

PHÂN TÍCH MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

Giảng viên: Dương Thị Hoài Nhung, MBA

**Khoa quản trị kinh doanh
Đại học Ngoại Thương**

Email: nhungdth@ftu.edu.vn

Mobile: 0985 867 488



Làm thế nào phân tích môi trường kinh doanh?

Các bước	Kỹ thuật	Kết quả
1. Phân tích các nhân tố tác động đến môi trường chung (vĩ mô)	<ul style="list-style-type: none">• Mô hình PEST(EL)• Mô hình kim cương của Porter• Mô hình SWOT	<ul style="list-style-type: none">• Xác định nhân tố quan trọng ảnh hưởng• Hiểu được mối quan hệ giữa các sự kiện• Xây dựng bảng đánh giá nhân tố bên ngoài (EFAS)• Xây dựng bảng đánh giá các nhân tố chiến lược (SFAS)

Bài 2: Phân tích môi trường vĩ mô (trong môi trường quốc tế)

- Phần A: Môi trường kinh tế, chính trị và pháp luật
- Phần B: Môi trường Văn hóa-xã hội và công nghệ
- Phần C: Toàn cầu hóa
- Phần D: Các công cụ phân tích môi trường vĩ mô

Phần B: Môi trường Văn hóa-xã hội và công nghệ

1. Môi trường văn hóa-xã hội
2. Môi trường công nghệ

1. Môi trường văn hóa-xã hội

1.1 Văn hóa dân tộc

1.2 Yếu tố cấu thành nên văn hóa dân tộc

1.3 Yếu tố của môi trường văn hóa xã hội



1.1 Văn hóa dân tộc

- **Văn hóa dân tộc** là hệ thống các **giá trị** và **quy phạm** được mọi người chia sẻ và cùng nhau thực hiện trong cuộc sống
 - **Giá trị (values)** là những quan điểm trừu tượng được mọi người tin là đúng, hay
 - **Quy phạm (norms)** là những quy tắc xã hội mà được chỉ dẫn đối với những hành vi đối xử trong những tình huống nhất định
 - **Xã hội** là một nhóm người cùng chia sẻ hệ thống giá trị và quy phạm chung

(Hill, 2007, p.91)

1.1 Văn hóa dân tộc

- **Giá trị (values):** được phản ánh qua hệ thống kinh tế-chính trị
 - + tự do cá nhân
 - + dân chủ
 - + công bằng
 - + sự trung thành
 - + tính kỷ luật
 - + sự chân thật



1.1 Văn hóa dân tộc

- **Quy phạm (norms):** hành vi mang tính biểu tượng, các lễ nghi, và thói quen trong cuộc sống
 - + Quan điểm về thời gian
 - + Quan điểm về công việc
 - + Hành vi trao danh thiếp



1.2 Yếu tố cấu thành nên văn hóa dân tộc



1.3 Yếu tố của môi trường văn hóa- xã hội

- **Chỉ số/tỷ lệ sinh – tử, kết hôn – ly hôn.**
- **Tuổi thọ**
- **Thái độ của người dân đối với doanh nghiệp, kinh doanh -> động lực thành lập và quản lý doanh nghiệp**
- **Hành vi mua hàng**
- **Vấn đề đạo đức:**

1.3 Yếu tố của môi trường văn hóa xã hội

- Thái độ đối với vấn đề „tiết kiệm“
- Trình độ giáo dục và đào tạo
- Thái độ đối với chất lượng sản phẩm:
 - **Bảo vệ môi trường:** ý thức của người tiêu dùng (Văn hóa là khả năng kiềm chế bản năng): bảo vệ động vật, thực vật, không khí, nước,...
- Thái độ đối với việc tiết kiệm năng lượng
- **Trách nhiệm xã hội của DN:** sử dụng nguyên liệu sạch, tiết kiệm năng lượng, bảo vệ môi trường

Thảo luận



- Tình huống:

“Kinh doanh tại Mexico, phong cách gringo”

1. Ted mắc phải những sai lầm gì khi quản lý tại SterMexicana?
2. Liệu Manuel có phải chịu trách nhiệm cho những vấn đề đang nảy sinh trong tình huống này không?
3. Ted nên làm gì để cải thiện tình hình?



2. Môi trường công nghệ



- Sự tiến bộ của Khoa học kỹ thuật.
- Các ứng dụng, công nghệ mới (dây chuyền sx, máy móc hiện đại, ...)
- **Tác động**
- Ảnh hưởng đến chất lượng và giá thành sản phẩm.
- Rút ngắn vòng đời SP và công nghệ
- Thay đổi nhu cầu về sản phẩm

Môi trường công nghệ

Ưu điểm

- Tạo thêm công việc mới
- Khiến môi trường làm việc thuận lợi hơn
- Phát triển dòng sản phẩm mới
- Tạo ra cuộc cách mạng thông tin
- Tăng năng suất và lợi nhuận

Nhược điểm

- Làm gia tăng thất nghiệp trong một số ngành nghề
- Gây ra ô nhiễm
- Khiến các sản phẩm nhanh chóng bị lạc hậu
- Khiến cuộc sống của con người luôn bận rộn → dễ gây stress