

Ảnh Hòa Tấn



Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong tiến trình thực hiện các cam kết WTO

PGS.TS. ĐÀO DUY HUÂN

Thách thức của doanh nghiệp là sức ép thời gian. Đối với DNNN đã quen với ưu đãi từ chính sách của chính phủ, Chính sách của các TP, tỉnh, ngành, việc gia nhập WTO khiến các DN này phải đối mặt với áp lực cạnh tranh nhanh và mạnh hơn từ các tập đoàn công ty quốc tế có tiềm lực mạnh.

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thoả mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ngày càng cao hơn. Như vậy, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trước hết phải được tạo ra từ thực lực của doanh nghiệp. Đây là các yếu tố nội hàm của mỗi doanh nghiệp, không chỉ được tính bằng các tiêu chí về công nghệ, tài chính, nhân lực, tổ chức quản trị doanh nghiệp... một cách riêng biệt mà cần đánh giá, so sánh với các đối tác

cạnh tranh trong hoạt động trên cùng một lĩnh vực, cùng một thị trường. Sẽ là vô nghĩa nếu những điểm mạnh và điểm yếu bên trong doanh nghiệp được đánh giá không thông qua việc so sánh một cách tương ứng với các đối tác cạnh tranh.

Trên cơ sở các so sánh đó, muốn tạo nên năng lực cạnh tranh, đòi hỏi doanh nghiệp phải tạo lập được lợi thế so sánh với đối tác của mình. Nhờ lợi thế này, doanh nghiệp có thể thoả mãn tốt hơn các đòi hỏi của khách hàng mục tiêu cũng như lôi kéo được khách hàng

của đối tác cạnh tranh.

Thực tế cho thấy, không một doanh nghiệp nào có khả năng thoả mãn đầy đủ tất cả những yêu cầu của khách hàng. Thường thì doanh nghiệp có lợi thế về mặt này và có hạn chế về mặt khác. Vấn đề cơ bản là, doanh nghiệp phải nhận biết được điều này và cố gắng phát huy tốt những điểm mạnh mà mình đang có để đáp ứng tốt nhất những đòi hỏi của khách hàng. Những điểm mạnh và điểm yếu bên trong một doanh nghiệp được biểu hiện thông qua các lĩnh vực hoạt động chủ yếu của doanh nghiệp như marketing, tài

chính, sản xuất, nhân sự, công nghệ, quản trị, hệ thống thông tin... Tuy nhiên, để đánh giá năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp, cần phải xác định được các yếu tố phản ánh năng lực cạnh tranh từ những lĩnh vực hoạt động khác nhau và cần thực hiện việc đánh giá bằng cả định tính và định lượng.

Các doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh ở những ngành, lĩnh vực khác nhau có các yếu tố đánh giá năng lực cạnh tranh khác nhau. Mặc dù vậy, vẫn có thể tổng hợp được các yếu tố đánh giá năng lực cạnh tranh của một doanh nghiệp bao gồm: giá cả sản phẩm và dịch vụ; chất lượng sản phẩm và bao gói; kênh phân phối sản phẩm và dịch vụ bán hàng; thông tin và xúc tiến thương mại; năng lực nghiên cứu và phát triển; thương hiệu và uy tín của doanh nghiệp; trình độ lao động; thị phần sản phẩm doanh nghiệp và tốc độ tăng trưởng thị phần; vị thế tài chính; năng lực tổ chức và quản trị doanh nghiệp.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh, trước hết doanh nghiệp cần hiểu rõ yêu cầu của WTO đối với ngành, đối với SXKD của DN, để từ đó, thông qua phương pháp so sánh trực tiếp các yếu tố nêu trên để đánh giá hiện trạng năng lực cạnh tranh, từ đó có giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh.

1. Yêu cầu của WTO

- Doanh nghiệp phải nâng cao năng lực cạnh tranh trên các mặt: năng lực cạnh tranh của sản phẩm hàng hóa, năng lực cạnh tranh công nghệ, năng lực cạnh tranh chi phí, năng lực tài chính, trình độ tay nghề, dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật công nghệ, thông tin...

- Nhà nước không được trợ cấp cho các doanh nghiệp, kể cả SX nông nghiệp, vì sẽ kìm hãm phát triển sản xuất, gây ảnh hưởng đến sự công bằng, ảnh hưởng sâu sắc đến sự cạnh tranh của các mặt hàng

do doanh nghiệp nông nghiệp tạo ra.

- Doanh nghiệp phải thực hiện minh bạch hóa các hàng rào kỹ thuật về chất lượng sản phẩm, môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm, trách nhiệm xã hội hết sức chặt chẽ. Nếu các doanh nghiệp không chú ý đến chất lượng sản phẩm, thì khó có thể xuất khẩu vào các thị trường khó tính.

