

ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC TỰ NHIÊN

NĂM HỌC: 2023- 2024



BÀI TẬP NHÓM

MÔN: KINH TẾ ĐẠI CƯƠNG



Giáo viên: ThS. Lê Nhân Mỹ

Nhóm: 11

TP. Hồ Chí Minh, tháng 8 năm 2024

A. THÔNG TIN NHÓM

Họ và tên	MSSV
Lê Văn Trường	23120181
Đinh Nho Hoàng	23120420
Thái Gia Huy	23120008
Nguyễn Ngọc Duy Mỹ	23120145
Thái Văn Mạnh	22120206
Lê Hoàng Minh Huy	23122033
Nguyễn Văn Khoa	23122016
Vũ Đình Ngọc Bảo	23120114
Trần Chí Nguyên	23122044
Nguyễn Ngọc Thiên Ân	23120018

B. NỘI DUNG

I. BÀI TẬP CÁ NHÂN

1. **Tìm đối tác cung ứng khác (Trần Chí Nguyên):** Kiểm tra các điều khoản của nhà cung cấp hiện tại hãy đàm phán lại hợp đồng để có những điều khoản tốt hơn hoặc tìm kiếm các nhà cung cấp khác trong ngành đồng thời so sánh giá cả và chất lượng của các nhà cung cấp, đặc biệt là không nên chỉ tập trung vào giá cả mà cũng cần xem xét chất lượng sản phẩm và dịch vụ. Nếu nhà cung cấp mới đáp ứng tốt và có ý định hợp tác lâu dài, hãy xây dựng mối quan hệ tốt với họ để có những điều kiện tốt hơn trong tương lai. Việc tìm kiếm nguồn cung mới có thể giảm bớt chi phí hiệu quả đồng thời mang lại nguyên vật liệu mới, giúp đa dạng hóa sản phẩm và tăng lợi nhuận.
 - **Giảm chi phí:** Tìm kiếm nhà cung cấp với giá cả cạnh tranh hơn có thể giúp giảm chi phí nguyên vật liệu và dịch vụ, từ đó tăng lợi nhuận.
 - **Cải thiện chất lượng:** Nhà cung cấp mới có thể cung cấp sản phẩm hoặc dịch vụ chất lượng cao hơn giúp nâng cao chất lượng sản phẩm cuối cùng của doanh nghiệp.
 - **Tăng tính linh hoạt:** Có nhiều nhà cung cấp giúp doanh nghiệp linh hoạt hơn trong việc lựa chọn nguồn cung ứng, tránh phụ thuộc vào một nhà cung cấp duy nhất. Điều này giúp cho doanh nghiệp có nhiều cơ hội để phát triển hơn.
 - **Đổi mới và cải tiến:** Nhà cung cấp mới có thể mang đến những công nghệ, quy trình sản xuất tiên tiến cùng với những nguyên vật liệu mới giúp đa dạng hóa sản phẩm và cải tiến sản phẩm cũng như quy trình sản xuất.
 - **Tăng cường cạnh tranh:** Việc có nhiều nhà cung cấp giúp doanh nghiệp có thể thương lượng tốt hơn về giá cả và điều kiện hợp đồng, từ đó tăng cường khả năng cạnh tranh thị trường.
 - **Tăng cường khả năng đàm phán:** Có nhiều lựa chọn nhà cung ứng giúp doanh nghiệp có thể dễ dàng đàm phán hơn về giá cả và điều kiện hợp đồng, từ đó đạt được thỏa thuận có lợi hơn.
2. **Thuê ngoài/ chuyển sản xuất sang các nước lao động giá rẻ (Đinh Nho Hoàng):**

Việc thuê ngoài hoặc chuyển sản xuất sang các nước có chi phí lao động thấp là một

biện pháp cắt giảm chi phí có hiệu quả cao và thường được áp dụng rộng rãi bởi nhiều doanh nghiệp lớn. Dưới đây là lý do tại sao em chọn ý này là phù hợp nhất:

- **Giảm đáng kể chi phí sản xuất:** Chuyển sản xuất sang các nước có chi phí lao động thấp sẽ giúp giảm chi phí nhân công, một trong những khoản chi lớn nhất trong sản xuất. Điều này có thể giảm đáng kể giá thành sản phẩm, giúp doanh nghiệp có mức giá cạnh tranh hơn trên thị trường.
 - **Tận dụng chuyên môn của đối tác:** Các nhà cung ứng tại các nước có chi phí lao động thấp thường đã có kinh nghiệm và cơ sở hạ tầng để sản xuất với chi phí tối ưu. Việc hợp tác với họ cho phép doanh nghiệp tận dụng các quy trình sản xuất hiệu quả và công nghệ hiện đại mà không cần đầu tư lớn ban đầu.
 - **Tập trung vào năng lực cốt lõi:** Khi thuê ngoài sản xuất, doanh nghiệp có thể tập trung vào các hoạt động cốt lõi như nghiên cứu và phát triển sản phẩm, marketing, và quản lý khách hàng. Điều này giúp tối ưu hóa nguồn lực và năng lực cốt lõi của doanh nghiệp, thúc đẩy sự phát triển dài hạn.
 - **Tăng khả năng linh hoạt và phản ứng nhanh:** Thuê ngoài sản xuất giúp doanh nghiệp dễ dàng điều chỉnh quy mô sản xuất theo nhu cầu thị trường mà không cần lo lắng về việc đầu tư lớn vào cơ sở hạ tầng sản xuất. Điều này tăng khả năng linh hoạt và phản ứng nhanh trước biến động của thị trường.
 - **Tiết kiệm chi phí vận hành và bảo trì:** Khi chuyển sản xuất sang các nước có chi phí lao động thấp, doanh nghiệp không phải chịu chi phí bảo trì và vận hành các cơ sở sản xuất đắt đỏ. Điều này giúp giảm bớt gánh nặng tài chính và tăng hiệu quả sử dụng vốn.
 - **Tiếp cận thị trường mới:** Việc chuyển sản xuất sang các nước khác có thể mở ra cơ hội tiếp cận các thị trường mới và tiềm năng. Điều này không chỉ giúp mở rộng thị phần mà còn đa dạng hóa rủi ro kinh doanh.
3. **Sa thải nhân sự (Lê Hoàng Minh Huy):** Sa thải nhân sự sẽ giúp doanh nghiệp có được lợi nhuận cao vì những lý do sau:

