

**ỦY BAN NHÂN DÂN TỈNH LÀO CAI**  
**TRƯỜNG CAO ĐẲNG LÀO CAI**



# **GIÁO TRÌNH**

**KINH DOANH QUỐC TẾ**

**Trình độ: Cao đẳng**

**Nghề: Quản trị doanh nghiệp vừa và nhỏ**

**Mã môn học: MH 30**

**Năm 2017**

## LỜI MỞ ĐẦU

Một trong những xu hướng làm thay đổi toàn bộ đáng kể cục diện thế giới trong suốt hơn nhiều thập kỷ vừa qua chính là tốc độ tăng trưởng nhanh và liên tục của kinh doanh quốc tế. Kinh doanh quốc tế được hiểu là việc ra các quyết định đầu tư trong sản xuất hoặc trao đổi, mua bán và cung cấp hàng hóa và dịch vụ trên phạm vi vượt qua biên giới của một quốc gia, trên thị trường khu vực và thị trường toàn cầu. Để ra được các quyết định giúp kinh doanh quốc tế thành công, mỗi doanh nghiệp phải có hiểu biết về môi trường kinh doanh quốc tế, đó là sự khác biệt giữa các quốc gia về chính trị, pháp luật, kinh tế và văn hóa, đó là quá trình toàn cầu hóa ngày càng sâu sắc trong hoạt động sản xuất toàn cầu cũng như thị trường toàn cầu. Ngoài ra, việc hiểu biết về các loại hình chiến lược kinh doanh quốc tế và các phương thức thâm nhập thị trường quốc tế cũng giúp cho các doanh nghiệp đưa ra được lựa chọn hoặc quyết định đúng đắn trong hoạt động kinh doanh quốc tế của mình.

Các doanh nghiệp Việt Nam ban đầu tham gia hội nhập kinh tế quốc tế, thực hiện các hoạt động kinh doanh quốc tế qua hoạt động xuất nhập khẩu, nhưng với trình độ kinh tế ngày càng được nâng cao, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được cải thiện, việc xây dựng và phát triển các hoạt động kinh doanh quốc tế, đầu tư ra nước ngoài của các doanh nghiệp Việt Nam trong tương lai là xu hướng ngày càng phổ biến. Chính vì vậy, kinh doanh quốc tế là một trong những môn học giúp cung cấp cho các sinh viên cử nhân kinh tế, kinh doanh quốc tế có kiến thức cần thiết và những kỹ năng cơ bản trong kinh doanh quốc tế.

Giáo trình Kinh doanh Quốc tế được thiết kế và soạn thảo dựa trên các giáo trình Kinh doanh Quốc tế của Hoa Kỳ, được xuất bản năm 2009 dành cho các chương trình quốc tế, giảng dạy ngoài Hoa Kỳ. Ngoài ra, trong quá trình biên soạn giáo trình, chúng tôi đã chú trọng đến điều kiện và đặc điểm của Việt Nam để đưa vào những nội dung phù hợp và thiết thực.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng nhưng do đây là lần đầu tiên giáo trình được biên soạn nên chắc sẽ không tránh khỏi những thiếu sót và hạn chế. Rất mong nhận được những ý kiến nhận xét, đóng góp của các độc giả.

# **CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ KINH DOANH QUỐC TẾ**

## **I. Kinh doanh quốc tế**

### **1. Khái niệm**

Kinh doanh (business) theo cách hiểu thông thường là việc thực hiện các hoạt động sản xuất, mua bán, trao đổi hàng hóa hoặc dịch vụ nhằm mục đích sinh lợi. Theo Luật doanh nghiệp Việt Nam số 60/2005/QH11, kinh doanh được định nghĩa là “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,.. Qua định nghĩa trên, ta có thể thấy kinh doanh cơ bản là hoạt động đầu tư nhằm thu được lợi nhuận từ hoạt động đầu tư đó. Hoạt động kinh doanh cũng có thể là những hoạt động kinh doanh đơn giản, nhỏ lẻ như một quán nước, một quán phở bên đường và cũng có thể là những hoạt động kinh doanh quy mô lớn như một nhà máy sản xuất thép cán, một nhà máy lọc dầu hay một hệ thống siêu thị...

Kinh doanh quốc tế (international business), hiểu đơn giản, 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. Dựa vào định nghĩa của kinh doanh, ta có thể định nghĩa Kinh doanh quốc tế là việc thực hiện liên tục một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến thương mại hàng hóa và dịch vụ trên các thị trường vượt qua biên giới của hai hay nhiều quốc gia vì mục đích sinh lợi. 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. Những mạng lưới này có hệ thống quản trị và kiểm soát rất phức tạp mà hoạt động đầu tư vào sản xuất được quyết định ở một nơi, hệ thống phân phối và tiêu dùng lại được phát triển ở một khu vực khác trên thế giới.

### **2. Phạm vi, đặc điểm của hoạt động kinh doanh quốc tế**

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. Đôi khi những tiêu chí hay biến số này gần như không ảnh hưởng hay có tác động nhiều đến hoạt động kinh doanh nội địa của một doanh nghiệp. Chúng ta cũng có thể nói rằng kinh doanh nội địa là một trường hợp đặc biệt hạn chế của kinh doanh quốc tế

Một đặc điểm nổi bật khác của kinh doanh quốc tế đó là các hãng 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. Trên thực tế, việc thực hiện các hoạt động kinh doanh quốc tế thực sự không giống như chơi một trò bóng mới mà giống như chơi nhiều trò bóng khác nhau mà trong đó nhà quản trị quốc tế phải học được các yếu tố đặc thù trên sân chơi. Các nhà quản trị rất nhanh nhạy trong việc tìm ra những hình thức kinh doanh mới đáp ứng được sự thay đổi của chính phủ nước ngoài về các lĩnh vực ưu tiên, và từ đó tạo lập được các lợi thế cạnh tranh hơn so với các đối thủ cạnh tranh kém nhanh nhạy hơn.

Các nguyên tắc chủ đạo đối với một doanh nghiệp khi tham gia vào hoạt động kinh doanh quốc tế luôn phải có cách tiếp cận toàn cầu. Các nguyên tắc chủ đạo của một doanh nghiệp có thể được định nghĩa liên quan tới ba mảng chính, đó là sản phẩm cung cấp trong mối quan hệ với phục vụ thị trường nào, các năng lực chủ chốt và các kết quả. Khi xây dựng các kế hoạch kinh doanh quốc tế, các hãng phải ra các quyết định liên quan tới việc trả lời câu hỏi: *Hãng sẽ bán sản phẩm gì cho ai? Và hãng có thể có được nguồn cung ứng từ đâu và cung ứng như thế nào?* Đó là hai câu hỏi liên quan tới Marketing và Sourcing (thị trường sản phẩm đầu ra và thị trường sản phẩm đầu vào). Sau khi ra được các quyết định trên, hãng cần phải cụ thể hóa các vấn đề liên quan tới nguồn nhân lực, quản trị, tính sở hữu và tài chính để trả lời câu hỏi: *Với nguồn lực nào hãng sẽ triển khai các chiến lược trên?* Nói một cách khác, hãng sẽ phải tìm ra nguồn nhân lực phù hợp, khả năng chịu rủi ro và nguồn lực tài chính cần thiết. Tiếp đến là vấn đề liên quan tới làm thế nào để có thể kiểm soát và xây dựng được cơ cấu tổ chức phù hợp để triển khai thực hiện những vấn đề trên. Và cuối cùng một nội dung liên quan tới quan hệ công chúng, cộng đồng cũng cần hãng phải quan tâm khi triển khai kế hoạch kinh doanh quốc tế của mình.