- Doanh nghiệp phải có hệ thống phân phối, tiêu thụ sản phẩm, tiếp thị, quảng cáo, dịch vụ minh bạch, bình đẳng, tiếp cận thị trường đối với quyền kinh doanh, xuất nhập khẩu, phân phối... và liên kết đối tác, bạn hàng. Đây là chiến lược hết sức quan trọng. Bởi vì thực chất của hội nhập kinh tế quốc tế và nội dung chính của nó chính là tìm đối tác chiến lược trong kinh doanh. Hay nói cách khác, các công ty đa quốc gia hiện nay thay vì sản xuất trong nước, họ luôn tìm đối tác chiến lược để giảm chi phí, nâng cao khả năng cạnh tranh và chiếm thị phần ở các nước khác.

- Tìm lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp trong mối tương quan với các doanh nghiệp, các đối thủ cùng ngành trong và ngoài nước; và phải dựa vào dự báo, nghiên cứu tình hình thị trường trong và ngoài khu vực. Nguyên tắc chung là giữ vững thị phần trong nước và từng bước phát triển thị trường bên ngoài. Nếu so sánh với các yêu cầu đó của WTO, thì doanh nghiệp Cần Thơ đang gặp phải các khó khăn.

Qua khảo sát một số cơ sở SXKD trên địa bàn TP.HCM, TP.Cần Thơ, các DN các tỉnh Tây Nguyên, tỉnh Phú Yên, đối chiếu với yêu cầu WTO cho thấy, những năm qua các doanh nghiệp đã đạt được các kết quả trong SXKD như sau:

- Sản xuất tiếp tục tăng trưởng cao, đi dần vào thế ổn định; những sản phẩm do các doanh nghiệp sản xuất được tiêu thụ chủ yếu ở thị trường trong nước, thị

trường địa phương.

- Cơ cấu kinh doanh chuyển dịch theo hướng tích cực cả về sản phẩm, ngành nghề và các loại hình kinh doanh phù hợp với hội nhập WTO. Tỷ trọng sản phẩm hàng hóa của doanh nghiệp chế biến tăng lên và bước đầu khai thác được lợi thế về nguồn nguyên liệu tại chỗ, nâng cao giá trị sản phẩm xuất khẩu.

- Khả năng cạnh tranh hàng hóa của doanh nghiệp TP. Cần Thơ so với các doanh nghiệp khác trong vùng khá tốt, nhiều mặt hàng chế biến đã tăng trưởng ở thị trường trong nước và ngoài nước. Nhiều doanh nghiệp bước đầu đã biết quảng bá sản phẩm hàng hóa của mình. Qua khảo sát một số DN cho thấy: 21,1% DN thực hiện thường xuyên quảng bá sản phẩm: 44,7% DN không thường xuyên. Hình thức quảng cáo chủ yếu vẫn là thông qua báo chí và tờ rơi: 42,1%, hội chợ, triển lãm: 23,1% và phát thanh, truyền hình: 5,3%.

- Trình độ trang thiết bị công nghệ của DN đã phát triển ở mức trung bình khá so với các DN trong khu vực Đông Nam Á, đã góp phần tăng thêm chủng loại và chất lượng sản phẩm. Việc chuyển giao công nghệ trong các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp FDI đã được đẩy mạnh, nên trình độ trang thiết bị công nghệ khá, có DN đạt trình độ hiện đại góp phần nâng cao hiệu quả, sức cạnh tranh của nhiều sản phẩm, dịch vụ.

- Những kết quả trên chỉ là bước đầu, vì khi VN thực hiện các cam kết với WTO, thì yêu cầu các doanh nghiệp phải tiếp tục tái cấu lại trên nhiều mặt của SXKD để từng bước phù hợp với yêu cầu của WTO. Cụ thể các yêu cầu của WTO đối với doanh nghiệp như sau:

2. Các khó khăn

- Chưa tìm hiểu, nắm bắt các thông tin đầy đủ về WTO, về thông tin thị trường trong và ngoài nước,

về các đối thủ cạnh tranh, về công tác tiếp thị, về nâng cao trình độ, tay nghề của người lao động. Chẳng hạn qua khảo sát các doanh nghiệp của TP. Cần Thơ, TP.HCM cho thấy: 52,9% số doanh nghiệp đặc biệt quan tâm đến việc VN gia nhập WTO và thực hiện AFTA và 47,1% doanh nghiệp ít quan tâm.

- Việc sản xuất tiêu thụ hàng hóa, nhất là hoạt động xuất khẩu chưa ổn định do thị trường có nhiều biến động: giá các loại nguyên - nhiên liệu đầu vào tăng cao như: giá sắt, thép, xăng dầu, nguyên liệu nhựa..., vụ kiện bán phá giá cá Ba sa, vụ kiện bán phá giá tôm và việc áp hạn ngạch ngành dệt - may của Mỹ, ... làm ảnh hưởng không nhỏ đến thị trường tiêu thụ. Thí dụ, 52,9% số DN được hỏi cho rằng chi phí nhiên liệu, dịch vụ liên quan đến SXKD là cao, chỉ có 47,1% doanh nghiệp cho rằng chi phí trên chấp nhận được. Về chi phí vận tải, thì 52,9 % doanh nghiệp được hỏi, cho rằng chi phí vận tải hiện nay là cao, chỉ có 47,1% số doanh nghiệp được hỏi là chấp nhận mức chi phí vận tải hiện nay.

