

Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Đồng bằng sông Cửu Long

PGS. TS. NGUYỄN VĂN TRÌNH

Các nghiên cứu của nhiều chuyên gia cho thấy số lượng doanh nghiệp thường xuyên nghiên cứu thị trường chỉ chiếm $\frac{1}{4}$ tổng số doanh nghiệp, còn số lượng lớn $\frac{3}{4}$ các doanh nghiệp cho rằng công tác nghiên cứu thị trường không nhất thiết phải làm thường xuyên.

Ảnh Hòa Tấn



I. Thực trạng năng lực cạnh tranh

1.1 Về quy mô doanh nghiệp:

Xét về quy mô vốn: Theo số liệu thống kê của Tổng cục thống kê VN đến năm 2004 ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) đại đa số các doanh nghiệp có quy mô vốn nhỏ. Trong tổng số 12.757 doanh nghiệp thì số doanh nghiệp có quy mô vốn từ 10 tỷ VND đến 50 tỷ VND là 522 doanh nghiệp, chiếm 4,1% trong tổng số doanh nghiệp, quy mô từ 50 tỷ đến dưới 200 tỷ là 187 doanh nghiệp, chiếm 1,4%, quy mô từ 200 tỷ đến dưới 500 tỷ là 54 doanh nghiệp, 0,42% và quy mô từ trên 500 tỷ là 12 doanh

niệp, chiếm 0,09%. Như vậy, có đến 11.982 doanh nghiệp có quy mô vốn dưới 10 tỷ đồng, chiếm tỷ lệ 93,92% tổng số doanh nghiệp trên địa bàn. [3, tr.182]

Xét về quy mô lao động: Nếu xét về quy mô lao động thì phần lớn các doanh nghiệp khu vực ĐBSCL có quy mô dưới 300 lao động chiếm số lượng lớn khoảng 12.358, chiếm 96,87% so với tổng số doanh nghiệp trên địa bàn. Số doanh nghiệp có quy mô lao động từ 300 đến dưới 500 lao động là 100 doanh nghiệp, chiếm 0,78%, quy mô từ 500 lao động đến dưới 1.000 lao động là 65 doanh nghiệp, chiếm 0,5%, quy mô từ 1.000 lao động đến dưới

5.000 lao động là 51 doanh nghiệp, chiếm 0,3% và quy mô trên 5.000 lao động chỉ có 1 doanh nghiệp. [3, tr. 168]

Quy mô nhỏ cũng có những lợi thế nhất định trong cạnh tranh như dễ quản lý, phù hợp với trình độ quản lý chưa cao của các doanh nghiệp vùng ĐBSCL và quy mô nhỏ chỉ cần một đội ngũ các nhà quản lý ít nên chi phí quản lý sẽ nhỏ, từ đó giúp giảm thấp được giá thành sản phẩm, đây là cơ sở để các doanh nghiệp cạnh tranh về giá trên thị trường. Quy mô nhỏ còn có lợi thế là linh hoạt, dễ thay đổi công nghệ, thay đổi cơ cấu sản xuất. Khi có những biến động trên thị trường thì doanh nghiệp nhỏ và vừa dễ điều chỉnh hơn doanh nghiệp lớn. Kinh nghiệm của doanh nghiệp vừa và nhỏ của Đài Loan, Nhật đã chứng minh điều đó trong việc họ đã thoát khỏi cuộc khủng hoảng khu vực năm 1997 một cách nhanh chóng.

Tuy nhiên, trong xu thế cạnh tranh toàn cầu khi VN đã trở thành thành viên chính thức thứ 150 của WTO thì doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa chỉ có thể cạnh tranh trên thị trường nội địa còn việc vươn ra cạnh tranh trên thị trường thế giới sẽ khó khăn. Bởi vì, doanh nghiệp nhỏ sẽ gặp nhiều bất lợi như không đủ tiềm lực tài chính để thực hiện việc ứng dụng công nghệ mới, hiện đại, nghiên cứu thị trường thế giới... nên khó tham gia xuất khẩu trực tiếp mà phải thông qua trung gian của các nhà xuất khẩu lớn nên tốn chi phí trung gian cao. Theo đánh giá của một số nhà nghiên cứu thì chi phí trung gian trong hoạt động xuất, nhập khẩu của các doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm bình quân 3% giá trị xuất nhập khẩu. [1, tr. 62] Ngoài ra các chi phí khác như quảng cáo, tiếp thị, đăng ký bản quyền nhãn hiệu ... cũng rất cao mà các doanh nghiệp nhỏ không thể kham nổi.

Vì vậy, ở các nước khi hội nhập đều có cơ chế chính sách hỗ trợ vốn cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, vấn đề này sẽ được bàn ở phần sau.