## **II. Môi trường kinh doanh quốc tế**

### **1. Môi trường kinh doanh quốc tế**

Kinh doanh quốc tế khác biệt so với kinh doanh nội địa do môi trường thay đổi khi một doanh nghiệp mở rộng hoạt động của mình vượt ra ngoài biên giới quốc gia. Thông thường, một doanh nghiệp hiểu rất rõ về môi trường trong nước nhưng lại kém hiểu biết về môi trường ở các nước khác và do vậy doanh nghiệp phải đầu tư thời gian và nguồn lực để hiểu về môi trường kinh doanh mới. Môi trường kinh doanh quốc tế là môi trường kinh doanh ở nhiều quốc gia khác nhau. Môi trường này có nhiều đặc điểm khác biệt so với môi trường trong nước của doanh nghiệp, có ảnh hưởng quan trọng tới các quyết định của doanh nghiệp về sử dụng nguồn lực và năng lực. Vì các doanh nghiệp không có khả năng kiểm soát được môi trường bên ngoài nên sự thành công của doanh nghiệp phụ thuộc lớn vào việc các doanh nghiệp thích ứng như thế nào với môi trường này. Năng lực của một doanh nghiệp trong việc thiết kế và điều chỉnh nội lực để khai thác được các cơ hội của môi trường bên ngoài và khả năng kiểm soát các thách thức đặt ra của môi trường sẽ quyết định sự thành bại của doanh nghiệp.

### **2. Nội dung của môi trường kinh doanh quốc tế**

Môi trường kinh doanh quốc tế thường bao gồm môi trường chính trị, pháp luật, môi trường kinh tế, môi trường văn hóa.

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. Kinh doanh quốc tế có nghĩa là phải làm việc với các mô hình chính phủ khác nhau, các mối quan hệ và mức độ rủi ro khác nhau.

Trên thế giới, tồn tại nhiều hệ thống chính trị khác nhau, ví dụ các nước dân chủ đa đảng, các nước một đảng, nước quân chủ lập hiến, nước quân chủ chuyên chế hoặc nước độc tài chuyên chế. Ngoài ra, chính phủ còn thường thay đổi bởi các lý do khác nhau như theo các cuộc tổng tuyển cử thông thường, hay bầu cử bất thường, chết, đảo chính, chiến tranh. Mối quan hệ giữa doanh nghiệp và chính phủ ở các nước khác nhau

cũng khác nhau. Có thể ở một nước, doanh nghiệp được đánh giá cao, là nguồn tạo động lực tăng trưởng của nền kinh tế. Nhưng cũng có thể ở một quốc gia khác, doanh nghiệp bị đánh giá tiêu cực như những tổ chức bóc lột sức lao động của người công nhân. Hoặc ở một quốc gia khác, vai trò của doanh nghiệp có thể đánh giá mang lại cả lợi ích và hạn chế. Mỗi quan hệ giữa doanh nghiệp và chính phủ có thể khác nhau, thay đổi từ mối quan hệ tích cực tới tiêu cực phụ thuộc vào loại hình doanh nghiệp hoạt động, vào mối quan hệ với người dân ở nước sở tại và người dân ở nước đầu tư. Để hoạt động kinh doanh quốc tế hiệu quả, một doanh nghiệp quốc tế phụ thuộc vào quan điểm, nhất trí của chính phủ nước ngoài và cần phải hiểu biết về mọi khía cạnh liên quan tới môi trường chính trị.

Một mối quan tâm đặc biệt của các doanh nghiệp kinh doanh quốc tế là mức độ rủi ro chính trị tại một quốc gia cụ thể. Rủi ro chính trị là khả năng các hoạt động của chính phủ mang lại những kết quả không mong muốn cho doanh nghiệp ví dụ như quốc hữu hóa tài sản đầu tư, hay các quy định hay chính sách quy định hạn chế các hoạt động của doanh nghiệp. Thông thường, rủi ro gắn liền với tính bất ổn và một nước được coi là bất ổn, hay có mức độ rủi ro chính trị cao nếu như chính phủ dễ bị thay đổi, có bất ổn xã hội, có bạo loạn, cách mạng nổi dậy hay chiến tranh, khủng bố, vân vân... Các doanh nghiệp thường ưu tiên các quốc gia ổn định và có ít rủi ro chính trị, thu nhập của doanh nghiệp cần được tính toán trên cơ sở của các rủi ro. Đôi khi các doanh nghiệp thường kinh doanh tại các quốc gia khi các rủi ro tương đối cao. Trong trường hợp này, các doanh nghiệp sẽ quản trị và kiểm soát rủi ro thông qua bảo hiểm, quyền sở hữu và quản trị doanh nghiệp, kiểm soát cung ứng và thị trường, chương trình hỗ trợ tài chính...

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. Tại mỗi một nhóm nước, các chỉ số về kinh tế khác nhau nhiều nhưng chủ yếu có thể cho rằng các nước phát triển là nước giàu, nước đang phát triển là nước đang chuyển đổi từ nghèo sang giàu hơn và các nước nghèo. Sự phân biệt về môi trường kinh tế giữa các quốc gia này chủ yếu dựa trên chỉ số thu nhập quốc dân trên đầu người (GDP/người). Mức độ phát triển kinh tế của mỗi nước cũng quyết định về nền giáo dục, cơ sở hạ tầng, công nghệ, chăm sóc y tế và các lĩnh vực khác. Nước có mức độ phát triển kinh tế cao sẽ có chất lượng cuộc sống cao hơn các nước có mức độ phát triển kinh tế thấp.

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 - có thể là nước có nền thị trường tự do, hoặc nền kinh tế kế hoạch tập trung hoặc nền kinh tế hỗn hợp. Nền kinh tế thị trường tự do là những nền kinh tế mà chính phủ ít tác động vào các hoạt động kinh doanh, các quy luật thị trường như quy luật cung cầu, quy luật giá trị được vận hành để ra các quyết định về khâu sản xuất và giá cả. Nền kinh tế kế hoạch tập trung là nền kinh tế tại đó chính phủ quyết định việc sản xuất và giá cả dựa trên những dự báo về cầu và khả năng cung theo mong muốn. Nền kinh tế hỗn hợp là nền kinh tế tại đó một số hoạt động được điều tiết bởi cung cầu thị trường và một số hoạt động khác, có thể là vì lợi ích quốc gia hoặc cá nhân mà chính phủ đứng ra trực tiếp điều tiết. Cuối thế kỷ XX đã chứng kiến sự dịch chuyển đáng kể của các quốc gia sang việc theo đuổi nền kinh tế thị trường tự do và nền kinh tế hỗn hợp. Rõ ràng trình độ kinh tế cùng với giáo dục, cơ sở hạ tầng... cũng như

mức độ kiểm soát nền kinh tế của chính phủ sẽ ảnh hưởng mọi khía cạnh, mọi mặt của hoạt động kinh doanh và một doanh nghiệp cần am hiểu về môi trường này nếu như doanh nghiệp muốn kinh doanh quốc tế thành công.

Môi trường văn hóa là một trong những cấu phần quan trọng của môi trường kinh doanh quốc tế và là nội dung có tính thách thức nhất đối với kinh doanh quốc tế. Điều này bởi vì môi trường văn hóa thường khó nhận biết, môi trường văn hóa được hiểu là các giá trị và niềm tin được chia sẻ và được cho là đúng bởi một nhóm, một cộng đồng. Văn hóa quốc gia được hiểu là những niềm tin và giá trị được chia sẻ bởi cả một quốc gia. Niềm tin và giá trị thường được hình thành bởi các yếu tố như lịch sử, ngôn ngữ, tôn giáo, vị trí địa lý, chính phủ và đào tạo; vì vậy các doanh nghiệp cần phải phân tích văn hóa để hiểu về các yếu tố này.

