

Trong năm 2001, bức tranh kinh tế thế giới không mấy sáng sủa, tăng trưởng GDP chỉ đạt 1,3% giảm 3,4% so với năm 2000, trong khi đó kinh tế Việt Nam đạt tốc độ tăng trưởng GDP 6,8% là một thành tựu đáng mừng. Việt Nam trở thành một địa chỉ đầu tư đáng tin cậy trong khu vực và trên thế giới. Đồng thời cũng xuất hiện những yếu kém cần khắc phục, sức cạnh tranh của hàng hóa chưa cao cả ở thị trường trong nước lẫn ngoài nước. Biểu hiện cụ thể nhất là hàng nông sản với các mặt hàng chủ lực như: gạo, cà phê, hạt điều, hạt tiêu. Trong năm 2001 xuất khẩu gạo tăng 64% về

gia nhập WTO. Xét trên nhiều phương diện không chỉ tạo ra thách thức và cả thời cơ cho nền kinh tế đang phát triển của Việt Nam. Để có thể tranh thủ thời cơ và vượt qua thách thức chỉ có một con đường duy nhất là nâng cao năng lực cạnh tranh của toàn bộ nền kinh tế xét trên ba cấp độ: quốc gia, doanh nghiệp và sản phẩm.

Vai trò của Nhà nước và luật pháp

Để có ưu thế về cạnh tranh xét trên bình diện quốc gia chúng ta phải tạo nên sự an toàn, ổn định về an ninh chính trị, thông thoáng về hệ thống pháp luật và môi trường đầu tư, sự minh bạch công

khai về hoạt động kinh doanh, nhất là lĩnh vực tài chính. Cần lưu ý là tuy nước ta được PERC (Tổ chức tư vấn rủi ro về kinh tế và chính trị có trụ sở tại Hồng Kông) xếp vào loại an toàn nhất về môi trường đầu tư nhưng lại bị xếp vào loại kém nhất về trình độ công khai minh bạch về hoạt động tài chính. Để xây dựng môi trường pháp lý rõ ràng, nhất quán, ổn định nhằm tạo một môi trường kinh doanh lành mạnh, chúng ta cần nhanh chóng xây dựng, ban hành luật cạnh tranh và chống độc quyền - yếu tố pháp lý cực kỳ quan trọng trong nền kinh tế thị trường và gắn liền với cải cách cấu trúc nền kinh tế: chuyển đổi cơ cấu kinh

NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ THẾ GIỚI

Thạc sĩ NGUYỄN HOÀNH XANH

lượng nhưng kim ngạch giảm 8,5%, cà phê tăng xuất khẩu 29% nhưng kim ngạch giảm 20%, hạt tiêu tăng 62% về lượng, kim ngạch giảm 28%. Theo đánh giá của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam năm 1999 là 48/53, năm 2000 là 49/59, năm 2001 là 62/75 điều đó nói lên sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường thế giới còn rất kém.

Nền kinh tế nước ta đã và đang trong giai đoạn chuyển đổi xét trên nhiều giác độ: Chuyển từ kinh tế bao cấp sang kinh tế thị trường, từ trạng thái khan hiếm hàng hóa sang dư thừa hàng hóa, từ kinh tế tự cấp tự túc sang kinh tế hội nhập, nếu như trong kinh tế bao cấp, tự túc, tự cấp quan hệ cung cầu về hàng hóa thì "cung" quyết định "cầu", ngược lại trong kinh tế thị trường, kinh tế hội nhập thì "cầu" sẽ quyết định đến "cung". Điểm khác biệt cơ bản này cần được quán triệt một cách sâu sắc khi mà chúng ta chủ động hội nhập quốc tế trong bối cảnh toàn cầu hóa kinh tế thế giới với những đặc trưng là tự do hóa thương mại, đầu tư và hợp tác quốc tế.

