

Tư duy kinh doanh trong các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam theo xu hướng hội nhập

Nguyễn Thu Hà

Ngày nhận: 14/09/2017

Ngày nhận bản sửa: 16/10/2017

Ngày duyệt đăng: 10/11/2017

Lối mòn trong tư duy kinh doanh là một trong các nguyên nhân chính dẫn tới những vấn đề còn tồn tại ở các doanh nghiệp thủy sản (DNTS) Việt Nam. Cụ thể như tình trạng thiếu nguyên liệu, thiếu vốn; chất lượng sản phẩm còn thấp, giá thành cao; khó kiểm soát vấn đề nguồn gốc xuất xứ, vệ sinh, an toàn thực phẩm. Thông qua việc phân tích thực trạng, cơ hội và thách thức đối với các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam, tác giả cho rằng, các DNTS Việt Nam cần có sự đổi mới trong tư duy kinh doanh để hội nhập kinh tế quốc tế thành công và phát triển bền vững.

Từ khóa: Tư duy kinh doanh, doanh nghiệp thủy sản, hội nhập.

1. Giới thiệu

Hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng đã mở ra nhiều cơ hội cũng như thách thức to lớn cho các doanh nghiệp Việt Nam. Hiệp định Đối tác Kinh tế xuyên Thái Bình Dương (Trans-Pacific Partnership Agreement-TPP) đã đánh dấu mốc lịch sử quan trọng trong tiến trình hội nhập của nước ta. Doanh nghiệp nào vượt qua được thách thức, doanh nghiệp đó nắm bắt cơ hội thành công. Ngược lại, doanh nghiệp nào không khắc phục được khó khăn sẽ thất bại và bị đào thải khỏi thị trường. Tốc độ thay đổi ngày càng nhanh dẫn tới một thế giới kinh doanh mà trong đó những tư duy kinh doanh theo lối cũ, thói quen quản trị theo khuôn phép trong các doanh nghiệp ngày càng trở nên không phù hợp. Các doanh nghiệp muốn thành công cần phải thay

đổi tư duy kinh doanh, quản lý chiến lược hiệu quả để chống chọi với các cú sốc và tiếp tục phát triển. Đối với các doanh nghiệp Thủy sản Việt Nam trong thời kỳ hội nhập, mức độ cạnh tranh cao hơn song vẫn duy trì lối tư duy kinh doanh cũ. Cụ thể như: Chưa chú trọng đầu tư vùng nguyên liệu; phương thức xuất khẩu thô là chủ yếu, ít sản phẩm có giá trị gia tăng cao; cạnh tranh chủ yếu trên phương diện giá... Vậy các doanh nghiệp cần làm gì để hội nhập thành công? Bài viết tập trung đưa ra một số giải pháp đổi mới tư duy kinh doanh nhằm giúp các doanh nghiệp trong ngành thủy sản thành công trên bước đường hội nhập.

2. Phương pháp tiếp cận nghiên cứu

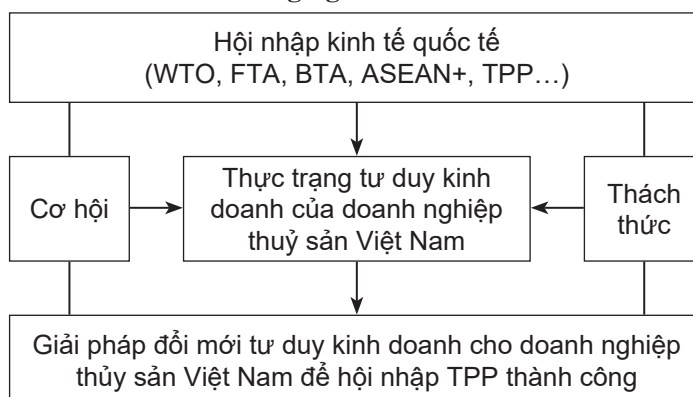
Doanh nghiệp muốn đứng vững trên thị trường hay gia nhập thành công thị trường mới, yếu tố quan trọng nhất quyết định sự thành công hay

thất bại chính là khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Theo quan điểm quản trị chiến lược của Porter (1980 và 1990) đã tiếp cận phân tích theo cấu trúc, đưa ra 5 nhân tố cạnh tranh: (1) Sự gia nhập ngành; (2) sản phẩm thay thế; (3) vị thế giao kèo của nhà cung ứng; (4) vị thế giao kèo của người mua; (5) mức độ cạnh tranh ngành hiện tại. Cách tiếp cận này phù hợp để nhà quản lý xác định đặc điểm quan trọng của sự cạnh tranh, từ đó xây dựng chiến lược cạnh tranh phù hợp. Nó thường được sử dụng phân tích khả năng cạnh tranh ở phạm vi quốc gia, lĩnh vực hay một ngành.