Các doanh nghiệp cần hiểu về niềm tin và những giá trị của quốc gia mà doanh nghiệp đang thực hiện kinh doanh và một số các giá trị văn hóa do các học giả nghiên cứu đề xuất. 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. Tính cá nhân là mức độ một nước coi trọng và khuyến khích việc một cá nhân hành động và ra quyết định. Mức độ né tránh rủi ro là mức độ một nước chấp nhận và nhìn nhận rủi ro. Khoảng cách quyền lực là mức độ một nước chấp nhận và sự khác biệt về quyền lực. Định hướng về giới là mức độ một nước chấp nhận các giá trị truyền thống về nam giới và nữ giới. Mô hình các giá trị văn hóa này được sử dụng thường xuyên bởi các doanh nghiệp khi tiến hành đầu tư kinh doanh quốc tế. Ví dụ, một quốc gia có tính cá nhân cao thì doanh nghiệp đó cho rằng các hệ thống hướng đến mục tiêu cá nhân, nhiệm vụ cá nhân và chế độ thưởng sẽ phát huy được hiệu quả, trong khi đó chưa chắc hệ thống này sẽ có tác dụng tương tự ở một nước có tính cá nhân thấp.

### **III. Toàn cầu hóa**

#### **1. Toàn cầu hóa là gì? (Globalization)**

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 (tưkinh 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.”.

Theo nghĩa hẹp, toàn cầu hoá là một khái niệm kinh tế chỉ quá trình hình thành thị trường toàn cầu làm tăng sự tương tác và phụ thuộc lẫn nhau giữa các nền kinh tế quốc gia. Biểu hiện của toàn cầu hoá có thể dưới dạng khu vực hoá - việc liên kết khu vực và các định chế, các tổ chức khu vực, hay cụ thể, toàn cầu hoá là “quá trình hình thành và phát triển các thị trường toàn cầu và khu vực, làm tăng sự tương tác và tùy thuộc lẫn nhau, trước hết về kinh tế, giữa các nước thông qua sự gia tăng các luồng giao lưu hàng hoá và nguồn lực (resources) qua biên giới giữa các quốc gia cùng với sự hình thành các định chế, tổ chức quốc tế nhằm quản lý các hoạt động và giao dịch kinh tế quốc tế.”

## 2. Nội dung của toàn cầu hóa

Nội dung của toàn cầu hoá được thể hiện thông qua nhiều biểu hiện tùy thuộc vào các góc độ tiếp cận cụ thể khác nhau. Nếu tiếp cận toàn cầu hóa với góc nhìn và quan sát chung thì toàn cầu hóa biểu hiện theo ba biểu hiện sau đây, đó là:

**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...** Có thể nói thương mại quốc tế là thước đo đầu tiên của mức độ toàn cầu hóa và sự phụ thuộc lẫn nhau của các nước. Khi các nước trao đổi hàng hóa và dịch vụ cho nhau đó cũng chính là quá trình các nước xóa nhòa dần sự biệt lập giữa các nền kinh tế quốc gia. Thương mại thế giới đã tăng lên nhanh chóng. Trong vòng 100 năm từ 1850 - 1948, thương mại thế giới tăng lên 10 lần, trong giai đoạn 50 năm tiếp theo từ 1948 -1997, tăng 17 lần. Từ giữa thập niên 1970 đến giữa thập niên 1990, mức tăng bình quân của xuất khẩu thế giới là 4,5%. Trong giai đoạn này, đánh dấu bắt đầu từ năm 1985, hàng năm tốc độ tăng bình quân của xuất khẩu hàng hóa thế giới là 6,7%, trong khi đó sản lượng thế giới chỉ tăng lên 6 lần. Sự phát triển của thương mại thế giới và khoảng cách ngày càng tăng giữa tốc độ tăng trưởng kinh tế và tốc độ phát triển thương mại quốc tế thể hiện mức độ toàn cầu hóa ngày càng cao.

Sự phát triển trao đổi dịch vụ giữa các nước ngày càng có vị trí quan trọng trong thương mại quốc tế và đóng góp tích cực vào xu hướng toàn cầu hóa. Trong vòng 10 năm từ 1986 đến 1996, thương mại dịch vụ thế giới tăng gấp gần 3 lần, từ 449 tỷ USD lên 1.260 tỷ USD. Các nước phát triển có mức tăng thương mại dịch vụ cao gấp 3 lần so với mức tăng thương mại hàng hóa và trở thành khu vực đóng góp chủ yếu vào GDP (Hoa Kỳ là 76%, Canada là 80%, Nhật Bản là 65%, EC là 64%).

Đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) và sự di chuyển tư bản (vốn và tiền tệ) giữa các nước là một yếu tố ngày càng quan trọng đối với từng nền kinh tế quốc gia nói riêng và toàn bộ nền kinh tế thế giới nói chung. Các luồng FDI có tốc độ tăng nhanh hơn cả mức tăng của thương

mại hàng hóa và dịch vụ quốc tế, đóng góp quan trọng vào sự phát triển của toàn cầu hóa. Trong những năm 1970, các luồng FDI hàng năm ở vào khoảng 27 - 30 tỷ USD; trong nửa đầu của thập niên 1980, con số này là 50 tỷ USD; trong nửa cuối của thập niên của 1980 là 170 tỷ USD; năm 1995 gần 400 tỷ USD, 1998 là 845 tỷ USD, năm 2000 vượt trên 1.000 tỷ USD, năm 2007 là 1.900 tỷ USD. Đầu tư vào lĩnh vực dịch vụ tăng nhanh, hiện nay chiếm khoảng 50%. Các luồng FDI vào các nước phát triển chiếm % tổng số FDI trên thế giới. Tuy nhiên, đầu tư vào lĩnh vực sản xuất hàng xuất khẩu, gắn với luồng lưu chuyển hàng hóa và dịch vụ bên trong hệ thống của các công ty đa quốc, xuyên quốc gia vào các nước đang phát triển từ năm 1990 có xu hướng tăng lên.

**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.** Trong thời gian nửa đầu của thập kỷ 1990, theo thống kê của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) có tới 33 thỏa thuận liên kết kinh tế khu vực dưới dạng các thỏa thuận thương mại ưu đãi, khu vực mậu dịch tự do, liên minh thuế quan, liên minh kinh tế được ký kết đã thông báo cho Ban thư ký của WTO. Số lượng này nhiều gấp 3 lần số lượng các thỏa thuận được ký trong thập kỷ 1980 và bằng gần 1/3 tổng số các thỏa thuận liên kết khu vực được ký trong giai đoạn

1947 - 1995. Riêng trong giai đoạn từ 2000 - 2008, có trên 140 thỏa thuận liên kết khu vực đã được thông báo cho WTO. Cùng với các thỏa thuận trên, nhiều tổ chức hợp tác kinh tế đa phương thế giới và khu vực đã ra đời, ngày càng được tăng cường về số lượng và cơ chế tổ chức. Theo số liệu thống kê của Liên minh các Tổ chức Quốc tế, ta có thể thấy nếu như tính vào năm 1909, số lượng các tổ chức quốc tế trên toàn cầu chỉ là 213 thì đến năm 1960, con số này là 1.422 tổ chức, năm 1981 là 14.273, năm 1991 là 28.200; năm 2001 là 55.282 và 2006 là 58.859 tổ chức. Trên phạm vi toàn cầu, ngoài các tổ chức kinh tế - tài chính được thành lập trước đây như hệ thống các tổ chức thuộc Liên Hợp quốc, năm 1995, trên cơ sở Hiệp định chung về Thương mại và Thuế quan (GATT), Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) đã được hình thành, hiện có 153 nước và lãnh thổ kinh tế độc lập là thành viên, chiếm tới trên 90% tổng giá trị thương mại thế giới. Ở phạm vi khu vực, các tổ chức và cơ chế liên kết kinh tế cũng được tăng cường. Tại Châu Âu, Liên minh Châu Âu EU với số lượng 27 nước thành viên hiện nay đã trở thành một liên kết quốc tế chặt chẽ toàn diện ở hầu hết mọi lĩnh vực. Ở Châu Á-Thái Bình Dương, Hiệp hội các nước Đông Nam Á (ASEAN), Hiệp hội hợp tác khu vực Nam Á (SAARC), Diễn đàn Hợp tác Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC)... đã ra đời và ngày càng tích cực đóng góp vào quá trình tăng cường liên kết quốc tế về thương mại trong khu vực. Tại Châu Mỹ, ta có thể sự hình thành liên kết khu vực qua việc hình thành Khu vực mậu dịch tự do Bắc Hoa Kỳ (NAFTA), Hiệp hội liên kết Hoa Kỳ La Tinh (LAIA), Thị trường chung Nam Hoa Kỳ (MERCOSUR), nhóm các nước ANDEAN, Cộng đồng Caribe và Thị trường chung (CARICOM), Thị trường chung Trung Hoa Kỳ (CACM)... Tại Châu Phi, Cộng đồng kinh tế các nước Tây Phi (ECOWAS), Liên minh kinh tế và thuế quan Trung Phi (UDEAC), Cộng đồng phát triển miền Nam Châu Phi (SADC), Liên minh Châu Phi (AU) là những nỗ lực để hình thành những khối thị trường chung và thống nhất trong khu vực.

