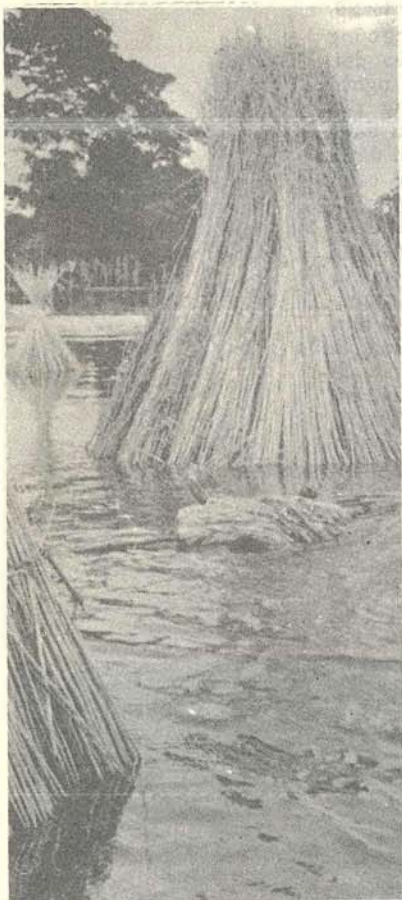




Người ta nói nếu sai lầm “chiến lược”, dù với cơ chế tổ chức, chiến thuật, kỹ thuật phương tiện và biện pháp hoàn hảo cũng sẽ khó tránh được thất bại. Và “thuyền to sóng lớn” nguồn lực và quy mô với thời gian càng kéo dài, tổn thất càng nặng nề. Tuy rằng chiến lược đúng không đồng nghĩa với thành công, nó còn phụ thuộc vào năng lực tổ chức quản lý...

Phải chăng ngành đay với giá trị tài sản cố định (chỉ riêng thiết bị máy móc) trên 30 triệu USD (hơn 320 tỷ đồng VN) và giá trị sản lượng hàng năm tương đương 120 tỷ đồng, thu hút hàng vạn lao động (kể cả trong nông nghiệp trồng đay), bước vào năm 1993 với hàng tồn kho ngày càng tăng, trên 30% sản phẩm (10 triệu bao), đang đứng trước tình huống đó? Nếu vậy và không sớm xác định một chiến lược đúng, thì vốn liếng, tài sản gần 500 tỷ đồng mà không sinh lợi, kéo dài trong 1 năm giá định chịu lãi suất ưu đãi ngân hàng 0,7%/tháng thiệt hại có thể đến 30-40 tỷ đồng/năm theo một phép tính ước lượng 42 tỷ đồng VN (500 tỷ x 0,7% x 12 tháng).

Vào đầu 1993, trước tiến bộ khoa học kỹ thuật, đặc biệt ở ngành nhựa, người ta đã tìm ra một nguyên liệu mới, rẻ và tiện lợi - nhựa PP có thể dệt bao và từng bước thay thế bao đay làm bao bì cho nông sản, kể cả sản phẩm xuất khẩu. Tuy đặc tính lý hóa có khác, song ở cùng cỡ kích, nếu giá thành sản xuất bao đay độ 4.000 đ/chiếc - 50 kg, thì bao nhựa PP chỉ hơn 1.000 đ/chiếc - 50 kg.

chế tốt và tăng sản lượng, năng suất ở khâu chế biến để giảm giá thành và cạnh tranh với bao ngoại nhập. Phục vụ chiến lược này, người ta kiến nghị các biện pháp tài chính như tăng thuế nhập khẩu lên 30-40%, giảm thuế doanh thu cho bao đay nội từ 4% xuống 1% và tăng cường kiểm tra kiểm soát... ngăn chặn hàng lậu ở các khâu.

Áp dụng chiến lược trên, riêng nhà máy đay Indira Gandhi ở TP có kiến nghị ngân sách đầu tư thêm trên 30 tỷ đồng chủ yếu để trả nợ thiết bị, đưa sản lượng lên gấp 2 lần đạt 6 triệu bao/năm.

