

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN TỈNH LÀO CAI**



**PHÂN HIỆU ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN TẠI TỈNH LÀO CAI**

**TẬP BÀI GIẢNG**

**Học Phần: MÔI TRƯỜNG KINH DOANH**

**Số Tín Chỉ: 02**

**Mã Học Phần: .....**

**Giảng viên: ThS LÊ THỊ HỒNG NGỌC**

**Lào Cai, tháng 8 năm 2022**

## CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU TỔNG QUAN VỀ MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

*Sau khi kết thúc chương này, học sinh có thể:*

- Thông hiểu khái niệm về môi trường kinh doanh, quản trị môi trường kinh doanh.
- Trình bày được các loại môi trường kinh doanh.

### 1. Các khái niệm cơ bản

#### 1.1: Môi trường

Trong cuộc sống hàng ngày, mỗi một người đều cần một không gian nhất định để phục vụ cho các hoạt động sống như: nhà ở, nơi để sản xuất... Như vậy chức năng này đòi hỏi môi trường phải có một phạm vi không gian thích hợp cho mỗi con người

Không gian này lại đòi hỏi phải đạt đủ những tiêu chuẩn nhất định về các yếu tố vật lý, hoá học, sinh học, cảnh quan và xã hội. Yêu cầu về không gian sống của con người thay đổi tùy theo trình độ khoa học và công nghệ. Tuy nhiên, trong việc sử dụng không gian sống và quan hệ với thế giới tự nhiên, có 2 tính chất mà con người cần chú ý là tính chất tự cân bằng (homestasis), nghĩa là khả năng của các hệ sinh thái có thể gánh chịu trong điều kiện khó khăn nhất và tính bền vững của hệ sinh thái.

*Như vậy, môi trường là tổng hợp các yếu tố vật chất tự nhiên như vật lý, hóa học, sinh học tồn tại ngoài ý chí chủ quan của con người và các yếu tố nhân tạo bao gồm tổng thể quan hệ giữ người với người có quan hệ mật thiết với nhau, có ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển của con người và sinh vật.*

*Môi trường là nơi liên kết giữa các yếu tố tự nhiên và yếu tố vật chất nhân tạo. Đây là mối quan hệ mật thiết bao quanh và tác động đến sự tồn tại và phát triển của thiên nhiên, con người.*

*Môi trường là một tổ hợp các yếu tố tự nhiên và xã hội bao quanh bên ngoài của một hệ thống hoặc một cá thể, sự vật nào đó. Chúng tác động lên hệ thống này, xác định xu hướng và tình trạng tồn tại của nó. Môi trường có thể coi là một tập hợp, trong đó hệ thống đang xem xét là một tập hợp con.*

Ngoài ra, còn có một định nghĩa rõ ràng hơn như: Môi trường là tập hợp tất cả các yếu tố tự nhiên và nhân tạo bao quanh con người, ảnh hưởng tới con người và tác động đến

các hoạt động sống của con người như: không khí, nước, độ ẩm, sinh vật, xã hội loài người và các thể chế.

Tại khoản 1 Điều 3 Luật Bảo vệ môi trường ngày 17 tháng 11 năm 2020 quy định: “Môi trường bao gồm các yếu tố tự nhiên và vật chất nhân tạo bao quanh con người, có ảnh hưởng đến đời sống, sản xuất, sự tồn tại, phát triển của con người và sinh vật”.

Thành phần môi trường là yếu tố vật chất tạo thành môi trường như đất, nước, không khí, âm thanh, ánh sáng, sinh vật, hệ sinh thái và các hình thái vật chất khác.

Thành phần của môi trường bao gồm tất cả sự vật, sự việc xung quanh chúng ta. Điển hình như hệ sinh thái tự nhiên là không khí, ánh sáng, âm thanh, nước, núi, đất, đá, cát, sông hồ biển. Môi trường còn được tạo thành bởi yếu tố hiện diện sự sống hữu hình như hệ sinh thái, khu dân cư, khu sản xuất, khu công nghiệp, khu bảo tồn. Mọi hình thái cảnh quan thiên nhiên, danh lam thắng cảnh, hệ sinh vật đều là thành phần cấu tạo nên môi trường.

Dù tổng quan môi trường có rộng lớn đến đâu cũng bắt nguồn từ hai yếu tố chính. Đó là yếu tố tự nhiên và yếu tố do con người tạo ra. Nếu không có môi trường cũng đồng nghĩa với sự sống không xuất hiện. Như vậy, trái đất sẽ không trở thành hành tinh sống mà chỉ giống như các sao hệ khác trên vũ trụ mà thôi.

## ***1.2. Môi trường kinh doanh:***

**Môi trường kinh doanh** - danh từ, trong tiếng Anh gọi là **Business Environment**.

**Môi trường kinh doanh** là tổng thể các yếu tố, các nhân tố (bên ngoài và bên trong) vận động tương tác lẫn nhau, tác động trực tiếp và gián tiếp đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Xuất phát từ quan niệm này, có thể coi môi trường kinh doanh là giới hạn không gian mà ở đó doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

Sự tồn tại và phát triển của bất kì doanh nghiệp nào dù qui mô như thế nào hoặc kinh doanh trong các lĩnh vực khác nhau đi chăng nữa bao giờ cũng là quá trình vận động không ngừng trong một môi trường kinh doanh đầy biến động.

Với sự tác động của môi trường kinh doanh sẽ hoặc là tích cực theo nghĩa tạo cơ hội hoặc tiêu cực với nghĩa ngược lại là tiêu cực cho kinh doanh của doanh nghiệp. Từ đó, đòi hỏi nhà quản trị phải luôn luôn theo dõi, nghiên cứu môi trường kinh doanh ở mọi cấp độ. (Theo *Giáo trình Quản trị kinh doanh*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân)

Có rất nhiều cách để phân loại **môi trường kinh doanh**. Theo giới hạn hàng rào ngăn cách người ta hay phân biệt môi trường kinh doanh của doanh nghiệp thành 2 loại là môi trường bên ngoài doanh nghiệp và môi trường bên trong doanh nghiệp.

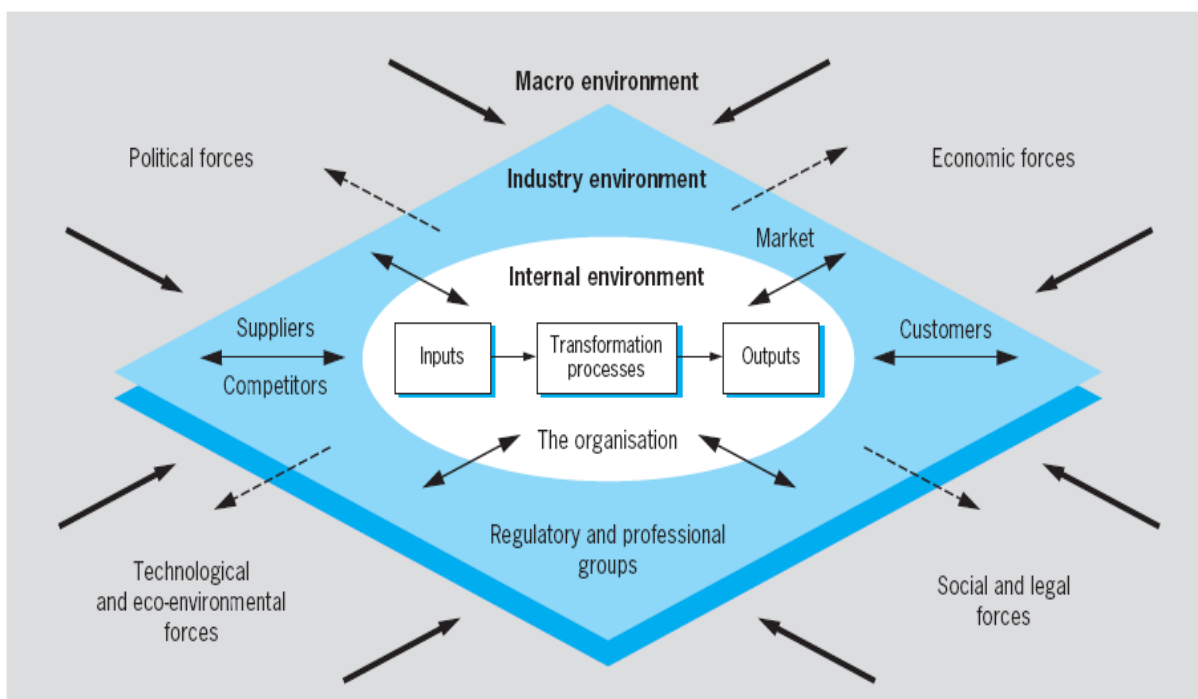
Môi trường bên ngoài tiếp tục được phân chia thành môi trường vĩ mô và môi trường vi mô.

Môi trường vĩ mô bao gồm các yếu tố gây ảnh hưởng đến toàn bộ nền kinh tế của 1 quốc gia, ngược lại, môi trường vi mô bao gồm các yếu tố chỉ gây ảnh hưởng tới 1 ngành kinh doanh nhất định

Môi trường vĩ mô đề cập đến các yếu tố nguồn lực và thể chế bên ngoài, có thể tác động tích cực hoặc tiêu cực đến hoạt động marketing và kinh doanh của doanh nghiệp. Chúng bao gồm yếu tố về nhân khẩu, kinh tế, tự nhiên, công nghệ, chính trị, văn hóa,...

Chẳng hạn, đại dịch Covid-19 vừa qua đã gây ảnh hưởng không nhỏ đến nền kinh tế toàn cầu, từ đó tác động đến các hoạt động marketing, kinh doanh của doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp bước vào ngõ cụt phá sản, mặt khác cũng có nhiều doanh nghiệp “ăn nên làm ra” trong giai đoạn trên.

Như vậy, đại dịch Covid-19 hay nói rộng hơn là môi trường vĩ mô đã có ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực đến doanh nghiệp. Tuy nhiên, các doanh nghiệp sẽ không thể tác động hay làm giảm sự ảnh hưởng này.



### **Môi trường vĩ mô bao gồm:**

**Yếu tố chính trị** Môi trường chính trị sẽ bao gồm các thể chế, luật pháp và các quy tắc đạo đức do chính phủ và nhà nước đặt ra. Nền chính trị của một quốc gia sẽ luôn có tác động đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Những điều luật này bao gồm luật lương tối thiểu, luật doanh nghiệp, luật an toàn lao động, luật công đoàn,... Hầu hết các quốc gia sẽ áp dụng một mức thuế suất chung cho các doanh nghiệp. Tuy nhiên, cũng có một số ngành cần đáp ứng các tiêu chuẩn như cơ sở vật chất, quy trình sản xuất thì mới có thể hoạt động.

Ngoài ra, có những nhu yếu phẩm, chẳng hạn như thuốc men và thiết bị y tế, cần phải đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng nhất định trước khi được đưa ra thị trường..

**Các yếu tố kinh tế vĩ mô** là các yếu tố ảnh hưởng đến toàn bộ nền kinh tế, không chỉ riêng doanh nghiệp. Bao gồm lãi suất, tỉ lệ thất nghiệp, tỉ giá hối đoái, niềm tin của người tiêu dùng, thu nhập khả dụng thực tế của người tiêu dùng, tỉ lệ tiết kiệm của người tiêu dùng, thời kì suy thoái và khủng hoảng.

**Các yếu tố kinh tế vi mô** là các yếu tố có thể ảnh hưởng đến doanh nghiệp. Bao gồm qui mô thị trường, nhu cầu, nguồn cung, mối quan hệ với nhà cung cấp và chuỗi phân phối chẳng hạn như các cửa hàng bán lẻ bán sản phẩm của doanh nghiệp, số lượng và sức mạnh cạnh tranh.

**Các yếu tố văn hóa xã hội** Văn hóa – Xã hội là một bộ phận quan trọng của môi trường kinh doanh. Xã hội hình thành các chuẩn mực về giá trị, niềm tin, thái độ và nguyên tắc của con người. Đồng thời, môi trường văn hóa bao gồm các yếu tố ảnh hưởng đến các giá trị cơ bản, nhận thức và nhân cách của con người sống trong đó. Những yếu tố văn hóa xã hội này là một trong những yếu tố chính hình thành nên niềm tin, giá trị và cách sống của một cá nhân. Thông qua các yếu tố văn hóa xã hội, doanh nghiệp có thể tác động lên quan điểm, cách nhìn nhận của người tiêu dùng về doanh nghiệp hay những sản phẩm – dịch vụ mà doanh nghiệp đang cung cấp.

**Yếu tố công nghệ** Môi trường công nghệ bao gồm các mô hình ứng dụng hỗ trợ các hoạt động hàng ngày của con người, bao gồm cả đời sống, lao động và sản xuất. Các mô hình ứng dụng này có thể là công cụ, thiết bị, phần mềm, năng lượng,...

Môi trường công nghệ là lực lượng định hình cách thức vận hành của thế giới, bao gồm cả các doanh nghiệp. Sự phát triển của công nghệ và những ứng dụng của nó ngày càng cho ra đời những sản phẩm tiên tiến hơn, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng một cách tốt nhất có thể. Ngoài ra, ứng dụng công nghệ còn giúp công ty nâng cao hiệu quả, cải tiến quy trình sản xuất, tiết kiệm nguyên vật liệu và nguồn lao động,...

**Yếu tố môi trường tự nhiên & cơ sở vật chất:** Môi trường tự nhiên bao gồm môi trường vật chất và tài nguyên thiên nhiên cần thiết. Đây là nguyên liệu đầu vào trong

quá trình sản xuất của doanh nghiệp. Về cơ bản, những thay đổi bất ngờ của môi trường tự nhiên, chẳng hạn như sự thay đổi đột ngột của thời tiết, khí hậu, hoặc thiên tai có thể tác động đáng kể đến hoạt động và chiến dịch của doanh nghiệp.

Ở nhiều nơi trên thế giới, đặc biệt là các thành phố lớn, nước, không khí và đất đai đang bị ô nhiễm ở mức báo động. Công nghiệp hóa gây ra hiện tượng nóng lên toàn cầu. Sự gia tăng dân số, cách sinh hoạt và xử lý rác thải của con người đã khiến lượng rác thải ra môi trường ngày càng nhiều và không có dấu hiệu dừng lại.

Việc các nguồn tài nguyên thiên nhiên bị khai thác quá mức khiến cho hệ sinh thái bị mất cân bằng từ đó gây nên các hiện tượng biến đổi khí hậu, tuyệt chủng ở động vật... Điều này ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động kinh doanh và tiếp thị của doanh nghiệp.

**Môi trường vi mô bao gồm các yếu tố:**

**Thị trường**

**Khách hàng** là những cá nhân tổ chức có nhu cầu về sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp cung cấp. Mối quan hệ giữa khách hàng và doanh nghiệp là mối quan hệ qua lại. Yếu tố khách hàng có ảnh hưởng rất lớn trong chiến lược thu hút kinh doanh của từng doanh nghiệp. Nắm bắt được thị phần khách hàng riêng sẽ giúp doanh nghiệp đứng vững.

**Đối thủ cạnh tranh** bao gồm các đối thủ cạnh tranh trực tiếp hiện tại và các đối thủ tiềm tàng. *Đối thủ cạnh tranh hiện tại* là các doanh nghiệp trong cùng một mảng thị trường, đã có vị thế vững vàng tương đương. Số lượng, quy mô và sức mạnh của các đối thủ cạnh tranh hiện tại có ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. *Đối thủ tiềm tàng* là các doanh nghiệp hiện chưa ra mặt cạnh tranh nhưng vẫn có khả năng cạnh tranh trong tương lai. Đối thủ tiềm tàng càng nhiều càng ảnh hưởng tới chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp trong tương lai.

**Nhà cung cấp** là những cá nhân doanh nghiệp có khả năng sản xuất ra các yếu tố đầu vào trong chu trình sản xuất và cung cấp dịch vụ của các doanh nghiệp. Số lượng, chất lượng của các nhà cung cấp sẽ ảnh hưởng tới chất lượng và giá thành của sản phẩm làm ra, từ đó ảnh hưởng tới hiệu quả sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp

**Môi trường nội bộ tổ chức bao gồm:**

**Cổ đông** là các cá nhân hay tổ chức nắm giữ quyền sở hữu hợp pháp một phần hay toàn bộ phần vốn góp (cổ phần) của một công ty cổ phần. Chứng chỉ xác nhận quyền sở hữu này gọi là cổ phiếu. Về bản chất, cổ đông là thực thể đồng sở hữu công ty cổ phần chứ không phải là chủ nợ của công ty đó do vậy quyền lợi và nghĩa vụ của họ gắn liền với kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

**Văn hóa tổ chức** là khuôn khổ của các giá trị, tầm nhìn, chuẩn mực và thói quen được chia sẻ bởi các thành viên của một tổ chức. Văn hóa kinh doanh ảnh hưởng đến cách

các nhân viên trong doanh nghiệp tương tác với nhau, khách hàng của họ và các bên liên quan khác.

**Cơ cấu tổ chức** là cách thức mà doanh nghiệp được tổ chức để tiến hành các hoạt động của mình. Các tổ chức có thể được thiết lập theo mặt phẳng, với rất ít cấp bậc hoặc được thiết lập theo chiều thẳng đứng với nhiều cấp độ phân cấp. Cách thức tổ chức của một tổ chức sẽ ảnh hưởng đến cách quản lý doanh nghiệp và mức độ kiểm soát của từng nhân viên đối với công việc của họ.

**Cấu trúc quản lý** là cách thức quản lý doanh nghiệp. Quản lý có thể được tập trung, trong đó tất cả các quyết định từ cấp trên được đưa xuống toàn doanh nghiệp hoặc có thể được phân cấp, trong đó việc ra quyết định được phân phối trong toàn tổ chức và các quyết định được đưa ra gần hơn với các hoạt động hoặc vấn đề liên quan.

(Theo Shawn Grimsley, *What Is Business Environment?*, Study.com)

### ***1.3 Vai trò của việc phân tích môi trường kinh doanh***

Tình huống:

Có một người chăn cừu quyết định đưa đàn cừu của mình lên sống ở phía bắc. Lúc đầu, khí hậu rất thích hợp cho đàn cừu, nên chúng sống rất phồn thịnh, thoải mái. Cũng chính vì thế mà lũ cừu trở nên lười biếng. Rồi mùa đông đến, nhiệt độ xuống rất thấp, khiến lũ cừu không thể chịu đựng nổi, nhiều con đã chết rét. Người chăn cừu rất lo lắng. Anh ta suy nghĩ mãi, rồi đưa ra một giải pháp có vẻ liều lĩnh: thả vài con sói vào bầy cừu. Lúc này, bầy cừu cảm thấy tính mạng của chúng đang bị đe dọa nên không ngừng chạy trốn sự truy đuổi của chó sói. Chính sự vận động ấy đã giúp chúng chống lại cái rét, và số cừu chết ít hơn trước đây khá nhiều.

Có thể thấy, chính những mối nguy hiểm lại khiến chúng ta sống tốt hơn. Một công ty cũng vậy, chỉ có thể phát triển tốt hơn khi luôn có ý thức về nguy cơ từ phía môi trường kinh doanh để không quá chìm đắm trong thành công.

Môi trường kinh doanh và doanh nghiệp có mối quan hệ hai chiều. Nếu biết tận dụng các cơ hội và phân tích môi trường kinh doanh sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp phát triển vượt bậc trong giai đoạn chuyển đổi số hiện nay. Tuy nhiên nó cũng có những ràng buộc kìm hãm sự phát triển nhất định nếu như doanh nghiệp không có sự thích ứng phù hợp với môi trường kinh doanh hiện tại.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng có những tác động lên môi trường kinh doanh trong việc đóng góp ngân sách đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng. Nhưng nó cũng có thể huỷ hoại môi trường kinh doanh bằng sự ô nhiễm, gây ra nạn thất nghiệp, các tệ nạn xã hội, tham ô tiêu cực...

Phân tích môi trường kinh doanh của doanh nghiệp là việc tập trung vào tất cả các yếu tố cả bên trong và bên ngoài doanh nghiệp nhằm xác định các điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp. Việc phân tích môi trường kinh doanh đã trở thành cơ sở để xây dựng ma trận phân tích và đánh giá tổng hợp về các yếu tố của doanh nghiệp

Doanh nghiệp có phát triển bền vững và hiệu quả hay không phụ thuộc rất nhiều vào môi trường kinh doanh. Hiểu rõ về môi trường kinh doanh sẽ giúp các doanh nghiệp thấu hiểu và biết được khách hàng thực sự muốn gì. Đồng thời, khi hiểu rõ được môi trường kinh doanh sẽ giúp các doanh nghiệp biết được những ưu và nhược điểm của mình, đối thủ cạnh tranh ra sao, những cơ hội, thách thức sẽ gặp phải để đưa ra những chiến lược phát triển cụ thể.

### **CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1:**

Câu 1: Trình bày khái niệm môi trường

Câu 2: Trình bày khái niệm môi trường kinh doanh

Câu 3: Phân biệt các loại môi trường kinh doanh

Câu 4: Môi trường kinh doanh và doanh nghiệp có mối quan hệ như thế nào? Vì sao doanh nghiệp cần phải phân tích môi trường kinh doanh?

Câu 5: Môi trường kinh doanh vĩ mô bao gồm những yếu tố nào? Theo em đâu là yếu tố quan trọng nhất?

Câu 6: Môi trường kinh doanh vi mô bao gồm những yếu tố nào? Theo em đâu là yếu tố quan trọng nhất?

Câu 7: Môi trường nội bộ doanh nghiệp bao gồm những yếu tố nào? Theo em đâu là yếu tố quan trọng nhất?

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2017), *Giáo trình Quản trị kinh doanh (Tập I)*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
2. Học viện Tài chính (2013), *Giáo trình Quản trị kinh doanh*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội Luật du lịch 2017



## CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG VĨ MÔ

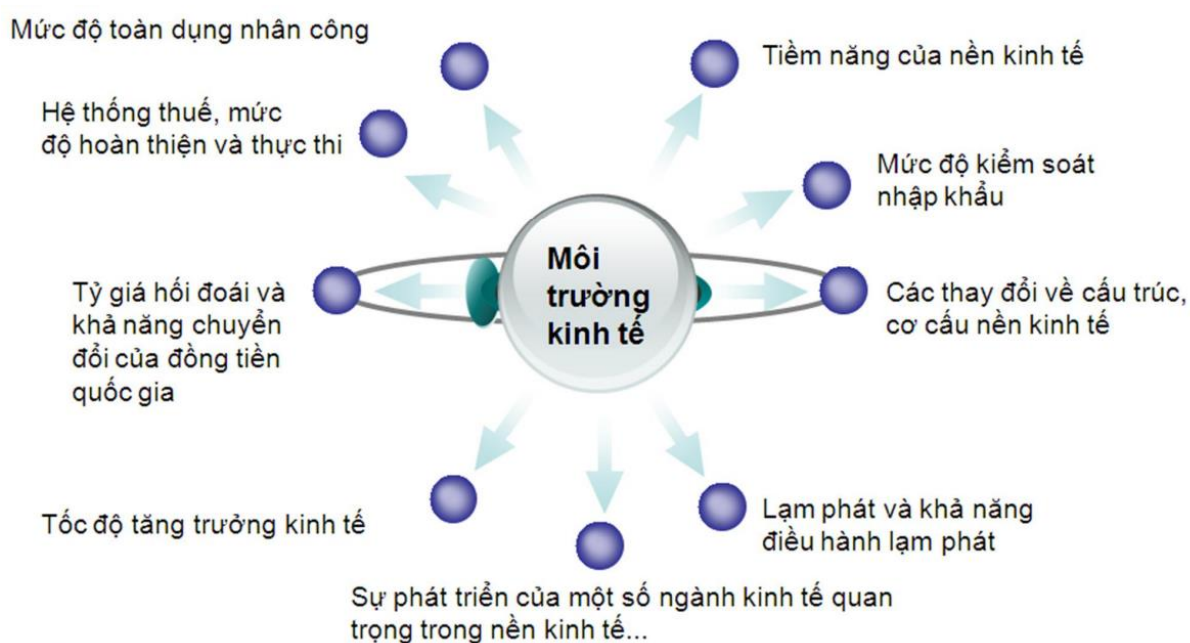
*Sau khi kết thúc chương này, học sinh có thể:*

- Hiểu các yếu tố trong môi trường kinh doanh vĩ mô
- Giải thích được các đặc trưng cơ bản của môi trường vĩ mô tác động đến hoạt động kinh doanh các doanh nghiệp

### 1. Khái niệm môi trường kinh doanh vĩ mô

Môi trường vĩ mô là tập hợp của các yếu tố là những nguồn lực, tác động bên ngoài có khả năng tác động, chịu ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực hoặc tiêu cực đến các hoạt động của một doanh nghiệp. Khác với các yếu tố của môi trường vi mô, môi trường vĩ mô có khả năng gây ảnh hưởng tới toàn bộ nền kinh tế chứ không phải trong một lĩnh vực hoặc một khu vực cụ thể.

Môi trường vĩ mô bao gồm các yếu tố sau:



## **2. Các yếu tố trong môi trường kinh doanh vĩ mô:**

### **2.1 Môi trường kinh tế**

#### **2.1.1 Mức độ toàn dụng nhân công:**

Toàn dụng nhân công trong tiếng Anh được gọi là full employment.

Toàn dụng nhân công là trạng thái của nền kinh tế mà tất cả mọi người thuộc lực lượng lao động (trong độ tuổi lao động, có khả năng lao động, có nhu cầu làm việc với mức lương hiện hành trên thị trường lao động) đều có việc làm.

Nền kinh tế chỉ tồn tại thất nghiệp tự nhiên. Chỉ có những người không chấp nhận làm việc ở mức lương chung của thị trường mới không có việc làm. Các dạng thất nghiệp được tính vào thất nghiệp tự nhiên gồm thất nghiệp tạm thời, thất nghiệp cơ cấu và thất nghiệp theo lí thuyết cổ điển. Ở trạng thái toàn dụng lao động, nguồn nhân lực trong nền kinh tế được sử dụng đạt hiệu quả tối ưu.

Toàn dụng nhân công xảy ra tại mức sản lượng tiềm năng.

Sản lượng tiềm năng ( $Y_p$  - Potential output) là mức sản lượng mà nền kinh tế đạt được tương ứng với mức tỉ lệ thất nghiệp tự nhiên ( $U_n$  - natural rate of unemployment) và tỉ lệ lạm phát vừa phải mà nền kinh tế có thể chấp nhận được.

Sản lượng tiềm năng có thể được hiểu khi một nền kinh tế có thể vận dụng tất cả nguồn lực của mình như lực lượng lao động, thiết bị, công nghệ, tài nguyên thiên nhiên và những nguồn lực khác được sử dụng đầy đủ; hoặc GDP của nền kinh tế có thể đạt được khi áp dụng đúng nguồn lực của mình.

Một nền kinh tế sản xuất tại sản lượng tiềm năng có thể được gọi là nền kinh tế có việc làm đầy đủ.

Sản lượng tiềm năng ( $Y_p$ ) chưa phải là mức sản lượng tối đa, đồng thời nó có khuynh hướng tăng lên theo thời gian (do khả năng sản xuất của nền kinh tế luôn có khuynh hướng tăng lên).

Trong thực tế, sản lượng thực tế ( $Y_a$ ) luôn biến động xoay quanh sản lượng tiềm năng  $Y_p$  nên tỉ lệ thất nghiệp và tỉ lệ lạm phát cũng biến động, tạo ra chu kì kinh doanh.

- Khi  $Y_a = Y_p$ : Nghĩa là khi sản lượng thực tế bằng sản lượng tiềm năng, nền kinh tế đạt trạng thái toàn dụng.

- Khi  $Y_a < Y_p$ : Nghĩa là khi sản lượng thực tế nhỏ hơn sản lượng tiềm năng, nền kinh tế đang trong trạng thái khiếm dụng. Nghĩa là lúc này  $U_a > U_n$  (thất nghiệp thực tế lớn hơn thất nghiệp tự nhiên). Phần cao hơn (là thất nghiệp chu kỳ) có thể được ước tính theo định luật Okun.

### 2.1.2 Hệ thống thuế

Hệ thống thuế trong tiếng Anh gọi là Tax system.

Hệ thống thuế là tổng hợp các sắc thuế khác nhau có mối quan hệ thống nhất, biện chứng, phụ thuộc nhau, cùng hướng vào một mục tiêu chung nhằm thực hiện các nhiệm vụ nhất định của Nhà nước trong từng thời kỳ.

*Phân loại thuế:*

- Phân loại theo đối tượng chịu thuế

+ Thuế thu nhập bao gồm các sắc thuế có đối tượng chịu thuế là thu nhập nhận được. Thu nhập này được hình thành từ nhiều nguồn khác nhau: thu nhập từ lao động dưới dạng tiền lương, tiền công; thu nhập từ hoạt động sản xuất kinh doanh dưới dạng lợi nhuận, lợi tức, cổ phần...

Do vậy, thuế thu nhập cũng có nhiều hình thức khác nhau: thuế thu nhập cá nhân, thuế thu nhập công ty, thuế thu nhập doanh nghiệp...

+ Thuế tiêu dùng là các loại thuế có đối tượng chịu thuế là phần thu nhập được mang tiêu dùng trong hiện tại. Trong thực tế loại thuế tiêu dùng được thể hiện dưới nhiều dạng như thuế doanh thu, thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế giá trị gia tăng...

+ Thuế tài sản là các loại thuế có đối tượng chịu thuế là giá trị tài sản. Tài sản có nhiều hình thức biểu hiện: tài sản tài chính gồm tiền mặt, tiền gửi, chứng khoán, thương phiếu...; tài sản cố định gồm nhà cửa, đất đai, xe cộ..., tài sản vô hình như nhãn hiệu, kỹ thuật và lợi thế thương mại.

Nói chung thuế tài sản thường đánh trên giá trị của tài sản cố định gọi là thuế bất động sản, đánh trên tài sản chính gọi là thuế động sản.

- Phân loại theo phương thức đánh thuế

+ Thuế trực thu là loại thuế đánh trực tiếp vào thu nhập hoặc tài sản của người nộp thuế. Vì người nộp thuế trực thu là người trả thuế cuối cùng trong một chu kỳ sản xuất kinh doanh nên khả năng và cơ hội chuyển dịch gánh nặng thuế của người nộp thuế cho người khác trở nên khó khăn hơn.

Thuế trực thu thường bao gồm các sắc thuế có cơ sở đánh thuế là thu nhập nhận được. Chúng có thể gồm: thuế thu nhập cá nhân, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế nhà đất...

+ Thuế gián thu là loại thuế không trực tiếp đánh vào thu nhập và tài sản của người nộp thuế mà đánh một cách gián tiếp thông qua giá cả hàng hóa và dịch vụ.

Người sản xuất hàng hóa và cung ứng dịch vụ cộng thêm phần thuế vào trong giá bán hàng hóa và dịch vụ của mình. Khi hàng hóa và dịch vụ được bán, người sản xuất thay mặt người tiêu dùng nộp khoản thuế gián thu cho nhà nước.

Thuế gián thu mang tính chất thuế lũy thoái vì mức thuế không phụ thuộc vào thu nhập có khả năng nhận được của người nộp thuế. Thuế gián thu bao gồm: thuế giá trị gia tăng, thuế tiêu thụ đặc biệt, thuế xuất khẩu và nhập khẩu.

- Phân loại theo phạm vi thẩm quyền về thuế

Tùy theo phạm vi và thẩm quyền trong việc ban hành chính sách, chế độ thuế, hệ thống thuế có thể được chia thành thuế Trung ương và thuế địa phương. Thuế Trung ương là các hình thức thuế do các cơ quan đại diện chính quyền Nhà nước ở Trung ương ban hành, còn thuế địa phương là do chính quyền địa phương ban hành.

Tuy nhiên, không phải tất cả các loại thuế Trung ương đều nộp hết vào ngân sách Trung ương mà một phần của thuế Trung ương có thể được trích vào ngân sách địa phương.

### **2.1.3 Tỷ giá hối đoái**

Hiểu một cách đơn giản, tỷ giá hối đoái (Exchange Rate) chính là giá trị đồng tiền của một nước được thể hiện bằng đồng tiền của một nước khác. Chẳng hạn như tỷ giá hối đoái của USD vào ngày 26/11/2021 là 22.672 VND. Điều đó có nghĩa 1 USD có thể đổi được 22.672 VND.

Có một điều bạn cần lưu ý rằng khi đến các quầy giao dịch tại ngân hàng, bạn sẽ luôn thấy có 2 loại tỷ giá hối đoái. Đó là tỷ giá mua và tỷ giá bán. Tỷ giá mua luôn cao hơn

tỷ giá bán một lượng nhất định. Điều này có nghĩa rằng ngân hàng luôn thu mua ngoại tệ với giá rẻ hơn mà ngân hàng bán ra. Khoản chênh lệch này chính là tiền lãi mà ngân hàng kiếm được từ dịch vụ của mình.

Ví dụ: Tỷ giá hối đoái USD vào ngày 26/11/2021 có tỷ giá mua là 22.500 VND và tỷ giá bán là 22.700 VND. Như vậy, khi bán 1 USD cho ngân hàng thì bạn sẽ nhận được 22.500 VND (theo tỷ giá mua). Ngược lại, nếu mua 1 USD từ ngân hàng thì bạn phải bỏ ra số tiền là 22.700 VND (theo tỷ giá bán). Lúc này, khoảng chênh lệch 200 đồng chính là tiền lãi mà ngân hàng kiếm được.

Tỷ giá hối đoái là một thuật ngữ cực kỳ quan trọng. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến xuất khẩu và nhập khẩu của một quốc gia. Hay có thể nói bao quát hơn là cả nền kinh tế của quốc gia đó. Để hiểu hơn về mối quan hệ giữa tỷ giá hối đoái và xuất nhập khẩu, bạn cần phải biết khi nào một đồng tiền sẽ trở nên mạnh hơn và ngược lại.

Người ta sẽ nói đồng USD mạnh hơn khi đồng tiền này có thể đổi được nhiều VND hơn. Ví dụ, thay vì  $1 \text{ USD} = 23.000 \text{ VND}$  thì nó đã có thể đổi được 25.000 VND. Lúc này, ta nói đồng USD đã trở nên mạnh hơn. Ngược lại, USD sẽ yếu hơn khi nó đổi được ít VND hơn.

Một đồng đô la mạnh hơn sẽ giúp thúc đẩy nhập khẩu của Mỹ. Bởi vì giờ đây, hàng hóa của Việt Nam sẽ trở nên rẻ hơn đối với người Mỹ. Từ đó, họ sẽ có xu hướng chi tiêu mạnh tay hơn đối với các hàng hóa đến từ Việt Nam. Trong khi đó, một đồng đô la yếu hơn sẽ giúp thúc đẩy xuất khẩu. Bởi vì điều đó làm cho hàng hóa nước Mỹ trở nên rẻ hơn đối với khách hàng nước ngoài.

Nhìn chung, có 3 chế độ tỷ giá hối đoái điển hình trên thị trường. Bao gồm tỷ giá thả nổi, tỷ giá cố định và tỷ giá thả nổi có điều tiết.

Tỷ giá thả nổi (Floating Exchange Rate): Hiểu một cách đơn giản thì tỷ giá thả nổi phụ thuộc hoàn toàn vào quy luật cung cầu. Nhà nước sẽ không can thiệp vào sự thay đổi của tỷ giá với bất kỳ hình thức nào.

Tỷ giá hối đoái thả nổi là loại tỷ giá được xác định dựa trên mối quan hệ cung – cầu trên thị trường ngoại hối. Tỷ giá này thay đổi phụ thuộc hoàn toàn vào nhu cầu của thị trường mà không có bất kỳ một sự can thiệp nào từ phía nhà nước.

Việc sử dụng chế độ tỷ giá hối đoái này sẽ giúp cho nguồn lực được cân bằng và phân bổ hiệu quả. Chế độ tỷ giá hối đoái thả nổi giúp cho nền kinh tế thế giới được ổn định, cán cân thanh toán trở nên cân bằng, hạn chế được các rủi ro và bất lợi đối với nền kinh tế. Tuy nhiên, thực tế trên thế giới hiện nay không có một quốc gia nào áp dụng chế độ tỷ giá hối đoái này. Đa phần các chính phủ sẽ can thiệp nhằm hạn chế những biến động mạnh của tỷ giá hối đoái ảnh hưởng đến nền kinh tế trong nước.

Ví dụ, Mỹ quyết định mua 1000 tấn cá của Việt Nam. Vì vậy, Mỹ phải đổi một số lượng lớn USD thành VND để trả tiền cho ngư dân Việt Nam. Điều này sẽ làm tăng nhu cầu VND trên thị trường. Từ đó thúc đẩy VND tăng giá và trở nên mạnh hơn. Lưu ý rằng trong trường hợp này, nhà nước Việt Nam sẽ không có bất kỳ động thái nào để can thiệp đến sự thay đổi của tỷ giá.

Tỷ giá cố định (Fixed Exchange Rate) Với chế độ này thì giá trị của một đồng tiền sẽ được gắn cố định với giá trị của một đồng tiền khác. Thông thường, điều này sẽ cần sự can thiệp của Chính phủ. Tỷ giá hối đoái cố định là tỷ giá được ngân hàng nhà nước thiết lập và duy trì. Việc sử dụng tỷ giá hối đoái cố định giúp cho môi trường đầu tư nước ngoài ổn định, làm giảm tỷ lệ lạm phát đồng thời giảm thiểu tối đa sự biến động của thị trường. Tuy nhiên, chế độ tỷ giá hối đoái này lại không được sử dụng tại các quốc gia trên thế giới. Bởi lẽ, việc duy trì chế độ tỷ giá này trong một thời gian dài có thể dẫn đến mất cân bằng cán cân thanh toán.

Trở lại ví dụ bên trên thì khi VND mạnh hơn sẽ góp phần làm cho USD bị mất giá. Giả sử, lúc này 1 USD chỉ có thể đổi được 20.000 VND thay vì 23.000 VND như trước. Trong khi đó, chính phủ Việt Nam lại muốn tỷ giá này cố định ở mức 1 USD = 23.000 VND. Vậy nên, chính phủ sẽ thực hiện một số hành động để cân bằng lại tỷ giá giữa USD và VND.

