

Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp khi Việt Nam trở thành thành viên của WTO

ĐẶNG THỊ HIẾU LÁ

Trong các tổ chức kinh tế quốc tế hiện nay, Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) là tổ chức thương mại toàn cầu lớn nhất và quan trọng nhất. WTO đưa ra các yêu cầu rất cao về minh bạch hóa các quy định thương mại, về cắt giảm thuế quan nhập khẩu, tiến tới xoá bỏ thuế quan, tự do hóa thương mại hàng hóa, dịch vụ đầu tư, sở hữu trí tuệ, về thực hiện Quy chế Tối huệ quốc, hay bình thường hóa thương mại...

Việt Nam chính thức gửi đơn xin gia nhập WTO từ tháng 01 năm 1995, cho đến nay đã qua nhiều cuộc đàm phán song phương và cả đa phương. Việt Nam đã nhận được sự ủng hộ và các cam kết hỗ trợ về nhiều mặt của nhiều nước và nhiều tổ chức kinh tế quốc tế, như IMF, WB, ADB... Việt Nam đang cố gắng hết sức mình, vượt qua mọi thách thức, rào cản, quyết tâm trở thành thành viên của WTO vào một tương lai không xa.

I. NHỮNG CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CỦA CÁC DOANH NGHIỆP KHI VIỆT NAM TRỞ THÀNH THÀNH VIÊN CỦA WTO

1. Những cơ hội chủ yếu

- Các doanh nghiệp Việt Nam sẽ được đối xử tối huệ quốc vô điều kiện; thuế nhập khẩu vào các nước thành viên của WTO sẽ được giảm đáng kể, được hưởng một cơ chế tranh chấp thương mại bình đẳng với các nước trong WTO khi có tranh chấp xảy ra; được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GSP) vì Việt Nam là nước đang phát triển.

- Hàng hóa của các doanh nghiệp sẽ có điều kiện thâm nhập và mở rộng thị trường ra nước ngoài, nhất là những thị trường có sức mua lớn như thị trường Mỹ, Canada,

Tây Âu..., tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có hiệu quả hơn trong phân công lao động quốc tế, giúp sử dụng hợp lý và có hiệu quả các nguồn lực (do nguồn lực xã hội chuyển từ những ngành cạnh tranh chủ yếu, hiệu quả thấp sang các ngành có hiệu quả cao hơn).

- Sẽ làm tăng sức hấp dẫn thu hút đầu tư nước ngoài, bổ sung nguồn vốn quan trọng cho đầu tư phát triển, góp phần khai thác và nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực trong nước, giúp cho các doanh nghiệp có điều kiện phát huy tốt hơn lợi thế nguồn nhân lực có trình độ cao của chính doanh nghiệp và cho cả Việt Nam nói chung, thúc đẩy nhanh quá trình CNH, HĐH, tạo ra nhiều hàng hóa xuất khẩu và thúc đẩy thị trường nông nghiệp, nông thôn phát triển.

- Việt Nam sẽ có nhiều điều kiện và cơ hội thuận lợi trong việc tiếp nhận chuyển giao và phát triển năng lực khoa học công nghệ hiện đại, kinh nghiệm quản lý tiên tiến của thế giới, tham gia nhiều hơn vào các chương trình hợp tác khoa học công nghệ đa phương và song phương, tăng thêm các nguồn hỗ trợ kỹ thuật, tăng năng lực cạnh tranh khi gia nhập các chế định kinh tế quốc tế với tư cách là nước đang phát triển.

- Tạo điều kiện cho các doanh nhân và nhân dân cả nước, nhất là nhân dân ở các thành phố lớn có cơ hội tiếp cận, lựa chọn những sản phẩm phong phú với giá cả phù hợp, chất lượng phù hợp v.v...

2. Những thách thức của các doanh nghiệp

- Các doanh nghiệp phải hoạt động theo hệ thống pháp luật của WTO. Điều này đòi

Đặng Thị Hiếu Lá, TSKH, Viện Kinh tế Việt Nam.

hỏi các doanh nghiệp phải nâng cao tính sáng tạo và khả năng thích nghi của mình với những thông lệ quốc tế, với những hoạt động kinh tế mang tính toàn cầu; đội ngũ cán bộ của các doanh nghiệp phải thực sự tinh thông về chuyên môn, nghiệp vụ, giỏi về ngoại ngữ và năng lực quản lý, hiểu rõ phong tục tập quán của các đối tác.

- Các chính sách vĩ mô của Chính phủ phải hướng vào mở cửa thị trường nội địa, mở cửa các lĩnh vực ngân hàng, bảo hiểm, viễn thông, tư vấn,... Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp phải đủ sức chạy đua với các cuộc cạnh tranh gay gắt thị trường trên tất cả các mặt: công nghệ, chất lượng, giá cả, tiếp thị, việc làm... Trong quá trình này phải chấp nhận cả sự phá sản của những doanh nghiệp không đủ sức cạnh tranh trên thị trường ngay ở thị trường trong nước.

- Nguồn nhân lực của các doanh nghiệp tuy dồi dào, nhưng lao động có trình độ chuyên môn kỹ thuật cao không nhiều, chưa đáp ứng được yêu cầu của quá trình hội nhập.

- Khi tham gia WTO, các doanh nghiệp phải tự cơ cấu lại mô hình hoạt động. Quá trình này có thể phải đào thải hàng loạt những lao động không đủ năng lực chuyên môn, làm gia tăng thêm đội quân thất nghiệp, phân hóa giàu nghèo v.v...

