

Bài thảo luận

Nhóm 9

Câu 1. Trình bày các phương thức của hoạt động kinh doanh quốc tế thông qua những ví dụ thực tế đối với các chủ thể của Việt Nam trong những năm vừa qua

1- Khái niệm kinh doanh quốc tế

2- Các phương thức của hoạt động kinh doanh quốc tế

1- Khái niệm kinh doanh quốc tế

Kinh doanh quốc tế được hiểu là toàn bộ các hoạt động giao dịch , kinh doanh được thực hiện giữa các quốc gia, nhằm thỏa mãn các mục tiêu kinh doanh của các doanh nghiệp, cá nhân và các tổ chức kinh tế.

2. Các phương thức của hoạt động kinh doanh quốc tế.

- 2.1 Xuất nhập khẩu hàng hoá.
- 2.2 Cấp giấy phép
- 2.3 Đại lý đặc quyền
- 2.4 Hợp đồng quản lý
- 2.5 Hợp đồng theo đơn hàng
- 2.6 Hợp đồng xây dựng và chuyển giao
- 2.7 Đầu tư nước ngoài
- 2.8 Đầu tư nước ngoài
- 2.9 Đầu tư trực tiếp
- 2.10 Dự án trao tay
- 2.11 Liên doanh
- 2.12 Công ty con sở hữu toàn bộ
- 2.13 Đấu thầu quốc tế
- 2.14 Đấu giá quốc tế

Xuất nhập khẩu hàng hoá.

- . Hình thức kinh doanh xuất nhập khẩu là hoạt động kinh doanh quốc tế cơ bản của một quốc gia, nó là chiếc chìa khoá mở ra những giao dịch kinh tế quốc tế cho một quốc gia, tạo ra nguồn thu chi ngoại tệ chủ yếu của một nước khi tham gia vào hoạt động kinh tế quốc tế.
- Kinh doanh xuất nhập khẩu thường diễn ra các hình thức sau :
 - +) **xuất nhập khẩu hàng hoá hữu hình**
 - +) **hàng hoá vô hình (dịch vụ)**
 - +) **xuất nhập khẩu trực tiếp**
 - +)**xuất nhập khẩu gián tiếp (hay uỷ thác)**

Xuất nhập khẩu hàng hoá

■ Thuận lợi

- Vốn và chi phí ban đầu thấp
- Thu nhập kinh nghiệm kiến thức
- Đạt hiệu quả về quy mô

■ Khó khăn

- Phí vận chuyển cao
- Hàng rào thương mại
- Vấn đề với đại lý ở địa phương

Xuất nhập khẩu hàng hoá

■ Ví dụ Cổ phần Xuất nhập khẩu than - Vinacomin (Coalimex):

- *Xuất khẩu than Anthracite, xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ*: Sản phẩm thủ công mỹ nghệ của công ty đã được nhiều khách hàng nước ngoài quan tâm như Anh, Pháp, Mỹ, Úc... Ngoài những sản phẩm thủ công mỹ nghệ truyền thống sản xuất từ than đá, còn có nhiều sản phẩm thủ công mỹ nghệ khác.
 - * *Thủ công mỹ nghệ*:
 - - *Sản phẩm tượng làm từ than đá*
 - *Các sản phẩm làm từ tre, nứa ghép, song, mây, lục bình: giỏ, túi, khay, bát, hộp, thùng v.v... Ngoài ra còn có các sản phẩm khác như: Sơn mài, sơn dầu*
 - * *Sản phẩm thô*:
 - - *Vỏ chăn, ga, gối, đệm*
 - - *Khăn trải bàn, khăn ăn, khăn đệm, lót, các sản phẩm trang trí*
 - * *Hàng đan, vải lanh*:
 - - *Khăn choàng, khoác, túi xách, khăn che cho phụ nữ và bé gái*
 - - *Các sản phẩm quần áo truyền thống và phụ trang làm từ vải dũi, vải lanh.*

Cấp giấy phép

- Là hợp đồng thông qua đó một công ty (người cấp giấy phép) trao quyền sử dụng những tài sản vô hình cho một công ty khác (người được cấp giấy phép) trong một khoảng thời gian nhất định và người được cấp giấy phép thường phải trả tiền bản quyền cho người cấp giấy phép.
- Bên cấp giấy phép cho bên nhận quyền sử dụng tài sản vô hình trong một thời gian xác định và nhận phí bản quyền. Sở hữu vô hình gồm : văn bằng bảo hộ, sáng chế, công thức, thiết kế, quyền tác giả, nhãn hiệu

Cấp giấy phép

- Thuận lợi :
 - Không chịu phí phát triển, rủi ro phát triển thấp
 - Công ty không cần bỏ nguồn lực vào những thông tin không quen thuộc , bất ổn về chính trị, hạn chế đầu tư
- Khó khăn
 - Không kiểm soát chặt chẽ các hoạt động sản xuất ; marketing
 - Tạo đối thủ cạnh tranh
 - Thiếu sự hiện diện trên thị trường

Đại lý đặc quyền

Là hình thức hoạt động kinh doanh mà qua đó một công ty cho một đối tác độc lập quyền sử dụng nhãn hiệu mẫu mã và nó là một tài sản cần thiết cho việc kinh doanh của phía đối tác và công ty vẫn tiếp tục thực hiện sự giúp đỡ hoạt động kinh doanh của các đối tác ấy và công ty cũng nhận được một khoản tiền từ đối tác ấy.