Tỷ giá thả nổi có điều tiết (Manage Exchange Rate) Đây là một chế độ tỷ giá đặc biệt được kết hợp từ 2 chế độ trước. Tức là vừa thả nổi nhưng lại vừa có sự can thiệp của nhà nước. Tỷ giá này biến động theo mối quan hệ cung – cầu trên thị trường nhưng vẫn có sự can thiệp của ngân hàng trung ương. Đây là chế độ tỷ giá hối đoái đang được đa số các quốc gia trên thế giới áp dụng.

Chế độ tỷ giá hối đoái thả nổi có điều tiết tương đối ổn định nên góp phần ổn định kinh tế, thúc đẩy sự phát triển của các quan hệ kinh tế, đảm bảo tính độc lập tương đối của các chính sách tiền tệ...

Trong trường hợp thị trường ngoại hối có biến động quá lớn, ảnh hưởng đến an toàn chung nền kinh tế thì ngân hàng trung ương sẽ đưa ra các giải pháp cần thiết giúp ổn định lại thị trường.

Phân loại tỷ giá hối đoái

Hiện nay trên thị trường đang có rất nhiều cách phân loại tỷ giá hối đoái khác nhau. Mỗi cách phân loại sẽ dựa vào những đặc điểm riêng biệt. Cụ thể một số cách phân loại tỷ giá hối đoái như sau:

Dựa vào đối tượng xác định tỷ giá

Theo cách phân loại này sẽ có 2 loại tỷ giá hối đoái như sau:

Tỷ giá hối đoái chính thức: Do Ngân hàng Nhà nước xác định và công bố. Dựa trên tỷ giá này thì các ngân hàng thương mại hay các đơn vị tín dụng sẽ tính được tỷ giá mua vào, bán ra, hoán đổi của một cặp tiền tệ.

Tỷ giá hối đoái thị trường: Được xác định dựa trên mối quan hệ cung cầu của thị trường ngoại hối.

Dựa vào giá trị của tỷ giá

Tỷ giá hối đoái danh nghĩa: Tỷ giá hiện tại của một loại tiền tệ mà không tính đến yếu tố lạm phát.

Tỷ giá hối đoái hoán thực: Tỷ giá hiện tại của một đồng tiền tệ có tính đến yếu tố lạm phát.

Dựa vào phương thức chuyển ngoại hối

Tỷ giá điện hối: là tỷ giá chuyển ngoại hối bằng điện. Tỷ giá này thường được niêm yết tại các ngân hàng và là cơ sở để xác định các loại tỷ giá khác.

Tỷ giá thư hối: là tỷ giá chuyển ngoại hối bằng thư. Thông thường thì tỷ giá thư hối sẽ thấp hơn so với tỷ giá điện hối.

Dựa vào thời điểm giao dịch ngoại hối

Tỷ giá mua: Tỷ giá mà ngân hàng chấp nhận mua ngoại hối

Tỷ giá bán: Tỷ giá mà ngân hàng đồng ý bán ngoại hối ra

Thông thường để đảm bảo lợi nhuận cho các ngân hàng thì tỷ giá bán bao giờ cũng sẽ lớn hơn tỷ giá mua

Dựa vào kỳ hạn thanh toán

Tỷ giá giao ngay: là tỷ giá do các tổ chức tín dụng niêm yết tại thời điểm giao ngay hoặc do 2 bên đưa ra thỏa thuận. Việc thanh toán bắt buộc phải thực hiện trong vòng 2 ngày kể từ ngày cam kết.

Tỷ giá kỳ hạn: là tỷ giá do tổ chức tín dụng tự tính hoặc thỏa thuận giữa 2 bên. Tuy nhiên tỷ giá này phải đảm bảo nằm trong biên độ quy định về tỷ giá kỳ hạn của Ngân hàng nhà nước.

Phương pháp xác định tỷ giá hối đoái là cách thức hình thành tỷ giá hối đoái. Mỗi quốc gia ở mỗi thời kỳ sẽ có những phương pháp xác định tỷ giá hối đoái khác nhau. Tuy nhiên đều được xác định thông qua 2 phương pháp cơ bản là: tiếp cận thị trường tài sản và tiếp cận thị trường tiền tệ.

Phương pháp tiếp cận thị trường tiền tệ

Theo phương pháp này thì tỷ giá hối đoái được xác định dựa trên lý thuyết ngang bằng về sức mua.

Như vậy:

+ Khi các điều kiện khác không thay đổi, lượng cung tiền tương đối của một nước tăng lên thì tỷ lệ tỷ giá hối đoái giữa đồng tiền nước đó với đồng tiền nước khác cũng tăng theo.

+ Tương tự, khi các điều kiện khác như nhau, tỷ lệ lạm phát tăng sẽ kéo theo sự gia tăng của tỷ giá hối đoái.

+ Các điều kiện khác không thay đổi, sự gia tăng của thu nhập sẽ làm tăng tỷ giá hối đoái.

Phương pháp tiếp cận thị trường tài sản



Theo phương pháp tiếp cận thị trường tài sản, người ta xem tỷ giá hối đoái là giá cả tương đối của hai tài sản với nhau, được tính dựa trên sức mua tương lai của tài sản đó.

Chính vì vậy, theo phương pháp này thì tỷ giá hối đoái sẽ chịu sự tác động của các yếu tố như:

- + Tỷ suất sinh lời dự kiến của khoản tiền được giao dịch trên thị trường ngoại hối
- + Khả năng chuyển đổi tài sản
- + Các rủi ro của tài sản

### **Các yếu tố ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái:**

#### Tỷ lệ lạm phát

Việc thay đổi tỷ lệ lạm phát là nguyên nhân trực tiếp ảnh hưởng sâu sắc đến tỷ giá hối đoái. Tỷ lệ lạm phát trong nước cao hơn nước ngoài thì tỷ giá hối đoái tăng, tức là giá trị đồng nội tệ giảm. Ngược lại, tỷ lệ lạm phát trong nước thấp hơn nước ngoài tức là tỷ giá hối đoái giảm, giá trị đồng nội tệ tăng.

#### Lãi suất

Lãi suất có tác động không hề nhỏ đến các hoạt động đầu tư nước ngoài. Điều này làm ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái. Khi lãi suất trong nước thấp hơn nước ngoài dẫn đến tỷ giá hối đoái tăng, đồng nội tệ giảm. Và ngược lại, trong trường hợp lãi suất trong nước cao hơn nước ngoài thì tỷ giá hối đoái giảm, đồng nội tệ tăng.

#### Nợ công

Bên cạnh tỷ lệ lạm phát, lãi suất thì nợ công cũng là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái. Bởi lẽ, nợ công tăng dẫn đến tỷ lệ lạm phát tăng cao, điều này gây ra tác động gián tiếp đến tỷ giá hối đoái.

#### Trao đổi thương mại

Yếu tố trao đổi thương mại ở đây sẽ bao gồm 2 yếu tố là tình hình tăng trưởng kinh tế và cán cân thương mại.

+ Tình hình tăng trưởng kinh tế: Trong trường hợp tốc độ tăng giá của các sản phẩm xuất khẩu cao hơn so với tốc độ tăng giá của các sản phẩm nhập khẩu tức là tỷ lệ trao đổi thương mại tăng. Điều này làm cho đồng nội tệ tăng, tỷ giá giảm. Và ngược lại.

+ Cán cân thanh toán: Cán cân thanh toán quốc tế cao thì đồng nội tệ giảm, đồng ngoại tệ tăng dẫn đến tỷ giá hối đoái tăng. Ngược lại, nếu cán cân thanh toán quốc tế giảm sẽ làm cho đồng ngoại tệ giảm, đồng nội tệ tăng làm cho tỷ giá hối đoái giảm.

Ngoài ra thì còn một số yếu tố khác ảnh hưởng đến tỷ giá hối đoái như: chính trị, thu nhập, thâm hụt tài khoản vãng lai...

Tỷ giá hối đoái có vai trò rất quan trọng đối với nền kinh tế quốc dân. Do đó, chính phủ luôn quan tâm, điều giá để nền kinh tế đi vào hoạt động ổn định. Sau đây là một số vai trò của tỷ giá hối đoái với nền kinh tế.

Tỷ giá hối đoái là công cụ quan trọng để so sánh sức mua của đồng nội tệ với đồng ngoại tệ. Từ đó đánh giá được giá cả hàng hóa trong nước với nước ngoài, năng suất lao động trong nước với nước ngoài...

Tỷ giá hối đoái ảnh hưởng đến hoạt động xuất nhập khẩu của quốc gia. Trong trường hợp tỷ giá hối đoái tăng tức là giá cả của hàng hóa xuất khẩu quốc gia đó thấp hơn so với sản phẩm cùng loại trên thị trường nước ngoài, điều này làm tăng sức cạnh tranh của hàng hóa.

Tỷ giá hối đoái ảnh hưởng đến tỷ lệ lạm phát và tăng trưởng kinh tế. Khi mà tỷ giá hối đoái tăng khiến cho giá hàng hóa nhập khẩu đắt hơn, làm tăng tỷ lệ lạm phát. Ngược lại, tỷ giá hối đoái giảm tức là đồng nội tệ tăng lên, giá hàng hóa nhập khẩu rẻ hơn, tỷ lệ lạm phát được kiểm chế ở mức vừa phải.

#### ***2.1.4 Khả năng chuyển đổi của đồng tiền***

Khả năng chuyển đổi (convertibility) là tính chất của một đồng tiền thể hiện ở chỗ người giữ nó có thể tự do trao đổi để lấy đồng tiền khác hoặc vàng.

Đồng tiền có khả năng chuyển đổi được gọi là đồng ngoại tệ mạnh.

(Tài liệu tham khảo: Nguyễn Văn Ngọc, Từ điển Kinh tế học, Đại học Kinh tế Quốc dân)

Khả năng chuyển đổi tiền tệ trong tiếng Anh là Currency Convertibility.

Khả năng chuyển đổi tiền tệ là mức độ dễ dàng của việc chuyển đổi tiền tệ của một quốc gia sang vàng hoặc một đồng tiền khác. Khả năng chuyển đổi tiền tệ rất quan trọng đối với thương mại quốc tế vì đồng tiền được sử dụng để thanh toán cho hàng hóa nhập khẩu có thể không phải là tiền nội địa của người mua hàng.

Có hai loại tiền tệ tự do chuyển đổi: tự do chuyển đổi toàn bộ và tự do chuyển đổi một phần.

Tiền tệ tự do chuyển đổi toàn bộ

Tiền tệ tự do chuyển đổi toàn bộ có thể chuyển đổi ra bất cứ loại tiền quốc gia nào mà không cần phải thỏa mãn một điều kiện nào, ví dụ như USD của Mỹ, EURO của châu Âu, GBP của Anh, JPY của Nhật Bản, AUD của Australia, CHF của Thụy Sĩ, CAD của Canada. Hầu hết đó đều là các đồng tiền mạnh của các nền kinh tế phát triển và ổn định. Trong hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế, thường quy định đồng tiền thanh toán là tiền tự do chuyển đổi để tránh rủi ro đồng tiền xuống giá và linh hoạt đổi ra bất cứ tiền nước nào nếu người xuất khẩu muốn.

Tiền tệ tự do chuyển đổi một phần

Với tiền tệ tự do chuyển đổi một phần, việc chuyển đổi của nó phụ thuộc vào một trong 3 yếu tố sau: chủ thể chuyển đổi, mức độ chuyển đổi và nguồn thu nhập tiền tệ

Có hai loại chủ thể chuyển đổi được luật quản lý ngoại hối của các quốc gia phân loại là người cư trú và người phi cư trú. Người cư trú phải có được giấy phép chuyển đổi thì mới đổi được tiền tệ đang nắm giữ, còn người phi cư trú được quyền chuyển đổi tự do

Mức độ chuyển đổi: từ hạng mức nào đó do luật quy định trở lên, muốn chuyển đổi thì phải có giấy phép chuyển đổi ngoại tệ, dưới hạng mức đó thì được tự do chuyển đổi

Nguồn thu nhập tiền tệ: các nguồn thu nhập bằng tiền của những người phi cư trú từ hoạt động kinh doanh thương mại và dịch vụ quốc tế, từ hoạt động đầu tư nước ngoài...tại nước có tiền tệ đó sẽ được chuyển đổi tự do, còn các nguồn thu nhập khác phi thương mại, phi đầu tư muốn chuyển đổi phải có giấy phép.

Khi một quốc gia có khả năng chuyển đổi tiền tệ kém, có nghĩa là rất khó để đổi tiền nước đó sang một loại tiền tệ hoặc phương tiện lưu trữ giá trị khác, điều này sẽ gây ra rủi ro và rào cản thương mại với các nước ngoài không có nhu cầu về đồng nội tệ của nước này.

Thường thì nền kinh tế của một quốc gia và khả năng chuyển đổi của tiền tệ nước đó có mối tương quan với nhau. Nền kinh tế một nước càng mạnh trên phạm vi toàn cầu thì đồng tiền nước đó càng dễ dàng được chuyển đổi sang các loại tiền tệ khác.

Các hạn chế của chính phủ có thể dẫn đến tiền tệ có khả năng chuyển đổi thấp. Ví dụ, một nước có dự trữ ngoại tệ mạnh thấp thường có khả năng chuyển đổi tiền tệ bị hạn chế vì chính phủ nước đó sẽ không có khả năng can thiệp vào thị trường ngoại hối (nâng giá, giảm giá đồng nội tệ) để hỗ trợ đồng tiền của chính nước mình khi cần thiết.

Các quốc gia mà tiền tệ có khả năng chuyển đổi kém phải chịu bất lợi về thương mại quốc tế vì các giao dịch không diễn ra suôn sẻ như các quốc gia có khả năng chuyển đổi tốt. Thực tế này sẽ ngăn cản các quốc gia khác giao dịch với họ. Khả năng chuyển đổi tiền tệ kém có thể khiến kinh tế tăng trưởng chậm hơn vì bỏ lỡ cơ hội thương mại toàn cầu.

Khả năng chuyển đổi tiền tệ tốt đòi hỏi phải có sẵn nguồn cung tiền tệ, đó là lí do tại sao một số quốc gia áp đặt kiểm soát vốn đối với tiền rời khỏi đất nước mình. Khi nền kinh tế rơi vào suy thoái, các nhà đầu tư thường sẽ tìm kiếm đầu tư ra nước ngoài hoặc chuyển đổi tiền của họ thành một trong những đồng tiền trú ẩn an toàn.

Để chống lại điều này và đảm bảo tiền không bị ồ ạt rút ra khỏi đất nước, một số chính phủ đã đưa ra các biện pháp kiểm soát để giảm sự tháo chạy vốn khi nền kinh tế gặp khó khăn.

Kiểm soát vốn phổ biến nhất ở các nước thị trường mới nổi do sự không chắc chắn trong triển vọng kinh tế của họ. Trước cuộc khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997, nhiều quốc gia trong khu vực đã áp dụng các biện pháp kiểm soát vốn chặt chẽ để giảm bớt mối đe dọa từ việc tháo chạy vốn.

Khả năng chuyển đổi tiền tệ rất quan trọng đối với thương mại quốc tế vì đồng tiền được sử dụng để thanh toán cho hàng hóa nhập khẩu có thể không phải là tiền nội địa của người mua hàng.

Khi một quốc gia có khả năng chuyển đổi tiền tệ kém, có nghĩa là rất khó để đổi tiền nước đó sang một loại tiền tệ hoặc phương tiện lưu trữ giá trị khác, điều này sẽ gây ra rủi ro và rào cản thương mại với các nước ngoài không có nhu cầu về đồng nội tệ của nước này.

Thường thì nền kinh tế của một quốc gia và khả năng chuyển đổi của tiền tệ nước đó có mối tương quan với nhau. Nền kinh tế một nước càng mạnh trên phạm vi toàn cầu thì đồng tiền nước đó càng dễ dàng được chuyển đổi sang các loại tiền tệ khác.

Các hạn chế của chính phủ có thể dẫn đến tiền tệ có khả năng chuyển đổi thấp. Ví dụ, một nước có dự trữ ngoại tệ mạnh thấp thường có khả năng chuyển đổi tiền tệ bị hạn chế vì chính phủ nước đó sẽ không có khả năng can thiệp vào thị trường ngoại hối (nâng giá, giảm giá đồng nội tệ) để hỗ trợ đồng tiền của chính nước mình khi cần thiết.

Các quốc gia mà tiền tệ có khả năng chuyển đổi kém phải chịu bất lợi về thương mại quốc tế vì các giao dịch không diễn ra suôn sẻ như các quốc gia có khả năng chuyển đổi tốt. Thực tế này sẽ ngăn cản các quốc gia khác giao dịch với họ. Khả năng chuyển đổi tiền tệ kém có thể khiến kinh tế tăng trưởng chậm hơn vì bỏ lỡ cơ hội thương mại toàn cầu.

Tại Việt Nam, thủ tướng đã có Quyết định số 98/2007/QĐ-TTg phê duyệt Đề án nâng cao tính chuyển đổi của đồng Việt Nam.

Việt Nam có một đồng tiền mạnh, có khả năng chuyển đổi cao là mục tiêu đặt ra không chỉ bây giờ mà đã từ rất lâu. Để hiện thực hóa mục tiêu này, cần những bước đi mạnh mẽ hơn.

Hiểu một cách đơn giản thì một đồng tiền tự do chuyển đổi như USD, Euro, Yên Nhật... là đồng tiền có thể sử dụng tại nhiều nước trên thế giới, hay nói cách khác là được các nước khác chấp nhận trong giao dịch thanh toán. Tất nhiên, VND chưa thể đạt được điều đó, cái đích hướng tới khiêm tốn hơn là nâng cao khả năng chuyển đổi.

Theo Quyết định trên, mục tiêu được hướng tới là bước đầu xây dựng cơ chế để VND tham gia thanh toán xuất nhập khẩu, bước đầu cho VND tham gia quan hệ vay, trả nợ nước ngoài và đầu tư của nước ngoài vào Việt Nam.

Theo ông Lê Xuân Nghĩa, Vụ trưởng Vụ Chiến lược phát triển ngân hàng (Ngân hàng Nhà nước) thì một đồng tiền được chuyển đổi phụ thuộc vào 4 yếu tố. Cụ thể là tự do hoá các giao dịch vãng lai; nói lỏng các giao dịch tài khoản vốn (nguồn vốn vào - ra không gặp trở ngại); thả nổi tỷ giá hối đoái; và cuối cùng là phải có thị trường tài chính, đặc biệt là thị trường hối đoái mở.

Xét về từng yếu tố thì hai yêu cầu đầu tiên về cơ bản đã được giải quyết về mặt pháp lý. Việc tự do hóa các giao dịch vãng lai đã được áp dụng và được Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) công nhận.

Đối với tài khoản vốn, việc nói lỏng dần dần cũng được xây dựng và thể hiện về căn bản không có sự ngăn cản về dòng vốn ra và vào.

Còn đối với tỷ giá, ông Nghĩa cho biết, hiện đối với các loại ngoại tệ, về cơ bản tỷ giá đã được tự do, duy chỉ có USD là đang được kiểm soát khá chặt, tỷ giá giao dịch hàng ngày của các ngân hàng chỉ trong biên độ  $\pm 0,5\%$  so với tỷ giá chính thức được công bố.

Đối với yêu cầu cuối cùng thì Việt Nam vẫn chưa xây dựng được hoàn chỉnh. Việc phải có thị trường tài chính và thị trường hối đoái mở ở đây được hiểu là thị trường phải được thông thương với thị trường tài chính, tiền tệ quốc tế.

"Tức là Tp.HCM hoặc Hà Nội sẽ phải trở thành trung tâm giao dịch tiền tệ lớn và các tác động từ bên ngoài vào Việt Nam và các tác động từ Việt Nam có thể vào ra tương đối dễ dàng", ông Nghĩa nói và cho biết, "cho đến bây giờ, đồng Việt Nam đã có chuyển đổi ở mức độ hẹp chứ không phải không có, còn khả năng chuyển đổi hoàn toàn cần phải có thời gian".

Nếu chỉ nhìn vào các yếu tố trên thì có thể thấy, mục tiêu nâng cao sức chuyển đổi của đồng Việt Nam đã có những bước đi dài. Tuy nhiên, trên thực tế lại không giống hoàn toàn các quy định về mặt pháp lý đã có được.

Theo ông Nghĩa, nói tự do hoá các giao dịch vãng lai, về mặt các quy định pháp lý tưởng chừng như không có gì khó khăn, nhưng trên thực tế có vô vàn những giấy phép con. Còn đối với tự do hoá giao dịch tài khoản vốn cũng tương tự, vốn vào - ra Việt Nam không đơn giản chút nào.

Thực tế đã xảy ra là doanh nghiệp muốn chuyển tiền về thì Ngân hàng Nhà nước nói cần phải có giấy phép kinh doanh loại ngành hàng đó, doanh nghiệp đi xin giấy phép kinh doanh ngành hàng đó thì sơ kế hoạch và đầu tư trả lời là cần phải được chấp nhận của Ngân hàng Nhà nước về chuyển tiền vào.

Theo ông Nghĩa, câu chuyện “con gà - quả trứng” như vậy rất phổ biến, đó là những nhân tố làm cho khả năng chuyển đổi của đồng Việt Nam rất kém. Do đó, không chỉ gỡ về mặt pháp lý mà còn phải gỡ cả thói quen quản lý cũ.

Ngoài những vấn đề trên, Việt Nam còn có những chót chặn khác như tỷ lệ đầu tư của nước ngoài vào doanh nghiệp Việt Nam tối đa chỉ là 49%, tỷ lệ đầu tư của ngân hàng nước ngoài vào ngân hàng Việt Nam tối đa là 30%.

"Đây là những hạn chế, khiến cho tự do hoá giao dịch vãng lai và giao dịch vốn không phải hoàn toàn tự do như pháp luật quy định, như là chúng ta mong muốn", ông Nghĩa nhận định.

"Thế nên, với cơ sở pháp lý hiện hành mà chúng ta khắc phục được cơ chế lâu nay thì có thể hy vọng đến năm 2025, đồng Việt Nam có khả năng chuyển đổi lớn, cỡ độ khoảng năm chục phần trăm là có thể đạt được", ông Nghĩa nói.

Theo Quyết định 98 thì Ngân hàng Nhà nước cần tiếp tục đổi mới chính sách quản lý ngoại hối theo hướng tự do hóa nhiều hơn và tăng dự trữ ngoại hối. Bộ Thương mại phối hợp với Ngân hàng Nhà nước tạo điều kiện cho VND tham gia quan hệ thanh toán xuất nhập khẩu, giảm và tiến tới xóa bỏ danh mục ưu tiên bán ngoại tệ cho nhập khẩu mặt hàng thiết yếu trên cơ sở đảm bảo đáp ứng đầy đủ nhu cầu ngoại tệ hợp pháp.

Ngoài ra, Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho phép nhà đầu tư nước ngoài sử dụng VND tham gia góp vốn đầu tư trực tiếp tại Việt Nam, giảm và tiến tới xóa bỏ các quy định về cân đối ngoại tệ đối với doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI).

### ***2.1.5 Tốc độ tăng trưởng kinh tế***

Tăng trưởng kinh tế là sự gia tăng của tổng sản phẩm quốc nội (GDP) hoặc tổng sản lượng quốc dân (GNP) hoặc quy mô sản lượng quốc gia tính bình quân trên đầu người (PCI) trong một thời gian nhất định.

Sự tăng trưởng kinh tế phụ thuộc vào 2 quá trình: sự tích lũy tài sản (như vốn, lao động và đất đai) và đầu tư những tài sản này có năng suất hơn. Tiết kiệm và đầu tư là trọng tâm, nhưng đầu tư phải hiệu quả thì mới đẩy mạnh tăng trưởng. Chính sách chính phủ, thể chế, sự ổn định chính trị và kinh tế, đặc điểm địa lý, nguồn tài nguyên thiên nhiên, và trình độ y tế và giáo dục, tất cả đều đóng vai trò nhất định ảnh hưởng đến tăng trưởng kinh tế.

Quy mô của một nền kinh tế thể hiện bằng tổng sản phẩm quốc nội (GDP) hoặc tổng sản phẩm quốc dân (GNP), hoặc tổng sản phẩm bình quân đầu người hoặc thu nhập bình quân đầu người (Per Capita Income, PCI).

Tổng sản phẩm quốc nội (Gross Domestic Products, GDP) hay tổng sản phẩm trong nước là giá trị tính bằng tiền của tất cả sản phẩm và dịch vụ cuối cùng được sản xuất, tạo ra trong phạm vi một nền kinh tế trong một thời gian nhất định (thường là một năm tài chính).

Tổng sản phẩm quốc dân (Gross National Products, GNP) là giá trị tính bằng tiền của tất cả sản phẩm và dịch vụ cuối cùng được tạo ra bởi công dân một nước trong một thời gian nhất định (thường là một năm). Tổng sản phẩm quốc dân bằng tổng sản phẩm quốc nội cộng với thu nhập ròng.

Tổng sản phẩm bình quân đầu người là tổng sản phẩm quốc nội chia cho dân số. Tổng thu nhập bình quân đầu người là tổng sản phẩm quốc gia chia cho dân số.

Tăng trưởng kinh tế là sự gia tăng của GDP hoặc GNP hoặc thu nhập bình quân đầu người trong một thời gian nhất định. Tăng trưởng kinh tế thể hiện sự thay đổi về lượng của nền kinh tế. Tuy vậy ở một số quốc gia, mức độ bất bình đẳng kinh tế tương đối cao nên mặc dù thu nhập bình quân đầu người cao nhưng nhiều người dân vẫn sống trong tình trạng nghèo khổ.

Phát triển kinh tế mang nội hàm rộng hơn tăng trưởng kinh tế. Nó bao gồm tăng trưởng kinh tế cùng với những thay đổi về chất của nền kinh tế (như phúc lợi xã hội, tuổi thọ, v.v.) và những thay đổi về cơ cấu kinh tế (giảm tỷ trọng của khu vực sơ khai, tăng tỷ trọng của khu vực chế tạo và dịch vụ). Phát triển kinh tế là một quá trình hoàn thiện về mọi mặt của nền kinh tế bao gồm kinh tế, xã hội, môi trường, thể chế trong một thời gian nhất định nhằm đảm bảo rằng GDP cao hơn đồng nghĩa với mức độ hạnh phúc hơn.



Các lý thuyết tăng trưởng kinh tế

Lý thuyết cổ điển:

Lý thuyết cổ điển về tăng trưởng kinh tế bao gồm các nhà kinh tế tiêu biểu: Adam Smith, R.Malthus, David Ricardo

Adam Smith cho rằng tích lũy vốn và cả tiến bộ công nghệ cùng các nhân tố xã hội, thể chế đều đóng một vai trò quan trọng trong quá trình phát triển kinh tế của một nước. Tăng sản lượng thông qua việc tăng số lượng đầu vào tương ứng – gia tăng tư bản theo chiều rộng. Tuy nhiên vì đất đai là có hạn nên đến một lúc nào đó sản lượng đầu ra sẽ tăng chậm dần

R.Malthus: Dân số tăng theo cấp số nhân, còn lương thực tăng theo cấp số cộng (do sự hữu hạn của đất đai). Muốn duy trì tăng sản lượng thì phải giảm mức tăng dân số

Theo Ricardo: tăng trưởng là kết quả của tích lũy, tích lũy là hàm của lợi nhuận, lợi nhuận phụ thuộc vào chi phí sản xuất lương thực, chi phí này lại phụ thuộc vào đất đai. Do đó đất đai là giới hạn đối với sự tăng trưởng

Tóm lại các nhà kinh tế cổ điển như Adam Smith, R.Malthus và David Ricardo nhấn mạnh đến vai trò quan trọng của nguồn lực tự nhiên (như đất đai) trong tăng trưởng kinh tế

Lý thuyết trường phái Keynes.

Mô hình Harrod-Domar

Khi cuộc Đại khủng hoảng kinh tế xảy ra (1929-1933) lý thuyết cổ điển tỏ ra bất lực trong việc giải thích những hiện tượng kinh tế lúc bấy giờ như mức sản lượng thấp và tỷ lệ thất nghiệp cao kéo dài.

Bên cạnh đó các thành tựu về khoa học kỹ thuật như máy kéo, phân bón thuốc trừ sâu, kỹ thuật thâm canh, giống cây mới... giúp cho sản lượng nông nghiệp tăng lên nhanh

chúng nên với lượng đất đai “có hạn” lương thực thực phẩm vẫn đủ cung cấp cho mọi người

Tác phẩm Lí thuyết tổng quát về việc làm, lãi suất và tiền tệ (The General Theory of Employment, Interest and Money) của John Maynard Keynes (1883 – 1946) được xuất bản vào năm 1936 đã nhấn mạnh các nền kinh tế hiện đại cần các chính sách chính phủ chủ động để quản lí và duy trì tăng trưởng kinh tế. Điều này đi ngược lại quan điểm của trường phái cổ điển về tăng trưởng kinh tế tự do không cần sự can thiệp của nhà nước

Kết luận rút ra từ mô hình Harrod-Domar

- + tốc độ tăng trưởng kinh tế tỷ lệ thuận với tỷ lệ tiết kiệm và tỷ lệ nghịch với  $k$
- + vì  $k$  thường cố định trong một thời kỳ, để điều chỉnh  $g$  chúng ta chỉ cần điều chỉnh  $s$
- + sự đánh đổi giữa tiêu dùng hiện tại và tiêu dùng trong tương lai

Nhược điểm của mô hình

Quá đơn giản hóa mối quan hệ giữa tích lũy tư bản ( $K$ ) và tăng trưởng kinh tế ( $g$ ) bỏ qua các yếu tố quan trọng như khấu hao, tiến bộ công nghệ.

Như vậy lý thuyết trường phái Keynes nhấn mạnh đến vai trò của tư bản/vốn ( $K$ ) đối với tăng trưởng kinh tế

Lý thuyết tân cổ điển: Mô hình Solow – Swan (mô hình Solow)

Mô hình tăng trưởng kinh tế Solow (Solow economic growth model) là mô hình lý thuyết tập trung vào vai trò của những thay đổi về công nghệ đối với quá trình tăng trưởng kinh tế. Trong mô hình tăng trưởng kinh tế của Harrod và mô hình tăng trưởng kinh tế của Domar, hai ông đã giả định một tỷ lệ sản lượng tư bản không đổi, cho nên có mối quan hệ tuyến tính giữa sự gia tăng trong khối lượng tư bản (thông qua đầu tư) và sự gia tăng sản lượng do có sự gia tăng tư bản đó. Chẳng hạn, nếu cần 3 nghìn đồng tư bản để sản xuất ra 1 nghìn đồng sản lượng, thì tỷ lệ sản lượng/tư bản sẽ là  $1/3$  và tỷ lệ này được giả định là có thể áp dụng cho các khoản bổ sung tiếp theo vào khối lượng Tư bản (tức tỷ lệ sản lượng/tư bản không thay đổi, luôn luôn bằng  $1/3$ ). Ngược lại, mô hình Solow sử dụng một hàm sản xuất trong đó sản lượng là một hàm của tư bản và lao động, với điều kiện tư bản có thể thay thế cho lao động với mức độ hoàn hảo thay

đổi và có lợi suất giảm dần. Bởi vậy, nếu tư bản tăng so với lao động thì mức gia tăng sản lượng ngày càng trở nên nhỏ hơn. Theo giả định như vậy về tỷ lệ sản lượng/tư bản thay đổi, thì khi khối lượng tư bản của một nước tăng lên, quy luật lợi suất giảm dần sẽ phát huy tác dụng và tạo ra mức tăng ngày càng nhỏ của sản lượng. Vì thế tăng trưởng kinh tế không những đòi hỏi phải đầu tư để mở rộng khối lượng tư bản, mà còn phải đầu tư chiều sâu, làm tăng chất lượng của khối lượng tư bản. Đặc biệt, tiến bộ công nghệ (kỹ thuật, quy trình, phương pháp sản xuất mới và sản phẩm mới) đóng một vai trò quan trọng trong việc đối phó với quy luật lợi suất giảm dần của tư bản khi khối lượng tư bản tăng lên.

### Lý thuyết hiện đại

Lý thuyết tân cổ điển cho biết để có tăng trưởng trong dài hạn thì phải có tiến bộ công nghệ nhưng lại không chỉ ra các yếu tố quyết định tiến bộ công nghệ (coi đây là yếu tố ngoại sinh); các lý thuyết tăng trưởng kinh tế sau này cố gắng đưa tiến bộ công nghệ vào trong mô hình (yếu tố nội sinh) để xem điều gì quyết định tiến bộ công nghệ

Paul Romer một nhà kinh tế học người Mỹ đã đưa ra lý thuyết tăng trưởng kinh tế trong đó tiến bộ công nghệ được quyết định bởi vốn tri thức mà vốn tri thức lại phụ thuộc vào hoạt động đầu tư cho lĩnh vực R&D của nền kinh tế.

Ông chỉ ra vốn tri thức là một loại vốn đặc biệt. Xét trên giác độ vi mô thì nó có lợi tức giảm dần (giống các loại hình vốn vật chất khác) nhưng xét trên giác độ vĩ mô thì nó có lợi tức tăng dần theo quy mô

Vì các hãng không sẵn lòng đầu tư lắm cho hoạt động R&D nên chính phủ cần phải thực hiện các chính sách nhằm thúc đẩy hoạt động này

- + Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ
- + Trợ cấp cho hoạt động R&D
- + Trợ cấp cho giáo dục: (giáo dục là quốc sách hàng đầu)

### Các nhân tố của tăng trưởng kinh tế

Sau khi nghiên cứu về tăng trưởng kinh tế của các nước phát triển lẫn các nước đang phát triển, những nhà kinh tế học đã phát hiện ra rằng động lực của phát triển kinh tế phải được đi cùng trên bốn bánh xe, hay bốn nhân tố của tăng trưởng kinh tế là nguồn

nhân lực, nguồn tài nguyên, tư bản và công nghệ. Bốn nhân tố này khác nhau ở mỗi quốc gia và cách phối hợp giữa chúng cũng khác nhau đưa đến kết quả tương ứng.

**Nguồn nhân lực:** chất lượng đầu vào của lao động tức là kỹ năng, kiến thức và kỷ luật của đội ngũ lao động là yếu tố quan trọng nhất của tăng trưởng kinh tế. Hầu hết các yếu tố khác như tư bản, nguyên vật liệu, công nghệ đều có thể mua hoặc vay mượn được nhưng nguồn nhân lực thì khó có thể làm điều tương tự. Các yếu tố như máy móc thiết bị, nguyên vật liệu hay công nghệ sản xuất chỉ có thể phát huy được tối đa hiệu quả bởi đội ngũ lao động có trình độ văn hóa, có sức khỏe và kỷ luật lao động tốt. Thực tế nghiên cứu các nền kinh tế bị tàn phá sau Chiến tranh thế giới lần thứ II cho thấy mặc dù hầu hết tư bản bị phá hủy nhưng những nước có nguồn nhân lực chất lượng cao vẫn có thể phục hồi và phát triển kinh tế một cách ngoạn mục. Một ví dụ là nước Đức, một lượng lớn tư bản của nước Đức bị tàn phá trong Đại chiến thế giới lần thứ hai, tuy nhiên vốn nhân lực của lực lượng lao động nước Đức vẫn tồn tại. Với những kỹ năng này, nước Đức đã phục hồi nhanh chóng sau năm 1945. Nếu không có số vốn nhân lực này thì sẽ không bao giờ có sự thần kỳ của nước Đức thời hậu chiến.

**Nguồn tài nguyên thiên nhiên:** là một trong những yếu tố sản xuất cổ điển, những tài nguyên quan trọng nhất là đất đai, khoáng sản, đặc biệt là dầu mỏ, rừng và nguồn nước. Tài nguyên thiên nhiên có vai trò quan trọng để phát triển kinh tế, có những nước được thiên nhiên ưu đãi một trữ lượng dầu mỏ lớn có thể đạt được mức thu nhập cao gần như hoàn toàn dựa vào đó như Ả rập Xê út. Tuy nhiên, các nước sản xuất dầu mỏ là ngoại lệ chứ không phải quy luật, việc sở hữu nguồn tài nguyên thiên nhiên phong phú không quyết định một quốc gia có thu nhập cao. Nhật Bản là một nước gần như không có tài nguyên thiên nhiên nhưng nhờ tập trung sản xuất các sản phẩm có hàm lượng lao động, tư bản, công nghệ cao nên vẫn có nền kinh tế đứng thứ hai trên thế giới về quy mô.

**Tư bản:** là một trong những nhân tố sản xuất, tùy theo mức độ tư bản mà người lao động được sử dụng những máy móc, thiết bị...nhiều hay ít (tỷ lệ tư bản trên mỗi lao động) và tạo ra sản lượng cao hay thấp. Để có được tư bản, phải thực hiện đầu tư nghĩa là hy sinh tiêu dùng cho tương lai. Điều này đặc biệt quan trọng trong sự phát triển dài hạn, những quốc gia có tỷ lệ đầu tư tính trên GDP cao thường có được sự tăng trưởng cao và bền vững. Tuy nhiên, tư bản không chỉ là máy móc, thiết bị do tư nhân đầu tư cho sản xuất nó còn là tư bản cố định xã hội, những thứ tạo tiền đề cho sản xuất và thương mại phát triển. Tư bản cố định xã hội thường là những dự án quy mô lớn, gần

nếu không thể chia nhỏ được và nhiều khi có lợi suất tăng dần theo quy mô nên phải do chính phủ thực hiện. Ví dụ: hạ tầng của sản xuất (đường giao thông, mạng lưới điện quốc gia...), sức khỏe cộng đồng, thủy lợi...

