

068 7

NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA NGÀNH DỆT MAY VIỆT NAM: THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

Vũ Dương Hòa*

Tóm tắt

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) ngành dệt may Việt Nam được đánh giá bằng hệ thống 09 chỉ tiêu, đây là hệ thống chỉ tiêu phản ánh một cách tương đối đầy đủ về năng lực cạnh tranh của DNNVV dệt may Việt Nam. Hệ thống chỉ tiêu này làm cơ sở để các DNNVV dệt may Việt Nam biết phát huy những điểm mạnh cũng như hạn chế những yếu điểm. Từ hệ thống các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của DNNVV dệt may Việt Nam, tác giả đề xuất một số giải pháp mang tính cấp bách và cần thiết trong giai đoạn hiện nay với mục đích giúp các DNNVV dệt may Việt Nam có thể tạo ra giá trị gia tăng cao hơn, tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị dệt may toàn cầu.

Từ khóa: dệt may, doanh nghiệp nhỏ và vừa, năng lực cạnh tranh.

1. Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của DNNVV dệt may Việt Nam

Dệt may là một trong những ngành đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế và phát triển xã hội Việt Nam. Hoạt động của các doanh nghiệp dệt may có ý nghĩa to lớn trong việc tạo công ăn việc làm cho hơn 2 triệu lao động của ngành. Đặc biệt, với số lượng các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) dệt may chiếm trên 90% các doanh nghiệp toàn ngành,

việc tồn tại, phát triển và cạnh tranh của các doanh nghiệp này có ý nghĩa quan trọng.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế diễn ra ngày càng sâu rộng, để tồn tại và phát triển, các DNNVV dệt may phải xác định được năng lực cạnh tranh của mình và tìm cách nâng cao theo thời gian. Bài viết này sử dụng hệ thống các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh ở Bảng 1 dưới đây để đưa ra những nhận định về năng lực cạnh tranh của DNNVV ngành dệt may của Việt Nam.

* Vũ Dương Hòa, Thạc sĩ, Viện Nghiên cứu Chiến lược Chính sách Công nghiệp.

Bảng 1- Các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của DNNVV dệt may Việt Nam

Nhóm chỉ số	Các chỉ số thành phần
Năng lực tài chính	- Tăng trưởng doanh thu, lợi nhuận - Tỷ suất lợi nhuận - Tăng trưởng thị phần
Năng lực quản lý và điều hành	- Khả năng phân tích đối thủ cạnh tranh - Phân tích và dự báo môi trường kinh doanh - Năng lực hoạch định và tổ chức thực hiện chiến lược
Tài sản vô hình của doanh nghiệp	- Khả năng nâng cao thương hiệu và uy tín doanh nghiệp - Khả năng nâng cao thương hiệu về sản phẩm, dịch vụ trên thị trường
Trình độ trang thiết bị và công nghệ	- Năng lực về công nghệ - Khả năng ứng dụng KHCN vào cung cấp sản phẩm dịch vụ - Khả năng và tốc độ đổi mới công nghệ - Mức độ hiện đại và công nghệ đang sử dụng
Năng lực Marketing	- Năng lực nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ - Khả năng giảm giá bán - Khả năng phân phối và xúc tiến hỗn hợp
Cơ cấu tổ chức	- Độ linh hoạt trong tổ chức, đổi mới sản xuất - Mức độ chuyên môn hóa trong sản xuất
Nguồn nhân lực	- Đánh giá lao động - Động lực đối với người lao động
Năng lực đầu tư R&D	- Phương tiện và thiết bị dành cho R&D - Nguồn nhân lực cho R&D
Năng lực hợp tác trong nước và quốc tế	- Khả năng liên doanh, liên kết, hợp tác trong nước - Khả năng hợp tác quốc tế trong mở rộng thị trường

2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của DNNVV dệt may Việt Nam

2.1. Năng lực tài chính

Năng lực tài chính có vai trò quan trọng trong hoạt động của DNNVV dệt may, năng lực tài chính quyết định việc đầu tư máy

móc, thiết bị, công nghệ hiện đại, năng lực tài chính quyết định việc có mở rộng sản xuất kinh doanh hay không, hay năng lực tài chính quyết định đến thu nhập của người lao động. Một số chỉ tiêu tài chính của DNNVV dệt may được khái quát trong Bảng 2.

Bảng 2- Một số chỉ tiêu về năng lực tài chính của DNNVV dệt may

STT	Chỉ tiêu	ĐVT	Năm				
			2010	2011	2012	2013	2014
1	Doanh thu						
1.1	Tổng doanh thu	Nghìn tỷ đồng	502,345	570,866	616,475	715,808	861,538
1.2	Tốc độ tăng doanh thu	%	-	13,64	7,98	16,11	20,35
2	Lợi nhuận						
2.1	Tổng lợi nhuận	Nghìn tỷ đồng	8,724	10,962	13,153	19,144	16,583
2.2	Tốc độ tăng lợi nhuận	%	-	25,63	19,98	45,54	-13,37
3	Vốn đầu tư						
3.1	Tổng vốn đầu tư	Nghìn tỷ đồng	39,724	48,375	44,650	37,259	69,627
3.2	Tốc độ tăng vốn đầu tư	%	-	21,77	-7,70	-16,55	86,87
4	Nghĩa vụ nộp ngân sách						
4.1	Nộp NSNN	Nghìn tỷ đồng	1,7448	2,1924	2,6306	3,8288	3,3166
4.2	Tốc độ tăng nộp NSNN	%	-	25,65	19,98	45,54	-13,37

Nguồn: Tổng cục Thống kê và tổng hợp của tác giả 2015

Bảng trên cho thấy: tổng doanh thu của DNNVV dệt may đều tăng qua các năm, từ năm 2010 – 2014. Đây là dấu hiệu tốt đánh giá hoạt động sản xuất kinh doanh của DNNVV có hiệu quả. Diễn hình tổng doanh thu năm 2014 tăng 20,35% so với năm 2013, chứng tỏ tốc độ tăng của ngành dệt may nói chung, của DNNVV dệt may nói riêng là lớn. Bảng 2.4 cũng cho thấy: mặc dù tổng doanh thu tăng qua các năm, nhưng lợi nhuận không phải năm nào cũng tăng. Điều này được thể hiện ở năm

2014 so với năm 2013, tuy doanh thu tăng nhưng lợi nhuận năm 2014 lại giảm so với năm 2013, nguyên nhân một phần do năm 2014 DNNVV gặp nhiều khó khăn khi cạnh tranh với sản phẩm nhập khẩu, giá nguyên vật liệu đầu vào tăng cao và phải đầu tư nhiều vào cơ sở vật chất, máy móc thiết bị...