1.2 Khả năng tiếp cận các nguồn vốn vay ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh:

Các doanh nghiệp vùng ĐBSCL đều có nhu cầu vay vốn phục vụ cho sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, khả năng tiếp cận đến các nguồn vốn của các doanh nghiệp khác nhau. Theo các chuyên gia kinh tế và tài chính, các doanh nghiệp nhà nước rất dễ tiếp cận đến nguồn vốn vay so với các doanh nghiệp tư nhân. Các ngân hàng thương mại quốc doanh vẫn xem việc cho các doanh nghiệp nhà nước vay có lợi hơn các doanh nghiệp tư nhân và hợp tác xã vì các ngân hàng vẫn còn quan niệm các doanh nghiệp nhà nước nếu có gặp khó khăn về tài chính vẫn được nhà nước hỗ trợ, còn doanh nghiệp tư nhân thì không có được điều đó. Ngoài ra, các doanh nghiệp tư nhân, nhất là ở quy mô vừa và nhỏ khó tiếp cận đến nguồn vốn vay vì tài sản thế chấp ít. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ vùng ĐBSCL còn khó tiếp cận đến nguồn vốn vay theo thể thức tín chấp, bởi vì, việc quản lý tài chính của các doanh nghiệp vẫn còn nhiều bất cập, việc lập sổ sách kế toán chưa theo đúng quy định của chế độ báo cáo tài chính, việc quản lý dòng tiền chưa tốt nên các ngân hàng chưa chấp nhận và chưa dám chịu rủi ro khi cho các doanh nghiệp vay vốn theo thể thức tín chấp.

1.3. Khả năng tiếp cận thị trường và lựa chọn thị trường của các doanh nghiệp ĐBSCL:

Các nghiên cứu của nhiều chuyên gia cho thấy số lượng doanh nghiệp thường xuyên nghiên cứu thị trường chỉ chiếm 1/4 tổng số doanh nghiệp, còn số lượng lớn 3/4 các doanh nghiệp cho rằng công tác nghiên cứu thị trường không nhất thiết phải làm thường xuyên. Khi cần thâm nhập thị trường mới tiến hành nghiên cứu thị trường, điều này được giải thích bởi chi phí nghiên cứu thị trường rất cao, nhiều doanh nghiệp không chi phí nổi. Đối với thị trường nước ngoài lại là vấn đề nan giải đối với doanh

nh nghiệp, một mặt do kinh phí nghiên cứu hạn hẹp, mặt khác do hạn chế bởi đội ngũ cán bộ nghiên cứu thị trường, khả năng phân tích tin tức, phán đoán và quyết định chọn thị trường, nhất là thị trường mục tiêu của doanh nghiệp còn nhiều hạn chế. Thường quyết định chọn thị trường xuất phát từ kinh nghiệm, cảm tính cá nhân của người nghiên cứu và chủ doanh nghiệp mà chưa có cơ sở tính toán khoa học, do hạn chế trong việc sử dụng công nghệ thông tin, công cụ toán học, thống kê trong nghiên cứu thị trường.

Kênh phân phối của các doanh nghiệp ĐBSCL còn nhiều hạn chế và chủ yếu qua các trung gian thương mại mà chưa có hệ thống phân phối trực tiếp đến các đại lý và người tiêu dùng cuối cùng. Với phương thức này các doanh nghiệp sẽ khó kiểm soát quá trình phân phối và tiêu thụ sản phẩm của họ và khó nắm bắt được thông tin trên thị trường.

Việc xúc tiến giới thiệu sản phẩm của các doanh nghiệp cũng còn rất yếu. Chủ yếu là hình thức in và phát hành các tờ rơi đơn giản để giới thiệu sản phẩm và doanh nghiệp. Có rất ít doanh nghiệp xây dựng được chương trình xúc tiến hỗn hợp giới thiệu sản phẩm cho khách hàng một cách tốt nhất. Chi phí quảng cáo, giới thiệu sản phẩm cũng rất nhỏ, chỉ khoảng 1% doanh thu và có rất ít doanh nghiệp tham gia các kỳ hội chợ triển lãm ở khu vực ĐBSCL, cũng như ở các tỉnh thành khác trong nước và nước ngoài. Hình thức quảng cáo cũng còn đơn điệu, chủ yếu là các tập catalogue, brochure, rất ít doanh nghiệp tham gia quảng cáo ở các phương tiện thông tin đại chúng như báo đài... còn nhiều doanh nghiệp chưa quan tâm đến vấn đề thương hiệu. Trong thời gian qua khi nhiều doanh nghiệp đã bị mất thương hiệu trên thị trường thế giới thì vấn đề thương hiệu mới bắt đầu được các doanh nghiệp ĐBSCL quan tâm và xây dựng, đăng ký bản quyền như

thương hiệu bưởi năm roi (Vĩnh Long), dưa (Bến Tre), nước mắm Phú Quốc (Kiên Giang)...