Công nghệ: trong suốt lịch sử loài người, tăng trưởng kinh tế rõ ràng không phải là sự sao chép giản đơn, là việc đơn thuần chỉ tăng thêm lao động và tư bản, ngược lại, nó là quá trình không ngừng thay đổi công nghệ sản xuất. Công nghệ sản xuất cho phép cùng một lượng lao động và tư bản có thể tạo ra sản lượng cao hơn, nghĩa là quá trình sản xuất có hiệu quả hơn. Công nghệ phát triển ngày càng nhanh chóng và ngày nay công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu mới... có những bước tiến như vũ bão góp phần gia tăng hiệu quả của sản xuất. Tuy nhiên, thay đổi công nghệ không chỉ thuần túy là việc tìm tòi, nghiên cứu; công nghệ có phát triển và ứng dụng một cách nhanh chóng được là nhờ "phần thưởng cho sự đổi mới" - sự duy trì cơ chế cho phép những sáng chế, phát minh được bảo vệ và được trả tiền một cách xứng đáng.

Đo lường tăng trưởng kinh tế

Để đo lường tăng trưởng kinh tế có thể dùng mức tăng trưởng tuyệt đối, tốc độ tăng trưởng kinh tế hoặc tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm trong một giai đoạn.

Mức tăng trưởng tuyệt đối là mức chênh lệch quy mô kinh tế giữa hai kỳ cần so sánh.

Tốc độ tăng trưởng kinh tế được tính bằng cách lấy chênh lệch giữa quy mô kinh tế kỳ hiện tại so với quy mô kinh tế kỳ trước chia cho quy mô kinh tế kỳ trước. Tốc độ tăng trưởng kinh tế được thể hiện bằng đơn vị %.

Biểu diễn bằng toán học, sẽ có công thức:

$$y = \frac{dY}{Y} \times 100(\%),$$

trong đó Y là quy mô của nền kinh tế, và y là tốc độ tăng trưởng. Nếu quy mô kinh tế được đo bằng GDP (hay GNP) danh nghĩa, thì sẽ có tốc độ tăng trưởng GDP (hoặc GNP) danh nghĩa. Còn nếu quy mô kinh tế được đo bằng GDP (hay GNP) thực tế, thì sẽ có tốc độ tăng trưởng GDP (hay GNP) thực tế. Thông thường, tăng trưởng kinh tế dùng chỉ tiêu thực tế hơn là các chỉ tiêu danh nghĩa.

### **2.1.6 Sự phát triển của một số ngành kinh tế quan trọng:**

Có 4 lĩnh vực chính của 1 nền kinh tế

Lĩnh vực sản xuất sơ khai gồm nông nghiệp, lâm nghiệp, ngư nghiệp, khai mỏ và khai khoáng.

Lĩnh vực công nghiệp gồm công nghiệp và xây dựng.

Lĩnh vực dịch vụ: giao thông, tài chính, ăn uống, du lịch, giải trí, v.v...

Lĩnh vực tri thức: gồm giáo dục, nghiên cứu và phát triển, thông tin, ....

Ngành kinh tế có lợi thế phát triển là một trong những chủ đề nhận được nhiều sự quan tâm trong chiến lược phát triển của mỗi quốc gia, đặc biệt là khi một quốc gia mở cửa và hội nhập vào nền kinh tế quốc tế. Có nhiều lý thuyết kinh tế học đề cập đến chủ đề này ở những góc độ khác nhau. Theo lý thuyết lợi thế tuyệt đối của Adam Smith ngành có lợi thế phát triển là những ngành tham gia vào thương mại quốc tế với chi phí sản xuất thấp hơn. Tuy nhiên, lý thuyết lợi thế tương đối của David Ricardo cho rằng, ngành có lợi thế phát triển là những ngành có chi phí cơ hội thấp nhất. Kế thừa và phát triển lý thuyết lợi thế tương đối của David Ricardo, lý thuyết lợi thế so sánh các nguồn lực dồi dào của Eli Heckscher và Bertil Ohlin cho rằng, tất cả quốc gia đều có công nghệ tương tự nhưng khác biệt về các nhân tố sản xuất, như lao động, đất đai, vốn và tài nguyên thiên nhiên. Do đó, ngành có lợi thế phát triển sẽ là ngành sử dụng nhiều hơn yếu tố sản xuất mà nền kinh tế có thuận lợi nhất. Lý thuyết phát triển không cân đối của Albert Hirschman xác định ngành có lợi thế phát triển bằng cách đo lường tầm quan trọng và mức độ ảnh hưởng của một ngành lên các ngành khác và toàn bộ nền kinh tế thông qua chỉ số liên kết ngược và liên kết xuôi. Theo đó, lý thuyết phát triển không cân đối cho thấy, những cơ sở của việc lựa chọn các ngành có lợi thế phát triển là: 1- Những ngành chủ đạo mà có các tác động liên kết về phía trước hay liên kết phía sau lớn; 2- Những ngành có khả năng tạo ra nhiều vòng nhu cầu khác nhau cho các ngành khác; 3- Những ngành cốt lõi thúc đẩy tạo ra các cực tăng trưởng.

Theo lý thuyết mô hình bảng cân đối liên ngành của Wassilily Leontief (năm 1973), ngành có lợi thế phát triển là ngành có thể tác động mạnh nhất tới các ngành khác trong nền kinh tế hay ngành có các hệ số lan tỏa hay độ nhạy cao nhất có thể. Ở một góc độ khác, lý thuyết thương mại mới của Paul Krugman( năm 1979) đưa ra giải thích

cho các phương thức thương mại quốc tế và phân bố địa lý của hoạt động kinh tế bằng cách xem xét tác động của tính kinh tế theo quy mô và sở thích đa dạng của người tiêu dùng đối với hàng hóa và dịch vụ. Từ đó, lý thuyết thương mại mới cho thấy, ngành có lợi thế phát triển phải là những ngành cho phép khai thác các yếu tố lợi thế truyền thống hiệu quả, đồng thời phải được chuyên môn hóa sản xuất sâu dựa trên tính hiệu quả theo quy mô và hướng đến đáp ứng nhu cầu của thị trường thế giới. Như vậy, có nhiều quan điểm và cách thức khác nhau để xác định ngành có lợi thế phát triển. Từ cơ sở lý luận trên, có thể tổng kết các luận điểm chính về ngành kinh tế có lợi thế phát triển, cụ thể:

Thứ nhất, ngành có lợi thế phát triển là ngành có năng suất cao trong mối tương quan với năng suất của thế giới, có quy mô thị trường thế giới lớn, có lợi thế so sánh về nguồn lực dồi dào, có chi phí đầu vào thấp, có các rào cản thương mại và phi thương mại thấp, góp phần nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực của nền kinh tế.

Thứ hai, ngành có lợi thế phát triển là ngành có những tác động tích cực nhất đến xuất khẩu, đến các ngành khác và toàn bộ nền kinh tế thông qua các mối liên kết kinh tế gắn với các ưu tiên của từng giai đoạn phát triển của nền kinh tế trong ngắn hạn, trung hạn và dài hạn.

Thứ ba, ngành có lợi thế phát triển là ngành có năng suất cao và có thể tận dụng các nhân tố thúc đẩy nâng cao năng suất, có khả năng và tạo lập được năng lực cạnh tranh cao với môi trường kinh doanh thuận lợi, gắn liền với phát triển các cụm ngành tạo ra hiệu ứng cộng hưởng và tác động lan tỏa, thúc đẩy tăng năng suất, đổi mới sáng tạo, thương mại hóa và khởi nghiệp.

Thứ tư, ngành có lợi thế phát triển là ngành cho phép khai thác các yếu tố lợi thế hiệu quả nhất, đạt được tính hiệu quả theo quy mô với sự chuyên môn hóa sâu, đáp ứng được các nhu cầu của thị trường thế giới.

Thứ năm, ngành có lợi thế phát triển là ngành tham gia được vào chuỗi giá trị toàn cầu như một mắt xích; có thể trở thành người dẫn đầu, điều phối, nâng cấp chuỗi; chiếm tỷ lệ cao trong phân phối giá trị gia tăng của chuỗi.

Thứ sáu, ngành có lợi thế phát triển là ngành có tính mới, tính tiên phong, tính đột phá, tính công nghệ, tính động, tính độc đáo.

Từ đó, khái niệm về ngành kinh tế (bao hàm sản xuất và dịch vụ) có lợi thế phát triển được xây dựng theo tiếp cận động và mở, với những nội hàm chính như sau: Ngành kinh tế có lợi thế phát triển là ngành có năng suất cao trong mối tương quan với năng suất của thế giới, cho phép huy động và sử dụng các nguồn lực lợi thế hiệu quả nhất, đạt được tính hiệu quả theo quy mô với sự chuyên môn hóa sâu, đáp ứng được các nhu cầu của thị trường thế giới, tham gia được vào chuỗi giá trị toàn cầu và có thể trở thành người dẫn đầu, điều phối, nâng cấp chuỗi cũng như chiếm tỷ lệ cao trong phân phối giá trị gia tăng của chuỗi và có những tác động tích cực nhất đến xuất khẩu.

### **2.1.7 Lạm phát**

Lạm phát là sự tăng mức giá chung một cách liên tục của hàng hóa và dịch vụ theo thời gian và sự mất giá trị của một loại tiền tệ nào đó. Khi mức giá chung tăng cao, một đơn vị tiền tệ sẽ mua được ít hàng hóa và dịch vụ hơn so với trước đây, do đó lạm phát phản ánh sự suy giảm sức mua trên một đơn vị tiền tệ.

Lạm phát có 3 mức độ:

- + Lạm phát tự nhiên: 0 – dưới 10%
- + Lạm phát phi mã: 10% đến dưới 1000%
- + Siêu lạm phát: trên 1000%

Trong thực tế, các quốc gia kỳ vọng lạm phát chỉ xảy ra khoảng 5% trở xuống. Bạn thử nghĩ đi, một năm tăng trưởng kinh tế kỳ vọng khoảng 10% thì tiền mất giá tầm 5% là vừa đủ đẹp. Tính ra quốc gia đó có 5% tăng trưởng thực sự.

Việt Nam là một trong số ít quốc gia có tỷ lệ lạm phát cao liên tục trong suốt mấy chục năm qua, ảnh hưởng rất nhiều đến việc ổn định giá trị của đồng tiền, hoạt động sản xuất, kinh doanh và tâm lý của người dân.

Theo số liệu của Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF) thì lạm phát của Việt Nam trong 37 năm, từ 1980 đến 2015 là 2.000%, trong đó có 3 năm lạm phát lên đến 3 con số (lạm phát phi mã hay siêu lạm phát) và 14 năm khác lên đến 2 con số. Lạm phát phi mã 3 con số trong 3 năm 1986 - 1988 (năm 1986 là 774,7%, năm 1987 là 323,1% và năm 1988 là 393%). Kỷ lục lạm phát ở Việt Nam đã diễn ra vào năm 1986, với 4 con số được ghi nhận có sự rất khác nhau là 453,4; 587,2; 774,7% và 800%.



Một trong những biện pháp chống lạm phát thành công là tăng cao lãi suất huy động. Năm 1986, mức lãi suất tiền gửi tiết kiệm đã được tăng đột ngột từ 0,54%/tháng (6,48%/năm) lên đến 2% tháng (24%/năm) đôi với tiền gửi được bảo hiểm giá trị và 6% - 8% tháng (72 - 96%/năm) đôi với tiền gửi không được bảo hiểm giá trị.

Năm 1989, mức lãi suất tiền gửi tiết kiệm đã được tăng đột ngột từ 1,5%/tháng (18%/năm) lên 9%/tháng (108%/năm) đôi với lãi suất tiền gửi không kỳ hạn và 12%/tháng (144%/năm) đôi với tiền gửi có kỳ hạn 3 tháng, lập kỷ lục về lãi suất trong lịch sử ngành Ngân hàng cũng như toàn bộ nền kinh tế.

Nếu tính theo mệnh giá đồng tiền, năm 1959 phát hành đồng 1 xu, đến năm 2003 trở đi chỉ còn lưu hành 100 đồng trở lên, thì đồng tiền đã mất giá trị 10.000 lần.

Nếu tính theo mức lương tối thiểu đôi với cán bộ, công chức, viên chức và lực lượng vũ trang thì sau 34 năm, từ năm 1985 đến năm 2019, đồng tiền đã mất giá khoảng 6.772 lần. Cụ thể là năm 1985, mức lương tối thiểu là 220 đồng/tháng. Mức lương này trên cơ sở cải tiến chế độ tiền lương, bãi bỏ chế độ cung cấp hiện vật theo giá bù lỗ, chuyển sang chế độ trả lương bằng tiền, xoá bỏ bao cấp (thường được gọi là bù giá vào lương). Mức lương tối thiểu, hay còn gọi là mức lương cơ sở đôi với cán bộ, công chức, viên chức và lực lượng vũ trang từ ngày 01/7/2019 là 1.490.000 đồng/ tháng. Còn nếu tính theo mức lương tối thiểu áp dụng đôi với lao động của doanh nghiệp tại phần lớn các quận, huyện của thành phố Hà Nội, Hải Phòng, Hồ Chí Minh từ năm 2020 là 4.420.000 đồng/tháng, thì đồng tiền đã mất giá lên đến 20.000 lần.

Lạm phát ảnh hưởng rất nghiêm trọng đến giá trị tiền gửi. Chẳng hạn cuối năm 1983, bà Lê Thị Bích Thủy, ở Thành phố Hồ Chí Minh, gửi tiết kiệm số tiền 270 đồng, tương đương hơn 2 chỉ vàng, đến cuối năm 2014 (31 năm) khi rút ra thì chỉ còn 27 đồng, chưa bằng 1 phần 10 vạn chỉ vàng.

Quy định về lạm phát

Luật Ngân hàng Nhà nước Việt Nam quy định liên quan đến lạm phát như sau (Điều 3 Luật Ngân hàng nhà nước Việt Nam):

Thứ nhất, Ngân hàng Nhà nước xây dựng chỉ tiêu lạm phát hằng năm để Chính phủ trình Quốc hội quyết định và tổ chức thực hiện;

Thứ hai, Chính phủ trình Quốc hội quyết định chỉ tiêu lạm phát hằng năm;

Thứ ba, Quốc hội quyết định chỉ tiêu lạm phát hằng năm được thể hiện thông qua việc quyết định chỉ số giá tiêu dùng và giám sát việc thực hiện chính sách tiền tệ quốc gia;

Thứ tư, chính sách tiền tệ quốc gia là các quyết định về tiền tệ ở tầm quốc gia của cơ quan nhà nước có thẩm quyền, bao gồm quyết định mục tiêu ổn định giá trị đồng tiền biểu hiện bằng chỉ tiêu lạm phát, quyết định sử dụng các công cụ và biện pháp để thực hiện mục tiêu đề ra.

Liên quan đến việc khống chế lạm phát, Bộ Tài chính có nhiệm vụ “chủ trì, phối hợp với các bộ, cơ quan có liên quan xây dựng, trình Chính phủ quyết định chính sách và giải pháp tài chính trong phạm vi được phân công để kiểm chế và chống lạm phát hoặc thiếu phát trong nền kinh tế.

### **Các nguyên nhân gây ra lạm phát**

Bạn hãy tạm coi tiền tệ như một món hàng trao đổi thời còn hàng đổi hàng. Món hàng nào có giá thì món đó sẽ đổi được nhiều hơn món hàng khác. Đô la Mỹ (USD) là đồng tiền có giá, bạn có thể dùng nó để mua hàng hóa ở bất kỳ đâu vì nó là đồng tiền có giá trị, được bảo chứng toàn cầu.

Còn một quốc gia sản xuất yếu kém, hàng hóa khan hiếm thì giá cả hàng hóa tăng. Giá tăng thì phải bỏ nhiều tiền hơn mua hàng hóa. Mà khi tiền mang đi quá nhiều bất tiện, nhà nước sẽ in các tờ tiền mệnh giá lớn để hỗ trợ lưu thông hàng hóa gọn gàng hơn. Khi đó lạm phát bắt đầu xảy ra. Có rất nhiều nguyên nhân xảy ra, tuy nhiên do "cầu kéo" và "chi phí đẩy" được coi là 2 nguyên nhân chính.

#### **Lạm phát do cầu kéo**

Khi nhu cầu thị trường về một mặt hàng nào đó tăng lên sẽ khiến giá cả của mặt hàng đó tăng theo. Giá cả của các mặt hàng khác cũng theo đó leo thang, dẫn đến sự tăng giá của hầu hết các loại hàng hóa trên thị trường. Lạm phát do sự tăng lên về cầu (nhu cầu tiêu dùng của thị trường tăng) được gọi là “lạm phát do cầu kéo”.

Ở Việt Nam, giá xăng tăng lên kéo theo giá cước taxi tăng lên, giá thịt lợn tăng, giá nông sản tăng.... là một ví dụ điển hình.

#### **Lạm phát do chi phí đẩy**

Chi phí đẩy của các doanh nghiệp bao gồm tiền lương, giá cả nguyên liệu đầu vào, máy móc, thuế... Khi giá cả của một hoặc vài yếu tố này tăng lên thì tổng chi phí sản xuất của các xí nghiệp cũng tăng lên, vì thế mà giá thành sản phẩm cũng sẽ tăng lên nhằm bảo toàn lợi nhuận. Mức giá chung của toàn thể nền kinh tế tăng lên được gọi là “lạm phát do chi phí đẩy”.

#### Lạm phát do cơ cấu

Với ngành kinh doanh có hiệu quả, doanh nghiệp tăng dần tiền công “danh nghĩa” cho người lao động. Nhưng cũng có những nhóm ngành kinh doanh không hiệu quả, doanh nghiệp cũng theo xu thế đó buộc phải tăng tiền công cho người lao động.

Nhưng vì những doanh nghiệp này kinh doanh kém hiệu quả, nên khi phải tăng tiền công cho người lao động, các doanh nghiệp này buộc phải tăng giá thành sản phẩm để đảm bảo mức lợi nhuận và làm phát sinh lạm phát.

#### Lạm phát do cầu thay đổi

Khi thị trường giảm nhu cầu tiêu thụ về một mặt hàng nào đó, trong khi lượng cầu về một mặt hàng khác lại tăng lên. Nếu thị trường có người cung cấp độc quyền và giá cả có tính chất cứng nhắc phía dưới (chỉ có thể tăng mà không thể giảm, như giá điện ở Việt Nam), thì mặt hàng mà lượng cầu giảm vẫn không giảm giá. Trong khi đó mặt hàng có lượng cầu tăng thì lại tăng giá. Kết quả là mức giá chung tăng lên, dẫn đến lạm phát.

#### Lạm phát do xuất khẩu

Khi xuất khẩu tăng, dẫn tới tổng cầu tăng cao hơn tổng cung (thị trường tiêu thụ lượng hàng nhiều hơn cung cấp), khi đó sản phẩm được thu gom cho xuất khẩu khiến lượng hàng cung cho thị trường trong nước giảm (hút hàng trong nước) khiến tổng cung trong nước thấp hơn tổng cầu. Khi tổng cung và tổng cầu mất cân bằng sẽ nảy sinh lạm phát.

#### Lạm phát do nhập khẩu

Khi giá hàng hóa nhập khẩu tăng (do thuế nhập khẩu tăng hoặc do giá cả trên thế giới tăng) thì giá bán sản phẩm đó trong nước sẽ phải tăng lên. Khi mức giá chung bị giá nhập khẩu đội lên sẽ hình thành lạm phát.

## Lạm phát tiền tệ

Khi cung lượng tiền lưu hành trong nước tăng, chẳng hạn do ngân hàng trung ương mua ngoại tệ vào để giữ cho đồng tiền trong nước khỏi mất giá so với ngoại tệ; hay do ngân hàng trung ương mua công trái theo yêu cầu của nhà nước làm cho lượng tiền trong lưu thông tăng lên cũng là nguyên nhân gây ra lạm phát.

### *Ảnh hưởng của lạm phát đến kinh tế*

Lạm phát có những tác động đến nền kinh tế của một đất nước theo nhiều mặt gồm cả tích cực và tiêu cực. Trong đó

#### **Ảnh hưởng tích cực**

Lạm phát không phải bao giờ cũng gây nên những tác hại cho nền kinh tế. Khi tốc độ lạm phát vừa phải đó là từ 2-5% ở các nước phát triển và dưới 10% ở các nước đang phát triển sẽ mang lại một số lợi ích cho nền kinh tế như sau:

- + Kích thích tiêu dùng, vay nợ, đầu tư, giảm bớt thất nghiệp trong xã hội.
- + Cho phép chính phủ có thêm khả năng lựa chọn các công cụ kích thích đầu tư vào những lĩnh vực kém ưu tiên thông qua mở rộng tín dụng, giúp phân phối lại thu nhập và các nguồn lực trong xã hội theo các định hướng mục tiêu và trong khoảng thời gian nhất định có chọn lọc. Tuy nhiên, đây là công việc khó và đầy mạo hiểm nếu không chủ động thì sẽ gây nên hậu quả xấu.

Tóm lại, lạm phát là căn bệnh mãn tính của nền kinh tế thị trường, nó vừa có tác hại lẫn lợi ích. Khi nền kinh tế có thể duy trì, kiềm chế và điều tiết được lạm phát ở tốc độ vừa phải thì nó thúc đẩy tăng trưởng kinh tế

#### **Ảnh hưởng tiêu cực**

##### *Lạm phát và lãi suất*

Lạm phát của các quốc gia trên thế giới khi xảy ra cao và triền miên có ảnh hưởng xấu đến mọi mặt của đời sống kinh tế, chính trị và xã hội của một quốc gia. Trong đó, tác động đầu tiên của lạm phát là tác động lên lãi suất.

Lãi suất thực = Lãi suất danh nghĩa - Tỷ lệ lạm phát

Do đó khi tỷ lệ lạm phát tăng cao, nếu muốn cho lãi suất thật ổn định và thực dương thì lãi suất danh nghĩa phải tăng lên theo tỷ lệ lạm phát. Việc tăng lãi suất danh nghĩa sẽ dẫn đến hậu quả mà nền kinh tế phải gánh chịu là suy thoái kinh tế và thất nghiệp gia tăng.

#### *Lạm phát và thu nhập thực tế*

Giữa thu nhập thực tế và thu nhập danh nghĩa của người lao động có quan hệ với nhau qua tỷ lệ lạm phát. Khi lạm phát tăng lên mà thu nhập danh nghĩa không thay đổi thì làm cho thu nhập thực tế của người lao động giảm xuống.

Lạm phát không chỉ làm giảm giá trị thật của những tài sản không có lãi mà nó còn làm hao mòn giá trị của những tài sản có lãi, tức là làm giảm thu nhập thực từ các khoản lãi, các khoản lợi tức. Đó là do chính sách thuế của nhà nước được tính trên cơ sở của thu nhập danh nghĩa. Khi lạm phát tăng cao, những người đi vay tăng lãi suất danh nghĩa để bù vào tỷ lệ lạm phát tăng cao mặc dù thuế suất vẫn không tăng.

Từ đó, thu nhập ròng (thực) của người cho vay bằng thu nhập danh nghĩa trừ đi tỷ lệ lạm phát bị giảm xuống sẽ ảnh hưởng rất lớn đến nền kinh tế xã hội. Như suy thoái kinh tế, thất nghiệp gia tăng, đời sống của người lao động trở nên khó khăn hơn sẽ làm giảm lòng tin của dân chúng đối với Chính phủ..

#### *Lạm phát và phân phối thu nhập không bình đẳng*

Khi lạm phát tăng lên, giá trị của đồng tiền giảm xuống, người đi vay sẽ có lợi trong việc vay vốn trả góp để đầu cơ kiếm lợi. Do vậy càng tăng thêm nhu cầu tiền vay trong nền kinh tế, đẩy lãi suất lên cao.

Lạm phát tăng cao còn khiến những người thừa tiền và giàu có, dùng tiền của mình vor vét và thu gom hàng hoá, tài sản, nạn đầu cơ xuất hiện, tình trạng này càng làm mất cân đối nghiêm trọng quan hệ cung - cầu hàng hoá trên thị trường, giá cả hàng hoá cũng lên cơn sốt cao hơn.

Cuối cùng, những người dân nghèo vốn đã nghèo càng trở nên khôn khó hơn. Họ thậm chí không mua nổi những hàng hoá tiêu dùng thiết yếu, trong khi đó, những kẻ đầu cơ đã vor vét sạch hàng hoá và trở nên càng giàu có hơn. Tình trạng lạm phát như vậy sẽ có thể gây những rối loạn trong nền kinh tế và tạo ra khoảng cách lớn về thu nhập, về mức sống giữa người giàu và người nghèo.

### *Lạm phát và nợ quốc gia*

Lạm phát cao làm cho Chính phủ được lợi do thuế thu nhập đánh vào người dân, nhưng những khoản nợ nước ngoài sẽ trở nên trầm trọng hơn. Chính phủ được lợi trong nước nhưng sẽ bị thiệt với nợ nước ngoài. Lý do là vì: lạm phát đã làm tỷ giá giá tăng và đồng tiền trong nước trở nên mất giá nhanh hơn so với đồng tiền nước ngoài tính trên cả khoản nợ.

### **Ảnh hưởng của lạm phát tới doanh nghiệp**

Trong môi trường lạm phát cao, gây rủi ro cho Cty trong việc lập kế hoạch do phải thay đổi thường xuyên chi phí đầu vào và điều chỉnh giá đầu ra.

Lạm phát ảnh hưởng đến dự tính về tương lai của dân chúng và tạo tâm trạng bất ổn – nhà sản xuất khó dự đoán hành vi tiêu dùng của dân chúng.

Nhà sản xuất khó tăng doanh số bằng phương thức bán trả góp vì mọi người cảm thấy khó chịu với lãi suất cao

Đối với hàng hoá không thuộc loại thiết yếu, không ảnh hưởng đến cuộc sống hàng ngày của người tiêu dùng thì nhu cầu đối với những sản phẩm này sẽ tụt giảm một cách ghê gớm trong suốt thời kì lạm phát. Vì giá cả tăng vọt người tiêu dùng sẽ cố gắng giảm mức tiêu thụ những hàng hoá đặc biệt.

#### 2.1.8 Khả năng điều hành lạm phát

Việc kiểm soát lạm phát để bảo vệ nền kinh tế luôn là nhiệm vụ hàng đầu trong chính sách kinh tế vĩ mô của 1 quốc gia.

Chỉ số giá tiêu dùng CPI là thước đo chính của lạm phát

#### *Một số phương án kiểm soát lạm phát*

Đối với mỗi một quốc gia việc kiểm soát lạm phát để bảo vệ nền kinh tế luôn được đặt lên hàng đầu. Có rất nhiều cách để kìm chế lạm phát được áp dụng bao gồm:

- Giảm bớt lượng tiền trong lưu thông

+ Ngừng phát hành tiền vào trong lưu thông nhằm giảm lượng tiền đưa vào lưu thông trong xã hội.

- + Tăng tỷ lệ dự trữ bắt buộc: Đây là biện pháp nhằm giảm lượng cung tiền vào thị trường. Biện pháp này tác động đến tất cả các ngân hàng và bình đẳng giữa các ngân hàng với nhau.
- + Nâng lãi suất tái chiết khấu và lãi suất tiền gửi: Biện pháp này sẽ làm hạn chế các ngân hàng thương mại mang các giấy tờ có giá đến ngân hàng nhà nước để chiết khấu. Ngoài ra việc nâng lãi suất tiền gửi sẽ hút khiến người dân gửi tiền vào ngân hàng nhiều hơn.
- + Ngân hàng trung ương áp dụng nghiệp vụ thị trường mở nhằm bán các chứng từ có giá cho các ngân hàng thương mại.
- + Ngân hàng trung ương bán vàng và ngoại tệ cho các ngân hàng thương mại.
- + Giảm chi ngân sách: Đó là giảm chi tiêu thường xuyên và cắt giảm đầu tư công.
- + Tăng tiền thuế tiêu dùng nhằm giảm bớt nhu cầu chi tiêu cá nhân trong xã hội, tăng hàng hóa dịch vụ cung cấp trong xã hội.
- Tăng quỹ hàng hóa tiêu dùng nhằm cân bằng với tiền trong lưu thông
- + Khuyến khích tự do mậu dịch
- + Giảm thuế
- + Các biện pháp cho hàng hóa nhập khẩu
- Đi vay viện trợ nước ngoài
- Cải cách tiền tệ

### ***2.1.8 Thay đổi cơ cấu kinh tế***

Cơ cấu kinh tế bao gồm các ngành nghề, lĩnh vực, các vùng, thành phần kinh tế khác nhau và mối quan hệ hữu cơ giữa chúng. Cơ cấu kinh tế là thuộc tính của hệ thống kinh tế, nó phản ánh tính chất và trình độ phát triển của hệ thống kinh tế. Sự thay đổi cả về số lượng và chất lượng của Cơ cấu kinh tế, đặc biệt là cơ cấu kinh tế ngành của một quốc gia, địa phương nếu hợp lý sẽ thúc đẩy nền kinh tế phát triển bền vững và ngược lại.

Cơ cấu kinh tế là tổng thể các ngành nghề, bộ phận kinh tế có mối quan hệ chặt chẽ, tác động qua lại với nhau tạo thành một hệ thống hình thành nên nền kinh tế của một quốc gia, dựa trên mục tiêu và định hướng của khu vực, quốc gia đó. Cơ cấu kinh tế bao gồm: Có nhiều loại cơ cấu kinh tế như: Cơ cấu khu vực kinh tế, cơ cấu vùng kinh tế, cơ cấu theo thành phần kinh tế, cơ cấu thương mại quốc tế, cơ cấu theo khu vực thể chế,..

Chuyển dịch cơ cấu kinh tế là sự phát triển không đều giữa các ngành. Là sự chuyển dịch sao cho phù hợp với năng lực, trình độ của lao động trong điều kiện kinh tế-xã hội ứng với từng giai đoạn phát triển kinh tế của đất nước. Dễ hiểu hơn là ngành nào có tốc độ phát triển mạnh hơn thì sẽ tăng tỉ trọng của ngành đó, ngành nào có tốc độ phát triển thấp hơn thì điều chỉnh giảm tỉ trọng của ngành đó cho phù hợp tổng thể chung của nền kinh tế.

Nền kinh tế ngày càng phát triển thì sự phân hóa ngành ngày càng tăng, đặc biệt trong thời kỳ công nghiệp hóa-hiện đại hóa. Trong giai đoạn chuyển mình thì sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế ngày càng rõ cho thấy sự phát triển của năng lực sản xuất và phân công lao động xã hội.

Chuyển dịch cơ cấu kinh tế ( Economic Restructuring) là một quá trình khách quan làm thay đổi cơ cấu, tỷ trọng, tốc độ và chất lượng của các mối quan hệ kinh tế giữa các ngành và các vùng để đạt được cơ cấu hợp lý hơn cho sự phát triển kinh tế xã hội của một quốc gia

Có 3 bộ phận hợp thành cơ cấu nền kinh tế: ngành kinh tế, thành phần kinh tế và lãnh thổ

Chuyển dịch cơ cấu kinh tế cho phép khai thác tối đa thế mạnh tự nhiên-kinh tế-xã hội của từng vùng. Cùng với đó, Chuyển dịch cơ cấu cũng cho phép nhà nước phân phối nguồn lực hợp lý cho từng ngành, từng vùng kinh tế. Tập trung xây dựng, tổng hợp những nguồn lực quốc gia là cơ sở để đẩy mạnh tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững

– Chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo ngành: Là sự vận động chuyển dịch vị trí, tỷ trọng của các ngành kinh tế và mối quan hệ tương hỗ giữa chúng để phù hợp với năng lực sản xuất và phân công lao động xã hội.



Thực trạng chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo ngành tại Việt Nam những năm gần đây được đánh giá có sự thay đổi rõ rệt. Điều đó được thể hiện ở sự sụt giảm tỷ trọng các ngành nông – lâm – ngư nghiệp, tăng tỷ trọng ở các ngành công nghiệp và dịch vụ.

– Chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo vùng: Là sự chuyển dịch tỷ trọng các ngành kinh tế xét theo từng vùng. Để có thể khai thác tối đa nguồn lực của từng địa phương, cần có những chính sách phân bổ riêng cho từng khu vực dựa trên điều kiện tự nhiên – kinh tế – xã hội.

Thành phần kinh tế nhà nước có tỷ trọng suy giảm, tuy nhiên vẫn giữ vai trò chủ đạo trong nền kinh tế. Ngược lại, thành phần kinh tế tư nhân lại có tỷ trọng ngày càng tăng mạnh. Thành phần kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài cũng tăng lên nhanh chóng kể từ khi nước ta gia nhập WTO.

– Chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo lãnh thổ: Là sự chuyển dịch các ngành kinh tế trên phạm vi lãnh thổ một quốc gia. Hình thành các vùng động lực phát triển kinh tế, vùng chuyên canh, vùng trọng điểm kinh tế phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế và nguồn lực của mỗi quốc gia.

Việt Nam hiện hình thành và hoạt động trên 3 vùng kinh tế trọng điểm: Vùng kinh tế trọng điểm miền Bắc, miền Trung và miền Nam. Những năm gần đây, cơ cấu kinh tế của 3 vùng lãnh thổ cũng có sự chuyển dịch đáng kể.

Chuyển dịch cơ cấu kinh tế có ý nghĩa sâu sắc đối với năng lực sản xuất và khả năng cạnh tranh của các thành phố và khu vực. Sự chuyển đổi này đã ảnh hưởng đến nhân khẩu học bao gồm phân phối thu nhập, việc làm, các dịch vụ sản xuất chuyên biệt, sự di chuyển vốn, nền kinh tế phi chính thức, công việc không theo tiêu chuẩn và chi tiêu công...

Các nhân tố làm ảnh hưởng đến chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế được chia thành 3 nhóm:

Nhóm 1, các nhân tố địa lý – tự nhiên như: Khí hậu, đất đai, tài nguyên khoáng sản, nguồn nước, nguồn năng lượng. Đây là nguồn tư liệu sản xuất và tiêu dùng có ảnh hưởng rõ rệt đến sự hình thành cơ cấu kinh tế. Trong đó, Việt Nam là quốc gia có vị trí

địa lý chính trị – kinh tế đặc biệt với nhiều tiềm năng phát triển du lịch, thích hợp để thúc đẩy chuyên dịch cơ cấu kinh tế.

Nhóm 2, nhân tố kinh tế – xã hội bên trong đất nước như: Quan hệ sản xuất, trình độ phát triển của lực lượng sản xuất, cung – cầu thị trường, trình độ phát triển của nền kinh tế. Hiện nay, Việt Nam đang được các quốc gia trên thế giới đánh giá có nguồn nhân lực tốt, thích hợp.

Nhóm 3, nhân tố bên ngoài đất nước như: Quan hệ kinh tế đối ngoại và phân công lao động quốc tế. Với những thế mạnh của Việt Nam, các tập đoàn kinh tế xuyên quốc gia và các tổ chức quốc tế lựa chọn đưa vào danh sách đối tác quan trọng khi cân nhắc các quyết định đầu tư.

Khó khăn khi thực hiện chuyên dịch cơ cấu kinh tế ở nước ta

- Lực lượng lao động tập trung chủ yếu ở nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản nhưng nguồn vốn phân bổ thấp, phương thức sản xuất cũ kỹ.
- Nguồn vốn tập trung chủ yếu vào công nghiệp, khai khoáng, xây dựng nhưng chưa mang lại hiệu quả như kỳ vọng.
- Sự phát triển không đồng đều giữa các ngành khi sự dịch chuyển lao động và nguồn vốn đầu tư giữa các ngành thiếu ổn định và không đồng bộ.
- Tỷ trọng đóng góp vào Tổng sản phẩm quốc nội của ngành dịch vụ chưa có sự tăng trưởng đáng kể mặc dù lực lượng lao động và vốn đầu tư tăng mạnh.
- Khu vực kinh tế tư nhân chủ yếu bao gồm các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, có năng lực cạnh tranh và hiệu quả hoạt động thấp
- Căng thẳng thương mại, biến đổi khí hậu, đặc biệt là đại dịch COVID-19

### **2.1.9 Mức độ kiểm soát hàng nhập khẩu**

Xuất-nhập khẩu là hai hoạt động cơ bản cấu thành nên hoạt động ngoại thương

Theo quy định về chế độ và tổ chức quản lý hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu thì hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu phải nhằm phục vụ nền kinh tế trong nước phát triển trên cơ sở khai thác và sử dụng có hiệu quả các tiềm năng và thế mạnh sẵn có về

lao động, đất đai và các tài nguyên khác của nền kinh tế, giải quyết công ăn việc làm cho nhân dân lao động, đổi mới trang thiết bị kỹ thuật và quy trình công nghệ sản xuất, thúc đẩy nhanh quá trình công nghiệp hoá đất nước, đáp ứng các yêu cầu cơ bản và cấp bách về sản xuất và đời sống, đồng thời góp phần hướng dẫn sản xuất, tiêu dùng và điều hoà cung cầu để ổn định thị trường trong nước.

Xuất nhập khẩu là hoạt động kinh doanh buôn bán trên phạm vi quốc tế. Nó không phải là hành vi buôn bán riêng lẻ mà là cả một hệ thống các quan hệ mua bán phức tạp có tổ chức cả bên trong và bên ngoài nhằm mục tiêu lợi nhuận, thúc đẩy sản xuất hàng hoá phát triển, chuyển đổi cơ cấu kinh tế, ổn định và từng bước nâng cao mức sống của nhân dân. xuất nhập khẩu là hoạt động dễ đem lại hiệu quả đột biến nhưng có thể gây thiệt hại lớn vì nó phải đối đầu với một hệ thống kinh tế khác từ bên ngoài mà các chủ thể trong nước tham gia xuất nhập khẩu không dễ dàng khống chế được.

Xuất nhập khẩu là việc mua bán hàng hoá với nước ngoài nhằm phát triển sản xuất kinh doanh đời sống. Song mua bán ở đây có những nét riêng phức tạp hơn trong nước như giao dịch với người có quốc tịch khác nhau, thị trường rộng lớn khó kiểm soát, mua bán qua trung gian chiếm tỷ trọng lớn, đồng tiền thanh toán bằng ngoại tệ mạnh, hàng hoá vận chuyển qua biên giới cửa khẩu, cửa khẩu các quốc gia khác nhau phải tuân theo các tập quán quốc tế cũng như địa phương.

