

THỦ PHÁC THẢO VỀ TẬP ĐOÀN KINH DOANH LỚN Ở NƯỚC TA TRONG THẬP NIÊN 90

□ ĐOÀN DỮNG

Trong Dự thảo chiến lược ổn định và phát triển kinh tế xã hội của nước ta tới năm 2000 có ghi: "Từng bước hình thành một số tập đoàn kinh doanh lớn có vai trò chi phối nền kinh tế, trong đó kinh tế quốc doanh là nòng cốt".

Đây là vấn đề mới, rộng lớn và phức tạp cần được nghiên cứu tập trung, cụ thể hóa trong thực tế. Trong khuôn khổ bài này chúng tôi xin đề cập đến hai khía cạnh:

- Những đặc trưng của tập đoàn kinh doanh lớn của một số nước công nghiệp phát triển và mới phát triển.
- Thủ phác thảo mô hình tập đoàn kinh doanh lớn ở nước ta trong thập niên 90.

Trong các nước công nghiệp phát triển và các nước công nghiệp mới phát triển tồn tại nhiều loại hình tổ chức doanh nghiệp (Kartel, Cindicat, Trust, Consern, Konglomerat...). Tập đoàn tư bản độc quyền là một trong những loại hình đó. Nó được hình thành và phát triển trong quá trình tích tụ, tập trung tư bản và cạnh tranh gay gắt dựa trên sự cấu kết liên minh giữa những nhà tư bản để nắm phần lớn việc sản xuất và tiêu thụ một hay nhiều loại hàng hóa với mục đích là thu được lợi nhuận độc quyền cao. Ngoài ra các tập đoàn tư bản độc quyền này được hình thành nhằm giải quyết những vấn đề sau:

- Hạn chế cạnh tranh và rủi ro.
- Phân chia thị trường và vòng ảnh hưởng.
- Lập định giá và điều kiện tiêu thụ.
- Chung vốn sản xuất, nghiên cứu ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật.
- Phân phối lợi nhuận.
- Trao đổi thông tin, phân tích cơ cấu quản trị và hoạt động của các tập đoàn kinh doanh.

Trong quá trình vận động, ở các nước nêu trên đều có những tập đoàn kinh doanh lớn ở nhiều qui mô tầm cỡ, với những nét đặc thù khác nhau. Kết quả nghiên cứu tập đoàn kinh doanh lớn và vừa của Mỹ, Nhật Bản, Nam Triều Tiên cho thấy những điều thú vị sau:

I. SỐ LIỆU ĐẶC TRƯNG:

1. Hai mươi tập đoàn mẫu mực Hoa Kỳ (Xem: Thomas J. Peters, Robert H. Waterman. *Các công ty phát đạt của Hoa Kỳ* (Những bài học và kinh nghiệm) NXB Khoa học Kỹ thuật, Hà Nội, 1990.): Tập đoàn trẻ nhất Digital Equipment Corp. (DEC) thành lập năm 1957; tập đoàn nhiều tuổi nhất: Sears Roebuck and Co. 1886.

Số lao động:	Min	34500,	Max	450400 người.
Vốn lưu động:	—	2,7 tỷ	—	93,4 tỷ USD
Vốn tự có:	—	1,8 tỷ	—	62,9 tỷ USD

2. Năm tập đoàn, công ty thương mại chủ chốt của Nhật Bản năm 1989 (I.C. Itoh and Co. Ltd, Mitsui and Co., Ltd, Sumitomo Corporation, Mitsubishi Corporation và Marubeni Co. -Nguồn: Tập chí thương mại Seaprodex N.6, 1989, t. 20.)

Tổng số vốn:	Min	3,889 tỷ yên tương đương 1,53 tỷ USD	Max	5,28 tỷ tương đương 3,95 tỷ USD.
Tỷ lệ cổ phần và tổng số vốn:	Min	2,9%	Max	9,2%

3. Các tập đoàn công nghiệp tài chính của Nam Triều Tiên.

16. PHÁT TRIỂN KINH TẾ

Bốn tập đoàn tài chính công nghiệp lớn nhất trong 50 tập đoàn kinh doanh đứng đầu Nam Triều Tiên (X. Mansutov A. Ju, Mikhjejev... "Problemu Dalmjevo Vostoka", 1985, N.4, 39-53.) là: Samsung, Hyunh Dai, Lucky Goldstar và Daewoo. Sản phẩm của bốn tập đoàn này chiếm 40% tổng sản phẩm quốc dân, 50% hàng xuất khẩu và 4% công nhân trong nước.

