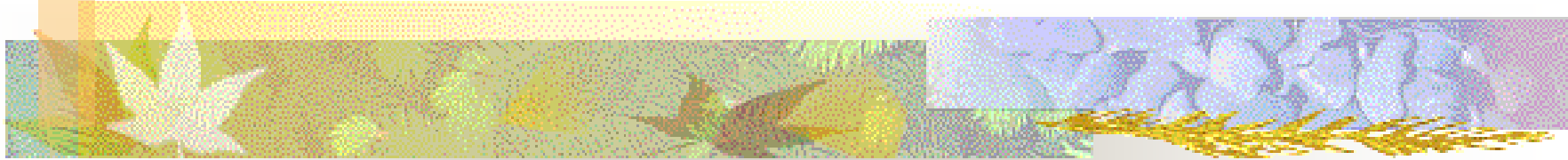


Môi trường kinh doanh quốc tế





Khái niệm môi trường KD

- Môi trường kinh doanh: là những yếu tố bên ngoài có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Bao gồm:
- Môi trường KD quốc gia
- Môi trường kinh doanh quốc tế



1. Môi trường văn hóa

1.1. Khái niệm VH

- *“Văn hoá là sự ch□ơng trình hoá chung của tinh thần, giúp phân biệt các thành viên của nhóm ng□ời này với thành viên của nhóm ng□ời khác. Theo nghĩa này, văn hoá bao gồm hệ thống các chuẩn mực, và các chuẩn mực là một trong số các nền tảng của văn hoá” (Geert Hofstede)*



1. Môi trường văn hóa

- "Văn hoá là một hệ thống những cách ứng xử đặc trưng cho các thành viên của bất kỳ một xã hội nào. Hệ thống này bao gồm mọi vấn đề, từ cách nghĩ, nói, làm, thói quen, ngôn ngữ, sản phẩm vật chất và những tình cảm - quan điểm chung của các thành viên đó" (Czinkota)



1. Môi trường văn hóa

1.2. Các thành tố văn hóa

- Ngôn ngữ,
- Tôn giáo
- Các giá trị và thái độ
- Phong tục tập quán và thói quen
- Đời sống vật chất
- Nghệ thuật
- Giáo dục
- Cấu trúc xã hội



1. Môi trường văn hóa

1.2.1. *Ngôn ngữ (language)*: đ- ọc coi là tấm g- ờng để phản ánh văn hoá, bao gồm:

- Ngôn ngữ có lời (Verbal language)
 - Bất đồng ngôn ngữ
 - Sai sót trong dịch thuật
 - (KFC slogan – “Finger licking good” into Chinese “Eat your fingers off)
 - Cùng ngôn ngữ - cùng cách hiểu???
 - (“Nothing sucks like an Electrolux”)



1. Môi trường văn hóa

- Ngôn ngữ không lời (non – verbal language)
 - Hand gestures (intended/ self – directed)
 - Facial expression
 - Posture
 - Interpersonal distance
 - Touching
 - Eye contact
 - Time symbolism
 - Silence



1. Môi trường văn hóa

■ High context culture

- Chinese
- Korean
- Japanese
- Vietnamese
- Arab
- Greek
- Spanish
- Italian
- British
- U.S/ Canadian
- Scandinavian
- Swiss
- German

■ Low context culture



1. Môi trường văn hóa

■ *Time orientation*

- Monochronic culture: quan niệm thời gian là đơn chiều, trôi qua không lấy lại được nên rất coi trọng thời gian
- Polychronic culture: Coi thời gian là đa chiều, nên không coi trọng sự đúng giờ.



1. Môi trường văn hóa

1.2.2. Tôn giáo (Religion): một hệ thống các tín ng- ỡng và nghi thức liên quan đến lĩnh vực thần thánh.

- Có năm tôn giáo chính
 - Đạo Thiên Chúa (Catholic – Protestant - Orthodox)
 - Đạo Hồi (Islam)
 - Đạo Hindu (Hinduism)
 - Đạo Phật (Buddhism)
 - Đạo Khổng (Confucianism)



1. Môi trường văn hóa

1.2.3. Các giá trị và thái độ:

- *Giá trị (value)* là những niềm tin và chuẩn mực chung cho một tập thể ng- ời đ- ọc các thành viên chấp nhận.
- *Thái độ (attitude)* là sự đánh giá những giải pháp khác nhau dựa trên những giá trị này.



