

Khả năng cạnh tranh của ngành công nghiệp Việt Nam trong bối cảnh gia nhập WTO (phần II)

Năng lực cạnh tranh các doanh nghiệp công nghiệp

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp là năng lực tồn tại, duy trì hay gia tăng lợi nhuận, thị phần trên thị trường cạnh tranh của các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp. Đó chính là tính năng động sáng tạo, vươn mạnh ra thị trường, đương đầu với mọi thách thức và cố gắng liên tục của các doanh nghiệp công nghiệp trong nước trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bị tác động bởi nhiều yếu tố được phân biệt thành hai loại: các yếu tố ngoài doanh nghiệp và các yếu tố do doanh nghiệp chi phối

1. Các yếu tố do doanh nghiệp chi phối

- Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp dựa trên phân tích thị trường, lợi thế so sánh của doanh nghiệp, định hướng vào một hay một số mảng thị trường nhất định, tập trung vào những sản phẩm, dịch vụ có khả năng, lợi thế cạnh tranh, né tránh những đối thủ cạnh tranh quá mạnh. Hiện nay còn nhiều doanh nghiệp vẫn còn mang nặng suy nghĩ từ nền kinh tế “bao cấp”, chưa chủ động nghiên cứu xây dựng chiến lược kinh doanh đúng đắn phù hợp với chủ trương hội nhập kinh tế quốc tế.

- Trình độ khoa học công nghệ, khả năng tiếp cận công nghệ và đổi mới công nghệ hiện có, chi phí cho nghiên cứu và triển khai là những yếu tố quyết định hàng đầu về chất lượng và tính năng của sản phẩm. Phần lớn các công nghệ đang được sử dụng ở Việt nam đều lạc hậu nhiều thế hệ so với trình độ tiên tiến trên thế giới, do đó hạn chế đáng kể khả năng sản xuất những sản phẩm, dịch vụ có tính ưu việt và chất lượng cao. Theo đánh giá của các chuyên gia kinh tế thế giới, có 6 yếu tố cản trở tiến trình đổi mới công nghệ trong các doanh nghiệp công nghiệp thuộc sở hữu Nhà nước Việt nam: Thiếu hiểu biết thị trường do công tác nghiên cứu nhu cầu và tiếp thị đều yếu; Thiếu hiểu biết về công nghệ thích hợp do không tiến hành các nghiên cứu hệ thống về công nghệ; Chưa có thị trường vốn trung hạn và dài hạn nên doanh nghiệp ít có khả năng lựa chọn nguồn vốn, phụ thuộc gần như hoàn toàn vào vốn ngân hàng; Thủ tục đầu tư phức tạp, mất thời gian vì cần quá nhiều cấp xét duyệt gây lãng phí công sức tiền bạc, đôi khi mất thời cơ kinh doanh; một bộ phận người lao động không ủng hộ đổi mới công nghệ vì ít được đào tạo, vì lớn tuổi nên ngại không tiếp thu được công nghệ mới; Lãnh đạo doanh nghiệp thiếu quyết tâm do không phải chịu sức ép cạnh tranh.

- Sản phẩm: Bên cạnh chất lượng, tính năng, kiểu dáng, tính độc đáo hay sự khác biệt, sự nổi bật so với sản phẩm khác, bao bì cũng là nhân tố quan trọng của sản phẩm. Việc đóng gói và bao bì các sản phẩm công nghiệp còn thấp so với trình độ khu vực và thế giới, làm hạn chế đáng kể năng lực cạnh tranh của hàng hoá Việt nam. Đối với sản phẩm công nghiệp chế tạo, đồ dùng lâu bền, sản phẩm công nghệ cao, hệ thống dịch vụ bảo hành, bảo trì sau bán hàng cũng là yếu tố quan trọng góp phần vào năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

- Năng suất lao động: Bao gồm các yếu tố liên quan đến người lao động, các nhân tố tổng thể về năng suất lao động, vai trò đào tạo, bồi dưỡng nhân viên, người lao động. Người lao động Việt nam được đánh giá cao là thông minh, học hỏi tiếp thu nhanh, khéo tay và nếu được trả lương và tổ chức lao động tốt sẽ lao động có năng suất và hiệu quả cao. Song nhiều trường hợp, lợi thế này chưa được phát huy đầy đủ. Đáng chú ý là tổ chức lao động ở

hiều doanh nghiệp chưa hợp lý và khoa học, biên chế quá lớn (đặc biệt là đội ngũ gián tiếp), chức năng và nhiệm vụ không rõ ràng, kỷ luật lao động chưa nghiêm, tỷ lệ đào tạo chính quy thấp, mức độ tuân thủ kém ... làm cho năng suất lao động chưa cao.

- Chi phí sản xuất và quản lý: Bao gồm những chi phí quản lý của sản xuất kinh doanh và những chi phí quản lý, giao tiếp. Theo điều tra của các tổ chức quốc tế và phản ánh của doanh nghiệp, nhiều chi phí đầu vào tại Việt nam được đánh giá cao hơn nhiều so với các nước trong khu vực như cước điện thoại, phí giao thông vận tải, giá các sản phẩm độc quyền như điện, xi măng.

