

MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

Some Theoretical and Practical Issues on Competitiveness of Enterprises

Chu Thị Kim Loan, Nguyễn Hùng Anh, Trần Hữu Cường

Khoa Kế toán và Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Nông nghiệp Hà Nội

Địa chỉ email tác giả liên lạc: *ctkloan@hva.edu.vn*

Ngày gửi đăng: 18.02.2011; Ngày chấp nhận: 15.05.2011

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm góp phần hệ thống hóa một số cơ sở lý luận và thực tiễn về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Sau khi trình bày khái niệm, bài viết thảo luận một số phương pháp phân tích đánh giá khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn khái quát thực trạng khả năng cạnh tranh của một số doanh nghiệp ở Việt Nam và cách tiếp cận phân tích khả năng cạnh tranh ở cấp doanh nghiệp của một số học giả trong và ngoài nước. Cuối cùng, một mẫu khung phân tích khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp được đề xuất dựa trên việc vận dụng các cơ sở lý luận và thực tiễn đã trình bày ở trên.

Từ khóa: Doanh nghiệp, khả năng cạnh tranh, khung phân tích, phương pháp.

SUMMARY

This paper discusses theoretical and practical issues on enterprises' competitiveness. After presenting concepts, the paper discusses some methods used to analyze the enterprises' competitiveness. In addition, the study also generalizes the competitive situation of some Vietnamese enterprises, and methods applied by few authors to analyze the enterprises competitiveness. Lastly, a sample of analytical framework for enterprises' competitiveness is introduced.

Key words: competitiveness, enterprise, framework, method.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Chính sách đổi mới cơ chế quản lý kinh tế, chuyển sang cơ chế thị trường đã làm cho nền kinh tế Việt Nam chuyển biến mạnh mẽ. Trong điều kiện nước ta hiện nay, khi mà nền kinh tế hàng hoá ngày càng phát triển mạnh, sự cạnh tranh càng trở nên gay gắt thì sự đứng vững và khẳng định vị thế của mỗi doanh nghiệp trên thị trường là một điều cực kỳ khó khăn. Bất cứ một doanh nghiệp nào khi tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh trong cơ chế thị trường đều phải chịu tác động của các quy luật kinh tế khách quan, trong đó có quy luật cạnh tranh.

Theo quy luật này, mỗi doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển được trên thị trường thì phải không ngừng nỗ lực áp dụng khoa học kỹ thuật để nâng cao chất lượng sản phẩm, quản lý tốt chi phí nhằm giảm giá thành sản phẩm, v.v... Có như vậy, doanh nghiệp mới thu hút được khách hàng, đồng thời chiến thắng được các đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Do đó, việc phân tích đánh giá khả năng cạnh tranh của bản thân doanh nghiệp và của đối thủ để từ đó có các biện pháp cải thiện vị thế cạnh tranh đã trở thành một vấn đề quan trọng hàng đầu được nhiều doanh nghiệp và nhà nghiên cứu quan tâm. Tuy

nhiên, cho đến nay vẫn chưa có sự nhất trí cao giữa các học giả, các nhà chuyên môn về khái niệm cũng như cách đo lường, phân tích khả năng cạnh tranh ở cấp doanh nghiệp. Trên thực tiễn nghiên cứu, họ đã sử dụng các chỉ tiêu nào để đánh giá khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp? Thực trạng khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp ở Việt Nam như thế nào? Kinh nghiệm nâng cao khả năng cạnh tranh cho các doanh nghiệp ở một số nước trên thế giới là gì? Đó là những câu hỏi sẽ được làm sáng tỏ phần nào qua nghiên cứu này.

Mục tiêu cơ bản của bài viết là góp phần hệ thống hóa một số vấn đề lý luận và thực tiễn về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, làm cơ sở cho các nghiên cứu trong lĩnh vực này.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu này là nghiên cứu tổng quan nên các thông tin được trình bày trong bài viết là những dữ liệu thứ cấp, được thu thập từ các tài liệu đã công bố như tạp chí, sách, báo, internet.

Để phân tích dữ liệu, nghiên cứu chủ yếu sử dụng phương pháp thống kê mô tả những đặc tính của hiện tượng nghiên cứu thông qua các sơ đồ, đồ thị và bảng số liệu với các chỉ tiêu như số tương đối, số tuyệt đối, số bình quân, v.v...

3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

3.1. Khái niệm về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp

Thực tế hiện nay, các thuật ngữ *khả năng cạnh tranh*, *năng lực cạnh tranh* và *tính cạnh tranh* được sử dụng rộng rãi nhưng vẫn chưa có định nghĩa cụ thể cho từng thuật ngữ. Theo Từ điển Tiếng Việt, năng lực là khả năng để làm một việc gì đó, còn khả năng là sức lực làm một việc gì đó. Tuy nhiên, trong tiếng Anh, các thuật ngữ trên đều được dùng là “competitiveness”.

Nói một cách khái quát, khả năng cạnh tranh là khả năng của một doanh nghiệp hoặc một ngành, thậm chí một quốc gia không bị doanh nghiệp khác, ngành khác hoặc nước khác đánh bại về khả năng kinh tế (Từ điển Thuật ngữ chính sách thương mại). Khả năng cạnh tranh có thể nhìn nhận ở các cấp độ khác nhau: cấp quốc gia, cấp ngành, cấp doanh nghiệp và cấp sản phẩm. Nghiên cứu này đề cập tới khả năng cạnh tranh cấp doanh nghiệp.