II. THỰC TRẠNG KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

1. Những vấn đề chung về cạnh tranh

Thế nào là cạnh tranh? Cho đến nay có nhiều định nghĩa khác nhau về cạnh tranh. Theo cách hiểu thông thường, cạnh tranh là quá trình mà các chủ thể tìm mọi biện pháp để vượt lên so với các đối thủ về một lĩnh vực nhất định. Trong nhiều trường hợp, quá trình này được hiểu như là sự thi đua hay sự ganh đua... Cạnh tranh cũng có thể được hiểu là quá trình tạo ra sự nổi trội của chủ thể so với các đối thủ. Đây là một quá trình sáng tạo và đổi mới có tính chất toàn diện.

Thế nào là cạnh tranh của các doanh nghiệp? Các doanh nghiệp - nhân tố trực tiếp tham gia và chịu sự tác động trực tiếp của tiến trình hội nhập. Họ phải nỗ lực tăng cường năng lực cạnh tranh của chính mình bằng việc thúc đẩy công tác nghiên cứu và thực hiện các biện pháp nâng cao trình độ quản lý kinh doanh; đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm; tăng hiệu quả hoạt động tài chính của chính doanh nghiệp; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và tiếp thị; nâng cao mặt bằng công nghệ và tri thức, nhất là mức độ nghiên cứu và triển khai công nghệ, v.v... Tạo điều kiện hạ giá thành và giá bán ra của hàng hóa.

Đồng thời, dưới áp lực của cạnh tranh, Nhà nước cần tiếp tục thực hiện chính sách mở cửa, cải thiện môi trường đầu tư cho mọi thành phần kinh tế, phát triển các thị trường, đặc biệt là thị trường tài chính và thị trường lao động; cải thiện đáng kể kết cấu hạ tầng, góp phần hỗ trợ cho đầu tư của các thành phần kinh tế và tăng năng suất lao động nói chung; tạo lập môi trường thể chế có hiệu quả theo hướng khuyến khích cạnh tranh và phù hợp với thông lệ cũng như các cam kết quốc tế, v.v... Nói một cách khác, giữa nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh quốc gia có mối quan hệ tương hỗ. Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vừa là bộ phận cấu thành, vừa là một trong những mục tiêu của nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng vượt qua các đối thủ cạnh tranh để duy trì và phát triển chính bản thân doanh nghiệp. Thông thường, người ta đánh giá khả năng này thông qua các yếu tố nội tại của doanh nghiệp như: qui mô; khả năng tham gia cạnh tranh và rút khỏi thị trường; sản phẩm; năng lực quản lý; năng suất lao động; trình độ công nghệ và lao động. Tuy nhiên, những khả năng này lại bị tác động đồng thời bởi nhiều yếu tố bên ngoài (Nhà nước và các thể chế trung gian). Theo quan niệm này, doanh nghiệp nào có khả năng đổi

mới và sáng tạo lớn thì doanh nghiệp đó có khả năng cạnh tranh cao. Hơn nữa, để có khả năng cạnh tranh cao, các doanh nghiệp đó không phải là những nguồn lực phát triển có tính chất truyền thống như nguồn đất đai sẵn có, nguồn nhân lực cơ bắp mà phải là những nguồn nhân lực tiên tiến, tinh hoa như đội ngũ chuyên gia đầu ngành, đội ngũ các nhà khoa học, đội ngũ công nhân kỹ thuật cao. Nguồn nhân lực tinh hoa này, đương nhiên, không phải sẵn có, mà cần được xây dựng thông qua một hệ thống đào tạo đạt trình độ phát triển cao và có chất lượng cao. Trường phái kinh doanh Harvard Mỹ đã chỉ ra điều kiện tiên quyết để tạo lập khả năng cạnh tranh cao của một tập đoàn hay của một hãng là phải có các nhà kinh doanh năng động, có nghĩa là yếu tố cốt lõi để tạo nên khả năng cạnh tranh trong kinh doanh là con người. Năng lực kinh doanh của ngành còn thể hiện ở thị phần, cơ cấu và khả năng cạnh tranh nội bộ ngành, các ngành công nghiệp phụ trợ và sự kết hợp các yếu tố đó với nhau.

Khi nói tới khả năng cạnh tranh của một quốc gia, người ta thường nói tới khả năng cải thiện thu nhập, tạo nhiều việc làm cho dân cư hoặc khả năng tăng năng suất tổng hợp các yếu tố của nền kinh tế quốc dân... thông qua các chỉ số lợi thế so sánh hữu hiệu, chi phí nguồn lực trong nước, mức độ bảo hộ danh nghĩa, hệ số bảo hộ hữu hiệu, tỷ giá hối đoái hữu hiệu... Còn năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện ở khả năng cung cấp các sản phẩm và dịch vụ với giá cả thấp hoặc hợp lý, chất lượng cao, uy tín cao, thực hiện tốt các cam kết với các bạn hàng và làm hài lòng khách hàng.

Nói tới khả năng cạnh tranh của một nền kinh tế của một quốc gia phải xem xét trên 3 mặt: khả năng cạnh tranh của từng ngành, từng mặt hàng và loại hình dịch vụ; khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp; khả năng cạnh tranh của cả quốc gia. Ba mặt nói trên gắn bó mật thiết với nhau, tác động qua lại lẫn nhau, không thể thiếu mặt nào. Về khả năng cạnh tranh của các doanh

nh nghiệp được thể hiện ở chiến lược kinh doanh thích hợp và hiệu quả kinh doanh từ khâu nắm bắt thông tin đến khâu tổ chức sản xuất; từ đổi mới công nghệ đến phương pháp quản lý, phục vụ; từ đổi mới mặt hàng, các loại hình dịch vụ đến công việc tiếp thị quảng cáo... Tất cả những yếu tố này có liên quan mật thiết tới qui mô của doanh nghiệp, khả năng tham gia và chấm dứt kinh doanh; chất lượng sản phẩm.

