

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

# TỔNG QUAN KHOA HỌC

ĐỀ TÀI CẤP BỘ NĂM 2005

MÃ SỐ: B.05 - 17

## **NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ HIỆN NAY**

*Chủ nhiệm đề tài:* TS Nguyễn Hữu Thắng

*Đơn vị chủ trì đề tài:* Viện Quản lý kinh tế

HÀ NỘI - 2006

GT43

1013108

## **NHỮNG NGƯỜI THAM GIA VÀ CỘNG TÁC NGHIÊN CỨU**

**Chủ nhiệm đề tài: TS Nguyễn Hữu Thắng**

**Những người tham gia và cộng tác nghiên cứu:**

1. **PGS-TS Ngô Quang Minh** Viện trưởng Viện Quản lý kinh tế
2. **TS Đặng Ngọc Lợi** Phó viện trưởng Viện Quản lý kinh tế
3. **TS Trần Thị Minh Châu** Phó viện trưởng Viện Quản lý kinh tế
4. **PGS-TS Kim Văn Chính** Phó viện trưởng Viện Quản lý kinh tế
5. **TS Mai Thế Hồn** Phó vụ trưởng Vụ Quản lý khoa học
6. **TS Lê Xuân Đình** Trưởng ban Kinh tế - Tạp chí Cộng sản
7. **TS Nguyễn Quốc Thái** Viện Quản lý kinh tế
8. **ThS Bùi Văn Huyền** Viện Quản lý kinh tế
9. **Th.S. Đinh Thị Nga** Viện Quản lý kinh tế
10. **CN Hà Thị Mai Hương** Tổng liên đoàn Lao động Việt Nam
11. **CN Phạm Đức Tài** Sở Nội vụ Hà Nội
12. **CN Tạ Minh Hùng** Giám đốc Công ty Thăng Long - Hà Nội
13. **CN Nguyễn Xuân Phi** Tỉnh uỷ viên, Giám đốc Công ty Sông Mã - Thanh Hoá
14. **CN Nguyễn Tuấn Hà** Giám đốc Công ty Tư vấn thiết kế công trình văn hoá, Bộ Văn hoá
15. **ThS Nguyễn Văn Thanh** Viện Quản lý kinh tế
16. **ThS Ngô Thị Ngọc Anh** Viện Quản lý kinh tế
17. **CN Hồ Thị Hương Mai** Viện Quản lý kinh tế

## MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
Mở đầu.....	8
<b>Chương 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG KINH TẾ THỊ TRƯỜNG TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ HIỆN NAY.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện kinh tế thị trường hiện nay.....</b>	<b>13</b>
1.1.1. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp - khái lược lí thuyết và quan niệm.....	13
1.1.2. Đo lường và các tiêu chí xác định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp..	20
<b>1.2. Các nhân tố tác động tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp....</b>	<b>32</b>
1.2.1 Các yếu tố bên trong doanh nghiệp.....	32
1.2.2. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp.....	38
<b>1.3. Hội nhập kinh tế quốc tế và yêu cầu nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam.....</b>	<b>42</b>
1.3.1 Hội nhập kinh tế quốc tế và những tác động đối với doanh nghiệp Việt Nam.....	42
1.3.2. Cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam.....	47
1.3.3. Yêu cầu nâng cao năng lực cạnh tranh đối với các doanh nghiệp Việt Nam..	50
<b>Chương 2. THỰC TRẠNG DOANH NGHIỆP VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM.....</b>	<b>52</b>
<b>2.1. Thực trạng doanh nghiệp Việt Nam.....</b>	<b>52</b>
2.1.1. Số lượng, quy mô và ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp.....	52
2.1.2 Vốn, lao động của doanh nghiệp.....	57
2.1.3. Một số kết quả hoạt động của doanh nghiệp.....	58
<b>2.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam ..</b>	<b>59</b>
2.2.1. Tình hình thực hiện các chỉ tiêu năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam.....	59

2.2.2. Thực trạng các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam .....	81
2.2.3. Thực trạng về môi trường kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam .....	95
<b>Chương 3. MỘT SỐ QUAN ĐIỂM, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ.....</b>	<b>107</b>
<b>3.1. Một số quan điểm và phương hướng nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp .....</b>	<b>107</b>
3.1.1. Đổi mới nhận thức và quan điểm về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp .....	107
3.1.2. Những phương hướng cơ bản về nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp .....	111
<b>3.2. Những giải pháp cơ bản nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam .....</b>	<b>112</b>
3.2.1. Nâng cao năng lực hoạt động của các doanh nghiệp.....	112
3.2.2. Sử dụng có hiệu quả các nguồn lực của doanh nghiệp .....	122
3.2.3. Cải thiện môi trường và điều kiện kinh doanh đối với doanh nghiệp .....	126
3.2.4. Phát triển các định chế hỗ trợ doanh nghiệp .....	137
<b>Kết luận.....</b>	<b>140</b>
<b>Tài liệu tham khảo.....</b>	<b>142</b>

## CÁC CHỮ VIẾT TẮT

AFTA	Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN
APEC	Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á- Thái Bình Dương
ASEAN	Hiệp hội các nước Đông Nam Á
ASEM	Diễn đàn Hợp tác Á- Âu
CEPT	Hiệp định Ưu đãi thuế quan có hiệu lực chung
CP	Cổ phần
DN	Doanh nghiệp
DNNN	Doanh nghiệp nhà nước
DNTN	Doanh nghiệp tư nhân
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
HTX	Hợp tác xã
KHCN	Khoa học và công nghệ
R&D	Nghiên cứu và phát triển
SXKD	Sản xuất, kinh doanh
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
UNDP	Chương trình Phát triển của Liên hợp quốc
UNIDO	Tổ chức Phát triển công nghiệp Liên hợp quốc
USD	Đô la Mỹ
WEF	Diễn đàn Kinh tế thế giới
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới

## MỤC LỤC BẢNG BIỂU

	<i>Trang</i>
Bảng 1.1: Các hướng nghiên cứu năng lực cạnh tranh trên thế giới	16
Bảng 1.2: Tổng quan về trọng tâm, cấp độ đo lường năng lực cạnh tranh	21
Bảng 1.3: Tóm lược các mô hình phân tích và đo lường năng lực cạnh tranh	22
Bảng 1.4: So sánh chỉ tiêu năng lực cạnh tranh tổng hợp của hai doanh nghiệp	31
Bảng 1.5: Ma trận phân tích lợi thế cạnh tranh	37
Bảng 1.6: Lộ trình cắt giảm thuế suất theo CEPT/AFTA 2003-2006	44
Bảng 1.7: Các cam kết của Việt Nam khi gia nhập APEC	45
Bảng 2.1: Số doanh nghiệp đăng ký kinh doanh cả nước, 2000 - 2005	53
Bảng 2.2: Số doanh nghiệp thực tế hoạt động trong cả nước	54
Bảng 2.3: Các chỉ tiêu cơ bản của các loại doanh nghiệp năm 2004	54
Bảng 2.4: Số doanh nghiệp theo quy mô lao động và vốn, 2002-2004	55
Bảng 2.5: Quy mô theo loại hình doanh nghiệp năm 2004	55
Bảng 2.6: Tỷ trọng doanh nghiệp theo ngành năm 2004	56
Bảng 2.7 Vốn và lao động của doanh nghiệp Việt Nam, 2002-2004	57
Bảng 2.8 Một số kết quả chủ yếu của doanh nghiệp Việt Nam, 2002-2004	58
Bảng 2.9: Tỷ trọng xuất khẩu của một số quốc gia năm 2003	61
Bảng 2.10: Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam, 2001-2005	62
Bảng 2.11: Xuất khẩu của doanh nghiệp trong nước so với các doanh nghiệp có vốn nước ngoài, 2001 - 2005	63
Bảng 2.12: Tình hình lỗ, lãi của DN Việt Nam, 2002-2004	69
Bảng 2.13 Tình hình lãi theo loại doanh nghiệp ở Việt Nam 2002-2004	70
Bảng 2.14: Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam	71
Bảng 2.15: Tỷ suất lợi nhuận/ doanh thu của doanh nghiệp Việt Nam so với các doanh nghiệp Trung Quốc	72
Bảng 2.16: Năng suất sử dụng vốn, tài sản của các doanh nghiệp	74
Bảng 2.17 Năng suất sử dụng vốn, tài sản của các doanh nghiệp theo ngành. lĩnh vực	75
Bảng 2.18: Hệ số quay vòng vốn của doanh nghiệp nhà nước ở Việt Nam và các tập đoàn kinh tế Nhật Bản	76

Bảng 2.19	Nguồn tín dụng của các loại doanh nghiệp, 2002-2004	78
Bảng 2.20:	Tỷ trọng vốn tín dụng trong tổng nguồn vốn của các doanh nghiệp	80
Bảng 2.21:	Trình độ giám đốc doanh nghiệp Việt Nam	84
Bảng 2.22:	Trình độ giám đốc doanh nghiệp theo ngành	85
Bảng 2.23:	Vốn bình quân của doanh nghiệp công nghiệp Trung Quốc và Việt Nam năm 2003	86
Bảng 2.24:	So sánh công nghệ Việt Nam, Thái Lan, Trung Quốc (2004)	89
Bảng 2.26:	Trình độ lao động trong doanh nghiệp Việt Nam	93
Bảng 2.27:	Trình độ lao động trong một số ngành chủ yếu	93
Bảng 2.28:	So sánh quốc tế về giá một số dịch vụ của Việt Nam, 2003	101
Bảng 2.29:	Xếp hạng mức độ dễ dàng trong kinh doanh của Việt Nam	102
Bảng 2.30:	Chỉ số năng lực cạnh tranh nền kinh tế Việt Nam theo xếp hạng của Diễn đàn Kinh tế thế giới, 1997 - 2005	103
Bảng 2.31	Một số chỉ tiêu về môi trường kinh doanh của Việt Nam năm 2005 tăng hạng và giảm hạng đáng kể so với năm 2004	104
Bảng 2.32	Chỉ số xếp hạng năng lực cạnh tranh tăng trưởng năm 2004 của Việt Nam so với Thái Lan và Trung Quốc	106

## MỤC LỤC HÌNH VẼ

Hình 1.1	Mô hình Kim cương của Porter, 1990.	23
Hình 1.2	Các yếu tố chủ yếu của mô hình APP	24
Hình 1.3	Mô hình chuỗi giá trị của M. Porter	38
Hình 2.1	Số doanh nghiệp dân doanh và số vốn đăng ký hàng năm	53
Hình 2.2	Kim ngạch và tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam	60
Hình 2.3	Đánh giá các yếu tố môi trường kinh doanh của Việt Nam	105
Hình 3.1	Mô hình chiến lược cạnh tranh của doanh nghiệp	115

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong nền kinh tế thị trường theo xu hướng toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế, cạnh tranh ngày càng gay gắt. Trong điều kiện đó, năng lực cạnh tranh thể hiện *sức chiến đấu* trong quá trình tồn tại và phát triển của các sản phẩm, các doanh nghiệp và của cả quốc gia.

Năng lực cạnh tranh trong nền kinh tế được chia làm ba cấp độ: năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh của sản phẩm.

Nếu như *năng lực cạnh tranh của nền kinh tế* thể hiện bằng năng lực tham gia vào quá trình phân công lao động và hợp tác quốc tế của nền kinh tế quốc gia, khẳng định vị thế của mình trong nền kinh tế thế giới thì *năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp* thể hiện khả năng của doanh nghiệp trong việc duy trì lợi thế cạnh tranh, mở rộng thị phần để thu lợi nhuận. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là cơ sở của năng lực cạnh tranh toàn bộ nền kinh tế.

Do năng lực cạnh tranh có vai trò và ý nghĩa to lớn như vậy nên hầu hết các quốc gia đều khuyến khích cạnh tranh, tạo môi trường thúc đẩy cạnh tranh trong nước, quốc tế và rất chú trọng nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp.

Với việc chuyển sang cơ chế thị trường trong những năm qua, Việt Nam đã từng bước tạo lập một môi trường cạnh tranh giữa các chủ thể kinh doanh thuộc các thành phần kinh tế. Cùng với việc tăng cường mở cửa và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, cạnh tranh càng trở nên gay gắt cả trong nước và với quốc tế. Nhờ đó, các doanh nghiệp hoạt động năng động hơn, hiệu quả hơn và năng lực cạnh của các doanh nghiệp cũng được nâng cao, góp phần quan trọng vào việc nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, cải thiện vị thế về năng lực cạnh tranh của Việt Nam: năm 2001 được xếp thứ 60/75 nước, năm 2003 thứ 60/ 102 nước, năm 2004 xếp thứ 77/104 nước và 2005 xếp thứ 81/117 nước.

Theo đánh giá của *Diễn đàn Kinh tế thế giới* và một số tổ chức quốc tế có uy tín, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nước ta vẫn còn rất thấp so với khu vực và thế giới. Cơ sở để hình thành năng lực cạnh tranh ở Việt Nam chưa thật vững chắc, chủ yếu vẫn dựa trên các yếu tố bề rộng như lao



động rẻ, nguồn tài nguyên sẵn có. Các yếu tố về con người, khoa học - công nghệ... chưa phát huy hết khả năng vốn có. Năng lực về vốn, công nghệ và quản lý trong nhiều doanh nghiệp còn hạn chế. Tình trạng độc quyền doanh nghiệp trong một số ngành vẫn còn nặng nề là một trong những nguyên nhân làm giảm năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ở nước ta.

Trong điều kiện phát triển kinh tế thị trường định hướng XHCN theo xu hướng mở cửa nền kinh tế và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, cạnh tranh trong nước và quốc tế càng trở nên gay gắt, yêu cầu về nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nói riêng và của toàn bộ nền kinh tế đặt ra rất bức xúc: làm thế nào và bằng cách nào để nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam, góp phần nâng cao vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế? Để góp phần làm rõ những vấn đề đó, nhóm nghiên cứu của Viện Quản lý kinh tế - Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh đã lựa chọn đề tài nghiên cứu: "*Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay*".

## **2. Tình hình nghiên cứu của đề tài**

Trong điều kiện kinh tế thị trường, năng lực cạnh tranh là chìa khoá cho sự tồn tại và phát triển của sản phẩm, của doanh nghiệp và nền kinh tế quốc gia. Chính vì vậy, đã có một số công trình nghiên cứu xung quanh vấn đề này cả trong nước và quốc tế.

***Tình hình nghiên cứu ở nước ngoài:*** Các công trình nghiên cứu năng lực cạnh tranh ở nước ngoài tập trung vào cả 3 mức độ cạnh tranh: năng lực cạnh tranh của sản phẩm, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh của quốc gia.

Đối với cạnh tranh sản phẩm, có nhiều nghiên cứu từ cấp độ sản phẩm của doanh nghiệp, ngành sản phẩm đến sản phẩm quốc gia. Đó là kết quả tự đánh giá năng lực cạnh tranh từng sản phẩm của các doanh nghiệp, cũng như đánh giá năng lực cạnh tranh theo ngành sản phẩm ở nhiều quốc gia. Do năng lực cạnh tranh sản phẩm thường gắn với doanh nghiệp nên có liên quan mật thiết với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Ở cấp độ cạnh tranh quốc gia, hiện có nhiều tổ chức quốc tế tiến hành điều tra, so sánh và đưa ra các kết quả xếp hạng hàng năm nhằm mục đích so sánh và dự báo môi trường đầu tư, kinh doanh giữa các quốc gia. Trong số đó có các tổ chức quốc tế nổi tiếng như Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF), Tổ

chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD), Viện Phát triển quản lý (IMD), Tổ chức Tình báo kinh tế, Quỹ Di sản và một số công ty như Standard & Poor's, Moody's. Do năng lực cạnh tranh quốc gia bao hàm cả năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, hay nói cách khác, năng lực cạnh tranh doanh nghiệp là một thành tố của năng lực cạnh tranh quốc gia nên giữa hai cấp độ này có mối liên hệ chặt chẽ với nhau.

Ở cấp độ cạnh tranh doanh nghiệp, do gắn với từng doanh nghiệp cụ thể và liên quan tới bí mật thông tin kinh doanh nên ít thấy các công trình nghiên cứu được công bố. Dưới đây là một số nghiên cứu tiêu biểu có liên quan đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp:

- *From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of competitiveness theory*, Cho D. S. and Moon C. H (2000), World Scientific Publishing Company Ltd., Singapore

- *What makes Small and Medium Enterprises competitive*, Department of Science, Economics, Mathematics and Statistics (DSEMS) 2005, Italia.

- "Measuring competitiveness", *Country Report on case studies for Ireland*, Mary O' Donnell (2004), Limerick - Ireland.

- Defining competitiveness: a holistic approach, Feurer, R and Chaharbaghi, K (1994), *Management Decision*, No 32 (2).

- *Rethinking Competitiveness for the Construction Industry*, Henricsson, J.P.E, Ericsson, S, Flanagan, R, Jewel C.A (2004).

- *The Competitiveness of Nations*, Porter, M E (1990), London.

- *Analysis of the competitiveness of cereal production in selected EU countries*, F. S. Thorne (2005), Copenhagen, Denmark.

**Tình hình nghiên cứu trong nước:** Từ khi thực hiện công cuộc đổi mới với việc chuyển sang kinh tế hàng hoá nhiều thành phần vận hành theo cơ chế thị trường và đặc biệt là từ khi thực hiện mở cửa, hội nhập kinh tế quốc tế đến nay, vấn đề cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp được đặt ra rất bức xúc. Hiện đã có một số nghiên cứu liên quan tới đề tài này. Dưới đây là một số công trình tiêu biểu:

- *Nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, - do TS Vũ Trọng Lâm chủ biên, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2006.

- *Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia* - Dự án VIE 01/ 025 của Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương phối hợp với Chương trình phát triển Liên hợp quốc - NXB Giao thông, Hà Nội, 2003.

- *Năng lực cạnh tranh quốc tế của Thái Lan: các chỉ số* - Bài phát biểu tại Hội thảo do Viện nghiên cứu QLKT Trung ương tổ chức, 2001.

- *Bàn về năng lực cạnh tranh* - Phạm Cương - Tài liệu chuyên đề của Viện nghiên cứu kinh tế quốc dân Trung quốc, 2003.

- *Làm thế nào nâng cao năng lực cạnh tranh sau khi gia nhập WTO* - Phạm Cương - Tài liệu chuyên đề của Viện nghiên cứu QLKT quốc dân Trung quốc, 2003.

- *Khả năng cạnh tranh của các quốc gia* - Báo cáo của Trung tâm nghiên cứu dự báo và thông tin quốc tế (CEPII), Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương phát hành, 2001.

- *Hội nhập kinh tế: áp lực cạnh tranh và đối sách trên thị trường của một số nước* - Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương và Cơ quan phát triển quốc tế Thụy Điển (SIDA) cùng phối hợp nghiên cứu, 2003.

- *Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp* - Bài phát biểu của Thủ tướng Phan Văn Khải tại cuộc tọa đàm với doanh nghiệp ngày 24/3/2004.

- *Sử dụng thương hiệu nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường của doanh nghiệp Việt Nam* - <http://www.industry.gov.vn> ngày 26/9/2004.

- *Chất lượng với cạnh tranh trong phát triển và hội nhập* - Văn Tĩnh - <http://www.vista.gov.vn/Anphamdientu>, số 5/2002.

Nhìn chung, các đề tài này đã có nỗ lực lớn trong việc đánh giá năng lực cạnh tranh ở mức độ sản phẩm, doanh nghiệp và nền kinh tế trên từng mặt cụ thể. Tuy nhiên, phần lớn các công trình này tập trung nghiên cứu năng lực cạnh tranh của nền kinh tế nói chung, còn năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp còn rất ít, đồng thời, chưa có tính toàn diện, tổng thể và hệ thống. Hơn nữa, đây là vấn đề mới và phức tạp đối với Việt Nam, đòi hỏi phải tiếp tục nghiên cứu làm rõ nhiều vấn đề từ lý luận đến thực tiễn.

### **3. Mục đích nghiên cứu đề tài**

Mục đích chung của đề tài là trên cơ sở phân tích lý luận và thực tiễn để tìm những biện pháp phù hợp và khả thi để nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

Để đạt mục tiêu chung đề ra ở trên, đề tài tập trung giải quyết các mục tiêu cụ thể:

- Góp phần làm rõ khái niệm năng lực cạnh tranh, đo lường năng lực cạnh tranh và các yếu tố tác động tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

- Đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam, trên cơ sở đó chỉ ra những hạn chế, trở ngại và nguyên nhân chủ yếu.

- Đề xuất các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

#### **4. Đối tượng nghiên cứu của đề tài**

Đối tượng nghiên cứu là năng lực cạnh tranh và các biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam, trong đó tập trung nghiên cứu năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp có vốn trong nước.

#### **5. Cách tiếp cận, phương pháp nghiên cứu, kỹ thuật sử dụng**

Đề tài có tính lý luận và thực tiễn và bao quát quy mô rộng lớn trong phạm vi cả nước. Do vậy, ngoài phương pháp luận duy vật biện chứng, việc nghiên cứu đề tài được tiếp cận theo phương pháp hệ thống, đi từ khái quát đến cụ thể, đặt trong sự so sánh quốc gia với quốc tế, kết hợp nghiên cứu lý luận với thực tiễn.

Các phương pháp cụ thể được sử dụng như: phân tích, tổng hợp, so sánh, đối chứng, mô hình hoá, điều tra xã hội học. Cụ thể như sau:

- Đối với phần lý luận chung, phương pháp được áp dụng chủ yếu là tổng hợp, phân tích, so sánh tư liệu, dữ liệu hiện có, trên cơ sở rút ra những nhận định và ý kiến tổng hợp.

- Đối với phần thực trạng, chủ yếu sử dụng phương pháp tổng hợp, phân tích số liệu, tư liệu.

#### **5. Kết cấu của Tổng quan khoa học**

Tổng quan khoa học gồm 152 trang. Ngoài phần mở đầu và kết luận, phần nội dung chính của Tổng quan khoa học được kết cấu thành 3 chương, 7 tiết. Tổng quan được minh hoạ bằng 39 bảng biểu, 4 hình và sử dụng 59 tài liệu tham khảo.

## CHƯƠNG 1

### MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG KINH TẾ THỊ TRƯỜNG TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ HIỆN NAY

Cạnh tranh là hiện tượng khá phổ biến trong tự nhiên, xã hội và kinh tế. Cạnh tranh của doanh nghiệp là một loại hình cạnh tranh trong kinh doanh. Đến nay, nhiều vấn đề lý luận và thực tiễn đang đặt ra cần được làm rõ như: năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là gì và đo lường như thế nào? Các yếu tố nào tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp?

Trên cơ sở hệ thống hoá tư liệu trong và ngoài nước về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, phân tích năng lực cạnh tranh điều kiện kinh tế thị trường trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế để làm rõ một số vấn đề lý luận chung như:

- Khái niệm năng lực cạnh tranh doanh nghiệp và đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.
- Các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.
- Bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế tác động đến cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam.

#### 1.1. NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG ĐIỀU KIỆN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG HIỆN NAY

##### 1.1.1. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp - khái lược lí thuyết và quan niệm

###### *1.1.1.1. Khái lược về lý thuyết năng lực cạnh tranh doanh nghiệp*

Trong nền kinh tế thị trường, cạnh tranh là hiện tượng phổ biến và có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển kinh tế ở các quốc gia. Việc nghiên cứu hiện tượng cạnh tranh đã có từ lâu và lý thuyết về cạnh tranh cũng xuất hiện từ rất sớm với các trường phái nổi tiếng như: lý thuyết cạnh tranh cổ điển, lý thuyết cạnh tranh của trường phái tân cổ điển và lý thuyết cạnh tranh hiện đại. Các lý thuyết này đã làm rõ bản chất của cạnh tranh, vai trò và tác động của cạnh tranh, các phương thức cạnh tranh v.v. Ngoài các nhà kinh tế cổ điển và các nhà kinh điển, các lý thuyết cạnh tranh gắn với các tên tuổi nổi tiếng của

trường phái cạnh tranh hoàn hảo như W. S. Jevons, A. Cournot, L. Walras, Marshall... và trường phái cạnh tranh hiện đại như E. Chamberlin, J. Robinson, J. Schumpeter, R. Boyer, M. Aglietta, Micheal Porter<sup>1</sup>, Micheal Fairbank<sup>2</sup>...

Tuy nhiên, *năng lực cạnh tranh* và việc nghiên cứu năng lực cạnh tranh một cách hệ thống lại được bắt đầu khá muộn và chỉ mới từ những năm 1980 đến nay. Theo kết quả tổng hợp các công trình nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của các nhà kinh tế người Anh là Buckley, Pass và Prescott, đến năm 1988 có rất ít định nghĩa về năng lực cạnh tranh được chấp nhận. Còn M. E. Porter - một chuyên gia hàng đầu thế giới về năng lực cạnh tranh lại chỉ ra rằng cho đến năm 1990, năng lực cạnh tranh vẫn chưa được hiểu một cách đầy đủ và chưa có một định nghĩa nào được chấp nhận một cách thống nhất. Năm 1996, Waheeduzzan và các cộng sự cho rằng "năng lực cạnh tranh vẫn là một trong những khái niệm được hiểu thiếu đầy đủ" (misunderstood concept). Cho đến năm 2004, Henricsson và các cộng sự chỉ rõ rằng khái niệm năng lực cạnh tranh vẫn còn nhiều tranh cãi giữa các nhà hoạch định chính sách, các nhà kinh tế, các nhà báo, các học giả.

Tổng thuật tài liệu nghiên cứu về năng lực cạnh tranh, một số tác giả như Thorne (2002, 2004), Momay (2002, 2005) chỉ ra rằng, bắt đầu từ những năm 1990 đến nay, lý thuyết về năng lực cạnh tranh trên thế giới bước vào thời kỳ "bùng nổ" với số lượng công trình nghiên cứu được công bố rất lớn. Theo Thorne, các lý thuyết về năng lực cạnh tranh tựu trong có 3 cách tiếp cận: lý thuyết thương mại truyền thống về năng lực cạnh tranh, lý thuyết tổ chức công nghiệp và trường phái quản lý chiến lược.

- *Lý thuyết thương mại truyền thống* (Traditional trade theory) nghiên cứu năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp dựa trên cách tiếp cận của "kinh tế trọng cung", chú trọng tới mặt cung (supply), chủ yếu quan tâm tới khâu "bán hàng" của người sản xuất - kinh doanh. Theo cách tiếp cận này, tiêu chí đầu tiên của năng lực cạnh tranh là *giá cả* và do đó *sự khác biệt về giá cả* hàng hoá, dịch vụ được coi là chỉ số chính để đo lường năng lực cạnh tranh. Lý

---

<sup>1</sup> Michael Porter là Giáo sư Đại học Harvard (Mỹ) với tác phẩm nổi tiếng *Lợi thế cạnh tranh quốc gia* - được các doanh nghiệp hàng đầu thế giới coi như Kinh thánh.

<sup>2</sup> Michael Fairbanks là người lãnh đạo tập đoàn OTF (Mỹ), từng làm cố vấn cho các tổng thống, thủ tướng nhiều quốc gia về năng lực cạnh tranh nền kinh tế, là tác giả của cuốn sách "Cạnh tác trên biển" - được công nhận là cuốn sách hàng đầu về cạnh tranh.

thuyết này chưa chú trọng đúng mức về cấu hàng hoá, dịch vụ cũng như các yếu tố về môi trường kinh doanh. Theo Van Duren và các cộng sự (1991), cách tiếp cận này dẫn tới những sai lầm cố hữu do chưa chú trọng đúng mức tới sự khác biệt về chất lượng sản phẩm, cách tiếp thị và những dịch vụ hậu mại của doanh nghiệp. Để khắc phục hạn chế của cách tiếp cận thương mại truyền thống, cần kết hợp mật cung với mật cầu hàng hoá, dịch vụ.

- *Lý thuyết tổ chức công nghiệp* (Industrial Organisation - IO): nghiên cứu năng lực cạnh tranh trên cơ sở xác định các thông số tác động tới các hoạt động kinh doanh. Cách tiếp cận này chủ yếu dựa trên hoạt động thực tiễn của doanh nghiệp, nhấn mạnh tới mật cầu (demand) của hàng hoá, dịch vụ, coi trọng các yếu tố ngoài giá hơn yếu tố giá cả. Tuy nhiên, cách tiếp cận này không chú trọng lý luận về năng lực cạnh tranh, chưa chú ý đúng mức tới các yếu tố tác động tới năng lực cạnh tranh như chính sách.

- *Trường phái quản lý chiến lược* (Strategic management) được coi là mô hình khá mạnh nghiên cứu về năng lực cạnh tranh. Trường phái này nghiên cứu và lý giải cơ sở lý thuyết về cạnh tranh, làm rõ nguồn lực bảo đảm cho năng lực cạnh tranh.

Một số nhà nghiên cứu đã có những công trình nghiên cứu công phu về năng lực cạnh tranh. Chẳng hạn như Momaya (2002), Ambastha và cộng sự (2005), hoặc các tác giả người Mỹ như Henricsson và các cộng sự (2004)... đã hệ thống hoá và phân loại các nghiên cứu và đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp theo 3 loại: nghiên cứu năng lực cạnh tranh *hoạt động* (performance), năng lực cạnh tranh dựa trên việc khai thác, sử dụng *tài sản* (assets) và năng lực cạnh tranh gắn *quá trình* (process).

Năng lực cạnh tranh *hoạt động* (performance): là xu hướng nghiên cứu năng lực cạnh tranh chú trọng vào những chỉ tiêu cơ bản gắn với hoạt động kinh doanh trên thực tế như: thị phần (market share), năng suất lao động, giá cả, chi phí,.. Bảng 1.1 dưới đây cho thấy, xu hướng nghiên cứu này được chú trọng cho đến cuối những năm 1990.

Năng lực cạnh tranh dựa trên *tài sản* (assets): nghiên cứu nguồn hình thành năng lực cạnh tranh trên cơ sở sử dụng các nguồn lực như nhân lực, công nghệ, lao động.

**Bảng 1.1. Các hướng nghiên cứu năng lực cạnh tranh trên thế giới**

Hướng nghiên cứu	Tác giả và năm công bố kết quả nghiên cứu
<b>Hoạt động (performance):</b>	Baumol (1985), Francis (1989), McKee (1989), Schealbach (1989), Scott (1989), Porter (1990), Buckley (1991), Hammer (1993), Ramasamy (1995), Pace (1996), Man (1998), Dou (1998), Mehra (1998).
<b>Tài sản (assets)</b>	Stoier (1987), Bambarger (1989), Grant (1991), Teece (1991), Patterns (1991), Home (1992), Johnson (1992), Amit (1993), Peteraf (1993), Chaston (1997), Mehra (1998), Khalil (2000), Peng (2001), Shee (2001), Barney (2001).
<b>Các quá trình (processes)</b>	Ibrahim (1968), Hays (1983), Doz (1987), Berkely (1988), Keats (1988), O'Farell (1988, 89, 92), Hamel (1989, 1990), Bartlett (1989), Dertousos (1989), Mann (1989), Ghemawat (1990), Porter (1990, 1999, 2001), Prahalad (1990, 1996), Grant (1991), Dyke (1992), Johnson (1992), Nelson (1992), Kanter (1993), Corbett (1993), Hammer (1993), Heron (1993), Barkham (1994), Box (1994), Chaharbarghi (1994), Papadakis (1994), Swann (1994), Ross (1996), Sushil (1997, 2000), Hofer (1997), Grupp (1997), Dou (1998), Khalil (2000), Momaya (2000, 2005), DC (2001), WCY (2002).

*Nguồn:* Momaya và các cộng sự, 2005.

Năng lực cạnh tranh theo *quá trình* (process): nghiên cứu năng lực cạnh tranh như các quá trình duy trì và phát triển năng lực này. Các quá trình bao gồm: quá trình quản lý chiến lược (Strategic managment processes), quá trình sử dụng nguồn nhân lực (human resources process), các quá trình công nghệ, các quá trình tác nghiệp (sản xuất, chất lượng...). Từ Bảng 1.1 cho thấy, hướng nghiên cứu coi năng lực cạnh tranh như quá trình duy trì và phát triển năng lực cạnh tranh được nhiều nhà nghiên cứu chú trọng và phát triển cho đến nay.

Như vậy, cho đến nay lý thuyết về năng lực cạnh tranh doanh nghiệp trên thế giới phát triển theo nhiều khuynh hướng khác nhau, nhiều trường phái và cách tiếp cận khác nhau.

Tuy nhiên, do ý nghĩa to lớn của việc nghiên cứu năng lực cạnh tranh nên bất chấp những bất đồng trong lý luận, một số nước như Mỹ, Anh và tổ quốc tế



như Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF), Tổ chức Hợp tác và phát triển kinh tế (OECD), Viện Phát triển quản lý (IMD), Công ty Standard & Poor's, Công ty Moody's... vẫn nghiên cứu và công bố các kết quả tính toán năng lực cạnh tranh ở các cấp độ khác nhau. Các kết quả này được rất nhiều quốc gia, doanh nghiệp quan tâm và tham khảo.

#### ***1.1.1.2. Quan niệm về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp***

Khái niệm *năng lực cạnh tranh* được đề cập đầu tiên ở Mỹ vào đầu những năm 1980. Theo Aldington Report (1985): "Doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh là doanh nghiệp có thể sản xuất sản phẩm và dịch vụ với chất lượng vượt trội và giá cả thấp hơn các đối thủ cạnh tranh trong nước và quốc tế. Khả năng cạnh tranh đồng nghĩa với việc đạt được lợi ích lâu dài của doanh nghiệp và khả năng bảo đảm thu nhập cho người lao động và chủ doanh nghiệp". Định nghĩa này cũng được nhắc lại trong Sách trắng về năng lực cạnh tranh của nước Anh (1994). Năm 1998, Bộ Thương mại và Công nghiệp (Anh) đưa ra định nghĩa: "Đối với doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh là khả năng sản xuất đúng sản phẩm, xác định đúng giá cả và vào đúng thời điểm. Điều đó có nghĩa là đáp ứng nhu cầu khách hàng với hiệu suất và hiệu quả hơn các doanh nghiệp khác".

Tuy nhiên, khái niệm năng lực cạnh tranh đến nay vẫn chưa được hiểu một cách thống nhất. Theo Buckley (1988), năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cần được gắn kết với việc thực hiện mục tiêu của doanh nghiệp. Theo Collins và Polart (1996), khái niệm năng lực cạnh tranh gắn với nhiệm vụ (mission) của doanh nghiệp với 3 yếu tố là: các giá trị chủ yếu của doanh nghiệp, mục đích chính của doanh nghiệp và các mục tiêu giúp các doanh nghiệp thực hiện chức năng của mình.

Điểm lại các tài liệu trong và ngoài nước, có nhiều cách quan niệm về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Dưới đây là một số cách quan niệm về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp đáng chú ý.

*Một là, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và mở rộng thị phần, thu lợi nhuận của doanh nghiệp.* Đây là cách quan niệm khá phổ biến hiện nay, theo đó năng lực cạnh tranh là khả năng tiêu thụ hàng hoá, dịch vụ so với các đối thủ và khả năng "thu lợi" của doanh nghiệp. Cách quan niệm như vậy có thể gặp trong các công trình nghiên cứu của Mehra (1998), Ramasamy (1995), Buckley (1991), Schealbach (1989) hay ở trong nước

như của CIEM (2003) [34, 14], Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2003) [33, 16]. Cách quan niệm như vậy tương đồng với *cách tiếp cận thương mại truyền thống* như nêu trên. Hạn chế trong cách quan niệm này là chưa bao hàm các phương thức, các yếu tố duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh, chưa phản ánh một cách bao quát năng lực kinh doanh của doanh nghiệp.

*Hai là*, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng chống chịu trước sự tấn công của các doanh nghiệp khác. Chẳng hạn, Hội đồng Chính sách năng lực cạnh tranh của Mỹ đưa ra định nghĩa: Năng lực cạnh tranh là năng lực kinh tế về hàng hoá và dịch vụ của một nền sản xuất có thể vượt qua thử thách trên thị trường thế giới... Từ điển Thuật ngữ chính sách thương mại (1997) định nghĩa năng lực cạnh tranh là năng lực của một doanh nghiệp "không bị doanh nghiệp khác đánh bại về năng lực kinh tế" [33, 16]. Quan niệm về năng lực cạnh tranh như vậy mang tính chất định tính, khó có thể định lượng được.

*Ba là*, năng lực cạnh tranh đồng nghĩa với năng suất lao động. Theo Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD), năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là sức sản xuất ra thu nhập tương đối cao trên cơ sở sử dụng các yếu tố sản xuất có hiệu quả làm cho các doanh nghiệp phát triển bền vững trong điều kiện cạnh tranh quốc tế [11, 132]. Theo Porter (1990), năng suất lao động là thước đo duy nhất về năng lực cạnh tranh. Các quan niệm này chưa gắn với việc thực hiện các mục tiêu và nhiệm vụ của doanh nghiệp.

*Bốn là*, năng lực cạnh tranh đồng nghĩa với duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh. Chẳng hạn, tác giả Vũ Trọng Lâm (2006) cho rằng, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng tạo dựng, duy trì, sử dụng và sáng tạo mới các lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp [20, 15], tác giả Trần Sửu (2005) cũng có ý kiến tương tự: "Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng tạo ra lợi thế cạnh tranh, có khả năng tạo ra năng suất và chất lượng cao hơn đối thủ cạnh tranh, chiếm lĩnh thị phần lớn, tạo ra thu nhập cao và phát triển bền vững" [26, 27].

Ngoài ra, không ít ý kiến đồng nhất năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp với năng lực kinh doanh.

Như vậy, cho đến nay quan niệm về năng lực cạnh tranh vẫn chưa được hiểu thống nhất. Để có thể đưa ra quan niệm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phù hợp, cần lưu ý những đặc thù của khái niệm này như Henricsson và các

cộng sự (2004) chỉ ra: đó là *tính đa nghĩa* (có nhiều cách định nghĩa), *đa trị* (có nhiều cách đo lường), *đa cấp* (với các cấp độ khác nhau), *phụ thuộc*, có *tính quan hệ qua lại*, *tính chất động* và là *một quá trình*.

Ngoài ra, khi đưa ra khái niệm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, cần lưu ý thêm một số vấn đề sau đây:

*Một là*, quan niệm năng lực cạnh tranh cần phù hợp với điều kiện, bối cảnh và trình độ phát triển trong từng thời kỳ. Chẳng hạn, trong nền kinh tế thị trường tự do trước đây, cạnh tranh chủ yếu trong lĩnh vực bán hàng và năng lực cạnh tranh đồng nghĩa với việc *bán được nhiều hàng hoá* hơn đối thủ cạnh tranh; trong điều kiện thị trường cạnh tranh hoàn hảo, cạnh tranh trên cơ sở tối đa hoá số lượng hàng hoá nên năng lực cạnh tranh thể hiện ở *thị phần*; còn trong điều kiện kinh tế tri thức, cạnh tranh đồng nghĩa với mở rộng "không gian sinh tồn", doanh nghiệp phải cạnh tranh không gian, cạnh tranh thị trường, cạnh tranh tư bản và do vậy quan niệm về năng lực cạnh tranh cũng phải phù hợp với điều kiện mới.

Đối với Việt Nam hiện nay, với trình độ phát triển kinh tế còn thấp nhưng lại đặt trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế - cạnh tranh gay gắt, việc đưa ra khái niệm năng lực cạnh tranh cho phù hợp với bối cảnh hiện nay là không đơn giản.

*Hai là*, năng lực cạnh tranh cần thể hiện khả năng khả năng đua tranh, tranh giành giữa các doanh nghiệp không chỉ về năng lực thu hút và sử dụng các yếu tố sản xuất, khả năng tiêu thụ hàng hoá, mà cả khả năng mở rộng không gian sinh tồn của sản phẩm, khả năng sáng tạo sản phẩm mới.

*Ba là*, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cần thể hiện được phương thức cạnh tranh phù hợp, bao gồm cả những phương thức truyền thống và các phương thức hiện đại - không chỉ dựa vào lợi thế so sánh mà dựa vào lợi thế cạnh tranh, dựa vào quy chế.

Từ những yêu cầu trên, có thể đưa ra khái niệm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp như sau:

*Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong việc tiêu thụ sản phẩm, mở rộng mạng lưới tiêu thụ, thu hút và sử dụng có hiệu quả các yếu tố sản xuất nhằm đạt lợi ích kinh tế cao và bền vững.*

Như vậy, năng lực cạnh tranh không phải là chỉ tiêu đơn nhất mà mang tính tổng hợp, bao gồm nhiều chỉ tiêu cấu thành và có thể xác định được cho nhóm doanh nghiệp (ngành) và từng doanh nghiệp.

### **1.1.2. Đo lường và các tiêu chí xác định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp**

Cũng như khái niệm năng lực cạnh tranh, việc đo lường và xác định các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh là những vấn đề chưa được hiểu một cách thống nhất. Để có căn cứ xác định rõ các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh, trước hết, cần hệ thống hoá cách thức và các tiêu chí đo lường được sử dụng trên thế giới những năm gần đây.

#### ***1.1.2.1. Tổng quan về đo lường và xác định tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp***

Khi nghiên cứu năng lực cạnh tranh, ngoài việc đưa ra khái niệm, các nhà nghiên cứu thường đưa ra các tiêu chí xác định và mong muốn đo lường được năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, do chưa có sự thống nhất về khái niệm như đã nêu trên nên việc đo lường và các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cũng chưa thống nhất.

Năm 1994, Chaharbaghi và Feurer đưa ra khung khổ đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, theo đó năng lực cạnh tranh phụ thuộc vào đánh giá (giá trị) của khách hàng và người cung ứng, môi trường cạnh tranh và động cơ thúc đẩy cạnh tranh. Họ phân ra 3 loại giá trị: giá trị của khách hàng, giá trị của những người cộng tác và khả năng hành động - phản ứng.

Theo Wangwe (1995), Biggs và Saturi (1997), chỉ tiêu đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là hiệu quả kỹ thuật và năng suất; theo Cockburn (1997) đó là hiệu quả tài chính theo nghĩa hẹp (lợi nhuận); theo Porter (1990), đó là khả năng duy trì lợi thế cạnh tranh (chi phí thấp và sự khác biệt của sản phẩm); theo Salinger (2001), đó là năng suất lao động và năng lực vốn con người (human capital) v.v.

Nhóm nghiên cứu của Flanagan (2005) đã hệ thống hoá các tài liệu nghiên cứu và đo lường năng lực cạnh tranh ở nhiều nước dưới các góc độ khác nhau: quốc gia, ngành và doanh nghiệp như Bảng 1.2.

**Bảng 1.2. Tổng quan về trọng tâm, cấp độ đo lường năng lực cạnh tranh**

<i>Thuốc đo</i>	<i>Cấp độ cạnh tranh</i>	<i>Trọng tâm</i>
Chỉ số tổng hợp	Quốc gia	Thực hiện và quá trình
Các chỉ số thương mại	Quốc gia và ngành	Thực hiện
Mức thu lãi	Doanh nghiệp	Thực hiện
Năng suất	Quốc gia, ngành, DN	Thực hiện

*Nguồn:* R. Flanagan và các cộng sự (2005) [47].

Theo đó, ở cấp độ doanh nghiệp có hai nhóm chỉ tiêu đo lường năng lực cạnh tranh là: mức thu lãi và năng suất. Trong đó, mức thu lãi được tính bằng các chỉ số như: tiền lãi trên doanh số, tiền lãi trên tổng vốn,... còn năng suất được tính theo năng suất yếu tố (đầu ra trên mỗi yếu tố đầu vào) và năng suất tổng thể (tổng đầu ra trên tổng đầu vào).

Kết quả nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của Momaya (2004) đã hệ thống hoá cụ thể hơn các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh doanh nghiệp theo từng nhóm năng lực như sau:

- Khả năng khai thác, sử dụng *tài sản (assets)* gồm các chỉ tiêu liên quan tới: nguồn nhân lực, cơ cấu doanh nghiệp, văn hóa doanh nghiệp, công nghệ.

- Năng lực vận hành *các quá trình (processes)*: quá trình quản lý chiến lược (năng lực quản lí, chiến lược cạnh tranh, khả năng linh hoạt và thích ứng); quá trình sử dụng nguồn nhân lực (tài năng thiết kế và cải tiến); các quá trình công nghệ (đổi mới, các hệ thống công nghệ, công nghệ thông tin; các quá trình tác nghiệp (sản xuất, chất lượng...); các quá trình marketing (marketing, quản lý các mối quan hệ, năng lực thuyết phục...).

- Năng lực cạnh tranh *hoạt động (performance)* gồm các chỉ tiêu: năng suất (productivity), thị phần tài chính (finance market share), sự khác biệt (differentiation), mức sinh lời (profitability), giá cả (price), chi phí (cost), sự đa dạng sản phẩm (variety, product range), hiệu quả (efficiency), tạo ra giá trị (value creation), đáp ứng nhu cầu khách hàng (customer satisfaction), phát triển sản phẩm mới (new product development).

Trên cơ sở nghiên cứu các lí thuyết về năng lực cạnh tranh và đo lường năng lực cạnh tranh, nhóm nghiên cứu của R. Flanagan đã hệ thống hoá được

khung khổ phân tích và đo lường năng lực cạnh tranh của nhiều nhà nghiên cứu thuộc nhiều nước với cách tiếp cận, mô hình và tên gọi khác nhau như Bảng 1.3 dưới đây.

**Bảng 1.3: Tóm lược các mô hình phân tích và đo lường năng lực cạnh tranh**

Mô hình	Tác giả, năm	Cấp độ	Trọng tâm
Ba viên kim cương	Chaharbaghi và Feurer, 1994	Doanh nghiệp	Đo lường
Giá trị năng lực cạnh tranh tổng thể	Li, Shen 2002	Doanh nghiệp	Đo lường
Kim cương	Porter, 1990	Quốc gia, ngành	Hiểu biết
Kim cương kép	Moon, Rugman, Verbeke, 1995	Quốc gia, ngành	Hiểu biết
Chín yếu tố	Cho, 1994	Quốc gia, ngành	Hiểu biết
Tam giác sức cạnh tranh	Lall, 2001	Doanh nghiệp	Hiểu biết
Tài sản - quá trình - thực hiện (APP)	Bekley và các cộng sự, 1988; Momaya và Selby, 1998	Quốc gia, ngành, doanh nghiệp	Kết hợp giữa hiểu biết và đo lường

*Nguồn:* Flanagan và các cộng sự 2005 [47].

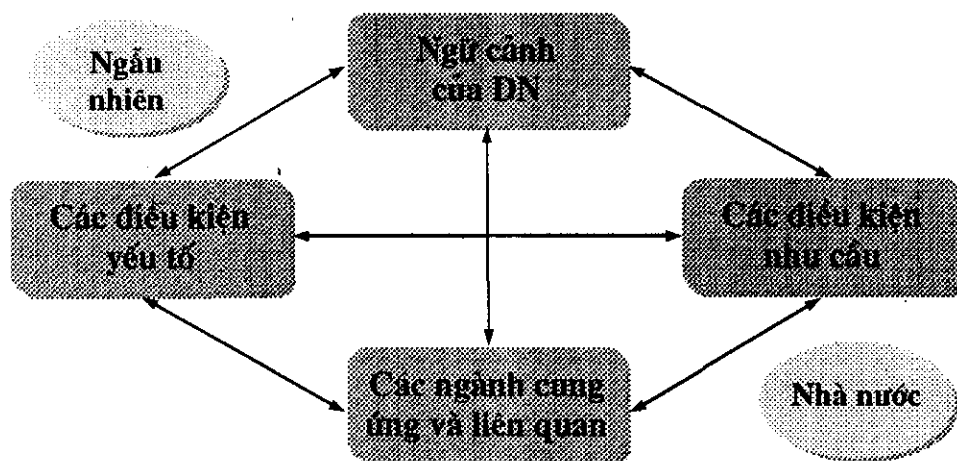
Mô hình *Ba viên kim cương* dựa trên ba nhóm yếu tố: giá trị đối với người tiêu dùng, giá trị đối với các cổ đông và khả năng hành động - phản ứng của doanh nghiệp. Cả ba nhóm giá trị này của doanh nghiệp thể hiện tổng hợp năng lực cạnh tranh và được đo lường bằng các chỉ tiêu cụ thể như chi phí, các chỉ tiêu tài chính và phi tài chính.

Mô hình *Giá trị năng lực cạnh tranh tổng hợp (TVC)* là mô hình tính toán năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp dựa trên một hệ thống yếu tố có ba cấp độ với 6 nhóm (sự tác động về mặt xã hội, các yếu tố kỹ thuật, các yếu tố tài chính và tình trạng kế toán, marketing, kỹ năng quản lý, cơ cấu tổ chức và vận hành) bao gồm 98 tiêu chí tính toán. Mô hình này là hệ thống trợ giúp tính toán và ra quyết định về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp dựa trên cơ sở máy tính điện.

Mô hình *Kim cương* của Porter (1990) đưa ra khung khổ phân tích để hiểu bản chất và đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Theo mô

hình này, các nhóm hình thành nên 4 đỉnh của cấu trúc kim cương là: *các điều kiện yếu tố* (con người, các yếu tố vật chất, tri thức), *các điều kiện nhu cầu* (quy mô, cơ cấu và sự tinh tế của thị trường nội địa), *các ngành cung cấp và ngành có liên quan* (sự hiện diện hay không có sự cạnh tranh quốc tế đối với ngành kinh doanh hoặc các ngành liên quan), *hiện trạng của doanh nghiệp* (chiến lược, cơ cấu, sự cạnh tranh trong nước). Một số nước và tổ chức quốc tế sử dụng mô hình này để phân tích, xây dựng mô hình năng lực cạnh tranh trong dài hạn đối với quốc gia, ngành và thậm chí doanh nghiệp.

**Hình 1.1. Mô hình Kim cương của Porter, 1990.**



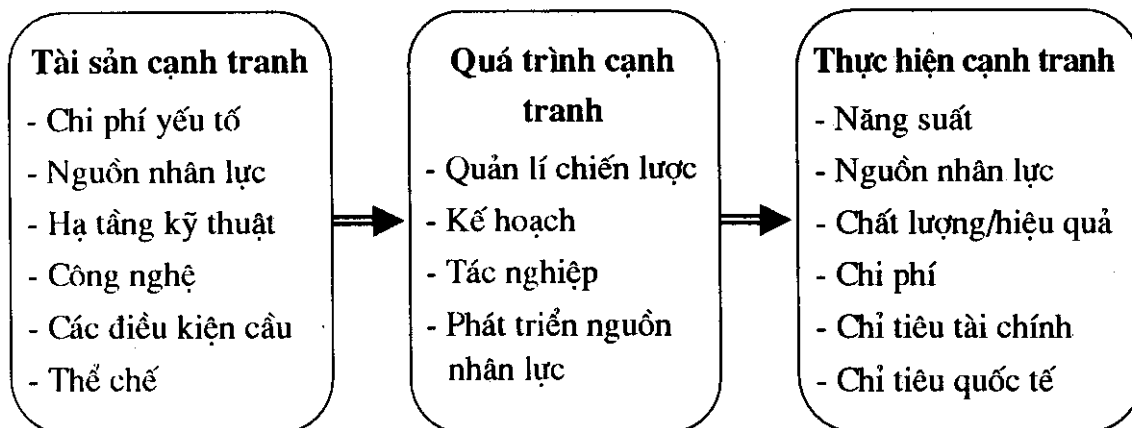
Như vậy, theo *mô hình kim cương* của Porter, việc đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp không chỉ dựa vào khả năng bên trong doanh nghiệp mà còn phụ thuộc vào các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp. Mô hình này góp phần làm rõ vì sao các công ty ở các nước kém phát triển cũng có thể cạnh tranh với các công ty mạnh ở các nước phát triển trong cạnh tranh quốc tế hiện nay.

Trên cơ sở mô hình Kim cương của Porter, một số nhà nghiên cứu đã phát triển thành mô hình Kim cương đúp (Moon, Rugman và Verbeke - 1995), mô hình *Chín yếu tố* (Cho, 1994), mô hình *Tam giác năng lực cạnh tranh* (Lall, 2001).

Trong các mô hình phân tích và đo lường năng lực cạnh tranh nêu trên, đối với cấp độ doanh nghiệp, đáng chú ý là mô hình *Assets - Process - Performance (APP)* của Bekley cùng các cộng sự (1988). Theo đó, năng lực cạnh tranh và đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp gắn với 3 nhóm yếu tố: khả năng hoạt động, khả năng tạo đầu ra của tài sản và quá trình quản

lý. Theo các nhà nghiên cứu này, cả ba nhóm yếu tố này cần được phối hợp để bảo đảm cạnh tranh bền vững cho quốc gia, ngành và từng doanh nghiệp. Mô hình này được Momaya và Selby (1998) điều chỉnh và ứng dụng vào phân tích năng lực cạnh tranh ngành ở Canada với 95 tiêu chí xác định năng lực cạnh tranh.

**Hình 1.2. Các yếu tố chủ yếu của mô hình APP**



*Nguồn: Flanagan và các cộng sự 2005 [47].*

Mô hình này được các tổ chức thế giới như Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) và Viện phát triển quản lý (IMD) áp dụng để tính toán và xác định năng lực cạnh tranh với công thức (1.1):

$$\boxed{\begin{array}{l} \text{Tài sản (tiềm năng)} \\ \text{(Assets - potential)} \end{array}} \times \boxed{\begin{array}{l} \text{Quá trình} \\ \text{(Processes)} \end{array}} = \boxed{\begin{array}{l} \text{Hoạt động thực tế} \\ \text{(Performance)} \end{array}} \quad (1.1.)$$

Khi nghiên cứu năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong một số lĩnh vực ở Aixolen, tác giả M. O'Donnel (2004) đưa ra 4 nhóm chỉ tiêu cơ bản để đo lường năng lực cạnh tranh gồm: sản phẩm và thị trường, nguồn vốn con người, R&D, các nhân tố bên trong; trong đó tập trung vào các tiêu chí cụ thể như thị phần, tỷ lệ sản phẩm mới, trình độ đào tạo nghề, hiệu quả của hoạt động nghiên cứu - triển khai...

Một số nghiên cứu ở Việt Nam cũng đưa ra các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Chẳng hạn, có tổ chức đưa ra 5 nhóm tiêu chí như: trình độ công nghệ sản xuất; tài sản, vốn của doanh nghiệp; các yếu tố đầu vào, nguyên vật liệu, chi phí; thị phần và đầu ra của sản phẩm; giá trị gia tăng của sản phẩm và lợi nhuận của doanh nghiệp. Có tác giả lại đưa ra 10 nhóm yếu tố cấu thành và 11 tiêu chí đánh giá, nhưng trong đó phần lớn là



các tiêu chí thể hiện khả năng kinh doanh hơn là năng lực cạnh tranh, chẳng hạn như quản lý môi trường, nguồn lực của doanh nghiệp...

