



## Chương 6:

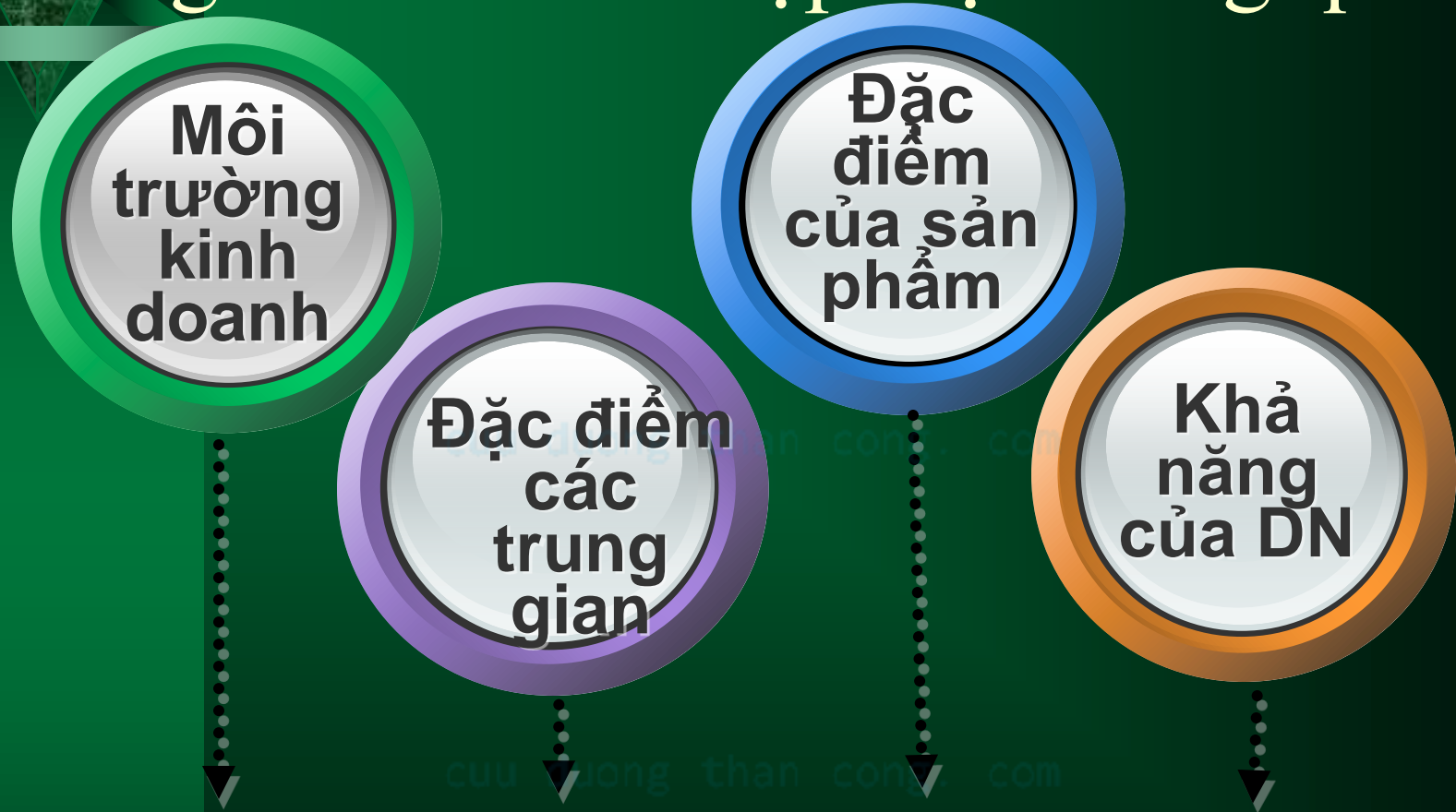
# Thâm nhập & mở rộng thị trường quốc tế

# Nội dung

1. Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế
2. Các quy tắc lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế
3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế
4. Các chiến lược mở rộng thị trường & phát triển quốc tế

cua duong than cong. com

# 1. Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế



Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

# 1. Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 1.1 Môi trường kinh doanh:

- Khác biệt về phong tục tập quán, thói quen tiêu dùng
- Các hạn chế có tính chất địa phương đ/v chủ các cty kinh doanh, các thỏa thuận về cấp giấy phép kinh doanh cho các chủ sở hữu nước ngoài
- Tính ổn định về chính trị của các nước mà cty muốn thâm nhập & các yếu tố rủi ro khác
- Tính ổn định & cường độ cạnh tranh của các nước có liên quan
- Mức thuế suất, hạn ngạch & những hàng rào khác của từng thị trường
- Quyền sở hữu trí tuệ có thể dễ hay khó được bảo vệ
- Tính sẵn sàng của các hoạt động marketing & các dịch vụ kinh doanh tại các thị trường muốn thâm nhập

