

# CHƯƠNG 4

## THÂM NHẬP THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ



## 4.1. Những rào cản trong kinh doanh quốc tế

### 4.1.1. Những rào cản trong thương mại quốc tế



- ❖ Thuật ngữ “rào cản” hay “hàng rào” đối với thương mại chỉ được đề cập chính thức trong một Hiệp định của Tổ chức Thương Mại Thế Giới (WTO), đó là Hiệp định về các rào cản kỹ thuật đối với thương mại ( Technical Barriers To Trade Agreement - TBT).
- ❖ Thuật ngữ “rào cản” hay “hàng rào” thương mại được sử dụng khá phổ biến nhưng nó lại không phải là một thuật ngữ mang tính chính thống. Trong tất cả các văn bản của WTO, thuật ngữ này chỉ được sử dụng trong tên gọi của một Hiệp định là “Hiệp định về rào cản kỹ thuật đối với thương mại”. Tuy nhiên ngay trong nội dung của Hiệp định này thì thuật ngữ này cũng không được nhắc lại và định nghĩa một cách cụ thể.

## 4.1. Những rào cản trong kinh doanh quốc tế

### 4.1.1. Những rào cản trong thương mại quốc tế



*“ Rào cản thương mại là bất kỳ chính sách, biện pháp hay quy định nào hạn chế hay gây cản trở hoạt động thương mại quốc tế”*

## 4.1. Những rào cản trong kinh doanh quốc tế

### 4.1.1. Những rào cản trong thương mại quốc tế



Phân loại theo cách tiếp cận của Tổ chức Thương Mại Thế Giới (WTO).

- ❖ Hệ thống biện pháp kiểm soát nhập khẩu được chia làm 2 loại là: Các biện pháp thuế quan (Tariff) và Các biện pháp phi thuế quan (Non tariff) (*Theo Diễn đàn về thương mại và phát triển của Liên Hiệp Quốc UNCTAD*). Với cách tiếp cận như vậy, chúng ta có thể phân loại hàng rào thương mại quốc tế làm 2 loại: Rào cản thuế quan và Rào cản phi thuế quan

## 4.1. Những rào cản trong kinh doanh quốc tế

### 4.1.1. Những rào cản trong thương mại quốc tế



**Rào cản thuế quan:** Một số phương thức đánh thuế hiện nay bao gồm: đánh vào hàng hóa xuất, nhập khẩu có thể dưới dạng thuế phần trăm, thuế đặc định hoặc thuế hỗn hợp

**Các rào cản phi thuế quan** có thể bao gồm bất kỳ chính sách, biện pháp khác với thuế quan gây cản trở hoạt động thương mại. Cần hiểu rõ rằng các rào cản phi thuế quan không đồng nghĩa với các biện pháp phi thuế quan

## 4.1. Những rào cản trong kinh doanh quốc tế

### 4.1.2. Những rào cản trong đầu tư quốc tế



- ❖ Rào cản đầu tư có thể hiểu là các thủ tục hành chính, những quy định pháp lý, các yếu tố văn hóa chính trị gây cản trở cho hoạt động đầu tư quốc tế
- ❖ Trong kinh doanh quốc tế, đầu tư là hoạt động đem vốn, tài sản từ nước này sang một nước khác để kinh doanh, thu lợi nhuận (đầu tư nước ngoài). Theo nghĩa này, đầu tư bao gồm cả đầu tư trực tiếp (đầu tư thành lập hoặc mua lại doanh nghiệp) và đầu tư gián tiếp (chủ yếu qua thị trường chứng khoán).

## 4.1. Những rào cản trong kinh doanh quốc tế

### 4.1.2. Những rào cản trong đầu tư quốc tế



❖ Một số nước sở tại đặt ra các quy định yêu cầu các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài sử dụng các yếu tố đầu vào như nguyên, nhiên, vật liệu,... và các điều kiện liên quan đến sản xuất kinh doanh, đây được gọi là các quy định về đầu vào đối với các doanh nghiệp đầu tư nước ngoài:

- **Yêu cầu về tỷ lệ góp vốn cổ phần trong nước**
- **Tỷ lệ nội địa hóa**
- **Yêu cầu hạn chế nhập khẩu và giao dịch ngoại hối**
- **Yêu cầu về việc thuê nhân công tại nước sở tại**

## 4.1. Những rào cản trong kinh doanh quốc tế

### 4.1.2. Những rào cản trong đầu tư quốc tế



- ❖ Nhóm biện pháp nhằm vào việc hạn chế sản xuất, hạn chế tiêu thụ sản phẩm trong nước hoặc xuất khẩu, giới hạn về khối lượng và chủng loại sản phẩm sản xuất ra của doanh nghiệp đầu tư nước ngoài.
- Yêu cầu về xuất khẩu
- Yêu cầu về cân bằng thương mại
- Yêu cầu tiêu thụ nội địa
- Yêu cầu giấy phép
- Yêu cầu sản phẩm chỉ định
- Hạn chế sản xuất
- Những quy định về chuyển lợi nhuận ra nước ngoài