**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.** Theo số liệu của UNCTAD, năm 1998 có 53.000 công ty xuyên quốc gia với 450.000 công ty con ở nhiều nước khác nhau trên thế giới. Năm 2000, trên thế giới có khoảng 63.000 công ty xuyên quốc gia với 700.000 các công ty con ở khắp các nước. Năm 1995, các công ty xuyên quốc gia bán ra một lượng hàng hóa và dịch vụ có giá trị bằng 7.000 tỷ USD. Năm 1999, tổng doanh số bán ra của công ty xuyên quốc gia đã đạt đến giá trị 14.000 tỷ USD. Hiện nay, các công ty xuyên quốc gia chi phối và kiểm soát trên 80% thương mại thế giới, 4/5 nguồn vốn đầu tư trực tiếp ở nước ngoài và 9/10 kết quả nghiên cứu chuyển giao công nghệ trên thế giới. Hệ thống dày đặc các công ty xuyên quốc gia này không những đã tạo ra một bộ phận quan trọng của lực lượng sản xuất thế giới mà còn liên kết các quốc gia lại với nhau ngày càng chặt chẽ hơn, góp phần làm cho quá trình toàn cầu hóa trở nên sâu sắc hơn bao giờ hết.

Nếu tiếp cận toàn cầu hóa dưới góc nhìn của doanh nghiệp kinh doanh quốc tế, toàn cầu hóa có thể nhìn nhận ở góc độ toàn cầu hóa thị trường và toàn cầu hóa quá trình sản xuất.

**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. Các sản phẩm tiêu dùng như

thẻ tín dụng của hãng Citigroup, đồ uống Coca-cola, thiết bị chơi game Sony PlayStation, bánh kẹp McDonald's ... đang được coi là những ví dụ điển hình minh chứng cho xu hướng này. Các doanh nghiệp quốc tế, công ty đa quốc gia không chỉ là chủ thể hưởng lợi từ xu hướng này mà còn tích cực khuyến khích cho xu hướng này mở rộng và phát triển. Bởi việc cung cấp cùng một sản phẩm trên toàn thế giới, các doanh nghiệp này góp phần tạo ra thị trường toàn cầu.

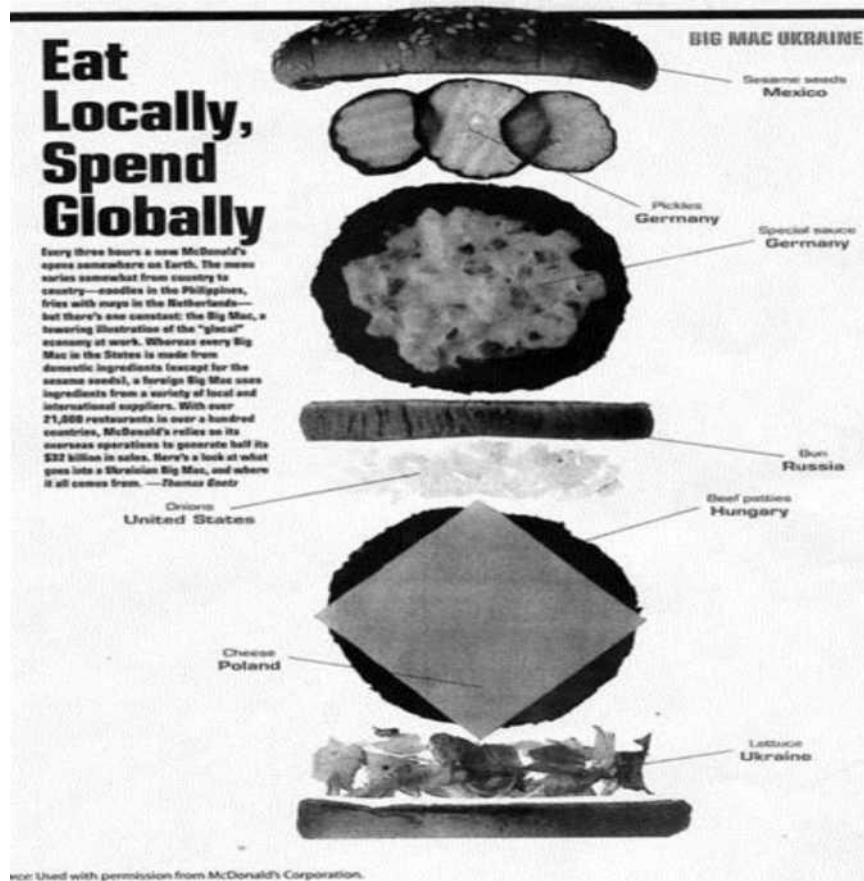
Một doanh nghiệp không nhất thiết phải có một quy mô khổng lồ như một công ty đa quốc gia, công ty xuyên quốc gia để được hưởng lợi từ quá trình toàn cầu hóa các thị trường. Ví dụ, tại Hoa Kỳ, gần 90% các doanh nghiệp xuất khẩu sản phẩm là các doanh nghiệp nhỏ có ít hơn 100 người lao động, và tỷ trọng xuất khẩu của những doanh nghiệp này chiếm tới trên 20% tổng kim ngạch xuất khẩu của Hoa Kỳ. Tại Đức, một trong những quốc gia xuất khẩu lớn nhất thế giới, gần 98% các doanh nghiệp vừa và nhỏ đều tham gia vào thị trường quốc tế thông qua hoạt động xuất khẩu hoặc sản xuất quốc tế.

Mặc dù có những ví dụ thể hiện thị trường toàn cầu đang hình thành mạnh mẽ như thẻ tín dụng Citigroup, bánh kẹp McDonald's... thì chúng ta cũng cần lưu ý không hẳn thị trường quốc gia đang mở rộng cửa để trở thành thị trường toàn cầu. Điều này xảy ra bởi lẽ những khác biệt đáng kể vẫn tồn tại giữa những thị trường quốc gia như thị hiếu người tiêu dùng, hệ thống kênh phân phối, hệ thống giá trị văn hóa, hệ thống doanh nghiệp, và quy định luật pháp. Sự khác biệt này thường xuyên đòi hỏi doanh nghiệp phải điều chỉnh các chiến lược marketing, các đặc điểm thiết kế sản phẩm, hay phương pháp vận hành doanh nghiệp để phù hợp với điều kiện, hoàn cảnh của từng quốc gia.