Hoạt động xuất nhập khẩu được tổ chức thực hiện với nhiều nghiệp vụ, nhiều khâu từ điều tra thị trường nước ngoài, lựa chọn hàng hoá xuất nhập khẩu, thương nhân giao dịch, các bước tiến hành giao dịch đàm phán, ký kết hợp đồng tổ chức thực hiện hợp đồng cho đến khi hàng hoá chuyển đến cảng chuyển giao quyền sở hữu cho người mua, hoàn thành các thanh toán. Mỗi khâu, mỗi nghiệp vụ này phải được nghiên cứu đầy đủ, kỹ lưỡng đặt chúng trong mối quan hệ lẫn nhau, tranh thủ nắm bắt những lợi thế nhằm đảm bảo hiệu quả cao nhất, phục vụ đầy đủ kịp thời cho sản xuất, tiêu dùng trong nước.

Đối với người tham gia hoạt động xuất nhập khẩu trước khi bước vào nghiên cứu, thực hiện các khâu nghiệp vụ phải nắm bắt được các thông tin về nhu cầu hàng hoá thị hiếu, tập quán tiêu dùng khả năng mở rộng sản xuất, tiêu dùng trong nước, xu hướng biến động của nó. Những điều đó trở thành nếp thường xuyên trong tư duy mỗi nhà kinh doanh xuất nhập khẩu để nắm bắt được .

Mặc dù xuất nhập khẩu đem lại nhiều thuận lợi song vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế:

Cạnh tranh dẫn đến tình trạng tranh mua, tranh bán hàng xuất nhập khẩu. Nếu không có sự kiểm soát của Nhà nước một cách chặt chẽ kịp thời sẽ gây các thiệt hại khi buôn bán với nước ngoài. Các hoạt động xấu về kinh tế xã hội như buôn lậu, trốn thuế, ép giá dễ phát triển.

Cạnh tranh sẽ dẫn đến thôn tính lẫn nhau giữa các chủ thể kinh tế bằng các biện pháp không lành mạnh như phá hoại cản trở công việc của nhau...việc quản lý không chỉ đơn thuần tính toán về hiệu quả kinh tế mà còn phải chú trọng tới văn hoá và đạo đức xã hội.

Xuất-nhập khẩu là hai hoạt động cơ bản cấu thành nên hoạt động ngoại thương. Xuất-nhập khẩu là hoạt động buôn bán diễn ra trên phạm vi ngoài quốc gia. Hoạt động xuất-nhập khẩu phức tạp hơn rất nhiều so với kinh doanh trong nước. Điều này được thể hiện ở chỗ:

Thị trường rộng lớn, khó kiểm soát. Chịu sự ảnh hưởng của nhiều yếu tố khác nhau như môi trường kinh tế, chính trị, luật pháp... của các quốc gia khác nhau. Thanh toán bằng đồng tiền ngoại tệ, hàng hoá được vận chuyển qua biên giới quốc gia, phải tuân theo những tập quán buôn bán quốc tế.

Xuất-nhập khẩu là hoạt động lưu thông hàng hoá, dịch vụ giữa các quốc gia, nó rất phong phú và đa dạng, thường xuyên bị chi phối bởi các yếu tố như chính sách, luật pháp, văn hoá, chính trị, ...của các quốc gia khác nhau. Nhà nước quản lý hoạt động xuất-nhập khẩu thông qua các công cụ chính sách như: Chính sách thuế, hạn ngạch, các văn bản pháp luật khác, qui định các mặt hàng xuất-nhập khẩu,.....

Nhập khẩu là một hoạt động quan trọng của thương mại quốc tế, nhập khẩu tác động một cách trực tiếp và quyết định đến sản xuất và đời sống. Nhập khẩu là để tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật công nghệ tiên tiến, hiện đại cho sản xuất và các hàng hoá cho tiêu dùng mà sản xuất trong nước không sản xuất được, hoặc sản xuất không đáp ứng nhu cầu. Nhập khẩu còn để thay thế, nghĩa là nhập khẩu những thứ mà sản xuất trong nước sẽ không có lợi bằng xuất khẩu, làm được như vậy sẽ tác động tích cực đến sự phát triển cân đối và khai thác tiềm năng, thế mạnh của nền kinh tế quốc dân về sức lao động, vốn, cơ sở vật chất, tài nguyên và khoa học kỹ thuật.

Chính vì vậy mà nhập khẩu có vai trò như sau:

- Nhập khẩu thúc đẩy nhanh quá trình sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng đẩy mạnh công nghiệp hoá , hiện đại hoá đất nước
- Bổ xung kịp thời những mất mát cân đối của nền kinh tế , đảm bảo một sự phát triển cân đối ổn định.khai thác đến mức tối đa tiềm năng và khả năng của nền kinh tế vào vòng quay kinh tế.
- Nhập khẩu đảm bảo đầu vào cho sản xuất tạo việc làm ổn định cho người lao động góp phần cải thiện và nâng cao mức sống của nhân dân.
- Nhập khẩu có vai trò tích cực thúc đẩy xuất khẩu góp phần nâng cao chất lượng sản xuất hàng xuất khẩu ,tạo môi trường thuận lợi cho xuất khẩu hàng hoá ra thị trường quốc tế đặc biệt là nước nhập khẩu.

Có thể thấy rằng vai trò của nhập khẩu là hết sức quan trọng đặc biệt là đối với các nước đang phát triển (trong đó có Việt Nam) trong việc cải thiện đời sống kinh tế,thay đổi một số lĩnh vực ,nhờ có nhập khẩu mà tiếp thu được những kinh nghiệm quản lí ,công nghệ hiện đại ...thúc đẩy nền kinh tế phát triển nhanh chóng

Tuy nhiên, nhập khẩu phải vừa đảm bảo phù hợp với lợi ích của xã hội vừa tạo ra lợi nhuận các doanh nghiệp ,chung và riêng phải hoà với nhau. Để đạt được điều đó thì nhập khẩu phải đạt được yêu cầu sau:

\* Tiết kiệm và hiệu quả cao trong việc sử dụng vốn nhập khẩu :trong điều kiện chuyển sang nền kinh tế thị trường việc kinh doanh mua bán giữa các nước đều tính theo thời giá quốc tế và thanh toán với nhau bằng ngoại tệ tự do . Do vậy, tất cả các hợp đồng nhập khẩu phải dựa trên vấn đề lợi ích và hiệu quả là vấn đề rất cơ bản của quốc gia, cũng như mỗi doanh nghiệp đòi hỏi các cơ quan quản lý cũng như mỗi doanh nghiệp phải:

- Xác định mặt hàng nhập khẩu phù hợp với kế hoạch phát triển kinh tế xã hội ,khoa học kỹ thuật của đất nước và nhu cầu tiêu dùng của nhân dân.
- Giành ngoại tệ cho nhập khẩu vật tư để phụ sản xuất trong nước xét thấy có lợi hơn nhập khẩu
- Nghiên cứu thị trường để nhập khẩu được hàng hoá thích hợp với giá cả có lợi phục vụ cho sản xuất và nâng cao đời sống nhân dân.

\* Nhập khẩu thiết bị kỹ thuật tiên tiến hiện đại:

Việc nhập khẩu thiết bị máy móc và nhận chuyển giao công nghệ ,kể cả thiết bị theo con đường đầu tư hay viện trợ đều phải nắm vững phương châm đón đầu đi thẳng vào tiếp thu công nghệ hiện đại. Nhập phải chọn lọc, tránh nhập những công nghệ lạc hậu các nước đang tìm cách thải ra. Nhất thiết không vì mục tiêu “tiết kiệm” mà nhập các thiết bị cũ, chưa dùng được bao lâu, chưa đủ để sinh lợi đã phải thay thế. Kinh nghiệm của hầu hết các nước đang phát triển là đừng biến nước mình thành “bãi rác” của các nước tiên tiến.

\* Bảo vệ và thúc đẩy sản xuất trong nước, tăng nhanh xuất khẩu

Nền sản xuất hiện đại của nhiều nước trên thế giới đầy ắp những kho tồn trữ hàng hoá dư thừa và những nguyên nhiên vật liệu. Trong hoàn cảnh đó,việc nhập khẩu dễ hơn là tự sản xuất trong nước.Trong điều kiện ngành công nghiệp còn non kém của Việt Nam, giá hàng nhập khẩu thường rẻ hơn, phẩm chất tốt hơn. Nhưng nếu chỉ nhập khẩu không chú ý tới sản xuất sẽ “bóp chết” sản xuất trong nước. Vì vậy, cần tính toán và tranh thủ các lợi thế của nước ta trong từng thời kỳ để bảo hộ và mở mang sản xuất trong nước vừa đáp ứng nhu cầu tiêu dùng nội địa vừa tạo ra được nguồn hàng xuất khẩu mở rộng thị trường ngoài nước.

Đối với xuất khẩu

Xuất khẩu là một cơ sở của nhập khẩu và là hoạt động kinh doanh để đem lại lợi nhuận lớn, là phương tiện thúc đẩy kinh tế. Mở rộng xuất khẩu để tăng thu ngoại tệ, tạo điều kiện cho nhập khẩu và phát triển cơ sở hạ tầng. Nhà nước ta luôn coi trọng và thúc đẩy các ngành kinh tế hướng theo xuất khẩu, khuyến khích các thành phần kinh tế mở rộng xuất khẩu để giải quyết công ăn việc làm và tăng thu ngoại tệ.

Như vậy xuất khẩu có vai trò hết sức to lớn thể hiện qua việc:

- Xuất khẩu tạo nguồn vốn chủ yếu cho nhập khẩu.

Công nghiệp hoá đất nước đòi hỏi phải có số vốn rất lớn để nhập khẩu máy móc, thiết bị, kỹ thuật, vật tư và công nghệ tiên tiến

Nguồn vốn để nhập khẩu có thể được hình thành từ các nguồn như:

. Liên doanh đầu tư với nước ngoài

- . Vay nợ, viện trợ, tài trợ
- . Thu từ hoạt động du lịch, dịch vụ
- . Xuất khẩu sức lao động

Trong các nguồn vốn như đầu tư nước ngoài, vay nợ và viện trợ... cũng phải trả bằng cách này hay cách khác. Để nhập khẩu, nguồn vốn quan trọng nhất là từ xuất khẩu. Xuất khẩu quyết định quy mô và tốc độ tăng của nhập khẩu.

- + Xuất khẩu góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế sang nền kinh tế hướng ngoại.
- + Xuất khẩu tạo điều kiện cho các ngành liên quan có cơ hội phát triển thuận lợi
- + Xuất khẩu tạo ra khả năng mở rộng thị trường tiêu thụ, cung cấp đầu vào cho sản xuất, khai thác tối đa sản xuất trong nước
- + Xuất khẩu tạo ra những tiền đề kinh tế kỹ thuật nhằm đổi mới thường xuyên năng lực sản xuất trong nước. Nói cách khác, xuất khẩu là cơ sở tạo thêm vốn và kỹ thuật, công nghệ tiên tiến thế giới từ bên ngoài

Thông qua xuất khẩu, hàng hoá sẽ tham gia vào cuộc cạnh tranh trên thị trường thế giới về giá cả, chất lượng. Cuộc cạnh tranh này đòi hỏi phải tổ chức lại sản xuất cho phù hợp với nhu cầu thị trường.

Xuất khẩu còn đòi hỏi các doanh nghiệp phải luôn đổi mới và hoàn thiện công tác quản lý sản xuất, kinh doanh, nâng cao chất lượng sản phẩm, hạ giá thành.

- Xuất khẩu tạo thêm công ăn việc làm và cải thiện đời sống nhân dân. Trước hết, sản xuất hàng xuất khẩu thu hút hàng triệu lao động, tạo ra

nguồn vốn để nhập khẩu vật phẩm tiêu dùng thiết yếu phục vụ đời sống của nhân dân.

- Xuất khẩu là cơ sở để mở rộng và thúc đẩy các quan hệ kinh tế đối ngoại của đất nước.

Xuất khẩu và các quan hệ kinh tế đối ngoại làm cho nền kinh tế gắn chặt với phân công lao động quốc tế. Thông thường hoạt động xuất khẩu ra đời sớm hơn các hoạt động kinh tế đối ngoại khác nên nó thúc đẩy các quan hệ này phát triển.

Chẳng hạn, xuất khẩu và sản xuất hàng xuất khẩu thúc đẩy quan hệ tín dụng, đầu tư, vận tải quốc tế...

Tóm lại, đẩy mạnh xuất khẩu được coi là vấn đề có ý nghĩa chiến lược để phát triển kinh tế, thực hiện công nghiệp hoá và hiện đại hoá đất nước.

=> Hoạt động xuất nhập khẩu mang lại nhiều lợi ích cho nền kinh tế. Tuy nhiên nhập khẩu cũng tạo nên áp lực cạnh tranh cho hàng hóa trong nước => cần có sự điều tiết của chính phủ

Các nhà kinh doanh cần lưu ý tìm hiểu xem danh mục cấm nhập khẩu của 1 khu vực và mức độ kiểm soát hàng nhập khẩu của 1 khu vực để xem liệu hàng hóa nguyên vật liệu mình cần có gặp khó khăn trong quá trình nhập khẩu hay không?

### **2.1.10 Tiềm năng của nền kinh tế**

– Khái niệm GDP tiềm năng:

+ Tổng sản phẩm quốc nội là thước đo giá trị của tất cả hàng hóa và dịch vụ được sản xuất trong nền kinh tế trong một thời kỳ nhất định. Nó được tính toán bởi Văn phòng Phân tích Kinh tế của chính phủ liên bang mỗi quý. GDP tiềm năng là một cấu trúc lý thuyết, một ước tính về giá trị của sản lượng mà nền kinh tế sẽ tạo ra nếu lao động và vốn được sử dụng ở mức bền vững tối đa của chúng — nghĩa là, tỷ lệ phù hợp với tăng trưởng ổn định và lạm phát ổn định. Hình 1 so sánh mức GDP thực tế và sản lượng tiềm năng theo thời gian. Nhìn chung, nền kinh tế hoạt động gần với tiềm năng, nhưng suy thoái sâu là những ngoại lệ đáng chú ý đối với xu hướng này. Trong những giai đoạn này, GDP có thể tụt hậu so với tiềm năng, đôi khi kéo dài.

+ Sự khác biệt giữa mức GDP thực tế và GDP tiềm năng được gọi là khoảng cách sản lượng. Khi chênh lệch sản lượng dương – khi GDP cao hơn tiềm năng – nền kinh tế đang hoạt động vượt quá khả năng bền vững và có khả năng tạo ra lạm phát. Khi GDP giảm so với tiềm năng, chênh lệch sản lượng là âm. Hình 2 cho thấy các cuộc suy thoái như Đại suy thoái 2007-2009 và suy thoái COVID-19 khiến GDP thấp hơn rất nhiều so với tiềm năng



– Các đặc điểm của GDP tiềm năng:

Theo thời gian, một nền kinh tế có thể phát triển mà không có lạm phát không mong muốn chỉ nhanh khi GDP tiềm năng của nó tăng lên. Hãy coi đây là giới hạn tốc độ an toàn cho tăng trưởng kinh tế. Chính phủ chi tiêu quá nhiều có thể tạo ra nhu cầu tăng vọt vượt quá khả năng sản xuất của nền kinh tế và gây ra lạm phát.

Việc hiểu rõ GDP tiềm năng là điều quan trọng đối với các nhà hoạch định chính sách của Cục Dự trữ Liên bang khi họ quyết định khi nào và làm thế nào để thay đổi lãi suất hoặc sử dụng các công cụ khác của họ để thực hiện nhiệm vụ ổn định giá cả và tối đa việc làm bền vững. Việc có được những ước tính tốt về sản lượng tiềm năng cho phép họ hiệu chỉnh các lựa chọn của mình một phần dựa trên những dự đoán về khoảng cách sản lượng. Tương tự, Quốc hội và Tổng thống sẽ xem xét khoảng cách sản lượng để xem xét liệu nền kinh tế có cần kích thích tài khóa hay kiềm chế.

– Các yếu tố để xác định GDP tiềm năng

GDP tiềm năng phụ thuộc vào quy mô lực lượng lao động và tốc độ tăng năng suất (sản lượng mỗi giờ làm việc), bản thân nó phụ thuộc vào lượng vốn đầu tư. Tức là, tăng trưởng GDP tiềm năng có thể tăng nhanh nếu nhiều người tham gia lực lượng lao động hơn, nhiều vốn hơn được bơm vào nền kinh tế, hoặc lực lượng lao động hiện có và vốn dự trữ trở nên năng suất hơn.

– Ảnh hưởng của GDP đến các dự án:

Các thành phần cơ bản của GDP tiềm năng không thể đo lường trực tiếp được. Điều này làm cho quá trình ước tính vốn đã trở nên khó khăn và phụ thuộc vào các dự đoán dựa trên mô hình. Các cách tiếp cận khác nhau để đo lường GDP tiềm năng mang lại những ước tính khác nhau về tốc độ phát triển của nền kinh tế mà không dẫn đến áp lực lạm phát.

Dự báo GDP tiềm năng sau đại dịch là đặc biệt khó khăn vì có khả năng bản thân GDP tiềm năng đã bị ảnh hưởng, ít nhất là tạm thời. Nhiều doanh nghiệp đã đóng cửa, người lao động rời bỏ lực lượng lao động và mối quan hệ giữa người lao động và người sử dụng lao động bị cắt đứt, vì vậy có thể phải mất một thời gian nữa năng lực sản xuất của nền kinh tế mới trở lại như trước đây nếu không có đại dịch. Ngoài ra, sự sụt giảm

trong nhập cư và đầu tư trong thời kỳ đại dịch có nghĩa là lực lượng lao động và vốn dự trữ nhỏ hơn, cả hai đều làm giảm GDP tiềm năng.

Tất nhiên, dựa trên tính chất chưa từng có của đại dịch, việc đánh giá mức độ và mức độ lâu dài của những tác động này đối với nền kinh tế là rất khó. Văn phòng Ngân sách Quốc hội ước tính rằng GDP tiềm năng sẽ tăng ở mức 1,85% vào năm 2021, giảm so với mức ước tính 2,02% được đưa ra vào tháng 1 năm 2020 trước khi đại dịch bắt đầu

*Ví dụ và ứng dụng trong đầu tư tài chính:*

– Nguyên nhân mà GDP tiềm năng vẫn tiếp tục được xem xét trong hiện nay:

Khi Tổng thống Biden và Quốc hội đàm phán về gói kích thích tài khóa tiếp theo để hỗ trợ phục hồi kinh tế COVID-19, họ sẽ mặc nhiên đưa ra các giả định về chênh lệch sản lượng. Phân tích của một người trong chúng tôi (Louise Sheiner) và đồng nghiệp Wendy Edelberg của chúng tôi tại Brookings gợi ý rằng gói 1,9 nghìn tỷ đô la của Biden sẽ dẫn đến GDP đạt đến con đường trước đại dịch vào cuối năm 2021 và vượt quá nó vào năm 2022. Nói cách khác, một số nền kinh tế hoạt động bị mất trong đại dịch sẽ được tạo thành sau khi vi rút giảm bớt.

Tuy nhiên, dựa trên ước tính gần đây của CBO về GDP tiềm năng, điều này sẽ để lại khoảng chênh lệch sản lượng dương lớn – đạt mức cao nhất là 2,6% trong quý đầu tiên của năm 2022. Một số nhà phê bình – bao gồm cả cựu Bộ trưởng Tài chính Lawrence Summers – cho rằng việc đẩy sản lượng này lên cao hơn nhiều so với tiềm năng có thể làm tăng lạm phát.

Những người khác, bao gồm cả người đoạt giải Nobel Paul Krugman, cảnh báo không nên quá chú trọng vào chênh lệch sản lượng dự kiến trong việc xác định mức độ rủi ro của một biện pháp kích thích tài khóa lớn. Họ lưu ý sự không chắc chắn đáng kể xung quanh bất kỳ ước tính nào về GDP tiềm năng. Thật vậy, theo ước tính của CBO, nền kinh tế Hoa Kỳ đã hoạt động trên mức tiềm năng vào năm 2019, tuy nhiên lạm phát vẫn ở mức thấp hơn và thấp hơn mục tiêu 2% của Fed. Hơn nữa, có rất ít tiền lệ lịch sử để dự đoán đại dịch sẽ ảnh hưởng như thế nào đến sản lượng tiềm năng hoặc nhu cầu của người tiêu dùng và doanh nghiệp một khi vi rút rút đi.

Minh họa mức độ khó khăn trong việc dự báo sản lượng tiềm năng, Hình 4 cho thấy CBO liên tục hạ cấp ước tính GDP tiềm năng từ đầu năm 2007 đến tháng 2 năm 2021 do hậu quả của cuộc Đại suy thoái và sự phục hồi sau đó cũng như đại dịch COVID-19. Tại Goldman Sachs, các nhà kinh tế học Daan Struyven, Jan Hatzius và Sid Bhushan lập luận rằng xu hướng này cung cấp bằng chứng cho thấy GDP tiềm năng cao hơn so với các mô hình như CBO đề xuất, có nghĩa là nền kinh tế sẽ chùng xuống hơn. Giả định rằng xu hướng giảm tỷ lệ việc làm / dân số nam trong độ tuổi sơ sinh có thể bị đảo ngược bởi một nền kinh tế mạnh, họ ước tính rằng nền kinh tế Mỹ hiện nay thấp hơn tiềm năng từ 3 đến 4 điểm phần trăm so với ước tính của CBO. Cùng với sự không chắc chắn đã nêu ở trên, kết quả này cho thấy rằng các ước tính về chênh lệch sản lượng không nên được coi là chỉ số duy nhất về tình trạng của nền kinh tế hoặc là một chỉ báo dễ hiểu về áp lực lạm phát sắp xảy ra.

=> Sự khác biệt giữa mức GDP thực tế và GDP tiềm năng được gọi là khoảng cách sản lượng. Khi chênh lệch sản lượng dương – khi GDP cao hơn tiềm năng – nền kinh tế đang hoạt động vượt quá khả năng bền vững và có khả năng tạo ra lạm phát. Khi GDP giảm so với tiềm năng, chênh lệch sản lượng là âm => nền kinh tế đang hoạt động chưa hiệu quả

Kinh tế Việt Nam trong năm 2019 ghi nhận mức tăng trưởng cao nhất trong vòng 10 năm gần đây, đạt mức 7.08% và được ghi nhận là quốc gia có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong khu vực Đông Nam Á, tiếp tục là một trong những nền kinh tế dẫn đầu thế giới về tốc độ tăng trưởng.

Dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) ròng đạt trung bình 5% GDP hàng năm và cho tới nay đây là tỷ lệ cao nhất trong khu vực

Việt Nam chính là thị trường tiềm năng mà các doanh nghiệp nước ngoài đang hướng tới nhờ vào sự ổn định về chính trị và tiền tệ; sự cởi mở về kinh tế, lực lượng lao động dồi dào và giá nhân công cạnh tranh

Thu nhập tăng: nảy sinh các nhu cầu cao cấp hơn: du lịch, bảo hiểm, làm đẹp...

Thu nhập giảm: ưu tiên nhu cầu cần thiết và cắt giảm các nhu cầu cao cấp.

Việt Nam có sự ổn định về chính trị. Lọt top 10 quốc gia có hòa bình tuyệt đối trên thế giới. Quốc phòng an ninh được giữ vững

Tỷ lệ tăng trưởng, lạm phát và lãi suất ở mức ổn định

Cải cách hành chính có nhiều bước tiến mới.

Có chính sách hỗ trợ ưu đãi đầu tư, đặc biệt là công nghệ phụ trợ

Lực lượng lao động dồi dào, giá rẻ, năng động

Sức mua thị trường lớn

Tài nguyên thiên nhiên phong phú

Sự thay đổi trong thu nhập của người tiêu dùng

## **2.2. Môi trường chính trị**

### **2.2.1 Khái niệm chính trị**

Chính trị là một lĩnh vực hoạt động của đời sống xã hội, thực hiện nhiệm vụ quản lý đất nước. Gồm các hoạt động và mối quan hệ giữa các chủ thể trong đời sống xã hội có liên quan đến việc nhận diện và giải quyết các vấn đề chung trong xã hội. Để giải quyết các vấn đề này, cần thiết lập một lực lượng chung có sức mạnh cưỡng chế để duy trì trật tự, hòa bình và công lý trong xã hội. Tổ chức này có tính chất đại diện, có quyền lực và khả năng cưỡng chế bằng sức mạnh quản lý.

**Hệ thống chính trị** là một tổ hợp có tính chất chỉnh thể các thể chế chính trị. Được tổ chức có tính chuyên nghiệp, phân chia cũng như phối hợp thực hiện các quyền lực nhà nước. Phân ra thành cơ quan quyền lực nhà nước, đảng chính trị, tổ chức và phong trào xã hội,...

Hệ thống chính trị bao gồm những cấu trúc, các quá trình và những hoạt động mà dựa vào đó các dân tộc có quyền tự quyết. Chẳng hạn hệ thống chính trị ở Nhật Bản có đặc trưng là thủ tướng được bầu cử bởi Quốc hội và Chính phủ được điều hành bởi nội các bao gồm các Bộ trưởng

### **2.2.2 Phân loại hệ thống chính trị**

**Chế độ dân chủ:** Chế độ dân chủ là hệ thống chính trị mà ở đó những người đứng đầu chính phủ được bầu cử trực tiếp bởi người dân hoặc những đại cử tri. Với những cản trở như dân số quá đông, sự xa cách về không gian cũng như thời gian mà khả năng

tham gia của người dân vào chính trị bị hạn chế, cho nên nền dân chủ “thuần túy” chỉ là lý tưởng. Trên thực tế, nhiều quốc gia đã lựa chọn một nền dân chủ đại nghị, có nghĩa là những công dân giới thiệu những cá nhân đại diện cho họ để thực hiện những quan điểm chính trị cũng như nhu cầu về chính trị của họ. Tất cả những nền dân chủ đại nghị thỏa mãn 5 quyền tự quyết:

- Quyền phát ngôn: Quyền tự do phát ngôn cho phép người ta có quyền bày tỏ quan điểm một cách tự do và không sợ bị trừng phạt;
- Bầu cử theo nhiệm kỳ: Mỗi người được bầu ra phục vụ trong một thời gian nhất định;
- Quyền của các dân tộc thiểu số: Nền dân chủ cố gắng duy trì hòa bình giữa các nhóm người khác nhau về văn hóa, tôn giáo và màu da;
- Quyền sở hữu và quyền công dân: Quyền sở hữu là những đặc quyền và trách nhiệm về tài sản. Quyền công dân bao gồm quyền tự do ngôn luận, quyền tự do chính trị, quyền được đối xử công bằng;
- Quyền tự quyết: là một quyền của chính phủ thực thi những đạo luật đã được thông qua. Chế độ chuyên chế Trong chế độ chuyên chế, cá nhân thống trị xã hội mà không cần sự ủng hộ của dân chúng. Chính phủ kiểm soát mọi hoạt động trong cuộc sống của dân chúng và những người đứng đầu chế độ loại trừ mọi quan điểm đối lập.

Chính quyền của chế độ chuyên chế có xu hướng chia thành 3 điểm:

- Có quyền lực thông qua áp đặt: Một cá nhân hoặc tổ chức tạo dựng hệ thống chính trị mà không cần sự chấp thuận tuyệt đối của người dân.
- Thiếu sự đảm bảo từ hiến pháp: Họ hạn chế, lạm dụng, loại bỏ ngay lập tức những định chế quyền tự do ngôn luận, bầu cử định kỳ, quyền sở hữu, quyền được bảo đảm của công dân và quyền của các dân tộc thiểu số.
- Sự tham gia hạn chế: Những người làm chính trị được giới hạn hoặc trong những đảng hoặc thông qua áp đặt.

### 2.2.3 Rủi ro chính trị

Tất cả các công ty thực hiện kinh doanh vượt ra khỏi phạm vi một quốc gia đều phải đối mặt với rủi ro chính trị, cụ thể sự thay đổi về chính trị có ảnh hưởng xấu đến công việc kinh doanh. Rủi ro chính trị có thể đe dọa đến thị trường xuất khẩu, điều kiện sản xuất, hoặc gây khó khăn cho nhà đầu tư chuyển lợi nhuận về trong nước.

Rủi ro chính trị phát sinh là do nhiều nguyên nhân. Bao gồm những nguyên nhân sau:

- Sự lãnh đạo chính trị yếu kém;
- Chính quyền bị thay đổi thường xuyên;
- Sự dính líu đến chính trị của các nhà lãnh đạo tôn giáo và quân đội;
- Hệ thống chính trị không ổn định;
- Những vụ xung đột về chủng tộc, tôn giáo và các dân tộc thiểu số;
- Sự liên kết kém chặt chẽ giữa các quốc gia. Rủi ro chính trị có thể được phân thành nhiều loại dưới các góc độ tiếp cận khác nhau. Nếu căn cứ vào phạm vi tác động có thể phân rủi ro chính trị thành 2 loại cơ bản sau:
  - Rủi ro vĩ mô: đe dọa đến tất cả các doanh nghiệp không trừ một ngành nào. Rủi ro vĩ mô ảnh hưởng đến hầu hết các doanh nghiệp cả doanh nghiệp trong và ngoài nước;
  - Rủi ro vi mô: là loại hình rủi ro chính trị chỉ tác động đến những công ty trong một ngành nào đó. Nếu căn cứ vào hình thức biểu hiện, rủi ro chính trị được phân thành 5 dạng thức chính sau:
    - Xung đột và bạo lực: Xung đột và bạo lực xảy ra có thể gây cản trở mạnh mẽ đến đầu tư của các công ty, làm suy yếu khả năng sản xuất và phân phối sản phẩm, gặp khó khăn trong việc vận chuyển nguyên liệu và thiết bị, gây cản trở việc tuyển dụng lao động. Xung đột và bạo lực có thể xảy ra ở nhiều cấp độ có thể là xung đột giữa người dân và chính phủ, giữa các chính phủ ở các quốc gia hay giữa các dân tộc, chủng tộc và tôn giáo.
    - Khủng bố và bắt cóc: Bắt cóc và các cuộc khủng bố là phương tiện để các thế lực khẳng định vị thế chính trị. Khủng bố có mục đích tạo ra sự lo sợ và ép buộc sự thay đổi thông qua việc gây ra những cái chết và tàn phá tài sản một cách bất ngờ và không lường trước được. Bắt cóc thường được sử dụng nhằm tài trợ tài chính cho các hoạt

động khủng bố. Các hãng kinh doanh nước ngoài lớn là mục tiêu chính bởi vì những người làm việc ở đây khá “nặng túi” và có thể trả những khoản chuộc hậu hĩnh.

□ Chiếm đoạt tài sản: Đôi khi một số chính quyền chiếm đoạt tài sản của công ty trên lãnh thổ của họ. Sự chiếm đoạt diễn ra dưới bốn hình thức: Tịch thu, Sung công, Quốc hữu hóa, buộc thoái vốn

o Tịch thu: là việc ép buộc chuyển tài sản của công ty vào tay chính phủ mà không có sự đền bù nào cả.

o Sung công: là quá trình ép buộc chuyển tài sản của tư nhân vào tay chính phủ nhưng được đền bù.

o Quốc hữu hóa: Quốc hữu hóa phổ biến hơn sung công và tịch thu. Trong khi sung công áp dụng đối với một hoặc một số công ty nhỏ trong một ngành, thì quốc hữu hóa diễn ra đối với toàn bộ ngành. 2 hình thức kia chỉ nhằm vào tài sản hữu hình còn quốc hữu hóa thì bao gồm cả tài sản vô hình. Quốc hữu hóa là việc chính phủ đứng ra tịch thu cả tài sản và quyền kinh doanh của cả 1 ngành.

o Buộc thoái vốn: là hình thức chính phủ cho phép 1 công ty được kinh doanh trong thời hạn nhất định, sau thời hạn đó công ty sẽ phải buộc bán cổ phần lại cho các đơn vị trong nước theo chỉ định.

□ Sự thay đổi các chính sách: sự thay đổi chính sách của chính phủ cũng có thể là do nguyên nhân mất ổn định xã hội hoặc là do có sự tham gia của các chính đảng mới.

□ Những yêu cầu của địa phương: Các yêu cầu của địa phương có thể gây bất lợi cho sự tồn tại của doanh nghiệp trong dài hạn. Đặc biệt, họ có thể gây ra hai điểm bất lợi đối với các công ty kinh doanh quốc tế là: (1) Yêu cầu phải tuyển dụng những nhân công địa phương của họ có thể làm cho các công ty này thiếu những người làm việc có đủ trình độ; (2) Yêu cầu các công ty sử dụng toàn bộ hoặc một phần nguyên, nhiên vật liệu của địa phương dẫn đến chi phí sản xuất cao, chất lượng giảm sút hoặc cả hai. Bên cạnh kiểm soát và dự đoán những khả năng thay đổi chính trị, các công ty quốc tế phải cố gắng quản lý được rủi ro chính trị mà những rủi ro này đe dọa đến hoạt động hiện tại cũng như tương lai của công ty.

## **Có 5 phương pháp quản lý rủi ro chính trị đó là:**

- Né tránh: Né tránh đơn giản là hạn chế đầu tư vào những nước có nguy cơ rủi ro chính trị cao.
- Thích nghi: Thích nghi có nghĩa là kết hợp chặt chẽ rủi ro với chiến lược kinh doanh, thường được giúp đỡ của các quan chức địa phương. Các công ty thu nhận rủi ro qua năm chiến lược: vốn nợ và vốn cổ phần của địa phương; định vị; trợ giúp; cộng tác và bảo hiểm.
- Duy trì mức độ phụ thuộc: Để duy trì mức độ phụ thuộc của nước sở tại vào hoạt động của doanh nghiệp, các doanh nghiệp có thể tiếp cận theo ba hướng: (i) giải thích cho người dân và các quan chức địa phương tầm quan trọng của họ đối với phát triển kinh tế và nâng cao chất lượng cuộc sống; (ii) sử dụng nguyên vật liệu, công nghệ và một phần nguồn lực sẵn có của địa phương; (iii) Nếu công ty đủ mạnh và đủ lớn, công ty có thể nhận được toàn bộ quyền kiểm soát kênh phân phối ở địa phương. Nếu công ty bị đe dọa, nó có thể từ chối cung cấp cho người tiêu dùng địa phương và người mua là các công ty địa phương.
- Thu thập thông tin: Có hai nguồn dữ liệu cần thiết cho việc dự báo rủi ro chính trị chính xác là: (i) công ty yêu cầu người lao động đánh giá mức độ rủi ro chính trị. (ii) công ty có thể thu thập thông tin từ những hãng chuyên cung cấp những dịch vụ về rủi ro chính trị.
- Lợi dụng những chính sách địa phương: Các nhà quản lý có thể xem xét đến những quy luật và quy định áp dụng trong kinh doanh ở mỗi quốc gia. Hơn nữa, pháp luật ở nhiều quốc gia rất dễ thay đổi, và luật mới ra tiếp tục tác động đến doanh nghiệp. Để những ảnh hưởng của địa phương có lợi cho họ, các nhà quản lý đề nghị những định hướng thay đổi có ảnh hưởng tích cực tới họ.

### **2.2.4 Độ hoàn thiện của hệ thống pháp luật**

Pháp luật là hệ thống các quy tắc xử sự mang tính bắt buộc chung do nhà nước ban hành hoặc thừa nhận nhằm điều chỉnh các quan hệ xã hội, phục vụ và bảo vệ quyền lợi của các tầng lớp dân cư trong xã hội



### *Các hệ thống pháp luật trên thế giới*

*Thông luật:* Tòa án giải quyết một trường hợp nào đó thông qua việc làm sáng tỏ các yếu tố lịch sử, tiền lệ và cách sử dụng. Tuy nhiên, mỗi bộ luật được vận dụng khác nhau một chút trong mỗi tình huống. Luật phổ thông bắt nguồn từ Anh quốc vào thế kỷ thứ XVII và nó được công nhận ở nhiều quốc gia trên thế giới như Anh, Canada, New Zealand, Mỹ... Hệ thống luật pháp dựa trên những yếu tố lịch sử của luật pháp, dựa vào đó mà toàn án tiến hành xử lý những tình huống cụ thể. Một hệ thống thông luật phản ánh 3 nhân tố:

- Nhân tố truyền thống: là lịch sử pháp luật của một quốc gia;
- Các tiền lệ: Các quy ước có tính chất bắt buộc xuất hiện trước khi có tòa án;
- Cách sử dụng: Là những cách mà theo đó luật pháp được áp dụng cho một tình huống cụ thể.

*Luật dân sự:* Luật dân sự xuất hiện ở Rome vào thế kỷ XV trước công nguyên, nó là bộ luật lâu đời và thông dụng nhất trên thế giới. Luật dân sự dựa trên các quy định quy tắc bằng văn bản. Luật dân sự ít có sự đối lập như thông luật bởi vì không cần giải thích các điều luật theo lịch sử hình thành, tiền lệ và cách sử dụng. Do tất cả các luật được hệ thống hóa và súc tích, cho nên các nội dung bên trong hợp đồng cần làm rõ các từ hàm ý. Tất cả những quyền lợi và trách nhiệm đều trực tiếp thể hiện trong hợp đồng. Bên cạnh đó, chi phí về thời gian và tiền bạc ít tốn kém hơn. Thế nhưng luật dân sự có xu hướng bỏ qua những tình huống đơn lẻ. Luật dân sự được áp dụng ở Cuba, Puerto Rico, Quebec và tất cả các nước ở trung và nam Châu Phi.