2. Thực trạng khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam

a. Về qui mô, tình hình cải cách và phát triển các loại hình doanh nghiệp ở Việt Nam

• Về quy mô

Xét về tổng thể, hơn 90% doanh nghiệp ở Việt Nam là doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong mọi ngành nghề và lĩnh vực hoạt động, chưa doanh nghiệp nào của Việt Nam (kể cả DNNN và doanh nghiệp tư nhân (DNTN)) được xếp hạng theo danh mục thông lệ của quốc tế.

Từ năm 2001, Việt Nam mới bắt đầu có những thay đổi có tính chất đột phá trong cải cách và phát triển các loại hình doanh nghiệp. Điều này được thể hiện trong lý luận, nhận thức và triển khai các giải pháp cụ thể đối với các DNNN lẫn các doanh nghiệp tư nhân, đối với cả các doanh nghiệp trong nước lẫn các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

• Tình hình cải cách và phát triển các loại hình doanh nghiệp

- Cổ phần hóa các DNNN.

Trong giai đoạn 2002 - 2005 cả nước đã thực hiện sắp xếp được 2.857 DNNN. Trong đó cổ phần hóa được 1.277 doanh nghiệp; giao và bán 209 doanh nghiệp; khoán kinh doanh 19 doanh nghiệp; sáp nhập và hợp nhất 172 doanh nghiệp; giải thể 66 doanh nghiệp; phá sản 6 doanh nghiệp; chuyển thành đơn vị sự nghiệp có thu 58 doanh nghiệp; 22 doanh nghiệp chuyển sang hoạt động theo mô hình công ty trách nhiệm hữu hạn nhà nước một thành viên;...

Nhìn chung, tiến độ sắp xếp lại các DNNN trong những năm 2002 - 2005 còn chậm, chưa đạt được kế hoạch đề ra, vẫn còn nhiều bộ, địa phương, Tổng công ty 91 chưa thực hiện chuyển đổi được doanh nghiệp nào; hầu hết các doanh nghiệp được cổ phần hóa đều có quy mô nhỏ và vừa với số vốn bình quân chỉ trên, dưới 10 tỷ VNĐ/doanh nghiệp. Những doanh nghiệp cổ phần hóa được coi là có quy mô tương đối lớn cũng chỉ đạt ở mức bình quân trên, dưới 20 tỷ VNĐ/doanh nghiệp, Nhà nước vẫn nắm giữ cổ phần chi phối.

- Chuyển công ty nhà nước sang mô hình công ty mẹ - công ty con

Thực chất của việc chuyển đổi trên là thay thế sự liên kết kiểu hành chính trong các tổng công ty nhà nước bằng sự liên kết về chi phối lẫn nhau giữa các doanh nghiệp bằng đầu tư, góp vốn, bí quyết công nghệ, thương hiệu hoặc thị trường. Trong quá trình đó, doanh nghiệp chiếm cổ phần tuyệt đối, giữ quyền chi phối được gọi là công ty mẹ; các doanh nghiệp khác được gọi là các công ty con; các công ty con thường có vốn góp dưới mức chi phối ở các công ty liên kết. Sự liên kết này dựa trên cơ sở tự nguyện, nhưng rất bền chặt, đi vào chiều sâu và mang tính thị trường. Tuy nhiên, tình hình này diễn ra ở Việt Nam còn chậm. Tính đến tháng 9-2005, Thủ tướng Chính phủ mới cho phép 52 doanh nghiệp thí điểm theo mô hình công ty mẹ - công ty con.

- Phát triển các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân

Kể từ khi Luật Doanh nghiệp được Quốc hội thông qua năm 1999 và có hiệu lực từ ngày 01-01-2000, các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân đã có những bước phát triển trên nhiều phương diện. Số doanh nghiệp đăng ký kinh doanh tiếp tục tăng nhanh. Thời kỳ 1991 -1999 cả nước chỉ có 45.000 DNTN, đến tháng 9-2003 đã có 72.601 doanh nghiệp mới được đăng ký; năm 2004, cả nước đã có thêm 35.000 DNTN được đăng ký, tăng 26,2% so với năm 2003.

Số DNTN đăng ký trung bình hàng năm hiện nay bằng 3,75 lần so với trung bình hàng năm của thời kỳ 1991 - 1999.

Số lượng vốn đăng ký và thực hiện cũng được tăng: năm 2001 - 2003 đạt 145.000 tỷ VNĐ (tương đương khoảng 9,5 tỷ USD); riêng năm 2004 đạt 72.100 tỷ VNĐ, tăng 24,1% so với năm 2003. Nhìn chung các DNTN có môi trường kinh doanh về cơ bản được thông thoáng và thuận lợi. Tuy nhiên họ cũng còn gặp không ít những khó khăn, như: những bất cập về truyền thống, sự hạn chế trong tiếp cận các nhân tố của sản xuất cũng như trong tiếp cận thông tin của khoa học công nghệ; khung pháp lý chưa đồng bộ, chưa cụ thể; thiếu thông tin về thị trường, về dịch vụ tư vấn, tiếp thị, xúc tiến thương mại...