Theo Tổ chức UNCTAD của Liên Hợp Quốc, khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng của doanh nghiệp trong việc giữ vững hoặc tăng thị phần của mình một cách vững chắc hay năng lực hạ giá thành, hoặc cung cấp sản phẩm bền, đẹp, rẻ của doanh nghiệp. Tương tự, theo Nguyễn Hữu Thắng (2008), năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và nâng cao lợi thế cạnh tranh trong việc tiêu thụ sản phẩm, mở rộng mạng lưới tiêu thụ, thu hút và sử dụng có hiệu quả các yếu tố sản xuất nhằm đạt lợi ích kinh tế cao và bền vững. Nghiên cứu của Nguyễn Văn Thanh (2003) đề cập, năng lực cạnh tranh là khả năng của một doanh nghiệp tồn tại trong kinh doanh và đạt được một số kết quả mong muốn dưới dạng lợi nhuận, giá cả, lợi tức hoặc chất lượng sản phẩm cũng như năng lực của nó để khai thác các cơ hội thị trường hiện tại và làm nảy sinh các thị trường mới. Theo Van Duren và cs. (1991), khả năng cạnh tranh của một ngành/doanh nghiệp là năng lực duy trì được lợi nhuận và thị phần trên các thị trường trong và ngoài nước. Như vậy, các quan điểm về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp đề cập trên, đều nhấn mạnh tới thực lực của doanh nghiệp, thể hiện qua một số tiêu chí như thị phần, giá thành sản phẩm, chất lượng sản phẩm, mạng lưới tiêu thụ, hiệu quả sử dụng các yếu tố sản xuất và lợi nhuận. Thực lực của doanh nghiệp chủ yếu được tạo thành từ những yếu tố nội tại của doanh nghiệp, tuy nhiên nó cũng chịu sự tác động của các yếu tố môi trường xung quanh doanh nghiệp.

Theo Phạm Quang Trung (2007), khả năng cạnh tranh là thuật ngữ được dùng để nói đến các đặc tính cho phép một hãng cạnh tranh có hiệu quả với các hãng khác nhờ có chi phí thấp hoặc sự vượt trội về công nghệ và kỹ thuật trong so sánh quốc tế. Như vậy, theo quan điểm này, khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp luôn hàm ý so sánh với các đối thủ cùng hoạt động trên thị trường. Muốn có khả năng cạnh tranh thực thụ, thực lực của doanh nghiệp phải tạo nên được lợi thế so sánh với các đối thủ cạnh tranh.

Từ những thảo luận trên, khái niệm về khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp có thể được khái quát như sau: *Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng mà doanh nghiệp có thể tự duy trì vị trí của mình một cách lâu dài và bền vững trên thị trường cạnh tranh bằng cách tạo ra các sản phẩm có chất lượng cao, giá thành hợp lý, cách bán thuận tiện và thu được mức lãi mong muốn..*

3.2. Các phương pháp phân tích, đánh giá khả năng cạnh tranh

Thực chất của việc phân tích, đánh giá khả năng của doanh nghiệp là xác định lợi thế và bất lợi của doanh nghiệp ở từng thị trường, những cơ hội, mục tiêu và kết quả doanh nghiệp có thể đạt được (Bình, 1997). Cho đến nay, có nhiều học giả đưa ra những phương pháp phân tích, đánh giá khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Dưới đây là một số cách đánh giá điển hình được nghiên cứu này đề xuất.

3.2.1. Phương pháp phân tích theo quan điểm quản trị chiến lược

Khả năng cạnh tranh của một doanh nghiệp trên thị trường được quyết định bởi khả năng nội tại của doanh nghiệp và các yếu tố của môi trường kinh doanh tác động đến khả năng hoạt động của doanh nghiệp. Khả năng nội tại của doanh nghiệp được đánh giá bởi các chỉ tiêu như khả năng về vốn và công nghệ, giá thành và chất lượng sản phẩm, uy tín của doanh nghiệp, năng lực

của đội ngũ cán bộ, v.v... Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp khá đa dạng. Theo Porter (1980), mọi ngành (hay doanh nghiệp) sản xuất kinh doanh đều chịu tác động của 5 áp lực cạnh tranh cơ bản là: Đối thủ cạnh tranh, khách hàng, nhà cung cấp, các đối thủ tiềm ẩn và sản phẩm thay thế.

Tương tự quan điểm của Porter, Keegan (1989) cho rằng các nhân tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp gồm: mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp hiện tại, sự đe dọa của đối thủ mới, sự đe dọa của sản phẩm thay thế, các nhân tố vĩ mô và các nhân tố vi mô. Trong đó, các nhân tố vĩ mô bao gồm hàng loạt các yếu tố thuộc môi trường kinh doanh như chính trị, văn hoá, xã hội, luật pháp, Còn các nhân tố vi mô như sở thích của khách hàng, khả năng đàm phán của doanh nghiệp với nhà cung cấp và người mua.

