

TRUNG QUỐC KHÔNG NÊN Ỡ LẠI VÀO GIÁ THÀNH THẤP

HOÁ TRÍ VIÊN*

Ông Ôaki được tờ “Thời báo Tài chính và Tiền tệ” của nước Anh gọi là “Đại sư quản lý học thành công duy nhất của Nhật Bản”, dưới đây là một vài cách nhìn của ông đối với sự phát triển của Trung Quốc.

Người Trung Quốc có chút sốt ruột

Tại một hiệu sách của Trung Quốc, tôi đọc được một cuốn sách, tên là “Một trăm bộ quản lý kinh điển phương Tây”, nội dung nhiều đến như vậy mà chỉ dôn ép vào có hơn hai trăm trang sách. Chỉ muốn đọc những trích yếu của sách về quản lý, chỉ muốn trong 5 năm, nắm vững được những cái mà người Nhật đã phải học trong 50 năm, đó là những điều mà người Trung Quốc đang dự định làm.

Quản lý là một quá trình liên tục của hiệu ứng ngược, từ trong sai lầm của mình và của người khác rút được bài học, không ngừng thử nghiệm, không ngừng tích lũy năng lực. Xu thế đầu tư của Trung Quốc là như thế này: nếu bạn kiếm được tiền, chính quyền sẽ cấp đất để bạn phát triển lớn mạnh. Năm năm sau, bạn sẽ trở thành một thương nhân phát triển, khi đất đai lên giá sẽ bán đất với giá cao thu lợi. Cơ hội ở Trung Quốc quá nhiều, đến nỗi những giám đốc của Trung Quốc rất khó chuyên tâm vào một lĩnh vực nào đó và thường thu được thành tựu ở những lĩnh vực mới mẻ.

Thế nhưng, chuyên tâm là con đường duy nhất kiếm tiền. Công ty Coca Cola chuyên tâm làm Coca Cola, trở thành người dẫn đầu trong lĩnh vực hàng tiêu dùng trên thế giới. Toyota chuyên chú sản xuất ô tô, trở thành

công ty Nhật có lợi nhuận phong phú nhất. Tiến vào một ngành hàng, chuyên nghiệp hoá, sau đó toàn cầu hoá, đó mới là con đường kiếm tiền duy nhất. Nếu như bạn không chuyên tâm làm một việc gì đó, nhưng làm nhiều việc mà chính quyền cho phép làm, như vậy có khả năng bạn vẫn làm không tốt.

Nếu như tình hình có thay đổi, ví dụ như cho nhiều công ty siêu quốc gia tiến vào, một số công ty Trung Quốc có thể sụp đổ. Giống như ở Hàn Quốc sau khi mở cửa, có tới 50% nhà máy lớn bị sụp đổ. Vì thế kiến nghị của tôi với các nhà doanh nghiệp Trung Quốc là, chuyên chú vào một lĩnh vực nhỏ nào đó, tranh thủ trở thành kẻ mạnh nhất trong lĩnh vực đó và điều này đòi hỏi thời gian.

Nhưng điều đó lại không phù hợp với văn hoá Trung Quốc. Văn hoá của Trung Quốc là thà làm đầu gà chứ không chịu làm đuôi phượng. Công ty Trung Quốc sẽ không dạy bạn quá nhiều cái, bởi vì họ cho rằng bạn không ở lâu, có thể đi theo người khác bất cứ lúc nào. Công ty Nhật Bản thì cho rằng bạn sẽ phục vụ suốt đời cho cùng một công ty, cho nên sẽ dạy cho bạn nhiều điều. Doanh nghiệp gia tộc Trung Quốc có khuynh hướng tập trung quyền lực vào nội bộ gia tộc. Do vậy, doanh nghiệp Trung Quốc rất khó giành được thành công trên phạm vi thế giới. Vì thị trường trong nước rất lớn, doanh nghiệp Trung Quốc có thể thành công tại thị trường trong nước. Sản xuất máy vô tuyến truyền hình có thể thành công, sản xuất cái gì cũng có thể thành công. Nhưng tôi cho rằng mô thức đó không lâu dài.

Giảm thấp giá thành là có giới hạn

Doanh nghiệp Trung Quốc phải tìm được nguồn thu lợi trong tương lai, tăng cường

* Tác giả người Trung Quốc, bài viết đăng trên tạp chí Trung Quốc “Độc giả”, số 24 tháng 12 năm 2006.

thực lực chứ không chỉ là làm cho giá thành càng thấp hơn. Đồng thời với việc giảm giá thành, phải cố gắng làm cho tốt hơn. Để làm tốt hơn, bạn phải có bí quyết kỹ thuật của mình, nếu không, người khác rất dễ phỏng chế, kết quả của cạnh tranh là buộc phải không ngừng hạ giá.