1. Môi trường văn hóa

1.2.4. Phong tục tập quán và tập tục: là những luật lệ xã hội để kiểm soát hành động của ng- ời này với ng- ời kia.

- *Phong tục tập quán (folkway)* là những quy - ớc thông th- ờng của cuộc sống hàng ngày.
- *Tục lệ, tập tục (mores)* là những quy tắc đ- ợc coi là trọng tâm trong việc thực hiện các chức năng xã hội và của đời sống xã hội.



1. Môi trường văn hóa

1.2.5. Đời sống vật chất (material life)

- Văn hoá vật chất coi là kết quả của công nghệ và đ- ợc liên hệ trực tiếp tới việc xã hội đó tổ chức hoạt động kinh tế.
- Văn hoá vật chất ảnh h- ớng to lớn đến trình độ dân trí, lối sống của các thành viên.



1. Môi trường văn hóa

1.2.6. Mỹ học (Aesthetics)

- Mỹ học bao gồm hội họa, điêu khắc, kịch, âm nhạc, dân ca, kiến trúc...
- Mỹ học chủ yếu nhằm chuyển tải khái niệm về cái đẹp trong một nền văn hoá.
- Mỗi một nền văn hoá có thể định ra một khái niệm hoàn toàn khác về cái đẹp, làm ảnh hưởng đến kinh doanh.



1. Môi trường văn hóa

1.2.7. Giáo dục (Education):

- Bao gồm giáo dục chính quy và giáo dục phi chính quy
- Giáo dục chính quy là nền giáo dục mà học viên, nhất là lớp trẻ, đ- ợc tiếp nhận tại nhà tr- ờng.
- Giáo dục phi chính quy là những gì con người tiếp thu đ- ợc ở gia đình và xã hội.



1. Môi trường văn hóa

1.2.8. Cấu trúc xã hội (Social structure):

- Là cách thức tổ chức cơ bản của xã hội đó.
- Có hai đặc điểm để phân biệt
 - Mức độ coi trọng tính cá nhân/ tính tập thể của từng xã hội
 - Phân cấp trong xã hội



1. Môi trường văn hóa

- *Mức độ coi trọng tính cá nhân/ tính tập thể của từng xã hội*
- Trong xã hội mang tính cá nhân, tự do và thành công của mỗi cá nhân được đánh giá cao.
- Khuyến khích tinh thần sáng tạo của mỗi cá nhân và làm xã hội trở nên năng động hơn.
- Không khuyến khích tinh thần hợp tác, có nguy cơ làm tăng chi phí sản xuất, gia tăng hiện tượng phạm pháp



1. Môi trường văn hóa

- *Trong xã hội mang tính tập thể*, địa vị xã hội của một cá nhân được xác định bằng vị thế của tập thể mà người ấy là thành viên.
- Đề cao tinh thần hợp tác giữa các cá nhân vì lợi ích chung.
- Góp phần làm giảm chi phí hợp tác trong kinh doanh, giảm tệ nạn xã hội.
- Không khuyến khích tinh thần năng động sáng tạo của cá nhân



1. Môi trường văn hóa

■ *Phân cấp trong xã hội*

- Xã hội đề cao tính bình đẳng sẽ tạo cơ hội cho các cá nhân cải tạo vị thế của mình.
- Xã hội nhấn mạnh đến đẳng cấp, giai cấp, thành phần xuất thân... sẽ cản trở sự phát triển của các cá nhân, ảnh hưởng đến tính năng động của xã hội



1. Môi trường văn hóa

1.3. Ảnh hưởng của văn hóa đến KDQT

1.3.1. Ảnh hưởng của VH đến tư duy

1.3.1.1. Ảnh hưởng của tôn giáo

- Đạo Tin lành được coi là có tác dụng khuyến khích kinh doanh do:
 - Đề cao vai trò của sự làm việc chăm chỉ, tạo ra của cải vật chất và tiết kiệm.
 - Giáo lý của đạo Tin lành cho các tín đồ của họ quyền tự do và bình đẳng lớn hơn.