*Luật mang tính chất tôn giáo:* Luật dựa trên nền tảng tôn giáo được gọi là luật thần quyền. Có ba luật thần quyền nổi tiếng là Luật Đạo Hồi, đạo Hin-đu và Luật Do Thái. Các hãng hoạt động ở những nước tồn tại luật thần quyền phải nhạy cảm với niềm tin và văn hóa địa phương. Họ nên đánh giá hết các hoạt động sản xuất, kinh doanh bao gồm những thông lệ và chính sách đầu tư để đảm bảo phù hợp với không chỉ pháp luật mà cả tôn giáo và văn hóa địa phương

Có nhiều tiêu chí để đánh giá mức độ hoàn thiện của hệ thống pháp luật trong đó có các tiêu chí cơ bản sau đây:

## 1. Tính toàn diện của hệ thống pháp luật

Tính toàn diện của hệ thống pháp luật thể hiện ở cấu trúc hình thức của nó, nghĩa là hệ thống pháp luật phải có khả năng đáp ứng được đầy đủ nhu cầu điều chỉnh pháp luật trên các lĩnh vực quan trọng của đời sống xã hội. Điều này đòi hỏi các quy phạm pháp luật phải có khả năng bao quát toàn bộ đời sống xã hội, để các quan hệ xã hội quan trọng có tính điển hình, phổ biến cần có sự điều chỉnh của pháp luật thì đều có pháp luật điều chỉnh. Tính toàn diện của hệ thống pháp luật cần phải được đánh giá ở nhiều cấp độ khác nhau như từng quy phạm pháp luật phải có cấu trúc lôgic, chặt chẽ; mỗi chế định pháp luật có đầy đủ các quy phạm pháp luật cần thiết; mỗi ngành luật có đầy đủ các chế định pháp luật theo cơ cấu của ngành luật; còn hệ thống pháp luật có đủ các ngành luật đáp ứng được nhu cầu phát triển của các quan hệ xã hội ở mỗi giai đoạn phát triển của đất nước. Điều này đòi hỏi các quy phạm pháp luật phải được ban hành toàn diện và đồng bộ, không chỉ chú trọng tới các quy phạm pháp luật về tổ chức bộ máy nhà nước mà còn phải chú ý tới các quy phạm pháp luật điều chỉnh một cách toàn diện các quan hệ xã hội thuộc các lĩnh vực đời sống dân sinh như dân sự, thương mại, đầu tư..., không chỉ chú trọng tới luật nội dung mà còn phải chú ý tới luật hình thức về trình tự, thủ tục. Đồng thời, phải ban hành đầy đủ các quy định chi tiết, hướng dẫn thi hành các quy định pháp luật trong những trường hợp cần có sự quy định chi tiết.

## 2. Tính thống nhất và đồng bộ của hệ thống pháp luật

Giữa các bộ phận hợp thành hệ thống pháp luật không chỉ có mối liên hệ gắn bó chặt chẽ mà còn luôn có sự thống nhất nội tại với nhau. Sự thống nhất và đồng bộ của hệ thống pháp luật là điều kiện cần thiết bảo đảm cho tính thống nhất về mục đích của pháp luật và sự triệt để trong việc thực hiện pháp luật. Tính thống nhất và đồng bộ của hệ thống pháp luật phải được thể hiện trong cả hệ thống cũng như trong từng bộ phận hợp thành của hệ thống ở các cấp độ khác nhau, nghĩa là giữa các ngành luật trong hệ thống; giữa các chế định pháp luật trong cùng ngành luật; giữa các quy phạm pháp luật trong chế định pháp luật cũng phải thống nhất. Không có các hiện tượng trùng lặp, chòng chẹo, mâu thuẫn nhau của các quy phạm pháp luật trong mỗi bộ phận và trong các bộ phận khác nhau của hệ thống. Điều này đòi hỏi các quy phạm pháp luật được ban hành không chỉ bảo đảm sự thống nhất, hài hoà về nội dung mà còn phải bảo đảm sự đồng bộ, tính thứ bậc của mỗi quy phạm về hiệu lực của chúng, trong đó, các quy phạm trong Hiến pháp phải có hiệu lực pháp luật cao nhất, các quy phạm pháp luật khác phải phù hợp với quy phạm trong Hiến pháp.

Bất kì một quy phạm pháp luật nào cũng được tạo ra và tác động không phải trong sự độc lập, riêng rẽ mà trong một tổng thể những mối liên hệ và ràng buộc nhất định. Do vậy, tính đồng bộ của hệ thống pháp luật có ảnh hưởng rất lớn tới tính khả thi và hiệu quả của pháp luật. Bởi tất cả những mối liên hệ, ràng buộc đó của các quy định pháp luật với những yếu tố và hiện tượng khác nhau trong đời sống xã hội xét đến cùng đều có ảnh hưởng tới sự tác động, điều chỉnh của pháp luật.

### 3. Tính phù hợp và khả thi của hệ thống pháp luật

Tính phù hợp của hệ thống pháp luật thể hiện ở nội dung của hệ thống pháp luật luôn có sự tương quan với trình độ phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Hệ thống pháp luật phải phản ánh đúng trình độ phát triển của kinh tế - xã hội, nó không thể cao hơn hoặc thấp hơn trình độ phát triển đó.

Tính phù hợp của hệ thống pháp luật thể hiện ở nhiều mặt như chúng phải phù hợp với các điều kiện kinh tế, điều kiện chính trị của đất nước, mà quan trọng nhất là phù hợp với đường lối, chính sách của Đảng cầm quyền; phù hợp với đạo đức, tập quán, truyền thống và các quy phạm xã hội khác... Ngoài ra, hệ thống pháp luật quốc gia phải được xây dựng phù hợp với các nguyên tắc cơ bản của các điều ước và thông lệ quốc tế, có phương pháp điều chỉnh pháp luật phù hợp cho mỗi loại quan hệ xã hội.

Tính khả thi của hệ thống pháp luật còn thể hiện ở việc các quy phạm pháp luật được ban hành phải phù hợp với cơ chế thực hiện và áp dụng pháp luật hiện hành. Nghĩa là, khi ban hành quy phạm pháp luật, phải xem xét tới điều kiện về kinh tế, chính trị, xã hội của đất nước có cho phép thực hiện được quy phạm pháp luật đó hay không, đồng thời, phải tính đến các điều kiện khác như tổ chức bộ máy nhà nước, trình độ của đội ngũ cán bộ, công chức, dư luận xã hội trong việc tiếp nhận quy phạm pháp luật đó, trình độ văn hoá và kiến thức pháp lí của nhân dân...

### 4. Ngôn ngữ và kĩ thuật xây dựng pháp luật

Để đánh giá hệ thống pháp luật còn phải xem xét trình độ kĩ thuật pháp lí khi xây dựng pháp luật. Điều này thể hiện, khi xây dựng và hoàn thiện pháp luật phải đưa ra được những nguyên tắc, những trình tự, thủ tục tối ưu để tiến hành có hiệu quả quá trình đó nhằm tạo ra được những quy phạm pháp luật tốt nhất, đồng thời phù hợp với các quy định đã có; xác định chính xác, khoa học cơ cấu của hệ thống quy phạm pháp luật phù hợp với các điều kiện kinh tế - xã hội của đất nước; ngôn ngữ được sử dụng phải chính

xác, phổ thông, cách diễn đạt phải rõ ràng, dễ hiểu, bảo đảm tính cô đọng, logic và một nghĩa. Đối với những thuật ngữ chuyên môn cần xác định rõ nội dung đều phải được giải thích trong nguồn pháp luật.

## 5. Tính hiệu quả của hệ thống pháp luật

Ngoài việc sử dụng những tiêu chí nêu trên để đánh giá hệ thống pháp luật, một số học giả còn chú trọng tới tiêu chí tính hiệu quả của hệ thống. Do vậy, đánh giá hệ thống pháp luật còn cần chú ý xem mục đích đề ra cho pháp luật có thể đạt được trên thực tế hay không; số lượng và chất lượng của các kết quả thực tế đạt được; những chi phí cho việc đạt được các kết quả đó...

Một hệ thống pháp luật có chất lượng thì phải bảo đảm tính hiệu quả, nghĩa là, các mục đích đề ra cho pháp luật đã đạt được trên thực tế với những chi phí thấp trong những điều kiện kinh tế, chính trị - xã hội hiện tại.

### **Các vấn đề pháp luật NĐT cần quan tâm**

□ Tiêu chuẩn hóa Bởi vì hệ thống pháp luật khác nhau ở mỗi nước, cho nên các công ty thường thuê các chuyên gia pháp luật ở những nơi mà họ kinh doanh. Điều này có thể làm tăng chi phí. Nhưng một điều thuận lợi, hệ thống pháp luật giữa các nước đều có chuẩn mực chung. Mặc dù, hệ thống pháp luật quốc tế không được rõ ràng, nhưng bước đầu đã có những điểm chung. Luật quốc tế ảnh hưởng đến nhiều khu vực, bao gồm quyền sở hữu trí tuệ, luật chống độc quyền, thuế, luật phân xử tranh chấp hợp đồng và những vấn đề thương mại nói chung. Bên cạnh đó, nhiều tổ chức quốc tế khuyến khích việc áp dụng các chuẩn mực. Trong số các tổ chức có Liên Hợp Quốc (UN), Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD), Tổ chức về thống nhất của các luật tư nhân ở Rome đã đưa ra các quy định cho kinh doanh quốc tế. Để tháo gỡ các rào cản cho các công ty hoạt động trên thị trường Tây Âu, Liên hiệp Châu Âu cũng tiêu chuẩn hóa hệ thống pháp luật của các nước trong hiệp hội.

□ Quyền sở hữu trí tuệ Tài sản là kết quả do hoạt động trí tuệ của con người và những nguồn lực đó gọi là tài sản trí tuệ. Nó bao gồm: tiểu thuyết, phần mềm máy tính, các bản thiết kế về máy móc và các bí quyết như công thức làm nước giải khát của hãng Coca-Cola. Nhiều đạo luật bảo vệ quyền tài sản – nó chứng nhận về nguồn gốc và bất kỳ thu nhập nào được tạo ra. Giống như các tài sản khác, trí tuệ cũng được mua bán, cấp giấy phép nhằm thu được phí và các quyền lợi khác. Luật quyền tài sản được hình

thành để bảo vệ và bồi thường trong trường hợp bị xâm phạm. Hiện nay, các công ty Mỹ và châu Âu đang vận động chính phủ gây áp lực các nước khác thực thi mạnh mẽ các đạo luật bảo vệ tài sản. Cho đến nay, nỗ lực của họ đã được đền đáp. Tổ chức thương mại thế giới WTO đã áp dụng luật bảo vệ trí tuệ.

□ Sự bảo đảm và trách nhiệm đối với sản phẩm Hầu hết các nước đều có đạo luật bảo vệ sản phẩm, luật này đưa ra các tiêu chuẩn áp dụng cho các nhà sản xuất. Trách nhiệm đối với sản phẩm yêu cầu các nhà sản xuất, người bán và các đối tượng khác, gồm cả các nhân viên công ty phải có trách nhiệm đối với những thiệt hại, thương tích hoặc chết chóc do các sản phẩm khuyết tật gây ra. Tổn thất có thể phải được bồi thường cả bằng tiền thông qua bộ luật dân sự và tiền phạt, hoặc có thể bị phạt tù theo luật hình sự.

□ Thuế Chính phủ các nước dùng thu nhập từ thuế doanh thu cho nhiều mục đích. Tiền thuế thu được dùng để trả lương, xây dựng quân đội, điều hòa thu nhập. Chính phủ cũng đánh thuế trực thu, thuế tiêu dùng.

□ Đạo luật chống độc quyền Các đạo luật nhằm chống các công ty ấn định giá cả, chiếm lĩnh thị trường và tận dụng những lợi thế do độc quyền gọi là đạo luật chống độc quyền. Những đạo luật này cố gắng cung cấp cho khách hàng những sản phẩm đa dạng với mức giá hợp lý.

### ***2.2.5 Độ nghiêm minh của pháp luật***

Được đánh giá qua chỉ số nhận thức tham nhũng CPI

CPI năm 2020 dựa trên 13 đánh giá của chuyên gia và khảo sát các doanh nhân, sử dụng thang điểm từ 0 đến 100, trong đó 0 là tham nhũng cao và 100 là rất trong sạch.

Khu vực đạt điểm CPI cao là Tây Âu và Liên minh châu Âu với điểm trung bình là 66. Các khu vực đạt điểm thấp là châu Phi cận Sahara (32) và Đông Âu và Trung Á (36).

Khu vực châu Á - Thái Bình Dương có số điểm CPI trung bình là 45. Trong đó, New Zealand tiếp tục là một trong những quốc gia có chỉ số CPI dẫn đầu, cả trong khu vực và trên toàn thế giới, với số điểm 88. Tiếp theo là Singapore (85), Úc và Hồng Kông (Trung Quốc) (77). Ở phía ngược lại, Campuchia (21 điểm), Afghanistan (19) và Triều Tiên (18) có số điểm CPI thấp nhất trong khu vực.

Các quốc gia đứng đầu về chỉ số CPI năm 2020 là Đan Mạch và New Zealand, với 88 điểm; tiếp theo là Phần Lan, Singapore, Thụy Điển và Thụy Sĩ, với 85 điểm.

Trong khi đó, các quốc gia cuối bảng là Nam Sudan và Somalia (một nước mà nhiều người còn băn khoăn về việc có nên gọi là quốc gia hay không khi mà nội chiến xảy ra liên miên và nền kinh tế phụ thuộc phần lớn vào nghề cướp biển.) với 12 điểm mỗi nước; tiếp theo là Syria (14 điểm), Yemen và Venezuela (15 điểm).

Đánh giá về Trung Quốc, kể từ năm 2014, quốc gia này đã cải thiện ổn định về chỉ số CPI, tăng 6 điểm từ mức 36 điểm năm 2014 lên 42 điểm năm 2020. Tuy nhiên, theo Phong vũ biểu tham nhũng toàn cầu mới đây nhất, 62% số người được hỏi vẫn cho rằng tham nhũng của Chính phủ là một vấn đề lớn của Trung Quốc, 28% công dân đã hỏi lộ để được hưởng các dịch vụ công và 32% sử dụng các kết nối cá nhân của họ để nhận các dịch vụ công. Điều này có nghĩa là hàng trăm triệu người đang bị ảnh hưởng bởi tham nhũng, và Trung Quốc vẫn còn một chặng đường dài để kiểm chế vấn nạn này.

Theo xếp hạng CPI năm 2020, Việt Nam đứng thứ 104 /180 với 36 điểm, tăng 5 điểm và 15 bậc so với năm 2014. Tuy nhiên, so với năm 2019, CPI của Việt Nam bị giảm 1 điểm và 8 bậc, đồng thời vẫn nằm trong số 2/3 các quốc gia trên thế giới có điểm dưới 50. Chính phủ Việt Nam luôn khẳng định chống tham nhũng là một trong các ưu tiên hàng đầu, nhưng cũng thừa nhận cuộc chiến này đang gặp nhiều khó khăn. Năm 2010 (CPI) Việt Nam xếp hạng 166/178 quốc gia và vùng lãnh thổ, với điểm số 27/100.

Tổ chức minh bạch quốc tế ước tính hàng năm số tiền hối lộ trên toàn cầu có thể đạt 20 đến 40 tỷ USD, dùng để bôi trơn trong các hoạt động đầu tư, kinh doanh hoặc thủ tục hành chính. Tại các quốc gia như Hy Lạp, Ấn Độ, Indonesia, Maroc và Pakistan, khoảng 60% quan chức được khảo sát thừa nhận đã từng gạ gẫm tiền đút lót

### ***2.2.6 Chính sách và đường lối phát triển***

Sức khỏe của nền kinh tế phụ thuộc rất nhiều vào sức khỏe của khu vực sản xuất. Hầu hết các quốc gia thành công trong phát triển công nghiệp, thoát bẫy thu nhập trung bình đều nhờ vào việc: Xây dựng cơ sở pháp lý thống nhất, đủ mạnh, làm cơ sở để triển khai chính sách phát triển công nghiệp quốc gia. Nhiều quốc gia đã ban hành các đạo luật riêng về phát triển các ngành công nghiệp chế biến, chế tạo...

Một số kinh nghiệm quốc tế về xây dựng và tổ chức thực hiện chính sách phát triển công nghiệp quốc gia:

Chính sách phát triển công nghiệp quốc gia của Nhật Bản

- Thời kỳ tái thiết sau chiến tranh (1946 – 1948)

Kế hoạch Marshall do Mỹ đưa ra nhằm mục tiêu hỗ trợ quá trình tái thiết Nhật Bản và Châu Âu sau chiến tranh. Chính phủ Nhật Bản trong thời kỳ đầu là tập trung vào xây dựng cơ sở hạ tầng, khuyến khích phát triển các ngành công nghiệp như điện, sắt thép và đóng tàu. Chính phủ Nhật Bản còn quản lý chặt chẽ phân bổ các chỉ tiêu nhập khẩu máy móc và nguyên vật liệu, kiểm soát về giá cả áp dụng cho các khu vực ưu tiên.

Giai đoạn bình ổn Dodge (1949-1960) Trong giai đoạn này, Nhật Bản theo đuổi chiến lược hướng về xuất khẩu. Để khuyến khích xuất khẩu, Nhật Bản đã có chính sách tài trợ ưu đãi, trợ cấp ưu tiên cho xuất khẩu. Điểm chú ý trong giai đoạn này là chính sách tỷ giá yếu và cố định 360 yên = 1 USD của Dodge và quản lý ngoại hối chặt chẽ. Đây là giai đoạn tăng trưởng nhất của Nhật Bản trung bình 10,5% liên tục trong 12 năm, tốc độ phát triển công nghiệp hàng năm từ 13,5% đến 15,9%. Một số ngành công nghiệp then chốt đã tăng mạnh với nhịp độ rất nhanh. Nhật Bản đẩy mạnh xuất khẩu tàu biển, đồ điện tử, xe máy, ô tô...

- Thời kỳ tăng trưởng ổn định (1960-1970)

Trong thời kỳ này, Nhật Bản chủ trương phát triển một nền kinh tế mở, tăng cường hợp tác giữa Nhà nước và tư nhân. Điều chỉnh cơ cấu đầu tư, phối hợp chặt chẽ giữa các lĩnh vực sản xuất. Nhà nước thực hiện phát triển kinh tế ngành, đưa ra các giải pháp đặc biệt cho công nghiệp máy móc và công nghiệp điện tử. Tự do hoá kinh tế trong giai đoạn này đã làm tăng sức cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp Nhật Bản. Nhật Bản hướng về xuất khẩu thiết bị máy móc, ngân hàng phát triển Nhật Bản tiếp tục cho vay với lãi suất thả

Giai đoạn này chiến lược phát triển của Nhật Bản là hướng tới một nền kinh tế tri thức. Trong điều chỉnh cơ cấu công nghiệp, Nhật Bản ưu tiên những ngành có hàm lượng trí tuệ cao, sử dụng ít nguyên vật liệu, nhiên liệu và lao động sống như: sản xuất máy tính điện tử, máy bay, rôbot công nghiệp, mạch tổ hợp, vật liệu composit,

thiết bị thuỷ điện..., thiết bị liên lạc, thiết bị học tập, thiết bị tự động hoá, thiết bị công nghiệp đồng bộ, dịch vụ thu thập, xử lý và truyền thông.

- Từ năm 1986 - nay, công suất trong nước được cắt giảm mạnh có hệ thống ở nhiều ngành công nghiệp không còn sức cạnh tranh quốc tế, như công nghiệp than, hoá dầu, phân bón, dệt, giấy, luyện nhôm, kim loại, khoáng chất, sắt, đóng tàu và một vài ngành khác. Chính phủ Nhật Bản đã hướng các công ty mở rộng sang các lĩnh vực kinh doanh mới như: vật liệu mới, thông tin, máy tính, kỹ thuật điện tử, bán dẫn.

Thời kỳ 1987 – 1990 là “thời kỳ bình lặng”, nền kinh tế có mức tăng trưởng đạt 5%, nhưng đồng thời đầu tư cho thiết bị lại rất cao, lên tới 12% tạo nên sự mất cân đối trong nền kinh tế. Trong bối cảnh của cách mạng khoa học – kỹ thuật mới, việc coi nhẹ nghiên cứu cơ bản, chú ý nhiều đến nghiên cứu ứng dụng đã dẫn đến hậu quả là Nhật Bản mất dần ưu thế trong lĩnh vực kỹ thuật cao tại các ngành mũi nhọn.

Hiện nay, trong bối cảnh CMCN 4.0, Chính phủ Nhật Bản đã từng bước ban hành và triển khai các chính sách để thúc đẩy CMCN 4.0. Năm 2013, “Chiến lược toàn diện cho khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo” đã được Nhật Bản đưa ra, trong đó tập trung thúc đẩy thông minh hóa, hệ thống hóa và toàn cầu hóa. Cùng với đó, các công nghệ trọng tâm cũng được ưu tiên phát triển trong Chiến lược là công nghệ số, công nghệ nano và công nghệ môi trường.

Đặc biệt, việc phổ biến và phát triển công nghệ internet kết nối vạn vật (IoT) và CMCN 4.0 đã được Nhật Bản đẩy mạnh. Tháng 4/2014, Bộ phận Hệ thống sản xuất của Hiệp hội Kỹ sư Cơ khí Nhật Bản (JSME-MSD) và Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp (METI) cùng hợp tác thúc đẩy các doanh nghiệp Nhật Bản hợp tác với nhau, xây dựng mô hình kết nối chung, kết quả là tổ chức “Sáng kiến Chuỗi giá trị ngành công nghiệp” (IVI) được thành lập và chính thức đi vào hoạt động vào tháng 6/2015. Tháng 01/2016, “Kế hoạch cơ bản về Khoa học và Công nghệ lần thứ 5 giai đoạn 2016 – 2020” được công bố, trong đó đề xuất xây dựng một xã hội siêu thông minh hay còn gọi là “Xã hội 5.0”. Mục tiêu chính của “Xã hội 5.0” là giải quyết các vấn đề xã hội bằng cách kết nối các hệ thống sử dụng công nghệ số làm nền tảng hợp nhất không gian thực và không gian số. Đây là xã hội cung cấp hàng hóa và dịch vụ theo nhu cầu của từng cá nhân.

Chính sách phát triển công nghiệp quốc gia của Hàn Quốc



Vào thập niên 1960, Chính quyền quân sự của Tổng thống Park Chung Hee đã ban hành nhiều biện pháp nhằm thúc đẩy sản xuất và xuất khẩu công nghiệp chế biến, chế tạo. Hàn Quốc bãi bỏ lệnh cấm vận thương mại với Nhật Bản, sau đó áp dụng một loạt biện pháp nhằm khuyến khích các doanh nghiệp nhanh chóng gia tăng xuất khẩu. Những biện pháp này bao gồm các khoản bồi hoàn hao hụt cho các yếu tố đầu vào (như sợi cotton trong ngành dệt may). Vì thị trường nội địa vẫn được bảo hộ cao (bằng cả thuế quan cao và các biện pháp hạn chế định lượng và kiểm soát ngoại hối chặt chẽ), nên giá cả và lợi nhuận đều cao. Về thực chất, xuất khẩu trong giai đoạn này được trợ cấp bằng lợi nhuận từ thị trường nội địa. Thêm vào đó, Tổng thống Park Chung Hee họp định kỳ hàng tháng với lãnh đạo ngành và các doanh nghiệp công nghiệp, qua đó các nhà lãnh đạo này báo cáo những cố gắng của họ để đáp ứng các chỉ tiêu xuất khẩu mà tự họ đề ra. Để đáp lại việc doanh nghiệp hoàn thành các chỉ tiêu đặt ra, Tổng thống và Chính phủ phải giải quyết câu hỏi là có thể giúp đỡ doanh nghiệp nhiều hơn nữa hay không, hoặc cần phải rà soát và dỡ bỏ ngay những trở ngại cho sự phát triển của doanh nghiệp do chính bộ máy quan liêu của Chính phủ tạo ra.

Chính sách công nghiệp quốc gia của Hàn Quốc đã thay đổi đáng kể vào thập niên 1970 với việc bắt đầu một nỗ lực dưới sự chỉ đạo của chính phủ để đẩy mạnh công nghiệp nặng và công nghiệp hóa chất. Trong thời kỳ này, Chính phủ Hàn Quốc ưu tiên cho các ngành cụ thể áp dụng với cả những doanh nghiệp hay các chaebol (tập đoàn lớn). Văn phòng Tổng thống (Blue House hay Nhà Xanh) soạn thảo một kế hoạch để hỗ trợ các ngành công nghiệp nặng, quy mô sản xuất của từng ngành (nói chung, quy mô sản xuất được ấn định đủ lớn để doanh nghiệp không thể chỉ sản xuất cho thị trường nội địa mà phải có khả năng xuất khẩu). Đối với những doanh nghiệp tư nhân đồng ý thực hiện kế hoạch của chính phủ, sẽ có các khoản vay lãi suất thấp cung ứng cơ sở hạ tầng, và các ưu đãi khác. Kết quả là, hầu hết các ngành công nghiệp ưu tiên đã có lợi nhuận tốt và nhiều doanh nghiệp thật sự đã trở thành những nhà xuất khẩu lớn các sản phẩm công nghiệp nặng.

Vào thập niên 1980 đến nay, Hàn Quốc từ bỏ chính sách “can thiệp trực tiếp” của Chính phủ vào phát triển công nghiệp để chuyển sang chính sách kinh tế tự do. Tư duy thay đổi này được củng cố bởi mong muốn của Hàn Quốc trở thành một thành viên của Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD). Hàn Quốc đã tự do hóa cả thương mại và tài chính, tiến hành nhiều cải cách chính sách quan trọng đối với khu vực tài

chính, công nghiệp, tư nhân hóa các doanh nghiệp nhà nước và thị trường lao động, giúp tự do hóa nền kinh tế hơn nữa.

Cải cách khu vực công nghiệp tập trung vào việc cải tổ các Chaebol bằng các biện pháp buộc các Chaebol thực hiện các biện pháp: (i) Tập trung vào các hoạt động kinh doanh cốt lõi và từ bỏ những doanh nghiệp không liên quan đến hoạt động cốt lõi; (ii) Cải thiện hoạt động quản trị công ty và tăng cường trách nhiệm giải trình; (iii) Đề trình kế hoạch cải thiện cơ cấu vốn (CSIPs) để giảm tỷ số nợ trên vốn sở hữu xuống 200% vào cuối năm 1999; (iv) Củng cố các quy trình kế toán bằng cách nộp các bảng cân đối kế toán và báo cáo thu nhập hợp nhất phù hợp với tiêu chuẩn kế toán quốc tế để giảm khả năng che giấu lỗ và nợ ở các chi nhánh hoạt động yếu kém; (v) Tuân thủ luật chống độc quyền và thuế thừa kế để giảm khả năng các gia đình tập đoàn nắm giữ quyền kiểm soát.

Các biện pháp này đã làm thay đổi đáng kể kinh tế - xã hội của Hàn Quốc. Các Chaebol buộc phải định hình lại, các tập đoàn khác trở nên tập trung hơn, cắt giảm chi nhánh, và giảm tỷ số nợ trên vốn sở hữu. Một kết quả quan trọng khác là các Chaebol không còn được tập trung tín dụng như trước đây nữa, mà tín dụng bắt đầu chảy vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các khoản vay tiêu dùng để giúp các khu vực này tăng trưởng.

Tháng 6/2014 Chính phủ Hàn Quốc đã chính thức đưa ra chiến lược “Cải cách công nghiệp sản xuất 3.0”. Chiến lược này đồng nghĩa với CMCN 4.0 phiên bản Hàn Quốc và là một phần trong sáng kiến hàng đầu của Tổng thống Park Gun-hye về “Kế hoạch kinh tế sáng tạo” trước đó.

Trong khi trọng tâm của "Cải cách công nghiệp 1.0" là sự thay thế nhập khẩu cho ngành công nghiệp nhẹ, "Cải cách công nghiệp 2.0" tập trung vào thiết bị lắp ráp, thì "Cải cách công nghiệp sản xuất 3.0" sẽ là một sự thay đổi trong tất cả các mô hình đã biết của các công nghệ sản xuất hiện tại. Nhiệm vụ trọng tâm của Chiến lược 3.0 là tạo ra giá trị mới và tăng khả năng cạnh tranh bằng cách đưa công nghệ thông tin vào các nhà máy, từ đó, nhanh chóng xây dựng hệ thống nhà máy thông minh. Các lĩnh vực công nghệ chủ chốt được ưu tiên thực hiện là: in 3D, dữ liệu lớn, điện toán đám mây, hệ thống thực – ảo, các hệ thống tiết kiệm năng lượng, kỹ thuật ảnh nổi ba chiều, IoT và bộ cảm biến. Theo Bộ Khoa học, Công nghệ thông tin và Kế hoạch tương lai, mạng lưới internet kết nối vạn vật và trí tuệ nhân tạo dự kiến sẽ tạo ra những cơ hội và lợi

nhuận thương mại trị giá tới 470 tỷ USD vào năm 2030, tương đương 41% GDP của Hàn Quốc năm 2015.

Mục tiêu chính của Chiến lược “Cải cách công nghiệp sản xuất 3.0”, gồm:

- Thúc đẩy việc tích hợp sản xuất và công nghệ thông tin (IoT), từ đó tạo ra một ngành công nghiệp mới với mục tiêu nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành công nghiệp sản xuất/chế tạo của Hàn Quốc.
- Xác lập vị thế của Hàn Quốc như một cường quốc về công nghệ thông tin với sự tích hợp của ngành công nghiệp công nghệ thông tin và nền sản xuất căn bản
- Đến 2020, xây dựng được 10.000 nhà máy thông minh với tổng vốn đầu tư khoảng 24 nghìn tỷ KRW (khoảng 23 tỷ USD), trong đó hỗ trợ trực tiếp từ Chính phủ Hàn Quốc chỉ dưới 10% và phần chính còn lại sẽ thu hút từ nguồn vốn tư nhân.
- Thúc đẩy sự phát triển SMEs thành các doanh nghiệp có tiềm năng lớn, thông qua thông qua việc sử dụng các công nghệ nhà máy thông minh. Mục tiêu này là phản ứng trước áp lực gia tăng đối với nền kinh tế Hàn Quốc do chất lượng sản xuất của Trung Quốc ngày càng được cải thiện.
- Chú trọng nâng cao các ngành công nghiệp sản xuất của Hàn Quốc bằng "năng lực mềm" thông qua tăng cường thúc đẩy sự tăng trưởng của các lĩnh vực/phân đoạn sản xuất kết hợp với công nghệ thông tin, phát triển công nghệ cốt lõi liên quan đến IoT, in 3D và dữ liệu lớn.
- Mục tiêu đến năm 2024: giá trị sản xuất xuất khẩu của Hàn Quốc đạt 1.000 tỷ USD, nằm trong top 4 sau Trung Quốc, Hoa Kỳ và Đức, vượt qua Nhật Bản.

Để thúc đẩy triển khai thực hiện Chiến lược 3.0, tháng 3/2015, Chính phủ Hàn Quốc đã công bố “Kế hoạch hành động thực hiện Chiến lược 3.0”, trong đó xác định rõ bốn chiến lược bộ phận là:

- Lan rộng quá trình sản xuất thông minh như lan rộng mô hình Nhà máy thông minh, phát triển công nghệ cốt lõi (cảm biến, IoT, in 3D, hình ảnh ba chiều,...), tăng cường năng lực các phần mềm (kỹ thuật, thiết kế, Embedded SW, ...) cho quản lý sản xuất.

- Tạo ra ngành công nghiệp mới đại diện, bao gồm cả bước đầu ảo hóa các cơ sở vật chất hội tụ cho nhà máy thông minh, thương mại hóa và phát triển vật liệu thông minh và linh kiện, thúc đẩy đầu tư tư nhân, nghiên cứu và phát triển (R&D).
- Đổi mới thông minh trong ngành công nghiệp sản xuất địa phương (kích hoạt của các doanh nghiệp khởi nghiệp thông qua các Trung tâm Đổi mới Kinh tế Sáng tạo), sử dụng các điểm chiến lược mang tính địa phương để trở thành các khu vực công nghiệp thông minh theo thế mạnh công nghiệp của địa phương.
- Xây dựng cơ sở hạ tầng hiện đại và tái cơ cấu sản xuất công nghiệp.

Trong công cuộc Cải cách công nghiệp sản xuất 3.0, Chính phủ Hàn Quốc đã có những chương trình hành động cụ thể để thúc đẩy triển khai thực hiện. Tháng 8/2016, Chính phủ Hàn Quốc đã đưa ra lộ trình cho một số lĩnh vực của các dự án R & D: công nghệ thiết kế, công nghệ để phân loại các sản phẩm bị lỗi, các kỹ thuật điều hành tích hợp phần mềm, nền tảng IIoT (Industrial Internet), cảm biến thông minh, công nghệ thu thập dữ liệu và xử lý dữ liệu tiêu chuẩn. Ngoài ra, Hội đồng Nghiên cứu Tiêu chuẩn Nhà máy Thông minh đã được hình thành trong khu vực tư nhân nhằm đáp ứng hiệu quả các xu hướng hoạt động quốc tế và thực hiện các nỗ lực để chuẩn hóa các quy định phát triển địa phương. Đồng thời, Chính phủ áp dụng các hình thức hỗ trợ khác nhau để đào tạo khoảng 40.000 công nhân có tay nghề về vận hành các cơ sở sản xuất hoàn toàn sử dụng công nghệ tự động hóa.

Đến trước năm 2020, dự kiến sẽ đầu tư khoảng 189.3 triệu USD vào 9 dự án R&D quốc gia (trong đó, hỗ trợ từ phía Chính phủ Hàn Quốc chiếm khoảng hơn 70%) để khuyến khích họ tập trung phát triển các sản phẩm công nghệ cao liên quan tới nhà máy thông minh (Hàn Quốc có kế hoạch đầu tư hơn 400 tỷ won (khoảng 360 triệu USD; trong đó Chính phủ tích cực huy động sự tham gia của nguồn vốn tư nhân, chiếm gần 1/3) trong 5 năm 2016-2020 để phát triển công nghệ thực tế ảo mới và thu hẹp khoảng cách công nghệ với các nước hiện đang đi đầu trong lĩnh vực này. Khoản đầu tư trên sẽ được dành ưu tiên cho việc phát triển công nghệ thực tế ảo mới phiên bản Hàn Quốc và một phần sẽ dành hỗ trợ hoạt động phát triển và thương mại hóa các thiết bị thực tế ảo mới có độ phân giải cao hơn có thể khắc phục một số nhược điểm của công nghệ hiện tại). Trong năm 2017, đầu tư 1.000 tỷ KRW cho nghiên cứu in 3D, dữ liệu lớn, internet và các công nghệ sản xuất thông minh khác để nhanh chóng thu hẹp khoảng cách với các nước dẫn đầu về các công nghệ này.

## Chính sách phát triển công nghiệp quốc gia của Trung Quốc

Cấu trúc hệ thống chính sách công nghiệp quốc gia Trung Quốc có sự tương đồng khá lớn với cấu trúc hệ thống chính sách công nghiệp quốc gia của nước ta. Hệ thống chính sách công nghiệp quốc gia Trung Quốc bắt đầu từ chủ trương, đường lối của Đảng Cộng sản Trung Quốc về phát triển công nghiệp qua các văn kiện Đại hội của Đảng, các nghị quyết chuyên đề về phát triển công nghiệp của từng khóa, đặc biệt là quy hoạch 5 năm phát triển kinh tế - xã hội, hiện nay là quy hoạch 5 năm phát triển kinh tế - xã hội lần thứ XIII (2016-2020), trong đó xác định rõ nhiệm vụ, mục tiêu, chiến lược phát triển công nghiệp Trung Quốc trong thời gian 5 năm. Quốc vụ viện Trung Quốc thể chế hóa chủ trương, đường lối của Đảng Cộng sản Trung Quốc về phát triển công nghiệp thành các bộ luật, luật, chiến lược, chính sách cụ thể.

Giai đoạn từ năm 1978 đến năm 1991, trong điều kiện nền kinh tế chuyển đổi, để phù hợp với xu hướng toàn cầu hoá, Trung Quốc đã thực hiện những cải cách kinh tế, trong đó có cải cách phát triển lĩnh vực công nghiệp. Trong giai đoạn này, chính sách công nghiệp của Trung Quốc chú trọng vào phát triển công nghiệp nhẹ, coi phát triển công nghiệp nhẹ là chiến lược ưu tiên hàng đầu. Các ngành công nghiệp được lựa chọn ưu tiên phát triển là những ngành sợi, dệt may, điện dân dụng, chế biến nông sản... Sở dĩ các ngành này được ưu tiên phát triển là do sử dụng được nhiều lao động và không cần đầu tư quá nhiều vốn. Trên cơ sở các ngành ưu tiên này, Chính phủ Trung Quốc đã thực hiện các biện pháp kiểm soát trực tiếp về số lượng và giá cả, phân bổ vốn, kỹ thuật và ngoại hối thông qua các công cụ như hạn ngạch, quản lý giấy phép, quản lý danh mục hàng đặc biệt, trợ cấp, thuế và thuế quan,... và vẫn duy trì các chính sách bảo hộ đối với các ngành công nghiệp nặng như gang thép, hoá dầu, than,... Nhờ những chính sách công nghiệp này cùng với sự xuất hiện và phát triển của các xí nghiệp hương trấn và đặc khu kinh tế đã tạo điều kiện đã đưa công nghiệp Trung Quốc dần ổn định và đi vào quỹ đạo tăng trưởng nhanh.

Giai đoạn năm 1992 đến nay, cùng với việc xây dựng nền kinh tế vận hành theo cơ chế thị trường và hướng ngoại, chính sách công nghiệp Trung Quốc cũng có sự thay đổi lớn. Chính sách công nghiệp giai đoạn này tập trung vào việc hợp lý hoá cơ cấu công nghiệp, phát triển một số ngành công nghiệp mũi nhọn hướng mạnh về xuất khẩu như công nghiệp ô tô, điện tử, thông tin, hoá dầu... Những ngành này đã được Chính phủ Trung Quốc cho hưởng những ưu đãi về tài chính như thuế, trợ cấp, tín dụng. Đặc biệt, Chính phủ Trung Quốc đã thực hiện điều chỉnh tỷ giá hối đoái nhằm tạo thuận lợi và

nâng sức cạnh tranh cho các ngành xuất khẩu. Những ngành công nghiệp nhẹ như dệt may, giày dép... dần được hợp lý hoá về cơ cấu thông qua các biện pháp điều chỉnh chính sách đầu tư. Những ngành công nghiệp cơ bản như dầu khí, năng lượng, sắt thép cũng được Chính phủ tăng cường ưu đãi về tài chính. Môi trường đầu tư được cải thiện, đầu tư nước ngoài đã chuyển trọng tâm từ số lượng sang chất lượng đầu tư, chú trọng thu hút các dự án sử dụng kỹ thuật cao. Đồng thời, Chính phủ cũng thực hiện chính sách cạnh tranh bình đẳng đối với tất cả các doanh nghiệp, thúc đẩy cải cách tài chính và hệ thống ngoại thương, tăng cường các quy định pháp luật để bảo vệ các nhà đầu tư nước ngoài.