2.2. Năng lực quản lý và điều hành

Trong những năm trở lại đây, đối với DNNVV công tác quản lý và điều hành ở cấp

độ vĩ mô đã có sự chuyển biến tích cực. Điều này được thể hiện ở mức độ đánh giá của chính cán bộ, công nhân viên trong doanh nghiệp khi được khảo sát. Tuy nhiên, sự chậm trễ và kém linh động của thời gian trước đã ảnh hưởng đáng kể đến việc quản lý và điều hành, do đó muốn thay đổi không phải một sớm, một chiều có thể thay đổi được ngay. Sự nhận thức thấy tầm quan trọng của việc quản lý và điều hành sẽ tác động tích cực đến hiệu quả của nó.

Qua kết quả khảo sát của tác giả có thể đánh giá các DNVVV yếu kém hơn các đối thủ cạnh tranh chính về năng lực quản lý và điều hành. Lý giải cho phần này cũng xuất phát từ nhận thức theo cách mô hình quản lý gia đình, các DNNVV bị động hơn trong việc thay đổi cách thức quản lý và điều hành theo thời gian. Số liệu khảo sát kết quả này của DNNVV, doanh nghiệp quy mô lớn và doanh nghiệp FDI lần lượt theo mức độ cao - khá - trung bình là: 44 - 82 - 156/285 phiếu đánh giá.

2.3. Tiềm lực vô hình (giá trị phi vật chất của doanh nghiệp)

Tiềm lực vô hình là một trong những vũ khí cạnh tranh sắc bén của doanh nghiệp trên thị trường. Đo lường giá trị này rất khó mà đó là những giá trị được cảm nhận bởi chính khách hàng của doanh nghiệp. Đối với các DNNVV dệt may trên thị trường hiện nay gặp bất lợi trong cạnh tranh với các đối thủ chính, điều này cũng dễ hiểu bởi hình ảnh của các DNNVV là không rõ nét trong tâm trí khách hàng trên thị trường. Các doanh nghiệp này ít chú trọng đến việc xây dựng và phát huy hình ảnh của mình. Họ cho rằng, vấn đề trọng tâm là làm sao để tiêu thụ được nhiều sản phẩm hàng hóa.

Kết quả khảo sát của tác giả cũng đã chỉ ra nhược điểm này của các DNNVV dệt

may trên thị trường Việt Nam. Làm sao để nâng cao giá trị phi vật chất của DNNVV để tăng dấu ấn của doanh nghiệp trong tâm trí khách hàng là việc làm cần thiết trong DNNVV hiện nay. Kết quả khảo sát của DNNVV, doanh nghiệp quy mô lớn và doanh nghiệp FDI ngành dệt may lần lượt theo mức độ cao - khá - trung bình là: 26 - 59 - 183/285 phiếu đánh.

2.4. Trình độ trang thiết bị và công nghệ

Trình độ trang thiết bị và công nghệ sẽ quyết định đến khả năng sản xuất ra sản phẩm của doanh nghiệp. Sản phẩm đạt chất lượng ở cấp độ nào, trình độ trang thiết bị và công nghệ quyết định đến năng suất và giá thành sản phẩm của doanh nghiệp.

Kết quả khảo sát của tác giả về yếu tố trình độ trang thiết bị và công nghệ cũng cho thấy, đa số các DNNVV được khảo sát thống nhất quan điểm, thiếu vốn, cách tiếp cận các tổ chức, tín dụng hạn chế đã dẫn đến kết quả là khó khăn trong việc ứng dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại trong sản xuất sản phẩm. Điều đó được thể hiện đối với các DNNVV, doanh nghiệp quy mô lớn và doanh nghiệp FDI ngành dệt may theo mức độ cao - khá - trung bình lần lượt là: 19 - 91 - 152/285 phiếu đánh giá. Kết quả điều tra này chứng tỏ DNNVV ít thay đổi và ứng dụng công nghệ tiên tiến, hiện đại hơn so với các đối thủ cạnh tranh chính.

2.5. Năng lực Marketing

➤ Chính sách giá bán sản phẩm

Trước tình hình ngày càng khó khăn của thị trường như hiện nay, việc các DNNVV sử dụng chính sách giá bán linh hoạt và hiệu quả là cần thiết. Nhưng điều đó dường như khó thực hiện, DNNVV chưa linh động, bám sát thị trường trong việc điều chỉnh chính sách giá bán một cách linh hoạt, nhằm đáp ứng tâm lý và thị hiếu của khách hàng. Các DNNVV thường xây dựng chính sách giá bán sản phẩm

trong khoảng thời gian dài, khó điều chỉnh chính sách giá bán vì thị trường nhỏ hẹp, chủ yếu là các nhà buôn bán nhỏ lẻ, thị trường là thị trường ngách. Điều này gây bất lợi so với các đối thủ cạnh tranh chính trong cạnh tranh.

Chính sách giá bán linh hoạt giúp khách hàng tiếp cận sản phẩm dễ dàng hơn, tác động trực tiếp đến số lượng sản phẩm tiêu thụ của doanh nghiệp. DNNVV khó khăn trong việc đảm bảo doanh số bán khi thị trường có sự biến động, những tác động của thị trường làm thay đổi thói quen, khả năng thanh toán của khách hàng. Do đó, trong mọi hoàn cảnh và điều kiện của thị trường các DNNVV cần xây dựng chính sách giá bán sản phẩm một cách linh hoạt, nhằm đảm bảo doanh số tiêu thụ.

Kết quả khảo sát cho thấy đa số các doanh nghiệp được khảo sát đều đánh giá mức độ linh hoạt của chính sách giá bán là trung bình, thậm trí một số doanh nghiệp còn đánh giá chỉ tiêu này là thấp. Chỉ tiêu này ở các DNNVV so với doanh nghiệp quy mô lớn và doanh nghiệp FDI theo mức độ cao – khá – trung bình lần lượt là: 61 – 105 – 127/285 phiếu đánh.

➤ *Chính sách chăm sóc khách hàng*

Chính sách chăm sóc khách hàng của các DNNVV còn nhiều yếu kém, thiếu tính chuyên nghiệp và đôi khi không tồn tại ở một số doanh nghiệp. Việc thiếu chuyên nghiệp trong việc xây dựng và ứng dụng chính sách chăm sóc khách hàng, làm cho các DNNVV gặp nhiều khó khăn đối với khách hàng. Khách hàng dường như không có thói quen mua lặp lại đối với sản phẩm của DNNVV, vì đại đa số DNNVV khi bán được sản phẩm thì sẽ ít và thậm trí không quan tâm đến việc khách hàng sử dụng sản phẩm đó như thế nào.

Kết quả khảo sát chỉ tiêu này của DNNVV so với doanh nghiệp quy mô lớn và doanh nghiệp FDI theo mức độ cao – khá – trung bình lần lượt là: 18 – 107 – 126/285 phiếu đánh.