3.2.2. Phương pháp phân tích theo quan điểm tân cổ điển

Quan điểm tân cổ điển dựa trên lý thuyết thương mại truyền thống xem xét lợi thế cạnh tranh hay tính cạnh tranh đối với một sản phẩm của doanh nghiệp qua lợi thế so sánh về chi phí sản xuất và năng suất so với đối thủ nước ngoài. Các chỉ số được sử dụng như giá thành sản phẩm so với đối thủ, năng suất, hoặc chi phí nguồn lực trong nước. Các chỉ số này thường được xem xét cùng với tỷ giá hối đoái và các biện pháp bảo hộ.

Mặc dù có những hạn chế nhất định (chẳng hạn như chưa toàn diện, việc đo lường chi phí và năng suất phải dựa trên những giả thiết không thật phù hợp với thực tế), các phân tích định lượng phản ánh khả năng cạnh tranh ngành/doanh nghiệp theo quan điểm này vẫn được sử dụng rất rộng rãi. Trước hết, chi phí các nhân tố sản xuất vẫn còn là một điều kiện cơ bản của lợi thế cạnh tranh, nhất là đối với các nước đang phát triển và lại trong quá trình hội nhập thương mại quốc tế. Hơn nữa, các chỉ số chi phí còn cho phép xác định được những

ngành/doanh nghiệp có đóng góp tích cực cho nền kinh tế xét về phúc lợi xã hội và do vậy, những can thiệp chính sách của chính phủ là phù hợp hay không. Dưới góc độ doanh nghiệp, các chỉ số đó sẽ cho biết liệu doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh và tồn tại hay không trong môi trường giá cả thị trường đã định và cả trong các bối cảnh có sự thay đổi chính sách.

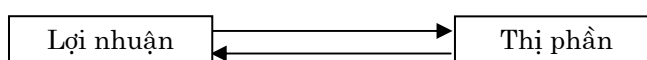
3.2.3. Phương pháp phân tích theo quan điểm tổng hợp

Quan điểm tổng hợp kết hợp các quan điểm quản trị chiến lược, tân cổ điển và kinh tế học để đo lường khả năng cạnh tranh, đồng thời chỉ ra những nhân tố khuyến khích hay cản trở khả năng cạnh tranh. Hình 1 là tập hợp các chỉ số và nhân tố làm cơ sở cho việc đánh giá khả năng cạnh tranh theo quan điểm tổng hợp. Trong khung đánh giá này, các chỉ số hàm chứa tính cạnh tranh là quan trọng nhất. Việc đánh giá thành công

hay thất bại phụ thuộc rất nhiều vào khả năng phân tích những chỉ số này. Xét tổng thể, cách phân tích theo quan điểm tổng hợp cho phép trả lời ba câu hỏi cơ bản khi nghiên cứu khả năng cạnh tranh của một doanh nghiệp: (1) Doanh nghiệp đó có tính cạnh tranh như thế nào? (2) Những nhân tố nào có tác động tích cực, tiêu cực đối với tính cạnh tranh của doanh nghiệp? (3) Các tiêu chí gì cần đặt ra cho chính sách để nâng cao tính cạnh tranh của doanh nghiệp; những chính sách, chương trình và công cụ nào của chính phủ đáp ứng được các tiêu chí đó?

Đánh giá khả năng cạnh tranh theo quan điểm này thể hiện đầy đủ cả những phân tích định tính và định lượng cũng như quan sát tĩnh và động. Tuy nhiên, rất khó để áp dụng tất cả các yêu cầu trên trong một nghiên cứu do cần phải có nguồn số liệu đầy đủ cũng như các thông tin chính xác tại từng thời điểm.

Các chỉ số đo tính cạnh tranh



Các chỉ số (lượng và chất) hàm chứa tính cạnh tranh

Năng suất	Công nghệ	Sản phẩm	Đầu vào & chi phí	Mức độ tập trung	Các điều kiện về cầu	Độ liên kết
- Lao động - Tổng hợp của các nhân tố	- Chi phí cho nghiên cứu và phát triển - Cấp độ - Thay đổi	- Chất lượng - Sự khác biệt	- Giá cả đầu vào chủ yếu - Hệ số chi phí các nguồn lực	Bốn doanh nghiệp lớn nhất	- Độ lớn thị trường - Đa dạng	- Vị thế người cung ứng - Vị thế người mua

Tính cạnh tranh chịu tác động của những nhân tố

Kiểm soát bởi doanh nghiệp	Kiểm soát bởi chính phủ	Kiểm soát được phần nào	Không thể kiểm soát được
- Chiến lược - Sản phẩm - Công nghệ - Đào tạo - R và D (nội bộ) - Chi phí - Liên kết	- Môi trường kinh doanh (thuế, lãi suất, tỷ giá) - Chính sách R & D - Đào tạo & giáo dục - Liên kết	- Giá đầu vào - Các điều kiện về cầu - Môi trường thương mại quốc tế	- Môi trường tự nhiên

Nguồn: Theo Van Duren, Martin, và Westgren. 1991

Hình 1. Khung đánh giá tính cạnh tranh của doanh nghiệp

3.3. Thực tiễn nghiên cứu về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp ở Việt Nam và một số nước trên thế giới

3.3.1. Một số nghiên cứu ở trong nước

Khả năng cạnh tranh là chìa khoá cho sự tồn tại và phát triển của sản phẩm, của doanh nghiệp và từ đó góp phần thúc đẩy nền kinh tế quốc dân phát triển. Vì vậy, đã có rất nhiều công trình nghiên cứu xung quanh vấn đề này.

