

**DỰ BÁO VỀ NỀN KINH TẾ TOÀN CẦU
VÀ CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐẾN
NĂM 2020**

Lời giới thiệu

Trong 15 năm tới rất nhiều thay đổi có thể sẽ xảy ra. Vào thời điểm bắt đầu thập kỷ 90 của thế kỷ trước, Trung Quốc chủ yếu vẫn còn là một nền kinh tế kế hoạch hóa và Liên Xô vẫn còn tồn tại. Lúc đó có rất ít người nghe nói đến mạng thông tin toàn cầu Internet và thư điện tử (e-mail) dường như vẫn còn là một cái gì đó giống sự hư cấu của khoa học hơn là hiện thực.

15 năm tới sẽ có những thay đổi còn mạnh mẽ hơn đối với toàn bộ nền kinh tế thế giới, các ngành công nghiệp chủ chốt và cả các hoạt động của các công ty. Các xu thế nổi bật trong thời gian tới sẽ là: Toàn cầu hóa (Globalisation); phân đoạn hóa (Atomisation); cá nhân hóa (Personalisation); những thay đổi về dân số (Demographics) và quản lý tri thức (Knowledge Management).

Việc dự báo trước những thay đổi trong tương lai của nền kinh tế toàn cầu và của các ngành công nghiệp then chốt sẽ đóng vai trò quan trọng trong việc hoạch định các chính sách phát triển kinh tế vĩ mô, liên ngành và ngành. Để giúp bạn đọc có thêm thông tin về những vấn đề trên, Trung tâm Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia biên soạn và xuất bản Tổng luận: “**DỰ BÁO VỀ NỀN KINH TẾ TOÀN CẦU VÀ CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP ĐẾN NĂM 2020**”. Nội dung Tổng luận được tổng hợp, khái quát từ các Dự báo của EIU (Cơ quan Tình báo Kinh tế - The Economist Intelligence Unit) về nền kinh tế thế giới và các ngành công nghiệp chủ chốt đến năm 2020.

Xin trân trọng giới thiệu cùng bạn đọc!

Trung tâm Thông tin Khoa học và Công nghệ Quốc gia

I. Dự báo về nền kinh tế toàn cầu

1.1. Dự báo về viễn cảnh kinh tế các khu vực đến năm 2020

Quy mô kinh tế thế giới năm 2020 sẽ lớn gấp 2/3 lần quy mô của năm 2005. Tăng trưởng GDP toàn cầu trung bình ở mức 3,5% trong giai đoạn 2006-2020 (tương đương với 25 năm qua). Mỹ sẽ tăng trưởng nhanh hơn các nền kinh tế phát triển khác với tốc độ vào khoảng 3%/năm, so với 2,1% của 25 nước EU và dưới 1% của Nhật Bản với dân số đang giảm. 2 nước đông dân nhất thế giới là Trung Quốc và Ấn Độ, sẽ nằm trong số các nền kinh tế tăng trưởng nhanh nhất. Nhưng cả 2 quốc gia này vẫn nằm trong số các nước nghèo. Thu nhập quốc dân tính theo đầu người của Trung Quốc năm 2020 sẽ vào mức tương đương của Ba Lan hiện nay.

Hình 1: Dự báo tỷ lệ tăng trưởng GDP thực toàn cầu (trung bình năm, %)



Nguồn: IMF và EIU

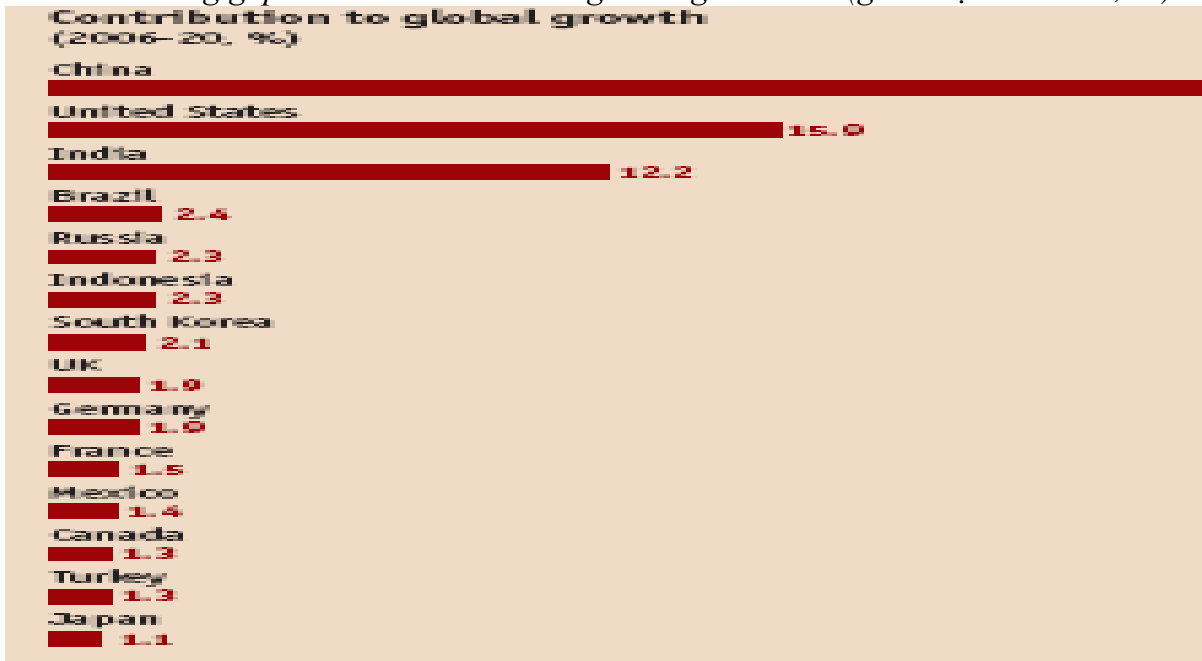
Các thị trường mới nổi khác, mặc dầu có tốc độ tăng trưởng cao hơn các nước phát triển nhưng vẫn chưa xứng với tiềm năng và thấp hơn so với châu Á, khu vực đang tăng trưởng nhanh chóng với tỷ trọng chiếm trong GDP toàn cầu tăng từ 35% năm 2005 lên 43% năm 2020. Nga, Brazil và Mexico sẽ tăng trưởng nhọc nhằn ở mức 3%/năm; Trung và Bắc Phi ở mức 4%; và tăng trưởng của khu vực Cận Sahara châu Phi ở mức dưới 3%/năm. ở khu vực Nam Mỹ, tăng trưởng GDP trên đầu người sẽ chỉ vừa đủ để giữ được khoảng cách với các nước phát triển.

Chi phí tiêu dùng, tính theo đôla Mỹ theo tỷ giá hối đoái thị trường, sẽ tăng hàng năm với tỷ lệ trung bình là 5,6% - lên khoảng 62 nghìn tỷ đôla, so với 26 nghìn tỷ đôla hiện nay. Về sức chi tiêu, Mỹ vẫn vượt xa các thị trường tiêu dùng khác trên thế giới với tỷ trọng chiếm khoảng 1/3 thị trường toàn cầu. Nhưng tốc độ tăng chi tiêu lớn nhất sẽ nằm ở các thị trường mới nổi hàng đầu. Trung Quốc sẽ trở thành thị trường tiêu thụ lớn thứ hai thế giới, và Ấn Độ cũng sẽ ngang ngửa với các thị trường của châu Âu vào năm 2020

Những chuyên dịch này sẽ rõ nét hơn nếu các nền kinh tế thế giới được đo bằng tỷ giá tính theo sức mua tương đương (PPP); theo đó, Trung Quốc sẽ xóa được khoảng cách về quy mô kinh tế với Mỹ vào năm 2020. Vào thời điểm đó, quốc gia này sẽ dễ dàng chiếm được khu vực công nghệ lớn nhất thế giới. Họ cũng thay thế Đức để trở

thành quốc gia có số người đi du lịch quốc tế lớn nhất thế giới vào đầu thập kỷ tới. Và vào năm 2020, Trung quốc cũng sẽ gần như chắc chắn có số lượng xe hơi lớn hơn so với Mỹ.

Hình2: Đóng góp của các nước cho tăng trưởng toàn cầu (giai đoạn 2006-20, %)



Nguồn: EIU

Tuy vậy, vào năm 2020 sẽ là quá sớm để nói về “Thế kỷ của châu á”. Tỷ trọng trong thu nhập toàn thế giới của Mỹ và EU vẫn tương tự như hiện nay - mỗi khu vực chiếm khoảng gần 20% thu nhập toàn cầu tính theo PPP. Tỷ trọng của Trung Quốc và Ấn Độ trong GDP toàn cầu sẽ tăng lên, và Trung Quốc sẽ chiếm phần tương đương với Mỹ và EU. Nhưng phần gia tăng này được lấy từ một nước châu á khác là Nhật Bản.

Tốc độ tăng trưởng thấp của EU là do khu vực này trải qua giai đoạn mở rộng lãnh thổ. EU25 hôm nay vào năm 2020 sẽ trở thành Liên minh của trên 30 nước.

Mặc dù với số dân ít hơn nhiều, nhưng Mỹ sẽ tạo ra sản lượng kinh tế tương đương với EU. Khoảng cách thu nhập bình quân giữa Mỹ và EU càng lớn sau mỗi lần EU mở rộng, do EU kết nạp những nền kinh tế nghèo hơn. Năm 2000, GDP tính theo đầu người của EU15 bằng 70% của Mỹ đã giảm xuống còn 65% cho EU25 vào năm 2005, chủ yếu là do đợt mở rộng năm 2004, nhưng một phần cũng là do hoạt động yếu kém trong nửa đầu thập kỷ. Đến năm 2020, thu nhập trung bình của EU33 sẽ chỉ bằng 56% so với của Mỹ.

Năm 2020, Mỹ vẫn là quốc gia thương mại lớn nhất thế giới, mặc dù tỷ trọng xuất nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ của họ sẽ giảm chút ít, từ 14% trong năm 2005 xuống còn 12%. Trung Quốc sẽ thay Đức chiếm vị trí thứ hai và không còn cách quá xa so với Mỹ. Ấn Độ sẽ nhảy từ vị trí 24 hiện nay lên thứ 10 với 3% tỷ trọng thương mại toàn cầu vào năm 2020.

Trên đây là một số dự báo chính cho kịch bản kinh tế thế giới 2020. Tuy nhiên, sự phát triển kinh tế toàn cầu trong 15 năm tới chắc chắn sẽ không diễn ra một cách êm thấm. Dưới đây là dự báo chi tiết về một số khu vực:

Mỹ

Tiềm năng tăng trưởng GDP dài hạn của Mỹ sẽ vào khoảng gần 3%/năm, thuộc vào loại tốc độ cao nhất trong thế giới phát triển, so với 2% của EU và 1% của Nhật Bản. Điều này là thực tế bởi Mỹ dẫn đầu thế giới về công nghệ và tăng trưởng ít phụ thuộc vào nhập khẩu bí quyết công nghệ.

Sự tăng trưởng của Mỹ về cơ bản là do tăng năng suất, chủ yếu là nhờ đầu tư và sử dụng công nghệ thông tin và truyền thông. Một nghiên cứu của Cơ quan Tình báo Kinh tế (năm 2004) cho thấy công nghệ thông tin và truyền thông là nhân tố chủ yếu trong sự chênh lệch năng suất giữa 2 bờ Đại Tây Dương, chiếm đến 80% trong khoảng cách 0,52% điểm chênh lệch giữa tốc độ tăng trưởng GDP trên đầu người ở Mỹ và 3 nước lớn trong khu vực đồng euro (Đức, Pháp, Italia) từ năm 1995. Mỹ được dự báo là sẽ duy trì sự dẫn đầu trong sử dụng và ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong 15 năm tới.

Một yếu tố đóng góp vào sự tăng trưởng kinh tế của Mỹ là lực lượng lao động tăng lên. Trong số các nước phát triển, gần như duy nhất chỉ có Mỹ là có dân số sẽ tiếp tục tăng với tỷ lệ tương đối cao – hiện tượng được gọi là “Ngoại lệ nhân khẩu học” của Mỹ. Trong 15 năm tới, tỷ lệ sinh đẻ và nhập cư cao ở Mỹ sẽ giúp số lượng dân cư trong độ tuổi lao động của Mỹ tiếp tục tăng. Ngược lại, ở EU, ngay cả khi cho phép nhập cư, sự tăng trưởng của dân cư trong độ tuổi lao động được dự đoán là tiếp tục giảm và thậm chí là tăng trưởng âm trong 15 năm tới. Tỷ lệ tăng trung bình hàng năm của dân cư trong độ tuổi lao động của Mỹ sẽ ở mức 0,5% hàng năm (do tốc độ giảm từ 1% trong thập kỷ này xuống 0,3% trong 2010-2020).

Châu Âu

EU vào năm 2020 sẽ có trên 600 triệu người, gần gấp đôi số dân của Mỹ. Sự gia tăng này chủ yếu là do kết nạp thêm các nước thành viên mới. Sự mở rộng EU sẽ không làm thay đổi quá nhiều các động thái nhân chủng học của khu vực. Tuổi trung bình của người dân đang tăng lên, hậu quả là số người trong độ tuổi lao động giảm, sẽ là thách thức rất lớn đối với EU. Những nước thành viên mới của EU vẫn chưa thể đuổi kịp được các nước Tây Âu. Tăng trưởng GDP của các thành viên gia nhập EU năm 2004 sẽ vào khoảng 3,5% trong giai đoạn 2006-2020, tương đương mức trung bình của thế giới. Thu nhập tính theo đầu người của các nước gia nhập sau chỉ bằng 50% mức trung bình của EU15 năm 2004, chỉ tăng lên 60% mức trung bình của EU15 vào năm 2020.

Không giống Mỹ, sự tăng trưởng năng suất lao động trong các nền kinh tế lớn của châu Âu đã giảm từ giữa thập kỷ 1990, và nhiều nền kinh tế EU đang tiến hành các cải cách về thuế và thị trường lao động. Xu hướng tăng trưởng của EU sẽ ở mức 2%.

Bảng 1: Dự báo GDP thực của một số nước (trung bình năm, %)

	GDP			GDP per head		
	2006-10	2011-20	2006-20	2006-10	2011-20	2006-20
World	4.0	3.3	3.5	2.7	2.4	2.5
EU25	2.2	2.0	2.1	2.0	2.0	2.0
EU15	2.0	2.0	2.0	1.7	1.9	1.8
Asia	5.5	4.5	4.9	4.5	3.6	3.9
Latin America	3.6	3.0	3.2	2.4	2.1	2.2
Middle East & North Africa	4.4	3.8	4.0	2.7	2.4	2.5
Sub-Saharan Africa	3.5	2.5	2.8	2.0	1.2	1.4
United States	3.0	2.8	2.9	2.0	1.8	1.9
France	2.0	1.8	1.9	1.6	1.6	1.6
Germany	1.8	1.9	1.9	1.7	2.0	1.9
Italy	1.5	0.8	1.0	1.5	1.0	1.2
Turkey	4.9	4.1	4.4	3.6	3.3	3.4
United Kingdom	2.1	2.4	2.3	1.7	2.0	1.9
Czech Republic	4.1	2.4	3.0	4.2	2.6	3.1
Hungary	3.3	3.1	3.2	3.6	3.4	3.5
Poland	4.1	3.0	3.3	4.2	3.0	3.4
Romania	4.5	3.3	3.7	4.7	3.5	3.9
Russia	4.7	2.6	3.3	5.1	3.0	3.7
Slovakia	5.3	3.5	4.1	5.1	3.4	4.0
Ukraine	5.7	3.5	4.2	6.3	3.9	4.7
Japan	1.1	0.5	0.7	1.2	0.8	0.9
China	7.8	5.1	6.0	7.2	4.5	5.4
India	6.6	5.5	5.9	5.2	4.3	4.6
Indonesia	5.6	5.0	5.2	4.2	3.9	4.0
Malaysia	5.3	4.8	5.0	3.4	3.1	3.2
Pakistan	5.9	5.3	5.5	4.0	3.6	3.7
Philippines	5.2	4.7	4.9	3.4	3.1	3.2
Singapore	4.5	4.0	4.1	3.6	3.4	3.5
South Korea	4.0	3.9	4.0	3.6	3.6	3.6
Taiwan	4.5	3.4	3.8	4.2	3.0	3.4
Thailand	4.5	4.7	4.7	3.8	4.2	4.1
Vietnam	7.0	4.6	5.4	5.7	3.4	4.2
Argentina	3.8	3.4	3.6	2.7	2.7	2.7
Brazil	3.9	2.9	3.2	2.6	2.1	2.3
Colombia	3.7	2.8	3.1	2.1	1.6	1.8
Chile	5.2	4.3	4.6	4.0	3.5	3.7
Mexico	2.8	3.0	2.9	1.6	1.9	1.8

Source: Economist Intelligence Unit.

Nguồn: EIU

Những triển vọng kinh tế lâu dài của nước Nga khá phức tạp. Mặc dù sự ổn định chính trị và kinh tế vĩ mô trong những năm gần đây đã được cải thiện, song môi trường kinh doanh vẫn còn khó khăn. Vai trò Nhà nước gia tăng trong nền kinh tế có thể ảnh hưởng xấu đến doanh nghiệp. Nước Nga cũng đang phải đối mặt với thách thức dân số do tỷ lệ sinh thấp, chăm sóc y tế yếu kém và nguy cơ bùng nổ AIDS. Dân số trong độ tuổi lao động của Nga sẽ sụt giảm nghiêm trọng vào năm 2020.

Sự phụ thuộc của nền kinh tế vào năng lượng cũng cho thấy sự tăng trưởng về lâu dài thiếu tính bền vững. Giá dầu cao mặc dù có giúp tăng ngân sách nhà nước và thúc đẩy tăng trưởng ngắn hạn, nhưng nó cũng gây khốn đốn cho các ngành phi dầu mỏ, tạo cơ hội cho tham nhũng và là suy yếu đòi hỏi cải cách. Trong nửa thế kỷ qua, không một nền kinh tế đang phát triển nào dựa vào tài nguyên thiên nhiên lại có tốc độ tăng trưởng cao trong giai đoạn dài. Đối với nước Nga, tốc độ tăng trưởng GDP tính theo đầu người hàng năm chỉ ở mức khiêm tốn là 3,7%.

Châu Á

Hầu hết các nền kinh tế châu á sẽ vẫn nằm trong số tăng trưởng nhanh nhất thế giới. Tốc độ tăng trưởng GDP trung bình hàng năm của khu vực trong giai đoạn 2006-2020 sẽ vào khoảng 4,9%. Sự tăng trưởng này dựa vào các yếu tố như mở cửa thị trường; tăng năng suất; chất lượng lao động tương đối cao; phát triển công nghệ thông tin và truyền thông; các cải cách thể chế và pháp luật. Tại một số nơi, chủ yếu ở Nam á, các yếu tố nhân khẩu sẽ hỗ trợ tích cực cho tăng trưởng nhanh.

Trung Quốc đang trên con đường trở nên giàu có, tăng trưởng GDP sẽ chậm lại từ 8,7% hàng năm trong 2001-2005 xuống còn 6% trong giai đoạn 2006-20. Sự suy giảm tăng trưởng sau năm 2010 chủ yếu là do thay đổi về cơ cấu nhân khẩu; một yếu tố khác là mục tiêu bắt kịp tăng trưởng giảm dần, khi khoảng cách giữa năng suất của Trung Quốc so với những quốc gia hàng đầu về công nghệ được thu hẹp. Dù sao, tăng trưởng trung bình 6%/năm trong 15 năm vẫn là con số rất ấn tượng. Sức mạnh của Trung Quốc bao gồm hạ tầng kỹ thuật tốt; thị trường lao động linh hoạt với sức khỏe và kỹ năng tương đối cao; không có những rào cản cho đầu tư nước ngoài và thành lập doanh nghiệp.

Sự hội nhập kinh tế toàn cầu ngày càng cao của Ấn Độ và những lợi thế nhân khẩu học dường như sẽ đảm bảo cho tốc độ phát triển ổn định 5%/năm trong giai đoạn 2006-2020. Khu vực công nghệ thông tin mặc dù hiện mới chiếm tỷ trọng thấp trong GDP nhưng sẽ trở thành động lực tăng trưởng về lâu dài. Ấn Độ sẽ phụ thuộc rất nhiều vào quá trình hiện đại hóa ngành nông nghiệp và công nghiệp của đất nước.

Triển vọng tăng trưởng của nền kinh tế chính thứ 3 trong khu vực là Nhật Bản khá ảm đạm. Trong 15 năm tới, dân số trong độ tuổi lao động của Nhật Bản sẽ bị giảm tới 1%/năm. Sự suy giảm lực lượng lao động và năng suất lao động thấp cho thấy tiềm năng tăng trưởng sản phẩm yếu kém. Mặc dù sẽ có một số cải cách, nhưng sự bùng nổ năng suất của Nhật Bản sẽ nhỏ bé hoặc không lâu dài. Trong 15 năm tới, mức tăng trưởng GDP thực tế của Nhật Bản trung bình khoảng 0,7%/năm.

Mặc dù châu á sẽ có mức tăng trưởng ấn tượng, nhưng vào năm 2020, phần lớn châu á - kể cả Trung Quốc và Ấn Độ - vẫn là những nước đang phát triển. GDP tính theo đầu người trung bình sẽ ở mức dưới 1/5 của Mỹ, so với 1/7 năm 2005. Nếu tính theo tỷ giá thị trường

thì tỷ lệ này còn thấp hơn nhiều. Thí dụ, năm 2020 GDP tính theo đầu người của Trung Quốc sẽ bằng khoảng 1/4 mức của Mỹ nếu tính theo sức mua tương đương, nhưng nó chỉ còn 8% nếu GDP được tính theo tỷ giá trao đổi trên thị trường.

Bảng 2: Các nền kinh tế lớn nhất thế giới (đơn vị tỷ USD, tính theo sức mua tương đương)

	GDP (US\$bn, at PPP)		GDP (US\$bn, at market exchange rates)		GDP (US\$bn, at market exchange rates)		GDP (US\$bn, at market exchange rates)	
	2005	World rank	2020	World rank	2005	World rank	2020	World rank
United States	12,457	1	28,830	2	12,457	1	28,830	1
China	8,200	2	29,590	1	2,225	4	10,130	2
Japan	4,008	3	6,795	4	4,617	2	6,862	3
India	3,718	4	13,363	3	759	12	3,228	7
Germany	2,426	5	4,857	5	2,829	3	4,980	4
United Kingdom	1,962	6	4,189	6	2,213	5	4,203	5
France	1,905	7	3,831	7	2,132	6	3,536	6
Brazil	1,636	8	3,823	8	787	11	1,600	13
Italy	1,630	9	2,884	10	1,720	7	2,543	10
Russia	1,542	10	3,793	9	749	14	2,692	8
Spain	1,151	11	2,427	14	1,119	9	2,146	12
Canada	1,071	12	2,423	15	1,122	8	2,206	11
South Korea	1,067	13	2,837	11	804	10	2,607	9
Mexico	1,059	14	2,459	13	752	13	1,450	14

Source: Economist Intelligence Unit

Nguồn: EIU

Châu Mỹ Latinh

Tốc độ tăng trưởng trung bình của châu Mỹ Latinh đạt khoảng 3%, đây sẽ là một sự cải thiện đáng kể về thành tích trong những thập kỷ gần đây, nhưng vẫn là con số đáng thất vọng nếu so sánh với tiềm năng của khu vực này và với các thị trường mới nổi tăng trưởng nhanh chóng hơn nhiều ở châu Á. Sự ổn định kinh tế vĩ mô đang được củng cố trong khu vực và tiến bộ đang đạt được trong lĩnh vực cải tổ cơ cấu. Nhưng nền chính trị trong khu vực sẽ gây khó khăn cho việc đạt được những mục tiêu cải cách về thể chế và tài chính một cách suôn sẻ. Tốc độ tăng trưởng nhóm dân số ở độ tuổi lao động sẽ chậm. Chất lượng nguồn vốn con người, tính về sức khỏe và kỹ năng của lực lượng lao động sẽ bị tụt hậu rất xa so với tại các thị trường mới nổi ở châu Á và Đông Âu.

Một thế giới đơn cực

Vào năm 2020, Mỹ vẫn là một quốc gia quan trọng nhất trong tất cả khía cạnh quyền lực nhờ quy mô GDP, sức mạnh quân sự, sự dẫn đầu chắc chắn về công nghệ. Đôla Mỹ vẫn là đồng tiền dự trữ quốc tế chủ chốt. Châu Âu chưa thể trở thành siêu cường. Quan hệ kinh tế xuyên đại tây dương vẫn đóng vai trò quan trọng nhất toàn cầu, mặc dù có sự trỗi dậy của châu Á.

Châu Á mặc dù có sự tăng trưởng vượt bậc, nhưng vẫn chưa đủ để có thể thế chỗ được các nước phát triển phương Tây vào năm 2020. Phần lớn các quốc gia châu Á vào thời điểm đó vẫn còn nghèo so với phương Tây phát triển. “Thế kỷ châu Á” chưa thể trở thành hiện thực vào năm 2020 và thậm chí sau vài thập kỷ nữa. Châu Á có thể thu hẹp khoảng cách về thịnh vượng, quyền lực và ảnh hưởng, nhưng sẽ không xóa bỏ được khoảng cách đó.

1.2. Các thị trường việc làm

Xu thế việc làm và thu nhập toàn cầu trong 15 năm tới có thể mang những đặc trưng sau:

. Số lượng việc làm tăng trưởng chậm

Các yếu tố nhân khẩu và giảm các cơ hội cho việc tăng lực lượng lao động, cùng với việc sản lượng tăng trưởng chậm lại trong nửa sau của giai đoạn dự báo, sẽ dẫn đến sự đi xuống của tốc độ tăng trưởng việc làm toàn cầu. Tỷ lệ tăng việc làm trung bình hàng năm được dự báo là giảm từ 1,4% trong 2006-2010 xuống 0,8% trong 2010-2020, đưa tỷ lệ tăng trưởng trung bình hàng năm của cả giai đoạn 2006-2020 vào khoảng 1%.

Tốc độ tăng trưởng việc làm giảm dần trong suốt giai đoạn dự báo sẽ là một hiện tượng toàn cầu, mặc dù tốc độ tăng việc làm thực tế giữa các khu vực sẽ rất khác nhau. Châu á đang phát triển sẽ chiếm khoảng 2/3 số tăng này, trong đó chỉ ấn độ chiếm tới 30% số tăng thực tế việc làm toàn cầu với 140 triệu việc làm mới.

. Những dịch chuyển trong tỷ lệ việc làm giữa các ngành trên toàn cầu

Đối với các nước phát triển, xu thế chuyển dịch việc làm từ khu vực chế tạo (đặc biệt là các ngành sử dụng nhiều lao động) sang các thị trường mới nổi sẽ vẫn tiếp tục. Đồng thời, những lo ngại về sự biến mất của các ngành chế tạo ở phương Tây vẫn chưa có cơ sở.

Hầu hết các gia tăng thực về việc làm ở Mỹ và châu Âu sẽ thuộc ngành dịch vụ, đặc biệt là các mảng có giá trị gia tăng cao. ở Mỹ, các công nghệ mới thuộc các lĩnh vực công nghệ thông tin, công nghệ sinh học và dược phẩm sẽ tạo nên tăng cho tăng trưởng sản phẩm và chiếm tỷ trọng đáng kể trong tổng số việc làm tăng lên. Việc làm trong các ngành công nghiệp dịch vụ ở Mỹ dự kiến sẽ tăng từ 85% hiện nay lên trên 90% tổng số việc làm trong khu vực phi nông nghiệp. Việc làm trong các lĩnh vực giáo dục, y tế và các dịch vụ nghề nghiệp và kinh doanh sẽ có tốc độ tăng trưởng mạnh nhất, khoảng gấp đôi tốc độ chung của nền kinh tế.

. áp lực tiền lương

Toàn cầu hóa sẽ tiếp tục gây ra những chuyển dịch lớn trong giá trị tương đối của lao động và tư bản. Sự tham gia toàn diện của Trung Quốc, ấn Độ và các nước Đông Âu vào kinh tế toàn cầu đã làm tăng gấp đôi quy mô lực lượng lao động toàn cầu. Điều này đã làm giảm áp lực về tiền lương trung bình trên toàn thế giới, tương ứng với sức ép thu hồi vốn đầu tư.

Do vậy đã xuất hiện xu thế tỷ trọng tiền lương trong thu nhập doanh nghiệp giảm đi và lãi tăng lên. Nhưng rõ ràng là không phải tất cả các loại lao động đều bị ảnh hưởng như nhau. Trong thế giới phát triển, tiền lương của những lao động tay nghề thấp sẽ tiếp tục bị lực lượng lao động tay nghề cao bỏ xa. Hơn nữa, nhân lực lao động sẽ đánh đổi lương cao lấy việc được hưởng lợi ích từ cổ phần và chế độ hưu trí trong tương lai từ việc sử dụng hiệu quả hơn vốn đầu tư toàn cầu.

Về lâu dài, tăng trưởng năng suất lao động sẽ xác định tốc độ tăng lương thực tế. Tiền lương tháng trung bình toàn cầu tính theo đôla Mỹ danh định sẽ tăng khoảng gấp đôi trong giai đoạn 2005-2020, lên tới khoảng 1.200 đôla (tăng trưởng trung bình hàng năm gần 5%). Tăng trưởng tiền lương thực tế, theo giá hiện hành, tất nhiên sẽ thấp hơn, vào khoảng 2,5%/năm, tương đương với mức tăng trưởng năng suất lao động. Điều này có nghĩa là vào năm 2020, một lao động trung bình của thế giới sẽ có cuộc sống vật chất tốt hơn 45% so với hiện tại. Đây là điều rất ấn tượng trong bối cảnh áp lực lương giảm đi như được trình bày ở trên.

. Giảm mức nghèo đói

Trong 2 thập kỷ vừa qua, hàng trăm triệu người (chủ yếu ở châu Á) đã thoát khỏi cảnh đói nghèo. Tuy nhiên, trên toàn thế giới hiện nay có 2,8 tỷ lao động, chiếm gần một nửa lực lượng lao động của thế giới, không kiếm đủ tiền để đưa bản thân và gia đình họ vượt ngưỡng nghèo đói là 2 đôla Mỹ/ngày. Trong số này, trên 500 triệu lao động và gia đình họ sống ở mức dưới 1 đôla/ngày/người. Mặc dù các mục tiêu của chúng ta về tăng thu nhập và chuyển dịch cơ cấu hy vọng sẽ giúp cho hàng trăm triệu người thoát khỏi đói nghèo trong 15 năm tới, nhưng vào năm 2020, một phần đáng kể lao động toàn cầu và gia đình của họ vẫn ở dưới mức nghèo đói.