➤ *Chính sách quảng cáo, khuyến mại và tiếp thị*

Thời gian gần đây các DNNVV đã bắt đầu và dần ý thức được việc xây dựng những chương trình xúc tiến bán hàng cho doanh nghiệp mình, một trong những chính sách mà các DNNVV xây dựng và áp dụng ngoài thị trường đó là việc khuyến mại bằng nhiều hình thức khác nhau. Trong đó chính sách giảm giá bán sản phẩm được các DNNVV áp dụng nhiều nhất, việc áp dụng chính sách này đem lại hiệu quả tức thời cho các DNNVV, một mặt nó tác động trực tiếp đến sức mua của khách hàng, mặt khác các doanh nghiệp có thể giảm lượng hàng tồn kho và thu hồi vốn nhanh nhất. Bên cạnh đó, chính sách quảng cáo và tiếp thị các DNNVV ít quan tâm hơn, đây là yếu điểm lớn của DNNVV so với các đối thủ cạnh tranh chính. Các DNNVV cho rằng chính sách này không tác động trực tiếp đến hiệu quả bán hàng của doanh nghiệp, nên nhiều doanh nghiệp đã không xây dựng và áp dụng chính sách này.

2.6. Về cơ cấu tổ chức

Hiện nay hầu hết các DNNVV cơ cấu tổ chức là đơn giản, gọn nhẹ. Số lượng các phòng, ban đều hạn chế nhằm giảm thiểu chi phí cho doanh nghiệp. Bộ máy tổ chức tinh gọn cũng vì đặc thù của các doanh nghiệp này, sản phẩm đơn giản, khách hàng chủ yếu ở thị trường ngách, nên các phòng, ban chỉ đảm bảo tối thiểu cho hoạt động của doanh nghiệp. Ví dụ như, đa số các DNNVV bộ phận thiết kế sản phẩm là không có, nếu có cũng chỉ dừng lại ở mức hạn chế về quy mô và số lượng nhân viên. Việc đơn giản hóa bộ phận các phòng, ban dẫn đến các DNNVV thiếu tính chuyên nghiệp trong tổ chức. Một bộ phận có thể phải đảm nhận nhiều công việc khác nhau.

Kết quả khảo sát cho thấy, các DNNVV đều đánh giá cơ cấu tổ chức, sản xuất của doanh nghiệp chỉ ở mức trung bình (chiếm khoảng 45%), trong đó yếu tố tính chuyên môn hóa trong sản xuất sản phẩm của doanh

ng nghiệp là bất lợi thế nhất (chiếm gần 52%) so với đối thủ cạnh tranh. Yếu tố này ở mức khá chỉ là 32,2%.

2.7. Về nguồn nhân lực

Nguồn nhân lực của DNNVV là vấn đề lớn mà các doanh nghiệp này đề cập tới, khi muốn tăng khả năng cạnh tranh với các đối thủ chính. Số lượng và chất lượng nhân lực trong DNNVV đều thiếu, doanh nghiệp thường sử dụng nguồn nhân lực ở mức độ trung bình, nhằm giảm chi phí. Mặt khác, nguồn nhân lực trong các DNNVV dường như không làm việc trong thời gian dài, mang tính cố định, mà thường thay đổi nơi làm việc khi có cơ hội tốt hơn. Thực trạng này đã tồn tại trong các DNNVV thời gian dài, muốn thay đổi thì phải

thay đổi từ nhận thức của chính lãnh đạo và chủ doanh nghiệp. Hơn nữa, công tác đào tạo nhằm duy trì và phát triển nhân lực trong mỗi doanh nghiệp cũng không được thực hiện thường xuyên. Họ cho rằng, với trình độ và tay nghề hiện có của nhân lực thì chỉ sử dụng ở mức độ đầy, không cần nâng cao trình độ, tay nghề. Như vậy, sau thời gian hệ quả tất yếu sẽ là đội ngũ nhân lực trong doanh nghiệp sẽ hạn chế về tay nghề, yếu về chuyên môn. Gián tiếp làm giảm tính cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Thực trạng nguồn nhân lực của DNNVV dệt may được khái quát trong Bảng 3.

Bảng 3- Thực trạng lực lượng lao động của DNNVV DM giai đoạn 2010 - 2014

Cơ cấu lao động (Người)	Năm									
	2010		2011		2012		2013		2014	
	Số tuyệt đối(người)	Tỷ lệ (%)	Số tuyệt đối(người)	Tỷ lệ (%)	Số tuyệt đối(người)	Tỷ lệ (%)	Số tuyệt đối(người)	Tỷ lệ (%)	Số tuyệt đối(người)	Tỷ lệ (%)
Tổng số LĐ	563.080	100	630.929	100	701.320	100	815.753	100	1.573.820	100
Trên ĐH	281	0,04	316	0,04	422	0,06	571	0,07	1.574	0,1
Đại học và CĐ	28.154	5,00	40.632	6,44	56.176	8,01	90.549	11,1	195.154	12,4
Trung cấp	19.708	3,49	38.108	6,04	57.929	8,26	104.008	12,75	213.095	13,54
Công nhân	291.112	51,70	375.213	59,47	440.428	62,80	467.753	57,34	946.653	60,15
Chưa qua đào tạo	223.937	39,77	176.660	28,01	146.365	20,87	152.872	18,74	217.344	13,81

Nguồn: Niên giám Thống kê và tổng hợp của tác giả 2014.