- **Giảm chi phí lao động:** Lương, bảo hiểm, phúc lợi và các chi phí liên quan đến nhân sự chiếm một phần lớn trong tổng chi phí của doanh nghiệp. Do đó, khi sa thải nhân sự, doanh nghiệp có thể giảm đáng kể các chi phí này, trực tiếp cải thiện lợi nhuận.
 - **Tăng hiệu quả hoạt động:** Việc giữ lại những nhân viên có năng suất cao, hiệu quả làm việc tốt sẽ giúp tối ưu hóa nguồn lực. Ngoài ra, nhân viên còn lại sẽ chịu trách nhiệm nhiều hơn, làm việc hiệu quả hơn, giúp tăng năng suất và hiệu quả công việc tổng thể.
 - **Điều chỉnh cơ cấu tổ chức:** Cắt giảm nhân sự có thể là cơ hội để doanh nghiệp tái cấu trúc, loại bỏ những vị trí không cần thiết. Việc này giúp doanh nghiệp trở nên gọn nhẹ hơn, linh hoạt hơn trong việc ứng phó với thị trường và tối ưu hóa quy trình làm việc.
 - **Tập trung đầu tư vào những lĩnh vực khác:** Chi phí tiết kiệm từ việc cắt giảm nhân sự có thể được tái đầu tư vào những lĩnh vực mới và hiệu quả hơn như công nghệ, tự động hóa ... Điều này giúp cải thiện hiệu suất của cả doanh nghiệp, giảm chi phí dài hạn và tăng khả năng cạnh tranh với những doanh nghiệp khác.
 - **Cải thiện khả năng thanh toán nợ:** Giảm chi phí giúp doanh nghiệp duy trì hoặc cải thiện dòng tiền giúp khả năng thanh toán nợ được cải thiện, giảm áp lực tài chính và tăng độ tin cậy của doanh nghiệp trong mắt các nhà đầu tư và ngân hàng.
 - **Tăng lợi nhuận ngắn hạn:** Giảm chi phí nhân sự ngay lập tức sẽ làm tăng lợi nhuận ngắn hạn của doanh nghiệp. Các báo cáo tài chính cũng sẽ có kết quả tích cực hơn, giúp doanh nghiệp thu hút đầu tư hoặc nâng cao giá trị cổ phiếu.
- 4. Thu hẹp danh mục sản phẩm (Nguyễn Ngọc Duy Mỹ):** Thu hẹp danh mục sản phẩm có thể giúp cắt giảm chi phí sản xuất nhờ các yếu tố sau:
- **Tối ưu hóa sử dụng nguyên vật liệu:** Sản xuất ít loại sản phẩm hơn giúp giảm bớt chi phí nguyên liệu cho phép doanh nghiệp mua nguyên liệu với số lượng lớn hơn cho những sản phẩm chính.
 - **Giảm sự phức tạp trong sản xuất:** Mỗi sản phẩm trong danh mục đều yêu cầu các quy trình sản xuất, nguyên vật liệu, và thiết bị riêng biệt. Khi thu hẹp danh mục sản phẩm, doanh nghiệp có thể tập trung vào một số ít sản phẩm cốt lõi, từ đó giảm sự phức

tập trong quy trình sản xuất, và giúp giảm thiểu lỗi, hỏng hóc hoặc sự không đồng nhất trong sản phẩm.

- **Tập trung vào các sản phẩm có lợi nhuận cao:** Bằng cách loại bỏ các sản phẩm không mang lại lợi nhuận hoặc có nhu cầu thấp, doanh nghiệp có thể tập trung tài nguyên vào các sản phẩm cốt lõi có doanh thu và lợi nhuận cao nhất. Điều này không chỉ cắt giảm chi phí mà còn giúp tối ưu hóa nguồn lực và tăng cường hiệu quả kinh doanh.
- **Giảm chi phí nghiên cứu và phát triển (R&D):** Khi danh mục sản phẩm được thu hẹp, doanh nghiệp có thể giảm chi phí liên quan đến R&D vì không cần phải liên tục phát triển và cập nhật quá nhiều sản phẩm. Thay vào đó, các nguồn lực R&D có thể được tập trung vào cải tiến một số ít sản phẩm chính, tạo ra giá trị tốt hơn với chi phí thấp hơn.
- **Giảm chi phí tồn kho:** Việc giảm số lượng sản phẩm trong danh mục giúp giảm chi phí liên quan đến quản lý và lưu kho hàng hóa. Điều này bao gồm việc giảm bớt không gian lưu kho, quản lý hàng tồn kho và chi phí xử lý các sản phẩm tồn kho lâu dài.