1.3. Các kịch bản về toàn cầu hóa

Các xu thế cho thấy toàn cầu hóa sẽ tiếp tục diễn ra, nhưng quá trình này sẽ không phải không có những cản trở.

Kịch bản cơ sở, được gọi là “Toàn cầu hóa được kiểm soát”, ám chỉ một thế giới ít cởi mở hơn đáng kể so với giai đoạn thập niên 1990 - trước khi bùng nổ bong bóng dotcom, vụ khủng bố 11 tháng 9, những bê bối của các tập đoàn công ty lớn và sự chán chường của EU đã làm nhụt ý chí và những quan điểm mới lạ. Sự trỗi dậy của Trung Quốc và kinh tế yếu kém bên trong EU cũng làm gia tăng các lực lượng chống đối. Mặc dù vậy, lực lượng ủng hộ toàn cầu hóa vẫn rất hùng hậu, dưới dạng quan điểm kinh doanh toàn cầu, gia tăng vận động phát triển các thị trường mới và mở rộng nhận thức về những lợi ích của tự do hóa thương mại.

Dựa trên mức độ toàn cầu hóa, ngoài kịch bản cơ sở, các kịch bản khác nhau có thể xảy ra là toàn cầu hóa thụt lùi (Globalisation in Retreat) hay toàn cầu hóa bị chìm ngấm (Globalisation Sunk). Cũng có thể diễn ra một kịch bản toàn cầu hóa tự do phát triển, nhưng khả năng này rất thấp.

Kịch bản cơ sở: Toàn cầu hóa được kiểm soát (khả năng diễn ra - 65%)

Kịch bản cơ sở cho rằng tự do hóa thương mại sẽ phát triển từ từ một phần bởi những hạn chế liên quan đến an ninh và những áp lực từ những người ủng hộ bảo hộ mậu dịch. Theo kịch bản này, 15 năm tới sẽ không có những xung đột hay đổ vỡ lớn nào ở quy mô quốc tế. Xu hướng tự do hóa đầu tư nước ngoài toàn cầu vẫn tiếp tục. Quan điểm bảo hộ sẽ tăng lên ở Mỹ và một phần khu vực châu Âu. Những xung đột thương mại dường như sẽ diễn ra thường xuyên. Tuy nhiên, chủ nghĩa bảo hộ chỉ ở mức độ hạn chế và xu thế chung vẫn là tự do hóa diễn ra dần dần. Phản ứng chống lại Trung Quốc sẽ vẫn ở mức hạn chế. Các công ty lớn của Mỹ như Wal-Mart, GM và Motorola có những quyền lợi lớn ở Trung Quốc và cùng với các công ty khác, họ sẽ là những nhóm vận động quan trọng ở Mỹ tạo áp lực duy trì quan hệ tốt giữa Mỹ và Trung Quốc.

Kịch bản thay thế thứ nhất: Toàn cầu hóa thụt lùi (khả năng diễn ra - 20%)

Trong môi trường bất ổn thì sẽ nổi lên những quan điểm bảo hộ mậu dịch. Những lo ngại về an toàn thực phẩm, dịch bệnh (cúm gia cầm) và tác động của công nghệ. Trên phần lớn khu vực châu Âu, yếu kém kinh tế và tỷ lệ thất nghiệp cao sẽ là những mầm mống cho bất ổn. Nỗi sợ hãi về việc các công việc bị chuyển sang Trung Quốc và Ấn Độ dường như không nằm trong những quyền lợi kinh tế thực tế: bởi vì chỉ có một phần nhỏ trong tổng số ước tính 1,5 tỷ việc làm dịch vụ trong nền kinh tế toàn cầu là có thể thực hiện từ xa. Nhưng sự lo sợ việc

làm bị chuyển sang các thị trường mới nổi có thể là sức ép duy trì mức lương thấp ở các thị trường phát triển và do vậy thúc đẩy phản ứng chống lại toàn cầu hóa.

Kịch bản thay thế thứ hai: Toàn cầu hóa chìm nhĩm (khả năng diễn ra - 5%)

Toàn cầu hóa thật lụi chưa phải là kịch bản tồi tệ nhất. Các nhà sử học đã theo dõi một số trùng hợp kỳ lạ giữa thế giới hôm nay và thế giới trong thời điểm trước khi diễn ra cuộc Chiến tranh thế giới thứ I vào cuối thời hoàng kim thứ nhất của toàn cầu hóa, kéo dài từ 1870 đến 1914. Thời kỳ này được đánh dấu bằng mức độ lưu chuyển quốc tế cao của hàng hóa, vốn và lao động và sự thống trị của tư tưởng tự do thương mại đã bị thách thức thường xuyên bởi tư tưởng bảo hộ. Thời đó thương mại tương đối tự do, không có bất kỳ hạn chế nào về các chuyển dịch vốn và di cư tự do hơn ngày nay. Chiến tranh thế giới thứ I đã làm đổ vỡ tất cả. Các thị trường toàn cầu bị phá vỡ, các tiến bộ kỹ thuật dần biến mất, và tiêu dùng đình trệ đã không kích lệ được sáng tạo. Vào cuối thập kỷ 1940, hầu hết các quốc gia trên thế giới đều áp đặt những hạn chế về thương mại, di cư và đầu tư.

Những hậu quả của xu thế phát triển này sẽ là thảm họa. Tăng trưởng kinh tế toàn cầu sẽ giảm khoảng 1,3%, ảnh hưởng nghiêm trọng đến thu nhập trên đầu người của thế giới. Bị tác động nặng nề nhất sẽ là các thị trường mới nổi, đặc biệt là những nước nghèo nhất.

Kịch bản thay thế thứ ba: Toàn cầu hóa tự do (khả năng diễn ra - 10%)

Theo hầu hết các kịch bản tích cực, các rào cản thương mại đang được tích cực dỡ bỏ; tiến bộ công nghệ tăng mạnh và được phổ biến nhanh chóng; các thị trường tài chính trở nên tích hợp hơn, hỗ trợ cho việc phân bổ nguồn vốn toàn cầu một cách hiệu quả; và những dòng lao động tự do hơn tạo ra những luồng tiền được chuyển về nước cao hơn và những dòng tri thức xuyên biên giới, góp phần cho tăng trưởng ở nhiều nước đang phát triển. Lượng đầu tư trực tiếp nước ngoài tăng mạnh là do các kế hoạch tích hợp khu vực, một làn sóng khác của hoạt động sáp nhập và mua bán toàn cầu, những áp lực cạnh tranh và các thị trường tài chính ngày càng phức tạp hơn. Theo dự báo cơ sở, dòng đầu tư trực tiếp nước ngoài toàn cầu hàng năm chiếm khoảng 2-2,5% GDP. Dưới kịch bản toàn cầu hóa tự do, con số này có thể lên tới 4% GDP, bằng với tỷ lệ của những năm cuối thập kỷ 1990. Vào năm 2020, tổng đầu tư trực tiếp nước ngoài thế giới sẽ ở mức khoảng 47 nghìn tỷ đôla Mỹ, hay trên 40% GDP toàn cầu, một tỷ lệ hiện nay chỉ có ít nước đạt được.

Chìa khóa nằm trong tay Mỹ

Chính sách của Mỹ sẽ là yếu tố quyết định chính cho các mô hình phát triển. Tuy nhiên, Mỹ không còn là nhà vô địch tuyệt đối của các quá trình tự do toàn cầu hóa và các hoạt động chính trị quốc tế liên quan. Thứ nhất, uy thế của Mỹ trên thế giới đã có dấu hiệu suy giảm, điều này làm hạn chế ảnh hưởng của Mỹ. Thứ hai, một vấn đề có thể gọi là "nghịch lý toàn cầu hóa": một thực tế là lợi ích của Mỹ trong toàn cầu hóa tự do có thể khá hạn chế, trong khi các nước khác (đặc biệt là châu Á và châu Âu) lại hưởng lợi nhiều hơn.

Thực tế, sự chuyển dịch trong phân bố thu nhập toàn cầu - tương đối so với kịch bản cơ sở - rõ ràng là không hấp dẫn Mỹ. Tốc độ tăng trưởng của châu Âu sẽ bằng Mỹ và vượt Mỹ về tăng trưởng thu nhập trên đầu người. Kinh tế EU sẽ lớn hơn nhiều so với Mỹ vào năm 2020. Đồng thời kinh tế Trung Quốc cũng sẽ vượt Mỹ nếu tính theo đơn vị sức mua tương đương.

Điều chưa rõ là những suy luận trên có ảnh hưởng thế nào tới tư duy chiến lược của Mỹ. Một điều có thể thấy là không phải luôn dễ dàng điều chỉnh chính sách hướng tới kích bản toàn cầu hóa có kiểm soát - kết quả chiến lược tối ưu đối với Mỹ - mà không có hiểm họa dẫn đến các kịch bản toàn cầu hóa khác, sẽ mang lại tổn thất nặng nề cho tất cả mọi người, trong đó có cả Mỹ.

II. Dự báo một số ngành công nghiệp trên thế giới đến năm 2020

2.1. Ngành công nghiệp ô tô

Thị phần toàn cầu

Các thị trường mới nổi, đặc biệt là Trung Quốc và Ấn Độ, sẽ là động lực tăng trưởng của ngành trong 15 năm tới. Tới năm 2020, hầu hết 40% doanh số của ngành sẽ là ở châu Á. Việc sản xuất phụ tùng cũng sẽ chuyển đến các thị trường mới nổi, mặc dù địa điểm của các xí nghiệp lắp ráp hoàn tất sẽ không có sự thay đổi lớn.

Sản phẩm và dịch vụ

Các loại xe nhỏ, dễ lái và giá rẻ sẽ tràn ngập thị trường do gia tăng về cầu và sự cạnh tranh từ các thị trường mới nổi, sự giảm lòng trung thành của người dùng ở thị trường các nước phát triển, sự gia tăng số người cao tuổi và áp lực môi trường. Vẫn còn chỗ cho những loại xe hơi cao cấp. Những loại ô tô này ở thị trường trung lưu sẽ phải đối mặt với một thời kỳ khó khăn.

Toàn cảnh của ngành

Sự suy giảm mức tăng hiệu quả kinh tế nhờ quy mô (Economies of Scale) sẽ làm ngừng lại và đảo ngược xu hướng hợp nhất. Thay vì sự thống lĩnh bởi 6 công ty lớn với 75% sản lượng toàn cầu (như đã diễn ra vào năm 2005), khả năng là sẽ có nhiều doanh nghiệp hơn chiếm lĩnh phần lớn “chiếc bánh” thị trường vào năm 2020.

Sự thay đổi các mối quan hệ

Sẽ có sự “tháo dỡ” (Unbundling) trong đầu cuối của các doanh nghiệp, do mối quan hệ giữa người tiêu dùng và các nhà kinh doanh ô tô bị phân rã. Các nhà chế tạo ô tô sẽ hoạt động ráo riết hơn để tạo lập mối quan hệ trực tiếp với người tiêu dùng sau cùng.

Chiến lược công ty

Năm 2020, nhân tố quyết định thắng lợi cho các hãng chế tạo ô tô là hiệu suất hoạt động. Đối với hầu hết tất cả các hãng đó, ưu thế cạnh tranh sẽ phụ thuộc vào khả năng giảm thiểu chi phí, làm cho xe ngày càng rẻ hơn và tạo ra hiệu quả cao hơn trong các lĩnh vực như chuỗi cung cấp và phát triển sản phẩm - cả 2 lĩnh vực sẽ trở thành điểm đến cho đầu tư của công nghệ thông tin.

Bức tranh cụ thể

Năm 2005, 1/4 doanh số của ngành và 35% sản lượng của ngành là nằm ở châu Á, riêng Nhật Bản đã chiếm 10%. Tới năm 2020, hầu hết 40% doanh số và 55% sản lượng sẽ là ở châu Á. “Với Trung Quốc và Ấn Độ - 2 quốc gia đông dân nhất thế giới và với sự thịnh vượng ngày càng tăng, hai nước này sẽ trở thành động lực tăng trưởng cho vài thập kỷ tới” - Anand Mahindra, Phó Chủ tịch kiêm Giám đốc quản lý của hãng chế tạo ô tô Ấn Độ Mahindra, nói.

Trong 30 năm qua, tốc độ tăng trưởng hàng năm của ngành chỉ hơn 1%. Doanh số tiềm năng to lớn của Trung Quốc và Ấn Độ sẽ đem lại sự bùng nổ mới. Bởi vậy, tới năm 2020, sản lượng của ngành sẽ lớn hơn nhiều, tăng khoảng 65%. Tiến sĩ Carl Hahn, nguyên Chủ tịch Hãng Volkswagen, Đức, nhận định: “Tới năm 2020, sản lượng hàng năm của ngành sẽ đạt 100 triệu chiếc, phần lớn là do cầu ở châu Á”.

Mặc dù châu Á có lợi thế về chi phí, nhưng địa điểm của các xí nghiệp lắp ráp hoàn tất có lẽ sẽ không thay đổi lớn. Đây là những xí nghiệp ngày càng có hàm lượng vốn cao, chứ không phải cần nhiều lao động, bởi vậy các xí nghiệp ở Nhật Bản, châu Âu và Mỹ vẫn đứng đầu các bảng tranh giải năng suất của thế giới.

Nhưng sẽ có sự dịch chuyển lớn trong lĩnh vực sản xuất phụ kiện. Trên một nửa số người trả lời phiếu điều tra tin rằng sẽ có sự gia tăng sản lượng phụ tùng xuất phát từ Ấn Độ và Trung Quốc. Giải thích hiện tượng này, ông Mahindra nói: “Đó không chỉ là do ở những nơi đó có mức lương thấp, mà còn do các nhân tài kỹ thuật ở đó rẻ một cách kinh khủng. Việc phát triển sản phẩm, thiết kế giá trị, thiết kế xí nghiệp và các quy trình khác tương tự sẽ được thực hiện với chi phí thấp ở tại 2 nước này, bởi vậy dẫn tới việc di chuyển sản xuất tới đó”.

Đối với những sản phẩm công ty sẽ bán, thì những xe hơi có tính năng cao sẽ vẫn duy trì ở vị trí đầu bảng, cho dù thị trường đối với chúng bị hạn chế. Đối với các lĩnh vực sản phẩm xe hơi khác, áp lực giảm giá sẽ ngày càng lớn. Thị trường sẽ phân cực, với một cực là giá, còn cực kia là chất lượng và tính năng.

Hầu hết 80% số người trả lời phiếu điều tra trong ngành ô tô đều tin rằng sản phẩm và dịch vụ của ngành sẽ trở thành hàng hóa vào năm 2020. Thị trường ở Ấn Độ và Trung Quốc tuy nghèo, nhưng hết sức rộng lớn sẽ dẫn tới xu hướng phổ biến những ô tô nhỏ, giá rẻ tại các nước đang phát triển. Có khả năng sẽ diễn ra sự tăng trưởng nhanh của thị trường ô tô đã qua sử dụng (Second-hand) ở Trung Quốc và Ấn Độ- một lĩnh vực mà hiện nay vẫn còn mạnh nha. Với khả năng tài chính khâm khá hơn và giá ô tô rẻ hơn, cộng thêm với mạng lưới đường xá rộng rãi hơn, thì “ngay cả những người sống ở nông thôn cũng có thể sắm cho mình ô tô để sử dụng” - ông Ravi Kant, Giám đốc điều hành của Tata Motor, Ấn Độ, nhận định.

Những xe hơi giá rẻ cũng có khả năng chiếm thị phần lớn hơn tại thị trường các nước phát triển. Tới năm 2020, có khả năng sẽ ít model hơn để tiết kiệm chi phí.

Lòng trung thành của người dùng đã suy giảm ở phần lớn các thị trường phát triển tại châu Âu và Mỹ, “ngay cả đối với những loại xe hơi sang trọng” - ông Kai-Uwe Seidenfuss, Phó Chủ tịch Hãng Daimler Chrysler, nói. Trên một nửa số người trả lời phiếu điều tra tin rằng sự suy giảm lòng trung thành của người dùng là cao hoặc rất cao trong 15 năm tới. Giáo sư Fred Bollig ở trường Đại học Michigan nhận định: “Chúng ta sẽ chứng kiến sự mất đi lòng trung thành của người dùng và hình ảnh công ty cũng chẳng còn ý nghĩa gì đối với họ”.

Xu hướng gia tăng số lượng người cao tuổi sẽ có tác động. “Sẽ diễn ra hiện tượng xe hơi cho những người về hưu ở các thị trường phát triển như Nhật Bản, nơi người mua sẽ sử dụng số tiền quỹ hưu trí của mình để sắm cho được một chiếc Mercedes mà trước đây chưa khi nào họ dám mơ ước” - ông Seidenfuss nói. Những người khác thì tin rằng những loại ô tô mà người nhiều tuổi dễ lái và dễ sử dụng và những loại đáp ứng được nhu cầu của những người có thu nhập thấp hơn những người đang có việc làm thì sẽ tìm được ngay thị trường.

Vẫn còn có hy vọng ở sức mạnh nhãn hiệu ở những thị trường đang phát triển và những thị trường ngách. “Lòng trung thành của người mua có thể sẽ giảm ở những nơi mà giá trị được đánh giá bằng tiền (Value-for-Money) - ông Mahindra nói. “Nhưng điều đó có thể không xảy ra ở những mảng khác hoặc ở những thị trường mới. Lòng trung thành đối với nhãn mác sẽ tăng lên khi mọi người cho rằng các nước đang phát triển sẽ làm thế giới ngạc nhiên vì sự tăng cầu đối với các loại xe có nhãn mác nổi tiếng và mang nặng phong cách”.

Đối với bản thân xe hơi, hướng chú trọng chủ yếu là các loại nhiên liệu thân thiện với môi trường và các động cơ kiểu lai. Trên 75% số người trả lời phiếu điều tra tin rằng các vấn đề môi trường sẽ là nhân tố quyết định quan trọng của chiến lược công ty. Một số dự báo cho

rằng tới năm 2020, số xe hơi sử dụng các loại nhiên liệu thay thế và động cơ kiểu lai sẽ chiếm 1/5 doanh số của toàn bộ xe hơi. Với triển vọng giá dầu tiếp tục biến động và nhu cầu nhập dầu của Trung Quốc và Ấn Độ, tỷ lệ này thậm chí còn cao hơn.

Đối với các nhà lắp ráp ô tô, khả năng xảy ra những thay đổi lớn về công nghệ trong 15 năm tới, có thể thấp hơn nhiều. Việc lắp ráp ô tô sẽ giống nhiều so với hiện nay, mặc dù được tự động hoá nhiều hơn. Chỉ có một triển vọng sẽ có thay đổi lớn, đó là sự nổi lên của các nguyên công lắp ráp con (Daughter Assembly Operations), tại các địa điểm có diện tích nhỏ của các nhà kinh doanh ô tô, nhằm thực hiện việc lắp ráp các ô tô giá rẻ ngay tại nơi bán. Đối với hầu hết các nhà chế tạo ô tô, ưu thế cạnh tranh công nghệ sẽ nằm ở vấn đề giảm thiểu chi phí, khiến cho xe ô tô sẽ còn rẻ hơn nữa.

Sự thay đổi cảnh quan của ngành

Trong 15 năm tới, ngành ô tô không có triển vọng tập trung hoá hơn nữa để đảo lại xu thế đã tồn tại 100 năm nay. Thay vì được chiếm lĩnh bởi 6 công ty, chiếm hơn 75% doanh số toàn cầu, giống như đã diễn ra vào năm 2005, có khả năng là sẽ có nhiều doanh nghiệp hơn sẽ cùng chiếm một phần rất lớn của “chiếc bánh” thị trường vào năm 2020.

“Tiết kiệm do quy mô đang giảm đi ở ngành này: các bộ phận lắp ráp đang ngày được cung cấp bởi các doanh nghiệp, chi phí tiếp thị đang giảm bớt nhờ ứng dụng các phương pháp tiếp thị mới và dựa vào Web, thậm chí cả chi phí R&D cũng giảm đi nhờ đưa ra hải ngoại” - ông Mahindra nói. “Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho sự tồn tại của các doanh nghiệp nhỏ”.

Các doanh nghiệp này sẽ có thể có các quan hệ chặt chẽ hơn với người dùng so với hiện nay.

Phần lớn các nhà sản xuất ô tô sẽ trở thành các nhà cung cấp cho những công ty đặc quyền (Multi-Franchise), hoặc các nhà bán lẻ lớn (Mass Retailer), là những nhà bán hàng hoá dựa vào giá cả và giá trị. Việc bán hàng và thu thập thông tin sẽ ngày càng được thực hiện ở trên Internet, với những gian trưng bày chỉ phục vụ cho việc thăm quan. “Dịch vụ bán lẻ sẽ trải qua một cuộc cách mạng để hướng tới mô hình kinh doanh kiểu Wal-Mart” - Tiến sĩ Hahn nói.

Do chi phí bán lẻ giảm đi và tính năng được hoàn thiện hơn, nên thời gian bảo hành xe được dự đoán sẽ lên tới trên 200.000 km, giảm đi rất nhiều việc bảo dưỡng xe, nghĩa là các chủ xe sẽ ít sử dụng các xưởng sửa chữa và bảo dưỡng xe hơn. Điều đó có nghĩa là mối liên hệ giữa người mua xe và những nhà kinh doanh truyền thống sẽ mất đi trong 15 năm tới. Sự phá vỡ mối liên kết giữa các nhà kinh doanh truyền thống với người mua xe sẽ gây khó khăn cho những nhà kinh doanh nào bán xe để duy trì mối quan hệ với người dùng. Do vậy, các nhà sản xuất xe hơi sẽ sử dụng Web hoặc các công nghệ giao tiếp mới để liên hệ trực tiếp với người dùng, vượt mặt các nhà kinh doanh để tạo dựng mối quan hệ chặt chẽ và tạo khả năng đề các sản phẩm và dịch vụ của mình thích ứng hơn với nhu cầu của từng người.

Kết quả khảo sát đã khẳng định điều dự đoán ở trên. Hơn 90% số người trả lời phiếu điều tra đã dự đoán sự gia tăng mối quan hệ giữa nhà sản xuất ô tô và người dùng. Họ cũng cho rằng 15 năm tới, việc tiếp thị, bán hàng và hỗ trợ người dùng sẽ được chú trọng nhiều hơn để đầu tư công nghệ thông tin (CNTT). “Các nhà sản xuất ô tô hiểu ra rằng việc thiết kế, tạo nhãn hiệu và tiếp thị hiện nay trở thành những năng lực then chốt của họ” - ông Seidenfuss nói.

Các mối quan hệ với những nhà cung cấp cũng sẽ thay đổi. Các nhà cung cấp vẫn là trung tâm của ngành, chiếm 2/3 giá trị của chiếc xe. Hầu như tất cả những người trả lời phiếu điều tra đều tin chắc rằng mối quan hệ với các nhà cung cấp và các đối tác khác ở bên ngoài sẽ trở

nên quan trọng hơn, với vai trò là nguồn ưu thế cạnh tranh vào năm 2020, đặc biệt là ở các thị trường nào chú trọng đến hiệu quả của giá cả và chất lượng. Hầu như 90% số người trả lời đều nói rằng họ sẽ chú trọng hơn đến việc thu hút các nhà cung cấp vào quá trình phát triển sản phẩm, còn 68% thì nói rằng có thể họ sẽ chia sẻ dữ liệu nội bộ của họ với nhà cung cấp.

Trong bối cảnh như vậy, việc chia sẻ tri thức một cách hiệu quả sẽ đóng một vai trò quan trọng. Muốn ứng phó hiệu quả với nhu cầu gia tăng của người dùng, hoặc hợp tác thuận lợi với các nhà cung cấp, các nhà sản xuất ô tô đều cần nhanh chóng nắm bắt và chia sẻ dữ liệu ở trong nội bộ công ty và vươn cả ra ngoài ranh giới công ty. Bởi vậy, hướng chú trọng của việc đầu tư vào CNTT sẽ thay đổi căn bản, từ chỗ chỉ tiêu cho báo cáo tài chính và kết cấu hạ tầng CNTT nói chung hiện nay sang công tác quản lý tri thức, quản lý chuỗi cung ứng và phát triển sản phẩm.

2.2. Hàng tiêu dùng và bán lẻ

Thị trường toàn cầu

Các thị trường mới nổi, đặc biệt là Trung Quốc và Ấn Độ, sẽ tạo ra các cơ hội tăng trưởng quan trọng trong 15 năm tới. Tới năm 2020, Trung Quốc sẽ sánh kịp với Mỹ, trở thành thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới. Tuy nhiên, mức thu nhập của người dân Trung Quốc vẫn còn ở mức thấp hơn nhiều so với mức ở các thị trường đã phát triển, vì thế hạn chế đến tốc độ tăng trưởng của các thị phần cấp trung bình (Mid-market).

Các sản phẩm và dịch vụ

Các thị trường mới nổi sẽ trải qua các giai đoạn phát triển đã từng được biết, vì người dùng đặt ra yêu cầu cao hơn, sự hợp nhất các lĩnh vực và tuổi thọ sản phẩm gia tăng. Ở những thị trường đã phát triển, hoạt động đổi mới sản phẩm sẽ được tăng cường bởi những xu hướng mới, chẳng hạn như sự thay đổi về nhân khẩu học (gia tăng tỷ lệ người cao tuổi) và ý thức môi trường gia tăng.

Toàn cảnh của lĩnh vực

Các chiến lược kiểm soát chi phí và sự nâng cấp chất lượng cung ứng sẽ làm gia tăng quá trình tìm nguồn ở các quốc gia có chi phí thấp. Sự suy giảm mức tiết kiệm bởi quy mô và các rào cản quy định sẽ làm chậm xu hướng hợp nhất ở các thị trường đã phát triển.

Sự thay đổi các mối quan hệ

Mối quan hệ chặt chẽ hơn với người dùng và các nhà cung cấp sẽ có vai trò quan trọng. Người dùng sẽ chú trọng đến loại dịch vụ thích hợp với nhu cầu của từng cá nhân, các nhà cung cấp sẽ tham gia vào quá trình phát triển sản phẩm. Việc đào tạo, tuyển dụng và đầu tư vào CNTT sẽ biến đổi để đáp ứng tâm quan trọng của các kỹ năng quản lý các mối quan hệ này.

Các chiến lược công ty

Ở các thị trường phát triển, một ranh giới về hiệu quả đã được thấy rõ. Bởi vậy, các chiến lược kiểm soát chi phí sẽ dẫn đến làm giảm lợi nhuận, cần có các cách tiếp cận mới để đạt được ưu thế cạnh tranh bền vững. Mũi chú trọng sẽ ngày càng hướng vào chất lượng của mối quan hệ với khách hàng tại các khâu bán, phân phối và dịch vụ hậu mãi.

Khi các nhà bán lẻ và kinh doanh hàng tiêu dùng nhìn vào tương lai 15 năm sắp đến, họ thấy có 2 cơ hội tăng trưởng lớn, đó là sự gia nhập của các thị trường mới nổi và sự gia tăng doanh số ở các thị trường hiện tại. Những thách thức đặt ra ở từng cơ hội đó là lớn và khác nhau.

Phần lớn những người trả lời ở lĩnh vực này đều cho rằng các cơ hội tăng trưởng lớn nhất đang chờ đón họ từ nay đến năm 2020 là ở các quốc gia không nằm trong OECD. Tới năm

2020, Mỹ sẽ vẫn là thị trường tiêu thụ lớn nhất, với mức chi dùng hầu như không thay đổi, chiếm 1/3 tổng chi cho hàng tiêu dùng của thế giới. Tỷ lệ chi dùng của EU sẽ giảm đều đặn, nhưng vẫn giữ ở mức 20% vào năm 2020. Nhưng phần lớn sự gia tăng chi tiêu toàn cầu cho hàng tiêu dùng trong 15 năm tới sẽ xảy ra ở những thị trường mới nổi hàng đầu, đặc biệt là Trung Quốc và Ấn Độ.

Tính theo sức mua tương đương, Trung Quốc sẽ đuổi kịp Mỹ vào năm 2020. Ở nhiều thị phần then chốt, Trung Quốc thậm chí có thể sẽ sánh ngang hoặc vượt Mỹ vào năm 2010. Tới năm 2020, Trung Quốc sẽ ngang hàng với Mỹ, trở thành thị trường tiêu thụ lớn nhất thế giới. Hiện nay, Trung Quốc có 12 triệu hộ gia đình với thu nhập bình quân hàng năm trên 7.500 USD; tới năm 2020, Trung Quốc sẽ có ít nhất 80 triệu hộ gia đình như vậy.

Tuy nhiên, mặc dù tầng lớp trung lưu của Trung Quốc có thể chiếm tới 40% dân số vào năm 2020, tức là gấp đôi mức hiện nay, nhưng vẫn thấp hơn nhiều so với Mỹ (60%). Thu nhập đầu người của tầng lớp trung lưu Trung Quốc sẽ vẫn thấp hơn nhiều so với phương Tây.

Các công ty trên toàn cầu gần đây đã bắt đầu chú ý nhiều hơn đến Ấn Độ, vì sự gia tăng số lượng người tiêu dùng ở các vùng đô thị đã châm ngòi cho sự bùng nổ về tiêu dùng trong nước. Không như những người tiêu dùng ở các nước châu Á khác, người Ấn Độ xem ra sẵn sàng chi tiêu hơn là để dành. Tuy nhiên, sự bùng nổ tiêu dùng ở Ấn Độ sẽ bị hạn chế bởi mức thu nhập trung bình thấp và những quy định hạn chế đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực bán lẻ. Ở Ấn Độ hiện nay có khoảng 300 triệu người thuộc tầng lớp trung lưu, với thu nhập bình quân hàng năm là 2.000-4.000 USD.

Sự gia tăng tầng lớp trung lưu ở Ấn Độ chủ yếu là nhờ vào sự tăng trưởng của ngành CNTT Ấn Độ, với triển vọng đem lại việc làm cho 9 triệu người trong 5 năm tới, tăng gần gấp 3 so với mức hiện nay. Tầng lớp trung lưu Ấn Độ có triển vọng sẽ tăng trưởng nhanh chóng, cả về số lượng lẫn mức thu nhập bình quân của từng người, nhưng so với mức bình quân của Mỹ và các nước giàu khác thì mức thu nhập này vẫn thấp hơn nhiều.