Bước vào năm 2002 lộ trình hội nhập đã mở: Hiệp định thương mại Việt-Mỹ đã được Quốc hội hai nước thông qua đang đi vào cuộc sống, các cam kết về thuế quan để thực hiện AFTA đã chuẩn bị để thực hiện, đặc biệt là Trung Quốc

Hội nhập và cạnh tranh là hai mặt của một tiến trình toàn cầu hóa kinh tế quốc tế, xét bên trong của một nền kinh tế thì sự cạnh tranh của các doanh nghiệp với nhau được xem như là yếu tố nội sinh. Cần xem cạnh tranh như là một phương thức phân phối và sử dụng tài nguyên có hiệu quả nhất, cạnh tranh tác động đến doanh nghiệp trên hai phương diện, gây áp lực và tạo động lực. Trong nền kinh tế thị trường nó tạo ra sức ép còn mạnh hơn cả pháp luật, để vươn lên và chiến thắng đối thủ, doanh nghiệp phải biết tiết kiệm và sử dụng hợp lý các nguồn lực, nhờ đó đem lại hiệu quả cao trong quá trình sử dụng nguồn lực xã hội xét trên phạm vi tổng thể.

tế hướng về xuất khẩu; cải cách và hiện đại hóa hệ thống ngân hàng, phát triển kinh tế tư nhân. Đồng thời cũng cần phải có khung pháp lý về bảo hộ hàng sản xuất trong nước, kinh nghiệm về cuộc chiến catfish ở thị trường Hoa Kỳ giữa các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam với các nhà doanh nghiệp Mỹ, cho thấy sự cần thiết của việc bảo hộ hàng hóa sản xuất trong nước.

Hiện nay quan hệ thị trường chủ yếu chỉ được xác lập ở đầu ra của sản phẩm (tiêu thụ sản phẩm, dịch vụ) còn các yếu tố đầu vào chưa có khung pháp lý rõ ràng, đầy đủ như thị trường sức lao động, thị trường bất động sản, thị trường công nghệ. Chính những yếu tố này, trực tiếp hoặc gián tiếp đã làm giảm sức cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam. Đó cũng chính là những rào cản cần phải nhanh chóng vượt qua trong tiến trình hội nhập quốc tế và cũng để hoàn thiện cấu trúc của thị trường cạnh tranh hoàn hảo. Trước mắt Chính phủ cần phải có những biện pháp kiểm soát giá cả của những doanh nghiệp Nhà nước độc quyền, mức giá độc quyền này phải được sự đồng thuận của dư luận, trên cơ sở đó phải có sự trợ giá, bảo hiểm quá đối với hàng nông sản. Bởi lẽ, mặt bằng giá của các sản phẩm độc quyền được bảo hộ như: xi măng, đường mía, ô tô, xe máy, dịch vụ viễn thông đều cao hơn mức trung

bình của khu vực (ví dụ điển hình: giá xi măng nhập từ Thái Lan về Việt Nam là 36 USD/tấn, còn xi măng Việt Nam là 50 USD/tấn, ấy là chưa tính đến khi Việt Nam cắt giảm thuế nhập khẩu theo các cam kết quốc tế, khi đó sự chênh lệch còn lớn hơn).

Trong khi đó hàng nông sản không được bảo hộ, phụ thuộc giá thị trường thế giới, lại thuộc loại rẻ nhất trong khu vực (nhất là giá gạo) làm giảm sút thu nhập của nông dân. Vì vậy trên giác độ vĩ mô, Nhà nước cần có chính sách điều tiết nhằm thu hẹp cánh kéo giá cả giữa hàng nông sản và hàng công nghiệp dịch vụ. Đồng thời đối với hàng nông sản cần tranh thủ và khai thác "chương trình bảo hiểm rủi ro giá hàng hóa" của WB đối với các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam, bằng cách này chúng ta sẽ được quyền chọn bán các mặt hàng nông sản như: gạo, cà phê, điều... với mức giá kỳ hạn khi có những bất lợi về giá. Chúng ta biết rằng đối với lĩnh vực nông nghiệp làm tăng sản lượng thì dễ, nhưng làm tăng lợi tức thì không đơn giản chút nào. Do đó tìm thị trường ổn định cho hàng nông sản đặt ra như một nhu cầu cấp thiết trong tiến trình hội nhập mang tính cạnh tranh gay gắt.

