

HU
005

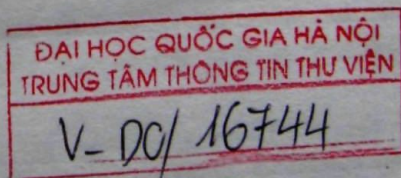
Tủ sách **Nhà quản lý**

Biên soạn

LÊ ANH CƯỜNG

NGUYỄN LỆ HUYỀN - NGUYỄN KIM CHI

Phương pháp & kỹ năng quản trị
NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN
SẢN PHẨM MỚI



KTU 3427

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI
Hà Nội - 2005

Mục lục

Chương 1

ĐỔI MỚI KỸ THUẬT CÔNG NGHỆ VÀ SỰ PHÁT TRIỂN CỦA DOANH NGHIỆP

Đổi mới kỹ thuật công nghệ - động lực cơ bản để phát triển kinh tế	
Nội dung và lý luận cơ bản của khái niệm đổi mới	18
Những loại hình chính của sáng chế	23
Đổi mới kỹ thuật công nghệ và sản phẩm là con đường phát triển kinh tế hiệu quả	
Là điểm đột phá của bước chuyển biến tăng trưởng kinh tế, và là con đường duy nhất để tăng trưởng kinh tế với chất lượng cao	27
Là con đường cơ bản cải thiện kết cấu sản phẩm và nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm, giúp doanh nghiệp làm giàu	28
Là con đường hiệu quả để loại trừ giai đoạn chín muồi và thay thế của thị trường, phát triển một sản phẩm mới	32

Là con đường cơ bản để nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp, chuyển đổi sang cơ chế kinh tế thị trường 35

Đẩy mạnh đổi mới kỹ thuật công nghệ và sản phẩm trong doanh nghiệp

Chuyển đổi từ cơ chế coi Nhà nước là chủ thể sang cơ chế coi doanh nghiệp là chủ thể đổi mới, cải tiến kỹ thuật công nghệ và sản phẩm 41

Để các nhà doanh nghiệp đóng vai trò chính trong công tác đổi mới, kỹ thuật công nghệ và sản phẩm 46

Phải có một chiến lược nghiên cứu và phát triển thích hợp 51

Đổi mới và cải tiến kỹ thuật công nghệ là biện pháp quan trọng để doanh nghiệp nghiên cứu và triển khai sản phẩm mới 56

Chương 2

CHIẾN LƯỢC NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM MỚI

Các chiến lược nghiên cứu và phát triển cơ bản

Nội dung chiến lược nghiên cứu và phát triển trong doanh nghiệp 64

Phân loại chiến lược nghiên cứu và phát triển của doanh nghiệp 64

Chiến lược đi đầu, theo sau và mô phỏng 68

Lựa chọn không gian nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới

Không gian nghiên cứu và phát triển 75

Nhân tố chính ảnh hưởng tới lựa chọn không gian nghiên cứu và phát triển 78

Quá trình vạch chiến lược nghiên cứu và phát triển sản phẩm	
Điều tra và nghiên cứu thông tin	87
Phân tích dự đoán	88
Phân tích ưu thế	89
Phân tích điểm yếu	90
Bước đầu vạch chiến lược	91
L luận chứng phương án	91
Sửa chữa phương án	92
Chấp hành quyết sách	92

Chương 3

XÂY DỰNG NĂNG LỰC NGHIÊN CỨU VÀ PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM VÀ CƠ CHẾ ĐỘNG VIÊN, KHÍCH LỆ

Sức cạnh tranh trọng tâm	
Khái niệm sức cạnh tranh trọng tâm	95
Giá trị chiến lược của sức cạnh tranh trọng tâm	98
Xác nhận sức cạnh tranh trọng tâm	100
Bồi dưỡng sức cạnh tranh trọng tâm	101
Bồi dưỡng khả năng nghiên cứu và phát triển của doanh nghiệp	104
Cơ chế động viên, khích lệ	
Nhu cầu, động cơ, hành vi đối với động viên, khích lệ	107