tương đương nhau;
- Số lượng học viên và cán bộ giảng dạy chiếu theo tỷ lệ rất lớn trong khối các trường đại học và cao đẳng (Đỗ Văn Sang, 2012).

Trong phạm vi trường đại học nói chung, tài sản trí tuệ là các công trình nghiên cứu khoa học, sách giáo khoa, các luận văn, luận án tiến sĩ, thạc sĩ, đại học, bài báo, kỹ yếu. Các tài sản trí tuệ nêu trên được tạo ra thông qua các hoạt động nghiên cứu của các nhà khoa học (cán bộ, giảng viên, nghiên cứu sinh, học viên,...). Theo góc nhìn của chuỗi giá trị, quá trình sáng tạo ra tài sản trí tuệ từ các trường đại học đến người sử dụng đều trải qua một chuỗi các hoạt động, mỗi hoạt động này lại tạo ra một giá trị mới cho sản phẩm tài sản trí tuệ. Như vậy, để đến được với người sử dụng một cách hiệu quả, nhanh chóng, thuận tiện, các tài sản trí tuệ này cần trải qua lần lượt các hoạt động cơ bản trong chuỗi giá trị.

**Hình 4: 11 phương thức thỏa thuận hợp tác liên quan đến 05 hoạt động lớn trong tổ chức**



Nguồn: Guriqbal Singh Jaiya (2013)

Guriqbal Singh Jaiya (2013) đã đưa ra 11 phương thức thỏa thuận hợp tác liên quan đến 05 hoạt động lớn trong tổ chức theo hình 4.

Trên cơ sở đó, Guriqbal Singh Jaiya đã đưa ra mô hình cơ chế hợp tác giữa các hoạt động trong chuỗi giá trị tài sản trí tuệ như hình 5.

#### 4. Đề xuất mô hình TSTT trong các trường đại học

Dựa vào mô hình chuỗi giá trị sản phẩm của Michael Porter và mô hình cơ chế hợp tác của các hoạt động trong chuỗi giá trị tài sản trí tuệ của Guriqbal Singh Jaiya, tác giả đề xuất mô hình chuỗi giá trị cho tài sản trí tuệ các trường đại học khối Kinh

tế và Quản trị kinh doanh ở Việt Nam như hình 6.

Chuỗi giá trị này gồm năm hoạt động: Nghiên cứu và phát triển; Nguồn cung cấp; Sản xuất; Tiếp thị và bán hàng; Dịch vụ. Các hoạt động trên có tác động đến hiệu quả quản lý tài sản trí tuệ của các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh ở Việt Nam. Trong đó:

##### 4.1. Nghiên cứu và phát triển

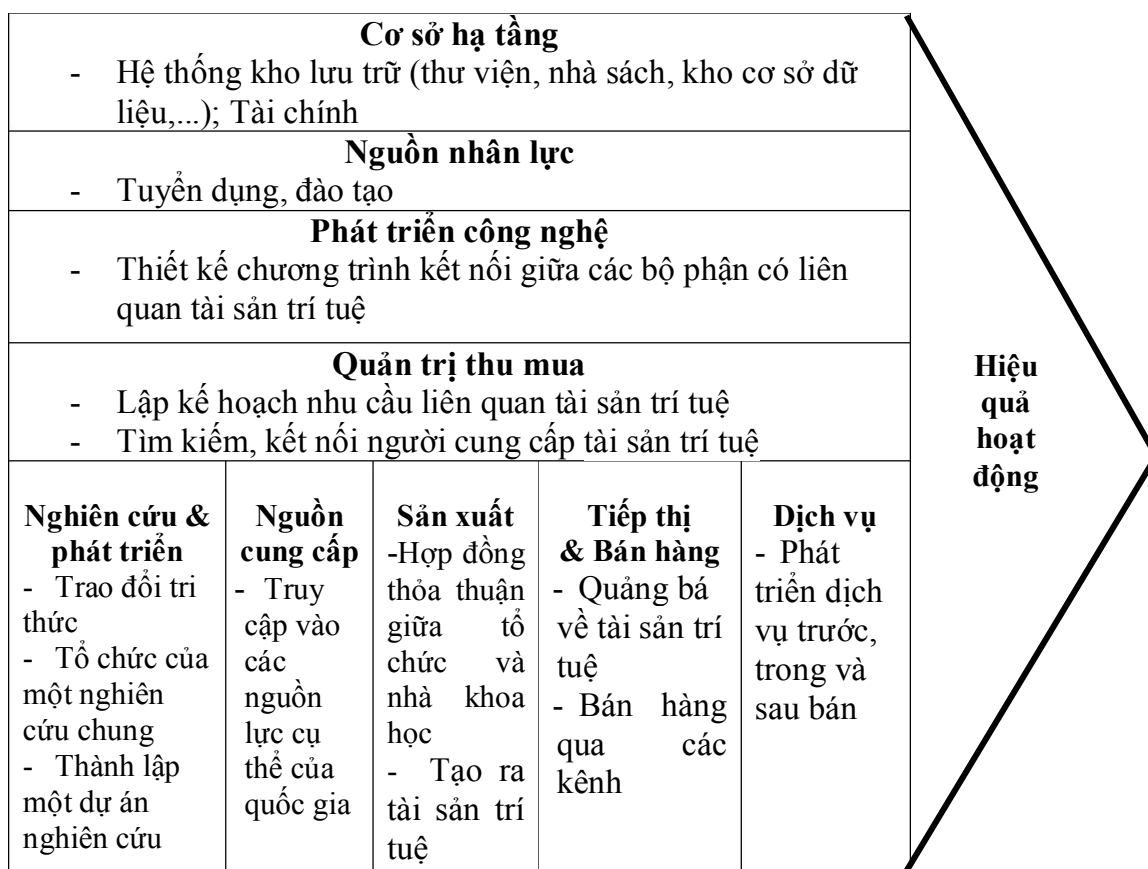
Đây là hoạt động đầu tiên của chuỗi cũng là tiền đề để tạo ra các tài sản trí tuệ. Nó bao gồm các hoạt động như trao đổi các tri thức hiện có giữa các cá nhân, tập thể thông qua hệ thống kho lưu trữ (thư viện, nhà sách, kho cơ sở dữ liệu,...); Tổ chức của

**Hình 5: Mô hình các hoạt động trong chuỗi giá trị tài sản trí tuệ**

Nghiên cứu & phát triển	Nguồn cung cấp	Sản xuất	Tiếp thị	Phân phối	Các dịch vụ
- Trao đổi tri thức hiện có - Tổ chức của một nghiên cứu chung - Thành lập một dự án chung (Thiết kế, kỹ thuật)	- Mua chung - Truy cập vào các nguồn lực cụ thể của quốc gia (nguyên liệu, kinh phí, lợi thế so sánh)	- Các hợp đồng phụ - Thỏa thuận sản xuất chung - Thực hiện hợp đồng - Bằng sáng chế, quyền tác giả - Kết hợp sản xuất	- Giấy phép, nhãn hiệu - Kết giao (tiếp thị thông thường) - Quảng cáo chung	- Thỏa thuận phân phối đối ứng (truy cập vào mạng lưới hiện có)	

Guriqbal Singh Jaiya (2013)

**Hình 6: Mô hình chuỗi giá trị tài sản trí tuệ các trường đại học khối Kinh tế và quản trị kinh doanh ở Việt Nam**



Nguồn: Tác giả đề xuất (2014)

một nghiên cứu chung (trong các trường đại học, tổ chức này thông thường là các đơn vị như Viện, Khoa, Bộ môn, Phòng, Ban tương ứng); Thành lập một dự án nghiên cứu (thiết kế nghiên cứu, các yếu tố kỹ thuật, nguồn lực,...).

#### 4.2. Nguồn cung cấp

Bao gồm các nguồn lực cụ thể của tổ chức, của quốc gia như kinh phí đầu tư nghiên cứu, nguồn nhân lực, tài nguyên phục vụ cho nghiên cứu, các lợi thế so sánh với các tổ chức khác. Bên cạnh đó nguồn cung cấp có thể mua hoặc thỏa thuận hợp tác với các đối tác bên ngoài.