Theo quan điểm tân cổ điển, cạnh tranh dựa trên lý thuyết thương mại truyền thống xem lợi thế cạnh tranh hay tính cạnh tranh của sản phẩm đồng nhất lợi thế so sánh về chi phí và năng suất. Theo quan điểm tổng hợp của Van Duren, Matin, và Westgren (1991), tính cạnh tranh của một doanh nghiệp hay một ngành là “năng lực duy trì được lợi nhuận và thị phần trên các thị trường trong và ngoài nước”. Nền tảng cơ bản của quan điểm này là tư tưởng: “Kinh doanh là một quá trình liên tục”. Do đó, toàn bộ những yếu tố, hoạt động của quá trình kinh doanh từ giai đoạn mua nguyên vật liệu đầu vào, sản xuất đến tiêu thụ đều tham gia tạo nên khả năng cạnh tranh. Qua đó có thể đánh giá doanh nghiệp một cách toàn diện ở tất cả các khâu. Doanh nghiệp có thể có thế mạnh ở khâu này nhưng yếu ở khâu khác.

Tóm lại, trong môi trường kinh doanh hiện nay, để có thể tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp cần sáng suốt nhận định và thích nghi với sự thay đổi. Tư duy kinh doanh của ông chủ, của nhà quản trị sẽ chi phối toàn bộ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Việc doanh nghiệp không ngừng cải tiến, thay đổi từ phương thức sản xuất sản phẩm, marketing và chiến lược cạnh tranh để giành thị trường sao cho phù hợp với xu thế phát triển là những vấn đề cấp thiết, mang tính chiến lược. Để đạt được mục tiêu nghiên cứu giúp doanh nghiệp Thủy sản Việt Nam nhận thức và thay đổi tư duy kinh doanh theo lối mòn để hội nhập quốc tế thành công, tác giả sử dụng kết hợp các phương pháp và các cách tiếp cận sau đây: (1) Tiếp cận theo quan điểm truyền thống để thấy rõ tư duy lối mòn trong cạnh tranh của các doanh nghiệp Thủy sản Việt Nam; (2) tiếp cận theo quan điểm tổng

Hình 1. Khung nghiên cứu của bài viết



hợp và phân tích nhân tố cạnh tranh để thấy rõ khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam khi hội nhập quốc tế.

Trong phạm vi bài viết, tác giả tập trung phân tích thực trạng lối mòn trong tư duy kinh doanh, các cơ hội, thách thức của các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam trong xu thế hội nhập, trong đó chủ yếu phân tích những cơ hội và thách thức gia nhập TPP, từ đó đề xuất hướng đổi mới tư duy kinh doanh.

3. Thực trạng tư duy kinh doanh của các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam

3.1. Lối mòn tư duy kinh doanh của các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam

Trong bối cảnh Việt Nam hội nhập sâu hơn vào nền kinh tế thế giới, nhiều DNTS vẫn vận hành doanh nghiệp theo tư duy kinh doanh cũ, thể hiện ở các điểm chính sau đây:

Một là, ở khâu đầu vào: Hầu hết các DNTS Việt Nam hiện vẫn coi việc đầu tư vào khâu nguyên vật liệu là một khoản đầu tư rủi ro và không mang lại lợi nhuận nên ít tập trung đầu tư vùng nuôi, thức ăn, con giống. Nguyên liệu đầu vào chủ yếu từ nguồn khai thác tự nhiên, thu mua từ các hộ ngư dân và nhập khẩu. Hệ quả, hầu hết các doanh nghiệp thủy sản chưa tự chủ được nguồn nguyên liệu, tình trạng thiếu nguyên liệu và giá cả bấp bênh gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến doanh thu và lợi nhuận của doanh nghiệp. Đối với 2 dòng sản phẩm chủ lực của Việt Nam là cá tra, cá ba sa và tôm. Theo VASEP, tính đến tháng 8/2016, diện tích nuôi cá tra giảm mạnh. Trong 10 tỉnh có vùng nuôi có 9 tỉnh giảm mạnh, tính riêng tỉnh đồng

bằng sông Cửu Long diện tích nuôi cá tra đã giảm 26%. Tương tự với con tôm chủ lực, do thời tiết và sự cố môi trường nên sản lượng đánh bắt cũng giảm tới 60%, diện tích thả nuôi tôm chỉ đạt 40%. Do đó, nguồn nhập khẩu được xem là giải pháp hữu hiệu. Chỉ tính 6 tháng đầu năm 2016 nguyên liệu nhập khẩu đã tăng 67% so với cả năm 2015 với 2 dòng sản phẩm chủ yếu tôm và cá. Cho đến nay, theo báo cáo của các công ty thủy sản niêm yết cho thấy mới có ít doanh nghiệp tự chủ được phần lớn nguồn nguyên liệu. Đứng đầu là công ty thủy sản Hùng Vương có quy mô lớn nhất thị trường tự chủ được trên 90% nguyên liệu, công ty thủy sản Vĩnh Hoàn tự chủ được 65%,... Còn lại hầu hết các doanh nghiệp chưa tự chủ được nguyên liệu, 90% các doanh nghiệp chủ yếu sử dụng nguồn nhập khẩu. Theo ông Trương Đình Hoè, Tổng Thư ký Vasep cho biết hiện nguyên liệu thủy sản thiếu hụt khoảng 30%- 40% đang là trở ngại lớn cho các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản.

Hai là, trong khâu sản xuất, chế biến: Phương thức sản xuất kinh doanh chủ yếu của các DNTS là chế biến nguyên liệu thô để xuất khẩu, thiếu sản phẩm có giá trị gia tăng cao theo nhu cầu thị trường. Sản phẩm xuất khẩu thủy sản của Việt Nam chủ yếu là các sản phẩm ở công đoạn sơ chế, không có giá trị gia tăng cao, cạnh tranh với sản phẩm các nước khác chủ yếu trên phương diện giá. Đã có một số DNTS lớn đã bước đầu chuyển dịch chú trọng dòng sản phẩm có giá trị gia tăng cao. Tiêu biểu như công ty đông lạnh Quy Nhơn từ năm 2010 đã tập trung sản xuất các mặt hàng tinh chế, ăn liền cao cấp như tôm sú hấp, tôm thẻ hấp... Công ty Thủy sản Vĩnh Hoàn cũng thực hiện chiến lược phát triển sản phẩm đặc biệt là sản phẩm giá trị gia tăng và bước đầu đã có những thành công đáng khích lệ. Năm 2016, hàng loạt các sản phẩm gia tăng mới được giới thiệu, tiêu biểu như cá nướng tấm sốt kabayaki... xuất khẩu sang Châu Âu góp phần nâng tổng doanh số xuất khẩu tăng 20% so với năm 2015. Theo các doanh nghiệp chế biến thủy sản việc chế biến các sản phẩm tinh chế tiết kiệm được 40% nhiên liệu, đồng thời tăng giá bán được khoảng 40%- 50%. Tuy nhiên, số liệu hải quan năm 2016 cho thấy xuất khẩu thủy sản dạng tươi, đông lạnh (sơ chế) của Việt Nam vẫn chiếm trên 70% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản các loại. Như vậy, có thể thấy rõ ràng xuất khẩu sản phẩm thô không phải là hướng đi mang lại cho chúng ta

lợi thế cạnh tranh và tăng trưởng bền vững trong dài hạn. Các doanh nghiệp thủy sản cần thay đổi tư duy trong sản xuất chế biến, gia tăng tỷ trọng sản phẩm có giá trị gia tăng cao trong cơ cấu sản phẩm. Điều này là cần thiết bởi nó không chỉ phù hợp với xu hướng tiêu dùng của khách hàng nước ngoài mà còn giúp các DNTS ổn định doanh thu và tăng lợi nhuận.