Cơ cấu lại doanh nghiệp

Hội nhập và cạnh tranh là hai mặt của một tiến trình toàn cầu hóa kinh tế quốc tế, xét bên trong của một nền kinh tế thì sự cạnh tranh của các doanh nghiệp với nhau được xem như là yếu tố nội sinh. Cần xem cạnh tranh như là một phương thức phân phối và sử dụng tài nguyên có hiệu quả nhất, cạnh tranh tác động đến doanh nghiệp trên hai phương diện, gây áp lực và tạo động lực. Trong nền kinh tế thị trường nó tạo ra sức ép còn mạnh hơn cả pháp luật, để vươn lên và chiến thắng đối thủ, doanh nghiệp phải biết tiết kiệm và sử dụng hợp lý các nguồn lực, nhờ đó đem lại hiệu quả cao trong quá trình sử dụng nguồn lực xã hội xét trên phạm vi tổng thể. Cũng cần nói thêm rằng, cạnh tranh chắc chắn sẽ làm nhiều doanh nghiệp bị phá sản, kèm theo sự tàn phá và những mất mát khác, nhưng đó cũng chính là tiền đề của sự đổi mới, sự sáng tạo trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, thực tế này cần phải được chấp nhận và xem như là điều bình thường trong hoạt động kinh tế.

Điểm mấu chốt của việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam là tập trung đẩy mạnh sắp xếp

đổi mới hệ thống doanh nghiệp Nhà nước, kiên quyết giải thể, phá sản, bán hoặc cho thuê các doanh nghiệp thua lỗ kéo dài, bởi vì bản thân các doanh nghiệp này sẽ không đủ sức tồn tại và cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Kinh nghiệm của Trung Quốc khuyến khích tư bản nước ngoài thâm nhập vào các doanh nghiệp vừa và nhỏ bằng các hình thức mua, sáp nhập, thuê, khoán để nâng cao trình độ kỹ thuật và quản lý doanh nghiệp là điều cần được nghiên cứu và học hỏi. Bước đột phá mà chúng ta phải thực hiện là sắp xếp và kiện toàn lại sự hoạt động của các tổng công ty 91, lực lượng chủ đạo của kinh tế đất nước nắm giữ 83% tổng số vốn của doanh nghiệp nhà nước trên phạm vi toàn quốc.

Hiện nay chúng ta có 17 công ty 91, trong đó có tới 12 công ty lỗ hoặc hòa vốn, chỉ có 5 tổng công ty là có lãi đó là Tổng công ty dầu khí, Bưu chính viễn thông, Điện lực, Cao su và Công nghiệp tàu thủy, mà những Tổng công ty có lãi chỉ là nhờ khai thác tài nguyên thiên nhiên đang có giá độc quyền hoặc được quyền định giá trừ cao su và công nghiệp tàu thủy. Chúng ta nên nhớ rằng sản phẩm của các tổng công ty 91 ảnh hưởng rất lớn đến hoạt động của các doanh nghiệp khác trong nền kinh tế, bởi vì đó chính là những yếu tố đầu vào của doanh nghiệp (xi măng, xăng dầu, sắt thép, vật tư nông nghiệp, điện). Vấn đề đặt ra ở đây là cần phải nâng cao khả năng hoạt động của các tổng công ty 91, giải pháp hữu hiệu và có tính cách mạng là phải phá thế độc quyền định giá của các tổng công ty bằng cách kết hợp sự kiểm soát giá của Nhà nước với diễn biến quan hệ cung - cầu về các sản phẩm chiến lược đó trên thị trường trong nước và quốc tế để giá cả của các mặt hàng này phải phù hợp với mặt bằng giá trong khu vực và quốc tế.

Xây dựng chiến lược kinh doanh

Trong bối cảnh như vậy doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển phải xây dựng cho mình một tổ hợp chiến lược kinh doanh thích hợp; đặc biệt là chiến lược công nghệ, chiến lược tài chính, chiến lược marketing (chiến lược tiếp thị về: sản phẩm, giá cả, phân phối, hậu mãi) và chiến lược nhân lực.