II NHỮNG ĐẶC TRƯNG CHUNG CỦA CÁC TẬP ĐOÀN MỚI TRÊN:

- Tính độc quyền cao;
- Tập trung vốn lớn và có cùng nguồn gốc vốn;
- Các đơn vị thành viên trong tập đoàn có chung một chiến lược;
- Giá trị sản phẩm sản xuất kinh doanh dịch vụ chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng sản phẩm quốc dân;
- Ở các ngành khác nhau, nhưng thường có sự liên kết đa ngành, và cũng có thể ở một ngành;
- Sản phẩm đa dạng, có hàm lượng chất xám cao;
- Cơ cấu tổ chức linh hoạt;
- Là công ty quốc tế, có thị trường ở nhiều nước khác nhau. Thông thường các tập đoàn trên có từ 10 đến vài trăm văn phòng, đại diện, đại lý tại nước ngoài. Ví dụ Samsung có 110 đại lý ở 40 nước, Lucky Goldstar có 130 văn phòng ở nước ngoài;
- Đầu có lịch sử hoạt động lâu dài liên tục. Lâu năm nhất là các tập đoàn lớn của Mỹ, Nhật Bản. Ở các nước công nghiệp mới phát triển, tuổi của các tập đoàn kinh doanh lớn ít hơn - trong khoảng từ 15 đến 40 năm lại đây;
- 100% ở dạng cổ phần;
- 100% tham gia tích cực vào thị trường chứng khoán và đầu tư ra nước ngoài;
- Tập trung nhiều lao động lành nghề, kỹ thuật cao.

Các tập đoàn ở các nước công nghiệp mới phát triển như Đài Loan, Hồng Kông, Singapore và mới như ở Thái Lan cũng mang những đặc trưng trên nhưng đa số qui mô vừa và nhỏ, phạm vi hẹp hơn.

Nghiên cứu sự phát triển kinh tế của các nước nêu trên ta thấy sự xuất hiện, tồn tại và phát triển của các tập đoàn kinh doanh lớn mạnh trong nền kinh tế thị trường là một nhu cầu tất yếu khách quan. Nói như vậy không có nghĩa là ở Việt Nam những tập đoàn kinh doanh lớn phải hình thành và mang toàn bộ các đặc thù "rập khuôn" như trên. Sự kế thừa có chọn lọc những thành tựu khoa học về tổ chức quản trị kinh doanh mà loài người tích lũy được ở các nước nêu trên là điều cần thiết. Tuy vậy chúng phải thích hợp với đặc trưng của môi trường Việt Nam và trọng mối quan hệ tổng thể của xu thế phát triển của các hình thức tổ chức kinh doanh hiệu quả trên thế giới. Với cách tiếp cận như trên, chúng ta sẽ thử xem xét thế nào là tập đoàn kinh doanh lớn có vai trò chi phối nền kinh tế? Theo chúng tôi khái niệm này có thể hiểu theo các điểm chính sau đây: Tập đoàn kinh doanh lớn là một hay nhiều nhóm công ty liên kết chặt chẽ trên cơ sở có chung nguồn vốn với qui mô lớn, vốn pháp định có nguồn gốc ở một nước nhưng địa bàn hoạt động ở nhiều nước khác nhau và có vai trò chi phối nền kinh tế quốc dân.

Có thể có nhiều cách hiểu khác nhau về "Tập đoàn kinh doanh lớn có vai trò chi phối nền kinh tế quốc dân". Theo chúng tôi, nó phải đạt bốn tiêu chuẩn dưới đây:

PHÁT TRIỂN

Chỉ số	XN, Liên hiệp XN...	Tập đoàn kinh doanh
1. Qui mô:	- Nhân viên: đến vài ngàn lao động - Số CT, XN: không nhiều :10 - Doanh số: 50 triệu-USD chiếm tỉ trọng 2,5% doanh số XNK cả nước.	> 6000 > 20 25% trong ngành và đạt 300 triệu trở lên.
2. Phạm vi lĩnh vực hoạt động	- Vai trò chủ đạo mờ nhạt - Trong phạm vi một ngành - Nghề giới hạn - Sản phẩm ít, chất lượng kém - Thị trường ngoài nước hạn hẹp, xuất nguyên liệu là chủ yếu	Then chốt - Một ngành hoặc đa ngành - Đa nghề - Đa sản phẩm với chất lượng khá, tốt - Xuất bán thành phẩm và sản phẩm. - Tham gia Thị trường chứng khoán - Cơ cấu vốn đa dạng, rõ ràng về sở hữu - Cổ phần, trong đó cổ phần nhà nước chiếm đa số. - Từ 5 trở lên.
3. Sở hữu, cơ cấu vốn,	Vốn đa dạng nhưng không rõ ràng quyền sở hữu	
4. Đại diện, đại lý liên doanh tại MN	Rất ít thậm chí không có đại lý	
5. Kinh doanh	- Lỗ hoặc hiệu quả kinh tế xã hội thấp	- Trên cơ sở luật pháp trong ngoài nước - Có hiệu quả KTXH
6. Hệ thống thông tin KD.	- Lạc hậu, chậm và thiếu trầm trọng	- Ngày càng hợp lý và hiện đại
7. HĐKTĐN	- Đơn điệu, xuất nhập khẩu là chủ yếu	- Đa dạng, phong phú
8. Trang thiết bị KT	- Đa số cũ, lạc hậu	- Cải tiến theo hướng hiện đại và hiệu quả.
Phong cách quản trị		
9. Hành động chiến lược	- Nhấn mạnh vào hành động không có chiến lược - Xơ cứng trong sử dụng nguồn lực - Tập trung vào sản phẩm chính - Hoàn thành kế hoạch. - Kim tự tháp	- Nhấn mạnh vào chiến lược. - Linh hoạt sử dụng nguồn lực trong ngoài nước. - Nhấn mạnh vào ngành doanh nghiệp chính, kết hợp đa dạng hóa những ngành kinh doanh liên hệ. - Nhấn mạnh tỷ lệ lãi suất, hiệu quả - Kim tự tháp
10. Hệ thống tổ chức	- Tập trung - Cơ sở trung tâm công kênh - Cơ cấu tổ chức xơ cứng không năng động - Cơ sở quyền lực ở khối hành chính	- Tập trung, phân quyền - Cơ sở trung tâm lớn - Cơ cấu tổ chức đổi mới, linh hoạt - Cơ sở quyền lực ở khối sản xuất.
11. Hệ thống thực hành	- Triệt tiêu động lực sáng tạo - Biền chế - Thu nhập theo chế độ bình quân, thâm niên - Thực tiễn và kinh nghiệm là chủ yếu - Phúc lợi ít được chú ý	- Tính sáng tạo và tài năng cá nhân được khuyến khích - Thu nhập theo kết quả công việc - Huấn luyện giáo dục tại tập đoàn là chủ yếu - Phúc lợi được chú ý.
12. Nguồn lực	- Nhân viên đào tạo đa dạng nhưng không nhiều - Nhà quản trị chưa được coi là nguồn lực chính - Trung thành "thụ động" theo kiểu biền chế bao cấp - Tinh thần tập thể - Áp đặt	- Nhân viên đào tạo đa dạng, lý thuyết gần thực hành - Nhà quản trị kinh doanh giỏi là nguồn lực chính. - Trung thành với tập đoàn trên cơ sở hợp đồng tự nguyện - Tinh thần tập thể - Dân chủ
13. Mẫu hình động thái	- Phát triển theo kế hoạch, xa rời thị trường	- Phát triển trong cơ chế thị trường có điều tiết.

CHÚ Ý: Một vài chỉ số nêu trên là con số cụ thể được tính toán theo kết quả thống kê trong thực tế

- Nắm các lĩnh vực then chốt của nền kinh tế;

- Chiếm tỷ trọng lớn về sản phẩm và giá trị trong ngành nói riêng và nền kinh tế quốc dân nói chung;

- Phải nêu được tầm gương kinh doanh có hiệu quả và góp phần tích cực giải quyết các vấn đề xã hội;

- Có vai trò tích cực để hoàn thiện, đổi mới quản lý vĩ mô và vi mô.

