

Chương 3: MÔI TRƯỜNG KINH DOANH (phần 1)

1. Những áp lực của môi trường kinh doanh
2. Môi trường kinh doanh
 - 2.1. Môi trường vật chất
 - 2.2. Môi trường kinh tế
 - 2.3. Môi trường công nghệ
 - 2.4. Môi trường chính trị
 - 2.5. Môi trường pháp lí
 - 2.6. Môi trường xã hội

1. Những áp lực của môi trường kinh doanh

1.1. Môi trường kinh doanh là gì ?

Là tất cả các điều kiện bên ngoài ảnh hưởng tới hoạt động của DN

1.2. Ảnh hưởng của môi trường kinh doanh tới hoạt động của doanh nghiệp

- Tạo cơ hội cho DN
- Tạo thách thức cho DN

2.1. Môi trường vật chất

Khái niệm: *Những đặc điểm tự nhiên của một quốc gia, như diện tích, vị trí, khí hậu, địa thế và tất cả mọi tài sản, của cải do con người và thiên nhiên để lại.*

Môi trường vật chất (tiếp)

- Các nguồn tài nguyên
 - Năng lượng, khí đốt, rừng, biển, mỏ, đất đai..
 - Nguồn tài nguyên biển: bờ biển, khí hậu biển, cá..
 - Vị trí địa lí: thuận tiện giao thông, đồi núi..
 - Khí hậu
- Những tiện ích công cộng - điện và nước
 - Cung cấp đầy đủ, giá rẻ là một ưu thế..
- Các hệ thống vận chuyển
 - Đa dạng: ô tô, tàu hỏa, tàu biển, sà lan, máy bay, đường ống dẫn dầu...
 - Chi phí, tốc độ, sự thuận tiện, an toàn

Môi trường vật chất (tiếp)

- Cơ sở hạ tầng công nghiệp
 - Hệ thống đường sá đa dạng, thuận tiện
 - Hệ thống các khu công nghiệp
 - Cảng biển, cầu cống
 - Điện, nước
- Mạng lưới truyền thông
 - Bưu điện, điện thoại, internet, điện tín, fax, email..

Môi trường vật chất (tiếp)

- Kiểm soát ô nhiễm môi trường
 - Ô nhiễm bầu khí quyển
 - Ô nhiễm nguồn nước
 - Ô nhiễm tiếng ồn
 - Phản ứng của giới tiêu thụ đối với vấn đề thay đổi khí hậu (kinh doanh xanh)

2.2. Môi trường kinh tế

Khái niệm: Là những đặc điểm của hệ thống kinh tế mà trong đó các doanh nghiệp hoạt động bao gồm: Sự tăng trưởng kinh tế, các chính sách kinh tế, những hạn chế và những khuyến khích được đề ra để thúc đẩy kinh tế phát triển.

Môi trường kinh tế (tiếp)

- Nhu cầu của người tiêu dùng
- Những thay đổi về thu nhập của người tiêu dùng
- Suy thoái kinh tế
- Tăng trưởng kinh tế
- Lạm phát
- Lãi suất (thực tế)
- Tỷ giá hối đoái
- Trình độ phát triển kinh tế
- Các chính sách kinh tế của chính phủ

Môi trường kinh tế (tiếp)

- Nhu cầu của người tiêu dùng:
 - Sự xuất hiện, thay đổi...nhu cầu của người tiêu dùng đều đòi hỏi các nhà kinh doanh phải thay đổi.
- Những thay đổi về thu nhập của người tiêu dùng:
 - Nảy sinh các nhu cầu cao cấp hơn: du lịch, bảo hiểm, làm đẹp...
 - Thu nhập giảm: ưu tiên nhu cầu cần thiết và cắt giảm các nhu cầu cao cấp.