Đại lý đặc quyền

■ Thuận lợi :

- -Giảm chi phí và rủi ro khi mở rộng thị trường nước ngoài
- - Xây dựng sự hiện diện nhanh chóng

■ Khó khăn :

- hạn chế khả năng kiếm lời từ một quốc gia hỗ trợ cạnh tranh ở quốc gia khác
- Hạn chế kiểm soát chất lượng

Đại lý đặc quyền

- **Ví dụ : Petechim là đại lý độc quyền chính thức của SamKang**
- Ngày 29/07/2011, ông Trần Văn Mạnh, Tổng Giám đốc Công ty Cổ phần Thương mại Dầu khí (Petechim) đã ký hợp đồng đại lý độc quyền với ông Kim Sung Bok, Giám đốc điều hành Công ty SamKang M&T Co., Ltd. Theo đó, Petechim đã chính thức là đại lý độc quyền của SamKang trong việc phân phối ống thép hàn tại Việt Nam. Trong thời gian thỏa thuận, Petechim sẽ chịu trách nhiệm giới thiệu, tiếp thị và mở rộng mạng lưới phân phối sản phẩm ống thép hàn của SamKang tại thị trường Việt Nam.

- Hợp đồng quản lý

là những hợp đồng thông qua đó một công ty thực hiện việc giúp đỡ một công ty khác bằng việc cung cấp những nhân viên quản lý nhằm hỗ trợ thực hiện những chức năng quản lý tổng quát hoặc chuyên môn sâu trong một khoảng thời gian đặc biệt để thu được một khoản tiền thù lao nhất định từ sự giúp đỡ đó.

Hợp đồng quản lý

- Ví dụ : eVietsoft ký hợp đồng quản lý chuỗi bán lẻ Zaa của Công ty Sắc Năng
- Sắc Năng là công ty chuyên doanh về mặt hàng phụ kiện thời trang - với thương hiệu: **Zaa Accessories** - là một trong các thương hiệu phụ kiện thời trang dẫn đầu thị trường **Việt Nam** hiện nay.
- Chính thức có mặt trên thị trường Việt Nam từ tháng 12/2008, Zaa Accessories – chuỗi cửa hàng phụ kiện thời trang Zaa của công ty cổ phần thời trang Sắc Năng đã trở thành người bạn đồng hành của giới trẻ với phong cách trẻ trung, năng động.

Hợp đồng theo đơn đặt hàng :

- Đây là hợp đồng thường diễn ra đối với các dự án lớn và các sản phẩm gồm nhiều chi tiết, bộ phận phức tạp đến mức mà một công ty (hay doanh nghiệp) duy nhất khó có thể thực hiện được.
- Thuận lợi :
 - Không cần đầu tư vào thiết bị , nhà xưởng
 - Kiểm soát chất lượng sản phẩm
- Khó khăn :
 - Rủi ro trong tiêu thụ

Hợp đồng xây dựng và chuyển giao

- Hợp đồng này thường áp dụng đối với các doanh nghiệp xây dựng. Dự án xây dựng và chuyển giao liên quan với một hợp đồng nhằm xây dựng những tiện nghi hoạt động, sau đó chuyển giao cho người chủ để thu được một khoản tiền thù lao khi những công trình này sẵn sàng đi vào hoạt động. Các doanh nghiệp thực hiện các hợp đồng xây dựng và chuyển giao thường là những nhà sản xuất các thiết bị công nghiệp và họ sẽ cung cấp một thiết bị của mình cho dự án.

Những doanh nghiệp này chủ yếu là những doanh nghiệp xây dựng, ngoài ra cũng có thể là những doanh nghiệp tư vấn, nhà sản xuất. Khách hàng của những dự án xây dựng và chuyển giao này thường là một cơ quan Nhà nước họ ra sắc lệnh buộc một sản phẩm nhất định nào đó phải được sản xuất ở địa phương và dưới sự bảo trợ của họ.

-Hợp đồng xây dựng và chuyển giao

Ví dụ :

- Tháng 12 năm 2006, tại thành phố Hồ Chí Minh **Công ty Phát Triển Công Nghệ & Môi Trường Á Đông – ASIATECH** đã tiến hành **ký kết hợp đồng xây dựng và chuyển giao** công nghệ xử lý nước thải Bệnh Viện cho hệ thống các Bệnh Viện Đại Học Y Dược Tp HCM với tiêu chí: nước thải đạt tiêu chuẩn xả thải TCVN 6772:2000 mức I. Công nghệ xử lý nước thải (XLNT) áp dụng để chuyển giao và xây dựng cho hệ thống các bệnh viện trên là công nghệ do đơn vị nghiên cứu và áp dụng trên cơ sở công nghệ tiên tiến của các quốc gia trên thế giới, nhưng phù hợp với điều kiện của Việt nam. Ưu điểm của công nghệ: diện tích mặt bằng nhỏ, hệ thống hoạt động ổn định, đồng thời hệ thống tạo cảnh quan phù hợp với xung quanh công trình. **ảnh xả thải TCVN 6772:2000 mức I.** Công nghệ xử lý nước thải (XLNT) áp dụng đảnh quan phù hợp với xung quanh công trình.

