

TÓM TẮT CHƯƠNG I

TỔNG QUAN VỀ KINH DOANH QUỐC TẾ

I. Kinh doanh quốc tế

1. *Khái niệm*

- Kinh doanh: việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi.
- VD: Bác bán trà đá công trường Ngoại Thương thực hiện việc kinh doanh khi lấy trà từ một người khác (VD ở Thái Nguyên), đem pha thành trà mang ra công trường, mở một quán nhỏ nhỏ bán.
- Kinh doanh quốc tế: là việc thực hiện hoạt động đầu tư vào sản xuất, mua bán, trao đổi hàng hóa hoặc dịch vụ nhằm mục đích sinh lợi có liên quan tới hai hay nhiều nước và khu vực khác nhau
- Kinh doanh quốc tế cũng có thể những hoạt động đơn thuần liên quan tới việc xuất khẩu hay nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ của một công ty. Nhưng cũng có thể kinh doanh quốc tế là những mạng lưới kinh doanh đa quốc gia, hoặc xuyên quốc gia hoặc trên phạm vi toàn cầu
- VD: Bác bán trà đá khi thấy bán trà đá lãi suất cao, quyết định mở rộng việc kinh doanh bằng cách mở 1 quán café, nhập trà Earl Grey từ Anh để bán cho người trung tuổi, nhập bột trà sữa trân châu từ Đài Loan để bán cho sinh viên nhằm mục đích kiếm được lợi nhuận lớn hơn -> Kinh doanh quốc tế

2. *Phạm vi, đặc điểm hoạt động*

- Kinh doanh quốc tế liên quan tới hoạt động kinh doanh trên phạm vi quốc tế, có thể là từ hai nước trở lên có thể liên quan tới một số hay nhiều nước trên phạm vi toàn cầu. Kinh doanh quốc tế bị tác động và

ảnh hưởng lớn bởi các tiêu chí và các biến số có tính môi trường quốc tế, chẳng hạn như hệ thống luật pháp của các nước, thị trường hội đoái, sự khác biệt trong văn hóa hay các mức lạm phát khác nhau giữa các nước.

- Các công ty quốc tế hoạt động trong một môi trường có nhiều biến động và luật chơi đôi khi có thể rất khó hiểu, có thể đối lập với nhau khi so sánh với kinh doanh nội địa

II. Kinh doanh quốc tế

- Môi trường chính trị là đề cập tới chính phủ, mối quan hệ giữa chính phủ với doanh nghiệp, và mức độ rủi ro chính trị ở một nước. Một nước có mức độ rủi ro chính trị cao cũng là khi chính phủ dễ bị thay đổi, có bất ổn xã hội, có bạo loạn, cách mạng nổi dậy hay chiến tranh, khủng bố,..
- Môi trường kinh tế giữa các nước khác nhau cũng khác nhau. Các nước về mặt kinh tế thường được chia ra làm ba loại chính – nước phát triển hoặc nước công nghiệp phát triển, nước đang phát triển và nhóm các nước chậm phát triển. Ngoài việc phân nhóm nước dựa trên mức độ phát triển kinh tế, các nước còn được phân loại dựa trên thể chế thị trường.
- Môi trường văn hóa: Văn hóa quốc gia được hiểu là những niềm tin và giá trị được chia sẻ bởi cả một quốc gia. Một trong số đó phải kể đến là hệ thống giá trị do Hofstede đề xuất vào năm 1980. Mô hình có bốn tham số đo lường về các giá trị văn hóa, đó là tính cá nhân, mức độ né tránh rủi ro, khoảng cách quyền lực và định hướng về giới.

III. Toàn cầu hóa

1. Khái niệm

Theo nghĩa rộng, toàn cầu hoá là một hiện tượng, một quá trình, một xu thế liên kết trong quan hệ quốc tế làm tăng sự phụ thuộc lẫn nhau về nhiều mặt của đời sống xã hội (từ kinh tế, chính trị, an ninh, văn hoá đến môi trường, v.v...) giữa các quốc gia. Nói một cách khác, “Toàn cầu hoá là quá trình tăng lên mạnh mẽ những mối liên hệ, ảnh hưởng, tác động lẫn nhau, phụ thuộc lẫn nhau của tất cả các khu vực, các quốc gia, các dân tộc trên thế giới, làm nổi bật hàng loạt biến đổi có quan hệ lẫn nhau mà từ đó chúng có thể phát sinh một loạt điều kiện mới.”.

2. Nội dung toàn cầu hóa

- Thứ nhất, toàn cầu hóa thể hiện qua sự gia tăng ngày càng mạnh mẽ của các luồng giao lưu quốc tế về hàng hoá, dịch vụ và các yếu tố sản xuất như vốn, công nghệ, nhân công...
- Thứ hai, toàn cầu hóa thể hiện qua sự hình thành và phát triển các thị trường thống nhất trên phạm vi khu vực và toàn cầu
- Thứ ba, toàn cầu hóa thể hiện qua sự gia tăng số lượng, quy mô và vai trò ảnh hưởng các công ty xuyên quốc gia tới nền kinh tế thế giới

3. Phân loại toàn cầu hóa

Toàn cầu hóa thị trường là việc thị trường quốc gia riêng biệt và đặc thù đang hội nhập dần hình thành thị trường toàn cầu. Việc dỡ bỏ các rào cản thương mại qua biên giới đã làm cho việc kinh doanh quốc tế ngày càng trở nên dễ dàng. Thị hiếu của người tiêu dùng ở các nước khác nhau cũng có xu hướng tiệm cận lại gần với nhau và với chuẩn mực toàn cầu, góp phần tạo thị trường toàn cầu

Toàn cầu hóa quá trình sản xuất là quá trình cung ứng hàng hóa và dịch vụ từ các nơi trên toàn cầu để khai thác, tận dụng được sự khác biệt quốc gia về chi phí và chất lượng của các yếu tố sản xuất, như lao động, năng lượng, đất đai và vốn. Thông qua việc toàn cầu hóa quá trình sản xuất, các doanh nghiệp kinh doanh quốc tế kỳ vọng sẽ giảm được tổng cơ cấu chi phí hoặc tăng cường được chất

lượng hoặc tính năng của sản phẩm họ cung ứng ra thị trường, nhờ đó giúp cho doanh nghiệp cạnh tranh trên thị trường toàn cầu được hiệu quả hơn.

4. Động lực thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa

Việc dỡ bỏ các rào cản trong các hoạt động thương mại, đầu tư, dịch vụ, công nghệ, sở hữu trí tuệ giữa các nước và lãnh thổ trên phạm vi khu vực và toàn cầu cùng với sự hình thành và tăng cường các quy định, nguyên tắc, luật lệ chung với cơ chế tổ chức để điều chỉnh và quản lý các hoạt động, giao dịch kinh tế quốc tế theo hướng tự do hoá là động lực quan trọng thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa.

Sự phát triển của cách mạng khoa học và công nghệ có tác động mạnh mẽ tới quá trình toàn cầu hóa, là động lực quan trọng thúc đẩy quá trình này.

5. Tác động của toàn cầu hóa

- Các em tự tìm hiểu tác động của toàn cầu hóa (Bao gồm mặt tích cực và tiêu cực)