- Về chiến lược công nghệ: Để nâng cao năng lực cạnh tranh các doanh nghiệp cần nhanh chóng đổi mới công nghệ, đây là vấn đề có tầm quan trọng

hàng đầu và cần phải đặt doanh nghiệp vào vị trí trung tâm trong việc đổi mới công nghệ. Điểm lưu ý trong quá trình đổi mới công nghệ là không phải cứ công nghệ cao, hiện đại mới tốt, vấn đề ở chỗ doanh nghiệp phải lựa chọn cho mình công nghệ phù hợp với điều kiện sản xuất, trình độ tay nghề của người lao động nhằm tối ưu hóa việc kết hợp các nguồn lực để đạt được hiệu quả cao. Từ đó chúng ta mới có điều kiện tăng năng suất lao động, hạ giá thành sản phẩm biến pháp quan trọng để chúng ta chủ động được cắt giảm thuế nhập khẩu theo các cam kết quốc tế (theo cam kết với AFTA đến năm 2006 thuế nhập khẩu giảm còn 0% - 5%), để có thể chiếm ưu thế về cạnh tranh đối với hàng nhập khẩu ngay trên thị trường trong nước, tạo điều kiện cho việc xuất khẩu hàng hóa - khâu trọng yếu trong lộ trình hội nhập.

Thực hiện tốt chiến lược công nghệ sẽ quyết định đến nâng cao năng suất lao động, hạ giá thành sản phẩm, nâng cao hiệu quả sử dụng đồng vốn (công cụ lao động là yếu tố động nhất, cách mạng nhất quyết định sự phát triển của lực lượng sản xuất). Chiến lược công nghệ của doanh nghiệp chỉ có thể thực hiện nhanh chóng và hiệu quả khi doanh nghiệp xem đây là khâu đột phá có tính chất cách mạng và sẵn sàng trả thù lao xứng đáng có các phát minh sáng chế có giá trị thực tiễn trong việc đổi mới quy trình công nghệ phục vụ sản xuất và hoạt động dịch vụ, có chế độ đãi ngộ thích đáng đối với chuyên gia kỹ thuật giỏi. Để chiến lược công nghệ thực thi có hiệu quả cần phải đẩy mạnh hơn nữa sự liên kết hợp tác giữa các doanh nghiệp và các trường đại học, viện nghiên cứu. Sự thành công của việc hợp tác giữa Viện lúa ĐBSCL và Đại học Cần Thơ với các đơn vị kinh tế ở khu vực Nam bộ cần được khuyến khích và nhân rộng. Qua sự hợp tác này tạo nên sự giao thoa giữa tri thức khoa học và thực tiễn hoạt động sản xuất, một vấn đề cần được quan tâm đặc biệt khi mà chúng ta đang tiếp cận với nền kinh tế tri thức.

- Về chiến lược tài chính: Công khai hoá và minh bạch hoạt động tài chính cần được xem là điểm xuất phát của chiến lược tài chính, qua đó doanh nghiệp biết được thực trạng và hiệu quả của đồng vốn. Từ đó có những quyết sách đúng đắn về sử dụng tài chính trong tương lai. Nhanh chóng áp dụng các nguyên tắc kế toán và kiểm toán theo

thông lệ quốc tế, điều đó phải được xem là vấn đề quan trọng trong quá trình cải cách các doanh nghiệp nhà nước. Chúng ta lưu ý một điều là Việt Nam được tổ chức Tư vấn về rủi ro kinh tế và chính trị có trụ sở tại Hồng Kông (PERC) xếp hạng cao nhất về an toàn ở Đông Nam Á trong năm 2001 là một điều thuận lợi để thu hút vốn đầu tư nước ngoài, nhưng cũng tổ chức này xếp hạng ở Việt Nam thấp nhất về độ công khai minh bạch trong hoạt động kinh doanh. Đó cũng là một trong những điều kiện hết sức cần thiết để tiến hành cổ phần hoá các doanh nghiệp nhà nước.