#### 4.3. Sản xuất

Bao gồm các hợp đồng thỏa thuận giữa tổ chức (trường đại học, học viện,...) với các nhà khoa học (chủ nhiệm đề tài/dự án, các thành viên tham gia nghiên cứu). Sau khi ký kết các hợp đồng xong, tác giả hoặc nhóm tác giả tiến hành thực hiện các nội dung trong hợp đồng. Kết quả của hoạt động sản xuất là tạo ra sản phẩm khoa học, qua nghiệm thu, đóng gói thành phẩm tài sản trí tuệ. Với các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh thì sự khác biệt giữa các trường trong khâu này là rất lớn.

Bởi ở mỗi trường, chất lượng nguồn nhân lực là khác nhau. Bởi vậy, quản trị nguồn nhân lực và quản trị thu mua là 2 hoạt động hỗ trợ có tác động mạnh nhằm tạo ra lợi thế cạnh tranh giữa các trường.

#### 4.4. Tiếp thị và Bán hàng

Một trong những lý do mà người dùng hạn chế sử dụng tài sản trí tuệ trong các trường đại học là khó tiếp cận dịch vụ cung cấp thông tin, dữ liệu tra khảo, một số còn không quen sử dụng dịch vụ. Từ đó có thể hiểu rằng để thay đổi nhận thức của người sử dụng tài sản trí tuệ thì ngoài việc nâng cao chất lượng dịch vụ, giảm giá,... thì cần phải cung cấp cho người dùng các thông tin về tài sản trí tuệ một cách đầy đủ, chính xác về nguồn cung cấp, giá cả, thời gian, lĩnh vực, phạm vi ảnh hưởng,... Để làm được điều này, các trường đại học phải chủ động quảng bá hình ảnh, uy tín của mình, tạo điều kiện thuận lợi cho người sử dụng dễ dàng tiếp cận với tài sản trí tuệ.

Cụ thể, các trường cần tăng cường quảng bá sản phẩm tài sản trí tuệ của mình trên các kênh thông tin khác nhau như quảng cáo trên tivi, website, báo điện tử, báo giấy,... để tạo điều kiện cho người sử dụng

tiếp cận với tài sản trí tuệ một cách tốt nhất. Nội dung quảng cáo cũng cần thể hiện đầy đủ các thông tin cần thiết và đầy đủ cho sự lựa chọn của người sử dụng. Ngoài ra, cần có sự liên kết giữa các trường theo hình thức hiệp hội để tạo điều kiện thuận lợi dễ dàng hơn trong việc quảng bá hình ảnh, quảng bá tài sản trí tuệ của các trường đại học.

Bên cạnh đó, cần đẩy mạnh các kênh bán hàng, một trong các lợi thế của tài sản trí tuệ các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh là hầu hết các tài sản trí tuệ đều có thể số hóa được, do vậy có thể đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin vào việc thương mại hóa, quản lý và khai thác tài sản trí tuệ.

#### 4.5. Dịch vụ khách hàng

Đây là hoạt động đầu ra nhưng có vai trò quan trọng tới các yếu tố đầu vào của chuỗi giá trị. Tài sản trí tuệ được tạo ra nếu “bán” hoặc “chuyển nhượng” hoặc áp dụng vào thực tế sẽ tạo ra động lực kích thích các nhà khoa học nghiên cứu và sản xuất ra tài sản trí tuệ. Bên cạnh đó, tài sản trí tuệ các trường đại học Khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh có thể được nghiên cứu, phát triển thành các tài sản trí tuệ khác dựa trên tài sản trí tuệ đã có.