Thương hiệu vô cùng quan trọng, thương hiệu là thủ đoạn duy nhất khiến bạn có thể bán giá cao hơn giá của đối thủ cạnh tranh. Nếu không sản phẩm do Trung Quốc chế tạo chỉ có thể dùng hình thức thay thế (mượn) nhãn hiệu, ví dụ như tiêu thụ TV màu của Trung Quốc trong siêu thị Wall-Mart, trong cửa hàng bách hoá SEARS. Phương thức thay thế (mượn) nhãn hàng là không thể nào giành được thành công. Cùng với việc mức sống được nâng cao, mức lương cũng do "nước lên mà thuyền lên". Nếu không tăng lương, công đoàn sẽ tổ chức phản kháng, tại Hàn Quốc đã xuất hiện tình trạng này. Đồng tiền tăng lên, tiền lương với tư cách là giá thành tăng lên, bạn không thể dựa mãi vào lao động giá rẻ mà thắng lợi. Hiện nay sức lao động cung cấp rất dồi dào, nhưng nói chung rồi cũng có một ngày nhu cầu về sức lao động tăng lên. Khi nhu cầu sức lao động tăng lên, người lao động sẽ thành người tiêu dùng. Người lao động thành người tiêu dùng thì thị trường ở đó mới càng có sức hấp dẫn.

Người quản lý cần phải suy tính rằng nếu chỉ dựa vào ưu thế sức lao động để duy trì giá thành sản xuất thấp, (nếu làm như vậy) sẽ có hai vấn đề: *thứ nhất*, sức mua của thị trường trong nước không được tăng cường; *thứ hai*, những doanh nghiệp này có thể gặp phải sự bóc lột của những doanh nghiệp có thương hiệu và kênh tiêu thụ. Những sản phẩm tốt sản xuất ở Trung Quốc, nhưng Trung Quốc không kiếm được tiền bởi vì người người đều có thể làm được. Các doanh nghiệp như Wall-Mart, SEARS và các doanh nghiệp có thương hiệu khác sẽ lợi dụng đây

đủ giá thành sản xuất rẻ của Trung Quốc để nhận lấy dòng chảy lợi nhuận của những doanh nghiệp có thương hiệu này chứ không phải là doanh nghiệp Trung Quốc.

Hãy tin tôi, muốn trở thành thương hiệu thế giới cần thời gian 20 năm. Các công ty Sony, Toshiba, Yamaha của Nhật đều như thế. Đường đi 30 năm không thể đi xong trong 5 năm, xây dựng thương hiệu là một quá trình lâu dài 10 năm đến 20 năm. Giá thành cao, doanh nghiệp không ngừng phải nâng cao năng lực định giá cao. Quá trình xây dựng thương hiệu rất có tính thách thức, chưa thấy có nhà doanh nghiệp Trung Quốc nào đã làm tốt công tác chuẩn bị cho việc này. Mỗi người đều rất sốt ruột, bọn họ có thể nói, ngài Ôsaki, hãy để cho chúng tôi bắt đầu làm vào ngày mai, chính phủ vừa phê duyệt cho chúng tôi 30km² đất đấy!

Đáng ra, điểm đáng chú ý phải là ở trên sản phẩm, nhưng cái mà bọn họ chú ý lại là cơ hội, cái mà bọn họ lo lắng là nếu bạn không làm thì người khác sẽ làm.

Thay đổi trạng thái tâm lý tiểu thư

Trung Quốc ngày nay giống như một "tiểu thư thế giới", ai cũng chạy quanh cô ta, cơ hội đầu tư cho đến các loại kiến nghị nườm nượp kéo đến, mỗi nước đều muốn kết thân với Trung Quốc. Thế nhưng tỉnh táo mà suy nghĩ, 5 năm sau, "tiểu thư thế giới" có thể không xinh đẹp nữa, vì thế khi cô còn xinh đẹp nên cố gắng làm được một chút việc, ví dụ như giành lấy học vị MBA. Hiện trạng của Trung Quốc rất tốt, thách thức gặp phải không nhiều, nhưng rất khó nói, 5 năm sau sẽ không gặp phiền phức, 10 năm sau, có thể Trung Quốc cũng có thể lâm vào cảnh khó khăn.

Nếu bạn hỏi tôi nên làm thế nào để "tiểu thư thế giới" yên tâm học tập, tôi cảm thấy điều này đúng là một thách thức. Trung Quốc quá coi trọng nước Mỹ, nước Mỹ rất khó học, bởi vì rất nhiều cái của nó đã thành

hình. Trung Quốc có thể học Hàn Quốc, bởi vì họ cũng đã trải qua các giai đoạn phát triển, gần đây cũng phạm sai lầm. Trung Quốc cũng có thể học Nhật Bản, Nhật Bản là một trong số ít quốc gia sau khi hồi suất tăng giá vẫn may mắn tồn tại.