Những thị trường có tính chất toàn cầu nhất thường không phải là những thị trường hàng tiêu dùng. Lý do là bởi lẽ sự khác biệt về thị hiếu người tiêu dùng của mỗi quốc gia vẫn duy trì là yếu tố quyết định làm cản trở quá trình toàn cầu hóa các thị trường này. Thị trường hàng công nghiệp và nguyên nhiên vật liệu thì có tính toàn cầu hơn do nhu cầu trên thế giới về cơ bản là giống nhau. Đó bao gồm những thị trường nguyên liệu như nhôm, dầu và lúa mì; các sản phẩm công nghiệp như bộ vi tính, chip nhớ của máy tính, máy bay dân dụng, phần mềm máy tính hay các sản phẩm tài chính như trái phiếu Chính phủ Hoa Kỳ, kỳ phiếu của chỉ số Nikkei... Trên nhiều thị trường toàn cầu, các doanh nghiệp hoạt động giống nhau thường cạnh tranh quyết liệt với nhau ở quốc gia này rồi ở quốc gia kia. Cuộc cạnh tranh của Coca-cola với Pepsi Co là cuộc cạnh tranh toàn cầu, tương tự như vậy cạnh tranh giữa Boeing và Airbus, của hãng McDonal's và KFC...

**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. Xem xét ví dụ sản xuất máy bay dân dụng Airbus A380 - một trong những máy bay dân dụng lớn nhất kể từ trước cho tới năm 2006 (*Xem Hình 1.1*). Máy bay Airbus A380 có 2 tầng, 4 hành lang, có cánh máy bay rộng hơn 15m

và có khả năng chuyên chở nhiều hơn 150 hành khách so với máy bay cạnh tranh tương đương 747-400 của Boeing. Để sản xuất được máy bay này, hãng Airbus phải bố trí 40.000 người tại 15 Hình 1.2 cũng là một ví dụ tiêu biểu cho quá trình toàn cầu hóa các hoạt động sản xuất các sản phẩm của các hãng, các doanh nghiệp trên thế giới.



**Hình 1.2** Các thành phần toàn cầu của một bánh mì kẹp McDonald's ở Ukraina

Nguồn: Czinkota, 2005, trang. 11

Hai quá trình toàn cầu hóa thị trường và toàn cầu hóa quá trình sản xuất vẫn đang tiếp tục tiếp diễn. Các công ty đa quốc gia, công ty quốc tế ngày càng tham gia vào quá trình này một cách sâu sắc và liên tục điều chỉnh các hoạt động của mình để phù hợp hơn các điều kiện kinh doanh ngày càng thay đổi nhanh chóng của quá trình toàn cầu hóa.

### 3. Động lực thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa

Có hai động lực chính thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa, đó là việc dỡ bỏ các rào cản trong các hoạt động thương mại và đầu tư ở các lĩnh vực; và sự phát triển của cách mạng khoa học và công nghệ.

**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. Đối với lĩnh vực hàng hóa, trong khuôn khổ của Hiệp định GATT, thương mại hàng hóa là lĩnh vực thể hiện rõ nét nhất việc dỡ bỏ các rào cản theo hướng tự do hóa. Từ năm 1947 đến nay đã diễn ra 8

vòng đàm phán để cắt giảm thuế quan. Kết quả của các vòng đàm phán đã đưa thuế quan của các nước công nghiệp phát triển giảm xuống từ 40% năm 1947 xuống còn gần 10% vào cuối thập niên 1960 và dưới 4% sau khi hoàn thành thực hiện các cam kết của vòng đàm phán Uruguay. Hiệp định đạt được tại vòng đàm phán Uruguay làm giảm tới 38% mức thuế quan của hàng nghìn mặt hàng trên thế giới. Về hàng rào phi thuế quan, tổ chức WTO cũng như các khuôn khổ khu vực đều đưa vào trong chương trình đàm phán. Vòng đàm phán Uruguay đã đề cập tới một số lĩnh vực liên quan tới các hàng rào phi thuế quan như biện pháp vệ sinh an toàn và kiểm dịch động thực vật, các rào cản kỹ thuật, các quy định về định giá hải quan, quy tắc xuất xứ... Trên phạm vi khu vực, hàng rào thuế quan nội khối đã được gỡ bỏ như trong EU, NAFTA, AFTA. Đối với lĩnh vực thương mại dịch vụ, Hiệp định GATS trong khuôn khổ của WTO là nỗ lực đầu tiên nhằm xây dựng các quy định trên phạm vi toàn cầu để quản lý các luồng lưu chuyển dịch vụ giữa các quốc gia. Hiệp định đã đưa ra các nguyên tắc mang tính chất khung, dựa vào đó các nước đưa ra những cam kết cụ thể về mở cửa và tiếp cận thị trường.

**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. Những tiến bộ của khoa học - kỹ thuật và công nghệ bao gồm những phát minh, sáng chế, các biện pháp kỹ thuật tiên tiến, các giống mới, các phương pháp công nghệ hiện đại, các lý thuyết và phương thức quản lý mới trong mọi lĩnh vực được áp dụng vào thực tiễn sản xuất, kinh doanh làm tăng năng suất lao động, tạo ra ngày càng nhiều sản phẩm thặng dư cho xã hội với chi phí thấp hơn, giá rẻ hơn, tạo ra tiền đề thúc đẩy sự hình thành và phát triển sự phân công, chuyên môn hóa lao động, sản xuất và kinh doanh theo ngành nghề, vùng lãnh thổ và giữa các quốc gia. Nhờ đó, thương mại và trao đổi quốc tế về hàng hóa, dịch vụ, vốn, lao động và tri thức ngày một tăng.

Sự phát triển của khoa học - công nghệ, đặc biệt là cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất và lần thứ hai đã mở đường cho sự hình thành và phát triển nhanh chóng của thị trường thế giới. Nếu cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ nhất chủ yếu dựa vào máy hơi nước, sắt và than thì cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ hai chủ yếu dựa vào máy chạy bằng nhiên liệu lỏng, điện và năng lượng nguyên tử và những vật liệu đặc biệt: kim loại không sắt, chất dẻo, sợi hóa chất, đặc biệt là dựa vào những thành tựu của lĩnh vực thông tin và phương thức quản lý mới. Việc ứng dụng các tiến bộ khoa học công nghệ trong ngành giao thông và kỹ thuật thông tin làm cho thế giới bị thu nhỏ lại về không gian và thời gian. Các chi phí về vận tải, về thông tin ngày càng giảm, sự cách trở về địa lý dần được khắc phục, các quốc gia và dân tộc trở nên gần gũi hơn với những hình ảnh và thông tin được truyền hình liên tục về các sự kiện đang xảy ra ở mọi nơi trên trái đất.

Trong thế kỷ XIX, sự ra đời của đường sắt đã làm giảm chi phí vận tải khoảng 85 - 95%. Trong khoảng 10 - 15 năm, phí vận tải đường biển đã giảm khoảng 70%; phí vận tải hàng không giảm mỗi năm khoảng 3 - 4%. Sự phát triển của máy tính cá nhân và thương mại điện tử đã diễn ra với tốc độ nhanh chóng hơn. Năng suất trong ngành công nghệ thông tin suốt trên ba thập kỷ tăng khoảng 5% một năm, cao gấp 5 lần so với tốc độ tăng năng suất chung của tất cả các ngành. Dưới tác động của cuộc cách mạng công nghệ về công nghệ thông

tin, kinh tế tri thức đang hình thành trong đó tri thức trở thành một lực lượng sản xuất ngày càng quan trọng, chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong nền kinh tế nói chung và từng loại hàng hóa và dịch vụ được sản xuất và tiêu thụ trên thị trường quốc tế nói riêng.