Đầu tư nước ngoài



- Đầu tư nước ngoài là một quá trình trong đó hai hay nhiều bên có quốc tịch khác nhau cùng nhau góp vốn để xây dựng và triển khai một dự án đầu tư nào đó nhằm mang lại lợi ích cho tất cả các bên. Nói cách khác, đầu tư nước ngoài là quá trình di chuyển vốn giữa các quốc gia nhằm tìm kiếm lợi ích thông qua các hoạt động sử dụng vốn ở nước ngoài.

Đầu tư nước ngoài

- **Ví dụ : Tình hình đầu tư nước ngoài trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long** Hiện nay trên địa bàn tỉnh Vĩnh Long có 10 dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài đã được cấp giấy phép đầu tư và hiện đang còn hiệu lực, bao gồm:- Công ty liên doanh ximăng Việt – Hoa (liên doanh với Trung Quốc)- Công ty liên doanh Tỳ Xuân (liên doanh với Đài Loan)- Công ty thức ăn chăn nuôi Vân Tường (100% vốn nước ngoài của Trung Quốc)- Công ty TNHH thực phẩm Phú Quý (100% vốn nước ngoài của Đài Loan)- Công ty TNHH ROSA PLANTERS VN (100% vốn Tây Ban Nha)- Công ty TNHH Quốc Thảo (100% vốn của Việt kiều Mỹ)- Công ty Acecook Việt Nam (100% vốn nước ngoài của Nhật Bản)- Công ty LD Dinh dưỡng Thủy sản Quốc tế (liên doanh với nhà đầu tư Malayxia).- Công ty TNHH Richtex Việt Nam (100% vốn nước ngoài của Đài Loan)- Công ty TNHH Quốc Thảo – VL (liên doanh với nhà đầu tư Việt Kiều

Đầu tư trực tiếp

- Là một bộ phận của đầu tư nước ngoài, nó được thực hiện khi sự điều khiển, quản lý gắn liền với quá trình đầu tư, tức gắn quyền sở hữu và quyền sử dụng vốn của người đầu tư với nhau. Đây là hình thức cao nhất của kinh doanh quốc tế. Đầu tư trực tiếp có những đặc điểm chủ yếu sau :
 - - Chủ đầu tư có quyền điều khiển, quản lý đối với tài sản đầu tư.
 - Là hình thức chuyển giao lớn về vốn, công nghệ, nhân lực và trình độ quản lý, vì chủ yếu do các doanh nghiệp và cá nhân thực hiện.
 - Đưa các doanh nghiệp vươn tới thị trường nước ngoài.
 - Tiêu thụ sản phẩm trực tiếp ở nước ngoài lớn hơn xuất khẩu.
 - Chủ đầu tư có thể sở hữu toàn bộ hay một bộ phận tài sản đầu tư...

Đầu tư trực tiếp

- **Ví dụ : Tình hình đầu tư trực tiếp của các công ty đa quốc gia (TNCs) trong những năm gần đây**
- Các TNCs luôn đóng vai trò chủ thể của các dòng vốn đầu tư trên toàn thế giới. Trong những năm gần đây, nguồn vốn FDI liên tục tăng cao. Nếu những năm 1982 tổng vốn FDI trên thế giới là 59 tỷ USD thì đến năm 1990 là 202 tỷ USD và năm 2005 là 916 tỷ USD.
- Điều này cũng phản ánh các hoạt động M&A tăng lên cả về số lượng và giá trị. Nếu như năm 1987 chỉ có 14 vụ M&A với giá trị 30 tỷ USD thì đến năm 2005 đã tăng lên 141 vụ với tổng giá trị là 454,2 tỷ USD. Lượng vốn FDI tăng lên cả ở các nước phát triển và đang phát triển.

Dự án trao tay

- Là phương cách xuất nhập khẩu qui trình công nghệ sang nước khác . Bên nhận thực hiện thiết kế , xây dựng , huấn luyện nhân viên thực hành . Khách hàng giữ lấy chìa khóa nhà máy đã sẵn sàng hoạt động

Dự án trao tay

- Thuận lợi;
- Thu lợi nhuận nhờ kiến thức , bí quyết công nghệ
- Sử dụng ở những nơi FDI bị giới hạn

- Khó khăn
- Nếu quốc gia đó là thị trường lớn của sản phẩm của qui trình
- Tạo ra đối thủ cạnh tranh
- Giảm lợi thế cạnh tranh

Liên doanh

- Thành lập một công ty do sự liên kết giữa hai tay nhiều công ty độc lập

- Thuận lợi :
 - Đối tác ở địa phương hiểu rõ môi trường
 - Chia sẻ chi phí và rủi ro với đối tác
 - Rủi ro thấp về quốc hữu hóa

- Khó khăn :
 - Thiếu kiểm soát công nghệ
 - Mâu thuẫn và tranh chấp giữa các đối tác
 - Hạn chế kiểm soát liên doanh nên khó đạt qui mô kinh tế vùng

Liên doanh

- **Ví dụ :** Ngân hàng liên doanh Việt - Nga là liên doanh giữa Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam với Ngân hàng JSC VNESHORBANK (Liên bang Nga) có thời hạn hoạt động là 50 năm.