Nguyễn Vĩnh Thanh (2005) với nghiên cứu “Nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp thương mại Việt Nam trong hội nhập kinh tế quốc tế” đã phản ánh thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam thông qua 08 chỉ tiêu là: vốn, hoạt động nghiên cứu thị trường và lựa chọn thị trường mục tiêu, chiến lược kinh doanh, năng lực quản lý và điều hành, chi phí nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới, trình độ công nghệ và nhân lực. Theo kết quả nghiên cứu của tác giả, vốn của từng doanh nghiệp thương mại rất nhỏ (năm 2003, vốn bình quân mỗi doanh nghiệp thương mại là 10,23 tỷ đồng, trong đó số doanh nghiệp có qui mô dưới 0,5 tỷ đồng chiếm tới 33,7%). Hoạt động nghiên cứu thị trường cũng không được các doanh nghiệp thương mại chú ý tiến hành thường xuyên, chỉ có 16% số doanh nghiệp điều tra cho hoạt động đó là quan trọng và được tiến hành thường xuyên. Tìm hiểu về chiến lược kinh doanh, tác giả tập trung phân tích các chiến lược về sản phẩm, giá, phân phối và xúc tiến. Những chiến lược này của các doanh nghiệp thương mại cũng còn nhiều bất cập, chưa thích ứng với thị trường, bị động và mức đầu tư còn rất khiêm tốn. Năng lực quản lý điều hành cũng còn nhiều hạn chế: có trên 40% số doanh nghiệp điều tra có tỷ lệ chi phí quản lý chiếm từ 11-40% giá thành sản phẩm, cho thấy bộ máy quản lý của doanh nghiệp còn cồng kềnh. Các doanh nghiệp thương mại chi cho nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới còn ở mức độ thấp, có tới 52% mẫu điều tra

chỉ dành từ 0-10% chi phí cho hoạt động này. Từ phân tích thực trạng, tác giả đã kết luận rằng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thương mại Việt Nam còn thấp. Từ đó, tác giả đưa một số giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp như tăng cường hoạt động marketing hỗn hợp; giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành sản phẩm; xây dựng và phát triển thương hiệu doanh nghiệp; đổi mới cơ cấu tổ chức quản lý, hoàn thiện kỹ năng quản lý hiện đại của đội ngũ lãnh đạo trong các doanh nghiệp; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; và hoàn thiện hệ thống thông tin, chủ động áp dụng thương mại điện tử trong điều hành kinh doanh.

Nguyễn Hữu Thắng (2008) với nghiên cứu “Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay”. Cuốn sách đưa ra một bức tranh về thực trạng doanh nghiệp và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy rằng các doanh nghiệp Việt Nam hoạt động chủ yếu trong các ngành nghề truyền thống, tỷ lệ doanh nghiệp hoạt động trong các ngành, lĩnh vực hiện đại chưa nhiều; thị phần và năng lực chiếm lĩnh thị trường của doanh nghiệp Việt Nam tuy đã được cải thiện nhưng vẫn còn hạn chế. Đề cập tới thực trạng các yếu tố động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam, tác giả cho rằng đó là việc tổ chức quản lý doanh nghiệp Việt Nam, bao gồm nhiều yếu tố như: mô hình tổ chức doanh nghiệp, cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý, năng lực cán bộ quản lý doanh nghiệp. Đây là một trong những nhân tố hàng đầu tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Ngoài ra, có một số nhân tố nữa tác động đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam như năng lực vốn, năng lực công nghệ, năng lực của lao động trong các doanh nghiệp. Thực trạng môi trường doanh nghiệp Việt Nam cũng được tác giả quan tâm với một số yếu tố cơ bản như: thể chế - chính sách, sự

quản lý - điều hành của Nhà nước, thị trường đối với các doanh nghiệp Việt Nam. Về cơ bản, môi trường kinh doanh đối với các doanh nghiệp còn nhiều khó khăn, trở ngại. Để các doanh nghiệp này đứng vững và cạnh tranh được trong điều kiện hiện nay, bên cạnh sự vươn lên của các doanh nghiệp đòi hỏi phải tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh. Trên cơ sở phân tích thực trạng, tác giả cho rằng cần chú trọng vào những biện pháp sau để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp: đổi mới tổ chức, nâng cao năng lực quản lý doanh nghiệp; nâng cao năng lực marketing của doanh nghiệp; sử dụng có hiệu quả và nâng cao năng lực công nghệ; sử dụng có hiệu quả và nâng cao chất lượng nhận thức của doanh nghiệp; tăng cường liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp với các đối tác trong và ngoài nước, ... Mặt khác, các cấp chính quyền và các cơ quan nhà nước cần giúp đỡ, hỗ trợ các doanh nghiệp trên các mặt như: phát triển kết cấu hạ tầng; đổi mới thể chế, chính sách phù hợp với trình độ của nền kinh tế, của các doanh nghiệp Việt Nam và các cam kết quốc tế; tăng cường hỗ trợ doanh nghiệp.

Ngoài ra, nhiều nghiên cứu của các tổ chức và cá nhân khác như Viện Nghiên cứu Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh (2007), Cục Thương mại (2007), Vũ Văn Phúc (2007), v.v... cũng đề cập tới khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong các ngành sản xuất cụ thể. Những kết quả nghiên cứu của họ đều cho rằng khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp còn hạn chế và việc nâng cao khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp là điều cần thiết. Các giải pháp đề xuất của họ tập trung vào việc nâng cao chất lượng sản phẩm, trình độ khoa học công nghệ và năng lực tài chính; phát triển nguồn nhân lực; xây dựng chiến lược cạnh tranh và hoàn thiện hệ thống phân phối.

