

NHỮNG ĐỐI THỦ KINH TẾ BẮT ĐẮC DỄ

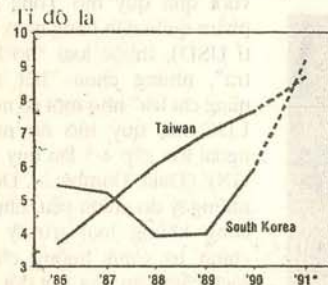
TRẦN TRUNG PHUƠNG

Hiện nay, đối với các con rồng kinh tế ở Châu Á, việc tìm cách liên minh với nhau để chống lại "kẻ thù" chung là anh khổng lồ Nhật Bản được xem là một trong những nhiệm vụ quan trọng đặt ra cho các thành viên của câu lạc bộ các quốc gia vừa mới được công nghiệp hóa. Trong một thời gian dài, Nhật Bản được xem là một trung tâm kinh tế có sức thu hút mãnh liệt đối với các "hành tinh" hoặc "vệ tinh" kinh tế ở khu vực. Nhưng hiện nay, khi các con rồng nhỏ bắt đầu thức giấc và đủ sức lực tự mình vươn lên thì họ luôn luôn tìm cách giảm bớt sự lệ thuộc vào Nhật Bản. Lý do đơn giản chỉ vì các quốc gia này muốn giảm bớt sự khiếm hụt trong cán cân mậu dịch và thường mại với Nhật Bản.

Trường hợp điển hình nhất là hai quốc gia Đài Loan và Nam Triều Tiên. Trong một cuộc họp gần đây được tổ chức ở Đài Loan vào đầu tháng 8 vừa qua, cả hai nước đều cố gắng đi tìm các giải pháp để giảm bớt sự nhập khẩu các hàng hóa, máy móc, dịch vụ từ Nhật, đồng thời mở rộng thị trường xuất khẩu của mình.

Đài Loan và Nam Triều Tiên là hai quốc gia Châu Á có rất nhiều điểm giống nhau, từ truyền thống văn hóa, lịch sử cho đến chế độ chính trị, chiến lược phát triển kinh tế (cả hai đều chủ trương xây dựng một chính sách kinh tế hướng về xuất khẩu). Và cũng giống nhau ở một điểm mà cả hai đều không muốn: bị làm vào tình trạng khiếm hụt kinh niên trong cán cân mậu dịch với Nhật Bản, lệ thuộc nặng nề vào Nhật Bản và trao đổi mậu dịch với nhau còn rất hạn chế (Xem sơ đồ dưới đây)

Thâm hụt mậu dịch với Nhật



Nguồn: Bộ Tài chính (Đài Loan), Bộ Thương mại và Kỹ nghệ (Nam Triều Tiên)

Trao đổi mậu dịch giữa Nam Triều Tiên và Đài Loan



Tuy nhiên, đối với cả hai quốc gia, thực hiện ý muốn giảm bớt sự lệ thuộc vào Nhật, tăng cường sự hợp tác với nhau không phải là một việc làm dễ dàng. Dù muốn hay không, cả hai quốc gia đều là những đối thủ kinh tế của nhau. Ngoại trừ hai mặt hàng chính là xe ô tô và tàu thủy, Nam Triều Tiên không sợ bị Đài Loan cạnh tranh, còn lại phần lớn các mặt hàng khác như các dụng cụ điện tử, vải sợi, giày dép... cả hai nước đều không ai nhường bước cho ai trong việc tranh đua chiếm lĩnh các thị trường xuất khẩu ở trong khu vực cũng như ở những nơi khác trên thế giới. Trên lãnh vực đầu tư, các nhà doanh nghiệp của hai nước cũng không ai chịu nhường bước cho ai. Hiện nay, vì cả hai lý do kinh tế và chính trị, hai nước đều mở rộng quan hệ kinh tế với những nước trước kia bị xem là thù địch (Nam Triều Tiên mở rộng quan hệ với Liên Xô, Trung Quốc; Đài Loan mở rộng quan hệ với Liên Xô, Bắc Triều Tiên và với cả Trung Quốc). Có người còn lo sợ rằng trong tương lai, thay vì hợp tác với nhau để đối phó với các con cá kinh tế khổng lồ, hai quốc gia này còn cạnh tranh với nhau ác liệt hơn nữa. Đó sẽ là những đối thủ kinh tế bắt buộc, dù muốn dù không.