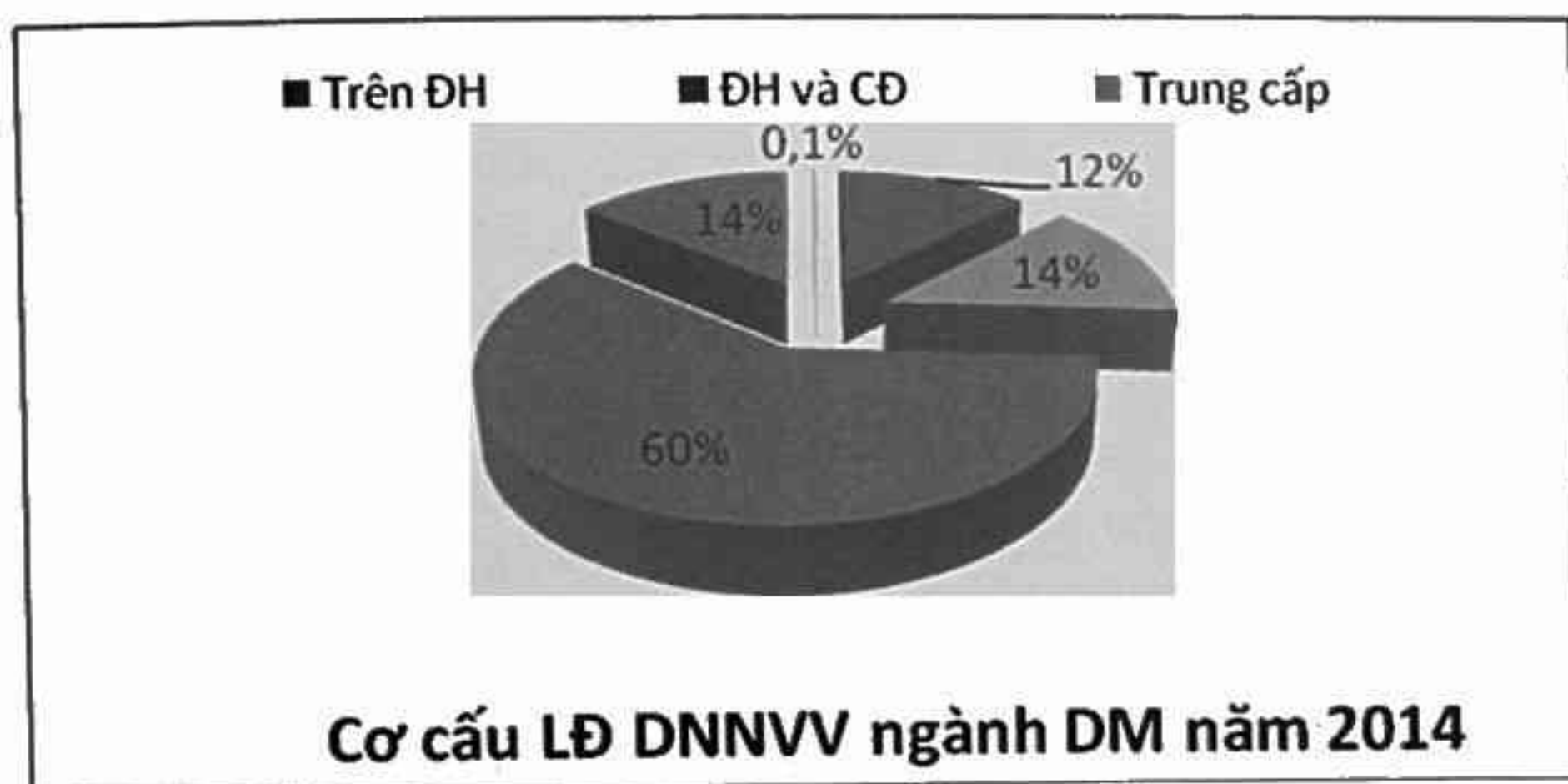
Số liệu bảng trên cho thấy: từ năm 2010 đến năm 2014 số lượng nhân lực ngành DM của DNNVV tăng lên, từ trên 500.000 lao động năm 2010 tăng lên trên 1,5 triệu lao động

năm 2014. Đây là số liệu đáng mừng đối với ngành, tốc độ tăng số lượng lao động của ngành có sự chuyển dịch theo hướng tích cực. Lao động chưa qua đào tạo có xu hướng giảm

dân, lao động có trình độ (đặc biệt lao động có trình độ cao) có xu hướng tăng đáng kể. Tỷ lệ lao động chưa qua đào tạo năm 2010 khoảng gần 40%, đến năm 2014 đã giảm xuống chỉ

còn gần 14%. Tỷ lệ lao động trình độ trên đại học năm 2010 chỉ ở mức 0,04%, năm 2014 tăng lên 0,1%. Đây là thời cơ tốt để các doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh.

Hình 1- Cơ cấu lao động DNNVV ngành DM theo trình độ năm 2014



Nguồn: Tổng hợp của tác giả 2014.

Sơ đồ trên cho thấy cơ cấu lao động DNNVV ngành DM năm 2014 thì tỷ lệ công nhân chiếm cao nhất (trên 60%), thấp nhất là lao động có trình độ trên đại học (chiếm tỷ lệ 0,1%). Thực trạng lao động có trình độ cao đang thiếu trầm trọng, cần có những chiến lược và giải pháp để đào tạo và thu hút lao động có trình độ vào làm việc trong ngành DM thời gian tới. Kết quả khảo sát cũng cho thấy chất lượng và trình độ lao động của DNNVV so với đối thủ cạnh tranh cũng thấp, tỷ lệ cao – trung bình – thấp tương ứng là: 3 – 121 – 149/285 phiếu đánh giá. Hơn nữa, yếu tố tạo động lực khuyến khích người lao động của DNNVV so với đối thủ cạnh tranh cũng yếu, tỷ lệ cao – trung bình – thấp tương ứng là: 2 – 86 – 151/285 phiếu đánh giá.

2.8. Năng lực đầu tư nghiên cứu và triển khai

Nghiên cứu khoa học là một trong những nhiệm vụ thường xuyên để các doanh nghiệp có thể tạo ra sản phẩm mới. Ứng dụng NCKH hiệu quả góp phần sản xuất sản phẩm có chất lượng cao hơn, giá thành rẻ hơn và

quan trọng là tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

Thực tế cho thấy, các DNNVV thường ít chú trọng đến khâu này. Họ cho rằng công tác R&D quá tốn kém và không có lợi ích, việc nghiên cứu đòi hỏi phải có đội ngũ nhân lực có trình độ cao, có khả năng ứng dụng vào sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Kết quả khảo sát cho thấy: tỷ lệ lớn các DNNVV cho rằng việc R&D là không quan trọng đối với doanh nghiệp, cụ thể các DNNVV cho rằng năng lực R&D của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh theo các tiêu chí: Rất quan trọng – Quan trọng – Không quan trọng lần lượt là: 26 – 93 – 166/285 phiếu đánh giá. Điều này đồng nghĩa với việc các DNNVV không quan tâm đến công tác R&D.

2.9. Năng lực hợp tác trong nước và quốc tế

Thực tế cũng chứng minh, kết quả khảo sát các DNNVV về chỉ tiêu năng lực hợp tác trong nước và quốc tế, đa số các DNNVV chỉ quan tâm đến việc liên doanh, hợp tác với các doanh nghiệp khác trong nước. Chỉ tiêu này phản ánh ở các mức độ: cao – khá – trung bình

là: 87 – 151 – 38/285 phiếu đánh. Mặt khác, việc liên doanh liên kết với thị trường quốc tế thì DNNVV ít quan tâm, họ mặc định việc làm này là vô cùng khó khăn, khi doanh nghiệp của họ chỉ có quy mô nhỏ và vừa. Điều này cũng được phản ánh bằng kết quả khảo sát ở các mức độ: cao – khá – trung bình là: 7 – 28 – 157/285 phiếu đánh.

3. Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh DNNVV dệt may Việt Nam

3.1. Xây dựng cơ chế, chính sách khuyến khích sự liên doanh, liên kết của các doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài

Với mục tiêu tăng cường năng lực tài chính của các DNNVV, việc liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài là việc làm cần thiết trong giai đoạn hiện nay của các DNNVV. Để thực hiện việc này, các DNNVV cần xây dựng ngay những cơ chế hoạt động, những chính sách ưu đãi đối với các doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài, nhằm huy động nguồn tài chính dồi dào của các doanh nghiệp này để tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh. Cụ thể, các DNNVV có thể xây dựng những chính sách như cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài tham gia mua cổ phần, như là các cổ đông của doanh nghiệp. Hoặc các DNNVV có thể xây dựng những chính sách đóng góp vốn, bên phía các DNNVV đóng góp mặt bằng sản xuất, các doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài đóng góp tài chính để đầu tư xây dựng và mua sắm trang thiết bị, máy móc... để sản xuất kinh doanh. Có như vậy, các doanh nghiệp, các nhà đầu tư nước ngoài mới có mục tiêu, lòng tâm huyết để đầu tư tham gia vào hoạt động sản xuất kinh doanh tại Việt Nam. Trên thực tế, một trong những lý do lo ngại nhất của doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài khi tham gia hoạt động sản xuất kinh doanh tại Việt Nam, là cơ chế, chính sách nhiều khi thay đổi quá nhanh chóng. Điều này ảnh hưởng lớn đến

mục tiêu mà doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài đặt ra. Do đó, hơn lúc nào hết muốn liên doanh, liên kết được với doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, bản thân các DNNVV cũng như các cơ quan quản lý Nhà nước Việt Nam phải đảm bảo cho họ có được những cơ chế, chính sách thông thoáng và ổn định. Có như vậy, cơ hội dành cho các DNNVV dệt may để liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài mới có tính khả thi cao.

3.2. Chủ động trong việc minh bạch tài chính và tích cực cải tiến, đầu tư đổi mới thiết bị, công nghệ hiện đại

Để thu hút và tạo cơ hội thị trường cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư nước ngoài hoạt động tại Việt Nam, các DNNVV dệt may phải hành động một cách quyết liệt, chuyên nghiệp và bài bản, đặc biệt là phải minh bạch hóa tài chính. Minh bạch hóa tài chính trong doanh nghiệp là thước đo chính đáng cho hoạt động của DN đó, chỉ có minh bạch hóa tài chính thì mới đánh giá được sức khỏe thực sự của một DN.

Thời gian vừa qua, OECD có thực hiện một số cuộc khảo sát về việc đánh giá sức khỏe của các DNNVV Việt Nam thời gian qua, mà việc minh bạch hóa tài chính là một trong những tiêu chí để đánh giá vấn đề này. Kết quả khảo sát cho thấy, tỷ lệ rất ít các DNNVV Việt Nam thực hiện được việc minh bạch hóa tài chính. Trong khi đó, các DN, nhà đầu tư nước ngoài khi tham gia hoạt động kinh doanh một trong những tiêu chí ưu tiên hàng đầu là việc minh bạch hóa tài chính. Vậy, tiêu chí căn bản và cốt lõi của việc muốn liên doanh, liên kết với các DN, nhà đầu tư nước ngoài tại thị trường Việt Nam là các DNNVV phải tiến hành thực hiện việc minh bạch hóa tài chính một cách nghiêm túc và chuẩn mực.

Trước thực trạng báo động về năng suất lao động của chất lượng nguồn nhân lực Việt Nam hiện nay ngày càng giảm sút, một trong những nhân tố quyết định đến chất lượng và năng suất sản phẩm. Có thể thấy, năng suất lao động của Việt Nam chỉ bằng 1/3 của Thái Lan và Trung Quốc, bằng 1/6 của Malaysia và bằng 1/16 của Singapore... đây là con số đáng báo động về năng suất lao động của Việt Nam. Vậy, đi đôi với năng suất lao động thấy như vậy, cộng với việc máy móc, thiết bị, công nghệ lạc hậu so với các nước khác, thì việc sản xuất ra sản phẩm gặp nhiều bất lợi trong lợi thế cạnh tranh của DNNVV trên thị trường.

Để khắc phục tình trạng trên, trong khi năng suất lao động chưa được cải thiện, vì cần phải có thời gian và tiến trình thực hiện một cách hợp lý và bài bản. Việc trước mắt phải thực hiện, là các DNNVV phải tích cực cải tiến, thay đổi máy móc thiết bị, công nghệ cũ và lạc hậu. Có như vậy mới hy vọng nâng cao năng suất và chất lượng sản phẩm. Nhưng, để đổi mới máy móc, thiết bị, công nghệ cũ và lạc hậu thì đòi hỏi phải có nguồn tài chính dồi dào.

Trước thực trạng các DNNVV hiện nay, chỉ dựa vào nội lực bản thân thì khó để thực hiện việc đó, nên giải pháp trước mắt sẽ đem lại hiệu quả là việc tích cực và chủ động liên doanh, liên kết với các DN, nhà đầu tư nước ngoài.

3.3. Chủ động và tăng cường ký kết Hiệp định thương mại tự do (FTA) đa phương và song phương

Cho đến thời điểm hiện tại, một số Hiệp định thương mại tự do (FTA) đa phương và song phương của Việt Nam đã và đang có hiệu lực, đã và đang tác động đến nền kinh tế, đến doanh nghiệp, đến người dân. Từ năm 2015 trở đi, Việt Nam sẽ ngày càng hội nhập

sâu với các nền kinh tế thế giới khi các FTA phát huy hiệu quả. Đặc biệt, Việt Nam sẽ đồng thời tham gia một số FTA mới với mức độ tự do hoá cao hơn như TPP, Việt Nam - EU, v.v..., tính đến 31/12/2014, Việt Nam đã ký và tham gia 8 Hiệp định thương mại tự do, trong đó có 6 Hiệp định mang tính khu vực gồm các Hiệp định: ASEAN - Trung Quốc, ASEAN - Hàn Quốc, ASEAN - Nhật Bản, ASEAN - Ấn Độ, ASEAN - Australia - New Zealand. Hai Hiệp định còn lại là 2 Hiệp định song phương với Nhật Bản và Chi Lê. Các Hiệp định tập trung chủ yếu ở Đông Á và có 6 Hiệp định ASEAN với đối tác bên ngoài. Trong đó, có 2 Hiệp định cơ bản hoàn tất là Hiệp định thương mại tự do với Liên minh Hải quan và với Hàn Quốc đang tiến hành rà soát pháp lý để ký kết chính thức. Còn Hiệp định với Liên minh châu Âu đã đạt một số kết quả khả quan, cụ thể hóa và kết thúc đàm phán trong thời gian tới.

Việc mở cửa nền kinh tế sẽ tạo ra nhiều cơ hội mới cho xuất khẩu, đơn cử khi tham gia Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP), Việt Nam sẽ trở thành một thành tố của chuỗi giá trị toàn cầu. Bên cạnh đó, FTA giúp Việt Nam cơ cấu, cân bằng thị trường xuất nhập khẩu, tránh phụ thuộc quá lớn vào thị trường nào đó, giúp doanh nghiệp (DN) có lợi thế trung hạn so với các đối thủ trong khu vực khi xâm nhập vào một số thị trường quan trọng như: Hoa Kỳ, EU, v.v... Ngoài ra, các FTA mới còn là động lực quan trọng giúp Việt Nam hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, đổi mới mô hình tăng trưởng. Việt Nam đã ký 8 FTA nhưng 8 Hiệp định này không tác động nhiều bằng việc gia nhập WTO do không đặt ra yêu cầu về thay đổi pháp luật Việt Nam. Trong khi đó, khi gia nhập WTO, Việt Nam đã thay đổi rất nhiều thể chế, môi trường kinh doanh. Khi môi trường kinh doanh được hoàn thiện, kết hợp cùng cơ hội mới sẽ giúp thúc đẩy đầu tư trong nước, nước ngoài, tạo ra năng lực sản xuất mới. FTA cũng giúp Việt Nam kiện toàn

bộ máy Nhà nước theo hướng đẩy mạnh cải cách hành chính, tăng cường kỷ luật, kỷ cương cũng như trách nhiệm của quan chức Nhà nước.