Khoa học và công nghệ từ cuối thập niên 1970 đã trở thành lực lượng sản xuất trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất toàn cầu, làm thay đổi hầu hết mọi mặt hoạt động sản xuất cả về lượng và chất và mang tính quốc tế hóa cao độ. Cuộc cách mạng khoa học công nghệ này đã làm cho nền kinh tế thế giới phát triển với tốc độ trên 3%/năm trong vòng hơn 20 năm. Hai cuộc cách mạng công nghiệp trước đây đã mang lại những biến đổi to lớn trong đời sống kinh tế và xã hội toàn cầu, đặc biệt là sự phát triển nhanh chóng của sản xuất, tạo ra nguồn của cải phong phú cho loài người. Tuy nhiên, với hai cuộc cách mạng đầu tiên, hàm lượng vật chất (năng lượng, nguyên nhiên liệu, thiết bị máy móc, vốn và lao động) vẫn chiếm phần lớn trong một sản phẩm. Với cuộc cách mạng khoa học - công nghệ hiện nay, hàm lượng vật chất trong các sản phẩm ngày càng giảm, hiện nay chỉ còn chiếm tỷ lệ bình quân từ 25 - 30% trong một sản phẩm, phần còn lại là hàm lượng tri thức. Đặc điểm này cũng thể hiện tính toàn cầu, tính quốc tế hóa của hoạt động lao động sản xuất ngày càng cao.

Cuộc cách mạng khoa học - công nghệ lần thứ ba gắn với sự ra đời của những công nghệ cao trong nhiều lĩnh vực, đặc biệt là lĩnh vực sinh học, thông tin, tự động hóa, vật liệu mới và năng lực.

Trong lĩnh vực sinh học, việc khám phá ra cấu trúc ADN, hiểu biết được mật mã của sự sống là một bước ngoặt trong lịch sử sinh học. Với những kỹ thuật về di truyền học, về gen và nuôi cấy tế bào, nhiều loại giống cây trồng, vật nuôi và nguồn dinh dưỡng mới được tạo ra, góp phần nâng cao năng suất nông nghiệp, tạo ra lương thực và thực phẩm dồi dào cho con người sử dụng và trao đổi. Trong vòng ba thập kỷ, sản xuất lương thực thế giới tăng trên 100% trong khi dân số tăng trên 60%.

Lĩnh vực thông tin chứng kiến những tiến bộ phi thường, đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy xu thế toàn cầu hóa. Với hệ thống các phương tiện và kỹ thuật thông tin hiện đại, cách mạng thông tin toàn cầu như điện thoại, fax, Internet... mỗi liên hệ qua lại và giao dịch giữa các cá nhân và doanh nghiệp ở mọi nơi trên thế giới trở nên nhanh chóng, thường xuyên và thuận tiện với chi phí ngày càng giảm dần; biên giới giữa các quốc gia trên nhiều phương diện đã và đang bị xóa mờ. Sự biến đổi trong lĩnh vực thông tin, đặc biệt đã biến thông tin trở thành một thứ hàng hóa, truyền thông trở thành một trong những ngành công nghiệp hàng đầu trên thế giới. Nhờ vào công nghệ thông tin, thương mại điện tử ra đời và phát triển ngày càng mạnh mẽ. Nhờ vào công nghệ thông tin, phương thức tổ chức và quản lý sản xuất - kinh doanh đã thay đổi vô cùng nhanh chóng. Một số nhà phân tích dự đoán rằng "Nền kinh tế điện tử, sẽ tạo ra nhiều công ty với quy mô nhỏ, hoạt động thông qua mạng điện tử với cơ chế tạm thời hoặc không cần phải có một trụ sở làm việc chung.

Cuộc cách mạng khoa học - công nghệ cũng tạo ra nhiều loại vật liệu

mới có chất lượng tốt hơn, chi phí thấp hơn thay thế những vật liệu truyền thống. Từ những năm 1980 cho

đến nay, thế giới đã tăng cường sử dụng những nguồn năng lượng và vật liệu mới, khiến cho lượng dầu lửa do các nước công nghiệp tiêu thụ giảm đi trung bình 1 tỷ tấn/năm. Tỷ lệ nguồn điện nguyên tử, thủy điện, năng lượng mặt trời được sử dụng ngày càng cao trong sản xuất và đời sống. Các vật liệu mới như chất dẻo đặc biệt, vật liệu tổng hợp, sợi quang học, gốm sứ... thay thế ngày càng nhiều nguyên liệu truyền thống. Tự động hóa cũng trở thành một nét đặc trưng của khoa học - công nghệ, nhiều khâu trong sản xuất được tự động hóa, lập trình khoa học.

#### **4. Triển vọng phát triển của toàn cầu hóa**

Toàn cầu hóa từ trước cho đến nay đã diễn ra ba lần sóng toàn cầu hóa. Lần sóng toàn cầu hóa lần thứ nhất vào cuối thế kỷ XIX tới đầu thế kỷ XX (trước Chiến tranh Thế giới lần thứ nhất); lần sóng thứ hai từ những năm 1950 đến giữa những năm 1970 (trước cuộc suy thoái kinh tế thế giới gắn với khủng hoảng dầu lửa trong thập niên 1970) và lần sóng thứ ba bắt đầu từ cuối thập niên 1980 cho tới nay. Như chúng ta đã đề cập, toàn cầu hóa là quá trình xóa bỏ các rào cản ngăn cách giữa các quốc gia để hình thành thị trường toàn cầu. Vậy tương lai phát triển của toàn cầu hóa là sẽ mang lại một thế giới trong đó các thị trường hàng hóa, dịch vụ và các tư liệu sản xuất được liên kết với nhau một cách hoàn hảo; những biên giới, rào cản đối với các luồng lưu chuyển của hàng hóa, dịch vụ, vốn, công nghệ, nhân công, ý tưởng ... sẽ không tồn tại nữa. Cả thế giới là một thị trường được điều tiết bởi hệ thống những quy định và luật chơi thống nhất.

Tuy nhiên, câu hỏi bao lâu nữa thế giới sẽ tới được một thế giới toàn cầu còn là một ẩn số. Bởi vì quá trình toàn cầu hóa trên thế giới hiện nay nhìn chung vẫn còn ở mức hạn chế. Biên giới giữa các quốc gia, lãnh thổ và khu vực vẫn là những ranh giới để các hàng rào thuế quan và phi thuế quan có hiệu lực hạn chế đối với các luồng lưu chuyển hàng hóa và dịch vụ, mặc dù mức độ hạn chế thương mại của các rào cản này ngày càng được kiểm soát và thu hẹp. Sự khác biệt về ngôn ngữ, văn hóa, sự không chắc chắn về tỷ giá hay những trở ngại kinh tế khác, như hạn chế về di chuyển lao động quốc tế, quy định về lãi suất, tỷ lệ đầu tư và tỷ lệ tiết kiệm quốc gia, hệ thống luật pháp và thông lệ quốc tế chưa quy định đầy đủ các vấn đề liên quan tới việc bảo đảm thực hiện hợp đồng quốc tế... cũng là những yếu tố có tác động hạn chế quá trình toàn cầu hóa.

Khi dự báo về xu hướng phát triển của toàn cầu hóa trong thời gian một số thập kỷ của thế kỷ XXI, ta có thể nêu ra một số nhân tố có tác động thúc đẩy, khuyến khích toàn cầu hóa và một số nhân tố có tác động hạn chế, kìm hãm toàn cầu hóa. Các nhân tố đó có thể kể đến là:

Các nhân tố có tác động thúc đẩy, khuyến khích toàn cầu hóa: Thứ nhất, cuộc cách mạng khoa học công nghệ, đặc biệt là cách mạng trong công nghệ thông tin, công nghệ lượng tử sẽ tiếp tục phát triển mạnh, sẽ thúc đẩy quá trình lưu chuyển vốn, tài nguyên, nhân lực, **LQ** thông tin, công nghệ trên phạm vi toàn cầu. Hầu hết các

nước đều bị lôi cuốn và ràng buộc vào  
hệ thống kinh tế thế giới.

