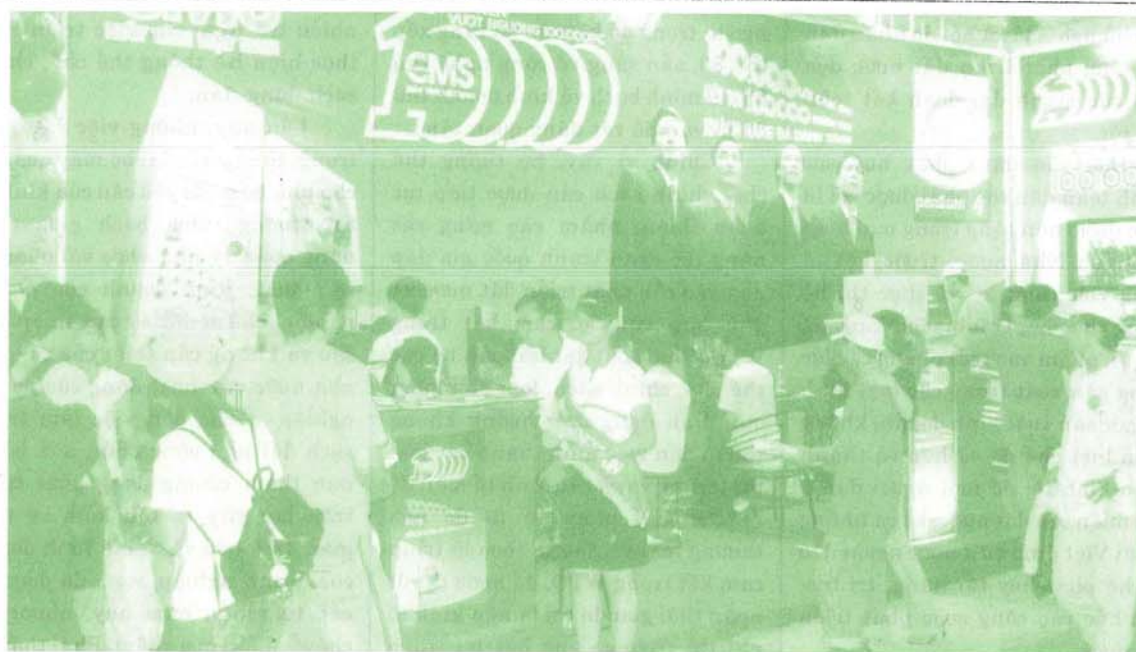


Ảnh Hòa Tấn



Doanh nghiệp Việt Nam trong hội nhập và phát triển

NGUYỄN ANH NGỌC, MBA.

I. Vai trò của Nhà nước trong quá trình hội nhập

Hội nhập kinh tế thế giới với sự tham gia vào những tổ chức thương mại toàn cầu, khu vực mậu dịch tự do, hiệp ước song phương và đa phương..., tham gia cạnh tranh trên thị trường quốc tế và chấp nhận cạnh tranh ngay trên thị trường nội địa không còn những bảo hộ thương mại của Nhà nước. Hội nhập kinh tế thế giới cũng là giai đoạn mà doanh nghiệp phải đối mặt mạnh hơn với những rào cản kỹ thuật của khu vực và từng quốc gia riêng biệt. Muốn hội nhập kinh tế thế giới nhất thiết phải gia nhập WTO vì đây là thị trường chiếm tới 97% thị trường xuất nhập khẩu thế giới. VN vào tổ chức này chính là xâm nhập vào thị trường rộng lớn nhất thế giới. Vào WTO, VN được hưởng những ưu đãi của tổ chức, đồng thời cũng phải cam kết thực hiện hoạt động bình đẳng và minh bạch. Nhà nước cần phải thực hiện những gì để hỗ trợ

cho doanh nghiệp nhưng không vi phạm những quy định chung của các tổ chức và thị trường?

Thứ nhất là chúng ta phải điều chỉnh lại hệ thống luật pháp cho phù hợp với thông lệ quốc tế. Song song với cải thiện khuôn khổ luật pháp, cần đẩy mạnh cải cách trong các lĩnh vực quản lý như tăng cường năng lực quản lý kinh tế vĩ mô, nâng cao năng lực chính quyền địa phương, tăng cường đối thoại giữa chính quyền và các thành phần kinh tế, tạo thông thoáng hơn trong hành xử pháp luật,....

Thứ hai là tăng cường tính hiệu quả của các dịch vụ cơ bản như viễn thông, giao thông, tài chính, ngân hàng, bảo hiểm, v.v... làm nền tảng cho sự vận hành thông thoáng các hoạt động kinh doanh; bên cạnh đó, tiếp tục hiện đại hóa phương thức quản lý, chuyên môn hóa nhân viên quản lý, hợp lý hóa kỹ thuật quản lý; đồng thời phát huy tính năng

động của các nghiệp vụ thương mại, xúc tiến, đầu tư.