### **1.1.2.2. Các yếu tố cấu thành và đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp**

Các yếu tố cấu thành và các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phải thể hiện được bản chất của năng lực cạnh tranh doanh nghiệp, thể hiện được mức độ cạnh tranh của các doanh nghiệp trong việc chiếm lĩnh thị trường tiêu thụ sản phẩm đầu ra, thu hút yếu tố đầu vào. Tuy nhiên, trong điều kiện kinh tế thị trường hiện đại, năng lực cạnh tranh cần bảo đảm tính bền vững, tức là phải tính đến cả mức độ sử dụng các điều kiện để duy trì và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cả trong ngắn hạn và dài hạn. Theo đó, các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bao gồm:

a) **Khả năng duy trì và mở rộng thị phần của doanh nghiệp.** Đến nay, đây vẫn là chỉ tiêu tổng hợp, quan trọng, phản ánh năng lực cạnh tranh theo kết quả đầu ra của doanh nghiệp, cho dù đó là cạnh tranh trong nước hay cạnh tranh quốc tế. Tiêu chí này gồm hai tiêu chí thành phần là thị phần và tốc độ tăng thị phần của doanh nghiệp.

Thị phần là tiêu chí thể hiện vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp có thị phần lớn hơn các doanh nghiệp khác thì có nghĩa là năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp đó lớn hơn. Tiêu chí này thường được đo bằng tỷ lệ doanh thu hay số lượng sản phẩm tiêu thụ của doanh nghiệp trong một giai đoạn nhất định so với tổng số doanh thu hay sản lượng tiêu thụ trên thị trường như Công thức (1.2):

$$tp_i = \frac{D_i}{D} \times 100\% \quad (1.2.)$$

*Trong đó:*  $tp_i$ : Thị phần của doanh nghiệp  $i$ ;

$D_i$ : Doanh thu hoặc doanh số tiêu thụ của doanh nghiệp  $i$ ;

$D$ : Tổng doanh thu hoặc doanh số tiêu thụ trên thị trường.

Công thức này phản ánh rõ vị thế cạnh tranh tiêu thụ hàng hoá của doanh nghiệp tại một thời điểm nào đó. Tuy nhiên, chỉ tiêu này không phải khi nào cũng tính được, đặc biệt là trong trường hợp doanh nghiệp có thị phần quá bé hoặc các doanh nghiệp xuất khẩu rất khó tính toán thị phần của mình trên

thị trường nước ngoài. Hơn nữa, chỉ tiêu này mang tính chất "tĩnh", phản ánh năng lực cạnh tranh tại một thời điểm trong quá khứ. Do vậy, để thấy được sự biến chuyển của năng lực cạnh tranh theo thời gian, người ta thường xem xét sự biến đổi chỉ số thị phần của doanh nghiệp qua một số năm, thường là 3 - 5 năm.

Trong trường hợp không tính được thị phần và tốc độ tăng trưởng thị phần thì người ta có thể sử dụng chỉ tiêu *tốc độ tăng trưởng doanh thu* để thay thế. Chỉ tiêu này phản ánh sự thay đổi đầu ra của doanh nghiệp theo thời gian và được tính theo công thức (1.3). Chỉ tiêu này có thể tính toán cho từng doanh nghiệp tại mọi thời điểm và có thể so sánh mức độ biến đổi đầu ra giữa các doanh nghiệp, tuy nhiên nó không phản ánh được vị thế của từng doanh nghiệp trong tổng thể.

$$r_t = \frac{D_t}{D_{t-1}} \times 100\% \quad (1.3.)$$

*Trong đó:*  $r_t$ : Tốc độ tăng doanh thu hoặc doanh số của doanh nghiệp  $i$ ;

$D_t$ : Doanh thu hoặc doanh số tiêu thụ của doanh nghiệp trong kỳ hiện tại;

$D_{t-1}$ : Doanh thu hoặc doanh số tiêu thụ của DN trong kỳ trước.

**b) Năng lực cạnh tranh của sản phẩm:** là chỉ tiêu phản ánh kết quả hoạt động của doanh nghiệp. Do nhiệm vụ cơ bản của doanh nghiệp là sản xuất - kinh doanh nên nếu sản phẩm của doanh nghiệp có sức cạnh tranh thấp thì sức cạnh tranh của doanh nghiệp không thể cao được. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm doanh nghiệp dựa trên các yếu tố cơ bản như: chất lượng sản phẩm cao, giá cả hợp lí, mẫu mã hợp thời, đáp ứng nhu cầu khách hàng.

- Chất lượng sản phẩm là một chỉ tiêu tổng hợp gồm các nhóm chỉ tiêu thành phần: các chỉ tiêu kinh tế (chi phí sản xuất, chi phí đảm bảo chất lượng, chi sử dụng, chi phí môi trường) và các chỉ tiêu kỹ thuật (công dụng, thẩm mỹ, an toàn - vệ sinh, tiện dụng). Phần lớn các chỉ tiêu này được so sánh với tiêu chuẩn của ngành, của quốc gia và quốc tế. Các chỉ tiêu kỹ thuật cụ thể rất khác nhau đối với các hàng hoá khác nhau. Chẳng hạn, các tiêu chuẩn kỹ thuật của máy thu hình là độ nhạy của các kênh, độ sáng và mức độ trung thực của màu, độ ồn, mức độ chống nhiễu... trong khi tiêu chuẩn này đối với máy cắt gọt kim loại là độ chính xác gia công, độ an toàn sử dụng, độ cứng vững. Một số chỉ tiêu như tiêu về thẩm mỹ, tiện dụng thường được xác định thông qua điều tra khách hàng.

- Giá cả sản phẩm: cho đến nay, đây vẫn là yếu tố rất quan trọng cấu thành năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Nếu có cùng chất lượng như nhau thì hàng hoá có giá cả thấp hơn sẽ có lợi thế cạnh tranh lớn hơn. Điều này không chỉ có ở các nước đang phát triển mà cả ở những nước phát triển. Các vụ kiện "bán phá giá" đối với hàng Việt Nam như cá basa, tôm, giấy da, hàng may mặc... của Mỹ và EU, thực chất là sự thua kém trong cạnh tranh về giá của hàng hoá các nước này với hàng hoá của các nước đang phát triển. Giá cả hàng hoá là chỉ tiêu tổng hợp. Để sản xuất hàng hoá ở mức giá thấp, cần có một số điều kiện như: có lợi thế về nguồn lực hoặc/ và sử dụng nguồn lực có hiệu quả, trình độ công nghệ phù hợp, tổ chức sản xuất tốt, tiết kiệm chi phí, khai thác tối đa thiết bị, công nghệ... Chỉ tiêu này được xác định trên cơ sở so sánh giá giữa các hàng hoá cùng loại hoặc tương đương. Khi có sự khác biệt về chất lượng thì giá cả luôn được đặt trong sự so sánh với ích lợi do hàng hoá mang lại, độ bền, thẩm mỹ...

- Mức độ đáp ứng nhu cầu của khách hàng là chỉ tiêu thể hiện việc cung cấp cho khách hàng đúng hàng hoá, đúng thời điểm với giá cả hợp lí. Để Đây là một chỉ tiêu định tính, phản ánh khả năng kinh doanh, uy tín của doanh nghiệp. Để cung cấp "đúng" đòi hỏi doanh nghiệp phải tổ chức tốt, bảo đảm các nguồn lực (như nguyên nhiên liệu, thiết bị) ổn định, kiểm soát chất lượng tốt... Chỉ tiêu này được xác định thông qua điều tra khách hàng.

- Dịch vụ đi kèm: bao gồm việc hướng dẫn sử dụng, theo dõi sử dụng, bảo trì, bảo hành. Dịch vụ sau bán hàng là một yếu tố quan trọng tạo niềm tin cho khách hàng, củng cố và phát triển quan hệ với khách hàng, nhờ đó để nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hoá.

**c) Năng lực duy trì và nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.** Tiêu chí này thể hiện qua một số chỉ tiêu như: tỷ suất lợi nhuận, chi phí trên đơn vị sản phẩm v.v.

- Tỷ suất lợi nhuận của doanh nghiệp là một chỉ tiêu tổng hợp, được tính bằng trị số tuyệt đối (chẳng hạn, bao nhiêu đồng lợi nhuận trên một đơn vị đầu vào) hoặc số tương đối (tỷ suất lợi nhuận của doanh nghiệp so với tỷ suất lợi nhuận trung bình của ngành hoặc thị trường). Đối với doanh nghiệp, lợi nhuận không chỉ là mục tiêu chủ yếu, mà còn là tiền đề cho sự tồn tại và phát triển. Do vậy, đây là tiêu chí thể hiện mức độ đạt được mục tiêu hoạt động, phản ánh mặt chất lượng của năng lực cạnh tranh. Tiêu chí này được đo bằng công thức (1.4):

$$P_i = \frac{P_i}{P_N} \quad (1.4.)$$

*Trong đó:*  $P_i$ : Tỷ số suất lợi nhuận của doanh nghiệp  $i$ ;

$P_i$ : Tỷ suất lợi nhuận của doanh nghiệp  $i$  - được đo bằng lợi nhuận trước thuế trên vốn sản xuất - kinh doanh;

$P_N$ : Suất lợi nhuận trung bình của ngành hoặc thị trường.

Tiêu chí này càng lớn hơn đơn vị (1) thì hiệu quả của doanh nghiệp càng cao và do đó năng lực cạnh tranh càng cao.

Ngoài ra, để đánh giá đúng khả năng duy trì hiệu quả kinh doanh, người ta thường tính thêm chỉ số biến động tỷ suất lợi nhuận qua một số năm.

- Chi phí đơn vị sản phẩm: chỉ tiêu này phản ánh lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Chi phí đơn vị sản phẩm thấp hơn phản ánh năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cao hơn. Để xác định chỉ tiêu này, có thể sử dụng công thức của Singgel (1998) như công thức (1.5):

$$UC = \frac{TC}{D} = \frac{TC}{Q \times P} \leq 1 \quad (1.5.)$$

*Trong đó:* UC Chi phí của 1 đơn vị sản phẩm;

TC: Tổng chi phí sản xuất của doanh nghiệp;

P: Giá sản phẩm cuối cùng của người sản xuất;

Q: Số lượng hàng hoá;

D: Tổng doanh thu.

Theo đó, doanh nghiệp có chỉ số UC càng nhỏ hơn 1 thì càng có khả năng cạnh tranh cao. Trong công thức (1.5), giá sản phẩm có thể tính theo giá nội địa đối với hàng bán trong nước hoặc giá FOB đối với hàng xuất khẩu.

- Chỉ số hiệu quả kỹ thuật: là chỉ số đo mức độ sử dụng, khai thác các yếu tố sản xuất của doanh nghiệp. Chỉ tiêu này được đo bằng tỷ lệ sản lượng thực tế của doanh nghiệp so với sản lượng tiềm năng hay sản lượng tối đa khi doanh nghiệp sử dụng hết các yếu tố đầu vào. Việc đo lường chỉ tiêu này có thể dựa trên mô hình của Farrel (1957) như công thức (1.6):

$$TE_i = \frac{Y_i^{thuc}}{Y_i^{tn}} \quad (1.6.)$$

*Trong đó:*  $TE_i$ : Hệ số hiệu quả kỹ thuật của doanh nghiệp  $i$ ;

$Y_i^{thuc}$  : Sản lượng của DN i, được tính theo hàm sản xuất của 4 yếu tố là vốn, lao động, nguyên vật liệu, dịch vụ công;

$Y_i^m$  : Sản lượng tiềm năng hay sản lượng tối đa có thể đạt được khi DN i sử dụng hết các yếu tố đầu vào.

Doanh nghiệp có hệ số kỹ thuật (TE) cao hơn sẽ có năng lực cạnh tranh cao hơn, tức là thể hiện năng lực sử dụng các yếu tố đầu vào (kỹ thuật) tốt hơn, hiệu quả hơn.

d) **Năng suất các yếu tố sản xuất**: các chỉ tiêu năng suất thường được sử dụng bao gồm năng suất lao động, hiệu suất sử dụng vốn, năng suất yếu tố tổng hợp,... Năng suất phản ánh lượng sản phẩm đầu ra so với đơn vị yếu tố đầu vào, là chỉ tiêu phản ánh năng lực khai thác, sử dụng các yếu tố sản xuất của doanh nghiệp. Đồng thời, chỉ tiêu này còn phản ánh năng lực đáp ứng nhu cầu của khách hàng, chi phí trên đơn vị sản phẩm và đơn vị thời gian. Do đó, năng suất phản ánh mặt lượng của năng lực cạnh tranh doanh nghiệp. Năng suất các yếu tố được thể hiện bằng các chỉ tiêu cụ thể sau:

- **Năng suất lao động**: chỉ tiêu tổng hợp phản ánh trình độ tổ chức sản xuất - kinh doanh, năng lực sử dụng các yếu tố sản xuất, trình độ công nghệ. Năng suất lao động được đo bằng tỷ số giữa doanh thu thuần và số lao động trung bình trong kỳ. Đây là chỉ tiêu quan trọng để đánh giá năng lực cạnh tranh, chỉ tiêu này càng cao thể hiện năng lực tranh càng cao.

- **Hiệu suất sử dụng vốn** là tỷ lệ giữa doanh thu thuần trên vốn kinh doanh (hoặc vốn cố định và đầu dài hạn) của doanh nghiệp.

- **Năng suất sử dụng toàn bộ tài sản** là tỷ số giữa doanh thu thuần trên tổng tài sản hay tổng vốn đầu tư của doanh nghiệp.

- **Năng suất yếu tố tổng hợp (TFP)**: là năng của các yếu tố ngoài vốn và lao động, thường được hiểu là năng suất của yếu tố khoa học, công nghệ. Chỉ số này phản ánh trình độ công nghệ, hàm lượng chất xám trong sản phẩm của doanh nghiệp. Trong nền kinh tế hiện đại, đây là chỉ tiêu rất quan trọng của năng lực cạnh tranh doanh nghiệp.

e) **Khả năng thích ứng và đổi mới của doanh nghiệp**: kinh doanh trong điều kiện kinh tế thị trường theo xu hướng toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế với nhiều biến động đòi hỏi doanh nghiệp có khả năng thích ứng cao và đổi mới nhanh chóng. Đây là một chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh

tranh "động" của doanh nghiệp. Doanh nghiệp phải thích ứng với sự thay đổi của thị trường trong nước và quốc tế (sở thích, nhu cầu, giá cả, chất lượng, mẫu mã...) và sự thay đổi trong môi trường kinh doanh như chính sách của nhà nước, sự thay đổi của các đối tác kinh doanh, đối thủ cạnh tranh... Điều đó đòi hỏi doanh nghiệp phải phản ứng linh hoạt, điều chỉnh linh hoạt và hiệu quả. Đây được coi là tiền đề cho sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp, do đó đây cũng là một trong những chỉ tiêu quan trọng nhất tạo ra lợi thế cạnh tranh và phản ánh năng lực cạnh của doanh nghiệp trong điều kiện hiện nay. Chỉ tiêu này được xác định bởi một số chỉ tiêu thành phần như: số lượng cải tiến, sáng tạo sản phẩm, cải tiến quy trình sản xuất, tái cơ cấu doanh nghiệp, sáng kiến, cải tiến kỹ thuật...

f) **Khả năng thu hút nguồn lực:** Khả năng thu hút nguồn lực không chỉ nhằm bảo đảm điều kiện cho hoạt động sản xuất - kinh doanh được tiến hành bình thường, mà còn thể hiện năng lực cạnh tranh thu hút đầu vào của doanh nghiệp. Nhờ việc thu hút các đầu vào có chất lượng cao như nguồn nhân lực có trình độ, tay nghề cao, công nghệ hiện đại, vật tư - nguyên liệu, nguồn vốn... mà doanh nghiệp có thể nâng cao chất lượng, năng suất và hiệu quả sản xuất - kinh doanh. Đây là một tiền đề nhằm bảo đảm nâng cao năng lực cạnh tranh trong dài hạn.

g) **Khả năng liên kết và hợp tác của doanh nghiệp:** cạnh tranh trong điều kiện hiện nay không hoàn toàn đồng nghĩa với tiêu diệt lẫn nhau mà đặt trong sự liên kết và hợp tác để cạnh tranh cao hơn. Do vậy, khả năng liên kết, hợp tác được coi là tiền đề cho hoạt động kinh doanh hiệu quả, đồng thời đây cũng là một tiêu chí định tính của năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Trong điều kiện của Việt Nam, các doanh nghiệp chủ yếu có quy mô vừa và nhỏ thì việc liên kết, hợp tác có ý nghĩa lớn để tồn tại và phát triển kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Tiêu chí này thể hiện qua số lượng và chất lượng các mối quan hệ với các đối tác, các liên doanh, hệ thống mạng lưới kinh doanh theo lãnh thổ.

h) **Chỉ tiêu tổng hợp về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp:** để có thể so sánh năng lực cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, người ta thường tính chỉ tiêu tổng hợp năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Có nhiều cách tiếp cận trong việc tính toán chỉ tiêu tổng hợp này. Bảng 1.4 dưới đây là một ví dụ về cách tính chỉ tiêu tổng hợp năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp A. Theo

đó, chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp được tính theo công thức (1.7):

$$C_A = \sum_{i=1}^n (k_i \times M_i) \quad (1.7)$$

Trong đó:  $C_A$ : Chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp của doanh nghiệp A;

$M_i$ : Điểm đánh giá của chỉ tiêu thành phần thứ  $i$ ;

$k_i$ : Trọng số của chỉ tiêu thứ  $i$ .

Chẳng hạn, trong Bảng 1.4, chỉ tiêu *tăng trưởng thị phần* của doanh nghiệp A được xếp 2 điểm (thấp hơn của doanh nghiệp B là 3 điểm), trọng số của chỉ tiêu này là 0,2 và như vậy, điểm với trọng số của chỉ tiêu này đối với doanh nghiệp A là 0,4 và đối với doanh nghiệp B là 0,6. Các chỉ tiêu khác cũng được "cân lên" theo trọng số và tổng số điểm của doanh nghiệp A (cột 3) và doanh nghiệp B (cột 5) được tính theo công thức (1.7) chính là chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp của từng doanh nghiệp.

**Bảng 1.4. So sánh chỉ tiêu năng lực cạnh tranh tổng hợp của hai doanh nghiệp**

Tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh	Mức độ quan trọng	Doanh nghiệp A		Đối thủ B	
		Xếp loại	Điểm đánh giá	Xếp loại	Điểm đánh giá
A	1	2	3=(1)×(2)	4	5=(1)×(4)
Tăng trưởng thị phần	0,20	2	0,40	3	0,60
Hiệu quả	0,15	3	0,45	1	0,15
Chất lượng	0,18	3	0,54	2	0,36
Tốc độ đổi mới	0,15	1	0,15	4	0,60
Khả năng đáp ứng nhu cầu khách hàng	0,20	4	0,8	3	0,60
Khả năng thu hút các yếu tố đầu vào	0,12	1	0,12	3	0,36
<b>Tổng</b>	<b>1,00</b>		<b>2,46</b>		<b>2,67</b>

*Ghi chú:* Các số liệu trên là giả định.

Nhìn vào Bảng 1.4 có thể thấy, doanh nghiệp A có chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp (2,46) thấp hơn doanh nghiệp B (2,67). Để cải thiện năng lực cạnh tranh bằng hoặc cao hơn đối thủ B, doanh nghiệp A phải tăng trưởng thị phần thêm 1 bậc điểm, hoặc tăng tốc độ đổi mới lên 1 bậc...

Một số nhà nghiên cứu đã xây dựng mô hình chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp dưới dạng hàm số khá phức tạp với rất nhiều biến số. Chẳng hạn, các nhà nghiên cứu Hồng Kông là Shen và Li đã đưa ra mô hình tính toán chỉ tiêu năng lực cạnh tranh tổng hợp cho doanh nghiệp ngành xây dựng với sự trợ giúp của máy tính điện tử với 98 biến số thuộc 6 nhóm chỉ tiêu gồm: xã hội, kỹ thuật, tài chính, tiếp thị, quản lý và tổ chức vận hành.

Ngoài ra, WEF và một số tổ chức quốc tế đưa chỉ tiêu tổng hợp dưới dạng "năng lực kinh doanh" - là một nhóm chỉ tiêu thành phần trong chỉ số năng lực cạnh tranh của quốc gia.

## **1.2. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG TỚI NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP**

Cũng như bản thân doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp chịu tác động của rất nhiều nhân tố khác nhau. Từ mô hình *Kim cương* của M. Porter (xem Hình 1.1 trang 23), có thể thấy, có ít nhất 6 nhóm yếu tố tác động tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp: "ngữ cảnh" của doanh nghiệp, điều kiện cầu (thị trường), điều kiện yếu tố (nguồn lực đầu vào), các ngành cung ứng và liên quan (cạnh tranh ngành), các yếu tố ngẫu nhiên và yếu tố nhà nước. Tuy nhiên, có thể chia các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp làm hai nhóm: các yếu tố bên trong doanh nghiệp và các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp.

### **1.2.1. Các yếu tố bên trong doanh nghiệp**

Có nhiều yếu tố bên trong doanh nghiệp tác động tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) đang sử dụng các chỉ tiêu thuộc 5 nhóm yếu tố bên trong doanh nghiệp trong việc xác định năng lực cạnh tranh gồm: *năng lực quản lý* (triết lý kinh doanh, sự tin tưởng vào quản lý nghiệp vụ, sự hiện diện chuỗi giá trị), *chất lượng nhân lực* (mở rộng đào tạo nhân viên), *năng lực marketing* (định hướng khách hàng, đổi mới mẫu mã, tăng cường tiếp thị, mở rộng thị trường quốc tế, kiểm soát hoạt động phân phối ở nước ngoài, mở rộng mạng lưới bán lẻ), *khả năng đổi mới*, *năng lực nghiên cứu và phát triển* (chỉ tiêu cho nghiên cứu và phát triển).



Theo cách tiếp cận truyền thống, các yếu tố bên trong của doanh nghiệp ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh gồm: năng lực tổ chức quản lí của doanh nghiệp, trình độ công nghệ, năng lực tài chính, trình độ tay nghề của người lao động,... Có thể phân tổ thành 4 nhóm yếu tố bên trong tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp như sau:

- *Trình độ, năng lực và phương thức quản lí*: trình độ cán bộ quản lí, khả năng lập kế hoạch và kiểm soát, chế độ thưởng - phạt, khả năng đàm phán...

- *Năng lực marketing*: chiến lược sản phẩm - giá cả - vị trí - khuyến mại (4P); danh tiếng của thương hiệu, quy mô mạng lưới bán hàng...

- *Khả năng nghiên cứu phát triển*: nhân lực cho nghiên cứu và phát triển, trang thiết bị và đầu tư cho nghiên cứu, khả năng phát triển sản phẩm mới,...

- *Năng lực sản xuất*: quy mô doanh nghiệp, vị trí và số lượng nhà máy, trình độ công nghệ của sản xuất, trình độ tay nghề của lao động, khả năng khai thác năng lực sản xuất,...

Dưới đây là một số yếu tố chủ yếu tác động tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp:

#### **a) *Trình độ và năng lực tổ chức, quản lí doanh nghiệp***

Năng lực tổ chức, quản lí doanh nghiệp được coi là yếu tố có tính quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp nói chung cũng như năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nói riêng. Trình độ tổ chức, quản lí doanh nghiệp được thể hiện trên các mặt:

- *Trình độ của đội ngũ cán bộ quản lí*: được thể hiện bằng những kiến thức cần thiết để quản lí và điều hành, thực hiện các công việc đối nội và đối ngoại của doanh nghiệp. Trình độ của đội ngũ này không chỉ đơn thuần là trình độ học vấn mà còn thể hiện những kiến thức rộng lớn và phức tạp thuộc rất nhiều lĩnh vực liên quan tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, từ pháp luật trong nước và quốc tế, thị trường, ngành hàng,... đến kiến thức về xã hội, nhân văn. Ở nhiều nước, trình độ và năng lực của giám đốc doanh nghiệp nói riêng và đội ngũ cán bộ quản lí doanh nghiệp nói chung không chỉ được

do bằng bằng cấp của các trường quản lí danh tiếng, mà còn thể hiện ở tính chuyên nghiệp, ở tầm nhìn xa trông rộng, có óc quan sát, phân tích, nắm bắt cơ hội kinh doanh, xử lí các tình huống, giải quyết các vấn đề thực tiễn đặt ra. Trình độ, năng lực của cán bộ quản lí tác động trực tiếp và toàn diện tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện qua việc hoạch định và thực hiện chiến lược, lựa chọn phương pháp quản lí, tạo động lực trong doanh nghiệp... Tất cả những việc đó không chỉ tạo ra không gian sinh tồn và phát triển của sản phẩm, mà còn tác động đến năng suất, chất lượng và giá thành, uy tín của doanh nghiệp v.v.

- Trình độ tổ chức, quản lí doanh nghiệp: thể hiện ở việc sắp xếp, bố trí cơ cấu tổ chức bộ máy quản lí và phân định rõ chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận. Việc hình thành tổ chức bộ máy quản lí doanh nghiệp theo hướng tinh, gọn, nhẹ và hiệu lực cao có ý nghĩa quan trọng không chỉ bảo đảm hiệu quả quản lí cao, ra quyết định nhanh chóng, chính xác, mà còn làm giảm tương đối chi phí quản lí của doanh nghiệp. Nhờ đó mà nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

- Trình độ, năng lực quản lí của doanh nghiệp còn thể hiện trong việc hoạch định chiến lược kinh doanh, lập kế hoạch, điều hành tác nghiệp,... Điều này có ý nghĩa lớn trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp trong ngắn hạn và dài hạn và do đó có tác động mạnh tới việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

#### ***b) Trình độ thiết bị, công nghệ:***

Thiết bị, công nghệ sản xuất là yếu tố rất quan trọng, ảnh hưởng rất lớn đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Công nghệ phù hợp cho phép rút ngắn thời gian sản xuất, giảm mức tiêu hao năng lượng, tăng năng suất, hạ giá thành sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo ra lợi thế quan trọng đối với sản phẩm của doanh nghiệp. Công nghệ còn tác động tới tổ chức sản xuất của doanh nghiệp, nâng cao trình độ cơ khí hoá, tự động hoá của doanh nghiệp. Để có công nghệ phù hợp, doanh nghiệp cần có thông tin về công nghệ, chuyển giao công nghệ, tăng cường nghiên cứu cải tiến công nghệ, hợp

lí hoá sản xuất, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, đầu tư đổi mới công nghệ. Đồng thời, doanh nghiệp cần đào tạo nâng cao trình độ tay nghề để sử dụng có hiệu quả công nghệ hiện đại.

**c) *Trình độ lao động trong doanh nghiệp:***

Lao động là một yếu tố có tính quyết định của lực lượng sản xuất, có vai trò rất quan trọng trong sản xuất xã hội nói chung và trong cạnh tranh kinh tế hiện nay. Một trong những nhà kinh tế học hàng đầu của Mỹ là L.Thurow cho rằng vũ khí cạnh tranh quyết định trong thế kỷ XXI là giáo dục và kỹ năng của người lao động.

Trong doanh nghiệp, lao động vừa là yếu tố đầu vào, vừa là lực lượng trực tiếp sử dụng phương tiện, thiết bị để sản xuất ra sản phẩm hàng hoá và dịch vụ. Lao động còn là lực lượng tham gia tích cực vào quá trình cải tiến kỹ thuật, hợp lí hoá quy trình sản xuất và thậm chí góp sức và những phát kiến, sáng chế... Do vậy, trình độ của lực lượng lao động tác động rất lớn đến chất lượng và độ tinh xảo của sản phẩm, ảnh hưởng lớn đến năng suất và chi phí của doanh nghiệp. Đây là một yếu tố tác động trực tiếp tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Để nâng cao sức cạnh tranh, doanh nghiệp cần chú trọng bảo đảm cả chất lượng và số lượng lao động, nâng cao tay nghề của người lao động. Doanh nghiệp cần chú trọng công tác đào tạo, nâng cao tay nghề dưới nhiều hình thức, đầu tư kinh phí thoả đáng, khuyến khích người lao động tham gia vào quá trình quản lí, sáng chế, cải tiến...

**d) *Năng lực tài chính của doanh nghiệp:***

Năng lực tài chính của doanh nghiệp được thể hiện ở quy mô vốn, khả năng huy động và sử dụng vốn có hiệu quả, năng lực quản lí tài chính... trong doanh nghiệp. Trước hết, năng lực tài chính gắn với vốn - là một yếu tố sản xuất cơ bản và là một đầu vào của doanh nghiệp. Do đó, việc sử dụng vốn có hiệu quả, quay vòng vốn nhanh... có ý nghĩa rất lớn trong việc làm giảm chi phí vốn, giảm giá thành sản phẩm. Đồng thời, vốn còn là tiền đề đối với các yếu tố sản xuất khác. Việc huy động vốn kịp thời nhằm đáp ứng vật tư, nguyên liệu, thuê công nhân, mua sắm thiết bị, công nghệ, tổ chức hệ thống bán lẻ... Như vậy, năng lực tài

chính phản ánh sức mạnh kinh tế của doanh nghiệp, là yêu cầu đầu tiên, bắt buộc phải có nếu muốn doanh nghiệp thành công trong kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Để nâng cao năng lực tài chính, doanh nghiệp phải lựa chọn củng cố và phát triển nguồn vốn, tăng vốn tự có, mở rộng vốn vay dưới nhiều hình thức. Đồng thời, điều quan trọng là doanh nghiệp phải sử dụng có hiệu quả các nguồn vốn, hoạt động kinh doanh có hiệu quả để tạo uy tín đối với khách hàng, với ngân hàng và những người cho vay vốn.

**d) Năng lực marketing của doanh nghiệp:** là khả năng nắm bắt nhu cầu thị trường, khả năng thực hiện chiến lược 4P (Product, Place, Price, Promotion) trong hoạt động marketing, trình độ nguồn nhân lực marketing. Khả năng marketing tác động trực tiếp tới sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, đáp ứng nhu cầu khách hàng, góp phần làm tăng doanh thu, tăng thị phần tiêu thụ sản phẩm, tăng thanh thế của doanh nghiệp. Đây là nhóm nhân tố rất quan trọng tác động tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

**e) Năng lực nghiên cứu phát triển của doanh nghiệp:** là yếu tố tổng hợp gồm nhiều yếu tố thành phần như nhân lực nghiên cứu, thiết bị, tài chính cho hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D), khả năng đổi mới sản phẩm của doanh nghiệp. Năng lực nghiên cứu và phát triển có vai trò quan trọng trong cải tiến công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm, thay đổi mẫu mã, nâng cao năng suất, hợp lý hoá sản xuất. Do vậy, năng lực nghiên cứu và phát triển của doanh nghiệp là yếu tố rất quan trọng ảnh hưởng mạnh tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Năng lực này càng quan trọng trong điều kiện cách mạng khoa học công nghệ diễn ra mạnh mẽ trên thế giới hiện nay.

Ngoài ra, một số yếu tố khác như lợi thế về vị trí địa lý, ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp, quy mô doanh nghiệp... có ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Trên cơ sở khai thác tốt các yếu tố bên trong doanh nghiệp sẽ góp phần tạo nên lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Để so sánh lợi thế cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, một số nghiên cứu đưa ra bức tranh về lợi thế cạnh tranh như Bảng 1.5.

**Bảng 1.5. Ma trận phân tích lợi thế cạnh tranh**

Nhóm	Tiêu chí (So sánh tương đối với đối thủ)	Rất yếu	Yếu	Trung bình	Mạnh	Rất mạnh
Sản xuất	Vị trí và số lượng nhà máy					
	Quy mô nhà máy					
	Mức độ tự động hoá					
	Chất lượng sản phẩm					
	Nguồn nhân lực					
	Khả năng tận dụng năng lực sản xuất					
Marketing	Vị trí và số lượng kho bãi					
	Hệ thống phân phối sản phẩm					
	Nghiên cứu thị trường					
	Khả năng cạnh tranh về giá cả					
	Độ rộng của danh mục sản phẩm					
	Danh tiếng của thương hiệu					
	Năng suất của lực lượng bán hàng					
R&D	Tăng thiết bị cho NC và phát triển					
	Nguồn nhân lực nghiên cứu					
	Khả năng phát triển sản phẩm mới					
	Nguồn tài chính đầu tư cho R&D					
Quản trị	Khả năng lãnh đạo					
	Hệ thống kế hoạch hoá và kiểm soát					
	Hệ thống thưởng phạt					
	Sự phân chia quyền hạn, trách nhiệm					
	Văn hoá doanh nghiệp					
	Năng lực tài chính					
	Khả năng thương thuyết với đối tác					

Ghi chú: Doanh nghiệp A ————— Doanh nghiệp B - - - - -

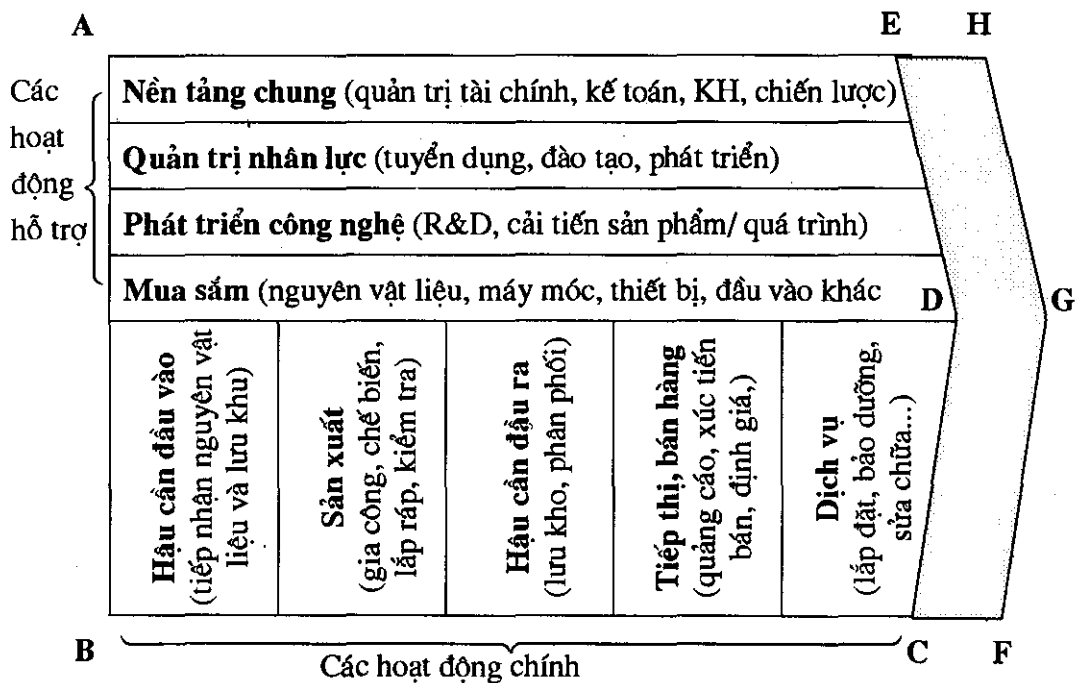
Nguồn: Vũ Trọng Lâm (chủ biên), 2006.

Từ Bảng 1.5 cho thấy, doanh nghiệp A có bức tranh ma trận cạnh tranh thấp hơn doanh nghiệp B tại một số tiêu chí. Do vậy, doanh nghiệp A muốn

nâng cao năng lực cạnh tranh thì cần chú trọng cải thiện các chỉ tiêu còn đạt ở mức thấp như quy mô của doanh nghiệp, vị trí kho bãi, độ rộng của danh mục sản phẩm...

Tương tự như mô hình trên, mô hình chuỗi giá trị của M. Porter cũng cho thấy các yếu tố bên trong tác động đến năng lực cạnh tranh thông qua phát huy lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp với hai loại hoạt động là hoạt động hỗ trợ và hoạt động chính như Hình 1.3.

**Hình 1.3. Mô hình chuỗi giá trị của M. Porter**



Nguồn: M. Porter 1990.

### 1.2.2. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Có rất nhiều yếu tố bên ngoài tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) dựa trên *mô hình kim cương* của M. Porter (xem Hình 1.1 trang 23) để đưa ra các yếu tố bên ngoài tác động tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp dưới tiêu đề "môi trường kinh doanh của doanh nghiệp" với 56 chỉ tiêu cụ thể thuộc 4 nhóm yếu tố như dưới đây. Các chỉ tiêu này được lượng hoá để xếp hạng cho các quốc gia:

Một là, các điều kiện yếu tố đầu vào gồm 5 phân nhóm: kết cấu hạ tầng vật chất - kỹ thuật; hạ tầng hành chính, nguồn nhân lực, hạ tầng công nghệ, thị trường tài chính.

*Hai là, các điều kiện về cầu:* sở thích của người mua, tình hình pháp luật về tiêu dùng, về công nghệ thông tin...

*Ba là, các ngành cung ứng và ngành liên quan:* chất lượng và số lượng các nhà cung cấp địa phương, khả năng tại chỗ về nghiên cứu chuyên biệt và dịch vụ đào tạo, mức độ hợp tác giữa các khu vực kinh tế, khả năng cung cấp tại chỗ các chi tiết và phụ kiện máy móc.

*Bốn là, bối cảnh đối với chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp* gồm hai phân nhóm là động lực và cạnh tranh (các rào cản vô hình, sự cạnh tranh của các nhà sản xuất địa phương, hiệu quả của việc chống độc quyền).

Theo lô gíc truyền thống, các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp tác động năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được phân chia thành các nhóm sau đây: thị trường, thể chế - chính sách, kết cấu hạ tầng, các ngành hỗ trợ,

#### **a) Thị trường**

Thị trường là môi trường kinh doanh rất quan trọng đối với doanh nghiệp. Thị trường vừa là nơi tiêu thụ sản phẩm, tìm kiếm các đầu vào thông qua hoạt động mua - bán hàng hoá dịch vụ đầu ra và các yếu tố đầu vào. Thị trường đồng thời còn là công cụ định hướng, hướng dẫn hoạt động của doanh nghiệp, thông qua mức cầu, giá cả, lợi nhuận... để định hướng chiến lược, kế hoạch kinh doanh. Như vậy, sự ổn định của thị trường có ý nghĩa rất quan trọng đối với hoạt động của doanh nghiệp nói chung và nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp nói riêng. Để phát huy vai trò của các yếu tố thị trường đối với doanh nghiệp, cần có sự can thiệp của Nhà nước vào thị trường nhằm ổn định thị trường (hạn chế những biến động lớn của thị trường), tạo lập môi trường thị trường cạnh tranh tích cực và hiệu quả, chống gian lận thương mại, hạn chế độc quyền kinh doanh,... Điều quan trọng là tạo lập môi trường thị trường cạnh tranh tích cực, tăng sức ép đối mới quản lí, cải tiến quy trình sản xuất, ứng dụng thành tựu khoa học - công nghệ, đổi mới và đa dạng hoá sản phẩm,... tạo động lực cho doanh nghiệp để vươn lên.

Để tạo lập và duy trì môi trường thị trường ổn định và hiệu quả, Nhà nước cần xây dựng và thực hiện tốt pháp luật nhằm khuyến khích cạnh tranh tích cực, chống độc quyền, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, xử lí nghiêm các hành vi gian lận thương mại... Trong điều kiện thị trường lành mạnh và ổn định thì doanh nghiệp mới có điều kiện thuận lợi để nâng cao năng lực cạnh

tranh của mình. Ngoài ra, cần tạo điều kiện thuận lợi cho việc gia nhập thị trường, tạo ra nhiều nhà cung cấp cũng như nhiều đối tác kinh doanh, nhiều khách hàng cho doanh nghiệp.

#### **b) *Thể chế, chính sách***

Thể chế, chính sách là tiền đề quan trọng cho hoạt động của doanh nghiệp. Nội dung của thể chế, chính sách bao gồm các quy định pháp luật, các biện pháp hạn chế hay khuyến khích đầu tư hay kinh doanh đối với hàng hoá, dịch vụ, ngành nghề, địa bàn,... Thể chế, chính sách bao gồm pháp luật, chính sách về đầu tư, tài chính, tiền tệ, đất đai, công nghệ, thị trường,... nghĩa là các biện pháp điều tiết cả đầu vào và đầu ra cũng như toàn bộ quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Do vậy, đây là nhóm yếu tố rất quan trọng và bao quát rất nhiều vấn đề liên quan tới hoạt động của doanh nghiệp nói chung và nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp nói riêng.

Thể chế, chính sách về đầu tư nhằm tạo lập môi trường đầu tư thuận lợi và an toàn, kích thích doanh nghiệp mở rộng đầu tư, đặc biệt là đầu tư vào ngành, lĩnh vực, địa bàn, sản phẩm mới. Thể chế, chính sách đầu tư có tác dụng nâng cao hiệu sử dụng vốn đầu tư, tiết kiệm thời gian, nguồn lực, giảm chi phí đầu tư của doanh nghiệp,...

Thể chế, chính sách về đất đai, vốn, công nghệ, lao động v.v. nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận thuận lợi các yếu tố đầu vào, kích thích và điều tiết việc sử dụng chúng hiệu quả hơn, đồng thời tạo tiền đề cho các doanh nghiệp giảm chi phí sử dụng các đầu vào.

Thể chế, chính sách về thương mại nhằm tạo điều kiện thuận lợi, tạo môi trường bình đẳng đối với các doanh nghiệp.

Các thể chế, chính sách đối với doanh nghiệp có thể được đánh giá theo từng chính sách hoặc bằng chỉ tiêu tổng hợp với nhiều cách tiếp cận khác nhau. Chẳng hạn, để đánh giá việc thực hiện thể chế, chính sách đối với các doanh nghiệp ở Việt Nam, Quý Châu Á và Phòng Thương mại, Công nghiệp Việt Nam (VCCI) đã tiến hành nghiên cứu đánh giá môi trường kinh doanh với 9 chỉ tiêu thành phần: về đăng kí kinh doanh, chính sách đất đai, tình hình thanh tra - kiểm tra, chính sách phát triển, tính minh bạch, chi phí giao dịch, tính năng động của chính quyền.



### **c) Kết cấu hạ tầng**

Kết cấu hạ tầng bao gồm hạ tầng vật chất - kỹ thuật và hạ tầng xã hội bao gồm hệ thống giao thông, mạng lưới điện, hệ thống thông tin, hệ thống giáo dục - đào tạo... Đây là tiền đề quan trọng, tác động mạnh đến hoạt động của doanh nghiệp, ảnh hưởng đến chất lượng và giá cả của sản phẩm. Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) đã sử dụng tới 8 tiêu chí phản ánh kết cấu hạ tầng trong tổng số 56 tiêu chí đánh giá về môi trường kinh doanh được sử dụng để tính năng lực cạnh tranh của quốc gia.

Để đảm bảo cho doanh nghiệp hoạt động bình thường và nâng cao năng lực cạnh tranh, cần có hệ thống kết cấu hạ tầng đa dạng, có chất lượng tốt. Điều đó đòi hỏi có sự đầu tư phát triển.

### **d) Các ngành công nghiệp, dịch vụ hỗ trợ**

Trong nền sản xuất hiện đại, cùng với sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt thì sự liên kết, hợp tác cũng phát triển mạnh mẽ. Thực tế chỉ ra rằng khi trình độ sản xuất càng hiện đại thì sự phụ thuộc lẫn nhau càng lớn. Chẳng hạn, các chi tiết và bộ phận một chiếc máy bay Boeing được sản xuất tại rất nhiều nước khác nhau. Hoặc như sự than phiền của nhiều công ty Nhật, Hàn Quốc ở Việt Nam do thiếu các ngành công nghiệp phụ trợ. Các ngành công nghiệp hỗ trợ không những có tác động đến thời gian sản xuất, năng suất, chất lượng mà còn ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm của nhiều doanh nghiệp. Để phát triển các ngành công nghiệp, dịch vụ hỗ trợ, cần tạo điều kiện cho sự ra đời và phát triển các ngành này.

### **e) Trình độ nguồn nhân lực**

Trình độ nguồn nhân lực của quốc gia nói chung có vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển doanh nghiệp. Trong nền sản xuất hiện đại, đặc biệt là trong xu hướng chuyển sang nền kinh tế tri thức thì chất lượng nguồn nhân lực của quốc gia hay của một vùng lãnh thổ là yếu tố được quan tâm nhất khi các doanh nghiệp lựa chọn đầu tư. Trình độ và các điều kiện về nguồn nhân lực thể hiện ở kỹ năng của nguồn nhân lực, mức lương, hệ thống lương, điều kiện làm việc, sức khỏe và an toàn, đầu tư cho đào tạo, vai trò của công đoàn. Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cần chú trọng giáo dục và đào tạo, tạo mọi điều kiện để các cơ sở đào tạo, các hoạt động đào tạo phát triển thông qua cơ chế, chính sách và các biện pháp khác của Nhà nước.

### 1.3. HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ VÀ YÊU CẦU NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

Hội nhập kinh tế quốc tế là xu hướng phát triển tất yếu gắn với xu thế toàn cầu hoá kinh tế thế giới. Hội nhập kinh tế mở ra nhiều cơ hội, nhưng cũng đặt ra nhiều thách thức đối với các doanh nghiệp và do đó đòi hỏi phải nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phù hợp trong điều kiện mới.

#### 1.3.1. Hội nhập kinh tế quốc tế và những tác động đối với doanh nghiệp Việt Nam

Hội nhập (Integration) kinh tế là một hiện tượng tất yếu trong tiến trình phát triển kinh tế. Đó là *"quá trình gắn kết nền kinh tế của đất nước với nền kinh tế thế giới, tham gia vào sự phân công lao động quốc tế, gia nhập các tổ chức quốc tế, tuân thủ những quy định, các "luật chơi" chung"* [36].

Ở Việt Nam, tư tưởng về hội nhập kinh tế xuất hiện từ rất sớm. Trong thư gửi Liên hợp quốc (tháng 12 năm 1946), Chủ tịch Hồ Chí Minh nêu rõ: "Đối với các nước dân chủ, nước Việt Nam sẵn sàng thực thi chính sách mở cửa và hợp tác trong mọi lĩnh vực" và khẳng định: "Việt Nam dành sự tiếp nhận thuận lợi cho đầu tư của các nhà tư bản, nhà kỹ thuật nước ngoài trong tất cả các ngành kỹ thuật", "Việt Nam chấp nhận tham gia mọi tổ chức hợp tác kinh tế quốc tế dưới sự lãnh đạo của Liên hợp quốc" [21, 470].

Từ năm 1986, công cuộc đổi mới nền kinh tế đã làm thay đổi căn bản nhận thức và quan điểm về hội nhập kinh tế quốc tế. Đại hội VI của Đảng chỉ rõ: "Nước ta phải tham gia vào phân công lao động quốc tế", "tranh thủ mở mang quan hệ kinh tế và khoa học - kỹ thuật với các nước thế giới thứ ba, các nước công nghiệp phát triển, các tổ chức quốc tế và tư nhân nước ngoài trên nguyên tắc bình đẳng, cùng có lợi". Đại hội còn chủ trương đẩy mạnh xuất khẩu, khuyến khích đầu tư trực tiếp của nước ngoài, tranh thủ vốn viện trợ và vay dài hạn. Theo tinh thần đó, Luật Đầu tư nước ngoài tại Việt Nam (1987) và Luật Thuế xuất khẩu, Thuế nhập khẩu (1988) được ban hành.

Tiến trình hội nhập kinh tế ở nước ta được đẩy mạnh và có những đột phá lớn từ Đại hội VII của Đảng (1991) với chủ trương "mở rộng, đa dạng hoá và đa phương hoá quan hệ kinh tế đối ngoại trên nguyên tắc giữ vững độc lập, chủ quyền, bình đẳng, cùng có lợi", "gắn thị trường trong nước với thị trường thế giới", và "Việt Nam muốn là bạn của tất cả các nước trong cộng

đồng thế giới, phấn đấu vì hoà bình độc lập và phát triển”. Theo tinh thần đó, từ tháng 10 năm 1993, Việt Nam đã bình thường hoá quan hệ với các tổ chức tài chính, tiền tệ quốc tế như IMF, WB, ADB. Ngày 28-7-1995, Việt Nam trở thành thành viên chính thức của ASEAN và cam kết thực hiện nghĩa vụ thành viên của Khu vực Mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) từ 1- 1- 2006. Năm 1995, Việt Nam bình thường hoá quan hệ với Mỹ và năm 2000 đã kí kết Hiệp định Thương mại song phương (bắt đầu có hiệu lực từ năm 2001).

Quá trình hội nhập kinh tế được thúc đẩy mạnh hơn với chủ trương của Đại hội Đảng IX “Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực theo tinh thần phát huy tối đa nội lực, nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế, bảo đảm độc lập, tự chủ và định hướng xã hội chủ nghĩa, bảo đảm lợi ích dân tộc”. Năm 2001, Bộ Chính trị ra Nghị quyết số 07/NQ-TW về hội nhập kinh tế quốc tế. Chỉ rõ những mục tiêu, quan điểm chỉ đạo và một số nhiệm vụ cụ thể trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Đến nay, Việt Nam đang tiến sát tới thời điểm gia nhập WTO (dự kiến sẽ gia nhập vào cuối năm 2006) - nấc thang mới trên con đường hội nhập kinh tế.

Trong hơn 10 năm thực hiện tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã thực hiện các nội dung sau:

*Một là, mở rộng quan hệ quốc tế, kí kết các hiệp định song phương:* từ chỗ chỉ có quan hệ thương mại với 30 nước vào năm 1990, đến đầu năm 2006, Việt Nam đã thiết lập quan hệ ngoại giao với hơn 170 nước, có quan hệ thương mại với trên 160 nước và vùng lãnh thổ, kí hiệp định song phương với gần 90 nước, trong đó cam kết thực hiện quy chế tối huệ quốc với hơn 70 nước, ký hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư với 46 nước, hiệp định tránh đánh thuế hai lần với hơn 40 nước. Các cuộc đàm phán song phương nhằm đi đến các thoả thuận về tự do hoá và thuận lợi hoá thương mại với nội dung chủ yếu là cắt giảm thuế quan và mở cửa thị trường hàng hoá, dịch vụ. Các cam kết về cắt giảm thuế bao gồm cam kết mức trần cho các dòng thuế (trong đàm phán song phương gia nhập WTO, Việt Nam phải cam kết mức trần khoảng 15% - 30%), mức thuế suất chung (Việt Nam chào ở mức 18%) và cắt giảm mức thuế của phần lớn các hàng hoá xuống 0% - 5%. Ngoài ra, Việt Nam cam kết mở cửa thị trường dịch vụ 9/ 12 ngành với 92/ 155 phân ngành dịch vụ. Những cam kết của Việt Nam là khá cao so với các nước gia nhập WTO trước đây.

*Hai là, đàm phán và gia nhập các tổ chức quốc tế:*

Trong 10 năm qua, Việt Nam đã đàm phán đa phương và gia nhập các tổ chức quốc tế cùng với việc cam kết thực hiện nghĩa vụ thành viên của các tổ chức này. Một số cam kết và thực hiện nghĩa vụ thành viên của các tổ chức quốc tế như dưới đây:

- Gia nhập ASEAN: Việt Nam trở thành thành viên chính thức của ASEAN từ tháng 7-1995. Bắt đầu từ 01-01-1996, Việt Nam đã thực hiện lộ trình cắt giảm thuế quan và đến nay đã hoàn tất. Trong 10 năm qua, Việt Nam đã cắt giảm dần trên 10.000 dòng thuế theo Hệ thống HS xuống chủ yếu còn 0% - 5%. Lộ trình cắt giảm thuế và hiện trạng các mức thuế như Bảng 1.6.

**Bảng 1.6. Lộ trình cắt giảm thuế suất theo CEPT/AFTA 2003-2006**

*Đơn vị: số dòng thuế*

<i>Thuế suất</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>	<i>2005</i>	<i>2006</i>
0%	3257	3257	3257	5427
1%	239	239	239	2
3%	607	607	607	150
5%	3372	3392	4356	4564
<b>Tổng 0-5%</b>	<b>7475</b>	<b>7495</b>	<b>8459</b>	<b>10143</b>
10%	89	130	1315	0
15%	125	2127	16	0
20%	2454	391	353	0
<b>Tổng 10-20%</b>	<b>2668</b>	<b>2648</b>	<b>1684</b>	<b>0</b>
<b>Tổng số</b>	<b>10143</b>	<b>10143</b>	<b>10143</b>	<b>10143</b>

*Nguồn: Bộ Tài chính, 2006.*

Đối với hàng hoá thuộc danh mục nhạy cảm (SL), Việt Nam tiếp tục cắt giảm thuế suất xuống 0% - 5% và hoàn tất vào năm 2013. Đến năm 2015, thuế quan của hầu hết các hàng hoá nhập khẩu cắt giảm xuống 0%.

Về hàng rào phi thuế quan: đối với danh mục cắt giảm ngay và danh mục hàng hoá nhạy cảm, đến năm 2006, bỏ tất cả các hàng rào phi thuế quan như hạn chế định lượng, giấy phép, hạn chế ngoại hối liên quan đến thanh toán, phụ thu hải quan.

Cùng với việc thực hiện AFTA, năm 1998 Việt Nam đã ký kết Hiệp định khung về Đầu tư (AIA) để tạo ra một khu vực đầu tư tự do giữa các nước thành viên ASEAN vào năm 2010 và cho các nước ngoài ASEAN vào năm 2020. Theo Hiệp định này, Việt Nam sẽ mở cửa các ngành nghề cho các nhà đầu tư ASEAN hưởng Quy chế đối xử quốc gia vào năm 2010. Ngoài ra, Việt Nam đã ký kết các nghị định thư về dịch vụ (tài chính, vận tải, du lịch). Theo đó, từng bước thực hiện tự do hoá thương mại dịch vụ: xoá bỏ phân biệt đối xử về tiếp cận thị trường cho các thành viên ASEAN, mở cửa đối với các loại dịch vụ đơn giản vào năm 2005, các dịch vụ phức tạp vào năm 2010 và các dịch vụ nhạy cảm vào năm 2020.

- Gia nhập APEC (1998): Ngày 15-6-1996, Việt Nam gửi đơn xin gia nhập APEC và trở thành thành viên chính thức của tổ chức này vào tháng 11-1998. Việt Nam cam kết tăng cường liên kết kinh tế, thúc đẩy giao lưu thương mại, thực hiện tự do hoá thương mại trên nguyên tắc của WTO vào năm 2020. Bước đầu, Việt Nam tham gia thực hiện Chương trình Hợp tác kinh tế - kỹ thuật và thực hiện minh bạch hoá chính sách thương mại trong tiến trình tự do hoá thương mại. Các cam kết của Việt Nam về thuế quan, các biện pháp phi thuế, về đầu tư như Bảng 1.7.