Vốn điều lệ của Ngân hàng Liên doanh Việt - Nga là 10 triệu USD, trong đó bên Việt Nam góp 51% vốn điều lệ và bên nước ngoài góp 49% vốn điều lệ.

Trụ sở chính của ngân hàng đóng tại Hà Nội. Theo giấy phép, Ngân hàng liên doanh Việt - Nga được thực hiện các hoạt động bằng đồng Việt Nam như: nhận tiền gửi, thanh toán, cho vay, bảo lãnh, phát hành và thanh toán các loại séc, thẻ tín dụng, mở tài khoản tại Ngân hàng Nhà nước; vay vốn ngắn hạn của Ngân hàng Nhà nước...

Bên cạnh đó, Ngân hàng liên doanh Việt - Nga cũng được thực hiện các hoạt động bằng ngoại tệ về nhận tiền gửi, mua, bán ngoại tệ, cho vay, thanh toán, bảo lãnh, chuyển tiền, vay vốn của nước ngoài, tham gia thị trường ngoại tệ liên ngân hàng, thanh toán quốc tế.

Công ty con sở hữu toàn bộ

- Thành lập công ty mới :
- Do yêu cầu sản xuất bằng những thiết bị đặc biệt
- Không có đối tác cùng ngành ở địa phương
- Mua lại công ty địa phương đang hoạt động:
- Chuyển giao nhanh chóng kỹ thuật sản xuất từ công ty mẹ
- Có sẵn mạng lưới marketing
- Thu thập kinh nghiệm ở thị trường địa phương

- Thuận lợi :
- Bảo vệ công nghệ
- Kiểm soát chặt chẽ , phối hợp chiến lược toàn cầu
- Chuyên môn hóa để tối đa hóa chuỗi giá trị

- Khó khăn
- Chí phí cao nhất
- Rủi ro cao

Liên minh chiến lược

Là thỏa thuận hợp tác giữa các đối thủ cạnh tranh hiện tại và tương lai về một số hoạt động nhất định

- Thuận lợi :
- Dễ vượt qua hàng rào cản thương mại để thâm nhập thị trường
- Chia sẻ định phí và rủi ro
- Bổ sung kỹ năng và tài sản cho nhau
- Hình thành tiêu chuẩn công nghệ cho ngành công nghiệp

- Khó khăn :
- Giúp đối thủ cạnh tranh đến được thị trường và công nghệ mới
- Cung cấp một soa bí quyết cho đối thủ

Liên minh chiến lược

Ví dụ : LIÊN MINH CHIẾN LƯỢC giữa Công ty Kinh Đô và Công ty Cổ Phần Thực Phẩm Dinh Dưỡng Đồng Tâm (Nutifood). Đây là mô hình liên kết kinh tế tiên tiến đầu tiên được áp dụng tại Việt Nam, được đánh giá là sẽ mang lại nhiều lợi ích cho hai công ty. Thông qua sự kiện hợp tác này, Kinh Đô sẽ sở hữu 30% vốn điều lệ của của Nutifood.

- - Đây là chương trình tiên tiến hiện đại nhất đã được áp dụng trên nhiều nước trên Đây thế giới và lần đầu tiên được áp dụng cho hai công ty lớn của Việt Nam. Theo đó, Kinh Đô và Nutifood sẽ cùng xúc tiến các hoạt động kinh doanh đa ngành, đa lĩnh vực để khai thác tốt nhất tiềm năng của thị trường trong và ngoài nước, trong các lĩnh vực kinh doanh truyền thống mỗi bên cũng như các lĩnh vực khác mà hai bên cùng quan tâm.

Đấu thầu quốc tế:

- Đấu thầu quốc tế là một phương thức giao dịch đặc biệt, trong đó người mua (tức là người gọi thầu) công bố trước điều kiện mua hàng để người bán (tức người dự thầu) báo giá mình muốn bán sau đó người mua sẽ chọn mua của người báo giá rẻ nhất và có điều kiện tín dụng phù hợp hơn cả với những điều kiện đã nêu.
- Phương thức đấu thầu được áp dụng tương đối phổ biến trong việc mua sắm và thi công các công trình của nhà nước, nhất là tại các nước đang phát triển.

Đấu thầu quốc tế:

- **Ví dụ : Tập đoàn Dầu khí Việt Nam (Petrovietnam) trân trọng thông báo vòng đấu thầu quốc tế các lô dầu khí mở năm 2011.** Vòng đấu thầu này bao gồm 09 lô dầu khí mở thuộc các bể trầm tích Nam Côn Sơn, Phú Quốc và Mã Lai-Thổ Chu, ngoài khơi Việt Nam.
- 1. Kế hoạch đấu thầu với các mốc chính như sau:
 - Thông báo mời thầu: Từ ngày 01/8/2011 đến ngày 10/8/2011.
 - Tham khảo tài liệu, đăng ký dự thầu: Từ ngày 10/8/2011 đến ngày 7/10/2011.
 - Thời hạn nộp thầu: 16h ngày 9/12/2011.
 - Thông báo trúng thầu: Tháng 1/2012.
- 2. Cơ sở dữ liệu gồm có khoảng 49.000 km địa chấn 2D, 1.700 km² địa chấn 3D và 33 giếng khoan đã được thực hiện trong diện tích 09 lô đấu thầu.