80% rau quả của Nhật Bản đến từ Sơn Đông, điều không may là mấy năm trước giới truyền thông Nhật đưa tin liên tục, kéo dài về vấn đề lượng hoá chất tồn dư trong cải bắp và rau chân vịt, điều này có tác dụng nhắc nhở rất tốt đối với nông dân Sơn Đông. Trải qua cuộc thăng trầm đó, hiện nay rau quả Sơn Đông càng làm cho người ta yên tâm. Vì việc đó họ đã phải trả học phí rất cao, thế nhưng ngày nay Sơn Đông đã thành nhà bếp của Nhật Bản. Bọn họ cố gắng thích hợp với khẩu vị các bà chủ gia đình Nhật Bản, nhằm thắng vào thị trường Nhật Bản để có hàng loạt điều chỉnh, thuận lợi vượt qua cơn khủng hoảng. Đó chính là tác dụng chủ đạo của thị trường.

Những sự việc như vậy đều có thể phát sinh hàng ngày tại mỗi công ty, tại các thị trường trên toàn thế giới cũng đều như vậy. Italia cần nhà đá, người Bắc Âu ở nhà gỗ. Tại nước Mỹ lại cần phải xây dựng các phòng ở lớn. Phần tử trí thức Mỹ muốn cất một số cái sau cửa, còn tầng lớp cổ xanh lại muốn để thiết bị thanh âm, TV trên sàn nhà, lộ ra ngoài. Các công ty Nhật Bản có thể cung cấp cho thị trường những TV có màn hình lớn hơn 100 inch với nhiều công năng khác nhau, quá trình này mất chỉ ít 20 năm. Mặc dù giá thành sản phẩm của Trung Quốc rất thấp, nhưng không tiến vào được những thị trường cao sang. Đó là điều vì sao chỉ lấy rau quả Sơn Đông làm ví dụ, chính là vì ý nói trên. Bọn họ không oán thán, mà là học tập, ngồi lại bàn vấn đề. Bọn họ đã hiểu được phải dùng loại phân bón hoá học nào, dùng loại thuốc sát trùng nào, và phải biết trồng rau như thế nào.

Lái xe phải chú ý tới tình hình đường xá

Vì sao bạn gặp phải những bất ngờ về giao thông? Có ba loại nguyên nhân: tình

hình đường xá, chỗ quanh và kỹ xảo lái. Thông qua học tập thực tiễn bạn có thể nâng cao kỹ xảo lái. Nếu người lái chỉ có kinh nghiệm lái hai năm mà lại muốn lái xe đua công thức một, muốn đạt tốc độ 250km/giờ thì đó là điều không thể tưởng tượng nổi.

Đồng thời điều tôi muốn nhắc nhở là, cần phải không ngừng chú ý đến tình hình đường xá, điều này ở Trung Quốc thường bị coi nhẹ. Người người đều chú ý tốc độ, ai cũng muốn chạy nhanh hơn. Cái mà họ lo lắng là: một khi ta dừng lại, chạy trên đường sẽ là người khác. Nếu như có người theo đuổi của cải, thì người khác cũng sẽ như thế. Mỗi người đều vay tiền ngân hàng, nền tài chính tiền tệ bong bóng đã sản sinh ra như vậy. Rất ít người thực sự chú ý đến tình hình đường xá, dường như họ ngồi trên xe của người khác. Trạng thái tâm lý đó rất không tốt.

Nếu lái xe không thoải mái, có thể thay xe khác, Landcruiser, Mitshubishi... đều có thể được. Do nguyên nhân tình hình đường xá, xe đua không thích hợp với bạn. Bạn cần không ngừng nâng cao kỹ xảo lái, nâng cao kỹ xảo lái cần có thầy chỉ đạo. Đối mặt với sự nguy hiểm, bạn phải càng phải thể hiện khiêm tốn. Điều tôi muốn nói là quá trình này rất quan trọng. Không có lý luận thông dụng, không có khung tốc độ nhanh để có thể lợi dụng. Cái khung mà tôi kiến nghị là hãy học tập Singapor, Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, Bắc Âu, Ireland và cũng cần tiếp thu bài học Ấn Độ.

Một số vùng của Trung Quốc nên giảm tốc độ, qui hoạch cho tốt một chút, sau đó lại sẽ cất cánh. Điều tôi muốn nhắc nhở là, nếu bạn là người lái xe, thì cần phải chú ý tình hình đường xá, không phải đường nào cũng có thể chạy tốt cả. Nếu bạn là "tiểu thư thế giới", sẽ có ngày bạn trở nên già, cũng cần phải có một số tính toán cho mình khi ở tuổi ba mươi chứ.

Dương Quốc Anh dịch