**Bảng 1.7. Các cam kết của Việt Nam khi gia nhập APEC**

<i>Loại cam kết</i>	<i>Các biện pháp chủ yếu</i>	<i>Thời hạn</i>
1. Thuế quan	- Giảm các mức thuế suất xuống dưới 15%	Từ 1999
	- Tiếp tục giảm thuế suất để đạt được mục tiêu tự do hoá thương mại vào năm 2020	1999 - 2020
	- Thuế hoá để tiến tới xoá bỏ các biện pháp phi thuế	2020
	- Giảm dần phụ thu trên cơ sở tự nguyện	2020
2. Hàng rào phi thuế	- Bỏ các hàng rào phi thuế trên cơ sở tự nguyện	2020
	- Quản lý hàng nhập khẩu theo tiêu chuẩn kỹ thuật và chất lượng	Ngắn hạn
	- Hàng nhập khẩu áp dụng mã số trong Danh mục hài hoà (HS)	Ngắn hạn
	- Bãi bỏ đầu mối nhập khẩu xăng dầu và phân bón, tự do hoá xuất khẩu gạo	Dài hạn

*Nguồn: Bộ Ngoại giao 2002.*

- Chuẩn bị gia nhập WTO: Từ tháng 6-1994, Việt Nam được công nhận là quan sát viên của GATT - tiền thân của WTO. Ngày 1-1-1995, Việt Nam nộp đơn gia nhập WTO. Từ đó đến nay, Việt Nam đang tích cực chuẩn bị các điều kiện cần thiết để gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới. Đến cuối tháng 5 năm 2006, Việt Nam đã tiến hành 12 phiên đàm phán đa phương và kết thúc đàm phán song phương với cả 28 quốc gia và vùng lãnh thổ yêu cầu đàm phán vào ngày 31/ 5/ 2006 với đối tác cuối cùng là Mỹ.

Về đàm phán song phương nhằm tự do hoá và thuận lợi hoá thương mại với các thoả thuận về cắt giảm thuế quan và mở cửa thị trường hàng hoá, dịch vụ. Theo đó, Việt Nam cam kết mức trần cho hầu hết các dòng thuế không quá 30% và cắt giảm thuế suất đối với hầu hết các hàng xuống 0% - 5%. Đồng thời, Việt Nam đưa ra cam kết mở cửa thị trường dịch vụ của 9/ 12 ngành với 92/ 155 phân ngành theo phân loại của WTO.

Về đàm phán đa phương - chủ yếu là đàm phán việc tuân thủ các nguyên tắc, quy định của WTO và đưa ra những cam kết. Đến nay, những cam kết chính của Việt Nam trong đàm phán đa phương khi trở thành thành viên chính thức của WTO gồm năm nội dung chính như sau:

+ Tuân thủ toàn bộ các hiệp định quan trọng của WTO. Những cam kết này dẫn đến việc xoá bỏ bảng giá tối thiểu trong việc tính trị giá hải quan; minh bạch hoá quy trình cấp phép nhập khẩu và các tiêu chuẩn kỹ thuật áp dụng cho hàng nhập khẩu; xoá bỏ chính sách nội địa hoá; bảo hộ có hiệu quả quyền sở hữu trí tuệ.

+ Tuân thủ nguyên tắc không phân biệt đối xử của WTO theo nguyên tắc tối huệ quốc - MFN và nguyên tắc đối xử quốc gia - NT.

+ Bãi bỏ các biện pháp hạn chế số lượng hàng nhập khẩu. Việc cấp giấy phép nhập khẩu chuyên ngành phải theo đúng quy định của WTO.

+ Bãi bỏ trợ cấp xuất khẩu và quy định về nội địa hoá sản phẩm, xoá bỏ chế độ hai giá; bãi bỏ việc áp dụng tỷ lệ xuất khẩu bắt buộc đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; tuân thủ các quy định của WTO về chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ.

*Ba là, chuẩn bị các điều kiện trong nước cho hội nhập kinh tế quốc tế*

Để đẩy nhanh quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đã tiến

hành thực hiện một số nội dung quan trọng như:

- Xây dựng, bổ sung, sửa đổi pháp luật, chính sách: Trong 10 năm thực hiện tiến trình hội nhập, Quốc hội đã thông qua và bổ sung, sửa đổi nhiều luật. Đến năm 2005, Quốc hội đã thông qua một số các luật quan trọng như: Luật Đầu tư chung (2005), Luật doanh nghiệp chung (2005). Trong vòng 5 năm (2001 - 2005), Quốc hội khoá XI đã thông qua 29 luật. Đến nay, Quốc hội đã ban hành và sửa đổi, bổ sung 43 luật, bộ luật, 45 pháp lệnh. Năm 2006, Quốc hội khoá XI tiếp tục thảo luận và thông qua 11 dự thảo luật. Theo kết quả rà soát văn bản quy phạm pháp luật đợt hai vừa qua của Vụ Pháp luật Quốc tế và Bộ Tư pháp, hầu hết các văn bản quy phạm pháp luật của Việt Nam được ban hành gần đây đã tương thích với các cam kết trong Hiệp định Thương mại Việt - Mỹ (BTA) và các quy định tương ứng của WTO.

Trên cơ sở đó, Chính phủ và các cơ quan hữu quan đã tiến hành sửa đổi, bổ sung các chính sách hiện hành như: chính sách kinh doanh, thương mại, đất đai, đầu tư, tài chính,...

- *Điều chỉnh cơ cấu kinh tế kinh tế*: chú trọng phát triển các ngành, sản phẩm hướng ra xuất khẩu; phát triển các ngành, sản phẩm hiện đại; khuyến khích phát triển kinh tế dân doanh và kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài.

- *Kiện toàn tổ chức bộ máy quản lý liên quan tới hội nhập kinh tế*: hình thành bộ máy chuyên trách về hội nhập, tăng cường chức năng, vai trò của các cơ quan nhà nước trong tiến trình hội nhập kinh tế.

- *Chuẩn bị nguồn nhân lực cho hội nhập kinh tế quốc tế*.

### **1.3.2. Cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam**

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế có tác động lớn tới các doanh nghiệp trên cả hai mặt: cơ hội và thách thức.

#### **a) Những cơ hội của hội nhập kinh tế đối với các doanh nghiệp**

Những cơ hội chủ yếu do hội nhập kinh tế quốc tế mang lại cho các doanh nghiệp có thể là:

*Một là, mở rộng thị trường cho doanh nghiệp.* Việc ký kết các hiệp định song phương và đa phương về mở cửa, tự do hoá thương mại và đầu tư cũng như việc gia nhập các tổ chức kinh tế khu vực và thế giới như ASEAN,

APEC và đặc biệt là WTO tạo điều kiện rất lớn cho các doanh nghiệp mở rộng thị trường sang các nước thành viên và được đối xử bình đẳng theo nguyên tắc MNF và NT tại các nước thành viên.

*Hai là, được đối xử bình đẳng trong hoạt động thương mại quốc tế và giải quyết tranh chấp.* Hội nhập kinh tế sẽ tạo điều kiện nâng cao vị thế của các doanh nghiệp, được đối xử bình đẳng, tránh được các biện pháp phân biệt đối xử của các nước lớn đối với các nước còn bị coi là nước có nền kinh tế phi thị trường như Việt Nam. Khi có tranh chấp thương mại, các doanh nghiệp được sử dụng hệ thống giải quyết tranh chấp công bằng và hiệu quả của WTO để giải quyết, nhờ đó mà hạn chế được sự chèn ép của các công ty hay chính phủ của các nước khác.

*Ba là, các doanh nghiệp được hưởng lợi từ việc "thuận lợi hoá" thương mại và đầu tư ngay trên "sân nhà".*

Trong quá trình hội nhập kinh tế, nước ta phải thực hiện việc công khai hoá, minh bạch hoá các chính sách, thuận lợi hoá thương mại và đầu tư, đáp ứng các yêu cầu công khai, minh bạch, dễ dự đoán của "luật chơi quốc tế". Trên tinh thần đó, thể chế, bộ máy quản lý và các thủ tục hành chính được đổi mới theo hướng đơn giản hoá, thuận lợi hoá, phục vụ phát triển kinh tế, phục vụ doanh nghiệp. Nhờ đó, các doanh nghiệp không chỉ thực hiện nhanh các thủ tục, tiếp cận nhanh các nguồn lực mà còn tiết kiệm thời gian, công sức, tiền bạc trong quá trình gia nhập, tiếp cận và tham gia thị trường.

*Bốn là, hội nhập kinh tế quốc tế làm tăng thêm các cơ hội kinh doanh cho doanh nghiệp.* Hội nhập kinh tế tạo cho các doanh nghiệp trong nước có nhiều cơ hội đầu tư và kinh doanh cả trong và ngoài nước dưới nhiều hình thức: liên doanh, liên kết, hợp tác kinh doanh, thầu phụ, huy động vốn từ bên ngoài, mở rộng hoạt động thương mại với bên ngoài, đầu tư ra bên ngoài. Việc mở cửa nền kinh tế, thuận lợi hoá thương mại và đầu tư... sẽ tạo điều kiện thu hút các nhà kinh doanh từ bên ngoài.

*Năm là, tạo điều kiện để các doanh nghiệp tiếp thu công nghệ, kỹ năng quản lý.*

Quá trình hội nhập càng sâu thì cạnh tranh càng gay gắt nên đã tạo động lực để các doanh nghiệp đổi mới thiết bị, công nghệ. Hội nhập kinh tế



mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp tiếp cận với thị trường công nghệ rộng mở khắp toàn cầu, thúc đẩy chuyển giao công nghệ, tiếp thu công nghệ tiên tiến. Ngoài ra, các doanh nghiệp có cơ hội học hỏi được kinh nghiệm quản lý thông qua các nhà đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Thông qua sự cọ xát với các mô hình đầu tư, kinh doanh từ bên ngoài, ý thức, năng lực, trình độ của các chủ doanh nghiệp, các nhà quản lý doanh nghiệp sẽ được nâng cao.

*Sáu là, hội nhập kinh tế quốc tế làm tăng tính năng động, hiệu quả của các doanh nghiệp.* Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp được đặt trong môi trường cạnh tranh gay gắt. Do vậy, để có thể tồn tại, các doanh nghiệp không ngừng vươn lên, tích cực đổi mới tổ chức quản lý, đổi mới công nghệ...

#### ***b) Những khó khăn, thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế***

Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam cũng tạo ra những khó khăn, thách thức rất lớn đối với các doanh nghiệp như:

*Thứ nhất,* các doanh nghiệp phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt của hàng hoá nhập khẩu từ bên ngoài vào Việt Nam do việc cắt giảm thuế nhập khẩu xuống mức 0% - 5% và loại bỏ các hàng rào phi thuế, hàng hoá của các nước ASEAN, của các nước APEC và sắp tới là của các thành viên WTO

*Thứ hai,* các doanh nghiệp phải đối mặt với các doanh nghiệp nước ngoài có tiềm lực tài chính mạnh, công nghệ, quản lý mạnh hơn, hàng hoá chất lượng cao hơn, mẫu mã đẹp hơn... Đặc biệt, các doanh nghiệp trong những ngành lâu nay được bảo hộ cao, những ngành có trình độ thấp, hoặc doanh nghiệp mới hình thành sẽ gặp rất nhiều khó khăn, thách thức. Những doanh nghiệp trong lĩnh vực công nghệ cao, lĩnh vực dịch vụ như tài chính, ngân hàng, viễn thông... sẽ gặp rất nhiều khó khăn bởi đây cũng là những lĩnh vực mà các doanh nghiệp nước ngoài có ưu thế cạnh tranh rất lớn.

*Thứ ba,* các doanh nghiệp Việt Nam đối mặt với khó khăn là nền kinh tế còn ở trình độ phát triển thấp, khoảng cách chênh lệch với các nước trong khu vực và thế giới còn rất lớn. Trong khi các doanh nghiệp Việt Nam chưa tích lũy được nhiều kinh nghiệm và kiến thức kinh doanh. Ngoài ra, hàng hoá của các doanh nghiệp Việt Nam có chất lượng thấp, mẫu mã kém hấp dẫn.

Nhiều cán bộ quản lý doanh nghiệp kém hiểu biết về thị trường xuất khẩu, kỹ năng đàm phán, giao dịch, chiến lược phát triển và xúc tiến thương mại còn nhiều hạn chế.

*Thứ tư*, các doanh nghiệp phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt trên thị trường hàng hoá xuất khẩu, đặc biệt là các hàng hoá tương tự với Trung Quốc, Thái Lan... như dệt may, nông sản. Một số thách thức to lớn đặt ra là các hạn chế về nguồn nhân lực và khả năng tiếp cận tín dụng; nguồn nhân lực và trình độ quản lý trong các doanh nghiệp Việt Nam còn rất hạn chế, bao gồm kỹ năng, phương pháp làm việc và trình độ ngoại ngữ. Điều này sẽ là cản trở lớn đối với khả năng hội nhập quốc tế của các doanh nghiệp.

### **1.3.3. Yêu cầu nâng cao năng lực cạnh tranh đối với các doanh nghiệp Việt Nam**

Hội nhập kinh tế quốc tế đang đặt ra những yêu cầu gay gắt phải nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam.

*Một là*, các doanh nghiệp Việt Nam cần nhanh chóng, khẩn trương phát huy nội lực, nắm bắt cơ hội để nâng cao năng lực cạnh tranh. Thời điểm Việt Nam gia nhập WTO đang đến rất gần, trong khi không ít doanh nghiệp vẫn chưa ý thức được những khó khăn thách thức phải đối mặt, chưa có sự chuẩn bị cần thiết. Các doanh nghiệp cần nhanh chóng nắm bắt thông tin về thị trường, nhu cầu, khách hàng, đối thủ cạnh tranh khi Việt Nam bắt đầu thực hiện những cam kết và nguyên tắc của WTO. Trên cơ sở đó mà nâng cao năng lực cạnh tranh để có thể đứng vững và kinh doanh thành công trong điều kiện hội nhập kinh tế.

*Hai là*, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là quá trình thường xuyên, liên tục, đòi hỏi các doanh nghiệp liên tục khai thác các tiềm năng, lợi thế, tận dụng cơ hội để kinh doanh, không ngừng tăng năng suất, chất lượng sản phẩm, luôn phải nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên, không ngừng cải tiến quy trình sản xuất, đổi mới công nghệ, chú trọng nghiên cứu và phát triển (R&D) tại doanh nghiệp.

*Ba là*, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu vững chắc, dựa trên chiến lược cạnh tranh phù hợp. Trong đó, chiến lược cạnh tranh cần phù hợp với xu hướng phát triển hiện đại, có tầm nhìn xa và bao quát nhiều lĩnh vực liên quan tới hoạt động của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó,

cần có bước đi vững chắc trong việc khai thác các tiềm năng, lợi thế cạnh tranh, huy động tổng hợp các nguồn lực, kết hợp nhiều phương pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

*Bốn là*, tích cực tận dụng cơ hội do hội nhập kinh tế mang lại: tích cực nghiên cứu và mở rộng thị trường trong và ngoài nước, tìm kiếm công nghệ phù hợp, học hỏi kinh nghiệm quản lí, tăng cường liên kết, hợp tác trong hoạt động kinh doanh cũng như nghiên cứu, triển khai. Đồng thời, nhanh chóng vượt qua những khó khăn, thách thức trước sự gia tăng cạnh tranh của hàng hoá từ bên ngoài, từ các doanh nghiệp các nước khác và ngay trên "sân nhà".

*Năm là*, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp đòi hỏi trước hết từ sự nỗ lực của các doanh nghiệp, đồng thời cần có sự hỗ trợ của chính quyền và các cơ quan, tổ chức. Trong nhiều trường hợp, nếu chỉ có sự nỗ lực của doanh nghiệp là không đủ, có có sự hỗ trợ trong việc tạo lập môi trường, điều kiện kinh doanh thuận lợi, an toàn từ phía Nhà nước. Cần có sự quan tâm, giúp đỡ từ phía chính quyền, đặc biệt là trong việc phát triển cơ sở hạ tầng, đổi mới thể chế, chính sách, tăng cường các biện pháp hỗ trợ doanh nghiệp.

## CHƯƠNG 2

# THỰC TRẠNG DOANH NGHIỆP VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

## 2.1. THỰC TRẠNG DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

### 2.1.1. Số lượng, quy mô và ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp

#### 2.1.1.1. Về số lượng và quy mô doanh nghiệp

Các doanh nghiệp Việt Nam trải qua một quá trình phát triển gắn với quá trình đổi mới nền kinh tế. Trong mô hình kinh tế cũ, các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu là các xí nghiệp quốc doanh, các hợp tác xã và các cơ sở kinh doanh cá thể. Tính đến năm 1990, cả nước có trên 12.084 xí nghiệp quốc doanh với tổng số vốn cố định 27.817 tỷ đồng theo nguyên giá (tương đương 10 tỷ USD), tạo ra gần 40% tổng sản phẩm xã hội đóng góp gần 70% ngân sách nhà nước [19, 8-12]. Kinh tế tập thể có 16.341 cơ sở trong nông nghiệp, 21.901 cơ sở trong công nghiệp và 21.094 cơ sở trong thương mại, dịch vụ. Tư nhân, cá thể trong công nghiệp có 334.621 cơ sở, trong thương mại, dịch vụ có 591.230 cơ sở. Nhìn vào bức tranh đó có thể thấy sự phân tán, quy mô nhỏ lẻ của các cơ sở kinh tế nước ra trước năm 1990.

Với việc ban hành Luật Công ty và Luật Doanh nghiệp tư nhân (1990) cùng với việc thừa nhận sở hữu tư nhân trong Hiến pháp 1992 và việc ban hành Luật Khuyến khích đầu tư trong nước (1994), Luật Doanh nghiệp nhà nước (1995), Luật Hợp tác xã (1996), cùng một số luật kinh doanh khác, các doanh nghiệp ở nước phát triển mạnh cả về số lượng, quy mô, ngành nghề.

Từ khi Luật Doanh nghiệp (1999) có hiệu lực, số lượng doanh nghiệp khu vực ngoài quốc doanh tăng lên rất lớn, lượng vốn đầu tư, lao động tăng lên rất nhanh. Trong năm 2000, có trên 14.457 doanh nghiệp đăng ký thành lập mới, gấp khoảng 2,5 lần so với số lượng năm 1999; con số này của năm 2001 đã là 19.800 doanh nghiệp, năm 2002 có khoảng 20.800 doanh nghiệp mới được thành lập, năm 2003 có 26.023 doanh nghiệp đăng ký mới, năm 2004, số lượng doanh nghiệp đăng ký mới đạt tới 45.162 doanh nghiệp với tổng số vốn đăng ký trong 6 năm là 251.502 tỷ đồng (Bảng 2.1), tương đương với hơn 15,9 tỷ USD, cao hơn vốn đầu tư nước ngoài cùng kỳ.

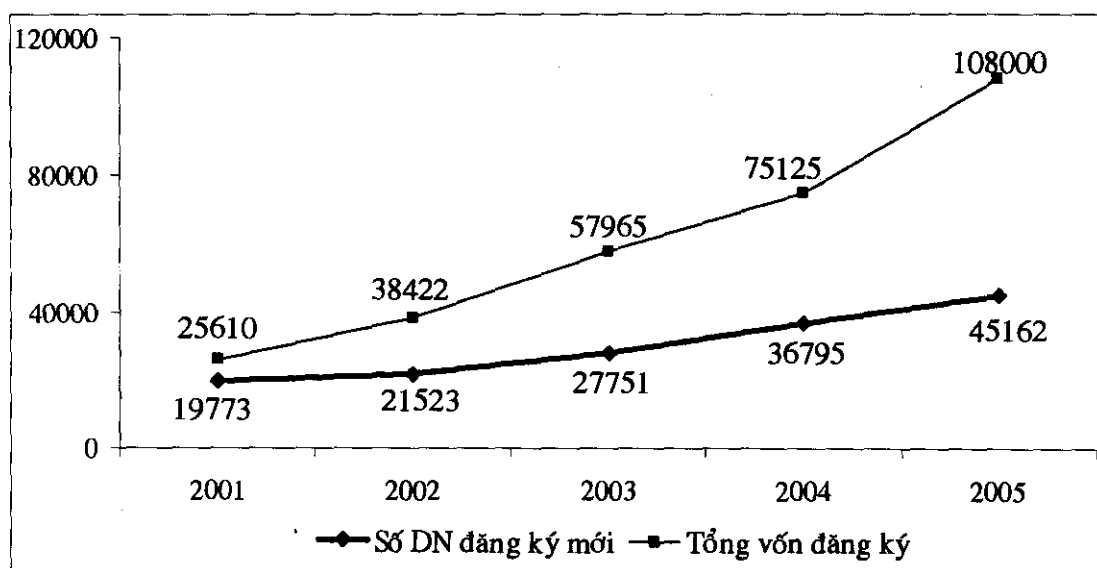
**Bảng 2.1. Số doanh nghiệp đăng ký kinh doanh cả nước, 2000 - 2005**

	Trước 2000	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Số doanh nghiệp	46.770	14.457	19.773	21.523	27.751	36.795	45.162
Vốn đăng kí, tỷ đồng	139.532	13.904	25.610	38.422	57.965	75.125	108.000

Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư và Tổng cục Thống kê 2005.

Có thể mô hình hoá số lượng doanh nghiệp và vốn đăng ký kinh doanh qua 5 năm thực hiện Luật Doanh nghiệp như Hình 2.1. Sau 5 năm thực hiện Luật Doanh nghiệp (2001-2005), tổng cộng có 151.004 doanh nghiệp đăng ký mới với tổng số vốn đăng ký là 305.122 tỷ đồng [9].

**Hình 2.1: Số doanh nghiệp dân doanh và số vốn đăng ký hàng năm**



Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2005 [9].

Theo Tổng cục Thống kê, số lượng doanh nghiệp thực tế đang hoạt động trong cả nước theo loại hình doanh nghiệp trong những năm gần đây như Bảng 2.2 dưới đây. Trong đó, chỉ tính các doanh nghiệp sản xuất - kinh doanh hoạt động độc lập, có tư cách pháp nhân đang hoạt động (không tính các chi nhánh doanh nghiệp, các DN đã cấp phép nhưng chưa đi vào hoạt động, các doanh nghiệp đã giải thể, phá sản) có đến ngày 31 tháng 12 hàng năm. Như vậy, số doanh nghiệp thực tế đang hoạt động theo số liệu dưới đây ít hơn số lượng doanh nghiệp theo đăng ký kinh doanh.

**Bảng 2.2. Số doanh nghiệp thực tế hoạt động trong cả nước**

<i>Các loại doanh nghiệp</i>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
<b>Tổng số doanh nghiệp</b>	<b>42.288</b>	<b>51.680</b>	<b>62.908</b>	<b>72.012</b>	<b>91.755</b>
- DNNN	5759	5.355	5.363	4.845	4.596
- DN tập thể	3.237	3.646	4.104	4.150	5.349
- DN tư nhân	20.548	22.777	24.794	25.653	29.980
- Công ty hợp danh	4	5	24	18	21
- Công ty TNHH	10.458	16.291	23.485	30.164	40.918
- Công ty cổ phần	757	1.595	2.830	4.541	7.735
- DN 100% vốn nước ngoài	854	1.294	1.561	1.869	2.335
- DN liên doanh	671	717	747	772	821

*Nguồn:* Tổng cục Thống kê, 2005 [25, 27-28].

Về loại hình doanh nghiệp: tỷ trọng số doanh nghiệp, lao động, vốn của từng loại như Bảng 2.3 dưới đây.

**Bảng 2.3. Các chỉ tiêu cơ bản của các loại doanh nghiệp năm 2004**

<b>Các loại doanh nghiệp</b>	<b>Số DN</b>	<b>Lao động người</b>	<b>Vốn tỷ đồng</b>	<b>Tài sản cố định tỷ đồng</b>
<b>Toàn bộ doanh nghiệp</b>	<b>91.755</b>	<b>5.770.201</b>	<b>2.161.204</b>	<b>744.537</b>
- DNNN, %	5,0	39,0	56,3	48,3
- DN tập thể, %	5,8	2,7	0,6	0,7
- DN tư nhân, %	32,7	7,5	2,3	2,5
- Công ty hợp danh, %	0,0	0,0	0,0	0,0
- Công ty TNHH, %	44,6	24,2	11,1	10,3
- Công ty cổ phần, %	8,4	8,5	8,9	6,3

*Nguồn:* Tính toán dựa theo số liệu của Tổng cục Thống kê, 2005.

Số liệu Bảng 2.3 cho thấy, công ty TNHH và doanh nghiệp tư nhân chiếm tỷ trọng lớn nhất về số lượng doanh nghiệp với 77,3% cả hai loại; DNNN và công ty TNHH chiếm tỷ trọng lớn nhất về thu hút lao động (63,9%

cả hai loại); DNNN chiếm tỷ trọng lớn nhất về vốn kinh doanh (56,3%) và vốn cố định (48,3%).

Về quy mô doanh nghiệp: năm 2004 cả nước có 96,2% số doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ theo tiêu chí lao động và 78,6% doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa theo tiêu chí vốn (xem Bảng 2.4).

**Bảng 2.4. Số doanh nghiệp theo quy mô lao động và vốn, 2002-2004**

Năm	Tổng số DN	Theo quy mô lao động, %			Theo quy mô vốn, %		
		< 200 người	200 - 300 người	> 300 người	< 5 tỷ	5 - 10 tỷ	> 10 tỷ
2002	62.908	93,0	2,2	4,9	79,0	7,1	13,8
2003	72.012	93,4	2,0	4,6	78,4	7,6	13,9
2004	91.755	94,5	1,7	3,9	78,6	8,0	13,4

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2005 [31].

Quy mô doanh nghiệp cũng có sự khác biệt theo loại hình doanh nghiệp. Theo kết quả điều tra của Tổng cục Thống kê, năm 2004 cả nước có 64,4% DNNN, 98,7% hợp tác xã, 99,6% doanh nghiệp tư nhân, 98,4% công ty TNHH, 95,7% công ty cổ phần có quy mô nhỏ và vừa (xem Bảng 2.5). Như vậy, phần lớn các doanh nghiệp ngoài quốc doanh có quy mô nhỏ và vừa.

**Bảng 2.5: Quy mô theo loại hình doanh nghiệp năm 2004**

Đơn vị: %

Loại DN	Quy mô theo lao động			Quy mô theo vốn		
	Nhỏ	Vừa	Lớn	Nhỏ	Vừa	Lớn
DNNN	53,1	11,3	35,6	12,5	11,2	76,3
Hợp tác xã	97,5	1,2	1,3	86,3	8,9	4,8
DN tư nhân	99,4	0,2	0,4	94,6	3,5	1,9
Công ty TNHH	97,3	1,1	1,6	80,6	9,5	10
Công ty cổ phần	93,4	2,3	4,3	65,9	12,7	21,4

Nguồn: Tính toán dựa theo số liệu của Tổng cục Thống kê 2005.

Nhìn chung, phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô về vốn và lao động rất hạn chế. Đây là một bất lợi khi nền kinh tế hội nhập sâu hơn với khu vực và quốc tế.

### 2.1.1.2. Về ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam

Xét theo số lượng doanh nghiệp, có tới 81,7% số doanh nghiệp tập trung vào 5 ngành trong tổng số 21 ngành cấp 2 cả nước: thương mại (39,3%), công nghiệp chế biến (22,4%), xây dựng (13,4%), kinh doanh tài sản và vận tải (6,7%). Xét theo số lao động, các DN tập trung trong 5 ngành: công nghiệp chế biến (50,1%), xây dựng (16,3%), tài chính (12,7%), thương nghiệp (10%), vận tải (7,4%). Xét theo vốn kinh doanh, các DN tập trung vào: tài chính, tín dụng (33,8%), công nghiệp chế biến (25%), thương nghiệp (10,3%), xây dựng (8,2%) và vận tải (6%). Xét theo vốn cố định, có 5 ngành hàng đầu gồm: công nghiệp chế biến, điện, tài chính, vận tải, công nghiệp khai thác (xem Bảng 2.6).

**Bảng 2.6. Tỷ trọng doanh nghiệp theo ngành năm 2004**

Ngành	Số DN	Lao động người	Vốn kinh doanh tỷ đồng	Vốn cố định tỷ đồng
<b>Toàn bộ doanh nghiệp</b>	<b>91.754</b>	<b>5.770.201</b>	<b>2.161.204</b>	<b>744.537</b>
Nông, lâm nghiệp, %	1,11	3,87	1,82	3,78
Thủy sản	1,48	0,57	0,18	0,34
Công nghiệp khai thác	1,30	2,85	3,35	7,04
Công nghiệp chế biến	22,38	50,14	25,00	35,11
Sản xuất, phân phối điện	1,61	1,81	5,86	11,63
Xây dựng	13,42	16,28	8,18	6,16
Thương nghiệp, sửa chữa động cơ, xe máy	39,32	9,97	10,28	6,19
Khách sạn, nhà hàng	4,31	1,69	1,67	3,78
Vận tải, kho bãi	5,83	7,40	6,04	9,43
Tài chính, tín dụng	1,23	12,67	33,83	11,04
Kinh doanh tài sản, tư vấn	6,73	2,58	3,28	4,61
Dịch vụ khác	1,28	1,13	0,52	0,89

*Nguồn:* Tính toán theo số liệu của Tổng cục Thống kê 2005.

Nhìn chung, các doanh nghiệp Việt Nam hoạt động chủ yếu trong các ngành nghề "truyền thống". Tỷ lệ doanh nghiệp hoạt động trong các ngành,



lĩnh vực hiện đại chưa nhiều. Chẳng hạn, DN hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ tài chính tín dụng chỉ chiếm 1,46%, kinh doanh tài sản và tư vấn chỉ chiếm 5,73%, trong lĩnh vực KH&CN chỉ chiếm 0,02% [31]... Cơ cấu này phản ánh cơ cấu ngành còn lạc hậu của các doanh nghiệp Việt Nam.

### 2.1.2. Vốn, lao động của doanh nghiệp

Lao động và vốn là những đầu vào rất quan trọng của doanh nghiệp, là những chỉ tiêu thể hiện quy mô, năng lực kinh doanh của doanh nghiệp. Nhìn tổng thể, các chỉ tiêu này như Bảng 2.7 dưới đây.

**Bảng 2.7. Vốn và lao động của doanh nghiệp Việt Nam, 2002-2004**

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Đơn vị</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>
1. Tổng tài sản (nguồn vốn)	<i>Tỷ đồng</i>	1.440.739	1.724.558	2.161.502
<i>Trong đó: Giá trị TSCĐ</i>	<i>Tỷ đồng</i>	552.326	645.505	744.537
Tỷ trọng TSCĐ	<i>%</i>	38,3	37,4	34,4
Vốn chủ sở hữu	<i>Tỷ đồng</i>	486.577	535.698	673.051
Tỷ trọng vốn chủ sở hữu	<i>%</i>	33,8	31,1	31,1
2. Lao động	<i>Người</i>	4.350.531	4.881.038	5.462.485

*Nguồn:* Tính toán dựa trên số liệu của Tổng cục Thống kê [31].

- Về tài sản của doanh nghiệp: tổng tài sản của các doanh nghiệp năm 2004 đạt 2.161.502 tỷ đồng. Tài sản của các doanh nghiệp tăng lên trong mấy năm qua. Trong tổng tài sản của doanh nghiệp, tài sản cố định chiếm 34,4% - 38,3%. Tỷ lệ tài sản cố định như vậy là hơi thấp. So với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, tỷ trọng tài sản cố định của các doanh nghiệp trong nước thấp hơn. Tài sản cố định bình quân một lao động năm 2002 đạt 119 tỷ đồng và năm 2004 tăng lên 129 tỷ đồng. Đây là xu hướng tích cực. Tuy nhiên, sự gia tăng tài sản cố định khá chậm làm hạn chế năng lực kinh doanh của doanh nghiệp.

- Về nguồn vốn: nguồn vốn của các doanh nghiệp gồm 2 loại chủ yếu là vốn chủ sở hữu và vốn vay. Tổng nguồn vốn bình quân 1 doanh nghiệp năm 2002 là 23 tỷ đồng và năm 2004 là 24 tỷ đồng. Bình quân vốn như vậy là khá thấp. Trong tổng nguồn vốn của doanh nghiệp, vốn chủ sở hữu năm 2002 chiếm 33,8% và năm 2004 là 31,1%. Tỷ lệ vốn chủ sở hữu như vậy không

cao. Tỷ lệ này thấp hơn các doanh nghiệp có vốn nước ngoài ở nước ta (xấp xỉ 50%). Khi các doanh nghiệp hoạt động chủ yếu dựa vào vốn vay thì rủi ro cao hơn và phải trả lãi suất ngân hàng nên làm tăng chi phí sản phẩm.

- Về lao động: số lượng lao động trong doanh nghiệp tăng nhanh. Năm 2002, lao động trong các doanh nghiệp đạt tới 4.350.531 người, năm 2004 lên tới 5.462.485 người. Lao động bình quân một doanh nghiệp khá thấp: năm 2002 có 74 lao động và năm 2004 có 63 lao động/ doanh nghiệp. Ngoài ra, số lao động trong doanh nghiệp hiện nay chiếm tỷ trọng chưa cao trong tổng số lực lượng lao động cả nước (khoảng 35 triệu người).

- Về thu nhập của người lao động trong doanh nghiệp: tổng thu nhập của người lao động năm 2002 đạt 65.229 tỷ đồng, năm 2004 đạt 96.721 tỷ đồng, tăng gấp rưỡi sau hai năm. Thu nhập bình quân một lao động trong doanh nghiệp năm 2002 đạt 1.249 nghìn đồng và năm 2004 đạt 1.476 nghìn đồng. Chi phí tiền công lao động trung bình trong doanh thu của các doanh nghiệp không cao, chiếm 5,5% doanh thu.

### 2.1.3. Một số kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Kết quả hoạt động của doanh nghiệp thể hiện trên các chỉ tiêu cơ bản của doanh nghiệp như doanh thu, lợi nhuận, nộp NSNN,... như Bảng 2.8.

**Bảng 2.8. Một số kết quả chủ yếu của doanh nghiệp Việt Nam, 2002-2004**

*Đơn vị: tỷ đồng*

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>
Doanh thu: Tổng số	936.215	1.212.234	1.456.771	1.750.046
Bình quân 1 DN	18,1	19,3	20,2	19,1
Lợi nhuận: Tổng số (trước thuế)	47.245	62.237	78.202	104.913
Bình quân 1 DN	0,9	1,0	1,2	1,7
Nộp NSNN: Tổng số	109.590	109.590	110.200	138.709
Bình quân 1 DN	2,1	1,7	1,8	2,2

*Nguồn:* Tổng cục Thống kê 2005 [25].

Nhìn vào Bảng 2.8 có thể thấy, doanh thu của các doanh nghiệp tăng nhanh: từ 1.212.234 tỷ đồng năm 2002 lên 1.750.046 tỷ đồng năm 2004 với mức tăng trưởng doanh thu khoảng 20%/ năm. Tuy nhiên, doanh thu bình quân một

doanh nghiệp khá thấp - chỉ có trên 19 tỷ đồng/ doanh nghiệp. Điều này thể hiện năng lực sản xuất của các doanh nghiệp Việt Nam còn khá hạn chế.

- Về lợi nhuận: tổng số lợi nhuận do các doanh nghiệp tạo ra năm 2002 là 62.237 tỷ đồng và năm 2004 là 104.913 tỷ đồng với tốc độ tăng trưởng 29,8%/ năm. Lợi nhuận bình quân 1 doanh nghiệp năm 2002 là 1 tỷ đồng và năm 2004 là 1,7 tỷ đồng. Năm 2004, có 61.687 doanh nghiệp có lãi (chiếm 67,2% số doanh nghiệp) với tổng lợi nhuận là 121.601 tỷ đồng, bình quân 1 doanh nghiệp là 1.971 triệu đồng. Tuy nhiên, mức lãi trung bình một doanh nghiệp chưa cao.

- Về nộp ngân sách: gồm thuế và các khoản nộp khác. Tổng số nộp NSNN của các doanh nghiệp năm 2002 là 109.590 tỷ đồng, năm 2004 là 138.709 tỷ đồng, tăng bình quân 12,5%/ năm. Bình quân một doanh nghiệp nộp NSNN 1,7 - 2,2 tỷ đồng.

Nhìn tổng thể, các kết quả đạt được của các doanh nghiệp là khả quan và xu hướng tích cực, mức tăng trưởng các chỉ tiêu cơ bản là khá cao. Tuy nhiên, các chỉ số bình quân trên một doanh nghiệp khá thấp phản ánh năng lực và hiệu quả bình quân của các doanh nghiệp chưa cao.

## **2.2. THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

### **2.2.1. Tình hình thực hiện các chỉ tiêu năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam**

#### **2.2.1.1. Thị phần và năng lực chiếm lĩnh thị trường**

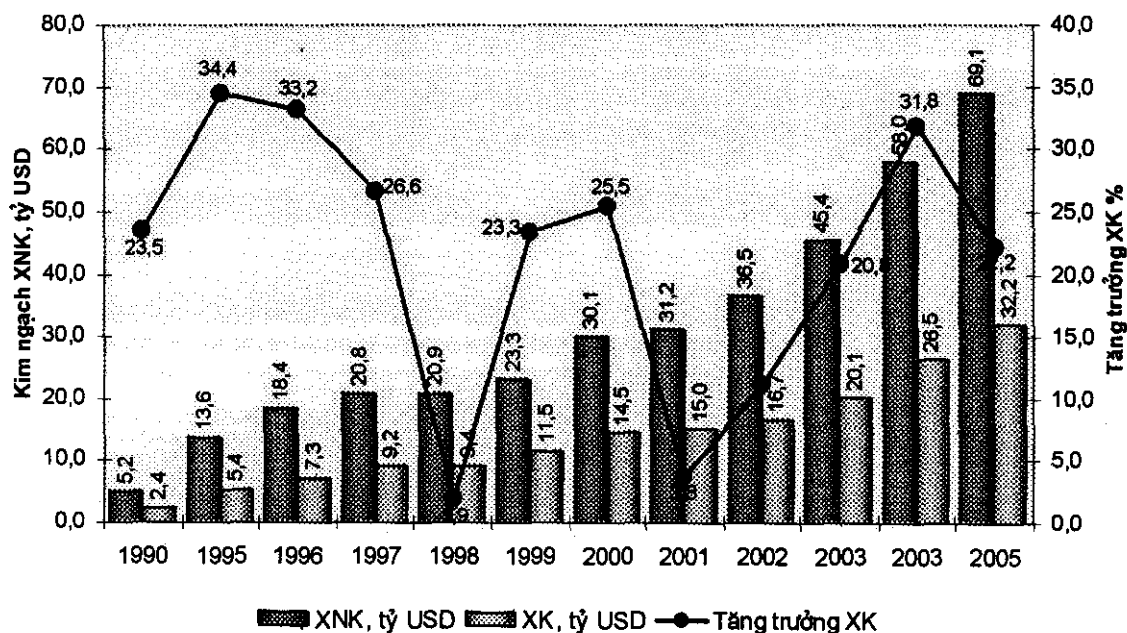
Thị phần là một chỉ tiêu quan trọng hàng đầu của năng lực cạnh tranh doanh nghiệp. Cùng với tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, thị phần và năng lực chiếm lĩnh thị trường trong nước và quốc tế của nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã tăng lên rất lớn.

Trên thị trường nội địa, một số ít thương hiệu nổi tiếng như Cao su Sao vàng, Casumina,... đã cạnh tranh thắng lợi đối với hàng Trung Quốc và chiếm tới 70% thị phần trong nước. Sản phẩm động cơ nhỏ, nhựa, bánh kẹo, bia, pin... của các doanh nghiệp Việt Nam đã chiếm lĩnh gần như hoàn toàn thị trường trong nước.

Trên thị trường quốc tế, đến nay Việt Nam có quan hệ thương mại với

hơn 160 nước trên thế giới. Nhiều mặt hàng, nhất là các mặt hàng có lợi thế về tài nguyên thiên nhiên hoặc lao động, các mặt hàng thô, sơ chế hoặc gia công đã có mặt ở nhiều nước trên thế giới và chiếm một thị phần đáng kể. Chẳng hạn, năm 2005, xuất khẩu gạo đứng thứ hai thế giới, sản phẩm nhân điều của Việt Nam chiếm 41% thị trường Mỹ, 20% thị trường Trung Quốc và 10% thị trường Úc. Năm 2004, sản phẩm giày dép của Việt Nam chiếm 17,2% thị trường Anh, 14% thị trường Đức, và 9,5% thị trường Hà Lan. Việt Nam đã chiếm vị trí thứ tư trên thế giới về xuất khẩu hàng giày dép sau Trung Quốc, Hồng Kông và Italia, với kim ngạch đạt trên 3,1 tỷ USD trong năm 2005, tăng gần 15% so với năm 2004. Bức tranh chung về xuất khẩu của Việt Nam được cải thiện rất lớn trong 15 năm qua như Hình 2.2.

**Hình 2.2. Kim ngạch và tăng trưởng xuất khẩu của Việt Nam**



*Nguồn:* Tổng cục Thống kê và Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2005.

Hàng hoá của các doanh nghiệp Việt Nam đã và đang thâm nhập vào các thị trường khó tính như EU, Mỹ, Nhật Bản... Năm 2004, xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam vào châu Âu đạt khoảng 5,3 tỷ USD, tăng 18% so với năm 2003 và chiếm khoảng 20,4% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Riêng xuất khẩu vào EU ước đạt 4.860 triệu USD, tăng 29% so với năm 2003, chiếm 91,7% toàn châu lục và chiếm 18,7% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam vào thị

thường Hoa Kỳ tăng trưởng rất nhanh. Nhờ đó, vị trí của Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ tăng từ thứ 56 năm 2001 lên 40 năm 2003 và thứ 37 năm 2004. Năm 2004, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường này tăng 18,8% so với 2003, đạt 5,2 tỷ USD (chiếm gần 20% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam), tăng gấp hơn 7 lần so với năm 2000. Trong đó, mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu lớn nhất là dệt may với 2,7 tỷ USD, thủy sản 600 triệu USD, giày dép 500 triệu USD, đồ gỗ 400 triệu USD, dầu thô 250 triệu USD, rau quả 150 triệu USD...

Tuy nhiên, đến nay kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vẫn còn nhỏ bé so với khu vực và thế giới (chiếm gần 0,3% kim ngạch xuất khẩu thế giới và 1,3% kim ngạch xuất khẩu châu Á - xem Bảng 2.9). Thị phần hàng hoá xuất khẩu của Việt Nam kém Thái Lan 4 lần, Singapore 7 lần, Philippines 1,7 lần kém Trung Quốc, Nhật Bản và Mỹ từ 21 đến 36 lần. Những con số này thể hiện khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường còn kém.

**Bảng 2.9: Tỷ trọng xuất khẩu của một số quốc gia năm 2003**

Đơn vị: %

Nước	Tỷ lệ xuất khẩu so với thế giới	Tỷ lệ xuất khẩu so với châu Á
Việt Nam	0,27	1,3
Thái Lan	1,08	5,2
Singapore	1,90	9,2
Indonesia	0,82	3,9
Malaysia	1,30	6,42
Philippines	0,48	2,34
Trung Quốc	5,80	28
Nhật Bản	6,30	30,5
Mỹ	9,70	-

*Nguồn:* Tổng cục Thống kê và Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam còn rất hạn chế, xuất khẩu sản phẩm thô, sản phẩm sơ chế và nguyên liệu thô chiếm tỷ trọng lớn. Năm 2001, xuất khẩu các mặt hàng này chiếm 45,8%, đến năm 2005 vẫn chiếm tới 43,3% (xem Bảng 2.10 dưới đây). Các mặt hàng đòi hỏi công nghệ phức tạp hơn như điện tử, phụ tùng, dây điện, cáp điện chỉ chiếm 6 - 7%.

**Bảng 2.10. Cơ cấu hàng xuất khẩu của Việt Nam, 2001-2005**

Đơn vị: triệu USD

Nội dung	2001	2002	2003	2004	2005	2001-2005
<b>Tổng kim ngạch XK</b>	<b>15.029</b>	<b>16.706</b>	<b>20.149</b>	<b>26.503</b>	<b>32.442</b>	<b>110.829</b>
Tỷ trọng XK/GDP	46,2	47,6	51	58,3	61,3	
- Nhóm nông, lâm, thủy sản	3.649	3.989	4.452	5.437	6.852	24.379
- Nhóm nhiên liệu, khoáng sản	3.239	3.426	4.005	6.026	8.042	24.738
- Nhóm CN và thủ công mỹ nghệ	5.102	6.340	8.164	10.697	12.459	42.761
- Nhóm hàng khác	3.039	2.952	3.528	4.344	5.089	19.037

Nguồn: Bộ Thương mại, 2006.

Thị phần hàng xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam tại một số thị trường còn nhỏ bé. Chẳng hạn, xuất khẩu giày dép của Việt Nam đứng thứ tư thế giới, nhưng mới chiếm 2% thị trường Mỹ, nhỏ hơn nhiều so với Trung Quốc (68%), Brasil (7%), Italia (8%)... Xuất khẩu hàng dệt may năm 2004 của Việt Nam sang Hoa Kỳ đạt 2,7 tỷ USD, nhưng chỉ chiếm 0,32% kim ngạch nhập khẩu hàng dệt may của Mỹ, trong khi Trung Quốc đang chiếm gần 20% nhập khẩu hàng dệt may của Hoa Kỳ.

Xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam vào EU chiếm thị phần rất nhỏ: chiếm 0,3% - 0,4% kim ngạch nhập khẩu thủy sản và khoảng 0.9% hàng may mặc của EU.

Ngay cả thị trường Lào là thị trường có nhiều ưu thế đối với Việt Nam thì đến nay, có khoảng 150 mặt hàng xuất khẩu vào thị trường này và chỉ chiếm khoảng 5% (so với Thái Lan là 65%) thị phần. Kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này giảm trong những năm gần đây (từ 370 triệu USD năm 2001 xuống 120 triệu USD năm 2005).

Số doanh nghiệp có khả năng xuất khẩu của Việt Nam còn rất ít. Theo khảo sát của Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam (VCCI), chỉ có 23,8% doanh nghiệp Việt Nam có hàng xuất khẩu, 13,7% doanh nghiệp có triển vọng xuất khẩu và 62,5% DN hoàn toàn chưa có khả năng xuất khẩu.

Kết quả này đồng nghĩa với khả năng thâm nhập thị trường thế giới của các DN Việt Nam còn rất hạn chế.

Các doanh nghiệp trong nước chiếm tỷ trọng lớn trong nền kinh tế cả về số lượng và qui mô nhưng chỉ tạo ra 49,6 % tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu và chủ yếu tập trung ở các ngành công nghệ thấp. Khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tạo ra trên 50% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước (Bảng 2.11) và chiếm tỷ trọng chủ yếu trong các ngành có công nghệ cao hơn như điện tử và linh kiện máy tính.

**Bảng 2.11: Xuất khẩu của doanh nghiệp trong nước so với các doanh nghiệp có vốn nước ngoài, 2001 - 2005**

*Đơn vị: triệu USD, %*

	2001	2002	2003	2004	2005	2001 - 2005
<b>Tổng XK hàng hoá</b>	<b>15.029</b>	<b>16.706</b>	<b>20.149</b>	<b>26.503</b>	<b>32.442</b>	<b>110.829</b>
DN 100% vốn trong nước:						
- Kim ngạch, tỷ USD	8.230	8.834	9.988	12.017	13.788	52.857
- Tỷ trọng, %	54,8	52,9	49,6	45,3	42,5	47,7
DN có vốn đầu tư nước ngoài:						
- Kim ngạch, tỷ USD	6.799	7.872	10.161	14.486	18.654	57.972
- Tỷ trọng, %	45,2	47,1	50,4	54,7	57,5	51,3

*Nguồn: Bộ Thương mại, 2006.*

Từ thực tế nêu trên cho thấy thị phần và năng lực chiếm lĩnh thị trường của doanh nghiệp Việt Nam tuy có được cải thiện, tuy vậy vẫn còn hạn chế. Điều đó phản ánh khả năng cạnh tranh của DN Việt Nam còn thấp. Tình trạng này do nhiều nguyên nhân như sau:

- Do sản phẩm của các doanh nghiệp có giá thành cao, chất lượng không ổn định, mẫu mã chủng loại nghèo nàn, bao bì kém hấp dẫn, khả năng giao hàng không chắc chắn, dịch vụ hậu mãi kém...

- Chiến lược thị trường thiếu chủ động cả ở tầm vĩ mô và doanh nghiệp thiếu tầm nhìn dài hạn, chủ yếu mới chỉ là sự thích ứng với thay đổi đột biến của tình hình, chưa khai thác được các thị trường mới, nhiều tiềm năng. Vì thế

thị phần hàng Việt Nam trên thị trường thế giới còn nhỏ bé.

- Môi trường kinh doanh trong và ngoài nước có nhiều biến động, các doanh nghiệp cũng như bộ máy quản lý nhà nước còn khá thụ động và trì trệ, không thích ứng kịp. Hiện vẫn còn không ít những bất cập trong chính sách thương mại, hải quan, thuế.

- Công tác quy hoạch, kế hoạch, thu thập và phổ cập thông tin, xúc tiến thương mại của các định chế hỗ trợ chưa theo kịp diễn biến thực tế thị trường và yêu cầu của doanh nghiệp đã gây ảnh hưởng đáng kể đến hoạt động chiếm lĩnh thị trường. Dịch vụ hỗ trợ hoạt động kinh doanh của DN như nghiên cứu thị trường, cung cấp thông tin còn rất thiếu. Cơ chế và phương pháp phổ cập thông tin (bao gồm thông tin về hàng hóa, thị trường, giá cả cũng như các quy định về quản lý xuất nhập khẩu...) của Nhà nước cho doanh nghiệp vừa thiếu về số lượng, vừa hạn chế về chất lượng.

Ngoài các nguyên nhân nêu trên, có nhiều nguyên nhân từ phía doanh nghiệp làm giảm khả năng tiếp cận thị trường, mở rộng thị phần. Các nguyên nhân đó là:

- Nhiều doanh nghiệp chưa chú trọng đúng mức hoạt động nghiên cứu thị trường, đội ngũ cán bộ marketing còn hạn chế, tổ chức nghiên cứu thị trường còn sơ khai, mang tính hình thức.

- Thiếu hiểu biết về thị trường nước ngoài, nghiệp vụ ngoại thương cũng như các quy định của Nhà nước có liên quan đến xuất nhập khẩu. Nhiều doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn chậm ứng biến với những thay đổi về chính sách, quy định của nước ngoài,...

- Các doanh nghiệp đầu tư cho hoạt động nghiên cứu thị trường chưa nhiều. Theo WEF, năng lực nghiên cứu thị trường của DN Việt Nam đứng thứ 85/93, thấp hơn so với thứ hạng 60/93 của Trung Quốc [59]. Hoạt động nghiên cứu thị trường của các DN chưa được tổ chức một cách khoa học mà chủ yếu dựa vào kinh nghiệm. Các DN còn rất hạn chế trong việc sử dụng công nghệ thông tin, công cụ toán học, thống kê trong nghiên cứu thị trường. Đa số DN phân tích thông tin thu thập được bằng cảm tính rồi đưa ra dự báo nên tính chính xác, độ tin cậy không cao. Khả năng thu thập, khai thác và xử lý thông tin của DN còn nhiều hạn chế. Nguồn tài chính của DN rất hạn hẹp nên hoạt động tham quan, khảo sát thị trường nước ngoài rất hạn chế.



- Các DN Việt Nam có qui mô lớn, có kinh nghiệm nhiều năm trong hoạt động xuất khẩu đều tổ chức sản xuất và xuất khẩu trực tiếp sang thị trường cuối cùng. Các mặt hàng xuất khẩu trực tiếp đến thị trường cuối cùng là các loại nguyên liệu thô như dầu thô, than đá, quặng các loại, thủy hải sản, sản phẩm cơ khí... Tuy nhiên, số lượng DN làm được điều đó chưa nhiều. Ngoài ra, nhiều loại hàng hoá của DN Việt Nam xuất khẩu tới thị trường tiêu thụ cuối cùng nhưng lại không có nhãn mác hàng hoá hoặc nhãn hiệu thương mại Việt Nam mà lại để cho hệ thống bán lẻ ở nước ngoài sang tên nhãn hiệu thương mại của họ. Còn tới 15 - 25% kim ngạch xuất khẩu qua trung gian do số DN Việt Nam có đại lý ở nước ngoài còn ít (chỉ chiếm 21,4% DN có đại lý ở nước ngoài) khiến DN thu được ít lợi nhuận hơn và không được hưởng lợi từ ưu đãi thuế quan, hàng xuất qua trung gian mất lợi thế cạnh tranh về giá. Việc xuất khẩu qua khâu trung gian thể hiện sự yếu kém của DN trong việc thâm nhập thị trường thế giới và thể hiện năng lực cạnh tranh yếu của các DN Việt Nam.

- Kênh phân phối sản phẩm trên thị trường quốc tế của DN Việt Nam chủ yếu mới trực tiếp đến nhà nhập khẩu ở thị trường cuối cùng, chưa xây dựng được mạng lưới phân phối đến tận tay người tiêu dùng. Do đó, DN không kiểm soát được quá trình phân phối và tiêu thụ sản phẩm, không nắm bắt trực tiếp những thông tin phản ánh tình hình thị trường. Theo xếp hạng của WEF về năng lực xây dựng và quản lý kênh phân phối quốc tế 2004, Việt Nam đứng thứ 87/93 thua xa so với thứ hạng 33/93 của Trung Quốc. Hiện nay, một số DN Việt Nam đã sử dụng hệ thống đại lý phân phối bán lẻ song chưa chú trọng đến nghiên cứu đặc điểm thị trường. Do vậy, thị phần của DN Việt Nam trên thị trường thế giới phần lớn phụ thuộc vào khả năng phân phối của nhà nhập khẩu tại thị trường đó.

- Hoạt động xúc tiến thương mại của DN còn ở trình độ thấp, giản đơn và không mang lại hiệu quả thiết thực. Nhiều DN mới chỉ dừng lại ở mức in và phát hành các tờ rơi giới thiệu về DN. Có rất ít DN xây dựng được chương trình xúc tiến thương mại bài bản. Chi phí dành cho quảng cáo của DN Việt Nam rất thấp, hình thức quảng cáo chủ yếu là các tập catalogue, brochure với nội dung đơn điệu. Việc quảng cáo ở nước ngoài hầu như không được DN Việt Nam chú trọng vì chưa đủ năng lực về tài chính để chi phí cho dịch vụ quảng cáo cũng như độ tự tin về chất lượng và giá cả sản phẩm, nên nhiều lắm DN cũng chỉ quảng cáo được thông qua các hội chợ diễn ra trong thời gian ngắn và thỉnh thoảng mới có.

- DN Việt Nam chưa coi trọng vai trò của thương hiệu, chưa nhận thức được thương hiệu là vũ khí quan trọng để thâm nhập và mở rộng thị trường do đó khách hàng chưa biết đến sản phẩm Việt Nam. Kết quả điều tra của Cục Xúc tiến thương mại- Bộ Thương mại gần đây cho thấy, chỉ có 4,2% DN được hỏi cho rằng thương hiệu là vũ khí trong cạnh tranh; 5,4% cho rằng thương hiệu là tài sản của DN, 30% cho rằng thương hiệu giúp DN bán được hàng với giá cao hơn. Việc đầu tư cho thương hiệu của DN còn quá ít. 80% DN chưa có bộ phận chức năng lo quản lý nhãn hiệu, 74% DN đầu tư dưới 5% doanh thu cho việc xây dựng và phát triển thương hiệu, 20% không chi tiêu cho thương hiệu...