Đặc biệt tháng 5/2015, với việc Quốc vụ viện Trung Quốc ban hành chiến lược “Made in China 2025” với mục tiêu đưa Trung Quốc trở thành một nước cường quốc chế tạo của thế giới với trình độ công nghệ tiên tiến và sáng tạo hàng đầu thế giới đã xác định mười lĩnh vực ưu tiên phát triển (Bao gồm: (1) Công nghệ thông tin thế hệ tiếp theo; (2) Máy móc điều khiển số và rô bốt công nghệ cao; (3) Thiết bị hàng không và vũ trụ; (4) Thiết bị kỹ thuật hàng hải và công nghiệp đóng tàu biển công nghệ cao; (5) Thiết bị đường sắt tiên tiến; (6) Phương tiện tiết kiệm năng lượng và sử dụng nguồn năng lượng mới; (7) Vật liệu mới; (8) Công nghệ y sinh và thiết bị y tế chất lượng cao; (9) Máy móc và thiết bị nông nghiệp, (10) Công nghiệp in 3D).

Sau khi chiến lược “Made in China 2025” được ban hành, Ủy ban Tư vấn quốc gia về Chiến lược Cường quốc sản xuất đã xây dựng Kế hoạch “Lộ trình kỹ thuật Made in China 2025” đề ra những mục tiêu chính sách công nghiệp cho các lĩnh vực và công nghệ chiến lược. Tiếp đến, Bộ Công nghiệp và Công nghệ thông tin (MIIT), Ủy ban Phát triển và Cải cách Quốc gia cùng với 10 cơ quan khác của Trung Quốc soạn thảo và ban hành thông tư hướng dẫn về “Kế hoạch hành động phát triển” cho từng lĩnh vực ưu tiên, chẳng hạn ngày 13/12/2017 ban hành Thông tư hướng dẫn về “Kế hoạch hành động phát triển công nghiệp in 3D giai đoạn 2017-2020” nhằm phát triển ngành công nghiệp in 3D với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm trên 30% với các chính sách ưu đãi nhằm hiện thực hóa chủ trương dựa vào công nghệ cao và những lĩnh vực mới nổi để nâng cao chất lượng tăng trưởng. Có thể nói chiến lược “Made in China 2025” chính là định hướng phát triển cho các ngành công nghiệp của Trung Quốc trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0.

Theo đánh giá của Ủy ban Phát triển và Cải cách Quốc gia Trung Quốc, qua 2 năm thực hiện MIC 2025 đã góp phần duy trì đà phát triển ổn định của đất nước thời gian qua, các cải cách trọng điểm và chính sách quan trọng không ngừng mang lại hiệu quả. Cơ cấu kinh tế không ngừng được ưu việt hóa, năm 2016, các ngành nghề mới nổi mang tính chiến lược như chế tạo công nghệ cao giữ được đà phát triển cao, tăng 10,8%, cao hơn 4,8% so với ngành công nghiệp.

MIC 2025 đã giúp nâng cao năng lực sáng tạo, sức cạnh tranh của sản phẩm và nền kinh tế Trung Quốc. Kể từ khi thực hiện MIC 2025 đến nay, năng suất của 109 dự án thí điểm chế tạo thông minh giai đoạn I trong cả nước tăng trung bình 38%, hiệu suất tiết kiệm năng lượng nâng lên 9,5%, giá thành vận hành kinh doanh giảm 21%. Theo báo cáo của Bộ Khoa học và Công nghệ Trung Quốc, tổng đầu tư cho hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D) trong năm 2015 và 2016 tăng liên tục ở trên mức 2% GDP, là nước đầu tư cho R&D đứng thứ hai trên thế giới, sau Hoa Kỳ. Trong đó, đầu tư lớn nhất cho hoạt động R&D là các doanh nghiệp chế tạo, máy tính và truyền thông. Hiện nay, rất nhiều lĩnh vực ngành chế tạo của Trung Quốc đã đạt tới trình độ tiên tiến trên thế giới như: Rô bốt công nghiệp; năng lượng hạt nhân...

Chính sách phát triển công nghiệp quốc gia của Đài Loan, Trung Quốc

Giai đoạn 1945 – 1950: Tập trung tái thiết các cơ sở công nghiệp bị tàn phá trong đại chiến thứ hai, thực hiện một số dự án lớn để thúc đẩy sản xuất trong các ngành thiết yếu như dệt, phân bón và điện năng.

Giai đoạn 1951 – 1960: Đầu những năm 50, Đài Loan theo đuổi “chiến lược thay thế nhập khẩu” tạo dựng cơ sở ngành chế biến chế tạo, nỗ lực phấn đấu tự sản xuất hàng tiêu dùng cơ bản như dệt - may, chế biến thực phẩm Chính phủ khuyến khích các xí nghiệp tư nhân nhập nguyên vật liệu, bán thành phẩm và máy móc nhằm tăng hàm lượng giá trị gia tăng và thúc đẩy phát triển khu vực SMEs. Cuối những năm 50, Đài Loan bắt đầu khuyến khích các ngành hướng về xuất khẩu (sớm hơn vài năm so với Hàn Quốc). Việc nới lỏng kiểm soát đối với xuất nhập khẩu từ sau năm 1958, việc áp dụng một hệ thống ngoại hối thống nhất đối với xuất nhập khẩu, sự phân chia những khuyến khích về thuế và việc tài trợ lãi xuất thấp đối với các ngành công nghiệp xuất khẩu, và việc áp dụng mạnh bạo đầu tư nước ngoài bắt đầu vào năm 1960 đã kích thích đầu tư của các công ty tư nhân và các công ty nước ngoài.

Giai đoạn 1961 – 1970: Tiếp tục theo đuổi chiến lược” hướng về xuất khẩu”. Thời kỳ xuất khẩu sản phẩm ngành công nghiệp thâm dụng lao động. Đài Loan tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu chủ yếu bằng cách cung cấp sản phẩm sợi và dệt cho các công ty thương mại của Nhật Bản. Trong thời kỳ này thành lập các khu chế xuất phát triển các sản phẩm xuất khẩu. Đầu tư trực tiếp của Nhật Bản đóng vai trò quan trọng trong ngành sản xuất sợi nhân tạo Đài Loan, đã thúc đẩy sự phát triển vượt bậc của các ngành công nghiệp nhẹ như chế tạo sợi nhân tạo, dệt, sản xuất chất dẻo. Đồng thời, tăng cường sản xuất thay thế hàng nhập khẩu cho các ngành công nghiệp thâm dụng vốn, tạo điều kiện phát triển các ngành công nghiệp nặng như sản xuất thép, đóng tàu, hoá chất.

Giai đoạn 1971 – 1980: Đài Loan tiếp tục đẩy mạnh các ngành công nghiệp hướng về xuất khẩu thông qua “10 dự án lớn” vào năm 1973. Đây là thời kỳ tái cơ cấu ngành chế biến chế tạo theo hướng về thượng nguồn và hạ nguồn. Nhà nước nắm giữ các ngành công nghiệp then chốt như sắt thép, đóng tàu, hoá dầu, chế tạo sản phẩm trung gian và chế tạo máy móc được đẩy mạnh. Đầu tư của các công ty tư nhân và các công ty nước ngoài đã dẫn đến việc hình thành các ngành xuất khẩu lớn hơn, các tập đoàn kinh doanh mạnh hơn, và sự phát triển của các loại hình kinh doanh nhỏ.

Giai đoạn từ năm 1980 đến nay: là giai đoạn hiện đại hóa và tham gia vào chuỗi sản xuất toàn cầu. Chính quyền Đài Loan đã nhấn mạnh vào phát triển các ngành công nghiệp tiên tiến, các ngành thâm dụng vốn và thâm dụng công nghệ như điện tử, máy tính cá nhân, IT, robotic, công nghệ sinh học. Đồng thời chuyển các ngành công nghiệp thâm dụng lao động của các ngành như dệt may, lắp ráp điện tử, hóa chất ra nước ngoài, trong nước tiến đến sản phẩm thượng nguồn và hạ nguồn (nguyên vật liệu), linh kiện bán dẫn, điện tử.

Năm 1985, Đài Loan đã ban hành Đạo luật Phát triển ngành công nghiệp ô tô và sản xuất linh kiện ô tô. Năm 1992, Đài Loan công bố chiến lược phát triển ngành Công nghiệp ô tô.

Năm 1990, Đài Loan đã giành được vị trí dẫn đầu thế giới về các sản phẩm bán dẫn, vi mạch. Đài Loan có công nghiệp ICT đứng thứ ba thế giới. Cuối những năm 1990, do sức ép của các ngành sản xuất từ Trung Quốc, Đài Loan chuyển sang công nghiệp đổi mới sáng tạo. Trong đó, công nghệ thông tin, ô tô là các “ngành công nghiệp chiến lược”.



Thập niên đầu thế kỷ XXI đến nay, Đài Loan phát triển nền kinh tế chú trọng đổi mới sáng tạo và liên kết với toàn cầu. Hiện nay, Đài Loan vẫn tiếp tục nâng cấp ngành của mình theo các hướng sau:

- Năm 2002, Đài Loan đề ra kế hoạch 6 năm phát triển kinh tế gọi là “Challenge 2008”. Hai trong bảy mục tiêu của kế hoạch này là: tăng số lượng sản phẩm và công nghệ đáp ứng tiêu chuẩn cao nhất của thế giới, và tăng chi tiêu cho nghiên cứu và phát triển lên 3% GDP. Trong 10 lĩnh vực được nhất mạnh có: phát triển thể hệ con người mới, đưa Đài Loan trở thành lãnh thổ kỹ thuật số và là đại bản doanh của các công ty xuyên quốc gia.

- Phát triển 6 ngành công nghiệp chủ đạo mới: du lịch, y tế và chăm sóc sức khỏe, công nghệ sinh học, năng lượng xanh, văn hóa và nghỉ dưỡng, nông nghiệp cao cấp.

- Phát triển 4 ngành công nghiệp thông minh mới: điện toán đám mây, phương tiện vận tải điện (EV) thông minh, kiến trúc thông minh thân thiện môi trường, ứng dụng công nghiệp các bằng sáng chế.

- Bốn hiện đại hóa đối với 3 ngành:

+ Đối với ngành chế biến, chế tạo thì dịch vụ hóa: Phát triển các ngành công nghiệp phục vụ cuộc sống một cách thông minh và các ngành chế tạo máy công cụ thông minh (gọi chung là ngành chế biến, chế tạo theo định hướng dịch vụ).

+ Đối với ngành dịch vụ thì công nghệ hóa và quốc tế hóa: Phát triển các ngành dịch vụ công nghệ cao, cho phép ứng dụng các thành tựu của ngành công nghệ thông tin vào dịch vụ (chẳng hạn như logistic), đồng thời, phát triển các ngành dịch vụ đang được quốc tế hóa, chẳng hạn như ngành dịch vụ viễn thông.

+ Đối với các ngành truyền thống thì đặc sắc hóa: Đối với các ngành công nghiệp truyền thống thì chuyển hướng sang chuyên biệt hóa, sử dụng nguyên vật liệu mới, công nghệ mới, ví dụ ngành dệt chuyển sang tập trung vào lĩnh vực thời trang sáng tạo.

Năm 2010, Đài Loan đã ban hành “Luật Đổi mới sáng tạo công nghiệp”.

=> chính sách ảnh hưởng lớn tới sự phát triển kinh tế của 1 nước.

Ví dụ bằng tỷ lệ thuế thu nhập thấp, chính phủ làm tăng thu nhập có thể sử dụng cho mua sắm của người tiêu dùng. Họ sẽ có nhiều tiền hơn vào những hàng hoá và dịch vụ mà trước đây họ không thể có đủ điều kiện. Trái lại chính phủ có thể làm giảm sức mua những loại hàng hoá, dịch vụ nào đó bằng cách đánh thuế cao hơn và đưa ra các biện pháp hạn chế khác. Thí dụ: để làm giảm số lượng xe hơi chính phủ tăng thuế nhập khẩu xe hơi, tăng phí đăng kí và thuế cầu đường....tương tự như vậy mức thuế cao đánh vào rượu và thuốc lá nhằm ngăn cản việc tiêu thụ các sản phẩm này.

Chính sách hỗ trợ vay vốn với điều kiện ưu đãi khuyến khích các lĩnh vực mà chính phủ quan tâm

Những khuyến khích về thuế: Chính phủ miễn thuế hoặc giảm thuế lợi tức với một số ngành để khuyến áp dụng công nghệ mới, các ngành công nghiệp mũi nhọn, mở rộng hoặc khởi sự các doanh nghiệp mới.....

## **2.3 Môi trường văn hóa**

### **2.3.1 Văn hóa**

Khi đến các nước khác, chúng ta thường nhận thấy nhiều sự khác lạ về cách sống và lao động của con người. Ở Mỹ, bữa ăn tối thường xảy ra vào lúc 18 giờ, ở Tây Ban Nha họ không ăn trước 20 giờ hoặc 21 giờ. Dân Mỹ mua đồ cho cả tuần lễ trong một lần ở siêu thị. Hàng ngày người Italia đi chợ ở các cửa hàng tạp hóa nhỏ ở địa phương. Văn hóa là một phạm trù dùng để chỉ tất cả các giá trị, tín ngưỡng, luật lệ và thể chế do một nhóm người xác lập nên. Văn hóa là bức chân dung rất phức tạp của một dân tộc. Nó bao hàm rất nhiều vấn đề như: chủ nghĩa cá nhân ở Mỹ, cúi chào ở Nhật Bản, mặc quần áo ở Ả-rập – Xêút... Khi chúng ta nghiên cứu ở phần sau, các nội dung chính của bất kỳ nền văn hóa nào cũng bao gồm: thẩm mỹ, giá trị và thái độ, phong tục và tập quán, cấu trúc xã hội, tôn giáo, giao tiếp cá nhân, giáo dục

Liệu đúng hay sai khi nói đến văn hóa chúng ta thường có xu hướng lấy khái niệm văn hóa quốc gia để gán cho tất cả mọi người sống trong một lãnh thổ nào đó. Nói cách khác, chúng ta thường tham chiếu đến nền văn hóa Mỹ như thể mọi người Mỹ có cùng chung một nền văn hóa. Tại sao lại như vậy? Bởi vì chúng ta luôn nghĩ đến khái niệm văn hóa quốc gia. Thực tế, một quốc gia sẽ bao gồm nhiều nền văn hóa khác nhau. Trong số các nền văn hóa dân tộc đó sẽ có một nền văn hóa nổi lên thống trị trên toàn xã hội, với tư cách là nền văn hóa đại diện cho quốc gia hay người ta còn gọi là văn

hóa quốc gia. Các nền văn hóa còn lại trong quốc gia đó được coi là các nền văn hóa thiểu số. Nền văn hóa thiểu số là văn hóa của một nhóm người có cùng chung một lối sống riêng biệt tồn tại trong một nền văn hóa thống trị rộng lớn hơn. Tuy nhiên, ấn tượng của chúng ta về nền văn hóa ở nhiều quốc gia thường không xem đến sự ảnh hưởng của các nền văn hóa thiểu số. Nền văn hóa thiểu số có thể khác so với nền văn hóa thống trị về ngôn ngữ, dòng tộc, lối sống, giá trị, thái độ, và nhiều đặc tính khác. Chúng thường đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra hình ảnh quốc gia và định hướng chiến lược kinh doanh mà các công ty áp dụng. Chẳng hạn khi xem xét nền văn hóa Trung Quốc, người ta thường bỏ qua một thực tế là có hơn 50 dân tộc khác nhau đang chung sống trên lãnh thổ quốc gia này, cũng có nghĩa là có trên 50 nền văn hóa thiểu số đang tồn tại ở đây. Quyết định về thiết kế, đóng gói và quảng bá sản phẩm phải xem xét đến nền văn hóa riêng biệt đặc trưng của mỗi nhóm. Tiếp thị hướng tới dân Tây Tạng phải lưu ý niềm kiêu hãnh dân tộc của họ. Dân Tây Tạng sẽ bức tức đối với bất kỳ hoạt động marketing nào coi họ là dân Trung Quốc. Thực hiện marketing ở Trung Quốc cần phải biết rằng tiếng địa phương ở Thượng Hải và các khu vực tự trị là khác so với thổ ngữ của những vùng nhỏ hơn. Không phải mọi người đều thông thạo tiếng phổ thông Trung Quốc. Một nền văn hóa có thể dễ dàng tiếp nhận các đặc trưng của các nền văn hóa khác. Ngược lại cũng có những nền văn hóa trong đó việc thừa nhận các đặc trưng của một nền văn hóa khác là rất khó khăn. Nguyên nhân của sự chống đối này là do chủ nghĩa vị chủng. Những người theo chủ nghĩa này cho rằng dân tộc họ hoặc văn hóa dân tộc họ là siêu đẳng hơn các dân tộc khác hoặc văn hóa dân tộc khác. Chính vì vậy họ luôn xem xét các nền văn hóa khác theo những khía cạnh như trong nền văn hóa của họ. Kết quả là họ đã xem thường sự khác nhau về môi trường và con người giữa các nền văn hóa. Các hoạt động kinh doanh quốc tế thường bị cản trở bởi chủ nghĩa vị chủng, chủ yếu do nhân viên của công ty đã sai lầm trong cảm nhận về văn hóa. Nhiều dự án kinh doanh quốc tế đã không đạt được kết quả như mong muốn do sự chống đối của Chính phủ, người lao động hoặc công luận khi các công ty cố thay đổi một vài yếu tố liên quan đến văn hóa trong nhà máy hoặc văn phòng. Quá trình toàn cầu hóa đòi hỏi mọi người tham gia kinh doanh phải có một mức độ am hiểu nhất định về văn hóa, đó là sự hiểu biết về một nền văn hóa cho phép con người sống và làm việc trong đó. Am hiểu văn hóa địa phương giúp công ty gần gũi hơn với nhu cầu và mong muốn của khách hàng, từ đó sẽ nâng cao sức cạnh tranh của công ty.

## 2.3.2 Các yếu tố cấu thành văn hóa

### 2.3.2.1 Thẩm mỹ

Thẩm mỹ là những gì mà một nền văn hóa cho là đẹp khi xem xét các khía cạnh như nghệ thuật (bao gồm âm nhạc, hội họa, nhảy múa, kịch nói và kiến trúc); hình ảnh thể hiện gợi cảm qua các biểu hiện; và sự tượng trưng của các màu sắc. Vấn đề thẩm mỹ là quan trọng khi một hãng có ý định kinh doanh ở một nền văn hóa khác. Nhiều sai lầm có thể xảy ra do việc chọn các màu sắc không phù hợp với quảng cáo, bao bì sản phẩm và thậm chí các bộ quần áo đồng phục làm việc. Ví dụ, màu xanh lá cây là màu được ưa chuộng của đạo Hồi và được trang trí trên lá cờ của hầu hết các nước Hồi giáo. Do đó bao bì sản phẩm ở đây thường là màu xanh lá cây để chiếm lợi thế về cảm xúc này. Trong khi đó, đối với nhiều nước châu Á, màu xanh lá cây tượng trưng cho sự ốm yếu. Ở Châu Âu, Mexico và Mỹ, màu đen là màu tang tóc và sầu muộn, nhưng ở Nhật và phần nhiều nước châu Á đó lại là màu trắng. Chính vì vậy, các công ty cần phải nghiên cứu thận trọng màu sắc và tên gọi sản phẩm để chắc chắn rằng nó không gọi lên bất kỳ phản ứng bất lợi nào đó.

### 2.3.2.2 Giá trị và thái độ

□ Giá trị là những gì thuộc về quan niệm, niềm tin và tập quán gắn với tình cảm của con người. Các giá trị bao gồm những vấn đề như trung thực, chung thủy, tự do và trách nhiệm. Các giá trị là quan trọng đối với kinh doanh vì nó ảnh hưởng đến ước muốn vật chất và đạo đức nghề nghiệp của con người. Chẳng hạn như ở Singapore giá trị là làm việc tích cực và thành đạt về vật chất, ở Hy Lạp giá trị là nghỉ ngơi và lối sống văn minh. Ở Mỹ giá trị là tự do cá nhân, người Mỹ có thể làm theo sở thích hoặc thay đổi lối sống của mình cho dù có phải từ bỏ mọi cam kết với gia đình và cộng đồng. Ở Nhật giá trị là sự đồng lòng trong nhóm, mọi người đều tin cậy lẫn nhau và họ có quyền có ý kiến trong các cuộc thảo luận liên quan đến công việc. Vì các giá trị là quan trọng cho cả cá nhân và các nhóm, do đó các dòng giá trị từ nền văn hóa khác có thể bị chống đối quyết liệt. Ví dụ như uống bia rượu là một trong những thói quen của người châu Âu, nhưng nếu buôn bán và sử dụng những sản phẩm này ở các quốc gia theo luật Hồi giáo chắc chắn sẽ phải chịu nhiều hình phạt khốc liệt vì tín đồ Hồi giáo cho rằng uống rượu bia sẽ làm xói mòn các giá trị quan trọng theo tín ngưỡng của họ.

□ Thái độ Thái độ là những đánh giá, tình cảm và khuynh hướng tích cực hay tiêu cực của con người đối với một khái niệm hay một đối tượng nào đó. Ví dụ, một người Mỹ

thể hiện thái độ nếu họ nói: “Tôi không thích làm việc cho các công ty Nhật vì tại đó tôi không được ra quyết định một cách độc lập”. Thái độ phản ánh các giá trị tiềm ẩn. Trong trường hợp này, thái độ của người Mỹ xuất phát từ sự coi trọng giá trị tự do cá nhân. Giống như giá trị, thái độ được hình thành do học tập các khuôn mẫu từ cha mẹ, thầy cô, nhà truyền giáo... Thái độ là khác nhau giữa các quốc gia vì chúng được hình thành trong những môi trường văn hóa khác nhau. Nói chung, các giá trị chỉ liên quan đến những vấn đề quan trọng, nhưng thái độ lại liên quan đến cả hai khía cạnh quan trọng và không quan trọng trong cuộc sống. Trong khi các giá trị là khá cứng nhắc qua thời gian, thì thái độ lại linh hoạt hơn. Sự am hiểu văn hóa địa phương có thể cho các nhà kinh doanh biết rõ khi nào sản phẩm hoặc hoạt động xúc tiến phải được điều chỉnh theo sở thích địa phương theo cách thức phản ánh các giá trị và các thái độ của họ. Trong các khía cạnh quan trọng của cuộc sống có ảnh hưởng trực tiếp đến các hoạt động kinh doanh, con người thường có những thái độ khác nhau đối với các vấn đề như thời gian, công việc, sự thành công và sự thay đổi văn hóa.

#### 2.3.2.3. Tập quán và phong tục

Khi tiến hành kinh doanh ở một nền văn hóa khác, điều quan trọng là hiểu phong tục, tập quán của người dân nơi đó. Ở mức độ tối thiểu, hiểu tập quán và phong tục sẽ giúp nhà quản lý tránh được các sai lầm ngớ ngẩn hoặc gây nên sự chống đối từ những người khác. Nếu bạn có kiến thức sâu hơn thì sẽ có cơ hội nâng cao khả năng giao tiếp trong các nền văn hóa khác, bán sản phẩm hiệu quả hơn, và quản lý được các hoạt động quốc tế. Chúng ta hãy tìm hiểu những sự khác biệt quan trọng về phong tục, tập quán trên thế giới.

□ Tập quán: Các cách cư xử nói năng, và ăn mặc thích hợp trong một nền văn hóa được gọi là tập quán. Trong nền văn hóa Ả-rập từ Trung Đông đến Tây Bắc Phi, bạn không được chìa tay ra khi chào mời một người nhiều tuổi hơn ngoại trừ người này đưa tay ra trước. Nếu người trẻ hơn đưa tay ra trước, đó là một cách cư xử không thích hợp. Thêm vào đó, vì văn hóa Ả-rập xem tay trái là “bàn tay không trong sạch” nên nếu dùng bàn tay này để rót trà và phục vụ cơm nước thì bị coi là cách cư xử không lịch sự.

□ Phong tục: Khi thói quen hoặc cách cư xử trong những trường hợp cụ thể được truyền bá qua nhiều thế hệ, nó trở thành phong tục. Phong tục khác tập quán ở chỗ nó xác định những thói quen và hành vi hợp lý trong những trường hợp cụ thể. Chia suất

ăn trong suốt tháng ăn chay Ramadan của người Đạo Hồi, tổ chức những bữa tiệc cho thanh niên nam nữ đến tuổi 20 ở Nhật là những phong tục. Có hai loại phong tục khác nhau đó là phong tục phổ thông và phong tục dân gian. Phong tục dân gian là cách cư xử bắt đầu từ nhiều thế hệ trước, đã tạo thành thông lệ trong một nhóm người đồng nhất. Việc đội khăn xếp của người đạo Hồi ở Nam Á và nghệ thuật múa bụng ở Thổ Nhĩ Kỳ là phong tục dân gian. Phong tục phổ thông là cách cư xử chung của nhóm không đồng nhất hoặc nhiều nhóm. Phong tục phổ thông có thể tồn tại trong một nền văn hóa hoặc hai hay nhiều nền văn hóa cùng một lúc. Tặng hoa nhân ngày sinh nhật, mặc quần Jeans blue và chơi Gôn là phong tục phổ thông. Nhiều phong tục dân gian được mở rộng do sự truyền bá văn hóa từ vùng này đến vùng khác đã phát triển thành những phong tục phổ thông.

#### 2.3.2.4. Cấu trúc xã hội

Cấu trúc xã hội thể hiện cấu tạo nền tảng của một nền văn hóa, bao gồm các nhóm xã hội, các thể chế, hệ thống địa vị xã hội, mối quan hệ giữa các địa vị này và quá trình qua đó các nguồn lực xã hội được phân bổ.

Cấu trúc xã hội có ảnh hưởng đến các quyết định kinh doanh từ việc lựa chọn mặt bằng sản xuất đến việc chọn các phương thức quảng cáo và chi phí kinh doanh ở một nước. Ba yếu tố quan trọng của cấu trúc xã hội dùng để phân biệt các nền văn hóa là:

- Các nhóm xã hội: Con người trong tất cả các nền văn hóa tự hội họp với nhau thành các nhóm xã hội rất đa dạng – những tập hợp do hai hay nhiều người xác định nên và có ảnh hưởng qua lại với người khác. Các nhóm xã hội đóng góp vào việc xác định từng cá nhân và hình ảnh của bản thân họ. Hai nhóm đóng vai trò quan trọng trong việc ảnh hưởng đến các hoạt động kinh doanh ở mọi nơi là gia đình và giới tính. Gia đình có hai dạng thức khác nhau là gia đình hạt nhân (gồm cha mẹ, anh chị em) và gia đình mở rộng (gia đình hạt nhân cộng với ông, bà, cô, dì, chú, bác, cháu chắt...).

Trong một công ty nếu ông chủ hay người quản lý thuộc nhóm gia đình mở rộng thì họ có xu hướng tìm đến nguồn cung cấp mà người trong gia đình của họ làm việc ở đó trước tiên. Lúc này những yếu tố về giá cả và chất lượng không phải là những động cơ hiệu quả. Còn giới tính được nhận biết qua các hành vi và thái độ về mặt xã hội đề cập đến vấn đề là nam hay nữ, chẳng hạn như phong cách ăn mặc và sở thích hoạt động. □

Địa vị xã hội: Một khía cạnh quan trọng khác của cấu trúc xã hội là cách thức một nền văn hóa phân chia dân số dựa theo địa vị xã hội. Có nền văn hóa chỉ có một số ít loại địa vị xã hội, nhưng cũng có nền văn hóa có nhiều loại địa vị xã hội. Địa vị xã hội

thường được xác định bởi một hay nhiều yếu tố nằm trong 3 yếu tố sau: Tính kế thừa gia đình, thu nhập và nghề nghiệp. □ Tính linh hoạt của xã hội: Đối với một nền văn hóa, phần đầu lên tầng lớp xã hội cao hơn là dễ dàng, nhưng ngược lại, ở một số nền văn hóa khác điều này lại rất khó khăn và thậm chí là không thể. Tính linh hoạt của xã hội là sự dễ dàng đối với các cá nhân có thể di chuyển lên hay xuống trong thứ bậc xã hội của một nền văn hóa. Đối với hầu hết dân tộc trên thế giới ngày nay, một trong hai hệ thống quyết định tính linh hoạt của xã hội là: hệ thống đẳng cấp xã hội (là hệ thống phân tầng xã hội, trong đó con người sinh ra ở một thứ bậc xã hội, hay đẳng cấp xã hội, không có cơ hội di chuyển sang một đẳng cấp khác) và hệ thống giai cấp (là một hệ thống phân tầng xã hội trong đó có khả năng cá nhân và hành động cá nhân quyết định địa vị xã hội và tính linh hoạt của xã hội).

#### 2.3.2.5. Tôn giáo

Tôn giáo có thể được định nghĩa như là một hệ thống các tín ngưỡng và nghi thức liên quan tới yếu tố tinh thần của con người. Những giá trị nhân phẩm và những điều cấm kỵ thường xuất phát từ tín ngưỡng tôn giáo. Các tôn giáo khác nhau có quan điểm khác nhau về việc làm, tiết kiệm và hàng hóa. Tìm hiểu vấn đề này sẽ giúp chúng ta biết được tại sao các công ty ở một số nền văn hóa này có tính cạnh tranh hơn các công ty ở những nền văn hóa khác. Nó cũng giúp chúng ta biết được tại sao một số nước phát triển chậm hơn các nước khác. Hiểu tôn giáo ảnh hưởng như thế nào đến tập quán kinh doanh là đặc biệt quan trọng ở các nước có chính phủ phụ thuộc tôn giáo. Tôn giáo không giới hạn theo biên giới quốc gia và nó có thể tồn tại ở nhiều vùng khác nhau trên thế giới đồng thời cùng một lúc. Các tôn giáo khác nhau có thể thống trị trong nhiều vùng khác nhau ở một quốc gia đơn lẻ. Quan hệ giữa tôn giáo và xã hội là phức tạp, nhạy cảm và sâu sắc. Thiên chúa giáo, Hồi giáo, Hindu giáo, Phật giáo, Khổng giáo, Do Thái giáo, Shinto giáo là một vài tôn giáo chính trong số hàng ngàn tôn giáo trên thế giới hiện nay.

#### 2.3.2.6. Giao tiếp cá nhân

Con người trong mỗi nền văn hóa có một hệ thống giao tiếp để truyền đạt ý nghĩ, tình cảm, kiến thức, thông tin qua lời nói, hành động và chữ viết. Hiểu ngôn ngữ thông thường của một nền văn hóa cho phép chúng ta biết được tại sao người dân nơi đó lại nghĩ và hành động như vậy. Hiểu các hình thức ngôn ngữ khác (cử chỉ, điệu bộ...) của

một nền văn hóa giúp chúng ta tránh được việc đưa ra những thông tin gây ngỡ ngàng hoặc ngỡ ngẩn.

□ Ngôn ngữ thông thường: là một bộ phận trong hệ thống truyền đạt tin của một nền văn hóa được thể hiện thông qua lời nói hoặc chữ viết. Sự khác nhau dễ thấy nhất khi chúng ta đến một quốc gia khác là ngôn ngữ. Chúng ta sẽ phải lắng nghe và tham gia vào các cuộc đàm thoại, đọc các văn bản liên quan. Chỉ có thể hiểu thực sự một nền văn hóa khi biết ngôn ngữ của nền văn hóa đó. Do vậy ngôn ngữ là quan trọng đối với tất cả các hoạt động kinh doanh quốc tế.

□ Ngôn ngữ chung: ngôn ngữ chung là ngôn ngữ thứ 3 hoặc là ngôn ngữ liên kết được 2 bên cùng hiểu mà cả hai bên này đều nói những thứ ngôn ngữ bản địa khác nhau. Mặc dù chỉ 5% dân số thế giới nói tiếng Anh như là ngôn ngữ thứ nhất, nhưng đó là ngôn ngữ chung phổ biến nhất trong kinh doanh quốc tế, theo sau là tiếng Pháp và Tây Ban Nha. Mặc dù ngôn ngữ chính thức của Ấn Độ là tiếng Hindi, nhưng ngôn ngữ chung của nó là tiếng Anh vì nước này trước đây là một thuộc địa của Anh.

□ Ngôn ngữ cử chỉ: sự truyền tin qua ám hiệu không âm thanh, bao gồm điệu bộ tay chân, thể hiện nét mặt, ánh mắt, trong phạm vi cá nhân được coi là ngôn ngữ cử chỉ. Giống như ngôn ngữ thông thường, truyền tin theo ngôn ngữ cử chỉ sẽ bao gồm thông tin lẫn tình cảm và nhiều điều khác của một nền văn hóa này với một nền văn hóa khác. Người Ý, Pháp, Ả-rập và Venezuela có xu hướng kết hợp điệu bộ và các cử chỉ của cơ thể để truyền đạt trong giao tiếp. Người Hàn Quốc và Nhật, mặc dù còn dè dặt trong việc thể hiện điệu bộ nhưng ngôn ngữ cử chỉ của họ vẫn chứa đựng rất nhiều thông tin, một cái nhìn bằng mắt có thể mang nhiều ý nghĩa không kém gì điệu bộ vung mạnh hai tay. Phần lớn ngôn ngữ cử chỉ là rất tinh tế và thường phải mất thời gian để hiểu ý nghĩa của nó. Những điệu bộ cơ thể thường truyền tải nhiều nghĩa khác nhau trong những nền văn hóa khác nhau. Ví dụ, ám hiệu ngón cái là thô bỉ ở Italia và Hy Lạp nhưng có nghĩa “mọi thứ được đẩy” hoặc thậm chí “tuyệt vời” ở Mỹ.

#### 2.3.2.7. Giáo dục

Giáo dục khó bỏ qua những yếu tố truyền thống, tập quán và các giá trị. Thanh thiếu niên thường được giáo dục thông qua trường lớp, cha mẹ, tôn giáo và quan hệ thành viên nhóm. Gia đình và các nhóm khác nhau cung cấp những hướng dẫn không chính thức về tập quán và cách thích nghi với xã hội. Trong phần lớn các nền văn hóa, các kỹ năng thông thạo (gồm có đọc và làm toán) được dạy dưới một loạt các hình thức



giáo dục chính thức. Các quốc gia có chương trình giáo dục cơ bản tốt thường là nơi hấp dẫn đối với các ngành công nghiệp có thu nhập cao. Nhiều quốc gia đầu tư vào đào tạo công nhân thường thu lại được sự gia tăng năng suất và tăng thu nhập. Một thực tế hiển nhiên là các quốc gia với lực lượng lao động được giáo dục tốt, có kỹ năng sẽ thu hút các công việc có thu nhập cao, các quốc gia có giáo dục thấp thu hút các việc làm có thu nhập thấp. Qua việc đầu tư vào giáo dục, một quốc gia có thể thu hút những loại ngành công nghiệp có thu nhập cao thường gọi là các ngành công nghiệp có “nhiều chất xám”.

### 2.3.3. Phân loại các nền văn hóa

Có hai cách được chấp nhận rộng rãi để nghiên cứu sự khác nhau về văn hóa: Phương pháp Kluckhohn – Strodtbeck và phương pháp Hofstede.

Phương pháp Kluckhohn – Strodtbeck nghiên cứu sự khác nhau về văn hóa bằng việc đưa ra các câu hỏi:

o Liệu môi trường điều khiển con người, hay con người điều khiển môi trường hay con người chỉ là một bộ phận của thiên nhiên?

o Con người chú ý đến các sự kiện quá khứ, hiện tại hay những ý định tương lai trong các hành động của họ?

o Không nên tin tưởng con người, cần phải quản lý họ hay tin tưởng họ và để cho họ tự do hành động?

o Liệu con người có khao khát thành đạt trong cuộc sống, có cuộc sống vô tư hay cuộc sống tôn giáo?

o Con người có tin rằng cá nhân hoặc nhóm phải có trách nhiệm đối với phúc lợi của từng người không?

o Con người thích hoạt động trong lĩnh vực công cộng hay lĩnh vực tư nhân?

Phương pháp Hofstede đưa ra 4 tiêu chí để xác định các nền văn hóa:

o Chủ nghĩa cá nhân đối nghịch với chủ nghĩa tập thể;

o Khoảng cách quyền lực;

o Tránh né sự không chắc chắn;

o Số lượng đối nghịch với chất lượng cuộc sống.

Kết hợp 2 phương pháp này chúng ta có thể nhận biết qua 10 tiêu chí văn hóa ảnh hưởng tới quyết định quản lý. Mười tiêu chí này cũng cho chúng ta các cách giải quyết rất hay về các cách thức trong đó con người liên hệ với người khác và trong đó các nền văn hóa thiết lập thể chế kinh doanh của họ. Bây giờ ta áp dụng các cách thức này để xem các nền văn hóa khác nhau như thế nào theo một trong các tiêu chí quan trọng – đó là nhấn mạnh vào trách nhiệm cá nhân với trách nhiệm tập thể.