5. Đầu tư phát triển sản phẩm (Nguyễn Văn Khoa):

- **Đem lại hiệu quả kinh tế dài hạn:** ban đầu, chi phí để đầu tư phát triển sản phẩm có thể cao nhưng lợi ích từ các sản phẩm mới sẽ mang lại hiệu quả kinh tế bền vững, tạo nền tảng vững chắc cho sự nghiệp phát triển của doanh nghiệp.
- **Đổi mới sản phẩm:** tạo ra lợi thế cạnh tranh, giúp doanh nghiệp có được sự nổi bật và khác biệt so với đối thủ, từ đó sẽ thu hút được nhiều khách hàng hơn, tăng cường nhận diện của doanh nghiệp. Ngoài ra, đầu tư phát triển sản phẩm có thể đón đầu các xu hướng trong ngành, có thể giúp doanh nghiệp đón đầu thị trường.
- **Mở rộng hợp tác:** có thể tạo ra cơ hội hợp tác với các đối tác, khách hàng mới. Mặt khác cũng có thể dẫn đến các liên doanh hoặc liên kết chiến lược, mở rộng quy mô và tầm ảnh hưởng của doanh nghiệp.
- **Chất lượng sản phẩm:** nâng cao uy tín và cải thiện hình ảnh của doanh nghiệp trong mắt khách hàng và đối tác.

6. Đầu tư phát triển sản phẩm (Thái Văn Mạnh)

Đầu tư phát triển sản phẩm là một yếu tố quan trọng trong việc duy trì và thúc đẩy tăng trưởng của công ty. Điều này bao gồm việc nghiên cứu, phát triển và cải tiến sản phẩm hiện có hoặc tạo ra các sản phẩm mới để đáp ứng nhu cầu thị trường và cạnh tranh.

- **Tăng cạnh tranh:** Đầu tư vào phát triển sản phẩm giúp công ty duy trì và nâng cao tính cạnh tranh. Sản phẩm mới hoặc cải tiến có thể đáp ứng nhu cầu khách hàng tốt hơn, giúp công ty giữ chân khách hàng hiện tại và thu hút khách hàng mới.
 - **Đáp ứng nhu cầu thị trường:** Thị trường và nhu cầu khách hàng luôn thay đổi. Việc đầu tư vào phát triển sản phẩm giúp công ty nhanh chóng phản ứng với những thay đổi này, từ đó duy trì và mở rộng thị phần.
 - **Tăng doanh thu:** Sản phẩm mới hoặc cải tiến có thể tạo ra các nguồn doanh thu mới. Nếu sản phẩm đáp ứng tốt nhu cầu thị trường, doanh thu từ sản phẩm mới có thể vượt qua các sản phẩm cũ, từ đó tăng tổng doanh thu.
 - **Cải thiện hình ảnh thương hiệu:** Công ty liên tục phát triển và cải tiến sản phẩm sẽ được đánh giá cao về sự đổi mới và chất lượng, từ đó cải thiện hình ảnh thương hiệu trong mắt khách hàng và đối tác.
 - **Tạo giá trị gia tăng:** Sản phẩm mới hoặc cải tiến thường đi kèm với các giá trị gia tăng như chất lượng cao hơn, tính năng mới, hoặc dịch vụ hậu mãi tốt hơn. Điều này không chỉ làm tăng giá trị cho khách hàng mà còn tạo cơ hội cho công ty để tăng giá bán và lợi nhuận.
- 7. Điều chỉnh giá (Nguyễn Ngọc Thiên Ân):** Điều chỉnh giá là một việc vô cùng thiết yếu trong suốt quá trình tồn tại của một doanh nghiệp vì nó góp phần duy trì và gia tăng lợi ích của doanh nghiệp, đồng thời cũng là một biện pháp cắt giảm chi phí có hiệu quả vì nó giúp doanh nghiệp tối ưu hóa các nguồn lực vốn có. Và sau đây là một vài lý do cụ thể:
- **Tối ưu hóa lợi nhuận cho bản thân doanh nghiệp và thỏa mãn người tiêu dùng về giá cả:** Bằng cách điều chỉnh giá, doanh nghiệp có thể tìm ra mức giá tối ưu mà khách

hàng sẵn lòng trả, từ đó tối đa hóa lợi nhuận. Điều này giúp doanh nghiệp duy trì và cải thiện lợi nhuận mà không cần phải tăng sản lượng hay giảm chất lượng sản phẩm.