Đấu giá quốc tế

- Là phương thức mua bán đặc biệt, được tổ chức tại một địa điểm công khai, tại một địa điểm nhất định, tại đó người bán trưng bày và giới thiệu hàng hoá. Người mua tự do xem hàng hoá và trả giá. Hàng hoá được bán cho người trả giá cao nhất.

Đấu giá quốc tế

- Đặc điểm:
- - Đấu giá quốc tế khai thác cạnh tranh của người mua để bán hàng được giá cao nhất.
- - Đối tượng mua bán hàng thông qua đấu giá gồm:
 - + Hàng mặc định (Specific, goods)
 - + Hàng hoá có khối lượng lớn, chất lượng đồng đều.
 - + Dịch vụ.
- Bản đấu giá có thể được tổ chức thường xuyên hoặc không thường xuyên (như ở nước ta là không thường xuyên) còn tổ chức đấu giá thường xuyên thì thành lập các trung tâm đấu giá như các trung tâm nổi tiếng London, New York , Amsterdam... có từ hàng vài thế kỷ nay.

Đấu giá quốc tế

- **Ví dụ : Bán đấu giá quốc tế cổ vật trục vớt ở biển Bình Thuận**
- Hiện vật khai quật đang được trưng bày ở Bảo tàng tỉnh Bình Thuận. Hơn 17.000 cổ vật Trung Quốc được khai quật từ xác tàu cổ sẽ được đấu giá ở Australia vào đầu tháng 12 tới. Việc này vừa được Chính phủ đồng ý về mặt nguyên tắc.
- Số hiện vật trên nằm trong 61.000 món đồ được trục vớt trên biển Bình Thuận. Đó là các loại tô, đĩa, chén, bình của Trung Quốc, niên đại nửa đầu thế kỷ 17, thuộc dòng gốm Chương Châu, Phúc Kiến. Trên vật gốm vẽ các đề tài dân gian như hoa sen, chim trĩ, dây leo, tùng lộc, ông lão múa côn, sư tử hí cầu...

Câu 2. Trình bày môi trường kinh doanh quốc tế hiện nay ở một thị trường cụ thể. Nếu được giao nhiệm vụ xây dựng một kế hoạch kinh doanh quốc tế thì bạn sẽ quan tâm đến phương thức kinh doanh nào? Ở đâu? Hãy cho biết tại sao? Cần phải làm gì để triển khai thực hiện thành công kế hoạch kinh doanh đó

Môi trường kinh doanh nói chung được hiểu là tổng hợp các yếu tố , các lực lượng xung quanh ảnh hưởng tới hoạt động và phát triển của doanh nghiệp . các lực lượng này cũng có thể được phân loại thành bên ngoài hoặc bên trong. Lực lượng không thể kiểm soát được là các lực lượng bên ngoài mà các chủ thể kinh doanh phải thích ứng với nó, nếu muốn duy trì sự tồn tại của mình

Môi trường kinh doanh quốc tế hiện nay ở thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa ở Việt Nam

1.1. Môi trường luật pháp

1.2. Môi trường chính trị, XH

1.3 Môi trường kinh tế thế giới

1.4 Những ảnh hưởng của địa hình

1.5 Môi trường văn hóa con người

1.6. Môi trường công nghệ

1.7 Thời tiết

1.8 Đặc điểm của hàng hoá

1.1. Môi trường luật pháp

- Thị trường **xuất nhập khẩu** liên quan đến nhiều quốc gia khác nhau. Nên môi trường luật pháp ở đây cần được hiểu là môi trường luật pháp không chỉ của quốc gia hàng hoá được gửi đi mà còn của quốc gia hàng hoá đi qua, quốc gia hàng hoá được gửi đến và luật pháp quốc tế.
- Bất kỳ một sự thay đổi nào ở một trong những môi trường luật pháp nói trên như sự ban hành, phê duyệt một thông tư hay nghị định của Chính phủ ở một trong những quốc gia kể trên; hay sự phê chuẩn, thông qua một Công ước quốc tế cũng sẽ có tác dụng hạn chế hay thúc đẩy hoạt động giao nhận hàng **xuất nhập khẩu**.
- Các bộ luật của các quốc gia cũng như các Công ước quốc tế không chỉ quy định về khái niệm, phạm vi hoạt động mà quan trọng hơn nó quy định rất rõ ràng về nghĩa vụ, trách nhiệm và quyền hạn của những người tham gia vào lĩnh vực giao nhận. Cho nên, việc hiểu biết về những nguồn luật khác nhau, đặc biệt là của những quốc gia khác sẽ giúp người giao nhận tiến hành công việc một cách hiệu quả nhất.