Môi trường kinh tế (tiếp)

- Tăng trưởng kinh tế (và suy thoái kinh tế)
 - Thu nhập của người dân tăng lên cùng với sự tăng trưởng nhanh dẫn đến tăng chi tiêu cho các loại hàng hoá cả các hàng hoá cao cấp, lâu bền, sang trọng và các nhu cầu mới lạ..
 - Ngược lại khi nền kinh tế suy thoái người tiêu dùng có khuynh hướng dè dặt hơn trong thái độ mua hàng của họ, họ ưu tiên cho các mặt hàng thiết yếu, hạn chế các mặt hàng cao cấp ...

Môi trường kinh tế (tiếp)

- Lạm phát
 - Trong môi trường lạm phát cao gây rủi ro cho Cty trong việc lập kế hoạch phải thay đổi thường xuyên chi phí đầu vào và điều chỉnh giá đầu ra.
 - Lạm phát ảnh hưởng đến dự tính về tương lai của dân chúng và tạo tâm trạng bất ổn – nhà sản xuất khó dự đoán hành vi tiêu dùng của dân chúng.
 - Nhà sản xuất khó tăng doanh số bằng phương thức bán trả góp vì mọi người cảm thấy khó chịu (chưa quen) với lãi suất cao (trong thời kì lạm phát thì lãi suất danh nghĩa cao – lãi suất danh nghĩa bằng với lãi suất thực tế cộng với tỷ lệ lạm phát).
 - Đối với hàng hoá không thuộc loại thiết yếu, không ảnh hưởng đến cuộc sống hàng ngày của người tiêu dùng thì nhu cầu đối với những sản phẩm này sẽ sụt giảm một cách ghê ghớm trong suốt thời kì lạm phát. Vì giá cả tăng vọt người tiêu dùng sẽ cố gắng giảm mức tiêu thụ những hàng hoá đặc biệt.

Môi trường kinh tế (tiếp)

- Lãi suất thực tế
 - Lãi suất là chi phí đối với nhà kinh doanh, lãi suất cao họ bỏ bớt các dự án không có lời (cân nhắc giữa doanh thu và chi phí).
- Tỷ giá hối đoái
 - Thay đổi của tỷ giá hối đoái ảnh hưởng đến giá hàng xuất khẩu và nhập khẩu và do đó ảnh hưởng đến DN.

Môi trường kinh tế (tiếp)

- Trình độ phát triển của nền kinh tế
 - Các quốc gia phát triển cao như: Mỹ, Anh, Nhật, Châu âu.. nhu cầu về hàng hoá và cách thức mua hàng khác biệt so với các quốc gia kém phát triển. Nhu cầu về nghỉ ngơi giải trí ở các nước đã phát triển cao hơn so với các quốc gia khác.
 - Các nước nông nghiệp lạc hậu: tiêu dùng ít sản phẩm cao cấp, yêu cầu về chất lượng sản phẩm thấp hơn, giá cả thấp hơn...

Môi trường kinh tế (tiếp)

- Các chính sách kinh tế của các chính phủ
 - Ví dụ bằng tỷ lệ thuế thu nhập thấp, chính phủ làm tăng thu nhập có thể sử dụng cho mua sắm của người tiêu dùng. Họ sẽ có nhiều tiền hơn vào những hàng hoá và dịch vụ mà trước đây họ không thể có đủ điều kiện. Trái lại chính phủ có thể làm giảm sức mua những loại hàng hoá, dịch vụ nào đó bằng cách đánh thuế cao hơn và đưa ra các biện pháp hạn chế khác. Thí dụ: để làm giảm số lượng xe hơi chính phủ tăng thuế nhập khẩu xe hơi, tăng phí đăng kí và thuế cầu đường.....tương tự như vậy mức thuế cao đánh vào rượu và thuốc lá nhằm ngăn cản việc tiêu thụ các sản phẩm này.
 - Chính sách hỗ trợ vay vốn với điều kiện ưu đãi khuyến khích các lĩnh vực mà chính phủ quan tâm
 - Những khuyến khích về thuế: Chính phủ miễn thuế hoặc giảm thuế lợi tức với một số ngành để khuyến áp dụng công nghệ mới, các ngành công nghiệp mũi nhọn, mở rộng hoặc khởi sự các doanh nghiệp mới.....

.....













