

NGUYỄN THÀNH DANH

THƯƠNG MẠI

QUỐC TẾ

(VẤN ĐỀ CƠ BẢN)

 **NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI**

THƯƠNG MẠI
QUỐC TẾ
(VẤN ĐỀ CƠ BẢN)

NGUYỄN THIỆN DANH

THƯƠNG MẠI
QUỐC TẾ
(VẤN ĐỀ CƠ BẢN)

NHÀ XUẤT BẢN LAO ĐỘNG - XÃ HỘI

LỜI TỰA

Chúng tôi rất hài lòng trước sự hưởng ứng nồng nhiệt của độc giả đối với lần tái bản thứ 3 của sách chúng tôi. Nhiều bạn đồng nghiệp các đại học cũng đã bày tỏ mối nhiệt tình cổ vũ cho lần tái bản này.

Chúng tôi cũng xin chân thành cảm tạ quý vị giáo sư đã bỏ thì giờ góp ý kiến bổ túc và cải tiến lần tái bản này.

Cũng xin lưu ý là lần tái bản thứ 4 này đã đến với độc giả chỉ sau 2 năm, vì do những đổi thay nhanh chóng của tình hình doanh thương trên thế giới, chúng tôi phải vội vã cung cấp cho độc giả những dữ kiện càng sớm càng tốt.

Độc giả cần biết về những lực lượng chính yếu đang hình thành nền thương mại quốc tế hiện nay, như là chính sách toàn cầu hóa xí nghiệp, tình hình Âu châu năm 1992, Hiệp ước tự do mậu dịch giữa Hoa Kỳ và Canada, phong trào Glat-nốt và Đổi mới (Perestroika) của khối Xô-viết. Nạn động đất ở Hoa lục và khuynh hướng cạnh tranh giữa Hoa Kỳ, Nhật Bản, Âu châu và khối Nic.

Phạm vi và mục đích của quyển sách

Chương trình về thương mại quốc tế này được soạn cho trình độ cử nhân hoặc dành cho khóa cao học quản trị kinh doanh (MBA). Nhiều Phân viện cho sinh viên theo học khóa thương mại quốc tế trước khi họ được trang bị kiến thức căn bản. Do đó, cần phải tổ chức thảo luận trước về các chức năng thương mại trong bối cảnh toàn cầu, nhờ đó mà quý vị giáo sư sẽ dễ dàng tiếp cận với lối trình bày đề tài.

Trong những phân khoa chưa cần học môn thương mại quốc tế, thì nhiều vị giáo sư dùng sách này làm bài học bổ túc cho các bộ môn quốc tế về tài chính, quản lý, tiếp thị, v.v...

Nhiều khóa hội thảo cấp lãnh đạo thương mại dùng sách này làm tài liệu thảo luận về thương mại quốc tế và họ mua sách để làm tài liệu tham khảo.

Phần đầu tập sách này trình bày bản chất của nền thương mại quốc tế và ba môi trường hoạt động của nhà doanh nghiệp.

Trong phần 2, chúng tôi nghiên cứu về sự phát triển của các tổ chức quốc tế lớn, về hệ thống tiền tệ quốc tế, ảnh hưởng của nó đối với thương mại.

Trong phần 3, chúng tôi thảo luận về các lực lượng khả kiểm tỏa

của môi trường thương mại và những hậu quả của chúng trong thương trường.

Trong phần cuối, chúng tôi lật ngược cách trình bày, đề cập đến các chức năng quản lý, bàn về phương thức giúp nhà quản lý đối phó với các lực lượng đối nghịch.

Chương cuối dành để mô tả xu hướng và đường hướng mới của các xí nghiệp toàn cầu.

Theo những cuộc thăm dò của chúng tôi, thì tập sách này cũng dễ hiểu đối với sinh viên. Nhờ vậy, quý vị giáo sư sẽ đỡ tốn công giải thích, để dành thì giờ triển khai các đề mục họ ưa thích và thảo luận về các diễn biến mới nhất trong lĩnh vực biến động này.

Mỗi chương sách đều bắt đầu bằng một bản kê, tiếp theo là một bản ghi các sự kiện thương nghiệp liên quan đến nội dung trình bày trong chương ấy.

Để giúp sinh viên làm quen với ngôn ngữ thương trường, chúng tôi soạn thêm một số định nghĩa thuật ngữ.

Phần quan điểm quốc tế là bài đọc liên quan đến nội dung đề tài, đó là đặc điểm tân kỳ của quyển sách.