3.3.2. Một số nghiên cứu ở nước ngoài

Trong bài viết “Tăng cường khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp - Cách tiếp cận

tự đánh giá”, Khader đã đưa ra khung lý luận về mô hình đánh giá khả năng cạnh tranh ở cấp doanh nghiệp. Theo tác giả, khả năng cạnh tranh là khả năng để tăng thị phần, lợi nhuận, tăng trưởng giá trị gia tăng, và để duy trì sự cạnh tranh trong một khoảng thời gian dài. Nó được mô tả qua một công thức sau:

Tài sản cạnh tranh	×	Tiến trình cạnh tranh	=	Khả năng cạnh tranh thế giới
Cơ sở hạ tầng		Chất lượng		Thị phần
Tài chính		Tốc độ		Lợi nhuận
Công nghệ		Đáp ứng nhu cầu khách hàng		Tăng trưởng
Con người		Dịch vụ		Thời gian phản ứng

Thể hiện khả năng cạnh tranh (bao gồm hiệu quả kinh tế, chất lượng và sự thoả mãn khách hàng; hiệu quả xã hội, kết quả tài chính và thị trường) bắt nguồn từ tài sản cạnh tranh - khi những tài sản này được quản lý hoặc khai thác bởi việc triển khai các tiến trình cạnh tranh có hiệu quả. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp còn hoạt động trong một nền kinh tế hay xã hội có tất cả các đặc điểm kinh tế, xã hội, văn hoá, luật pháp. Điều này hình thành nên môi trường bên ngoài doanh nghiệp, đóng góp vào giá trị, đạo đức, tiến trình thực hiện và gây ảnh hưởng đến doanh nghiệp. Dựa trên lý luận đó, tác giả trình bày mô hình đánh giá khả năng cạnh tranh tổng hợp với một cơ chế lượng hoá thích hợp tuân theo sự tự đánh giá và nội quan của các chiến lược có liên quan.

Trước khi tiến hành so sánh các yếu tố thể hiện khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp chế biến gỗ vừa và nhỏ, Parhizkar và cs. (2009) đã mô tả phương pháp nghiên cứu của mình. Các yếu tố thể hiện khả năng cạnh tranh trong nghiên cứu của họ được

chia thành 3 nhóm: (1) các yếu tố qui mô và lượng bán (sản lượng sản xuất ra, giá trị sản phẩm tiêu thụ, qui mô lao động), (2) các yếu tố marketing (mức tăng trưởng của lượng bán, thị trường tiêu thụ, chi phí marketing, ...) và các yếu tố sản xuất (tỷ trọng các loại sản phẩm, chất lượng và sự phù hợp của hệ thống phân loại phẩm cấp). So sánh khả năng cạnh tranh giữa các hãng xuất khẩu và hãng chế biến gỗ xẻ theo 03 nhóm yếu tố này, tác giả cho biết rằng các hãng xuất khẩu có số lượng lao động, sản lượng và giá trị gỗ xẻ tiêu thụ lớn hơn so với các hãng chế biến gỗ. Họ cũng cử nhiều nhân viên bán hàng trực tiếp cho khách nước ngoài hơn, chi phí nhiều hơn cho nghiên cứu marketing và tham gia hội chợ quốc tế. Trong lĩnh vực sản xuất, các hãng xuất khẩu có tỷ trọng các loại gỗ sồi trắng, tần bì và dương vàng cao hơn so với các hãng chế biến gỗ.

Bielik và Rajcaniova (2004) khi phân tích khả năng cạnh tranh của các đơn vị sản xuất kinh doanh nông nghiệp ở Slovakia, đã sử dụng hệ số chi phí nguồn lực (RCR) để so sánh khả năng cạnh tranh giữa các đơn vị này. Kết quả nghiên cứu của họ cho thấy, các doanh nghiệp kinh doanh có khả năng cạnh tranh lớn hơn so với các hợp tác xã; các đơn vị sản xuất nông nghiệp với điều kiện tự nhiên và đất đai tốt hơn có khả năng cạnh tranh cao hơn; các đơn vị sản xuất nhận được sự trợ cấp từ chính phủ có khả năng cạnh tranh cao hơn so với các đơn vị không nhận được trợ cấp. Bên cạnh đó, các tác giả còn lượng hoá mức độ ảnh hưởng của một số yếu tố đến hệ số chi phí nguồn lực. Các yếu tố được tác giả xem xét như lượng hàng bán, chi phí hàng bán, sản lượng, giá trị sản phẩm và dịch vụ, mức thay đổi của hàng dự trữ, chi phí sản xuất, chi phí nguyên vật liệu, các dịch vụ, chi phí quản lý, chi phí tiền lương, khấu hao, mức trợ cấp, và các chi phí khác. Yếu tố ảnh hưởng nhiều nhất đến sự thay đổi của hệ số RCR giữa hai năm 2000 và 1999 là chi phí sản xuất, cụ thể là

chi phí nguyên vật liệu (sự tăng lên của chỉ tiêu này làm hệ số RCR tăng 32,74%). Yếu tố góp phần lớn nhất vào sự giảm của hệ số RCR là sản lượng và giá trị sản phẩm và dịch vụ (tương ứng với 21,83% và 20,29%).