- **Quản lý chi phí hiệu quả:** Điều chỉnh giá có thể giúp doanh nghiệp đối phó với chi phí đầu vào biến động. Khi giá nguyên vật liệu hoặc chi phí sản xuất tăng, việc điều chỉnh giá bán có thể giúp bù đắp các chi phí này, giữ cho doanh nghiệp hoạt động bền vững.
- **Cạnh tranh lành mạnh:** Trong môi trường cạnh tranh, điều chỉnh giá cả giúp doanh nghiệp phản ứng nhanh chóng với các động thái của đối thủ, giữ vững hoặc tăng thị phần. Nếu giá cả không được điều chỉnh hợp lý, doanh nghiệp có thể mất khách hàng vào tay đối thủ.
- **Phân khúc thị trường:** Điều chỉnh giá cả có thể giúp doanh nghiệp tạo ra các phân khúc thị trường khác nhau, đáp ứng nhu cầu của các nhóm khách hàng khác nhau. Ví dụ, doanh nghiệp có thể đưa ra các mức giá khác nhau cho các sản phẩm hoặc dịch vụ cao cấp và bình dân, từ đó tối đa hóa doanh thu từ từng phân khúc.
- **Định vị thương hiệu:** Giá cả là một yếu tố quan trọng trong việc định vị thương hiệu. Trong một thị trường cạnh tranh, định vị thương hiệu giúp doanh nghiệp tạo ra sự khác biệt, làm nổi bật những yếu tố độc đáo và ưu việt mà thương hiệu mang lại, từ đó thu hút và giữ chân khách hàng. Việc điều chỉnh giá có thể giúp thay đổi nhận thức của khách hàng về thương hiệu, làm cho sản phẩm trở nên hấp dẫn hơn hoặc phản ánh chất lượng cao hơn.
- **Khuyến khích tiêu dùng:** Điều chỉnh giá cả có thể thúc đẩy tiêu dùng trong các thời kỳ nhu cầu thấp hoặc khuyến khích khách hàng mua sắm nhiều hơn trong các đợt khuyến mãi. Điều này giúp doanh nghiệp quản lý tồn kho hiệu quả và duy trì dòng tiền ổn định.
- **Duy trì sự linh hoạt:** Khả năng điều chỉnh giá cả giúp doanh nghiệp linh hoạt trong việc phản ứng với các thay đổi của thị trường, từ đó giảm thiểu rủi ro và tận dụng các cơ hội kinh doanh.

Tóm lại, điều chỉnh giá là một công cụ quan trọng trong quản lý chi phí và chiến lược kinh doanh, giúp doanh nghiệp duy trì tính cạnh tranh, tối ưu hóa lợi nhuận, và đảm bảo sự bền vững lâu dài.

8. Tìm đối tác cung ứng khác (Thái Gia Huy): Việc cắt giảm chi phí thông qua tìm đối tác cung ứng khác là một biện pháp mang tính chiến lược, có thể mang lại hiệu quả cả trong ngắn hạn lẫn dài hạn, đồng thời không ảnh hưởng tiêu cực đến chất lượng sản phẩm và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp:

- **Tiết kiệm chi phí trực tiếp:** Việc tìm đối tác cung ứng khác với giá thành thấp hơn có thể trực tiếp giảm chi phí đầu vào, từ đó tăng biên lợi nhuận mà không cần thay đổi giá bán sản phẩm.
- **Đảm bảo chất lượng sản phẩm:** Tìm kiếm nhà cung ứng mới không đồng nghĩa với việc phải hy sinh chất lượng. Có nhiều nhà cung ứng cung cấp sản phẩm với chất lượng tương đương hoặc tốt hơn với giá thành thấp hơn nhờ quy mô sản xuất lớn hoặc quy trình sản xuất tối ưu hơn.
- **Giảm sự phụ thuộc:** Việc đa dạng hóa nhà cung ứng giúp giảm rủi ro phụ thuộc vào một nhà cung ứng duy nhất. Điều này giúp doanh nghiệp linh hoạt hơn trong việc đối phó với các biến động về giá và nguồn cung.
- **Cải thiện dòng tiền:** Nhà cung ứng mới có thể đưa ra các điều khoản thanh toán tốt hơn, giúp cải thiện dòng tiền của doanh nghiệp.
- **Đòn bẩy đàm phán:** Khi có nhiều nhà cung ứng tiềm năng, doanh nghiệp có thể sử dụng thông tin này để đàm phán lại với nhà cung ứng hiện tại, từ đó có thể đạt được mức giá tốt hơn hoặc các điều kiện hợp đồng có lợi hơn.

9. Đầu tư vào khu vực kinh doanh mới (Lê Văn Trường): Dù có nhiều biện pháp cắt giảm và tối ưu hóa khác nhau, đầu tư vào khu vực kinh doanh mới mang lại nhiều lợi ích vượt trội về mặt chiến lược và tài chính. Biện pháp này không chỉ giúp tăng trưởng doanh thu mà còn củng cố vị thế cạnh tranh của công ty trên thị trường, tạo điều kiện phát triển bền vững và mạnh mẽ trong tương lai.

- **Đa dạng hóa nguồn thu nhập:** Đầu tư vào các khu vực kinh doanh mới giúp công ty không phụ thuộc vào một nguồn thu nhập duy nhất. Điều này giúp giảm rủi ro khi một lĩnh vực kinh doanh gặp khó khăn hoặc suy thoái, công ty vẫn có thể duy trì doanh thu từ các lĩnh vực khác.
- **Tận dụng cơ hội thị trường mới:** Các khu vực kinh doanh mới thường mang lại cơ hội phát triển từ những thị trường mới nổi hoặc chưa được khai thác. Điều này giúp công ty có thể tiếp cận và phục vụ những khách hàng mới, từ đó gia tăng doanh thu.
- **Khả năng cạnh tranh mạnh mẽ hơn:** Khi mở rộng vào các lĩnh vực kinh doanh mới, công ty có thể phát triển các sản phẩm hoặc dịch vụ đột phá. Điều này giúp nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường, thu hút khách hàng và giữ chân khách hàng hiện tại.
- **Tối ưu hóa nguồn lực nội bộ:** Công ty có thể sử dụng những kiến thức, kinh nghiệm và công nghệ hiện có để phát triển các lĩnh vực kinh doanh mới. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm chi phí mà còn tăng hiệu quả sử dụng nguồn lực nội bộ.
- **Khả năng tận dụng các xu hướng công nghệ và thị trường:** Trong bối cảnh công nghệ và thị trường thay đổi nhanh chóng, đầu tư vào các khu vực kinh doanh mới giúp công ty nhanh chóng thích ứng và tận dụng các xu hướng mới. Điều này giúp công ty luôn đi đầu và không bị lạc hậu so với đối thủ.
- **Tăng cường sáng tạo và đổi mới:** Việc mở rộng vào các lĩnh vực mới thúc đẩy môi trường sáng tạo và đổi mới trong công ty. Điều này giúp nâng cao năng lực sáng tạo của nhân viên, phát triển các sản phẩm và dịch vụ mới mẻ và hấp dẫn khách hàng.
- **Tối ưu hóa chiến lược dài hạn:** Đầu tư vào các khu vực kinh doanh mới thường là một phần của chiến lược dài hạn của công ty. Điều này giúp xây dựng nền tảng vững chắc cho sự phát triển bền vững trong tương lai.