05 cũ

Thứ hai, tính quốc tế hóa của các hoạt động sản xuất - kinh doanh ngày càng được phát triển cả về chiều rộng và chiều sâu, đi đôi với việc khẳng định vai trò ngày càng quan trọng các công ty đa quốc gia, công ty xuyên quốc gia đối với sự tiếp tục phát triển của toàn cầu hóa.

Thứ ba, sự ra đời và phát triển của kinh tế tri thức ở các nước công nghiệp phát triển và các nước công nghiệp mới góp phần quan trọng thúc đẩy sự tăng trưởng kinh tế nói chung trên toàn thế giới và tăng cường tính toàn cầu của thị trường cũng như tính linh hoạt rộng khắp của quá trình sản xuất, kinh doanh. Kinh tế tri thức phát triển dựa trên sự phân bổ và sử dụng tri thức, mà trước hết là ý tưởng, sáng kiến, thông tin và các công nghệ cao. Trong nền kinh tế này, tri thức trở thành một bộ phận cấu thành chủ yếu của giá trị sản phẩm, tỷ lệ các giá trị các yếu tố vật chất truyền thống giảm dần. Các ngành kinh tế dựa trên tri thức, các ngành sử dụng công nghệ cao như công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới... chiếm lĩnh vị trí then chốt trong toàn bộ nền kinh tế, sản xuất công nghệ là loại hình sản xuất quan trọng nhất; thị trường của kinh tế tri thức không giới hạn trong biên giới một quốc gia mà mở rộng khắp thế giới do tính lan tỏa và thông quan của thông tin và tri thức, cách thức tổ chức quản lý thay đổi theo hướng dân chủ hơn, theo mô hình mạng, phi tập trung, phát huy quan hệ ngang, học tập suốt đời ở trường học và nơi làm việc trở thành chuẩn mực chung của xã hội.

Các nhân tố có ảnh hưởng hạn chế quá trình toàn cầu hóa: Thứ nhất, mâu thuẫn và xung đột lợi ích diễn ra ngày càng gay gắt giữa các nước và nhóm nước trên thế giới và các nhóm xã hội trong từng nước trong quá trình toàn cầu hóa.

Thứ hai, khủng hoảng kinh tế ở các nước lớn hay các trung tâm kinh tế và khu vực quan trọng trên thế giới có tác động ảnh hưởng tiêu cực tới tiến trình phát triển toàn cầu hóa, không chỉ làm giảm khối lượng các dòng lưu chuyển hàng hóa, dịch vụ, yếu tố đầu vào của quá trình sản xuất mà còn có dấu hiệu cho sự quay lại của chủ nghĩa bảo hộ mậu dịch.

Thứ ba, những bất ổn về chính trị, xung đột về tôn giáo, văn hóa, sắc tộc, nhân quyền và chủ nghĩa khủng bố tiếp tục gia tăng ở nhiều nước và khu vực trên thế giới, gây cản trở không nhỏ đối với quá trình thực hiện tự do hóa thương mại trên phạm vi toàn cầu và khu vực. Sự thay đổi trong tập hợp lực lượng quốc tế, đặc biệt với sự nổi lên nhanh chóng của Trung Quốc và Ấn Độ, cũng như quá trình đa cực hóa với ít nhất ba trung tâm chính trị - kinh tế lớn trong tương lai là Bắc Hoa Kỳ, EU và Đông Á sẽ có ảnh hưởng to lớn đối với cơ cấu địa - chính trị toàn cầu.

## **5. Tác động của toàn cầu hóa**

Chúng ta không thể phủ nhận rằng toàn cầu hóa là một xu hướng hiện diện trong thế kỷ XXI và mang lại cho thế giới nhiều lợi ích kinh tế và kèm theo đó

cả những mặt tiêu cực và hạn chế. Đánh giá tác động của toàn cầu hóa sẽ rất khác nhau giữa các nước, nhóm nước và các nhóm xã hội trong mỗi nước chủ yếu tùy thuộc vào nhận thức và lợi ích mà họ được hưởng hay mất đi trong quá trình này. Có thể nói có ba quan điểm khác nhau nhìn nhận về tác động của toàn cầu hóa.

Quan điểm thứ nhất là quan điểm ủng hộ toàn cầu hóa, quan điểm này cho rằng toàn cầu hóa sẽ tạo ra những khả năng mới, những cơ hội mới để nâng cao năng suất, sản lượng và hiệu quả trong sản xuất kinh doanh; mở rộng được thị trường quốc tế cho hàng hóa, dịch vụ và các yếu tố sản xuất; do vậy tăng khả năng tiêu thụ và tiếp cận các nguồn lực cần thiết cho quá trình sản xuất kinh doanh quốc tế (nguyên liệu, vốn, công nghệ...), tạo điều kiện thuận lợi để phát triển sản xuất, cải thiện mức sống trên toàn thế giới nhờ tăng trưởng kinh tế và tăng cường khả năng mọi người dân trên thế giới được tiếp cận với hàng hóa, dịch vụ đa dạng phong phú với giá cả và chi phí hợp lý hơn. Những người theo quan điểm ủng hộ toàn cầu hóa cũng cho rằng toàn cầu hóa không phải nguyên nhân gây ra thất nghiệp và phát triển không đồng đều mà trái lại, toàn cầu hóa giúp tạo ra khả năng giải quyết các vấn đề trên. Tuy nhiên, theo quan điểm của phái này, toàn cầu hóa cũng đồng thời tạo ra nhiều thách thức đối với tất cả các nước. Để có thể tận dụng được những lợi ích và cơ hội do toàn cầu hóa mang lại, các nước, các doanh nghiệp cũng cần phải có những chính sách, chiến lược và bước đi phù hợp.

Quan điểm thứ hai, quan điểm chống lại toàn cầu hóa cho rằng quá trình này gây ra nhiều tác động tiêu cực về kinh tế, chính trị và xã hội đối với các nước và những tầng lớp dân chúng trong xã hội. Những lập luận của những người theo quan điểm này chủ yếu tập trung vào những điểm sau:

- Toàn cầu hóa làm cho nhiều công ty, doanh nghiệp bị phá sản và hàng loạt người lao động mất việc làm. Ngay chính những người lao động tại các nước phát triển cũng bị mất việc vì sự cạnh tranh cao của lao động giá rẻ ở các nước đang phát triển;

- Toàn cầu hóa làm gia tăng sự bóc lột và bất công trong mỗi xã hội và giữa các nước, làm gia tăng sự phân hóa giàu nghèo giữa các tầng lớp dân cư trong xã hội và giữa các nước phát triển với các nước đang phát triển;

- Toàn cầu hóa đe dọa nền dân chủ và sự ổn định xã hội; can thiệp và uy hiếp tính độc lập tự chủ của mỗi quốc gia;

- Toàn cầu hóa phá hoại truyền thống văn hóa và bản sắc dân tộc;

- Toàn cầu hóa làm hủy hoại môi trường và làm cạn kiệt các nguồn tài nguyên thiên

nhiên;

- Toàn cầu hóa là nguyên nhân gây ra khủng hoảng tài chính và kinh tế trên khu vực và thế giới.

Nhiều nhà phân tích và các chính trị của các nước đang phát triển còn cho rằng các nước đang phát triển phải gánh chịu nhiều thua thiệt và bất lợi trong quá

trình toàn cầu hóa. Những luật chơi của quá trình toàn cầu hóa hiện nay chủ yếu do Hoa Kỳ và các nước phát triển đặt ra nhằm phục vụ lợi ích của các nước phát triển. Có người còn so sánh toàn cầu hóa đồng nghĩa với chủ nghĩa thực dân kiểu mới.

Quan điểm thứ ba là quan điểm của những người có quan điểm trung dung, họ thừa nhận toàn cầu hóa là một xu thế phát triển tất yếu của lịch sử, do những nguyên nhân khách quan và chủ quan, vừa có tác động tích cực lại vừa có những tác động tiêu cực đối với tất cả các nước, dù là nước phát triển hay nước đang phát triển. Không ai có thể phủ nhận xu thế toàn cầu hóa. Vấn đề đặt ra với các nước là làm thế nào để tận dụng tốt nhất các cơ hội do quá trình này tạo ra và đối phó hiệu quả với những thách thức gặp phải.