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.1. Xuất khẩu



**Quy trình xuất khẩu:** gồm 4 bước:

- Bước 1: Đánh giá cơ hội thị trường toàn cầu
- Bước 2: Tổ chức xuất khẩu

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.1. Xuất khẩu



#### Ưu điểm:

- ❖ Tăng doanh số, phát triển thị phần, tạo ra mức lợi nhuận biên cao hơn so với kinh doanh trong thị trường nội địa.
- ❖ Tăng quy mô kinh tế, do đó làm giảm chi phí sản xuất trên một đơn vị sản phẩm.
- ❖ Đa dạng hóa khách hàng, giảm sự phụ thuộc vào thị trường trong nước.

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.1. Xuất khẩu



#### Ưu điểm:

- ❖ Nếu cần thiết doanh nghiệp có thể nhanh chóng rút lui khỏi một thị trường xuất khẩu.
- ❖ Chi phí thâm nhập thị trường thấp bởi vì doanh nghiệp không cần phải thực hiện các dự án đầu tư hay phải duy trì một đại lý ở thị trường mục tiêu.

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.1. Xuất khẩu



#### Nhược điểm:

- ❖ Các nhà kinh doanh có rất ít cơ hội để tham khảo ý kiến khách hàng, học hỏi từ các đối thủ, và nhận biết đặc điểm riêng biệt của thị trường. Không trực tiếp tiếp xúc với khách hàng nên doanh nghiệp rất khó có thể nắm bắt các cơ hội, nhận biết các nguy cơ
- ❖ Các doanh nghiệp chuyên về xuất khẩu cần phải có những nhân viên giỏi về giao dịch quốc tế và tiếng nước ngoài

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.1. Xuất khẩu



#### Nhược điểm:

- ❖ Nhạy cảm thuế quan và các rào cản thương mại khác, cũng như đối với sự biến động trong tỷ giá hối đoái thì lớn hơn
- ❖ Trong trường hợp chi phí vận chuyển cao hay giá trị lô hàng thấp không bù đắp được chi phí xuất khẩu thì lựa chọn phương thức xuất khẩu là không khả thi.

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.2. Mua bán đối lưu



Là phương thức giao dịch trong đó việc nhập khẩu kết hợp chặt chẽ với xuất khẩu, người bán đồng thời cũng là người mua, tổng giá trị hàng hóa trao đổi thường có giá trị tương đương nhau.

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.2. Mua bán đối lưu



#### Đặc điểm:

- Việc XK sẽ làm tiền đề cho việc nhập khẩu hoặc ngược lại hay xuất nhập khẩu đi liền với nhau.
- Vai trò của tiền tệ trong phương thức này bị hạn chế về chức năng, vì mục đích chính của trao đổi trong mua bán đối lưu không phải là nhằm thu ngoại tệ về, chức năng chính của tiền ở đây chỉ là ghi chép và tính toán
- Mục đích chính của người bán là thu về một hàng hóa khác có giá trị tương đương.

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.2. Mua bán đối lưu



#### Vì sao các quốc gia tham gia mua bán đối lưu:

- Thứ nhất đó là tình trạng thiếu tiền tệ mạnh thường xuyên xảy ra ở các nước đang phát triển.
- Thứ hai là các doanh nghiệp ở các nước đang phát triển thiếu các chuyên gia marketing có đủ trình độ và sự am hiểu về thị trường các quốc gia phương Tây. Mua bán đối lưu giúp các doanh nghiệp này tiếp cận những thị trường mà họ không thể tiếp cận được, đồng thời tạo thêm nguồn tiền tệ mạnh cho đất nước
- Mua bán đối lưu giúp doanh nghiệp thâm nhập thị trường mới và tạo dựng được các mối quan hệ mới với khách hàng

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.3. Thuê ngoài



Khái niệm Outsourcing đi vào thuật ngữ kinh doanh từ những năm 1980, dùng để chỉ một phần/công đoạn nào đó của công việc trong sản xuất được thuê công ty khác làm để tiết kiệm chi phí và nguồn lực cho doanh nghiệp. Phần công việc này chỉ là các công đoạn phụ trong sản xuất

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.3. Thuê ngoài



Nếu căn cứ vào vị trí địa lý của 2 bên trong hoạt động outsourcing thì có thể phân loại ra thành 2 loại outsourcing:

- Thuê ngoài nội biên (onshore outsourcing – tức là bên outsource và bên cung cấp dịch vụ ở trong cùng một quốc gia )
- Thuê ngoài ngoại biên (offshore outsourcing – bên outsource và bên cung cấp dịch vụ ở 2 quốc gia khác nhau)

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.3. Thuê ngoài



Theo phân loại theo báo cáo “International Recommendation for Industrial Statistics 2008” của Liên Hợp Quốc thì outsourcing gồm 3 dạng:

- Outsourcing những chức năng hỗ trợ: theo loại hình này, bên outsource sẽ thuê ngoài những chức năng hỗ trợ nhất định, ví dụ như kế toán, các dịch vụ máy tính, kiểm toán...
- Outsourcing một phần trong quy trình sản xuất: doanh nghiệp đi thuê ngoài một phần của quy trình sản xuất
- Outsourcing toàn bộ quy trình sản xuất: doanh nghiệp thuê ngoài toàn bộ quy trình sản xuất

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.3. Thuê ngoài



Theo báo cáo “World Investment Report 2011: Non-equity Modes of International Production and Development” của UNCTAD (2011), outsourcing gồm 2 dạng:

- Outsourcing trong sản xuất (contract manufacturing – sản xuất theo hợp đồng)
- Outsourcing trong lĩnh vực dịch vụ (services outsourcing – thuê ngoài các dịch vụ).

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.3. Thuê ngoài



Theo báo cáo “World Investment Report 2011: Non-equity Modes of International Production and Development” của UNCTAD (2011), outsourcing gồm 2 dạng:

- Outsourcing trong sản xuất (contract manufacturing – sản xuất theo hợp đồng)
- Outsourcing trong lĩnh vực dịch vụ (services outsourcing – thuê ngoài các dịch vụ).

## 4.2. Thâm nhập thị trường thông qua thương mại quốc tế

### 4.2.3. Thuê ngoài



Trong hầu hết các báo cáo thống kê về hoạt động outsourcing, thuật ngữ này được hiểu là outsourcing trong lĩnh vực dịch vụ bao gồm 2 hình thức chính:

- Thuê ngoài công nghệ thông tin (ITO)
- Thuê ngoài quy trình kinh doanh (BPO)

## 4.3. Thâm nhập thị trường thông qua hoạt động đầu tư

### 4.3.1. Đầu tư trực tiếp nước ngoài



Bao gồm 2 hình thức chính:

- Thứ nhất là đầu tư mới 100%
- Thứ hai là liên quan đến việc mua lại hoặc sáp nhập với một công ty hiện tại ở nước ngoài

## 4.3. Thâm nhập thị trường thông qua hoạt động đầu tư

### 4.3.2. Đầu tư gián tiếp



Đầu tư loại này nhằm tìm lợi nhuận về tài chính (như cho vay tiền) và không trực tiếp điều hành hoạt động ở ngoại quốc

## 4.4. Thâm nhập thị trường thông qua hợp đồng

### 4.4.1. Hợp đồng mua bán giấy phép



Là phương thức khi một công ty trong nước, cấp phép, giấy phép cho một công ty nước ngoài, người được cấp phép, quyền sản xuất sản phẩm của mình, để sử dụng quy trình sản xuất của nó, hoặc sử dụng tên thương hiệu hoặc thương hiệu của mình. Đổi lại để cho người được cấp phép các quyền này, người cấp phép thu phí bản quyền trên mỗi đơn vị có giấy phép bán, trên tổng doanh thu giấy phép

## 4.4. Thâm nhập thị trường thông qua hợp đồng

### 4.4.2. Hợp đồng nhượng quyền thương mại



- Nhượng quyền thương mại tương tự như cấp phép, nhưng hợp đồng nhượng quyền thường dài hạn hơn hợp đồng mua bán giấy phép.
- Nhượng quyền không chỉ bán tài sản vô hình (và một nhãn hiệu hàng hóa) cho bên nhận quyền, mà còn khẳng định rằng bên nhận quyền đồng ý tuân thủ các quy tắc nghiêm ngặt trong cách thức hoạt động kinh doanh
- Bên nhượng quyền thường được nhận một khoản thanh toán tiền bản quyền một số tỷ lệ phần trăm của doanh thu

## 4.4. Thâm nhập thị trường thông qua hợp đồng

### 4.4.3. Các loại hình khác

- Hợp đồng chìa khóa trao tay
- Hợp đồng cho thuê



[www.themegallery.com](http://www.themegallery.com)

A black and white photograph of a business meeting. Two men in suits are shaking hands across a table. In the background, a woman is visible, and there is a potted plant. A nameplate on the table reads 'CENTRAL'.

# Thank You !