# 1. Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 1.2 Đặc điểm của các trung gian:

- Đặc điểm & điều kiện làm việc của các trung gian
- Khả năng dễ hay khó thông tin liên lạc với các cơ sở trung gian
- Mức độ lợi nhuận mà các cơ sở trung gian ở từng nước riêng biệt đem lại

cua duong than cong. com

cua duong than cong. com

# 1. Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 1.3 Đặc điểm của sản phẩm:

- Các đặc trưng hình thức & kỹ thuật ➡ SP chế tạo ở đâu
- Đặc điểm của SP ➡ chọn kênh phân phối thích hợp:
- + SP dễ hư hỏng: ➡ chọn phương thức thâm nhập có điều kiện bảo quản tốt
- + SP kỹ thuật cao: ➡ kênh bán hàng chuyên biệt và có dịch vụ sau bán hàng
- + Hàng cồng kềnh: hạn chế số lần bốc dỡ trong quá trình vận chuyển

cun duong than cong . com

# 1. Các yếu tố ảnh hưởng đến lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 1.4 Khả năng của doanh nghiệp:

- Khả năng tài chính của DN
- Cơ cấu tổ chức
- Nguồn nhân lực
- Trình độ marketing: kinh nghiệm & mức độ thông thạo của DN trong nghiệp vụ bán hàng & hoạt động kinh doanh quốc tế
- Khả năng cạnh tranh
- Mức độ nhanh chậm mà DN mong muốn để bắt đầu triển khai hoạt động trong thị trường
- Mức độ thâm nhập thị trường cần đạt

## 2. Các quy tắc lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

○ Quy tắc đơn giản

○ Quy tắc thực dụng

○ Quy tắc chiến lược

**Phương thức  
thâm nhập thị  
trường quốc tế**

**Rút lui & tái thâm nhập**

**Lưu ý:** Phương thức thâm nhập thị trường quốc tế không cố định ➡ khi môi trường marketing thay đổi 👉 lựa chọn phương thức thâm nhập phù hợp khác thay thế



## 2. Các nguyên tắc lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

2.1 Quy tắc đơn giản: áp dụng khi chỉ có 1 con đường để tiến vào thị trường nước ngoài

### Nhược điểm:

- Không tính đến sự phức tạp & các điều kiện thâm nhập cụ thể của từng thị trường
- Tính linh hoạt thấp ➡ hạn chế DN khai thác triệt để các cơ hội của thị trường nước ngoài.
- Tầm nhìn của người quản lý hạn hẹp ➡ thường mắc phải sai lầm:
- + Thị trường có nhiều phương thức thâm nhập nhưng chỉ sử dụng có 1 phương thức, hoặc:
- + Sử dụng phương thức thâm nhập không phù hợp

## 2. Các nguyên tắc lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

2.2 Quy tắc thực dụng: DN muốn bắt đầu kinh doanh trên thị trường quốc tế với cách thức thâm nhập ít rủi ro.

### ➤ Ưu điểm:

- Tối thiểu hóa rủi ro nếu lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế không phù hợp.

### ➤ Nhược điểm:

- Không có tác dụng thúc đẩy người quản lý tìm kiếm & thực hiện 1 phương thức thâm nhập phù hợp hơn
- Chi phí cơ hội bị mất đi ➡ DN mất nhiều thời gian hơn cho việc thâm nhập thị trường nước ngoài

## 2. Các nguyên tắc lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

2.3 Quy tắc chiến lược: so sánh & đánh giá nhiều yếu tố khác nhau ➡ lựa chọn cách thức thâm nhập thị trường phù hợp nhất

- Mục tiêu của DN ở thị trường nước ngoài
  - Nguồn lực của cty
  - Ưu, nhược điểm của từng phương thức thâm nhập
  - So sánh & đánh giá các phương thức thâm nhập căn cứ vào chi phí, doanh thu & lợi nhuận dự kiến
- ⇒ Lựa chọn phương thức thâm nhập phù hợp nhất cho từng thị trường nước ngoài.