1.2. Môi trường chính trị, xã hội

■ Sự ổn định chính trị, xã hội của mỗi quốc gia không chỉ tạo điều kiện thuận lợi cho quốc gia đó phát triển mà còn là một trong những yếu tố để các quốc gia khác và thương nhân người nước ngoài giao dịch và hợp tác với quốc gia đó.

Những biến động trong môi trường chính trị, xã hội ở những quốc gia có liên quan trong thị trường xuất nhập khẩu sẽ ảnh hưởng rất lớn đến quy trình giao nhận hàng **xuất nhập khẩu** bằng đường bộ, đường thủy, đường hàng không.

- Chẳng hạn như ở một quốc gia có xảy ra xung đột vũ trang thì sẽ không thể tiến hành nhận và giao hàng cho hãng hàng không (nếu đó là nước gửi hàng) hoặc giao và nhận hàng đến tay người nhận hàng (nếu đó là nước nhận hàng) hoặc máy bay phải thay đổi lộ trình (nếu đó là nước đi qua),... Những biến động về chính trị, xã hội sẽ là cơ sở để xây dựng những trường hợp bất khả kháng và khả năng miễn trách cho người giao nhận cũng như người chuyên chở.

1.3 Môi trường kinh tế thế giới

- - Khi xâm nhập vào thị trường nước ngoài các hoạt động của các doanh nghiệp và tổ chức kinh tế trở nên ngày càng phức tạp hơn, vì giờ đây các nhà quản lý phải hoạt động trong hai môi trường sự tác động của các yếu tố thuộc các quốc gia bên ngoài và các yếu tố vận động của nền kinh tế thế giới . Các chính sách cho những hoạt động kinh tế trong một thị trường có thể hoàn toàn không thích hợp với những hoạt động kinh tế trong một thị trường khác .
- - Tính ổn định hay bất ổn về kinh tế và chính sách kinh tế của mỗi quốc gia nói riêng của các quốc gia trong khu vực thế giới nói chung , có tác động trực tiếp đến thị trường xuất nhập khẩu
- - Tính ổn định về kinh tế trước hết và chủ yếu là ổn định nền tài chính quốc gia , ổn định tiền tệ , khống chế lạm phát

1.4 Những ảnh hưởng của địa hình

- - Vị trí địa lý của một quốc gia rất quan trọng nó là nhân tố giải thích mối quan hệ chính trị , thương mại của nước đó . Các mối quan hệ này ảnh hưởng lớn đến thị trường xuất nhập khẩu
- - Sự gần gũi về địa lý là lý do chính dẫn đến quan hệ thương mại giữa các nước với nhau . Những bề mặt như núi , cao nguyên , biển , ... đòi hỏi sự nhận thức của các doanh nghiệp kinh doanh quốc tế đối với vấn đề này

1.5 Môi trường văn hóa con người

- - Ở mỗi doanh nghiệp dân tộc có những nét đặc thù khác biệt nhau . Đây là vấn đề hết sức quan trọng đối với thị trường xuất nhập khẩu . Ảnh hưởng của văn hóa đối với mọi chức năng kinh doanh quốc tế như trong hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa
- - Thị hiếu tập quán tiêu dùng còn có ảnh hưởng rất lớn đến nhu cầu , nếu nắm bắt được thị hiếu, tập quán của người tiêu dùng hàng hóa xuất nhập khẩu có điều kiện mở rộng khối lượng cầu một cách nhanh chóng
- - Ngôn ngữ cũng là một yếu tố quan trọng trong nền văn hóa của từng quốc gia . Nó cung cấp cho nhà sản xuất kinh doanh một phương tiện quan trọng để giao tiếp trong quá trình hoạt động xuất nhập khẩu

1.6. Môi trường công nghệ

- Sự đổi mới ngày càng nhanh về mặt công nghệ trong vận tải bộ, thủy và hàng không đã không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ trong ngành vận tải, giảm chi phí khai thác, tác động đến các phương tiện vận tải trên thế giới
- Hiệu quả đạt được như trên trước hết là nhờ vào sự phát triển của ngành vận tải. Ngày nay, ngày càng nhiều oto , tàu hỏa ,tàu thủy ,máy bay thế hệ mới ra đời hiện đại hơn nhiều so với thế hệ cũ trước đó. Những phương tiện này có chỉ số kinh tế kỹ thuật tốt nhất, tiện sử dụng cho người lái, tạo được sự tin cậy ngày càng cao của khách hàng với những đòi hỏi ngày càng cao. Như với những bước tiến lịch sử của ngành hàng không thế giới, hàng không Việt Nam cũng đang từng bước đổi mới để hoàn thiện mình và hoà nhập với hàng không khu vực và thế giới, góp phần thúc đẩy sự phát triển của lĩnh vực giao nhận hàng không còn non trẻ.

1.7 Thời tiết

- Thời tiết ảnh hưởng rất lớn đến việc giao hàng, nhận hàng và quá trình chuyên chở hàng hoá bằng đường thủy, đường hàng không. Điều này sẽ ảnh hưởng đến tốc độ làm hàng và thời gian giao nhận hàng hoá. Ngoài ra, quá trình chuyên chở trên đường thủy, đường hàng không cũng chịu nhiều tác động của yếu tố thời tiết có thể gây thiệt hại hoàn toàn cho quá trình vận chuyển hoặc làm chậm việc giao hàng, làm phát sinh hậu quả kinh tế cho các bên có liên quan.