### ***2.2.1.2. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm***

Năng lực cạnh tranh của sản phẩm là một chỉ tiêu cơ bản của năng lực cạnh tranh doanh nghiệp. Sản xuất ra sản phẩm có khả năng cạnh tranh cao vừa là mục tiêu trung gian của doanh nghiệp, vừa là phương tiện để doanh nghiệp để chiếm lĩnh thị trường. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm thể hiện qua giá cả, chất lượng, thương hiệu... Thực tế về năng lực cạnh tranh sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam cho thấy, giá thành sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam trong những năm gần đây đã có rất nhiều cải thiện. Các sản phẩm Việt Nam có khả năng cạnh tranh được hiện nay thì hoặc là dựa vào lợi thế về tài nguyên, hoặc là dựa vào lợi thế về giá cả. Thực tế các vụ kiện bán phá giá đối với hàng hoá của Việt Nam vào các nước như: gạo của Việt Nam vào Colombia (1994); giày dép và mì chính vào EU (1998); cá tra, cá basa (2002) và tôm (2003) vào Mỹ; bột lửa vào Balan (2000); giấy vào Canada (2002);... cho thấy giá cả nhiều hàng hoá của các doanh nghiệp Việt Nam thấp hơn nhiều so với hàng hoá của các nước khác.

Tuy nhiên, một số sản phẩm quan trọng đối với nền kinh tế của Việt Nam lại có giá thành cao hơn hẳn giá của các đối thủ cạnh tranh. Chẳng hạn, xi măng, đường, giấy, thép sản xuất tại Việt Nam có giá bán cao hơn các sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực ASEAN tới 20 đến 30% và cao hơn từ 15 - 40% so với giá quốc tế. Chẳng hạn, xi măng nhập khẩu có giá 35-40 USD/ tấn (giá CIF), trong khi giá xi măng sản xuất tại Việt Nam có giá từ 42- 65USD/ tấn; thép xây dựng của thế giới có giá từ 280-300 USD/ tấn thì ở Việt Nam có lúc lên tới gần 500 USD/ tấn. Giá gạo Việt Nam trong siêu thị là 10.000 đồng/ kg, trong khi giá gạo cùng loại của Thái Lan nếu không tính

thuế nhập khẩu chỉ có 7.500đồng/kg. Chi phí sản xuất một đôi giày tại Việt Nam bình quân cao gấp 1,5 lần so với Trung Quốc. Với mức giá chênh lệch như vậy, doanh nghiệp Việt Nam đã mất đi khả năng cạnh tranh ngay trên sân nhà chứ chưa nói gì tới thị trường thế giới.

Các nguyên nhân làm tăng giá cả hàng hoá của doanh nghiệp Việt Nam cao các doanh nghiệp phải chịu nhiều loại chi phí cao như nguyên liệu nhập khẩu giá cao, chi phí các dịch vụ cao, thiết bị - công nghệ lạc hậu dẫn đến giá thành cao, các khoản phí không chính thức. Chẳng hạn, kết quả điều tra của VICCI và Quỹ Châu Á (USAID) của Mỹ tiến hành ở 42 tỉnh, thành phố Việt Nam năm 2005 cho thấy: ở 17 tỉnh, thành phố có trên 30% doanh nghiệp coi khoản chi phí không chính thức là trở ngại lớn đối với doanh nghiệp (cao nhất là thành phố Hồ Chí Minh với trên 60% doanh nghiệp); ở 25 tỉnh, thành phố có trên 50% doanh nghiệp phải trả các khoản phí không chính thức (cao nhất là Hà Nội với 76,4% doanh nghiệp); ở 5 địa phương có trên 20% doanh nghiệp phải trả các chi phí phi chính thức với mức trên 10% doanh thu (cao nhất là Hà Nội - có 29% số doanh nghiệp).

*Về chất lượng:* hàng hoá của các doanh nghiệp Việt Nam những năm gần đây có nhiều tiến bộ. Chúng loại hàng hoá đa dạng hơn, mẫu mã kiểu dáng đẹp hơn. Rất nhiều sản phẩm Việt Nam giành được chỗ đứng trên thị trường nội địa như văn phòng phẩm, bánh kẹo, bia, nước giải khát, lương thực, thực phẩm, sản phẩm nhựa, đồ dùng gia đình... Một số sản phẩm có chất lượng cao và được người tiêu dùng ưa chuộng đến mức bị đánh cắp mất thương hiệu ở thị trường nước ngoài. Một số sản phẩm của DN Việt Nam được chứng nhận chất lượng quốc tế. Năm 2005, hai DN của Việt Nam là Công ty vàng bạc đá quý Bảo Tín - Minh Châu và Công ty Gạch ốp lát Thái Bình đã nhận giải thưởng quốc tế về chất lượng sản phẩm do Tổ chức *Định hướng sáng kiến doanh nghiệp* (BID) có trụ sở ở Madrid (Tây Ban Nha) tặng. Tuy nhiên, những sản phẩm như vậy chưa nhiều, hiện có rất ít sản phẩm của Việt Nam thực sự có ưu thế trên thị trường thế giới nhờ vào yếu tố chất lượng.

Trên thị trường quốc tế, một số mặt hàng Việt Nam được đánh giá là có chất lượng cao thì đó là những sản phẩm thô có lợi thế do điều kiện ưu đãi của tự nhiên hay lao động rẻ như dệt may, giày dép... Tuy nhiên, ngay cả ở nhóm sản phẩm này, tiêu chuẩn chất lượng cũng chưa đáp ứng được hoàn toàn yêu

cầu của khách hàng. Nhiều sản phẩm chỉ đạt mức độ chất lượng trung bình, kể cả những sản phẩm đã được xuất khẩu với khối lượng lớn trên thị trường ổn định, đặc biệt là các sản phẩm chế biến. Sản phẩm dệt may được coi là mũi nhọn nhưng cũng chỉ có sản phẩm dệt kim đạt tiêu chuẩn chất lượng cao của thế giới. Sản phẩm lúa gạo của Việt Nam đứng thứ hạng cao về xuất khẩu nhưng chất lượng lại thấp hơn so với nhiều nước. Chất lượng gạo xuất khẩu chưa ổn định, gạo cao cấp mới chiếm trên dưới 50%, còn lại 31-43% là gạo có chất lượng thấp nên chưa vào được thị trường có yêu cầu chất lượng cao trong khi gạo cao cấp của Thái Lan thường chiếm trên 70% tổng lượng xuất khẩu. Chúng loại hàng hoá của Việt Nam cũng còn đơn điệu. Chẳng hạn, năm 2004, xuất khẩu các sản phẩm chế biến từ gạo của Thái Lan đã đạt xấp xỉ một nửa tổng kim ngạch xuất khẩu gạo trong khi của Việt Nam con số đó là không đáng kể.

Tính độc đáo của sản phẩm Việt Nam nói chung không cao. Trừ một số ít sản phẩm mang đậm bản sắc tự nhiên và văn hoá đặc thù như hàng thủ công mỹ nghệ, dịch vụ du lịch,... các sản phẩm khác còn lại hầu như luôn đi sau các nước về kiểu dáng, tính năng, thậm chí nhiều sản phẩm tiêu dùng và công nghiệp lạc hậu so với thế giới nhiều thế hệ. Theo kết quả đăng ký công nghệ tại Việt Nam giai đoạn 1995-2003, tỷ lệ đơn sáng chế của nước ngoài nộp tại Việt Nam chiếm đến 96,6%, của Việt Nam chỉ chiếm 3,4%. Chẳng hạn, năm 2002, số đơn yêu cầu bảo hộ sáng chế của người nước ngoài là 1.142 đơn (chiếm 94,5%). Số văn bằng sáng chế cấp cho người Việt Nam trong năm đó là 9 trong khi cấp cho người nước ngoài là 734 (chiếm 98,8%). Số liệu này thể hiện tính hạn chế trong sáng tạo mẫu mã, kiểu dáng, sản phẩm mới của Việt Nam nói chung, DN nói riêng.

Dịch vụ chăm sóc khách hàng và hậu mãi hầu như chưa được các DN Việt Nam coi trọng, ngay cả trên thị trường nội địa.

Chất lượng hàng Việt Nam chưa cao do nhiều nguyên nhân như: công nghệ - thiết bị lạc hậu, chưa chú trọng đúng mức đầu tư nghiên cứu cải tiến mẫu mã, tay nghề người lao động chưa cao, tiêu chuẩn kỹ thuật lạc hậu v.v.

### **2.2.1.3. Hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp**

Hiệu quả sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp thể hiện kết quả thu được của doanh nghiệp so với chi phí bỏ ra. Chỉ tiêu hiệu quả quan trọng

nhất của doanh nghiệp là lợi nhuận hay suất lợi nhuận trên vốn của doanh nghiệp. Đối với các doanh nghiệp nói chung, chỉ số hiệu quả thể hiện bằng số doanh nghiệp có lãi, lãi suất trung bình trên một doanh nghiệp... Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, năm 2002 có năm, Bảng 2.12.

**Bảng 2.12: Tình hình lỗ, lãi của DN Việt Nam, 2002-2004**

Năm	Các doanh nghiệp có lãi				Các doanh nghiệp thua lỗ			
	Số DN	Tỷ lệ so với tổng DN, %	Tổng mức lãi, tỷ đồng	Lãi/DN, tỷ đồng	Số DN	Tỷ lệ so với tổng DN, %	Tổng mức lỗ, tỷ đồng	Mức lỗ/DN, tỷ đồng
2002	47.267	75,1	73.196	1,55	13.229	21,0	10.959	0,83
2003	50.494	70,1	89.054	1,76	16.751	23,3	10.852	0,65
2004	61.687	67,2	121.601	1,97	22.716	24,8	16.687	0,74

*Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2005.*

Theo đó, năm 2002, có 47.267 doanh nghiệp có lãi, chiếm 75,1% tổng số doanh nghiệp cả nước với tổng lãi là 73.196 tỷ đồng, bình quân một doanh nghiệp làm ra 1,55 tỷ đồng lợi nhuận/ năm. Năm 2004, có 67,2% doanh nghiệp có lãi với tổng mức lãi là 121.601 tỷ đồng, bình quân một doanh nghiệp làm ra gần 2 tỷ đồng lãi.

Nhìn chung, số doanh nghiệp có lãi và tổng mức lãi cũng như mức lãi bình quân 1 doanh nghiệp tăng lên hàng năm. Tuy vậy, tỷ trọng doanh nghiệp có lãi trong tổng số doanh nghiệp lại có xu hướng giảm. Điều này thể hiện sự phân hoá khá mạnh về hiệu quả giữa các doanh nghiệp.

Tình hình thua lỗ, từ số doanh nghiệp thua lỗ đến mức lỗ trên một doanh nghiệp cũng được thể hiện rõ trong Bảng 2.12 ở trên. Trong đó, năm 2004 có 22.716 doanh nghiệp thua lỗ, chiếm 24,8% tổng số doanh nghiệp với tổng mức lỗ là 16.687 tỷ, bình quân một doanh nghiệp thua lỗ 0,74 tỷ đồng.

Tình hình lãi, lỗ cũng rất khác nhau giữa các loại hình doanh nghiệp. So với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, tỷ lệ doanh nghiệp vốn trong nước có lãi cao hơn, gần gấp đôi. Tuy nhiên, mức lãi bình quân một doanh nghiệp lại thấp hơn rất nhiều. Năm 2004, so với mức lãi trung bình 1

doanh nghiệp khu vực có vốn nước ngoài thì lãi bình quân của các doanh nghiệp ngoài nhà nước thấp hơn gần 180 lần, các DNNN thấp hơn 13 lần (xem Bảng 2.13). Tỷ lệ DN lãi ở mô hình công ty TNHH tư nhân và công ty hợp danh là thấp nhất.

**Bảng 2.13. Tình hình lãi theo loại doanh nghiệp ở Việt Nam 2002-2004**

Đơn vị: %

	Đơn vị	2002	2003	2004
1. Doanh nghiệp nhà nước	DN	4.449	3.847	3.727
Tỷ lệ DN có lãi	%	82,96	79,40	81,01
Lãi bình quân 1 DN	Tỷ đồng	6,55	8,05	11,78
2. Doanh nghiệp ngoài nhà nước	DN	41.744	45.389	56.391
Tỷ lệ DN có lãi	%	75,57	70,34	67,13
Lãi bình quân 1 DN	Tỷ đồng	0,17	0,20	0,23
3. Doanh nghiệp có vốn nước ngoài	DN	1.074	1.256	1.569
Tỷ lệ DN có lãi	%	46,53	47,56	49,71
Lãi bình quân 1 DN	Tỷ đồng	34,49	38,99	41,38

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2005.

Tỷ trọng doanh nghiệp có vốn nước ngoài có lãi chỉ đạt dưới 50%. Tình trạng này chưa phản ánh đúng tình hình lỗ, lãi của các doanh nghiệp này. Nguyên nhân có thể do chiến lược tiếp thị, chiếm lĩnh thị trường của nhiều doanh nghiệp loại này hoặc việc tận dụng các chính sách ưu đãi của Nhà nước đối với các doanh nghiệp này.

Có thể thấy rõ hơn mức độ hiệu quả SXKD của doanh nghiệp Việt Nam qua chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận trên vốn và tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu. Xét theo khu vực kinh tế và các loại hình doanh nghiệp, các chỉ tiêu này thể hiện như Bảng 2.14 dưới đây. Trong đó, tỷ suất lợi nhuận của doanh nghiệp nhà nước không cao và có xu hướng tăng trong 4 năm qua: từ 2,45 đồng/ 100 đồng vốn lên 3,61 đồng, chỉ bằng 1/3 đến 1/4 tỷ suất lợi nhuận của các doanh nghiệp có vốn nước ngoài. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của DNNN cũng thấp hơn mức chung của các doanh nghiệp cả nước và thấp hơn khá nhiều so với các doanh nghiệp có vốn nước ngoài.

**Bảng 2.14: Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam**

Đơn vị: %

Loại doanh nghiệp	Lợi nhuận/ vốn kinh doanh				Lợi nhuận/doanh thu			
	2001	2002	2003	2004	2001	2002	2003	2004
<b>Tổng số</b>	<b>3,78</b>	<b>4,32</b>	<b>4,54</b>	<b>5,63</b>	<b>5,05</b>	<b>5,13</b>	<b>5,37</b>	<b>6,95</b>
DNNN	2,45	2,90	2,77	3,61	4,18	4,18	4,15	6,06
DN ngoài quốc doanh	2,28	2,31	2,15	2,57	1,34	1,50	1,49	1,98
- DN tập thể	3,21	3,73	3,21	2,53	2,70	3,33	3,04	3,03
- DN TN	3,30	3,33	2,77	3,68	0,92	1,14	1,03	1,33
- Công ty hợp danh	-2,31	5,84	0,27	0,00	0,97	0,21	0,05	0,00
- Công ty TNHH tư nhân	1,20	1,24	1,54	2,23	0,66	0,73	0,93	1,49
- Công ty CP có vốn nhà nước	4,80	4,53	3,53	3,33	6,22	6,57	5,14	4,67
- Công ty CP không có vốn nhà nước	1,21	1,85	1,79	2,20	1,95	2,46	2,38	3,08
DN có vốn nước ngoài	8,74	9,99	11,60	14,45	13,02	13,61	14,60	17,04

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2005

Tỷ suất lợi nhuận trên vốn và trên doanh thu của khu vực ngoài quốc doanh có vốn trong nước rất thấp, chỉ bằng 1/4 đến 1/10 tỷ suất lợi nhuận trung bình của các doanh nghiệp có vốn nước ngoài.

Hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp cũng có sự khác biệt giữa các doanh nghiệp thuộc các ngành khác nhau. Trong đó, tỷ trọng doanh nghiệp có lãi trong ngành khai thác là cao nhất (100% DN có lãi), tài chính, tín dụng (95,83% DN) thủy sản, khai thác than (trên 80%). Trong khi đó, số doanh nghiệp đạt tỷ lệ thấp trong một số ngành như kinh doanh bất động sản và tư vấn, giáo dục đào tạo (36% DN), y tế, văn hoá thể thao. Trên dưới 50% DN hoạt động trong các ngành có kim ngạch xuất khẩu lớn như dệt may, thuộc da, sản xuất thiết bị văn phòng...có lãi. Còn lại trong các ngành công nghiệp quan trọng có khoảng 60-70% DN có lãi. Mức lãi bình quân một DN nói chung gia tăng qua các năm. Mức lãi bình quân của DN trong ngành khai thác dầu thô và khí tự nhiên là cao nhất, tiếp đến là ngành bưu chính viễn

thông rồi đến các ngành sản xuất, phân phối điện, khí đốt, sản xuất ti vi, radio, thiết bị truyền thông, sản xuất than cốc, và sản phẩm dầu mỏ, sản xuất xe có động cơ, sản xuất máy móc, thiết bị điện, sản xuất hoá chất và các sản phẩm từ hoá chất, sản xuất kim loại...Mức lỗ bình quân lớn nhất thuộc về các DN trong ngành khai thác than, rồi đến tài chính, tín dụng, sản xuất dụng cụ y tế, dụng cụ chính xác, sản xuất xe có động cơ, sản xuất, phân phối điện và khí đốt, sản xuất radio, ti vi thiết bị truyền thông, sản xuất nông lâm...

Hiệu quả sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam khá thấp nếu so sánh với doanh nghiệp một số nước. Chẳng hạn, so sánh với các doanh nghiệp cùng loại của Trung Quốc năm 2003 như Bảng 2.15 dưới đây:

**Bảng 2.15: Tỷ suất lợi nhuận/ doanh thu của doanh nghiệp Việt Nam so với các doanh nghiệp Trung Quốc**

Đơn vị: %

Doanh nghiệp	Trung Quốc	Việt Nam
Cả nước	5,8	5,4
DNNN	6,6	3,5
DN tập thể	5,1	1,2
Công ty TNHH	10,8	3,9
DN có vốn ĐTNN	16	15,5

Nguồn: Tổng cục Thống kê 2005.

Như vậy chỉ trừ DN có vốn đầu tư nước ngoài có mức tỷ suất tương đương với Trung Quốc, còn lại, tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của DN Việt Nam đều thấp hơn của DN Trung Quốc.

Ngoài ra, tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của DN Việt Nam trong nhiều ngành công nghiệp cũng thấp hơn của Trung Quốc khá nhiều. Chẳng hạn, tỷ suất này của DN Trung Quốc trong ngành khai thác than là 5,66 thì của Việt Nam là 1,12; công nghiệp dệt của Trung Quốc là 3,3 thì của Việt Nam là 1,2; công nghiệp may của Trung Quốc là 4,09 thì của Việt Nam là 1,89; sản xuất giấy và sản phẩm từ giấy của Trung Quốc là 4,81 của Việt Nam là 0,69; chế biến gỗ và sản phẩm từ gỗ, tre, nứa của Trung Quốc là 3,55 thì của Việt Nam là 2,43, sản xuất sản phẩm kim loại của Trung Quốc là 4,54 thì của Việt Nam là 2,4 v.v.



Nếu so sánh hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam với các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Nhật Bản cũng cho thấy, chỉ số hiệu quả của DN Việt Nam thấp hơn rất nhiều trong tất cả các ngành. Chẳng hạn, trong ngành chế biến, tỷ suất lợi nhuận của DN Việt Nam là 3,78 thì của Nhật là 23,3, gấp hơn 7 lần; trong ngành xây dựng, tỷ suất của Việt Nam là 2,1 thì của Nhật là 17,3, gấp hơn 8 lần; trong ngành hoá chất DN Việt Nam là 5,9 thì của Nhật là 27,4, gấp gần 5 lần; ngành thuỷ tinh gốm sứ của Nhật là 26,6 thì của DN Việt Nam là 5,88, kém gần 5 lần... nếu tính số liệu cho cả các tập đoàn của Nhật và chỉ tính doanh thu thay vì tính doanh số thì khoảng cách giữa DN Việt Nam và Nhật Bản còn xa hơn nữa.

Nguyên nhân chủ yếu làm cho hiệu quả của các doanh nghiệp Việt Nam còn thấp trước hết là do năng lực quản lý của nhiều DN còn nhiều hạn chế, trình độ công nghệ và năng lực sử dụng thiết bị còn hạn chế... Ngoài ra, hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam thấp còn có nguyên nhân từ phía môi trường kinh doanh, cơ chế chính sách của Nhà nước.

#### **2.2.1.4. Năng suất các yếu tố**

##### **a) Năng suất sử dụng vốn và tài sản**

Để đánh giá năng suất sử dụng vốn, có thể sử dụng một số chỉ tiêu như: chỉ số doanh thu trên tài sản và hệ số quay vòng vốn.

*Tỷ lệ doanh thu thuần trên tài sản* phản ánh năng lực tạo ra bao nhiêu đồng doanh thu từ một đồng tài sản tham gia vào hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp. Tỷ lệ này càng cao càng chứng tỏ DN sử dụng tốt tài sản. Số liệu của Tổng cục Thống kê trong bốn năm qua cho thấy, tỷ lệ doanh thu trên tài sản thực tế của các loại doanh nghiệp Việt Nam khá thấp: mức chung của các doanh nghiệp từ 0,7 đến 0,8 đồng doanh thu/ 1 đồng tài sản. Chỉ tiêu này của các DNNN và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài khá thấp, trong khi chỉ số này của các doanh nghiệp ngoài quốc doanh cao hơn mức trung bình cả nước. Thực tế này cho thấy, năng suất sử dụng tài sản của các doanh nghiệp ngoài nhà nước cao hơn mức trung bình. Tuy nhiên, cần thấy rằng, sở dĩ chỉ số này của các doanh nghiệp ngoài nhà nước khá cao trong hiện tại là do các doanh nghiệp này chủ yếu vẫn dựa vào công nghệ sử dụng nhiều lao động, suất đầu tư thấp, chưa chú trọng đầu tư chiều sâu nên sẽ

hạn chế năng lực cạnh tranh trong dài hạn. Ngoài ra, tỷ lệ doanh thu trên vốn của khu vực ngoài nhà nước có xu hướng giảm chủ yếu là do phần lớn các doanh nghiệp đang tăng đầu tư mạnh vào tài sản, đặc biệt là tài sản cố định, hiện đại hoá công nghệ, nên tuy doanh thu vẫn tăng nhưng với tốc độ chậm hơn tốc độ đầu tư vào tài sản.

**Bảng 2.16: Năng suất sử dụng vốn, tài sản của các doanh nghiệp**

Doanh nghiệp	Tỷ lệ doanh thu/ tài sản				Hệ số quay vòng vốn chủ sở hữu			
	2001	2002	2003	2004	2001	2002	2003	2004
Tổng số	0,7	0,8	0,8	0,8	2,3	2,5	2,7	2,6
DNNN	0,6	0,7	0,7	0,6	2,2	2,5	2,9	2,6
Doanh nghiệp ngoài nhà nước:	1,7	1,5	1,4	1,3	4,3	3,8	3,8	3,3
- DN tập thể	1,2	1,1	1,1	0,8	2,1	2,2	2,4	1,7
- DN tư nhân	3,6	2,9	2,7	2,8	5,4	4,7	4,3	4,7
- Công ty TNHH tư nhân	1,8	1,7	1,7	1,5	4,4	4,1	4,0	3,6
- Công ty CP có vốn nhà nước	0,8	0,7	0,7	0,7	3,5	3,3	0,6	2,3
- Công ty CP không có vốn nhà nước	0,6	0,8	0,8	0,7	2,7	2,0	2,5	2,3
DN có vốn đầu tư nước ngoài	0,7	0,7	0,8	0,9	1,5	1,6	1,7	1,9

*Nguồn:* Tính toán dựa theo số liệu của Tổng cục Thống kê

Tỷ lệ doanh thu trên tài sản cũng có sự khác biệt lớn giữa các ngành, lĩnh vực. Năm 2004, tỷ lệ này đạt mức cao nhất trong các lĩnh vực như: thương nghiệp (2,91), công nghiệp khai thác (1,22) và công nghiệp chế biến (1,13) và thấp nhất trong các lĩnh vực: tài chính, tín dụng (0,12); khách sạn, nhà hàng (0,37); sản xuất và phân phối điện (0,37) (xem Bảng 2.17). Trong các lĩnh vực khác, tỷ lệ doanh thu trên tài sản còn khá thấp. Thực tế trên cho thấy, năng suất sử dụng tài sản của phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam còn khá thấp. Điều này có nghĩa là khả năng tạo ra doanh thu từ một đồng tài sản của các doanh nghiệp Việt Nam là khá thấp, rất bất lợi cho các doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Đồng thời, nó cũng làm ảnh hưởng

đến năng lực cạnh tranh chung của doanh nghiệp.

**Bảng 2.17: Năng suất sử dụng vốn, tài sản của các doanh nghiệp theo ngành, lĩnh vực**

<i>Ngành</i>	<i>Vốn tỷ đồng</i>	<i>Doanh thu tỷ đồng</i>	<i>Vốn chủ sở hữu tỷ đồng</i>	<i>Doanh thu/vốn</i>	<i>Doanh thu/ vốn sở hữu</i>
<b>Tổng số</b>	<b>2161504</b>	<b>1750046</b>	<b>673051</b>	<b>0,81</b>	<b>2,60</b>
Nông nghiệp	39375	15296	27536	0,39	0,56
Thủy sản	3802	2936	2243	0,77	1,31
Công nghiệp khai thác	72459	88417	58720	1,22	1,51
Công nghiệp chế biến	540340	608086	214168	1,13	2,84
SX và phân phối điện	126626	46296	54395	0,37	0,85
Xây dựng	176872	109621	49328	0,62	2,22
Thương nghiệp, SC xe	222067	646022	71254	2,91	9,07
Khách sạn, nhà hàng	36132	13418	15680	0,37	0,86
Vận tải, kho bãi	130550	95641	71503	0,73	1,34
Tài chính, tín dụng	731237	87456	72884	0,12	1,20
KD tài sản, DV tư vấn	70839	28969	28176	0,41	1,03
Dịch vụ khác	11206	7887	7164	0,70	1,10

*Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2006.*

*Hệ số quay vòng vốn chủ sở hữu* phản ánh tốc độ luân chuyển của vốn chủ sở hữu trong một năm. Hệ số này càng cao thể hiện năng lực sử dụng vốn chủ sở hữu cao. Xét theo khu vực kinh tế cho thấy, hệ số quay vòng vốn chủ sở hữu của toàn bộ doanh nghiệp Việt Nam gia tăng liên tục qua các năm, đến năm 2004 đã đạt 2,6 vòng một năm. Nhìn chung, các doanh nghiệp khu vực kinh tế ngoài nhà nước có hệ số quay vòng vốn nhanh hơn các DNNN và các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Xét theo ngành cấp hai năm 2004, hệ số quay vòng vốn chủ sở hữu cao nhất ở các DN kinh doanh trong thương nghiệp, sửa chữa xe có động cơ, mô tô, xe máy, đồ dùng gia đình đạt 9,08 vòng; trong công nghiệp chế biến là 2,84 vòng, trong xây dựng 2,22 vòng,... (xem Bảng 2.17). Nếu xét theo phân ngành cấp ba thì hệ số quay vòng vốn của các doanh nghiệp đạt mức cao nhất trong bán buôn, đại lý với 11,4 vòng, tiếp đến phân ngành khai thác than, sản

xuất thiết bị văn phòng và máy vi tính. Hệ số quay vòng vốn chủ sở hữu của các DN trong ngành nông lâm nghiệp, khách sạn, nhà hàng, bưu chính viễn thông và kinh doanh bất động sản, dịch vụ tư vấn là thấp nhất, dưới 1 vòng/năm, đặc biệt ngành nông lâm nghiệp chỉ xấp xỉ nửa vòng. Các DN thuộc ngành công nghiệp cũng chỉ đạt 2,5 đến 4 vòng một năm, số DN đạt được trên dưới 2,5 vòng chiếm tỷ lệ chủ yếu. Các DN sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm như dệt may, giày dép, chế biến gỗ và sản phẩm từ gỗ, sản phẩm thủy tinh, gốm sứ... hệ số quay vòng chỉ đạt 2 đến 3 vòng.

So với các nước, hệ số quay vòng của các doanh nghiệp Việt Nam khá thấp. Chẳng hạn, so với các tập đoàn kinh tế của Nhật Bản, hệ số quay vòng vốn của các DNNN ở Việt Nam trong một số ngành năm 2001- 2002 được thể hiện như Bảng 2.18. Theo đó, chỉ số này của các DNNN ở Việt Nam trong tất cả các ngành đều thấp hơn so với các tập đoàn kinh tế của Nhật Bản.

**Bảng 2.18: Hệ số quay vòng vốn của doanh nghiệp nhà nước ở Việt Nam và các tập đoàn kinh tế Nhật Bản, 2001 - 2002**

Ngành	DNNN Việt Nam		Tập đoàn kinh tế Nhật Bản	
	2001	2002	2001	2002
Xây dựng	0,74	0,64	1,19	1,2
Công nghiệp chế biến	0,76	0,76	0,95	0,96
Bán buôn, bán lẻ	1,26	1,67	1,86	1,83
Vận tải, kho bãi và thông tin liên lạc	0,69	0,68	0,73	0,75

*Nguồn:* Tổng cục Thống kê, 2005.

Như vậy, theo cách tính và so sánh tương đối (Nhật Bản tính doanh số, Việt Nam tính doanh thu), hệ số quay vòng vốn của DNNN Việt Nam trong một số ngành quan trọng được nêu trên đều thấp hơn của Nhật Bản, tuy nhiên mức độ chênh lệch sẽ không nhỏ như vậy nếu qui về một mặt bằng thống nhất.

Từ việc phân tích một số chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn và tài sản của có thể thấy rằng, năng lực sử dụng vốn và tài sản của DN Việt Nam đang được cải thiện, tuy nhiên mức độ thay đổi còn rất chậm. DNNN được đầu tư nhiều, có qui mô vốn, tài sản lớn hơn các thành phần kinh tế khác nhưng chưa phát huy được vai trò đầu tàu, điều đó thể hiện ở các chỉ tiêu hiệu quả sử dụng vốn,

tỷ lệ doanh thu trên tài sản đều thấp hơn mức trung bình của cả nước và các thành phần kinh tế khác, chỉ tiêu suất hao phí vốn cũng chỉ đạt mức trung bình do tổng mức lãi thì cao nhất trong nền kinh tế nhưng so với vốn kinh doanh bỏ ra thì chưa tương xứng. So sánh giữa các ngành SXKD trong nước thì các DN hoạt động trong lĩnh vực thương mại hay các ngành công nghiệp có vị thế độc quyền như bưu chính viễn thông, năng lượng có hiệu quả sử dụng vốn và tài sản cao hơn các lĩnh vực khác.

So sánh với DN của một số nước như Nhật Bản và Trung Quốc thì qui mô vốn cũng như hiệu quả sử dụng vốn và tài sản của DN Việt Nam còn rất thấp. Thực trạng này dẫn tới kết quả là năng lực cạnh tranh của DN Việt Nam so với DN của các nước này cũng thấp hơn.

### **b) Năng suất lao động trong doanh nghiệp**

Năng suất lao động là chỉ tiêu quan trọng giá chất lượng lao động. Nhiều khảo sát chỉ ra rằng, chỉ tiêu này của Việt Nam thấp hơn 2-15 lần so với các nước ASEAN. Năm 1996, năng suất lao động bình quân của Nhật Bản cao gấp 124,6 lần của Việt Nam, Thái Lan gấp 26,8 lần, Malaysia gấp 17 lần, Indônêxia gấp 6,9 lần... Trong khi đó, chi phí về lao động trên giá trị mới của Việt Nam rất cao, bằng 47,38%, tương đương với Nhật Bản và Mỹ. Chẳng hạn trong lĩnh vực dệt thoi, một công nhân Việt Nam đứng 10 máy, hiệu suất là 80%. Trong khi một công nhân Đài Loan đứng 30 - 40 máy, hiệu suất 90%. Năng suất lao động trong ngành dệt của Việt Nam chỉ bằng 90% của Trung Quốc, 85% của Thái Lan. Với cùng một chi phí, năng suất lao động trong DN Việt Nam thấp hơn tất nhiên sẽ làm giá hàng hoá cao hơn và năng lực cạnh tranh trên thị trường thấp.

#### **2.2.1.5. Khả năng thu hút các nguồn lực**

Khả năng thu hút nguồn lực thể hiện năng lực cạnh tranh chiếm lĩnh yếu tố đầu vào của doanh nghiệp. Khả năng này không chỉ thể hiện năng lực bảo đảm các yếu tố cho hoạt động sản xuất mà còn thể hiện năng lực cạnh tranh giữa các doanh nghiệp cùng ngành hoặc khác ngành kinh doanh.

Khả năng thu hút nguồn lực của doanh nghiệp trước hết thể hiện ở khả năng huy động vốn. Hiện nay, các kênh huy động vốn chủ yếu của DN Việt Nam là từ các ngân hàng thương mại, Quỹ hỗ trợ phát triển, từ nước ngoài và từ người thân. So sánh theo thành phần kinh tế thì khả năng huy động vốn của

các DNNN và DN có vốn ĐTNN tương đối dễ dàng. Điều này thể hiện rõ trong Bảng 2.19: tỷ trọng vay vốn tín dụng của DNNN chiếm 63,1 - 67,3% tổng nguồn vốn vay của tất cả các doanh nghiệp, bình quân 1 DNNN vay 204,2 tỷ đồng/ năm (2004), cao hơn 10 lần mức bình quân vốn vay 1 doanh nghiệp trong toàn bộ nền kinh tế (16,2 tỷ đồng/ năm). Vốn vay của các doanh nghiệp ngoài nhà nước chỉ chiếm từ 14,9 - 20,2% tổng số vốn vay tất cả các doanh nghiệp, trung bình mỗi doanh nghiệp vay 3,6 tỷ đồng/ năm, các chỉ tiêu tương ứng của HTX là 0,5% và 1,3 tỷ đồng; DN tư nhân là 1,4% và 0,7 tỷ đồng; công ty TNHH tư nhân là 9,4% và 3,4 tỷ đồng; công ty CP có vốn Nhà nước là 4,1% và 5,5 tỷ đồng; công ty CP không có vốn nhà nước là 4,8% và 10,4 tỷ đồng; DN có vốn đầu tư nước ngoài là 9,7% và 78,8 tỷ đồng/ DN.

**Bảng 2.19: Nguồn tín dụng của các loại doanh nghiệp, 2002-2004**

Đơn vị: %

Loại doanh nghiệp	Tỷ trọng trong tổng số tín dụng cho các doanh nghiệp			Bình quân tín dụng/ DN năm 2004, tỷ đồng
	2002	2003	2004	
<b>Tổng số</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>1000</b>	16,2
Doanh nghiệp nhà nước	67,3	65,7	63,1	204,2
DN ngoài quốc doanh:	14,9	17,6	20,2	3,6
- DN tập thể	0,5	0,6	0,5	1,3
- DN tư nhân	1,2	1,2	1,4	0,7
- Công ty hợp danh	0,0	0,1	0,0	2,4
- Công ty TNHH tư nhân	7,3	8,1	9,4	3,4
- Công ty CP có vốn nhà nước	3,6	4,2	4,1	75,5
- Công ty CP không có vốn nhà nước	2,2	3,4	4,8	10,4
DN có vốn đầu tư nước ngoài	17,8	16,7	16,7	78,8

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2005.

Như vậy, các DN ngoài quốc doanh gặp nhiều khó khăn trong việc huy động vốn, nhất là từ các kênh huy động chính thức từ ngân hàng. Điều này một mặt do quan hệ và sự tín nhiệm của các ngân hàng đối với các doanh

ngoại nhà nước chưa cao, mặt khác do các DNNN có mối quan hệ truyền thống với ngân hàng. Hơn nữa, đến nay ngân hàng thương mại vẫn có tâm lí thích cho vay các DNNN, đặc biệt là các tổng công ty trong các lĩnh vực còn nhiều ưu ái của Nhà nước như điện lực, bưu chính viễn thông, hàng không, đường sắt, nhập khẩu phân đạm, nhập khẩu xăng dầu... Đến nay, các DNNN vẫn được ưu ái hơn trong việc vay vốn ngân hàng (như khoan nợ, xoá nợ, giãn nợ...).

Trong những năm gần đây, tỷ trọng vốn tín dụng ngân hàng cho vay khu vực kinh tế ngoài quốc doanh (cả doanh nghiệp và ngoài doanh nghiệp) tăng lên đáng kể (từ dưới 50% trước năm 2000 lên trên 65% năm 2005). Tuy vậy, tín dụng cho vay khu vực ngoài nhà nước vẫn còn nhỏ cả về tỷ trọng và số tuyệt đối. Theo số liệu của Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam đến nay, dư nợ cho vay các doanh nghiệp ngoài nhà nước chỉ chiếm 15,3% tổng dư nợ cho vay của Ngân hàng này. Số liệu thống kê của 4 NHTM Nhà nước năm 2004 cho thấy dư nợ của các doanh nghiệp nhỏ và vừa chỉ chiếm chưa đến 50% tổng dư nợ toàn khu vực DN của 4 ngân hàng này. Khảo sát mới đây của VCCI cho thấy có rất ít DN vừa và nhỏ thành công trong việc tiếp cận nguồn vốn chính thức. Mức vay nợ của các doanh nghiệp nhỏ rất thấp, chỉ chiếm 8% trong tổng tài sản.

Do năng lực vay vốn tín dụng của khu vực ngoài quốc doanh còn thấp nên tỷ lệ vốn đi vay trong tổng nguồn vốn của doanh nghiệp này khá thấp (Bảng 2.20). Thực tế này cho thấy, khi các doanh nghiệp chỉ dựa vào nguồn vốn tự có ít ỏi của mình thì sẽ rất khó mở rộng sản xuất, nâng cao năng lực kinh doanh. Ngoài ra, khi không tiếp cận được các nguồn vốn chính thức như nguồn tín dụng ngân hàng thì các doanh nghiệp ngoài quốc doanh phải vay các nguồn phi chính thức thông qua bạn bè, thân nhân, người lao động trong doanh nghiệp và thậm chí vay nóng bằng các khoản nặng lãi. Tình trạng này không chỉ làm giảm huy động vốn của doanh nghiệp mà còn làm cho rủi ro trong kinh doanh, sự bất ổn định cũng như chi phí sử dụng vốn tăng lên. Do vậy mà làm giảm năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

**Bảng 2.20: Tỷ trọng vốn tín dụng trong tổng nguồn vốn của các doanh nghiệp**

Đơn vị: %

	2001	2002	2003	2004
<b>Tổng số</b>	<b>66,68</b>	<b>66,89</b>	<b>68,84</b>	<b>0,69</b>
Doanh nghiệp nhà nước	71,64	72,65	75,72	0,77
DN ngoài quốc doanh:	60,39	59,65	64,93	0,61
- DN tập thể	43,62	48,51	53,96	0,51
- DN tư nhân	33,73	35,96	36,25	0,42
- Công ty hợp danh	44,44	20,78	80,69	0,38
- Công ty TNHH tư nhân	58,35	58,45	65,09	0,58
- Công ty CP có vốn nhà nước	78,32	79,08	78,38	0,69
- Công ty CP không có vốn nhà nước	78,21	63,86	70,24	0,69
Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	55,29	54,95	53,5	0,55

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2005.

Mức huy động vốn của các doanh nghiệp trong các ngành khác nhau cũng có sự khác biệt. Trong các ngành mà các sản phẩm, dịch vụ có sức tiêu thụ tốt như xây dựng nhà ở, sản xuất thép và xi măng, đồ nhựa, đóng tàu, khách sạn cao cấp, lắp ráp ô tô, xây dựng hạ tầng các khu công nghiệp...

Nguyên nhân của việc DN gặp nhiều khó khăn khi huy động vốn xuất phát từ nhiều phía. Từ phía doanh nghiệp, do thiếu thông tin, thiếu mối quan hệ với khách hàng, hiệu quả sản xuất chưa cao, tín nhiệm đối với ngân hàng chưa cao, thiếu tài sản thế chấp vay vốn... Ngoài ra, có những nguyên nhân từ phía ngân hàng, từ phía môi trường kinh doanh và Nhà nước.

Ngoài năng lực thu hút vốn, doanh nghiệp cần có năng lực thu hút các đầu vào khác như lao động có tay nghề cao, công nghệ tiên tiến, vật tư, nguyên liệu,... Thực tế hiện nay cho thấy, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có năng lực cao hơn các doanh nghiệp có vốn trong nước về thu hút lao động có tay nghề cao, thu hút vật tư, nguyên liệu. Do có vốn lớn, năng lực quản lý cao hơn, cùng với chính sách trả lương cao hơn so với các doanh



ngành vốn trong nước nên các doanh nghiệp này có lợi thế trong việc thu hút các đầu vào. Hiện tượng "chảy máu chất xám" từ các DNNN hay các doanh nghiệp ngoài quốc doanh sang các doanh nghiệp có vốn nước ngoài đang là vấn đề đối với các doanh nghiệp vốn trong nước. Nếu không nâng cao năng lực thu hút các đầu vào có chất lượng cao thì các doanh nghiệp trong nước có nguy cơ thua thiệt và năng lực cạnh tranh có thể bị giảm sút trong tương lai.

#### **2.2.1.6. Khả năng liên kết, hợp tác của các doanh nghiệp**

Khả năng liên kết là một yếu tố rất quan trọng để tồn tại và phát triển trong nền kinh tế thị trường hiện đại. Do vậy, chỉ tiêu này được coi là một yếu tố của năng lực cạnh tranh doanh nghiệp.

Thực tế các doanh nghiệp Việt Nam cho thấy, khả năng liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp vẫn còn nhiều hạn chế. Đến nay, tâm lý "một mình một thuyền" vẫn ăn sâu trong tiềm thức của nhiều chủ doanh nghiệp. Chính vì vậy, hình thức doanh nghiệp tư nhân một chủ hay công ty TNHH (thực chất là công ty của một nhóm người quen thân nhau) vẫn có số lượng áp đảo (chiếm tới 77,3% tổng số doanh nghiệp). Các chủ doanh nghiệp không muốn chia sẻ hoạt động kinh doanh cũng như lợi ích với người khác. Các hình thức "liên kết" mạnh hơn như công ty cổ phần, công ty hợp danh... chiếm tỷ trọng còn thấp. Hơn nữa, hơn 95% doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ và vừa nhưng xu hướng liên kết để tạo ra các doanh nghiệp có quy mô lớn hơn còn rất yếu. Ngoài ra, mức độ liên kết, hợp tác còn thể hiện qua số lượng các hợp đồng liên kết sản xuất, thầu phụ, hợp đồng tiêu thụ, đại lí, mở chi nhánh,... cũng còn khá hạn chế. Số liệu thống kê cho thấy, số lượng chi nhánh trên cơ sở chính hiện còn rất thấp. Nhiều doanh nghiệp chỉ kinh doanh tại chỗ, không có quan hệ hợp tác, liên kết với doanh nghiệp các địa phương khác, các ngành khác và với nước ngoài.

### **2.2.2. Thực trạng các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam**

#### **2.2.2.1. Tổ chức quản lý doanh nghiệp Việt Nam**

Tổ chức quản lý doanh nghiệp là một trong những yếu tố hàng đầu tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Tổ chức quản lý doanh nghiệp bao gồm nhiều yếu tố như: mô hình tổ chức doanh nghiệp, cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý, năng lực cán bộ quản lý doanh nghiệp.

a) *Về mô hình tổ chức doanh nghiệp:* trong nền kinh Việt Nam hiện nay, có nhiều mô hình tổ chức doanh nghiệp (nhiều loại hình doanh nghiệp), trong đó các loại hình doanh nghiệp chủ yếu gồm: DNNN, doanh nghiệp tư nhân, công ty TNHH (2 - 50 thành viên), công ty TNHH một thành viên, công ty hợp danh, công ty cổ phần, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (doanh nghiệp liên doanh, công ty 100% vốn nước ngoài, doanh nghiệp BOT, BTO, BT). Các loại hình doanh nghiệp này do luật định và được điều chỉnh theo từng luật cụ thể. Xét về tổng thể, các loại hình doanh nghiệp này khá phổ biến ở nhiều nước và phù hợp với thông lệ kinh tế thị trường. Tuy nhiên, mô hình tổ chức doanh nghiệp ở Việt Nam có một số đặc thù sau đây:

*Một là,* loại hình doanh nghiệp nhà nước hiện đang có số lượng khá lớn so với các nước kinh tế thị trường. Đến đầu năm 2006 vẫn còn 2.950 DNNN. Theo pháp luật hiện hành, DNNN được tổ chức theo một số loại hình cụ thể như: công ty nhà nước (100% vốn nhà nước), công ty TNHH nhà nước, công ty cổ phần nhà nước. Ngoài ra, một số DNNN được tổ chức dưới hình thức các tổng công ty nhà nước, công ty mẹ - công ty con, tập đoàn kinh tế nhà nước. DNNN là một trong những mô hình tổ chức kinh doanh cơ bản và mang tính chuyên nghiệp Việt Nam. Đến nay, DN vẫn là loại hình được chú trọng và có nhiều ưu ái ở Việt Nam.

*Hai là,* khu vực ngoài quốc doanh gồm nhiều mô hình tổ chức: từ các HTX đến doanh nghiệp tư nhân và các công ty tư nhân. Trong số đó, doanh nghiệp tư nhân và công ty TNHH vẫn là những mô hình có số lượng doanh nghiệp lớn nhất cả nước.

*Ba là,* các mô hình doanh nghiệp ở Việt Nam có những "biến thể" do đang trong quá trình hình thành, phát triển và tiếp tục điều chỉnh. Chẳng hạn, công ty TNHH thực chất là DN một chủ vì các thành viên tham gia góp vốn có quan hệ rất gần gũi với nhau và chủ yếu là quan hệ huyết thống, trong đó, phần lớn giám đốc hay tổng giám đốc là thành viên góp vốn chính của công ty.

b) *Về cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý doanh nghiệp:* các loại hình doanh nghiệp khác nhau cũng tạo nên cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý không hoàn toàn giống nhau. Hiện tại, một số doanh nghiệp tổ chức hội đồng quản trị và số khác lại không có hội đồng quản trị. Trong việc thực hiện chức năng của bộ máy quản lý doanh nghiệp, nhiều công ty cổ phần ở Việt Nam không phân biệt rõ ranh giới giữa quản lý và điều hành như thông lệ quốc tế, khi nảy sinh

mâu thuẫn nội bộ không có biện pháp xử lý do chế tài pháp luật không rõ ràng hoặc không có hiệu lực. Đối với công ty cổ phần được hình thành từ cổ phần hoá DNNN thì tình hình phức tạp hơn đặc biệt là đối với những DN có cổ phần của Nhà nước, bởi lẽ chưa có biện pháp giải quyết hài hoà quan hệ giữa sự can thiệp của Nhà nước và quyền tự chủ của DN. Trong nhiều trường hợp, các quyết định đầu tư, thay đổi thị trường, sản phẩm... thường bị chậm do ách tắc ở bản thân người đại diện cổ phần của Nhà nước hoặc do cổ đông can thiệp đòi quyền quyết định. Sự chậm trễ đó ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng cạnh tranh của DN. Trong các công ty cổ phần có vốn Nhà nước hiện đang nổi lên vấn đề quản lý vốn Nhà nước: ai quản lý và quản lý như thế nào cho hiệu quả, quyền và trách nhiệm của người đại diện cho Nhà nước trong hội đồng quản trị như thế nào để bảo đảm sự kiểm soát của người chủ sở hữu (Nhà nước) đối với người đại diện của Nhà nước trong doanh nghiệp. Cơ chế quản lý này tạo ra kẽ hở, tạo điều kiện cho người quản lý DN cơ hội để làm lợi cá nhân và đây cũng là nguyên nhân dẫn đến tình trạng hoạt động kém hiệu quả, thất thoát, lãng phí vốn, suy giảm khả năng cạnh tranh của nhiều DNNN.

Hiện nay, các tập đoàn kinh tế trên thế giới có cấu trúc rất đa dạng trong đó phổ biến là dạng cấu trúc “công ty mẹ - công ty con”, tức là, trong tập đoàn, công ty mẹ đầu tư vốn và kiểm soát các công ty con. Mô hình này là hệ quả của sự phát triển ở trình độ cao của thị trường tài chính với các ảnh hưởng của hoạt động đầu tư tài chính giữa các tổ chức và cá nhân. Trong các Tổng công ty 90 và 91 ở nước ta, hầu như chưa hình thành cấu trúc như vậy và về cơ bản là loại hình sở hữu một chủ. Các tổng công ty đơn thuần là sự ghép nối, gom đầu mối các DN độc lập mà thành và hầu như không có sự đầu tư vốn của DN này vào DN kia để gắn kết với nhau chặt chẽ về tài chính. Cơ chế chủ sở hữu giao vốn cho Tổng công ty, sau đó Tổng công ty giao vốn lại cho các DN thành viên trên thực tế còn mang tính hình thức. Trong Tổng công ty, sự tham gia và liên kết của các DN thành viên còn mang tính cơ học, hành chính, chưa hình thành mối quan hệ gắn bó, hỗ trợ nhau một cách hữu cơ, do đó chưa phát huy tối đa năng lực, khai thác lợi thế cạnh tranh, nâng lực cạnh tranh chưa cao.

### *c) Năng lực quản lý của DN Việt Nam*

Năng lực quản lý DN được thể hiện tập trung nhất ở năng lực của người đứng đầu DN. Năng lực đó trước hết được thể hiện ở trình độ. Trình độ giám

đốc DN Việt Nam được thể hiện ở Bảng 2.21.

**Bảng 2.21: Trình độ giám đốc doanh nghiệp Việt Nam**

Đơn vị: %

	Tiến sỹ	Thạc sỹ	Cử nhân, kỹ sư	Cao đẳng	THCN	CNKT	Không đào tạo
Chung	0,53	1,153	36,16	2,96	15,72	12,06	31,4
DNNN	2,14	2,8	85,4	1,23	5,22	0,42	2,79
DN ngoài NN	0,48	0,85	30,5	3,12	11,9	9,77	43,38
DN có vốn ĐTNN	2,87	8,2	71,6	2,68	1,83	1,27	11,55

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2004.

Tỷ lệ giám đốc không được đào tạo chính thức, không có bằng cấp chuyên môn về lĩnh vực kinh doanh ở khu vực DN ngoài nhà nước là cao nhất, chiếm tới 43,38%; số chủ DN có trình độ cao đẳng trở lên chỉ chiếm khoảng 35%, nhiều giám đốc DN trình độ chưa hết phổ thông trung học, nhất là ở các DN vừa và nhỏ, DN địa phương. Ở DN có vốn ĐTNN, tỷ lệ giám đốc không được đào tạo chiếm 11,55%, cao hơn trong DNNN, tuy nhiên, tỷ lệ giám đốc được đào tạo trình độ cao sau đại học và trên đại học của khu vực DN có vốn ĐTNN cao nhất.

Năng lực của người đứng đầu các DN, đặc biệt là DNNN còn rất nhiều hạn chế, thiếu kinh nghiệm và trình độ chuyên môn trong lĩnh vực kinh doanh dẫn đến chất lượng quản lý DN chưa cao. So với các thành phần kinh tế khác, tỷ lệ giám đốc được đào tạo trong DNNN là cao nhất, tuy nhiên do hầu hết được đào tạo kiến thức của thời kỳ kinh tế kế hoạch hoá tập trung nên tư tưởng bao cấp vẫn còn rơi rớt, còn trông chờ ỷ lại vào Nhà nước, thiếu năng động tìm tòi các biện pháp, bước đi để nâng cao hiệu quả của doanh nghiệp.

Trong các DN ngoài nhà nước, chủ DN không quen làm việc theo kế hoạch, khả năng thích ứng, nhanh nhạy với những thay đổi của môi trường bên ngoài thấp. Chủ DN và người quản lý DN còn hạn chế về khả năng nắm bắt thông tin về sự thay đổi của môi trường thể chế, của thị trường, của khách hàng để điều chỉnh công nghệ, qui trình sản xuất, mặt hàng.

Trình độ giám đốc doanh nghiệp cũng có những khác biệt theo ngành,

lĩnh vực (xem Bảng 2.22).

**Bảng 2.22: Trình độ giám đốc doanh nghiệp theo ngành**

Đơn vị: %

	Tiến sỹ	Thạc sỹ	Cử nhân, kỹ sư	Cao đẳng	THCN	CNKT	Không đào tạo
Công nghiệp khai mỏ	0,02	0,013	1,4	0,16	1,16	1,2	96,04
Công nghiệp chế biến	0,02	0,038	1,45	0,3	1,69	4,4	92,1
Sản xuất, phân phối điện, khí đốt và nước	0,09	0,25	24,5	1,31	15,15	18,31	40,39
Xây dựng	0,67	0,32	17,25	0,98	8	12,53	60,25
Thương nghiệp, sửa chữa xe có động cơ, mô tô... đồ dùng gia đình	0,01	0,03	2,49	0,74	4,55	3,77	88,41
Khách sạn, nhà hàng	0,00	0,012	1,30	0,53	2,8	1,85	93,5
Vận tải kho bãi và thông tin liên lạc	0,01	0,04	1,89	0,35	3,05	20,18	74,47
Tài chính, tín dụng	0,78	2,69	55,49	7,32	19,2	4,57	9,95
KHCN	31,8	6,67	39,82	0,34	17,09	2,73	1,55
KD tài sản và tư vấn	0,32	0,57	12,18	2,52	7,96	6,94	69,51
GD&ĐT	0,48	0,76	23,12	15,68	44,66	1,79	13,51

Nguồn: Tổng cục Thống kê.

Trình độ giám đốc của DN hoạt động trong lĩnh vực tài chính, tín dụng; KHCN là cao nhất (từ cao đẳng trở lên chiếm tỷ lệ gần như tuyệt đối). Tỷ lệ giám đốc không được đào tạo trong các ngành khai mỏ, chế biến, thương nghiệp, vận tải, kinh doanh bất động sản chiếm tỷ lệ cao đến kinh ngạc, chẳng hạn như trong ngành khai thác mỏ chiếm tới 96,04%.

#### 2.2.2.2. Năng lực vốn của các doanh nghiệp Việt Nam

Quy mô vốn của các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu là nhỏ và vừa. Năm 2004, bình quân nguồn vốn một DN là gần 23,6 tỷ đồng, trong đó vốn bình quân một DNNN 264,7 tỷ, doanh nghiệp ngoài quốc doanh là 5,9 tỷ đồng. Trong khu vực ngoài quốc doanh, vốn bình quân một DNTN là trên 1,6 tỷ đồng; công ty TNHH tư nhân là hơn 6,3 tỷ; công ty CP có vốn nhà nước là gần 108,9 tỷ; công ty CP không có vốn nhà nước là 15 tỷ đồng. Trong khi đó, vốn bình quân một DN có vốn nước ngoài là 142,4 tỷ đồng.