10. Giảm các cấp bậc quản lý (Vũ Đình Ngọc Bảo): Cắt giảm các cấp bậc, hay còn gọi là "delayering" trong tiếng Anh, là quá trình giảm bớt số lượng cấp quản lý trong cơ cấu tổ chức của một doanh nghiệp. Điều này thường dẫn đến một cơ cấu tổ chức phẳng hơn, với ít tầng quản lý trung gian hơn giữa nhân viên và ban lãnh đạo cấp cao.

- **Tăng tính linh hoạt:** Doanh nghiệp có thể phản ứng nhanh hơn với thay đổi của thị trường và xu hướng công nghệ.
- **Cải thiện giao tiếp:** Thông tin được truyền đạt trực tiếp và nhanh chóng hơn giữa các cấp, giảm thiểu hiểu lầm và chậm trễ.
- **Tối ưu hóa chi phí:** Giảm chi phí nhân sự cho các vị trí quản lý cấp trung.
- **Trao quyền cho nhân viên:** Nhân viên được giao nhiều trách nhiệm hơn, tăng sự tham gia và sáng tạo.
- **Ra quyết định nhanh hơn:** Ít rào cản hơn trong quá trình ra quyết định, giúp doanh nghiệp nhanh nhạy hơn.
- **Tập trung vào giá trị cốt lõi:** Loại bỏ các quy trình không cần thiết, tập trung vào hoạt động tạo ra giá trị.
- **Thúc đẩy đổi mới:** Cấu trúc phẳng hơn có thể khuyến khích chia sẻ ý tưởng và sáng kiến từ mọi cấp độ.
- **Cải thiện dịch vụ khách hàng:** Nhân viên tuyến đầu có thể được trao quyền để giải quyết vấn đề nhanh chóng hơn.
- **Tăng cường minh bạch:** Cấu trúc đơn giản hóa giúp mọi người hiểu rõ hơn về vai trò và trách nhiệm của họ.
- **Thích ứng với xu hướng làm việc từ xa:** Cấu trúc phẳng hơn phù hợp với môi trường làm việc linh hoạt và phân tán.

II. BÀI TẬP NHÓM

1. Biện pháp cắt giảm thứ nhất: *Tìm đối tác cung ứng khác*

Mở đầu: Trong bối cảnh thị trường toàn cầu ngày càng cạnh tranh gay gắt và không ngừng biến động, việc tìm kiếm và tối ưu hóa các đối tác cung ứng trở thành một chiến lược thiết yếu để duy trì lợi thế cạnh tranh và đảm bảo sự phát triển bền vững cho doanh nghiệp. Thay đổi hoặc mở rộng mối quan hệ với các nhà cung cấp không chỉ giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro mà còn tạo ra cơ hội để cải thiện chất lượng sản phẩm, tối ưu chi phí, và thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Điều này không chỉ giới hạn ở việc tìm kiếm giá rẻ hơn, mà còn bao

hàm các yếu tố như chất lượng, linh hoạt và khả năng đổi mới – tất cả đều góp phần tạo nên nền tảng vững chắc cho sự phát triển lâu dài.



Hình 1: Hình ảnh minh họa

a) Giảm chi phí

- Tìm kiếm nhà cung cấp mới với giá cả cạnh tranh hơn là một trong những cách hiệu quả nhất để giảm chi phí sản xuất. Khi doanh nghiệp có thể thương lượng với nhà cung cấp để giảm giá nguyên vật liệu hoặc dịch vụ, lợi nhuận sẽ tăng lên do chi phí sản xuất giảm xuống.
- **Ví dụ:** Một nhà sản xuất điện tử có thể đàm phán lại giá linh kiện với các nhà cung cấp linh kiện từ Trung Quốc. Nếu nhà cung cấp hiện tại không thể giảm giá, doanh nghiệp có thể tìm kiếm các nhà cung cấp khác tại Việt Nam hoặc Ấn Độ, nơi có chi phí sản xuất thấp hơn. Bằng cách này, công ty có thể tiết kiệm hàng triệu USD mỗi năm, trực tiếp ảnh hưởng đến lợi nhuận.

b) Cải thiện chất lượng

- Ngoài việc giảm chi phí, việc thay đổi nhà cung cấp còn có thể cải thiện chất lượng sản phẩm đầu vào. Chất lượng sản phẩm cuối cùng của doanh nghiệp phụ thuộc rất lớn vào chất lượng nguyên liệu thô và dịch vụ mà họ nhận được từ nhà cung cấp.
- **Ví dụ:** Một công ty thực phẩm quyết định chuyển từ một nhà cung cấp nguyên liệu có nguồn gốc hóa học sang một nhà cung cấp nguyên liệu hữu cơ. Điều này không chỉ cải

thiện chất lượng sản phẩm cuối cùng mà còn giúp công ty đạt được tiêu chuẩn sản phẩm hữu cơ, mở rộng thị trường sang những khách hàng cao cấp hơn.

