

Nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở nông thôn vùng Đồng bằng sông Hồng

TRẦN ĐÌNH THAO

Bài viết này cung cấp cái nhìn toàn cảnh về năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở nông thôn vùng Đồng bằng sông Hồng hiện nay, phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh này và trên cơ sở đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trong thời gian tới.

Dưới tác động của chính sách đổi mới và sự quan tâm hỗ trợ của Chính phủ, số lượng các doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) tăng mạnh trong những năm gần đây. Năm 2006 cả nước có 98.270 DNNVV thì đến năm 2009 con số này đã là gần 332.500 doanh nghiệp¹(tăng trên 3 lần). Trong đó, chỉ tính riêng vùng Đồng bằng sông Hồng (DBSH), năm 2000 số doanh nghiệp là 8.037 doanh nghiệp chiếm 21,36% số DNNVV, thì đến đầu năm 2009 số doanh nghiệp này đã là 59.181, chiếm gần 30% số DNNVV ở Việt Nam (Tổng cục Thống kê, 2010). Việc tăng nhanh số lượng các DNNVV cũng đồng nghĩa với việc cạnh tranh ngày càng gay gắt. Một doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển cần phải có năng lực cạnh tranh cao. DNNVV ở vùng Đồng bằng sông Hồng có đặc điểm là các doanh nghiệp phát triển từ các hộ kinh doanh gia đình trong các làng nghề, do vậy năng lực cạnh tranh chưa cao, đặc biệt là năng lực cạnh tranh về tài chính, công nghệ và sản phẩm.

1. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc, phỏng vấn nhóm được sử dụng để thu thập số liệu. Số lượng doanh nghiệp điều tra là 120, thuộc 3 tỉnh đại diện cho 3 vùng kinh tế địa lý (vùng làng nghề, vùng gần cửa khẩu nội địa và vùng ven biển). Cụ thể: Bắc

Ninh đại diện các doanh nghiệp làng nghề, Hà Nội đại diện vùng gần cửa khẩu nội địa và Thái Bình đại diện vùng ven biển của Đồng bằng sông Hồng.

Các phương pháp thống kê có kiểm định và các công cụ của PRA (đánh giá nhanh nông thôn có sự tham gia) được sử dụng để phân tích số liệu trong nghiên cứu này.

2. Kết quả nghiên cứu

2.1. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa vùng Đồng bằng sông Hồng

Đã có nhiều khái niệm về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Các khái niệm này tương đối giống nhau về nội dung. Chẳng hạn, tác giả Nguyễn Văn Thanh (2003) cho rằng: năng lực cạnh tranh là khả năng một công ty tồn tại trong kinh doanh và đạt được một kết quả mong muốn dưới dạng lợi nhuận. Hoặc theo tác giả Nguyễn Hữu Thắng (2008) lại cho rằng: 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, mạng lưới tiêu thụ. Tuy nhiên trong nghiên cứu này

Trần Đình Thao, TS., Trường đại học Nông nghiệp Hà Nội.
¹ Lê Nguyên Minh (2009): Vốn ngoại sớm trở lại, <http://www.thanhnien.com.vn/news/pages/200918/20090502104711.aspx>, truy cập lúc 9 giờ ngày 30-11-2011.

chúng tôi xác định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng duy trì và mở rộng thị phần, thu lợi nhuận của doanh nghiệp (Van Duren, Matin, và Westgen 1991). Do vậy, hệ thống chỉ tiêu phản ánh thực trạng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phản ánh sự tăng trưởng của thị trường, thị phần và các chỉ tiêu khác như khả năng cạnh tranh về sản phẩm, tài sản, công nghệ, nguồn nhân lực chủ chốt.

• **Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp về thị trường và thị phần**

Các DNNVV vùng Đồng bằng sông Hồng có nhiều loại, trong nghiên cứu này chúng tôi chia thành 3 nhóm doanh nghiệp là doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại dịch vụ (TMDV), doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực tiểu thủ công nghiệp (TTCN) và các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh khác (SXXD).

Chỉ tiêu phản ánh năng lực cạnh tranh đầu tiên là thị trường tiêu thụ. Doanh nghiệp nào có thị trường tiêu thụ rộng thì doanh nghiệp đó có năng lực cạnh tranh cao và ngược lại. Các doanh nghiệp có thị trường tiêu thụ trong tỉnh, trong vùng Đồng bằng sông Hồng và xuất khẩu, nhưng thị trường tiêu thụ trong tỉnh là chính (chiếm 62,5%), thị trường xuất khẩu còn rất nhỏ bé chưa đáng kể (chiếm khoảng 5%). Phân bố thị trường tiêu thụ giữa các nhóm doanh nghiệp theo ngành nghề sản xuất kinh doanh không đồng đều. Các doanh nghiệp TMDV và SXXD có cơ cấu thị trường tiêu thụ khác với các doanh nghiệp TTCN. Trong khi các doanh nghiệp TMDV và SXXD có thị trường tiêu thụ chính là trong tỉnh, thì các doanh nghiệp TTCN có thị trường tiêu thụ chính là các tỉnh trong vùng Đồng bằng sông Hồng. Điều này cho thấy các doanh nghiệp TTCN có năng lực cạnh tranh cao hơn các loại hình doanh nghiệp khác.