Giá trị vô hình của các tài sản trí tuệ cũng tăng lên đáng kể khi tỉ lệ trích dẫn trong nghiên cứu khoa học tăng lên, hệ số IF (Impact Factor – IF) được tính toán dựa vào số lượng bài báo công bố và tổng số lần những bài báo đó được tham khảo hay trích dẫn (citations) (Trần Văn Tuấn, 2014). Theo định nghĩa hiện hành, *IF của một tập san* trong năm là số lần tham khảo trung bình các bài báo được công bố trên tập san trong vòng 2 năm trước (Trần Văn Tuấn, 2014). Chẳng hạn như trong 2 năm 1981 và 1982, Tập san *Lancet* công bố 470 bài báo khoa học nguyên thủy; trong năm 1983 có 10.011 bài báo khác trên các tất cả các tập san (kể cả *Lancet*) có tham khảo hay trích dẫn đến 470 bài báo đó; và hệ số IF là  $10.011 / 470 = 21,3$  (Trần Văn Tuấn, 2014). Nói cách khác, tính trung bình mỗi bài báo nguyên thủy trên tờ *Lancet* có khoảng 21 lần được tham khảo đến hay trích dẫn.

Để gia tăng giá trị cho sản phẩm tài sản trí tuệ, các nhà khoa học, các trường đại học cần tìm kiếm và kí kết hợp đồng tiêu thụ, sử dụng sản phẩm với hệ thống phân phối và bán hàng trong phạm vi trong nước và quốc tế. Thực tế cho thấy, có nhiều nghiên cứu đã được các doanh nghiệp, các cơ quan ban ngành trong và ngoài nước áp dụng, phát huy hiệu quả của công tác quản lý và hoạt động của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, cần triển khai tích cực các dịch vụ trước, trong và sau bán hàng. Vì tài sản trí

tuệ vừa là tài sản hữu hình (tồn tại dưới dạng quyền sách, báo cáo, đề tài, công trình nghiên cứu, tập tin dữ liệu...) vừa là tài sản vô hình (các thông tin, nội dung bên trong của tài sản trí tuệ), nên khâu tiếp thị và cung cấp các dịch vụ là hết sức cần thiết, nhằm giúp người sử dụng hiểu rõ hơn về sản phẩm tài sản trí tuệ.

Hoạt động Tiếp thị và Phân phối, dịch vụ trong mô hình chuỗi giá trị là một trong các hoạt động nhằm tăng thêm giá trị cho sản phẩm tài sản trí tuệ trong các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh ở Việt Nam, tạo động lực thúc đẩy các nhà khoa học tích cực hơn trong hoạt động nghiên cứu, sáng tạo tài sản trí tuệ, và cũng tạo điều kiện để người sử dụng được tiếp cận, sử dụng và khai thác các tài sản trí tuệ này một cách thuận lợi, nhanh chóng, chính xác. Tạo điều kiện cho các nhà quản lý của các trường đại học quản lý hiệu quả hơn các tài sản trí tuệ, góp phần phát triển bền vững các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh.

#### 5. Kết luận

Ngày nay, những lợi thế về các nguồn lực như kỹ thuật - công nghệ, nguồn vốn,... trong nhiều trường hợp chỉ mang tính tương đối, dễ bắt chước và không tạo ra được lợi thế cạnh tranh bền vững. Tài sản trí tuệ trong các trường đại học, đặc biệt các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh ở Việt Nam là loại tài sản đặc biệt, mang giá trị vô hình lớn. Từ việc nghiên cứu, phân tích mô hình chuỗi giá trị của Porter (1985) và mô hình cơ chế hợp tác của các hoạt động trong chuỗi giá trị tài sản trí tuệ của Guriqbal Singh Jaiya (2013), nhóm tác giả cho rằng tài sản trí tuệ của các trường đại học khối Kinh tế và Quản trị kinh doanh ở Việt Nam cần trải qua các hoạt động cơ bản từ nghiên cứu và phát triển, nguồn cung cấp sản xuất, marketing và bán hàng, cho tới dịch vụ sau bán. Để tạo ra giá trị cao nhất cho tài sản trí tuệ khi đến tay người sử dụng, ở từng khâu phải tạo ra được giá trị nhờ sự hỗ trợ của các hoạt động khác như cơ sở hạ tầng, quản trị nhân lực hay quản trị thu mua. Các trường đại học có thể căn cứ vào tình hình thực tế tại đơn vị mình để có thể phát triển, đầu tư, nâng cao hiệu quả hoạt động, quản lý trong từng hoạt động của chuỗi giá trị tài sản trí tuệ với các trường đại học để tạo ra được tài sản trí tuệ có chất lượng, có giá trị thực tiễn cao và được xã hội công nhận. □