Các bản tóm lược luận bàn về công dụng của việc ứng dụng đề tài, rất được chúng tôi đặc biệt nhấn mạnh. Một số được đúc kết từ kinh nghiệm lãnh đạo xí nghiệp của chúng tôi trong 34 năm qua tại Hoa Kỳ về các quốc gia khác. Nhiều bài đọc khác cũng đã được soạn thảo bổ sung, như 3 bài cuối của cuốn sách.

CHƯƠNG 1

NHẬN THỨC CƠ BẢN VỀ DOANH THƯƠNG QUỐC TẾ

Về việc quốc tế hóa thị trường...

"Chẳng còn có điều gọi là một nền kinh tế quốc gia thuần túy. Phần còn lại của thế giới thật quá lớn để có thể không biết đến, dù như là một thị trường hay là một người cạnh tranh. Nếu các trường doanh thương không làm gì khác hơn là đào tạo cho sinh viên biết tư duy theo cấp độ quốc tế, thì cũng đã hoàn thành được một nhiệm vụ quan trọng".

John Young, CEO, Hewlett-Packard

"Việc không nhận ra được là chúng ta đang ở trong một nền kinh tế toàn cầu là khiếm khuyết lớn nhất của giới lãnh đạo Mỹ hiện nay. Đó là một thực tế của cuộc sống, dù ta sản xuất giấy hoặc chế tạo xe hơi thì cũng thế".

Douglas D. Danforth, nguyên CEO, Westinghouse

Đối tượng nghiên cứu

Trong chương này, các bạn sẽ nghiên cứu:

1. Sự phân biệt giữa các công ty đầu thập niên 1900 và những công ty toàn cầu hiện nay.
2. Tại sao doanh thương quốc tế phải là một ngành học riêng.
3. Ba môi trường: trong nước, ngoài nước và quốc tế - trong đó các công ty đa quốc gia hoặc toàn cầu hoạt động.

4. Những lực lượng nào trong các môi trường này được phân loại là có thể kiểm soát và không thể kiểm soát.
5. Những thuật ngữ dùng để mô tả một công ty có những hoạt động chủ yếu tại nhiều nước.

Những từ và khái niệm chủ yếu

- . Sự tước đoạt
- . Nước chủ nhà
- . Môi trường
- . Các lực lượng không kiểm soát được
- . Các lực lượng có thể kiểm soát
- . Môi trường trong nước
- . Môi trường ngoài nước
- . Môi trường quốc tế
- . Tiêu chuẩn tự định theo thông lệ quốc tế
- . Công ty toàn cầu
- . Công ty đa quốc gia

DIỄN TIẾN KINH DOANH

Phát biểu của hai chủ tịch trong số 500 công ty toàn cầu nêu trong tạp chí Fortune được trích dẫn ở đầu chương này tiêu biểu cho điều mà các nhà lãnh đạo doanh thương trên khắp thế giới nhận xét về việc quốc tế hóa nhanh chóng các thị trường. Họ đã đi đến kết luận này bởi lẽ các công ty đã trưởng thành ở cấp độ quốc tế trong ba thập niên qua, là công ty hoạt động trong một thị trường toàn cầu. Sự thay đổi nhận thức này nêu lên một số câu hỏi đáng quan tâm cho các bạn - là sinh viên - và giáo sư của các bạn về vấn đề các bạn chuẩn bị để hoạt động trong môi trường mới này.

1. Các nhà lãnh đạo doanh thương có nhận ra được sự cần thiết đối với tất cả sinh viên môn doanh thương là phải nghiên cứu những khía cạnh quốc tế của doanh thương không?
2. Việc nghiên cứu các khía cạnh quốc tế cần được đưa vào học trình doanh thương như thế nào?
3. Việc học ngoại ngữ có tầm quan trọng như thế nào?

4. Phần lớn các nhà quản lý đã có được sự thông thạo quốc tế ra sao?
5. Sau khi tốt nghiệp đại học, có những cơ may nào để ra nước ngoài làm việc?
6. Những kết quả của việc đào tạo về doanh thương?

Để trả lời những câu hỏi này, một số giáo sư môn doanh thương đã thăm dò ý kiến của những người lãnh đạo hàng đầu các doanh nghiệp trong nước. Kết quả ghi nhận như sau:

1. 90% những người được thăm dò trả lời rằng "hầu hết các công ty doanh thương, các tổ hợp trong nước cũng như quốc tế, sẽ bị ảnh hưởng gián tiếp hoặc trực tiếp bởi những phát triển kinh tế và chính trị trên trường quốc tế, các nhà doanh nghiệp cần có khả năng hiểu biết và dự kiến được những ảnh hưởng đó".