Nghiên cứu sự tăng trưởng thị phần của các doanh nghiệp trong thời gian 3 năm từ 2007 đến 2009 chúng tôi thấy, thị phần của

các doanh nghiệp có xu hướng tăng và tăng mạnh trong những năm vừa qua. Cụ thể, có tới gần 50% số doanh nghiệp được hỏi cho rằng thị phần của doanh nghiệp mình có xu hướng tăng và tăng mạnh trong thời gian vừa qua. Trong khi đó chỉ có gần 20% số doanh nghiệp cho rằng thị phần của doanh nghiệp mình giảm và giảm mạnh trong những năm vừa qua. Điều này cho thấy, năng lực cạnh tranh của các DNNVV ở vùng Đồng bằng sông Hồng đang có xu hướng tăng. Sự tăng năng lực cạnh tranh này khá đồng đều giữa các loại hình doanh nghiệp. Trong đó, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực TTCN có thị phần tăng mạnh nhất và thấp nhất là các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực SXXD.

BẢNG 1: Tỷ lệ đánh giá của các doanh nghiệp điều tra về mức tăng trưởng thị phần giai đoạn 2007- 2009 ở Đồng bằng sông Hồng (chia theo ngành nghề kinh doanh, đơn vị tính: %)

Mức tăng trưởng	TMDV	TTCN	SXXD	Chung
Tăng mạnh	8,11	5,71	8,33	7,50
Tăng	40,54	45,71	31,25	38,33
Không đổi	32,43	28,57	41,67	35,00
Giảm	13,51	14,29	10,42	12,50
Giảm mạnh	5,41	5,71	8,33	6,67

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra.

• **Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp về sản phẩm**

Năng lực cạnh tranh về sản phẩm là một trong những chỉ tiêu quan trọng phản ánh năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp nào có năng lực cạnh tranh về sản phẩm mạnh thì doanh nghiệp đó có khả năng cạnh tranh cao trên thị trường. Năng lực cạnh tranh về sản phẩm của doanh nghiệp được thể hiện dưới nhiều khía cạnh như: Chất lượng sản phẩm, giá sản phẩm, dịch vụ sau bán hàng... Qua điều tra, nghiên cứu các DNNVV vùng Đồng bằng sông Hồng cho thấy:

Về chất lượng sản phẩm: các doanh

ngành tự đánh giá về chất lượng sản phẩm dịch vụ 3 năm gần đây đều ở mức trên trung bình so với mức trung bình của xã hội. Sự tự đánh giá này khá đồng đều qua các loại doanh nghiệp. Các doanh nghiệp TMDV tự đánh giá chất lượng sản phẩm, dịch vụ của mình là tốt nhất so với các doanh nghiệp khác.

- Về giá sản phẩm: các doanh nghiệp có nhiều cách định giá sản phẩm khác nhau. Tuy nhiên, phần lớn doanh nghiệp chọn mức giá theo thị trường hoặc thấp hơn. Chiến lược giá thấp hơn chủ yếu theo kiểu

khuyến mại là chủ yếu. Theo đánh giá chung của các doanh nghiệp, giá sản phẩm trong 3 năm gần đây có tăng và tăng mạnh. Nguyên nhân tăng chủ yếu là do giá đầu vào tăng. Giá sản phẩm tăng không đồng đều giữa các doanh nghiệp. Doanh nghiệp TTCN có giá sản phẩm tăng mạnh nhất. Tuy nhiên, theo đánh giá của các doanh nghiệp thì mức tăng giá sản phẩm của họ chỉ ngang bằng với mức lạm phát của nền kinh tế. Do vậy, giá thực tế của sản phẩm dường như không đổi.

BẢNG 2: Chính sách định giá, mức độ thay đổi giá và tốc độ thay đổi giá trung bình/năm của các doanh nghiệp điều tra ở Đồng bằng sông Hồng

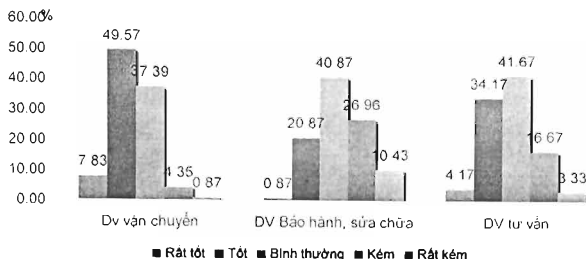
Chỉ tiêu	TMDV		TTCN		SXKD		Trung bình	
	SL	CC	SL	CC	SL	CC	SL	CC
	(DN)	(%)	(DN)	(%)	(DN)	(%)	(DN)	(%)
1. Chính sách định giá hiện nay								
Ngang với giá thị trường	21	56,76	9	25,71	13	27,08	43	35,83
Cao hơn giá thị trường	0	0	0	0	0	0	0	0
Thấp hơn giá thị trường	13	35,14	11	31,43	14	29,17	38	31,67
Định giá theo chi phí	3	8,11	15	42,86	21	43,75	39	32,50
2. Mức độ thay đổi giá từ 2007-2009								
Giảm mạnh	0	0	0	0	3	6,25	3	2,50
Giảm	7	18,92	0	0	4	8,33	11	9,17
Không đổi	4	10,81	3	8,57	8	16,67	15	12,50
Tăng	17	45,95	19	54,29	26	54,17	62	51,67
Tăng mạnh	9	24,32	13	37,14	7	14,58	29	24,17
3. Tốc độ thay đổi giá trung bình/năm (%)								
		7,23		12,55		7,22		8,78

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra.