Do những tác động trên mà thời tiết sẽ ảnh hưởng đến chất lượng của hàng hoá, và là một trong những nguyên nhân gây ra những tranh chấp. Nó cũng là cơ sở để xây dựng trường hợp bất khả kháng và khả năng miễn trách cho người giao nhận.

1.8 Đặc điểm của hàng hoá

- Mỗi loại hàng hoá lại có những đặc điểm riêng của nó. Ví dụ như hàng nông sản là loại hàng mau hỏng, dễ biến đổi chất lượng còn hàng máy móc, thiết bị lại thường công kênh, khối lượng và kích cỡ lớn,... Chính những đặc điểm riêng này của hàng hoá sẽ quy định cách bao gói, xếp dỡ, chằng buộc hàng hoá sao cho đúng quy cách, phù hợp với từng loại hàng để nhằm đảm bảo chất lượng của hàng hoá trong quá trình giao nhận và chuyên chở hàng hoá.

Bên cạnh đó, mỗi loại hàng hoá khác nhau với những đặc điểm riêng biệt sẽ đòi hỏi những loại chứng từ khác nhau để chứng nhận về phẩm chất, chất lượng của chúng. Tùy theo yêu cầu của cơ quan hải quan hoặc theo bộ chứng từ thanh toán được quy định trong L/C mà người giao nhận sẽ phải chuẩn bị các loại chứng từ cho phù hợp.

- **Nếu được giao nhiệm vụ xây dựng một kế hoạch kinh doanh quốc tế em sẽ quan tâm đến hình thức kinh doanh xuất khẩu ở Việt Nam.**

Những thuận lợi và cơ hội xuất khẩu cho Việt Nam:

- **Cơ hội đầu tiên và rõ ràng là thị trường xuất khẩu của Việt Nam đang phục hồi. Khi nền kinh tế của các thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam như Hoa Kỳ và thị trường tiềm năng Trung Quốc phục hồi mạnh mẽ sau khủng hoảng , nhu cầu nhập khẩu ở những thị trường đó gia tăng tạo nên nhiều cơ hội cho hàng Việt Nam xuất khẩu, đặc biệt khi Ngân Hàng điều chỉnh tỷ giá chính thức của VNĐ so với USD theo hướng có lợi cho xuất khẩu.**
- **Như đã dự báo cách đây 2 năm , nhu cầu thế giới sau khủng hoảng đối với hàng xuất khẩu , đặc biệt là nông sản Việt Nam đã gia tăng trong năm 2009 và đầu năm 2010. Cùng với đó, với những nỗ lực vượt qua khủng hoảng cùng lúc với việc khai thác lợi thế vừa mới hội nhập WTO chưa lâu , doanh nghiệp Việt Nam đã từng bước tạo dựng thị trường và uy tín cho sản phẩm Việt Nam .**

- Môi trường chính trị xã hội ổn định , những thành công trong chính sách xóa đói giảm nghèo cũng như các chính sách kinh tế vượt qua khủng hoảng đã nâng cao uy tín và vai trò của Việt Nam trên thế giới. Điều đó cộng với sự đóng góp tích cực hơn của Việt Nam trên thế giới cũng tạo nên những thuận lợi cho việc xuất khẩu hàng Việt Nam qua các thị trường mới. Việt Nam ngày càng chủ động hơn trong các thể chế, tổ chức như ASEAN, APEC, WTO cũng đã khẳng định một vị thế mới cho nền kinh tế Việt Nam. Việt Nam không còn là một nước chỉ nhận viện trợ mà đã có khả năng như viện trợ nhân đạo cho các nước khác, kể cả các nước có nền kinh tế phát triển cao hơn như Hoa Kỳ, Trung Quốc.
- Những điển hình về thực trạng kinh tế của Việt Nam cũng đã xuất hiện nhiều hơn trong các sách giáo khoa, các tạp chí nghiên cứu về kinh tế cũng thể hiện sự quan tâm ngày càng nhiều hơn của các nhà nghiên cứu kinh tế trên thế giới đối với nền kinh tế Việt Nam, tạo thuận lợi cho việc xuất khẩu sang các thị trường mới.

- Vị trí địa lý của Việt Nam cũng tạo ra một lợi thế cho các sản phẩm Việt Nam. Là một nước trung tâm ASEAN, lại nằm bên cạnh một thị trường rộng lớn Trung Quốc, lợi thế địa lý này cần được các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam chú trọng
- Sau một thời gian gia nhập các thể chế thương mại quốc tế như APEC, WTO, nguồn nhân lực của Việt Nam cũng đã được cải thiện, nâng cấp, đặc biệt tập trung cho các ngành xuất khẩu. Sự thiếu hụt lao động phổ thông phải chăng cũng là 1 cơ hội để tái cấu trúc nền kinh tế Việt Nam theo hướng gia tăng những sản phẩm đòi hỏi kỹ năng cao hơn, dẫn đến việc sản xuất nhiều mặt hàng có giá trị hơn.