Một cuộc nghiên cứu toàn quốc khác của Giáo sư Kobrin cho thấy: "bất kỳ nhà quản lý nào cũng sẽ phải can dự ở cấp độ quốc tế đã gia tăng một cách đột ngột. Những người làm những công việc ở trong nước thấy mình can dự vào một số tác động hỗ tương vượt ra ngoài biên giới và phải giao lưu với các nền văn hóa khác". Hai phần ba những người trả lời cho là có một sự gia tăng số người Mỹ phải hoạt động ở cấp độ quốc tế trong thập niên qua và 57% cho là con số này còn tăng. Ở một cuộc nghiên cứu thứ ba của các nhà điều hành tại 100 công ty lớn cho thấy 97% cho rằng sức ép cạnh tranh quốc tế sẽ tăng đáng kể trong 5 năm tới. Tuy nhiên, đa số (66%) cho rằng các nhà quản lý Mỹ "không biết một cách đáng thương về thị trường nước ngoài".

2. Cơ quan cấp giấy chứng nhận cho các trường doanh thương AACSB, nhận thức được sự cần thiết phải gia tăng nội dung quốc tế của học trình doanh thương đã thay đổi các tiêu chuẩn của mình vào năm 1974 để đi đến chỗ qui định những khía cạnh toàn cầu cũng như quốc nội của doanh thương phải được dạy cho các sinh viên ngành doanh thương. Nhưng làm thế nào để đưa các lĩnh vực này vào học trình thì không thấy qui định rõ.

Tuy nhiên, cấp điều hành các cơ sở kinh doanh lớn tại Đông Nam và Nam California đã dứt khoát cho rằng nên học về "các nguyên tắc doanh thương quốc tế" bằng cách tổ chức những khóa học về doanh thương quốc tế hơn là cố gắng để quốc tế hóa các khóa học hiện có".

3. Mặc dù đại đa số những người được phỏng vấn trong cuộc nghiên cứu Kobrin tin rằng khả năng nói được một ngoại ngữ là một lợi thế

quan trọng, nhưng họ không coi đó là điều then chốt. Tuy nhiên, Kobrin tin chắc rằng việc thông thạo ít nhất một ngoại ngữ phải trở thành một tiêu chuẩn đối với các nhà quản trị. "Việc học ngoại ngữ có thể giúp tái tạo kinh nghiệm nước ngoài bằng cách tạo sự hiểu biết trực giác đối với những dị biệt quốc tế. Những cuộc phỏng vấn đã gợi ý một cách mạnh mẽ là cần phải có sự thông thạo nào đó về một ngôn ngữ khác để hiểu được giá trị của nó".

4. Hầu hết các nhà quản lý đã có được kinh nghiệm quốc tế thông qua các chuyến đi kinh doanh (92%) và công việc đảm nhiệm ở nước ngoài (71%). Nhưng đáng lưu ý là những người được phỏng vấn trong cuộc nghiên cứu Kobrin cho rằng các cơ hội để cho người Mỹ nhận công tác ở nước ngoài với tư cách các nhà quản lý dài hạn đã sút giảm và sẽ còn sút giảm. Một yếu tố quan trọng không kém giúp họ hiểu biết về các nước khác là những thông tin từ các báo chí như Tuần Doanh thương, Nhà kinh tế, Thời báo Niu Ooc và Doanh thương quốc tế (63% những người trả lời).