- Về chiến lược tiếp thị: Các doanh nghiệp phải dự báo được sự biến đổi của quan hệ cung cầu về sản phẩm và khả năng tăng giảm trên thị trường trong nước và quốc tế. Khai thác được lợi thế của mình so với các đối thủ cạnh tranh, dự báo xu hướng thị hiếu tiêu dùng của khách hàng. Các doanh nghiệp cần phải thực hiện các tiêu chuẩn ISO 9002, quan tâm hơn nữa đến vòng đời sản phẩm, từ đó nâng cao uy tín của thương hiệu sản phẩm trên thị trường. Trong thời gian vừa qua các doanh nghiệp đã có những chỗ đứng vững chắc trên thị trường thế giới, điển hình như: Công ty bia Sài Gòn, Công ty sữa Việt Nam, Công ty may Việt Tiến. Bằng nỗ lực phi thường sản phẩm của họ đã có vị trí xứng đáng trên thị trường trong nước và quốc tế. Trong điều kiện toàn cầu hóa kinh tế quốc tế, vấn đề thông tin có ý nghĩa cực kỳ quan trọng, thông tin kịp thời chính xác sẽ giúp cho doanh nghiệp có quyết sách đúng đắn để thực thi chiến lược kinh doanh, vì vậy việc thành lập công tác xúc tiến thương mại phải là sự quan tâm hàng đầu của các doanh nghiệp.

- Về chiến lược nhân lực: Điều quyết định thành bại của doanh nghiệp là chiến lược nhân lực. Lựa chọn người có đủ năng lực, phẩm chất đạo đức và tài năng vào các vị trí chủ chốt của doanh nghiệp là khâu đột phá trong chiến lược sử dụng con người, thông qua cơ chế tuyển dụng, tuyển chọn nghiêm túc. Khắc phục tình trạng hiện nay có đến 67% giám đốc doanh nghiệp nhà nước không đọc nổi bản báo cáo tài chính hàng năm của doanh nghiệp (theo báo cáo của Bộ tài chính năm 2000), tiến tới mọi thành viên của doanh nghiệp phải biết được tình hình tài chính hàng năm của doanh nghiệp và hiệu suất sinh lời

của đồng vốn, từ đó để điều chỉnh các chiến lược kinh doanh, bởi vì mục tiêu cuối cùng của doanh nghiệp là hiệu suất sinh lời của đồng vốn.

Liên kết và hợp tác

Trong quá trình cạnh tranh giữa các doanh nghiệp với nhau không có nghĩa là chối bỏ sự hợp tác, mà xem đây là biện pháp quan trọng để hạn chế những mặt tiêu cực của cơ chế cạnh tranh, theo hướng đó các doanh nghiệp cần hợp tác với nhau và giữa chúng sẽ có mối quan hệ tương tác với nhau trong tiến trình phát triển, bởi lẽ chúng đều là những bộ phận hợp thành nền kinh tế quốc dân thống nhất. Chẳng hạn sự kết hợp lẫn nhau giữa doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp dân doanh nhằm khắc phục một thực tế hiện nay: doanh nghiệp nhà nước có tiềm năng kinh tế cao, nhưng hiệu quả kinh tế nói chung kém, doanh nghiệp dân doanh tiềm lực thấp hơn, nhưng hiệu quả thường thấp hơn. Chủ trương kết hợp đó có thể mở rộng ra thị trường thế giới với các doanh nghiệp Việt kiều ở nước ngoài. Qua đó nhanh chóng tranh thủ được vốn, công nghệ hiện đại và kinh nghiệm thương trường của người Việt của nước ngoài là điều nên làm trong thời đại toàn cầu hóa kinh tế thế giới. Về lĩnh vực này thành công của Trung Quốc với Hoa kiều ở nước ngoài là đáng học hỏi.