Trong hoàn cảnh hiện nay các DN Việt Nam đã có sự chuẩn bị tương đối tốt, đặc biệt trong xuất khẩu (XK). Ví dụ, sau khi có Hiệp định, XK của Việt Nam sang Hàn Quốc tăng khoảng 38%/năm. Đối với thị trường Nhật Bản, sau khi ký FTA thì Việt Nam - Nhật Bản đã cân bằng xuất nhập khẩu, thậm chí ở một số thời điểm nước ta còn xuất siêu. Với các FTA mới việc gia tăng quy tắc xuất xứ sẽ giúp doanh nghiệp điều chỉnh lại hoạt động của mình. Việc tham gia các FTA đã có tác động tích cực đến kim ngạch XK, giúp giảm dần việc nhập siêu. Đơn cử như ngành dệt may, chỉ sau 5 năm gia nhập WTO, thị phần dệt may của Việt Nam tại Mỹ đã tăng từ mức dưới 3%

lên 10%, chủ yếu là lấy được thị phần của Trung Quốc.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- CIEM&UNDP (2003) *Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia*- NXB Giao Thông Vận Tải năm 2003.
- Kenichi, Nguyễn Văn Thường (2005), *Hoàn thiện chiến lược phát triển công nghiệp Việt Nam*, NXB Lý luận Chính trị.
- Michael E.Porter (2008), *Lợi thế cạnh tranh*, NXB Trẻ.
- Michael E.Porter (2009), *Chiến lược cạnh tranh*, NXB Trẻ.
- Nguyễn Đình Phan (1999), *Giáo trình: Kinh Tế và Quản Lý Công Nghiệp*, NXB Giáo Dục.
- UNIDO&DSI (2003) *Tổng quan về cạnh tranh công nghiệp Việt Nam*- NXB Chính Trị Quốc Gia năm 2003.