#### Nền văn hóa định hướng cá nhân

Một nền văn hóa trong đó mỗi cá nhân có xu hướng chịu trách nhiệm cho sự sung túc của anh ta hay cô ta được gọi là văn hóa định hướng cá nhân. Hình thức văn hóa này thường thấy ở Úc, Canada, Tây Ban Nha, Anh và Mỹ. Con người được tự do chú tâm vào các mục tiêu cá nhân nhưng phải có trách nhiệm về những hành động của họ. Trẻ em được giáo dục độc lập và tự tin từ khi còn bé. Giá trị của các nền văn hóa đó là làm việc tích cực, nỗ lực bản thân và chú trọng vào chủ nghĩa cá nhân nhằm thúc đẩy việc chấp nhận rủi ro, mà chính điều này khuyến khích sự sáng tạo và cải tiến. Sự chú trọng vào chủ nghĩa cá nhân dẫn đến mức độ thay đổi nơi làm việc cao. Điều này là một cân nhắc rất quan trọng. Nếu một nhà quản lý then chốt nắm giữ các thông tin có giá trị đi làm việc cho một đối thủ cạnh tranh, người chủ cũ của anh ta có thể mất tính cạnh tranh chỉ qua một đêm. Trong nền văn hóa chủ nghĩa cá nhân, đôi khi khó phát triển một môi trường làm việc hợp tác hoặc “tinh thần đồng đội” giữa những người lao động. Con người đã quen sự thừa nhận cá nhân có hướng liên đới tới các trách nhiệm cá nhân hơn là cho hoạt động rộng rãi của công ty. Các công ty trong nền văn hóa định hướng theo cá nhân có thể thấy khó tin vào một công ty khác, do đó có thể gặp phải những rắc rối trong sự hợp tác giữa các bên. Các đối tác có thể sẽ rút lui khỏi sự hợp tác khi các mục tiêu của họ được thỏa mãn.

#### Nền văn hóa định hướng nhóm

Một nền văn hóa trong đó một nhóm cùng chung chia sẻ trách nhiệm về sự sung túc của mỗi thành viên được gọi là nền văn hóa định hướng theo nhóm. Con người làm việc vì tập thể nhiều hơn các mục tiêu cá nhân và có trách nhiệm trong nhóm đối với các hành động của họ. Toàn thể các thể chế xã hội, chính trị, kinh tế và luật pháp phản

ảnh vai trò chủ yếu của nhóm. Mục tiêu duy trì sự hài hòa nhóm được minh chứng tốt nhất thông qua cấu trúc gia đình. Nhật Bản là một nền văn hóa khuynh hướng nhóm cổ điển. Trẻ em Nhật học về tầm quan trọng của nhóm từ rất sớm qua sự đóng góp để giữ gìn trường học của họ. Học sinh cùng chung trách nhiệm như lau sàn nhà, lau cửa sổ, lau bảng đen và xếp lại bàn ghế. Họ thực hiện các thói quen học được ở trường cũng như những nơi làm việc của người lớn, nơi quản lý và lao động làm việc với nhau vì mục đích công ty. Các nhà quản lý Nhật Bản ra các quyết định chỉ sau khi xem xét ý kiến của tất cả các nhân viên cấp dưới. Người mua nguyên, vật liệu, kỹ sư, nhà thiết kế, nhân viên kiểm tra vệ sinh sàn nhà ở nhà máy và nhân viên xúc tiến thị trường hợp tác trong từng giai đoạn để phát triển sản phẩm.

#### 2.3.4 Các yếu tố về văn hóa xã hội mà một nhà đầu tư cần quan tâm

- Chỉ số/tỷ lệ sinh – tử, kết hôn – ly hôn
- Tuổi thọ, độ tuổi trung bình
- Thái độ của người dân đối với doanh nghiệp & kinh doanh
- Các yếu tố văn hóa ảnh hưởng đến quyết định mua hàng
- Thái độ đối với vấn đề tiết kiệm
- Trình độ dân trí, giáo dục đào tạo
- Thái độ đối với chất lượng sản phẩm
- Ý thức bảo vệ môi trường
- Yêu cầu về trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp

### 2.4 Môi trường khoa học – công nghệ

#### 2.4.1 Khái niệm

Môi trường công nghệ trong tiếng Anh là Technological Environment. Môi trường công nghệ bao gồm các yếu tố gây tác động đến công nghệ mới, sáng tạo sản phẩm và cơ hội thị trường mới.

Đây là nhân tố có ảnh hưởng mạnh, trực tiếp đến doanh nghiệp. Các yếu tố công nghệ thường được biểu hiện như những phương pháp sản xuất mới, kỹ thuật mới, vật liệu mới, thiết bị sản xuất, các bí quyết, các phát minh sáng chế, các phần mềm ứng dụng....

Trong môi trường kinh doanh nhiều biến động như hiện nay, các sản phẩm, dịch vụ của các doanh nghiệp đều liên quan đến công nghệ cho dù mức độ quyết định, gắn kết, liên quan có thể khác nhau.

*Công nghệ gồm 4 thành phần cơ bản:*

- Công cụ, máy móc, thiết bị, vật liệu. Đây gọi là phần cứng của công nghệ.
- Thông tin, phương pháp, quy trình bí quyết.
- Tổ chức điều hành, phối hợp, quản lý.
- Con người.

( ba bộ phận sau gọi là phần mềm công nghệ)

Bất kỳ quá trình sản xuất nào đều phải đảm bảo 4 thành phần trên. Mỗi thành phần đảm nhiệm những chức năng nhất định. Trong đó thành phần trang thiết bị được coi là xương sống, cốt lõi của quá trình hoạt động nhưng nó lại do con người lắp đặt và vận hành. Thành phần con người được coi là nhân tố chìa khoá của nhân tố hoạt động sản xuất nhưng lại phải hoạt động theo hướng dẫn do thành phần thông tin cung cấp.

Thành phần thông tin là cơ sở hướng dẫn người lao động vận hành các máy móc thiết bị và đưa ra các quyết định. Thành phần tổ chức có nhiệm vụ liên kết các thành phần trên, động viên người lao động nâng cao hiệu quả sản xuất.

Tuy khoa học và công nghệ có nội dung khác nhau nhưng lại có mối quan hệ chặt chẽ với nhau. Mối liên hệ này được phát triển qua các giai đoạn khác nhau của lịch sử. Vào thế kỷ 17 – 18, khoa học kỹ thuật tiến hoá theo những con đường riêng, có những mặt kỹ thuật đi trước khoa học. Ví dụ, năm 1784 máy hơi nước của Giêm Oat ra đời trước khi có nguyên lý “ nhiệt động học “ của Các nô. Hoặc kỹ thuật lên men rượu đã được sử dụng từ lâu trước khi có khoa học vi trùng của Paster. Vào thế kỷ 19 khoa học kỹ thuật bắt đầu có sự tiếp cận, mỗi khó khăn của kỹ thuật gợi ý cho sự nghiên cứu khoa học và ngược lại những phát minh khoa học tạo điều kiện cho nghiên cứu ứng dụng.

## ***2.4.2 Tác động của môi trường công nghệ đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp:***

### ***Đổi mới sản phẩm***

Đổi mới sản phẩm là việc tạo ra một sản phẩm hoàn toàn mới, hoặc cải tiến các sản phẩm truyền thống của công ty mình. Việc tạo ra một sản phẩm mới rất khó khăn. Trước hết phải đảm bảo được những điều kiện tiền đề. Đó là, có đầy đủ thông tin về yêu cầu của thị trường cũng như thông tin về kết quả đã đạt được của các công ty khác, phải có nguồn chi phí lớn để tạo ra cơ sở vật chất phục vụ cho hoạt động này; có đội ngũ cán bộ và công nhân kỹ thuật có khả năng triển khai hoạt động.

Sau khi chuẩn bị đầy đủ mọi điều kiện tiền đề hoạt động này thường trải qua 4 giai đoạn :

Trước hết, nghiên cứu xác định khả năng sản xuất sản phẩm mới và luận chứng kinh tế - kỹ thuật.

Tiếp theo tiến hành thiết kế sản phẩm mới, xác định các thông số kỹ thuật và quy trình công nghệ.

Sau đó tổ chức sản xuất thử và xác định chi phí sản xuất.

Cuối cùng thăm dò thị trường và sản xuất hàng loạt.

### ***Đổi mới quy trình sản xuất***

Tiến bộ công nghệ đối với các nước đang phát triển được tập trung chủ yếu vào việc cải tiến hiệu quy trình công nghệ. Việc cải tiến này cho phép nâng cao năng suất của người lao động. Điều này thể hiện qua việc kết quả cải tiến quy trình sản xuất chuyển dịch sang phải của đường cung phản ánh khả năng nâng cao năng lực sản xuất.

## **Năng lực sản xuất và nâng cao năng lực sản xuất trong các doanh nghiệp**

### **Năng lực sản xuất trong các doanh nghiệp**

Năng lực sản xuất của một doanh nghiệp là khả năng hay trình độ doanh nghiệp đó trong việc phối , kết hợp các yếu tố của quá trình sản xuất và lực lượng lao động công

cụ lao động và đối tượng lao động để tạo ra những sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường từ nguồn lực có sẵn của doanh nghiệp.

Chúng ta cần phải chú ý năng lực sản xuất của một doanh nghiệp không đồng nhất với quy mô của doanh nghiệp đó mà năng lực sản xuất chính là biểu hiện bằng những chỉ tiêu hiệu quả quá trình sản xuất kinh doanh như năng suất lao động, suất hao phí vốn, thời hạn hoàn vốn đầu tư... Một doanh nghiệp có thể có quy mô lớn chưa chắc đã có năng lực sản xuất, nó chỉ có năng lực sản xuất khi hiệu quả sản xuất của nó cao. Năng lực sản xuất của một doanh nghiệp phụ thuộc vào nhiều yếu tố như máy móc thiết bị, nguyên vật liệu đầu vào... ở đây chúng ta chỉ xem xét tới yếu tố máy móc thiết bị với tư cách là yếu tố trực tiếp trong quá trình sản xuất.

### **Nâng cao năng lực sản xuất trong các doanh nghiệp**

Năng lực sản xuất của các doanh nghiệp được đánh giá bởi nhiều chỉ tiêu khác nhau như năng suất lao động, hiệu quả sử dụng vốn cố định, vốn lưu động... Có nhiều nguyên nhân ảnh hưởng đến năng lực sản xuất như trình độ người lao động, trình độ quản lý và đặc biệt là khả năng áp dụng những thành tựu khoa học công nghệ vào sản xuất. Nâng cao năng lực sản xuất trong các doanh nghiệp sẽ giúp nâng cao năng lực công nghệ từ đó giúp doanh nghiệp tăng khả năng áp dụng những thành tựu khoa học công nghệ mới vào trong sản xuất, từ đó tăng khả năng đổi mới công nghệ trong doanh nghiệp.

### **Vai trò của đổi mới công nghệ tới năng lực sản xuất**

Như đã giới thiệu ở trên, máy móc thiết bị là một trong những yếu tố tham gia trực tiếp của quá trình sản xuất chính vì thế việc hiện đại hoá máy móc thiết bị hay đổi mới công nghệ là hết sức quan trọng đối với mỗi doanh nghiệp. Một doanh nghiệp sản xuất công nghiệp muốn tồn tại và phát triển được cần phải xây dựng cho mình một kế hoạch đổi mới công nghệ. Tiến bộ khoa học công nghệ, đổi mới công nghệ sẽ cho phép nâng cao chất lượng sản phẩm tạo ra nhiều sản phẩm mới, đa dạng hoá sản phẩm, tăng sản lượng, tăng năng suất lao động, sử dụng hợp lý tiết kiệm nguyên vật liệu... Nhờ vậy sẽ tăng khả năng cạnh tranh, mở rộng thị trường, thúc đẩy tăng trưởng nhanh và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh. Tiến bộ khoa học công nghệ, đổi mới công nghệ thực sự là hướng đi đúng đắn của một doanh nghiệp công nghiệp giàu tiềm năng.

### 2.4.3 Ưu điểm & nhược điểm của môi trường công nghệ:

#### 2.4.3.1 Ưu điểm

Nhờ có sự công nghệ hiện đại, các quy trình dựa trên việc sản xuất hàng hóa và dịch vụ nhanh hơn, hiệu quả hơn và tối ưu hơn. Kết quả là thu được những lợi ích to lớn, đó là tăng trưởng công nghiệp và kinh doanh bền vững; Do đó, lực lượng lao động ít hơn và sản lượng lớn hơn đạt được, tạo ra nhu cầu ít hơn trong giờ làm việc và lợi nhuận lớn hơn.

Công nghệ của tự động hóa, cho phép hàng nghìn hành động được thực hiện đồng thời mà không làm gián đoạn bất kỳ quá trình nào. Hoạt động tài chính phụ thuộc hoàn toàn vào tự động hóa ; mọi người không cần phải di chuyển để có được hàng hóa hoặc dịch vụ; và quan trọng nhất là cách thức thực hiện các quy trình đối với các thủ tục hành chính công, thương mại trực tuyến và mọi thứ liên quan đến tốc độ kỹ thuật số của các quy trình.

Mặt khác, sự tăng trưởng và phát triển của công nghệ xanh áp dụng để giảm tiêu thụ nhiên liệu hóa thạch thông qua việc sử dụng các năng lượng tái tạo như gió, mặt trời và thủy lực, đảm bảo giảm thiểu ô nhiễm trong một tương lai không xa, là một giảm thiểu việc nâng cao chất lượng.

Ngày nay, chúng ta có thể đánh giá cao cách ngành công nghiệp đã được hiện đại hóa, máy móc thực hiện các hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp và công nghiệp một cách nhanh hơn và hiệu quả hơn, nó chắc chắn đã cho phép tạo ra môi trường và người lao động trong lành hơn, cũng như củng cố ngành công nghiệp ít ô nhiễm hơn.

#### 2.4.3.2 Nhược điểm

công nghệ hiện đại nó cũng có những tiêu cực của nó. Do đó, sự phát triển đó cũng đã tạo ra một số tình huống không mấy thuận lợi cho con người, chúng ta thấy:

Mọi người có ít phán đoán và nhận thức hơn, họ phụ thuộc rất nhiều vào công nghệ.

Các quá trình toán học không được thực hiện bằng tinh thần mà thông qua một máy tính đơn giản được cài đặt trong điện thoại di động.

Vốn con người giảm, do đó tỷ lệ thất nghiệp gia tăng ở những khu vực mà trước đây cần có bàn tay sản xuất lớn.

Thiệt hại đối với môi trường do nhiều ngành công nghiệp tiêu thụ năng lượng ngày càng tăng để hoạt động đã làm ô nhiễm môi trường nước và biển.

Các mạng xã hội đã phá hủy đời sống xã hội của nhiều người, họ dành nhiều thời gian hơn để chơi game hoặc làm ứng dụng trên thiết bị di động.

Ngày càng có nhiều sự lười biếng trên thế giới, do đó các quy trình trở nên nhanh hơn và hiệu quả hơn, tạo ra sự thoải mái trong mọi hoạt động.

Mối quan hệ giữa con người với nhau giảm sút, mọi người rời khỏi nhà ít dành thời gian xem TV vệ tinh hoặc cáp, internet và trò chơi điện tử.

Các loại vũ khí hiệu quả và mạnh hơn đã được phát minh, khiến một số quốc gia lo sợ về các giải pháp bạo lực ngày càng tăng cho xung đột chính trị.

Ngày càng có nhiều người sống một mình và cô lập, không tiếp xúc với công nghệ mới và cảm thấy bị cô lập

Mọi người đọc ít sách hơn và kiến thức đạt được mà không có sự xác thực của nguồn

## **2.5 Môi trường cơ sở hạ tầng & điều kiện tự nhiên**

### **2.5.1 Khái niệm**

Cơ sở hạ tầng là một thuật ngữ tổng hợp dùng để chỉ những bộ phận kết cấu, nền tảng cho việc phát triển nền kinh tế.

Cơ sở hạ tầng được hiểu là toàn bộ những điều kiện về vật chất, kỹ thuật, thiết chế xã hội... phục vụ cho hoạt động sản xuất và đời sống con người. Cơ sở hạ tầng vừa có các yếu tố vật chất vừa phi vật chất và nó cũng là sản phẩm của quá trình đầu tư để làm nền tảng cho sự phát triển của toàn xã hội.

### **2.5.2 Phân loại cơ sở hạ tầng**

Phân loại cơ sở hạ tầng kinh tế – xã hội

- Cơ sở hạ tầng kinh tế: cơ sở vật chất được dùng trong sản xuất hàng hoá, phục vụ cho hoạt động lưu thông.

Ví dụ: Hệ thống giao thông vận tải...



- Cơ sở hạ tầng xã hội: Cơ sở vật chất phục vụ cho các hoạt động văn hoá - xã hội - đời sống - giáo dục.

Ví dụ: Nhà ở, trường học, bệnh viện, các công trình công cộng...

- Cơ sở hạ tầng môi trường: cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho công tác bảo vệ và giữ gìn tài nguyên môi trường.

- Cơ sở hạ tầng quốc phòng: cơ sở vật chất kỹ thuật dùng trong các hoạt động liên quan đến lĩnh vực an ninh – quốc phòng.

Ví dụ: Cơ sở sản xuất, sửa chữa vũ khí...

Phân loại cơ sở hạ tầng theo lãnh thổ – dân cư

Phân loại cơ sở hạ tầng theo lãnh thổ - dân cư gồm có:

- Cơ sở hạ tầng đô thị: cơ sở vật chất kỹ thuật ở các vùng đô thị phát triển.

- Cơ sở hạ tầng nông thôn: cơ sở vật chất kỹ thuật ở các vùng nông thôn.

- Cơ sở hạ tầng kinh tế biển: cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho phát triển kinh tế biển.

- Cơ sở hạ tầng vùng đồng bằng và trung du miền núi: cơ sở vật chất kỹ thuật ở vùng đồng bằng và trung du, các tỉnh miền núi.

Phân loại cơ sở hạ tầng theo cấp quản lý

- Do Trung ương quản lý: cơ sở vật chất kỹ thuật có quy mô lớn như sân bay, đường sắt, đường quốc lộ, các cơ sở an ninh – quốc phòng.

- Do địa phương quản lý: cơ sở vật chất kỹ thuật các tỉnh, thành phố, quận/huyện, xã/phường chịu trách nhiệm quản lý như hệ thống cầu - đường, kênh mương, cơ sở giáo dục – y tế,...

Phân loại cơ sở hạ tầng theo tính chất – đặc điểm

- Cơ sở hạ tầng mang hình thái vật chất: Các công trình trường học, bệnh viện, hệ thống đường giao thông, điện,...

- Cơ sở hạ tầng phi vật chất: Các thủ tục hành chính, hệ thống pháp luật, an ninh trật tự...

Vai trò của cơ sở hạ tầng

- Cơ sở hạ tầng đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong phát triển kinh tế-xã hội và tạo động lực cho sự phát triển.
- Nếu hệ thống kết cấu hạ tầng được đầu tư, phát triển đồng bộ, hiện đại sẽ thúc đẩy kinh tế tăng trưởng, nâng cao năng suất, hiệu quả nền kinh tế, đồng thời góp phần giải quyết các vấn đề xã hội.
- Trái lại, hệ thống cơ sở hạ tầng kém phát triển cản trở sự phát triển nền kinh tế nói chung.
- Hầu hết những quốc gia phát triển đều có hệ thống cơ sở hạ tầng phát triển đồng bộ, hiện đại. Tuy nhiên ở nhiều nước đang phát triển, kết cấu hạ tầng thiếu và yếu gây ứ đọng trong việc luân chuyển các nguồn lực, khó hấp thụ vốn đầu tư, ảnh hưởng trực tiếp đến tăng trưởng kinh tế. Vì vậy, việc đầu tư phát triển cơ sở hạ tầng đang là ưu tiên của nhiều quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam.

## **CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 2:**

Câu 1: Trình bày khái niệm toàn dụng nhân công

Câu 2: Trình bày khái niệm tỷ giá hối đoái và mối quan hệ giữa tỷ giá hối đoái và cán cân thương mại?

Câu 3: Phân biệt các loại lạm phát? Lạm phát có lợi hay có hại nhiều hơn đối với nền kinh tế?

Câu 4: Môi trường công nghệ ảnh hưởng tới doanh nghiệp như thế nào?

Câu 5: Môi trường văn hóa bao gồm những yếu tố nào? Các nhà đầu tư cần quan tâm gì đến các yếu tố này?

## **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2017), *Giáo trình Quản trị kinh doanh (Tập I)*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

### **CHƯƠNG 3: MÔI TRƯỜNG VI MÔ (MÔI TRƯỜNG NGÀNH)**

*Sau khi kết thúc chương này, học sinh có thể:*

- Hiểu các yếu tố trong môi trường kinh doanh vi mô
- Giải thích được các đặc trưng cơ bản của môi trường vi mô tác động đến hoạt động kinh doanh các doanh nghiệp

#### **1. Các khái niệm cơ bản trong môi trường ngành**

##### **1.1 Ngành và thị trường**

Theo kinh tế học:

- Thị trường là lĩnh vực lưu thông, ở đó hàng hóa thực hiện được giá trị của mình đã được tạo ra trong lĩnh vực sản xuất.

Thị trường là một cơ chế của người bán và người mua để trao đổi hàng hóa/dịch vụ. Sự trao đổi hàng hóa này diễn ra tại một khu vực địa lý nhất định và trong 1 khoảng thời gian.

Người mua đại diện khía cạnh cầu của thị trường và người bán đại diện cho khía cạnh cung của thị trường.

=> Thị trường là sự phản ánh cung cầu.

Theo quan điểm Marketing:

- Thị trường là tập hợp tất cả những người mua thực sự hay những người mua tiềm tàng đối với một sản phẩm

**Ngành** là tập hợp *các doanh nghiệp* sản xuất/ cung cấp những sản phẩm/dịch vụ tương tự nhau, hay có khả năng thay thế nhau nhằm đáp ứng nhu cầu nào đó của khách hàng.

- Trong một số ngành, một loại sản phẩm được bán cho tất cả các nhóm khách hàng. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều sản phẩm hiện tại và tiềm năng có thể được khác biệt hóa dựa trên các đặc tính như kích cỡ, chức năng và tính năng.

- Trong một số ngành, với nhiều chủng loại sản phẩm chỉ bán có 1 đối tượng khách hàng. Tuy nhiên, vẫn tồn tại khách hàng tiềm năng trong ngành.

(ví dụ: trong ngành thiết bị hàng không thì các thiết bị máy bay quân sự chỉ bán cho bộ quốc phòng - quốc gia).

## 1.2 Cấu trúc thị trường & cấu trúc ngành

### 1.2.1 Cấu trúc thị trường

Cấu trúc thị trường tiếng anh là Market structure

Cấu trúc thị trường là một tập hợp các đặc tính của thị trường thể hiện môi trường kinh tế mà các doanh nghiệp hoạt động trong đó. Cấu trúc của một thị trường chi phối mức độ của quyền điều chỉnh giá của nhà quản lý doanh nghiệp trong cả ngắn hạn lẫn dài hạn.

Cấu trúc thị trường: Một cấu trúc thị trường được đặc trưng bởi số lượng người mua hay người bán tham gia trên thị trường và mối quan hệ tương tác lẫn nhau giữa họ.

Cấu trúc thị trường có thể xem xét dưới góc độ người bán hoặc người mua.

Dưới góc độ người bán, một thị trường có thể thuộc về một loại cấu trúc thị trường này, song dưới góc độ người mua, nó lại có thể thuộc về một cấu trúc thị trường khác.

Ví dụ, thị trường sản xuất nông sản nguyên liệu cho công nghiệp chế biến có thể gần giống thị trường cạnh tranh hoàn hảo, nếu ta xét từ phía người bán.

Tuy nhiên, nếu chỉ có một số rất ít doanh nghiệp có thể mua và chế biến các loại nông sản này thì từ phía người mua, thị trường lại có khả năng là thị trường độc quyền nhóm.

Các dạng cấu trúc thị trường

Có hai dạng cấu trúc thị trường lớn: Thị trường cạnh tranh hoàn hảo và thị trường cạnh tranh không hoàn hảo. Khi chúng ta tập trung phân tích hành vi của những người sản xuất, về cơ bản chúng ta chỉ xem xét cấu trúc thị trường từ phía người bán.

Thị trường cạnh tranh hoàn hảo: là dạng thị trường mà ở đó mỗi người bán hay mỗi doanh nghiệp riêng biệt không có khả năng kiểm soát, chi phối giá cả hàng hóa.

Tại thị trường này, doanh nghiệp chỉ là người chấp nhận giá. Mức giá trên thị trường được hình thành như là kết quả tương tác chung của tất cả những người bán và người mua.

Mỗi doanh nghiệp cụ thể, bằng hành vi riêng biệt của mình, không có khả năng tác động đến mức giá này. Là người chấp nhận giá, doanh nghiệp trên thực tế không có quyền lực thị trường.

Thị trường cạnh tranh không hoàn hảo: là dạng thị trường mà ở đó mỗi người bán hay doanh nghiệp riêng biệt ít nhiều có khả năng kiểm soát hay chi phối giá cả hàng hóa. Một doanh nghiệp cạnh tranh không hoàn hảo không phải là một kẻ chấp nhận giá.

Bằng nhiều cách khác nhau (chẳng hạn như thay đổi sản lượng hàng hóa mà nó cung ứng trên thị trường), doanh nghiệp có thể thay đổi được mức giá hàng hóa. Nói cách khác, đó là một doanh nghiệp có quyền lực thị trường.

Có nhiều dạng thị trường cạnh tranh không hoàn hảo: thị trường độc quyền, thị trường độc quyền nhóm hay thị trường cạnh tranh có tính chất độc quyền.

Trên một thị trường độc quyền thuần túy, xét từ phía người bán, chỉ có một doanh nghiệp duy nhất cung ứng hàng hóa. Không có đối thủ cạnh tranh, doanh nghiệp này thường có quyền lực thị trường lớn. Nó thường có thể định giá hàng hóa cao hơn nhiều so với mức giá có tính chất cạnh tranh tương tự.

Một thị trường mà trên đó chỉ có một nhóm nhỏ những người sản xuất được gọi là thị trường độc quyền nhóm hay độc quyền tập đoàn. Trên thị trường loại này, các doanh nghiệp cũng thường có quyền lực thị trường hay khả năng kiểm soát, chi phối giá cao.

Chúng vừa có thể cạnh tranh khốc liệt với nhau để giành giật thị trường, vừa có khả năng thỏa thuận, cấu kết với nhau để cùng không chế thị trường.

Còn trên một thị trường cạnh tranh có tính độc quyền, số lượng doanh nghiệp cùng kinh doanh một loại hàng hóa tương đối lớn. Những doanh nghiệp trên thị trường này có nhiều điểm giống các doanh nghiệp cạnh tranh hoàn hảo, song lại có khả năng chi phối giá cả hàng hóa một cách hạn chế.

### 1.2.2 Cấu trúc ngành

Cấu trúc ngành là những đặc tính kinh tế và kỹ thuật cơ bản của một ngành; thể hiện sự phân bố về số lượng các doanh nghiệp có quy mô khác nhau trong cùng một ngành sản xuất. (Porter, 1985).

Các thành phần quan trọng tạo nên cấu trúc ngành bao gồm: nhà cung cấp, người mua, các DN sắp gia nhập, sản phẩm thay thế, và các đối thủ cạnh tranh (Porter, 1985).

Cấu trúc ngành tương đối ổn định, nhưng có thể thay đổi khi ngành phát triển. Sự thay đổi cấu trúc ngành sẽ làm thay đổi sức mạnh của các lực lượng cạnh tranh, vì vậy có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực tới khả năng sinh lời của ngành.

Các loại cấu trúc ngành”

Ngành phân tán (Fragmented industry)- là ngành bao gồm một số lượng lớn các DN có quy mô vừa và nhỏ, hoạt động riêng lẻ độc lập nhau, và không có DN nào chiếm được thị phần đáng kể trong ngành, mỗi hãng chỉ giành được thị phần nhỏ trong toàn bộ thị trường.

Ngành tập trung (Consolidated industry)- là ngành bao gồm một số lượng ít các DN có quy mô lớn, và giữ vai trò chi phối trong ngành.

## 1.3 Phân đoạn thị trường & phân đoạn ngành

### 1.3.1 Phân đoạn thị trường

Theo quan điểm Marketing:

Phân đoạn thị trường là việc chia những người tiêu dùng thành từng nhóm có chung những yêu cầu giống nhau về nhu cầu hay hành vi mua sắm, cho phép các hãng phục vụ trên những phân đoạn phù hợp với khả năng của mình.

Phân đoạn thị trường có xu hướng tập trung vào hoạt động Marketing trong chuỗi giá trị.

### 1.3.2 Phân đoạn ngành

- **Phân đoạn ngành** là sự kết hợp giữa **hành vi mua sắm** của khách hàng với **chi phí** (gồm chi phí sản xuất, chi phí phục vụ khách hàng khác nhau); phân chia một ngành thành các đơn vị kinh doanh nhằm mục đích phát triển chiến lược cạnh tranh (Porter, 1985).
- Phân đoạn ngành bao gồm **toàn bộ chuỗi giá trị** và thể hiện sự khác nhau trong mức độ thu hút của các phân đoạn.

Phân đoạn ngành **rộng hơn** phân đoạn thị trường.

### 1.4 Phân tích ngành & phân tích thị trường

Phân tích ngành và phân tích thị trường là hai cách nhìn khác nhau về môi trường mà công ty sẽ phải tham gia cạnh tranh.

- **Phân tích thị trường** để xác định **thị trường mục tiêu** mà công ty nên hướng tới (xác định khách hàng tiềm năng trong tương lai).
- **Phân tích ngành** xác định **xu hướng dài hạn** sẽ ảnh hưởng tới toàn ngành (đặc biệt là cấu trúc ngành).

Phân tích thị trường:

Chỉ ra quy mô thị trường và thị phần

Đánh giá tiềm năng của sản phẩm

Đặc điểm thị trường và xu hướng phát triển

Đánh giá thị trường thường xuyên

Phân tích ngành:

Khả năng đầu tư:

Liệu ngành đó có khả năng sinh lời hay không?

Yếu tố nào thúc đẩy khả năng sinh lời?

Phân tích các nhóm: đối thủ cạnh tranh, khách hàng, nhà cung cấp, các sản phẩm thay thế tiềm năng.

Làm thế nào để cạnh tranh?

## 2. Phân tích các giai đoạn phát triển của ngành

### **Giai đoạn mở đầu**

Giai đoạn mở đầu, hoặc khởi động, liên quan đến việc phát triển và tiếp thị một sản phẩm hoặc dịch vụ mới từ sớm. Các nhà đổi mới thường tạo ra các doanh nghiệp mới để cho phép sản xuất và quảng bá sản phẩm mới. Thông tin về sản phẩm và người tham gia trong ngành thường bị hạn chế, do đó nhu cầu có xu hướng không rõ ràng. Người tiêu dùng hàng hóa và dịch vụ cần tìm hiểu thêm về chúng, trong khi các nhà cung cấp vẫn đang phát triển và mài giũa các sản phẩm bán ra.

Ngành công nghiệp có xu hướng bị chia cắt cao trong giai đoạn này. Những người tham gia có xu hướng không có lợi nhuận vì phát sinh những chi phí để phát triển và tiếp thị sản phẩm trong khi doanh thu thì vẫn còn thấp.

### **Giai đoạn tăng trưởng**

Người tiêu dùng trong ngành công nghiệp mới đã hiểu được giá trị của sản phẩm mới bán ra, và nhu cầu tăng nhanh. Một số ít người chơi quan trọng thường trở nên thông suốt, và họ cạnh tranh để thiết lập một phần của thị trường mới. Lợi nhuận trước mắt thường không phải là ưu tiên hàng đầu vì các công ty còn phải chi cho [nghiên cứu và phát triển](#) hoặc [marketing](#).

Các quy trình kinh doanh được cải thiện, và việc mở rộng về mặt địa lý trở nên phổ biến. Một khi sản phẩm đã chứng minh được sự tồn tại, các công ty lớn hơn trong các ngành công nghiệp liên kế có xu hướng thâm nhập thị trường thông qua [mua lại](#) hoặc phát triển nội bộ.

### **Giai đoạn trưởng thành**

Giai đoạn trưởng thành bắt đầu với giai đoạn chấn chỉnh lại thị trường (shakeout), trong đó tăng trưởng chậm lại, tập trung chuyển sang giảm thiểu chi phí, và xảy ra



việc [hợp nhất](#). Một số công ty có qui mô kinh tế lớn, cản trở tính bền vững của các đối thủ cạnh tranh nhỏ hơn.

Khi đạt đến sự trưởng thành, các rào cản gia nhập trở nên lớn hơn và bối cảnh cạnh tranh trở nên rõ ràng hơn. Thị phần, dòng tiền và lợi nhuận trở thành mục tiêu hàng đầu của các công ty còn tồn tại. Cạnh tranh về giá trở nên phù hợp hơn nhiều khi sự khác biệt hóa sản phẩm giảm do sự hợp nhất.

### **Giai đoạn suy giảm**

Giai đoạn suy giảm đánh dấu sự kết thúc của khả năng hỗ trợ tăng trưởng của một ngành. Sự lỗi thời và thị trường phát triển cuối cùng có tác động tiêu cực đến cầu, dẫn đến doanh thu giảm. Điều này tạo ra áp lực chênh lệch khoảng cách, buộc các đối thủ yếu hơn ra khỏi ngành.

Những sáng tạo mới về các sản phẩm sẽ khiến cho một ngành mới hình thành, và sự tiến bộ của tri thức/công nghệ sẽ kéo dài thêm hay hình thành một vòng đời mới của ngành.

### **3. Phân tích môi trường ngành bằng cách sử dụng mô hình 5 forces của Porter**

Mô hình phân tích 5 lực lượng cạnh tranh của Porter là một công cụ để đánh giá mức độ hấp dẫn (khả năng sinh lời) của ngành, giúp xác định nguồn lực cạnh tranh trong ngành là gì.

Mô hình phân tích 5 lực lượng cạnh tranh

Được sử dụng ở cấp đơn vị kinh doanh (SBUs), ko sử dụng trên toàn tổ chức.

Hiểu mối liên hệ giữa các lực lượng cạnh tranh và các nhân tố môi trường vĩ mô.

5 lực lượng không độc lập, mà có sự phụ thuộc và liên quan tới nhau

#### **3.1 Yếu tố khách hàng:**

Nhu cầu của KH luôn thay đổi.

Số lượng khách hàng lớn

KH có thể sẽ chuyển sang mua SP của DN khác với chi phí thấp hơn, chất lượng tốt hơn.

Khách hàng có thể gây sức ép thông qua đàm phán đối với các DN về mặt giá cả và chất lượng => ảnh hưởng đến khả năng tìm kiếm lợi nhuận của DN

Áp lực từ phía KH cao thì mức độ cạnh tranh tăng lên => Nguy cơ cho các DN trong ngành

Đánh giá quyền lực đàm phán của KH qua: số lượng KH, tầm quan trọng của KH, chi phí chuyển đổi KH...

### **3.2. Yếu tố Nhà cung cấp (Suppliers)**

- Là các cá nhân hay tổ chức cung ứng: các loại nguyên liệu, vật liệu, bán thành phẩm, máy móc, vốn, lao động hay các dịch vụ (thông tin, quản lý, nghiên cứu thị trường,...) cho DN.

Sức ép:

Nhà cung cấp có ưu thế có thể tăng thêm lợi nhuận bằng cách nâng giá, giảm chất lượng hoặc giảm mức độ dịch vụ đi kèm.

- Áp lực từ phía các nhà cung cấp sẽ tăng lên khi:

- SP của nhà cung cấp là quan trọng và cần thiết đối với DN
- Số lượng nhà cung cấp ít
- Sản phẩm của nhà cung cấp là sản phẩm độc đáo, khác biệt, duy nhất
- Chi phí chuyển đổi NCC quá lớn

### **3.3 Yếu tố Đối thủ cạnh tranh trong nội bộ ngành**

**Mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong cùng một ngành**

(1) Cơ cấu ngành

(2) Nhu cầu ngành

(3) Các rào cản rút lui khỏi ngành

### **3.4 Yếu tố sản phẩm thay thế**

- Là các sản phẩm thay thế cùng đáp ứng một loại nhu cầu của khách hàng như các sản phẩm của doanh nghiệp.

- Tạo sức ép thông qua: giá cả, chất lượng, tính năng công dụng, mẫu mã, các DV kèm theo, phát triển SP mới,...

### **3.5 Yếu tố đối thủ cạnh tranh tiềm năng**

Là các DN hiện tại chưa hoạt động trong cùng một ngành sản xuất kinh doanh nhưng có khả năng cạnh tranh nếu họ quyết định gia nhập ngành.

Rào cản gia nhập ngành: là các loại yêu cầu mà một doanh nghiệp phải thỏa mãn khi tiến hành tham gia hoạt động kinh doanh trong một ngành nào đó.

Nếu các rào cản gia nhập ngành cao thì sẽ là cơ hội cho các DN hiện tại trong ngành.

Nếu các rào cản này thấp thì sẽ tạo điều kiện cho các đối thủ ngoài ngành gia nhập và cạnh tranh với các DN hiện tại trong ngành.

### **Có 6 loại rào cản gia nhập phổ biến:**

- Lợi thế kinh tế theo quy mô
- Sự đặc trưng của sản phẩm
- Khả năng tiếp cận kênh phân phối
- Vốn đầu tư ban đầu
- Chi phí chuyển đổi
- Các bất lợi khác (trợ cấp, chính sách,..)

### **CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 3:**

Câu 1: Trình bày khái niệm môi trường ngành

Câu 2: Trình bày khái niệm cấu trúc ngành và cấu trúc thị trường?

Câu 3: Phân biệt các loại cấu trúc thị trường?

Câu 4: Môi trường ngành ảnh hưởng tới doanh nghiệp như thế nào?

Câu 5: Mô hình 5 yếu tố cạnh tranh bao gồm những yếu tố nào?

**TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2017), *Giáo trình Quản trị kinh doanh (Tập I)*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
2. Học viện Tài chính (2013), *Giáo trình Quản trị kinh doanh*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội Luật du lịch 2017

## CHƯƠNG 4: MÔI TRƯỜNG NỘI BỘ DOANH NGHIỆP

*Sau khi kết thúc chương này, học sinh có thể:*

- Hiểu các yếu tố trong môi trường nội bộ doanh nghiệp
- Giải thích được các đặc trưng cơ bản của môi trường nội bộ tác động đến hoạt động kinh doanh các doanh nghiệp

### 1. Tổng quát về môi trường nội bộ:

#### 1.1 Khái niệm

Môi trường nội bộ là môi trường bên trong của tổ chức, bao gồm các yếu tố, các điều kiện mà tổ chức có khả năng kiểm soát được.