## Tài liệu tham khảo

- Bùi Văn Quyền (2008), “Dự án CT68/TĐ 03/2006 -2007/TW”, Báo cáo tổng hợp kết quả thực hiện, trang 38, Bộ Khoa học và Công nghệ. Hà Nội.
- Dave, Tyrrell và Floyd, Gary (2012), *The First Step in an Intellectual Property Management Program*, truy cập ngày 28 tháng 4 năm 2012, từ <<http://www.vertexips.com/information/articles/identification.html>>
- Đỗ Đức Bình và Hồ Thị Hải Yến (2010), “Tiếp tục đổi mới về cơ chế và chính sách đối với hoạt động khoa học và công nghệ trong các trường đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh: Hiện trạng và một số khuyến nghị”. *Kỷ yếu Hội nghị tổng kết Hoạt động khoa học và công nghệ giai đoạn 2006-2010 và định hướng phát triển 5 năm 2011-2015 của các trường đại học khối Kinh tế, Quản trị kinh doanh*, Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội, trang 133
- Đỗ Đức Khả (2010), *Phát triển chuỗi giá trị sản phẩm nhằm gia tăng xuất khẩu hoa Đà Lạt*, truy cập lần cuối ngày 30 tháng 9 năm 2014, từ <<http://www.lamdong.gov.vn/vi-VN/a/book/Pages/books/TonghopHoiThao-Nam2009/phan-trien-choi-gia-tri-san-pham-nham-gia-tang-xuat-khau-hoa-dalat.htm>>
- Đỗ Văn Sang (2012), ‘Ứng dụng CNTT vào quản lý các luận án Tiến sĩ các trường đại học khối Kinh tế theo mô hình Chi - Trả trực tuyến’. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ, Đại học Kinh tế quốc dân.
- Guriqbal Singh Jaiya (2013), *Integrating Business and Intellectual Property Strategy*, truy cập ngày 28 tháng 9 năm 2014, từ <[http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo\\_kipo\\_kipa\\_ip\\_ge\\_08/wipo\\_kipo\\_kipa\\_ip\\_ge\\_08\\_www\\_109875.pdf](http://www.wipo.int/edocs/mdocs/sme/en/wipo_kipo_kipa_ip_ge_08/wipo_kipo_kipa_ip_ge_08_www_109875.pdf)>
- Porter, Michael E. (1985), “Competitive Advantage: Creating and sustaining superior performance”, The Free Press. New York.
- Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam (2005), *Luật sở hữu trí tuệ của Quốc hội nước Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam, số 50/2005/QH11*, ban hành ngày 29 tháng 11 năm 2005.
- Trần Văn Tuấn (2014), *Thế nào là một “bài báo khoa học?”*, truy cập lần cuối ngày 25 tháng 9 năm 2014, từ <<http://huc.edu.vn/chi-tiet/1348/The-nao-la-mot-bai-bao-khoa-hoc-.html>>

---

## Thông tin tác giả:

**\*Đỗ Văn Sang**, Thạc sỹ

- Tổ chức tác giả công tác: Nhà xuất bản, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

- Lĩnh vực nghiên cứu chính của tác giả: Công nghệ thông tin, Tin học kinh tế

- Một số tạp chí tiêu biểu mà tác giả đã từng đăng tải công trình nghiên cứu: *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: [sangdv@neu.edu.vn](mailto:sangdv@neu.edu.vn)

**\*\*Hà Sơn Tùng**, Thạc sỹ

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

- Lĩnh vực nghiên cứu chính của tác giả: Quản trị kinh doanh

- Một số tạp chí tiêu biểu mà tác giả đã từng đăng tải công trình nghiên cứu: *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: [hasontungneu@yahoo.com](mailto:hasontungneu@yahoo.com)