Hiện nay chúng ta có hàng ngàn đơn vị sản xuất kinh doanh ở mọi thành phần kinh tế. Trong đó, về tỷ trọng, khu vực quốc doanh chiếm 87% vốn cố định và 95% lao động kỹ thuật lành nghề của cả nước. Tuy vậy, Tổng giá trị sản phẩm công nghiệp chỉ chiếm 56,5%. Kim ngạch xuất khẩu của cả nước năm 1990 chỉ đạt gần 2 tỉ USD. Nhiều đơn vị làm ăn thua lỗ, thậm chí phá sản. Số đơn vị ăn nên làm ra trong thời gian qua không nhiều. Cá biệt chỉ có một vài đơn vị kinh tế có khả năng xuất khẩu trên 100 triệu USD như FOOCOSA, SEAPRODEX, VIETXOPETRO (Xem: Số lượng thống kê CHXHVN Việt Nam 1976-1989, tr.74).

Cũng phải nói thêm rằng mức sống hiện nay của ta quá thấp - Giá trị trung bình của tổng sản phẩm quốc dân chỉ có 200 USD/người.

Rõ ràng với tình trạng tổ chức sản xuất kinh doanh hiện tại, việc đề ra trong "Dự thảo chiến lược ổn định và phát triển kinh doanh của nước ta đến năm 2000" như trên là điều hợp lý.

Khi phác thảo mô hình tập đoàn kinh doanh cần phải thấy rõ những vấn đề ở điểm xuất phát của các tổ chức kinh tế hiện nay.

Đó là:

- Lẫn lộn giữa quyền sở hữu và quyền kinh doanh; (xem tiếp trang 40)

(tiếp theo trang 17)

- Qui mô sản xuất nhỏ, thiết bị phần lớn già cũ, lạc hậu;
 - Trình độ kỹ thuật thấp;
 - Thiếu các nhà quản trị doanh nghiệp giỏi;
 - Thiếu vốn trầm trọng;
 - Môi trường kinh doanh còn nhiều vấn đề phải cải tổ, đầu tư vật chất và trí tuệ;
 - Thiếu hiểu biết về hợp tác đầu tư, thương mại quốc tế.
- Những vấn đề trên đây là biểu hiện của năm mâu thuẫn cơ bản:

1. Giữa nhu cầu phát triển khách quan của thị trường và khả năng đáp ứng của các tổ chức doanh nghiệp;
2. Giữa tư duy, trình độ tổ chức quản trị và sự vận động nhanh chóng của môi trường sản xuất kinh doanh;
3. Mất cân đối tài chính;
4. Lề thói làm ăn hành chính, bao cấp, xơ cứng và cơ chế thị trường năng động.
5. Mức sống người lao động quá thấp và nhu cầu thỏa mãn về vật chất và tinh thần ngày càng tăng trong toàn xã hội.

Sự xuất hiện các nhân tố kinh tế xã hội mới cũng là những yếu tố cần quan tâm khi xác định mô hình tập đoàn kinh doanh. Đó là:

- Cơ chế thị trường bước đầu tạo động lực cho sự phát triển sản xuất;

- Hệ thống luật pháp và ngân hàng ngày càng được cải thiện. Sự ra đời của luật công ty, luật doanh nghiệp tư nhân, luật thuế XNK, luật sử dụng đất đai... và luật thương mại đang được xét duyệt là cơ sở để tạo điểm xuất phát ngang bằng tương đối cho các đơn vị kinh tế trong cuộc cạnh tranh để vươn lên;

- Cương lĩnh và chiến lược ổn định phát triển kinh tế xã hội đến năm 2000 của Đại hội Đảng lần thứ VII đã tạo ra sự tin tưởng và niềm hứng khởi mới đối với các tổ chức kinh tế;

- Hoạt động đầu tư, thương mại và hợp tác quốc tế ngày càng được mở rộng và đi vào chiều sâu. Sau Diễn đàn đầu tư, nhịp độ hoạt động của các công ty nước ngoài vào nước ta ngày càng tăng. So với cùng kỳ năm ngoái, số khách đầu tư vào nước ta tăng 30%. Số dự án được cấp giấy phép đạt 257 (tính đến tháng 5, 1991). Đây là nhân tố quan trọng để các tổ chức kinh tế của ta dần dần hội nhập với nền kinh tế quốc tế;

- Số đơn vị kinh tế ăn nên làm ra ngày một tăng, xuất hiện nhiều hình thức liên kết liên doanh đa phương, đa ngành với qui mô ngày càng lớn và phát triển nhanh. Đồng thời nhiều đơn vị kinh tế bị đổ bể và phải giải thể, quốc doanh yếu thế, không phải lúc nào cũng giữ vai trò chủ đạo;

- Sự xuất hiện một số công ty cổ phần và những định hướng đổi mới thuận lợi cho sự phát triển của các hình thức hợp tác kinh tế trong ngoài nước;

Sản xuất hướng về xuất khẩu bước đầu tạo luồng sinh khí mới cho người lao động và các tổ chức kinh tế.