Thứ ba là mở rộng mạng lưới thông tin, cung cấp nhiều thông tin hơn cho doanh nghiệp về cạnh tranh, thị trường và thị trường mục tiêu, kể cả những thông tin về thay đổi chính sách trong nước cũng như chính sách của các tổ chức thương mại thế giới. Thông tin phân tích và dự báo đang thiếu trầm trọng trong môi trường kinh doanh hiện nay của VN!

Thứ tư là tiếp tục cải tổ doanh nghiệp nhà nước, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tư nhân phát triển, thực hiện chế độ đa sở hữu, nhiều thành phần kinh tế; chú trọng duy trì vốn nhà nước vào những công ty lớn; đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, không chỉ tập trung vào những thị trường tiêu thụ mạnh như châu Âu và Mỹ. Song song đó, thúc đẩy hình thành và phát huy tác dụng của các hiệp hội ngành nghề, xem đây là một

công cụ chiến lược để hỗ trợ cho hoạt động doanh nghiệp.

Kế đến là những giải pháp tổng hợp để nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngành và doanh nghiệp trong nền kinh tế, những vấn đề mấu chốt cần thực hiện như định hướng thị trường, xác định ngành chủ lực cần phát triển, xác định thị trường mục tiêu, xây dựng thương hiệu quốc gia và thương hiệu sản phẩm, xây dựng các chuẩn mực quốc tế trong sản xuất và quản lý, minh bạch hóa các tài liệu hạch toán, tăng cường đào tạo nguồn nhân lực phù hợp với tri thức kinh doanh toán cầu,... Đây thực sự là một thách thức không nhỏ vì nền kinh tế của VN còn rất bé nhỏ, sức cạnh tranh còn rất yếu. VN lại ở nhóm 40 nước nghèo nhất thế giới (bình quân 400 USD/ người/năm). Các doanh nghiệp của VN tiềm lực cũng còn rất nhỏ bé. Tuy nhiên, có một thuận lợi lớn là người VN rất thông minh và cần cù, sẽ tiếp thu nhanh những tiến bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất và quản lý. Thời gian gần đây, sau khi gia nhập ASEAN, đã minh chứng cho điều này. Cụ thể, để chuẩn bị cho các doanh nghiệp, chúng ta cần nâng cao mức độ hiểu biết của doanh nghiệp về thị trường thế giới, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp tư nhân, doanh nghiệp vừa và nhỏ.

II. Những vấn đề đặt ra đối với các doanh nghiệp VN

1. Xây dựng chiến lược kinh doanh trong thời kỳ hội nhập: thật sự đây không phải là một giải pháp tình huống, mà là chiến lược lâu dài để xác định vị trí và định hướng kinh doanh trong kinh tế toàn cầu. Doanh nghiệp cần phải xác định nhiệm vụ mục tiêu dựa trên sự phân tích môi trường bên ngoài và môi trường bên trong; những điểm mạnh, điểm yếu bên trong và những cơ hội, nguy cơ của môi trường bên ngoài sẽ giúp việc định hướng chiến

lược vừa trong tầm hạn của doanh nghiệp. Các công cụ phân tích chiến lược sẽ hỗ trợ doanh nghiệp có những thông số định lượng trong việc lựa chọn và thực hiện chiến lược trong từng giai đoạn nhất định của quá trình tăng trưởng. Xác định chiến lược cũng đồng thời tạo điều kiện cải tiến các hoạt động chức năng như tổ chức sản xuất, quản trị Marketing, R&D, tài chính kế toán, quản trị nhân sự, xử lý thông tin,... Doanh nghiệp cũng cần nhận thức rằng thiếu chiến lược sẽ giống như một con tàu không có bánh lái, không biết sẽ đi về đâu trên biển cả mênh mông và đầy sóng gió. Cũng nên biết rằng việc xây dựng chiến lược dài hạn, phân chia ra những giai đoạn thực hiện ngắn hạn cũng đồng thời là việc xây dựng lộ trình hội nhập cho doanh nghiệp.

2. Thông hiểu luật pháp quốc tế: Một trong những yếu kém thấy rõ của doanh nghiệp VN là chưa thông hiểu luật pháp và những qui định theo thông lệ quốc tế. Các vụ kiện về Vietnam Airlines, thay đổi tên thương mại của sản phẩm, chống phá giá cá basa, tôm, giày da,... cho thấy khả năng và bản lãnh đối mặt với những vấn đề luật pháp quốc tế của doanh nghiệp cần phải được cải thiện nhanh chóng. Tìm hiểu luật pháp của những thị trường và thị trường tiềm năng, dành ngân khoản thích đáng cho việc thuê chuyên gia tư vấn luật cũng như luật sư trong các hoạt động kinh doanh là điểm cần quan tâm đúng mức trong giai đoạn hiện nay.

3. Bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ: Những tranh cãi, kiện tụng để đòi lại nhãn hiệu nước mắm Phú Quốc, giày dép Biti's, kẹo dừa Bến Tre,... đã giúp doanh nhân VN nhận thức rõ việc bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của sản phẩm trên thương trường thế giới. Trong thực tiễn kinh doanh, quyền sở hữu trí tuệ không chỉ bao gồm những vấn đề phát sinh từ nhãn hiệu, mà còn gồm nhiều vấn

đề khác trong lĩnh vực: sáng chế phát minh, kiểu dáng công nghiệp, chỉ dẫn địa lý, bí mật kinh doanh, giống cây trồng-vật nuôi, quyền tác giả,... Từ đó, có thể nêu ra ba vấn đề mấu chốt mà các doanh nghiệp cần quan tâm để bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ là: (i) nắm rõ qui định pháp luật có liên quan đến sở hữu trí tuệ trong và ngoài nước để không vi phạm quyền sở hữu trí tuệ của người khác và không để người khác vi phạm sở hữu trí tuệ của mình; (ii) đánh giá đúng mức và tầm quan trọng của sở hữu trí tuệ, bảo vệ sở hữu trí tuệ của doanh nghiệp bằng những giải pháp tốt nhất; (iii) đăng ký nhãn hiệu (bao gồm tên gọi, âm thanh, màu sắc, hình ảnh, logo, slogan,... gắn với sản phẩm) ở thị trường sẵn có và cả thị trường tiềm năng. Bên cạnh việc đăng ký và bảo vệ nhãn hiệu, một vấn đề vô cùng quan trọng trong quảng bá hình ảnh và tạo lợi thế cạnh tranh là xây dựng và quảng bá thương hiệu, kể cả thương hiệu của doanh nghiệp và của sản phẩm.

4. Đối phó với những rào cản kỹ thuật: Ba rào cản chính cần phải vượt qua trong quá trình hội nhập kinh tế thế giới là rào cản thuế quan (tariff barriers), rào cản kỹ thuật trong kinh doanh (technical barriers to trade) và rào cản về luật pháp-tập quán (law/legal system-customs barriers). Rào cản thuế quan như thuế xuất nhập, hạn ngạch mua bán,... sẽ giảm dần khi tham gia các tổ chức thương mại khu vực và thế giới. Hai rào cản còn lại thường gọi là rào cản phi thuế quan. Rào cản luật pháp và tập quán cũng sẽ giảm dần trong tiến trình kinh doanh; riêng rào cản kỹ thuật không giảm mà ngày càng tăng khi doanh nghiệp không biết và không chuẩn bị cho mình để hội nhập.

Về bản chất, rào cản kỹ thuật hay qui tắc thống nhất, bao gồm những tiêu chí đảm bảo an toàn, đảm bảo sức khỏe, bảo vệ môi trường, bảo vệ người tiêu dùng và

những yếu tố khác của phát triển bền vững; những qui tắc này thường được xem là cần ngại áp dụng cho các nước đang phát triển muốn hội nhập vào các nước phát triển, vì các nước đang phát triển chưa có những chuẩn mực phù hợp. VN cũng nằm trong nhóm này, theo thống kê, chỉ có khoảng 25% chuẩn mực VN phù hợp tiêu chuẩn quốc tế !

Những chuẩn mực thông thường và bắt buộc các doanh nghiệp phải đạt được khi tiếp cận thị trường thế giới bao gồm :

- ISO 9001 (phiên bản 2005): hệ thống quản lý chất lượng - đảm bảo và cải tiến chất lượng đối với khách hàng (từ khâu thiết kế) (Quality Management System – Quality Assurance for Internal and External Customers)

- ISO 14001 ((phiên bản 2004): hệ thống quản lý môi trường (EMS – Environmental Management System)

- OHSAS 18001 (phiên bản 1999): Hệ thống đánh giá an toàn và sức khỏe nghề nghiệp (Occupation Health and Safety Assessment Series)

- SA 8000 (phiên bản 2001): trách nhiệm xã hội (Social Accountability)

- Ngoài ra trong từng ngành cụ thể, cần có những chuẩn mực như : HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point) - Phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn về vệ sinh trong công nghiệp thực phẩm; SQF (Safe Quality Food)-Nguyên liệu và thực phẩm an toàn; ISO 22000 (Food Safety Management System)-Hệ thống quản lý an toàn thực phẩm; GMP (Good Manufacturing Practices) - Thực hiện tốt trong sản xuất công nghiệp; GAP (Good Agriculture Practices) - Thực hiện tốt trong sản xuất nông nghiệp; ISM Code (International Safety Management Code) - Qui định quốc tế về an toàn trên biển như tàu biển và dàn khoan di động ;

FSC (Forest Stewardship Council) - Quản lý rừng bền vững ;

Những đơn vị quản lý chất lượng, đơn vị hỗ trợ sản xuất kinh doanh trong và ngoài nước sẵn sàng giúp đỡ các doanh nghiệp tiếp cận những tổ chức hỗ trợ xây dựng để đạt được những tiêu chuẩn nêu trên.