Một khó khăn khác nữa là thị trường nội địa ở cả hai nước đều không có truyền thống "chấp nhận" nhau một cách dễ dàng như đối với các công ty Nhật. Và lại, cả hai nước đều bắt buộc phải nhập những máy móc có trình độ kỹ thuật cao từ Nhật Bản, những bí quyết công nghệ mới chưa được phổ biến ở cả Nam Triều Tiên và Đài Loan.

Mặc dù vậy, cả hai nước đều thống nhất với nhau rằng, dù nói chỉ trên giấy tờ, cần phải hợp tác với nhau chặt chẽ hơn nữa, mở rộng thị trường cho nhau và cùng nhau tìm các biện pháp giảm bớt căng thẳng càng tốt sự lệ thuộc đối với Nhật Bản.

Hợp tác và cạnh tranh luôn luôn là hai mặt khác nhau của cùng một mối quan hệ kinh tế giữa Nam Triều Tiên và Đài Loan.

TTP

(Theo Far Eastern Economic Review, 8/91)



Còn người khi làm việc, dường như vẫn giữ những thái độ, hành vi con trẻ. Giống như anh ta chưa bao giờ biết đến các phần thưởng như bằng danh dự, xem hát xiếc... khi được điểm cao. Đúng là, một khi đến tuổi trưởng thành, các phần thưởng có thay đổi. Nhưng anh ta vẫn thích được thưởng như thời thơ ấu và tìm cách được thưởng, thông qua đó nâng cao hiệu suất công việc của mình. Nếu không được thưởng, anh ta, như một nhà nghiên cứu ở đại học Harvard (Mỹ) chứng minh, sẽ chỉ sử dụng 15% trí thông minh, tài năng của mình trong công việc. Một sự lãng phí, như ý kiến của những người phụ trách việc bảo công, tuồng thường chất xám. Và họ tự hỏi cần phải làm những gì để khai thác tối chất xám hơn.

Theo một nghiên cứu mới đây cạnh 300 nhà lãnh đạo xí nghiệp, ưu tư hàng đầu của họ, ngay sau khi ưu tư về cung cấp năng lượng cho xí nghiệp, là làm thế nào để kích thích nhân viên của họ ham làm việc. Đặc biệt, các nhân viên trung, cao cấp. Loại nhân viên mà người ta cứ tưởng năng động, tự tin, thích chiến thắng. Thực ra, họ cũng gặp thất vọng, chán nản, không thiết công việc. "Không thể giải thích cho thủ trưởng của tôi về những trục trặc trong công việc ở bộ phận của tôi. Vì, dù sao đi nữa,

KÍCH THÍCH NHÂN VIÊN LÀM VIỆC

NGƯỜI TA ĐÃ THỬ MỌI CÁCH, CÁCH GẦN ĐÂY NHẤT: ĐƯA NHÂN VIÊN THÂM NHẬP VÀO CÁC GIÁ TRỊ CỦA XÍ NGHIỆP.

Ông ta cũng sẽ chỉ bảo cáo lên ban lãnh đạo những điều tốt đẹp". Một giám đốc chi nhánh Quỹ tín dụng Thương mại Pháp cho biết.

Tuy thế, các công cụ để kích thích, năng động hóa nhân viên vẫn có. Từ những công cụ đứng đắn, nghiêm chỉnh cho đến loại kỳ quặc nhất. Từ các hội thảo có nước sôi, thơm xanh, phim đen chiếu cho đến các chuyến viễn du rừng thưa châu Phi, với thức ăn đủ sống và la bàn chính hướng đi. Từ phiếu mua hàng ở cửa hiệu Lafayette (Paris) cho đến khóa huấn luyện chèo bè vượt thác Colorado (Mỹ), bảo đảm gây cảm giác mạnh. Giáo sư đại học, nhà tư vấn và nhà tâm lý lâm chuyên gia cho các xí nghiệp trong lãnh vực này. Mỗi người một phương pháp, mỗi phương pháp đều có lý lẽ của nó. Người thì ca tụng cách chữa trị tập thể, người khác, cảnh tịch mịch ở đồng quê, lại có kẻ, không gì bằng một chuyến du lịch nghỉ ngơi ở phương xa.