- Cải thiện môi trường hoạt động của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài

Kể từ khi được ban hành năm 1987, đến nay Luật Đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam được hoàn thiện, thông thoáng hơn, phù hợp với xu hướng hội nhập và tạo điều kiện thu hút nguồn vốn FDI vào Việt Nam. Những sửa đổi về thẩm định và cấp phép cho các dự án FDI đã được đơn giản hóa, cải cách thủ tục hành chính, chuyển sang cơ chế "một cửa"... đã rút ngắn được thời gian xét duyệt và cấp phép. Chính phủ cũng đã áp dụng một loạt các biện pháp khuyến khích các nhà đầu tư thông qua các chính sách ưu đãi về thuế, đất đai, xuất nhập khẩu, tạo sự linh hoạt trong chuyển đổi phần vốn góp của các bên. Các khu công nghiệp tập trung, khu chế xuất được khuyến khích và hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà đầu tư rút ngắn thời gian xây dựng cũng như giảm bớt chi phí xây dựng nhà xưởng. Ngày 15-4-2003, Chính phủ đã ban hành Nghị định 38/2003/NĐ-CP về cổ phần hóa các doanh nghiệp có vốn FDI. Điều này đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp FDI được chuyển đổi linh hoạt phần vốn góp của các nhà đầu tư nước ngoài và có thêm một kênh huy động vốn mới, giảm bớt rủi ro

trong đầu tư, đa dạng hóa các hình thức đầu tư. Thủ tướng Chính phủ cũng đã cho phép các nhà đầu tư FDI được mua cổ phần và góp vốn trong các doanh nghiệp của Việt Nam tới 49% thay vì mức 30% như quy định trong Quyết định 36/2003/QĐ-TTg ngày 11-3-2003 về quy chế góp vốn mua cổ phần của các nhà đầu tư nước ngoài trong các doanh nghiệp Việt Nam.

Nhìn chung, những thay đổi trong hệ thống pháp luật và môi trường đầu tư đối với các doanh nghiệp FDI đã giúp Việt Nam thu hút được một lượng đầu tư đáng kể cho phát triển kinh tế của đất nước. Tuy nhiên, nguồn vốn FDI vào Việt Nam vẫn chưa ổn định và còn chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố. Nếu so sánh với kết quả huy động vốn của Trung Quốc và các nước trong khu vực thì kết quả huy động của Việt Nam còn quá khiêm tốn. Một trong những nguyên nhân cơ bản là môi trường kinh doanh trong nước chưa đủ sức hấp dẫn, một số quy định pháp lý chưa phù hợp...

b. Thực trạng khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam

Trên thực tế, cạnh tranh đã tác động đến

doanh nghiệp trên cả hai phương diện: gây áp lực và tạo động lực. Trong quá trình chuyển sang nền kinh tế thị trường cũng như trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp Việt Nam về cơ bản đã có những bước chuyển đáng kể với khả năng cạnh tranh ngày càng cao trong sự vận động của cơ chế thị trường và áp lực của hội nhập kinh tế quốc tế. Nhiều hàng hóa của các doanh nghiệp Việt Nam không những đứng vững và làm chủ được thị trường nội địa, mà còn vươn lên khẳng định được vị trí của mình trên thị trường khu vực và nhiều nước trên thị trường thế giới. Sự tăng trưởng GDP của Việt Nam trong nhiều năm gần đây, điều trước hết phải kể đến sự đóng góp to lớn của hệ thống các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác nhau của Việt Nam.

Tuy nhiên, nhìn một cách tổng thể, sức cạnh tranh của nền kinh tế Việt Nam, trong đó có hệ thống các doanh nghiệp là còn thấp. Theo báo cáo của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) thì năng lực cạnh tranh kinh tế toàn cầu của Việt Nam vẫn được coi là ở vị trí yếu, thậm chí có xu hướng tụt hậu so với các quốc gia được đưa vào xem xét:

Xếp hạng cạnh tranh của Việt Nam và một số nước ở châu Á

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Việt Nam	48	53	60	65	60	77	81
Singapore	1	2	4	4	6		
Hàn Quốc	22	28	23	21	18		
Malaysia	16	24	30	27	29	23	
Thái Lan	30	30	33	32	32	36	
Ấn Độ	52	49	36	48	56		
Indônêxia	37	44	55	67	72	44	
Tổng số nước xếp hạng nói chung	59	59	75	80	102	104	104

Nguồn: Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, CIEM, 2003, 2004, 2005. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 2-2006, tr32.

Bảng trên đã chứng tỏ năm 2004 và năm 2005, Việt Nam có mức tụt hậu mạnh nhất. Năm 2004, Việt Nam bị tụt 17 bậc so với năm 2003; năm 2005 tụt 4 bậc so với năm 2004.

Những quốc gia đứng đầu và luôn có xu hướng ổn định về năng lực cạnh tranh kinh tế toàn cầu là Phần Lan, Mỹ, Thụy Điển, Đan Mạch. Ở châu Á - Xingapo, Nhật Bản

cũng luôn là những nước dẫn đầu; những nước có sự cải thiện đáng kể bao gồm: Hàn Quốc, Thái Lan, Trung Quốc. Trong khu vực ASEAN, Việt Nam chỉ xếp hạng trên Campuchia, (Lào và Myanma chưa được xếp hạng).

Khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp thông thường phải được thể hiện bằng khả năng bù đắp chi phí, duy trì lợi nhuận và được đo bằng thị phần sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp trên thị trường.

Đánh giá chung:

Các doanh nghiệp của Việt Nam có khả năng cạnh tranh còn thấp cả ở thị trường trong nước và quốc tế. Các doanh nghiệp có vốn đầu tư trong nước cạnh tranh kém hơn so với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Điều này được thể hiện ở các mặt sau: hiệu quả hoạt động kinh doanh thấp; phổ biến ở tình trạng công nghệ lạc hậu; chậm đổi mới phương thức quản lý và kinh doanh; khả năng tiêu thụ hàng thấp; nhiều doanh nghiệp còn ỷ lại vào sự bảo hộ của Nhà nước, coi đó là nhân tố đảm bảo kinh doanh, vì vậy có tình trạng cố giành được giấy phép, hạn ngạch... để hạ giá thành, mà không chú ý tới vấn đề bản chất của hạ giá thành; nhiều doanh nghiệp chỉ chú ý tới mục tiêu ngắn hạn, ít chú ý tới mục tiêu dài hạn, ít đầu tư cho nghiên cứu tiếp thị và phát triển; v.v...