Nếu so sánh với các nước trong khu vực thì quy mô vốn của doanh nghiệp Việt Nam là quá bé. Chẳng hạn, qui mô vốn của DN công nghiệp Việt Nam với DN công nghiệp Trung Quốc như Bảng 2.23.

**Bảng 2.23: Vốn bình quân của doanh nghiệp công nghiệp Trung Quốc và Việt Nam năm 2003**

Loại hình	Trung Quốc		Việt Nam	
	triệu NDT/ (nghìn USD)		Tỷ VNĐ/ (nghìn USD)	
Cả nước	86,0	10.390		
DNNN	275,7	33.309	154,40	10.016
DN tập thể	30,7	3.709	1,52	99
CTCP	352,6	42.600	21,12	1370
DN có vốn ĐTNN	132,2	15.972	21,12	8330

*Nguồn: Tổng cục Thống kê.*

Như vậy, vốn bình quân một doanh nghiệp công nghiệp Trung Quốc khu vực nhà nước là 33,3 triệu USD, gấp 3 lần DN Việt Nam; công ty cổ phần gấp 31 lần; doanh nghiệp tập thể gấp hơn 37 lần, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài gấp gần 2 lần.

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, vốn bình quân của DN Việt Nam có sự khác biệt lớn giữa các ngành. DN hoạt động trong ngành khai thác dầu thô và khí thiên nhiên có nguồn vốn lớn nhất là 1,76 tỷ USD, sau đó tới các DN thuộc ngành bưu chính viễn thông, sản xuất, phân phối điện, khí đốt, nước, DN trong lĩnh vực tài chính, tín dụng... Các DN có nguồn vốn thấp nhất thuộc các lĩnh vực KHCCN, bình quân chỉ có 1000 USD, giáo dục đào tạo 2000 USD... Các DN thuộc các ngành xuất khẩu chủ lực của Việt Nam thì số vốn không lớn, chẳng hạn số vốn bình quân của DN may là 1,1 triệu USD, công nghiệp chế biến là 1,62 triệu USD, công nghiệp thuộc và sơ chế da là 4 triệu USD. So sánh với DN Trung Quốc cho thấy, chỉ ở một số ít ngành qui mô vốn của DN Việt Nam lớn hơn của Trung Quốc như thuộc và sơ chế da lông thú, khai thác dầu thô và khí thiên nhiên, còn lại qui mô vốn ở hầu hết các ngành đều rất nhỏ bé so với DN Trung Quốc. Chẳng hạn, trong ngành khai thác than, vốn của DN Việt Nam là 6,9 triệu USD thì của DN Trung Quốc là 20,9 triệu USD gấp hơn 3 lần DN Việt Nam. Ngành dệt của Trung Quốc là 6,3 triệu gấp gần 3 lần Việt Nam, may của Trung Quốc xấp xỉ 3 triệu gấp gần 3 lần Việt

Nam. Qui mô vốn của DN hoạt động trong lĩnh vực sản xuất phương tiện vận tải của Việt Nam là 5 triệu USD, Trung Quốc là 17,3 triệu; trong lĩnh vực sản xuất máy móc và thiết bị điện của Việt Nam là 3,6 triệu, Trung Quốc là 856,6 triệu; trong ngành hoá chất của Việt Nam là 2,2 triệu, Trung Quốc là 9,3 triệu...

Với qui mô vốn nhỏ bé như vậy, DN Việt Nam bị hạn chế khả năng mở rộng sản xuất, điều này làm cho năng lực cạnh tranh thấp do chi phí sản xuất cao, giá bán sản phẩm cao do không có được lợi thế kinh tế nhờ qui mô. Nguồn vốn hạn hẹp còn dẫn tới việc DN rất khó đổi mới trang thiết bị, máy móc công nghệ cũng như đầu tư nghiên cứu để tạo ra sản phẩm mới.

### **2.2.2.3. Năng lực công nghệ trong các doanh nghiệp Việt Nam**

Năng lực công nghệ của DN thể hiện trước hết ở trình độ công nghệ của máy móc, thiết bị và kỹ thuật sản xuất mà DN đang sử dụng. Theo đánh giá mới nhất của Bộ Kế hoạch và Đầu tư cùng với khảo sát của UNIDO thì hầu hết các DN Việt Nam đang sử dụng công nghệ lạc hậu so với mức trung bình của thế giới từ 2 đến 3 thế hệ. Cụ thể, 76% máy móc, dây chuyền công nghệ thuộc thế hệ những năm 50-60 của thế kỷ XX, 75% số thiết bị đã hết khấu hao, 50% là đồ tân trang. Trong nhiều DN có hiện tượng sử dụng đan xen cả công nghệ lạc hậu, trung bình và tiên tiến. Số DN có công nghệ tiên tiến mới còn ít và chỉ tập trung vào các ngành trọng điểm như dầu khí, điện, dệt may, da giày, đồ uống, lắp ráp ô tô, xe máy, điện tử... trong số này các DN có vốn ĐTNN chiếm tỷ trọng lớn. Các DN sản xuất và kinh doanh trong các lĩnh vực như phát dẫn điện, sản xuất thiết bị đo điện, lắp ráp điện tử, sản xuất sợi, dệt, thi công xây lắp, sản xuất vật liệu xây dựng có trình độ công nghệ tương đối hiện đại hoặc ở mức độ trung bình. DN Việt Nam (trừ khu vực có vốn ĐTNN) nếu thuộc ngành công nghệ đơn giản, vốn đầu tư thấp thì trình độ công nghệ tương đối theo kịp trình độ của quốc tế. Chẳng hạn, DN hoạt động trong ngành may, điện hoá, cao su, chất tẩy rửa có công nghệ tiên tiến hơn hẳn công nghiệp dệt hay công nghiệp sản xuất phân bón.

Theo Bộ Công nghiệp, phần lớn giá trị máy móc thiết bị sản xuất trong ngành chỉ còn 30% so với giá trị ban đầu và đã lạc hậu hơn 30 năm như dệt may có đến 45% thiết bị máy móc của các DN cần phải đầu tư nâng cấp và 30-40% cần thay thế; mũi nhọn công nghiệp là cơ khí thì đã lạc hậu hơn 40 năm so với khu vực và 50 năm so với các nước phát triển về công nghệ và thiết bị sản xuất. Đầu tàu kinh tế của cả nước là thành phố Hồ Chí Minh cũng chỉ có

25% DN có công nghệ sản xuất tiên tiến, 32% ở mức trung bình, còn lại là dưới trung bình và lạc hậu, trong đó DN có công nghệ lạc hậu chiếm 20%.

Ngoài ra có sự chênh lệch trình độ công nghệ giữa các khu vực kinh tế. Trình độ công nghệ của DNNN Trung ương cao hơn địa phương, DNNN cao hơn DNTN. Hầu hết kỹ thuật tiên tiến, công nghệ hiện đại tập trung tại các DN có vốn đầu tư nước ngoài.

Đối với DN ngoài nhà nước, theo đánh giá của Trung tâm nghiên cứu và phát triển DN vừa và nhỏ Đại học Wollongong (Australia), các DN vừa và nhỏ Việt Nam sử dụng máy móc thiết bị và kỹ thuật lạc hậu so với mức trung bình trên thế giới 3-4 thế hệ (không kể những DN hoàn toàn không sử dụng máy móc, chỉ áp dụng lao động cơ bắp). Hơn nữa, tốc độ đổi mới quá chậm, ước tính bình quân khoảng 10%/ năm. Thực trạng này khiến năng suất lao động thấp, tiêu hao nhiều nguyên liệu và năng lượng do đó làm giá thành sản phẩm cao, không có sức cạnh tranh trên thị trường.

Đầu tư đổi mới công nghệ của DN Việt Nam còn thấp so với yêu cầu phát triển của nền kinh tế và so với mức độ đầu tư của các DN trên thế giới. Đầu tư chung cho nghiên cứu và triển khai trong đó có đầu tư cho đổi mới công nghệ ở Việt Nam chỉ chiếm khoảng 0,4 % GDP trong khi tỷ lệ này tại các nước khác trên dưới 2%. Ở các nước, DN đóng góp phần lớn trong tổng đầu tư cho hoạt động KH-CN. Ở các nước phát triển, DN đóng góp 70-80% tổng đầu tư còn ở Việt Nam ước tính chỉ chiếm 20-30% - một tỷ lệ còn quá thấp so với tổng đầu tư đổi mới công nghệ cũng như so với yêu cầu đầu tư để nâng cao năng lực công nghệ của DN. Đầu tư cho nghiên cứu, triển khai của khu vực DNNN mới chỉ tập trung ở các Tổng công ty nhà nước và chỉ ở mức 0,2-0,3% doanh thu thấp hơn rất nhiều so với tỷ lệ 10% ở các nước phát triển, 5%-6% ở các nước công nghiệp. Trong khi đó, khu vực DN ngoài nhà nước hầu như chưa tham gia hoạt động nghiên cứu và triển khai. Tỷ trọng chi cho KH-CN của khu vực ngoài nhà nước so với tổng chi cho khoa học, công nghệ của Việt Nam quá thấp chỉ chiếm 9% năm 2000, chỉ tiêu này của Malaysia là 60%, Trung Quốc là 40%, Nhật Bản là 72%.

Nhiều DN Việt Nam đã chú ý hơn tới đầu tư cho đổi mới công nghệ, tuy nhiên cơ cấu đầu tư còn chưa thật hợp lý. Trong ba giai đoạn của phát triển công nghệ là tiếp thu công nghệ, làm chủ công nghệ và sáng tạo công nghệ, hầu hết DN Việt Nam mới chỉ dừng ở giai đoạn tiếp thu công nghệ một



cách thụ động thông qua nhập khẩu máy móc, thiết bị. Trong công nghệ nhập khẩu, DN Việt Nam chủ yếu đầu tư cho đổi mới công nghệ (trên 80%), tập trung chủ yếu ở mua sắm, cải tiến máy móc thiết bị phần cứng, tỷ trọng đầu tư cho phần mềm công nghệ (như nghiên cứu cải tiến qui trình kỹ thuật sản xuất sản phẩm hiện có hay thiết kế các sản phẩm mới) – phần đầu tư mang lại nhiều giá trị gia tăng cho sản phẩm chỉ chiếm khoảng 17% tổng giá trị nhập khẩu. Cơ cấu đầu tư bất hợp lý này làm giá thành của sản phẩm bị đội lên rất nhiều do giá trị khấu hao lớn, dẫn đến sản phẩm bán ra không cạnh tranh được. Trình độ công nghệ trong DN Việt Nam luôn lạc hậu so với thế giới, sản phẩm do DN Việt Nam sản xuất ra kém sức cạnh tranh về chất lượng do hàm lượng chất xám trong sản phẩm còn rất thấp, trong khi ở nhiều nước tỷ lệ tri thức trong sản phẩm đã chiếm tới 70-80%.

Hầu hết, các DN chưa biết xây dựng chiến lược công nghệ, mới chỉ tiến hành đổi mới công nghệ thụ động do yêu cầu của tình hình sản xuất hiện tại mà chưa có kế hoạch, chiến lược dài hạn. Thêm vào đó, phương thức tiến hành đổi mới công nghệ cũng chủ yếu là bắt chước, thiết kế lại của nước ngoài hoặc nhập khẩu công nghệ vì thế sản phẩm sản xuất ra luôn đi sau về kiểu dáng, rất khó cạnh tranh.

Theo xếp hạng của WEF thể hiện như Bảng 2.24 thì ở hầu hết các chỉ tiêu, DN Việt Nam đều ở khoảng cách rất xa so với Thái Lan và Trung Quốc, trong khi đó các quốc gia này chưa phải là các quốc gia phát triển hiện đại và có công nghệ nguồn. Nếu so sánh với các quốc gia phát triển thì sự chênh lệch này còn lớn hơn nhiều.

**Bảng 2.24: So sánh công nghệ Việt Nam, Thái Lan, Trung Quốc (2004)**

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Việt Nam</i>	<i>Thái Lan</i>	<i>Trung Quốc</i>
Khả năng tiếp thu công nghệ ở tầm DN	38/104	26/104	34/104
Mức độ sử dụng bằng sáng chế công nghệ nước ngoài của DN	89/104	11/93	59/104
Hợp tác giữa các trường đại học và nghiên cứu công nghệ	82/104	31/104	22/104
Chỉ tiêu DN về nghiên cứu triển khai	71/104	43/104	26/93
ĐT nước ngoài và chuyển giao công nghệ	79/104	8/104	52/104

*Nguồn: WEF 2005.*

Trong khi phần lớn các thiết bị công nghệ cao phục vụ sản xuất của DN Trung Quốc đều được nhập khẩu từ Châu Âu, Nhật Bản, Mỹ - những nơi được coi là có công nghệ, thiết bị nguồn thì công nghệ, thiết bị kỹ thuật nhập khẩu của Việt Nam phục vụ cho sản xuất, kể cả ở các ngành công nghệ cao phần lớn đều từ châu Á mà tập trung là ở Đông Nam Á, không phải là thiết bị công nghệ nguồn. Vì vậy, sản phẩm do DN Việt Nam sản xuất luôn đi sau về tính năng, kiểu dáng trong khi giá lại cao do năng suất lao động thấp, hao phí nguồn lực trên một đơn vị sản phẩm cao. Với năng lực công nghệ thấp như vậy, DN Việt Nam rất khó cạnh tranh trong quá trình tham gia hội nhập vào nền kinh tế thế giới.

Thế giới đang trong quá trình chuyển sang nền kinh tế tri thức cùng với quá trình toàn cầu hóa, việc ứng dụng công nghệ thông tin trong DN là một yếu tố quan trọng để nâng cao năng lực cạnh tranh của DN. Tuy nhiên, năng lực công nghệ thông tin của DN Việt Nam nói chung còn rất thấp, năm 2002, chỉ có hơn 50% DN có máy tính, gần 25% có kết nối internet và hơn 3% có website, hơn 5% có giao dịch thương mại điện tử. Trừ khu vực DNNN (92%) và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (97%), còn lại ở hầu hết các thành phần khác, nhất là ở khu vực DN tư nhân tỷ lệ DN có máy tính, có website và có giao dịch thương mại điện tử còn rất thấp. Xét theo ngành sản xuất, kinh doanh, chỉ ở các ngành liên quan đến hoạt động KHCN, giáo dục và đào tạo thì trình độ công nghệ thông tin còn tương đối cao nhưng cũng mới chỉ dừng lại ở khâu trang bị máy tính, còn lại tỷ lệ DN có nối mạng và giao dịch điện tử còn thấp. Đến năm 2004, có 3.000 DN có website, đầu năm 2005 có 17.500 DN có website (chiếm 17%). Tuy nhiên, phần lớn các website này chỉ dừng ở mức độ cung cấp thông tin khái quát về DN và sản phẩm mà chưa thực sự trở thành công cụ tương tác giữa khách hàng và DN. Việc kết nối Internet của phần lớn các DN chưa mang lại hiệu quả cao, chưa khai thác được hết những tiện ích mà mạng thông tin toàn cầu đem lại. Trong khi đó, số DN sử dụng Internet vào hoạt động SXKD ở Nhật Bản năm 2003 là 82,6%, với mức độ ứng dụng rất sâu và chuyên nghiệp. Ở Australia, năm 2004, 71% DN sử dụng internet vào hoạt động, 23% DN có website riêng.

Do trình độ công nghệ thông tin thấp nên DN không có đủ và không cập nhật kịp thời thông tin về thị trường thế giới, về nguồn nguyên liệu, đối thủ cạnh tranh, do đó không lựa chọn được các phương án sản xuất tối ưu

hoặc phản ứng chậm trước những biến đổi nhanh chóng của thị trường. Hơn nữa, do sự phát triển bùng nổ của công nghệ thông tin mà hiện nay các giao dịch điện tử với đặc tính vượt trội về tính tiết kiệm, tiện lợi và cực kỳ nhanh chóng đã trở thành phương thức giao dịch phổ biến của các DN trên thế giới, trong khi các DN Việt Nam còn mới đang bắt đầu làm quen với phương thức này, việc không theo kịp những tiến bộ của thời đại làm DN Việt Nam mất đi rất nhiều cơ hội kinh doanh. Thực tế này là nguyên nhân cơ bản hạn chế năng lực cạnh tranh của DN.

#### 2.2.2.4. Năng lực của lao động trong doanh nghiệp Việt Nam

Về số lượng, năm 2004, tổng số lao động đang làm việc trong các khu vực DN là 5,8 triệu người, chiếm hơn 12% tổng số lao động trong nền kinh tế. Số lượng lao động trong doanh nghiệp tăng trưởng khá nhanh: năm 2004 gấp 3,5 lần năm 1995 và gấp 1,5 lần năm 2000. Số lao động theo loại hình doanh nghiệp như Bảng 2.25 dưới đây.

**Bảng 2.25: Tỷ trọng lao động trong các loại hình doanh nghiệp**

Đơn vị: %

<i>Loại doanh nghiệp</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>
<b>Tổng số lao động trong DN</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Doanh nghiệp nhà nước	48,5	43,8	39,0
Doanh nghiệp ngoài nhà nước:	36,6	39,6	42,9
- DN tập thể	3,4	3,1	2,7
- DN tư nhân	7,3	7,3	7,5
- Công ty hợp danh	0,0	0,0	0,0
- Công ty TNHH tư nhân	19,8	22,1	24,2
- Công ty CP có vốn nhà nước	3,1	3,1	3,2
- Công ty CP vốn tư nhân	3,0	4,0	5,3
DN có vốn đầu tư nước ngoài	14,8	16,6	18,1

*Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2006.*

Trong tổng lao động của khối doanh nghiệp, DNNN chiếm tỷ trọng lao động lớn và có xu hướng giảm từ 48,5% năm 2002 xuống 39% năm 2004.

Lao động trong các doanh nghiệp ngoài nhà nước khu vực vốn trong nước lớn nhất hiện nay và có xu hướng tăng từ 36,6% năm 2002 lên 42,9% năm 2004. Trong các loại doanh nghiệp ngoài quốc doanh, công ty TNHH tư nhân có tỷ trọng lao động lớn nhất (chiếm 24,2% tổng số lao động trong các doanh nghiệp năm 2004). Lao động trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 14,8 - 18,1% tổng số lao động các doanh nghiệp và có xu hướng ngày càng tăng lên.

Như vậy, trừ DNNN đang trong quá trình sắp xếp và các HTX có số lượng và tỷ trọng lao động giảm mạnh, còn trong các loại hình doanh nghiệp khác, số lao động và tỷ trọng lao động trong tổng số lao động các doanh nghiệp có xu hướng tăng lên.

Quy mô lao động bình quân một doanh nghiệp cũng có sự khác biệt lớn giữa các loại hình doanh nghiệp. Năm 2004, bình quân lao động một doanh nghiệp gần 63 người, trong đó: DNNN 490 người, doanh nghiệp ngoài nhà nước 30 người (HTX 30 người, DNTN 14 người, công ty hợp danh 21 người, công ty TNHH tư nhân 34 người, công ty CP có vốn nhà nước 226 người, công ty cổ phần không có vốn nhà nước 44 người), doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có 331 người.

Chất lượng lao động trong các doanh nghiệp cũng được cải thiện trong thời gian qua. Trình độ của người lao động trong các DN Việt Nam theo khu vực kinh tế được thể hiện qua Bảng 2.26. Theo đó, tỷ lệ lao động có đào tạo trong toàn bộ doanh nghiệp chiếm 49,7%, trong đó lao động có trình độ từ cao đẳng trở lên chiếm 12,8%, công nhân kỹ thuật chiếm 29,5%, trình độ trung cấp chiếm 7,4%.

Trong DNNN, lao động trong có trình độ chiếm tỷ lệ cao nhất. Trong các doanh nghiệp ngoài nhà nước, lao động không qua đào tạo chiếm tỷ trọng rất lớn. Theo Điều tra Lao động việc làm năm 2004 của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội, chỉ có 22,5% lao động qua đào tạo nói chung. Tỷ lệ lao động đã qua đào tạo nghề chỉ là 13,3% (tăng 0,8% so với 2003); lao động tốt nghiệp THPT tăng 0,3%; cao đẳng, đại học trở lên tăng 0,4%. Với tỷ lệ lao động được đào tạo nghề thấp như vậy, chắc chắn chất lượng đội ngũ lao động ở nước ta chưa thể đáp ứng được yêu cầu cạnh tranh trong thời kỳ hội nhập.

**Bảng 2.26: Trình độ lao động trong doanh nghiệp Việt Nam**

Đơn vị: %

Doanh nghiệp	Tiến sỹ	Thạc sỹ	Cử nhân, kỹ sư	Cao đẳng	Công nhân kỹ thuật	TH chuyên nghiệp	Không đào tạo
Tổng số	0,05	0,15	10,9	1,7	29,5	7,4	50,3
DNNN	0,08	0,19	14,5	1,4	40	8,5	35,33
DN ngoài NN	0,078	0,13	9,5	1,7	20	6,3	62,29
DNCó vốn ĐTNN	0,03	0,17	6,9	3	14	3	72,9

Nguồn: Tổng cục Thống kê.

**Bảng 2.27: Trình độ lao động trong một số ngành chủ yếu**

Đơn vị: %

	Tiến sỹ	Thạc sỹ	Cử nhân, kỹ sư	Cao đẳng	THCN	CNKT	Không đào tạo
Công nghiệp khai thác mỏ	0,02	0,04	4,00	0,96	3,72	27,47	63,79
Công nghiệp chế biến	0,01	0,04	3,38	0,73	3,00	16,30	76,15
Điện, khí đốt và nước	0,02	0,12	15,48	2,13	12,70	56,70	12,85
Xây dựng	0,07	0,09	10,73	1,15	7,10	33,50	47,36
Thương nghiệp, sửa chữa xe..	0,03	0,07	5,37	1,07	5,50	6,20	81,76
Khách sạn, nhà hàng	0,00	0,02	2,40	0,60	3,10	4,37	89,59
Vận tải kho bãi, thông tin	0,02	0,10	7,77	1,50	6,27	32,50	51,80
Tài chính, tín dụng	0,09	0,95	40,00	7,70	24,26	12,64	14,36
KH&CN	7,80	6,34	47,70	1,96	12,78	18,90	4,52
Kinh doanh tài sản và tư vấn	0,35	0,84	28,68	2,90	10,36	14,06	42,81
Giáo dục và đào tạo	0,50	1,31	20,00	24,09	40,09	3,69	10,32

Nguồn: Tổng cục Thống kê

Theo ngành, lĩnh vực, lao động trong các DN thuộc lĩnh vực KH&CN, giáo dục - đào tạo, sản xuất và phân phối điện, khí đốt, nước, tài chính tín dụng,... có trình độ lao động cao hơn các ngành khác, nhưng tỷ lệ lao động có đào tạo vẫn khá thấp. Lao động của các DN trong ngành chế biến, khai mỏ,

thương nghiệp, khách sạn nhà hàng,.. có trình độ thấp, tỷ chưa qua đào tạo rất cao. Trong ngành công nghiệp, tỷ lệ lao động qua đào tạo cũng rất thấp: trong công nghiệp khai thác mỏ chỉ đạt 27,47%, ở công nghiệp chế biến chỉ đạt 16,3%; trong ngành xây dựng, tỷ lệ này cao nhất nhưng cũng chỉ đạt chưa tới 60%. Tỷ lệ lao động không qua đào tạo cao dẫn đến hệ quả tất yếu là khả năng đáp ứng yêu cầu của công việc bị hạn chế, năng suất lao động thấp. Điều này trực tiếp ảnh hưởng tới giá cả và chất lượng sản phẩm. Với chất lượng lao động thấp, DN khó có thể cạnh tranh nói gì đến phát huy năng lực sáng tạo và đi đầu trong đổi mới, cải tiến sản phẩm.

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp thiếu nhân lực chất lượng cao. Hiện có tới trên 60% DN phần mềm trong nước thiếu nhân lực trình độ cao. Theo công ty phần mềm Quang Trung tại thành phố Hồ Chí Minh, 72% sinh viên đến dự tuyển tại các DN phần mềm thiếu kinh nghiệm thực tiễn, 46% thiếu kiến thức ngành, 42% không biết làm việc theo nhóm và yếu kém về ngoại ngữ, 41% làm việc kém, không biết cách trình bày, diễn đạt, 28% thiếu tự tin. Đối với những người đã được tuyển dụng thì 77% cần đào tạo lại trên 3 tháng, 15% cần đào tạo lại từ 1 đến 3 tháng.

Ngoài ra, phần đông người lao động từ nông thôn, chưa được rèn luyện về kỷ luật lao động công nghiệp, còn mang nặng tác phong của một nền kinh tế tiểu nông, tùy tiện về giờ giấc và hành vi. Người lao động chưa được trang bị các kiến thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, thiếu tinh thần hợp tác và dám chịu rủi ro, ít thể hiện sáng kiến cá nhân và kinh nghiệm làm việc. Điều này dẫn đến kết quả tất yếu là năng suất lao động thấp, chi phí nhân công trong giá thành sản phẩm lớn. DN không những bị triệt tiêu lợi thế cạnh tranh về lao động giá rẻ mà nguồn nhân lực chất lượng thấp đã trở thành cản trở lớn cho sự cải cách và phát triển DN.

Nhìn chung, lao động và quản lý lao động trong các doanh nghiệp hiện có một số hạn chế như sau:

*Một là, kỹ năng lao động còn thấp.* Người lao động chưa được trang bị các kỹ năng chuyên môn làm việc phù hợp với yêu cầu công việc, môi trường làm việc chưa khuyến khích và phát huy năng lực của người giỏi. Các DN Việt Nam ít quan tâm đến đầu tư phát triển nhân viên, chưa chủ động trong việc đào tạo người lao động cho DN ngay từ đầu, công tác dạy nghề trong DN cũng ít được chú ý. Chẳng hạn lao động ngành dệt may hiện nay chủ yếu tự

học, tự đào tạo theo phương thức kèm cặp trong DN. Toàn bộ ngành có 4 trường đào tạo với công suất mỗi năm khoảng 2000 công nhân, không đáp ứng được yêu cầu của DN. Vì đào tạo không bài bản nên chất lượng lao động không cao, năng suất lao động thấp.

*Hai là, cách thức trả lương và đánh giá kết quả công việc còn mang tính bình quân, không có tiêu chí rõ ràng, thực trạng này đặc biệt phổ biến ở các DNNN. Điều này làm giảm hứng thú sáng tạo và tinh thần làm việc của người lao động. Tuyển dụng lao động trong các DNNN chủ yếu lựa chọn người quen biết do vậy các DN thường không lựa chọn được người làm việc có chất lượng, không đáp ứng được yêu cầu của công việc.*

*Ba là, DN thiếu các động lực khuyến khích thích đáng về vật chất và tinh thần cho người lao động. Quyền lợi của người lao động trong rất nhiều DN đang bị xem nhẹ, thậm chí, quyền lợi tối thiểu của người lao động là được mua bảo hiểm cũng chưa được nhiều DN thực hiện. Số DN chưa đóng bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế cho người lao động năm 2004 chiếm hơn 70% tổng số DN. Đặc biệt, ở khu vực DN ngoài nhà nước tỷ lệ này rất cao, chiếm tới gần 80%. Đây cũng là một nguyên nhân quan trọng khiến cho người lao động chưa thực sự yên tâm làm việc, chưa có động lực để cống hiến hết năng lực cho DN. Điều tra năm 2005 của Bộ Lao động thương binh- xã hội và tổng liên đoàn lao động Việt Nam cho thấy 30% lao động làm việc trong 8 Tổng công ty nhà nước chưa được tham gia bảo hiểm y tế.*

*Bốn là, tổ chức lao động ở nhiều DN chưa hợp lý và khoa học, biên chế quá lớn, chức năng, nhiệm vụ chưa rõ ràng, kỷ luật lao động chưa nghiêm, bố trí, sắp xếp lao động chưa hợp lý, đào tạo công nhân kỹ thuật chưa thuận thực làm cho năng suất lao động chưa cao, hao phí trong sản xuất còn lớn.*

### **2.2.3. Thực trạng về môi trường kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam**

Môi trường kinh doanh đối với các doanh nghiệp được xem xét dưới nhiều góc độ khác nhau, từ khái quát (tự nhiên, kinh tế, chính trị - xã hội, công nghệ - kỹ thuật...) đến cụ thể (như thể chế, chính sách, thị trường, kết cấu hạ tầng). Dưới đây sẽ xem xét thực trạng môi trường kinh doanh với một số yếu tố cơ bản như: thể chế - chính sách, sự quản lý - điều hành của Nhà nước, thị trường.

### **2.1.2.1. *Thế chế, chính sách đối với các doanh nghiệp***

Công cuộc đổi mới nền kinh tế và quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đã làm thay đổi căn bản thể chế, chính sách đối với doanh nghiệp.

Từ năm 1986 và đặc biệt là từ khi chuyển sang cơ chế thị trường (1989) đến nay, thể chế chung về kinh doanh, tài chính, đầu tư, đất đai... được hình thành và từng bước hoàn thiện.

- *Khung khổ pháp luật kinh doanh* được hình thành với nhiều luật quan trọng như Luật Đầu tư nước ngoài tại Việt Nam (ban hành năm 1987 và được sửa đổi nhiều lần sau đó), Luật Doanh nghiệp tư nhân và Luật Công ty (1990), Luật Doanh nghiệp nhà nước (1995), Luật hợp tác xã (1996), Luật Doanh nghiệp (1999)... Các văn bản pháp luật này được bổ sung, sửa đổi nhiều lần và hiện nay được thay thế bằng các luật tương ứng là: Luật Doanh nghiệp (2005), Luật Hợp tác xã (2003), Luật Đầu tư (2005)... Pháp luật kinh doanh quy định rõ về thành lập doanh nghiệp, đăng ký kinh doanh, hoạt động của doanh nghiệp và phá sản doanh nghiệp. Luật kinh doanh chung đã tạo "sân chơi" bình đẳng giữa các chủ thể kinh doanh, tạo môi trường thông thoáng cho hoạt động kinh doanh, tạo bước đột phá về cải cách hành chính, nâng cao đáng kể tính nhất quán, tính thống nhất, minh bạch và bình đẳng của khung khổ pháp luật về kinh doanh ở nước ta. Bước đột phá lớn đối với các doanh nghiệp là sự ra đời của Luật Doanh nghiệp năm 1999 với việc đơn giản hoá thủ tục thành lập doanh nghiệp, bãi bỏ hàng trăm giấy phép và quy định pháp luật không còn phù hợp về điều kiện kinh doanh, chuyển đổi phương thức quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp, chuyển đổi phương thức đăng ký kinh doanh,...

Những đổi mới trong pháp luật kinh doanh đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp gia nhập thị trường, thực hiện hoạt động kinh doanh dễ dàng và hiệu quả hơn. Điều này có ý nghĩa rất quan trọng, đặc biệt đối với các doanh nghiệp khu vực kinh tế tư nhân - vốn bị phân biệt đối xử nặng nề những năm trước đây.

- *Pháp luật về đất đai* cũng được hình thành và từng bước hoàn thiện, trong đó, quy định rõ về sử dụng đất, giao đất, cấp đất... Chẳng hạn như Luật



Đất đai năm 2003 và các Nghị định hướng dẫn của Chính phủ số 181/2004/NĐ-CP, 182/2004/NĐ-CP, 188/2004/NĐ-CP... quy định một số vấn đề cụ thể nhằm tạo điều kiện giải quyết mặt bằng sản xuất cho doanh nghiệp; quy định về việc lập và công khai quy hoạch, kế hoạch sử dụng đất, doanh nghiệp được tự thỏa thuận với người có đất về kế hoạch sử dụng đất để làm mặt bằng sản xuất, hình thành tổ chức phát triển quỹ đất có trách nhiệm nhằm giải phóng mặt bằng ngay khi có quy hoạch được duyệt và công bố, giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong việc xin giao đất, thuê đất làm mặt bằng sản xuất.

Việc đổi mới pháp luật về đất đai không chỉ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp về mặt bằng kinh doanh, mà còn tạo điều kiện để các doanh nghiệp thế chấp vay vốn ngân hàng tốt hơn.

- *Pháp luật về tài chính* như thuế, ngân sách nhà nước, kế toán... được hình thành từng bước và ngày càng đồng bộ hơn, phù hợp với cơ chế thị trường và xu thế hội nhập kinh tế quốc tế. Ngoài việc quy định rõ nghĩa vụ thuế, cơ chế tài chính đối với các doanh nghiệp, pháp luật về tài chính còn có những biện pháp hỗ trợ về thuế, hỗ trợ về tín dụng đối với các doanh nghiệp trong một số ngành, lĩnh vực, vùng hoặc mới thành lập... Ngoài ra, pháp luật tài chính được cải tiến theo hướng thuận lợi hoá, công khai hoá và minh bạch hơn. Việc áp dụng cơ chế tự khai tự nộp thuế là một bước tiến, tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp. Những nỗ lực đổi mới trong lĩnh vực thể chế tài chính đã góp phần tạo điều kiện cho các doanh nghiệp gia nhập thị trường và hoạt động thuận lợi hơn.

- *Pháp luật về tiền tệ, tín dụng* đã tạo lập môi trường bình đẳng hơn, xoá bỏ sự phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế (chẳng hạn, Luật Ngân hàng nhà nước và Luật Các tổ chức tín dụng năm 2003 đã xoá bỏ ưu tiên và ưu đãi vay vốn đối với doanh nghiệp nhà nước và hợp tác xã). Chính phủ tạo điều kiện cho một số đối tượng doanh nghiệp được vay vốn của tổ chức tín dụng không phải bảo đảm bằng tài sản (Nghị quyết số 02/2003/NQ-CP ngày 17-01-2003 của Chính phủ quy định cho vay đến 30 triệu đồng đối với chủ trang trại; đến 50 triệu đồng đối với doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh giống thuỷ sản; đến 100 triệu đồng đối với hợp tác xã làm dịch vụ cung ứng vật tư,

cây, con giống để sản xuất nông, lâm, ngư, diêm nghiệp; đến 500 triệu đồng đối với hợp tác xã sản xuất hàng xuất khẩu, làm nghề truyền thống). Ngoài ra, pháp luật trong lĩnh vực này còn tạo môi trường cạnh tranh trong lĩnh vực tín dụng và dịch vụ ngân hàng, tự do hoá lãi suất... Ngoài các hình thức cho vay truyền thống, Ngân hàng Nhà nước đã ban hành cơ chế về các hình thức cấp tín dụng khác như bảo lãnh, cho thuê tài chính, chiết khấu bộ chứng từ xuất khẩu, chiết khấu và tái chiết khấu giấy tờ có giá, bao thanh toán... Nhờ đó, đã tạo điều kiện để các doanh nghiệp tiếp cận dễ dàng hơn nguồn vốn, hình thành và phát triển thị trường tài chính.

- *Pháp luật về thương mại* có vai trò rất quan trọng đối với các doanh nghiệp. Từ khi thực hiện đổi mới nền kinh tế đến nay, pháp luật về thương mại được đổi mới trên các mặt như: thuận lợi hoá, tự do hoá, bảo đảm bình đẳng và xoá bỏ sự phân biệt đối xử trong hoạt động thương mại nội địa và thương mại quốc tế. Với việc bãi bỏ phần lớn thuế nhập khẩu, cắt giảm thuế nhập khẩu, bãi bỏ các biện pháp hành chính như cấm đoán, hạn ngạch... đã tạo môi trường thông thoáng cho hoạt động của các doanh nghiệp. Đồng thời, các thủ tục hải quan cũng được đơn giản hoá. Nhờ đó, các doanh nghiệp có điều kiện hơn trong việc tiếp cận thị trường trong và ngoài nước.

- *Pháp luật về lao động, việc làm và đào tạo nhân lực* cũng được chú trọng. Việc ban hành Bộ luật Lao động với những quy định rõ ràng về quyền và nghĩa vụ của người lao động cũng như các nguyên tắc sử dụng và quản lý lao động đã tạo động lực to lớn cho người lao động cũng như cho người sử dụng lao động, giúp nâng cao năng suất lao động, tạo hiệu quả cao và thúc đẩy mở rộng hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Pháp luật về giáo dục, đào tạo nghề cũng được chú trọng từ những quy định về hệ thống các trường, nội dung, chương trình... Nhờ đó, nhiều cơ sở đào tạo đã được hình thành và phát triển, số lượng và chất lượng đào tạo được nâng cao, góp phần đảm bảo nhu cầu về lao động có trình độ chuyên môn kỹ thuật cho các doanh nghiệp; tỷ lệ lao động được đào tạo nghề cũng được nâng cao, từ 18% năm 2000 - 2002 lên khoảng 28% những năm gần đây.

- *Khung khổ pháp luật khác*: Ngoài những thể chế nêu trên, có nhiều qua định trong các thể chế khác liên quan tới các doanh nghiệp, trong số đó

có pháp luật về tư vấn. Lĩnh vực này có các văn bản pháp luật quan trọng như: Pháp lệnh Luật sư (2001), Nghị định số 87/2002/NĐ-CP ngày 05-11-2002 của Chính phủ về hoạt động cung ứng và sử dụng dịch vụ tư vấn đối với các nhà đầu tư trong nước, Nghị định số 87/2003/NĐ-CP ngày 22-7-2003 của Chính phủ về hành nghề của tổ chức luật sư nước ngoài, luật sư nước ngoài tại Việt Nam. Các văn bản pháp luật này tương đối đầy đủ, rõ ràng và thông thoáng về tổ chức và hành nghề tư vấn luật sư. Nhờ đó, đã tạo một bước tiến quan trọng trong quá trình đổi mới và hoàn thiện thể chế về luật sư, mở ra triển vọng to lớn cho sự phát triển nghề luật sư ở nước ta. Kết quả đạt được của việc thực hiện Pháp lệnh Luật sư làm sự gia tăng về số lượng luật sư, tổ chức hành nghề luật sư, hình thức hành nghề của luật sư.

Về dịch vụ tư vấn nói chung có Nghị định số 87/2002/NĐ-CP. Đây là một văn bản pháp luật quy định tương đối đầy đủ về hoạt động tư vấn ở Việt Nam. Nghị định này được coi như là công cụ pháp lý chính điều chỉnh nhiều vấn đề liên quan đến tất cả các loại dịch vụ tư vấn, trừ dịch vụ pháp lý do Pháp lệnh Luật sư quy định. Nghị định số 87/2002/NĐ-CP góp phần quan trọng vào việc tạo lập môi trường cho hoạt động tư vấn diễn ra đúng pháp luật, tạo niềm tin giữa người cung cấp dịch vụ tư vấn và khách hàng sử dụng dịch vụ tư vấn, hạn chế những rủi ro có thể xảy ra. Nghị định này có những quy định mang tính tích cực như: xác định rõ các nguyên tắc cung cấp dịch vụ tư vấn, đảm bảo được sự tin cậy của người sử dụng dịch vụ, đảm bảo tính độc lập, đáng tin cậy, khách quan và tinh thần khoa học của hoạt động tư vấn; quy định rõ nghĩa vụ, ràng buộc chặt chẽ đối với người cung cấp dịch vụ tư vấn; hướng dẫn lập hợp đồng tư vấn.

Nghị định số 87/2003/NĐ-CP ngày 22-7-2003 của Chính phủ về hành nghề của tổ chức luật sư nước ngoài, luật sư nước ngoài tại Việt Nam đã mở rộng hình thức hành nghề của các đối tượng này. Họ được phép tư vấn về pháp luật nước ngoài và pháp luật quốc tế trong mọi lĩnh vực, không còn bị hạn chế trong một số lĩnh vực như trước đây (chỉ được tư vấn pháp luật về đầu tư, kinh doanh, thương mại). Các thủ tục hành chính liên quan đến việc cấp giấy phép, đăng ký hoạt động đều được thực hiện nhanh chóng, đúng thời hạn, giảm bớt yêu cầu về một số loại giấy tờ không cần thiết nhằm tạo thuận lợi cho tổ chức

hành nghề luật sư nước ngoài sớm ổn định và triển khai hoạt động.

### **2.1.2.2. Thực trạng kết cấu hạ tầng đối với doanh nghiệp**

Thực trạng về kết cấu hạ tầng phục vụ hoạt động sản xuất - kinh doanh đối với doanh nghiệp bao gồm: đường giao thông, cầu, cảng, kho tàng, điện, nước đã có những đổi mới quan trọng.

Thời gian qua, Nhà nước rất chú trọng đầu tư phát triển và xây dựng kết cấu hạ tầng xã hội. Trong 5 năm (2001 - 2005), tổng vốn đầu tư đạt 976 tỷ đồng (theo giá năm 2000), trong đó đầu tư cho kết cấu hạ tầng chiếm tỷ lệ rất lớn. Trong đó, đầu tư cho ngành giao thông vận tải và bưu chính chiếm 14% tổng vốn đầu tư xã hội, 27,5% tổng vốn đầu tư từ NSNN; đầu tư cho kết cấu hạ tầng xã hội đạt 25,6% tổng mức đầu tư xã hội, chiếm 43% vốn đầu tư từ NSNN. Nhờ đó, năng lực của ngành giao thông tăng mạnh, trong 5 năm đã làm mới, nâng cấp, cải tạo đường quốc lộ được 4.575 km, đường giao thông nông thôn tăng thêm 65.000 km, năng lực thông qua các cảng biển tăng 23,4 triệu tấn/ năm, các cảng sông tăng 17,2 triệu tấn/ năm, các cảng hàng không tăng 8 triệu hàng khách/ năm [9, tr.37]. Về điện, công suất toàn ngành năm 2005 đạt 4.863 MW.

Tuy nhiên, đến nay kết cấu hạ tầng chưa đáp ứng yêu cầu phát triển nền kinh tế nói chung và các doanh nghiệp nói riêng. Hệ thống giao thông chưa đồng bộ, chưa bảo đảm thông suốt ở khu vực thường xuyên ngập lụt, miền núi, đặc biệt ở các đô thị. Hệ thống cảng biển, đường sắt, hàng không, chưa đáp ứng yêu cầu, năng lực vận chuyển thấp, khả năng kho bãi hạn chế, quản lí bất cập, chi phí cao.

Hệ thống điện chưa đáp ứng nhu cầu, nhất là trong những giờ cao điểm, những thời điểm nhu cầu sử dụng điện tăng mạnh. Kết cấu hạ tầng bưu chính, viễn thông còn thiếu đồng bộ, chất lượng dịch vụ chưa cao. Hệ thống cấp nước và thải nước chưa đáp ứng nhu cầu. Hạ tầng xã hội cũng còn nhiều hạn chế.

Những hạn chế trong kết cấu hạ tầng làm tăng chi phí đầu vào, làm giảm sức cạnh tranh hàng hoá dịch vụ của doanh nghiệp. So sánh quốc tế về chi phí cho các dịch vụ hạ tầng của Việt Nam với các nước trong khu vực như Bảng 2.28 dưới đây. Trong đó, chi phí sử dụng điện ở Hà Nội và thành phố

Hồ Chí Minh tương đương với ở Thượng Hải (Trung Quốc), Singapore và cao gần gấp đôi so với Băngcốc (Thái Lan) và Manila (Philippin). Chi phí cho 1 m<sup>3</sup> nước ở Việt Nam rẻ hơn khá nhiều so với các nước, nhưng chi phí điện thoại, vận tải ở Việt Nam đắt hơn rất nhiều so với các nước trong khu vực, thậm chí chi phí điện thoại đắt gấp 6 - 7 lần so với Singapore, Malaysia. Chi phí vận tải đắt hơn các nước trong khu vực từ 1,5 đến 2,5 lần. Do chi phí hạ tầng cao làm tăng giá thành và do đó là giảm đáng kể năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp.

**Bảng 2.28: So sánh quốc tế về giá một số dịch vụ của Việt Nam, 2003**

Đơn vị: USD

Giá dịch vụ	Hà Nội	TP HCM	Thượng Hải	Singapore	Bangkok	Kualumpur	Jakarta	Manila
1 kwh điện	0,05-0,07		0,07	0,07	0,04	0,05	0,04	0,04
1 m <sup>3</sup> nước	0,23		0,15	1,03- 1,32	0,22- 0,36	0,47	0,58	0,17- 0,20
3 phút điện thoại tới Nhật Bản	6,93		2,9	1,0	2,07	1,42	3,76	1,2
Vận tải container 40 feet đến Yokohama	1.470	1.078	700	550	1.304	884	820	700

Nguồn: Viện Nghiên cứu QLKT Trung ương, 2003 [34].

### 2.1.2.3. Đánh giá chung về môi trường kinh doanh tổng thể của Việt Nam đối với doanh nghiệp

Môi trường kinh doanh tổng thể của một quốc gia bao gồm nhiều yếu tố từ vĩ mô đến vi mô, từ kinh tế đến kỹ thuật. Có nhiều cách tiếp cận về đánh giá môi trường kinh doanh của quốc gia. Một số tổ chức quốc tế như Ngân hàng Thế giới (WB), Công ty Tài chính quốc tế (IFC), Diễn đàn Kinh tế thế giới... hàng năm đưa ra các kết quả đánh giá về môi trường kinh doanh của các quốc gia, trong đó có Việt Nam.

Theo báo cáo "Đánh giá môi trường kinh doanh năm 2006" của Ngân hàng Thế giới công bố năm 2005, các chỉ tiêu xếp hạng về mức độ dễ dàng

trong kinh doanh của Việt Nam. Kết quả này có thể tham khảo để đánh giá và điều chỉnh và cải thiện các yếu tố trong môi trường kinh doanh hiện nay.

Từ bảng xếp hạng cho thấy, trong 10 chỉ số về mức độ dễ dàng trong kinh doanh của Việt Nam, chỉ có 2 chỉ tiêu trên mức trung bình là giải quyết giấy phép (xếp thứ 18 với 14 thủ tục, 143 ngày, chi phí bằng 64,1% thu nhập bình quân đầu người) và đăng kí tài sản (xếp thứ 39 với 5 thủ tục, 67 ngày và chi phí bằng 1,2% thu nhập bình quân đầu người). Trong số còn lại, hầu hết các chỉ tiêu được xếp dưới mức trung bình, trong đó có 5 chỉ tiêu được đánh giá rất thấp là bảo vệ nhà đầu tư (xếp thứ 143), sử dụng lao động (122), đóng thuế (107), tiếp cận tín dụng (106), thực hiện hợp đồng (102) (xem Bảng 2.29).

**Bảng 2.29. Xếp hạng mức độ dễ dàng trong kinh doanh của Việt Nam**  
(trong số 155 nền kinh tế)

<i>Mức độ dễ dàng</i>	<i>Xếp hạng của Việt Nam</i>	<i>Nước xếp hạng cao nhất</i>	<i>Nước xếp hạng thấp nhất</i>
Hoạt động kinh doanh	99	Niu Dilân	Cônggô
Gia nhập thị trường	82	Canada	Ăngôla
Giải quyết giấy phép	18	Palau	Tandania
Sử dụng lao động	122	Palau	Buốckina Phasô
Đăng kí tài sản	39	Niu Dilân	Nigiêria
Tiếp cận tín dụng	106	Anh	Campuchia
Bảo vệ nhà đầu tư	143	Niu Dilân	Ápganistan
Đóng thuế	107	Mandivơ	Bêlarút
Thương mại qua biên giới	83	Đan Mạch	Irắc
Thực hiện hợp đồng	102	Na Uy	Đông Timo
Đóng cửa doanh nghiệp	95	Nhật Bản	Bờ Tây dải Gaza

*Nguồn:* Ngân hàng Thế giới và Công ty Tài chính quốc tế, 2005.

Mặc dù Việt Nam được xếp thứ 3 trong 12 nền kinh tế đi đầu trong cải cách nhưng trong tổng thể thì vẫn còn kém hơn so với các nước trong khu vực như Trung Quốc (thứ 91). Theo cách đánh giá này, môi trường kinh doanh của Việt Nam còn rất khó khăn.

Một cách đánh giá và xếp hạng khác có thể tham khảo là chỉ số năng lực cạnh tranh do Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF). Đây là chỉ tiêu rất tổng hợp, bao gồm 3 nhóm chỉ tiêu và các chỉ tiêu thành phần. Chỉ tiêu này được xác định và công bố hàng năm trên cơ sở lấy ý kiến bình chọn từ hàng nghìn nhà lãnh đạo doanh nghiệp trên toàn cầu cho các nền kinh tế (năm 2005 lấy ý kiến đánh giá của 11.000 nhà lãnh đạo doanh nghiệp cho 117 nền kinh tế). Các chỉ tiêu được đưa ra bình chọn phản ánh hiện trạng của nền kinh tế: môi trường kinh tế vĩ mô, chất lượng các tổ chức công cộng, trình độ công nghệ.

Việt Nam bắt đầu tham gia xếp hạng từ năm 1997. Kết quả qua các năm như Bảng 2.30 dưới đây.

**Bảng 2.30: Chỉ số năng lực cạnh tranh nền kinh tế Việt Nam theo xếp hạng của Diễn đàn Kinh tế thế giới, 1997 - 2005**

	1997	1998	1999	2001	2002	2003	2004	2005
Xếp hạng/tổng số	49/53	39/53	48/53	60/75	65/80	60/102	77/104	81/117
Khoảng cách đến nước thấp nhất	4	14	5	15	15	42	27	36

*Nguồn:* Diễn đàn Kinh tế thế giới.

Cần lưu ý là số nước được xếp hạng các năm không giống nhau nên cần tính thêm khoảng cách so với nước thấp nhất. Theo đó, năm 2003, Việt Nam được xếp hạng cao nhất từ năm 1997 đến nay với thứ hạng *danh nghĩa* là 60 và cách nước thấp nhất tới 43 bậc.

Năm 2005, Việt Nam nằm trong số 92 nước có chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp tăng với mức 0,23% (mức trung bình của tất cả 117 nền kinh tế là 0,43%). So với năm 2004, Việt Nam có 56 chỉ số tăng hạng, 5 chỉ tiêu giữ nguyên thứ hạng và 74 chỉ số giảm hạng. Trong đó, có một số chỉ tiêu tăng và giảm hạng đáng kể như Bảng 2.31 dưới đây.

Các chỉ tiêu được cải thiện với mức tăng hạng cao gồm: mức độ độc quyền trên thị trường (tăng 38 bậc), chuyển giao công nghệ từ đầu tư trực tiếp nước ngoài (+33), mức độ hành chính quan liêu (+27), cung ứng vốn kinh doanh mạo hiểm (+26), triển vọng nền kinh tế (+24) và tác động của quy định

pháp luật tới đầu tư trực tiếp nước ngoài (+23). Các chỉ tiêu giảm hạng mạnh như: gánh nặng từ các quy định của Chính phủ (-43), lạm phát (-41)...

**Bảng 2.31: Một số chỉ tiêu về môi trường kinh doanh của Việt Nam năm 2005 tăng hạng và giảm hạng đáng kể so với năm 2004**

	<i>Xếp hạng năm 2005</i>	<i>Thay đổi thứ hạng</i>
Mức độ độc quyền trên thị trường	36	+38
Chuyển giao công nghệ từ đầu tư trực tiếp nước ngoài	46	+33
Mức độ hành chính quan liêu	64	+27
Cung ứng vốn kinh doanh mạo hiểm	40	+26
Kỳ vọng về triển vọng kinh tế	10	+24
Tác động của quy định pháp luật tới FDI	46	+23
Gánh nặng các quy định chính phủ	102	-43
Sử dụng lao động nữ trong khu vực kinh tế tư nhân	49	-42
Lạm phát	93	-41
Tỷ lệ học cấp cơ sở	66	-32
Thù lao cho cán bộ quản lý doanh nghiệp	69	-24
Mức độ dễ dàng trong tuyển dụng lao động nước ngoài	56	-22

*Nguồn: Diễn đàn Kinh tế Thế giới, 2005.*

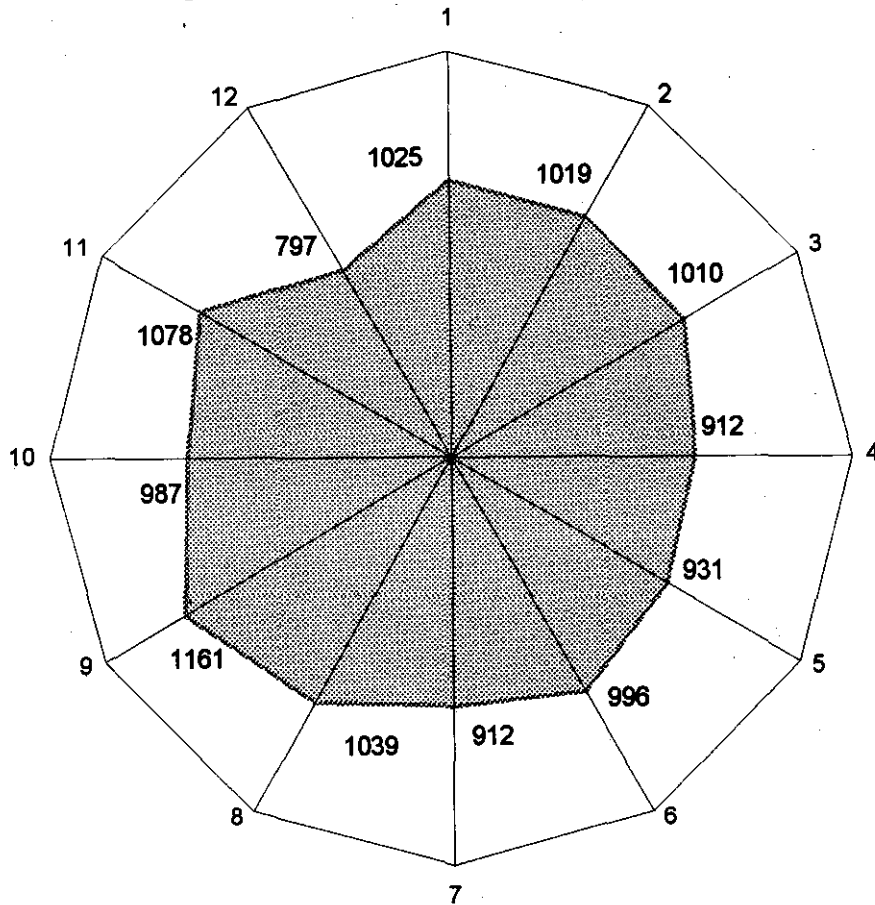
Để có bức tranh khách quan hơn về môi trường kinh doanh đối với doanh nghiệp Việt Nam, có thể tham khảo kết quả điều tra thực tế của nhóm nghiên cứu VCCI và Quỹ châu Á như Hình 2.3 dưới đây.

Các số liệu trên Hình 2.3 cho thấy, một số yếu tố môi trường kinh doanh của Việt Nam thuận lợi hơn cả là: thông tin liên lạc (1161/1500 điểm), vấn đề về môi trường (1078), cơ sở hạ tầng (1039), quy chế đầu tư (1025), quản lý xuất - nhập khẩu (1010), ... và các yếu tố ít thuận lợi hơn như: tỷ giá



(912), khả năng tiếp cận nguồn vốn (912), thủ tục hải quan (931), thanh tra - kiểm tra (987).

