

Nghiên cứu Marketing quốc tế

Chương 3





Nội dung



● Khái quát về nghiên cứu M. quốc tế



● Những vấn đề chủ yếu của NCMQT



● Tổ chức nghiên cứu



1. Khái quát về nghiên cứu M. quốc tế

1.1 Định nghĩa:

Nghiên cứu thị trường thế giới: là một quá trình thu thập tài liệu và các thông tin về thị trường, so sánh & phân tích các thông tin đó, rút ra kết luận về xu hướng biến động của thị trường thế giới trong từng ngành hàng, nhóm hàng tạo cơ sở để xây dựng các chiến lược M. của các công ty quốc tế.

cun.duong.than.cong.com



1. Khái quát về nghiên cứu M. quốc tế

1.2 Mục đích của nghiên cứu M. quốc tế:

- Giúp nâng cao chất lượng hoạt động M
 - Áp dụng đúng đắn M. hỗn hợp
 - Thực hiện đúng các chiến lược M. phù hợp với mỗi quốc gia
 - Giúp giảm bớt rủi ro, tránh mắc phải những sai lầm
 - Phát huy khả năng để khai thác các cơ hội quốc tế
- ⇒ Nghiên cứu M. là một nghiệp vụ vô cùng quan trọng:
- Làm tốt việc nghiên cứu M.: cung cấp thông tin chính xác 👉 giúp nhà quản trị cty quốc tế đưa ra quyết định phù hợp, mang lại hiệu quả cao
 - Thất bại khi tiến hành nghiên cứu M.: 👉 hoạt động M. không hiệu quả, lãng phí, có thể bỏ qua những cơ hội hoặc thâm nhập những thị trường không có lợi



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.1 Các vấn đề đặt ra cho nghiên cứu M. quốc tế:

(1) Xác định thị trường nào có triển vọng nhất

(2) Xác định mức độ cạnh tranh trên thị trường hiện tại & tương lai, đặc điểm mạnh/yếu của đối thủ

(5) Tìm ra sự vận động của thị trường, dự báo dung lượng thị trường, mức độ biến động của giá cả



(4) Thu thập thông tin về tình hình thị trường

(3) Phương thức thâm nhập thị trường & các yêu cầu đ/v SP




2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.2 Các nguồn thông tin nghiên cứu M. quốc tế:



Nguồn
thông tin
thứ cấp



Nguồn
thông tin
sơ cấp



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.2 Các nguồn thông tin nghiên cứu M. quốc tế:

(1) Nguồn thông tin thứ cấp:

- (i) Thông tin bên trong: các báo cáo nội bộ cty về: kết quả hoạt động kinh doanh XNK, tình hình tiêu thụ SP theo thị trường, tồn kho ...
- (ii) Thông tin bên ngoài: từ internet, niên giám thống kê, báo cáo của các tổ chức quốc tế như: WB, IMF, từ sách, báo, ...



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.2 Nguồn thông tin nghiên cứu M. quốc tế:

(2) Nguồn thông tin sơ cấp: thông tin do cty tự thu thập





2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.2 Nguồn thông tin nghiên cứu M. quốc tế:

(2) Nguồn thông tin sơ cấp:

Khó khăn khi thu thập thông tin sơ cấp:

- ❖ Các hạn chế theo luật định đ/v việc thu thập thông tin tại chỗ
- ❖ Vấn đề khác biệt ngôn ngữ
- ❖ Hành vi của người phỏng vấn ➡ ảnh hưởng đến kết quả điều tra
- ❖ Có thể có khó khăn về trình độ giáo dục, cơ sở hạ tầng phục vụ nghiên cứu hiện trường



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.3 Phân tích các đối thủ cạnh tranh: mất chi phí nhưng hiệu quả cao:

- ❖ Mặt mạnh/yếu của đối thủ cạnh tranh, so sánh các SP của cty & các đối thủ
- ❖ Lý do tại sao các đối thủ cạnh tranh lựa chọn các thị trường cụ thể nào đó để hoạt động kinh doanh
- ❖ Hệ thống phân phối của các đối thủ cạnh tranh tổ chức như thế nào? Họ có VPĐD hay chi nhánh?...
- ❖ Các kỹ năng của các đối thủ cạnh tranh về bán hàng, thời gian thanh toán, dịch vụ sau khi bán ...
- ❖ Tình hình tài chính của các đối thủ cạnh tranh
- ❖ Các chủ đề được sử dụng trong tài liệu xúc tiến của các đối thủ cạnh tranh.