cua duong than cong . com

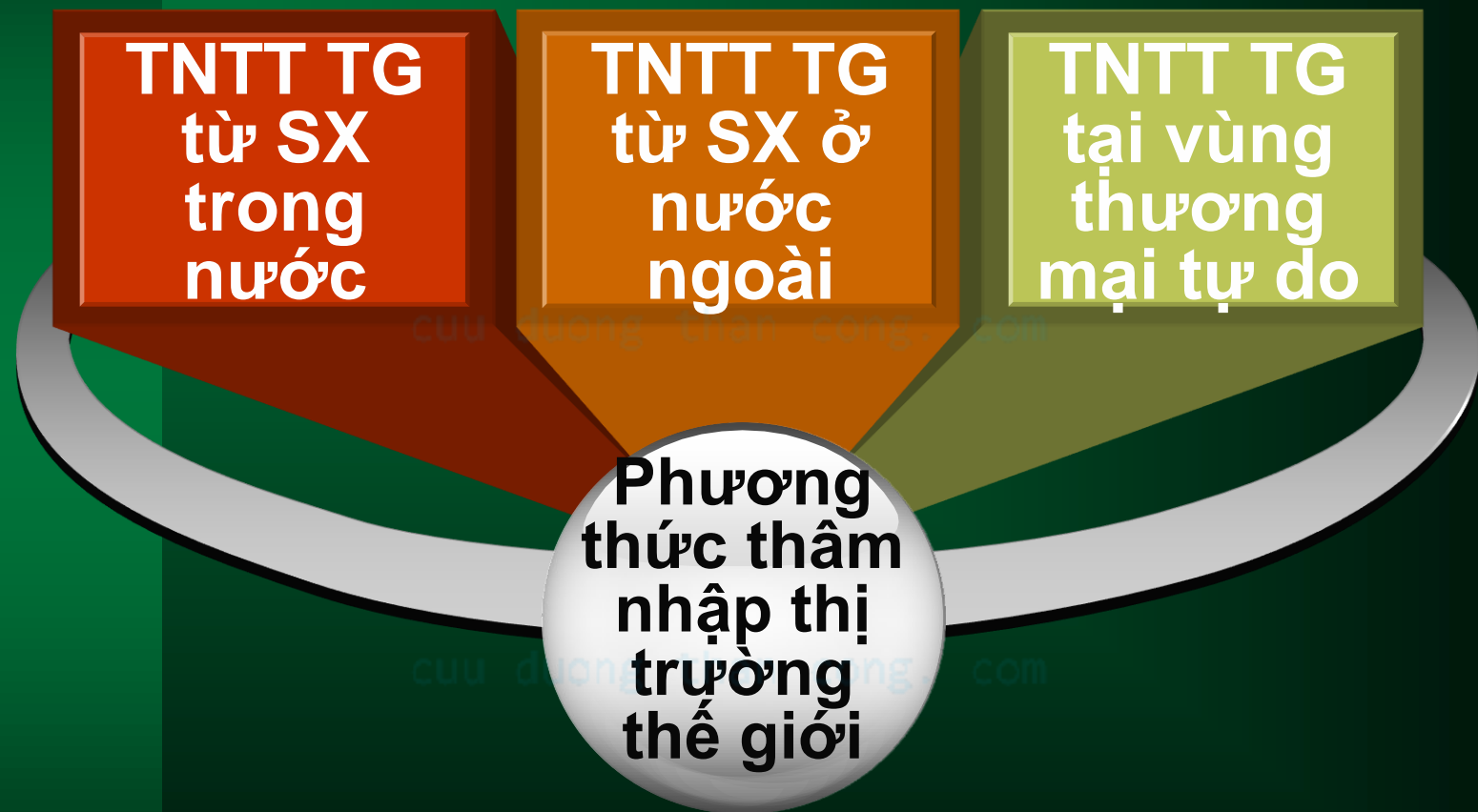
## 2. Các nguyên tắc lựa chọn phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

### 2.4 Rút lui & tái thâm nhập:

- Rút lui: Do điều kiện môi trường marketing quốc tế thay đổi theo hướng bất lợi ➡ cty không thích ứng kịp ⇒ rút lui khỏi thị trường sau thời gian kinh doanh.
- Tái thâm nhập: sau thời gian rút lui, do điều kiện môi trường marketing quốc tế thay đổi theo hướng thuận lợi ⇒ công ty thâm nhập trở lại thị trường của một quốc gia nào đó