Xét theo tiêu chí cạnh tranh các hàng hóa của Việt Nam:

Để đánh giá đúng thực trạng khả năng cạnh tranh hàng hóa Việt Nam, căn cứ vào các yếu tố cấu thành khả năng cạnh tranh như đã đề cập ở trên. Trên cơ sở đó có thể phân loại hàng hóa Việt Nam thành 3 nhóm: nhóm có khả năng cạnh tranh; nhóm có khả năng cạnh tranh có điều kiện; nhóm có khả năng cạnh tranh thấp.

- Nhóm có khả năng cạnh tranh, bao gồm: cà phê, gạo, hạt điều, một số trái cây đặc sản (xoài, dưa, bưởi...), thủy, hải sản, hàng dệt may, giày dép, động cơ diesel công suất nhỏ,...

- Nhóm có khả năng cạnh tranh có điều kiện, tức nhóm hàng hóa được hỗ trợ có thời hạn, bao gồm: chè, cao su, rau, thịt lợn, sản phẩm lắp ráp điện tử, cơ khí, hóa chất, xi măng,...

- Nhóm có khả năng cạnh tranh thấp, bao gồm: đường, bông, đỗ tương, ngô, quả có múi, hoa, sữa bò, gà, thép...

Về khả năng cạnh tranh của các nhóm hàng hóa kể trên, xét theo các khía cạnh chất lượng, giá cả, mẫu mã, bao bì, điều kiện mua bán, thanh toán và dịch vụ mua bán:

- Ở thị trường trong nước:

+ Đối với nhóm hàng hóa có khả năng cạnh tranh:

Về giá cả: nhìn chung giá của các mặt hàng này của Việt Nam thấp hơn giá của hàng hóa cùng loại của các nước trong khu vực và thế giới, thí dụ giá trung bình của gạo là 220 USD/tấn, trong khi đó giá gạo của Thái Lan là 250 USD/tấn; cà phê đã qua sơ chế 800 USD/tấn, trong khi đó của Ấn Độ là 1.412 USD/tấn... Vì vậy, khi Việt Nam trở thành thành viên của WTO, không còn hàng rào thuế quan và phi thuế quan thì mức giá của hàng Việt Nam vẫn thấp hơn hàng nhập khẩu.

Về chất lượng: các mặt hàng này, về cơ bản đều đạt tiêu chuẩn hệ thống quản lý tiêu chuẩn quốc tế (ISO).

Về mẫu mã: theo đánh giá chung, đối với nhóm hàng này, sản phẩm trong nước đa dạng hơn sản phẩm nhập ngoại.

Về bao bì: nhìn chung sản phẩm sản xuất trong nước chưa cạnh tranh được với sản phẩm ngoại nhập.

Về điều kiện mua bán, thanh toán: giữa sản phẩm trong nước và sản phẩm ngoại nhập có điều kiện như nhau.

Về giao nhận, vận chuyển và dịch vụ mua bán hàng: sản phẩm trong nước có điều kiện dịch vụ sau bán hàng thuận lợi hơn sản phẩm ngoại nhập cùng loại.

+ Đối với nhóm hàng hóa có khả năng cạnh tranh có điều kiện:

Về giá cả: nhiều mặt hàng của Việt Nam có mức giá cao hơn các nước trong khu vực và thế giới. Tuy nhiên, nếu có sự cải tiến quản lý, đầu tư công nghệ tiên tiến... để hạ giá thành sản xuất thì giá cả có khả năng thấp hơn các nước trong khu vực và thế giới.

Về chất lượng: các mặt hàng này đều đạt tiêu chuẩn quốc tế (ISO).

Về mẫu mã, bao bì, điều kiện mua bán, thanh toán, giao nhận, nhìn chung cũng ở tình trạng tương tự như nhóm hàng có khả năng cạnh tranh.

+ Đối với nhóm hàng có khả năng cạnh tranh thấp:

Về giá cả: hiện tại và trong tương lai gần, giá cả của các mặt hàng sản xuất trong nước sẽ còn cao hơn giá cả của hàng hóa cùng loại của các nước trong khu vực và thế giới. Về mẫu mã, bao bì, điều kiện mua bán, thanh toán, giao nhận, vận chuyển và dịch vụ sau mua bán: ở tình trạng có khả năng cạnh tranh thấp.

- Ở thị trường nước ngoài:

Hiện nay sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu thuộc nhóm ngành hàng có khả năng cạnh tranh. Các sản phẩm của các nhóm khác chưa được xuất khẩu hoặc xuất khẩu rất ít. Do đó, trong phạm vi của bài viết, chúng tôi chỉ đánh giá khả năng cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam ở thị trường nước ngoài đối với các sản phẩm thuộc nhóm ngành hàng có khả năng cạnh tranh và một vài sản phẩm thuộc ngành hàng cạnh tranh có điều kiện.

Về giá cả: hầu hết các sản phẩm của Việt Nam có mức giá thấp so với sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực và thế giới.

Về chất lượng: các mặt hàng nhìn chung đạt tiêu chuẩn ISO nên có chất lượng tương đương sản phẩm của các nước trong khu vực và thế giới.

Về mẫu mã: các sản phẩm của Việt Nam không phong phú bằng các nước trong khu vực và thế giới, nhất là hàng dệt may.

Về bao bì: các sản phẩm xuất khẩu chưa cạnh tranh được với sản phẩm của các nước trong khu vực và thế giới.