Các chiến lược tăng trưởng ở các thị trường mới nổi trong 15 năm tới sẽ tương tự như những xu hướng và chiến lược đã từng thấy ở các thị trường phát triển hiện nay. Các thị trường mới nổi sẽ trải qua các giai đoạn phát triển mà ta đã biết, khi người tiêu dùng có những yêu cầu cao hơn, các thị phần hợp nhất lại và các sản phẩm gia tăng tuổi thọ. Tất nhiên, điều này không có nghĩa là sự việc sẽ dễ dàng, nhưng nó cho thấy rằng những chiến lược mà hiện đang được áp dụng ở những thị trường đã tương đối phát triển thì sẽ có khả năng được áp dụng ở những thị trường mới ở tương lai không xa.

Thách thức đặt ra cho các thị trường phát triển

Việc gia tăng doanh số ở những thị trường đã phát triển sẽ là một nhiệm vụ khó khăn hơn nhiều so với ở các thị trường đang phát triển. Đối với phần lớn các công ty phương Tây, những thị trường này đều trưởng thành và mức nợ của người dùng đã ở mức cao. Sự cạnh tranh từ các thị trường giá rẻ sẽ ngày càng gay gắt- đây là nguy cơ lớn duy nhất mà các nhà bán lẻ và hàng tiêu dùng sẽ phải đối mặt trong 15 năm tới.

Tất nhiên, cũng sẽ có những mảng tăng trưởng mới. Sự gia tăng tỉ lệ người cao tuổi được nhiều người coi là một cơ hội. Ví dụ, ông Greg Suthern, Giám đốc công ty sản xuất và phân phối giường Dreams plc, ở Anh, nhìn thấy được cơ hội bán rất nhiều chủng loại giường khác nhau cho những người cao tuổi, bao gồm các loại giường có khả năng điều chỉnh, có thể bán với biên lợi nhuận cao hơn so với các loại giường truyền thống. Hay ở thị trường của các sản phẩm để cho người dùng tự chế tạo (Do-it-Yourself), thì sự gia tăng số lượng người cao tuổi

cho thấy là mọi người sẽ mua những sản phẩm tự làm có biên lợi nhuận cao hơn so với những sản phẩm tự làm có biên thấp.

Sự gia tăng các tầng lớp chủng tộc, hoặc là do di cư, hoặc là do tỷ lệ sinh đẻ cao hơn so với cư dân nói chung, sẽ mở ra các hướng tăng trưởng mới. Ví dụ, Văn phòng Điều tra Dân số của Mỹ dự đoán rằng số người gốc Hispanics (Tây Ban Nha) sẽ chiếm tới 44% lượng gia tăng dân số của Mỹ trong 20 năm tới. Nhiều doanh nghiệp bán lẻ và hàng tiêu dùng đang nhắm vào lớp người này để tiếp thị và đưa ra các sản phẩm.

Tuy nhiên, trong khi có những doanh nghiệp bán lẻ coi hiện tượng dân số già đi là một cơ hội kinh doanh, thì có những doanh nghiệp lại coi đó là một nguy cơ cho họ. Hiện tượng dân số già đi chắc chắn sẽ khiến phải thực hiện các cuộc điều chỉnh cơ cấu đây khó khăn đối với những công ty nào có hoạt động kinh doanh phục vụ cho lớp người trẻ, chẳng hạn như cung cấp thức ăn nhanh hay môi giới cầm cố.

Các chiến lược tiếp theo sẽ ra sao?

Nhìn chung, các chiến lược mà các doanh nghiệp bán lẻ và kinh doanh hàng tiêu dùng đang áp dụng hiện nay ở các thị trường đã phát triển sẽ gặt hái được ít lợi nhuận hơn trong 15 năm tới. Lợi ích của việc hợp nhất nhiều hơn nữa cũng sẽ bị suy giảm. Các biện pháp kiểm soát chi phí, tìm nguồn, thuê gia công bên ngoài (Outsourcing) và chuyển các bộ phận sản xuất ra nước ngoài (Offshoring) sẽ không thu được những lợi ích mong muốn. Ngoài ra, phương pháp tiếp thị đa kênh sẽ làm gia tăng mức độ rủi ro trong vấn đề tạo ra mâu thuẫn giữa các kênh.

Việc hợp nhất trước đây tạo ra tiết kiệm bởi quy mô, nhưng nhiều ngành hiện đã hoặc chẳng bao lâu nữa sẽ có mức tập trung hoá quá cao, bởi vậy nếu cứ tiếp tục hợp nhất thì lợi ích thu được sẽ không đủ bù đắp cho việc đầu tư. ở một số lĩnh vực, các rào cản quy định cũng sẽ ngăn cản.

Trong lĩnh vực có tính cạnh tranh cao nhất của các ngành này, hiệu quả chi tiêu vẫn sẽ đóng vai trò quan trọng. Các doanh nghiệp bán lẻ và kinh doanh hàng tiêu dùng thấy được áp lực giá cả lớn hơn trong 15 năm tới so với kết quả khảo sát ở các lĩnh vực khác. Vẫn sẽ có những cơ hội quan trọng để khai thác các biện pháp tạo nguồn, thuê gia công bên ngoài và chuyên hoạt động ra hải ngoại: Các doanh nghiệp bán lẻ và kinh doanh hàng tiêu dùng sẽ tiếp tục tìm kiếm hiệu quả từ việc tạo nguồn ở các quốc gia có chi phí thấp.

Nhưng việc kiểm soát chi phí sẽ trở thành phổ biến đối với hầu hết chứ không phải là việc tạo ra sự khác biệt. Mặc dù các chiến lược kiểm soát chi tiêu sẽ vẫn tạo ra cơ hội quan trọng trong 5 năm tới, nhưng việc chú trọng gần như rộng khắp của các doanh nghiệp đối với biện pháp này chắc chắn sẽ dẫn tới hậu quả là nó sẽ không đem lại ưu thế khác biệt về lâu dài.

Việc tiếp thị đa kênh sẽ được tăng cường, vì sự hiện diện trên Internet của các công ty sẽ trở nên phổ biến và các công nghệ quản lý quan hệ khách hàng sẽ giúp việc trao đổi thư từ trực tiếp được hiệu quả hơn. Tuy nhiên, 3 yếu tố bao gồm sự bão hoà thị trường, sự mâu thuẫn giữa các kênh và sự ép nén biên sẽ kết hợp lại làm hạn chế tiềm năng ứng dụng của phương pháp tiếp thị này.

Hoạt động kinh doanh của Mỹ đã đạt tới tột cùng của mức độ hiệu quả. Nếu chiến lược dựa vào hiệu quả không còn thích hợp về lâu dài nữa, các doanh nghiệp sẽ phải có chiến lược gì?

Tầm quan trọng của thương hiệu

Việc tạo dựng nhãn hiệu là một giải pháp để ứng phó trước tình hình đó. So với các lĩnh vực khác, các doanh nghiệp bán lẻ và hàng tiêu dùng lo ngại hơn về tình trạng giảm sút lòng

trung thành của khách hàng: 64% số người trả lời phiếu điều tra đã coi đó là một nguy cơ quan trọng hoặc rất quan trọng, trong khi tỉ lệ thăm dò ở những ngành khác chỉ là 50%. Điều này giải thích vì sao đa số đều thấy rằng sức mạnh của thương hiệu sẽ trở thành một nguồn quan trọng tạo nên ưu thế cạnh tranh trong 15 năm tới.

Nhiều hãng bán lẻ sẽ theo đuổi chiến lược mở rộng thương hiệu để đem lại ưu thế này cho mình. Ví dụ, Hãng Home Depot đang thử nghiệm một khổ mẫu, trong đó bao hàm các trạm gas nằm kề nhau và các cửa hàng thuận tiện. Các hãng bán lẻ khác sẽ bán nhiều dịch vụ hơn, chẳng hạn như bảo hiểm, hay các thương vụ bán hàng trong phạm vi cửa hàng cho các nhà sản xuất hàng tiêu dùng và các nhà cung cấp dịch vụ.

Nhưng các doanh nghiệp bán lẻ và hàng tiêu dùng cũng bắt đầu xác định một phương pháp mới để tạo ra ưu thế cạnh tranh ở các thị trường cốt lõi: Chú trọng vào mối quan hệ mật thiết với khách hàng và các nhà cung cấp. 3/4 số các hãng bán lẻ và hàng tiêu dùng trả lời phiếu điều tra đều cho rằng mối quan hệ tốt đẹp với những đối tượng bên ngoài là một nhân tố quan trọng đem lại ưu thế cạnh tranh ngày nay, và một tỷ lệ tương đương (69%) cho rằng sự công tác chặt chẽ ở bên trong và bên ngoài tổ chức sẽ là nhân tố thành công quan trọng trong 15 năm tới.

“Việc giảm bớt số lượng các kho chứa đã đạt tới mức mà nếu có cố thêm nữa thì cũng sẽ chẳng đem lại mấy giá trị”- ông Crain nhận xét. “Đến một thời điểm nào đó bạn sẽ phải vượt khỏi vấn đề giá thành”- ông Crain muốn đề cập đến tầm quan trọng của chất lượng sản phẩm.

ở cấp độ bán lẻ, điều này chứng tỏ tầm quan trọng gia tăng của kinh nghiệm bán hàng và mối quan hệ thân thiết với khách hàng. Các cửa hàng và dịch vụ trong cửa hàng sẽ được cải tiến để liên hệ với khách hàng thông qua dịch vụ khách hàng đã được thích ứng hoá với từng người, cách bài trí cửa hàng hấp dẫn, thuận tiện cho việc đi lại và chuyên môn hoá. . .

Mike Godfredson, Giám đốc điều hành Hãng Road Runner Sports, đề cập đến một thời điểm “thần kỳ” với người tiêu dùng, khi hãng này có cơ hội bán và trên hết là làm cho khách hàng cảm thấy hài lòng khi quyết định mua. Trong tương lai, việc quản lý mối quan hệ với khách hàng sẽ là việc làm bình thường, với các kỹ thuật tinh xảo, khi các hãng bán lẻ và hàng tiêu dùng cải tiến được phương pháp phân tích dữ liệu và nắm được các kỹ năng cần thiết.

Thời điểm cung cấp sản phẩm và dịch vụ sẽ ngày càng được tăng cường quản lý, theo dõi và đo lường. Trong số tất cả các lĩnh vực của ngành kinh doanh này, đặc biệt không được làm cho việc cung cấp trở thành hàng hoá, nghĩa là trở thành nền tảng của sản xuất và dịch vụ, ông Suthern cảnh báo như vậy.

Các nhà bán lẻ cũng sẽ phải bắt chước “phép thuật” như vậy với các nhà cung cấp, giống như họ thực hiện đối với người tiêu dùng. Các nhà bán lẻ sẽ phải xác định nhiệm vụ của mình là làm sao để nhà cung cấp mua, chứ không chỉ nhận đơn đặt hàng”, ông Suthern nói.

Đa số người trả lời phiếu điều tra đều cho biết họ sẽ thu hút các nhà cung cấp tham gia nhiều hơn vào quá trình phát triển sản phẩm. 69% số người trả lời cho biết họ sẽ chia sẻ thông tin với các nhà cung cấp (mức trung bình của các lĩnh vực khác là 52%).

Nguồn nhân lực kiểu mới

Trong 15 năm tới, mối quan hệ, quản lý tri thức và sáng tạo sẽ có vai trò quan trọng để tạo ra và duy trì ưu thế cạnh tranh ở các thị trường cốt lõi. Các kỹ năng quản lý và giao tiếp giữa các cá nhân sẽ có tầm quan trọng thứ nhất và thứ 2 trong số các kỹ năng quan trọng nhất tương ứng với kết quả 73% và 45% số những người trả lời.

Việc làm sao để nguồn nhân lực có được các kỹ năng này là một thách thức đặt ra. “Sáng tạo là một công việc rất khó. Ta có thể dễ dàng tìm được những người thực hiện đúng theo sách hướng dẫn, nhưng để tìm những người biết sáng tạo thì rất khó” - Mark Miranda, Giám đốc tiếp thị Hãng George Pacific, một hãng chuyên sản xuất giấy lụa và bao gói cho biết.

Trong số các bước cụ thể mà các công ty có thể áp dụng là theo dõi và đo lường một cách hệ thống hơn sức sáng tạo và đổi mới thông qua công tác kiểm toán dịch vụ; đầu tư vào các công cụ tình báo kinh doanh nào giúp phát triển các chiến lược bán và dịch vụ đặc thù cho người dùng; thay đổi hệ thống thừa nhận và bù đắp để tôn vinh trí sáng tạo và dịch vụ người dùng.

Việc đầu tư cho CNTT sẽ phải chuyển từ những ứng dụng trên chi phí hoặc hiệu quả để phản ánh tầm quan trọng của các mối quan hệ đem lại giá trị cao hơn và nâng cao kinh nghiệm về khách hàng.

Những người trả lời phiếu điều tra đều cho rằng từ nay đến năm 2020, việc đầu tư cho CNTT sẽ chú trọng trước hết vào vấn đề dịch vụ và hỗ trợ người dùng (khách hàng) chứ không phải vào công tác quản lý tài chính hay kết cấu hạ tầng nói chung như hiện nay.

Việc quản lý và đào tạo nguồn nhân lực cũng sẽ tăng tầm quan trọng, vì các công ty sẽ phát triển được các chương trình đào tạo ngoại tuyến (off-line) và sau đó cung cấp trực tuyến (on-line) và từ đó thông qua các ứng dụng phần mềm. Công tác đào tạo sẽ đóng vai trò hết sức quan trọng và nhiều trường hợp sẽ được thực hiện bởi các công ty đào tạo chuyên nghiệp.

Quản lý tri thức sẽ là một lĩnh vực đầu tư. Để có được ưu thế cạnh tranh thông qua sức sáng tạo, đổi mới và mối quan hệ thân thiết, các doanh nghiệp bán lẻ và hàng tiêu dùng sẽ phải thu thập, lưu trữ, thao tác và chia sẻ dữ liệu một cách hiệu quả. Những người trả lời phiếu điều tra trong lĩnh vực này tin rằng những nguồn chủ yếu để tăng năng suất là cơ cấu tổ chức hiệu quả và công tác truyền thông được làm tốt; những yếu tố này quan trọng hơn nhiều so với việc tăng cường tự động hoá công trình.

Các công cụ công tác và quản lý dự án sẽ có tầm quan trọng hơn, khi mọi người làm việc chặt chẽ với nhau vượt qua các rào cản về chức năng và tổ chức. Với sự liên tục giảm bớt vòng đời sản phẩm và mối quan hệ giữa người mua và người cung cấp trở nên mật thiết hơn, các doanh nghiệp bán lẻ sẽ phải điều phối việc đưa ra các sản phẩm mới và mở rộng các sản phẩm một cách chặt chẽ hơn. Các nhà sản xuất sẽ phải cộng tác với các nhà cung cấp về phạm vi thời gian và các cột mốc trong việc phát triển sản phẩm.

2.3. Năng lượng

Thị trường toàn cầu

Mức tăng trưởng của nhu cầu năng lượng sẽ tăng, được cộng hưởng bởi nhu cầu tiêu dùng ở các nước đang phát triển, kết hợp với những mối lo ngại về an ninh nguồn cung sẽ tạo nên một cơ sở để suy đoán rằng giá dầu sẽ tăng cao và không ổn định trong 15 năm tới. Có vẻ như độ lớn thị trường ở khâu phân phối cuối cùng của ngành công nghiệp ở các nước phát triển sẽ không có sự gia tăng lớn.

Sản phẩm và dịch vụ

Các hoạt động khai thác và sản xuất sẽ ngày càng chú trọng vào các nguồn năng lượng khó chiết xuất hơn (Harder-to-Extract). Tỷ lệ của dầu mỏ trong tổng nhu cầu năng lượng năm 2020 sẽ giảm nhẹ, nhưng năng lượng thay thế sẽ chỉ chiếm một tỷ lệ rất nhỏ trong tiêu thụ năng lượng được dự đoán cho năm 2020.

Toàn cảnh của ngành

Khu vực năng lượng sẽ vẫn dễ bị tác động bởi sự can thiệp của Chính phủ, xét trên những mối lo ngại về nguồn cung và sự bất ổn của giá dầu. Sự cạnh tranh ngày càng tăng giữa các nhà cung ứng năng lượng sẽ là một đặc điểm chung của hầu hết các thị trường, buộc các nhà phân phối tìm những cách thức mới để làm cho các sản phẩm của mình trở nên nổi bật.

Sự thay đổi các mối quan hệ

Triển vọng của năng lượng được phân phối- năng lượng được sản xuất ra ở cấp độ địa phương thay vì trung ương- sẽ cổ vũ cho quan niệm rằng khách hàng đóng vai trò là các nhà quản lý năng lượng thay vì là người tiêu dùng. Lợi thế cạnh tranh đối với các nhà phân phối sẽ ngày càng phụ thuộc vào việc đưa ra các giải pháp và tư vấn về năng lượng được làm cho phù hợp với từng cá nhân.

Các chiến lược doanh nghiệp

Các doanh nghiệp khác nhau nằm trong hệ sinh thái năng lượng có các lợi ích và mục tiêu rất khác nhau. Các doanh nghiệp khai thác và sản xuất sẽ tìm cách dần dần đa dạng hóa tới các nguồn năng lượng thay thế. Việc ngày càng chú trọng tới các giải pháp sẽ khiến cho các nhà phân phối năng lượng cải thiện gói dịch vụ duy tu và bảo dưỡng và mở rộng tới các lĩnh vực có liên quan, ví dụ như lĩnh vực tài chính chẳng hạn.

Lịch sử đã từng có những dự đoán sai lầm về năng lượng. Có rất nhiều yếu tố khiến cho việc dự đoán các mức sản lượng năng lượng trong tương lai trở nên rất khó khăn, từ sự bất ổn chính trị tới sự không ổn định của các nguồn dự trữ hiện có. Nhưng những sai lầm trong việc dự báo gần đây còn có nguồn gốc từ những tính toán sai lầm về phía cầu trong phương trình cung cầu. Mức tăng trưởng tiêu thụ năng lượng tăng nhanh chóng, đáng lưu ý là ở Trung Quốc, đã khiến cho cả thị trường lẫn các nhà dự báo bất ngờ. Mức tăng trưởng liên tục của cung do cầu gây ra, bị chi phối phần lớn bởi sự phát triển kinh tế nhanh chóng ở các thị trường mới nổi sẽ là bối cảnh của ngành công nghiệp trong 15 năm tới.

Theo Cơ quan Năng lượng Quốc tế (IEA), tốc độ tăng trưởng ở các nước đang phát triển sẽ nâng tỷ trọng cầu của họ chiếm trong nhu cầu dầu mỏ toàn cầu từ con số ước tính là 33% năm 2004 lên 41% năm 2020, Chỉ riêng tỷ trọng của Trung Quốc chiếm trong tổng nhu cầu dầu mỏ thế giới được cho là sẽ tăng từ 7,6% năm 2004 lên tới 11% năm 2020.

Các nước phát triển sẽ vẫn tiêu thụ nhiều năng lượng hơn các nước đang phát triển nhưng tỷ lệ cầu của các nước này trong tổng cầu thế giới sẽ giảm. OECD cũng sẽ vẫn chiếm lượng tiêu thụ khí tự nhiên nhiều hơn vào năm 2020, mặc dù khối lượng tiêu thụ của các nước đang phát triển được cho là sẽ tăng gấp 3 trong thời gian dự đoán (*Bảng 1*).

Dự đoán về thời điểm đến khi nào thì sản lượng dầu mỏ đạt đỉnh điểm, hoặc khi nào thì các nguồn cung ứng dầu sẽ cạn kiệt hoàn toàn, là khá khác nhau. Những người lạc quan cho rằng không thể có sản lượng tối đa cho tới tận thập niên 2030, còn những người bi quan thì cho rằng xu hướng giảm sút này sẽ bắt đầu sớm hơn. Trong thời gian đó, có thể đạt được việc tăng nguồn cung theo ba cách: thứ nhất, bằng cách phát triển các trữ lượng hydrocacbon mới, thứ hai bằng cách tăng tỷ lệ chiết xuất từ các trữ lượng hiện có và thứ ba là bằng cách tăng mức đóng góp của các nguồn năng lượng thay thế trong tổng cung.

Hiện nay, có một sự nhất trí chung cho rằng chưa thể tìm ra các nguồn trữ lượng hydrocacbon lớn mới, mặc dù đã khám phá ra các trữ lượng nhỏ hơn, phần lớn ở Trung Đông và Mỹ La tinh, có thể đưa vào sản xuất được, đặc biệt khi giá năng lượng tăng cao cho phép đầu tư lớn hơn vào việc thăm dò và sản xuất. Đã có những bước tiến lớn trong việc khai thác theo hướng thứ hai: các tiến bộ công nghệ đã làm tăng tỷ lệ phục hồi của các nguồn tài

nguyên sẵn có. Theo cách thức này, các công ty năng lượng sẽ phải đầu tư nhiều hơn vào việc đưa các nguồn tài nguyên ra khỏi lòng đất. Việc khai thác ngoài khơi và dưới đáy biển sẽ trở nên thông dụng hơn, và các nguồn dầu thô, ví dụ như cát chứa dầu giàu bitum, sẽ dành được sự chú ý cao hơn.

Liên quan tới các nguồn năng lượng thay thế, các tiến bộ công nghệ, áp lực môi trường, các vấn đề về an ninh nguồn cung và giá dầu tăng cao đang thúc đẩy sự tiến bộ nhanh. Hiện nay, sản xuất điện từ gió đang đóng góp một cách vững chắc vào việc cung cấp điện ở một số khu vực; sản xuất điện từ thủy triều là một lựa chọn thay thế và ít chắc chắn hơn. Qua một số ước tính, chi phí của việc sản xuất điện từ các tấm pin mặt trời không cao hơn là mấy so với chi phí sản xuất điện tối đa thực tế ở các mạng lưới cung cấp điện của một số nước. Pin nhiên liệu tiếp tục mang tới những tiến bộ công nghệ, và các công nghệ than sạch đang được phát triển để giảm thiểu phát thải điôxit cacbon từ loại nhiên liệu hóa thạch dồi dào nhất của thế giới. Nhưng thậm chí kể cả những đề xuất nhiệt tình nhất về các công nghệ thay thế cũng đều cho rằng chúng sẽ chỉ có thể đáp ứng một phần nhỏ của tổng cầu năng lượng tới năm 2020, ít nhất là nhờ vào các tiến bộ to lớn của pin nhiên liệu đối với việc sử dụng phương tiện giao thông.

Mức độ can thiệp của Chính phủ nhằm thúc đẩy các nguồn năng lượng tái tạo có thể sẽ phụ thuộc vào các mối quan ngại về an ninh hơn là về sự biến đổi của khí hậu. Như Wim Thomas, Trưởng Nhóm phân tích năng lượng của Hãng Shell đã phát biểu, các Chính phủ sẽ thúc đẩy việc sử dụng năng lượng tái tạo một cách mạnh mẽ nhất trong một thế giới nơi mà những bất ổn của quá trình toàn cầu hóa và lợi ích của dân tộc được đặt lên hàng đầu. Chừng nào các thị trường vẫn mở và an ninh nguồn cung ít bị đe dọa hơn, thì các cơ chế thị trường phản ứng chậm như kinh doanh phát thải sẽ là những phương tiện chủ yếu để phát triển các nguồn năng lượng thay thế.

Bảng 1. Nhu cầu dầu mỏ thế giới

	2004		2020	
	Số lượng (triệu thùng/ngày)	% của tổng	Số lượng (triệu thùng/ngày)	% của tổng
Bắc Mỹ	24,9	30,3	29,1	
OECD châu Âu	14,5	17,7	15,4	14,7
OECD châu á	8,3	10,1	8,7	8,3
Nga	2,6	3,2	3,3	3,1
Trung Quốc	6,2	7,6	11,2	10,7
Ấn Độ	2,6	3,2	4,3	4,1
Các nước châu á khác	5,4	6,6	8,3	7,9
Mỹ La tinh	4,7	5,7	6,5	6,2
Châu Phi	2,6	3,2	4,5	4,3
Trung Đông	5,4	6,6	8,1	7,7
Các nước có nguồn dự trữ dầu mỏ	3,1	3,8	3,2	3,1
Tổng nhu cầu thế giới	82,1	100,0	104,9	100,0
<i>Trong đó</i>				
OECD	47,6	58,0	53,2	50,7
Các nền kinh tế quá độ	4,4	5,4	5,6	5,3
Các nước đang phát triển	27,0	32,9	42,9	40,9

Nguồn: Cơ quan Năng lượng Quốc tế (IEA)

Tính chắc chắn của sự bất ổn

Triển vọng tương lai của thị trường năng lượng tới năm 2020 sẽ theo hướng giá năng lượng cao nhưng bất ổn. IEA cho rằng giá dầu sẽ vẫn tăng cao nếu tính theo đơn vị thực cho tới năm 2020. Tính theo giá danh định, cơ quan này dự đoán rằng giá nhập khẩu dầu mỏ trung bình hàng năm sẽ tăng từ 36 USD/thùng năm 2004 lên tới 50 USD một thùng vào năm 2020. Giá các dạng năng lượng hydrocacbon khác, với khả năng ngoại lệ là than, có thể sẽ tăng theo hướng của giá dầu.

Giá cao đã là một mối lo ngại. Nhưng an ninh nguồn cung lại là một mối lo ngại khác. Sự mất liên kết về mặt địa lý hiện thời giữa các quốc gia sản xuất dầu và các quốc gia tiêu thụ dầu của thế giới sẽ trở nên tồi tệ hơn khi mức tiêu thụ của Trung Quốc tăng lên và tầm quan trọng của Trung Đông với vai trò là một trung tâm sản xuất tăng. Các công ty dầu mỏ quốc gia sẽ nắm trong tay nhiều dầu hơn trái ngược với với các công ty dầu tư nhân. Kết quả là khu vực năng lượng sẽ vẫn chịu ảnh hưởng lớn từ sự can thiệp của Chính phủ. Hơn 55% số công ty thuộc ngành năng lượng tham gia vào Điều tra Dự báo 2020 coi các yếu tố rủi ro về chính trị và an ninh là một mối đe dọa “lớn” hoặc “rất lớn” tới sự nghiệp kinh doanh của họ từ nay tới 2020. Những sự rủi ro này mang nhiều hình thức. ở mức nghiêm trọng nhất, nó sẽ dẫn tới nguy cơ sử dụng hành động quân sự để bảo vệ nguồn cung. ở mức ít nghiêm trọng hơn, sẽ tiếp diễn các âm mưu kiểm soát giá ở các quốc gia sản xuất: vì vậy việc thành lập một tổ chức giống như OPEC để quản lý các nhà sản xuất khí đốt tự nhiên là hoàn toàn có thể.

Các Chính phủ cũng sẽ sử dụng các chính sách kinh tế làm công cụ để quản lý giá và sự bất ổn của nguồn cung. Việc đặt ra các mức giá trần năng lượng là một lựa chọn, nhưng chúng khó mà áp dụng hoặc duy trì được, đặc biệt là ở các nền kinh tế theo định hướng thị trường. Những bóp méo thị trường tinh vi hơn có thể phát sinh từ việc sử dụng các biện pháp trợ cấp liên quan đến năng lượng hoặc miễn thuế. Các biện pháp này có thể mở rộng tới việc trợ cấp cho các nhóm xã hội (như số lượng người cao tuổi đang gia tăng) vốn đặc biệt bị tác động bởi giá tăng cao.

Để đáp lại, nảy sinh một xu hướng liên kết hướng tới theo chiều dọc, theo đó các nhà phân phối có thể mua cổ phần của các nhà chiết xuất năng lượng chẳng hạn, do đó tạo ra một hàng rào chống lại sự phá vỡ nguồn cung trong tương lai. Các hướng tiếp cận liên kết theo chiều dọc khác sẽ bao gồm việc ký kết các hiệp định cung ứng dài hạn với các nhà sản xuất, đảm bảo những khối lượng cung ứng năng lượng nhất định kể cả khi giá dầu không ổn định.

Một hướng tiếp cận khác nữa đã trở nên thông dụng, đó là việc đa dạng hóa, thông qua sự đầu tư vào việc phát triển các nguồn năng lượng thay thế. Các công ty có thể nghiên cứu một số công nghệ mới, tuy nhiên một số công nghệ có thể sử dụng được, còn một số có thể không. Như Mark Henstridge, Trưởng Bộ phận kinh tế vĩ mô của công ty BP, đã cảnh báo “ở đây sẽ không có viên đạn bạc nào cả”. Đơn vị này đã kinh doanh pin năng lượng mặt trời hiệu quả và đang triển khai những trang trại phong điện ở ngay tại các nhà máy hóa dầu và lọc dầu hiện tại của BP. Đa số những công ty được hỏi (88%) đều nhất trí rằng các vấn đề về môi trường sẽ là động lực chính cho một chiến lược của công ty.

Khách hàng sẽ nắm lấy trách nhiệm

Triển vọng về hình thức năng lượng phân phối, tức là năng lượng được sản xuất ở cấp địa phương, thay vì cấp trung ương, thậm chí sẽ đặt ra nhiều vấn đề đối với các công ty năng lượng ngày nay. Tới năm 2020, Bill Gross, lãnh đạo của Energy Innovations, một công ty

năng lượng thay thế chuyên nghiên cứu năng lượng mặt trời, cho biết xu hướng chủ đạo sẽ là hướng tới năng lượng phân phối. Mọi người đều muốn đảm đương một phần trách nhiệm trong việc cung ứng năng lượng.

Mô hình truyền thống về cung ứng năng lượng tĩnh (trái với năng lượng dành cho phương tiện chuyên chở) xoay quanh khái niệm cho rằng “lớn là tốt nhất”. Đối với một hệ thống năng lượng nhiệt năng thông thường, thì điều này hoàn toàn đúng. Nhưng đối với rất nhiều dạng năng lượng thay thế, thì những thành quả thu được từ quy mô lớn lại là tối thiểu. Các bộ pin năng lượng mặt trời riêng rẽ sẽ càng có hiệu quả khi càng được tập trung cao độ; các tế bào nhiên liệu đồ sộ đã không phải là một lựa chọn, và càng không phải là điều đáng muốn.