**Hình 2.3: Đánh giá các yếu tố môi trường kinh doanh của Việt Nam**



Trong đó: 1) Quy chế đầu tư; 2) Pháp luật về kinh doanh; 3) Quản lí XNK; 4) Khả năng tiếp cận vốn; 5) Thủ tục hải quan; 6) Thuế; 7) Tỷ giá hối đoái; 8) Cơ sở hạ tầng; 9) Thông tin liên lạc; 10) Thanh tra, kiểm tra; 11) Vấn đề môi trường; 12) Hàng rào nước nhập khẩu.

*Nguồn:* VCCI và Quỹ châu Á 2003 [22].

So sánh các yếu tố cấu thành chỉ số năng lực cạnh tranh tăng trưởng của Việt Nam với Thái Lan và Trung Quốc cho thấy hầu hết các chỉ tiêu thành tố của Việt Nam đều thấp hơn (xem Bảng 2.32 dưới đây). Thực tế là hai nước này đã vượt lên khá xa so với Việt Nam khoảng 30 - 40 bậc cả về chỉ số môi trường kinh tế vĩ mô, cả về thể chế công và công nghệ.

**Bảng 2.32. Chỉ số xếp hạng năng lực cạnh tranh tăng trưởng năm 2004 của Việt Nam so với Thái Lan và Trung Quốc**

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Việt Nam (77)</i>	<i>Thái Lan (34)</i>	<i>Trung Quốc (46)</i>
<b>1. Chỉ số xếp hạng môi trường kinh tế vĩ mô</b>	<b>58</b>	<b>23</b>	<b>24</b>
Chỉ số ổn định kinh tế vĩ mô	23	7	5
Mức độ chi tiêu lãng phí của chính phủ	68	16	30
Chỉ số về tín nhiệm tài chính của đất nước	68	42	45
<b>2. Chỉ số xếp hạng về các thể chế công</b>	<b>82</b>	<b>45</b>	<b>55</b>
Chỉ số về thi hành luật pháp và hợp đồng	55	45	54
Chỉ số về tham nhũng	97	52	60
<b>3. Chỉ số xếp hạng về công nghệ</b>	<b>92</b>	<b>43</b>	<b>62</b>
Chỉ số về sáng tạo công nghệ	79	37	70
Chỉ số về công nghệ thông tin	86	55	62
Chỉ số về chuyển giao công nghệ	66	4	37

*Nguồn: WEF 2004.*

Từ những những đánh giá trên cũng như kết quả nghiên cứu khác cho thấy, môi trường kinh doanh đối với các doanh nghiệp còn nhiều khó khăn, trở ngại. Để các doanh nghiệp này đứng vững và cạnh tranh được trong điều kiện hiện nay, bên cạnh sự vươn lên của các doanh nghiệp, đòi hỏi phải tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh.

## CHƯƠNG 3

# MỘT SỐ QUAN ĐIỂM, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Trong điều kiện kinh tế thị trường theo xu hướng toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế, để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, trước hết cần đổi mới căn bản nhận thức và quan điểm về cạnh tranh và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Trên cơ sở đó để hình thành hệ thống các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

### 3.1. MỘT SỐ QUAN ĐIỂM VÀ PHƯƠNG HƯỚNG NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

#### 3.1.1. Đổi mới nhận thức và quan điểm về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, cần nhận thức đúng cạnh tranh và năng lực cạnh tranh trong tình hình mới. Cụ thể như sau:

*Một là*, cần nhận thức đúng về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Một thời gian dài ở Việt Nam trước đây, cạnh tranh chỉ được nhìn nhận dưới góc độ tiêu cực: cạnh tranh gắn với đổ vỡ, cạnh tranh là tiêu diệt lẫn nhau, là "cá lớn nuốt cá bé". Nhận thức không đầy đủ về cạnh tranh đã dẫn tới không thừa nhận cạnh tranh, tạo ra sự độc quyền, nuôi dưỡng độc quyền trong nền kinh tế. Cho đến nay, việc hạn chế cạnh tranh, duy trì độc quyền đối với doanh nghiệp nhà nước trong một số ngành, lĩnh vực vẫn còn nặng nề. Trong điều kiện kinh tế thị trường hiện đại, cạnh tranh là động lực cho phát triển của doanh nghiệp và toàn bộ nền kinh tế. Cạnh tranh thúc đẩy các doanh nghiệp nâng cao năng lực sản xuất, kinh doanh (năng lực tổ chức quản lí, trình độ công nghệ, trình độ tay nghề...), nâng cao năng suất lao động và hiệu quả sử dụng nguồn lực. Theo ông Michael Fairbanks<sup>1</sup> - một chuyên

---

<sup>1</sup> Ông Michael Fairbanks là người lãnh đạo Tập đoàn OTF (Mỹ), nguyên là cố vấn kinh tế cho Đại sứ Mỹ tại Cônggô, từng làm cố vấn cho tổng thống, thủ tướng của nhiều quốc gia trên thế giới về tăng cường năng lực cạnh tranh của các nền kinh tế. Ông là tác giả cuốn sách "Cạnh tác trên biển" - được công nhận là cuốn sách hàng đầu về cạnh tranh. Ông đã chỉ đạo dự án ở hơn 15 nước và 20 ngành công nghiệp, từ hoá dầu ở Côlômbia cho đến các dự án bảo vệ cải cách ở Liên Xô trước đây.

gia nghiên cứu và tư vấn về năng lực cạnh tranh, thì cạnh tranh tạo động lực tối đa hoá hiệu quả sử dụng các nguồn lực trong nền kinh tế. Ngoài ra, cạnh tranh mang lại lợi ích cho người tiêu dùng vì được sử dụng hàng hoá rẻ hơn, chất lượng cao hơn, hậu mại tốt hơn.

Cạnh tranh không chỉ nhằm "tiêu diệt lẫn nhau", "cá lớn nuốt cá bé". Thực tế cho thấy, trong điều kiện kinh tế thị trường hiện đại, các doanh nghiệp với đủ loại quy mô từ cực lớn, lớn, vừa, nhỏ và cực nhỏ vẫn cùng tồn tại và phát triển. Mỗi loại quy mô đều tìm thấy chỗ đứng của mình. Các doanh nghiệp nhỏ và cực nhỏ vẫn tìm thấy "khe, ngách" để tồn tại và phát triển, nhiều doanh nghiệp loại này vươn lên thành các doanh nghiệp lớn. Như vậy, cạnh tranh không phải chỉ có tranh giành, mà cạnh tranh luôn đi với hợp tác, cạnh tranh trong sự hợp tác và bổ sung, hỗ trợ cho nhau. Với xu hướng hợp tác, liên kết trong sản xuất, kinh doanh, các doanh nghiệp có thể thực hiện một khâu trong dây chuyền sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp khác, trở thành đại lí, gia công hay hợp đồng thực hiện một số khâu trong dây chuyền đó.

Để bảo đảm cho cạnh tranh luôn được duy trì và phát huy được mặt tích cực của nó thì phải tạo lập môi trường cạnh tranh lành mạnh, tức là cạnh tranh phải đúng luật. Điều đó đòi hỏi phải tăng cường vai trò của Nhà nước trong việc tạo lập khung pháp luật để duy trì và khuyến khích cũng như kiểm soát cạnh tranh.

Cạnh tranh và độc quyền là hai mặt của quá trình phát triển. Các doanh nghiệp luôn hướng tới độc quyền nhằm mục đích định đoạt thị trường và thu lợi nhuận siêu ngạch. Độc quyền chỉ mang lại lợi ích trước mắt cho doanh nghiệp độc quyền. Về lâu dài, doanh nghiệp độc quyền sẽ mất động lực phát triển, dẫn tới suy thoái. Độc quyền làm tổn hại nền kinh tế và gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Do vậy, việc tạo lập và duy trì môi trường cạnh tranh, chống độc quyền là vấn đề then chốt và có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển kinh tế đất nước trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

*Hai là, năng lực cạnh tranh là kết quả tổng hợp của nhiều yếu tố và chịu tác động của nhiều nhân tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp.*

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng giành được lợi ích kinh tế thông qua việc tranh đua để giành những điều kiện sản xuất hoặc tiêu thụ hàng hoá. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trước hết thể hiện khả năng của doanh nghiệp về quản lí, tiếp thị, trình độ công nghệ... Tuy nhiên, năng lực cạnh tranh không đơn thuần chỉ là số cộng các năng lực đó, mà còn là sự phù hợp của năng lực bên trong với nhu cầu thị trường và với điều kiện bên ngoài.

Do vậy, để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, bên cạnh việc nâng cao năng lực bên trong doanh nghiệp thì cần tạo lập môi trường bên ngoài doanh nghiệp nhằm tạo điều kiện thuận lợi và quan trọng hơn là tạo động lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

*Ba là, nâng cao năng lực cạnh tranh là vấn đề sống còn đối với doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.*

Hội nhập kinh tế quốc tế làm cho áp lực cạnh tranh tăng lên rất lớn. Các doanh nghiệp phải cạnh tranh với hàng hoá từ bên ngoài, với các nhà đầu tư từ bên ngoài trên thị trường nội địa và cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Trong bối cảnh đó, nếu sức cạnh tranh thấp, doanh nghiệp sẽ bị thôn tính, sáp nhập và thậm chí bị phá sản.

*Bốn là, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là quá trình lâu dài, phức tạp và thường xuyên, liên tục.*

Để nâng cao năng lực cạnh tranh đòi hỏi phải nâng cao năng lực quản lí, tiếp thị, nâng cao trình độ công nghệ, tay nghề của công nhân... Tất cả các yếu tố này không thể có được trong một sớm, một chiều mà phải đầu tư lâu dài, thậm chí tốn nhiều công sức và tiền của. Ngoài ra, việc nâng cao năng lực cạnh tranh không phải thực hiện một lần là xong mà đòi hỏi phải tiến hành thường xuyên, liên tục. Khi đạt được một mức độ nhất định về chất lượng, hiệu quả, mẫu mã, trình độ quản lí, công nghệ... nếu doanh nghiệp hài lòng, tự mãn với kết quả đó thì cũng đồng cũng đồng nghĩa với việc bị loại ra khỏi cuộc chơi trong tương lai gần.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, cần thống nhất một số quan điểm sau đây:

*Một là*, việc nâng cao năng lực cạnh tranh cần được thực hiện đồng bộ nhiều khâu, nhiều yếu tố, tuy nhiên cần chú trọng tập trung vào khâu then chốt, có tính quyết định.

Trong cơ chế thị trường, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cần nắm được nhu cầu, thị hiếu, các lực lượng cung trên thị trường. Điều đó đòi hỏi phải tổ chức tiếp thị tốt, người quản lý phải hiểu biết, dự báo được cầu và sự vận động của nhu cầu, thị hiếu; phải nâng cao năng lực quản lý và đây được coi là khâu rất quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh cần nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả. Điều này đòi hỏi nỗ lực rất lớn trên mọi mặt của doanh nghiệp: từ đổi mới công nghệ, đổi mới tổ chức, nâng cao tay nghề cho người lao động, nâng cao năng lực quản lý, có chiến lược marketing tốt... Tuy nhiên, tất cả các yếu tố đó đều không nằm ngoài vấn đề nâng cao năng lực của con người trong doanh nghiệp. Do đó, đầu tư vào "vốn con người", đào tạo đội ngũ nhân viên và quản lý là những khâu trung tâm trong chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Như ông Michael Fairbanks - chuyên gia tư vấn về năng lực cạnh tranh đã viết: Sự phát triển kinh tế trong tương lai sẽ phụ thuộc vào nguồn nhân lực tinh nhuệ và thái độ tích cực cạnh tranh, học hỏi, tin tưởng, hợp tác và đầu tư vào các yếu tố lợi thế phức tạp.

*Hai là*, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bảo đảm tính vững chắc, tức là có thể duy trì khả năng lâu dài và liên tục cả trong hiện tại và tương lai. Để bảo đảm tính vững chắc, việc nâng cao năng lực cạnh tranh cần dựa trên lợi thế so sánh động, không nên phụ thuộc quá lớn vào lợi thế lao động rẻ, tài nguyên sẵn có. Theo ông Michael Fairbanks - chuyên gia tư vấn về năng lực cạnh tranh, cạnh tranh về sản phẩm thô làm nghèo quốc gia vì chủ yếu là dựa trên sự cạnh tranh về giá, tức là giảm giá nhân công và nguyên liệu.

Ngoài ra, để bảo đảm tính bền vững thì việc nâng cao năng lực cạnh tranh phải dựa trên các biện pháp lành mạnh (đúng luật), khoa học (đúng quy luật, vận dụng thành tựu khoa học - công nghệ) và phù hợp với xu thế chung như thân thiện với môi trường và chú trọng khía cạnh xã hội của sự phát triển.

*Ba là*, việc nâng cao năng lực cạnh tranh không chỉ là nhiệm vụ của các

doanh nghiệp, mà là nhiệm vụ của tất cả cơ quan chính quyền và của toàn xã hội, là một trong những giải pháp quan trọng nhất để thực hiện thành công sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

### **3.1.2. Những phương hướng cơ bản về nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp**

Từ những quan điểm nêu trên, cần tập trung vào một số định hướng lớn trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp như sau.

*Một là*, nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp cần dựa trên năng suất và hiệu quả sản xuất - kinh của bản thân các doanh nghiệp. Trong điều kiện kinh tế thị trường, năng lực cạnh tranh có được nhờ phát huy được lợi thế so sánh và lợi thế cạnh tranh. Muốn vậy, các doanh nghiệp cần sử dụng có hiệu quả các nguồn lực, ứng dụng khoa học - công nghệ vào sản xuất, nâng cao năng lực quản lí và trình độ tay nghề,... trên cơ sở đó để nâng cao năng suất, nâng cao chất lượng, hạ giá thành tương đối. Như vậy, năng suất, chất lượng, hiệu quả trở thành mấu chốt để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

*Hai là*, nâng cao năng lực cạnh tranh cần dựa trên cơ sở vững chắc, tức là chủ yếu dựa trên lợi thế so sánh động, lợi thế cạnh tranh, chứ không phải chủ yếu dựa trên lợi thế so sánh của các yếu tố truyền thống như lao động rẻ, tài nguyên sẵn có,... Điều đó cũng nghĩa là nâng cao năng lực cạnh tranh trên cơ sở nâng cao chất lượng sản phẩm, mẫu mã, sự tiện dụng, ích lợi,... hay nói cách khác là cung cấp các giá trị gia tăng cho khách hàng.

*Ba là*, nâng cao năng lực cạnh tranh cần phù hợp xu thế phát triển nền kinh tế hiện đại, đó là phát triển kinh tế tri thức, nâng cao hàm lượng khoa học trong sản phẩm, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin vào sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

*Bốn là*, nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phù hợp với xu thế toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế. Điều này có nghĩa đặt các doanh nghiệp trong thị trường toàn cầu hoá với xu thế tự do hoá thương mại, đầu tư, tài chính. Do vậy, đòi hỏi các doanh nghiệp phải điều chỉnh rất lớn: từ chiến lược cạnh tranh đến các biện pháp cụ thể, từ thị trường trong nước đến thị

trường quốc tế,... phù hợp với bối cảnh hiện nay. Các doanh nghiệp, dù là doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng không chỉ có chăm chú vào thị trường trong nước, đáp ứng nhu cầu của thị trường truyền thống, mà cần thích ứng với sự thay đổi rộng lớn trên thế giới.

Năm là, việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cần phải gắn với tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi, an toàn, ổn định, bình đẳng và có tính cạnh tranh cao. Như vậy, trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp có vai trò rất quan trọng của các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp như Nhà nước, thị trường, các yếu tố quốc tế. Chung quy lại, đó là vai trò của nhà nước, của các cấp, các ngành và tất cả các chủ thể trong nền kinh tế. Điều đó có nghĩa là:

- Tạo lập thể chế (khung khổ pháp luật, chính sách) thuận lợi, an toàn để các doanh nghiệp tiếp cận có tính cạnh tranh đối với các nguồn lực đầu vào như nguyên liệu, năng lượng, đất đai, công nghệ, vốn, lao động, chất xám...

- Thúc đẩy sự hình thành và phát triển các loại thị trường một cách đồng bộ và hiệu quả, bao gồm cả các thị trường đầu vào như đất đai, lao động, vốn, dịch vụ phát triển kinh doanh... đến các thị trường hàng hoá, dịch vụ đầu ra. Điều quan trọng là bảo đảm cho thị trường ổn định, hạn chế và giảm thiểu tác hại của những biến động thị trường, tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các doanh nghiệp, xử lý những vi phạm quy luật thị trường làm hạn chế cạnh tranh, cạnh tranh không bình đẳng, cạnh tranh trái luật.

- Tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc gia nhập thị trường, trong quá trình hoạt động và cả trong trường hợp phá sản doanh nghiệp. Trong đó, cần tạo điều kiện thuận lợi và hỗ trợ từ khâu đăng kí kinh doanh, hỗ trợ về đất đai, mặt bằng sản xuất, chuyển giao công nghệ, đào tạo nghề, hỗ trợ xúc tiến thương mại...

## **3.2. NHỮNG GIẢI PHÁP CƠ BẢN NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

### **3.2.1. Nâng cao năng lực hoạt động của các doanh nghiệp**

#### **3.2.1.1. *Đổi mới tổ chức, nâng cao trình độ và năng lực quản lí doanh nghiệp***

Trình độ tổ chức và quản lí doanh nghiệp là một trong những yếu tố quyết định tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.



Trình độ tổ chức thể hiện trước hết ở việc bố trí, sắp xếp các bộ phận quản lí, các khâu sản xuất, sử dụng con người trong từng bộ phận, từng khâu. Để nâng cao trình độ tổ chức quản lí doanh nghiệp, cần hiện đại hoá quản lí theo hướng đổi mới căn bản mô hình tháp truyền thống, áp dụng linh hoạt các mô hình tổ chức quản lí hiện đại, linh hoạt như mô hình tổ chức mạng lưới, ma trận. Lựa chọn mô hình tổ chức doanh nghiệp phù hợp nhằm phát huy được vai trò của các bộ phận trong doanh nghiệp, tạo ra sự gắn kết trong doanh nghiệp, đồng thời mở ra khả năng hợp tác với bên ngoài, khả năng huy động nguồn lực tốt hơn. Chẳng hạn, các doanh nghiệp cần nghiên cứu để chuyển từ loại hình DNTN và công ty TNHH phổ biến như hiện nay thành công ty cổ phần để tăng cường huy động vốn có điều kiện để niêm yết và giao dịch trên sàn chứng khoán. Các DNNN cần chuyển đổi nhanh sang mô hình công ty nhà nước để tăng cường tính tự chủ, tăng tính năng động, sáng tạo trong hoạt động kinh doanh.

Trình độ và năng lực của đội ngũ cán bộ quản lí doanh nghiệp không chỉ thể hiện ở trình độ đào tạo, kiến thức về tất cả những ngành và lĩnh vực có liên quan đến doanh nghiệp, mà còn là kỹ năng lãnh đạo và quản lí, kỹ năng lập chiến lược, kế hoạch, tổ chức thực hiện, năng lực sử dụng phương pháp quản lí, năng lực thuyết phục...

Để nâng cao trình độ và năng lực quản lí doanh nghiệp, cần tích cực đào tạo đội ngũ cán bộ quản lí doanh nghiệp, cung cấp những kiến thức chuyên môn, kiến thức về quản lí, về pháp luật, tin học, ngoại ngữ... Thường xuyên rèn luyện kỹ năng quản lí từng mặt công việc trong doanh nghiệp. Ngoài ra, cần tăng cường đầu tư cho hoạt động đào tạo và đạo tạo lại cán bộ quản lí doanh nghiệp, lựa chọn nội dung, chương trình phù hợp.

Để nâng cao năng lực quản lí, các doanh nghiệp cần tích cực và chủ động áp dụng quy trình quản lí chất lượng hiện đại: ISO 9000, TQM, HACCP, GMP, Q-base v.v. và duy trì hoạt động các quy trình này một cách thường xuyên, liên tục, không nên coi việc có được giấy chứng nhận chất lượng là mục đích của doanh nghiệp.

Ngoài ra, cần áp dụng các phương pháp quản lí khoa học, trong đó đặc biệt là phương pháp phân tích điểm mạnh - điểm yếu - cơ hội - thách thức (SWOT) hiện đang được sử dụng khá phổ biến và có hiệu quả cao; sử dụng các công cụ trợ giúp ra quyết định quản lí dựa trên mô hình được vi tính hoá.

Năng lực quản lý của doanh nghiệp thể hiện cụ thể trên nhiều mặt, trong đó đặc biệt là năng lực hoạt động chiến lược kinh doanh và chiến lược cạnh tranh của doanh nghiệp. Đó là những công cụ quản lý, có tác động lớn đến việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Hoạch định chiến lược kinh doanh và chiến lược cạnh tranh gồm: xác định mục tiêu, xác định các biện pháp, bố trí các nguồn lực, các phương pháp thực hiện.

Trong điều kiện hiện nay, việc hoạch định chiến lược kinh doanh và chiến lược cạnh tranh cần dựa vào năng lực của doanh nghiệp và bối cảnh, điều kiện của môi trường kinh doanh. Có thể tham khảo mô hình lựa chọn chiến lược kinh doanh của Mc. Kinsey như Bảng 3.1 dưới đây.

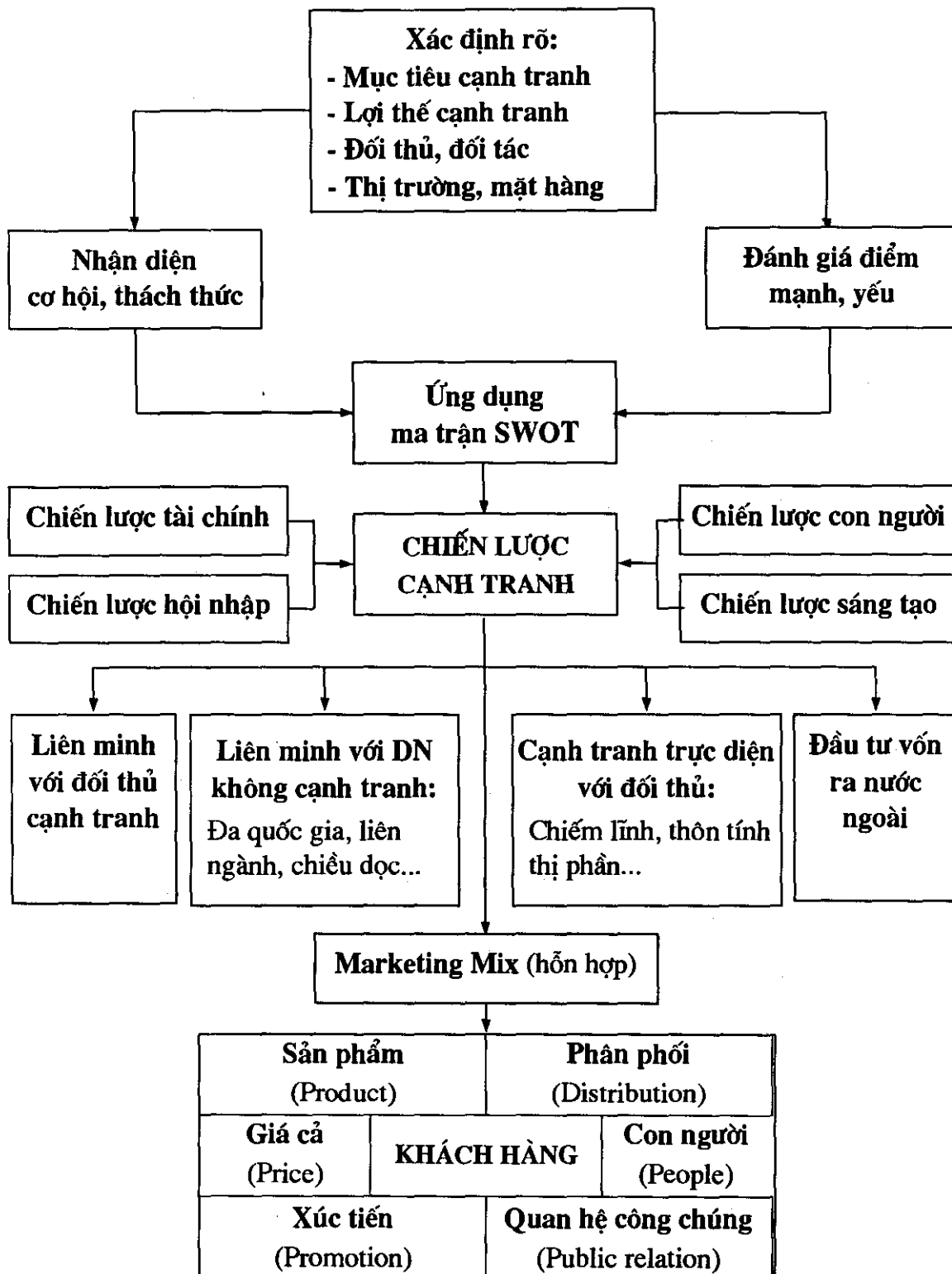
**Bảng 3.1: Mô hình lựa chọn chiến lược của doanh nghiệp**

<i>Tình hình môi trường kinh doanh</i>	<b>Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp</b>		
	<i>Mạnh</i>	<i>Trung bình</i>	<i>Yếu</i>
Cơ hội thuận lợi là chủ yếu	Đầu tư, mở rộng thị trường	Hợp nhất theo chiều ngang	- Cơ cấu lại - Chuyển hướng sản xuất
Vừa có cơ hội thuận lợi vừa có khó khăn, thách thức	Chiến lược kinh doanh	Chiến lược cạnh tranh	Chiến lược kinh doanh quốc tế
Bất lợi là chủ yếu	- Tận dụng cơ hội "hót váng"	- Chuyển hướng kinh doanh - Chiến lược thị trường ngách	- Giải thể hoặc sáp nhập

Nhìn vào mô hình này, có 9 khả năng mà DN có thể lựa chọn tùy thuộc vào điều kiện môi trường kinh doanh và năng lực tại mỗi thời điểm của DN: nếu năng lực cạnh tranh của DN đủ mạnh và môi trường kinh doanh có nhiều cơ hội, thuận lợi thì DN có thể tăng cường đầu tư, mở rộng thị trường; ngược lại, nếu năng lực cạnh tranh của DN quá yếu và môi trường có nhiều bất lợi, khó khăn thì DN có thể sáp nhập vào DN khác hoặc thậm chí phá sản.

Trên cơ sở chiến lược kinh doanh, doanh nghiệp có thể hình thành chiến lược cạnh tranh trên cơ sở khai thác các nguồn lực của doanh nghiệp, định hướng vào thị trường, khách hàng... (như mô hình ở Hình 3.1).

**Hình 3.1: Mô hình chiến lược cạnh tranh của doanh nghiệp**



Nguồn: [36].

Mô hình trên cho thấy, để xác định chiến lược cạnh tranh của doanh

ngành, cần xác định rõ mục tiêu cần đạt, lợi thế của doanh nghiệp, các đối thủ và đối tác của doanh nghiệp, mặt hàng và thị trường. Trên cơ sở đó, đánh giá điểm mạnh, điểm yếu của doanh nghiệp và những cơ hội, thách thức đối với doanh nghiệp dựa trên phương pháp phân tích SWOT. Hỗ trợ cho chiến lược cạnh tranh là chiến lược tài chính, chiến lược phát triển bằng hội nhập, chiến lược con người và chiến lược sáng tạo. Nội dung của chiến lược cạnh tranh của doanh nghiệp cần hướng vào hỗn hợp marketing (mix), trong đó trọng tâm là khách hàng với các yếu tố cơ bản gồm: sản phẩm, giá cả, vị trí (phân phối), xúc tiến bán hàng, con người và quan hệ công chúng.

### **3.2.1.2. Nâng cao năng lực marketing của doanh nghiệp**

Năng lực tiếp thị được coi là yếu tố quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Nâng cao năng lực tiếp thị cần thiết phải thực hiện các biện pháp đồng bộ về nghiên cứu thị trường, mặt hàng (sản phẩm), giá cả, phân phối, xúc tiến bán hàng,...

*Một là, chiến lược sản phẩm:* xác định rõ sản phẩm gắn với từng loại thị trường (theo phân khúc thị trường) và bảo đảm đủ về số lượng, chất lượng. Nâng cao chất lượng sản phẩm bao gồm cả giá trị sử dụng như tính năng, công dụng và cả các giá trị cảm quan như kiểu dáng, mẫu mã, nhãn mác của sản phẩm. Cụ thể một số mặt như sau:

- Nâng cao chất lượng sản phẩm: đối với những doanh nghiệp có tiềm lực mạnh thì tiến hành đổi mới công nghệ một cách đồng bộ để tăng giá trị sử dụng và giá trị cảm quan của sản phẩm; đối với các doanh nghiệp nguồn lực hạn hẹp, có thể bắt đầu bằng việc cải tiến mẫu mã, kiểu dáng - là khâu cần ít vốn hơn, làm cơ sở cho việc đầu tư chiều sâu trong bước tiếp theo. Ngoài ra, cần nâng cao tay nghề của đội ngũ công nhân, trong đó cần chú ý đến khâu thiết kế, cải tiến mẫu mã, kiểu dáng, kích cỡ, bao gói. Đây đang là khâu yếu nhất của nhiều doanh nghiệp Việt Nam. Để nâng cao chất lượng sản phẩm DN cần chú ý những vấn đề sau:

+ Cần lấy việc nâng cao chất lượng sản phẩm làm mục tiêu phấn đấu ở tất cả các bộ phận. Các nhà quản lý các cấp và người lao động trong DN phải nhiệt tình ủng hộ triết lý nâng cao chất lượng và hoạt động tốt để thực hiện triết lý này. DN phải tạo ra cho người lao động ý thức quen với việc sản xuất hàng hoá theo tiêu chuẩn. Đó có thể là tiêu chuẩn cơ sở, tiêu chuẩn ngành,

tiêu chuẩn Việt Nam, tiêu chuẩn nước ngoài hoặc tiêu chuẩn quốc tế. Cần tạo ra cho người lao động trong DN sự hứng khởi trong công việc, giúp họ xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ phải làm. Để kích thích ý thức nâng cao chất lượng và tính sáng tạo đòi hỏi DN phải xây dựng được một hệ thống đánh giá đúng đắn kết quả công việc cá nhân và tập thể - lấy đó làm cơ sở cho việc trả công và tiến cử.

+ Tăng cường đầu tư, đổi mới trang thiết bị, công nghệ, nghiên cứu, áp dụng tiến bộ khoa học - kỹ thuật gắn liền với đầu tư cho hoạt động đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, để tạo ra đội ngũ người lao động không chỉ sử dụng thành thạo mà còn có khả năng làm chủ, sửa chữa, cải tạo dây chuyền công nghệ, máy móc thiết bị. Đối với công nghệ hiện đại, mới đầu tư DN phải tập huấn thật kỹ cho người lao động cơ chế vận hành, cách thức phát hiện và khắc phục nhanh các sự cố. Thực hiện tốt giải pháp này không những tạo cho DN đội ngũ lao động, sản phẩm có chất lượng mà còn giúp DN giảm được các chi phí phát sinh.

+ Áp dụng hệ thống quản lý tiên tiến, các công cụ và giải pháp nâng cao năng suất, chất lượng. DN cần luôn theo dõi, kiểm tra, giám sát các quá trình tác nghiệp trong DN ở mọi khâu để đảm bảo những hoạt động đó phù hợp với yêu cầu của hệ thống quản lý.

- Có chiến lược đa dạng hoá sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng, tăng tính chất hỗ trợ giữa các mặt hàng, khai thác năng lực đa dạng của doanh nghiệp đồng thời phân tán rủi ro đối với sản phẩm. Để đa dạng hoá sản phẩm, cần đầu tư nghiên cứu, đổi mới công nghệ.

- Chuyên môn hoá, chuyên biệt hoá sản phẩm: tạo lợi thế cạnh tranh trên cơ sở chất lượng cao, tiết kiệm chi phí nhờ yếu tố quy mô sản xuất và kinh nghiệm.

- Chú trọng phát triển sản phẩm mới: đáp ứng nhu cầu khách hàng rất đa dạng và thường xuyên thay đổi.

*Hai là, có chiến lược giá cả phù hợp:* giá cả là yếu tố rất quan trọng trong cạnh tranh trên thị trường hiện nay. Giá cả hàng hoá dựa trên quan hệ cung - cầu thị trường và chịu sự chi phối của nhu cầu, thị hiếu, mùa vụ. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần có chiến lược giá nói chung và giá cả của từng sản phẩm trong từng giai đoạn cụ thể. Phương châm kinh doanh chủ yếu là giá

thấp trên khối lượng tiêu thụ lớn, giá cả linh hoạt và có tính cạnh tranh cao. Muốn vậy, doanh nghiệp cần bảo đảm tốt nguồn lực, khai thác tốt tiềm năng và tiết kiệm chi phí tối đa, giảm giá thành tương đối.

Để giảm giá thành sản phẩm các doanh nghiệp cần tăng cường sử dụng nguồn nguyên liệu trong nước, nguyên liệu tại chỗ với giá cả thấp hơn và chủ động hơn. Ngoài ra, DN Việt Nam cần nâng cao nhận thức của mọi thành viên trong DN về ý nghĩa sống còn của việc giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành sản phẩm để từ đó khơi dậy khả năng sáng tạo, phát huy trí tuệ của từng cá nhân và tập thể trong hoạt động sản xuất thực tế nhằm tìm cách tối thiểu hoá chi phí sản xuất, đặc biệt là chi phí nguyên liệu, chi phí quản lý. DN cần rà soát, sắp xếp, bố trí lại các công đoạn, qui trình sản xuất để xác định mức độ hợp lý, khoa học, đảm bảo tính tiết kiệm nguyên liệu, thời gian và công sức của người lao động. Cần chú ý tìm cách sử dụng hiệu quả nhất các nguyên vật liệu dư thừa hoặc bị thải loại trong quá trình sản xuất. Đồng thời, DN cần khai thác tối đa công suất của máy móc thiết bị. Tận dụng những tính năng còn tốt, đi đôi với nâng cấp, cải tiến máy móc hiện có. DN cần tinh giản bộ máy theo hướng gọn nhẹ, hiệu quả để không những có thể cắt giảm được chi phí lao động không cần thiết mà còn tạo điều kiện để nâng cao thu nhập từ đó kích thích người lao động phát huy hết năng lực sáng tạo.

Bên cạnh các biện pháp kinh tế kỹ thuật để cắt giảm chi phí, một biện pháp mang tính chiến lược cạnh tranh là định giá sản phẩm trên từng thị trường hay đoạn thị trường trọng điểm nào đó. Tức là quyết định về giá ban đầu cho các đối tượng khách hàng khác nhau, về giá thay đổi hiện tại, giá cả cho từng chủng loại sản phẩm, mức độ và khả năng kiểm soát giá trên các thị trường xuất khẩu khác nhau trên cơ sở chi phí bởi lẽ cạnh tranh trên thị trường DN phải chịu tác động của nhiều yếu tố như cung cầu trên thị trường quốc tế, thói quen, tập quán tiêu dùng, mức giá của đối thủ cạnh tranh... Để có được mức giá thích hợp, cần thiết phải nghiên cứu và theo dõi những biến động của thị trường theo thời gian, mùa vụ, nhu cầu và thị hiếu, tình hình cạnh tranh, chính sách giá của đối thủ cạnh tranh và độ co giãn của cầu theo giá.

*Ba là, có chiến lược thị trường:* thị trường là một môi trường kinh doanh và là một nhân tố định hướng hoạt động của doanh nghiệp. Do vậy, chiến lược thị trường đặt ra cho doanh nghiệp phải nghiên cứu thị trường nhằm nắm được thông tin cần thiết về cung, cầu, giá cả, đối thủ cạnh tranh.

Nghiên cứu thị trường còn giúp cho doanh nghiệp tổ chức tốt hệ thống sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, lựa chọn và phân đoạn thị trường phù hợp.

Các doanh nghiệp cần chủ động tìm hiểu khách hàng, thị trường, công nghệ,... để đưa ra các sản phẩm phù hợp. Sự thích ứng của sản phẩm với một thị trường phụ thuộc vào 2 yếu tố cơ bản: mức độ chấp nhận của người tiêu dùng cuối cùng và mức độ sẵn sàng chấp nhận của các khách hàng trung gian (nhà nhập khẩu, nhà bán buôn, nhà bán lẻ). Để tăng cường tính thích ứng của sản phẩm với thị trường DN cần nghiên cứu sản phẩm của các DN cạnh tranh; nghiên cứu về ý định mua của khách hàng và đánh giá mức độ đồng ý mua, sử dụng sản phẩm của họ; nghiên cứu và dự đoán khả năng phản ứng của người tiêu dùng và việc chấp nhận sản phẩm; làm thích ứng sản phẩm với nhu cầu của từng thị trường xuất khẩu.

Doanh nghiệp có thể tiến hành nghiên cứu thị trường bằng nhiều kênh, nhiều cách: thu thập thông tin từ các phương tiện thông tin đại chúng, đặc biệt là từ báo chí chuyên ngành; trực tiếp với khách hàng thông qua hệ thống tiêu thụ, đại lí; tổ chức điều tra, khảo sát khách hàng; tổ chức hội nghị khách hàng; tham gia các hội chợ trong nước và quốc tế.

Nghiên cứu thị trường nhằm nắm nhu cầu của khách hàng trên thị trường, giá cả, dung lượng thị trường, các tham số thuộc về môi trường kinh doanh. Từ đó có thể lựa chọn được mặt hàng kinh doanh, đối tượng giao dịch, phương thức kinh doanh sao cho đạt được hiệu quả cao nhất. Nghiên cứu thị trường bao gồm các bước quan sát, phân tích và dự đoán về tình hình thị trường, dự đoán về tình hình chung như phát triển kinh tế xã hội ở các nước và khu vực có liên quan, dung lượng thị trường, tình hình tài chính tiền tệ, chính sách và tập quán buôn bán làm cơ sở hình thành chiến lược thâm nhập thị trường.

Công tác nghiên cứu thị trường phải được tiến hành song song cả trong phạm vi nội địa và quốc tế. Các DN Việt Nam nói chung đều rất hiểu những đặc điểm chung của thị trường nội địa nhưng chưa nắm bắt được nhu cầu đối với từng hàng hoá cụ thể, bằng chứng là rất nhiều loại hàng hoá Trung Quốc được người tiêu dùng Việt Nam rất ưa chuộng, trong khi các sản phẩm cùng loại của Việt Nam lại ít được biết đến. Do đó, để đứng vững trên thị trường nội địa đòi hỏi các DN Việt Nam phải thật sự coi trọng đầu tư nguồn lực vật chất và con người cho hoạt động nghiên cứu thị trường nội địa.

Cho đến hiện nay, hoạt động nghiên cứu thị trường quốc tế của đa số các DN Việt Nam không chủ động và thiếu kế hoạch. DN gần như lựa chọn theo cách thức phản ứng lại với thị trường. Trong tương lai, các DN xuất khẩu cần phải cố gắng chuyển từ tiếp cận thị trường một cách "phản ứng" hay bị động sang tiếp cận "tích cực", tức là có định hướng, mục tiêu và chiến lược rõ ràng. DN phải chủ động lựa chọn thị trường và tiến hành phân đoạn khách hàng trên các thị trường trên cơ sở đó xác định mặt hàng kinh doanh và thị trường xuất khẩu các mặt hàng cho một giai đoạn nhất định. Phương thức này sẽ đảm bảo tính hệ thống và tính kế hoạch trong việc lựa chọn thị trường xuất khẩu. Để thực hiện được công việc này DN cần tìm hiểu và thường xuyên cập nhật thông tin về các thị trường.

Để tăng hiệu quả công tác nghiên cứu thị trường, các doanh nghiệp cần chú trọng đầu tư cho hoạt động nghiên cứu, thu thập, phân tích thông tin, đầu tư phát triển nguồn nhân lực nghiên cứu thị trường.

*Bốn là, tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại.* DN cần chú trọng hoạt động xúc tiến thương mại. Trước hết, cần chú trọng hoạt động quảng cáo trên báo chí, đài, tivi và các phương tiện truyền thông khác nhằm thực hiện ba mục tiêu là thông tin, thuyết phục và gợi nhớ tới khách hàng. Ngoài ra, hoạt động quảng cáo còn nhằm khuyếch trương thanh thế, uy tín của doanh nghiệp, quảng bá những tính năng nổi trội của sản phẩm và những dịch vụ thuận tiện kèm theo. Ngoài các phương tiện thông tin đại chúng, doanh nghiệp cần tận dụng mọi cơ hội để quảng bá sản phẩm như thông qua hội chợ trong nước và quốc tế, sử dụng hình thức catalogue, các tập giấy gấp. Trong hoạt động quảng cáo, cần xác định rõ đối tượng quảng cáo, mục đích cần đạt (thông báo, thuyết phục hay nhắc nhở), lựa chọn phương tiện quảng cáo, bố trí tài chính cho quảng cáo và đánh giá kết quả. Hơn nữa, DN cần thông qua hệ thống thương vụ tại các sứ quán của Việt Nam ở nước ngoài và các hệ thống khác để quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp ra bên ngoài.

Tuy nhiên, hoạt động quảng bá của doanh nghiệp chỉ có hiệu quả lâu bền nếu việc quảng cáo gắn với nâng cao chất lượng sản phẩm và các dịch vụ hậu mại hoàn hảo.

*Năm là,* DN cần thiết lập hệ thống kênh phân phối phù hợp để nâng cao năng lực thâm nhập thị trường. Các doanh nghiệp cần tổ chức lại hệ thống phân phối trên cơ sở loại bỏ các kênh phân phối được hình thành theo tư duy



cũ, không còn phù hợp, thiết lập kênh phân phối hiện đại, chẳng hạn như mô hình phân phối theo chiều dọc. Theo mô hình này, tham gia vào kênh phân phối có nhiều chủ thể khác nhau bao gồm từ nhà sản xuất, nhà bán buôn, bán lẻ...), liên kết với nhau chặt chẽ, bền vững do một chủ thể chỉ đạo (thường là do nhà sản xuất). Để tạo lập được một kênh phân phối hiệu quả, các doanh nghiệp cần nghiên cứu, thiết kế hệ thống, xác định đối tác và quy mô hàng hoá, quy mô chi nhánh, xây dựng mạng lưới, tuyển chọn nhân sự.

Ngoài ra, các DN sản xuất cũng như các doanh nghiệp thương mại có thể tổ chức hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ theo phương thức truyền thống (chào hàng, tư vấn lựa chọn, bao gói hàng, dịch vụ sau bán hàng,...) hoặc tổ chức theo đầu mối lớn như siêu thị tự chọn.

Trong nền kinh tế hiện đại với sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, các doanh nghiệp cần nghiên cứu và sớm áp dụng hệ thống phân phối qua thương mại điện tử.

Để cho hệ thống phân phối hoạt động hiệu quả, các doanh nghiệp cần chuẩn bị những điều kiện cần thiết, trong đó đặc biệt cần chú trọng văn minh về mặt hàng, đạo đức và tín nhiệm, kỹ thuật và công nghệ, các giá trị thẩm mỹ, văn minh trong dịch vụ khách hàng.

*Sáu là, chú trọng đầu tư xây dựng và quảng bá thương hiệu của doanh nghiệp.* Thương hiệu doanh nghiệp là tài sản vô hình của doanh nghiệp, là công cụ bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp. Cùng với chất lượng sản phẩm, thương hiệu góp phần quan trọng vào nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Tuy vậy, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đến nay vẫn chưa chú trọng đúng mức thương hiệu và bảo vệ thương hiệu của mình. Để có thương hiệu mạnh, doanh nghiệp chú ý một số điểm như sau:

- Phải xây dựng và phát triển sáng tạo thương hiệu: trên cơ sở ngành hàng kinh doanh, xu hướng phát triển của ngành hàng, đặc tính của thị trường, chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp và cảm xúc của khách hàng. Hiện nay, thương hiệu của nhiều doanh nghiệp mang tên chủ doanh nghiệp, dài và khó nhớ. Do vậy, các doanh nghiệp có thể tổ chức đấu thầu thiết kế thương hiệu, thuê chuyên gia hay tham vấn các chuyên gia về thương hiệu.

- Xây dựng thương hiệu cần phải đi đôi với bảo vệ thương hiệu. Do đó, việc đăng kí bảo sở hữu công nghiệp, đăng kí độc quyền nhãn hiệu hàng hoá

là rất cần thiết và cần được coi trọng. Song song với việc đăng kí bảo hộ thương hiệu, cần mở rộng thị phần, nâng cao chất lượng hàng hoá và dịch vụ sau bán hàng để củng cố và tăng uy tín của thương hiệu. Ngoài ra, cần chú trọng quảng bá thương hiệu ở trong nước và nước ngoài.

### **3.2.1.3. *Nâng cao năng lực sáng tạo trong doanh nghiệp***

Trong nền kinh tế thị trường hiện đại với xu hướng phát triển kinh tế tri thức hiện nay, các doanh nghiệp cần chú trọng nâng cao năng lực sáng tạo, bao gồm từ phát minh, sáng chế đến cải tiến quy trình sản xuất, đổi mới sản phẩm,... Ngoài việc mua sắm thiết bị, công nghệ mới, mua bản quyền sản xuất, các doanh nghiệp cần chú ý tới việc tạo ra bầu không khí lao động sáng tạo và có những biện pháp thưởng thích đáng cho những sáng kiến của nhân viên, người lao động trong doanh nghiệp. Ngoài ra, cần chú trọng liên kết với các cơ sở nghiên cứu khoa học, các trường, viện.

### **3.2.2. *Sử dụng có hiệu quả các nguồn lực của doanh nghiệp***

#### **3.2.2.1. *Sử dụng có hiệu quả nguồn vốn, tài sản của doanh nghiệp***

Vốn là nguồn lực và là đầu vào quan trọng đối với doanh nghiệp. Do vậy, sử dụng nguồn vốn có hiệu quả có tác động rất lớn đến nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Điều đó càng quan trọng trong điều kiện hiện nay, khi hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam có quy mô vốn nhỏ bé, khả năng huy động vốn hạn chế.

Để sử dụng nguồn vốn hiệu quả, các doanh nghiệp cần chú trọng một số vấn đề như:

- Đánh giá lại vốn và nguồn vốn của doanh nghiệp: từ quy mô, cơ cấu, mức độ đáp ứng của vốn đến hiệu quả sử dụng vốn của doanh nghiệp. Việc đánh giá có thể theo định kỳ, thông qua kiểm soát tài chính nội bộ hay thuê kiểm toán độc lập.

- Cơ cấu lại nguồn vốn, tài sản: giữa tài sản lưu động - tài sản cố định, đồng thời điều chỉnh lại vốn lưu động trong các khâu của quá trình SXKD cho hợp lí (dự trữ nguyên liệu, dự trữ hàng hoá, tiền lương...). Mỗi khâu đòi hỏi phải có định mức hợp lí và đồng bộ.

- Sử dụng hợp lí và tiết kiệm nguồn vốn, tài sản trong doanh nghiệp. Đối với tài sản cố định, cần lựa chọn các phương pháp khấu hao thích hợp để

vừa đảm bảo thu hồi vốn nhanh, bảo toàn được vốn, vừa ít gây ra những biến động lớn trong giá thành; nâng cao hiệu suất sử dụng tài sản cố định bằng cách tận dụng tối đa công suất của máy móc thiết bị; giảm thời gian tác nghiệp; hợp lý hoá dây chuyền công nghệ, bảo dưỡng máy móc.

Đối với vốn lưu động, cần xác định số vốn lưu động cần thiết trong kỳ kinh doanh nhằm đảm bảo đủ vốn cần thiết tối thiểu cho quá trình SXKD và thúc đẩy tốc độ luân chuyển vốn. Tổ chức khai thác các nguồn tài trợ vốn lưu động với chi phí thấp nhất. Đẩy mạnh tiêu thụ hàng hoá, xử lý kịp thời các vật tư hàng hoá chậm luân chuyển, áp dụng các hình thức tín dụng thương mại. Thường xuyên tiến hành phân tích tình hình sử dụng vốn lưu động thông qua một số chỉ tiêu như: vòng quay vốn lưu động, hiệu suất sử dụng vốn lưu động, hệ số nợ... để điều chỉnh kịp thời.

Đối với DNNN để nâng cao hiệu quả sử dụng vốn nhà nước cần xác định rõ cơ chế quản lý vốn nhà nước tại DN, trong đó đặc biệt cần làm sáng tỏ quyền hạn và trách nhiệm của đại diện chủ sở hữu, có chính sách khích lệ thích đáng về vật chất đối với những người quản lý và sử dụng hiệu quả nguồn vốn này đồng thời tăng cường cơ chế kiểm tra, giám sát của cơ quan kiểm toán. Đẩy nhanh tiến trình cổ phần hoá DN để đảm bảo cơ chế tài chính công khai minh bạch.

- Nâng cao hiệu quả sử dụng vốn: tăng độ quay vòng vốn, tăng mức sinh lời trên vốn. Để đạt hiệu quả sử dụng vốn cao, cần thực hiện các biện pháp nhằm giảm số vốn bị chiếm dụng, giảm tỷ trọng vốn lưu động trong quá trình thanh toán và dự trữ, thực hành tiết kiệm, giảm những chi phí bất hợp lí.

- Chủ động và tích cực trong việc huy động vốn: DN phải tính toán được nhu cầu tài chính trong ngắn hạn và dài hạn, xây dựng kế hoạch huy động vốn. Để có thể chủ động trong việc huy động các nguồn vốn, các doanh nghiệp cần chú ý một số vấn đề như:

+ Nâng cao năng lực và hiệu quả sử dụng vốn là yếu tố quan trọng để các doanh nghiệp củng cố và nâng cao mức độ tín nhiệm đối với ngân hàng, nhờ đó có thể vay tín chấp, không cần thế chấp tài sản.

+ Tăng cường kỹ năng xây dựng dự án SXKD mang tính khả thi làm cơ sở tạo lòng tin đối với ngân hàng.

+ Liên kết lại thành các nhóm kinh doanh theo ngành nghề với sự bảo

lãnh tín chấp của chính quyền địa phương hoặc các tổ chức xã hội đoàn thể để dễ dàng vay vốn hơn.

+ Các DN Việt Nam cần chủ động liên kết, sáp nhập lại với nhau để tạo ra các tập đoàn DN, cạnh tranh bằng lợi thế của từng DN cũng như sức mạnh tổng hợp của cả tập đoàn. Ngoài ra, cần chuyển hoá thành các công ty cổ phần để huy động vốn được thuận lợi hơn, rộng hơn.

+ Các DN cần mở rộng hình thức phát hành cổ phiếu công ty, các công ty cổ phần có thể phát hành thêm cổ phiếu, niêm yết trên thị trường chứng khoán.

+ Đối với các doanh nghiệp lớn có nhu cầu vay vốn nước ngoài, cần chấp nhận kiểm toán quốc tế, thực hiện xếp hạng tín nhiệm DN để có thể phát hành trái phiếu doanh nghiệp trên thị trường quốc tế; chủ động nâng cao tính minh bạch về tài chính, có định hướng rõ nét để thu hút nguồn vốn đầu tư gián tiếp từ bên ngoài (FII), từ các quỹ đầu tư,...

### ***3.2.2.2. Sử dụng có hiệu quả và nâng cao năng lực công nghệ của doanh nghiệp***

Công nghệ là yếu tố quyết định năng suất, chất lượng và giá thành của sản phẩm. Chi phí cho thiết bị, công nghệ lại lớn. Do vậy, việc sử dụng có hiệu quả thiết bị, công nghệ trong doanh nghiệp có ý nghĩa rất lớn đối với việc nâng cao chất lượng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Hiệu quả sử dụng công nghệ phụ thuộc rất lớn vào tổ chức sản xuất, bố trí nhân lực, thời gian khai thác. Việc tổ chức sản xuất hợp lý và bố trí nhân lực khai thác hợp lý công nghệ là yếu tố bảo đảm sử dụng hiệu quả. Ngoài việc tăng cường khai thác, tổ chức thành ca kíp sản xuất để khai thác tối đa thiết bị, công nghệ thì cần chú ý để chế độ bảo trì, bảo dưỡng thiết bị, công nghệ, nâng cao trình độ, kỹ năng sử dụng thiết bị, công nghệ của người lao động. Trên cơ sở đó để nâng cao năng suất của thiết bị, công nghệ, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh, các DN phải nhanh chóng đổi mới công nghệ. Trước hết, cần lựa chọn công nghệ phù hợp với điều kiện sản xuất, đặc thù sản phẩm, trình độ tay nghề của người lao động trong doanh nghiệp nhằm tối ưu hoá việc kết hợp các nguồn lực để đạt được hiệu quả cao. Đây là biện pháp quan trọng để DN có thể chiếm ưu thế về cạnh tranh đối với hàng nhập khẩu ngay ở thị trường trong nước, tạo điều kiện cho việc xuất khẩu

hàng hoá- khâu trọng yếu trong lộ trình hội nhập.

Cần khai thác tốt thiết bị, công nghệ hiện có, từng bước hấp thụ công nghệ và đi đến cải tiến các thiết bị, máy móc, công nghệ cho phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp, đồng thời tạo khả năng vươn lên làm chủ thiết bị, công nghệ mới. Để thực hiện tiến trình đó, cần chú trọng đầu tư nghiên cứu đổi mới công nghệ và thiết bị theo hướng tập trung ở một vài khâu then chốt có ảnh hưởng quyết định nhất.

Để có công nghệ phù hợp, cần tăng cường hoạt động mua - bán, chuyển giao công nghệ. Các doanh nghiệp cần chú trọng đẩy mạnh hoạt động của DN trên thị trường công nghệ, trong đó chú trọng tới việc liên tục cải tiến và chuyển giao tiếp công nghệ đã tiếp nhận cho các DN, tổ chức có nhu cầu. DN cần chủ động tìm kiếm để cập nhật thông tin về thị trường công nghệ, khai thác các thông tin qua mạng để tham khảo các hướng công nghệ mới để từ đó đưa ra giải pháp công nghệ phù hợp nhất với khả năng tài chính, năng lực sử dụng, cải tiến và làm chủ công nghệ, đặc biệt là tính đồng bộ của công nghệ. Có đủ thông tin, DN mới xây dựng được phương án lựa chọn đối tác để có được công nghệ tối ưu.

Ngoài ra, cần tăng cường liên kết và hiệp tác với các đơn vị, tổ chức tổ chức nghiên cứu khoa học kỹ thuật cùng đầu tư nghiên cứu để thiết kế và chế tạo. DN cũng cần chủ động liên doanh, liên kết hoặc hợp tác với các DN nước ngoài để tiếp thu công nghệ hiện đại của họ.