Từ các nhân tố mới và các yếu tố nêu trên, đặc trưng của tập đoàn kinh doanh sẽ được biểu hiện bằng bảng so sánh trên đây: (xem bảng ở trang 17)

Tập đoàn kinh doanh lớn chắc chắn còn là vấn đề bàn cãi để làm sáng tỏ. Xung quanh nó còn nhiều câu hỏi cần được giải đáp cụ thể: các bước đi, tổ chức quản lý, mối quan hệ giữa tập đoàn với các đơn vị thành viên, các tổ chức kinh tế trong ngoài nước, quan hệ tài chính, đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý tập đoàn có năng lực, trình độ... Bởi vậy cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa các chuyên gia kinh tế và những nhà quản trị kinh doanh ở nhiều lĩnh vực, chuyên ngành.

DD.

(tiếp theo trang 33)

QUẢNG CÁO TRÊN

Một số người cho rằng đưa phần nhạc vào là một cách lấp đi những chỗ trống. Điều này chỉ đúng một phần nhỏ mà thôi. Nhạc trong phim nếu hiểu tường tận có thể xem là chiếc cầu nối giữa sản phẩm và người nghe. Bằng cảm hứng chân thật của mình, nhạc sĩ sẽ dẫn dắt người ta vào thế giới thần kỳ của sản phẩm đó. Nếu như hình ảnh tươi mát hấp dẫn của một loại nước hoa với tiết tấu vừa vừa thì dòng nhạc sẽ nhẹ nhàng, với giai điệu ngọt ngào, dễ thương. Nếu hình ảnh mạnh mẽ của chiếc xe tốc độ thì nhạc sẽ dồn dập, dứt khoát.

Tóm lại, trong ba hợp phần kể trên: phim, bài thông báo, và nhạc thì phim là yếu tố hàng đầu quyết định sự thành bại. Người làm quảng cáo phải thông suốt điều này và khai thác nó triệt để.

Tuy nhiên, trong trường hợp cụ thể mà có sự hoán đổi vị trí thì nhạc có thể sẽ trở thành nòng cốt. Còn bài thông báo nói chung đóng vai trò thứ yếu, có hoặc không cũng được.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Advertising Procedure - OTTO Kleppner (1973).
2. Kỹ thuật quảng cáo - Nhà xuất bản Lửa Thiêng (1975)
3. Thế giới thần kỳ của quảng cáo - Nhà xuất bản Nội thương (1986)
4. Nghệ thuật quảng cáo - UBKHXH Việt Nam - Viện kinh tế học (1989)

ĐÓN ĐỌC TRONG SỐ TỚI (SỐ 12 - THÁNG 9.91)

NHỮNG VẤN ĐỀ KINH TẾ - XÃ HỘI SAU ĐẠI HỘI VII VÀ KỶ HỢP CỦA QUỐC HỘI (PTKT)

GIẢI QUYẾT TÌNH TRẠNG CÁC ĐƠN VỊ SẢN XUẤT KINH DOANH LÀM ĂN THUA LỖ NHU THẾ NÀO? (QUỲNH NGUYỄN)

TIỀM NĂNG LỚN CỦA XÍ NGHIỆP NHỎ (TRƯƠNG CUNG NGHĨA)

KHOA HỌC VÀ CÔNG NGHỆ DƯỚI GÓC ĐỘ KINH TẾ THỊ TRƯỜNG (PHƯƠNG NGỌC THẠCH)

VẤN ĐỀ TÀI CHÍNH TRONG CÔNG CUỘC PHÁT TRIỂN MỘT NƯỚC CÓ NỀN KINH TẾ KÉM MỜ MANG (HOÀNH SƠN)

VÀ CÁC TRANG MỤC THƯỜNG XUYÊN KHÁC.

In tại Xí nghiệp In II Bộ Nội vụ. Giấy phép xuất bản báo chí số 1304/BC-GPXB do Bộ Văn hoá - Thông tin
Thể thao và Du lịch cấp ngày 23/7/1991. In xong và nộp lưu chiểu tháng 8.1991

GIÁ 1.800đ.