Hiện nay trên thực tế đã tồn tại các mạng lưới cung cấp nhiệt địa phương tại các Hệ thống thuộc bán đảo Scandinavơ và những nơi khác. Các công ty thương mại như Bosch-Buderus của Đức hiện đang triển khai các hệ thống cung cấp kết hợp điện và nhiệt năng (Combined Heat and Power - CHP) nội địa, sử dụng các pin nhiên liệu. Như ông Gross chỉ ra, môn toán học dành cho các hệ thống CHP đang bắt đầu tỏ ra có ích. Thậm chí nếu việc sản xuất điện ở địa phương tương đối kém hiệu quả, thì bạn có thể tận dụng sản phẩm phụ nhiệt năng, vì vậy mà đẩy mạnh được hiệu suất năng lượng tổng lên mức thỏa mãn.

Năng lượng phân phối còn có thể cho phép các nước đang phát triển tránh được phần nào yêu cầu về cơ sở hạ tầng năng lượng truyền thống, cũng giống như điện thoại di động cho phép một số nước tránh được việc xây dựng hoặc nâng cấp các mạng lưới điện thoại cố định tốn kém. Đối với các nước phát triển cũng vậy, sản xuất ở địa phương tăng cao sẽ làm giảm quy mô của điện lưới phân phối chính. Như Davi Nunn, Phó Chủ tịch của Norsk Hydro cho biết, “nếu ta có thể làm mọi việc để giảm công suất cần thiết, thì sẽ làm tăng được lợi thế cạnh tranh”.

Các tiến bộ công nghệ đang được cường điệu một cách quá dễ dàng. Tuy nhiên quá trình tiến bộ có thể diễn ra chậm. Chính các công ty kinh doanh năng lượng thay thế là những công ty đưa ra sự cảnh báo. John Halfpenny, một giám đốc điều hành của Công ty pin nhiên liệu CMR, cho rằng sẽ phải mất thời gian để cho người dân thay đổi và công nghệ nhiệt năng thông thường cũng cần có thời gian để được cải tiến hơn nữa.

Nhưng ngay cả khi các hệ thống phân phối năng lượng đã có thời gian để được triển khai và sẽ chiếm một phần nhỏ trong tổng lượng tiêu thụ vào năm 2020, thì điều có thể xảy ra là tầm quan trọng của chúng lại nằm ngay ở nguy cơ thay đổi. Mầm mống của một ý tưởng mới sẽ được “nảy mầm” như sau: khách hàng đóng vai trò là các nhà cung ứng năng lượng hoặc ít nhất là các nhà quản lý năng lượng, chứ không phải là những người khách chẳng có vai vế gì. Đó chính là mối quan hệ thay đổi giữa các công ty và các khách hàng của họ.

Đảm bảo lợi thế cạnh tranh tới năm 2020

Sự cạnh tranh ngày càng tăng giữa các nhà phân phối năng lượng sẽ là một đặc điểm của hầu hết các thị trường trong 15 năm tới. Những công ty năng lượng tham gia vào cuộc điều tra đều nhấn mạnh tới các hiệu quả hoạt động với một nền tảng chi phí thấp tương ứng. Các công ty cũng đang cố gắng khuyến khích làm nổi bật sản phẩm, ví dụ như họ cho rằng loại xăng tiên tiến (và có giá thành đắt hơn) sẽ mang lại cho người sử dụng hiệu suất cao hơn hoặc tính kinh tế năng lượng. Nhưng phương cách này rõ ràng là có hạn chế. Bởi vì khó có thể gắn các tiêu chuẩn chất lượng thị trường đặc biệt đáng mong muốn vào một kilowatt điện được truyền tới căn hộ của bạn, hoặc tới nguồn khí đốt tự nhiên.

Vì vậy, các công ty đang nỗ lực nhằm vào những phương cách khác để thúc đẩy sự trung thành của khách hàng. Một số phương pháp thô bạo hơn các phương pháp còn lại. Một

phương pháp tiếp cận là tăng số lượng các tiện ích khác nhau mà một người tiêu dùng có thể nhận được từ công ty: một nghiên cứu bởi một nhà cung ứng năng lượng châu Âu khẳng định rằng khách hàng sử dụng các dịch vụ viễn thông của một nhà cung ứng năng lượng sẽ ít có khả năng chuyển tài khoản năng lượng của họ đi nơi khác.

Các kỹ thuật khác tinh tế hơn. Theo phong cách riêng của ngành công nghiệp năng lượng, sự trung thành của khách hàng cũng có thể đạt được bằng cách khuyến khích tiêu dùng ít đi, chứ không tăng lên. Các nhà cung ứng năng lượng tại các thị trường phát triển hiểu rằng vì những lý do môi trường và kinh tế, ngành năng lượng không phải là một lĩnh vực mà sự tăng trưởng mạnh về độ lớn thị trường (hoặc thị phần) là điều có thể xảy ra.

British Gas chú trọng mạnh mẽ vào những phương pháp, mà qua đó công ty có thể giúp khách hàng giảm lượng tiêu thụ năng lượng, cung cấp tư vấn về việc bảo toàn năng lượng. Đối với những nhà cung ứng có vị trí dẫn đầu tại các thị trường từng nước cá thể, điều này còn có thể có tác dụng phụ như không khuyến khích các Chính phủ can thiệp vào.

Danny Hann, Lãnh đạo Bộ phận quản lý hoạch định chiến lược ở Công ty điện năng của Anh mang tên RWE npower, cho rằng các công ty cung ứng phải hướng tới “việc thành lập ra một môi quan hệ có phạm vi rộng hơn với khách hàng, môi quan hệ dựa trên các giải pháp năng lượng rộng lớn, chứ không phải chỉ là một hợp đồng cung ứng và một cuộc chiến để tranh giành từng xu đối với mỗi một kWh điện”.

Ông Hann gợi ý rằng RWE npower có thể tư vấn cho các khách hàng doanh nghiệp về quản trị dữ liệu, hiệu suất năng lượng, các quy định và luật pháp để có thể tạo ra một giải pháp dựa trên những quyền lợi của chính họ. Ông Hann cho rằng các công ty phải cung cấp rất nhiều giải pháp cho khách hàng dựa trên các quyền lợi cá nhân của họ, liệu rằng những giải pháp này có phải là những giải pháp rẻ nhất hoặc hiệu quả nhất về mặt năng lượng không.

Kết quả của cuộc điều tra cho thấy chỉ có 18% các giám đốc điều hành ngành công nghiệp năng lượng coi “sự cá nhân hóa sản phẩm và dịch vụ” là ưu đãi hàng đầu cho khách hàng ngày nay. Nhưng các giám đốc kỳ vọng vào sự biến đổi nhanh chóng: 38% cho rằng sự cá nhân hóa sẽ là ưu đãi hàng đầu của khách hàng vào năm 2020.

Sự chú trọng vào các giải pháp này sẽ khiến các nhà cung ứng năng lượng hàng đầu sẽ phải cải tiến các bao gói dịch vụ và duy tu bảo dưỡng và mở rộng đến các lĩnh vực liên kết liên quan, như tài trợ cho việc lắp đặt các hệ thống năng lượng mới hoặc mời chào sự bảo hiểm đối với những cắt giảm trong việc cung ứng năng lượng. Các công ty thuộc các lĩnh vực khác, như ngành ô tô chẳng hạn, đã nhận thấy rằng việc dàn xếp về tài chính có thể tạo ra lợi nhuận, nếu không muốn nói là nhiều lợi nhuận hơn cả chính việc bán sản phẩm. Hy vọng rằng sẽ có nhiều công ty năng lượng noi theo cách thức này.

Ngành công nghiệp cũ, kỹ năng mới

Thị trường năng lượng tới năm 2020 sẽ bao gồm một sự kết hợp không ổn định, giữa tự do hóa giá cả, sự cạnh tranh khốc liệt ngày càng tăng ở công đoạn bán lẻ của thị trường và sự lồi cuốn ngày càng tăng vào đầu cuối thành phẩm. Không còn nghi ngờ gì, các công ty tham gia cuộc điều tra đều kỳ vọng vào một chiến lược rõ ràng để có thể coi đó là nguồn gốc chủ chốt của lợi thế cạnh tranh.

Tất nhiên các bộ phận khác nhau của ngành công nghiệp sẽ tiếp tục có các nhu cầu khác nhau. Các công ty năng lượng sẽ chú trọng nhiều hơn tới các kỹ năng quản lý dự án và quản lý rủi ro trong các hoạt động khai thác của họ hơn là các hoạt động phân phối. Nhưng tới năm

2020, sự xuất hiện của năng lượng phân phối chắc hẳn sẽ làm mất đi chính sự phân biệt giữa các hình thức liên kết tới và liên kết lùi.

Mối tương tác phức tạp ngày càng tăng với khách hàng sẽ là điều cần thiết trong một môi trường thị trường mang những đặc điểm được thể hiện bởi tính dễ biến động của giá cả, sự giải điều tiết, thương mại hóa sản phẩm và sản xuất năng lượng ở cấp địa phương. Những người tham gia vào cuộc điều tra ở ngành công nghiệp xác định việc thiếu nhân công có các kỹ năng giao tiếp cá nhân là rào cản lớn nhất mà họ phải đối mặt để cải thiện các mối quan hệ với các cộng đồng bên ngoài; phần lớn kế hoạch nâng cao hiệu quả đều được tiến hành thông qua việc triển khai chiến lược các nguồn lực IT về quản lý tri thức và hỗ trợ khách hàng, và thông qua đào tạo và tuyển dụng.

2.4. Y tế và dược phẩm

Thị trường toàn cầu

Nhu cầu đối với lĩnh vực chăm sóc sức khỏe sẽ tăng trưởng nhanh trong vòng 15 năm tới do xu thế phát triển dân số. Theo các dữ liệu của Chính phủ Mỹ, ngành dịch vụ y tế dự báo sẽ tăng trưởng nhanh nhất về sử dụng nhân công so với bất kỳ khu vực nào của Mỹ. Nhờ có nguồn cung cấp các nhà nghiên cứu trình độ cao với chi phí rẻ, Trung Quốc và Ấn Độ có thể trở thành trọng tâm phát triển sản phẩm và hoạt động sản xuất về các khoa học về sự sống.

Sản phẩm và dịch vụ

Trong các khoa học về sự sống, nghiên cứu công nghệ sinh học có thể sẽ tạo ra nhiều sản phẩm mới hơn so với các hoạt động nghiên cứu và phát triển phân tử truyền thống. Liệu pháp gen có thể sẽ chuyên hướng, từ chữa trị bệnh sang chữa bằng cách biến đổi ADN của bệnh nhân.

Toàn cảnh của ngành

Chi phí gia tăng ở các thị trường phát triển và sự cung cấp không đủ ở các thị trường đang phát triển sẽ làm cho vai trò của khu vực tư nhân ngày càng trở nên quan trọng. Việc chuyên các cơ sở chữa bệnh ra nước ngoài (Health Ofshoring), nhất là khi việc xử lý đánh giá thông tin có khả năng số hóa hoàn toàn sẽ gia tăng.

Sự thay đổi các mối quan hệ

Hợp tác sẽ là yếu tố quan trọng của thành công. Trong các khoa học về sự sống, các hãng công nghệ sinh học và các hãng dược lớn sẽ cộng tác với nhau để đưa các sản phẩm mới ra thị trường. Các nhóm sẽ hợp tác với nhau trên toàn cầu về các quy trình, như phát triển sản phẩm hoặc phân tích thử nghiệm. Khả năng lựa chọn và kiến thức ngày càng cao của bệnh nhân sẽ thúc đẩy mối quan hệ thành công giữa thầy thuốc và những người được họ chăm sóc sức khỏe.

Các chiến lược doanh nghiệp

Sử dụng công nghệ thông tin một cách phổ biến hơn sẽ làm cho việc lưu trữ và tìm kiếm bệnh án của bệnh nhân hiệu quả hơn, cải thiện việc theo dõi các kết quả y học và chăm sóc sức khỏe từ xa tốt hơn. Tự động hóa các quá trình đơn giản cũng sẽ tạo thêm thời gian cho thầy thuốc tập trung vào các công việc có giá trị cao hơn như chẩn đoán và giao tiếp với bệnh nhân.

Chăm sóc sức khỏe là lĩnh vực lớn, phát triển nhanh, ở tất cả các nền kinh tế phát triển và nhiều nền kinh tế đang phát triển. Trong khối OECD, tỷ trọng của ngành này trung bình chiếm chưa đến 8% GDP vào năm 2003, đã tăng khoảng 10% so với tỷ trọng đạt được năm 2000. Ngành y tế của Mỹ rất lớn, chiếm khoảng 15% nền kinh tế lớn nhất thế giới này.

Các con số này sẽ tiếp tục phát triển. Các dịch vụ y tế, là một bộ phận của chăm sóc sức khỏe, là ngành công nghiệp lớn nhất ở Mỹ về lực lượng lao động, năm 2002 sử dụng 12,9 triệu nhân công. Văn phòng Thống kê Lao động của Mỹ dự báo số lượng này sẽ tăng lên 16% vào năm 2012, là mức gia tăng lớn so với tất cả các ngành công nghiệp của Mỹ.

Thị trường đang thay đổi

Lĩnh vực chăm sóc sức khỏe bị ảnh hưởng bởi hai xu thế chính trong 15 năm tới: sự thay đổi bản chất dân số, nhất là ở các thị trường phát triển, và sự toàn cầu hóa.

Sự lão hóa của dân số thế giới, do tuổi thọ tăng lên và tỷ lệ thụ thai giảm xuống, chắc chắn sẽ làm tăng vọt nhu cầu về các sản phẩm và dịch vụ chăm sóc sức khỏe. Tuy nhiên những sự biến động dân số này cũng sẽ gây ra những vấn đề cực kỳ khó khăn về tài chính và hậu cần.

Sự tác động chính xác đến chi phí là điều khó định lượng được, chủ yếu là do tình hình mắc bệnh tật giảm - thực tế là nhiều người vẫn khỏe mạnh cho đến lúc già. Theo một nghiên cứu của hãng bảo hiểm BUPA, các tính toán dựa trên cơ sở giả định tỷ lệ mắc bệnh giảm xuống có thể làm giảm dự đoán về gia tăng chi phí chăm sóc sức khỏe do tuổi già đến 50-75%. Tuy nhiên, điều chắc chắn là chi phí sẽ tiếp tục gia tăng.

Theo Tiến sĩ Daniel Vasella, Giám đốc điều hành Hãng Novartis, các nước sẽ phải chuyển hướng đầu tư với tỷ lệ chiếm trong GDP cao hơn bao giờ hết cho chăm sóc sức khỏe, như con số ở Mỹ có thể sẽ tăng từ 16% đến 20%. Người già sẽ sử dụng các nguồn lực chăm sóc sức khỏe lớn hơn, với tỷ lệ phần trăm bị nhiều bệnh mãn tính cao hơn. Ví dụ, ở Anh, người già trên 65 tuổi chiếm 16% dân số, song lại chiếm hơn 1/3 chi tiêu cho sức khỏe cộng đồng và chi tiêu cho bệnh viện. Theo báo cáo của McKinsey Quartely năm 2005, trợ cấp y tế cho người có thu nhập thấp (Medicaid) sẽ chiếm đến hơn 75% phần thu nhập gia tăng ở 10 bang của nước Mỹ cho đến năm 2009.

Bệnh béo phì, đặc biệt là ở Mỹ, là một yếu tố khác thúc đẩy chi phí tăng cao. Hơn 16% trẻ em người Mỹ bị béo phì và xu thế này ngày càng gia tăng. Béo phì là nguồn gốc của các bệnh mãn tính như đái đường, bệnh tim mạch vành và viêm xương-khớp và đã làm hệ thống chăm sóc sức khỏe của Mỹ tiêu tốn ước tính 150 tỷ USD năm 2005.

Nhân công cũng sẽ ngày một đắt đỏ, do các hệ thống y tế trên thế giới bị thiếu đội ngũ nhân công liên tục. Tình hình này sẽ chỉ xấu hơn, vì dân số trong ngành y tế đang già hóa, đó là vấn đề mà Joseph Mapa, Giám đốc điều hành Bệnh viện Mt Sinai của Toronto cho là "rất nghiêm trọng".

Mặc dù có nhiều nỗ lực để kiềm hãm giá cả, chưa thấy có sự nhất trí nào về con đường ở phía trước. Ôxtrâyliá đang gia tăng yếu tố thị trường trong chăm sóc sức khỏe để giảm bớt chi phí, trong khi Niu Dilân lại làm điều ngược lại. Tòa án Canada quy định rằng, việc cản trở chăm sóc sức khỏe tư nhân khi người bệnh trong tình trạng hấp hối nhưng lại đang ở trong danh sách chờ là trái với hiến pháp. Ở Anh, Tiến sĩ Jennifer Dixon, Giám đốc Chính sách Y tế của King's Fund, tổ chức phi Chính phủ hàng đầu của Anh về chính sách y tế, nhấn mạnh rằng "Phương hướng đi" sẽ là hướng tới sự ủy thác của nhà nước về gia tăng số lượng dự phòng tư nhân, và việc chuyển đổi Cơ quan Dịch vụ Y tế Quốc gia thành Cơ quan Bảo hiểm Y tế Quốc gia là một khuynh hướng hiển nhiên.

Các khoa học về sự sống cũng sẽ phải đối mặt với các thách thức do chi phí khổng lồ. Theo Trung tâm Phát triển Thuốc thuộc Đại học Tufts, chi phí phát triển một loại thuốc mới đã gia tăng 7,6%/năm trong giai đoạn từ 1991-2001. Các động lực chính của sự gia tăng chi phí này bao gồm các liệu pháp chữa trị và công nghệ y học mới, đắt hơn, và các quy trình thử nghiệm cũng sẽ kỹ lưỡng hơn đối với các sản phẩm mới một khi hệ thống pháp luật tiến bộ

hơn. Những người được phỏng vấn cho biết các chi phí gia tăng theo quy định sẽ là mối đe dọa lớn nhất đối với họ trong vòng 15 năm tới.

Một thị trường toàn cầu?

Toàn cầu hóa cũng sẽ đem lại những thay đổi cơ bản, nhất là trong lĩnh vực phát triển sản phẩm, bên cạnh đó là chất lượng quản lý, một yếu tố mà các nhà điều hành cho rằng sẽ có tác động nhiều nhất để thúc đẩy tăng trưởng.

Ấn Độ mới đây đã nâng cấp hệ thống quy định về sáng chế của mình phù hợp với chuẩn quốc tế, vì vậy ngành công nghiệp sao chép mù quáng trước đây của Ấn Độ hiện nay đang tập trung vào đổi mới. Có nguồn cung cấp các nhà nghiên cứu trình độ cao với chi phí không tốn kém, đất nước này có thể sẽ là một tiêu điểm về phát triển sản phẩm và hoạt động chế tạo trong tương lai gần đối với các hãng của Ấn Độ hoặc các hãng đa quốc gia, hoặc là cả hai. Ấn Độ có nhiều cơ sở sản xuất dược phẩm được Cơ quan Thực phẩm và Dược phẩm của Mỹ chấp nhận hơn so với bất kỳ một nước nào khác và hiện đang trở thành địa điểm ngày càng được ưa chuộng hơn để thực hiện các thử nghiệm lâm sàng.

Tiến sĩ Vasella của Hãng Novartis dự báo giá trị thị trường dược phẩm của Ấn Độ chỉ trong vòng 5 năm nữa sẽ tăng trưởng gấp 10 lần. Trung Quốc, đặc biệt là khi nước này có thể làm dịu mối quan ngại về sở hữu trí tuệ, có thể sẽ trở thành một động lực còn lớn hơn: Novartis đã đạt được tốc độ tăng trưởng hai con số ở Trung Quốc trong 10 năm gần đây và dự báo thị trường dược phẩm của Trung Quốc sẽ tăng vọt từ 6 tỷ USD năm 2002 lên 24 tỷ USD năm 2010. Nhìn chung, các hãng sản xuất thiết bị và linh kiện, giống như các hãng này ở các ngành công nghiệp khác, sẽ sử dụng ngày càng nhiều các cơ sở ở châu Á và tìm cách khai thác các thị trường ở đây.

Vì Ấn Độ và Trung Quốc đang ngày càng giàu mạnh hơn và hội nhập với nền kinh tế thế giới, nên các hệ thống chăm sóc sức khỏe của các nước này cũng sẽ là cơ hội cho các nhà cung cấp tư nhân. Các hệ thống Nhà nước hiện hành ở hai nước này đang bị ọp ẹp hoặc thậm chí đang sụp đổ. Cả hai Chính phủ đang tìm cách chi nhiều tiền hơn vào hệ thống này, tuy nhiên, rõ ràng là cả hai nước đều không cung cấp đủ vốn cần thiết để thiết lập nên hệ thống chăm sóc sức khỏe công theo kiểu châu Âu. Ví dụ, từ năm 1998, Trung Quốc đã yêu cầu các nhà sử dụng lao động mua bảo hiểm y tế bằng tài khoản tiết kiệm y tế và gần đây tuyên bố sẽ phát triển hệ thống bảo hiểm tư nhân theo kiểu phương Tây. Louis Dudley, Giám đốc Phát triển của BUPA, cho biết họ rất coi trọng các thị trường đang phát triển.

Thương mại quốc tế về các dịch vụ chăm sóc sức khỏe cũng đang phát triển. Việc chuyển các cơ sở y tế ra nước ngoài, nhất là khi việc xử lý đánh giá thông tin có khả năng được số hóa hoàn toàn, đã bắt đầu. Phải đối mặt với việc thiếu nhân công có kỹ năng cao và các chi phí trả công cho các chuyên gia trực đêm, một số bệnh viện của Mỹ đã thuê các chuyên gia với chi phí tương đối hạ để thực hiện phân tích chụp ảnh bằng tia X ở Ấn Độ hoặc Israen. Simon Steven, Giáo sư thỉnh giảng tại trường Đại học Kinh tế London và Chủ tịch Hãng dịch vụ quản lý y tế United Health Europe dự báo những sự phát triển như vậy trong tương lai "trong một số trường hợp sẽ tách quy trình quản lý xét nghiệm chẩn đoán ra khỏi chức năng của bệnh viện" và "có tiềm năng mở ra thị trường lao động cho dịch vụ chuyên ngành mang tính toàn cầu hơn". Một khi công nghệ phát triển, cho phép có thêm nhiều các quy trình có thể thực hiện từ xa, cách thức này sẽ phát triển rộng hơn, có thể bao gồm cả thực hiện tư vấn và một số quy trình khác.

Bệnh nhân cũng được hưởng lợi thế từ cạnh tranh quốc tế. Người ốm trước đây thường phải đi đến những nơi khác để được chữa trị bằng các phương pháp không sẵn có tại địa

phương, nhưng giờ đây một số người đã thực hiện những chuyến đi xa hơn, tới các cơ sở có giá cả, sự mau lẹ và tiện nghi tốt hơn, với chất lượng tương đương như vậy. Các trung tâm y tế như vậy, hiện đang xuất hiện trên toàn thế giới, thường kết nối với các cơ sở du lịch, nhằm làm cho chi phí phẫu thuật và kỳ nghỉ xa hoa của gia đình sẽ thấp hơn là chữa trị tại nhà do tư nhân tài trợ.

Một bệnh viện ở một sân bay lớn của châu Âu cung cấp mọi dịch vụ, từ chỉnh hình và chữa bệnh tim mạch đến phẫu thuật tạo hình, đồng thời cung cấp chương trình tham quan thành phố gần đó cho gia đình đi kèm theo. Các hãng du lịch y tế hiện nay có thể kết nối với các đối tác quan tâm có các loại hình chăm sóc khác nhau ở nhiều nước.

Về triển vọng phát triển của dịch vụ cấp cứu đến đâu hiện còn chưa rõ. Dịch vụ cấp cứu được thiết lập từ phẫu thuật thông thường, cấp cứu khẩn cấp và chăm sóc sức khỏe thường xuyên. Hai loại hình chăm sóc cuối không thể không cần đến các cơ sở của địa phương và như Tiến sĩ Dixon nhấn mạnh, chúng thường là các dịch vụ có chi phí cao nhất. Tuy nhiên, Steven dự đoán ở cấp quốc gia, và trong một số trường hợp là xuyên biên giới, sẽ có "sự phát triển của hệ thống các nhà cung cấp có tên tuổi", ít nhất là ở loại hình chăm sóc thứ hai và có lẽ cũng là loại hình quan trọng nhất.

Kiểm tra sức khỏe bằng công nghệ thông tin

Bộ phận các khoa học sự sống của ngành y tế đã tận dụng rộng rãi công nghệ thông tin. Khi tiến hành xem xét các cơ sở nghiên cứu, Tiến sĩ Vasella cho rằng "máy tính đã trở nên cũng quan trọng như bàn làm việc của phòng thí nghiệm" và "trình độ sản xuất về công nghệ sinh học, nghiên cứu gen và chức năng gen có mức độ tự động hóa cao, thay thế sức lao động của con người".

Ngược lại, việc áp dụng công nghệ thông tin trong cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe tương đối chậm, song, tình hình rốt cuộc cũng đang thay đổi. "Công nghệ đang làm thay đổi cách nhìn, sự nhận cảm và bản chất của chăm sóc sức khỏe". Nhiều ứng dụng công nghệ thông tin đã sẵn sàng để được chấp nhận rộng rãi trong các dịch vụ y tế của các nước giàu trong tương lai gần.

Ứng dụng thứ nhất là máy ghi bệnh án điện tử có thể mang theo người đã mở ra khả năng tiếp cận đến hồ sơ bệnh án chi tiết của từng cá nhân một cách dễ dàng, giống như một tấm thẻ thanh toán cho phép tiếp cận đến tài khoản ngân hàng. Những hệ thống như vậy sẽ cải thiện chất lượng chẩn đoán, chữa trị và tạo điều kiện cho bệnh nhân dễ dàng thay đổi hoặc có nhiều nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc, như một nơi gần chỗ làm việc hay một nơi gần nhà chẳng hạn. Hệ thống này cũng sẽ tạo điều kiện cho các nhà cung cấp dịch vụ có thể cá nhân hóa các dịch vụ cho phù hợp với bệnh nhân hơn.

Việc theo dõi các kết quả can thiệp y tế, việc ghi lại một cách có hệ thống tỷ lệ thành công của các phương pháp chữa bệnh khác nhau trong cùng một điều kiện, cũng sẽ làm thay đổi ngành y. ở đây có một lợi thế y học rõ ràng của việc hỗ trợ để hình thành và chia sẻ kinh nghiệm thực tiễn tốt nhất. Các hãng bảo hiểm muốn giảm bớt chi phí đang ngày càng hợp tác với các hãng thông tin y tế để thu thập các dữ liệu về tính hiệu quả tương đối. Trong những năm gần đây, các ủy viên hội đồng Chính phủ cũng đã sử dụng các dữ liệu để đánh giá giá trị của đồng tiền.

Do thông tin về các kết quả can thiệp trở nên phổ cập hơn và có khả năng kiểm tra nên những tác động về cơ cấu đối với các dịch vụ y tế có tiềm năng rất lớn. Liệu pháp chữa trị sẽ được thúc đẩy mạnh hết khả năng để có thể tự theo dõi và tự dùng thuốc (Self-Medication), hoặc là đến với các thầy thuốc địa phương, trong khi các bệnh viện sẽ quay trở lại với chức

năng ban đầu của chúng là y tế cấp cứu. Thương mại quốc tế đang phát triển trong một số quy trình y học chọn lọc cũng có thể sẽ gia tăng, vì chất lượng của các nhà cung cấp nước ngoài có thể được đánh giá một cách khách quan hơn.

Tương lai sẽ là sử dụng công nghệ thông tin như là công cụ tư vấn và hỗ trợ lâm sàng, nhất là trong chăm sóc thường xuyên. Các thiết bị thu thập dữ liệu y học trong môi trường bệnh viện có thể được thiết kế để cập nhật dữ liệu bệnh án một cách tự động, do vậy giảm được thời gian quản lý và sai sót và cho phép đưa ra các quyết định có nhiều thông tin. Vì công nghệ tiếp tục phát triển, các thiết bị này sẽ còn vượt xa ngoài các trung tâm y tế và được sử dụng tại nhà ngày càng nhiều hơn.

Một vấn đề gây tranh luận là công nghệ thông tin có thể được sử dụng đến mức nào trong phân tích các dữ liệu này và đưa ra các quyết định lâm sàng. Với mức độ đơn giản, hoạt động này đã diễn ra từ lâu: theo Ardo Reinsalu, Giám đốc điều hành Hãng Docobo, Hãng chế tạo thiết bị của Estonia giúp bệnh nhân theo dõi bệnh mãn tính tại nhà, thiết bị theo dõi tìm "thông qua việc kêu báo động đã là thực hiện các quyết định". Khi một bệnh được chẩn đoán, nhiều diễn giải dữ liệu xét nghiệm liên quan đến so sánh kết quả với các tiêu chuẩn đã được xác lập và xử lý theo đó.

Máy móc thiết bị sẽ thực hiện nhiều công việc như vậy hơn trong tương lai, giải phóng thời gian cho thầy thuốc để họ có thể thực hiện những công việc khó khăn hơn, như nghiên cứu các liệu pháp chữa bệnh phù hợp, tư vấn các liệu pháp cho bệnh nhân và làm công việc khó khăn nhất là đưa ra chẩn đoán ban đầu. Công nghệ sẽ cho phép các nhân viên bệnh viện tập trung vào các phần việc khó khăn hơn trong công tác của họ. Trong lĩnh vực này, công nghệ và các hệ thống chuyên gia hỗ trợ ra quyết định "sẽ ngày càng hỗ trợ nhiều hơn và đôi khi thay thế cho sự đánh giá của con người".

Nghệ thuật hay khoa học?

Mặc dù có nhiều thay đổi như vậy, một số vấn đề cơ bản vẫn như cũ. Trong lĩnh vực các khoa học sự sống, Tiến sĩ Vasella cho biết nhiệm vụ cốt lõi của Hãng vẫn như cũ trong thương trường rất cạnh tranh: "nhằm thường xuyên phát kiến và phát triển các loại thuốc tốt hơn để giảm bớt nỗi đau và hỗ trợ chữa trị cho bệnh nhân trên toàn thế giới". Tuy nhiên, ở đây cũng sẽ có những thay đổi cơ bản về phương thức nhiệm vụ này được thực hiện như thế nào.