Một số thách thức lớn cho việc tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam

Nam

- - Mặc dù có rất nhiều cơ hội để tăng trưởng, xuất khẩu Việt Nam cũng đang gặp phải nhiều khó khăn thách thức. Tỷ giá giữa đồng Việt Nam và USD còn ẩn chứa nhiều rủi ro khi cung cầu ngoại tệ chưa ổn định. Chính sách neo tỷ giá của tiền đồng đối với USD cũng khiến cho xuất nhập khẩu Việt Nam có phần lệ thuộc vào sức mạnh của đồng USD trên thế giới.
- - Với các qui định của WTO và các hiệp định thương mại song phương, đa phương nhằm cắt giảm hay bãi bỏ thuế nhập khẩu, tạo thuận lợi cho thương mại quốc tế, các rào cản phi thuế quan ngày càng được sử dụng nhiều để
- các quốc gia có thể bảo hộ sản xuất nội địa. Các biện pháp chống phá giá, chống trợ cấp được cho phép bởi WTO đã bị lợi dụng nhằm thiết lập nên những rào cản thương mại có hiệu quả bảo hộ tương tự như với thuế quan nhập khẩu. Trong vài năm gần đây và trong tương lai gần, các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam đang và sẽ phải đối phó với nhiều hình thức rào cản thương mại mới như các tiêu chuẩn vệ sinh, xã hội và môi trường do cơ cấu sản phẩm xuất khẩu vẫn thiên về các mặt hàng nông sản, thực phẩm hay những sản phẩm sử dụng nhiều lao động như dệt may, giày da

- Việc tập trung vào sản xuất một số sản phẩm sử dụng nhiều tài nguyên và lao động để xuất khẩu cũng có thể khiến người sản xuất trong một số ngành sản xuất lâm vào tình trạng “tăng trưởng khốn cùng” khi tỷ lệ thương mại giảm, nghĩa là giá sản phẩm xuất khẩu sụt giảm so với giá các mặt hàng nhập khẩu. Người lao động trong những ngành sản xuất đó phải sản xuất nhiều hơn, sử dụng nhiều tài nguyên nhân lực, vật lực hơn mà chỉ có thể tiêu thụ ít hơn các sản phẩm khác
- Việc tập trung vào sản xuất một số sản phẩm sử dụng nhiều tài nguyên và lao động để xuất khẩu cũng có thể khiến người sản xuất trong một số ngành sản xuất lâm vào tình trạng “tăng trưởng khốn cùng” khi tỷ lệ thương mại giảm, nghĩa là giá sản phẩm xuất khẩu sụt giảm so với giá các mặt hàng nhập khẩu. Người lao động trong những ngành sản xuất đó phải sản xuất nhiều hơn, sử dụng nhiều tài nguyên nhân lực, vật lực hơn mà chỉ có thể tiêu thụ ít hơn các sản phẩm khác

Những việc cần làm để thực hiện kế hoạch kinh doanh vừa nêu

- - Để các sản phẩm xuất khẩu Việt Nam thâm nhập mạnh hơn vào các thị trường thế giới, những chiến lược sản xuất hướng đến tiêu chuẩn hóa và thích nghi hóa cần được quan tâm và phát triển cụ thể. Chỉ có tiêu chuẩn hóa các sản phẩm xuất khẩu, các doanh nghiệp Việt Nam mới có thể vượt qua được những rào cản thương mại ngày càng dày đặc hơn. Những tiêu chuẩn vệ sinh, môi trường và xã hội cùng với các hệ thống quản trị chất lượng nên được phổ biến và áp dụng rộng rãi hơn hướng đến người lao động trực tiếp sản xuất, nhằm tạo ra những giá trị cao hơn, những lợi thế cạnh tranh tốt hơn cho sản phẩm Việt Nam
- - Những chính sách thương mại quốc tế cũng nên tạo điều kiện thuận lợi hơn cho việc nhập khẩu nguyên liệu, hướng đến việc tái cấu trúc nền kinh tế, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu sang những mặt hàng, dịch vụ có giá trị cao hơn, ít lệ thuộc hơn vào tài nguyên thiên nhiên.

- - Doanh nghiệp Việt Nam cũng nên có những chiến lược sản xuất để thích nghi tốt hơn với sự thay đổi của những “luật chơi” thương mại và đặc biệt
- là thích nghi với biến đổi khí hậu. Hiện nay, cụm từ “biến đổi khí hậu” và
- tác động của biến đổi khí hậu cũng được nói đến mỗi ngày trên báo chí, trong các diễn đàn đa phương và song phương. Tuy nhiên, quan trọng hơn
- là làm thế nào để các ngành sản xuất Việt nam thích nghi tốt hơn với các biến đổi. Nâng cao năng suất sản xuất nhằm sử dụng hiệu quả hơn các tài nguyên, đặc biệt là các tài nguyên thiên nhiên, không chỉ là bài toán chi phí mà còn hướng đến một nền kinh tế xanh hơn, sạch hơn, và tạo ra một giá trị
- bền vững hơn cho các sản phẩm xuất khẩu Việt Nam.