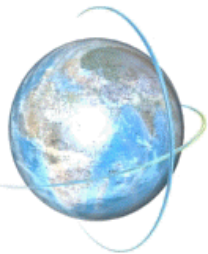


LOGO



# ***KINH DOANH QUỐC TẾ***

**THS. TRẦN TRỌNG ĐỨC**

**Email: Duc.trantrong12@gmail.com**  
**0982519999**



## Giảng viên:

**ThS. TRẦN TRỌNG ĐỨC**

Email: [ductt@neu.edu.vn](mailto:ductt@neu.edu.vn)

[duc.trantrong12@gmail.com](mailto:duc.trantrong12@gmail.com)

## Giáo trình:

**“Kinh doanh quốc tế”**

Chủ biên: Tạ Văn Lợi, Nguyễn Thị Hương

Xuất bản: 2017, NXB KTQD

## Tài liệu tham khảo:

- ❖ Ball, D. A., W. H. McCulloch (2010), *International Business – The Challenge of Global Competition*, McGraw-Hill.
- ❖ Hill, Charles W. T. (2001), *Kinh doanh toàn cầu ngày nay*, Sách biên dịch, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
- ❖ Wild, J. J, Kenneth L. Wild, J. C. Y. Han (2000), *International Business: An Integrated Approach*, Prentice Hall, New Jersey 07458.



## Tài liệu Điểm Thi

### Điều kiện dự thi cuối kỳ

- Tham dự từ 80% số buổi học trở lên
- Tham gia đóng góp ý kiến tại lớp

## ❖ Tài liệu

- Slides bài giảng
- Giáo trình
- Các tài liệu tham khảo khác

## ❖ Điểm

10%	30%	60%
Tham dự lớp học Tham gia đóng góp ý kiến	1 bài thuyết trình nhóm	Bài thi cuối kỳ Thời gian: 90' Được sử dụng tài liệu

## ❖ Thi :

- Đủ điều kiện dự thi
- Tham dự thi trong 90'
- Điểm thi chiếm 60% tổng số điểm học phần



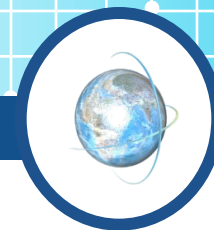
- I. KINH DOANH QUỐC TẾ TRONG KỶ NGUYÊN TOÀN CẦU HÓA**
- II. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH QUỐC GIA**
- III. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH QUỐC TẾ**
- IV. CHIẾN LƯỢC VÀ PHƯƠNG THỨC THÂM NHẬP TRONG KINH DOANH QUỐC TẾ**
- V. QUẢN TRỊ CÁC CHỨC NĂNG KINH DOANH QUỐC TẾ**



# CHƯƠNG 1

## ***KINH DOANH QUỐC TẾ TRONG KỶ NGUYÊN TOÀN CẦU HÓA***

# ***Mục tiêu chương 1***



Mục đích của chương là giúp người học nắm bắt được bản chất của kinh doanh quốc tế, các hình thức tham gia kinh doanh quốc tế mà các doanh nghiệp có thể lựa chọn, lý giải những động cơ thúc đẩy các doanh nghiệp vươn ra kinh doanh trên thị trường nước ngoài, phân tích vai trò của toàn cầu hóa đối với kinh doanh quốc tế.