1.4. Trình độ công nghệ, lao động và năng lực quản lý điều hành doanh nghiệp:

Trình độ công nghệ, trình độ lao động và năng lực quản lý điều hành doanh nghiệp cũng là những nhân tố quan trọng tác động đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp vùng ĐBSCL. Phần lớn các doanh nghiệp đang sử dụng công nghệ lạc hậu so với mức trung bình của thế giới và các nước trong khu vực khoảng từ 10 năm đến 30 năm. Sản xuất thủ công chiếm phần lớn, nhất là các lĩnh vực sơ chế. Sở dĩ trình độ công nghệ của các doanh nghiệp vùng ĐBSCL thấp là do vốn của các doanh nghiệp ít và trình độ lao động có thể sử dụng các công nghệ hiện đại còn ít, nên các doanh nghiệp không thể và không mạnh dạn bỏ vốn đầu tư trang thiết bị hiện đại. Ngoài ra, phải kể đến sự yếu kém của đội ngũ quản lý cũng ảnh hưởng không nhỏ đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp trong vùng chưa thấy hết vai trò cực kỳ quan trọng của công việc quản trị nên còn chưa chú trọng đến đội ngũ quản lý, nên việc tuyển dụng, đào tạo, huấn luyện và tạo điều kiện cho các nhà quản lý nâng cao trình độ quản trị.

Sự lạc hậu về công nghệ, trình độ lao động và năng lực quản lý khiến chất lượng sản phẩm thấp và không ổn định, làm cho doanh nghiệp khó khăn trong cạnh tranh với các doanh nghiệp mạnh trong nước, nhất là doanh nghiệp ở TP. HCM, cũng như với các doanh nghiệp nước ngoài.

II. Một số kiến nghị có tính giải pháp

2.1 Về tiếp cận nguồn vốn phục vụ cho sản xuất kinh doanh:

Trong thực tế có rất nhiều nguồn vốn cho hoạt động sản xuất kinh doanh mà các doanh nghiệp vùng ĐBSCL có thể tiếp cận là: Vốn vay của

các ngân hàng thương mại; Vốn vay ưu đãi từ nguồn vốn vay ưu đãi của Chính phủ nhận từ các định chế tài chính quốc tế: ADB, IFC...; hỗ trợ vốn từ phía Chính phủ; hỗ trợ vốn từ các quỹ tài chính; vay thương mại trong dân; hỗ trợ vốn từ người thân ở trong và ngoài nước; huy động vốn dưới hình thức hùn vốn làm ăn; bán cổ phần, cổ phiếu đối với các doanh nghiệp cổ phần... Trong các nguồn vốn trên, tùy vào đặc điểm, tình hình hoạt động, khả năng riêng của từng doanh nghiệp mà từng doanh nghiệp đều có thể tiếp cận và xem là nguồn vốn quan trọng cho sự phát triển của doanh nghiệp mình.

Tuy nhiên, nhìn chung đối với tất cả nguồn vốn kể trên các doanh nghiệp nếu muốn tiếp cận đều phải cải tiến công tác quản lý sổ sách kế toán của doanh nghiệp mình, phải tuân thủ nghiêm ngặt chế độ kế toán và phải quản lý minh bạch tài chính của doanh nghiệp mình. Các điều tra gần đây cho thấy các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp vừa và nhỏ, khó tiếp cận đến nguồn vốn vay từ phía ngân hàng không phải vì các ngân hàng không thể hoặc không muốn cho vay, hoặc không có những chương trình cho vay tốt mà là do các doanh nghiệp không thể hiện tính minh bạch trong quản lý tài chính, không chứng minh sự hiệu quả và an toàn trong việc sử dụng vốn vay nên các ngân hàng ngại cho vay vì sợ rủi ro cao, dễ mất vốn khi cho vay. Vì vậy, về phía doanh nghiệp, để chủ động tiếp cận đến các nguồn vốn vay, nhất là vốn vay thương mại, các doanh nghiệp nhất thiết phải minh bạch hoá quản lý tài chính của doanh nghiệp mình. Không chỉ khi muốn niêm yết cổ phiếu trên thị trường chứng khoán mới minh bạch tài chính, mà trong hoạt động sản xuất kinh doanh hàng ngày, các doanh nghiệp cũng phải quản lý tài chính minh bạch, theo chế độ báo cáo kế toán hiện hành. Do đó, các doanh nghiệp phải chi phí cho công việc kế

toán tài chính, phải tuyển dụng các chuyên gia kế toán tài chính giỏi giúp doanh nghiệp quản lý tài chính minh bạch.