c) Tăng tính linh hoạt

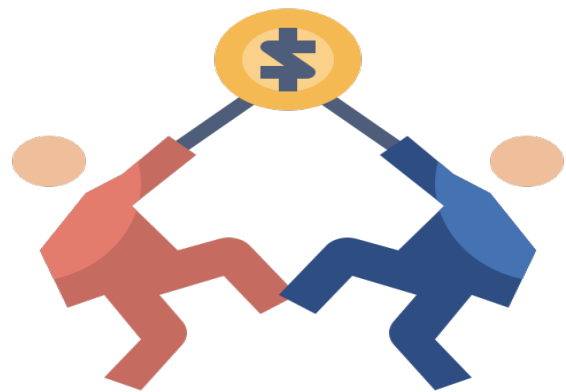
- Phụ thuộc quá mức vào một nhà cung cấp duy nhất có thể gây ra rủi ro lớn cho doanh nghiệp, đặc biệt là trong trường hợp nhà cung cấp đó gặp vấn đề về sản xuất hoặc vận chuyển. Việc có nhiều nhà cung cấp giúp doanh nghiệp linh hoạt hơn trong quản lý nguồn cung.
- **Ví dụ:** Một nhà sản xuất xe hơi có thể gặp khó khăn nếu chỉ phụ thuộc vào một nhà cung cấp lốp xe. Nếu nhà cung cấp này gặp trục trặc, toàn bộ dây chuyền sản xuất có thể bị đình trệ. Bằng cách đa dạng hóa nhà cung cấp, doanh nghiệp có thể nhanh chóng chuyển sang nhà cung cấp khác mà không bị gián đoạn sản xuất.

d) Đổi mới và cải tiến

- Những nhà cung cấp mới có thể mang đến các công nghệ, quy trình sản xuất tiên tiến hơn, hoặc các nguyên vật liệu mới giúp doanh nghiệp cải tiến sản phẩm hiện có hoặc phát triển sản phẩm mới.
- **Ví dụ:** Một công ty sản xuất điện thoại di động quyết định hợp tác với một nhà cung cấp màn hình OLED mới, cung cấp màn hình mỏng hơn, tiêu thụ ít năng lượng hơn. Điều này cho phép công ty ra mắt một dòng sản phẩm mới với thiết kế mỏng hơn và thời lượng pin tốt hơn, từ đó nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường.

e) Tăng cường cạnh tranh

- Khi doanh nghiệp có nhiều lựa chọn nhà cung cấp, họ có thể thương lượng giá cả và điều kiện hợp đồng tốt hơn. Điều này không chỉ giúp giảm chi phí mà còn có thể đạt được các điều kiện có lợi khác như thời gian giao hàng nhanh hơn, chính sách bảo hành tốt hơn.



Hình 2: Hình ảnh minh họa

- **Ví dụ:** Một công ty xây dựng có thể thương lượng với nhiều nhà cung cấp xi măng khác nhau để không chỉ giảm giá mà còn có được điều khoản giao hàng linh hoạt hơn, giúp họ tiết kiệm thời gian và tối ưu hóa quy trình xây dựng.

f) Tăng cường khả năng đàm phán



Hình 3: Hình ảnh minh họa

- Khi có nhiều nhà cung cấp sẵn sàng cung cấp nguyên vật liệu hoặc dịch vụ, doanh nghiệp có lợi thế lớn trong việc đàm phán các điều khoản hợp đồng. Điều này không chỉ giới hạn ở giá cả mà còn liên quan đến các yếu tố như thời gian thanh toán, chính sách hoàn trả, hoặc hỗ trợ kỹ thuật.
- **Ví dụ:** Một công ty sản xuất máy tính có thể sử dụng sự cạnh tranh giữa các nhà cung cấp linh kiện để đàm phán các điều khoản thanh toán dài hạn hơn, giúp cải thiện dòng tiền và tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh.

g) Xây dựng mối quan hệ đối tác lâu dài

- Khi doanh nghiệp tìm được một nhà cung cấp mới có chất lượng và giá cả phù hợp, việc xây dựng mối quan hệ đối tác lâu dài sẽ mang lại nhiều lợi ích trong tương lai. Mối quan hệ này có thể dẫn đến các ưu đãi đặc biệt, sự hỗ trợ trong khâu phát triển sản phẩm mới, hoặc ưu tiên trong việc cung cấp khi có nhu cầu cao.

- **Ví dụ:** Apple đã xây dựng mối quan hệ đối tác lâu dài với TSMC (Taiwan Semiconductor Manufacturing Company) để sản xuất chip xử lý cho iPhone và Mac. Mối quan hệ này không chỉ đảm bảo chất lượng và hiệu suất cao mà còn giúp Apple có lợi thế về công nghệ trước các đối thủ cạnh tranh khác.

Kết luận: Tóm lại, việc tìm kiếm đối tác cung ứng mới không chỉ đơn thuần là một biện pháp giảm chi phí ngắn hạn, mà còn là một chiến lược toàn diện giúp doanh nghiệp cải thiện chất lượng, gia tăng tính linh hoạt, và thúc đẩy sự đổi mới. Những lợi ích này không chỉ nâng cao hiệu quả hoạt động mà còn tăng cường khả năng cạnh tranh và khả năng đàm phán của doanh nghiệp trên thị trường. Xây dựng và duy trì mối quan hệ đối tác lâu dài với những nhà cung cấp mới cũng mang lại tiềm năng lớn trong việc phát triển sản phẩm và mở rộng thị trường, tạo nền tảng cho sự thành công bền vững trong tương lai.