## 1.1. Tổng quan về kinh doanh quốc tế là gì?

1.1.1. Khái niệm kinh doanh quốc tế

1.1.2. Các hình thức kinh doanh quốc tế

1.1.3. Các chủ thể liên quan đến kinh doanh quốc tế

1.1.4. Động cơ thúc đẩy các doanh nghiệp tham gia KDQT

## 1.2. Toàn cầu hóa và tác động của toàn cầu hóa tới KDQT

1.2.1. Khái niệm và các cấp độ toàn cầu hóa

1.2.2. Các yếu tố thúc đẩy toàn cầu hóa thị trường và toàn cầu hóa sản xuất

1.2.3. Cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp

# ***Khái niệm kinh doanh quốc tế***



**Kinh doanh quốc tế là tổng hợp toàn bộ các giao dịch kinh doanh vượt qua các biên giới của hai hay nhiều quốc gia.**



# Các hình thức kinh doanh quốc tế



## ❖ Thông qua ngoại thương:

- Xuất khẩu, nhập khẩu
- Gia công quốc tế, tái xuất khẩu, xuất khẩu tại chỗ

## ❖ Thông qua hợp đồng:

- Hợp đồng cấp giấy phép (li-xăng)
- Hợp đồng đại lý đặc quyền
- Hợp đồng quản lý
- Hợp đồng theo đơn đặt hàng
- Hợp đồng xây dựng và chuyển giao
- Hợp đồng phân chia sản phẩm

## ❖ Thông qua đầu tư

- Đầu tư trực tiếp nước ngoài
- Đầu tư gián tiếp nước ngoài

# Các chủ thể liên quan đến

KDQT



# Tại sao DN tham gia KDQT?



- 1) Thị trường
- 2) Nguồn lực
- 3) Hiệu quả
- 4) An toàn



# Động cơ KDQT của doanh nghiệp



## CÁC LỰC ĐẨY

- ❖ Dung lượng thị trường nhỏ
- ❖ Nhu cầu giảm sút
- ❖ Thị trường bão hòa
- ❖ Sản phẩm đi vào giai đoạn suy thoái
- ❖ Mức độ cạnh tranh gay gắt
- ❖ Tỷ suất lợi nhuận thấp
- ❖ Điều kiện kinh doanh, nguồn lực hạn chế
- ❖ Công suất dư thừa
- ❖ Áp lực khai thác tính kinh tế theo quy mô/địa điểm

## CÁC LỰC KÉO

- ❖ Dung lượng thị trường lớn
- ❖ Nhu cầu tăng
- ❖ Tỷ suất lợi nhuận cao
- ❖ Điều kiện kinh doanh thuận lợi
- ❖ Chính sách ưu đãi của chính phủ
- ❖ Lợi thế so sánh, nguồn lực sẵn có