- Đầu tư cho nghiên cứu phát triển, thương hiệu, kiểu dáng công nghiệp. Trừ một số doanh nghiệp có quy mô lớn, nhiều doanh nghiệp Việt nam chi phí quá ít (không đến 1% doanh thu) cho các hoạt động nghiên cứu và phát triển. Nhiều doanh nghiệp an tâm với cách làm gia công cho nước ngoài, làm cho doanh nghiệp chỉ là người làm thuê lớn, không có thương hiệu, không có sản phẩm riêng. Công tác tiếp thị, xúc tiến thị trường cũng còn rất nhiều hạn chế, ít được đầu tư và nhìn nhận đúng vai trò của nó. Thậm chí nhiều doanh nghiệp chưa ý thức trong nền kinh tế thị trường, hội nhập kinh tế quốc tế, bán hàng còn khó hơn sản xuất ra hàng hoá đó.

2. Các yếu tố ngoài doanh nghiệp

- Sự tham gia của các công ty cạnh tranh trên lĩnh vực kinh doanh, sự xuất hiện những công ty mới tham gia cạnh tranh.

- Khả năng xuất hiện sản phẩm hay dịch vụ thay thế, tính độc đáo hay duy nhất của sản phẩm, dịch vụ.

- Vị thế đàm phán của doanh nghiệp cung ứng sản phẩm, dịch vụ.

- Vị thế đàm phán của người mua.

- Mức cạnh tranh trên thị trường của doanh nghiệp trong nước và nước ngoài.

Thông thường, đối với các yếu tố ngoài doanh nghiệp như kể trên, doanh nghiệp sẽ đặc biệt chú ý đến các đối tác cạnh tranh, nhất là trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Đối với các đối tác cạnh tranh, các chuyên gia đã khái quát các biện pháp theo 3 hướng chiến lược, đó là: đàm phán (hợp tác hành động, định giá chung, hợp đồng mua giấy phép sản xuất...); ngăn cản (tẩy chay và từ chối cung ứng, phân biệt đối xử giá...); tích tụ (hợp nhất mở rộng thị trường, chia lại thị trường). Xu thế thế giới hiện nay là sát nhập thành các công ty siêu lớn để mở rộng và phân chia thị trường. ở Việt nam trong thời gian vừa qua, các nhà đầu tư nước ngoài sử dụng xu hướng sát nhập và biến liên doanh thành công ty 100% vốn nước ngoài. Các doanh nghiệp Việt nam cả doanh nghiệp Nhà nước và doanh nghiệp tư nhân còn ít coi trọng sự hợp tác, tập trung lại với nhau (theo chiều dọc, chiều ngang về ngành nghề, công nghệ, tính liên tục của sản phẩm) để tạo nên sự tích tụ vốn, liên kết thị trường trước sức ép của các đối tác nước ngoài.

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường và chuẩn bị gia nhập WTO, xuất phát từ thực tiễn các doanh nghiệp công nghiệp có thể sơ bộ nêu ra 10 nguyên nhân về sức cạnh tranh thấp của các doanh nghiệp công nghiệp Việt nam:

- Nhận thức và hiểu biết về sự cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường ở Việt nam còn hạn chế.

- Nhiều ngành công nghiệp còn non trẻ, chưa có kinh nghiệm cạnh tranh, đặc biệt cạnh tranh quốc tế.

-Yếu về tiếp cận thị trường, đặc biệt là thị trường quốc tế.

-Công nghệ sản xuất lạc hậu dẫn đến năng suất và chất lượng thấp, kể cả đối với các dịch vụ

-Do vốn hạn hẹp, các doanh nghiệp khó có điều kiện trang bị công nghệ mới, đầu tư chiều sâu hoặc đầu tư mới theo con đường thương mại.

-Chưa chuyển trợ cấp trực tiếp của Chính phủ cho thương mại hàng hoá (mà WTO cấm) sang cho nghiên cứu phát triển công nghệ ứng dụng trực tiếp vào sản xuất với hiệu quả tăng khả năng cạnh tranh gấp nhiều lần nếu thành công.

-Kiến thức và kinh nghiệm quản lý cũng chưa kịp đổi mới đầy đủ và toàn diện, chưa đáp ứng môi trường cạnh tranh trong kinh tế thị trường và chưa tận dụng ưu thế cạnh tranh tại chỗ.

-Giáo dục về môi trường cạnh tranh và đào tạo để áp dụng công nghệ mới nâng cao sức cạnh tranh còn hạn chế, thiếu giáo trình và thiết bị dạy học hiện đại.

-Chưa ứng dụng rộng rãi công nghệ thông tin viễn thông để quảng cáo, ít áp dụng thương mại điện tử, mua sắm qua mạng làm giảm sức thu hút khách hàng đặc biệt khách hàng quốc tế.

Việc chống độc quyền tuy đã có phương hướng nhưng thực tế vẫn tồn tại độc quyền ở một vài ngành hàng làm giảm sức cạnh tranh của các ngành hàng.