1. Môi trường văn hóa

1.3.1.1. Ảnh hưởng của tôn giáo

- *Tôn giáo thứ hai có ảnh hưởng tích cực đến kinh doanh là đạo Khổng:*
 - Ba giá trị trung tâm trong nguyên tắc xử thế của đạo Khổng là *lòng trung thành, t^{âm} thân t^{âm} ái và sự trung thực*.
 - Những giá trị làm giảm bớt mâu thuẫn trong công việc, giúp thiết lập đ^{ối} - ợc mối quan hệ hợp tác giữa công nhân với nhau, giữa chủ và thợ, giữa các công ty với chi phí thấp hơn.



1. Môi trường văn hóa

- *Đạo Hin đu và đạo Phật là hai tôn giáo ít ảnh hưởng đến kinh doanh.*
 - Giáo lý của đạo Hin đu đề cao sự khổ hạnh, coi thường của cải vật chất nên không khuyến khích được kinh doanh.
 - Đạo Hin đu đề cao hệ thống đẳng cấp ở Ấn độ, do đó hạn chế khả năng tiến thân của cá nhân.
 - Đạo Phật chú trọng đến kiếp sau và các giá trị tinh thần hơn là các giá trị vật chất, vì vậy cũng không khuyến khích kinh doanh.
 - Cả đạo Phật và đạo Hin đu đều tôn trọng đối ôn hoà, nên cũng không cản trở nhiều đến hoạt động kinh doanh.



1. Môi trường văn hóa

- *Tôn giáo đ- ợc coi là có nhiều ảnh h- ưởng tiêu cực đến KDQT là đạo Hồi.*
- Giáo lý của đạo Hồi đ- ợc coi là khát khe nhất trong các tôn giáo, nh- cấm tiêu thụ đồ uống có cồn, cấm phụ nữ tiếp xúc với xã hội bên ngoài, cầu kinh 5 lần/ngày, có xu h- ớng bài xích các doanh nghiệp n- ớc ngoài...
- Kinh Coran của đạo Hồi cho phép kinh doanh, nh- ng lại cấm trả hoặc nhận lãi suất của các khoản vay vì bị coi là cho vay nặng lãi.



1. Môi trường văn hóa

- *Giáo dục có ý nghĩa quyết định, đảm bảo cho sự thành công trong lĩnh vực kinh tế của n□ớc đó, do:*
 - Giáo dục t- duy kinh doanh
 - Nâng cao trình độ cho ng- ời lao động
 - Tạo điều kiện thuận lợi cho việc đ- a hàng hóa mới vào thị tr- ờng



1. Môi trường văn hóa

1.3.2. Ảnh hưởng của VH đến giao tiếp

- Giao tiếp bằng ngôn ngữ có lời:
- Vai trò của ngữ cảnh trong giao tiếp
- Giao tiếp bằng ngôn ngữ không lời
- Ngôn ngữ quà tặng



1. Môi trường văn hóa

1.3.3. Văn hoá quyết định phương thức quản trị trong kinh doanh quốc tế

- Những n-ớc có chỉ số phân cấp quyền lực cao là các n-ớc châu Á và các n-ớc Nam Mỹ, như Malaysia (104/100), Panama (95/100), Philippines (94/100)... Tại các n-ớc này, ng-ời lãnh đạo chịu trách nhiệm tối cao, nhân viên phải tuyệt đối phục tùng lãnh đạo. Ng-ợc lại, lãnh đạo có trách nhiệm đ- ra các chỉ thị rõ ràng để nhân viên có thể tuân theo.