- Doanh nghiệp thiếu vốn, do các ngân hàng thương mại chỉ ưu tiên cho vay vốn lưu động, chưa mạnh dạn cho doanh nghiệp vay để đầu tư đổi mới thiết bị và công nghệ hiện đại, thêm vào đó nguồn vốn để doanh nghiệp tái đầu tư còn hạn chế, điều này ảnh hưởng rất nhiều đến năng lực cạnh tranh của các sản phẩm công nghiệp. Qua khảo sát 10 doanh nghiệp của TP. Cần Thơ và TP.HCM, cho thấy nguyên nhân chính dẫn đến khó khăn trong tiêu thụ sản phẩm là do: thiếu vốn (26,3%), xác định không đúng thời điểm kinh doanh (18,4%), tổ chức tiêu thụ yếu (15,8%), thiếu thông tin (13,2%).

- Hệ thống xử lý môi trường trong hoạt động sản xuất vẫn chưa hoàn chỉnh, đang phát sinh một số vấn đề ảnh hưởng đến môi trường sinh thái thiên nhiên.

- Đội ngũ cán bộ kỹ thuật, công nhân công nghiệp còn thiếu về số lượng và yếu về chất lượng, nhất là khan hiếm đội ngũ công nhân lành nghề, công nhân kỹ thuật cao làm ảnh hưởng đáng kể đến việc thu hút đầu tư vào sản xuất công nghiệp. Qua phỏng vấn một số nhà quản trị các doanh nghiệp cho thấy, hầu hết họ không hài lòng về người lao động (52,9% số) trên các mặt ý thức làm việc kém (35,3%), trình độ tay nghề thấp (23,5%), nhưng lại đòi hỏi lương cao.

- Sức cạnh tranh của một số sản phẩm công nghiệp tuy đã được cải thiện, nhiều sản phẩm có chỗ đứng trên thị trường quốc tế, nhưng nhìn chung năng lực cạnh tranh của sản phẩm còn thấp hơn sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực. Thí dụ số liệu các doanh nghiệp TP. Cần Thơ cho thấy, khả năng tiêu thụ sản phẩm ở mức bình thường (65,8%), khó khăn: 10,5% và chỉ có 5,3% doanh nghiệp cho rằng các sản phẩm được tiêu thụ dễ dàng, 28,9% doanh nghiệp cho rằng thị trường của họ ít thay đổi.

- Khoảng cách về phát triển công nghiệp giữa các quận, huyện còn chênh lệch lớn, công nghiệp ở khu vực nông thôn chưa được chú trọng đúng mức để góp phần tích cực vào công cuộc xóa đói giảm nghèo, thu ngắn khoảng cách giàu nghèo giữa thành thị và nông thôn.

3. Các thách thức

- Thách thức lớn nhất là việc mở cửa thị trường nội địa với thuế suất thấp, do đó nếu doanh nghiệp không sản xuất được các sản phẩm hàng hóa có sức cạnh tranh cao hơn so với đối phương thì sẽ có nguy cơ rủi ro cao.

- Hầu hết các doanh nghiệp chưa nắm rõ những vấn đề mà doanh nghiệp mình sẽ gặp phải sau khi VN gia nhập WTO. Các thông tin mà doanh nghiệp cần biết là: lộ trình thực hiện chính sách thuế của

chính phủ đối với AFTA, WTO; lộ trình thực hiện công tác cải cách hành chính; lộ trình thực hiện thủ tục hải quan, các chính sách ưu đãi, khuyến khích đầu tư sau khi gia nhập WTO, những định hướng phát triển của chính phủ đối với từng ngành nghề.

- Thách thức của doanh nghiệp là sức ép thời gian. Đối với DNNN đã quen với ưu đãi từ chính sách của chính phủ, chính sách của các TP, tỉnh, ngành, việc gia nhập WTO khiến các DN này phải đối mặt với áp lực cạnh tranh nhanh và mạnh hơn từ các tập đoàn công ty quốc tế có tiềm lực mạnh. Còn các công ty tư nhân sẽ bị sức ép nhanh hơn bởi phần lớn các lĩnh vực VN mở cửa sớm hoặc các mặt hàng thực hiện cắt giảm thuế ngay là địa bàn chủ yếu hoạt động chủ yếu của kinh tế tư nhân. Trong khi một số lĩnh vực SXKD do các DNNN nắm giữ chủ yếu có lộ trình mở cửa dần dần, thì các doanh nghiệp tư nhân sẽ phải đối mặt ngay sức ép cạnh tranh quốc tế ngay sau khi VN trở thành thành viên WTO.

4. Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp

Trong bối cảnh thực tế hiện nay, nâng cao năng lực cạnh tranh, sẵn sàng cho việc hội nhập kinh tế quốc tế không chỉ là xu thế tất yếu mà còn là con đường duy nhất để DN thoát khỏi nguy cơ bị chèn ép, tồn tại trong tiến trình thực hiện các cam kết với WTO. Trong hành trình này, các DN phải chủ động và tự thân vận động là chính với sự hỗ trợ của Nhà nước, của tỉnh, chứ không thể đòi hỏi Nhà nước duy trì mãi chính sách bảo hộ, vì vi phạm cam kết với WTO. Từ lý luận đó, chúng tôi cho rằng, các DN có thể và sẽ phải thực hiện hiệu quả các giải pháp sau đây:

a. Nâng cao năng lực cạnh tranh của DN thông qua chiến lược dẫn đầu về chi phí:

Cắt giảm chi phí là một trong những giải pháp quan trọng để hạ giá thành, nhất là các sản phẩm từ trước đến nay hưởng mức bảo hộ cao. Phát triển các ngành sản xuất các yếu tố đầu vào thay thế hàng nhập khẩu cho các ngành công nghiệp, mà nhờ vậy giảm chi phí. Ngoài ra, việc đổi mới công nghệ, đẩy mạnh hợp tác, tăng cường bảo hộ sở hữu công nghiệp, đổi mới sắp xếp doanh nghiệp... để tạo lợi thế cạnh tranh cũng là vấn đề cần làm ngay.

Một trong những nguyên nhân khiến DN chưa thành công trong quá trình chiếm lĩnh thị trường là do các DN mới chỉ tiếp cận được với khâu trung gian là những nhà môi giới thương mại mà chưa tiếp cận trực tiếp với người tiêu dùng để sản xuất những sản phẩm thích hợp. Do vậy, các DN cần quan tâm đến các động lực cạnh tranh, đó là: đáp ứng đơn hàng nhanh và dịch vụ trọn gói.

Sự khác biệt của sản phẩm, dịch vụ, xét cho cùng là công cụ quyết định sức cạnh tranh của DN, của ngành, của nền kinh tế. Đó chính là năng lực sáng tạo tiềm ẩn của người VN. Nếu tiềm năng sáng tạo được phát huy, chắc chắn sức cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp nói riêng và hàng hóa dịch vụ nói chung sẽ được nhân lên gấp bội.

Để nâng cao cạnh tranh dựa trên chi phí thấp, DN cần quan tâm hàng đầu tới các yếu tố sau đây:

- Chất lượng sản phẩm
- Tổ chức lại mạng tiêu thụ
- Giảm chi phí
- Giảm hao hụt, hư hỏng hàng

hóa

- Nắm thông tin về giá
- Bán đúng thời điểm

b. Các doanh nghiệp tiến hành triển khai thực hiện quản trị chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế ISO 9000; ISO 14000- 2004, SA 8000:2001 và OHSAS 18001:1999:

ISO 9000- Bộ tiêu chuẩn về

quản lý chất lượng gồm nhiều tiêu chuẩn với nội dung khác nhau nhưng cùng một mục đích là hướng dẫn các nhà quản lý những phương pháp cơ bản và hiệu quả để đảm bảo và nâng cao chất lượng quản lý, chất lượng sản phẩm trên cơ sở áp dụng những biện pháp kiểm soát và phòng ngừa những sai sót trong công tác quản lý điều hành các hoạt động liên quan đến quá trình sản

• Thúc đẩy và tiêu chuẩn hóa được những thành tựu tốt trong các hoạt động của DN.

• Có những tài liệu làm cơ sở để đào tạo nhân viên mới, nhằm đảm bảo cung cấp nguồn nhân lực được đào tạo tốt cho toàn bộ DN, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

ISO 14000: 2004- Bộ tiêu chuẩn về quản lý môi trường (Environmental Management Systems)



Ảnh Hòa Tấn

phẩm. Lợi ích của việc áp dụng tiêu chuẩn ISO 9000 trong DN:

• Trong quản lý, DN có thể nâng cao hiệu suất hoạt động nhờ sự phối hợp đồng bộ các quá trình trong DN, tất cả các quá trình quan trọng trong tổ chức đều được kiểm soát một cách có hệ thống.

• Áp dụng và được chứng nhận phù hợp với tiêu chuẩn này, nhà sản xuất có thể chứng minh về khả năng cung cấp sản phẩm một cách ổn định, đáp ứng các yêu cầu của khách hàng và các yêu cầu chế định thích hợp.

• Giảm bớt lãng phí nhờ giảm được các chi phí ẩn trong quản lý và SXKD.

• Do kiểm soát được thông tin liên lạc cũng như các biến động có liên quan đến khách hàng, thị trường và chất lượng sản phẩm.

Quản lý môi trường là một bộ phận của hệ thống quản lý toàn diện của DN. Việc quản lý môi trường là một quá trình liên tục, tác động qua lại bao gồm cơ cấu, trách nhiệm, qui tắc, thủ tục, quá trình và nguồn lực để thực hiện chính sách mục tiêu về môi trường và phải được sự phối hợp với các lĩnh vực khác như quản lý điều hành, tài chính, chất lượng, sức khỏe và an toàn lao động. Lợi ích của việc áp dụng tiêu chuẩn ISO 14001:

• Đảm bảo cho khách hàng những cam kết về quản lý môi trường

• Duy trì tốt những quan hệ quần chúng/cộng đồng. Cải thiện các mối quan hệ giữa DN với Chính phủ, hạn chế được những rắc rối về pháp lý liên quan đến môi trường. Tăng cường sự phát triển và chia sẻ các giải pháp môi trường với cộng đồng,

xã hội

- Có được hợp đồng bảo hiểm với chi phí hợp lý, tạo thuận lợi cho việc xin giấy phép khi cần mở rộng qui mô.