Chủ động hội nhập thực chất là tăng sức cạnh tranh của sản phẩm hàng hóa, năng lực cạnh tranh của nước ta xếp hạng 62/75 có nghĩa là hàng hóa cạnh tranh của ta trên thị trường thế giới còn rất kém, nhất là trên những thị trường đòi hỏi chất lượng cao như Tây Âu, Bắc Mỹ, Nhật Bản... Chủ động hội nhập cũng có nghĩa là chúng ta chủ động tìm kiếm thị trường mới, cần phải nhanh chóng khôi phục lại thị trường truyền thống Đông Âu và nhất là Nga trước đây. Đặc biệt là thị trường Trung Quốc cần được khai thác triệt để, Trung Quốc mới gia nhập WTO vào tháng 11/2001 mặc nhiên phải thực hiện các cam kết quốc tế về cắt giảm thuế nhập khẩu, đó là cơ hội lớn để hàng Việt Nam thâm nhập vào thị trường Trung Quốc với sức mua của 1,3 tỷ dân, nhất là Trung Quốc đang có chủ trương "tiêu dùng là yêu nước".

Gia tăng hàm lượng trí tuệ

Cần lưu ý một điều là chúng ta phải bán cái thế giới cần mua chứ không phải thế giới phải mua những gì mà chúng ta

phải bán. Do đó tính cạnh tranh quyết liệt để chiếm lĩnh thị phần sản phẩm trên thị trường, sự đòi hỏi rất cao về chất lượng sản phẩm và vòng đời sản phẩm. Sẽ hoàn toàn sai lầm khi cho rằng chỉ có doanh nghiệp xuất khẩu mới quan tâm tới thị trường kinh tế thế giới, vì rằng một khi các rào cản thuế quan bị dỡ bỏ theo các cam kết quốc tế, hàng hóa bên ngoài sẽ tràn vào, đẩy các doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng trong nước vào thế hoàn toàn bị động. Kinh tế thế giới hiện nay với một thực trạng là sức "cung" về sản phẩm thường vượt quá "cầu", vì thế sản phẩm hàng hóa muốn tiêu thụ được phải luôn có xu hướng ngày càng rẻ, mẫu mã đẹp và có tính sáng tạo, nhất là kinh tế thế giới đang chuyển sang một dạng thức mới - kinh tế tri thức, có nghĩa là hàm lượng tri tuệ chiếm tỷ trọng cao trong giá thành sản phẩm. Trong bối cảnh như vậy hàng hóa Việt Nam cần cố gắng hơn nữa, thời gian qua hàng hóa Việt Nam đã có những chỗ đứng nhất định trên thương trường quốc tế, điển hình như các sản phẩm mang thương hiệu như: Vinamilk, Việt Tiến. Cà phê Trung Nguyên... rất đáng khích lệ nhưng còn rất khiêm tốn so với tiềm năng của chúng ta. Với tinh thần sáng tạo và trí tuệ Việt Nam, chúng ta cần vươn lên hơn nữa để tạo ra sản phẩm Việt Nam có chỗ đứng trên thị trường thế giới, lúc đó chúng ta có thể tự hào với sản phẩm "Made in Vietnam" để Việt Nam giành được vị trí xứng đáng trên bản đồ kinh tế thế giới.

Vai trò nhà hoạch định chính sách

Vấn đề cuối cùng xin đề cập đến là vai trò của các nhà hoạch định chính sách và tầng lớp doanh nhân trong lộ trình hội nhập. Các nhà hoạch định phải có tầm nhìn chiến lược và nhân quan sâu rộng về kinh tế quốc tế để có những quyết sách đúng đắn, phải thấy được quan hệ tương tác giữa kinh tế Việt Nam và kinh tế thế giới đặc biệt là những biến động trên những thị trường nhạy cảm như: Bắc Mỹ, Tây Âu và Nhật Bản, từ đó có thể chủ động ứng phó với mọi tình hình theo phương châm "Dĩ bất biến ứng vạn biến". Bên cạnh đó cần phải có quan niệm mới về tầng lớp doanh nhân, cần coi họ là đội quân chủ lực trong thời kỳ hội nhập kinh tế thế giới. Từ đó phải có chiến lược lâu dài để xây dựng tầng lớp doanh nhân Việt Nam làm giàu bằng trí tuệ và văn hóa tạo ra nhiều thương hiệu Việt Nam trên thị trường thế giới.