Về điều kiện mua bán, thanh toán: chưa đa dạng và thuận lợi như các nước, thậm chí thanh toán của Việt Nam với một số nước còn gặp nhiều khó khăn (ví dụ: bán trả chậm đối với gạo, cà phê,... mua trả chậm đối với phân bón và một số sản phẩm thuộc nhóm hàng tiêu dùng...)

Về giao nhận, vận chuyển và dịch vụ sau bán hàng: chưa thuận lợi bằng các nước trong khu vực và thế giới.

Nhìn một cách tổng quan thì sức cạnh tranh của hàng Việt Nam còn thấp so với các nước trong khu vực và thế giới, ví dụ: những mặt hàng hiện nay được coi là có khả năng cạnh tranh như gạo, cà phê, dệt may, giày dép... cũng đang có nguy cơ giảm sút về sức cạnh tranh. Lĩnh vực hàng điện tử (chủ yếu là linh kiện máy tính), Việt Nam giành được thế cạnh tranh trên thị trường ASEAN; nhưng nhập khẩu hàng điện tử nguyên chiếc lại nghiêng về nhập siêu, chỉ trong tuần cuối tháng 10-2005, nhập khẩu hàng điện tử nguyên chiếc đã chiếm tới 8,6% tổng kim ngạch hàng nhập khẩu điện tử, tăng tới 4 lần so với tháng 9-2005. Các doanh nghiệp sản xuất hàng điện tử đánh giá: điều này là tín hiệu không tốt đối với công nghiệp trong nước. Trong 10 tháng của năm 2005, kim ngạch nhập khẩu điện tử tới 1,2 tỷ USD, trong khi đó xuất khẩu hàng điện tử chỉ mang về 938 triệu USD. Mức tiêu thụ đối với sản phẩm điện tử lắp ráp trong nước đang có xu hướng giảm. Nhiều doanh nghiệp sản xuất hàng điện tử trong nước đã chuyển sang làm chức năng phân phối, sửa chữa và bảo hành sản phẩm nhập ngoại. Điện tử lại là một trong những ngành hàng Việt Nam cần phải ưu tiên phát triển vì khả năng hội nhập nhanh WTO và kinh tế thế giới. Đây cũng là ngành đầu tiên phải xóa bỏ cơ chế bảo hộ sản xuất theo tỷ lệ nội địa hóa trong tiến trình gia nhập WTO sắp tới của Việt Nam. Trước xu thế hội nhập, theo chương trình thuế quan có

hiệu lực chung (CEPT) của AFTA, Việt Nam đã phải bước vào lộ trình giảm suất thuế nhập khẩu đối với việc nhập khẩu linh kiện điện tử chỉ còn từ 0 - 5% từ ngày 01-01-2006. Như vậy, một lần nữa các doanh nghiệp sản xuất hàng linh kiện điện tử Việt Nam lại đứng trước những thách thức.

Hàng xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu vẫn ở dạng thô và hàng hóa có hàm lượng công nghệ cao mới chiếm khoảng 5% tổng lượng hàng xuất khẩu, như cà phê, lượng chế biến tinh mới đạt khoảng 2 ngàn tấn trong tổng số hơn 700 ngàn tấn xuất khẩu mỗi năm. Một yếu tố khác nữa của hàng Việt Nam là thiếu thương hiệu, nhiều trường hợp phải dựa vào thương hiệu của nước ngoài, vì vậy đã bị thiệt hại không nhỏ về hiệu quả kinh tế. Một số doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu hàng nông, thủy sản, lượng xuất khẩu không nhỏ, nhưng kết quả lợi nhuận thu được lại không cao, nguyên nhân chính là do các doanh nghiệp đầu tư vào công tác tiếp thị còn ít, chủ yếu xuất khẩu qua trung gian, chỉ riêng cà phê, mỗi năm cũng bị thiệt hại hàng trăm triệu USD do không thể xuất khẩu trực tiếp. Theo đánh giá của tổ chức tư vấn Masso Consulting, giá trị tạo ra trong chuỗi giá trị từ sản xuất đến tiêu dùng của hàng Việt Nam là rất thấp, còn phụ thuộc vào "thân nhiệt" thị trường thế giới nên thường rơi vào thế bị động, nhất là đối với hàng nông sản. Cho đến nay, một số loại hàng xuất khẩu của Việt Nam vẫn được coi là có khả năng cạnh tranh thấp do công nghệ sản xuất chậm được đổi mới, thiếu thương hiệu nổi tiếng. Từ đó khả năng xuất khẩu của Việt Nam được coi là thiếu tính bền vững, giá trị gia tăng thấp và còn phụ thuộc nhiều vào yếu tố giá cả trên thị trường thế giới cũng như điều kiện tự nhiên. Bên cạnh đó, nhiều loại hàng của Việt Nam vẫn chưa tìm được chỗ đứng vững chắc trên các thị trường có sức mua hàng đầu thế giới như Mỹ và EU.