Ba là, ở khâu đầu ra: Theo tìm hiểu thực tế, các DNTS không tiếp cận thị trường nước ngoài trực tiếp mà theo phương thức truyền thống, đó là tìm kiếm hợp đồng qua đại diện chi nhánh của các công ty nước ngoài tại Việt Nam. Với phương thức này, DNTS chưa chủ động được trong tiếp cận thị trường, tìm kiếm khách hàng, xây dựng hợp đồng hay xác định giá mua bán. Hiện các DNTS cũng đã chủ động liên kết thông qua các Hiệp hội để tìm kiếm cơ hội trên các thị trường xuất khẩu nhưng hiệu quả chưa cao. Với cách thức phân phối truyền thống, DNTS Việt chưa chủ động được trong vấn đề đầu ra của doanh nghiệp.

Bốn là, về quan điểm và phương thức cạnh tranh trên trường quốc tế: Ở các thị trường xuất khẩu, các DNTS Việt Nam chủ yếu áp dụng chính sách cạnh tranh về giá, coi nhau là đối thủ cạnh tranh trực tiếp thay vì cạnh tranh với các DNTS nước ngoài. Với chính sách cạnh tranh về giá, tuy tổng giá trị xuất khẩu toàn ngành cao nhưng đến từ sản lượng chứ không phải chất lượng, doanh thu cao nhưng lợi nhuận thấp. Các DNTS Việt Nam quy mô vốn nhỏ, trên 70% là vốn vay (theo tính toán số liệu trung bình ngành của các DNTS niêm yết) nên khó mở rộng quy mô để tận dụng lợi thế kinh tế theo quy mô hay khai thác hiệu ứng kinh nghiệm. Nếu các DNTS tiếp tục theo tư duy cạnh tranh về giá sẽ bất lợi về lợi nhuận trong dài hạn. Việc các DNTS Việt Nam cạnh tranh nhau và hoạt động đơn lẻ nên chưa tập trung được nguồn lực để đấu tranh cho những vấn đề toàn ngành phải đối diện như: Vấn đề thuế chống bán phá giá, rào cản kỹ thuật, cạnh tranh và thương mại tự do tại các thị trường xuất khẩu.

3.2. Cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam trong xu hướng hội nhập

Việt Nam tham gia vào các hiệp ước song phương và đa phương, đặc biệt tham gia TPP đồng nghĩa

với việc tự do hoá thương mại trong một sân chơi rộng lớn và công bằng hơn. Theo Bộ Công thương, TPP sẽ hình thành một khu mậu dịch tự do chiếm tới 40% kinh tế và 30% thương mại toàn cầu với 800 triệu dân. Nhìn thấy những cơ hội và nhận diện thách thức là bước quan trọng để DNTS chủ động hội nhập thành công.

Cơ hội

Thứ nhất, nâng cao khả năng cạnh tranh. Lộ trình giảm thuế xuất khẩu thủy sản sang các nước thành viên TPP giúp DNTS Việt Nam tăng sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Hầu hết các sản phẩm khi xuất khẩu trực tiếp vào 2 thị trường lớn nhất là Mỹ và Nhật Bản (giá trị xuất khẩu chiếm 50% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản cả nước), thuế suất sẽ giảm từ 0,3%- 3,5% đối với thủy sản sống và 4,7%- 7,3% đối với thủy sản qua chế biến về 0%. Hiện nay, Mỹ đã chính thức rút khỏi hiệp định TPP song các DNTS Việt Nam gần như không bị ảnh hưởng nhiều trong vấn đề lợi ích thuế bởi trước Hiệp định TPP, năm 2011, Việt Nam đã ký Hiệp định thương mại song phương với Mỹ (BTA). Theo BTA, các dòng thủy sản xuất khẩu sang Mỹ hiện có mức thuế suất tương đối thấp (trung bình 0,3% với thủy sản sống, 4,7% với thủy sản qua chế biến). Đối với hoạt động tạm nhập, tái xuất DNTS Việt Nam được hưởng thuế suất 0% khi chứng minh được nguồn gốc sản phẩm nhập từ các nước thành viên TPP. Tuy nhiên, 83% nguồn nguyên liệu nhập của Việt Nam đến từ các quốc gia không thuộc TPP nên lợi thế thương mại có được không nhiều. Điều quan trọng, DNTS Việt Nam vẫn có được lợi thế cạnh tranh đáng kể so với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp mà không là thành viên của TPP như Trung Quốc, Thái Lan, Ecuador khi các quốc gia này đang phải chịu thuế suất lên tới 20% tại thị trường các nước thành viên TPP.