# ***Tham gia KDQT, DN có thể:***



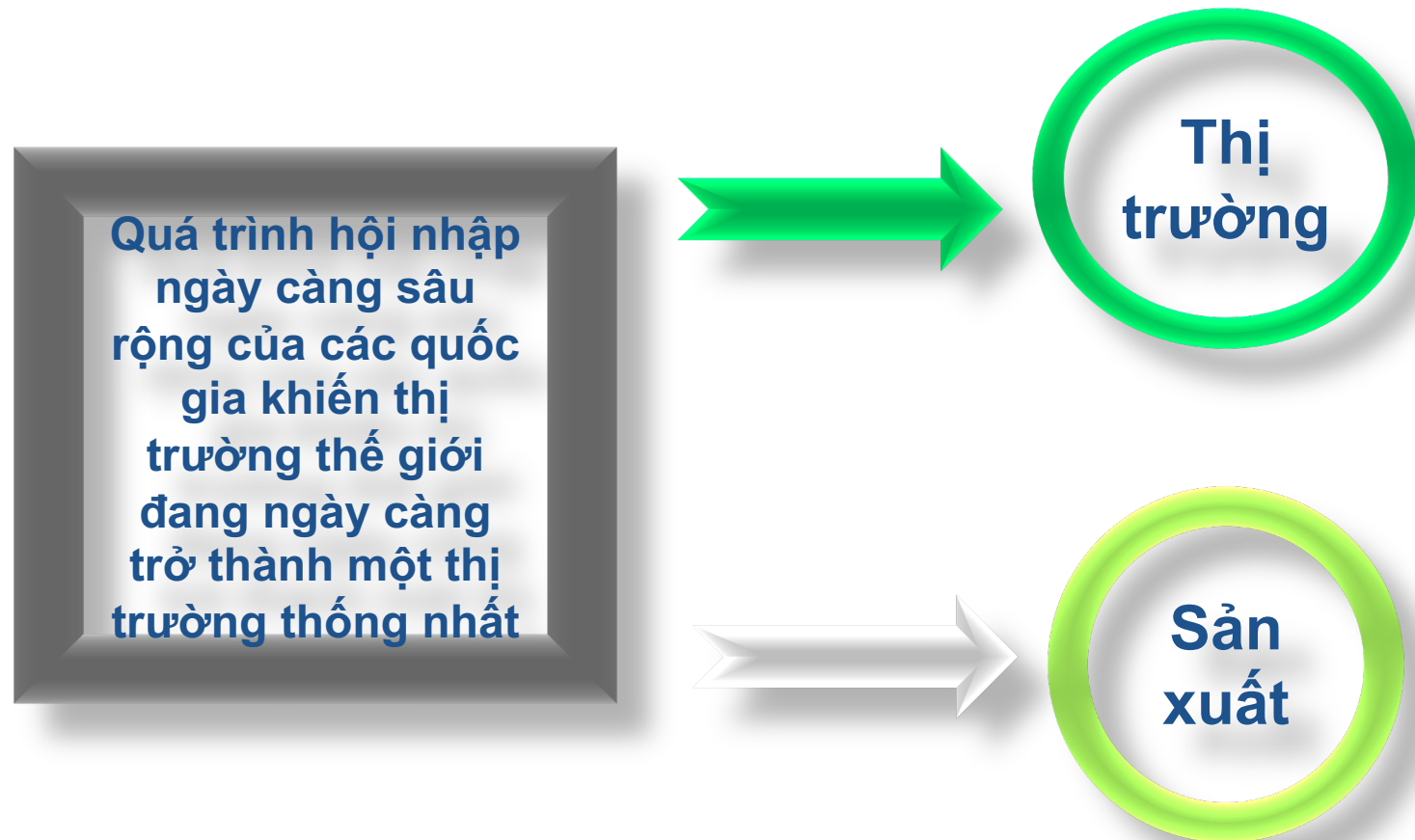
- ❖ **Tìm kiếm các cơ hội phát triển thông qua việc đa dạng hóa thị trường quốc tế**
- ❖ **Gia tăng vòng đời sản phẩm, tăng khách hàng và tăng lợi nhuận**
- ❖ **Có được các ý tưởng mới về sản phẩm, dịch vụ và phương pháp kinh doanh**
- ❖ **Đến gần hơn với các nguồn cung cấp, tận dụng được lợi thế so sánh của các quốc gia**
- ❖ **Tiếp cận chi phí sản xuất rẻ hơn hoặc các yếu tố tạo giá trị tốt hơn của quá trình sản xuất**
- ❖ **Tận dụng được tính kinh tế theo quy mô đối với nguyên liệu, sản xuất, marketing và R&D.**
- ❖ **Tìm kiếm cơ hội cạnh tranh tốt hơn**
- ❖ **Tạo lập được mối quan hệ tiềm năng với các đối tác nước ngoài**

# TOÀN CẦU HÓA

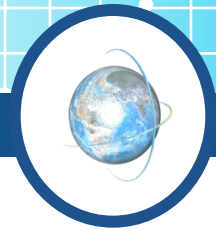


1. Khái niệm và các cấp độ toàn cầu hóa
2. Các yếu tố thúc đẩy toàn cầu hóa
3. Cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp

# Toàn cầu hóa là gì?



# Các cấp độ toàn cầu hóa



## Toàn cầu hóa thị trường

- ❖ Quá trình hòa nhập các thị trường quốc gia thành một thị trường thống nhất
- ❖ Thị trường thế giới đang ngày càng trở nên thống nhất về “khẩu vị”.

## Toàn cầu hóa sản xuất

- ❖ Quá trình phân tán hoạt động sản xuất tới những địa điểm khác nhau trên thế giới để khai thác sự khác biệt giữa các quốc gia về chi phí và chất lượng các yếu tố sản xuất.
- ❖ Các công đoạn trong chuỗi hoạt động tạo giá trị của sản phẩm ngày càng được toàn cầu hóa nhằm tạo được chất lượng tốt nhất cho sản phẩm với chi phí rẻ nhất.