- Nâng cao uy tín DN, đáp ứng được các tiêu chuẩn của nhà cung cấp.

- Giảm thiểu và kiểm soát tốt chi phí, tiết kiệm được vật liệu và năng lượng, đảm bảo sự phát triển bền vững của DN.

- Nâng cao trách nhiệm và ý thức của nhân viên trong việc bảo vệ môi trường.

Tiêu chuẩn SA 8000: 2001 - (Social Accountability Accreditation Agency)

SA 8000 là tiêu chuẩn đạo đức trong sản xuất hàng hóa của DN, hàng hóa được sản xuất bằng lao động sạch. SA 8000 cũng giống các yêu cầu của luật lao động VN và được xây dựng thành các qui định trong 9 điều khoản. Ích lợi của việc các DN áp dụng SA 8000:

- Triển khai duy trì và tăng cường thực hiện các chính sách, các thủ tục quá trình để quản lý các mối quan hệ có thể phát sinh giữa công ty và người lao động.

- Chứng minh cho các bên quan tâm biết rằng, các chính sách, các thủ tục và sự thực hiện trong quá trình sản xuất sản phẩm phù hợp với yêu cầu của SA 8000.

- Tạo được lòng tin và sự trung thành của người lao động đối với DN.

Tiêu chuẩn OHSAS 18001: - hệ thống đánh giá an toàn và sức khỏe nghề nghiệp (Occupational Health and Safety Assessment Series)

Tiêu chuẩn OHSAS 18001 là tiêu chuẩn, trong đó đưa ra những chuẩn mực chung dùng để đánh giá một DN có tuân thủ các yêu cầu về sức khỏe, an toàn cho người lao động. Nội dung của tiêu chuẩn bao gồm các yêu cầu chính là chính sách an toàn và sức khỏe nghề nghiệp. Lợi ích của việc áp dụng tiêu chuẩn

này là:

- DN có thể giảm được các chi phí trực tiếp và gián tiếp nhờ giảm thiểu được những chi phí cho việc khám chữa bệnh của nhân viên.

- Tiết kiệm được nguồn nhân lực do giảm được sự vắng mặt của nhân viên vì lý do sức khỏe và bệnh tật.

- Giảm được nguy cơ xảy ra các tai nạn nghề nghiệp đối với nhân viên và cộng đồng xung quanh.

- Cải tiến được hình ảnh của công ty, tăng uy tín DN, nâng cao trách nhiệm về đạo đức kinh doanh trong DN.

- Có được hồ sơ làm bằng chứng cho mức độ thực hiện công tác quản lý an toàn và sức khỏe.

- Đáp ứng tốt yêu cầu của luật pháp.

- Nâng cao nhận thức của công nhân viên về an toàn và sức khỏe.

- Có thể kết hợp dễ dàng các hệ thống quản lý khác nhằm nâng cao hiệu quả quản lý.

c. Tiếp tục xây dựng phát triển các thương hiệu và thị trường hóa hoàn toàn những sản phẩm của doanh nghiệp:

Trong xu thế hội nhập, thương hiệu sản phẩm có ý nghĩa sống còn đối sự tồn tại và phát triển của DN. Các DN Nhật rất thành công trong việc xây dựng thương hiệu sản phẩm riêng cho mình để rồi cả thế giới biết đến. Ở TP. Cần Thơ thương hiệu sản phẩm chưa được các DN quan tâm đúng mức, nên hầu hết sản phẩm khi ra thị trường thế giới phải mang tên thương hiệu của DN khác. Đây là sự thiệt thòi lớn, vì lẽ đó trong quá trình thực hiện WTO, các DN xây dựng cho được một số sản phẩm có thương hiệu nổi tiếng trên thị trường.

Để thương hiệu thực sự có uy tín trên thị trường như các thương hiệu của các địa phương khác cần triển khai thực hiện hiệu quả các nội dung sau:

- Đánh giá mức độ thỏa mãn

của khách hàng mục tiêu đối với thương hiệu.

- Đánh giá mức độ nhận biết của cộng đồng đối với thương hiệu.

- Đánh giá mức độ cạnh tranh của thương hiệu.

- Đánh giá mức độ ảnh hưởng của thương hiệu đối với quyết định mua của khách hàng.

- Đánh giá mức độ bao phủ thị trường của thương hiệu.

d. Nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp thông qua:

- Phát triển DN theo hướng sản xuất hàng hóa, gắn sản xuất với thị trường, mở rộng sản xuất đi đôi với mở rộng thị trường tiêu thụ phẩm, theo hướng đa dạng hóa và chuyển dịch cơ cấu SXKD hợp lý.