cua duong than cong . com

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế



### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

#### 3.1 Phương thức thâm nhập thị trường quốc tế từ sản xuất trong nước (Xuất khẩu):



### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

3.1 Phương thức thâm nhập thị trường quốc tế từ sản xuất trong nước (Xuất khẩu):

- (1) Ý nghĩa đ/v quá trình phát triển của nền kinh tế quốc dân:
- Tạo nguồn vốn quan trọng để thỏa mãn nhu cầu nhập khẩu, tích lũy phát triển SX trong nước
  - Kích thích sự tăng trưởng của nền kinh tế quốc dân
  - Kích thích các DN trong nước đầu tư đổi mới trang thiết bị & công nghệ SX
  - Thay đổi cơ cấu các ngành kinh tế theo hướng đạt hiệu quả tối ưu tiềm năng của đất nước
  - Góp phần tích cực để nâng cao mức sống của người dân tại thị trường nội địa
  - Tăng cường sự hợp tác quốc tế giữa các nước, nâng cao vị trí, vai trò của quốc gia trên trường quốc tế

# 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 3.1 Xuất khẩu:

### (2) Ưu điểm:

- Tránh được chi phí đầu tư đáng kể cho các hoạt động SX ở nước sở tại ➡ có thể thực hiện lợi thế chi phí & lợi thế vị trí
- Có thể thực hiện lợi thế quy mô đáng kể qua khối lượng bán cho toàn cầu

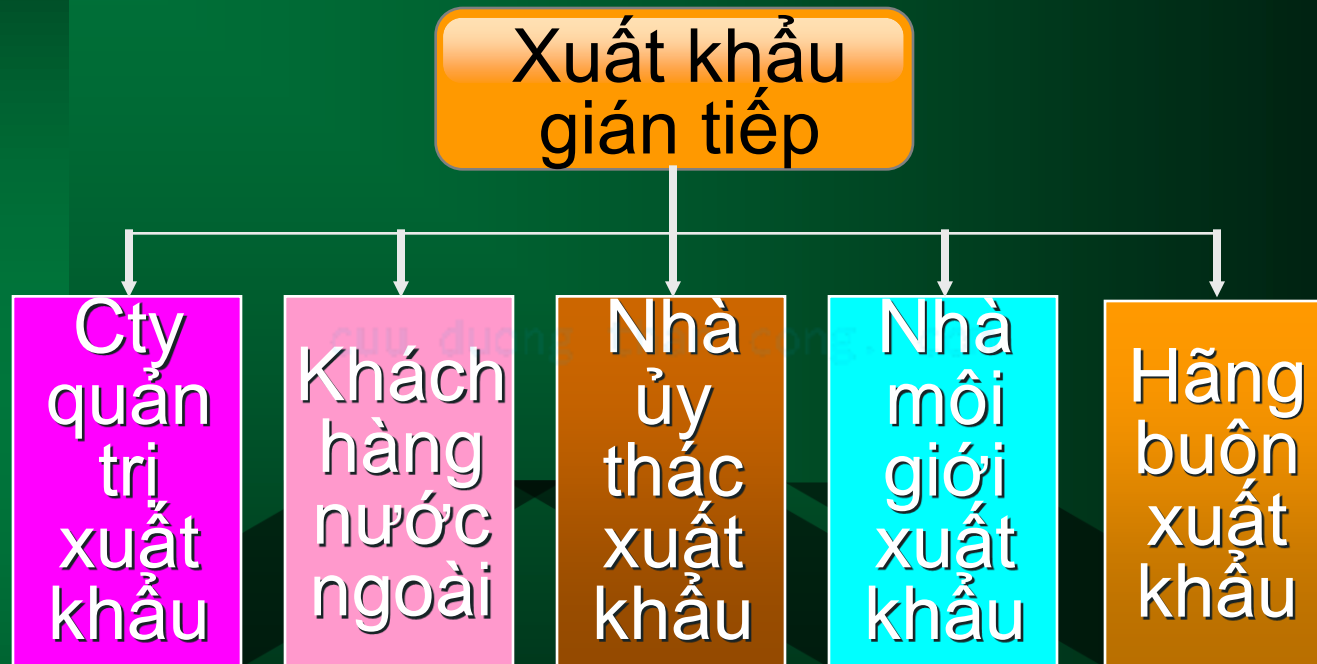
### (3) Nhược điểm:

- Các SP xuất khẩu có thể không phù hợp với nhu cầu & điều kiện của thị trường địa phương
- Có thể không có tính kinh tế: ➡ chi phí vận chuyển cao, các hàng rào thuế quan
- Phụ thuộc vào quota nhập khẩu của nước ngoài
- Các cty mới bắt đầu xuất khẩu có thể gặp các rủi ro do: ít kinh nghiệm xuất khẩu, ít am hiểu thị trường