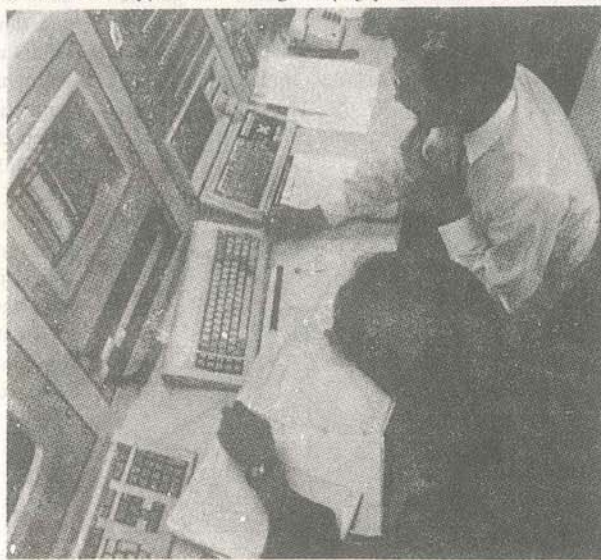
"Chìa khóa của thành công thật đơn giản, Bruno Roca, Tổng giám đốc công ty Bernard Krief Motivation giải thích. Một chương trình nhằm kích thích nhân viên phải được cảm nhận ngay từ đầu như một chương trình để tham gia đối với đại đa số. Thường người ta có 10 đến 15% nhiệt tình hứng thú, lượng người không thích trung bình con số đó, và 70 đến 89% là những người hưởng ứng theo. Chính loại thứ ba này là những người cần nhắm tới".

Nhưng cần phải biết nhắm tới họ như thế nào. Không ít người thích quà cáp. Nhân viên được thưởng có thể chọn, theo ca-ta-lô, rượu nguyên thùng, chuyến du lịch, khóa huấn luyện đánh golf,

hoặc chi phiếu sử dụng để ăn trong một quán ăn nổi tiếng. Bên cạnh đó, còn có một kiểu phát quà "nghèo" hơn: huy chương bằng sứ-cô-la, cúp kiểu các giải oscar và césar. Thật rẻ tiền.

Tồn kém thấy rõ là các khóa huấn luyện kinh khủng

theo kiểu luyện đi trên than hồng hoặc nhảy giữa trời lung cọt dây thun co giãn. Có lẽ, chúng minh rằng ta đây không chỉ tham vọng nghề nghiệp mà còn có quả tim ngon lành. Phương pháp này có ý nhằm phát huy tính kiên nhẫn, tán tụng ý chí chiến đấu, và làm



này nở tình đồng đội khi người ta phải gắng sức để đạt mục đích. Con người, như người ta nói, vẫn nhớ đến những trò chơi hướng đạo thuở nhỏ. Nhưng dường như ngày nay người ta không còn tin tưởng lắm vào điều đó.

Hơn nữa, cái phi phạm cũng có giới hạn của nó. Một giám đốc nhân sự quả quyết, "thật ngại ngùng khi nghĩ rằng những con người trong xí nghiệp thăng hoa toàn diện là do một lần họ đã chứng minh sự phi phạm của mình".

Vậy thì... phải có cái gì đó để kích thích nhân viên làm việc chứ? "Ngày nay người ta đấu tranh vì những giá trị, Jean Julien cũng thuộc công ty Bernard Krief nhận xét. Xí nghiệp là một thể chế vừa là một bộ tộc với một ông phù thủy. Chính phù thủy chỉ đường và quyết định các giá trị. Các nhân viên phải thẩm định được chúng và chiếm lấy chúng. Và như thế, họ sẽ được kích thích, nhất là khi, thêm vào đó, xí nghiệp luôn luôn giúp đỡ họ được học thêm".