Thứ hai, tiết kiệm chi phí sản xuất nhờ giảm thuế nhập khẩu đối với các yếu tố đầu vào (thức ăn chăn nuôi, thiết bị, máy móc...), được sử dụng dịch vụ hỗ trợ sản xuất giá rẻ (vận tải, lưu kho...) ở các nước thành viên TPP giúp DNTS Việt Nam tiết giảm chi phí. Qua đó cũng thúc đẩy khu vực sản xuất nguyên liệu trong nước, ổn định thị trường nước ngoài, cải tiến chuỗi sản xuất các mặt hàng thủy sản.

Thứ ba, tăng cơ hội tiếp cận vốn và khoa học công nghệ thông qua đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI).

Việc gia nhập TPP sẽ thu hút vốn đầu tư vào Việt Nam và đây là cơ hội cho DNTS dễ dàng tiếp cận nguồn vốn FDI, mở rộng quy mô, tăng sức mạnh tài chính. Đồng thời DNTS Việt Nam tăng cường hợp tác liên doanh để tiếp cận khoa học công nghệ hiện đại, nâng cao chất lượng sản phẩm. Xét phạm vi toàn ngành, TPP sẽ góp phần tái cơ cấu ngành thủy sản nước nhà theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững.

Thách thức

Thứ nhất, mức độ cạnh tranh cao hơn, nguy cơ mất thị phần nội địa lớn. Bản thân các DNTS Việt Nam đa phần còn yếu về vốn, thiếu chiến lược kinh doanh dài hạn nên sức cạnh tranh so với doanh nghiệp ngoại yếu. Giá thành sản xuất của DNTS Việt Nam luôn cao hơn so với các nước từ 10-30%. Ví dụ như cá cam thô chưa qua chế biến trong nước là 120.000đ/kg, cá cu (nổi tiếng ở Đà Nẵng) có giá 100.000đ/kg, trong khi đó cùng các loại cá này đã qua chế biến nhập từ Nhật Bản chỉ khoảng 50.000đ/kg. Do đó, khi chưa tham gia TPP, thuế nhập khẩu áp với các mặt hàng thủy sản nhập khẩu là 10-30% chính là một công cụ để bảo hộ cho ngành thủy sản trong nước. Khi mở cửa hội nhập toàn diện (thuế suất 0%), các DNTS Việt sẽ càng khó cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài, việc giảm thị phần là tất yếu nếu không có các công cụ phòng vệ và bảo hộ khác hữu hiệu hơn.

Thứ hai, nguy cơ giảm thị phần xuất khẩu bởi hàng rào bảo hộ hữu hiệu của các nước thành viên TPP. Hiện nay, các nước thành viên vẫn đơn phương đưa ra và áp dụng các công cụ phi thuế quan (thuế bán chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp), rào cản kỹ thuật thương mại (Technical Barriers to Trade-TBT), biện pháp vệ sinh dịch tễ (Sanitary and Phytosanitary Measures-SPS) và lao động ngày càng khắt khe để ngăn chặn việc nhập khẩu và bảo hộ ngành thủy sản nội địa. TPP chưa có qui chuẩn thống nhất cho các nước và cũng không giới hạn quyền ban hành các điều kiện liên quan.