Các DN cần hình thành Quỹ phát triển KH&CN tại DN để tạo nguồn tài chính thường xuyên cho hoạt động KH &CN trong DN. Tăng mức chi tiêu và tỷ lệ chi cho nghiên cứu - phát triển so với doanh thu của DN. Kinh phí này không chỉ bao gồm tiền dành cho các hoạt động nghiên cứu, mà cả tiền dành cho việc ứng dụng kết quả nghiên cứu đó.

Doanh nghiệp cần khuyến khích và có chế độ thoả đáng để kích thích người lao động phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, hợp lý hoá quy trình sản xuất, cải tiến công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm giá thành.

### ***3.2.2.3. Sử dụng có hiệu quả và nâng cao chất lượng lao động trong doanh nghiệp***

Sử dụng có hiệu quả nguồn nhân lực nói chung và lao động trong doanh nghiệp nói riêng là yếu tố quan trọng bảo đảm cho duy trì, phát triển hoạt

động kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Trước hết, doanh nghiệp cần tạo ra bầu không khí dân chủ và nhiệt huyết với công việc, tăng quyền tự chủ, tự quyết cho người lao động, chuyển từ cơ chế giám sát chặt chẽ sang cơ chế uỷ quyền cho người lao động, phát huy tối đa năng lực sáng tạo của mọi người lao động ở tất cả các cấp quản lý cho tới người lao động trực tiếp. Người quản lý cần phải tin tưởng, gần gũi, thân mật với các nhân viên và người lao động nói chung, tích cực ủng hộ và khuyến khích các sáng kiến của họ.

Doanh nghiệp cần chú trọng một cách thường xuyên các khâu trong công tác cán bộ từ tuyển chọn, bố trí, sử dụng, đào tạo và có chính sách đãi ngộ hợp lý đối với người lao động, bảo đảm lợi ích vật chất và tinh thần cho người lao động là chìa khoá cho sự thành công của doanh nghiệp. Cần chú trọng tiêu chuẩn hoá cán bộ, lao động trong DN làm cơ sở cho việc tuyển dụng, bố trí, đánh giá nhân lực. Ở mỗi ngành nghề, vị trí công tác, cung bậc công việc đòi hỏi kiến thức, kỹ năng về chuyên môn khác nhau. Do đó, tiêu chuẩn đặt ra phải cụ thể đối với từng công việc, ngành nghề, phải phù hợp và đáp ứng được yêu cầu phát triển trong từng thời kỳ.

DN cần đẩy mạnh công tác đào tạo và bồi dưỡng thường xuyên cho người lao động. Mức đầu tư cho hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực phải đạt một tỷ lệ hợp lý trong quỹ tiền lương của DN. Đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng là giải pháp quan trọng hàng đầu để tăng cường quản lý và khai thác có hiệu quả cơ sở tri thức của DN. Quan điểm “học tập thường xuyên”, “tự học là chủ đạo” và “học tập suốt đời” cần được quán triệt trong việc xây dựng chiến lược, kế hoạch và các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng cho cán bộ, nhân viên của DN. Nội dung cần đào tạo, bồi dưỡng bao gồm cả các kỹ năng, tri thức chuyên môn, nghiệp vụ lẫn các kỹ năng nghiên cứu, khai thác, sử dụng tri thức vào các hoạt động của DN và chia sẻ các tri thức đó với các đồng nghiệp.

### **3.2.3. Cải thiện môi trường và điều kiện kinh doanh đối với doanh nghiệp**

#### ***3.2.3.1. Phát triển hạ tầng kinh tế và pháp lý hỗ trợ sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp***

Phát triển hạ tầng kinh tế không những là điều kiện quan trọng để DN dễ dàng tiếp cận được tới các yếu tố đầu vào cho quá trình sản xuất như đất

đai, năng lượng... mà còn giúp DN giảm được chi phí sản xuất, nâng cao năng lực vận tải, rút ngắn thời gian vận chuyển, đẩy nhanh tiến độ giao hàng... Để làm được điều đó, trước mắt Nhà nước cần nhanh chóng xây dựng qui hoạch một cách khoa học và khách quan việc xây dựng các cảng biển, đường giao thông, khu công nghiệp tránh việc xây dựng theo ý chí chủ quan hay vì lợi ích cục bộ dẫn đến các công trình hạ tầng kinh tế không phát huy được hết hiệu quả. Đẩy nhanh tiến độ giải phóng mặt bằng để có đủ đất cấp cho các DN có nhu cầu. Mở rộng quyền cho DN trong việc tự đầu tư xây dựng hạ tầng để chủ động trong quá trình sản xuất.

Tạo lập và hoàn thiện các thị trường đặc biệt là thị trường vốn, lao động, KHCN vừa tạo điều kiện cho DN dễ tiếp cận thị trường, giảm chi phí giao dịch, vừa tạo cho DN nhiều lựa chọn từ đó đưa ra phương án lựa chọn tối ưu nhất.

Hoàn thiện hệ thống pháp luật theo hướng minh bạch, ổn định và không phân biệt đối xử giữa các khu vực kinh tế. rà soát lại hệ thống pháp luật kinh tế trong nước, đối chiếu lại và chuyển hoá các điều ước quốc tế, các hiệp định thương mại đã ký kết vào hệ thống pháp luật Việt Nam để đi tới thống nhất đồng thời phải phổ biến rộng rãi ra toàn xã hội cũng như khu vực DN.

Triển khai thực hiện nghiêm Luật Cạnh tranh, đồng thời từng bước hoàn thiện chính sách cạnh tranh phù hợp với thông lệ quốc tế và tình hình Việt Nam.

Hoàn thiện và triển khai vào thực tế các qui định pháp luật được quốc tế thừa nhận như qui chế đối xử tối huệ quốc, qui chế đối xử quốc gia trong thương mại, thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp, thuế chống phân biệt đối xử, thuế tự vệ, chế độ hạn ngạch thuế quan, qui chế xuất xứ nhằm bảo vệ thị trường trong nước trước sự cạnh tranh không lành mạnh của DN nước ngoài. Đồng thời từng bước xoá bỏ bảo hộ và thế độc quyền của các DNNN để đảm bảo mức giá cung cấp các yếu tố đầu vào cơ bản như điện, nước, viễn thông, hạ tầng... ở mức giá phù hợp, có như vậy mới hạ được chi phí từ đó hạ giá thành sản phẩm của DN. Đảm bảo và tạo điều kiện bình đẳng về mặt pháp lý cho các DN, giảm bớt và đi đến xoá bỏ độc quyền kiểu cũ của kinh tế quốc doanh (DNNN) trước đây tạo động lực cho cạnh tranh lành mạnh phát triển, xoá bỏ tư tưởng ỷ lại của nhiều DN vào chế độ bao cấp của nhà nước.

Tham gia các Hiệp định quốc tế về trọng tài, mở rộng khả năng giải

quyết tranh chấp thông qua cơ quan trọng tài, đặc biệt là các tranh chấp quốc tế. Giảm bớt việc “hình sự hoá” các tranh chấp dân sự trong kinh doanh.

Tiếp tục ban hành nghị định về các Hiệp hội kinh tế, bao gồm hiệp hội ngành nghề, hiệp hội DN... làm đại diện bảo vệ quyền lợi của DN nhất là trên thị trường quốc tế và làm đầu mối quan hệ với cơ quan nhà nước, chuyển một số chức năng chủ quản của các cơ quan nhà nước cho các hiệp hội.

VN nên thiết lập một cơ quan hoặc chương trình kiểm duyệt chất lượng với các tiêu chuẩn mang tính quốc tế để có một đầu mối kiểm định hàng hóa chính thức, trước khi xuất khẩu ra nước ngoài để đảm bảo hàng hóa xuất khẩu đáp ứng đủ yêu cầu, qui định về tiêu chuẩn chất lượng của các thị trường.

### ***3.2.3.2. Cải cách thủ tục hành chính***

Theo đánh giá của WEF năm 2004, chi phí ngoài luật mà DN Việt Nam phải chịu rất cao. Đây là hậu quả của hệ thống hành chính rườm rà, thiếu minh bạch. Chẳng hạn, các cảng biển ở ASEAN chỉ cần 6 đến 8 loại giấy tờ cho một con tàu xuất nhập khẩu ra vào cảng thì ở Việt Nam chủ tàu khi vào cảng phải nộp 36 loại giấy tờ và xuất trình 27 loại giấy tờ liên quan còn khi rời cảng thì phải nộp 17 loại giấy tờ và xuất trình 19 loại giấy tờ khác của 6 cơ quan thuộc các bộ, ngành cùng thực hiện chức năng quản lý nhà nước theo qui định của nhiều văn bản khác nhau, từ thủ tục hải quan, kiểm dịch đến hàng hải... Để cải thiện tình hình này, Chính phủ cần đẩy nhanh tốc độ cải cách hành chính trên cơ sở tạo thuận lợi nhưng không buông lỏng các hoạt động sản xuất, kinh doanh của các loại hình DN. Đơn giản hoá, minh bạch hoá và ban hành qui trình rõ ràng về các thủ tục hành chính, đầu tư để giảm bớt thời gian và chi phí cho DN, đồng thời các qui định này cần phải phù hợp với qui trình, chuẩn mực quốc tế. Duy trì số lượng đầu mối cơ quan giải quyết các yêu cầu của sản xuất kinh doanh ít nhất, đảm bảo chi phí, thời gian là ngắn nhất. Cùng với việc cấu trúc lại bộ máy hành chính, cần nâng cao trình độ, chất lượng của bộ máy công chức, liên tục rà soát lại hệ thống giấy phép, điều kiện sản xuất kinh doanh, có cơ chế để loại bỏ những quy định hành chính mang tính địa phương cản trở cạnh tranh. Cần quy định rõ việc công khai hóa mọi quá trình liên quan đến việc xét duyệt điều kiện SXKD của DN. Đồng thời phải có những văn bản qui phạm pháp luật đủ



manh qui định rõ chức năng nhiệm vụ, nghĩa vụ và trách nhiệm của các cán bộ hành chính nhà nước, đặc biệt là đối tượng cán bộ trực tiếp thực hiện các công việc liên quan đến DN, có chế tài mạnh để làm giảm tệ những nhiễu, làm phiền, gây cản trở cho hoạt động kinh doanh chính đáng, đúng pháp luật của DN. Trước mắt, cải cách hành chính cần nhanh chóng thực hiện trong các khâu như thuế quan, quản lý hạn ngạch, thủ tục xuất nhập khẩu, hải quan, đất đai, xây dựng, công chứng là những lĩnh vực ảnh hưởng trực tiếp tới năng lực cạnh tranh của DN.

### **3.2.3.3. Hoàn thiện cơ chế, chính sách đối với doanh nghiệp**

#### **a) Chính sách tín dụng**

Nhà nước cần hoàn thiện cơ sở pháp lý để tạo cho các loại hình DN được bình đẳng trong việc tiếp cận vốn, bình đẳng về lãi suất như cần rà soát lại các qui định còn mang tính phân biệt đối xử hay còn quá chặt chẽ về thủ tục cho vay, điều kiện thế chấp...

- Hỗ trợ vốn với lãi suất thấp cho những mặt hàng, mẫu mã mới đang trong giai đoạn thâm nhập thị trường, cho DN đổi mới công nghệ. Phân thiệt hại của ngân hàng được bù đắp bằng quỹ hỗ trợ của nhà nước.

- Các ngân hàng cần có chính sách đào tạo và đào tạo lại nhằm nâng cao kiến thức trình độ cho cán bộ, nhân viên, đặc biệt cần nâng cao trình độ thẩm định các dự án sản xuất kinh doanh của DN, chủ động tham gia tích cực vào hoạt động tư vấn lập dự án cho DN ngay từ đầu tạo điều kiện cho DN dễ dàng tiếp cận được nguồn vốn.

- Đơn giản hóa thủ tục để các DN có thể tiếp cận vốn vay một cách nhanh chóng, kịp thời triển khai các phương án hoạt động sản xuất kinh doanh. Cải tiến để đơn giản hơn nữa thủ tục cho vay vốn, với số lượng tiền cho vay và thời hạn cho vay phù hợp với yêu cầu SXKD của từng ngành nghề. Mở rộng các hình thức cho vay trung và dài hạn. Mặt khác, cần tăng cường các dịch vụ thanh toán, bảo lãnh, tư vấn cho DN.

- Thúc đẩy nhanh việc triển khai hoạt động các quỹ bảo lãnh tín dụng cho các DN vừa và nhỏ. Thành lập ngân hàng hỗ trợ xuất khẩu vừa thực hiện chức năng hỗ trợ vốn cho DN xuất khẩu vừa thực hiện các hình thức bảo hiểm, tín dụng xuất khẩu, bảo hiểm rủi ro tỷ giá, bảo lãnh xuất khẩu.

## b) Chính sách tài chính

Nhà nước cần tiếp tục đẩy nhanh tiến trình cổ phần hoá DNNN để vừa giúp DN khơi thông ách tắc về vốn, vừa tạo ra mô hình quản lý có hiệu quả vốn và tài sản nhà nước trong DN. Hình thành mô hình Công ty mẹ- con, tập đoàn kinh tế lớn có đủ sức cạnh tranh trên cơ sở tôn trọng nguyên tắc tự nguyện, hiệu quả, thực chất.

Buộc các công ty cổ phần có trên 50 cổ đông phải thực hiện công bố thông tin về tình hình tài chính DN theo qui định của Nghị định 144 của Chính phủ. Có như vậy, các nhà đầu tư mới yên tâm đầu tư tạo điều kiện cho DN huy động được vốn.

Các DN đủ điều kiện cổ phần hoá, muốn cổ phần hoá phải tiến hành thông qua thị trường chứng khoán. Tăng cường các khuyến khích về thuế như miễn, giảm thuế cho các công ty sử dụng vốn từ thị trường chứng khoán.

Nới lỏng hạn chế ĐTNN thông qua việc mở rộng danh mục các lĩnh vực có thể đầu tư, tăng mức giới hạn sở hữu tối đa cho phép các nhà ĐTNN có thể mua cổ phần có giá trị trong các công ty được cổ phần hoá để tạo thêm kênh huy động vốn.

Xây dựng chính sách thuế hợp lý sao cho vừa đảm bảo công bằng, hiệu quả, vừa đảm bảo nguồn thu cho NSNN, vừa tạo điều kiện cho DN tích lũy vốn để đầu tư phát triển SXKD. Cho phép DN được tính vào chi phí hợp lý chi phí quảng cáo với tỷ lệ cao hơn 10% như hiện nay để tăng cường khả năng mở rộng thị trường cho DN.

Điều chỉnh qui định chế độ tài chính DN về khấu hao, tái đầu tư, hạch toán chi phí đầu tư cho hoạt động nghiên cứu- phát triển để tạo thuận lợi tối đa cho DN nhanh chóng đổi mới, nâng cao năng lực công nghệ.

Mở rộng diện ưu đãi đối với các DN mới thành lập; thực hiện chính sách thuế ưu đãi trong xuất khẩu; có thể áp dụng biểu thuế suất lũy tiến từng phần đối với thuế thu nhập DN, tiếp tục cải cách hành chính về thuế theo hướng đơn giản, rõ ràng, tạo thuận lợi cho các DN.

Tăng mức độ ưu đãi cho các DN nhất là DN nhỏ, miễn giảm thuế cho DN đầu tư vào công nghệ hiện đại, công nghệ sạch, miễn thuế cho các khâu như chi phí đào tạo người lao động, sản xuất sản phẩm mới. Đối với DN mới

thành lập để DN có tích lũy ban đầu cho phát triển sản xuất và đứng vững được thì cần tăng thời gian ưu đãi thuế cho DN. Giảm thuế VAT và đẩy nhanh thời gian hoàn thuế để giải phóng nguồn vốn tồn đọng cho DN, không cắt giảm định mức tín dụng đối với DN xuất khẩu để tạo điều kiện cho DN thâm nhập thị trường thế giới.

Nhà nước cần phát triển thị trường thuê mua tài chính để tạo điều kiện cho các DN ít vốn, thiếu vốn hoặc không có tài sản thế chấp dễ dàng có được tài sản để tiến hành SXKD mà không cần vay vốn trung và dài hạn của ngân hàng, nhanh chóng nắm bắt được cơ hội kinh doanh, giảm được chi phí giao dịch do thủ tục đơn giản. Thực hiện các chính sách ưu đãi nhằm khuyến khích thành lập các công ty mua nợ để sớm khơi thông các nguồn vốn còn đang tồn đọng, nợ lòng vòng giữa các DN.

### c) Chính sách thương mại

- Trên thị trường nội địa cần tăng cường hơn nữa công tác chống buôn lậu và gian lận thương mại trên nguyên tắc không làm cản trở sản xuất, ách tắc lưu thông hàng hoá, không làm cản trở quá trình hội nhập, bảo hộ trong nước ở góc độ tạo điều kiện cho DN còn non trẻ đứng vững trước sự cạnh tranh ngày càng quyết liệt của hàng ngoại nhập nhưng không quá mức làm mất khả năng vươn lên của sản xuất trong nước hoặc gây ra tâm lý trông chờ ỷ lại vào sự bảo hộ của Nhà nước.

- Luật Thương mại đã tạo nên khung khổ pháp lý ổn định cho các hoạt động xuất nhập khẩu. Tuy nhiên, Việt Nam cần phải hoàn chỉnh hơn nữa pháp luật thương mại đặc biệt là các văn bản hướng dẫn để tạo ra môi trường kinh doanh lành mạnh cho tất cả các loại hình DN. Thời gian qua, các quy định, thể chế, thủ tục hải quan thiếu sự nhất quán, thường xuyên thay đổi đã và đang gây tác động xấu đối với hoạt động xuất nhập khẩu, gây ra tình trạng lộn xộn, DN phải chịu tổn kém thêm thời gian và chi phí. Để có thể hạn chế và tiến tới xóa bỏ dần các cản trở này, tạo điều kiện thúc đẩy xuất khẩu cần tiếp tục thực hiện cải cách hành chính trong xuất nhập khẩu theo hướng đơn giản, gọn nhẹ, dân chủ, hạn chế đến mức tối đa các tiêu cực, chi phí; giảm dần việc quản lý bằng hạn ngạch các mặt hàng xuất khẩu, tiếp tục điều chỉnh một cách cơ bản chính sách thuế nói chung theo hướng tự do hóa thương mại, nhằm đảm bảo nguyên tắc có đi có lại trong quan hệ với các bạn hàng lớn của Việt Nam.

- Nhà nước cần có chính sách, cơ chế tạo ra các đầu mối thống nhất nhằm hướng dẫn các đơn vị kinh doanh xuất khẩu hoạt động có hiệu quả, tránh tình trạng cạnh tranh không lành mạnh có thể gây thiệt hại đến lợi ích quốc gia. Bên cạnh đó, khuyến khích thành lập thêm và phát huy hơn nữa vai trò của các Hiệp hội xuất khẩu theo ngành hàng nhằm làm giảm bớt những bất lợi do cạnh tranh giữa các nhà xuất khẩu, đồng thời tăng khả năng thâm nhập thị trường thế giới.

- Nhà nước đứng ra lập quỹ bảo hiểm xuất khẩu. Quỹ này thực hiện việc bảo đảm gánh vác mọi rủi ro, mạo hiểm mà các nhà xuất khẩu gặp phải trong phương thức thanh toán trả chậm hoặc tín dụng dài hạn. Xây dựng và áp dụng chính sách thưởng xuất khẩu cho các DN xuất khẩu đạt kết quả tốt.

- Bên cạnh đó, để nâng cao khả năng cạnh tranh của DN trên thị trường thế giới, Nhà nước cần hỗ trợ DN thâm nhập thị trường

Để các DN có nhiều thuận lợi hơn trong việc thâm nhập thị trường cần sớm triển khai các hoạt động như xây dựng và quảng bá hình ảnh quốc gia thông qua thương hiệu sản phẩm và dịch vụ đặc trưng, thành lập các trung tâm thiết kế, tạo mẫu sản phẩm, nhãn mác, bao bì, các trung tâm hội chợ, triển lãm thương mại tại các thành phố lớn trong nước và nước ngoài. Việc thành lập các trung tâm giới thiệu sản phẩm Việt Nam ở nước ngoài cũng là biện pháp thiết thực để chính phủ hỗ trợ DN, đồng thời là nơi quảng bá hình ảnh Việt Nam. Ngoài việc giới thiệu sản phẩm, các trung tâm cần thu thập và xử lý thông tin thương mại, thiết lập quan hệ với các tổ chức xúc tiến thương mại địa phương, các ban hàng, hỗ trợ DN tham gia các hội chợ triển lãm.

#### *d) Chính sách khoa học công nghệ*

Trước mắt, Nhà nước cần tạo môi trường thuận lợi với nhiều chính sách hấp dẫn để khuyến khích, các nhà đầu tư nước ngoài triển khai các hoạt động nghiên cứu công nghệ ở Việt Nam; phát triển các công ty đầu tư mạo hiểm; khuyến khích các trường đại học, viện nghiên cứu tự bỏ vốn hay liên doanh, liên kết các tổ chức trong nước và ngoài nước để thành lập các DN KHCN hoạt động theo Luật DN nhằm tạo cơ hội cho DN Việt Nam tiếp cận được với công nghệ hiện đại mà chi phí không quá cao.

Xây dựng và thực hiện chiến lược đào tạo, phát triển nguồn nhân lực công nghệ gắn với nhu cầu của kinh tế - xã hội để hỗ trợ các DN sớm có đội

ngũ chuyên gia công nghệ có năng lực, nhất là những DN có quy mô lớn, tiềm lực công nghệ cao.

- Nâng cao hiệu lực thực thi quyền sở hữu trí tuệ vốn còn rất yếu kém hiện nay vì đây là nguyên nhân kiến DN Việt Nam không thu hút được đầu tư trong lĩnh vực công nghệ cao. Cần thành lập một toà án chuyên biệt và đào tạo đội ngũ thẩm phán về giải quyết các vấn đề liên quan tới sở hữu trí tuệ để đảm bảo tính độc lập của toàn án trong việc ra các phán quyết.

- Để gia tăng năng lực công nghệ, DN cần có thông tin đầy đủ về công nghệ trong lĩnh vực SXKD của mình đặc biệt là những công nghệ mới nhất. Để có thông tin đầy đủ, ngoài sự nỗ lực của DN cần xây dựng các hệ thống hỗ trợ cung cấp thông tin qua các hình thức như:

*Một là*, tổ chức các chợ công nghệ (Techmart) để giới thiệu, triển lãm các thiết bị và công nghệ. Các nhà cung cấp công nghệ và người cần mua công nghệ có thể ký kết ngay hợp đồng mua bán tại chợ.

*Hai là*, phát triển mạnh hệ thống các tổ chức dịch vụ tư vấn chuyên giao công nghệ, thông tin môi giới công nghệ, các trung tâm giao dịch và thực hiện các dịch vụ tư vấn chuyên giao công nghệ, giám định và đánh giá chất lượng công nghệ để giúp DN rút ngắn được thời gian giao dịch, tiết kiệm chi phí mà DN vẫn tiếp cận được với đúng chủng loại công nghệ.

*Ba là*, nâng cao năng lực của Trung tâm thông tin công nghệ quốc gia. Đây có thể coi như "chợ công nghệ thường xuyên" hay "siêu thị công nghệ". Trung tâm sẽ cung cấp thông tin chào bán công nghệ được thu thập từ các DN, các tổ chức nghiên cứu khoa học. Thông qua mạng thông tin KHCN người mua và bán công nghệ khi có nhu cầu có thể trực tiếp tìm đến nhau để tìm hiểu và thương thảo mua, bán. Hệ thống thông tin trên mạng không những đưa các công nghệ trong nước mà cả của nước ngoài muốn chuyển giao chào bán tại Việt Nam. Bên cạnh hệ thống thông tin công nghệ, cần thiết lập bộ phận tư vấn bao gồm các chuyên gia chuyên sâu hỗ trợ cho việc trao đổi mua bán công nghệ. Người muốn mua công nghệ có thể qua bộ phận này để hiểu hơn về danh tính của tổ chức nghiên cứu có công nghệ, kết quả đánh giá công nghệ và giá cả của công nghệ.

- Chính phủ đã ban hành nhiều chính sách nhằm thúc đẩy đổi mới công

nghệ của DN như các chính sách về hỗ trợ tài chính cho đầu tư đổi mới công nghệ, thúc đẩy hoạt động nghiên cứu, triển khai, chính sách ưu đãi về thuế, tín dụng đối với hoạt động đầu tư đổi mới công nghệ của DN. Tuy nhiên tác động của những chính sách nói trên tới hoạt động đầu tư, đổi mới công nghệ của DN là không đáng kể. Những nguyên nhân dẫn đến thực tế này là DN thiếu thông tin về các chính sách ưu đãi của Nhà nước, thủ tục xét duyệt để được hưởng các ưu đãi còn phức tạp, rườm rà, chậm đi vào thực tế, các chính sách hiện hành chưa thật sự hấp dẫn DN, hiệu lực thi hành của văn bản chính sách ưu đãi chưa cao. Để tháo gỡ tình hình này, Nhà nước cần tăng cường đầu tư cho hoạt động thông tin tuyên truyền về các cơ chế, chính sách ưu đãi cho DN, thực hiện đơn giản hoá các thủ tục xét duyệt hỗ trợ.

- Bên cạnh việc tiếp tục hỗ trợ trực tiếp cho DN nhất là DN thuộc khu vực vừa và nhỏ vốn bị hạn chế về nguồn lực tài chính đổi mới công nghệ, Nhà nước cần mở rộng đối tượng được hỗ trợ thông qua cơ chế tài trợ gián tiếp, chủ yếu nên tập trung vào đào tạo nhân lực, khung pháp lý; tạo điều kiện hạ tầng kỹ thuật để hình thành thêm nhiều kênh cung ứng nguồn tài chính cho đầu tư đổi mới công nghệ như quỹ đầu tư mạo hiểm của nhà nước, tổ chức, đặc biệt chú trọng các chính sách khuyến khích DN bỏ vốn trực tiếp đầu tư cho hoạt động nghiên cứu đổi mới công nghệ nhằm tăng dần tỷ trọng đầu tư của khu vực DN cho đổi mới công nghệ.

- Hoàn thiện các công cụ khuyến khích về thuế và tín dụng nhằm tạo điều kiện cho DN tích lũy hình thành quỹ đầu tư mạo hiểm trong DN, bảo lãnh tín dụng, hỗ trợ lãi suất cho các hoạt động đầu tư đổi mới công nghệ và ứng dụng công nghệ cao. Mở rộng đối tượng và tạo điều kiện để các đối tượng có liên quan biết và hưởng các ưu đãi về thuế để đầu tư đổi mới công nghệ. Cho phép DN được hạch toán các khoản chi cho hoạt động nghiên cứu KHCN, đầu tư để ứng dụng công nghệ cao vào giá thành sản phẩm. Cho phép các DN được miễn thuế thu nhập DN đối với phần lợi nhuận thu được từ việc ứng dụng các kết quả của các dự án đổi mới công nghệ vào sản xuất và thực hiện các hợp đồng chuyển giao khoa học công nghệ. Để gia tăng năng lực công nghệ cho DN, Nhà nước nên hỗ trợ tài chính đối với hoạt động chuyển giao công nghệ từ các cơ sở nghiên cứu trong nước đến DN. Miễn hoàn toàn thuế nhập khẩu công nghệ phục vụ sản xuất.

- Đầu tư của nhà nước phải có trọng tâm, trọng điểm để tạo bước bứt

phá về một số công nghệ cao tác động tích cực đến việc nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của nền kinh tế nói chung, DN nói riêng. Việc đầu tư cho các đề tài nghiên cứu cần ưu tiên và chú trọng đầu tư cho giai đoạn sản xuất thử và thử nghiệm đủ điều kiện để đánh giá được chỉ tiêu kinh tế - kỹ thuật của công nghệ. Mở rộng khả năng tiếp cận của nhiều đối tượng đối với nguồn vốn hỗ trợ của Nhà nước cho đổi mới công nghệ trên cơ sở cạnh tranh, tuyển chọn công khai; bảo đảm dự án đầu tư do NSNN hỗ trợ phải gắn với nhu cầu của xã hội, của DN.

- Đơn giản hoá thủ tục xét duyệt các dự án, mở rộng đối tượng được Quỹ Hỗ trợ KH-CN, đổi mới hình thức thế chấp, tín chấp hoặc bảo lãnh. Bộ Tài chính và các ngân hàng cần nghiên cứu các phương thức khác nhau để cho DN vay tiền đầu tư cho công nghệ mà không nhất thiết phải thế chấp nhà đất nh- cho DN thế chấp bằng chính dây chuyền thiết bị đó. Nghiên cứu về điều kiện hình thành và hoạt động của Quỹ đầu tư mạo hiểm. Trước mắt, nghiên cứu cho thành lập thí điểm một vài Quỹ đầu tư mạo hiểm ở các thành phố lớn để mở thêm kênh cấp vốn thực hiện các dự án nghiên cứu đổi mới công nghệ và tiến hành đầu tư thực hiện các kết quả nghiên cứu.

Để nâng cao chất lượng sản phẩm, trên phương diện vĩ mô cần xây dựng hệ thống tiêu chuẩn chất lượng phù hợp với quốc tế, thực hiện các qui trình quản lý chất lượng toàn diện. Nâng tỷ lệ tiêu chuẩn quốc gia phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế. Ký kết hiệp định thừa nhận tiêu chuẩn kỹ thuật và chứng nhận hợp chuẩn với các nước bạn hàng. Giới thiệu, phổ biến rộng rãi việc áp dụng hệ thống tiêu chuẩn quốc tế ISO và qui trình quản lý chất lượng toàn diện. Hỗ trợ cho DN về đào tạo và tài chính để DN tăng cường năng lực đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh đối với các sản phẩm phải đáp ứng các tiêu chuẩn kỹ thuật và vệ sinh của thị trường xuất khẩu.

#### *e) Chính sách đầu tư*

Sửa đổi và bổ sung quy hoạch, chiến lược phát triển ngành, địa phương cho phù hợp với tình hình thị trường, cam kết quốc tế và năng lực cạnh tranh của sản phẩm. Khuyến khích phát triển mạnh những sản phẩm có năng lực cạnh tranh hiện nay và trong tương lai, bảo hộ có chọn lọc để phát triển một số sản phẩm, dịch vụ thuộc nhóm có khả năng cạnh tranh có điều kiện.

Xác định những sản phẩm, dịch vụ trọng điểm, sản phẩm mới, độc đáo

hoặc có thị trường, có năng lực cạnh tranh hiện nay và trong tương lai, xây dựng đồng bộ chương trình nâng cao năng lực cạnh tranh, tập trung đầu tư cho các sản phẩm, dịch vụ này và đầu tư sản xuất nguyên phụ liệu, linh kiện, phụ tùng. Phát triển công nghiệp phụ trợ sản xuất như thiết kế, tiếp thị, bao bì, đóng gói, sửa chữa... Nhà nước cần tăng cường hơn các chính sách ưu đãi đầu tư vào các lĩnh vực sản xuất và chế biến nguyên phụ liệu thay thế hàng nhập khẩu.

Đầu tư vào những ngành mà đối thủ cạnh tranh, trực tiếp là các DN Trung Quốc và các nước ASEAN không có ưu thế hoặc ưu thế thấp, ưu thế đang giảm dần, tập trung đầu tư sản xuất những sản phẩm độc đáo và đáp ứng nhu cầu của từng nhóm khách hàng cụ thể. Tăng đầu tư vào những ngành mà các nước không có thế mạnh hoặc những phân đoạn thị trường Việt Nam có thế mạnh hơn. Không đầu tư vào những mặt hàng Việt Nam chưa có năng lực cạnh tranh, không có thị trường tiêu thụ. Giảm đầu tư vào các ngành mà các nước trong khu vực có thế mạnh và thị phần lớn hoặc hiện nước ta đã dư thừa công suất như thép, đường.

#### *f) Chính sách giáo dục - đào tạo nâng cao chất lượng lao động*

Để phát triển kỹ năng và nâng cao chất lượng lao động trước hết đòi hỏi phải có các chính sách hỗ trợ từ phía Nhà nước.

Chính sách giáo dục đào tạo phải hướng tới xây dựng một nền giáo dục hiện đại với cơ cấu ngành nghề hợp lý và nâng cao được trình độ kiến thức, tay nghề của người lao động. Muốn vậy cần đổi mới đồng bộ hệ thống giáo dục từ phổ thông tới đại học và sau đại học trong đó căn bản là đổi mới tư duy lựa chọn ngành nghề của người học, nội dung, phương pháp giảng dạy và đội ngũ giáo viên, cần đặc biệt chú trọng đầu tư cho các phòng thí nghiệm, xưởng thực hành hoặc gắn chặt học lý thuyết với thực hành ở tất cả các ngành nghề.

Nhà nước cần khuyến khích các trường đại học, trung tâm đào tạo liên kết với các DN. Một giải pháp mà hầu hết các quốc gia công nghiệp áp dụng là giảm thuế để các DN dành vốn cho hoạt động đào tạo.

Thường xuyên dự báo và điều chỉnh cơ cấu ngành nghề đào tạo cho phù hợp với nhu cầu thị trường lao động trong từng thời kỳ. Đặc biệt, Nhà nước cần tập trung nhiều hơn cho xây dựng chính sách đào tạo lao động trong các ngành công nghệ cao, nâng cao chất lượng đào tạo các ngành nghề như quản trị kinh doanh, nghiên cứu thị trường, đàm phán thương mại... để tăng cường



năng lực cạnh tranh cho DN Việt Nam trong tiến trình hội nhập vào nền kinh tế thế giới.

Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đáp ứng yêu cầu cơ bản của thị trường lao động và của DN, cần nâng cấp cơ sở vật chất cho các cơ sở dạy nghề, bồi dưỡng và đào tạo giáo viên dạy nghề; nghiên cứu hoàn thiện nội dung, chương trình và giáo trình giảng dạy; đổi mới khâu tuyển sinh và quản lý học sinh, hình thành hệ thống đào tạo kỹ thuật thực hành, liên thông giữa các trình độ đào tạo và các bậc đào tạo trong hệ thống giáo dục quốc gia. Dạy nghề trình độ sơ cấp nhằm tạo cho người lao động năng lực thực hành một số nhiệm vụ của một nghề; dạy nghề trình độ trung cấp nhằm tạo cho người lao động năng lực thực hành tất cả các nhiệm vụ của một nghề, có khả năng làm việc độc lập; dạy nghề trình độ cao đẳng nhằm tạo cho người lao động năng lực thực hành tất cả các nhiệm vụ và công việc của một nghề, có tính sáng tạo, có khả năng làm việc độc lập và ứng dụng kỹ thuật, công nghệ vào công việc. Hệ thống dạy nghề theo ba cấp trình độ sẽ đào tạo được một đội ngũ công nhân có sự thay đổi về chất, đặc biệt là đội ngũ công nhân có trình độ cao, được trang bị kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề thành thạo, có tư duy sáng tạo.

#### **3.2.4. Phát triển các định chế hỗ trợ doanh nghiệp**

Có nhiều định chế hỗ trợ doanh nghiệp như: các tổ chức tư vấn, các tổ chức nghề nghiệp (hội, hiệp hội), các tổ chức quần chúng...

Hiện tại, các tổ chức tư vấn doanh nghiệp còn hạn chế, hoạt động tự phát dưới nhiều hình thức như: các cơ sở giới thiệu việc làm, các trung tâm tư vấn pháp luật, các dịch vụ tài chính,... Hiện nay, nhu cầu của doanh nghiệp đối với các định vụ này là rất lớn, bao gồm các dịch vụ từ khâu thành lập doanh nghiệp, hoạt động kinh doanh đến xử lý những vấn đề của doanh nghiệp. Các dịch vụ cơ bản đối với doanh nghiệp rất đa dạng: dịch vụ tài chính - ngân hàng, dịch vụ bảo hiểm và thuê mua, các giao dịch hàng hoá, dịch vụ vận tải và kho bãi, dịch vụ thông tin, đào tạo, kế toán, kiểm toán và các dịch vụ hỗ trợ khác. Để đáp ứng nhu cầu về các dịch vụ này cho các doanh nghiệp, cần thiết phải có các định chế cung cấp dịch vụ ổn định và lâu dài. Nhà nước cần tạo điều kiện thuận lợi cho các định chế này ra đời và hoạt động, đồng thời có những biện pháp để thúc đẩy sự phát triển cũng như hỗ trợ

hợp lí. Lâu nay, Nhà nước hoặc đứng ra tổ chức các dịch vụ này hoặc hỗ trợ bằng giảm thuế, giảm lãi suất, cấp đất,... Các hỗ trợ đó là cần thiết. Tuy nhiên, trong điều kiện hội nhập kinh tế, khi Việt Nam gia nhập WTO thì nhiều hình thức hỗ trợ kiểu như vậy sẽ không được áp dụng. Do đó, Nhà nước cần tạo điều kiện và hỗ trợ trên các mặt như:

- *Tạo lập khung pháp luật cho các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp*: thay vì trực tiếp hình thành các tổ chức hỗ trợ, thì Nhà nước chỉ cần tạo khung pháp luật, trong đó quy định rõ phạm vi điều chỉnh, quyền và nghĩa vụ của các chủ thể cung cấp dịch vụ hỗ trợ, các biện pháp khuyến khích hỗ trợ. Việc hỗ trợ doanh nghiệp chủ yếu theo ứng xử thị trường.

- *Cung cấp thông tin*: thông tin có vai trò rất quan trọng đối với doanh nghiệp để định hướng, tổ chức sản xuất và ra các quyết định kinh doanh. Do vậy, hỗ trợ thông tin về chính sách, pháp luật, thị trường, bạn hàng,... bằng nhiều hình thức có ý nghĩa rất lớn đối với doanh nghiệp. Việc hỗ trợ thông tin có thể thông qua các cơ quan nhà nước, các tổ chức xã hội, các công ty kinh doanh, thông qua các hoạt động của Chính phủ...

- *Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực, đào tạo quản lí*: đào tạo nghề để cung cấp nguồn nhân lực chất lượng cho doanh nghiệp có ý nghĩa đối với doanh nghiệp. Do hiện nay, nhiều doanh nghiệp Việt Nam có quy mô nhỏ, vốn ít nên rất khó thực hiện tự đào tạo một cách bài bản. Vì vậy, việc tổ chức hệ thống đào tạo với nội dung, chương trình phù hợp sẽ giúp ích rất lớn cho các doanh nghiệp.

- *Bảo hộ sở hữu công nghiệp*: bảo hộ sở hữu công nghiệp có hiệu quả là một biện pháp rất quan trọng đối với doanh nghiệp. Điều này có tác dụng ngăn chặn, xử lí những hành vi vi phạm thương hiệu, bản quyền, xử lí những vi phạm về làm hàng giả, hàng nhái,... nhằm bảo vệ lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp. Trong lĩnh vực này, Nhà nước có thể hướng dẫn, trợ giúp cho doanh nghiệp từ việc xây dựng đến đăng kí và bảo vệ quyền bản quyền, thương hiệu của mình.

- *Hỗ trợ các hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D)*: do hoạt động nghiên cứu triển khai khá tốn kém và đòi hỏi phải có nhân lực mạnh mà

không phải doanh nghiệp nào cũng có được. Nhưng nhu cầu nghiên cứu, đổi mới sản xuất ngày càng đặt ra gay gắt. Do vậy, Nhà nước cần có biện pháp hỗ trợ các doanh nghiệp như: tài trợ cho các nghiên cứu khoa học, giảm thuế hay cho vay ưu đãi đối với việc triển khai các kết quả nghiên cứu, cùng với doanh nghiệp đầu tư nghiên cứu...

- *Khuyến khích thành lập các hội nghề nghiệp*: các hội nghề, hiệp hội có vai trò lớn đối với doanh nghiệp, không chỉ là các tổ chức nói lên tiếng nói của doanh nghiệp, bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp mà còn là nơi trao đổi kinh nghiệm SXKD, hỗ trợ lẫn nhau. Do vậy, Nhà nước cần khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp hình thành các hội nghề nghiệp của mình. Ngoài việc hình thành khung pháp luật cho hoạt động của các hội nghề, các cơ quan nhà nước còn có thể hướng dẫn các thủ tục thành lập, hoạt động và bảo vệ quyền lợi hợp pháp theo luật định.

## KẾT LUẬN

Trong kinh tế thị trường, cạnh tranh là hiện tượng kinh tế khách quan. Để có thể tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp cần nâng cao năng lực cạnh tranh và coi đó là một nhiệm vụ thường xuyên, liên tục. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cũng còn là một bộ phận quan trọng góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

Có nhiều yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, bao gồm cả những yếu tố bên trong doanh nghiệp như tổ chức quản lí, trình độ công nghệ, lao động... và bên ngoài doanh nghiệp như thị trường, thể chế chính sách, kết cấu hạ tầng. Do vậy, để nâng cao năng lực cạnh tranh thì ngoài việc nâng cao năng lực hoạt động, sử dụng có hiệu quả các nguồn lực để nâng cao năng suất, nâng cao chất lượng và giảm giá thành sản phẩm thì các doanh nghiệp cần khai thác triệt để các điều kiện của môi trường kinh doanh, sự hỗ trợ của các cấp chính quyền.

Thời gian qua, cùng với việc chuyển sang kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta, các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế phát triển rất mạnh, góp phần to lớn vào việc thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm, tăng thu nhập cho toàn dân, thúc đẩy nền kinh tế phát triển năng động và hiệu quả hơn. Đồng thời, do hoạt động trong cơ chế thị trường nên năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được nâng cao, nhiều doanh nghiệp đứng vững trên thị trường trong nước và vươn ra cả thị trường quốc tế. Thị phần nhiều hàng hoá của các doanh nghiệp Việt Nam được mở rộng và ngày càng được khẳng định trên thị trường quốc tế. Đó là kết quả của sự nỗ lực của cộng đồng các DN, đồng thời cũng là sự nỗ lực lớn của toàn Đảng, của các cấp chính quyền và nhân dân.

Tuy vậy, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam hiện còn hạn chế, thị phần của nhiều doanh nghiệp còn nhỏ bé, hàng hoá chất lượng chưa cao, năng suất và hiệu quả kinh doanh của nhiều doanh nghiệp còn thấp. Nguyên nhân của tình trạng này có nhiều, bao gồm cả từ phía các doanh nghiệp, do môi trường kinh doanh và từ phía Nhà nước các cấp.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, nhiều cơ hội đang mở ra đối với doanh nghiệp, nhưng cũng không ít khó khăn, thách thức gây

gắt đặt ra trước các doanh nghiệp. Để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, cần có sự nỗ lực của doanh nghiệp, đồng thời phải có sự trợ giúp của Nhà nước trong việc tạo lập môi trường, hỗ trợ cho các doanh nghiệp. Trong thời gian tới, các doanh nghiệp cần chú trọng vào những biện pháp sau đây:

- Đổi mới tổ chức, nâng cao năng lực quản lí doanh nghiệp;
- Nâng cao năng lực marketing của doanh nghiệp;
- Sử dụng có hiệu quả và nâng cao năng lực công nghệ;
- Sử dụng có hiệu quả và nâng cao chất lượng nhân lực của doanh nghiệp.
- Tăng cường liên kết, hợp tác giữa doanh nghiệp với các đối tác trong và ngoài nước.

Các cấp chính quyền và các cơ quan nhà nước cần giúp đỡ, hỗ trợ doanh nghiệp trên các mặt sau:

- Phát triển kết cấu hạ tầng như đường giao thông, điện, nước, thông tin liên lạc;
- Đổi mới thể chế, chính sách phù hợp với trình độ của nền kinh tế, của các doanh nghiệp Việt Nam và các cam kết quốc tế;
- Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là định hướng, cung cấp thông tin, đơn giản hoá thủ tục hành chính...

Sự nỗ lực của cộng đồng doanh nghiệp và sự hỗ trợ của các cấp chính quyền và cơ quan nhà nước cũng như tổ chức và cá nhân là tiền đề bảo đảm cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, góp phần thực hiện các mục tiêu kinh tế - xã hội của nước ta.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Adam J. H (1993), *Từ điển rút gọn về kinh doanh*, NXB Longman, New York.
2. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2005): *Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2006 - 2010*.
3. GS-TS Chu Văn Cấp (2003): *Nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế nước ta trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*. Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
4. Bạch Thụy Cường (2002): *Bàn về cạnh tranh toàn cầu*, Nxb Thông tấn, Hà Nội, tr. 132.
5. Nguyễn Quốc Dũng (2000): *Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường ở Việt Nam*, Luận án tiến sỹ kinh tế.
6. Nguyễn Quốc Dũng (2000): *Cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường*, luận án tiến sỹ kinh tế, Hà Nội.
7. Lê Văn Được (2005): "Nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp", *Công nghiệp*, số 2/2005.
8. A. Gélédan (1996): *Lịch sử tư tưởng kinh tế - các tác gia đương đại*, Nxb KH XH, Hà Nội.
9. Hoàng Văn Hải. Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế. *Quản lý kinh tế*, No 2/2005
10. Đỗ Mạnh Hồng (2004): "Tìm chỗ đứng cho công nghiệp Việt Nam trong mạng lưới phân công lao động quốc tế: nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp để hội nhập và phát triển", *Tài liệu Hội thảo công nghiệp hóa Việt Nam*, Đà Nẵng, 8/2004.
11. Trần Quang Huy (2004): "Góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp", *Công nghiệp*, số 7/2004.
12. Trần Hoàng Kim, Lê Thu (1992): *Các thành phần kinh tế Việt Nam - thực trạng, xu thế và giải pháp*, Nxb. Thống kê, Hà Nội.
13. Vũ Tự Lâm (2006), *Nâng cao khả năng kinh doanh của các doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, trang 15.
14. Hồ Chí Minh: *Toàn tập*, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2000, tập 4, trang 470
15. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và the Asian Foundation (2003): *Doanh nghiệp và việc hoàn thiện môi trường pháp lý kinh doanh*, Kỳ yếu dự án Hồ

trợ xây dựng và thực hiện pháp luật kinh doanh tại Việt Nam, Hà Nội.

16. Robert S. Pindyck và Daniel L. Rubinfeld (1994): *Kinh tế học vĩ mô*, NXB Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội, trang 33.
17. P.Samuelson (2000), *Kinh tế học*, NXB Giáo dục, Hà Nội
18. Tuấn Sơn (2006), *Sức cạnh tranh*, Nxb. Lao động - xã hội,
19. Trần Sửu (2005): *Năng lực kinh doanh của doanh nghiệp trong điều kiện toàn cầu hoá*, NXB Lao động, Hà Nội
20. Lê Viết Thái (1996): "Chính sách cạnh tranh - một công cụ trong kinh tế thị trường", *Tạp chí Nghiên cứu kinh tế*, số 10/ 1996, tr.27-36.
21. Nguyễn Vĩnh Thanh (2005): "Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay", *Tạp chí Nghiên cứu kinh tế*, số 11/ 2005.
22. Nguyễn Vĩnh Thanh (2005): *Một số giải pháp nhằm nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp thương mại Việt Nam trong giai đoạn mới*, Luận án tiến sỹ kinh tế, Hà Nội.
23. Trần Văn Thọ (2004): "Nội lực và ngoại lực trong quá trình phát triển kinh tế ở Việt Nam", *Thời đại mới*, số 3/2004.
24. Tổng cục Thống kê (2005): *Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2003, 2004, 2005*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
25. USAID (2005): *Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2005 của Việt Nam*, Báo cáo nghiên cứu chính sách - VNCI số 4, Hà Nội.
26. Ủy ban quốc gia về Hợp tác kinh tế (2003): *Nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hoá, dịch vụ Việt Nam - Báo cáo tổng hợp đề án Quốc gia*.
27. Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) và Chương trình Phát triển Liên Hợp quốc (UNDP) (2003): *Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia*, NXB Giao thông Vận tải, Hà Nội
28. Viện nghiên cứu Thương mại, Bộ Thương mại (2002): *Một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế*, Đề tài khoa học cấp bộ mã số 2001-78-022, Chủ nhiệm đề tài Lê Hải Châu, Hà Nội.
29. Viện nghiên cứu Thương mại (2002): *Một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu của doanh nghiệp Việt Nam trong tiến trình hội nhập quốc tế*, Đề tài khoa học mã số 2001-78-022, chủ nhiệm đề tài Lê Hải Châu, Hà

Nội.

30. Vụ Hợp tác kinh tế đa phương - Bộ Ngoại giao: *Việt Nam hội nhập kinh tế trong xu thế toàn cầu hoá - vấn đề và giải pháp*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2002.
31. *Aims of European Competition Policy*, [www.tutor2.net](http://www.tutor2.net), 2006.
32. Aldington Report (1985): *Report from the Selected Committee of the House of Lords on Overseas Trade*. London.
33. Kaushik Bhattacharya and Abhiman Das (2003): *Dynamics of Market Structure and Competitiveness of the Bank Sector in India and its Impact on Output and Prices of Banking Services*, India.
34. Buckley P. J, Pass C. L and Prescott K (1998): Measures of international competitiveness: a critical survey, *Journal of marketing management*, No 4(2).
35. Cho D. S. and Moon C. H (2000): *From Adam Smith to Michael Porter: Evolution of competitiveness theory*, World Scientific Publishing Company Ltd., Singapore
36. Department of Science, Economics, Mathematics and Statistics (DSEMS) 2005: *What makes Small and Medium Enterprises competitive*, Foggia (Italia).
37. *Dictionary of Trade Policy*, University of Adelaide, 1997.
38. Mary O' Donnel (2004): "Measuring competitiveness", *Country Report on case studies for Ireland, Limerick - Ireland*.
39. EC (1994): *Growth, competitiveness, Employment*. European Commission White Paper, Luxembourg.
40. Feurer, R and Chaharbaghi, K (1994): Defining competitiveness: a holistic approach. *Management Decision*, No 32 (2).
41. Flanagan, R, Henricsson, J.P.E, Ericsson, S, Jewel C.A (2005): *Measuring the Construction Competitiveness in selected countries*. Final Report of the Research Team at the University of Reading (UK).
42. Garelli, S (2002): *Competitiveness of Nations: the Fundamentals*. Lausanne: International Institute for Management Development (IMD).
43. Donathan Haughton and Vu Minh Khuong (2003): *The Competitiveness of Vietnam's Three Largest Cities - a Survey of Firm in Hanoi, Haiphong, and Ho Chi Minh City*.



44. Henricsson, J.P.E, Ericsson, S, Flanagan, R, Jewel C.A (2004) *Rethinking Competitiveness for the Construction Industry* .
45. International Institute for Management Development (IMD) (2004): *World Competitiveness Yearbook*, [www01.imd.ch/wcy], 1June 2005.
46. Krugman, P R (1993): Competitiveness - a dangerous obsession. *Foreign Affairs*, No 73(2).
47. Momaya K and Selby K (2004): Review of theory, frameworks, and models. *Singapore management review*, No 26 (1).
48. OECD (1997): *Industrial Competitiveness: Benchmarking Business Environments*. Paris.
49. Porter, M E (1990): *The Competitiveness of Nations*. Macmillan, London.
50. Porter, M E (2002): Building the Microeconomic Foundations of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index. *In: World Economic of The Competitiveness of Nations*. London: Macmillan.
51. Scott, B and Lodge, G C (1985): *US Competitiveness in the World Economy*. Boston: Harvard Business School Press.
52. F. S. Thorne (2005), *Analysis of the competitiveness of cereal production in selected EU countries*, Copenhagen, Denmark.
53. World Economic Forum (WEF) (2004): *The Global Competitiveness Report*, [www.weforum.org/pdf/Global\_competitiveness\_report/Report/Fastsheet].

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

# **BÁO CÁO TÓM TẮT**

**ĐỀ TÀI CẤP BỘ NĂM 2005**

**MÃ SỐ: B.05 - 17**

## **NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ HIỆN NAY**

*Chủ nhiệm đề tài: TS Nguyễn Hữu Thắng*

*Đơn vị chủ trì đề tài: Viện Quản lý kinh tế*

**HÀ NỘI - 2006**

6743 - TT  
10/3/08

## **NHỮNG NGƯỜI THAM GIA VÀ CỘNG TÁC NGHIÊN CỨU**

**Chủ nhiệm đề tài: TS Nguyễn Hữu Thắng**

**Những người tham gia và cộng tác nghiên cứu:**

1. **PGS-TS Ngô Quang Minh** Viện trưởng Viện Quản lý kinh tế
2. **TS Đặng Ngọc Lợi** Phó viện trưởng Viện Quản lý kinh tế
3. **TS Trần Thị Minh Châu** Phó viện trưởng Viện Quản lý kinh tế
4. **PGS-TS Kim Văn Chính** Phó viện trưởng Viện Quản lý kinh tế
5. **TS Mai Thế Hồn** Phó vụ trưởng Vụ Quản lý khoa học
6. **TS Lê Xuân Đình** Trưởng ban Kinh tế - Tạp chí Cộng sản
7. **TS Nguyễn Quốc Thái** Viện Quản lý kinh tế
8. **ThS Bùi Văn Huyền** Viện Quản lý kinh tế
9. **Th.S. Đinh Thị Nga** Viện Quản lý kinh tế
10. **CN Hà Thị Mai Hương** Tổng liên đoàn Lao động Việt Nam
11. **CN Phạm Đức Tài** Sở Nội vụ Hà Nội
12. **CN Tạ Minh Hùng** Giám đốc Công ty Thăng Long - Hà Nội
13. **CN Nguyễn Xuân Phi** Tỉnh uỷ viên, Giám đốc Công ty Sông Mã - Thanh Hoá
14. **CN Nguyễn Tuấn Hà** Giám đốc Công ty Tư vấn thiết kế công trình văn hoá, Bộ Văn hoá
15. **ThS Nguyễn Văn Thanh** Viện Quản lý kinh tế
16. **ThS Ngô Thị Ngọc Anh** Viện Quản lý kinh tế
17. **CN Hồ Thị Hương Mai** Viện Quản lý kinh tế

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong nền kinh tế thị trường theo xu hướng toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế, cạnh tranh ngày càng gay gắt. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện *sức chiến đấu* trong quá trình tồn tại và phát triển của doanh nghiệp đồng thời đó là một bộ phận của năng lực cạnh tranh quốc gia.

Do năng lực cạnh tranh có vai trò và ý nghĩa to lớn như vậy nên hầu hết các quốc gia đều khuyến khích cạnh tranh, tạo môi trường thúc đẩy cạnh tranh trong nước, quốc tế và rất chú trọng nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp.

Với việc chuyển sang cơ chế thị trường trong những năm qua, Việt Nam đã từng bước tạo lập một môi trường cạnh tranh giữa các chủ thể kinh doanh thuộc các thành phần kinh tế. Cùng với việc mở cửa và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, cạnh tranh càng trở nên gay gắt cả trong nước và với quốc tế. Nhờ đó, các doanh nghiệp hoạt động năng động hơn, hiệu quả hơn và năng lực cạnh của các doanh nghiệp cũng được nâng cao.