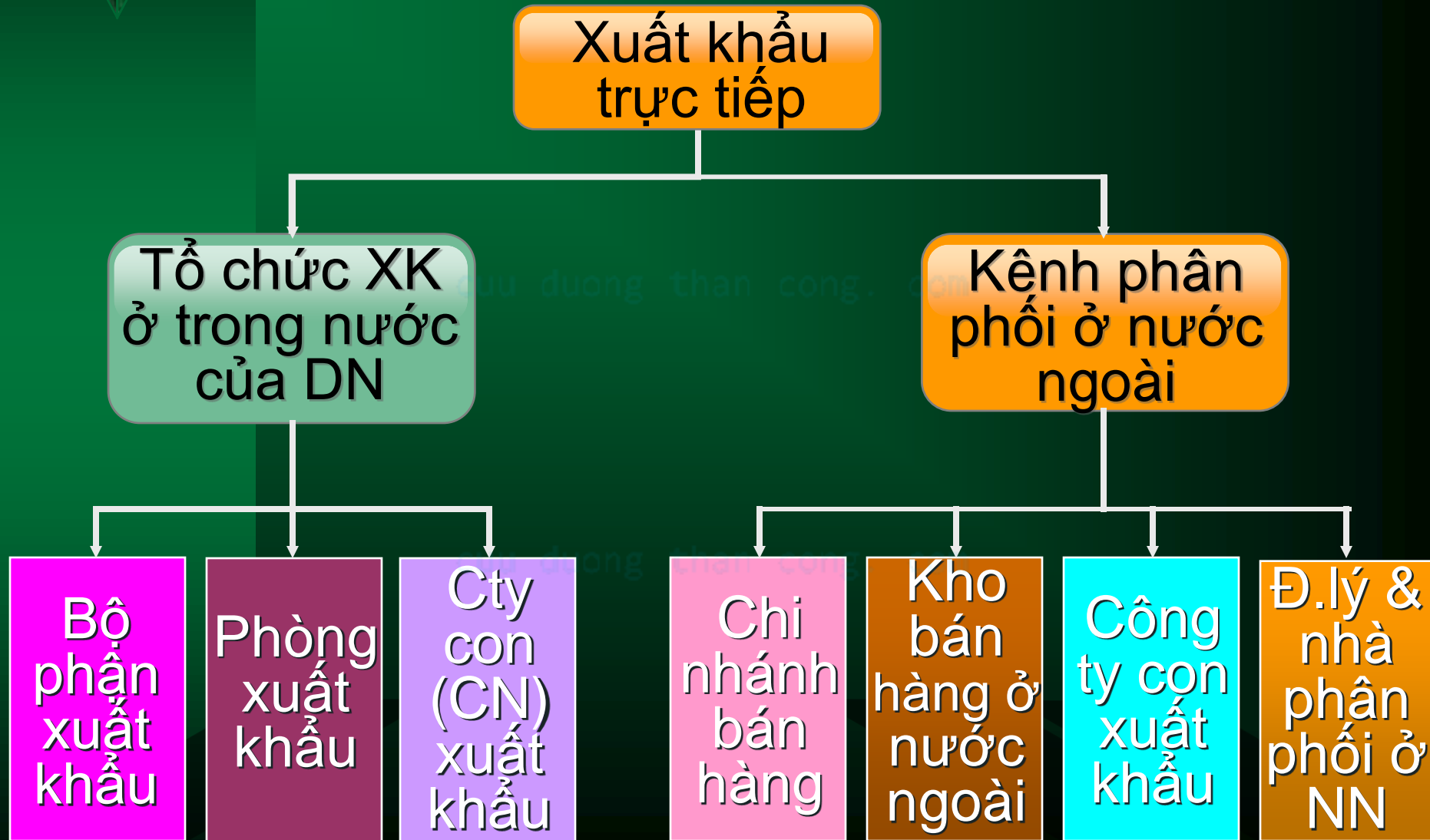
# 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 3.1.1 Xuất khẩu gián tiếp:



# 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 3.1.2 Xuất khẩu trực tiếp:



# 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 3.1.3 Những lợi thế & hạn chế của các hình thức xuất khẩu:

	Xuất khẩu gián tiếp	Xuất khẩu trực tiếp
Lợi thế	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ít ràng buộc về nguồn lực</li><li>- Mức độ rủi ro thấp</li><li>- Tính linh hoạt cao</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tiếp xúc trực tiếp với TT</li><li>- Mức độ kiểm soát SP-giá cả cao</li><li>- Khả năng bán hàng tốt hơn</li></ul>
Hạn chế	<ul style="list-style-type: none"><li>- Khả năng chớp cơ hội thấp</li><li>- Khó kiểm soát phân phối</li><li>- Ít liên hệ với TT</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Chi phí đầu tư cho lực lượng bán cao</li><li>- Mức độ rủi ro cao</li><li>- Bị ràng buộc vào TT nước ngoài</li></ul>