4. Đổi mới tư duy kinh doanh trong các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam

Để hội nhập thành công và phát triển bền vững, các DNTS Việt Nam cần thay đổi cách nghĩ, cách làm theo hướng:

Thứ nhất, thay đổi tư duy về xây dựng nguồn nguyên liệu đầu vào theo hướng tự chủ, chú trọng đầu tư vùng nuôi, ký toả thuận thương mại với hộ nuôi trồng để tự chủ nguồn nguyên liệu; hoàn thiện chuỗi giá trị ngành thủy sản. Đây cũng là định hướng quy hoạch ngành của Chính phủ để tái cơ cấu ngành theo hướng tự chủ, nâng cao giá trị gia tăng, kiểm soát chất lượng và chi phí sản xuất nhằm phát triển bền vững. Các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị theo chiều sâu (gia tăng giá trị sản phẩm) thay vì theo chiều rộng (gia tăng sản lượng để gia tăng giá trị) trên cơ sở tuân thủ các tín hiệu của thị trường nhằm hạn chế tối đa tình trạng “được mùa rớt giá, mất mùa được giá”. Đầu tư vùng nuôi và tăng cường liên kết để tự chủ nguồn nguyên liệu. Minh bạch trong thông tin, xây dựng giá trị chất lượng, chỉ dẫn địa lý, bảo hộ thương hiệu, cạnh tranh lành mạnh (chống làm ăn chộp giật, phá giá) góp phần đảm bảo chuỗi liên kết thủy sản phát triển ổn định, bền vững. Đây là giải pháp đổi mới quan trọng bước đầu, các doanh nghiệp thực hiện *chiến lược hội nhập về phía sau*, tìm kiếm sự sở hữu hoặc tăng cường kiểm soát nhà cung ứng để đạt được lợi thế to lớn từ sự ổn định nguồn nguyên liệu.

Thứ hai, thay đổi tư duy phân phối sản phẩm đầu ra, từ chủ yếu bằng cạnh tranh về giá bằng tư duy cạnh tranh trên chất lượng sản phẩm; thực hiện liên kết với nhau, với các hiệp hội ngành, để tăng quy mô và sức cạnh tranh toàn ngành. Về chiến lược cạnh tranh, xác định rõ cạnh tranh về chất lượng là xu hướng tất yếu khi hội nhập TPP hướng tới phát triển bền vững. Chiến lược dẫn đầu chi phí không còn phù hợp trong các thị trường biến động nhanh và hỗn loạn. Các DNTS Việt cần đầu tư theo chiều sâu, đổi mới công nghệ chế biến, kiểm soát vận hành để nâng cao chất lượng sản phẩm, chuyên dịch cơ cấu sản phẩm, từng bước xây dựng và khẳng định uy tín, thương hiệu. Về phương tiện thực hiện chiến lược cạnh tranh nên là hợp tác, liên doanh giữa các đối thủ mà cụ thể ở đây là các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam. Về cách thức triển khai, các DNTS nên cùng nhau chia sẻ thông tin thị trường, thống nhất chính sách giá tùy theo chất lượng. Tham gia các hiệp hội để được hỗ trợ các vấn đề liên quan trong xây dựng phát triển chuỗi, đàm phán thương mại, rào cản thương mại và phi thương mại, thậm chí kinh nghiệm và bí quyết kinh doanh.

Thứ ba, phối kết hợp hoặc thuê các tổ chức chuyên môn nước sở tại để vượt qua rào cản bảo hộ, thâm nhập thị trường quốc tế. DNTS có thể phối kết hợp dưới nhiều hình thức như liên doanh, liên kết, đầu tư trực tiếp, gián tiếp để tiếp cận vốn, công nghệ, kinh nghiệm quản lý... nhằm đảm bảo yêu cầu kỹ thuật cao của sản phẩm. Đồng thời cũng có thể thuê các tổ chức chuyên môn để giải quyết các vấn đề liên quan thủ tục hành chính, pháp luật, quy chế ở nước ngoài để mở rộng thị trường xuất khẩu.

Thứ tư, trực tiếp tìm kiếm thị trường và khách hàng; tận dụng các cơ hội đến từ TPP. Do tính đặc thù của sản phẩm thủy sản, khâu nghiên cứu thị trường là hết sức quan trọng cần được lập kế hoạch chi tiết, toàn diện ở các nội dung như: quy mô, thị phần, yêu cầu kỹ thuật, văn hoá ẩm thực, đặc tính tiêu dùng... DNTS cần tích cực tham gia hội thảo, triển lãm giới thiệu sản phẩm và thường xuyên cập nhật thông tin thị trường ngoại để chủ động mở rộng thị trường, có phương án ứng phó kịp thời với những biến động. Ngoài ra các DNTS có thể thực hiện chiến lược thâm nhập thị trường bằng việc áp dụng hình thức marketing hiện đại như tìm một công nghệ gia marketing (marketing technologist)- người tích hợp cả ba kỹ năng tiếp thị, công nghệ và tương tác xã hội, khai thác thông tin và nắm bắt những cuộc trò chuyện tức thời (chatting).