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.3 Phân tích các đối thủ cạnh tranh:

- ❖ Chiến lược phát triển SP của các đối thủ cạnh tranh
- ❖ Các loại giá & những thay đổi môi trường làm thay đổi chiến lược giá của các đối thủ cạnh tranh
- ❖ Thời điểm & mùa vụ của các chiến dịch QC của các đối thủ cạnh tranh

cun duong than cong. com



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.4 Phân tích thị trường:

Các cuộc khảo sát thị trường nên xem xét các vấn đề:

- ❖ Nhân khẩu học
- ❖ Quy mô & cấu trúc thị trường
- ❖ Các ảnh hưởng kinh tế vĩ mô: lạm phát, thất nghiệp, tăng trưởng GDP
- ❖ Các đặc điểm của người tiêu dùng
- ❖ Các mô hình chỉ tiêu liên quan tới tỷ lệ % sức mua ở các siêu thị, các thị trường cao cấp, người bán lẻ...



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.5 Quy trình nghiên cứu M. quốc tế:



cun.duong.than.cong.com



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.5 Quy trình nghiên cứu M. quốc tế:

(1) Xác định vấn đề & mục tiêu nghiên cứu

- ❖ Nhận dạng & xác định vấn đề là bước đầu tiên quan trọng nhất & khó nhất ⇒ các cuộc nghiên cứu có ích khi xác định đúng vấn đề đặt ra & đòi phải giải quyết.
- ❖ Xác định mục tiêu nghiên cứu:
 - Mục tiêu thăm dò: nhằm làm sáng tỏ vấn đề ➡ đề xuất giả thiết hoặc ý tưởng mới
 - Mục tiêu mô tả: mô tả những hiện tượng nhất định
 - Mục tiêu nguyên nhân: kiểm nghiệm mối quan hệ nhân quả



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.5 Quy trình nghiên cứu M. quốc tế:

Nguồn số liệu



Số liệu thứ cấp, số liệu sơ cấp

PP nghiên cứu



Quan sát, điều tra, thực nghiệm

Công cụ n.cứu



Phiếu câu hỏi, máy móc thiết bị

K.hoạch lấy mẫu



Đơn vị lấy mẫu, quy mô mẫu, trình tự lấy mẫu

PP tiếp xúc



Điện thoại, thư, trực tiếp

(2) Lập kế hoạch nghiên cứu



2. Các vấn đề chủ yếu của nghiên cứu M. quốc tế

2.5 Quy trình nghiên cứu M. quốc tế:

(3) Thu thập thông tin: cần quản lý chặt chẽ ➡ đảm bảo tính chính xác của số liệu

(4) Phân tích thông tin:

- ❖ Bảng số hóa các thông tin thu thập được
- ❖ Xem xét thông tin trên các giác độ khác nhau
- ❖ Dùng các phương pháp thống kê hiện đại, ngân hàng mô hình ➡ xử lý thông tin

(5) Báo cáo kết quả nghiên cứu:

- ❖ Phải khoa học
- ❖ Kết quả nghiên cứu phải đáp ứng được yêu cầu nghiên cứu đặt ra
- ❖ Cung cấp những luận cứ xác đáng để nhà quản trị có những quyết định M. quan trọng, giải quyết được các vấn đề đặt ra
- ❖ Những vấn đề rút ra từ nghiên cứu & kiến nghị



3. Tổ chức nghiên cứu M. quốc tế

- Công ty có thể tự nghiên cứu
- Sử dụng các tổ chức chuyên nghiên cứu M

3.1 Các tổ chức nghiên cứu trong nước:

- ❖ Gửi các nhân viên của mình tới các thị trường địa phương
- ❖ Ký các hợp đồng phụ với các nhà nghiên cứu nước ngoài
- ❖ Giao nhiệm vụ cho các chi nhánh riêng hoặc công ty con ở nước ngoài

Thuận lợi:

- Đáp ứng được tất cả nhu cầu nghiên cứu của KH.
- Các tổ chức nghiên cứu có rất nhiều kinh nghiệm nghiên cứu



3. Tổ chức nghiên cứu M. quốc tế

3.2 Các nhà nghiên cứu địa phương: các tổ chức nghiên cứu nước ngoài tại nước bản địa

Khó khăn:

- Tốn kém & mất nhiều thời gian tham quan cty
- Nếu xảy ra kiện tụng, pháp luật của nước khác sẽ áp dụng ➡ gặp nhiều bất lợi
- Khó khăn trong việc đánh giá hoạt động của các tổ chức nghiên cứu.

Thuận lợi:

- Các đại diện khu vực thường gần gũi hơn với KH địa phương ➡ đánh giá thái độ & thị hiếu của họ tốt hơn



cun duong than cong. com

Thank You !