2. Biện pháp cắt giảm thứ hai: *Đầu tư vào khu vực kinh doanh mới*



Hình 4: Hình ảnh minh họa

Mở đầu: Trong môi trường kinh doanh đầy biến động và cạnh tranh ngày càng khốc liệt, việc duy trì và phát triển không chỉ dựa vào tối ưu hóa hoạt động hiện tại mà còn đòi hỏi doanh nghiệp phải liên tục tìm kiếm và khai phá các cơ hội mới. Đầu tư vào các khu vực

kinh doanh mới không chỉ đơn thuần là một lựa chọn chiến lược mà còn là một yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp đa dạng hóa nguồn thu, tăng cường sức mạnh cạnh tranh, và xây dựng nền tảng phát triển bền vững trong tương lai. Bằng cách mở rộng hoạt động kinh doanh sang những lĩnh vực mới, doanh nghiệp không chỉ giảm thiểu rủi ro mà còn khai thác tối đa tiềm năng tăng trưởng từ các thị trường và xu hướng mới nổi.

a) Đa dạng hóa nguồn thu nhập

- Đầu tư vào khu vực kinh doanh mới giúp doanh nghiệp không phụ thuộc vào một nguồn thu nhập duy nhất, giảm thiểu rủi ro khi một lĩnh vực kinh doanh gặp khó khăn hoặc suy thoái. Sự đa dạng hóa này tạo nên một cơ sở tài chính vững chắc, giúp doanh nghiệp ổn định hơn trước những biến động của thị trường.
- **Ví dụ:** Amazon, từ một công ty khởi đầu là nhà bán sách trực tuyến, đã mở rộng sang các lĩnh vực khác như điện toán đám mây (Amazon Web Services), giải trí (Amazon Prime Video), và dịch vụ vận chuyển (Amazon Logistics). Việc đa dạng hóa này giúp Amazon giảm thiểu rủi ro từ sự cạnh tranh gay gắt trong lĩnh vực bán lẻ và tạo ra nguồn thu nhập lớn từ các mảng kinh doanh khác.

b) Tận dụng cơ hội thị trường mới

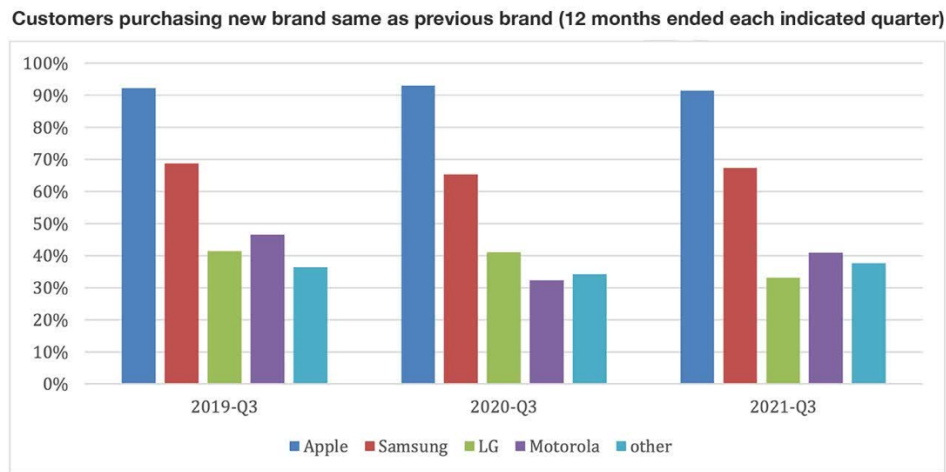
- Việc đầu tư vào các lĩnh vực kinh doanh mới giúp doanh nghiệp khai thác các thị trường chưa được khai thác hoặc mới nổi. Điều này không chỉ mang lại doanh thu từ những khách hàng mới mà còn giúp doanh nghiệp trở thành người tiên phong trong thị trường mới, tạo ra lợi thế cạnh tranh lớn.
- **Ví dụ:** Tesla không chỉ sản xuất xe điện mà còn mở rộng sang lĩnh vực năng lượng sạch với các sản phẩm như pin lưu trữ năng lượng và hệ thống năng lượng mặt trời. Điều này giúp Tesla khai thác tiềm năng của thị trường năng lượng sạch đang phát triển mạnh mẽ trên toàn cầu.

c) Khả năng cạnh tranh mạnh mẽ hơn

- Mở rộng vào các lĩnh vực kinh doanh mới cho phép doanh nghiệp phát triển các sản phẩm hoặc dịch vụ đột phá, tăng cường khả năng cạnh tranh. Những sản phẩm hoặc

dịch vụ mới này có thể thu hút khách hàng mới và giữ chân khách hàng hiện tại, tạo ra một lợi thế cạnh tranh lâu dài.

- **Ví dụ:** Apple từ việc chỉ sản xuất máy tính đã mở rộng sang sản xuất điện thoại di động với iPhone, sau đó là các sản phẩm như iPad, Apple Watch, và dịch vụ như Apple Music, Apple Pay. Mỗi lần mở rộng đều giúp Apple củng cố vị thế cạnh tranh, khiến hãng trở thành một trong những công ty giá trị nhất thế giới.