2. Còn chiến lược thứ 2, xuất phát từ dấu hiệu và quy luật của thị trường, hướng tiến bộ của khoa học kỹ thuật trong việc nâng cao chất lượng, sức bền và độ thoáng của bao PP giảm tỷ lệ bao đay trong bảng cân đối chung bao bì nông sản và lúa gạo xuất khẩu và tăng dần bao PP lên vì (ưu điểm KT-KT đã nêu). Đây là chiến lược giống như chiến lược phát triển ngành sợi vải tơ tằm, sợi vải bông trong sự cân đối vải may mặc nói chung, kể các dạng sợi vải tổng hợp.

Khi giảm sản lượng bao đay với vốn tài sản cố định, máy móc thiết bị khổng lồ gần 1/2 ngàn tỷ đồng, liệu giá thành, giá cả bao đay có đủ sức cạnh tranh với bao PP và bao đay nhập lậu không? Đây quả là một bài toán nan giải...

Tiến bộ khoa học kỹ thuật ngày nay, cùng với việc nâng cao tỷ lệ vận chuyển container và hợp lý hóa thời gian về bao sản phẩm từ silo đến tay người tiêu dùng sẽ cho phép bao PP khắc phục nhược điểm dễ hơn là giảm giá thành sản xuất bao đay từ 4.000 đ/chiếc - 50 kg xuống độ khoảng trên 1.000 đ/bao với trọng lượng ít hơn 5 lần... Lý luận và ước tính trên đây là cơ sở gợi lên một hướng chiến lược phát triển ngành đay trái ngược với chiều hướng chính thống của Bộ công nghiệp nhẹ. Song, đây là đề tài đáng giá với hiệu quả kinh tế xã hội, tiết kiệm cả chục tỷ đồng trong 1 năm. Nó đáng được trả giá cả chục triệu đồng cho các cơ quan “Tư vấn kinh tế” chứng minh và khoa học kỹ thuật thông tin chứng minh được chiến lược nào đúng bằng ngôn ngữ “luận chứng kinh tế - kỹ thuật” qua hệ thống so sánh phương án ở mấy vĩ tính.

Tuy rằng mới bước vào nền kinh tế thị trường do Nhà nước quản lý theo định hướng XHCN, các cơ quan “tư vấn kinh tế-thông tin-kỹ thuật” còn non yếu. Song sử dụng trí tuệ và thông tin của thế giới, bài toán cho sự chọn lựa chiến lược phát triển ngành đay VN trong tâm tay và cần phải bắt đầu từ hôm nay, vì với quy mô vốn liếng, tài sản của ngành này, sự chậm trễ sẽ đem lại thua thiệt lớn cho nền kinh tế đất nước ♣

NGÀNH ĐAY

Ở NGÃ BA ĐƯỜNG CỦA CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN

TRẦN TỬ TRUNG

Và như vậy, trong cơ cấu bao bì nông sản phẩm, xuất hiện bao PP ngày càng tăng vì rẻ và tốn phí vận chuyển lưu kho thấp với trọng lượng ít hơn 5 lần. Theo số liệu thống kê, số lượng bao PP qua cửa khẩu TP.HCM trong 1 tuần (11-20.11.1993) là 1.032.980 cái. Giá định lượng bao trung bình trong năm hàng tuần bằng 50% số đó thì 1 năm số bao qua TP là 24 triệu bao, chưa kể cả nước sản xuất 120 triệu bao PP/năm ở những năm tới.

Trước tình hình đó, xuất hiện 2 quyết sách chiến lược “phát triển” ngành đay đối ngược nhau.

1. Chiến lược thứ nhất của Bộ công nghiệp nhẹ và các nhà máy quốc doanh đay là:

Tiếp tục đầu tư ở tất cả các khâu từ sản xuất nông nghiệp trồng đay với áp dụng giống mới, năng suất cao, sơ