1. Môi trường văn hóa

- Các quốc gia có chỉ số cá nhân cao, như Australia (90/100), Mỹ (91/100), Đan Mạch (74/100)... vai trò của cá nhân đ- ợc đề cao, cá nhân đ- ợc khuyến khích để thể hiện tính sáng tạo và cá tính riêng của mình, nhằm làm lợi cho công việc.
- Các n- ớc có chỉ số nam tính thấp nh- Đan Mạch (16/100), Na Uy (8/100), Hà Lan (14/100), Thụy Điển (5/100)... cơ hội cho phụ nữ tham gia vào kinh doanh cũng nh- giữ những chức vụ quan trọng nhiều.



1. Môi trường văn hóa

- Tại các n- ớc có chỉ số nam tính cao nh- các n- ớc châu □: Nhật Bản (95/100), Malaysia (80/100)...., Châu Mỹ La tinh: Mê hi cô (69/100), Pê ru (64/100) và một số n- ớc châu Âu nh- □o (79/100), Bỉ (81/100), Thụy Sĩ (70/100)...., phụ nữ ít khi tham gia vào kinh doanh. Tại một vài n- ớc Hồi giáo, phụ nữ còn bị cấm đi làm. Cơ hội đ- ợc đề bạt giữ những chức vụ quan trọng của phụ nữ tại các n- ớc này cũng bị hạn chế.



1. Môi trường văn hóa

1.3.4. Văn hoá ảnh hưởng đến tiêu dùng trong kinh doanh quốc tế

■ *Production*

Sản phẩm phải phù hợp với thị hiếu, tôn giáo, tập quán, khí hậu...

■ *Place*

Văn hoá tác động đến các vấn đề nh- nhân mác đ- ợc - a chuộng tại thị tr- ờng, kênh phân phối sản phẩm, việc phân chia khu vực bán hàng...



1. Môi trường văn hóa

■ *Promotion*

- Văn hoá ảnh hưởng đến quảng cáo, như về phong tiện, hình ảnh, màu sắc cũng như từ ngữ.
- Văn hoá ảnh hưởng đến hình thức khuyến mại

■ *Price*

- Giá tiền mà khách hàng trả cho một sản phẩm phụ thuộc vào cả giá trị thật và giá trị tinh thần của nó.
- Giá trị tinh thần của sản phẩm lại phụ thuộc vào văn hoá.



2. Môi trường kinh tế

2.1. Phân loại hệ thống kinh tế

■ *Căn cứ phân loại*

- *Quyền sở hữu*

- Công cộng (public): Nhà nước sở hữu nguồn lực
- Tư nhân (private): tư nhân sở hữu nguồn lực

- *Phương pháp phân bổ và kiểm soát nguồn lực*

- Thị trường (market economy): nguồn lực do người tiêu dùng phân bổ và kiểm soát dựa trên quyết định mua hàng
- Chỉ huy (command economy): nguồn lực do Chính phủ quyết định phân bổ và kiểm soát



2. Môi trường kinh tế

2.1.1. *Kinh tế thị trường*

- Cá nhân cung cấp lao động nếu công ty đưa ra mức lương thỏa đáng
- Sản phẩm được tiêu thụ nếu mức giá thỏa đáng
- Công ty đưa ra mức lương dựa trên số lao động muốn đăng ký làm việc.
- Nguồn lực được phân bổ dựa trên mối tương tác bất biến giữa cá nhân với công ty, cá nhân với cá nhân và công ty với công ty.



2. Môi trường kinh tế

- Nhân tố then chốt trong kinh tế thị trường là *quyền tự quyết của khách hàng* (customer sovereignty) – quyền quyết định mua mặt hàng nào
- Doanh nghiệp có quyền tự quyết về việc tham gia vào thị trường
- => Quan hệ cung cầu quyết định sự phân bổ nguồn lực
- Cơ chế thị trường tạo nên mối liên hệ giữa giá cả, số lượng, cung, cầu của nguồn lực và sản phẩm



2. Môi trường kinh tế

2.1.2. Kinh tế kế hoạch hóa tập trung

- Là nền kinh tế mà Chính phủ đề ra các mục tiêu và quyết định số lượng và giá cả của sản phẩm
- Xuất phát từ quan điểm cho rằng Chính phủ quyết định phân bổ nguồn lực tốt hơn cá nhân hay doanh nghiệp.
- Chủ yếu tồn tại trước năm 1991



2. Môi trường kinh tế

2.1.3. *Kinh tế hỗn hợp*

- Là sự pha trộn ở những mức độ khác nhau giữa kinh tế thị trường với kinh tế kế hoạch hóa tập trung, giữa sở hữu cá nhân và sở hữu công cộng.
- Thông thường, các quốc gia được chia làm 2 mức
 - Tự do một phần: chính phủ chỉ can thiệp một phần như Hungary, Taiwan, Israel...
 - Ít tự do: Mức độ can thiệp cao hơn như India, Mexico, Brazil...

