

# CHIẾN LƯỢC KINH DOANH LÀ GÌ?

## 1. Chiến lược kinh doanh là gì?

“Chiến lược kinh doanh là việc tạo dựng một vị thế duy nhất và có giá trị nhờ việc triển khai một hệ thống các hoạt động khác biệt với những gì đối thủ cạnh tranh thực hiện.” Vậy một chiến lược như thế nào sẽ giúp cho doanh nghiệp tạo dựng được vị thế như vậy trên thị trường?

Khi nói đến chiến lược, người ta hay liên hệ đến sứ mệnh, tầm nhìn của doanh nghiệp. Thực ra, sứ mệnh và tầm nhìn của doanh nghiệp mặc dù luôn được đưa vào như một phần của chiến lược nhưng nó không đưa ra một định hướng rõ ràng cho hoạt động của doanh nghiệp. Chiến lược kinh doanh cần phải có các yếu tố khác giúp đưa ra định hướng hoạt động rõ ràng cho doanh nghiệp.

## 2. Đặc điểm của chiến lược kinh doanh

Một chiến lược kinh doanh cụ thể có sự ổn định theo thời gian hơn việc tiến hành một chiến thuật kinh doanh. Nhưng điểm chung nhất thông thường là thời gian với giới hạn được quy định rõ trong một kế hoạch, sẽ xác định rằng hoạt động của chiến lược lần chiến thuật kinh doanh đã thành công hay đã thất bại.

Chiến lược kinh doanh không phải là mô hình hoạt động bất biến. Khi có bất kỳ biến động thị trường, chiến thuật kinh doanh sẽ thay đổi để thích ứng, nhưng biến động thị trường quá lớn, chiến lược kinh doanh sẽ buộc phải thay đổi. Các cấp độ của cách thức, phương pháp kinh doanh phải hướng tới việc đáp ứng các vấn đề thực tế đang tác động trực tiếp đến việc kinh doanh.

Chiến thuật kinh doanh có thể được đề xuất và áp dụng bởi một cá nhân, nhưng một chiến lược kinh doanh phải thông qua một tập thể lớn hơn. Vì khả năng thất bại của nó sẽ ảnh hưởng rộng lớn hơn đối với tổ chức kinh doanh. Vì vậy, chiến lược kinh doanh phải có sự tính toán, cân nhắc kỹ lưỡng từ nhóm lãnh đạo cao cấp và những chuyên gia có năng lực nhất của công ty hay tập đoàn.

Phạm vi không gian của chiến lược kinh doanh cũng rộng lớn hơn chiến thuật kinh doanh. Đó là phương pháp, cách thức chung áp dụng trên phạm vi không gian rộng lớn. Ví dụ, chiến lược kinh doanh của tập đoàn kinh doanh trên phạm vi toàn cầu, nhưng ở mỗi thị trường cụ thể từng quốc gia, phải có chiến thuật riêng biệt. Tức cách thức kinh doanh phải nhấn mạnh sự phù hợp ở địa phương.

Khả năng xây dựng một chiến lược kinh doanh thông thường bị chi phối bởi khả năng giới hạn về vốn. Việc thiết lập các đối tác liên minh, hùn vốn kinh doanh với nhau có thể khắc phục hạn chế này.

## 3. Vị trí của chiến lược kinh doanh

Chiến lược kinh doanh là một bộ phận của chiến lược doanh nghiệp. Thông thường các chiến lược khác xoay quanh vấn đề nội bộ, đó là những chiến lược hướng nội nhiều hơn, nhằm giúp phát triển sự nghiệp kinh doanh của doanh nghiệp. Như chiến lược nhân sự, chiến lược tài chính, chiến lược phát triển công nghệ,... Chiến lược kinh doanh là phần hướng ngoại nhiều nhất của sự nghiệp phát triển doanh nghiệp, trực tiếp thực thi vào thị trường kinh doanh. Sự thành bại của chiến lược kinh doanh sẽ tác động trực tiếp và mạnh nhất đối với nhu cầu cải tổ của doanh nghiệp.

Từ chiến lược kinh doanh sẽ phân bổ thành các chiến lược cụ thể hơn: chiến lược sản phẩm, chiến lược bán hàng, chiến lược tiếp thị, chiến lược giá,... Mỗi bộ phận đó có vai trò, chức năng khác nhau. Và hoạt động thường theo trình tự, nhưng mỗi một chiến lược luôn là một bộ phận của nhau, đều tác động đến hiệu quả kinh doanh, thành công hay thất bại của toàn bộ chiến lược kinh doanh tổng thể.

#### **4. Các quan điểm về chiến lược kinh doanh**

Trên thực tế có rất nhiều quan điểm khác nhau về chiến lược. Tùy theo mục đích nghiên cứu khác nhau và vào từng thời kỳ phát triển khác nhau mà các nhà kinh tế có những quan niệm khác nhau về chiến lược.

Theo General Ailleret, chiến lược là “việc xác định những con đường và những phương tiện vận dụng để đạt tới các mục tiêu đã được xác định thông qua các chính sách”.

F.J.Gouillart lại cho rằng chiến lược của các nhà doanh nghiệp là “toàn bộ các quyết định nhằm vào việc chiếm được các vị trí quan trọng, phòng thủ và tạo các kết quả khai thác và sử dụng ngay được”.

“Chiến lược là nghệ thuật phối hợp các hành động và điều khiển chúng nhằm đạt tới các mục tiêu dài hạn “ (G. Hissh).

“Chiến lược của doanh nghiệp là nhằm phác họa những quỹ đạo tiến triển đủ vững chắc và lâu dài, chung quanh quỹ đạo đó có thể sắp xếp những quyết định và những hành động chính xác của doanh nghiệp” (Alain Charlec Martinet).

Một số nhà kinh tế trên thế giới đã thống nhất chiến lược kinh doanh với chiến lược phát triển doanh nghiệp. Đại diện cho quan niệm này là các nhà kinh tế của BCG, theo đó họ cho rằng “chiến lược phát triển là chiến lược chung của doanh nghiệp, bao gồm các bộ phận của chiến lược thứ cấp là: chiến lược marketing, chiến lược tài chính, chiến lược nghiên cứu và phát triển...”

Nhưng đối với M. Parter và K. Ohmac, mục đích của chiến lược kinh doanh là mang lại những điều kiện thuận lợi nhất nhằm tạo lập lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Theo cách tiếp cận thông thường, chiến lược là hệ thống các mục tiêu dài hạn, các chính sách và biện pháp chủ yếu về sản xuất kinh doanh về tài chính và về giải quyết nhân tố con người nhằm đưa doanh nghiệp phát triển lên một bước mới về chất.