# Các biểu hiện của toàn cầu hóa thị trường



- ❖ Hội nhập và hợp tác giữa các quốc gia
- ❖ Sự gia tăng các khối liên kết kinh tế khu vực
- ❖ Sự phát triển của đầu tư toàn cầu và các dòng luân chuyển tài chính
- ❖ Xu hướng đồng hóa của người tiêu dùng về phong cách sống và sở thích
- ❖ Xu hướng toàn cầu hóa các hoạt động sản xuất của các công ty

# Các yếu tố thúc đẩy toàn cầu hóa



- ❖ Sự giảm bớt các trở ngại đối với thương mại và đầu tư quốc tế
- ❖ Sự chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường và việc thực hiện các cam kết tự do thương mại của các nước
- ❖ Công nghiệp hóa, sự phát triển kinh tế và hiện đại hóa của các nước diễn ra mạnh mẽ
- ❖ Sự hội nhập của các thị trường tài chính thế giới
- ❖ Các tiến bộ khoa học công nghệ

# Boeing 787 – chiếc máy bay làm



## 787 DREAMLINER First flight: 2009

Part's name  
Company/Country

**Wingtips**  
KAA/Korea

**Fixed & movable  
leading edge**  
Spirit/U.S.

**Wing**  
Mitsubishi/Japan

**Centre fuselage**  
Alenia/Italy

**Forward fuselage**  
Kawasaki/Japan

**Forward fuselage**  
Spirit/U.S.

**Landing gear structure**  
Messier-Dowty/U.K.

**Movable  
trailing edge**  
Australia

**Rear fuselage**  
Vought/U.S.

**Wing-to-  
body fairing**  
Boeing/U.S.

**Horizontal  
stabilizer**  
Alenia Italy

**Tail fin**  
Boeing/U.S.

**Passenger  
entry doors**  
Latecoere/France

**Fixed trailing edge**  
Kawaski/Japan

**Engine  
nacelles**  
Goodrich/U.S.

**Engine**  
Rolls-Royce/U.K.

### OTHERS

**① Main landing  
gear wheel well**  
Kawasaki/Japan

**Wing/body fairing**  
Boeing/Canada

**Cargo access doors**  
Saab/Sweden

# Toàn cầu hóa và KĐQT



1. Mang lại vô vàn cơ hội kinh doanh và lợi nhuận cho doanh nghiệp kinh doanh quốc tế
2. Những rủi ro mới và đối thủ cạnh tranh mới
3. Tiếp cận lượng người mua nhiều hơn, cầu sản phẩm cao hơn từ thị trường thế giới
4. Quốc tế hóa chuỗi giá trị của doanh nghiệp

# Sự khác biệt giữa KDQT và KD



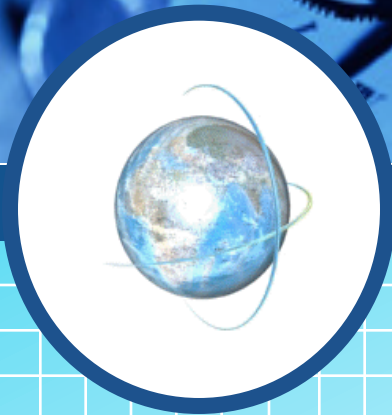
## CƠ HỘI

- ❖ Tăng lượng bán và lợi nhuận
- ❖ Tiếp cận nguồn lực bên ngoài
- ❖ Giảm thiểu nguy cơ cạnh tranh (phản ứng độc quyền nhóm)
- ❖ Phân tán thị trường tiêu thụ và các nguồn cung cấp

## MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

- ❖ Có sự khác biệt giữa các quốc gia
- ❖ Những vấn đề nảy sinh trong kinh doanh quốc tế phức tạp hơn nhiều
- ❖ Chịu sự điều tiết của chính phủ các nước khác
- ❖ Vấn đề phát sinh liên quan đến việc sử dụng các đồng tiền khác nhau

LOGO



**Thank You !**