2. Môi trường kinh tế

2.2. Phân loại quốc gia

- *Gross national product* (GNP): tổng giá trị bằng tiền của hàng hóa, dịch vụ cuối cùng được sản xuất bằng các nhân tố nội địa, dù ở trong nước hay nước ngoài.
- Chi phí TD cá nhân + Tổng ĐT cá nhân Quốc nội + chi phí TD Nhà nước + (kim ngạch XK ròng - KN NK ròng) + thu nhập ròng từ các tài sản ở nước ngoài
- *Gross domestic product* (GDP): tổng giá trị bằng tiền của hàng hóa, dịch vụ cuối cùng trong phạm vi lãnh thổ một quốc gia, bằng cả các nguồn lực trong nước và nước ngoài.
= **Tiêu dùng + Đầu tư + XK - NK**



2. Môi trường kinh tế

- $GNP = GDP + \text{thu nhập thuần từ nước ngoài}$ - là thu nhập mà người cư trú nhận được từ nước ngoài từ các dịch vụ (lao động hay vốn).
- *Per Capita Income*: GDP theo đầu người là chỉ số được WB sử dụng để phân loại quốc gia. Chia làm 4 mức:
- *Các nước thu nhập cao*: Là các nước có thu nhập trên 28550 USD/người (năm 2003), gồm các nước như: Australia, Áo, Israel, G7, Hồng Kông, Singapore, Hà Lan..



2. Môi trường kinh tế

- *Các nước thu nhập khá* (gồm các nước thu nhập từ 5340 đến 28550 USD/người) như Hungary, Czech, Argentina, Chile...
- *Các nước thu nhập trung bình* (gồm các nước thu nhập từ 1280 đến 5340 USD/người) như Brazil, Ai cập, Indonesia, Thái lan, Nga, Ucraina...
- *Các nước thu nhập thấp* (gồm các nước thu nhập từ 1280 đến 450 USD/người) như Việt Nam, Uzbekistant, Mông cổ, Đông Timo...



2. Môi trường kinh tế

- Các nước có thu nhập cao chiếm 21% trong số nền kinh tế, 15% dân số nhưng chiếm 79,5% GDP toàn thế giới.
- Các nước thu nhập thấp chiếm 30,6% số nền kinh tế, 56.7% dân số nhưng chỉ chiếm 4.9% GDP toàn thế giới.
- Những nước thu nhập trung bình chiếm 48,3% số nền kinh tế, 28,1% dân số, và 15,6% GDP.



2. Môi trường kinh tế

- *Purchasing power parity (PPP)*: Số nội tệ cần bỏ ra để mua cùng một lượng hàng hóa hay dịch vụ trên thị trường nội địa như một đô la trên thị trường Hoa kỳ.
- Dựa trên PPP, Big Mac ở Tokyo đắt hơn ở Mỹ, nên khả năng mua hàng của đồng Yên thấp hơn của USD.
- GDP per capita của VN là 480 USD năm 2003, nhưng GDP tính theo PPP là 2490 USD



2. Môi trường kinh tế

- *Chất lượng cuộc sống (Quality of life)*: là chỉ tiêu của UN đưa ra trong báo cáo hàng năm Human Development Report, tổng hợp các yếu tố như hạnh phúc, kỳ vọng cuộc sống, tiêu chuẩn giáo dục, khả năng mua hàng cá nhân, y tế, hệ thống y tế cộng đồng, bình đẳng giới...
- Số liệu điều tra năm 1996 cho thấy 5 nước đứng đầu là Canada, Mỹ, Nhật bản, Hà Lan, và Na Uy.
- Trong 174 nước, India đứng thứ 135, Trung Quốc 108 và Nga thứ 57.