MỖ
CÁC N

YOM TA

Le tr cho

1. kinh nghiệm

6. 7. 8. 9. 10. 11. 12. 13. 14. 15. 16. 17. 18. 19. 20. 21. 22. 23. 24. 25. 26. 27. 28. 29. 30. 31. 32. 33. 34. 35. 36. 37. 38. 39. 40. 41. 42. 43. 44. 45. 46. 47. 48. 49. 50. 51. 52. 53. 54. 55. 56. 57. 58. 59. 60. 61. 62. 63. 64. 65. 66. 67. 68. 69. 70. 71. 72. 73. 74. 75. 76. 77. 78. 79. 80. 81. 82. 83. 84. 85. 86. 87. 88. 89. 90. 91. 92. 93. 94. 95. 96. 97. 98. 99. 100. 101. 102. 103. 104. 105. 106. 107. 108. 109. 110. 111. 112. 113. 114. 115. 116. 117. 118. 119. 120. 121. 122. 123. 124. 125. 126. 127. 128. 129. 130. 131. 132. 133. 134. 135. 136. 137. 138. 139. 140. 141. 142. 143. 144. 145. 146. 147. 148. 149. 150. 151. 152. 153. 154. 155. 156. 157. 158. 159. 160. 161. 162. 163. 164. 165. 166. 167. 168. 169. 170. 171. 172. 173. 174. 175. 176. 177. 178. 179. 180. 181. 182. 183. 184. 185. 186. 187. 188. 189. 190. 191. 192. 193. 194. 195. 196. 197. 198. 199. 200. 201. 202. 203. 204. 205. 206. 207. 208. 209. 210. 211. 212. 213. 214. 215. 216. 217. 218. 219. 220. 221. 222. 223. 224. 225. 226. 227. 228. 229. 230. 231. 232. 233. 234. 235. 236. 237. 238. 239. 240. 241. 242. 243. 244. 245. 246. 247. 248. 249. 250. 251. 252. 253. 254. 255. 256. 257. 258. 259. 260. 261. 262. 263. 264. 265. 266. 267. 268. 269. 270. 271. 272. 273. 274. 275. 276. 277. 278. 279. 280. 281. 282. 283. 284. 285. 286. 287. 288. 289. 290. 291. 292. 293. 294. 295. 296. 297. 298. 299. 300. 301. 302. 303. 304. 305. 306. 307. 308. 309. 310. 311. 312. 313. 314. 315. 316. 317. 318. 319. 320. 321. 322. 323. 324. 325. 326. 327. 328. 329. 330. 331. 332. 333. 334. 335. 336. 337. 338. 339. 340. 341. 342. 343. 344. 345. 346. 347. 348. 349. 350. 351. 352. 353. 354. 355. 356. 357. 358. 359. 360. 361. 362. 363. 364. 365. 366. 367. 368. 369. 370. 371. 372. 373. 374. 375. 376. 377. 378. 379. 380. 381. 382. 383. 384. 385. 386. 387. 388. 389. 390. 391. 392. 393. 394. 395. 396. 397. 398. 399. 400. 401. 402. 403. 404. 405. 406. 407. 408. 409. 410. 411. 412. 413. 414. 415. 416. 417. 418. 419. 420. 421. 422. 423. 424. 425. 426. 427. 428. 429. 430. 431. 432. 433. 434. 435. 436. 437. 438. 439. 440. 441. 442. 443. 444. 445. 446. 447. 448. 449. 450. 451. 452. 453. 454. 455. 456. 457. 458. 459. 460. 461. 462. 463. 464. 465. 466. 467. 468. 469. 470. 471. 472. 473. 474. 475. 476. 477. 478. 479. 480. 481. 482. 483. 484. 485. 486. 487. 488. 489. 490. 491. 492. 493. 494. 495. 496. 497. 498. 499. 500. 501. 502. 503. 504. 505. 506. 507. 508. 509. 510. 511. 512. 513. 514. 515. 516. 517. 518. 519. 520. 521. 522. 523. 524. 525. 526. 527. 528. 529. 530. 531. 532. 533. 534. 535. 536. 537. 538. 539. 540. 541. 542. 543. 544. 545. 546. 547. 548. 549. 550. 551. 552. 553. 554. 555. 556. 557. 558. 559. 560. 561. 562. 563. 564. 565. 566. 567. 568. 569. 570. 571. 572. 573. 574. 575. 576. 577. 578. 579. 580. 581. 582. 583. 584. 585. 586. 587. 588. 589. 590. 591. 592. 593. 594. 595. 596. 597. 598. 599. 600. 601. 602. 603. 604. 605. 606. 607. 608. 609. 610. 611. 612. 613. 614. 615. 616. 617. 618. 619. 620. 621. 622. 623. 624. 625. 626. 627. 628. 629. 630. 631. 632. 633. 634. 635. 636. 637. 638. 639. 640. 641. 642. 643. 644. 645. 646. 647. 648. 649. 650. 651. 652. 653. 654. 655. 656. 657. 658. 659. 660. 661. 662. 663. 664. 665. 666. 667. 668. 669. 670. 671. 672. 673. 674. 675. 676. 677. 678. 679. 680. 681. 682. 683. 684. 685. 686. 687. 688. 689. 690. 691. 692. 693. 694. 695. 696. 697. 698. 699. 700. 701. 702. 703. 704. 705. 706. 707. 708. 709. 710. 711. 712. 713. 714. 715. 716. 717. 718. 719. 720. 721. 722. 723. 724. 725. 726. 727. 728. 729. 730. 731. 732. 733. 734. 735. 736. 737. 738. 739. 740. 741. 742. 743. 744. 745. 746. 747. 748. 749. 750. 751. 752. 753. 754. 755. 756. 757. 758. 759. 760. 761. 762. 763. 764. 765. 766. 767. 768. 769. 770. 771. 772. 773. 774. 775. 776. 777. 778. 779. 780. 781. 782. 783. 784. 785. 786. 787. 788. 789. 790. 791. 792. 793. 794. 795. 796. 797. 798. 799. 800. 801. 802. 803. 804. 805. 806. 807. 808. 809. 810. 811. 812. 813. 814. 815. 816. 817. 818. 819. 820. 821. 822. 823. 824. 825. 826. 827. 828. 829. 830. 831. 832. 833. 834. 835. 836. 837. 838. 839. 840. 841. 842. 843. 844. 845. 846. 847. 848. 849. 850. 851. 852. 853. 854. 855. 856. 857. 858. 859. 860. 861. 862. 863. 864. 865. 866. 867. 868. 869. 870. 871. 872. 873. 874. 875. 876. 877. 878. 879. 880. 881. 882. 883. 884. 885. 886. 887. 888. 889. 890. 891. 892. 893. 894. 895. 896. 897. 898. 899. 900. 901. 902. 903. 904. 905. 906. 907. 908. 909. 910. 911. 912. 913. 914. 915. 916. 917. 918. 919. 920. 921. 922. 923. 924. 925. 926. 927. 928. 929. 930. 931. 932. 933. 934. 935. 936. 937. 938. 939. 940. 941. 942. 943. 944. 945. 946. 947. 948. 949. 950. 951. 952. 953. 954. 955. 956. 957. 958. 959. 960. 961. 962. 963. 964. 965. 966. 967. 968. 969. 970. 971. 972. 973. 974. 975. 976. 977. 978. 979. 980. 981. 982. 983. 984. 985. 986. 987. 988. 989. 990. 991. 992. 993. 994. 995. 996. 997. 998. 999. 1000. 1001. 1002. 1003. 1004. 1005. 1006. 1007. 1008. 1009. 1010. 1011. 1012. 1013. 1014. 1015. 1016. 1017. 1018. 1019. 1020. 1021. 1022. 1023. 1024. 1025. 1026. 1027. 1028. 1029. 1030. 1031. 1032. 1033. 1034. 1035. 1036. 1037. 1038. 1039. 1040. 1041. 1042. 1043. 1044. 1045. 1046. 1047. 1048. 1049. 1050. 1051. 1052. 1053. 1054. 1055. 1056. 1057. 1058. 1059. 1060. 1061. 1062. 1063. 1064. 1065. 1066. 1067. 1068. 1069. 1070. 1071. 1072. 1073. 1074. 1075. 1076. 1077. 1078. 1079. 1080. 1081. 1082. 1083. 1084. 1085. 1086. 1087. 1088. 1089. 1090. 1091. 1092. 1093. 1094. 1095. 1096. 1097. 1098. 1099. 1100. 1101. 1102. 1103. 1104. 1105. 1106. 1107. 1108. 1109. 1110. 1111. 1112. 1113. 1114. 1115. 1116. 1117. 1118. 1119. 1120. 1121. 1122. 1123. 1124. 1125. 1126. 1127. 1128. 1129. 1130. 1131. 