Môi trường nội bộ bao gồm những yếu tố, những lực lượng nằm trong nội bộ doanh nghiệp. Những yếu tố này phản ánh nội lực, thể hiện bản sắc riêng của từng doanh nghiệp

#### 1.2 Đặc điểm

Các yếu tố tổ chức có khả năng kiểm soát được:

- Nguồn nhân lực: Đây là yếu tố quan trọng, cần được đánh giá khách quan và chính xác. Khi quản trị nguồn nhân lực nhà quản trị cần:
  - + Một là, xác định chính xác nhu cầu về lao động của đơn vị mình
  - + Hai là, tuyển chọn, tuyển dụng đúng đối tượng, phù hợp với nhu cầu nhân lực
  - + Ba là, phân công lao động khoa học hợp lý để sử dụng, khai thác tối đa nguồn lực lao động của đơn vị
  - + Bốn là, cần có các chính sách đãi ngộ hợp lý và có các biện pháp động viên, khuyến khích người lao động tích cực làm việc.
- Khả năng tài chính: Khả năng tài chính là cơ sở để nhà quản trị quyết định quy mô kinh doanh và là điều kiện để đảm bảo cho hoạt động của doanh nghiệp được tiến hành bình thường. Khả năng tài chính của doanh nghiệp liên quan đến các yếu tố sau:
  - + Một là, nguồn vốn và khả năng huy động vốn
  - + Hai là, tình hình phân bổ sử dụng các nguồn vốn

- + Ba là, việc kiểm soát các chi phí
- + Bốn là, các quan hệ tài chính với các bên hữu quan
- + Năm là, cán cân thanh toán

Cần phân tích các chỉ tiêu tài chính một cách khoa học để đánh giá đúng thực lực của tổ chức nhằm đưa ra các biện pháp hợp lý để đảm bảo khả năng tài chính cho mọi hoạt động của doanh nghiệp.

- Khả năng nghiên cứu và phát triển: Khả năng nghiên cứu và phát triển của một tổ chức thể hiện ở: khả năng cải tiến kỹ thuật, khả năng ứng dụng khoa học, công nghệ mới để nâng cao chất lượng sản phẩm và phát triển sản phẩm mới. Nghiên cứu và phát triển là yếu tố đảm bảo nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp và sản phẩm của doanh nghiệp.

- Khả năng sản xuất kinh doanh: Khi nghiên cứu khả năng sản xuất kinh doanh cần tập trung vào các vấn đề:

- + Một là, quy mô sản xuất của tổ chức
- + Hai là, việc bố trí dây chuyền sản xuất kinh doanh
- + Ba là, hệ thống điều hành sản xuất, kinh doanh
- + Bốn là, kỹ thuật, công nghệ
- + Năm là, chi phí sản xuất kinh doanh
- + Sáu là, chất lượng, giá thành sản phẩm, dịch vụ

- Hoạt động quản trị: Đánh giá về trình độ, kỹ năng quản trị tổ chức trên cơ sở rà soát các hoạt động quản trị theo 4 chức năng: hoạch định, tổ chức, điều khiển và kiểm tra.

- Hoạt động Marketing: Các chương trình Marketing được thực hiện như thế nào, có hiệu quả hay không và khả năng hoạt động Marketing của tổ chức so với đối thủ cạnh tranh. Đưa ra phương hướng hoạt động Marketing.

- Văn hóa của tổ chức: Văn hóa của tổ chức là những chuẩn mực, những khuôn mẫu, những giá trị truyền thống mà mọi thành viên trong tổ chức tôn trọng và tuân theo một cách tự nguyện.

## 2. Các yếu tố nội lực của doanh nghiệp

### 2.1. Nguồn lực

**Nguồn lực** (resources) được hiểu là những tài sản mà một doanh nghiệp sở hữu và có thể khai thác vì mục đích kinh tế (F. David, 1998)

Như đã trình bày trong chương trước, nếu chỉ hiểu được môi trường vĩ mô và môi trường ngành thôi thì chưa đủ để hoạch định thành công các chiến lược. Mỗi doanh nghiệp cần phải có một số các nguồn lực hữu hình như tiền, nhân lực, nhà xưởng, máy móc, ... và cả các nguồn lực vô hình như các mối quan hệ với các nhà cung cấp, sự am hiểu thị trường, hình ảnh và uy tín với khách hàng hay chính phủ. Nhận dạng và phát triển các nguồn lực này thành các năng lực (ở mục tiếp theo) là một trong những thách thức mang tính chiến lược cơ bản nhất mà mỗi doanh nghiệp đang phải đối mặt.

Nguồn lực hữu hình là những tài sản của doanh nghiệp mà ta có thể nhìn thấy và định lượng được, bao gồm: tiền mặt, nhà xưởng, trang thiết bị, nguồn nhân lực, văn phòng... Nguồn lực vô hình là những tài sản vô hình, bao gồm: kiến thức và các kỹ năng của các cá nhân trong doanh nghiệp, mối quan hệ với các đối tác như nhà bán lẻ, nhận thức của người khác đối với doanh nghiệp và sản phẩm/dịch vụ của doanh nghiệp (ví dụ khách hàng tin rằng doanh nghiệp cung cấp sản phẩm có giá trị cao hơn các đối thủ cạnh tranh).

Các doanh nghiệp phải tích lũy đồng thời các nguồn lực hữu hình và vô hình có thể sử dụng nhằm phục vụ cho việc hoạch định và thực thi chiến lược.

**Ví dụ:** Amazon.com là một trang web bán sách trực tuyến nổi tiếng nhất hiện nay. Tuy nhiên Amazon đặt mục tiêu trở thành nhà bán lẻ trực tuyến với đủ các chủng loại sản phẩm tiêu dùng liên tục được đa dạng hóa như quần áo, đồ chơi, hoa và

phần mềm, ... Theo đuổi mục đích này đòi hỏi Amazon phải xây dựng và phát triển nhiều loại nguồn lực, bao gồm: các sản phẩm hoàn chỉnh như sách, đĩa DVD, video, đồ chơi, hàng điện tử, ...; nguồn nhân lực để tìm kiếm, tiếp thị, phân phối, bán và phục vụ các chủng loại sản phẩm đang tăng nhanh; hệ thống kho chứa hàng, phân loại và đóng gói sản phẩm nhằm đáp ứng số lượng đơn đặt hàng tăng lên từng ngày; danh tiếng để khách hàng biết đến và sẵn lòng hợp tác với công ty; quan hệ bền vững với các đối tác như nhà cung cấp sản phẩm và các tài sản tài chính không ngừng lớn mạnh.

## 2.2. Tài sản

Câu hỏi đặt ra cho nhà quản trị của bất kỳ doanh nghiệp nào là nhóm tài sản nào có vai trò quan trọng nhất cho hoạt động kinh doanh

Trong trường hợp của Amazon, các nguồn lực thuộc về tri giác như kỳ vọng của khách hàng đối với công ty và các sản phẩm của công ty (dịch vụ nhanh chóng, tin cậy) và cảm nhận của các nhà cung cấp đối với công ty (ví dụ như Amazon có trung thành với nhà cung cấp hay không) là nhóm tài sản quan trọng.

| Nhóm tài sản      | Loại tài sản  | Kiểu tài sản  |
|-------------------|---|---|
| Tài sản chính     | Nợ, Vốn cổ phần, Mức độ thanh khoản                         | Các loại nợ: nợ ngắn hạn, trung hạn và dài hạn.                   |
| Tài sản con người | Nhân sự, Kỹ năng chuyên môn                                 | Số lượng nhân sự phân theo: Các phòng chức năng, Các kỹ năng khác |
| Tài sản vật chất  | Nhà xưởng, Trang thiết bị, Vật tư, Hàng tồn kho, Thành phẩm | Nhà xưởng: Quy trình công nghệ, Sản phẩm                          |



|                                     |  |  |
|-------------------------------------|--|--|
| Tài sản tri thức                    | Về các đơn vị bên ngoài, Về hệ thống/quy trình, Về đối tượng mục tiêu      | Am hiểu khách hàng về: Vị trí địa lý của khách hàng, Hành vi mua hàng, Tiêu chí mua hàng |
| Tài sản chính trị (các mối quan hệ) | Các mối quan hệ chính thức & không chính thức với các đối tượng bên ngoài. | Quan hệ với các kênh phân phối, Hợp tác chuyên sâu, Các thỏa thuận                       |
| Tài sản tri giác                    | Được các đối tượng bên ngoài biết đến                                      | Khách hàng biết đến chất lượng sản phẩm của công ty                                      |
| Tài sản tổ chức                     | Các hệ thống, Các cấu trúc, Văn hóa, Quy trình ra quyết định               | Loại hệ thống: Thông tin, Mua hàng, Kiểm soát  |

### 2.3. Năng lực

Năng lực là khả năng sử dụng các nguồn lực đã được kết hợp một cách có mục đích để đạt được một trạng thái mục tiêu mong muốn.

Các nguồn lực hữu hình và vô hình được kết hợp và đưa vào triển khai thông qua các quy trình hoạt động như nghiên cứu & phát triển sản phẩm, quản trị chuỗi cung ứng, quản trị quan hệ khách hàng, tiếp thu công nghệ, triển khai vận hành sản xuất, ... để tạo lập lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp được gọi là năng lực

Năng lực là thước đo đánh giá doanh nghiệp thực hiện các quy trình hoạt động như thế nào

Ví dụ như Amazon cố gắng nâng cao năng lực xử lý đơn hàng bằng cách cải thiện thời gian hoàn thành đơn hàng từ 5 ngày xuống còn 3 ngày

Phân tích các nguồn lực và năng lực cho phép xác định được nguồn gốc sản sinh ra năng lực tạo ra sự khác biệt hay lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp so với các đối thủ. Một doanh nghiệp có thể sở hữu nhiều nguồn lực đáng giá, độc đáo nhưng nếu những tài sản này không được sử dụng một cách hiệu quả thì cũng không thể tạo ra và duy trì

được lợi thế bền vững cho doanh nghiệp. Điều này cho thấy một doanh nghiệp không nhất thiết phải có các nguồn lực đáng giá để tạo lập lợi thế cạnh tranh miễn là doanh nghiệp có được các năng lực mà đối thủ không có hoặc nhưng không hiệu quả bằng.

## 2.4 Năng lực cốt lõi của doanh nghiệp

Thuật ngữ năng lực cốt lõi (core competencies) được sử dụng để chỉ sự thành thạo chuyên môn hay các kỹ năng của doanh nghiệp trong các lĩnh vực chính trực tiếp đem lại hiệu suất cao so với các đối thủ cạnh tranh

Năng lực cốt lõi được hình thành theo thời gian thông qua quá trình học tập, tích lũy một cách hệ thống và có tổ chức về cách thức khai thác các nguồn lực và năng lực khác nhau

Chẳng hạn, một trong những năng lực cốt lõi của Sony là khả năng kết hợp công nghệ vi điện tử với những thiết kế đầy sáng tạo trong một loạt các sản phẩm tiêu dùng hữu ích hay như Corning đã tạo ra các dòng sản phẩm thành công, từ đĩa chịu nhiệt Pyrex dùng trong lò nướng đến đèn hình ti vi hay sợi quang học từ năng lực cốt lõi liên quan đến vật liệu thủy tinh và gốm sứ.

## 2.5 Các yếu tố để xác định năng lực cốt lõi của doanh nghiệp

Như đã trình bày ở trên, năng lực cốt lõi được coi là nguồn gốc xây dựng lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp, nhưng không phải là tất cả các nguồn lực và năng lực của doanh nghiệp đều có thể trở thành những năng lực lõi. Nhiệm vụ của nhà chiến lược là tìm kiếm những nguồn lực và năng lực phù hợp và kết hợp chúng để tạo ra được hiệu quả giá trị gia tăng lớn nhất và đặc biệt bền vững. Trong mục này, chúng ta sẽ nghiên cứu 4 tiêu chuẩn mà doanh nghiệp có thể sử dụng để xác định các nguồn lực và năng lực có tiềm năng trở thành năng lực cốt lõi.

**Có giá trị:** bất kỳ năng lực nào của doanh nghiệp muốn tạo lập được lợi thế cạnh tranh đều bắt buộc phải mang lại một giá trị gia tăng nào đó cho khách hàng. Việc cung ứng giá trị cho khách hàng đã trở thành điều hiển nhiên nhưng không phải lúc nào doanh nghiệp cũng tính đến. Doanh nghiệp thường bị cuốn vào các mối quan tâm về hiệu quả hoạt động, giảm chi phí hay lợi nhuận cho cổ đông. Sẽ thật sai lầm nếu các nhà chiến lược khẳng định một năng lực của doanh nghiệp vượt trội so với các đối thủ mà không chỉ ra được năng lực này có được đánh giá cao từ phía khách hàng hay không?

**Có tính hiếm:** những năng lực hiếm là những năng lực mà rất ít đối thủ có được. Một câu hỏi trọng tâm được các nhà chiến lược đặt ra khi đánh giá tiêu chuẩn này

là: “Có bao nhiêu đối thủ của doanh nghiệp trên thị trường đang sở hữu năng lực này?”. Những năng lực mà có quá nhiều doanh nghiệp cùng sở hữu thì không được xem là lợi thế cạnh tranh của bất kì doanh nghiệp nào. Thay vào đó, những nguồn lực và năng lực đáng giá nhưng không hiếm sẽ là cơ sở cho cạnh tranh hoàn hảo. Khi đó lợi thế cạnh tranh có được là do việc phát triển và khai thác những năng lực mà các doanh nghiệp khác không có.

**Khó bị bắt chước:** một trong những tiêu chuẩn để đánh giá một năng lực có phải là năng lực cốt lõi hay không chính là việc năng lực đó có dễ dàng bị bắt chước bởi các đối thủ hay không? Sẽ là một lợi thế nếu đối thủ cạnh tranh của ta không thể bắt chước hoặc nếu có bắt chước sẽ rất tốn kém về tài chính, mất nhiều thời gian. Ngược lại, một năng lực sẽ không được coi là năng lực cốt lõi của doanh nghiệp nếu như các đối thủ cạnh tranh dễ dàng sao chép được. Cần nhấn mạnh rằng năng lực dựa trên việc kết hợp chủ yếu các nguồn lực hữu hình có sẵn sẽ dễ dàng bị bắt chước hơn là các năng lực dựa trên việc kết hợp hiệu quả các nguồn lực vô hình.

**Không thể thay thế:** Những năng lực không thể thay thế là những năng lực mà không có một nguồn lực nào có giá trị chiến lược tương đương trong doanh nghiệp. Hai nguồn lực có giá trị của doanh nghiệp (hay 2 nhóm nguồn lực của doanh nghiệp) được đánh giá là tương đương khi mà mỗi nguồn lực đó tự bản thân nó khi được sử dụng riêng biệt vẫn tạo ra cùng một chiến lược. Các năng lực càng khó nhận thấy thì càng khó tìm ra cách thức thay thế. Tri thức và các mối quan hệ tin cậy lẫn nhau giữa bộ phận điều hành và bộ phận thực thi chính là những kiểu nguồn lực vô hình rất khó nhận ra và khó có thể thay thế được của một doanh nghiệp.

Trong thực tế, các doanh nghiệp cần phải nhận thức rằng hầu như mọi năng lực cốt lõi cuối cùng đều bị đối thủ bắt chước. Vấn đề chỉ là thời gian mà thôi. Thời gian để đối thủ sao chép một năng lực lõi càng lâu thì càng có cơ hội để doanh nghiệp tạo lập vị thế cạnh tranh mạnh và thương hiệu với khách hàng và vì thế càng gây khó khăn cho các đối thủ. Hơn nữa, thời gian bắt chước càng lâu sẽ càng cho phép doanh nghiệp có đủ thời gian tăng cường các nguồn lực và năng lực của nó để đảm bảo vị thế đứng đầu so với các đối thủ. Chính vì thế mọi doanh nghiệp đều phải nhận dạng được đúng đâu là năng lực cốt lõi của mình

### 3. Chuỗi giá trị

#### 3.1 Khái niệm

Mỗi doanh nghiệp là một tập hợp các hoạt động từ thiết kế, sản xuất, bán hàng và hỗ trợ dịch vụ khách hàng và tất cả các hoạt động này được liên kết thành một chuỗi.

Khái niệm chuỗi giá trị lần đầu tiên được M.Porter đưa ra trong cuốn sách Competitive Advantage – lợi thế cạnh tranh vào năm 1985.

=> Chuỗi giá trị được hiểu là một chuỗi các hoạt động có liên kết theo chiều dọc nhằm tạo lập và gia tăng giá trị cho khách hàng

Chuỗi giá trị là công cụ phổ biến và cơ bản cho phép khảo sát một cách hệ thống tất cả hoạt động của doanh nghiệp và sự tương tác giữa chúng để xác định được những mặt mạnh, những nguồn lợi thế cạnh tranh

Chuỗi giá trị phân chia một doanh nghiệp thành những hoạt động có tính chiến lược có liên quan với nhau nhằm hiểu rõ cấu trúc chi phí, sự tồn tại và tiềm năng của các nguồn lực để thực hiện khác biệt hóa. Bằng cách thực hiện những hoạt động chiến lược với chi phí thấp hơn hoặc là đạt hiệu quả cao hơn những đối thủ, một doanh nghiệp sẽ đạt được lợi thế cạnh tranh

Lợi thế cạnh tranh (điểm mạnh) của doanh nghiệp xuất phát từ nhiều hoạt động riêng biệt trong thiết kế, sản xuất, marketing, phân phối,... Mỗi hoạt động trong số này đều đóng góp vào việc giảm chi phí tương đối của doanh nghiệp hoặc tạo cơ sở cho việc khác biệt hóa, từ đó tạo lập lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Ví dụ: Lợi thế từ chi phí có thể bắt nguồn từ hệ thống phân phối có chi phí thấp hoặc là từ quy trình lắp ráp hiệu quả cao hoặc có lực lượng bán hàng giỏi. Lợi thế từ khác biệt hóa có thể đến từ việc thu mua được nguyên liệu thô với chất lượng cao hoặc thiết kế tinh tế, cao cấp cho sản phẩm.

M. Porter chỉ ra rằng chuỗi giá trị của một doanh nghiệp bao gồm 9 hoạt động được chia thành 2 nhóm chính: nhóm các hoạt động cơ bản và nhóm các hoạt động hỗ trợ (xem hình 3.1). Các hoạt động cơ bản là những hoạt động mang tính vật chất liên quan trực tiếp đến việc tạo ra sản phẩm, bán hàng cũng như công tác hỗ trợ sau bán hàng; nhóm các hoạt động hỗ trợ; và trong doanh nghiệp các hoạt động sơ cấp bao gồm 5 hoạt động bao gồm: logistics đầu vào, sản xuất, logistics đầu ra, marketing & bán hàng và dịch vụ. Các hoạt động hỗ trợ sẽ hỗ trợ cho hoạt động sơ cấp và tự chúng

cũng hỗ trợ lẫn nhau thông qua việc cung ứng mua hàng đầu vào, công nghệ, nguồn nhân lực và các chức năng khác trong toàn doanh nghiệp

Sản phẩm của doanh nghiệp sẽ đi qua tất cả các hoạt động của chuỗi theo thứ tự và tại mỗi hoạt động sản phẩm lại được cộng thêm một số giá trị nào đó. Trong kinh doanh, giá trị là mức tiền mà người mua sẵn lòng thanh toán cho sản phẩm mà doanh nghiệp cung cấp. Doanh nghiệp có lãi nếu giá trị cung cấp cho thị trường vượt quá các chi phí liên quan đến việc tạo ra sản phẩm.

Ví dụ: Việc chế tác cắt kim cương có thể chỉ tốn thêm một ít chi phí, nhưng việc đó thêm vào nhiều giá trị cho sản phẩm cuối cùng do một viên kim cương thô rẻ hơn rất nhiều so với một viên kim cương đã được chế tác.

### **3.2 Các yếu tố trong chuỗi giá trị**

*Logistics đầu vào:* liên quan đến các hoạt động tiếp nhận, tồn kho, phân phối các đầu vào của sản phẩm, chẳng hạn như quản lý nguyên vật liệu, lưu kho và quản lý tồn kho, lập lịch trình hoạt động cho các phương tiện và hoàn trả nhà cung cấp.

*Vận hành:* liên quan đến các hoạt động chuyển hóa các đầu vào thành hình thái sản phẩm sau cùng, ví dụ như gia công cơ khí, đóng gói, lắp ráp, bảo trì thiết bị, kiểm tra, in ấn.

*Logistics đầu ra:* liên quan đến các hoạt động như thu gom, lưu trữ và phân phối thực tế các sản phẩm đến người mua, chẳng hạn như tồn kho thành phẩm, quản lý các vật liệu, vận hành với các phương tiện phân phối, quy trình đặt hàng và xây dựng lịch làm việc

*Marketing và bán hàng:* liên quan đến các hoạt động cung cấp phương tiện để khách hàng mua sản phẩm hoặc thúc đẩy họ mua sản phẩm, ví dụ như quảng cáo, khuyến mãi, bán hàng, báo giá, lựa chọn kênh phân phối, định giá...

*Dịch vụ:* liên quan đến các hoạt động cung cấp các dịch vụ nhằm tăng cường hoặc duy trì tốt giá trị của sản phẩm, ví dụ như lắp đặt, sửa chữa, huấn luyện, cung cấp phụ tùng và điều chỉnh sản phẩm....

Tùy theo từng ngành các hoạt động trên sẽ mang đến hàm lượng giá trị gia tăng và quyết định đến lợi thế cạnh tranh.

Đối với một doanh nghiệp phân phối bán lẻ, logistics đầu vào và đầu ra phải là khâu quan trọng nhất

Đối với một doanh nghiệp dịch vụ như nhà hàng thì logistics đầu ra sẽ không mang lại giá trị gia tăng nhiều bằng hoạt động vận hành.

Đối với các ngân hàng thương mại thì marketing và bán hàng là khâu cơ bản tạo lập lợi thế cạnh tranh thông qua hiệu quả làm việc của các chuyên viên và phương thức tiến hành, giá cả các khoản vay

*Thu mua:* liên quan đến chức năng của công tác thu gom các yếu tố đầu vào để sử dụng trong chuỗi giá trị, chứ không phải chỉ đơn thuần nói về các yếu tố đầu vào đó.

Công tác thu mua các đầu vào bao gồm nguyên vật liệu thô; các nguồn cung ứng và những sản phẩm để tiêu thụ khác; các tài sản như máy móc, thiết bị thí nghiệm, thiết bị văn phòng và nhà xưởng. Cho dù những hoạt động thu mua này thường xuất hiện liên kết với các hoạt động cơ bản, nhưng chúng cũng xuất hiện trong mọi hoạt động tạo lập giá trị và cả những hoạt động hỗ trợ.

Ví dụ như các nguồn cung ứng cho thí nghiệm và dịch vụ thử nghiệm là đầu vào cho phát triển công nghệ.

*Phát triển công nghệ:* mỗi hoạt động tạo ra giá trị đều có đóng góp của công nghệ, đó là bí quyết, quy trình hoặc công nghệ hiện thân trong các thiết bị của quy trình. Công nghệ được triển khai rộng khắp trong nhiều doanh nghiệp, từ công nghệ ứng dụng trong khâu vận chuyển hàng hóa đến công nghệ chứa đựng ngay trong sản phẩm.

Phát triển công nghệ bao gồm nhiều hoạt động có thể tập hợp lại trên diện rộng thành những nỗ lực để cải tiến sản phẩm và quy trình. Phát triển công nghệ có thể hỗ trợ bất cứ loại công nghệ nào có trong các hoạt động giá trị bao gồm công nghệ viễn thông cho hệ thống đặt hàng, công nghệ tự động hóa cho bộ phận kế toán.

Phát triển công nghệ không chỉ áp dụng cho các công nghệ có liên hệ trực tiếp với sản phẩm sau cùng mà còn xuất hiện dưới nhiều hình thức khác như nghiên cứu cơ bản và thiết kế sản phẩm, nghiên cứu truyền thông, thiết kế quy trình thiết bị ...

*Quản trị nguồn nhân lực:* nguồn nhân lực chính là tài sản chiến lược và mang tính sống còn đối với mọi doanh nghiệp. Quản trị nguồn nhân lực bao gồm nhiều hoạt động

liên quan đến tuyển dụng, thuê lao động, huấn luyện, phát triển và vấn đề thu nhập của tất cả các loại nhân sự.

Quản trị nguồn nhân lực hỗ trợ cả các hoạt động cơ bản và bổ trợ, xuất hiện ở nhiều khâu khác nhau của chuỗi giá trị.

Quản trị nguồn nhân lực ảnh hưởng đến lợi thế cạnh tranh trong mọi doanh nghiệp thông qua vai trò trong việc quyết định kỹ năng, động lực của nhân viên và các chi phí tuyển dụng, đào tạo.

*Cơ sở hạ tầng tổ chức:* bao gồm các hoạt động như quản trị tổng quát, lập kế hoạch, tài chính, kế toán, pháp lý, quan hệ với các cơ quan nhà nước và quản trị chất lượng.

Không giống như các hoạt động bổ trợ khác, cơ sở hạ tầng hỗ trợ toàn bộ chuỗi giá trị chứ không chỉ cho những hoạt động riêng lẻ nào

#### **4. Văn hóa doanh nghiệp**

Văn hoá doanh nghiệp là toàn bộ giá trị văn hoá được gây dựng nên trong suốt quá trình tồn tại và phát triển của một doanh nghiệp, từ đó trở thành quy tắc, tập quán quen thuộc ăn sâu vào hoạt động của doanh nghiệp đồng thời chi phối tình cảm, cách suy nghĩ và hành vi của mọi thành viên của doanh nghiệp trong việc theo đuổi và thực hiện các mục đích.

Văn hoá doanh nghiệp tạo nên sự khác biệt của một doanh nghiệp so với tất cả các doanh nghiệp khác. Để tạo ra sự khác biệt này, doanh nghiệp phải xây dựng văn hoá dựa trên hai yếu tố:

Định hướng, chiến lược của công ty (sứ mệnh, tầm nhìn)

Những giá trị mà công ty đang có (giá trị)

Có 3 yếu tố chính ảnh hưởng đến văn hóa của 1 công ty đó là:

- Văn hóa dân tộc
- Người lãnh đạo
- Sự ảnh hưởng của văn hóa bên ngoài

## 4.1 Văn hóa dân tộc

Văn hóa doanh nghiệp là một nền tiêu văn hóa nằm trong văn hóa dân tộc. Mọi cá nhân trong nền văn hóa doanh nghiệp đều chịu tác động của các giá trị văn hóa dân tộc

Mỗi cá nhân thuộc giới tính, văn hóa, dân tộc... với các bản sắc văn hóa khác nhau hình thành cho họ các nền tảng suy nghĩ, học hỏi và phản ứng khác nhau. Khi tập hợp chung lại trong tổ chức, những nét nhân cách này sẽ được tổng hợp tạo nên một phần văn hóa doanh nghiệp.

Các giá trị văn hóa này ảnh hưởng doanh nghiệp thường xem xét trên 4 yếu tố ảnh hưởng đến văn hoá doanh nghiệp.

- Sự đối lập giữa chủ nghĩa cá nhân và chủ nghĩa tập thể
- Sự phân cấp quyền lực
- Sự đối lập giữa nam quyền và nữ quyền
- Tính cẩn trọng

## 4.2 Người lãnh đạo

Lãnh đạo chính là những người hiểu rõ nhất văn hóa doanh nghiệp bởi họ là người xây dựng và phát triển nó. Văn hóa doanh nghiệp cũng phản ánh cá tính và triết lý riêng của bản thân nhà lãnh đạo.

Nhà lãnh đạo dựa trên tầm nhìn, sứ mệnh, giá trị cốt lõi đã được đưa ra của công ty mà quyết định các biểu tượng, ngôn ngữ, cách ứng xử, giao tiếp... trong doanh nghiệp.

Nhà lãnh đạo sẽ phản chiếu tư tưởng và tính cách của mình thông qua:

Tăng cường tiếp xúc giữa lãnh đạo và nhân viên

Sử dụng các truyện kể, huyền thoại, tạo cảm hứng...

Xây dựng các chương trình lễ hội, kỷ niệm...

Nếu các nhà lãnh đạo giao tiếp kém với nhân viên có thể là một trong những yếu tố ảnh hưởng "xấu" đến văn hoá doanh nghiệp. Vì vậy các công ty luôn phải đảm bảo



rằng tất cả các vị trí lãnh đạo từ thấp đến cao luôn phải duy trì sự giao tiếp với nhân viên để truyền những tầm nhìn, định hướng, mục tiêu của công ty.

### **4.3 Ảnh hưởng bởi văn hóa bên ngoài**

Những kinh nghiệm tập thể trong quá trình hoạt động của doanh nghiệp

Những giá trị học hỏi từ doanh nghiệp khác

Những giá trị do 1 hay nhiều thành viên mới đến mang lại

Những xu hướng hoặc trào lưu xã hội

## **5. Áp dụng mô hình SWOT để phân tích môi trường nội bộ doanh nghiệp**

### **5.1 Khái niệm**

SWOT là viết tắt tiếng Anh của 4 từ: Strengths (điểm mạnh), Weaknesses (điểm yếu), Opportunities (cơ hội) và Threats (nguy cơ).

Mô hình SWOT là công cụ giúp mang lại cái nhìn tổng quan để phân tích được sử dụng trong việc lập kế hoạch kinh doanh, xây dựng chiến lược, đánh giá đối thủ cạnh tranh, tiếp thị, phát triển sản phẩm và dịch vụ...

Mô hình phân tích SWOT được cho rằng do Albert Humphrey phát triển vào những năm 1960- 1970. Đây là kết quả của một dự án nghiên cứu do đại học Stanford, Mỹ thực hiện. Dự án này sử dụng dữ liệu từ 500 công ty có doanh thu lớn nhất nước Mỹ (Fortune 500). Nhằm tìm ra nguyên nhân thất bại trong việc lập kế hoạch của các doanh nghiệp này

Ban đầu mô hình phân tích này có tên gọi SOFT, là viết tắt của: Thỏa mãn (Satisfactory) – Điều tốt trong hiện tại, Cơ hội (Opportunity) – Điều tốt trong tương lai, Lỗi (Fault) – Điều xấu trong hiện tại; Nguy cơ (Threat) – Điều xấu trong tương lai.

Tuy nhiên, cho đến năm 1964, sau khi mô hình này được giới thiệu cho Urick và Orr tại Zurich Thụy Sĩ, Albert cùng các cộng sự của mình đã đổi F (Fault) thành W (Weakness) và SWOT ra đời từ đó.

Có thể thấy, mục đích của phân tích SWOT là nhằm xác định thế mạnh mà bạn đang nắm giữ cũng như những điểm hạn chế cần phải khắc phục. Nói cách khác,

SWOT giúp bạn chỉ ra đâu là nơi để doanh nghiệp bạn phát triển và đâu là nơi bạn cần phòng thủ. Cuối cùng, kết quả SWOT cần phải được áp dụng một cách hợp lý trong việc đề ra một Kế hoạch hành động ( Action plan) thông minh và hiệu quả .

### **Strengths – Điểm mạnh**

Bước đầu tiên này bạn sẽ nêu bật được rõ các lợi thế của tổ chức, Doanh Nghiệp của bạn. Đây nên là những đặc điểm nổi trội và độc đáo mà bạn đang nắm giữ khi so sánh với đối thủ cạnh tranh. .

Hãy trả lời câu hỏi: Bạn làm điều gì tốt và tốt nhất? Những nguồn lực nội tại mà bạn có là gì? Bạn sở hữu lợi thế về con người, kiến thức, danh tiếng, kỹ năng, mối quan hệ, công nghệ... như thế nào? Dưới đây là một vài yếu tố mà bạn có thể sử dụng làm cơ sở để bạn tìm ra điểm mạnh của mình:

Nguồn lực, tài sản, con người

Kinh nghiệm, kiến thức, dữ liệu

Tài chính

Marketing

Cải tiến

Giá cả, chất lượng sản phẩm

Chứng nhận, công nhận

Quy trình, hệ thống kỹ thuật

Kế thừa, văn hóa, quản trị

Bạn cần nhìn nhận thực tế, không tỏ ra khiêm tốn quá, cũng không nên tự cao quá, phải luôn sáng suốt và luôn đúng mực khi đánh giá điểm mạnh của bạn, đặc biệt khi so sánh với đối thủ. Đây cũng là một ưu điểm của mô hình swot.

## **Weaknesses – Điểm yếu**

ĐỐI NGƯỢC VỚI ĐIỂM MẠNH THÌ ĐÂY LÀ LÚC BAN NÊU RA NHỮNG ĐIỂM YẾU MÀ TỔ CHỨC, DOANH NGHIỆP CỦA BẠN LÀM VIỆC CHƯA TỐT. NẾU NHƯ CÒN LÚNG TÚNG THÌ HÃY TÌM RA CÁC ĐIỂM YẾU CƠ BẢN THÔNG QUA CÁC MẶT NHƯ NGUỒN LỰC, TÀI SẢN, CON NGƯỜI..., NẾU Ở KHOẢN NÀO KHÔNG CÓ Ở ĐIỂM MẠNH THÌ Ở ĐÓ SẼ TỒN TẠI ĐIỂM YẾU, KÉM.

Ngoài ra bạn tự hỏi bản thân những câu hỏi sau: Công việc nào mình làm kém, thậm chí tệ nhất? Việc gì mình đang né tránh? Lời nhận xét tiêu cực nào bạn nhận được từ người tiêu dùng và thị trường .....

Bạn nên nhớ, điểm yếu là những vấn đề đang tồn tại bên trong con người hoặc tổ chức mà chúng cản trở bạn trên con đường đạt được mục tiêu của mình. Khi nhìn thẳng thắn vào sự thật, nhận ra những giới hạn của mình, bạn sẽ trả lời được câu hỏi Đây là điểm yếu? để từ đó tìm ra giải pháp vượt qua.

## **Opportunities – Cơ hội**

Liệt kê ra những tác động tích cực từ bên ngoài sẽ giúp hỗ trợ công việc kinh doanh của bạn một cách thuận lợi hơn. Có thể là:

Sự phát triển, nở rộ của thị trường

Đối thủ đang tỏ ra chậm chạp, yếu kém, tiếng xấu

Xu hướng công nghệ thay đổi

Xu hướng toàn cầu

Hợp đồng, đối tác, chủ đầu tư

Mùa, thời tiết

Chính sách, luật

## **Threats- Nguy cơ**

Bước này sẽ giúp bạn phân tích được các yếu tố bên ngoài nào đang gây khó khăn cho bạn trên con đường đi đến thành công chính là Nguy cơ.

Hãy liệt kê một danh sách các vấn đề sau đây sẽ giúp bạn tìm ra được những nguy cơ mà bạn và tổ chức sẽ gặp phải trong tương lai.

Sau khi tìm ra nguy cơ, điều bạn cần làm là đề ra phương án giải quyết và phương án này thường là nâng cao kỹ năng quản trị để không bị những nguy cơ nhấn chìm hoàn toàn. Bạn đã có cách đối phó với những rủi ro tiềm tàng

## 5.2 Các bước thiết lập mô hình SWOT

### 5.2.1 Xác định các yếu tố

|  |   |
|--|---|
| <p>Bạn làm điều gì tốt và tốt nhất?</p> <p>Những nguồn lực nội tại mà bạn có là gì?</p> <p>Bạn sở hữu lợi thế về con người, kiến thức, danh tiếng, kỹ năng, mối quan hệ, công nghệ... như thế nào?</p> | <p>Công việc nào mình làm kém, thậm chí tệ nhất?</p> <p>Việc gì mình đang né tránh?</p> <p>Lời nhận xét tiêu cực nào bạn nhận được từ người tiêu dùng và thị trường .....</p> |
|--|---|

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p>Môi trường nội bộ<br/>doanh nghiệp</p> <p>Môi trường<br/>bên ngoài doanh<br/>nghiệp</p>                                    | <p><b>Các điểm mạnh (S)</b></p> <p>Liệt kê những điểm mạnh quan trọng nhất từ bảng tổng hợp môi trường bên ngoài doanh nghiệp</p>         | <p><b>Các điểm yếu (W)</b></p> <p>Liệt kê những điểm yếu quan trọng nhất từ bảng tổng hợp môi trường bên ngoài doanh nghiệp</p>                                 |
| <p><b>Các cơ hội (O)</b></p> <p>Liệt kê những cơ hội quan trọng nhất từ bảng tổng hợp môi trường bên ngoài doanh nghiệp</p>   | <p><b>Các kết hợp SO</b></p> <p>Tận dụng thế mạnh doanh nghiệp để khai thác cơ hội trong môi trường kinh doanh bên ngoài doanh nghiệp</p> | <p><b>Các kết hợp WO</b></p> <p>Tận dụng cơ hội bên ngoài để khắc phục điểm yếu bên trong doanh nghiệp</p>  |
| <p><b>Các nguy cơ (T)</b></p> <p>Liệt kê những nguy cơ quan trọng nhất từ bảng tổng hợp môi trường bên ngoài doanh nghiệp</p> | <p><b>Các kết hợp ST</b></p> <p>Tận dụng điểm mạnh bên trong doanh nghiệp nhằm giảm bớt tác động của các nguy cơ bên ngoài</p>            | <p><b>Các kết hợp WT</b></p> <p>Là những kết hợp chiến lược mang tính "phòng thủ", cố gắng khắc phục điểm yếu và giảm tác động hoặc tránh nguy cơ bên ngoài</p> |

## CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 4:

Câu 1: Trình bày khái niệm môi trường nội bộ?

Câu 2: Phân tích những đặc điểm của môi trường nội bộ?

Câu 3: Văn hóa doanh nghiệp là gì? Nêu những yếu tố ảnh hưởng đến văn hóa doanh nghiệp?

Câu 4: Trình bày quy trình sử dụng mô hình SWOT để phân tích môi trường nội bộ doanh nghiệp

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. Trường Đại học Kinh tế quốc dân (2017), *Giáo trình Quản trị kinh doanh (Tập I)*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
2. Học viện Tài chính (2013), *Giáo trình Quản trị kinh doanh*, Nhà xuất bản Tài chính, Hà Nội Luật du lịch 2017