Nghiên cứu công nghệ sinh học dường như đưa ra nhiều sản phẩm mới hơn là các hoạt động R&D phân tử truyền thống chỉ cung cấp hạn hẹp các loại thuốc được đề xuất trong luồng phát kiến các dược phẩm lớn. Các hãng công nghệ sinh học mới khởi sự thường có ưu thế trong lĩnh vực này, tuy nhiên các hãng này lại thiếu nguồn lực và kinh nghiệm của các hãng lớn hơn để có thể đưa các sản phẩm ra thị trường, cũng như không có đủ kinh phí để chống đỡ với những thất bại phải trả giá đắt.

15 năm nữa, nhiều con đường của doanh nghiệp đều có thể khả thi. Một số hãng công nghệ sinh học nhỏ có thể tăng trưởng về quy mô và trở thành các địch thủ của các hãng dược phẩm lớn. Các hãng dược phẩm lớn có thể chuyển hướng mạnh hơn vào công nghệ sinh học trong các chương trình R&D của mình, tăng cường hợp tác với các hãng công nghệ sinh học nhỏ hơn, hoặc là, trong một tiến trình phát triển tương tự như của ngành công nghiệp công nghệ thông tin, sẽ đơn giản mua các hãng công nghệ sinh học khi các hãng này có một sản phẩm đáng giá để phát triển. Một số hãng có thể phát triển theo kiểu kết hợp tất cả các khả năng này.

Dù điều gì sẽ đến đi chăng nữa, sẽ có một sự hợp tác ngày càng gia tăng giữa các hãng để tập hợp các đối tác mới, hoặc các chi nhánh hãng mới mua được, thành các hoạt động hợp tác. Tiên sĩ Carlo Incerti, Nhà lãnh đạo của Hãng R&D Europe for Genzyme, coi các hãng nhỏ, năng động là tương lai trong lĩnh vực này và thậm chí còn cho rằng việc chia sẻ thông tin và cơ sở hạ tầng truyền thông trong các tổ chức "đã tạo ra hãng của mình". Những người được phỏng vấn cho biết 9 trong 10 nhà điều hành trong ngành công nghiệp này dự báo sẽ có một sự gia tăng trong giải quyết vấn đề nhờ vào sự hợp tác.

Các nhà chuyên môn về chăm sóc sức khỏe cũng sẽ phải phát triển các kỹ năng mới trong 15 năm nữa, nhiều kỹ năng chú trọng vào bệnh nhân với tư cách là khách hàng cá thể. Mặc dù các loại thuốc chuyên biệt cho từng cá thể không phải là một viễn cảnh hiện thực, "Mô hình bệnh nhân là trung tâm" (Patient-Centred Paradigm) hiện đang phát triển. Những người được phỏng vấn tin rằng sự cá nhân hóa các sản phẩm và dịch vụ sẽ có vai trò thứ hai, sau yếu tố chất lượng nếu tính về khía cạnh giá trị đối với khách hàng. Theo ý kiến của các nhà phân tích, "mối quan hệ này đã phải thay đổi" để thành "mối quan hệ đối tác lớn hơn nhiều" giữa các thầy thuốc lâm sàng và bệnh nhân. Một phần, điều này cũng phản ánh khả năng lựa chọn lớn hơn của bệnh nhân. Ví dụ, các hãng bảo hiểm ngày càng cung cấp nhiều dịch vụ kiểm tra sức khỏe hơn. Các hãng dược phẩm cũng quảng cáo trực tiếp đến bệnh nhân, nhất là ở Mỹ và Niu Dilân. Nhiều nghiên cứu cho thấy, gia tăng xu thế của thầy thuốc kê đơn thuốc nói chung, và được quảng cáo đặc biệt nói riêng.

Sự coi trọng của bệnh nhân cũng sẽ biến mất khi thông tin gia tăng. Internet đang làm giảm tính độc quyền về thông tin của các chuyên gia y tế và từ đó là cả uy tín của họ. Năm 2003, 65% hộ gia đình của Canada ít nhất có một thành viên trong gia đình sử dụng Internet để tìm thông tin y tế, là thói quen sử dụng phổ biến nhất, sau thư điện tử (e-mail) và tìm kiếm các vấn đề chung trên mạng.

Các khoa học về sự sống cũng sẽ bị ảnh hưởng: Tiên sĩ Incerti cho rằng, các hãng dược phẩm sẽ phải hợp tác với bệnh nhân theo cách thức từ trước đến nay chưa từng thấy đối với các hãng dược phẩm truyền thống, tuy nhiên cũng sẽ hợp tác nhiều hơn trong việc tiến kịp với cách phát triển của các hãng công nghệ sinh học mới khởi sự. Việc hợp tác với những người tham gia trong các thử nghiệm với tư cách là các đối tác hơn là các đối tượng, sẽ tạo nên nhiều sự thay đổi, từ yêu cầu có kỹ năng giao tiếp với mọi người tốt hơn đối với các nhà khoa học, đến các vấn đề cơ bản như thời gian thử nghiệm nhóm đối chứng về giả dược là bao nhiêu lâu nếu thử nghiệm ban đầu tỏ ra có triển vọng.

Trong một môi trường như vậy, lực lượng lao động trong ngành chăm sóc sức khỏe cũng sẽ phải thay đổi. Phần lớn những người được phỏng vấn nhận thấy, việc không có kỹ năng giao tiếp cần thiết với mọi người là khó khăn lớn nhất trong việc cải thiện mối quan hệ với khách hàng, nhà cung cấp và các đối tác bên ngoài khác. Tiên sĩ Incerti đã kết luận: "thời đại mà các nhà khoa học và chuyên gia lâm sàng tự cho là không thể sai lầm về sự sống và cái chết của bệnh nhân đã qua rồi và việc trao đổi với bệnh nhân trở nên khó khăn hơn".

2.5. Chế tạo công nghiệp

Thị trường toàn cầu: Mặc dù các cơ sở công nghiệp chính trong các thị trường đã phát triển sẽ tiếp tục bị phân tán do sự dịch chuyển công việc tới các thị trường mới nổi, nhưng mối lo ngại rằng ngành sản xuất tại các nước Tây Âu giảm sút là không có cơ sở. Ngành chế tạo tại các nền kinh tế phát triển vẫn thuận lợi, nhất là trong các hoạt động đầu tư lớn và giá trị cao. Việc tiếp cận khách hàng cũng là yếu tố có tính quyết định đối với nhiều nền kinh tế phát triển.

Toàn cảnh của ngành công nghiệp: Toàn cầu hóa ngành chế tạo sẽ tiếp tục diễn ra nhanh, nhất là trong các khu vực hoạt động đem lại giá trị cao. Việc các hãng chế tạo lớn tại các nền kinh tế phát triển mong muốn chuyển các hoạt động giá trị cao của họ sang các nền kinh tế có lợi thế chi phí thấp sẽ kích lệ sự nổi lên của *các nhà chế tạo theo nhãn hiệu gốc* (Origin Brand Manufacturers - OBM) trong các nền kinh tế chi phí thấp này. Đó là các nhà chế tạo bản địa thiết kế và sản xuất dưới các nhãn hiệu gốc của nước ngoài đã được công nhận.

Sự thay đổi các mối quan hệ: Phần lớn các nhà chế tạo được hỏi trong điều tra của EIU về ngành chế tạo thế giới hy vọng lợi kéo được các khách hàng và các nhà cung cấp của họ vào các tiến trình phát triển sản phẩm của họ. Trách nhiệm giải quyết các vấn đề liên quan đến sản xuất sẽ được trao ngày càng nhiều hơn cho các nhà máy.

Chiến lược doanh nghiệp: Các quy trình chế tạo chung và tự động hóa đơn giản sẽ tiếp tục dịch chuyển đến các khu vực có chi phí thấp, nhưng đòi hỏi tăng cao đối với sự cá biệt hóa sẽ định hướng nhiều sản phẩm cho phù hợp với nhu cầu và sở thích của khách hàng tại các khu vực khác nhau trên thế giới. Trong bối cảnh đó, hiệu quả trong dây chuyền cung ứng sẽ là lợi thế cạnh tranh chính.

Thực tế toàn cầu hóa ngành chế tạo đã diễn ra từ 15 năm nay. Sự dịch chuyển lao động trong ngành chế tạo, nhất là các hoạt động thu hút nhiều lao động, từ các thị trường đã phát triển sang các thị trường mới nổi sẽ vẫn tiếp tục diễn ra trong thập kỷ tới và xa hơn nữa.

Phần lớn những người làm trong ngành chế tạo được EIU điều tra hy vọng vào một sự giảm giá hơn nữa để tăng lợi thế cạnh tranh trong 15 năm tới. Về mặt này, các nền kinh tế mới nổi vẫn chiếm lợi thế rất lớn. Mặc dù sự tăng mạnh giá nhân công sẽ diễn ra ở các nền kinh tế mới nổi là không thể tránh khỏi, nhưng sự chênh lệch giữa giá nhân công này so với giá nhân công trung bình trong các nền kinh tế phát triển vẫn rất lớn vào năm 2020. Trường hợp của Trung Quốc, mức giá nhân công trung bình sẽ tăng lên bằng khoảng 15% so với mức giá nhân công trung bình tại các nước phát triển vào năm 2020. Năm 2005, mức giá này của Trung Quốc bằng 5% so với Mỹ và EU 15. Giá nhân công trung bình của các nước Đông Âu (các thành viên EU) hiện nay bằng 20% mức giá nhân công trung bình của Tây Âu, con số này được dự đoán là sẽ tăng lên bằng khoảng 30% vào năm 2020. Điều này cũng cho thấy nguy cơ cạnh tranh đến đối với Đông Âu từ các thị trường mới nổi khác cũng sẽ tăng (Bảng 2).

Bảng 2. Bảng minh họa chi phí nhân công bình quân qua các giai đoạn (Coi tỷ lệ của Mỹ là 100% làm mốc chuẩn, ví dụ chi phí nhân công của Mỹ là 100% thì năm 2005, chi phí nhân công bình quân của EU là 101,4% chi phí của Mỹ)

Khu vực/Năm	2005	2010	2020
EU	101,4	101,1	99,8
Các thành viên mới của EU	21,5	26,2	35,7
Nga	8,9	10,1	11,5
Mỹ La tinh	12,3	12,9	11,6
Các nước đang phát triển ở châu á	6,0	8,8	13,3

Nguồn: EIU

Các thị trường mới nổi không chỉ cạnh tranh về giá lao động, mà yếu tố chất lượng cũng sẽ được cải thiện. Công ty tư vấn Gernot Strube of Mckinsey & Company cho biết, trước năm

1990, 70% công đoạn chế tạo tivi màu diễn ra tại các nền kinh tế có giá nhân công cao, nhưng hiện nay 80% công đoạn sản xuất đã được chuyển sang các nền kinh tế có chi phí nhân công thấp. Các nền kinh tế mới nổi không chỉ có nhân công rẻ, mà nguồn nhân lực trình độ cao cũng rất dồi dào có thể tham gia vào các hoạt động giá trị cao, như phát triển sản xuất và thiết kế nhờ công nghệ thông tin và chuyển giao công nghệ.

Tuy nhiên, không phải toàn bộ năng lực của ngành chế tạo đều dịch chuyển đến các thị trường đang phát triển. Sức hút giá nhân công rẻ không có tác động như nhau đối với tất cả các ngành công nghiệp, có những ngành thu hút giá nhân công rẻ hơn những ngành khác. Đó chủ yếu là những ngành đòi hỏi nhiều lao động, giá trị cao, chi phí vận tải thấp. Trong trường hợp các ngành có giá trị thấp hơn, đầu tư vốn và giá vận tải cao hơn thì các nhà chế tạo sẽ hướng tới các thị trường sản xuất và tiêu thụ tại chỗ. Tại các khu vực hoạt động có giá trị cao của ngành chế tạo, như ngành cơ khí chính xác, công nghệ y - dược và chế tạo máy bay... thì các thị trường của những nền kinh tế phát triển vẫn sẽ tiếp tục chiếm lợi thế.

Tính sẵn sàng cung ứng cũng là một tiêu chí then chốt. Theo ông Paul Mayer, Giám đốc Marketing của Công ty Brayby, tính sẵn sàng của nguyên vật liệu và tài nguyên thiên nhiên là một yếu tố dẫn đến dịch chuyển sản xuất. Sở hữu trí tuệ cũng là một yếu tố quyết định trong chiến lược đầu tư. Tại các nước kém phát triển, sở hữu trí tuệ vẫn là một thách thức lớn đối với các nhà đầu tư chế tạo, nhất là khi sở hữu trí tuệ được xem như là một lợi thế cạnh tranh đối với công ty. Thách thức này lớn hay nhỏ thường phụ thuộc vào vòng đời sản phẩm, chẳng hạn đối với sản phẩm điện thoại di động có vòng đời ngắn, thì vòng đời sở hữu trí tuệ của nó cũng ngắn và nguy cơ bị xâm phạm cũng thấp hơn và ngược lại.

Điều dễ nhận thấy là các nhà chế tạo tìm cách tối ưu hoá kiểm soát giá cả và nhất là hiệu quả hoạt động và ứng biến với thị trường địa phương, nên họ thường tìm cách chuyển dịch dây chuyền sản xuất đến các thị trường mới nổi có nhân công rẻ. Nhiều thành tố trong phát triển sản phẩm cũng sẽ được toàn cầu hoá, chẳng hạn như số hoá và công nghệ thông tin, nhiều công đoạn như thiết kế cũng không còn giới hạn về mặt địa lý. Điều này cũng giúp giảm chi phí. Bên cạnh đó, phần lớn các nhà chế tạo ngày nay vẫn muốn phổ biến các quy trình phát triển sản phẩm của họ, nhất là các quy trình chế tạo giá trị cao đến gần hơn các nhà cung ứng và người tiêu dùng trong 15 năm tới, điều này sẽ kích thích sự tương tác giữa người tiêu dùng bản địa và các nhóm nghiên cứu và phát triển sản phẩm. Như vậy xu hướng là các nhà chế tạo sẽ chú ý nhiều hơn đến đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng bản địa và các công đoạn lắp ráp cuối cùng thường được hoàn tất tại nước bản địa. Kết quả là các thiết kế tiêu chuẩn của sản phẩm sẽ vô cùng đa dạng và là một đặc điểm của các nhà chế tạo trong hơn một thập kỷ tới.

Ông Ed Machata, Phó Chủ tịch Tập đoàn Chuyển đổi Năng lượng Mỹ (APC - chuyên cung cấp năng lượng và các thiết bị bảo vệ) nhận định rằng, thiết kế mô - đun là then chốt cho lợi thế cạnh tranh. APC dự định xây dựng các nhà máy lắp ráp tại các nền kinh tế có chi phí nhân công thấp để tiếp tục thu được những nguồn lợi nhuận lâu dài từ việc mở rộng thị trường. Toàn cầu hóa các quy trình sản xuất sẽ đặt ra những gánh nặng cho các công ty trong việc nâng cao tiêu chuẩn. Chất lượng liên lạc giữa một bộ phận với phần còn lại của dây chuyền cung ứng và toàn bộ quy trình sản xuất sẽ là yếu tố then chốt cho thành công. Liên lạc và tìm kiếm đơn đặt hàng để sản xuất là trung tâm dẫn đến thành công của Hãng Dell. Ông Nicky Hartery, Phó Chủ tịch Hãng Dell phụ trách hoạt động sản xuất và thương mại cho rằng nhu cầu thông tin cũng bức thiết như nhu cầu sản phẩm. Các nhà thiết kế sẽ cần phải hợp tác chặt chẽ hơn với các đối tác chế tạo để phát huy những khả năng của họ và kiểm soát những

thay đổi đặc thù trong ngành. Các nhà cung cấp và những người ký hợp đồng phụ sẽ liên kết với nhau chặt chẽ hơn. Các nhà chế tạo cũng hy vọng sẽ có mối liên hệ chặt chẽ hơn với các nhà cung cấp, nhất là những nhà cung cấp lớn có khả năng cạnh tranh cao trong 15 năm tới để mở rộng sản xuất.

Về lợi thế cạnh tranh của các nhà chế tạo, theo điều tra của EIU, từ nay tới năm 2020, những yếu tố sau được đa số các nhà chế tạo coi trọng nhất (tỷ lệ % các nhà chế tạo coi trọng): ứng biến với những thay đổi thị trường (68%); có chiến lược rõ ràng (65%); các hiệu quả phối hợp hoạt động (61%); chất lượng quản lý (60%); quan hệ khách hàng, nhà cung cấp và các đối tượng khác (58%); giá nhân công rẻ (51%).

Nâng cao các kỹ năng của nhân công

Do tốc độ, sự đáp ứng nhanh nhu cầu khách hàng và tính hiệu quả ngày càng có tính quyết định, nên các kỹ năng của nhân công cũng phải được nâng cao, nhất là khi có một vấn đề cần được giải quyết ngay trong cả dây chuyền. Hơn 90% các nhà chế tạo công nghiệp được EIU điều tra hy vọng từ nay đến năm 2020 những vấn đề của họ sẽ được giải quyết thông qua các nhóm làm việc. Trước đây, một vấn đề diễn ra tại cơ sở sản xuất phải được trình lên cấp trên để được quyết định, điều này làm mất nhiều thời gian. Nhưng ngày nay và trong tương lai, theo ông Ian O'Connor (Giám đốc Hãng Jhonson Diversey của Anh), nhân viên phải xác định được vấn đề và sẽ phải chủ động liên hệ với nhà cung cấp và chịu trách nhiệm giải quyết vấn đề. Joe Hartnett (Chủ tịch Công ty Robot Mỹ), cũng đồng ý với nhận định này, Ông giải thích: "Nếu một quyết định để giải quyết vấn đề không được đưa ra nhanh chóng, nó có thể dẫn đến sự bỏ lỡ các cơ hội".

Các kỹ năng quan trọng nhất cho thành công của các nhà chế tạo trong 15 năm tới là: kỹ năng quản lý (64% các nhà chế tạo được EIU điều tra đề cao kỹ năng này); kỹ năng giải quyết vấn đề (43%); kỹ năng nhân sự (39%); kỹ năng quản lý dự án (37%); kỹ năng đặc thù chức năng như nghiên cứu, thiết kế... (30%); Kỹ năng thuyết trình và giao tiếp (22%); kỹ năng tài chính (15%); kỹ năng công nghệ thông tin (12%); kỹ năng quản lý rủi ro (12%).

Với cách làm việc mới sẽ kéo theo cách quản lý mới. Nhiều công ty đã chấp nhận thay đổi cách quản lý trong nhóm. Trước đây những người phụ trách giám sát thường chú ý tới cách quản lý nhóm làm việc qua nhiều cách như giám sát về thời gian, nhưng ngày nay, với các phương tiện quản lý mới, họ quan tâm nhiều hơn đến việc ra các quyết định chiến lược và hoạt động. Việc tạo ra đủ một lực lượng lao động mới đáp ứng được ngay các yêu cầu mới không phải là dễ. Phần lớn các doanh nghiệp lớn trong ngành chế tạo muốn đầu tư nhiều hơn vào đào tạo và cập nhật các kỹ năng mới cho lao động của mình. Tại Hãng Dell, các cán bộ điều hành tự xây dựng nhóm làm việc của mình theo một mô hình gọi là "Tạo lập nhân sự", mỗi nhân viên nhận được 40 giờ đào tạo mỗi năm. Công nghệ thông tin cũng góp phần nâng cao đáng kể năng lực nhân viên. Trong vòng 15 năm tới, các giám đốc điều hành mong muốn tập trung đầu tư công nghệ thông tin của họ hướng vào dịch vụ khách hàng, quản lý hoạt động, quản lý tài chính, quản lý tri thức, các quy trình sản xuất và hạ tầng công nghệ thông tin chung.

Theo các nhà phân tích trong ngành chế tạo, thách thức đáng lo ngại nhất đối với ngành chế tạo thế giới, đặc biệt là đối với các nền kinh tế phát triển, là thu hút lao động, nhất là lao động trẻ vào ngành chế tạo. Bởi vì người ta ngày càng thích làm việc với máy tính hơn là đứng trong một dây chuyền sản xuất sản phẩm trong ngành chế tạo vốn đơn điệu ít có các mối quan hệ giữa người với người.

Lợi thế thương hiệu

Trong thị trường toàn cầu, một thương hiệu mạnh ngày càng là một lợi thế quan trọng. Thương hiệu đảm bảo một sự duy trì về chất lượng, giá trị và hình ảnh. Trong các nền kinh tế đang phát triển, ngành chế tạo sẽ còn chứng kiến sự xuất hiện của các nhà chế tạo nhãn hiệu gốc (OBM). Ngoài hiện tượng một số nhà chế tạo tạo ra một nhà chế tạo nhãn hiệu gốc bằng cách mua lại công ty sở hữu mà trước đây họ làm việc để trở thành nhà chế tạo thiết bị gốc (Original Equipment Manufacturer) sau khi tích lũy được những kinh nghiệm. Tuy nhiên, đối với nhà chế tạo, thách thức chính trong 15 năm tới là thu được lợi nhuận do toàn cầu hoá và các quy trình liên kết mang lại. Các nhà chế tạo được EIU điều tra tin rằng quy trình sản xuất sẽ vẫn là lĩnh vực quan tâm của họ, bởi quy trình sản xuất sẽ ngày càng phải hoàn thiện, nhờ vào các dịch vụ khách hàng và quản lý dây chuyền cung ứng, sẽ giúp các nhà chế tạo mở rộng phạm vi hoạt động và nâng cao năng lực sản xuất.

Mở rộng và hoàn thiện các quy trình sản xuất, dịch vụ khách hàng và quản lý tốt dây chuyền cung ứng, nội địa hoá trong thiết kế và phân phối sẽ đảm bảo sự thành công cho các nhà chế tạo trong các nền kinh tế có chi phí thấp.

2.6. Ngành viễn thông

Thị trường toàn cầu: Các dịch vụ viễn thông đang phát đạt. Các công ty châu Á đang đi đầu về đầu tư trong lĩnh vực băng thông rộng di động, lĩnh vực có thể mang tới cho họ hướng phát triển các phần mềm và dịch vụ mới mà họ có thể bán cho các nhà cung cấp dịch vụ trong các vùng lãnh thổ khác.

Các sản phẩm và dịch vụ: giá các sản phẩm và dịch vụ viễn thông đã và sẽ ngày càng giảm do ngày càng có nhiều các liên lạc được thực hiện trong các mạng dựa vào giao thức Internet (IP). Các dịch vụ nội dung và đổi mới phần mềm là chìa khoá cho tăng trưởng.

Toàn cảnh của ngành: Môi liên hệ tương hỗ giữa các nhà cung cấp nội dung và các nhà cung cấp viễn thông sẽ được tăng cường. Những mối đe dọa cạnh tranh đối với ngành viễn thông sẽ đến từ bên ngoài ngành công nghiệp viễn thông truyền thống, đặc biệt là các ứng dụng dịch vụ khách hàng.

Thay đổi các mối quan hệ: Mối quan hệ ở đây là giữa các kỹ năng cần thiết với các dịch vụ mới cung cấp. Hàng loạt các kỹ năng trong các công ty viễn thông sẽ cần phải được thay đổi. Do sự quan tâm của các lãnh đạo công ty hướng vào các dịch vụ nội dung, nên nhiều yếu tố sẽ được đặt lên hàng đầu, bao gồm tính sáng tạo, hiểu rõ những gì tạo nên sự khác biệt trong các đối tượng khách hàng, các kỹ năng marketing và khả năng thực hiện cũng như quản lý các thoả thuận thương mại.

Nếu như các nhà cung cấp các dịch vụ viễn thông ngày nay vẫn muốn đứng vững với các dịch vụ của mình vào năm 2020, và nếu họ muốn tồn tại, thì họ sẽ phải thay đổi căn bản các dịch vụ mà họ bán, cách mà họ cung cấp dịch vụ và cách làm việc của nhân viên. Họ sẽ phải tập trung cung cấp các dịch vụ cố định và di động dựa trên đường truyền Internet có tính thu hút mạnh khách hàng và dễ sử dụng, mà giá cả giảm. Các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông được EIU điều tra cho rằng việc không tận dụng được tiềm năng của các công nghệ mới sẽ là mối đe dọa lớn nhất mà họ phải đối mặt trong 15 năm tới. Các nhà cung cấp các dịch vụ cố định đang và sẽ phải chịu áp lực rất lớn khi mà giá dịch vụ truyền âm thanh dựa trên nền giao thức Internet (VoIP) đã kéo theo sự giảm giá mạnh của các dịch vụ cố định. Xu hướng đang diễn ra nhanh chóng từ cố định sang di động cũng là mối đe dọa các dịch vụ cố định, khiến các nhà cung cấp dịch vụ này phải thay đổi chiến lược kinh doanh, thay đổi nhân sự. Tuy nhiên, các nhà cung cấp dịch vụ di động cũng đối mặt với quá trình chuyển tiếp mạnh trong

vòng 15 năm tới. Mặc dù tiềm năng tăng trưởng vẫn rất lớn tại các thị trường mới nổi, nhưng tại các thị trường đã trưởng thành sự bão hoà ngày càng rõ nét.

Cho tới nay, việc các công ty viễn thông cố định nhưng cũng sở hữu một mạng di động vẫn là yếu tố làm chậm lại sự sụt giá của các dịch vụ cố định, các dịch vụ truyền âm thanh. Hãng Vodafone hiện thu được 80% thu nhập từ các dịch vụ cố định, còn đối với Hãng BT thì con số này chỉ là 20%. Nhưng các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông hy vọng VoIP hay một công nghệ nào khác có khả năng rẻ hơn hoặc miễn phí sẽ phổ biến từ nay tới năm 2020.

Nếu như cơ sở hạ tầng viễn thông phát triển chậm hơn các dịch vụ hàng hoá và không có sự biến động trong cạnh tranh, thì vấn đề bức thiết đối với các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông là họ sẽ thu lợi nhuận từ đâu trong 15 năm tới. Một điều chắc chắn là cho dù thị trường viễn thông có chín muồi trên toàn thế giới trong vòng 15 năm tới thì tương lai của ngành viễn thông không chỉ trông mong vào các dịch vụ liên lạc và truy cập đơn giản. Các nhà cung cấp dịch vụ cần phải sáng tạo các dịch vụ mới dựa trên Internet như trò chơi điện tử trực tuyến, tải nhạc và truyền hình di động... Các chuyên gia nhận định rằng lợi nhuận trong ngành viễn thông sẽ đến chủ yếu từ các dịch vụ cung cấp nội dung, chứ không phải từ cung cấp cơ sở hạ tầng.

Các công ty châu á đang dẫn đầu về đầu tư vào băng thông rộng di động, bởi nó có thể đem lại cho họ một hướng đi mới trong phát triển các dịch vụ và phần mềm mới mà sau đó họ có thể bán cho các nhà cung cấp dịch vụ ở các lục địa khác. Tại Hàn Quốc, các công ty viễn thông đang xây dựng WiBro (một mạng di động IP) giúp cho tốc độ tải nhanh hơn tại các vùng ngoại ô. NTT DoCoMo của Nhật Bản là một trong các công ty đang phát triển dịch vụ 4G, bao trùm các mạng di động như WiBro hoặc 3G, trong mạng di động IP rộng lớn hơn. Tại các thị trường viễn thông đã phát triển ở châu á, 4G sẽ được triển khai trong vòng 15 năm tới, còn tại châu Âu và Mỹ có thể sẽ chậm hơn.

Trong tương lai, tính sáng tạo sẽ được phát huy mạnh trong lĩnh vực phần mềm. Kết quả là mối đe dọa lớn nhất đối với sự tồn tại và thu nhập của các công ty viễn thông có thể sẽ đến từ các công ty không có mạng viễn thông nào cả, như Google, Microsoft và eBay, qua các dịch vụ như VoIP, hội thảo từ xa hoặc một dịch vụ mới có thể sẽ xuất hiện. Các công ty viễn thông nhận thức rõ rằng khách hàng sẽ chỉ có thể sử dụng các mạng của họ khi nó rẻ hơn các nhà cung cấp dịch vụ khác. Không nhà cung cấp dịch vụ viễn thông nào có thể đảm bảo chắc chắn rằng họ sẽ đứng vững trong 15 năm tới, các công ty lớn có thể không phải là các công ty dựa vào mạng viễn thông mà các công ty này có thể là các công ty dựa trên Internet. Bởi một ví dụ đơn giản là đến năm 2020, sự tiến bộ của công nghệ chip, công nghệ tích hợp dựa trên Internet sẽ làm thay đổi các dịch vụ khách hàng. Hãng viễn thông France Telecom tin rằng lợi nhuận cho các nhà cung cấp dịch vụ đến từ dịch vụ truyền dữ liệu sẽ ngày càng giảm, ngược lại các dịch vụ tư vấn, tích hợp công nghệ như nhận dạng tần số radio (RFID) và công nghệ an ninh sẽ tăng.

Khi cung cấp các ứng dụng mới, nội dung mới hay các giải pháp kinh doanh mới, các công ty viễn thông sẽ phải tập trung nâng cao năng lực phục vụ khách hàng và phát triển các kỹ năng, quy trình cần thiết để cung cấp các dịch vụ chất lượng cao. Sự cần thiết phải cung cấp cho khách hàng các dịch vụ tích hợp hệ thống sẽ khích lệ sự hợp tác giữa các công ty phần mềm, các công ty chế tạo thiết bị điện tử, các hãng phim, các hãng thông tấn... Trong bối cảnh đó, các công ty viễn thông hy vọng sẽ tìm thêm được các đối tác mới trong 15 năm tới. Các đối tác này chủ yếu là tại các thị trường đang phát triển, lớn nhất là Trung Quốc và Ấn Độ.

Mô hình cung cấp nội dung và các dịch vụ khác sẽ đòi hỏi sự tương hỗ chặt chẽ hơn nữa không chỉ giữa các công ty viễn thông với các nhà cung cấp và các đối tác của họ, mà còn với khách hàng.

Cuối cùng, việc cung cấp hàng loạt các dịch vụ nội dung đòi hỏi tính sáng tạo và hiểu rõ điều gì tạo nên sự khác biệt trong các đối tượng khách hàng. Các kỹ năng mà các nhà cung cấp dịch vụ viễn thông đòi hỏi cũng sẽ thay đổi, quan trọng nhất là các kỹ năng marketing, thực hiện và quản lý các thoả thuận thương mại, duy trì quan hệ với các nhà cung cấp, đối tác và khách hàng.