5. Kết luận

Như vậy, lối mòn trong tư duy kinh doanh của các DNTS Việt Nam được tổng kết trên 4 điểm chính: (1) Quan điểm trong đầu tư chỉ chú trọng khâu sản xuất chế biến chưa coi trọng việc đầu tư nguyên vật liệu; (2) Phương thức chế biến thô để xuất khẩu, chưa tập trung sản xuất sản phẩm có giá trị gia tăng cao; (3) Chiến lược cạnh tranh chủ yếu về giá thay vì chất lượng sản phẩm; (4) Phương thức tiếp cận thị trường qua trung gian. Bài viết đã phân tích bối cảnh kinh doanh mới khi Việt Nam tham gia hội nhập (như TPP) và ảnh hưởng của nó đến hoạt động kinh doanh của các DNTS. Trên cơ sở đó, tác giả đã đề xuất hướng đổi mới tư duy kinh doanh, giúp các DNTS Việt Nam tận dụng cơ hội, chủ động biện pháp vượt qua thách thức để hội nhập thành công. Hệ thống các giải pháp đưa ra để khả thi và đi vào thực tiễn đòi hỏi các DNTS Việt Nam cần có các kế hoạch hành động cụ thể, nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, mở rộng thị trường,

gia tăng khả năng cạnh tranh, hướng tới phát triển ngành thủy sản một cách bền vững. ■

Tài liệu tham khảo

1. *Tạp chí Thủy sản số 18- 2016 (241)*
2. *Toàn văn Hiệp định TPP*
3. Fred R. David, 2015. *Quản trị chiến lược*. NXB Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
4. Jacobs & Chase, 2015. *Quản trị vận hành và chuỗi cung ứng*. 14th, NXB Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
5. http://www.mard.gov.vn/Pages/news_detail.aspx?NewsId=43011
6. <http://www.fistenet.gov.vn/d-khai-thac-bao-ve/a-kts/nhung-ton-tai-va-han-che-trong-viec-ung-dung-tien-bo-ky-thuat-vao-khai-thac-hai-san/>
7. <http://cafef.vn/vi-mo-dau-tu/thuy-san-truoc-hoi-nhap-nhieu-co-hoi-lam-gian-nan-20160107100247661.chn>
8. http://www.travinh.gov.vn/wps/portal/khcn!/ut/p/c0/04_SB8K8xLLM9MSSzPy8xBz9CP0os3gDIws_QzcPIwODMEtzA88gA_cAVzNPA4MgU_2CbEdFAKkGPYQ!/?WCM_PORTLET=PC_7_028N1FH20OU8D0IBNDRB461K42_WCM&WCM_GLOBAL_CONTEXT=/wps/wcm/connect/So%20KHCHN/so+khoa+hoc+cong+nghe/chi+cuc+tc+do+luong+chat+luong/hoat+dong+cua+van+phong+tbt/thong+tin+xuat+khau+thuy+san...
9. <http://thuysanvietnam.com.vn>
10. http://www.cophieu68.vn/category_ib2.php

Thông tin tác giả

Nguyễn Thu Hà, Thạc sĩ
Khoa Tài chính doanh nghiệp, Học viện Tài chính
Email: nguyenthuha.cf.hvct@gmail.com

Summary

Business thinking for Vietnamese seafood enterprises in the integration trend

Vietnam seafood companies have been running under the old rut of thinking. This is the main cause of many problems still existing such as unstable sources of raw materials, lack of capital; low product quality, high cost; food safety, and product origin. By analyzing the current situation, opportunities and challenges for Vietnamese seafood enterprises, the author recommends innovating business thinking for Vietnamese seafood enterprises for successful international economic integration and sustainable development.

Keywords: business thinking, innovative thinking, seafood's enterprises, the integration trend.

Ha Thu Nguyen, MEd.

Finance faculty, Academy of Finance
Number 2 Le Van Hien street, Co Nhue ward, Bac Tu Liem district, Ha Noi city