Hình 5: Tỷ lệ khách hàng mua điện thoại mới cùng thương hiệu với thương hiệu trước theo các quý từ 2019-Q3 đến 2021-Q3

d) Tối ưu hóa nguồn lực nội bộ

- Khi đầu tư vào lĩnh vực kinh doanh mới, doanh nghiệp có thể tận dụng các nguồn lực nội bộ như kiến thức, công nghệ, và kinh nghiệm hiện có. Điều này không chỉ giúp tiết kiệm chi phí mà còn tăng hiệu quả sử dụng các nguồn lực hiện hữu, đồng thời mở rộng khả năng ứng dụng của chúng.
- **Ví dụ:** Google, sau khi thành công với công cụ tìm kiếm, đã sử dụng các nguồn lực về công nghệ và dữ liệu để phát triển các sản phẩm như Android, Google Maps, và YouTube. Việc tận dụng công nghệ và dữ liệu có sẵn giúp Google không chỉ tiết kiệm chi phí mà còn nhanh chóng triển khai các sản phẩm mới, đáp ứng nhu cầu thị trường.

e) Khả năng tận dụng các xu hướng công nghệ và thị trường

- Trong bối cảnh công nghệ và thị trường thay đổi liên tục, việc đầu tư vào các khu vực kinh doanh mới cho phép doanh nghiệp nhanh chóng thích nghi và tận dụng các xu hướng mới. Điều này giúp doanh nghiệp duy trì vị thế dẫn đầu và tránh bị tụt hậu trước sự cạnh tranh.
- **Ví dụ:** Microsoft đã nhanh chóng chuyển hướng từ mô hình bán phần mềm truyền thống sang mô hình dịch vụ đám mây với Microsoft Azure. Điều này không chỉ giúp Microsoft thích nghi với xu hướng chuyển đổi số mà còn giúp công ty duy trì vị thế hàng đầu trong ngành công nghệ.

f) Tăng cường sáng tạo và đổi mới

- Việc mở rộng sang các lĩnh vực kinh doanh mới thường đòi hỏi sự sáng tạo và đổi mới liên tục. Điều này thúc đẩy một môi trường làm việc năng động, khuyến khích nhân viên nghĩ ra các ý tưởng mới, phát triển các sản phẩm và dịch vụ độc đáo, thu hút khách hàng và duy trì lợi thế cạnh tranh.
- **Ví dụ:** SpaceX của Elon Musk không chỉ nhắm tới việc phóng vệ tinh mà còn đặt mục tiêu đầy tham vọng là du hành vũ trụ với mục tiêu lâu dài là đưa con người lên sao Hỏa. Những sáng tạo và đổi mới này không chỉ mang lại danh tiếng cho SpaceX mà còn thu hút các hợp đồng lớn từ NASA và các tổ chức khác.

g) Tối ưu hóa chiến lược dài hạn

- Đầu tư vào các khu vực kinh doanh mới là một phần quan trọng trong chiến lược dài hạn của doanh nghiệp. Điều này không chỉ tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững mà còn giúp doanh nghiệp đối phó với các thách thức tương lai, duy trì tăng trưởng và vị thế trong thời gian dài.
- **Ví dụ:** Disney đã đầu tư mạnh mẽ vào các nền tảng phát trực tuyến như Disney+ để thích nghi với xu hướng tiêu thụ nội dung số. Chiến lược dài hạn này giúp Disney duy trì sự cạnh tranh trong ngành giải trí, ngay cả khi các mô hình kinh doanh truyền thống như rạp chiếu phim và truyền hình cáp đang dần mất đi sự thống trị.

Kết luận: Tóm lại, đầu tư vào các khu vực kinh doanh mới mang lại nhiều lợi ích vượt trội cả về mặt chiến lược lẫn tài chính, giúp doanh nghiệp đa dạng hóa nguồn thu nhập,

củng cố vị thế cạnh tranh, và tối ưu hóa các nguồn lực hiện có. Không chỉ dừng lại ở việc nâng cao hiệu quả hoạt động, chiến lược này còn tạo điều kiện cho sự sáng tạo, đổi mới, và phát triển bền vững trong dài hạn. Trong bối cảnh thị trường liên tục thay đổi, sự nhanh nhạy trong việc mở rộng sang các lĩnh vực kinh doanh mới sẽ giúp doanh nghiệp không chỉ tồn tại mà còn phát triển mạnh mẽ, khẳng định vị thế dẫn đầu trong ngành.

III. Tài liệu tham khảo

1. "Chiến lược đa dạng hóa sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam" - Tạp chí Kinh tế & Phát triển.
2. "Đầu tư vào lĩnh vực kinh doanh mới – Con dao hai lưỡi" - Tạp chí Thương mại Việt Nam.
3. "Cạnh tranh bằng cách đổi mới và sáng tạo" - Báo Doanh nhân Sài Gòn.
4. "Tối ưu hóa nguồn lực trong doanh nghiệp" - Tạp chí Quản trị kinh doanh.
5. "Thách thức và cơ hội từ việc đầu tư vào thị trường mới" - Báo Đầu tư.
6. "Xu hướng chuyển dịch chuỗi cung ứng toàn cầu và cơ hội cho Việt Nam" - Tạp chí Công Thương.
7. "Tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo trong doanh nghiệp" - Tạp chí Tài chính.
8. "Phân tích lợi ích của việc đa dạng hóa kinh doanh trong doanh nghiệp" - Tạp chí Kinh tế Quốc dân.
9. "Chiến lược phát triển sản phẩm mới tại các doanh nghiệp Việt Nam" - Tạp chí Khoa học Thương mại.
10. "Sự cần thiết của việc tìm kiếm nhà cung cấp mới trong quản lý chuỗi cung ứng" - Báo Công Thương.