- Thực hiện đầu tư vốn cho ứng dụng các tiến bộ khoa học, kỹ thuật để nâng cao năng suất, chất lượng.

- Tăng cường cung cấp thông tin ngắn hạn và dài hạn về thị trường, về sản phẩm về giá cả, về khoa học công nghệ nhằm phục vụ kịp thời hữu hiệu cho phát triển SXKD của các DN.

- Đẩy mạnh công tác đào tạo nguồn nhân lực cho DN bao gồm: đội ngũ marketing chuyên nghiệp, đội ngũ nghiên cứu phát triển DN, đội ngũ công nhân có tay nghề cao, đội ngũ nhà quản trị có tầm nhìn.

- Rà soát lại toàn bộ hoạt động của DN qua đó đánh giá chính xác điểm mạnh - hạn chế của từng DN trong SXKD khi VN gia nhập WTO, để có kế hoạch cụ thể tái cấu trúc lại DN.

- Xuất phát từ thực tế, các DN xây dựng các chương trình nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ phục vụ phát triển SXKD. Đẩy mạnh công tác khảo nghiệm, thử nghiệm và áp dụng các tiến bộ khoa học công nghệ trong việc tạo sản phẩm mới

- Ứng dụng tiến bộ kỹ thuật trong các khâu chế biến, thu hoạch, bảo quản sản phẩm.

- Các DN SXKD sản phẩm thủ

công truyền thống, các cơ sở chế biến vừa và nhỏ, các hình thức dịch vụ thì đánh giá lại khả năng cạnh tranh, khuyến khích phát triển, các cản trở hiện nay để có chiến lược phát triển mới.

- Nghiên cứu làm rõ mô hình, hướng đi và xây dựng các giải pháp khả thi nhằm thúc đẩy tiến trình hội nhập.

e. Các giải pháp ứng dụng và phát triển khoa học kỹ thuật trong SXKD của các doanh nghiệp:

- Phải tổ chức và xây dựng bộ máy quản lý khoa học công nghệ ở tuyến huyện.

- Tăng cường công tác tuyên truyền, tập huấn, phổ biến những tiến bộ khoa học kỹ thuật.

- Tăng cường đầu tư cho nghiên cứu, ứng dụng khoa học công nghệ vào sản xuất và đời sống. Đẩy mạnh nghiên cứu thị trường và triển khai ứng dụng theo hướng đổi mới thiết bị, công nghệ. Đẩy mạnh cơ giới hóa nông nghiệp.

- Chú trọng những công nghệ tiên tiến trong canh tác và chế biến sau thu hoạch.

- Đẩy mạnh công tác ứng dụng khoa học công nghệ về giống có năng suất, chất lượng cao.

- Có chính sách đào tạo đội ngũ cán bộ khoa học, kỹ thuật, đào tạo cán bộ chuyên sâu sau đại học, khuyến khích thu hút nhân tài.

- Nhân rộng các mô hình DN SXKD hiệu quả.

- Tranh thủ sự đầu tư trong và ngoài nước.

- Tăng tỷ trọng đầu tư ngân sách cho ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ.

f. Giải pháp về ứng dụng công nghệ thông tin vào DN:

Thứ nhất, vẫn còn vấn đề về nhận thức chưa đầy đủ vai trò động lực của công nghệ thông tin trong hoạt động của doanh nghiệp. Muốn nâng cao chất lượng sức cạnh tranh và khả năng hội nhập thì doanh nghiệp không thể không áp dụng

công nghệ thông tin. Việc này các nước phát triển đã vận dụng rất triệt để và đã thu được thành quả rất lớn cho mỗi doanh nghiệp cũng như cho quốc gia. Ví dụ: Gần như tất cả các công ty Mỹ đã sử dụng khả năng thông tin của mạng toàn cầu để quảng cáo những sản phẩm của mình. Thị trường quảng cáo phát triển nhanh hơn số lượng người mua trên mạng, thậm chí nhanh hơn cả khối lượng hàng bán được (từ 37 triệu USD năm 1995 lên 400 triệu USD năm 1997). Theo dự đoán của các nhà nghiên cứu thì trong tương lai không xa, quảng cáo trên Internet sẽ thực sự trở thành đối thủ cạnh tranh nguy hiểm của quảng cáo thông thường nhờ số lượng người sử dụng mạng Internet ở Mỹ ngày một tăng (năm 2000, số người hòa mạng Internet ở Mỹ là 120 triệu, chiếm 43% số người hòa mạng Internet trên toàn thế giới).