3.3.3. Kinh nghiệm về nâng cao khả năng cạnh tranh của các nước trên thế giới

Dựa theo báo cáo của ECA (2001), khi bàn về môi trường chính sách phù hợp để giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ phát triển, có một sự thừa nhận chung rằng hai nhân tố cơ bản có thể giúp tất cả các doanh nghiệp là môi trường vĩ mô ổn định (kiểm soát tốt lạm phát, mức thâm hụt ngân sách thấp, tỷ giá hối đoái có tính cạnh tranh); và chính sách công nghiệp, thương mại gắn với thị trường và hướng ra nước ngoài, giảm kiểm soát nhập khẩu và thuế quan. Tuy nhiên, giảm rào cản nhập khẩu và thuế quan cần được tiến hành từ từ để các doanh nghiệp trong nước có đủ thời gian điều chỉnh với những thách thức mới, và chính phủ có đủ thời gian để hình thành các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, giúp họ cạnh tranh với hàng nhập khẩu và thâm nhập sang các nước khác.

Những khó khăn đặc biệt trong môi trường chính sách của các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể là sản phẩm của những chiến lược ngành trong quá khứ. Theo Späth (1992), các chiến lược đó có 4 đặc trưng ảnh hưởng tiêu cực đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ, và cần được thay đổi. *Thứ nhất là sự thiên vị trong chính sách khuyến khích.* Rất nhiều nước theo đuổi chiến lược công nghiệp hoá dựa trên các doanh nghiệp qui mô lớn. Thông qua các chính sách tín dụng, khuyến khích đầu tư, qui định thương mại, phân bổ hạn ngạch, ... đã tạo điều kiện cho các doanh nghiệp qui mô lớn hình thành và tăng trưởng, vô tình đã phân biệt đối xử với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. *Khó khăn thứ hai là vấn đề quản lý tập trung.* Ở nhiều nước đang phát triển, chính quyền trung ương thể hiện mức độ tập trung cao về nguồn lực và ra quyết

định. Các ý kiến đề xuất bởi chính quyền địa phương để thúc đẩy các hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ thường bị bóp nghẹt bởi tiến trình ra quyết định của cấp trên và thiếu nguồn lực ở cấp địa phương. *Khó khăn thứ ba liên quan đến thủ tục hành chính và lề lối làm việc.* Đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các thủ tục để phù hợp với qui định của Nhà nước nhằm được hưởng chính sách ưu tiên như thủ tục đăng ký, thuế, tài sản, ... là khó thực hiện. Đây không phải là khó khăn với những doanh nghiệp qui mô lớn vì họ có các nhân viên chuyên phụ trách về lĩnh vực này, còn đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ là gánh nặng. *Vấn đề thứ tư được gọi là "lỗ hổng của tầng trưởng thể chế".* Để khắc phục những tác động tiêu cực của chính sách ưu đãi mở rộng đối với người sản xuất nhỏ, một số nước đã đưa ra các công cụ và qui định khuyến khích đặc biệt với các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các chính sách ưu đãi này có thể sẽ hạn chế sự mở rộng của các doanh nghiệp nhỏ nhưng cũng có thể lại làm gia tăng chúng. Dựa trên những bài học trên, để nâng cao năng lực của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cần khắc phục những hạn chế của môi trường chính sách như tăng cường tính tự chủ cho các doanh nghiệp, cải thiện lề lối làm việc, đơn giản thủ tục hành chính, dành những ưu đãi nhất định cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

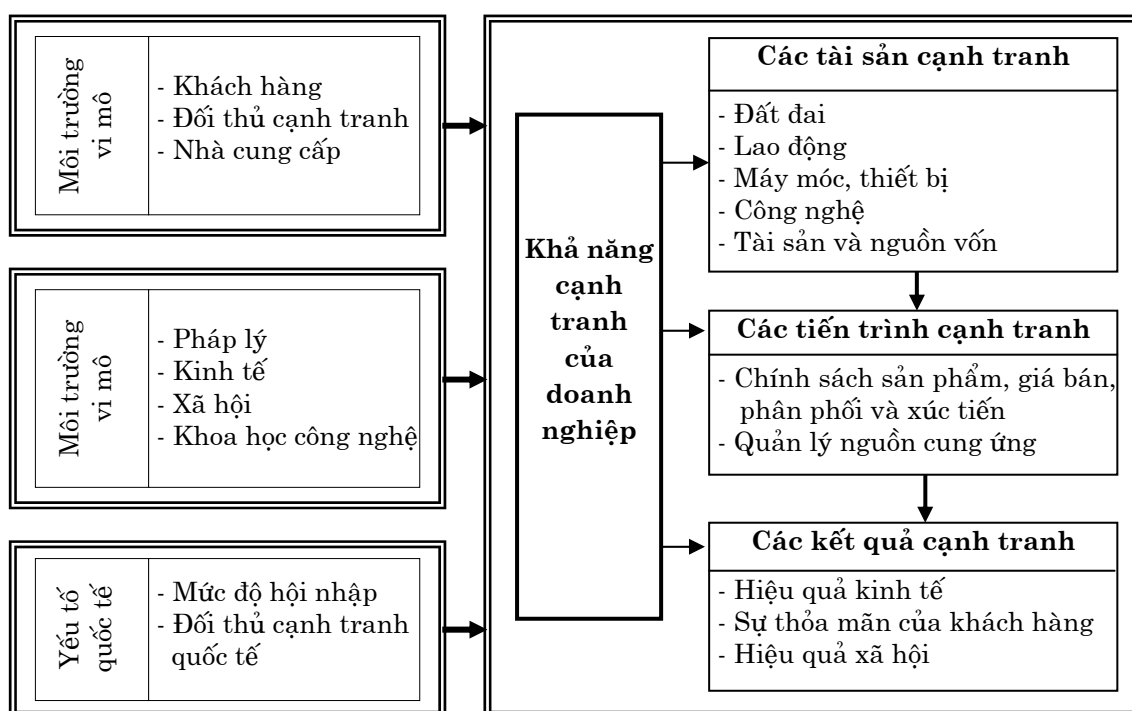
Trong những năm gần đây, tầm quan trọng của cơ sở hạ tầng tăng lên do thay đổi về bản chất của cạnh tranh trên thị trường trong nước và thế giới. Tốc độ và giao hàng đúng thời điểm đã trở thành một thông số quan trọng trong cạnh tranh mới. Cơ sở hạ tầng tốt sẽ giảm đáng kể chi phí chuyển dịch hàng hoá. Vì vậy, cải thiện cơ sở hạ tầng cũng là một phương cách giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Theo tổng kết của ECA (2001), để đảm bảo ngân quỹ cho đầu tư cơ sở hạ tầng, các nước có thể nghiên cứu huy động từ ba nguồn bổ sung