5. Thực hiện những liên kết kinh tế: Những yếu kém của doanh nghiệp vừa và nhỏ, ngoài yếu tố quản lý còn có yếu tố qui mô, cả qui mô đầu tư công nghệ lẫn qui mô sản phẩm. Để có được một thế đứng trong việc chống chọi những áp lực về qui mô, doanh nghiệp cần nghiên cứu thực hiện những liên kết kinh tế:

- Liên kết theo chiều dọc: thường áp dụng trong những ngành mà sản phẩm của doanh nghiệp này là nguyên vật liệu đầu vào của những doanh nghiệp khác. Ví dụ sản phẩm con giống cung ứng cho chăn nuôi thương phẩm, sản phẩm thương phẩm trong chăn nuôi cung ứng cho hệ thống bán sỉ-lẻ và các nhà máy chế biến, sản phẩm chế biến cung ứng cho xuất khẩu để nhập con giống và thuốc thú y cho ngành chăn nuôi...Liên kết theo dạng này thường tạo thành những chuỗi kinh doanh đa ngành hoặc thành một vòng tròn khép kín trong kinh doanh, vừa tăng qui mô trong sản xuất, vừa tạo thế liên hoàn trong cạnh tranh. Những tổ hợp công nông, tập đoàn công nghiệp của Nhật và Hàn Quốc cũng khởi đầu với những liên kết theo chiều dọc mà yếu tố thành công chủ chốt (Key success factor) là mối liên hệ vòng tròn khép kín.

- Liên kết theo chiều ngang : (i) một trong những liên kết chiến lược bền vững theo chiều ngang phổ biến hiện nay là sáp nhập (Merger) , như Boeing sáp nhập với McDonell Douglas để tăng qui mô về vốn công nghệ và tăng lợi thế cạnh tranh với Airbus; Sonny và Ericsson, Plussz và Upsa C,... sáp nhập để giảm cạnh tranh với nhau, tăng qui mô vốn kỹ

thuật, tăng cường vốn R&D và tăng uy tín nhãn hiệu ;... Dĩ nhiên những sáp nhập này muốn thực hiện trong điều kiện kinh doanh của VN cần phải có những thay đổi tư duy trong quản lý, xóa bỏ tư tưởng sản xuất nhỏ trong kinh doanh và phải đạt một qui mô vừa đủ để có sự tách rời thực sự của quyền quản lý và quyền sở hữu. (ii) Một liên kết theo chiều ngang khá phổ biến và phù hợp với trình độ phát triển của doanh nghiệp VN là liên kết thành chuỗi của những doanh nghiệp có cùng ngành nghề, những liên kết này tạo thành mô hình tổ hợp hay hợp tác xã chuyên ngành kiểu mới, có thể ngắn hạn hay dài hạn, có thể có tư cách pháp nhân mới hay vẫn giữ tư cách pháp nhân độc lập trong liên kết, nhưng tập hợp vừa đủ về qui mô để thực hiện những hợp đồng kinh doanh dài và ngắn hạn. (iii) Một dạng liên kết thấp hơn và giảm tính độc lập của doanh nghiệp, nhưng vẫn được thực hiện khi không còn những lựa chọn tối ưu về chiến lược, là ký hợp đồng gia công hay làm vệ tinh cho những doanh nghiệp cùng ngành có uy tín và khả năng cạnh tranh mạnh trên thị trường; liên kết dạng này là giải pháp tình huống khi phải lựa chọn bị hủy diệt hoàn toàn hay kéo dài tình thế để tìm những cơ hội cho sự phát triển theo chiều hướng tốt hơn.

Năm vấn đề lớn và cũng là năm bài toán khó đang đặt ra cho doanh nghiệp VN, hãy sắp xếp ưu tiên và đặt ra một khoảng thời gian giới hạn (Time-bound) để thực hiện .Và chắc chắn rằng nền kinh tế toàn cầu đầy năng động này luôn đặt ra những bài toán ngày càng khó hơn cho những nhà quản trị doanh nghiệp, những bài toán thực tế này giúp sàng lọc doanh nghiệp trên thương trường, giúp nhà quản trị linh hoạt hơn, sáng tạo hơn; đó cũng là mối quan hệ lợi ích, kích lệ, lôi cuốn doanh nghiệp VN đi trên con đường kinh doanh với “tâm-tài-trí-tầm” ■