2. Môi trường kinh tế

- Theo tiêu chí của Economist Intelligence Unit, chất lượng cuộc sống được tính dựa trên thu nhập, sức khỏe, việc làm, cuộc sống gia đình, ổn định chính trị, an toàn trong xã hội, bình đẳng giới...
- Năm 2005, trong 111 nước được điều tra, Ireland đứng đầu, tiếp đến là các nước Bắc Âu.
- Mỹ đứng thứ 13, Anh thứ 29, Nga thứ 105, Trung Quốc 60 và Zimbabwe thứ 111.



2. Môi trường kinh tế

- *Capability poverty measure (CPM)*: là chỉ số đo lường những yếu tố hoặc những điều kiện có thể ảnh hưởng tiêu cực đến tương lai của quốc gia như: tỷ lệ trẻ em dưới 5 tuổi bị suy dinh dưỡng, số trẻ em được đến trường, tỷ lệ phụ nữ mù chữ...
- Sự cách biệt giữa người giàu và người nghèo: Ở Mỹ, 1/5 dân số giàu nhất có thu nhập gấp 9 lần 1/5 dân số nghèo nhất. Thu nhập bình quân của 1/5 này chỉ bằng 24% thu nhập bình quân của quốc gia, trong khi ở Nhật là 43%.



2. Môi trường kinh tế

- *Structure of production*: là tỷ trọng GDP phân phối giữa các ngành nông nghiệp, công nghiệp và dịch vụ.
- Khi thu nhập tăng, tỷ trọng trong GDP của nông nghiệp giảm, tỷ trọng của công nghiệp và nhất là dịch vụ tăng.



2. Môi trường kinh tế

2.3. Các chỉ số kinh tế vĩ mô (*key macroeconomic issues*)

- *Tăng trưởng kinh tế (Economic growth)*
 - Các nước Châu Á có chỉ số tăng trưởng cao nhất (khoảng 8%/năm)
 - Khu vực năng động nhất là Đông Á và Đông Nam Á. Tuy nhiên, các nước này (trừ Nhật), chiếm 53% dân số nhưng chỉ chiếm 7% GDP
 - Các nước thu nhập cao chỉ tăng trưởng chừng 2%/năm



2. Môi trường kinh tế

- *Lạm phát*: là sự tăng trưởng của chỉ số tiêu dùng của thời kỳ này so với thời kỳ trước
- Là nhân tố có ảnh hưởng lớn đến môi trường kinh tế vì tác động đến tỷ giá hối đoái, lãi suất, chi phí sinh hoạt và kinh doanh cũng như độ tin cậy của hệ thống chính trị và kinh tế



2. Môi trường kinh tế

- *Nợ nước ngoài (External debt)*
- Có bốn thước đo nợ nước ngoài:
 - Theo số tuyệt đối
 - Theo tỷ trọng với GNP và GDP
 - Theo tỷ trọng với XK
 - Debt service ratio (tỷ trọng lãi suất và khấu hao so với XK)



2. Môi trường kinh tế

2.4. Ảnh hưởng của môi trường kinh tế đến KDQT

2.4.1. Ảnh hưởng đến quản trị

- Nhân sự
- Quy mô doanh nghiệp
- Ngành hàng kinh doanh

2.4.2. Ảnh hưởng đến độ an toàn trong kinh doanh

- Các yếu tố như lạm phát, nợ nước ngoài, tốc độ tăng trưởng kinh tế... sẽ quyết định độ an toàn trong kinh doanh



2. Môi trường kinh tế

2.4.3. Ảnh hưởng đến quy mô thị trường

- GNP per capita, lạm phát... sẽ quyết định thu nhập của người dân
- Tốc độ tăng trưởng kinh tế ảnh hưởng đến quyết định mua hàng

2.4.4. Ảnh hưởng đến lợi nhuận

- Quy mô thị trường, ngành hàng KD... sẽ quyết định lợi nhuận của DN



3. Môi trường chính trị và luật pháp

3.1. Môi trường chính trị

3.1.1. *Hệ thống chính trị*

- Hệ thống chính trị bao gồm những tổ chức, những quá trình và những hoạt động mà dân tộc dựa vào đó để thể hiện quyền tự quyết.
- Hệ thống chính trị có thể được phân biệt bằng cách tổ chức như Quốc hội, Chính phủ; các quá trình như bầu cử, phổ thông bầu phiếu...