5. Có thể là chỉ trừ ngành ngân hàng quốc tế, còn thì ít có cơ hội để những sinh viên vừa tốt nghiệp được bổ nhiệm công tác ở nước ngoài dù cho họ có kỹ năng căn bản về doanh thương và khả năng sinh ngữ. Lý do trước tiên họ phải nắm bắt cơ quan đầu dụng mình kinh doanh ra sao và họ phải trở nên thành thạo trong một vài lĩnh vực hoạt động của công ty. Doanh thương quốc tế đã trở thành quan trọng đối với nhiều công ty đến mức họ không chỉ hài lòng với việc gửi đi đào tạo ở nước ngoài như trước kia. Mặc dù một số sinh viên tốt nghiệp muốn ra nước ngoài để có thể may mắn tìm được việc với một đơn vị hay văn phòng đại diện cho công ty trong nước chịu trách nhiệm kinh doanh ở nước ngoài, một số khác trước hết phải thủ đắc được trình độ chuyên môn kỹ thuật trong công tác ở trong nước. Nếu bạn ở trong nhóm thứ hai này, chúng tôi khuyên bạn sau khi làm cho công ty được hai, ba năm, bạn hãy báo cho phòng nhân viên và thủ trưởng phụ trách kinh doanh quốc tế trong lĩnh vực công tác của bạn biết là bạn mong muốn làm việc với họ. Một số đã thành công được trong lĩnh vực doanh thương quốc tế bằng cách trước hết nắm bắt kinh nghiệm nghiệp vụ trong các hoạt động trong nước của một công ty rồi xin được việc trong hoạt động quốc tế của một công ty khác cùng ngành nghề.

6. Từ cuộc thăm dò Kobrin chúng ta thấy rằng trong khi nhu cầu về chuyên môn quốc tế gia tăng đáng kể thì lại có ít cơ may hơn để có được trình độ đó qua kinh nghiệm. Vì lý do này, các cơ sở giáo dục và các công ty phải tìm ra cách để thay thế kinh nghiệm bằng giáo dục.

Có một cách làm điều này là theo học một khóa doanh thương quốc tế, như bạn đang làm. Khóa học này sẽ giúp bạn phát triển cơ sở để nắm bắt kinh nghiệm quốc tế trong khi bạn còn học đại học. Vào cuối khóa học, bạn sẽ có được một sự hiểu biết có hệ thống về những lực lượng môi trường khác nhau không kiểm soát được và ảnh hưởng của chúng đối với cơ sở kinh doanh. Một lợi ích khác nữa: vì nhiều đề tài bạn sẽ học là những vấn đề quan trọng mà các chính phủ và các nhà lãnh đạo thế giới đang phải đối phó, nên bạn sẽ trở thành một công dân am hiểu tình thế hơn.

Nếu bạn còn nghi ngờ gì về sự can dự của bạn vào một nền kinh tế toàn cầu, bạn hãy để ra vài phút để nhớ lại xem bạn bắt đầu một ngày như thế nào. Sau khi thức dậy, có thể bạn liếc qua chiếc đồng hồ đeo tay Timex để xem mấy giờ rồi và bật TV RCA lên xem tin tức và tin thời tiết trong khi bạn tắm. Sau khi sấy tóc cho khô với máy sấy Conair, bạn nuốt vội món điểm tâm ăn liền hiệu Carnation và cà phê Sanka, đánh răng với kem Close-up, đi học bằng xe Honda lớp Firestone và bình đầy xăng Shell.

Trong khi đó, ở phía bên kia địa cầu, một nhóm sinh viên Nhật Bản mặc áo sơ mi Lacoste, quần Jeans Levi, đi giày Adidas có thể đang tắt máy IBM trong phòng điện toán và bàn bạc xem nên ghé ăn hamburger, uống Côca tại tiệm Mc Donald hoặc uống cà phê ăn bánh rán tại Mister Donut. Họ lên xe Ford Prebe lớp Goodyear và lái đi.

Thế bạn và các sinh viên Nhật giống nhau ở điểm nào? Bạn và họ đều tiêu thụ những sản phẩm do các công ty nước ngoài chế tạo. Đây là doanh thương quốc tế.

Hơn nữa, các nhà lãnh đạo doanh thương và các học giả tiên đoán rằng các sự kiện như Âu châu 1992 (khi Cộng đồng Âu châu gạt bỏ hầu hết các ranh giới còn lại giữa các nước thành viên) và Hiệp định Mậu dịch tự do Hoa Kỳ - Canada (có hiệu lực năm 1989) sẽ khiến việc quốc tế hóa thị trường diễn ra ở một tiến độ nhanh hơn. Tất cả những điểm này nêu bật lên một sự kiện: Giới doanh thương cần thiết phải có một số kiến thức về doanh thương quốc tế.

Doanh thương quốc tế phải chăng là điều mới mẻ? Phải chăng những thông lệ xuất khẩu và thiết lập hoạt động ở hải ngoại chỉ mới xuất phát gần đây? Chúng ta hãy xem qua lịch sử doanh thương quốc tế.

LỊCH SỬ DOANH THƯƠNG QUỐC TẾ

Mậu dịch quốc tế và công ty quốc tế không phải là những lĩnh vực