1132. 1133. 1134. 1135. 1136. 1137. 1138. 1139. 1140. 1141. 1142. 1143. 1144. 1145. 1146. 1147. 1148. 1149. 1150. 1151. 1152. 1153. 1154. 1155. 1156. 1157. 1158. 1159. 1160. 1161. 1162. 1163. 1164. 1165. 1166. 1167. 1168. 1169. 1170. 1171. 1172. 1173. 1174. 1175. 1176. 1177. 1178. 1179. 1180. 1181. 1182. 1183. 1184. 1185. 1186. 1187. 1188. 1189. 1190. 1191. 1192. 1193. 1194. 1195. 1196. 1197. 1198. 1199. 1200. 1201. 1202. 1203. 1204. 1205. 1206. 1207. 1208. 1209. 1210. 1211. 1212. 1213. 1214. 1215. 1216. 1217. 1218. 1219. 1220. 1221. 1222. 1223. 1224. 1225. 1226. 1227. 1228. 1229. 1230. 1231. 1232. 1233. 1234. 1235. 1236. 1237. 1238. 1239. 1240. 1241. 1242. 1243. 1244. 1245. 1246. 1247. 1248. 1249. 1250. 1251. 1252. 1253. 1254. 1255. 1256. 1257. 1258. 1259. 1260. 1261. 1262. 1263. 1264. 1265. 1266. 1267. 1268. 1269. 1270. 1271. 1272. 1273. 1274. 1275. 1276. 1277. 1278. 1279. 1280. 1281. 1282. 1283. 1284. 1285. 1286. 1287. 1288. 1289. 1290. 1291. 1292. 1293. 1294. 1295. 1296. 1297. 1298. 1299. 1300. 1301. 1302. 1303. 1304. 1305. 1306. 1307. 1308. 1309. 1310. 1311. 1312. 1313. 1314. 1315. 1316. 1317. 1318. 1319. 1320. 1321. 1322. 1323. 1324. 1325. 1326. 1327. 1328. 1329. 1330. 1331. 1332. 1333. 1334. 1335. 1336. 1337. 1338. 1339. 1340. 1341. 1342. 1343. 1344. 1345. 1346. 1347. 1348. 1349. 1350. 1351. 1352. 1353. 1354. 1355. 1356. 1357. 1358. 1359. 1360. 1361. 1362. 1363. 1364. 1365. 1366. 1367. 1368. 1369. 1370. 1371. 1372. 1373. 1374. 1375. 1376. 1377. 1378. 1379. 1380. 1381. 1382. 1383. 1384. 1385. 1386. 1387. 1388. 1389. 1390. 1391. 1392. 1393. 1394. 1395. 1396. 1397. 1398. 1399. 1400. 1401. 1402. 1403. 1404. 1405. 1406. 1407. 1408. 1409. 1410. 1411. 1412. 1413. 1414. 1415. 1416. 1417. 1418. 1419. 1420. 1421. 1422. 1423. 1424. 1425. 1426. 1427. 1428. 1429. 1430. 1431. 1432. 1433. 1434. 1435. 1436. 1437. 1438. 1439. 1440. 1441. 1442. 1443. 1444. 1445. 1446. 1447. 1448. 1449. 1450. 1451. 1452. 1453. 1454. 1455. 1456. 1457. 1458. 1459. 1460. 1461. 1462. 1463. 1464. 1465. 1466. 1467. 1468. 1469. 1470. 1471. 1472. 1473. 1474. 1475. 1476. 1477. 1478. 1479. 1480. 1481. 1482. 1483. 1484. 1485. 1486. 1487. 1488. 1489. 1490. 1491. 1492. 1493. 1494. 1495. 1496. 1497. 1498. 1499. 1500. 1501. 1502. 1503. 1504. 1505. 1506. 1507. 1508. 1509. 1510. 1511. 1512. 1513. 1514. 1515. 1516. 1517. 1518. 1519. 1520. 1521. 1522. 1523. 1524. 1525. 1526. 1527. 1528. 1529. 1530. 1531. 1532. 1533. 1534. 1535. 1536. 1537. 1538. 1539. 1540. 1541. 1542. 1543. 1544. 1545. 1546. 1547. 1548. 1549. 1550. 1551. 1552. 1553. 1554. 1555. 1556. 1557. 1558. 1559. 1560. 1561. 1562. 1563. 1564. 1565. 1566. 1567. 1568. 1569. 1570. 1571. 1572. 1573. 1574. 1575. 1576. 1577. 1578. 1579. 1580. 1581. 1582. 1583. 1584. 1585. 1586. 1587. 1588. 1589. 1590. 1591. 1592. 1593. 1594. 1595. 1596. 1597. 1598. 1599. 1600. 1601. 1602. 1603. 1604. 1605. 1606. 1607. 1608. 1609. 1610. 1611. 1612. 1613. 1614. 1615. 1616. 1617. 1618. 1619. 1620. 1621. 1622. 1623. 1624. 1625. 1626. 1627. 1628. 1629. 1630. 1631. 1632. 1633. 1634. 1635. 1636. 1637. 1638. 1639. 1640. 1641. 1642. 1643. 1644. 1645. 1646. 1647. 1648. 1649. 1650. 1651. 1652. 1653. 1654. 1655. 1656. 1657. 1658. 1659. 1660. 1661. 1662. 1663. 1664. 1665. 1666. 1667. 1668. 1669. 1670. 1671. 1672. 1673. 1674. 1675. 1676. 1677. 1678. 1679. 1680. 1681. 1682. 1683. 1684. 1685. 1686. 1687. 1688. 1689. 1690. 1691. 1692. 1693. 1694. 1695. 1696. 1697. 1698. 1699. 1700. 1701. 1702. 1703. 1704. 1705. 1706. 1707. 1708. 1709. 1710. 1711. 1712. 1713. 1714. 1715. 1716. 1717. 1718. 1719. 1720. 1721. 1722. 1723. 1724. 1725. 1726. 1727. 1728. 1729. 1730. 1731. 1732. 1733. 1734. 1735. 1736. 1737. 1738. 1739. 1740. 1741. 1742. 1743. 1744. 1745. 1746. 1747. 1748. 1749. 1750. 1751. 1752. 1753. 1754. 1755. 1756. 1757. 1758. 1759. 1760. 1761. 1762. 1763. 1764. 1765. 1766. 1767. 1768. 1769. 1770. 1771. 1772. 1773. 1774. 1775. 1776. 1777. 1778. 1779. 1780. 1781. 1782. 1783. 1784. 1785. 1786. 1787. 1788. 1789. 1790. 1791. 1792. 1793. 1794. 1795. 1796. 1797. 1798. 1799. 1800. 1801. 1802. 1803. 1804. 1805. 1806. 1807. 1808. 1809. 1810. 1811. 1812. 1813. 1814. 1815. 1816. 1817. 1818. 1819. 1820. 1821. 1822. 1823. 1824. 1825. 1826. 1827. 1828. 1829. 1830. 1831. 1832. 1833. 1834. 1835. 1836. 1837. 1838. 1839. 1840. 1841. 1842. 1843. 1844. 1845. 1846. 1847. 1848. 1849. 1850. 1851. 1852. 1853. 1854. 1855. 1856. 1857. 1858. 1859. 1860. 1861. 1862. 1863. 1864. 1865. 1866. 1867. 1868. 1869. 1870. 1871. 1872. 1873. 1874. 1875. 1876. 1877. 1878. 1879. 1880. 1881. 1882. 1883. 1884. 1885. 1886. 1887. 1888. 1889. 1890. 1891. 1892. 1893. 1894. 1895. 1896. 1897. 1898. 1899. 1900. 1901. 1902. 1903. 1904. 1905. 1906. 1907. 1908. 1909. 1910. 1911. 1912. 1913. 1914. 1915. 1916. 1917. 1918. 1919. 1920. 1921. 1922. 1923. 1924. 1925. 1926. 1927. 1928. 1929. 1930. 1931. 1932. 1933. 1934. 1935. 1936. 1937. 1938. 1939. 1940. 1941. 1942. 1943. 1944. 1945. 1946. 1947. 1948. 1949. 1950. 1951. 1952. 1953. 1954. 1955. 1956. 1957. 1958. 1959. 1960. 1961. 1962. 1963. 1964. 1965. 1966. 1967. 1968. 1969. 1970. 1971. 1972. 1973. 1974. 1975. 1976. 1977. 1978. 1979. 1980. 1981. 1982. 1983. 1984. 1985. 1986. 1987. 1988. 1989. 1990. 1991. 1992. 1993. 1994. 1995. 1996. 1997. 1998. 1999. 2000. 2001. 2002. 2003. 2004. 2005. 2006. 2007. 2008. 2009. 2010. 2011. 2012. 2013. 2014. 2015. 2016. 2017. 2018. 2019. 2020. 2021. 2022. 2023. 2024. 2025. 2026. 2027. 2028. 2029. 2030. 2031. 2032. 2033. 2034. 2035. 2036. 2037. 2038. 2039. 2040. 2041. 2042. 2043. 2044. 2045. 2046. 2047. 2048. 2049. 2050. 2051. 2052. 2053. 2054. 2055. 2056. 2057. 2058. 2059. 2060. 2061. 2062. 2063. 2064. 2065. 2066. 2067. 2068. 2069. 2070. 2071. 2072. 2073. 2074. 2075. 2076. 2077. 2078. 2079. 2080. 2081. 2082. 2083. 2