Chi phí đầu vào của nhiều doanh nghiệp còn cao; hiệu quả tài chính thấp; phần lớn

các doanh nghiệp, như đã nói ở trên, có qui mô nhỏ (khoảng 90% doanh nghiệp có quy mô vốn dưới 10 tỷ VNĐ); một số doanh nghiệp chưa thật sự năng động trong hoạt động sản xuất kinh doanh; tính minh bạch và độ chính xác của các báo cáo tài chính không cao; trình độ tay nghề của người lao động, nhất là lao động bậc cao còn nhiều hạn chế; trình độ tổ chức lao động còn thấp, phạm vi kỹ năng đào tạo hẹp, chưa đáp ứng được yêu cầu của CNH, HDH, hội nhập WTO cũng như hội nhập kinh tế quốc tế nói chung. Xét theo tiêu chí lao động của người lao động trong các doanh nghiệp, phải thừa nhận một thực tiễn là số đông người lao động vẫn làm việc trong điều kiện công nghệ lạc hậu, môi trường làm việc kém, trình độ tổ chức lao động còn thấp. Phong cách làm việc công nghiệp, tính tự chủ, khả năng làm việc theo nhóm, khả năng chuyển đổi việc làm, khả năng làm việc trong môi trường đa văn hóa, đa sắc tộc, chính trị còn yếu, khả năng hội nhập chưa cao; thu nhập của người lao động rất thấp; tình trạng thất nghiệp còn cao, mạng lưới an sinh xã hội và an toàn việc làm còn chưa phát triển. Trong khi đó, ở các nước, để nâng cao năng lực cạnh tranh ở cấp quốc gia cũng như ở cấp doanh nghiệp, khâu then chốt lại là phải nâng cao được năng lực cạnh tranh của nguồn nhân lực; nhân lực luôn đóng vai trò rất quan trọng, tạo ra động lực mới giải phóng sức sản xuất, sức lao động.

III. MỘT SỐ GIẢI PHÁP VĨ MÔ GÓP PHẦN NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP

1. Thúc đẩy nhanh tiến trình cải cách DNNN, cải thiện môi trường kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung

• Cổ phần hóa DNNN, chuyển công ty nhà nước sang mô hình công ty mẹ - công ty con phải được thực hiện nhanh hơn nữa. Để điều này trở thành hiện thực, theo chúng tôi:

- Tình trạng tài chính của các DNNN phải rất lành mạnh, công khai, minh bạch. Nhà nước tạo điều kiện cho các doanh nghiệp giải quyết về cơ bản những khoản nợ không có khả năng thanh toán, số lao động dôi dư do cổ phần hóa.

- Hạn chế tuyệt đối việc thành lập mới các DNNN. Nhà nước chỉ đầu tư phát triển một số DNNN xét thấy thực sự cần thiết. Những doanh nghiệp này, nếu có cũng chỉ nên tồn tại ở mô hình: tập đoàn kinh tế hoặc công ty trách nhiệm hữu hạn nhà nước một thành viên.

- Nhà nước cần có cơ chế hỗ trợ các doanh nghiệp cổ phần đổi mới công nghệ, mở rộng sản xuất kinh doanh, đa dạng hóa ngành nghề... để nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thị trường quốc tế và cả ở thị trường trong nước.

- Chủ tịch và hội đồng quản trị của các doanh nghiệp cổ phần phải quản lý và điều hành doanh nghiệp cổ phần theo các quy luật của thị trường. Trong thực tế, vẫn còn tình trạng: một số công ty cổ phần đã chuyển sang hoạt động theo Luật Doanh nghiệp, nhưng hội đồng quản trị và ban giám đốc của công ty vẫn chủ yếu là cán bộ lãnh đạo cũ của các DNNN trước đây; họ vẫn quản lý và điều hành công ty cổ phần theo phương thức điều hành DNNN theo kiểu quan liêu, bao cấp.

- Quan hệ sở hữu giữa công ty mẹ và các công ty con phải được xác lập rõ ràng, có sự quản lý và rà soát đa dạng của các chủ sở hữu v.v...

• Đảm bảo quyền kinh doanh cho các doanh nghiệp tư nhân; đơn giản hóa thủ tục thành lập mới các doanh nghiệp; hỗ trợ việc thành lập và trợ giúp các doanh nghiệp mới được thành lập; hoàn thiện khung pháp lý theo hướng thống nhất cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế khác nhau. Để thực hiện quan điểm này, theo chúng tôi:

- Nhà nước cần có những biện pháp kiểm soát, hạn chế độc quyền trong kinh doanh của các tập đoàn kinh tế lớn hoặc công ty trách nhiệm hữu hạn nhà nước một thành viên.

- Các giải pháp của Nhà nước hỗ trợ sự phát triển các doanh nghiệp không chỉ hướng

vào đổi mới công nghệ, mở rộng sản xuất kinh doanh, đa dạng hóa ngành nghề, cung cấp thông tin về thị trường... mà còn bao gồm cả việc giải quyết mặt bằng kinh doanh cho các doanh nghiệp; vì hiện tại quỹ đất của Nhà nước cho các doanh nghiệp thuê hoặc mua còn quá ít so với nhu cầu.

- Khung pháp lý chung cho các doanh nghiệp cần được hình thành trên cơ sở Luật Đầu tư chung của Nhà nước, bao gồm Luật Đầu tư trong nước và Luật Đầu tư nước ngoài tại Việt Nam; đồng thời có tính tới Luật Thương mại, Luật Doanh nghiệp, Luật Hợp tác xã, Luật Phá sản của các doanh nghiệp... Trong quá trình hình thành khung pháp lý, Nhà nước cần huy động sự tham gia rộng rãi của các tổ chức xã hội, chẳng hạn: hiệp hội các khoa học, các trường đại học, viện nghiên cứu, các tổ chức tư vấn và cả các doanh nghiệp...

2. Các cam kết của WTO phải được coi là những quy định về hoạt động cạnh tranh của các doanh nghiệp

Muốn nâng cao được năng lực cạnh tranh trên thị trường thế giới, mà trước hết là trong khuôn khổ của WTO, các doanh nghiệp phải có sự hiểu biết thấu đáo, cặn kẽ về các cam kết của tổ chức này, bao gồm các quy định về nội dung, lộ trình thực hiện, các thiết chế thực hiện, nhất là giải quyết tranh chấp nảy sinh.