sau: (1) nhà nước (cần dành một tỷ lệ phần trăm GDP nhất định để đầu tư mới cơ sở hạ tầng và duy trì chất lượng các cơ sở hạ tầng hiện có), (2) Kết hợp giữa nhà nước và khu vực tư nhân để phát triển các dự án cơ sở hạ tầng mới, (3) Viện trợ nước ngoài.

Theo báo cáo của ECA (2001), bên cạnh biện pháp tài chính, nhiều quốc gia phát triển thúc đẩy khả năng cạnh tranh và năng lực công nghệ của các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua các dịch vụ phi tài chính. Nói một cách khái quát, họ tập trung vào 2 lĩnh vực: (1) Các dịch vụ liên quan đến cải thiện năng lực sản xuất và năng lực đổi mới như tư vấn về bố trí sản xuất, tiêu chuẩn chất lượng; cung cấp thông tin về tiến bộ công nghệ; kiểm tra nguyên vật liệu; đào tạo các chủ doanh nghiệp và người lao động, v.v...; (2) Những dịch vụ liên quan đến phát triển các hoạt động marketing trong doanh nghiệp, chẳng hạn như đào tạo về marketing, thu thập thông tin, liên kết kinh doanh.

3.4. Khung phân tích khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp

Qua các nghiên cứu trình bày ở trên, có thể thấy rằng: do điều kiện nghiên cứu khác nhau nên mỗi tác giả có thể đứng ở những góc độ khác nhau khi phân tích khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, nhưng nhìn chung họ đều đề cập tới một số yếu tố thể hiện khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp như thực lực về nhân lực, tài chính và công nghệ; hệ thống phân phối; chất lượng sản phẩm; lợi nhuận, thị phần và hiệu quả kinh doanh... Đồng thời, có một quan điểm chung nữa là khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp chịu sự tác động của các yếu tố môi trường. Tổng hợp từ lý thuyết và thực tiễn đó, nghiên cứu này xây dựng một mẫu ví dụ về khung phân tích khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế (Hình 2).



Hình 2. Khung phân tích khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập

Khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp có thể được phân tích ở 3 góc độ: (1) các tài sản cạnh tranh, (2) các tiến trình cạnh tranh, và (3) các kết quả cạnh tranh. Trong đó, các tài sản cạnh tranh bao gồm những nguồn lực về đất đai, lao động, máy móc thiết bị, công nghệ, giá trị tài sản và nguồn vốn của doanh nghiệp. Tiến trình cạnh tranh liên quan đến các chính sách về sản phẩm (chủng loại, nhãn hiệu, chất lượng, bao gói), giá bán, phân phối sản phẩm và xúc tiến marketing; quản lý nguồn cung ứng của doanh nghiệp. Các chỉ tiêu thể hiện kết quả cạnh tranh của doanh nghiệp cần được tập trung phân tích là kết quả và hiệu quả kinh tế (lợi nhuận, thị phần, v.v.), sự thỏa mãn của khách hàng, và hiệu quả xã hội. Đó là những chỉ tiêu trực tiếp, sau cùng thể hiện khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Các tài sản cạnh tranh ảnh hưởng đến những quyết sách mà doanh nghiệp sử dụng trong quá trình cạnh tranh, từ đó sẽ tác động tới kết quả cạnh tranh của doanh nghiệp.

Khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp chịu ảnh hưởng của các yếu tố bên ngoài gồm: (1) môi trường vĩ mô, (2) môi trường vi mô và (3) yếu tố quốc tế. Môi trường thuận lợi sẽ giúp doanh nghiệp nâng cao được hiệu quả sản xuất kinh doanh, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, trong bối cảnh hiện nay - khi Việt Nam đã tham gia AFTA, gia nhập WTO và một số định chế quốc tế khác thì xu hướng hội nhập kinh tế thế giới và các đối thủ cạnh tranh quốc tế sẽ là hai yếu tố quốc tế quan trọng ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong nước. Bên cạnh những cơ hội, các doanh nghiệp phải đối mặt với những hạn chế thương mại khác nhau như tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm, an toàn lao động, bao bì đóng gói, nguồn gốc xuất xứ của sản phẩm, v.v. Đó là những thách thức có thể ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế. Ngoài ra, khi những thoả thuận,

điều ước thương mại được ký kết và thực thi, các doanh nghiệp nước ngoài có điều kiện thuận lợi hơn để thâm nhập thị trường trong nước, số lượng đối thủ cạnh tranh của các doanh nghiệp trong nước sẽ tăng hơn, mức độ cạnh tranh từ đó sẽ cao hơn ngay cả trên thị trường nội địa.

4. KẾT LUẬN

Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp có thể hiểu một cách khái quát là thực lực của doanh nghiệp, được thể hiện qua các chỉ tiêu về nguồn lực, kết quả và hiệu quả. Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp luôn hàm ý so sánh với các đối thủ cùng hoạt động trên thị trường.

Khi phân tích đánh giá khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, chúng ta có thể tiếp cận theo ba quan niệm: quản trị chiến lược, tâm cổ điển và tổng hợp. Mỗi phương pháp tiếp cận có những ưu và nhược điểm riêng, tuy nhiên phân tích khả năng cạnh tranh theo quan điểm tổng hợp được đánh giá cao hơn. Nó thể hiện đầy đủ cả những phân tích định tính và định lượng cũng như quan sát tĩnh và động.

Theo kết quả nghiên cứu của một số tác giả, nhìn chung các doanh nghiệp Việt Nam có khả năng cạnh tranh chưa cao. Một trong những nguyên nhân dẫn đến thực trạng đó là do môi trường kinh doanh đối với các doanh nghiệp còn nhiều khó khăn, trở ngại. Kinh nghiệm của một số nước để nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp là: tạo môi trường vĩ mô ổn định; chính sách công nghiệp, thương mại gắn với thị trường và hướng ra nước ngoài; cải thiện cơ sở hạ tầng; tăng khả năng tiếp cận của doanh nghiệp với tín dụng chính thống; phát triển các dịch vụ phi tài chính.

Dựa trên cơ sở lý luận và thực tiễn, một mẫu khung phân tích khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp đã được đề xuất. Theo đó, khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp sẽ được phân tích ở 3 góc độ: các tài sản cạnh

tranh, các tiến trình cạnh tranh và các kết quả cạnh tranh; trong đó, các kết quả cạnh tranh là chỉ tiêu trực tiếp, sau cùng phản ánh khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ash, K. và L. Brink (1992). The Role of Competitiveness in Shaping Policy Choices. Working Paper APD No 92-5, Competitiveness Division, Agrifood Policy Directorate, Policy Branch, Ottawa.
- Bielik và Rajcaniova (2004). Competitiveness analysis of Agricultural enterprises in Slovakia. *Journal of Agricultural Economics*, Czech, 50, p. 556-560.
- Đỗ Đức Bình (1997). Giáo trình Kinh doanh Quốc tế. Nhà xuất bản Giáo dục.
- ECA (Economic Commission for Africa) (2001). Enhancing the Competitiveness of Small and Medium Enterprises in Africa: A Strategic Framework of Institutional Support. www.uneca.org/dpmd/SME%20Strategic%20Framework.pdf, trích dẫn ngày 10/5/2010.
- Keegan, Warren J. (1989). Global marketing Management. Prentice-Hall International Editions.
- Khader, S. A. Enhancing - Enterprise - Competitiveness - Self - Assessment - Approach. <http://www.scribd.com/doc/10209943/Enhancing-Enterprise-Competitiveness-Self-Assessment-Approach>, trích dẫn ngày 4/5/2010.
- Nguyễn Hữu Thắng (2008). Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay. NXB. Chính trị quốc gia.
- Nguyễn Văn Thanh (2003). Một số vấn đề về năng lực cạnh tranh và năng lực cạnh tranh quốc gia. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế*, số 317.
- Nguyễn Vĩnh Thanh (2005). Nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp thương mại Việt Nam trong giai đoạn hiện nay. NXB. Lao động - Xã hội.

- Parhizkar, Omid Smith, Robert Bob, L.Miller, and Chad R. (2009). Comparison of important competitiveness factors for small- to medium-sized forest enterprises. *Forest Products Journal*.
- Phạm Quang Trung (2007). Nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trước thách thức hội nhập kinh tế quốc tế, <http://opac.lrc.ctu.edu.vn/pdoc/24/kth-24.pdf>.
- Porter, M.E (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*. The free Press, New-York-Singapore.
- Späth, B. (1992). The Institutional Environment and Communities of Small Firms. *IDS bulletin*. Vol.23. No. 3, P. 8-14.
- Van Duren, E. Martin, và Westgren R. (1991). "Assessing the competitiveness of Canada's Agrifood Industry". *Canadian Journal of Agricultural Economics*, p.39.
- Vũ Văn Phúc (2007). Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, http://www.tapchiconsan.org.vn/details.asp?Object=4&news_ID=121133617.