3. Môi trường chính trị và luật pháp

- Hệ thống chính trị bị ảnh hưởng bởi:
 - Lịch sử và văn hóa của quốc gia
 - Dân số (Thụ y sĩ)
 - Thu nhập
 - Sự tham gia vào chính trị
- + Phạm vi rộng (mọi người đều có quyền tham gia)
- + Phạm vi hẹp (chỉ một số đạt tiêu chuẩn)



3. Môi trường chính trị và luật pháp

3.1.2. Phân loại hệ thống chính trị

- *Chế độ vô chính phủ* (Anarchical system)
 - Chỉ có các cá nhân và nhóm người kiểm soát toàn bộ hoạt động chính trị của quốc gia. Sự tồn tại của Chính phủ là không cần thiết vì làm tổn hại đến tự do cá nhân.
- *Chế độ chuyên chế* (autocratic system)
 - Không quan tâm đến tự do cá nhân. Mọi hoạt động của công dân đều phải bị kiểm soát bởi hệ thống chính trị của quốc gia.



3. Môi trường chính trị và luật pháp

- *Hệ thống chính trị đa nguyên (pluralistic system)*
 - Hệ tư tưởng chính trị là một tổng thể kết hợp, có hệ thống những tư tưởng, học thuyết, mục tiêu để tạo nên một cương lĩnh chính trị xã hội.
 - Trong hệ thống chính trị đa nguyên, những hệ tư tưởng chính trị khác nhau có thể cùng tồn tại trong xã hội.
- *Hệ thống chính trị đơn nguyên (singularistic system)*
 - Chỉ một hệ tư tưởng chính trị được thừa nhận trong xã hội.



3. Môi trường chính trị và luật pháp

3.1.3. Một số hệ thống chính trị phổ biến

3.1.3.1. *Chế độ dân chủ (democracy)*

- Là chế độ mà mọi người dân đều có quyền tham gia vào quá trình ra quyết định của quốc gia.
- Do hạn chế về khả năng thu hút mọi người dân nên dân chủ hoàn toàn chủ yếu mang tính lý thuyết



3. Môi trường chính trị và luật pháp

- Chế độ dân chủ thường có những đặc trưng sau:
 - Quyền tự do ngôn luận: Được quyền bày tỏ quan điểm tự do mà không sợ bị trừng phạt.
 - Bầu cử theo nhiệm kỳ để chọn ra người lãnh đạo
 - Hệ thống luật pháp công bằng và độc lập, tôn trọng quyền sở hữu và quyền tự do cá nhân
 - Bảo vệ quyền lợi cho các dân tộc thiểu số
 - Quyền tự quyết của người dân khi tham gia các đảng phái



3. Môi trường chính trị và luật pháp

3.1.3.2. *Chế độ chuyên chế* (Totalitarianism)

- Là chế độ mà quyền quyết định nằm trong tay một số cá nhân nhất định.
- *Thần quyền chuyên chế* (theocratic totalitarianism): là chế độ chính trị tồn tại ở nhiều nước theo đạo Hồi như Iran, Arab Saudi... khi người lãnh đạo tôn giáo cũng là người đứng đầu trong hệ thống chính trị.
- *Chuyên chế thế tục* (secular totalitarianism): chính phủ thường áp đặt quyết định thông qua sức mạnh quân sự như ở Myanmar, Iraq...