2.7. Khu vực công

Môi trường bên ngoài

Trong vòng 15 năm tới, các cơ quan nhà nước sẽ phải đương đầu với một loạt thách thức lớn, bị trầm trọng thêm bởi những hạn chế về tài chính và kỳ vọng của người dân tăng cao. Sự già hoá dân số và gia tăng chi phí chăm sóc sức khỏe sẽ là những đặc điểm nổi bật trong số những thách thức lớn nhất.

Toàn cảnh của khu vực công

Sức ép về ngân sách và nhu cầu tăng buộc các cơ quan phải làm việc nhiều hơn với các nguồn lực ít hơn. Kết quả sẽ là sự chú trọng lớn hơn đến việc triển khai công nghệ, quản lý và đáng giá hiệu quả, thuê gia công từ bên ngoài đối với các dịch vụ không phải là cốt lõi.

Thay đổi các mối quan hệ

Các dịch vụ công sẽ được thiết kế và cung cấp phù hợp với nhu cầu của người dân và các doanh nghiệp. Hợp tác có hiệu quả với các cơ quan khác và các tổ chức thuộc khu vực tư nhân là vấn đề then chốt trong việc tạo điều kiện thuận lợi cho các cơ quan thực hiện dịch vụ công nhằm thực hiện dịch vụ tốt hơn và hạn chế chi phí.

Các chiến lược cơ quan nhà nước

Với sự phổ biến của chính phủ điện tử, sẽ có sự giảm sút đáng kể về số lượng các thủ tục đơn giản do con người đảm nhiệm. Các tổ chức nhà nước sẽ đầu tư chi phí cao hơn cho việc tuyển dụng, đào tạo và bố trí các nhân viên có khả năng phán đoán và giao tiếp tốt.

Từ những mối đe dọa an ninh cho tới vấn đề dân số già hoá, những yêu cầu đối với giáo dục cho đến chi phí chăm sóc sức khỏe, các chính quyền và các cơ quan nhà nước sẽ phải đấu tranh với một loạt thách thức có ảnh hưởng sâu rộng trong vòng 15 năm tới.

Tới năm 2020, các nước phát triển trên thế giới- bao gồm Mỹ, Anh, Ôttrâyliya, Niu Zilân và Nhật Bản - sẽ không có sự lựa chọn nào khác ngoài việc đối mặt với vấn đề dân số. Ông John Routhier, Giám đốc chính sách của Hiệp hội hưu trí Mỹ (AARP) cho biết: “Trong vòng 10-25 năm tới, số người về hưu sẽ lớn hơn số người bổ sung vào lực lượng lao động”.

Do độ lớn của lực lượng lao động giảm, nguồn quỹ chăm sóc sức khỏe và trợ cấp hưu trí sẽ giảm. Thêm vào đó, khu vực tư nhân không sẵn lòng trang trải các chi phí y tế và đảm bảo các trợ cấp về hưu đối với số đông nhân viên của họ, cũng như tuổi thọ kéo dài hơn làm cho chi phí chăm sóc sức khỏe ngày càng gia tăng. Các chính phủ sẽ phải đương đầu với một số lựa chọn, từ việc nâng độ tuổi về hưu tới miễn thuế thu nhập vượt cao hơn độ tuổi về hưu tối thiểu, nhưng sự lựa chọn cơ bản và không dễ dàng sẽ nằm ở ranh giới giữa việc đánh thuế cao hơn và trợ cấp thấp hơn.

Vấn đề có tính quyết định khác đối với các chính quyền và xã hội là xác định làm thế nào để có thể giáo dục một cách tốt nhất lực lượng lao động, sẵn sàng đáp ứng trước những thách thức của nền kinh tế toàn cầu hoá vào năm 2020. Marty Markowitz, thị trưởng thành phố Brooklyn, New York cho rằng: “Các trường công lập thường đã không đào tạo được lực lượng lao động cần thiết trong tương lai”. Cũng như những thay đổi trong chương trình giảng

dạy của nhà trường, cần áp dụng rộng rãi hơn việc thưởng công cho các giáo viên trường công và các quận có thành tích tốt nhất về giáo dục, bên cạnh đó là một hình thức giảm thuế, để các gia đình có thể thanh toán tiền học cho sự lựa chọn của họ (thực chất là buộc các trường công lập phải cạnh tranh với nhau và với khu vực tư nhân)”.

Tất nhiên, các quốc gia có nền kinh tế mới nổi cũng gặp nhiều khó khăn trong các lĩnh vực y tế và giáo dục, nhưng với những triển vọng rất khác nhau.

Một nhà kinh tế cấp cao chuyên nghiên cứu về các thị trường mới nổi thuộc Ngân hàng Thế giới nhận xét: “Người dân Châu Âu và Bắc Mỹ thường than phiền khi họ phải trả chi phí cao cho các liệu pháp chữa bệnh và các loại thuốc cao cấp. Điều này trái ngược với việc phải đi từ hai hay 3 ngày đường khi đang ốm để đến một bệnh viện gần nhất và được điều trị bằng những liệu pháp tối thiểu nhất”. Do vậy, nhiều nước có nền kinh tế mới nổi sẽ chú trọng chủ yếu vào việc tìm kiếm nguồn vốn, thường dựa trên sự hợp tác giữa khu vực nhà nước và tư nhân, để có được những cải thiện cơ bản về cơ sở hạ tầng.

Cho dù đó là vấn đề gì, đảm bảo an ninh quốc gia hay ổn định chính sách môi trường và năng lượng, nhiệm vụ đặt ra đối với khu vực nhà nước sẽ ngày càng khó khăn hơn bởi yêu cầu của người dân ngày càng cao. Những người sử dụng các dịch vụ công ngày càng đòi hỏi cao hơn, họ vừa không chấp nhận dịch vụ nghèo nàn vừa không muốn phải chịu thuế cao. Steve Westly, kiểm soát viên thuộc bang California, Mỹ cho rằng: “Người dân phải trả quá nhiều thứ thuế, và họ đòi hỏi sự phục vụ tốt hơn từ chính quyền”. Cách tiếp cận cứng nhắc, kém linh hoạt và đơn điệu trong điều hành đang dần dần được thay đổi: 80% số người trả lời nói rằng trong 15 năm nữa, “khách hàng” của họ (bao gồm người dân và các doanh nghiệp) sẽ ngày càng đánh giá cao việc cá nhân hoá các dịch vụ.

Khách hàng luôn luôn đúng

Đối với các chính phủ, yêu cầu phát triển các dịch vụ định hướng vào khách hàng sẽ ngày càng tăng. Ông Sargeant Green, Phụ trách quận Tranquility Irrigation tại California cho biết người sử dụng các dịch vụ công hiện nay “đòi hỏi những gì họ muốn vào đúng lúc họ cần. Nếu không được đáp ứng họ sẽ thể hiện thái độ ở các hội nghị mở rộng và buộc chính quyền phải đổi diện”. Do đó, các cơ quan công quyền cần trở nên có khả năng sẵn sàng đáp ứng hơn và nên phát triển những công cụ hữu hiệu để giải quyết các yêu cầu ngày càng khắt khe và phức tạp của người dân.

Ý nghĩa thực tiễn của vấn đề trên là làm cho các quá trình đơn giản và dễ dàng hơn, thường bằng cách ứng dụng công nghệ, nâng cao chất lượng và độ chính xác của những quá trình phức tạp. Những người tham gia cuộc khảo sát đều hy vọng có thể thấy được sự giảm sút đáng kể về số lượng các thủ tục hành chính đơn giản do con người thực hiện, bằng sự phổ biến chính phủ điện tử. Chính quyền thành phố Eugene, bang Oregon đang xúc tiến việc khảo sát, phê chuẩn và chấp nhận cấp các giấy phép xây dựng thông qua các cổng trực tuyến. Ở Bắc Ai Len, phần lớn các quan chức pháp luật đang sử dụng dịch vụ đăng ký đất đai số hoá để quản lý việc chuyển nhượng tài sản và đất đai. Hơn 10% các công ty Phần Lan thực hiện báo cáo thuế giá trị gia tăng (VAT) trực tuyến. Người dân trên khắp thế giới ngày càng được tạo ra nhiều cơ hội truy cập tới các trang web để tiết kiệm thời gian trong mọi vấn đề, từ việc đăng ký để được hưởng trợ cấp y tế đến việc đổi thẻ đăng ký ô tô hoặc giấy phép lái xe. “Trực tuyến, nhưng không xếp hàng” (Online, not in Line) sẽ trở thành câu thần chú của 15 năm tới.

Sự lựa chọn giữa tự phục vụ và tự động hoá sẽ trở nên quan trọng hơn, nhưng quan hệ giữa người dân và các nhà chức trách cũng sẽ cần đổi mới và cải thiện. Các kỹ năng quan hệ mềm dẻo hơn sẽ trở nên quyết định đối với các viên chức công tương lai. Những người trả lời nhất trí rằng các kỹ năng quản lý, kỹ năng quan hệ và các kỹ năng trình bày/ truyền đạt sẽ là những

phẩm chất quan trọng nhất cho cơ quan của họ vào năm 2020. Ông Green cho rằng số lượng tổng thể của lực lượng lao động có thể không nhất thiết tăng trưởng, nhưng lực lượng đưa vào sử dụng sẽ phải được đào tạo tốt hơn để theo kịp những kỳ vọng ngày càng cao của các khách hàng. Hơn nữa, bởi vì các vấn đề này sinh thường liên quan đến nhiều ngành, vì vậy các nhân viên cần được đào tạo theo kiểu đa lĩnh vực. “Các cơ quan nhà nước nhận ra rằng họ cần đến những khả năng chuyên nghiệp để đáp ứng các yêu cầu của khách hàng ngày càng tinh vi hơn”

Tất nhiên những kỹ năng chất lượng cao không bao giờ rẻ và hầu hết các cơ quan sẽ tiếp tục bị thúc ép bởi ngân sách giới hạn. Nhưng những người tham gia cuộc khảo sát thuộc khu vực nhà nước đã tìm ra nhiều cách để nâng cao năng suất, như đẩy mạnh trao đổi thông tin và cải tiến cơ cấu tổ chức hoạt động có hiệu quả hơn. Phần lớn người trả lời nói rằng tổ chức của họ sẽ được cơ cấu lại với ít cấp quản lý hơn và 60% cho rằng các nhân viên sẽ có quyền tự chủ ra quyết định hơn. Những nhân viên giao dịch cũng sẽ trở nên hiểu biết về công nghệ hơn: việc tăng cường sử dụng công nghệ thông tin được coi là lộ trình thích hợp nhất để cải tiến năng suất trong các lĩnh vực đòi hỏi các kỹ năng về tri thức và giao tiếp cao. Những người tham gia khảo sát hy vọng rằng sự chú trọng đầu tư công nghệ của các cơ quan thuộc khu vực nhà nước sẽ có sự chuyên hướng từ cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin thông thường, thu mua, quản lý tài chính và báo cáo như hiện nay sang phát triển chiến lược và kinh doanh, phát triển quản lý tri thức và sản phẩm vào năm 2020.

Điều thú vị là sự già hoá dân số có thể tác động tích cực tới sự phát triển của khu vực nhà nước, ít nhất là ở khía cạnh này. Trong những năm sắp tới, làn sóng lớn những người về hưu thuộc lực lượng lao động trong khu vực nhà nước sẽ mở ra triển vọng cho một lực lượng lao động mới tài giỏi và am hiểu hơn về công nghệ.

Tầm quan trọng của sự hợp tác

Việc quản lý tri thức, sắp xếp lại cách tổ chức và có các nhân viên giỏi hơn nữa sẽ cho phép các cơ quan hợp tác hiệu quả hơn. Đây là một xu hướng chủ yếu khác trong 15 năm tới. Ông Bill Beach, Giám đốc Trung tâm phân tích dữ liệu, thuộc Quỹ Heritage cho biết: “Rất nhiều cơ quan chính quyền địa phương đang nhận thức được lợi ích chung của việc hợp tác với công chúng ở nơi họ phục vụ. Nhiều khi, một kết quả tốt đòi hỏi nhiều nhóm trong cộng đồng hoặc nhiều cơ quan cùng hợp tác với nhau”. 9/10 người trả lời nói rằng họ sẽ tăng cường đáng kể cách làm việc cộng tác theo nhóm bên ngoài cơ quan để làm sáng tỏ các vấn đề phức tạp.

Hợp tác và cộng tác là điều thiết yếu để làm cân bằng quyền lợi cạnh tranh của các nhóm khác nhau. Ví dụ như nhờ có sự hợp tác với các doanh nghiệp, mà Cục Hải quan và Bộ An ninh quốc gia Mỹ có thể triển khai các biện pháp kiểm soát vận chuyển đường biển trong khi không gây tổn hại đến an ninh.

Hợp tác còn mang hình thức các hợp đồng thuê gia công ngoại biên hoặc sử dụng nhân công ở bên ngoài với những nhà thầu bên ngoài. Như một phát ngôn viên thuộc Liên hiệp Hội đồng Kinh doanh Công nghệ giải thích: “Người dân yêu cầu thành phố và hội đồng làm nhiều hơn với những nguồn lực ít hơn- họ không nên ngạc nhiên khi các cơ quan sử dụng lao động bên ngoài để làm điều đó”. Các Bộ phụ trách khác nhau của Anh đã tiến hành các hoạt động tận dụng nguồn lực bên ngoài, từ kiểm soát vận tải đến các dịch vụ chuẩn đoán X quang. Các cơ quan Ôt-xtrây-li-a đang củng cố và ngày càng sử dụng các nguồn lực ở bên ngoài liên quan đến các công cụ công nghệ thông tin quan trọng và cả các công việc hỗ trợ văn phòng khác. Để hợp tác hiệu quả, cần có một sự chuẩn hoá trên quy mô lớn cho các quy trình, các kiểu định dạng dữ liệu và các công nghệ xuyên suốt trong toàn bộ bộ máy chính phủ.

Khu vực nhà nước cũng sẽ hợp tác mạnh mẽ hơn với các nhóm cộng đồng và các doanh nghiệp địa phương để thu hút nhân lực và nguồn lực, giảm bớt các chi phí và cải thiện kết quả. Theo ông Beach, “sự phân rẽ lớn trong thế kỷ 21 sẽ là giữa một bên là các chính quyền ra sức làm đủ mọi thứ vì tất cả mọi người và bên kia là các cơ quan tìm kiếm sự hợp tác và cộng tác bên trong các nhóm cộng đồng của mình để cùng chia sẻ gánh nặng”.

III. Xu thế phát triển một số doanh nghiệp

Tự động hóa và cải tiến quy trình sản xuất sẽ tiếp tục là những hoạt động trọng tâm của các công ty. Tuy nhiên, việc tìm kiếm lợi thế cạnh tranh sẽ tập trung ngày càng lớn vào việc nâng cao năng suất và chất lượng công việc của đội ngũ lao động trí thức.

Chuyên môn hóa sẽ vẫn là một xu hướng rõ ràng. Chuyên môn hóa diễn ra giữa các doanh nghiệp cũng như giữa các bộ phận của một doanh nghiệp. Các ngành sản xuất sẽ tiếp tục phân hóa, phản ánh việc sản phẩm ngày càng được thương mại hóa. Các công đoạn sản xuất sẽ được thực hiện bằng thuê gia công ngoại biên (outsourcing) hay chuyển ra làm ở nước ngoài (offshoring), tùy theo cách nào cho hiệu quả nhất. Các sản phẩm và dịch vụ sẽ định hướng đến người tiêu dùng hơn.

Hợp tác sản xuất trong và ngoài công ty sẽ phát triển cả về chiều rộng và chiều sâu. Các nhóm hợp tác sẽ phối hợp hành động dựa trên sự khác biệt về múi giờ giữa các nơi và chức năng từng nơi. Các khách hàng đòi hỏi nhiều công ty hơn để lựa chọn, và các công ty đòi hỏi nhiều đơn vị cung cấp hơn để lựa chọn. Kỹ năng trong quan hệ sẽ trở thành một kỹ năng có giá trị cao.

Công nghệ sẽ giúp đội ngũ lao động trí thức hoạt động hiệu quả hơn nhờ có các phương tiện liên lạc và hợp tác mới; những phương thức mới để lưu trữ, phân loại và truy cập dữ liệu; cũng như những phương tiện hỗ trợ việc ra quyết định giúp tăng cường năng lực của đội ngũ lao động trí thức.

Cơ cấu tổ chức sẽ gọn nhẹ hơn và ít cấp bậc hơn. Người lao động sẽ được trao nhiều quyền tự chủ hơn trong việc ra quyết định. Họ cũng sẽ tham gia tích cực hơn vào việc hoạch định các kế hoạch của công ty.

Theo các số liệu thăm dò các công ty do EIU thực hiện, vào năm 2020, quản lý tri thức sẽ là trọng tâm của đầu tư về công nghệ thông tin (IT).

Khi được hỏi về các lĩnh vực trọng tâm của đầu tư về IT tại các công ty hiện nay và trong 15 năm tới sẽ là gì? Sự lựa chọn của các doanh nghiệp theo từng lĩnh vực được thống kê ở bảng dưới đây (Bảng 3).

Bảng 3: Sự lựa chọn của các doanh nghiệp theo các lĩnh vực

<i>Tên lĩnh vực</i>	<i>Tỷ lệ % số các công ty lựa chọn Hiện tại</i>	<i>Tỷ lệ % số các công ty lựa chọn Đến năm 2020</i>
Cơ sở hạ tầng IT thông thường (hoạt động của hệ thống máy tính, PC/thiết bị)	44	18
Quản lý và báo cáo tài chính	44	24
Dịch vụ và hỗ trợ khách hàng	34	39
Quản lý tri thức	22	42
Phát triển kinh doanh và chiến lược	14	29
Quản lý hoạt động công ty	21	26

Nguồn: Theo khảo sát của Economist Intelligence Unit, 2005.

Về câu hỏi công ty sẽ tập trung đầu tư vào lĩnh vực nào để tăng năng suất trong vòng 15 năm tới? Hầu hết các công ty đều cho rằng, cơ cấu tổ chức hiệu quả và thông tin liên lạc tốt là những nguyên nhân chính giúp tăng năng suất. Dưới đây là một số lĩnh vực được các công ty lựa chọn đầu tư (Bảng 4).

Bảng 4: Các lĩnh vực được các công ty lựa chọn đầu tư

Cơ cấu tổ chức hiệu quả hơn	53
Nâng cao chất lượng thông tin liên lạc	52
Nâng cao sự tích hợp công nghệ và dữ liệu	49
Tăng cường quy trình sản xuất tự động hóa	47
Nâng cao trình độ lao động	40
Thuê thực hiện các công đoạn kinh doanh ở bên ngoài	25
Biện pháp khác	4

Nguồn: Theo khảo sát của Economist Intelligence Unit, 2005.

Nhìn lại bức tranh toàn cảnh các doanh nghiệp cho đến nay, các công ty vào năm 2020 sẽ phải đối diện với một môi trường như thế nào? Tất nhiên, điều đó còn phụ thuộc nhiều vào vị trí địa lý, quy mô công ty và ngành nghề mà công ty đang hoạt động. Một nhà cung cấp dịch vụ y tế ở châu Âu lục địa sẽ đối mặt với những khó khăn không giống với một nhà cung cấp dịch vụ y tế ở Ấn Độ. Một nhà sản xuất ô tô sẽ chú trọng ít hơn đến ý nghĩa của sự thay đổi về nhân khẩu học so với một tổ chức dịch vụ tài chính. Một công ty năng lượng sẽ quan tâm đến mối quan hệ với chính phủ nhiều hơn một công ty cung cấp hàng tiêu dùng.

Nhưng sự khác biệt ít nổi bật hơn so với sự tương đồng: các nhà quản lý doanh nghiệp trong tương lai sẽ phải đối mặt với một loạt những thách thức, cơ hội và xu hướng chung sau:

- **Toàn cầu hóa.** Có thể năm 2020 vẫn chưa phải là kỷ nguyên của châu Á, nhưng sự tiếp tục tăng trưởng của những thị trường mới nổi, đặc biệt là của Trung Quốc và Ấn Độ, sẽ khiến cho chương trình hoạt động của các công ty cân bằng hơn. Trong con mắt của đa số những người được thăm dò, cơ hội tăng trưởng sẽ được quyết định bởi thị trường các nước không thuộc nhóm OECD, thậm chí cả khi thị trường các nước OECD vẫn giữ vị trí quan trọng nhất. Số lượng nhân viên hoặc đối tác làm việc tại các thị trường nước ngoài sẽ tăng lên. Nguyên liệu, dịch vụ, và nhân tài sẽ được cung cấp trên cơ sở toàn cầu.

- **Nhân khẩu học.** Những người được thăm dò có xu hướng tự tin với những thay đổi về nhân khẩu học trong tương lai. Đa số tin rằng tình trạng dân số già đi ở thị trường các nước phát triển đem lại một cơ hội chứ không phải là mối đe dọa. Cho dù người dân có già hơn, hay sống một mình hơn, hay đa sắc tộc hơn, những xu hướng nhân khẩu đó cũng đều có tác động đáng kể đến cơ cấu sản phẩm, đặc tính đội ngũ nhân viên, và chiến lược dịch vụ khách hàng của công ty.
- **Thương mại hóa.** Những người được thăm dò cho rằng áp lực về giá và cạnh tranh từ những thị trường có chi phí thấp là hai trong số ba nguy cơ lớn nhất mà các công ty phải đối mặt, cùng với các quyết định quản lý kém năng lực. Vì thế, hiệu quả hoạt động sẽ trở nên quan trọng hơn trong 15 năm tới, mặc dù mức độ cải thiện hiệu quả hoạt động sẽ giảm dần ở thị trường các nước phát triển do các ngành sản xuất đã đạt gần đến giới hạn hiệu quả và do phạm vi cải thiện giảm xuống.
- **Sức mạnh khách hàng.** Khách hàng sẽ nhiều hơn, đa dạng hơn và cũng có nhiều đòi hỏi hơn. Những người được thăm dò cho rằng việc cá nhân hóa sản phẩm và dịch vụ hướng đến từng khách hàng sẽ có tầm quan trọng tăng lên so với khả năng cạnh tranh về giá. Các công ty sẽ tìm kiếm những mối quan hệ có giá trị cao hơn với khách hàng nhằm tự phân biệt họ với số đông còn lại và thúc đẩy lòng trung thành.
- **Chuyên môn hóa.** Việc cạnh tranh ngày càng gia tăng, công nghệ thông tin liên lạc phát triển và các nguồn lực được cung ứng ở mọi nơi trên thế giới sẽ khuyến khích chuyên môn hóa. Một vài ngành sẽ có sự phân hóa giữa những nhà cung cấp hàng cao cấp chọn lọc và những nhà cung cấp hàng bình dân số lượng lớn. Một số công ty sẽ tập trung vào phân phối, một số khác tập trung vào sản phẩm. Các quy trình từ sản xuất chế tạo cho đến nguồn nhân lực sẽ được phân đoạn thành những yếu tố chung có thể thuê nhân công bên ngoài hoặc thực hiện một cách tập trung với chi phí thấp; và những yếu tố riêng được thực hiện cục bộ với chi phí cao hơn.

Cạnh tranh sẽ rất khốc liệt và khách hàng sẽ có đòi hỏi rất cao, hoạt động không có hiệu quả sẽ bị trừng phạt. Công việc sẽ tập trung ở những nơi mà nó có thể được thực hiện hiệu quả nhất, và đem lại giá trị tốt nhất. Các quy trình sẽ được tự động hóa và cải tiến. Kết quả là mạng lưới các nhà cung cấp và các đối tác sẽ phức tạp hơn, làm tăng tầm quan trọng của việc hợp tác sản xuất một cách hiệu quả trong một công ty cũng như giữa các công ty với nhau.

Tất nhiên, điều hành một công ty có hiệu quả không phải là một công việc đơn giản, nhưng cũng không chắc chắn rằng chỉ điều đó có thể đem lại lợi thế cạnh tranh lâu dài. Các sản phẩm và quy trình rất dễ bắt chước; việc thực hiện tự động hóa các công việc đơn giản và các giao dịch ngày càng phổ biến rộng rãi. Thay vào đó, các công ty sẽ ngày càng tự khẳng định mình bằng cách xây dựng các mối quan hệ cá nhân với các đối tác. Từ chất lượng tư vấn đầu tư của những người cung cấp dịch vụ tài chính cho đến sự chẩn đoán chính xác và tế nhị của các bác sĩ, từ việc dừng bán hàng từ các phân xưởng sản xuất tới việc giúp các công ty cải thiện hiệu quả sử dụng năng lượng, sản phẩm và các quy trình sản xuất xét một cách tương đối sẽ không còn quan trọng bằng các mối quan hệ.

3.1. Mối quan hệ với khách hàng

David Noe, Phó Chủ tịch phụ trách Marketing và Bán hàng của APL Logistics, một công ty giao nhận có vốn 1,1 tỉ USD và là một trong những công ty giao nhận hàng công-ten-nơ lớn nhất thế giới, phát biểu: “Tất cả chúng ta sẽ đặc định khách hàng của mình và tiếp cận họ theo những cách thức khác tốt hơn”.

Ông dự đoán rằng khách hàng sẽ phân hóa. Việc bán hàng sẽ là một hoạt động nặng về quan hệ hoặc một hoạt động tập trung nhiều công nghệ, tùy theo giá trị của khách hàng xét về mặt chiến lược. Các khách hàng có sức mua thấp muốn những sản phẩm giá rẻ được các công ty nhắm đến thông qua các dịch vụ truyền thông điện tử và những công cụ theo dõi và phân tích quá trình mua hàng của họ. Khai thác dữ liệu và các ứng dụng quản lý quan hệ khách hàng (CRM) sẽ vô cùng quan trọng để có thể thành công trong kênh vận hành tự động và có chi phí thấp này. Các khách hàng có sức mua cao sẽ nhận được các dịch vụ được cá nhân hóa. Các khách hàng lớn trên thế giới của APL cần được bán hàng theo chỉ dẫn (Solution Sell), họ sẽ được giải thích các mặt hàng phù hợp với nhau như thế nào và nhận được những dịch vụ tư vấn miễn phí cùng với những công cụ phần mềm. Vòng tuần hoàn giao dịch sẽ mở rộng khi các vấn đề ngày càng trở nên phức tạp.

Tất nhiên, những khách hàng cao cấp cũng sẽ tìm kiếm những dịch vụ giao dịch hiệu quả có chi phí thấp, cũng như nhiều khách hàng bình dân có thể di chuyển vị trí của mình lên cao hơn trong chuỗi giá trị tiêu dùng. Một thách thức lớn đối với các công ty là phát triển thông tin khách hàng và các công cụ liên lạc để có thể tận dụng được những thay đổi trong chuỗi giá trị tiêu dùng như vậy.

Tại đầu còn lại của chuỗi sản phẩm, mối quan hệ giữa người mua hàng và nhà cung cấp cũng sẽ mang tính chất cộng sinh hơn vào năm 2020. Những người mua hàng sẽ phân biệt giữa những nhà cung cấp chiến lược dài hạn và nhà cung cấp trong ngắn hạn. Họ sẽ phát triển mối quan hệ công nghệ và cá nhân chặt chẽ với các nhà cung cấp chiến lược, trong khi xây dựng các mạng lưới “trung tính” phức tạp thông qua các trung gian điện tử thông minh từ các nhà cung cấp ngắn hạn, chi phí thấp.

Mối quan hệ cung cấp không mang tính chiến lược (quan hệ mua bán hàng hoá) sẽ có đặc điểm nổi bật là các quy trình mua bán ngày càng được tự động hoá, thuê nhân công nước ngoài sản xuất, hoặc được các công ty tự sản xuất ở nước ngoài. Mối quan hệ với nhà cung cấp chiến lược sẽ có đặc điểm nổi bật là chất lượng hàng hóa, dịch vụ hoàn hảo và trao đổi thông tin liên tục. Joseph Yacura, Giám đốc mua sắm của Tập đoàn khách sạn Intercontinental Hotels phát biểu: “So với hiện tại, mức độ trao đổi thông tin liên lạc sẽ tăng ít nhất là gấp 10 lần vào năm 2020.”

Những người mua hàng cũng hy vọng các nhà cung cấp chiến lược của mình tăng cường đổi mới. Ông Yacura cho biết: “Sự thay đổi này hướng tới sự đổi mới ngày càng được tiếp quản bởi các đối tác thuộc kênh thứ ba.” Các nhà cung cấp sẽ tự nguyện tài trợ những khoản tiền ngày càng lớn cho hoạt động nghiên cứu và phát triển nhằm mục đích có được quyền kinh doanh phân phối những thiết kế tiêu chuẩn và do đó có thể bảo vệ vị thế cạnh tranh của họ bằng các chi phí chuyển giao cao hơn.

3.2. Yêu cầu về lao động có tay nghề

Tăng cường hợp tác sẽ là nét đặc trưng của công ty vào năm 2020. Cho dù là mối quan hệ giữa nhà cung cấp với người bán hàng, giữa người bán hàng với khách hàng, giữa những người lao động với nhau, hay giữa công ty với các đối tác, những mối quan hệ chất lượng cao với các đối tác bên ngoài sẽ ngày càng quan trọng hơn và trở thành nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh trong khoảng thời gian từ nay tới năm 2020. Các giám đốc điều hành hy vọng sẽ ngày càng có nhiều mối quan hệ hợp tác để giải quyết các vấn đề khúc mắc cả ở bên trong và bên ngoài công ty của họ, và đại đa số dự định sẽ tạo ra những động lực cho người lao động nhằm khuyến khích hợp tác giữa các bộ phận trong công ty (79%) và với các cổ đông bên ngoài (68%).

Một số mối quan hệ hợp tác này có thể được cô đọng lại thành một tập hợp các quy tắc và quy định, một số khác có thể được thực hiện một cách tự động. Tuy nhiên sự tập trung thực sự của hoạt động quản lý sẽ hướng tới các quy trình, con người và các mối quan hệ khó có thể tự động hóa nhất.

Phần lớn các lãnh đạo doanh nghiệp tin rằng những yếu tố tri thức phức tạp sẽ trở thành vốn quý nhất của họ để có được lợi thế cạnh tranh vào năm 2020. Ngược lại, sức sản xuất và những yếu tố tri thức đơn giản sẽ có tác động tương đối nhỏ đối với lợi thế cạnh tranh, và những người tham gia thăm dò dự đoán rằng số lượng nhân viên của họ sẽ giảm trong vòng 15 năm tới nhờ vào tự động hóa và thuê nhân công nước ngoài.