Ưu điểm của xuất khẩu gián tiếp:

- Giúp cho DN thâm nhập nhanh chóng vào thị trường nước ngoài  
⇒ giảm bớt
- DN có thể nhận được sự hỗ trợ ngay về tài chính khi các thỏa thuận mua bán được thông qua.
- Tăng hiệu quả của hoạt động trong nước nhờ chuyên môn hóa  
⇒ tạo ra các cơ hội đem lại lợi nhuận lớn hơn

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

#### 3.1.4 Sự khác biệt giữa xuất khẩu bị động & xuất khẩu chủ động:

- Xuất khẩu bị động: thụ động trong việc lựa chọn thị trường xuất khẩu
  - + Thực hiện đầy đủ các đơn đặt hàng đột xuất
  - + Cố gắng SX theo đơn đặt hàng của các trung gian, các hợp đồng gia công
- Xuất khẩu chủ động: ký hợp đồng xuất khẩu với các hãng phân phối của nước ngoài

cuu duong than cong . com

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

#### 3.2 Phương thức thâm nhập thị trường quốc tế từ sản xuất ở nước ngoài:

##### Ý nghĩa:

- Có thể sử dụng thế mạnh của nước sở tại về tài nguyên, lao động ... ☞ có thể giảm giá thành ⇒ cơ sở để giảm giá bán
- Tiết kiệm các chi phí liên quan đến vận chuyển
- Khắc phục các rào cản liên quan đến xuất nhập khẩu: thuế XNK, hạn ngạch nhập khẩu

cuu duong than cong . com

# 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 3.2 Phương thức thâm nhập thị trường quốc tế từ sản xuất ở nước ngoài:

TNTT TG từ  
sản xuất ở  
nước ngoài

cun duong than cong . com

Nhượng  
giấy phép

Nhượng  
quyền  
thương mại

SX  
theo  
hợp  
đồng

Hoạt  
động  
lắp  
ráp

Liên  
doanh

Công  
ty  
100%  
vốn

Hợp  
đồng  
quản  
trị

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

**(1) Nhượng giấy phép:** là một phương thức điều hành của 1 bên có giấy phép (Licensor) cho bên được nhượng giấy phép (Licensee) sử dụng trong 1 thời hạn nào đó các quy trình SX, nhãn hiệu, bằng sáng chế, bí quyết thương mại, biểu tượng ... với điều kiện phải trả lệ phí hay tiền bản quyền.

[cun duong than cong. com](http://cun-duong-than-cong.com)

[cun duong than cong. com](http://cun-duong-than-cong.com)

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

#### (1) **Nhượng giấy phép:**

##### ➤ Ưu điểm:

- DN có giấy phép thâm nhập thị trường với mức rủi ro thấp, hoặc tránh các hạn chế bởi hạn ngạch nhập khẩu, thuế nhập khẩu cao.
- DN được nhượng giấy phép có thể sử dụng công nghệ tiên tiến hoặc nhãn hiệu nổi tiếng ➡ SX SP có chất lượng cao để tiêu thụ trong nước và xuất khẩu.

##### ➤ Nhược điểm:

- DN có giấy phép ít kiểm soát được DN được nhượng giấy phép so với việc tự thiết lập ra các cơ xưởng sản xuất do chính mình điều hành.
- Khi hợp đồng nhượng giấy phép chấm dứt, DN có giấy phép có thể đã tạo ra một người cạnh tranh mới với chính mình.



### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

**(2) Nhượng quyền thương mại:** là một hoạt động thương mại, theo đó bên nhượng quyền cho phép & yêu cầu bên nhận quyền tự mình tiến hành việc mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ. Bên nhận quyền được cấp quyền bán hay phân phối SP, dịch vụ theo cùng khuôn mẫu, kế hoạch & hệ thống tiếp thị & được gắn thương hiệu, biểu tượng ... của bên nhượng quyền với điều kiện trả tiền nhượng quyền, các khoản khác theo hợp đồng.

Thường xảy ra trong các ngành: thức ăn nhanh, khách sạn, dịch vụ, nhà hàng, cửa hàng bán lẻ thực phẩm ...