WTO đã có những nguyên tắc chung rất cơ bản; đó là: không phân biệt đối xử; hai bên cùng có lợi trong trao đổi hàng hóa; những cam kết về tự do hóa thương mại có ý nghĩa ràng buộc và mang tính pháp lý; tính công khai, minh bạch trong tài chính và các cơ chế an toàn. WTO cũng lên án rất mạnh mẽ việc bán phá giá hàng hóa vào một trong những thị trường của WTO. Các nước thành viên (các thị trường) của WTO được quyền dùng những biện pháp thuế để chống lại việc bán phá giá của những nước xuất khẩu hàng hóa sang họ. Điều này sẽ gây nên những tổn thất to lớn về kinh tế cho những nước cố tình bán phá giá...

Do đó, trước khi trở thành thành viên của WTO, Nhà nước cần hỗ trợ cho các doanh nghiệp: tổ chức những lớp học, tuyên truyền, hội thảo... để các doanh nghiệp nắm bắt một

cách hết sức đầy đủ những nội dung, chức năng, những nguyên tắc cơ bản của WTO. Trên cơ sở đó, các doanh nghiệp có thể hoạch định chiến lược phát triển và lộ trình hội nhập cho phù hợp.

3. Khuyến khích nâng cao năng suất lao động bền vững trong các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế khác nhau

Nâng cao năng suất lao động bền vững là dấu hiệu của năng lực cạnh tranh lành mạnh. Những nước có nền kinh tế năng động và phát triển với năng suất lao động cao như Mỹ, Singapore, Nhật Bản, một loạt các nước Bắc Âu...thường xuyên đứng đầu trong báo cáo về so sánh năng lực cạnh tranh toàn cầu. Để tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp không có con đường nào khác là phải nâng cao năng suất lao động, hạ giá thành và do đó hạ giá bán ra, nâng cao ưu thế của mình trong những cuộc cạnh tranh khốc liệt. Đặc điểm của các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là các doanh nghiệp sản xuất hàng công nghiệp tiêu dùng, lao động vật hóa (nguyên vật liệu, nhiên liệu, thiết bị máy móc) thường phụ thuộc nhiều vào nhập khẩu, do vậy doanh nghiệp muốn có giá bán thấp để thắng cuộc trong cạnh tranh, đương nhiên phải nâng cao năng suất lao động, mà trước hết phải là năng suất lao động sống. Điều này gắn liền chặt chẽ với một loạt quá trình: phải nâng cao trình độ tay nghề của đội ngũ lao động; thường xuyên hoàn thiện công tác tổ chức, quản lý hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp...; Đồng thời các doanh nghiệp còn phải tính tới cả các chi phí trung gian, bởi vì những chi phí này cũng liên quan đến đầu vào của giá cả hàng hóa, như: chi phí về dịch vụ của doanh nghiệp, chi phí tiếp khách, chi phí vận chuyển, kho bãi...

Sự thắng cuộc của mỗi nhóm hàng, ngành hàng còn phụ thuộc vào sức mạnh của tập hợp các doanh nghiệp tham gia cạnh tranh, vì vậy, trong chính sách vĩ mô của Nhà nước cần phải có cả: nâng cao vai trò của các hiệp hội ngành nghề; xây dựng các mối liên kết ngành; xây dựng chiến lược cạnh tranh toàn diện; xây

dựng chiến lược sản phẩm; giám sát và xử lý tranh chấp; hoàn thiện công tác tổ chức và quản lý nền kinh tế quốc dân... Tất cả những điều này đều góp phần nâng cao năng suất lao động bền vững của các doanh nghiệp cũng như năng suất lao động của toàn bộ nền kinh tế quốc dân.

4. Hạn chế cái gọi là hạn ngạch, xuất nhập khẩu

Chính những ưu đãi về hạn ngạch xuất, nhập khẩu đã góp phần tạo ra môi trường chính sách khập khễng, không lành mạnh; các doanh nghiệp đã phải hao công, tốn của chạy chọt để có được cái gọi là hạn ngạch xuất, nhập khẩu; tiêu cực và tham nhũng có đất phát triển. Hỗ trợ các doanh nghiệp, theo chúng tôi, tuyệt nhiên không theo cơ chế xin, cho mà phải được thể hiện ở việc - tạo ra những chính sách vĩ mô hữu hiệu, giúp các doanh nghiệp tháo gỡ những cản trở, vướng mắc, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hoạt động thuận lợi, phát huy hết năng lực của mình.../.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Ngân hàng Thế giới - Bernard Hoekmam, Aaditya Mattoo, Philip English (chủ biên): "Số tay về phát triển thương mại và WTO", Nxb Chính trị quốc gia, H - 2004.
2. CIEM, UNDP, Dự án VIE 01/025: "Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia", Nxb Giao thông vận tải, H - 2003.
3. TS. Nguyễn Quang Khải: "Hàng rào phi thuế quan trong chính sách thương mại quốc tế", Nxb Lao động - Xã hội, H - 2005.
4. CIEM, SIDA, Lê Xuân Bá (chủ biên): "Hội nhập kinh tế, áp lực cạnh tranh trên thị trường và đối sách của một số nước", Nxb Giao thông vận tải, H - 2003.
5. Thời báo kinh tế Việt Nam: " Kinh tế 2003 - 2004 Việt Nam và Thế giới".
6. CIEM "Kinh tế Việt Nam 2003"; "Kinh tế Việt Nam 2004".
7. Tạp chí Thương mại số 26/2003; 32/2003.
8. Một số bài trong Tạp chí Kinh tế và Phát triển, Thời báo kinh tế, Thời báo kinh tế Sài Gòn, Báo nhân dân, Báo Hà Nội mới, vv...