Thứ hai, việc chuẩn bị đầu tư và đầu tư từ khâu quy hoạch, tài chính, nhân lực đến đánh giá đầu tư ứng dụng công nghệ thông tin... vào các hoạt động của doanh nghiệp còn chưa được chú trọng. Đầu tư trung bình cho công nghệ thông tin hàng năm từ các doanh nghiệp còn thấp, chỉ khoảng bằng 0,1% doanh số; nặng về đầu tư phần cứng, thiếu các hệ thống thông tin cần thiết cho quản lý và hiện đại hóa sản xuất. Nhiều doanh nghiệp đầu tư không hiệu quả, không phù hợp với đặc thù kinh doanh của doanh nghiệp mình, dẫn tới hoạt động kém hiệu quả, không tận dụng được hết các ưu điểm của công nghệ thông tin, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Thứ ba, vẫn còn thiếu cơ chế chính sách đồng bộ của Nhà nước và của các doanh nghiệp để tạo điều kiện cho việc đưa nhanh tiến bộ kỹ thuật, công nghệ và sản phẩm công nghệ thông tin phục vụ doanh nghiệp.

Tóm lại, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là một

tất yếu khách quan trong quá trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Nếu không làm được điều này, doanh nghiệp không chỉ thất bại trên "sân khách" mà còn gánh chịu những hậu quả tương tự trên chính "sân nhà". Để nâng cao năng lực cạnh tranh doanh nghiệp cần phải:

(1) Xây dựng và lựa chọn chiến lược sản phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường và khả năng, lợi thế của doanh nghiệp. Để xây dựng chiến lược sản phẩm có chất lượng cao, doanh nghiệp cần tăng cường công tác nghiên cứu khai thác thị trường. Nghiên cứu để tìm hiểu cơ hội mới cho hàng hóa của các doanh nghiệp xuất khẩu sang các nước như Mỹ, các nước Trung Đông và các nước châu Phi

(2) Cần thực hiện chiến lược đầu tư thích hợp một tầm nhìn hướng tới dài hạn. Để thực hiện được định hướng nêu trên trong từng năm, doanh nghiệp cần xác định trọng điểm mũi nhọn cần phải ưu tiên đầu tư và tập trung các nguồn lực để thực hiện đầu tư dứt điểm, nhanh chóng tạo ra sản phẩm mới đáp ứng kịp thời nhu cầu người tiêu dùng trong nước và quốc tế. Hạn chế và chấm dứt tình trạng lựa chọn các dự án đầu tư thiếu đồng bộ, thiếu nguyên liệu, không hoạt động được, hoặc hoạt động không hết công suất thiết kế, gây thất thoát, lãng phí.

(3) Cần có chiến lược đầu tư đổi mới công nghệ thích hợp, đồng thời các doanh nghiệp phải quản lý và phát huy tốt các dây chuyền công nghệ đã được đầu tư để từng bước nâng cao chất lượng sản phẩm. Phần đầu áp dụng các công cụ quản lý chất lượng hiện đại theo tiêu chuẩn ISO 9000, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm. Xây dựng thương hiệu để khẳng định vị thế của doanh nghiệp với khách hàng tiêu dùng trong nước và quốc tế.

(Xem tiếp trang 11)

cho đội ngũ quản lý làm nên hiệu quả của doanh nghiệp, kể cả doanh nghiệp trong khu vực kinh tế nhà nước cũng như doanh nghiệp khu vực tư nhân trên tinh thần không tiếc tiền chi cho người làm ăn có hiệu quả hơn là chi phí ít nhưng lại làm không có hiệu quả. Các doanh nghiệp cần xây dựng bộ tiêu chuẩn công việc của từng bộ phận đơn vị mình một cách chi tiết để làm cơ sở tuyển dụng và phân công công việc. Đây là cơ sở để doanh nghiệp thực hiện cơ chế bổ sung và đào thải cán bộ quản lý, nhân viên và công nhân một cách kịp thời.

2.4 Kiến nghị về phía chính quyền địa phương:

Để hỗ trợ cho các doanh nghiệp hoạt động nhất thiết phải thiết lập một cơ chế hỗ trợ có hiệu quả mà người đứng ra thực hiện là chính quyền các địa phương. Theo chúng tôi nên thực hiện cơ chế ba nhà: Nhà doanh nghiệp – Nhà trường - Nhà nước. Đây là một cơ chế mà làng Sakaki (thuộc vùng Nagano, Nhật) áp dụng một cách có hiệu quả mà tác giả bài viết này đã trực tiếp tham quan thực tế vào tháng 8 năm 2006. Chính quyền Sakaki đã thành lập một trung

tâm hỗ trợ doanh nghiệp hoạt động theo cơ chế kết hợp ba nhà kể trên. Nguồn vốn thành lập trung tâm chủ yếu là do các doanh nghiệp đóng góp, chính quyền địa phương chỉ góp một phần rất nhỏ. Trung tâm được đầu tư đầy đủ các phương tiện kỹ thuật hiện đại để giúp các doanh nghiệp thực hiện các kiểm định, đo lường chất lượng sản phẩm hàng hoá dưới sự trợ giúp của các trường đại học cộng tác với làng. Trung tâm cũng cung cấp đầy đủ các thông tin về tiến bộ kỹ thuật, về sản phẩm mới, về tình hình thị trường trong và ngoài nước cho các doanh nghiệp. Tại trung tâm hình thành nhiều câu lạc bộ khác nhau của doanh nghiệp, nơi các doanh nghiệp thảo luận các sản phẩm mới cũng như hướng phát triển các sản phẩm của làng. Thông qua các câu lạc bộ này, các doanh nghiệp đưa ra các sáng kiến và hỗ trợ lẫn nhau trong kinh doanh. Tinh thần khởi nghiệp của làng cũng được Trung tâm nuôi dưỡng và hỗ trợ việc hình thành các doanh nghiệp mới về vốn, cũng như về kỹ thuật và thị trường. Trung tâm cũng thường xuyên tổ chức các lớp giảng về quản trị doanh nghiệp do các trường