Tuy vậy, cho đến nay năng lực cạnh tranh của các DN Việt Nam vẫn còn rất thấp so với khu vực và thế giới. Cơ sở để hình thành năng lực cạnh tranh ở Việt Nam chưa thật vững chắc, chủ yếu vẫn dựa trên các yếu tố bề rộng như lao động rẻ, nguồn tài nguyên sẵn có. Các yếu tố về con người, khoa học - công nghệ... chưa phát huy hết khả năng vốn có. Năng lực về vốn, công nghệ và quản lý trong nhiều doanh nghiệp còn hạn chế. Tình trạng độc quyền doanh nghiệp trong một số ngành vẫn còn nặng nề là một trong những nguyên nhân làm giảm năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ở nước ta.

Trong điều kiện phát triển kinh tế thị trường định hướng XHCN theo xu hướng mở cửa nền kinh tế và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, cạnh tranh trong nước và quốc tế càng trở nên gay gắt, yêu cầu về nâng cao năng lực cạnh tranh của các DN đang đặt ra rất bức xúc. Để góp phần làm rõ những vấn đề đó, nhóm nghiên cứu của Viện Quản lý kinh tế - Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh đã lựa chọn đề tài nghiên cứu: "*Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay*".

### 2. Tình hình nghiên cứu của đề tài

**Tình hình nghiên cứu ở nước ngoài:** Ở cấp độ cạnh tranh doanh nghiệp, do gắn với từng doanh nghiệp cụ thể và liên quan tới bí mật thông tin kinh doanh nên ít thấy các công trình nghiên cứu được công bố. Tuy nhiên, có thể thấy kết quả liên quan trong các công trình của các tác giả nổi tiếng như: M.Porter, M. O'Donnel, J. Henriesson, S. Ericsson, F. Flanagan, Thorne v.v.

**Tình hình nghiên cứu trong nước:** Từ khi thực hiện công cuộc đổi mới đến nay, vấn đề cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của các DN được đặt ra rất bức xúc.

Hiện đã có một số nghiên cứu liên quan của các tác giả như TS Vũ Trọng Lâm, Nguyễn Vĩnh Thanh, GS-TS Chu Văn Cấp (chủ biên), TS Lê Xuân Bá (chủ biên),... và một số cơ quan như Viện nghiên cứu QLKT Trung ương, Viện nghiên cứu Thương mại.

Tuy nhiên, các nghiên cứu về năng lực cạnh tranh DN chưa nhiều, chưa toàn diện, và thiếu hệ thống. Hơn nữa, đây là vấn đề mới và phức tạp đòi hỏi phải tiếp tục nghiên cứu làm rõ nhiều vấn đề từ lý luận đến thực tiễn.

### **3. Mục đích nghiên cứu đề tài**

Mục đích chung của đề tài là trên cơ sở phân tích lý luận và thực tiễn để tìm những biện pháp phù hợp và khả thi để nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

Để đạt mục tiêu chung đề ra ở trên, đề tài tập trung giải quyết các mục tiêu cụ thể:

- Góp phần làm rõ khái niệm năng lực cạnh tranh, đo lường năng lực cạnh tranh và các yếu tố tác động tới năng lực cạnh tranh của DN.

- Đánh giá thực trạng năng lực cạnh tranh của các DN Việt Nam, trên cơ sở đó chỉ ra những hạn chế, trở ngại và nguyên nhân chủ yếu.

- Đề xuất các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các DN Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

### **4. Đối tượng nghiên cứu của đề tài**

Đối tượng nghiên cứu là năng lực cạnh tranh và các biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của DN Việt Nam, trong đó tập trung nghiên cứu năng lực cạnh tranh của các DN có vốn trong nước trong phạm vi cả nước.

### **5. Cách tiếp cận, phương pháp nghiên cứu, kỹ thuật sử dụng**

Ngoài phương pháp luận duy vật biện chứng, việc nghiên cứu đề tài được tiếp cận theo phương pháp hệ thống, kết hợp nghiên cứu lý luận với thực tiễn. Các phương pháp cụ thể được sử dụng như: phân tích, tổng hợp, so sánh, đối chứng, mô hình hoá.

### **6. Kết cấu của Tổng quan khoa học**

Tổng quan khoa học gồm 145 trang. Ngoài phần mở đầu và kết luận, phần nội dung chính được kết cấu thành 3 chương, 7 tiết. Tổng quan được minh hoạ bằng 39 bảng biểu, 5 hình.

## CHƯƠNG I

### MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG KINH TẾ THỊ TRƯỜNG TRONG XU THẾ HỘI NHẬP KINH TẾ HIỆN NAY

#### 1.1. NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG ĐIỀU KIỆN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG HIỆN NAY

##### 1.1.1. Năng lực cạnh tranh của DN - khái lược lí thuyết và quan niệm

###### 1.1.1.1. *Khái lược về lý thuyết năng lực cạnh tranh doanh nghiệp*

Tổng quan đã hệ thống các lí thuyết về năng lực cạnh tranh từ cuối thế kỷ XX đến nay với các tên tuổi như Buckley, Pass và Prescott, M. Porter, Waheeduzzan, Henriesson, Momay, Thorne,... Nhìn chung, cho đến nay, năng lực cạnh tranh vẫn chưa được thống nhất từ cách hiểu, đo lường, đến các yếu tác động. Hiện có 3 cách tiếp cận năng lực cạnh tranh DN: lý thuyết thương mại truyền thống, tổ chức công nghiệp và quản lý chiến lược.

Việc nghiên cứu và đo lường năng lực cạnh tranh của DN theo 3 loại: năng lực cạnh tranh *hoạt động* (performance), dựa vào *tài sản* (assets) và *gắn quá trình* (process). Trong đó, năng lực cạnh tranh như một quá trình được nhiều người chú trọng và là hướng chủ đạo hiện nay.

###### 1.1.1.2. *Quan niệm về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp*

Sau khi hệ thống hoá các quan niệm về *năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp* và rút ra 4 đặc điểm trong khái niệm, tham khảo 7 đặc thù về năng lực cạnh tranh của Henriesson (*tính đa nghĩa, đa trị, đa cấp, phụ thuộc, tính quan hệ qua lại, tính chất động và là một quá trình*), đề ra 3 yêu cầu, Báo cáo này đi đến khái niệm: *Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong việc tiêu thụ sản phẩm, mở rộng mạng lưới tiêu thụ, thu hút và sử dụng có hiệu quả các yếu tố sản xuất nhằm đạt lợi ích kinh tế cao và bền vững.*

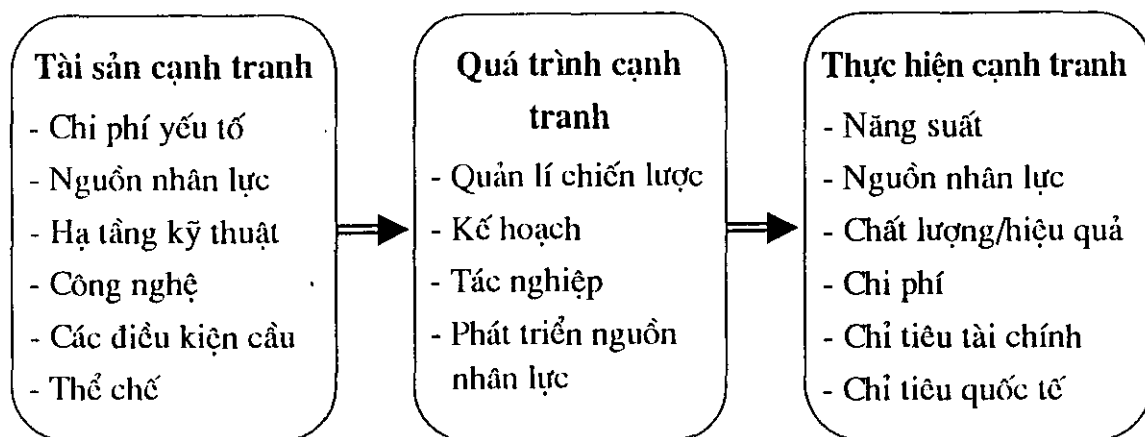
##### 1.1.2. Đo lường và các tiêu chí xác định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

###### 1.1.2.1. *Tổng quan về đo lường và xác định tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp*

Báo cáo Tổng quan đã hệ thống hoá những cách thức khác nhau về đo lường và xác định các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh trên thế giới của các nhóm nghiên cứu như Chaharbaghi và Feurer, Wangwe, Biggs và Satori, Cockburn, M.Porter, Salinger, Flanagan, Momaya và Selby, M.Porter với nhiều cách đo lường và các yếu tố xác định năng lực cạnh tranh DN, trong đó đáng chú ý là mô hình *Ba viên kim cương* của Chaharbaghi và Feurer (1994), mô hình *Giá trị năng lực cạnh tranh tổng thể* của Li và She (2002), mô hình *Tam giác cạnh tranh* của Lall (2001) và mô hình *Tài sản - Quá trình - Thực hiện* (APP) của Buckley (1988) và Momay (1998). Mô hình APP

được diễn tả như hình 1.2:

**Hình 1.2. Các yếu tố chủ yếu của mô hình APP**



*Nguồn: Flanagan và các cộng sự 2005.*

Nhìn vào mô hình này có thể thấy rõ các tiêu chí xác định năng lực cạnh tranh và các yếu tố, các quá trình tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Mô hình này được các tổ chức thế giới như Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) và Viện phát triển quản lý (IMD) áp dụng để tính toán và xác định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Kết hợp với các nghiên cứu trong nước của một số tác giả trong nước như Vũ Trọng Lâm, Trần Sửu, Nguyễn Vĩnh Thanh,... nhóm nghiên cứu đưa ra hệ thống các yếu tố cấu thành và đo lường năng lực cạnh tranh.

#### ***1.1.2.2. Các yếu tố cấu thành và đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp***

Nhóm nghiên cứu đã đưa ra 8 yếu tố cấu thành và các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, phân tích và đưa ra cách tính cho từng tiêu chí cụ thể:

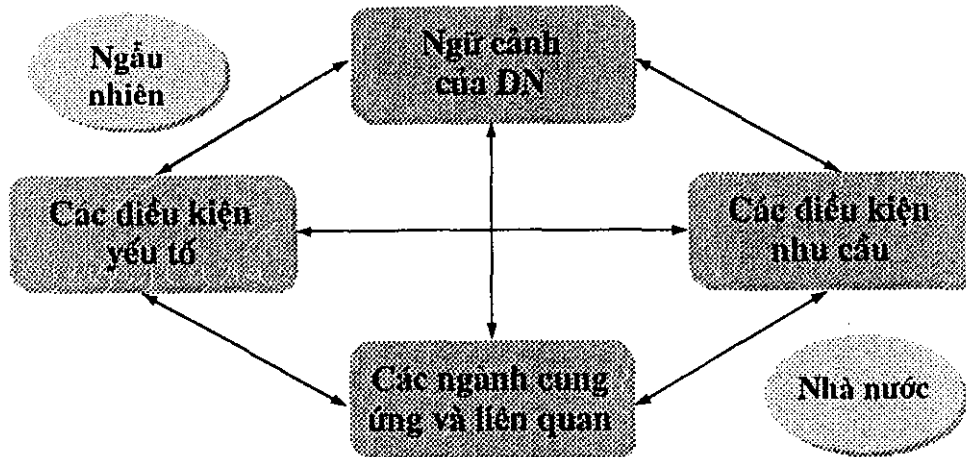
- a) *Khả năng duy trì và mở rộng thị phần của doanh nghiệp;*
- b) *Năng lực cạnh tranh của sản phẩm;*
- c) *Năng lực duy trì và nâng cao hiệu quả kinh doanh của DN;*
- d) *Năng suất các yếu tố sản xuất;*
- e) *Khả năng thích ứng và đổi mới của doanh nghiệp;*
- f) *Khả năng thu hút nguồn lực;*
- g) *Khả năng liên kết và hợp tác của doanh nghiệp;*
- h) *Chỉ tiêu tổng hợp về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.*

Báo cáo cũng đưa ra ví dụ về bức tranh năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp khi so sánh hai doanh nghiệp với nhau.

## 1.2. CÁC NHÂN TỐ TÁC ĐỘNG TỚI NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

Từ mô hình *Kim cương* của M. Porter có thể thấy 6 nhóm yếu tố tác động tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, nhưng có thể chia ra 2 nhóm cơ bản là các yếu tố bên trong DN và các yếu tố bên ngoài DN.

Hình 1.1. Mô hình Kim cương của Porter, 1990.



### 1.2.1. Các yếu tố bên trong doanh nghiệp

Trên cơ sở những cách tiếp cận trong nước và quốc tế chẳng hạn như của Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF), Báo cáo rút ra 5 nhóm yếu tố cơ bản bên trong DN có tác động mạnh tới năng lực cạnh tranh của DN như sau:

- a) *Trình độ, năng lực và phương thức quản lí;*
- b) *Trình độ thiết bị, công nghệ;*
- c) *Trình độ lao động trong DN;*
- d) *Năng lực tài chính của doanh nghiệp;*
- e) *Năng lực marketing của doanh nghiệp;*
- f) *Năng lực nghiên cứu phát triển của doanh nghiệp;*

### 1.2.2. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Từ mô hình *Kim cương* của M. Porter mà Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) sử dụng để đánh giá môi trường kinh doanh của DN với 56 chỉ tiêu cụ thể thuộc 4 nhóm chính là: *các điều kiện yếu tố đầu vào, các điều kiện về cầu, các ngành cung ứng và ngành liên quan, bối cảnh đối với chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp* và hai nhóm yếu tố bổ sung là *nhà nước và những yếu tố ngẫu nhiên*. Báo cáo tập trung phân tích 4 nhóm yếu tố theo cách hiểu truyền thống ở Việt Nam gồm: a) *Thị trường;* b) *Thể chế, chính sách;* c) *Kết cấu hạ tầng;* d) *Các ngành công nghiệp, dịch vụ hỗ trợ*



### 1.3. HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ VÀ YÊU CẦU NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

#### 1.3.1. Hội nhập kinh tế quốc tế và những tác động đối với DN Việt Nam

Báo cáo phân tích thực trạng hội nhập, những nội dung công việc và những kết quả đạt được trong tiến trình hội nhập kinh tế hơn 10 năm qua:

- Mở rộng quan hệ quốc tế, kí kết các hiện định song phương.
- Đàm phán và gia nhập các tổ chức quốc tế:
- Chuẩn bị các điều kiện trong nước cho hội nhập kinh tế quốc tế: xây dựng, bổ sung, sửa đổi pháp luật, chính sách; điều chỉnh cơ cấu kinh tế kinh tế; kiện toàn tổ chức bộ máy quản lý liên quan tới hội nhập kinh tế; chuẩn bị nguồn nhân lực cho hội nhập kinh tế quốc tế.

#### 1.3.2. Cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam

Báo cáo cũng chỉ rõ và phân tích những cơ hội, thách thức đối với DN, trên cơ sở đặt ra yêu cầu mới đối với việc nâng cao năng lực cạnh tranh của DN.

##### a) *Những cơ hội của hội nhập kinh tế đối với các DN:*

- Mở rộng thị trường cho DN;
- Được đối xử bình đẳng trong hoạt động thương mại quốc tế và giải quyết tranh chấp;
- Các DN được hưởng lợi từ việc "thuận lợi hoá" thương mại và đầu tư ngay trên "sân nhà".
- Hội nhập kinh tế quốc tế làm tăng thêm các cơ hội KD cho DN;
- Tạo điều kiện để các DN tiếp thu công nghệ, kỹ năng quản lý.
- Hội nhập kinh tế quốc tế làm tăng tính năng động, hiệu quả của DN.

##### b) *Những khó khăn, thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*

- Các DN phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt của hàng hoá nhập khẩu từ bên ngoài vào;
- Các DN phải đối mặt với các DN nước ngoài có tiềm lực tài chính mạnh, công nghệ, quản lý mạnh hơn, hàng hoá chất lượng cao hơn, mẫu mã đẹp hơn...
- Các DN Việt Nam đối mặt với khó khăn là nền kinh tế còn ở trình độ phát triển thấp, khoảng cách chênh lệch với các nước trong khu vực và thế giới còn rất lớn.
- Các DN phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt trên thị trường hàng hoá XK.

### **1.3. HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ VÀ YÊU CẦU NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

#### **1.3.1. Hội nhập kinh tế quốc tế và những tác động đối với DN Việt Nam**

Báo cáo phân tích thực trạng hội nhập, những nội dung công việc và những kết quả đạt được trong tiến trình hội nhập kinh tế hơn 10 năm qua:

- Mở rộng quan hệ quốc tế, kí kết các hiện định song phương.
- Đàm phán và gia nhập các tổ chức quốc tế:
- Chuẩn bị các điều kiện trong nước cho hội nhập kinh tế quốc tế: xây dựng, bổ sung, sửa đổi pháp luật, chính sách; điều chỉnh cơ cấu kinh tế kinh tế; kiện toàn tổ chức bộ máy quản lý liên quan tới hội nhập kinh tế; chuẩn bị nguồn nhân lực cho hội nhập kinh tế quốc tế.

#### **1.3.2. Cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp Việt Nam**

Báo cáo cũng chỉ rõ và phân tích những cơ hội, thách thức đối với DN, trên cơ sở đặt ra yêu cầu mới đối với việc nâng cao năng lực cạnh tranh của DN.

a) *Những cơ hội của hội nhập kinh tế đối với các DN:*

- Mở rộng thị trường cho DN;
- Được đối xử bình đẳng trong hoạt động thương mại quốc tế và giải quyết tranh chấp;
- Các DN được hưởng lợi từ việc "thuận lợi hoá" thương mại và đầu tư ngay trên "sân nhà".
- Hội nhập kinh tế quốc tế làm tăng thêm các cơ hội KD cho DN;
- Tạo điều kiện để các DN tiếp thu công nghệ, kỹ năng quản lý.
- Hội nhập kinh tế quốc tế làm tăng tính năng động, hiệu quả của DN.

b) *Những khó khăn, thách thức đối với doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*

- Các DN phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt của hàng hoá nhập khẩu từ bên ngoài vào;
- Các DN phải đối mặt với các DN nước ngoài có tiềm lực tài chính mạnh, công nghệ, quản lý mạnh hơn, hàng hoá chất lượng cao hơn, mẫu mã đẹp hơn...
- Các DN Việt Nam đối mặt với khó khăn là nền kinh tế còn ở trình độ phát triển thấp, khoảng cách chênh lệch với các nước trong khu vực và thế giới còn rất lớn.
- Các DN phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt trên thị trường hàng hoá XK.

### **1.3.3. Yêu cầu nâng cao năng lực cạnh tranh đối với các DN Việt Nam**

Hội nhập kinh tế quốc tế đang đặt ra những yêu cầu gay gắt phải nâng cao năng lực cạnh tranh của các DN Việt Nam:

- Các doanh nghiệp Việt Nam cần nhanh chóng, khẩn trương phát huy nội lực, nắm bắt cơ hội để nâng cao năng lực cạnh tranh.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh DN là quá trình thường xuyên, liên tục;

- Nâng cao năng lực cạnh tranh của DN đáp ứng yêu cầu vững chắc, dựa trên chiến lược cạnh tranh phù hợp.

- Tích cực tận dụng cơ hội do hội nhập kinh tế mang lại: tích cực nghiên cứu và mở rộng thị trường trong và ngoài nước, tìm kiếm công nghệ phù hợp, học hỏi kinh nghiệm quản lí, tăng cường liên kết, hợp tác trong hoạt động kinh doanh cũng như R&D.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh của DN đòi hỏi trước hết từ sự nỗ lực của các doanh nghiệp, đồng thời cần có sự hỗ trợ của Nhà nước.

## **CHƯƠNG 2**

### **THỰC TRẠNG DOANH NGHIỆP VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

#### **2.1. THỰC TRẠNG DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

##### **2.1.1. Số lượng, quy mô và ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp**

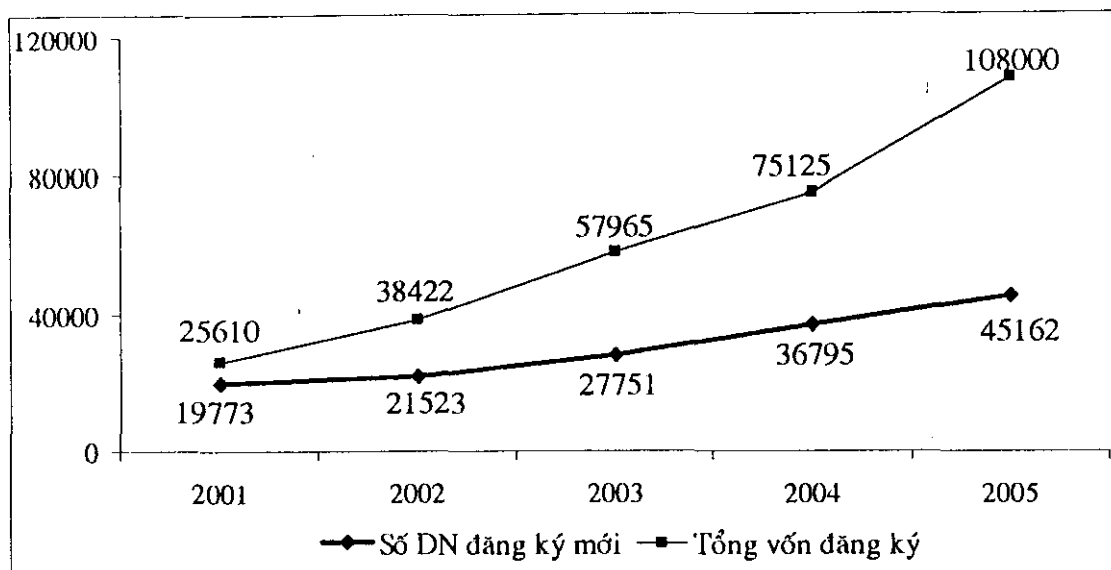
###### **2.1.1.1. Về số lượng và quy mô doanh nghiệp**

Dựa trên số liệu về DN của Tổng cục Thống kê và của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Báo cáo phân tích chỉ ra sự tăng trưởng về số lượng DN trong những năm qua, đặc biệt là từ khi có Luật DN 1999 đến nay (như hình 2.1).

Sự tăng trưởng về số DN có khác nhau theo loại DN, trong đó cả hai loại DN là công ty TNHH và DNTN chiếm 77,3% tổng số DN cả nước; DNNN và công ty TNHH chiếm 63,2% tổng số lao động trong DN; DNNN và công ty cổ phần chiếm gần 50% tổng vốn trong các doanh nghiệp.

Về quy mô DN, phần lớn các DN Việt Nam thuộc loại vừa và nhỏ, trong đó có 64,4% DNNN, 98,7% hợp tác xã, 99,6% DNTN, 98,4% công ty TNHH, 95,7% công ty CP thuộc loại này.

**Hình 2.1: Số doanh nghiệp dân doanh và số vốn đăng ký hàng năm**



Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2005.

### 2.1.1.2. Về ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam

Xét theo số lượng DN, có 81,7% số DN tập trung vào 5 ngành trong tổng số 21 ngành cấp 2 cả nước: thương mại (39,3%), công nghiệp chế biến (22,4%), xây dựng (13,4%), kinh doanh tài sản và vận tải (6,7%). Xét theo số lao động, các DN tập trung trong 5 ngành: công nghiệp chế biến (50,1%), xây dựng (16,3%), tài chính (12,7%), thương nghiệp (10%), vận tải (7,4%). Xét theo vốn kinh doanh, các DN tập trung vào: tài chính, tín dụng (33,8%), công nghiệp chế biến (25%), thương nghiệp (10,3%), xây dựng (8,2%) và vận tải (6%).

Nhìn chung, các DN Việt Nam hoạt động chủ yếu trong các ngành nghề "truyền thống". Tỷ lệ doanh nghiệp hoạt động trong các ngành, lĩnh vực hiện đại chưa nhiều

### 2.1.2. Vốn, lao động của doanh nghiệp

Lao động và vốn là những đầu vào rất quan trọng của doanh nghiệp, là những chỉ tiêu thể hiện quy mô, năng lực kinh doanh của doanh nghiệp.

Năm 2004, tổng tài sản của các DN đạt 2.161.502 tỷ đồng, bình quân 24 tỷ đồng/ DN; tổng số lao động trong DN là 5.462.485 người và bình quân có 63 người/ DN. Vốn và lao động bình quân dDN như vậy là khá thấp. Cơ cấu vốn thiên về vốn lưu động và nguồn vốn vay chiếm tỷ trọng lớn. Tình hình vốn, lao động cũng rất khác nhau theo loại hình doanh nghiệp. Thu nhập bình quân một lao động trong DN năm 2004 đạt 1.476 nghìn đồng. Chi phí tiền công lao động trung bình của các DN chiếm 5,5% doanh thu.

### 2.1.3. Một số kết quả hoạt động của doanh nghiệp

Kết quả hoạt động của doanh nghiệp thể hiện trên các chỉ tiêu cơ bản của doanh nghiệp như doanh thu, lợi nhuận, nộp NSNN như bảng 2.8:

*Bảng 2.8. Một số kết quả chủ yếu của doanh nghiệp Việt Nam, 2002-2004*

*Đơn vị: tỷ đồng*

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>
Doanh thu: Tổng số	1.212.234	1.456.771	1.750.046
Bình quân 1 doanh nghiệp	19,3	20,2	19,1
Lợi nhuận: Tổng số (trước thuế)	62.237	78.202	104.913
Bình quân 1 doanh nghiệp	1,0	1,2	1,7
Nộp NSNN: Tổng số	109.590	110.200	138.709
Bình quân 1 doanh nghiệp	1,7	1,8	2,2

*Nguồn: Tổng cục Thống kê 2005.*

Nhìn chung, doanh thu của các DN tăng nhanh, bình quân doanh thu một DN khá thấp - chỉ có trên 19 tỷ đồng/ DN. Năm 2004, tổng lợi nhuận do các DN tạo ra là 104.913 tỷ đồng, tăng 29,8%/ năm; lợi nhuận bình quân 1 DN khá thấp. Nộp NSNN của khối doanh nghiệp chưa cao.

Nhìn tổng thể, các kết quả đạt được của các doanh nghiệp là khả quan và xu hướng tích cực, mức tăng trưởng các chỉ tiêu cơ bản là khá cao. Tuy nhiên, các chỉ số bình quân trên một doanh nghiệp khá thấp phản ánh năng lực và hiệu quả bình quân của các doanh nghiệp chưa cao.

## 2.2. THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

### 2.2.1. Tình hình thực hiện các chỉ tiêu năng lực cạnh tranh của DN Việt Nam

#### 2.2.1.1. Thị phần và năng lực chiếm lĩnh thị trường

Trên thị trường nội địa, một số thương hiệu nổi tiếng và chiếm thị phần khá lớn. Nhiều hàng hoá của DN Việt Nam đã làm chủ được thị trường này.

Trên thị trường quốc tế, đến nay Việt Nam có quan hệ thương mại với hơn 160 nước và một số mặt hàng đã có vị thế cao trên thế giới như gạo, nhân điều (chiếm 41% thị trường Mỹ, 20% thị trường Trung Quốc và 10% thị trường Úc); giày dép (thứ tư thế giới với kim ngạch năm 2005 trên 3,1 tỷ USD, chiếm 17,2% thị trường Anh, 14% thị trường Đức và 9,5% thị trường Hà Lan). Tuy nhiên, kim ngạch XK của Việt Nam chỉ chiếm 0,3% kim ngạch XK thế giới và 1,3% kim ngạch XK châu Á, còn cách khá xa so với các nước trong khu vực. Khả năng cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam trên thị trường thế giới còn kém. Hiện chỉ có 23,8% DN Việt Nam có hàng xuất khẩu, 13,7% DN có triển vọng xuất khẩu và 62,5% DN hoàn toàn chưa có khả năng xuất khẩu.

Các DN trong nước chiếm tỷ trọng lớn trong nền kinh tế, nhưng chỉ tạo ra 49,6 % tổng giá trị kim ngạch XK và chủ yếu tập trung ở các ngành công nghệ thấp. Từ thực tế đó cho thấy thị phần và năng lực chiếm lĩnh thị trường của DN Việt Nam tuy có được cải thiện, nhưng vẫn rất hạn chế.

### 2.2.1.2. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm

Sản phẩm của nhiều DN có giá cạnh tranh cao. Nhiều sản phẩm của các DN Việt Nam cạnh tranh được là nhờ vào lợi thế về tài nguyên, hoặc giá cả. Tuy nhiên, một số sản phẩm quan trọng đối với nền kinh tế của Việt Nam lại có giá thành cao như xi măng, đường, giấy, thép,...

Chất lượng hàng hoá của nhiều DN có nhiều tiến bộ, chủng loại đa dạng hơn, mẫu mã, kiểu dáng đẹp hơn. Rất nhiều sản phẩm Việt Nam giành được chỗ đứng trên thị trường nội địa như văn phòng phẩm, bánh kẹo, bia, nước giải khát, lương thực, thực phẩm, sản phẩm nhựa, đồ dùng gia đình... Trên thị trường quốc tế, một số mặt hàng Việt Nam được đánh giá là có chất lượng cao như dệt may, giày dép... Tuy nhiên, nhiều sản phẩm chỉ đạt mức độ chất lượng trung bình, kể cả những sản phẩm đã được xuất khẩu với khối lượng lớn trên thị trường thế giới. Tính độc đáo của sản phẩm Việt Nam nói chung không cao. Trừ một số ít sản phẩm mang đậm bản sắc tự nhiên và văn hoá đặc thù như hàng thủ công mỹ nghệ, dịch vụ du lịch,... các sản phẩm khác còn lại hầu như luôn đi sau các nước về kiểu dáng, tính năng. Dịch vụ chăm sóc khách hàng và hậu mãi hầu như chưa được các DN Việt Nam coi trọng, ngay cả trên thị trường nội địa.

### 2.2.1.3. Hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp

Các chỉ tiêu hiệu quả quan trọng như lợi nhuận hay suất lợi nhuận trên vốn của doanh nghiệp nhìn chung còn thấp. Số liệu thống kê năm 2004 cho thấy: có 67,2% số DN có lãi với mức lãi/ DN là 1,9 tỷ đồng. Mức lãi/ DN như vậy còn thấp và số DN thua lỗ còn nhiều. So với mức lãi trung bình 1 DN có vốn nước ngoài thì lãi bình quân của các DN ngoài nhà nước thấp hơn gần 180 lần, các DNNN thấp hơn 13 lần. Tỷ suất lợi nhuận của DNNN chỉ bằng 1/4 của DN có vốn nước ngoài.

**Bảng 2.14: Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam**

Đơn vị: %

Loại doanh nghiệp	Lợi nhuận/ vốn kinh doanh				Lợi nhuận/doanh thu			
	2001	2002	2003	2004	2001	2002	2003	2004
Tổng số	3,78	4,32	4,54	5,63	5,05	5,13	5,37	6,95
DNNN	2,45	2,90	2,77	3,61	4,18	4,18	4,15	6,06
DN ngoài nhà nước	2,28	2,31	2,15	2,57	1,34	1,50	1,49	1,98
DN có vốn nước ngoài	8,74	9,99	11,60	14,45	13,02	13,61	14,60	17,04

Nguồn: Tổng cục Thống kê, 2005

So với các DN cùng loại của Trung Quốc, hiệu quả SXKD của các DN Việt Nam thấp hơn khá nhiều. Tình hình cũng tương tự khi so sánh theo ngành.

Nguyên nhân chủ yếu làm cho hiệu quả của các DN Việt Nam còn thấp là do năng lực quản lý của nhiều DN còn hạn chế, trình độ công nghệ và năng lực sử dụng thiết bị còn hạn chế, cơ chế chính sách của Nhà nước còn nhiều trở ngại.

#### **2.2.1.4. Năng suất các yếu tố**

##### **a) Năng suất sử dụng vốn và tài sản**

Tỷ lệ doanh thu thuần trên tài sản của các DN Việt Nam khá thấp, đạt 0,7 - 0,8. Chỉ tiêu này của các DNNN và DN có vốn đầu tư nước ngoài khá thấp, các DN ngoài nhà nước cao hơn mức trung bình của các DN. Chỉ tiêu này theo ngành cũng khá thấp, đặc biệt là trong lĩnh vực tài chính, tín dụng; khách sạn, nhà hàng.

Hệ số quay vòng vốn chủ sở hữu năm 2004 khá cao trong thương nghiệp (9,08 vòng), trong khi đó ngành công nghiệp chế biến là 2,84 vòng. So với các nước - chẳng hạn như với các DN Nhật Bản, chỉ số này của các DN Việt Nam khá thấp.

##### **b) Năng suất lao động trong doanh nghiệp**

Năng suất lao động của DN Việt Nam thấp hơn 2-15 lần so với các nước ASEAN. trong khi chi phí về lao động trên giá trị mới của Việt Nam rất cao, bằng 47,38%, tương đương với Nhật Bản và Mỹ.

#### **2.2.1.5. Khả năng thu hút các nguồn lực**

Khả năng thực tế về huy động vốn của các loại DN có khác nhau: DNNN có lợi thế rất lớn và chiếm 63,1 - 67,3% tổng nguồn vốn vay của các DN; các DN ngoài nhà nước chiếm 14,9 - 20,2%, trung bình mỗi DN vay 3,6 tỷ đồng/ năm; DN có vốn đầu tư nước ngoài là 9,7% và 78,8 tỷ đồng/ DN. Do khó tiếp cận nguồn vốn chính thức nên các DN ngoài nhà nước gặp nhiều khó khăn về vốn, buộc họ phải vay vốn phi chính thức với lãi suất cao và rủi ro lớn.

Các DN vốn trong nước cũng gặp khó khăn về thu hút nhân lực có tay nghề cao.

#### **2.2.1.6. Khả năng liên kết, hợp tác của các doanh nghiệp**

Khả năng liên kết, hợp tác giữa các DN Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế do bị ảnh hưởng bởi tâm lý "một mình một thuyền". Điều này thể hiện rõ qua loại hình DN một chủ vẫn chiếm ưu thế, số lượng chi nhánh/ DN còn ít, các hợp đồng hợp tác, liên kết kinh doanh giữa các DN vẫn còn hạn chế.

### **2.2.2. Thực trạng các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của DN Việt Nam**

#### **2.2.2.1. Tổ chức quản lý doanh nghiệp Việt Nam**

Báo cáo phân tích thực trạng tổ chức quản lý DN trên các mặt: a) *Mô hình tổ chức DN*; b) *Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý DN*; c) *Năng lực quản lý của DN*.

Thực tế cho thấy, phần lớn các DN Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế trên cả 3 mặt này, trong đó đặc biệt là năng lực quản lí DN.

#### **2.2.2.2. Năng lực vốn của các doanh nghiệp Việt Nam**

Năng lực về vốn của các DN thể hiện trước hết ở quy mô vốn. Trên 95% DN Việt Nam có quy mô vừa và nhỏ. So với các DN có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam hay so sánh với các DN Trung Quốc thì năng lực vốn của các DN Việt Nam rất hạn chế: vốn bình quân/ DN Trung Quốc gấp 3 đến 31 lần DN Việt Nam.

Trong một số ngành, lĩnh vực, năng lực vốn của DN rất thấp. So với các ngành tương ứng của Trung Quốc, năng lực vốn của các doanh nghiệp Việt Nam rất thấp, ngay cả trong các ngành được coi là xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

#### **2.2.2.3. Năng lực công nghệ trong các doanh nghiệp Việt Nam**

Công nghệ của nhiều DN lạc hậu so với mức trung bình của thế giới từ 2 đến 3 thế hệ. Chẳng hạn, trong các DN thuộc Bộ Công nghiệp, giá trị máy móc, thiết bị của nhiều DN chỉ còn 30% giá trị ban đầu và đã lạc hậu hơn 30 năm.

Tỷ lệ đầu tư đổi mới công nghệ của DN còn thấp. Đầu tư chung cho nghiên cứu và phát triển (R&D) ở Việt Nam chỉ chiếm khoảng 0,4 % GDP so với 2% ở nhiều nước. Khoản đầu tư này ở DNNN chỉ ở mức 0,2-0,3% doanh thu, thấp hơn rất nhiều so với tỷ lệ 10% ở các nước phát triển, 5%-6% ở các nước công nghiệp hoá.

Theo xếp hạng của WEF, hầu hết các chỉ tiêu công nghệ của DN Việt Nam đều thấp hơn nhiều so với các DN Thái Lan và Trung Quốc.

#### **2.2.2.4. Năng lực của lao động trong doanh nghiệp Việt Nam**

Năm 2004, tổng số lao động trong các DN là 5,8 triệu người, chiếm hơn 12% tổng số lao động XH với mức tăng trưởng 14,9%/ năm giai đoạn 1995 - 2004 và 10,6% giai đoạn 2000 - 2004. Trong tổng lao động của khối DN, tỷ trọng lao động DNNN vẫn còn lớn và giảm từ 48,5% năm 2002 xuống 39% năm 2004. Tỷ trọng lao động trong các DN ngoài nhà nước tăng tương ứng từ 36,6% lên 42,9%.

Quy mô lao động bình quân toàn khối DN năm 2004 là 63 người/ DN, trong đó: DNNN 490 người, DN ngoài nhà nước 30 người, DN có vốn nước ngoài 331 người.

Chất lượng lao động trong các DN được cải thiện, tỷ lệ lao động có đào tạo trong các DN chiếm 49,7%, trong đó lao động có trình độ từ cao đẳng trở lên chiếm 12,8%, công nhân kỹ thuật 29,5%, trung cấp 7,4%.

Tuy vậy, lao động và quản lí lao động trong các DN hiện còn nhiều hạn chế: kỹ năng lao động còn thấp; cách thức trả lương và đánh giá kết quả công việc còn mang tính bình quân; thiếu sự khuyến khích thích đáng về vật chất và tinh thần đối với người lao động; tổ chức lao động ở nhiều DN chưa hợp lý và khoa học.



## 2.2.3. Thực trạng về môi trường kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam

### 2.1.2.1. Thể chế, chính sách đối với các doanh nghiệp

Báo cáo phân tích quá trình đổi mới thể chế, chính sách đối với DN: *khung khổ pháp luật kinh doanh, về đất đai, về tài chính, về tiền tệ - tín dụng, về thương mại, về lao động - việc làm - đào tạo nhân lực...*

Nhìn chung, pháp luật ngày càng hoàn thiện, đồng bộ và tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiện còn không ít khó khăn, trở ngại trong khung khổ pháp luật liên quan tới doanh nghiệp.

### 2.1.2.2. Thực trạng kết cấu hạ tầng đối với doanh nghiệp

Kết cấu hạ tầng phục vụ kinh tế - xã hội được Nhà nước chú trọng đầu tư phát triển với lượng vốn khá lớn. Nhờ đó đã hỗ trợ rất lớn cho DN.

Tuy nhiên, đến nay kết cấu hạ tầng còn hạn chế: hệ thống giao thông thiếu đồng bộ, chất lượng thấp; hệ thống điện chưa đáp ứng nhu cầu; bưu chính, viễn thông còn thiếu đồng bộ, chất lượng dịch vụ chưa cao; hạ tầng XH cũng còn nhiều hạn chế.

Những hạn chế trong kết cấu hạ tầng làm tăng chi phí đầu vào, làm giảm sức cạnh tranh của DN. So sánh quốc tế về chi phí một số dịch vụ hạ tầng của Việt Nam với các nước như bảng 2.28:

**Bảng 2.1: So sánh quốc tế về giá một số dịch vụ của Việt Nam, 2003**

Đơn vị: USD

Giá dịch vụ	Hà Nội	TP HCM	Thượng Hải	Singapore	Bangkok	Kualumpur	Jakarta	Manila
1 kwh điện	0,05-0,07		0,07	0,07	0,04	0,05	0,04	0,04
1 m <sup>3</sup> nước	0,23		0,15	1,03-1,32	0,22-0,36	0,47	0,58	0,17- 0,20
3 phút điện thoại tới Nhật Bản	6,93		2,9	1,0	2,07	1,42	3,76	1,2
Vận tải container 40 feet đến Yokohama	1.470	1.078	700	550	1.304	884	820	700

### 2.1.2.3. Đánh giá chung về môi trường kinh doanh của Việt Nam đối với DN

Môi trường kinh doanh tổng thể gồm nhiều yếu tố từ vĩ mô đến vi mô, từ kinh tế đến kỹ thuật. Có tổ chức quốc tế như Ngân hàng Thế giới (WB), Công ty Tài chính quốc tế (IFC), Diễn đàn Kinh tế thế giới... hàng năm đưa ra các kết quả đánh giá về môi trường kinh doanh của các quốc gia, trong đó có Việt Nam. Báo cáo đưa ra các kết quả đánh giá khác nhau, trong đó có đánh giá của WEF như bảng 2.31:

**Bảng 2.2: Một số chỉ tiêu về môi trường kinh doanh của Việt Nam năm 2005 tăng hạng và giảm hạng đáng kể so với năm 2004**

	<i>Xếp hạng năm 2005</i>	<i>Thay đổi thứ hạng</i>
Mức độ độc quyền trên thị trường	36	+38
Chuyển giao công nghệ từ đầu tư trực tiếp nước ngoài	46	+33
Mức độ hành chính quan liêu	64	+27
Cung ứng vốn kinh doanh mạo hiểm	40	+26
Kỳ vọng về triển vọng kinh tế	10	+24
Tác động của quy định pháp luật tới FDI	46	+23
Gánh nặng các quy định chính phủ	102	-43
Sử dụng lao động nữ trong khu vực kinh tế tư nhân	49	-42
Lạm phát	93	-41
Tỷ lệ học cấp cơ sở	66	-32
Thù lao cho cán bộ quản lý doanh nghiệp	69	-24
Mức độ dễ dàng trong tuyển dụng lao động nước ngoài	56	-22

*Nguồn:* Diễn đàn Kinh tế Thế giới, 2005.

Nhìn chung, môi trường kinh doanh đối với các DN đã được cải thiện, tuy nhiên vẫn còn nhiều khó khăn, trở ngại.

### CHƯƠNG 3

## MỘT SỐ QUAN ĐIỂM, PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG ĐIỀU KIỆN HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

### 3.1. MỘT SỐ QUAN ĐIỂM VÀ PHƯƠNG HƯỚNG NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

#### 3.1.1. Đổi mới nhận thức và quan điểm về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của DN, cần nhận thức đúng cạnh tranh và năng lực cạnh tranh trong tình hình mới:

*Một là*, đổi mới nhận thức về cạnh tranh và vai trò của cạnh tranh;

*Hai là*, năng lực cạnh tranh là kết quả tổng hợp của nhiều yếu tố và chịu tác động của nhiều nhân tố bên trong và bên ngoài DN.

*Ba là*, nâng cao năng lực cạnh tranh là vấn đề sống còn đối với DN trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

*Bốn là*, nâng cao năng lực cạnh tranh của DN là quá trình lâu dài, phức tạp và thường xuyên, liên tục.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh của DN, cần thống nhất một số quan điểm:

- Nâng cao năng lực cạnh tranh cần được thực hiện đồng bộ nhiều khâu, nhiều yếu tố, cần chú trọng tập trung vào khâu then chốt, có tính quyết định.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh của DN cần bảo đảm tính vững chắc, tức là có thể duy trì khả năng lâu dài và liên tục cả trong hiện tại và tương lai.

- Nâng cao năng lực cạnh tranh của DN không chỉ là vấn đề của các DN, mà là nhiệm vụ của tất cả cấp quan chính quyền và của toàn XH.

### **3.1.2. Những phương hướng cơ bản về nâng cao năng lực cạnh tranh của DN**

Nâng cao năng lực cạnh tranh của DN trong điều kiện hiện nay theo hướng:

*Một là*, nâng cao năng lực cạnh tranh của các DN cần dựa trên năng suất và hiệu quả sản xuất - kinh của bản thân các doanh nghiệp.

*Hai là*, nâng cao năng lực cạnh tranh cần dựa trên cơ sở vững chắc, tức là chủ yếu dựa trên lợi thế so sánh động, lợi thế cạnh tranh.

*Ba là*, nâng cao năng lực cạnh tranh cần phù hợp xu thế phát triển nền kinh tế hiện đại - kinh tế tri thức, nâng cao hàm lượng khoa học trong sản phẩm, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin vào sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.

*Bốn là*, nâng cao năng lực cạnh tranh của DN phù hợp với xu thế toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế.

*Năm là*, việc nâng cao năng lực cạnh tranh của DN cần phải gắn với tạo lập môi trường KD thuận lợi, an toàn, ổn định, bình đẳng và có tính cạnh tranh cao.

## **3.2. NHỮNG GIẢI PHÁP CƠ BẢN NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM**

### **3.2.1. Nâng cao năng lực hoạt động của các doanh nghiệp**

#### **3.2.1.1. Đổi mới tổ chức, nâng cao trình độ và năng lực quản lý doanh nghiệp**

Đổi mới tổ chức quản lý doanh nghiệp theo hướng áp dụng các mô hình tổ chức DN hiện đại, phù hợp với từng DN, nhằm mục đích tăng sức mạnh cho DN, mở rộng khả năng huy động nguồn lực và giảm chi phí. Theo hướng đó, các DN cần chuyển sang công ty, đặc biệt là công ty cổ phần; đồng thời, cần chú trọng hợp lý hoá sản xuất bảo đảm thích ứng cao với thị trường, tăng năng suất, chất lượng và hiệu quả.

Nâng cao trình độ và năng lực của đội ngũ cán bộ quản lý DN, bao gồm cả kiến thức và kỹ năng của các ngành, lĩnh vực có liên quan đến DN. Chú trọng từ khâu tuyển chọn, bố trí sử dụng, đào tạo, đánh giá và có chế độ lương, thưởng hợp lý.

### **3.2.1.2. Nâng cao năng lực marketing của doanh nghiệp**

Nâng cao năng lực marketing của DN trên các mặt:

- *Chiến lược sản phẩm*: chú trọng cả số lượng, chất lượng, dịch vụ hậu mãi.  
- *Chiến lược giá*: chú trọng khâu hình thành giá, đổi mới việc định giá để có tính cạnh tranh.

- *Chiến lược thị trường*: chú trọng nghiên cứu thị trường để nắm thông tin về nhu cầu, giá cả, đối thủ, đối tác và các yếu tố khác. Đa dạng hoá các kênh thông tin về thị trường: từ phương tiện thông tin đại chúng, trực tiếp với khách hàng, thông qua hội chợ, hội nghị khách hàng, thông qua các trang web. Các DN cần chủ động nghiên cứu cả thị trường trong nước và quốc tế.

- *Tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại*: chú trọng hoạt động quảng cáo nhằm thực hiện ba mục tiêu là thông tin, thuyết phục và gợi đối với hàng hoá; khuyếch trương thanh thế, uy tín của DN... Cần lựa chọn phương tiện quảng cáo phù hợp và tài trợ đúng mức cho hoạt động quảng cáo. Cần thông qua hệ thống thương vụ tại các sứ quán của Việt Nam để quảng bá sản phẩm của DN ra nước ngoài.

- *Thiết lập hệ thống kênh phân phối phù hợp để nâng cao năng lực thâm nhập thị trường*: từng bước thiết lập kênh phân phối hiện đại, chẳng hạn mô hình phân phối theo chiều dọc trên cơ sở liên kết chặt chẽ giữa nhà sản xuất, nhà bán buôn, bán lẻ...

- *Chú trọng đầu tư xây dựng và quảng bá thương hiệu của doanh nghiệp*.

### **3.2.1.3. Nâng cao năng lực sáng tạo trong doanh nghiệp**

Các DN cần chú trọng nâng cao năng lực sáng tạo, bao gồm từ phát minh, sáng chế đến cải tiến quy trình sản xuất, đổi mới sản phẩm,... Ngoài việc mua sắm thiết bị, công nghệ mới, mua bản quyền sản xuất, các doanh nghiệp cần chú ý tới việc tạo ra bầu không khí lao động sáng tạo và có những biện pháp thưởng thích đáng chi những sáng kiến của nhân viên, người lao động trong doanh nghiệp. Ngoài ra, cần chú trọng liên kết với các cơ sở nghiên cứu khoa học, các trường, viện.

## **3.2.2. Sử dụng có hiệu quả các nguồn lực của doanh nghiệp**

### **3.2.2.1. Sử dụng có hiệu quả nguồn vốn, tài sản của doanh nghiệp**

Sử dụng nguồn vốn của DN theo hướng: đánh giá lại vốn và nguồn vốn của doanh nghiệp; cơ cấu lại nguồn vốn, tài sản; sử dụng hợp lý và tiết kiệm nguồn vốn, tài sản trong doanh nghiệp; nâng cao hiệu quả sử dụng vốn; chủ động và tích cực trong việc huy động vốn.

### **3.2.2.2. Sử dụng có hiệu quả và nâng cao năng lực công nghệ của doanh nghiệp**

Sử dụng có hiệu quả thiết bị, công nghệ theo hướng: tăng cường khai thác

thiết bị, công nghệ đồng thời với việc bảo trì, bảo dưỡng; nâng cao trình độ, kỹ năng sử dụng thiết bị, công nghệ của người lao động.

Chú trọng đổi mới công nghệ: lựa chọn công nghệ phù hợp với điều kiện sản xuất; có kế hoạch chuyển từ khai thác công nghệ sang giai đoạn hấp thụ công nghệ và đi đến cải tiến, sáng tạo công nghệ

Để có công nghệ phù hợp, cần tăng cường hoạt động mua - bán, chuyển giao công nghệ. Ngoài ra cần chú trọng khuyến khích và có chế độ thoả đáng để kích thích người lao động phát huy sáng kiến, cải tiến kỹ thuật, hợp lý hoá quy trình sản xuất, cải tiến công nghệ để nâng cao chất lượng sản phẩm, giảm giá thành.

### **3.2.2.3. Sử dụng có hiệu quả và nâng cao chất lượng lao động trong DN**

DN cần tạo ra bầu không khí dân chủ và nhiệt huyết với công việc, tăng quyền tự chủ, tự quyết cho người lao động

Cần chú trọng một cách thường xuyên các khâu trong công tác cán bộ từ tuyển chọn, bố trí, sử dụng, đào tạo và có chính sách đãi ngộ hợp lý đối với người lao động, bảo đảm lợi ích vật chất và tinh thần cho người lao động.

Đẩy mạnh công tác đào tạo và bồi dưỡng thường xuyên cho người lao động. Tăng đầu tư cho hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực của DN; khuyến khích người lao động học tập thường xuyên, tự học là chính.

### **3.2.3. Cải thiện môi trường và điều kiện kinh doanh đối với doanh nghiệp**

#### **3.2.3.1. Phát triển hạ tầng kinh tế và pháp lý hỗ trợ sản xuất, kinh doanh của DN**

Để tạo điều kiện thuận lợi cho DN hoạt động và nâng cao năng lực cạnh tranh, Nhà nước cần chú trọng phát triển kết cấu hạ tầng trên các mặt:

- Tăng cường đầu tư xây dựng hệ thống giao thông, bến cảng, khu công nghiệp; bưu chính, viễn thông; hệ thống điện, nước. Ngoài ra, chú trọng phát triển kết cấu hạ tầng xã hội như trường học, bệnh viện,...

- Tiếp tục hoàn thiện hệ thống pháp luật theo hướng minh bạch, ổn định và không phân biệt đối xử giữa các khu vực kinh tế. Triển khai thực hiện nghiêm Luật Cạnh tranh, đồng thời từng bước hoàn thiện chính sách cạnh tranh phù hợp với thông lệ quốc tế và tình hình Việt Nam. Hoàn thiện và triển khai vào thực tế các qui định pháp luật được quốc tế thừa nhận như qui chế đối xử tối huệ quốc, qui chế đối xử quốc gia trong thương mại, thuế chống bán phá giá,... Tham gia các Hiệp định quốc tế về trọng tài, mở rộng khả năng giải quyết tranh chấp thông qua cơ quan trọng tài, đặc biệt là các tranh chấp quốc tế. Giảm bớt việc "hình sự hoá" các tranh chấp dân sự trong kinh doanh.

- Tạo lập và hoàn thiện các thị trường đặc biệt là thị trường vốn, lao động, KHCN vừa tạo điều kiện cho DN dễ tiếp cận thị trường, giảm chi phí giao dịch, vừa tạo cho DN nhiều lựa chọn từ đó đưa ra phương án lựa chọn tối ưu nhất.

Nam được mở rộng và ngày càng được khẳng định trên thị trường quốc tế. Đó là kết quả của sự nỗ lực của cộng đồng các DN, đồng thời cũng là sự nỗ lực lớn của toàn Đảng, của các cấp chính quyền và nhân dân.

Tuy vậy, năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam hiện còn hạn chế, thị phần của nhiều doanh nghiệp còn nhỏ bé, hàng hoá chất lượng chưa cao, năng suất và hiệu quả kinh doanh của nhiều doanh nghiệp còn thấp. Nguyên nhân của tình trạng này có nhiều, bao gồm cả từ phía các doanh nghiệp, do môi trường kinh doanh và từ phía Nhà nước các cấp.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, nhiều cơ hội đang mở ra đối với doanh nghiệp; nhưng cũng không ít khó khăn, thách thức gây gât đặt ra trước các doanh nghiệp. Để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, cần có sự nỗ lực của doanh nghiệp, đồng thời phải có sự trợ giúp của Nhà nước trong việc tạo lập môi trường, hỗ trợ cho các doanh nghiệp. Trong thời gian tới, các doanh nghiệp cần chú trọng vào những biện pháp sau đây:

- Đổi mới tổ chức, nâng cao năng lực quản lí doanh nghiệp;
- Nâng cao năng lực marketing của doanh nghiệp;
- Sử dụng có hiệu quả và nâng cao năng lực công nghệ;
- Sử dụng có hiệu quả và nâng cao chất lượng nhân lực của doanh nghiệp.
- Tăng cường liên kết, hợp tác giữa doanh nghiệp với các đối tác trong và ngoài nước.

Các cấp chính quyền và các cơ quan nhà nước cần giúp đỡ, hỗ trợ doanh nghiệp trên các mặt sau:

- Phát triển kết cấu hạ tầng như đường giao thông, điện, nước, thông tin liên lạc;
- Đổi mới thể chế, chính sách phù hợp với trình độ của nền kinh tế, của các doanh nghiệp Việt Nam và các cam kết quốc tế;
- Tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp, đặc biệt là định hướng, cung cấp thông tin, đơn giản hoá thủ tục hành chính...

Sự nỗ lực của cộng đồng doanh nghiệp và sự hỗ trợ của các cấp chính quyền và cơ quan nhà nước cũng như tổ chức và cá nhân là tiền đề bảo đảm cho việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, góp phần thực hiện các mục tiêu kinh tế - xã hội của nước ta.

## CÁC CÔNG TRÌNH CỦA NHÓM NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ

### LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI:

1. TS Nguyễn Hữu Thắng: *Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp Việt Nam*, Tạp chí Quản lý kinh tế, số 8/ 2006, tr.61-63.
2. TS Nguyễn Hữu Thắng và các tác giả khác: *Doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong điều kiện Hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2006.