Về phía các ngân hàng, cần tích cực hỗ trợ các doanh nghiệp lập dự án vay tốt, nhất là khi tiếp cận đến các nguồn vốn vay ưu đãi. Về phía các cơ quan công quyền cũng phải công khai các thông tin về nguồn vay ưu đãi, điều kiện tiếp cận vốn ưu đãi... để doanh nghiệp chuẩn bị. Đồng thời chính quyền nên hỗ trợ, tạo điều kiện giúp doanh nghiệp trong việc thành lập các quỹ hỗ trợ vốn hoạt động sản xuất, kinh doanh cho các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

2.2 Về năng lực tiếp cận thị trường:

Về lý thuyết các doanh nghiệp phải chủ động tiếp cận thị trường, nhất là trong điều kiện hội nhập WTO. Nghĩa là các doanh nghiệp phải tăng cường hoạt động marketing hỗn hợp với các công việc như: Tăng cường nghiên cứu thị trường; xác định sản phẩm, dịch vụ cần sản xuất, kinh doanh; xác định kênh phân phối hiệu quả; tăng cường công tác quảng cáo, tiếp thị và sử dụng các dịch vụ kích thích sức mua của thị trường...

Tuy nhiên, muốn nâng cao năng lực tiếp cận thị trường cần phải đầu tư vốn và đội ngũ. Đây là điểm yếu của các doanh nghiệp ĐBSCL và là một nghịch lý mà các doanh nghiệp ĐBSCL phải giải quyết nếu muốn thành công trong kinh doanh. Ngay từ bây giờ các doanh nghiệp phải bắt tay đầu tư xây dựng chiến lược tiếp cận thị trường cho doanh nghiệp mình một cách hợp lý và chuyên nghiệp, có bài bản. Chứ không thể tiếp tục cách làm ăn tự phát, tự tiện và nhất thời như trước đây.

Đối với chiến lược tiếp cận thị trường trong điều kiện hội nhập, nhất thiết doanh nghiệp phải quan tâm đến xây dựng và phát triển thương hiệu của mình. Doanh nghiệp phải coi thương hiệu là công cụ bảo vệ lợi ích

của mình. Doanh nghiệp phải sáng tạo trong làm nhãn hiệu và ý thức về bảo hộ nhãn hiệu của mình và của các doanh nghiệp khác. Phải coi nhãn hiệu là tài sản của doanh nghiệp, phải đăng ký sở hữu công nghiệp mặc dù có tốn kém chi phí. Kiên quyết không copy hoặc nhái nhãn hiệu của người khác. Đây cũng là những ràng buộc phải thực hiện trong Hiệp định về khía cạnh sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại (TRIPs) và Hiệp định về chứng nhận xuất xứ hàng hóa (RoO) của WTO.

Trong điều kiện hội nhập WTO, các doanh nghiệp sẽ phải đối mặt với các rào cản phi thuế quan của các nước thành viên. Hiện nay, các rào cản này chủ yếu là các quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật, về nhãn mác hàng hoá, về an toàn, về trách nhiệm xã hội, về bảo vệ môi trường... Do đó, trong quá trình tổ chức sản xuất kinh doanh, các doanh nghiệp sản xuất hàng hoá và dịch vụ xuất khẩu phải chú ý đến các quy định của các nước về các yêu cầu liên quan kể trên nhằm làm cho hàng hoá của doanh nghiệp mình đáp ứng đầy đủ yêu cầu của các khách hàng, nhất là khách hàng khó tính như Mỹ, EU, Nhật... Đồng thời, các doanh nghiệp cần cẩn thận hơn trong việc mua bán với các khách hàng quốc tế, vì dễ xảy ra các vụ tranh chấp, kiện cáo, mặc dù VN đã có thuận lợi hơn trước khi là thành viên chính thức của WTO, được bảo vệ bởi cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO, nhưng các doanh nghiệp vẫn phải chịu tổn kém nhiều khi thuê luật sư biện hộ cho mình.

2.3 Về nâng cao năng lực quản lý:

Trong điều kiện hội nhập, trình độ quản lý của doanh nghiệp giữ vị trí quyết định trong việc tồn tại và phát triển của doanh nghiệp vì vậy doanh nghiệp cần đặt công việc nâng cao trình độ quản lý cho đội ngũ cán bộ quản lý doanh nghiệp mình lên hàng đầu trên cơ sở rà soát, sắp xếp lại bộ máy quản lý và tuyển dụng các nhà quản lý có tài, sẵn sàng trả lương cao

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 tiếm tiến 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 để tài TP.HCM, Cần Thơ, Kon Tum