Các kỹ năng quản lý, kỹ năng giao tiếp và kỹ năng giải quyết vấn đề được coi là những phẩm chất quan trọng nhất của người lao động trong vòng 15 năm tới. Những người tham gia thăm dò tin rằng những kỹ năng này đặc biệt quan trọng trong các lĩnh vực như dịch vụ khách hàng, phát triển kinh doanh và chiến lược, quản lý tri thức, mà ở lĩnh vực đó quan hệ cá nhân hoặc khả năng sáng tạo quan trọng hơn là các quy tắc và quy trình.

Cải tiến hoạt động trong các lĩnh vực này, những phạm vi hoạt động của lao động tri thức, sẽ là vấn đề chính cần quan tâm của ban giám đốc công ty từ nay tới năm 2020.

3.3. Thách thức mới của công nghệ

Các giám đốc điều hành trong nhóm được thăm dò coi công nghệ là phương pháp tốt nhất nhằm tăng cường hiệu suất trong lĩnh vực này. Andy Kyte thuộc Công ty Gartner cho biết, trong khi trọng tâm đầu tư vào công nghệ thông tin (IT) trong quá khứ là việc tăng cường hiệu quả điều hành, thì trong tương lai trọng tâm đầu tư sẽ là việc tăng cường hiệu quả của các lao động tri thức.

Thực tế, đến năm 2020, đầu tư vào công nghệ sẽ chiếm phần lớn trong ngân sách IT, bởi các yêu cầu về cơ sở hạ tầng (tự động hóa quy trình điều hành cơ bản, liên kết, an ninh...) đến lúc đó sẽ được đáp ứng. Các lãnh đạo doanh nghiệp coi những tiến bộ trong công nghệ về quản lý tri thức là phương tiện hứa hẹn nhất giúp nâng cao năng suất lao động trong vòng 15 năm tới. Vậy loại công cụ và công nghệ nào sẽ được các lao động tri thức sử dụng vào năm 2020?

Trong khi lao động thủ công thường là những công việc hàng ngày và lặp đi lặp lại thì lao động tri thức mang lại lợi thế cạnh tranh do nó đòi hỏi phải sáng tạo, phải có sáng kiến và phải đưa ra quyết định, tất cả những việc này rất khó tự động hóa. Hỗ trợ những lao động tri thức khi họ thực hiện những công việc không có tính lặp lại như vậy đòi hỏi phải có những công cụ quản lý tri thức mới mà những công cụ này chỉ mới bắt đầu xuất hiện. Những công nghệ này tập trung vào 3 lĩnh vực: những công cụ mới trong thông tin và hợp tác; những phương pháp mới trong lưu trữ, phân loại, truy cập những dữ liệu chưa được hệ thống hóa; và những công cụ hỗ trợ việc ra quyết định để nâng cao và thúc đẩy năng lực của lao động tri thức.

Sự cần thiết của những phương pháp mới trong thông tin và hợp tác là vấn đề rõ ràng nhất. “Tất cả các tổ chức công nghệ thông tin trong suốt 40 năm qua đã sử dụng e-mail là công cụ liên lạc chủ yếu giữa những người lao động trí óc. Nó đặt ra câu hỏi về việc nâng cao năng suất của phần lớn các tổ chức này”. Ông Kyte cho biết: “Đây là công cụ hết sức thô sơ trong việc liên hệ hợp tác”. Nhiều người lao động tri thức tự thấy rằng họ bị tràn ngập và bị phân tán vì đồng thư từ gửi đến. Tuy nhiên, thư điện tử cũng là đường dẫn thông tin chủ đạo giữa những lao động tri thức với nhau. Cái cần thay thế cho e-mail là những công cụ mới phù hợp hơn với những hoạt động theo nhóm hoặc phân tán. Những công cụ như vậy đã được đưa vào sử dụng ít nhất là trong một vài ngành nghề.

Chẳng hạn như các công ty dược phẩm đang sử dụng phần mềm “eRoom” có thể tập hợp tất cả các tài liệu, những vấn đề thảo luận và những kế hoạch liên quan tới một dự án nghiên cứu cụ thể trong một không gian làm việc ảo trên mạng. Trong khi đó, các công ty thiết kế đang đưa vào sử dụng phần mềm “quản lý vòng đời sản phẩm”, một kết quả thu được từ các hệ thống thiết kế có sự hỗ trợ của máy tính, giúp cho hàng ngàn nhà cung cấp có thể hợp tác một cách hiệu quả trong việc thiết kế và xây dựng những hệ thống lớn phức tạp, chẳng hạn như máy bay.

Những công nghệ từ xa đang được đưa vào trong nhiều lĩnh vực khác nhau, từ lĩnh vực năng lượng cho đến lĩnh vực y học. Chúng giúp cho các bác sĩ thực hiện chẩn đoán lâm sàng từ xa. Dave Lesar, Chủ tịch kiêm Giám đốc điều hành ở Halliburton, một công ty dịch vụ dầu khí nói: “Hiện nay, khách hàng của chúng tôi có thể vận hành các thiết bị từ xa, theo dõi tức thời (trong thời gian thực), và đưa ra các quyết định nhanh và chính xác hơn dựa trên nguồn dữ liệu chất lượng hơn. Họ cần ít lao động tri thức hơn bởi vì một kỹ sư có thể điều hành nhiều công việc cùng một lúc từ bất cứ nơi đâu trên thế giới thông qua mạng, thay vì phải đi công tác từng nơi một”.

Những công cụ này trước hết đã được sử dụng trong những ngành dọc đặc thù, tuy nhiên những đặc điểm hợp tác tương tự như vậy cũng đang bắt đầu xuất hiện ở các ngành nghề khác (ví dụ như hàng tiêu dùng) và ở những phần mềm máy tính tiêu chuẩn (chẳng hạn như, phần mềm Microsoft Office).

Lĩnh vực thứ hai mà các công cụ mới đang bắt đầu xuất hiện là lĩnh vực xử lý các dữ liệu chưa được hệ thống hóa, chẳng hạn như văn bản không theo mẫu. Các lao động tri thức rất khó truy cập và thao tác trên những văn bản này so với các dạng dữ liệu đã được hệ thống hóa như dạng số liệu bán hàng, tồn kho,... Google và các công cụ tìm kiếm khác đã chứng tỏ lợi ích của khả năng tổng hợp các thông tin chưa được hệ thống hóa theo ý muốn trên Internet. Vì vậy hãy tưởng tượng đến những lợi ích về khả năng tìm được những gì cần thiết một cách cũng dễ dàng như vậy trong hệ thống mạng của một công ty. Ví dụ như một nhà nghiên cứu có thể quan tâm tới câu trả lời cho một vấn đề mà một đồng nghiệp ở một nơi khác đã nghiên cứu. Tạo ra một kho chứa chung các tài liệu là bước đầu tiên đối với dạng tìm kiếm rộng rãi giữa các công ty. Tuy nhiên, ông Kyte cho biết hệ thống này sẽ không có tác dụng gì trừ khi thiết lập được nền văn hóa hợp tác và chia sẻ thông tin.

Tuy nhiên khi nền tảng đã được thiết lập, sẽ có thể triển khai một dạng công nghệ thứ ba và có chức năng lưu trữ nhất: các hệ thống tổng hợp thông tin từ các đối tác, các cơ sở dữ liệu đã hệ thống hoá và các nguồn dữ liệu chưa được hệ thống hóa nhằm cung cấp các hoạt động hỗ trợ cho việc ra quyết định của những lao động tri thức, và thậm chí còn có một mức độ tự động hóa nào đó. Con đường còn dài, và đó là khởi đầu cho sự thay đổi hướng tới lĩnh vực phức tạp hơn: “Trí tuệ nhân tạo”. Tuy nhiên cũng đã có những dấu hiệu của sự tiến bộ trong xu hướng này.

Hiện nay, các phòng marketing của công ty có thể tổng kết những số liệu bán hàng của mình bằng thông tin phản hồi của khách hàng từ các diễn đàn trên mạng nhằm đánh giá thành công của một chiến dịch cụ thể, hoặc để phát hiện nhu cầu tiềm năng của một sản phẩm mới. Tại Úc, các luật sư đang sử dụng một hệ thống so sánh những chi tiết của một trường hợp li hôn so với những phán quyết trong quá khứ của tòa án, nhằm tìm ra kết quả hợp lý nhất và khuyến khích đưa ra một thoả thuận giải quyết bên ngoài tòa án. Giao dịch chứng khoán được thực hiện hàng ngày bằng những hệ thống bán tự động tuân theo những quy tắc do người chủ đưa ra; những “Robotraders” này giúp các nhà quản lý vốn có thể tập trung vào

bức tranh tổng thể chứ không cần phải chú ý đến hoạt động máy móc của những giao dịch đơn lẻ.

Những robot này không thay thế con người mà chúng giúp nâng cao năng lực của con người. Theo ông KYTE, chúng thể hiện “Công nghệ mới nhất về sáng tạo” và vẫn còn phải mất 10-15 năm nữa để triển khai một cách rộng rãi.

Thậm chí nếu tất cả những công nghệ mới xuất hiện này đã sẵn sàng để được sử dụng rộng rãi ngay bây giờ thì vẫn còn tồn tại những trở ngại khác. Tại thời điểm hiện tại, tất cả những phần mềm mới đang được sử dụng theo một phương thức cũ và cục bộ. Các phương thức mới phải được phát triển để kết hợp những phần mềm riêng rẽ một cách linh hoạt để phù hợp với thực tiễn hoạt động của các dạng lao động tri thức khác nhau trong các ngành nghề khác nhau. Những vấn đề liên quan như an toàn dữ liệu, tính tương thích, chi phí và thiếu người có trình độ phù hợp cũng sẽ là những vấn đề cần được giải quyết.

Vào năm 2020, lao động tri thức có thể tự nhận thấy mình đang ngồi tại không gian làm việc hợp tác đa chiều; họ tìm ra được các ngành mũi nhọn từ tập hợp nhiều nhà máy; và nhận được hỗ trợ của các nhóm “Robot phần mềm” giúp họ làm việc hiệu quả hơn – giống như hiện nay lao động chân tay trong các dây chuyền lắp ráp được các robot và công cụ hỗ trợ. Người lao động của tương lai sẽ làm việc trong các tổ chức có cơ cấu rất khác nhau.

3.4. Năng lực và quyền hạn của người làm công

Các công ty sẽ là đối tượng của vô số lực ly tâm khác nhau trong vòng 15 năm tới. Các nhà cung cấp bên ngoài sẽ thâm nhập sâu hơn vào quy trình bên trong của các công ty, làm tăng mức độ phụ thuộc vào bên ngoài của các công ty. Doanh thu sẽ ngày càng đa dạng theo khu vực địa lý. Sở thích của người tiêu dùng cũng vậy. Người tiêu dùng sẽ kỳ vọng vào dịch vụ được cá nhân hóa và sẽ chú ý ưu tiên đến chất lượng của các mối quan hệ địa phương. Nhân viên sẽ làm việc dàn trải ở các khu vực và đại đa số các giám đốc điều hành đều hy vọng số lượng nhân viên làm việc từ xa, những người làm việc ngoài văn phòng ít nhất một ngày trong tuần, sẽ tăng lên.

Trụ sở chính của các công ty cũng sẽ thay đổi: nhà quản lý của các thị trường mới nổi sẽ không chỉ thay thế các nhà quản lý nước ngoài của các công ty đa quốc gia tại nước mình như hiện tại, mà họ sẽ bắt đầu được bổ nhiệm vào những vị trí cao hơn ở trụ sở chính của công ty tại các nước phát triển.

Tất cả những sức mạnh này sẽ dẫn đến sự xói mòn của cơ cấu tập trung và cấp bậc của công ty. Hai phần ba những người được thăm dò cho biết họ sẽ trao cho nhân viên của mình quyền tự chủ hơn trong việc đưa ra những quyết định quan trọng, phần lớn họ đều đồng ý rằng sẽ có ít tầng quản lý hơn giữa Giám đốc điều hành và nhân viên cấp thấp nhất vào năm 2020. Một số người tin rằng mô hình đối tác được sử dụng trong các công ty cung cấp dịch vụ nghề nghiệp sẽ là mô hình của tương lai, với sức mạnh ra quyết định được phân tán giữa nhiều người có cấp bậc cao.

Việc các nhân viên tham gia nhiều hơn vào tiến trình đưa ra quyết định dựa trên những cơ chế chẳng hạn như thị trường quyết định sẽ trở nên phổ biến hơn. Trong cuốn sách “Sự sáng suốt của đám đông” (The Wisdom of Crowds), James Surowiecki trích dẫn một thử nghiệm tại Công ty dược phẩm Innocentive, tại đó một nhóm các nhân viên được cung cấp thông tin về sáu loại thuốc và được yêu cầu xác định loại nào sẽ được chấp thuận lưu hành và loại nào bị từ chối. Công ty này đã biết trước rằng 3 trong số 6 loại thuốc này được phép lưu hành và 3 loại còn lại không được phép lưu hành. Sự lựa chọn của các nhân viên cũng trùng khớp như vậy.

3.5. Yếu tố quan trọng đối với quản lý doanh nghiệp trong tương lai

Những yếu tố kể trên không làm giảm tầm quan trọng của việc quản lý. Qua các kết quả thăm dò, chất lượng quản lý như một trong số các yếu tố hàng đầu quyết định sự thành công hay thất bại – 71% những người được hỏi coi đó là một yếu tố vô cùng quan trọng giúp nâng cao tỷ lệ tăng trưởng, là nhân tố đứng đầu trong số các nhân tố khác. Những quyết định quản lý kém cỏi bị coi là một dấu hiệu rủi ro lớn nhất đối với các công ty trong giai đoạn từ nay đến năm 2020.

Tuy vậy, yếu tố dẫn tới quản lý thành công sẽ thay đổi. Peter Ducker, Nhà tư tưởng về quản lý nổi tiếng mất tháng 11 năm 2005 đã viết: “Đóng góp quan trọng nhất trong quản lý ở thế kỷ 20 là sự tăng năng suất gấp 50 lần đối với lao động thủ công trong ngành chế tạo. Đóng góp quan trọng nhất mà quản lý cần thực hiện ở thế kỷ 21 là một mức tăng năng suất tương tự của lao động tri thức”. Ông cho rằng năng suất hiện là vấn đề mấu chốt của sức cạnh tranh và thành quả kinh tế.

Tuy nhiên việc nâng cao năng suất của lao động tri thức tỏ ra khó khăn hơn nhiều so với mong muốn. Trong khi sản lượng của một lao động thủ công có thể đo bằng đơn vị sản phẩm trong một giờ, đếm “số ý tưởng trong một phút” hoặc “số thư điện tử trong một ngày” đối với một lao động tri thức chỉ cho biết rất ít về năng suất thực tế. Do vậy, vẫn chưa rõ cách tiếp cận nào tốt hơn trong việc nâng cao hiệu quả của lao động tri thức. Cũng khó có thể thiết lập các cơ cấu bồi dưỡng nhằm mang lại những khuyến khích đúng đắn đối với lao động hiệu suất cao.

Một số công ty đã tiến hành từng bước đo lường và quản lý cái gọi là tư duy bằng “trí não đúng đắn” (Right Brain). Procter&Gamble nhấn mạnh tính sáng tạo thông qua việc sử dụng tư vấn bên ngoài nhằm giúp công ty tập trung vào tìm hiểu xem các khách hàng của mình cảm thấy thế nào trong quá trình sử dụng sản phẩm, hơn là tập trung vào việc cải thiện một số đặc tính của bản thân sản phẩm đó. General Electric đang tiến hành một quy trình có tên là CENCOR (định cỡ, khảo sát, sáng tạo, tổ chức và thực hiện).

Hầu hết những người quan sát trong các ngành nghi ngờ rằng những ví dụ này chỉ là những ví dụ sớm của một xu hướng lâu dài và nổi bật hướng tới quản lý một cách sáng tạo. Mark Miranda ở Công ty Georgia Pacific nói: “Bạn cần có một quy trình đánh giá những suy nghĩ sáng tạo được lưu chuyển trong công ty một cách tự do. Một bệnh viện tâm thần cũng có vô số những ý tưởng sáng tạo, tuy nhiên bạn phải có một quy trình đánh giá và có những nguyên tắc quản lý để thiết lập được một chế độ tập hợp được những ý tưởng của nhân tài”.

Trong cuốn sách mới phát hành “Suy ngẫm về cuộc sống”, Thomas Davenport, một nhà tư tưởng về quản lý, nhận xét: “Làm thế nào để nâng cao năng suất lao động trí óc là một trong những vấn đề kinh tế quan trọng nhất trong giai đoạn hiện nay”. Những công ty nào hiện nay đã bắt đầu đương đầu với thách thức đó sẽ có vị thế tốt hơn để nắm bắt những cơ hội trong tương lai.

IV. Hiện trạng và xu thế phát triển công nghiệp Việt Nam đến năm 2020

4.1. Hiện trạng công nghiệp Việt Nam những năm đầu thế kỷ 21

Nhìn lại những năm đầu tiên vào thiên niên kỷ mới, có thể nói những kết quả cơ bản mà công nghiệp Việt Nam đã đạt được là rất đáng khích lệ, nhất là trong bối cảnh kinh tế thế giới có nhiều biến động, tình hình thời tiết, dịch bệnh trong nước gây những ảnh hưởng không nhỏ.

Phát động được phong trào thi đua rộng lớn khắp cả nước về phát triển công nghiệp – tiểu thủ công nghiệp, Ngành công nghiệp đã liên tục đạt tốc độ tăng trưởng cao; cơ cấu sản xuất và chất lượng sản phẩm có bước chuyển biến tích cực; giải quyết bước đầu việc chuyển dịch cơ cấu lao động, phân bố lực lượng sản xuất đã có xu hướng tập trung trên cơ sở phát huy lợi thế của vùng, địa phương; một số sản phẩm đã có khả năng cạnh tranh và đứng vững trên thị trường trong nước và quốc tế.

Giá trị sản xuất công nghiệp tăng bình quân 15,7%, cao hơn 2,7%/năm so với Kế hoạch và cao hơn 1,6% so với 5 năm trước, đã góp phần duy trì tốc độ tăng trưởng chung của nền kinh tế; trong đó khu vực nhà nước tăng khoảng 12,1%, khu vực ngoài nhà nước tăng 21,8%, khu vực có vốn đầu tư nước ngoài tăng 15,3%. 5 năm trước (1996 – 2000) tốc độ này lần lượt là 9,8%, 11,6% và 22,4%. Giá trị tăng thêm của ngành công nghiệp khoảng 10,3%. Cơ cấu nội bộ ngành công nghiệp có sự chuyển dịch theo hướng tích cực. Tỷ trọng (tính theo giá trị sản xuất) công nghiệp chế biến tăng từ 79,7% năm 2000 lên 83,2 % năm 2005; công nghiệp khai thác giảm từ 13,8% năm 2000 còn 10,7% năm 2005, trong đó công nghiệp sản xuất, phân phối điện - khí - nước từ 6,5% còn 6,1%. Năng lực sản xuất của nhiều ngành, nhiều sản phẩm tăng lên đáng kể, một số sản phẩm đã cạnh tranh được trên thị trường trong và ngoài nước, đáp ứng cơ bản nhu cầu thiết yếu của nền kinh tế và đóng góp lớn vào xuất khẩu. Một số sản phẩm như điện sản xuất, than sạch, thép cán, xi măng, giấy đã hoàn thành kế hoạch trước thời hạn. Một số ngành công nghiệp mới đã được hình thành và phát triển như đóng tàu, chế tạo thiết bị đồng bộ, sản xuất lắp ráp ô tô, xe máy, chế biến đồ gỗ... Tỷ lệ sử dụng nguyên vật liệu, phụ tùng, thiết bị chế tạo trong nước ngày càng tăng. Quá trình nghiên cứu, thiết kế sản phẩm mới ngày càng được chú trọng và có xu hướng phát triển.

Đến nay, cả nước có hơn một trăm khu công nghiệp - khu chế xuất, trong đó nhiều khu hoạt động có hiệu quả. Công nghiệp, tiểu thủ công nghiệp nông thôn phát triển, ngành nghề đa dạng, đã góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng tăng tỷ trọng của công nghiệp (6%), thu nhập lao động nông thôn được cải thiện.

Tỷ trọng ngành công nghiệp và xây dựng trong GDP tăng từ 36,7% năm 2000 lên ước khoảng 42% năm 2005. Cơ cấu sản phẩm và cơ cấu công nghệ theo hướng tiên bộ, gắn sản xuất với thị trường. Tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu hàng công nghiệp tăng trưởng nhanh (17,8%) cao hơn tốc độ tăng trưởng chung cả nước (16,1%) và chiếm tỷ trọng ngày càng cao (từ 69,9% năm 2000 lên ước khoảng 75% năm 2005), thị trường xuất khẩu ngày càng được mở rộng. Tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế được thực hiện chủ động hơn.

Tuy vậy, ngành công nghiệp cũng còn một số tồn tại như:

Sức cạnh tranh của sản phẩm công nghiệp yếu; công nghiệp phụ trợ chưa phát triển; cơ cấu công nghiệp chưa hợp lý; hiệu quả đầu tư thấp; công nghệ kỹ thuật lạc hậu; trình độ quản lý doanh nghiệp yếu; thiếu sự phối hợp liên ngành, chính sách thiếu nhất quán; thiết chế kinh tế tập trung cao.

Phát triển công nghiệp tuy đạt tốc độ cao nhưng hiệu quả tăng trưởng chưa tương xứng. Tốc độ hiện đại hoá, đổi mới công nghệ chậm. Công nghiệp hoá, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn chưa đáp ứng yêu cầu. Tăng trưởng khu vực đầu tư nước ngoài có chiều hướng giảm. Tỷ trọng khu vực công nghiệp tư nhân còn thấp chưa tương xứng với tiềm năng. Vai trò nhà nước trong chỉ đạo thực hiện Chiến lược, Quy hoạch, Chính sách chưa hiệu quả, nhiều lúc còn thiếu nhất quán, dễ mất cơ hội. Cơ chế, chính sách không đồng bộ, thiếu ổn định, đặc biệt chưa xây dựng được một cơ chế phát triển doanh nghiệp hữu hiệu để tạo năng lực cạnh tranh.

Năng lực cạnh tranh của nhiều ngành và sản phẩm còn thấp, ch—a rõ các sản phẩm mũi nhọn, trọng điểm. Công nghiệp phụ trợ chậm phát triển. Tỷ trọng đầu tư cho phát triển công nghiệp còn thấp so với yêu cầu. Đầu tư cho một ngành công nghiệp cơ bản chưa được tập trung quyết liệt. Xuất khẩu tăng khá nhưng giá trị gia tăng còn thấp do tỷ lệ sử dụng nguyên phụ liệu nhập khẩu còn cao. Hoạt động dịch vụ công nghiệp chưa phát triển.

4.2. Định hướng phát triển công nghiệp Việt Nam đến năm 2020

Ngành công nghiệp Việt Nam đang tập trung phát triển theo 3 nhóm ngành với những cơ chế, chính sách khác nhau. Đó là: nhóm ngành công nghiệp có lợi thế cạnh tranh, nhóm ngành công nghiệp nền tảng, và nhóm ngành công nghiệp tiềm năng.

- Nhóm ngành công nghiệp có lợi thế cạnh tranh như chế biến nông - lâm - thủy hải sản và thực phẩm, công nghiệp tiêu dùng như may mặc, giấy dếp, đồ gỗ, công nghiệp nặng như cơ khí đóng tàu, máy động lực và máy nông nghiệp, chế tạo thiết bị, lắp ráp cơ điện tử, xe máy, ngành tiêu thủ công nghiệp...;

- Nhóm ngành công nghiệp nền tảng (hay còn gọi là trọng yếu) bao gồm các ngành công nghiệp cơ bản sản xuất tư liệu sản xuất như các ngành hạ tầng và năng lượng; một số ngành cơ khí, hoá chất cơ bản; hoá dầu, hoá dược, phân bón... để đảm bảo đáp ứng nhu cầu an ninh, an sinh, bảo đảm tự chủ trong điều kiện có biến động lớn trên thị trường thế giới và đồng thời làm nền tảng cho các ngành công nghiệp khác phát triển;

- Nhóm ngành công nghiệp có tiềm năng bao gồm các ngành công nghiệp sử dụng hàm lượng tri thức và công nghệ cao như điện tử - viễn thông - tin học, cơ khí chế tạo, hoá chất... là nhóm các ngành công nghiệp tuy hiện nay giá trị sản xuất còn khiêm tốn nhưng có lợi thế cạnh tranh so sánh động mà ngành công nghiệp cần phải thực hiện chuyển dịch mạnh mẽ trong thời gian tới.

Mỗi nhóm ngành cần có các cơ chế chính sách khác nhau của Chính phủ cũng như các doanh nghiệp để đảm bảo sự phát triển hài hoà, có chọn lọc và hiệu quả chung của nền kinh tế. Phát triển kinh tế công nghiệp Nhà nước làm nền tảng, lấy kinh tế công nghiệp tư nhân và đầu tư nước ngoài làm động lực phát triển toàn ngành. Coi đầu tư nước ngoài là chìa khóa để công nghiệp Việt Nam cất cánh và hội nhập.

Công nghiệp Việt Nam sẽ phát triển theo hướng nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển nhanh và bền vững. Tất cả đều nhằm tới đích cuối cùng là thoả mãn ở mức cao nhất những nhu cầu cơ bản của nền kinh tế đưa ngành công nghiệp Việt Nam trở thành ngành có sức cạnh tranh, là động lực cho phát triển kinh tế, góp phần đưa Việt Nam sớm ra khỏi tình trạng kém phát triển và đến năm 2020 công nghiệp Việt Nam trở thành một bộ phận khăng khít của hệ thống công nghiệp khu vực và thế giới, là một trong 4 nước có nền công nghiệp mạnh trong khu vực ASEAN, một số sản phẩm công nghiệp Việt Nam sẽ chiếm lĩnh được thị trường thế giới với những thương hiệu không thể quên như Casumina, Cadivi, Vinamilk...

Có thể hình dung định hướng phát triển công nghiệp Việt Nam như sau: Tập trung phát triển mạnh các ngành công nghiệp đang có lợi thế cạnh tranh, có thị trường và giải quyết nhiều lao động như chế biến nông - lâm - thủy sản, thực phẩm, gia công cơ khí, lắp ráp điện tử, vật liệu xây dựng, kết hợp phát triển có chọn lọc một số ngành công nghiệp sản xuất tư liệu sản xuất quan trọng như năng lượng, hoá chất, luyện kim... để tăng khả năng tự chủ của nền kinh tế; tiếp tục đổi mới, sắp xếp và phát triển doanh nghiệp Nhà nước theo hướng hình thành một số tập đoàn kinh tế, tổng công ty mạnh, đa sở hữu làm nòng cốt trong một số lĩnh vực công nghiệp then chốt.

Đồng thời, tập trung phát triển năng lực nghiên cứu thiết kế sản phẩm công nghiệp và chuyển dịch mạnh sang các ngành công nghiệp chế tác có tiềm năng, có hàm lượng công nghệ cao để tạo bước nhảy vọt về chất lượng phát triển, nâng cao năng suất lao động. Chuyên dịch và phát triển công nghiệp ở nông thôn, gắn kết phát triển công nghiệp với quá trình đô thị hoá và phát triển bền vững. Tập trung thu hút đầu tư từ các tập đoàn đa quốc gia, sẵn sàng tham gia liên kết kinh tế dưới nhiều hình thức để đến năm 2020 công nghiệp Việt Nam trở thành một bộ phận khăng khít của hệ thống công nghiệp khu vực và thế giới.

4.3. Định hướng chiến lược phát triển một số ngành công nghiệp then chốt của Việt Nam đến năm 2020

Quan điểm và mục tiêu chiến lược phát triển ngành thép Việt Nam tới năm 2010, tầm nhìn tới 2020

Quan điểm phát triển ngành thép là từng bước đáp ứng nhu cầu thông thường về thép xây dựng của Việt Nam để không bị phụ thuộc hoàn toàn vào nước ngoài (Bảng 5)

Bảng 5: Dự báo nhu cầu các sản phẩm thép các giai đoạn như sau:

Giai đoạn	I	II	III	IV	V
1996-2000	6,94	13,57	27	9	37
2001-2005	7,5	14,08	14	10-11	78
2006-2010	7,5	10,38	10	10,6	123
2011-2015	7,0	8-9	9-9,5	9-9,5	170
2016-2020	6,5	7-8	8-8,5	8-8,5	240

I- Tăng trưởng GDP (%); II- Tăng trưởng công nghiệp (%); III- Tăng trưởng sản xuất thép (%); IV- Tăng tiêu thụ thép (%); V- Bình quân đầu người (kg/người)

Trong giai đoạn đầu sẽ phát triển các khâu hạ nguồn trước như sản xuất thép cán tròn xây dựng, thép cán tấm nóng, cán tấm nguội... đi từ thép phôi, thép nhập khẩu và một phần thép phế liệu. Trong quá trình phát triển sẽ tiếp tục đầu tư chiều sâu các cơ sở hiện có, nghiên cứu phát triển khâu thượng nguồn có sử dụng quặng sắt trong nước và một phần quặng sắt nhập khẩu phù hợp với trình độ công nghệ đã thuần thục. Dưới đây là những quan điểm cụ thể:

1. Thép là vật tư chiến lược không thể thiếu của ngành công nghiệp, xây dựng và quốc phòng, có vai trò hết sức quan trọng trong sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Ngành thép cần được xác định là ngành công nghiệp được ưu tiên phát triển.

2. Trên cơ sở phát huy có hiệu quả nguồn tài nguyên khoáng sản sẵn có trong nước, kết hợp với nhập khẩu một phần quặng và phôi của nước ngoài, xây dựng khu liên hợp luyện kim công suất 4-5 triệu tấn thép/năm để từng bước đáp ứng nhu cầu thép trong nước cả về chủng loại và chất lượng. Trong giai đoạn đầu tập trung phát triển các khâu hạ nguồn như cán thép xây dựng, thép cán tấm nóng, cán tấm nguội, sau đó cần nghiên cứu phát triển khâu sản xuất thượng nguồn để sử dụng có hiệu quả nguồn tài nguyên trong nước.