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

#### ➤ ***Phân biệt Nhượng giấy phép & Nhượng quyền kinh doanh:***

- (i) Về phía bên giao: tài sản trí tuệ hay công nghiệp của họ đã được đăng ký bảo hộ ➡ có thể NQKD hoặc CP và thu tiền hàng tháng ➡ chia sẻ cho bên nhận danh tiếng của mình, xếp bên nhận vào hàng ngũ danh giá của mình.
- (ii) Về phía bên nhận:
  - NQKD: khi bắt đầu kinh doanh: nhận trọn vẹn hình hài và thương hiệu của bên giao ➡ nổi tiếng như bên giao ngay sau khi mở cửa hàng.
  - Nếu CP: chỉ làm sau khi đã từng kinh doanh: bên nhận chỉ lấy một phần nào sự nổi tiếng của bên giao (một sản phẩm, một thương hiệu (thương hiệu có đăng ký bảo hộ được gọi là nhãn hiệu thương mại)).

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

**(3) Sản xuất theo hợp đồng:** là sự hợp tác về chế tạo hoặc lắp ráp SP do nhà SX thực hiện ở thị trường nước ngoài (gia công)

#### ✓ Ưu điểm:

- Cho phép DN thâm nhập thị trường thế giới với rủi ro ít hơn các hình thức khác.
- Khai thác mạnh sản phẩm mới ở thị trường mới.
- Tránh được những vấn đề như vốn đầu tư, lao động, hàng rào thuế quan và phi thuế quan.
- Tạo ra sự ảnh hưởng của nhãn hiệu tại thị trường mới.
- Giá thành sản phẩm có thể hạ nếu giá nhân công, giá nguyên vật liệu tại nơi sản xuất thấp.

#### ✓ Nhược điểm:

- Doanh nghiệp ít kiểm soát quy trình sản xuất ở nước ngoài.
- Khi hợp đồng chấm dứt, doanh nghiệp có thể tạo ra một nhà cạnh tranh mới với chính mình.

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

(4) **Hoạt động lắp ráp:** thể hiện sự kết hợp giữa xuất khẩu và sản xuất ở nước ngoài.

DN xuất khẩu linh kiện rời ➡ lắp ráp ở nước ngoài để thành SP hoàn chỉnh.

➤ Ưu điểm:

- Có thể tiết kiệm các khoản chi phí về chuyên chở và bảo hiểm
- Có thể tận dụng nguồn lao động với tiền lương thấp ➡ cho phép giảm chi phí sản xuất ➡ hạ giá thành sản phẩm.

cuu duong than cong. com

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

**(5) Liên doanh:** Là một tổ chức kinh doanh trong đó hai hoặc nhiều bên có chung quyền sở hữu, quyền quản lý, điều hành hoạt động và được hưởng các quyền lợi về tài sản.

➤ Ưu điểm:

- Kết hợp thế mạnh các bên về kỹ thuật, vốn và phương thức điều hành

➤ Khuyết điểm:

- Khi điều hành chung, có thể tạo ra các quan điểm khác nhau về sản xuất kinh doanh, chiến lược phát triển ...

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

(6) **Công ty 100% vốn nước ngoài:** (đầu tư trực tiếp): khi thị trường nước ngoài đủ lớn, thì DN lập cơ sở sản xuất ở nước ngoài.

➤ Ưu điểm:

- Tiết kiệm chi phí do công lao động & nguyên liệu rẻ hơn, tiết kiệm cước vận chuyển
- Tạo ra sản phẩm thích hợp với thị trường nước ngoài
- Kiểm soát hoàn toàn sản xuất kinh doanh ...

➤ Khuyết điểm:

- Sự rủi ro sẽ lớn hơn so với các hình thức thâm nhập khác

### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

(7) **Hợp đồng quản trị:** DN bán một hợp đồng quản trị để quản lý một khách sạn, nhà hàng, bệnh viện, sân bay ... DN đang xuất khẩu dịch vụ quản trị, thay vì sản phẩm.



Ưu điểm:

- Là một hình thức tham gia vào thị trường thế giới với mức rủi ro thấp
- Giúp cho công ty tạo ra lợi tức ngay từ đầu

cuu duong than cong. com

# 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

## 3.3 Phương thức thâm nhập tại khu thương mại tự do:

### ➡ Các hình thức:

- Đặc khu kinh tế
- Khu chế xuất
- Khu thương mại tự do

cuu duong than cong. com



### 3. Các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế

#### 3.3 Phương thức thâm nhập tại khu thương mại tự do:

##### ✓ Ưu điểm:

- Tận dụng một số chế độ ưu đãi về thuế, giá nhân công, lao động
- Thuận lợi cho các hoạt động tạm nhập tái xuất gia công chế biến do thủ tục xuất nhập khẩu dễ dàng.
- Dễ dàng đưa công nghệ và thiết bị mới vào hoạt động.