#### **IV. Mục đích, đối tượng và nội dung nghiên cứu**

##### **1. Mục đích**

- Trang bị cho sinh viên hiểu biết về những vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến kinh doanh quốc tế, vai trò của sự khác biệt trong môi trường kinh doanh quốc tế giữa các quốc gia về chính trị, pháp luật, kinh tế và văn hóa đối với kinh doanh quốc tế;
- Giúp cho sinh viên hiểu rõ vai trò của quá trình toàn cầu hóa và các xu hướng trong môi trường thương mại và đầu tư toàn cầu đối với hoạt động kinh doanh quốc tế;
- Giúp cho sinh viên có phương pháp luận đúng đắn trong việc tiếp cận các vấn đề phức tạp của kinh doanh quốc tế; có kỹ năng phát hiện, giải quyết vấn đề, kỹ năng ra quyết định khi lựa chọn loại hình chiến lược kinh doanh quốc tế, các phương thức thâm nhập thị trường kinh doanh quốc tế phù hợp với bối cảnh quốc tế và doanh nghiệp;

##### **2. Đối tượng và nội dung nghiên cứu**

Kinh doanh quốc tế là tập hợp một hoặc một số hoạt động trong quá trình đầu tư từ sản xuất đến trao đổi, thương mại hàng hóa và dịch vụ trên phạm vi từ hai nước trở lên hoặc phạm vi toàn cầu.

Đối tượng nghiên cứu của kinh doanh quốc tế là môi trường kinh doanh quốc tế trong đó mỗi một môi trường kinh doanh quốc gia trở nên là môi trường kinh doanh quốc tế đối với doanh nghiệp khi họ tiến hành các hoạt động kinh doanh tại đó. Qua việc nghiên cứu nhìn nhận thấy sự khác biệt trong chính trị, pháp luật, kinh tế, văn hóa của các quốc gia khác nhau sẽ giải thích các doanh nghiệp kinh doanh quốc tế sẽ điều chỉnh chiến lược kinh doanh quốc tế như thế nào khi hoạt động ở những quốc gia khác nhau.

Kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp cũng không thể tách rời xu hướng các dòng thương mại và đầu tư đang vượt qua biên giới quốc, vương tới từng thị trường, từng nền kinh tế riêng biệt. Doanh nghiệp kinh doanh quốc tế cũng cần hiểu được tại sao chính phủ các nước lại tìm cách khuyến khích hay hạn chế các dòng di chuyển đó để khai thác hay tận dụng được những cơ hội từ những chính sách đó của các chính phủ.

Khi đã thông hiểu về môi trường kinh doanh của mình, các doanh nghiệp

kinh doanh quốc tế cần có hiểu biết về các loại hình chiến lược kinh doanh quốc tế và phương thức thâm nhập thị trường quốc tế để cho phép họ ra được những quyết định phù hợp và đúng đắn.

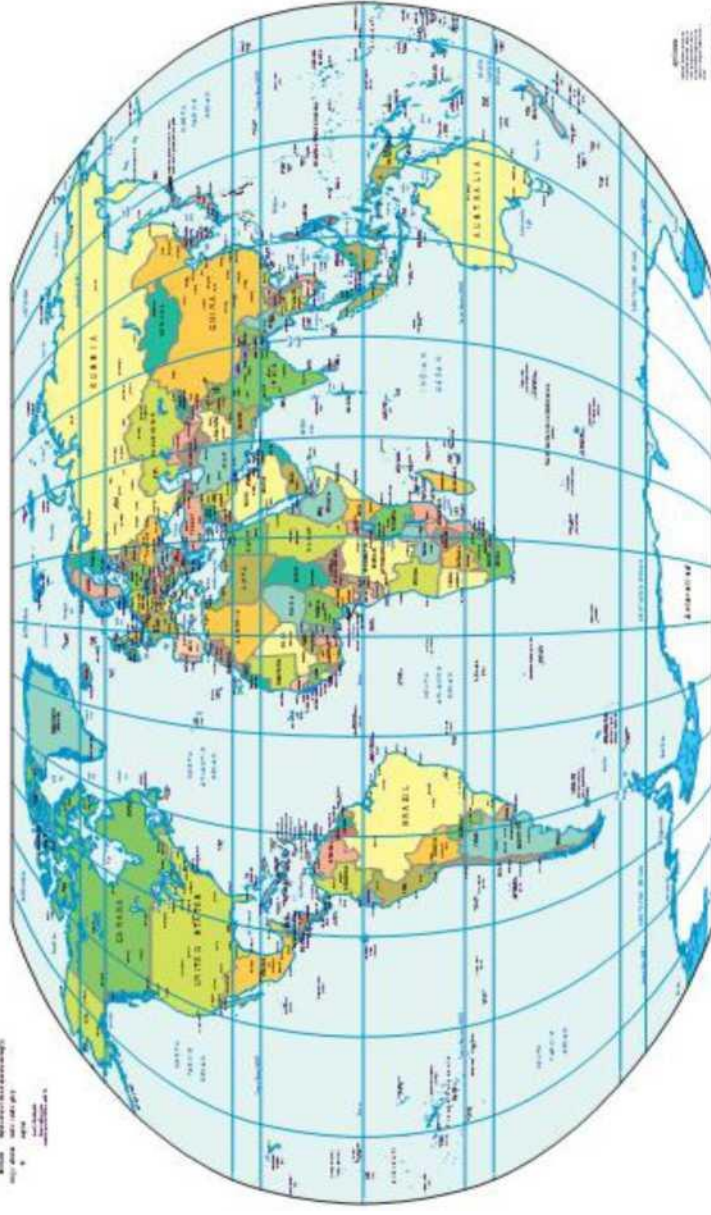
### **CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1:**

1. Kinh doanh quốc tế là gì? Hãy đưa ra một số ví dụ về hoạt động kinh doanh quốc tế tại Việt Nam.
2. Môi trường kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp có những đặc điểm và nội dung gì?
3. Hãy bình luận câu nói “Học tập kinh doanh quốc tế rất tốt khi bạn chuẩn bị làm việc cho một công ty đa quốc gia, còn không có giá trị gì đối với một cá nhân sẽ đi làm tại một doanh nghiệp nhỏ,„
4. Hãy cho biết những thay đổi trong công nghệ đã tác động như thế nào tới quá trình toàn cầu hóa thị trường và toàn cầu hóa sản xuất? Liệu quá trình toàn cầu hóa thị trường và toàn cầu hóa sản xuất có thể xảy ra mà không có những thay đổi và tiến bộ trong công nghệ?
5. Theo xu hướng hiện nay, Trung Quốc sẽ trở thành nền kinh tế lớn nhất trên thế giới vào năm 2020. Hãy bình luận những tác động của xu hướng này tới hệ thống thương mại toàn cầu.
6. Sử dụng Internet cũng như các hình 1.1 đến 1.8 và bảng 1.1. để cho biết hiện nay trên thế giới có bao nhiêu quốc gia? Những nền kinh tế lớn trên thế giới tập trung ở những nơi nào trên thế giới?

Hình 1.1.: BẢN ĐỒ THẾ GIỚI

Political Map of the World, April 2006

Legend  
Land  
Water  
Major cities  
Minor cities  
International boundaries  
National boundaries  
State boundaries  
County boundaries  
City boundaries  
Village boundaries  
Unclassified areas



Source: CIA World Factbook  
Data as of April 2006  
Map by National Geographic  
© 2006 National Geographic Society  
All rights reserved.



Hình 1.2.: Bản đồ khu vực Châu Á



Hình 1.3.: Bản đồ khu vực Đông Nam Á