đảm nhận, từ đó cập nhật những thành tựu mới trong khoa học quản trị cho các doanh nghiệp. Điều hành Trung tâm là một bộ máy chỉ gồm 4 quan chức, nhưng họ thực hiện rất tốt công tác quản lý và hỗ trợ doanh nghiệp, đây là câu nói ba nhà trong ngôi nhà chung này của làng. Lương của bộ máy không được trả bởi nhà nước mà từ sự đóng góp của doanh nghiệp và họ phục vụ một cách có hiệu quả cho 300 doanh nghiệp đóng trên địa bàn của làng Sakaki (diện tích của làng Sakaki là 54km², dân số 12.000 dân, trung bình 40 người có một người làm giám đốc), trong đó có hai doanh nghiệp có tầm hoạt động toàn cầu (Công ty Nissei Plastic Co. sản xuất máy ép nhựa và công ty Takeuchi sản xuất xe xúc đất) ■

Tài liệu tham khảo

- 1) Nguyễn Thị Cảnh (2006), "Đánh giá lợi thế cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc khu vực kinh tế tư nhân VN so với các khu vực kinh tế khác", Kỷ yếu Hội thảo khoa học: Cạnh tranh và Hội nhập – Một số vấn đề về lý thuyết và ứng dụng, Khoa Kinh tế – ĐHQG TP. HCM, tr. 59 – 74, NXB ĐHQG TP. HCM.
- 2) Nguyễn Vĩnh Thanh (2005), Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp VN trong giai đoạn hiện nay, Tạp chí Nghiên cứu kinh tế, số 8 (327), tr. 3-14.
- 3) Tổng cục thống kê (2006), Niên giám thống kê 2005, Nxb Thống kê, Hà Nội.
- 4) Trần Văn Tùng (2004), Cạnh tranh kinh tế, NXB Thế giới, Hà Nội.

(Tiếp theo trang 7)

Nâng cao năng lực cạnh tranh ...

(4) Hoàn thiện mạng lưới tiêu thụ của các doanh nghiệp cả ở thị trường trong nước và đẩy mạnh phát triển các văn phòng, đại lý tại các thị trường nước ngoài.

(5) Chú trọng nâng cao chất lượng đội ngũ lao động. Hiện nay có tới gần 40 % số lao động trong doanh nghiệp chưa qua đào tạo có hệ thống. Đây là trở ngại lớn cho việc tiếp nhận, chuyển giao kỹ thuật, công nghệ mới và hạn chế năng suất, chất lượng, hiệu quả sản xuất. Không ít các ngành nghề đang rất thiếu lao động có tay nghề cao, bởi vậy giải pháp đẩy mạnh công tác đào tạo nghề cho người lao

động là hết sức cần thiết và cấp bách.

(6) Để tồn tại và phát triển các DN phải chủ động tự học, tự tìm kiếm thông tin vì đây là vấn đề sống còn liên quan đến sinh mạng của DN. Sự hiểu biết của DN đối với WTO giúp tạo sự đồng thuận trong quá trình đàm phán. Đáng tiếc sự hiểu biết của DN chủ yếu qua báo chí một cách sơ sài.

(7) Cần có chiến lược ngành hàng để đối phó với sức ép cạnh tranh quốc tế khi VN mở cửa thị trường thực sự sau khi trở thành thành viên WTO. Cần xây dựng và mô hình hóa từng mặt hàng, thay đổi công nghệ, đào tạo cán bộ quản lý.

(8) Các DN cần xây dựng chiến lược SXKD cho riêng mình và gắn với sự phát triển về cơ cấu của toàn ngành, áp dụng các biện pháp nâng

cao năng lực cạnh tranh.

Giải quyết hiệu quả các yếu kém trong nội bộ về năng lực quản lý, trình độ chuyên môn, chuyên nghiệp hóa nhân viên, đổi mới công nghệ... thì mới có thể phát triển SXKD sau khi VN trở thành thành viên WTO.

Giáo dục tiến trình các cam kết WTO, cơ hội, thách thức và những việc cấp bách mà mọi DN, mọi người phải làm sau khi gia nhập WTO cho mọi người trong công ty, cho toàn DN trong TP. Cần Thơ, kể cả cán bộ chủ chốt của TP. Cần Thơ là cấp bách và cần thiết ■

Tài liệu tham khảo:

- Các bài viết đăng trên trang Website của Bộ kế hoạch và đầu tư,
Các bài viết đăng trên trang Website Bộ tài chính
Số liệu khảo sát thực hiện đề tài TP.HCM, Cần Thơ, Kon Tum