3. Kết hợp chặt chẽ giữa phát huy nội lực và tranh thủ tận dụng có hiệu quả các nguồn vốn từ nước ngoài (trước hết về thiết bị và công nghệ). Kết hợp hài hoà giữa yêu cầu giữ vững độc lập tự chủ về kinh tế với xu thế hội nhập, toàn cầu hoá; tự chủ nhưng không bỏ qua các cơ hội hợp tác và phân công lao động quốc tế để đẩy nhanh tốc độ phát triển ngành thép. Đa dạng hoá vốn đầu tư cho ngành thép. Vốn đầu tư của nhà nước chủ yếu dành cho phát triển các nguồn quặng trong nước và các công trình sản xuất thép tấm, thép lá;

4. Về công nghệ: Trong giai đoạn đến 2020 vẫn sử dụng công nghệ truyền thống là sản xuất lò cao luyện thép. Đồng thời tích cực nghiên cứu áp dụng các công nghệ mới, tiên tiến, hiện đại để phát triển ngành thép. Đối với khu liên hợp luyện kim khép kín có vốn đầu tư lớn và thời gian xây dựng kéo dài, có thể triển khai trước khâu sản xuất cán kéo. Sau sẽ phát triển tiếp khâu sản xuất phôi cán từ quặng.

5. Nhà nước có chính sách hỗ trợ tích cực cho ngành thép trong khuôn khổ cho phép của các cam kết thương mại và hội nhập quốc tế.

6. Tham gia AFTA đồng nghĩa với việc xoá bỏ hàng rào thuế quan, ngành thép phải cùng cố mở rộng từ khâu sản xuất đến lưu thông phân phối với các ngành kinh tế khác để mở rộng thị trường và cạnh tranh được ở thị trường trong nước và trên thế giới.

7. Đi đôi với việc đầu tư xây dựng các nhà máy hiện đại, phải hết sức coi trọng đầu tư chiều sâu, đổi mới thiết bị công nghệ, hiện đại hoá các cơ sở hiện có lên ngang bằng tiên tiến trong nước và khu vực.

8. Quan tâm công tác đào tạo nhân lực và phát triển khoa học công nghệ phục vụ phát triển ngành

Mục tiêu phát triển ngành thép đến năm 2010, tầm nhìn đến 2020:

Mục tiêu tổng quát: Phát triển ngành thép Việt Nam nhanh chóng trở thành một ngành phát triển hoàn chỉnh theo công nghệ truyền thống, sử dụng tối đa nguồn quặng sản có trong nước, trên cơ sở xây dựng khu liên hợp luyện kim công suất 4-5 triệu tấn thép /năm, sử dụng tối đa và có hiệu quả nguồn nguyên liệu khoáng trong nước, áp dụng các công nghệ mới hiện đại đang được sử dụng trên thế giới, cố gắng thoả mãn tối đa nhu cầu trong nước về thép cán (cả về số lượng, chủng loại, quy cách và chất lượng sản phẩm). Từ thay thế nhập khâu tiến tới xuất khâu sản phẩm thép. Phân đầu đến 2020 sẽ có một ngành thép phát triển bền vững với tốc độ tăng trưởng cao, bảo đảm tốt về chất lượng, đầy đủ về số lượng và chủng loại sản phẩm thép, đáp ứng cho nhu cầu phát triển kinh tế xã hội của đất nước.

Như vậy nhu cầu thép vào năm 2005 sẽ là 6.480 ngàn tấn; năm 2010 là 10 triệu tấn; năm 2015 là 16 triệu tấn và năm 2020 là 20 triệu tấn. Trong đó sản xuất trong nước theo mốc năm tương ứng chỉ đạt 51%; 61%; 62% và 70% vào năm 2020

Chiến lược phát triển ngành Điện Việt Nam giai đoạn 2004 - 2010, định hướng đến 2020

Quan điểm phát triển:

- Phát triển điện phải đi trước một bước để đáp ứng yêu cầu phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm an ninh, quốc phòng của đất nước trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, đáp ứng nhu cầu điện cho sinh hoạt của nhân dân; đảm bảo an ninh năng lượng quốc gia. Đẩy mạnh điện khí hoá nông thôn, vùng sâu, vùng xa, miền núi, hải đảo.

- Bảo đảm chất lượng điện năng để cung cấp dịch vụ điện với chất lượng ngày càng cao, giá cạnh tranh. Đặc biệt coi trọng tiết kiệm điện năng từ khâu phát, truyền tải đến khâu sử dụng.

- Sử dụng tiết kiệm và có hiệu quả các nguồn năng lượng sơ cấp của đất nước như nguồn thủy năng (kết hợp với thủy lợi), khí, dầu, than cho sản xuất điện, áp dụng thiết bị sử dụng khoa học, công nghệ tiên tiến và giảm ô nhiễm môi trường.

- Tiếp tục khảo sát, nghiên cứu, chuẩn bị các điều kiện để xây dựng nhà máy điện nguyên tử (sau năm 2015) đảm bảo an toàn tuyệt đối trong sử dụng, nhằm đa dạng hoá các nguồn năng lượng.

- Đẩy mạnh nghiên cứu phát triển các dạng năng lượng mới và tái tạo để đáp ứng nhu cầu sử dụng điện, đặc biệt đối với các hải đảo, vùng sâu, vùng xa.

- Từng bước hình thành thị trường điện lực cạnh tranh trong nước, đa dạng hoá phương thức đầu tư và kinh doanh điện, khuyến khích nhiều thành phần kinh tế tham gia, không biến độc quyền nhà nước thành độc quyền doanh nghiệp. Nhà nước chỉ giữ độc quyền khâu truyền tải, xây dựng và vận hành các nhà máy thủy điện lớn, các nhà máy điện nguyên tử. Chủ động trong việc tham gia, liên kết lưới điện và mua bán điện với các nước trong khu vực.

- Xây dựng giá điện phải đạt mục tiêu khuyến khích đầu tư cho phát triển ngành điện, tăng sức cạnh tranh về giá điện so với các nước trong khu vực, nhất là giá điện phục vụ sản xuất, tách phần chính sách xã hội ra khỏi giá điện. Có chính sách thích hợp về sử dụng điện ở nông thôn, miền núi.

- Kết hợp giữa điều hành mạng lưới điện thống nhất trong cả nước với xây dựng và điều hành hệ thống điện an toàn theo từng khu vực nhằm đồng bộ hoá, hiện đại hoá mạng lưới truyền tải, phân phối điện quốc gia để cung cấp dịch vụ điện đảm bảo chất lượng, liên tục, an toàn, hiệu quả.

Mục tiêu phát triển:

Mục tiêu phát triển của ngành Điện Việt Nam đến năm 2010 là: sử dụng tốt các nguồn thủy năng (kết hợp với thủy lợi), khí và than để phát triển cân đối nguồn điện. Xây dựng các cụm khí - điện - đạm ở Phú Mỹ và khu vực Tây Nam. Xúc tiến nghiên cứu, xây dựng thủy điện Sơn La. Nghiên cứu phương án sử dụng năng lượng nguyên tử. Đồng bộ hoá, hiện đại hoá mạng lưới phân phối điện quốc gia. Đa dạng hoá phương thức đầu tư và kinh doanh điện; có chính sách thích hợp về sử dụng điện ở nông thôn, miền núi. Tăng sức cạnh tranh về giá điện so với khu vực.

Mục tiêu cụ thể:

- Đáp ứng đầy đủ nhu cầu điện cho phát triển kinh tế - xã hội. Phần đầu đến năm 2005 đạt sản lượng khoảng 53 tỷ kWh; năm 2010 đạt sản lượng từ khoảng 88 đến 93 tỷ kWh và năm 2020 đạt sản lượng từ 201 đến 250 tỷ kWh.

- Đẩy nhanh chương trình đưa điện về nông thôn, miền núi, phần đầu đến năm 2010 đạt 90% số hộ dân nông thôn có điện, đến năm 2020 đạt 100% số hộ dân nông thôn có điện.

- Đảm bảo cân bằng tài chính bền vững.

- Đa dạng hoá phương thức đầu tư phát triển ngành và chuẩn bị các phương án nhập khẩu điện của các nước Lào, Campuchia và Trung Quốc.

- Đào tạo đội ngũ cán bộ có đủ trình độ chuyên môn và tinh thần trách nhiệm cao để đáp ứng yêu cầu phát triển ngày càng cao của ngành Điện.

- Thực hiện cơ chế hoạt động đa dạng hoá sản phẩm, bao gồm nhiều Công ty có tư cách pháp nhân theo mô hình Liên kết tài chính - Công nghiệp - Thương mại - Dịch vụ - Tư vấn.

- Kiểm soát và giảm nhẹ ô nhiễm môi trường trong các hoạt động điện lực.

Chiến lược phát triển:

Phát triển đồng bộ nguồn và lưới điện theo hướng hiện đại. Phát triển thủy điện, nhiệt điện than, nhiệt điện khí, điện nguyên tử..., kết hợp trao đổi, liên kết lưới điện với các nước trong khu vực. Tổng công ty Điện lực Việt Nam chỉ đầu tư những công trình phát điện có công suất từ 100 MW trở lên, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp khác đầu tư các công trình có công suất nhỏ hơn. Phát triển nhanh, đồng bộ, hiện đại hệ thống truyền tải, phân phối nhằm nâng cao độ tin cậy, an toàn cung cấp điện và giảm tổn thất điện năng.

Chiến lược phát triển ngành cơ khí Việt Nam đến năm 2010, tầm nhìn tới 2020

Quan điểm phát triển ngành cơ khí Việt Nam

- Cơ khí là một trong những ngành công nghiệp nền tảng, có vai trò quan trọng trong việc phát triển kinh tế, củng cố an ninh, quốc phòng của đất nước.

- Tập trung phát triển ngành cơ khí một cách có hiệu quả, bền vững trên cơ sở phát huy mọi nguồn lực trong nước kết hợp với nguồn lực bên ngoài. Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia phát triển ngành cơ khí một cách có tổ chức, phân công và hợp tác hợp lý, đồng thời tiếp tục đổi mới, sắp xếp phát triển và củng cố doanh nghiệp nhà nước về cơ khí đủ mạnh để giữ vai trò nòng cốt, là lực lượng chủ lực của ngành.

- Tập trung phát triển một số chuyên ngành, sản phẩm cơ khí trọng điểm nhằm khai thác, phát huy tốt nhất tiềm năng (tài nguyên, nguồn nhân lực) để đáp ứng các yêu cầu cơ bản của công cuộc phát triển đất nước.

- Tăng cường năng lực tự nghiên cứu, chế tạo, đồng thời đẩy mạnh việc tiếp thu, ứng dụng khoa học, công nghệ tiên tiến nhằm đạt trình độ công nghệ trung bình tiên tiến của châu Á, tạo thêm nhiều sản phẩm cơ khí có khả năng cạnh tranh cao.

- Nâng cao khả năng chuyên môn hóa và hợp tác hóa, nâng cao năng lực của ngành cơ khí, tạo tiền đề phát triển các ngành công nghiệp khác của đất nước.

Mục tiêu

. Mục tiêu chung:

Ưu tiên phát triển một số chuyên ngành và sản phẩm cơ khí trọng điểm sau đây để đáp ứng về cơ bản nhu cầu của nền kinh tế quốc dân:

- Thiết bị toàn bộ,
- Máy động lực,
- Cơ khí phục vụ nông - lâm - ngư nghiệp và công nghiệp chế biến,
- Máy công cụ,
- Cơ khí xây dựng,
- Cơ khí đóng tàu thủy,
- Thiết bị kỹ thuật điện - điện tử,
- Cơ khí ô tô - cơ khí giao thông vận tải.

. Mục tiêu cụ thể:

Phấn đấu đến năm 2010 ngành cơ khí đáp ứng 45 - 50% nhu cầu sản phẩm cơ khí của cả nước, trong đó xuất khẩu đạt 30% giá trị sản lượng.

Định hướng chiến lược phát triển một số chuyên ngành và nhóm sản phẩm cơ khí quan trọng:

. Thiết bị toàn bộ

Nâng cao năng lực chế tạo thiết bị toàn bộ với công nghệ tiên tiến. Sản xuất được thiết bị có độ phức tạp cao để thay thế sản phẩm nhập khẩu và từng bước xuất khẩu. Nâng cao năng lực thiết kế thiết bị toàn bộ, gắn kết có hiệu quả với công nghệ của từng ngành công nghiệp. Phấn đấu đáp ứng 40% nhu cầu thiết bị toàn bộ trong nước vào năm 2010. Trước mắt tập trung cho các lĩnh vực sau: sản xuất bột giấy và giấy, sản xuất xi măng và vật liệu xây dựng, sản xuất điện và dầu khí, cấp nước sạch, công nghiệp chế biến...

. Máy động lực

Phát triển ngành chế tạo máy động lực trở thành lĩnh vực công nghiệp mạnh của Việt Nam, thông qua các chương trình, dự án đầu tư chiều sâu, hiện đại hoá thiết bị và công nghệ, nâng cao năng lực chế tạo máy động lực, nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm.

Đến năm 2010 đáp ứng 60 - 70% nhu cầu trong nước về máy động lực cỡ trung và cỡ nhỏ, sản xuất được động cơ thủy 400 mã lực trở lên với tỷ lệ nội địa hóa 35 - 40%.

. Máy kéo và máy nông nghiệp

Đầu tư sản xuất đáp ứng đủ nhu cầu trong nước về máy kéo 2 bánh có công suất 6 - 8 - 12 mã lực. Sản xuất máy kéo 4 bánh có công suất 18 - 20 - 25 mã lực, từng bước sản xuất máy kéo 4 bánh công suất tới 30 mã lực. Đến năm 2010 sản xuất được máy kéo 4 bánh cỡ trung công suất 50 - 80 mã lực.

Tập trung đầu tư, xây dựng chuyên ngành chế tạo máy nông nghiệp đủ mạnh, bao gồm máy canh tác, máy chế biến và thiết bị bảo quản các sản phẩm nông nghiệp, nhằm đáp ứng nhu cầu trong nước, từng bước xuất khẩu. Khuyến khích các cơ sở sản xuất vừa và nhỏ, cơ khí các địa phương tham gia chế tạo thiết bị máy móc phục vụ nông nghiệp và công nghiệp chế biến một cách có tổ chức, phân công và hợp tác hợp lý với các doanh nghiệp cơ khí trong và ngoài địa phương.

. Máy công cụ

Ưu tiên phát triển ngành chế tạo máy công cụ nhằm đáp ứng nhu cầu của các ngành công nghiệp. Nghiên cứu thiết kế, chế tạo các mẫu máy hiện đại (ứng dụng công nghệ PLC, CNC) và các thiết bị gia công đặc biệt. Đẩy mạnh chương trình hiện đại hóa theo hướng điện tử - tin học hóa (CNC) dần máy công cụ hiện có trong các cơ sở công nghiệp.

. Cơ khí tàu thủy

Phát triển ngành công nghiệp tàu thủy Việt Nam theo hướng trở thành một chuyên ngành kinh tế kỹ thuật đồng bộ từ đào tạo, nghiên cứu, thiết kế đến sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, đáp ứng nhu cầu đổi mới cơ cấu đội tàu hoạt động trong nước và nước ngoài. Phấn đấu đến năm 2010 Việt Nam thành quốc gia có nền công nghiệp tàu thủy phát triển vào loại trung bình tiên tiến trong khu vực, đáp ứng nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội đất nước, góp phần củng cố an ninh, quốc phòng và từng bước xuất khẩu tàu thủy. Đến năm 2010 đủ năng lực đóng mới hầu hết các phương tiện thủy nội địa, tàu công trình, đánh bắt hải sản, tàu biển trọng tải dưới 15.000 DWT; đảm nhận 70 - 75% nhu cầu đóng tàu chở hàng 15.000 - 50.000 DWT và đóng được tàu dầu 100.000 DWT. Sửa chữa đồng bộ tất cả các cấp tàu quốc gia trọng tải đến 400.000 DWT. Nhanh chóng hình thành và phát triển các ngành công nghiệp hỗ trợ, như sản xuất thép tấm đóng tàu, lắp ráp các động cơ thủy đến 6.000 mã lực và chế tạo lắp ráp các thiết bị trên boong, thiết bị điện, điện tử, khí hải, nhằm nâng tỷ lệ nội địa hóa lên 60% đối với sản phẩm tàu đóng mới, đến năm 2020 phấn đấu đạt tỷ lệ nội địa hóa 70%.

. Thiết bị điện

Xây dựng ngành sản xuất thiết bị điện hiện đại, đến năm 2020 đạt trình độ tiên tiến trong khu vực về công nghiệp thiết bị điện và vật liệu điện. Đầu tư mới, đầu tư chiều sâu thiết bị điện với công nghệ tiên tiến để nhanh chóng nâng cao năng lực chế tạo thiết bị điện, nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm, đáp ứng phần lớn nhu cầu trong nước, thay thế các thiết bị nhập khẩu, đẩy mạnh xuất khẩu sản phẩm ra thị trường khu vực và thế giới.

. Cơ khí ô tô và cơ khí giao thông vận tải

Phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam trên cơ sở tiếp thu và ứng dụng công nghệ tiên tiến của thế giới, kết hợp với khai thác và từng bước nâng cao công nghệ và thiết bị

hiện có, đáp ứng phần lớn nhu cầu thị trường ô tô trong nước, hướng tới xuất khẩu ô tô và phụ tùng.

Đầu tư chiều sâu, bổ sung công nghệ, thiết bị lắp ráp để sản xuất xe, máy công trình như trạm trộn bê tông nhựa nóng, máy rải thảm bê tông nhựa, xe lu các loại, trạm nghiền sàng đá công suất 100 - 300 tấn/giờ,...

Chiến lược phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam đến năm 2010, tầm nhìn tới năm 2020

Mục tiêu chung

Phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam trên cơ sở tiếp thu và ứng dụng công nghệ tiên tiến của thế giới, kết hợp với khai thác và từng bước nâng cao công nghệ và thiết bị hiện có, đáp ứng phần lớn nhu cầu thị trường ô tô trong nước, hướng tới xuất khẩu ô tô và phụ tùng.

Mục tiêu cụ thể

- Về loại xe phổ thông: đáp ứng 40 - 50% nhu cầu trong nước về số lượng và đạt tỷ lệ nội địa hoá đến 40% vào năm 2005; đáp ứng trên 80% nhu cầu trong nước về số lượng và đạt tỷ lệ nội địa hoá 60% vào năm 2010 (riêng động cơ phần đầu đạt tỷ lệ nội địa hoá 50% và hộp số đạt 90%);

- Về loại xe chuyên dùng: đáp ứng 30% nhu cầu trong nước về số lượng và đạt tỷ lệ nội địa hoá 40% vào năm 2005, tiến tới đáp ứng 60% nhu cầu trong nước về số lượng và đạt tỷ lệ nội địa hoá 60% vào năm 2010;

- Về các loại xe cao cấp: các loại xe du lịch do các liên doanh sản xuất phải đạt tỷ lệ nội địa hoá 20 - 25% vào năm 2005 và 40 - 45% vào năm 2010, đáp ứng 80% nhu cầu các loại xe tải, xe buýt cao cấp đạt tỷ lệ nội địa hoá 20% vào năm 2005 và 35 - 40% vào năm 2010.

Định hướng chiến lược

. Về sản phẩm

- Sản xuất các loại ô tô thông dụng (xe tải nhỏ, xe du lịch, xe chở khách nhỏ, xe buýt,...) và chuyên dùng (xe chở xăng, xe cứu hoả, xe cứu thương loại nhỏ, xe đông lạnh, xe chở xi măng, xe phun nước rửa đường,...) có giá cạnh tranh và phù hợp với các điều kiện cụ thể của Việt Nam.

- Sản xuất các loại xe cao cấp để đáp ứng hợp lý nhu cầu trong nước và xuất khẩu.

- Tập trung sản xuất động cơ ô tô đạt tỷ lệ nội địa hoá phù hợp với quy định.

. Về tổ chức sản xuất

Tổ chức sản xuất ô tô và phụ tùng ô tô quy mô công nghiệp theo hướng chuyên môn hoá, hợp tác hoá.

Khuyến khích mọi thành phần kinh tế phát triển sản xuất phụ tùng ô tô nhất là sản xuất linh kiện cho động cơ.

Chiến lược phát triển ngành công nghiệp hóa chất Việt Nam đến năm 2010, có tính đến năm 2020

Quan điểm phát triển.

- Công nghiệp hóa chất là một trong các ngành công nghiệp trọng điểm được ưu tiên phát triển phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước trong từng thời kỳ.

- Phát triển công nghiệp hóa chất trên cơ sở coi trọng hiệu quả kinh tế và phù hợp với xu thế hội nhập quốc tế. Cơ cấu ngành được phát triển một cách có chọn lọc ở cả hai lĩnh vực sản xuất tư liệu sản xuất và sản xuất tư liệu tiêu dùng, gắn với nhiệm vụ củng cố an ninh, quốc phòng và an ninh lương thực quốc gia.

- Phát triển công nghiệp hóa chất trên cơ sở huy động mọi nguồn lực trong và ngoài nước. Sử dụng có hiệu quả nguồn tài nguyên thiên nhiên, như khoáng sản, thực vật nhiệt đới. Có các chính sách phù hợp để thu hút đầu tư nước ngoài đối với các công trình có nhu cầu vốn lớn mà trong nước chưa đáp ứng được, đòi hỏi công nghệ cao.

- Đầu tư phát triển công nghiệp hóa chất bằng công nghệ tiên tiến, nhằm tạo ra các sản phẩm có chất lượng cao, giá thành có sức cạnh tranh, bảo đảm môi trường sinh thái.

- Phát triển công nghiệp hóa chất phải gắn với việc cơ cấu lại ngành công nghiệp, phân bố lại lực lượng sản xuất ở quy mô toàn quốc và thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Mục tiêu chung.

- Góp phần tạo nên sự đồng bộ, thống nhất trong việc triển khai thực hiện chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước: Chiến lược phát triển công nghiệp hóa chất phải đồng bộ, phù hợp với chiến lược phát triển của các ngành khác, nhằm tạo nên sự phát triển thống nhất trong toàn ngành công nghiệp.

- Xây dựng ngành công nghiệp hóa chất có cơ cấu tương đối hoàn chỉnh, bao gồm cả sản xuất tư liệu sản xuất và tư liệu tiêu dùng, phục vụ cho nhiều ngành công nghiệp khác và đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu trong nước và đẩy mạnh xuất khẩu.

- Góp phần phân bố hợp lý lực lượng sản xuất theo ngành và theo vùng lãnh thổ, tạo nên sự phát triển cân đối, hợp lý trong nội bộ ngành công nghiệp.

Định hướng phát triển một số nhóm sản phẩm.

- Sản phẩm phân bón: đầu tư chiều sâu, đổi mới công nghệ, thiết bị đối với các nhà máy sản xuất phân lân, phân NPK, phân hữu cơ sinh học, phát triển đa dạng các loại phân hỗn hợp, nâng cao hàm lượng dinh dưỡng, phục vụ nhu cầu sử dụng trong nước và xuất khẩu. Tập trung vốn đầu tư các nhà máy sản xuất phân đạm từ khí thiên nhiên, từ than, một số nhà máy sản xuất NPK theo công nghệ tiên tiến, nhà máy sản xuất DAP. Tận dụng các loại phế thải để sản xuất phân bón hữu cơ sinh học, góp phần giảm thiểu ô nhiễm môi trường, chủ động nhập khẩu các

chủng vi sinh vật hữu ích để sản xuất phân hữu cơ sinh học và phân vi sinh theo nhu cầu sử dụng.

- Sản phẩm thuốc bảo vệ thực vật (BVTV): thay thế công nghệ gia công lạc hậu bằng công nghệ gia công tiên tiến, tạo ra sản phẩm dễ sử dụng, thân thiện với môi trường. Đẩy mạnh nghiên cứu, sản xuất các sản phẩm gốc sinh học, sử dụng các hoạt chất thế hệ mới, các dung môi ít gây ô nhiễm môi trường, phù hợp với những quy định của khu vực và quốc tế.

- Các sản phẩm hóa dầu: thu hút vốn đầu tư của mọi thành phần kinh tế, đặc biệt là đầu tư nước ngoài, nhằm khai thác có hiệu quả tài nguyên dầu và khí. Kết hợp có hiệu quả giữa các công trình lọc, hóa dầu, chế biến khí để tạo ra được các sản phẩm hóa dầu thượng nguồn, làm nguyên liệu cho các ngành công nghiệp khác cùng phát triển.

- Sản phẩm hóa chất cơ bản: các sản phẩm hóa chất phục vụ sản xuất công nghiệp mà trọng tâm là các sản phẩm hóa chất cơ bản cần được tập trung đầu tư để đảm bảo đủ các loại axit cho sản xuất phân bón, xút cho các ngành dệt, giấy, tuyển quặng, chất tẩy rửa và các sản phẩm khác. Lựa chọn thời điểm thích hợp để đầu tư sản xuất soda, một số loại oxit kim loại như oxit titan, oxit manhe và các loại khác.

- Sản phẩm điện hóa, các sản phẩm khí công nghiệp: đẩy mạnh sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước. Từng bước tiếp cận công nghệ mới để có thể sản xuất được các sản phẩm có yêu cầu công nghệ cao như các loại pin - ắc quy đặc chủng, các loại khí hiếm.

- Sản phẩm hóa chất phục vụ tiêu dùng: đối với các sản phẩm này cần tiếp tục đẩy mạnh sản xuất, tăng thêm về số lượng, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm để thỏa mãn nhu cầu ngày càng tăng của thị trường trong nước.

Kết luận

Với sự gia tăng quy mô của nền kinh tế toàn cầu vào năm 2020, trên thế giới sẽ có nhiều sự thay đổi ấn tượng. Với sự đầu tư mạnh mẽ vào các ngành công nghệ cao, những nước như Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, Đức, Ấn Độ và EU sẽ nằm trong nhóm các nước dẫn đầu nền kinh tế thế giới. Mặc dù trên quy mô kinh tế toàn cầu đang có xu thế dịch chuyển sang tăng nhanh khu vực dịch vụ, nhưng việc duy trì và tốc độ phát triển cao của các ngành như công nghiệp ô-tô, năng lượng, y tế và dược phẩm, chế tạo công nghiệp, viễn thông, v.v... chắc chắn sẽ làm cho cuộc cạnh tranh kinh tế toàn cầu giữa các khối nước, nhóm nước nói chung và các nước nói riêng ngày càng trở nên khốc liệt. Việc đẩy nhanh quá trình toàn cầu hoá tới tầm năm 2020 đang đặt ra và thách thức mới với nguồn nhân lực có kỹ năng, sự đổi mới và triển khai các công nghệ mới, đồng thời đặt ra nhiều yêu cầu đối với công tác quản lý doanh nghiệp, điều phối kinh doanh, cũng như trong quan hệ đối với đối tác và khách hàng.

Với những định hướng chiến lược phát triển một số ngành công nghiệp đã được vạch ra tới tầm năm 2020, nền kinh tế và công nghiệp Việt Nam đang đứng trước nhiều thách thức và cơ hội mới đang mở ra trước quá trình hội nhập quốc tế sắp tới. Với hiện trạng tiềm lực công nghiệp Việt Nam hiện nay, ngoài việc lựa chọn đúng đắn và tập trung đẩy mạnh phát triển nhanh chóng các ngành công nghiệp có lợi thế cạnh tranh, có thị trường và giải quyết được nhiều lao động, như chế biến nông – lâm – thủy sản, thực phẩm, lắp ráp điện tử, vật liệu xây dựng, năng lượng, hoá chất, luyện kim v.v..., việc đẩy mạnh phát triển các ngành công nghệ cao, xây dựng các tập đoàn kinh tế các tổng công ty lớn, có khả năng chiếm lĩnh một số thị trường thế giới và khu vực có ý nghĩa sống còn đối với nền kinh tế nước ta.

Trước cánh cửa hội nhập quốc tế đang rộng mở và chờ đón, việc dự đoán và nắm vững các chiều hướng phát triển kinh tế thế giới từ nay tới tầm năm 2020, để từ đó có các điều chỉnh chiến lược đối với nền kinh tế Việt Nam có ý nghĩa quyết định đối với việc đưa nền công nghiệp nước ta trở thành bộ phận hữu cơ của hệ thống công nghiệp khu vực và thế giới tới đây, cũng như đối với việc nâng cao vị thế của Việt Nam trên vũ đài chính trị và kinh tế quốc tế.

Phòng Phân tích Thông tin

Tài liệu tham khảo

1. Foresight 2020: Economic, industry and corporate trends. A report from the Economist Intelligence Unit, 3/2006;
2. CEO Briefing: Corporate priorities for 2006 and beyond, the Economist Intelligence Unit, 1/2006;
3. The service economy in OECD countries, STI working paper, OECD, 3/2005;
4. Globalisation and the Rise of Cross-Border Mergers and Acquisition: A new accenture, Economist Intelligence Unit survey, 2006;
5. Private equity in Japan, Fuelling the next M&A wave? A report from the Economist Intelligence Unit in co-operation with Ernst & Young Transaction Advisory Services, 6/2006;
6. World data: Economic data & Forecasts, The Economist Intelligence Unit, 2005;
7. [Trading Up: Economic perspectives on development issues in the multilateral trading system](#), Trade Directorate, OECD, 6/2006;
8. [OECD Trade Policy Working Paper No. 34: Liberalising network infrastructure services and the GATS](#). 5/2006;
9. World Economy Forecast, National Institute of Economic and Social Research, 4/2005;
10. World Economy Gradually Losing Momentum, The Kiel Institute for the World Economy, 1/2006;
11. C. Fred Bergsten, The Risks Ahead for the World Economy, Institute for International Economics, 9/2005;
12. Prospects for the Global Economy, World Bank, 5/2006;
13. Global Development Finance 2006: The Development Potential of Surging Capital Flows, World Bank, 2006;
14. Rgemonitor.com/blog: Trends and Forecasts for the U.S. and Global Economy in 2006, 1/2006;
15. Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen: A forecast of International Business and trade shifts, Georgetown University, 2005;
16. Vdf.org.vn: Về chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam đến năm 2020, 3/2005;
17. Tình hình xây dựng chiến lược phát triển KT-XH ở Việt Nam đến năm 2020, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 6/2005;
18. Moi.gov.vn: Chiến lược phát triển một số ngành công nghiệp Việt Nam đến năm 2010, định hướng đến năm 2020.