NT.

(Theo Le Nouvel Observateur)

ỦY BAN HỢP TÁC QUỐC TẾ CHO CÁC XÍ NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở LIÊN XÔ

Làm thế nào một xí nghiệp nhỏ của Liên Xô không có các kinh nghiệm cần thiết, không có sự ủng hộ mạnh mẽ của một bộ hoặc một cục của chính phủ lại tìm được một bạn hàng? Làm thế nào nó khởi đầu việc nhờ đến giám định quốc tế để cải thiện các tiêu chuẩn công nghệ và kỹ thuật của mình? Chấn chấn câu trả lời là tìm được một tổ chức được bảo trợ. Đặc biệt là Ủy ban Hợp tác quốc tế cho các xí nghiệp vừa và nhỏ.

Chủ tịch Ủy ban, Tiến sĩ kinh tế Yuri Piskulov bình luận về các hoạt động trong tổ chức của ông.

Ủy ban được thành lập như là một đơn vị gắn liền với Hiệp hội các tổ chức kỹ thuật và khoa học Liên Xô. Thực vậy, Hiệp hội là một nhóm quan tâm chung duy nhất với số hội viên trên 12 triệu kỹ sư, nhà kinh tế và nhà khoa học, cùng với 150.000 xí nghiệp và tổ chức xô-viết. Nó bao gồm 34 hội định hướng kỹ nghệ, hơn 20 ủy ban liên kỹ nghệ (interindustry) và các tổ chức dành cho các vấn đề then chốt của kỹ nghệ và tiến bộ khoa học kỹ thuật. Hiệp hội các tổ chức kỹ thuật và khoa học Liên Xô có 10 đại biểu tại Hội đồng đại biểu nhân dân Liên Xô, tất cả là những gương mặt nổi tiếng trong khoa học kỹ thuật hoạt động trong các ủy ban đã được Xô-viết tối cao Liên Xô công nhận. Bầu không khí linh động của các tổ chức kỹ thuật quốc gia được Perestroika làm cho trẻ lại, được phản ánh, chẳng hạn như trong khẩu hiệu "Bạn có thể gặp được bất kỳ chuyên viên nào trong bất kỳ khu vực kinh tế nào tại cuộc gọi điện thoại lần thứ ba". Các hoạt động liên quan đến công việc trị giá trên một tỷ rúp được hoàn thành bởi các trung tâm tính toán lợi lỗ của Hiệp hội vào năm 1989 - so với 120 triệu năm 1988 - là một dấu hiệu chứng tỏ tính năng động của Hiệp hội.

Ủy ban xem việc trợ giúp hiện đại hóa công nghệ các xí nghiệp quy mô vừa và nhỏ là một trong những mục tiêu chính. Sự trợ giúp này mang hình thức làm việc cùng với các kỹ sư, kỹ thuật viên và các cộng đồng thương mại nước ngoài, thiết lập các nhóm, tập đoàn và công ty liên kết để cung cấp những dịch vụ kỹ thuật và tư vấn trong lãnh vực nghiên cứu, phát triển và các dự án kỹ thuật tiên tiến. Chúng tôi được ủy nhiệm chuyển giao kỹ thuật công nghệ sắc sảo, quản trị kinh doanh thành thạo, các hoạt động kinh doanh quốc tế và marketing hiện đại. Để cung cấp loạt dịch vụ này, Ủy ban đã thiết lập Vneshecentr, một đơn vị hợp thành bởi một nghị quyết của chính phủ tháng 1-1990, như là một tổ chức kinh tế ngoài nước toàn liên bang chịu trách nhiệm xuất nhập khẩu hàng hóa, các hoạt động liên quan đến việc nghiên cứu và các hoạt động khác chịu ảnh hưởng của các xí nghiệp và tổ chức thành viên của Hiệp hội.

TRƯƠNG CUNG NGHIÃ

PHÁT TRIỂN KINH TẾ 27