3. Môi trường chính trị và luật pháp

- *Đặc trưng của chế độ chuyên chế:*
 - Áp dụng quyền lực thông qua áp đặt: không cần sự chấp thuận của người dân.
 - Thiếu sự bảo đảm của Hiến pháp: hệ thống hiến pháp hạn chế, không bảo đảm các quyền của người dân như quyền tự do dân chủ, quyền sở hữu, quyền bầu cử...
 - Hạn chế sự tham gia chính trị của người dân: chỉ một số người trong đảng phái hoặc do thừa kế được tham gia. Đa số dân chúng bị cấm tham gia chính trị.



3. Môi trường chính trị và luật pháp

3.1.4. Rủi ro chính trị (political risk)

3.1.4.1. *Phân loại rủi ro chính trị*

- Xung đột và bạo lực
- Khủng bố và bắt cóc
- Chiếm đoạt tài sản (tịch thu, xung công, quốc hữu hóa)
- Thay đổi chính sách của Nhà nước
- Quy định của địa phương



3. Môi trường chính trị và luật pháp

3.1.4.2. *Quản lý rủi ro chính trị*

- *Né tránh*: chỉ đầu tư vào những quốc gia ít rủi ro
- *Thích nghi*: kết hợp chặt chẽ rủi ro với chiến lược kinh doanh, thông qua sự hợp tác của các quan chức địa phương
- *Duy trì mức độ phụ thuộc* của địa phương vào việc kinh doanh của công ty



3. Môi trường chính trị và luật pháp

- *Thu thập thông tin*: là công việc cần thiết để dự đoán các biến cố chính trị. Có thể tiến hành thông qua người lao động hoặc thuê công ty cung cấp thông tin.
- *Tranh thủ các nhà quản lý nội địa*, bằng cách:
 - Lobby
 - Corruption



3. Môi trường chính trị và luật pháp

3.2. Môi trường luật pháp

3.2.1. Hệ thống luật pháp

- *Khái niệm:* Hệ thống pháp luật của quốc gia bao gồm các quy tắc và điều luật, quá trình ban hành và thực thi pháp luật.
- Hệ thống luật pháp chịu ảnh hưởng nhiều bởi lịch sử, văn hóa và hệ thống chính trị



3. Môi trường chính trị và luật pháp

- Có ba hệ thống luật pháp chính:
 - *Hệ thống luật án lệ* (Common law system): là hệ thống luật căn cứ vào truyền thống, tiền lệ, tập quán và vận dụng. Tòa án đóng vai trò quan trọng trong việc diễn giải luật căn cứ vào những cơ sở này.
 - Được ra đời đầu tiên ở Anh quốc và áp dụng tại các nước thuộc địa cũ như Hongkong, New Zealand, Australia...
 - Hợp đồng kinh doanh trong luật án lệ cần chi tiết vì luật không cụ thể.

3. Môi trường chính trị và luật pháp

- *Hệ thống luật dân sự* (civil law system), còn gọi là luật thành văn (codified legal system): dựa trên những quy định rất chi tiết, tập hợp thành bộ luật bằng văn bản.
 - Ra đời ở Pháp, dưới thời Napoleon; phổ biến ở châu Âu lục địa.
 - Hiện nay được áp dụng ở trên 70 quốc gia trên thế giới
 - HĐ kinh doanh ở các nước theo dân luật không cần chi tiết vì luật đã quy định đầy đủ.



3. Môi trường chính trị và luật pháp

- *Hệ thống luật thần quyền* (theocratic law system): là hệ thống luật dựa trên những quy tắc, giáo lý tôn giáo. Phổ biến ở các nước đạo Hồi.
- Luật Hồi giáo được quy định từ thế kỷ X và không thay đổi cho đến nay.
- Các quy định của hệ luật này thiên về đạo đức hơn là kinh doanh, ảnh hưởng đến mọi hoạt động trong đời sống và không thể sửa đổi hay mở rộng.
- Ở một số nước Hồi giáo quá khích, những quy định trong luật pháp có ảnh hưởng tiêu cực đến KD.



3. Môi trường chính trị và luật pháp

3.2. Ảnh hưởng của hệ thống pháp luật đến KDQT

- Quyết định lựa chọn hàng hóa để kinh doanh
- Phương thức quản trị, như nguồn nhân lực, thời gian làm việc...
- Nội dung hợp đồng
- Rủi ro trong kinh doanh