##### ✓ Nhược điểm:

- Đòi hỏi doanh nghiệp phải có vốn và khả năng cạnh tranh cao để đầu tư vào khu chế xuất, đặc khu kinh tế.
- Cần tìm kiếm thị trường tiêu thụ tại quốc gia chủ nhà và tái xuất ra quốc gia thứ ba.
- Có thể rủi ro do chi phí dịch vụ tại chỗ cao.

# 4. Các chiến lược mở rộng thị trường & phát triển quốc tế

4.1 Các dạng chiến lược mở rộng thị trường theo các nước & các đoạn thị trường: trong mối quan hệ với số lượng SP

## Đoạn thị trường

Tập trung    Đa dạng hóa

Tập trung

Nước

Đa dạng  
hóa

-Phương tiện khả thi nhất để khởi đầu tham gia vào TTQT -Thích ứng các nguồn lực của cty với nhu cầu đầu tư của thị trường ①	2 ②
Chiến lược toàn cầu cổ điển: tìm kiếm SP cho toàn TG & hướng tới NTD cuối cùng. ③	④ Là chiến lược của các cty đa quốc gia lớn

# 4. Các chiến lược mở rộng thị trường & phát triển quốc tế

## 4.2 Mở rộng thị trường theo hướng phát triển vị thế thị trường:

- Đ/v nhà SX lớn:

Cơ sở từ thị trường trong nước

- Tài trợ vốn cho các hoạt động phát triển ở nước ngoài từ nguồn thu trong nước

Đánh bại các ĐTCT tiềm ẩn trong & ngoài nước

Tạo vị thế thị trường

# 4. Các chiến lược mở rộng thị trường & phát triển quốc tế

## 4.2 Mở rộng thị trường theo hướng phát triển vị thế thị trường:

- Đ/v nhà SX nhỏ: tiến hành đầu tư trong cả quá trình SX, phát triển & bảo dưỡng SP

Từ các phân đoạn thị trường hiện có

- Lợi thế chi phí mang tính cạnh tranh cao

Mở rộng & nắm giữ các phân  
đoạn thị trường mới

Chiếm ưu thế thị trường

# 4. Các chiến lược mở rộng thị trường & phát triển quốc tế

## 4.3 Chiến lược mở rộng thị trường gắn liền với quá trình quốc tế hóa:

Cty & các giai đoạn phát triển	Nội địa	Quốc tế	Đa quốc gia	Toàn cầu	Xuyên quốc gia
Chiến lược	Nội địa	Quốc tế	Đa nội địa	Toàn cầu	Toàn cầu
Hình mẫu	Đơn vị độc lập	Đơn vị phối hợp	Phi tập trung hóa	Tập trung hóa	Mạng lưới hòa nhập
Phạm vi quốc tế	Trong nước	Mở rộng thị trường	Các thị trường quốc gia	Các thị trường & nguồn lực toàn cầu	Các thị trường & nguồn lực toàn cầu
Xu hướng	Định tâm nội địa	Định tâm nội địa	Định tâm đa biên	Hỗn hợp	Định tâm địa lý

## Các giai đoạn phát triển

# 4. Các chiến lược mở rộng thị trường & phát triển quốc tế

## 4.3 Chiến lược mở rộng thị trường gắn liền với quá trình quốc tế hóa:

Giai đoạn phát triển	Thế mạnh
Cty quốc tế	Có khả năng khai thác danh tiếng & năng lực của cty mẹ thông qua sự phổ biến của SP
Cty đa quốc gia	Có khả năng linh hoạt để thích nghi với những sự khác biệt tại các quốc gia
Cty toàn cầu	Có khả năng vươn tới thị trường & các nguồn cung ứng toàn cầu ➡ nâng cao các kỹ năng, mức độ chặt chẽ của cơ cấu tổ chức & các nguồn lực tại chính quốc
Cty xuyên quốc gia	Có khả năng kết hợp tất cả các thế mạnh của các giai đoạn phát triển trước trong 1 <b>mạng lưới hòa nhập</b> ➡ nâng cao kiến thức, kinh nghiệm trong kinh doanh trên toàn thế giới

Thế mạnh của cty tại mỗi mức độ phát triển



# Thank you!

cuu duong than cong. com