- Về dịch vụ sau bán hàng: qua điều tra các doanh nghiệp đều cho rằng, khác với trước đây, hiện nay họ rất chú trọng vào dịch vụ chăm sóc khách hàng. Tuy nhiên, không phải tất cả các doanh nghiệp đều nhận thấy tầm qua trọng của các dịch vụ chăm sóc khách hàng đối với việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp mình. Dịch vụ chăm sóc khách hàng chủ yếu là vận chuyển

sản phẩm, bảo hành sửa chữa và dịch vụ tư vấn. Trong đó, dịch vụ vận chuyển được đánh giá là tốt nhất (gần 60% doanh nghiệp đánh giá) và dịch vụ bảo hành, sửa chữa là kém nhất (gần 40% doanh nghiệp đánh giá). Do vậy, để nâng cao hơn nữa năng lực cạnh tranh của mình, các doanh nghiệp cần phải chú trọng nâng cao chất lượng các dịch vụ chăm sóc khách hàng đi kèm.

HÌNH 1: Đánh giá của các doanh nghiệp điều tra về dịch vụ chăm sóc khách hàng ở DBSH



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra.

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp về tài sản

Qua nghiên cứu các DNNVV vùng Đồng bằng sông Hồng, chúng tôi thấy tiềm lực về tài chính của các doanh nghiệp khá cao (bình quân khoảng 15 tỷ/ doanh nghiệp).

Trong đó, vốn chủ sở hữu là chính (trên 65%) và vốn lưu động chiếm gần 50%. Điều này giúp cho các DNNVV năng động hơn so với các doanh nghiệp lớn trong việc chuyển đổi ngành nghề và sản phẩm kinh doanh.

BẢNG 3: Tổng vốn trung bình/doanh nghiệp và cơ cấu vốn năm 2009 của các doanh nghiệp điều tra ở DBSH

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	TMDV	TTCN	SXKD	Chung
1. Tổng vốn trung bình/DN	Tỷ đồng	11,09	14,30	19,75	15,49
2. Chia theo nguồn vốn					
2.1 Vốn chủ sở hữu trung bình/DN	%	65,29	61,26	68,05	65,22
2.2 Nợ phải trả trung bình/DN	%	34,71	38,74	31,95	34,78
3. Chia theo tài sản					
3.1 Vốn lưu động trung bình/DN	%	56,42	46,87	45,17	49,14
3.2 Vốn cố định trung bình/DN	%	43,58	53,13	54,83	50,86

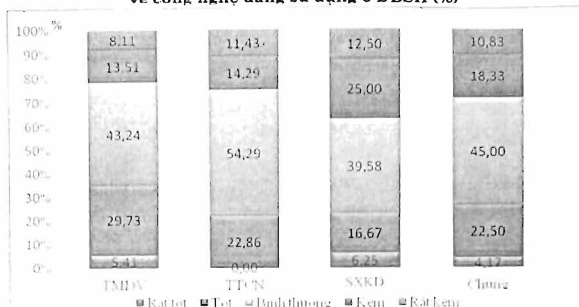
Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra.

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp về công nghệ

Công nghệ sản xuất là một trong những yếu tố tạo ra năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp cả ở hiện tại và tương lai. Công nghệ sản xuất ở đây bao gồm trang thiết bị sản xuất và quy trình sản xuất. Một doanh nghiệp sở hữu một công nghệ tiên tiến sẽ tạo ra các sản phẩm có ưu thế cạnh tranh cả về giá thành và chất lượng sản phẩm. Tuy nhiên, qua nghiên cứu chúng tôi thấy công nghệ mà các DNNVV vùng Đồng bằng sông Hồng hiện

nay đang sử dụng chủ yếu là công nghệ lạc hậu (chiếm khoảng trên 70%), chỉ có khoảng 30% số doanh nghiệp áp dụng công nghệ mới. Trong đó, công nghệ mới được sử dụng chủ yếu trong khâu quản lý (quản lý sản phẩm, quản lý nhân sự, quản lý tài sản) là chính. Trang thiết bị mới hiện đại trong khâu sản xuất hầu như là không có. Nguyên nhân chủ yếu được cho là của các DNNVV nên tiềm lực tài chính không đủ lớn để có thể trang bị các thiết bị mới hiện đại. Điều này phần nào làm giảm khả năng cạnh tranh của DNNVV.

HÌNH 2: Tỷ lệ đánh giá của các doanh nghiệp điều tra về công nghệ đang sử dụng ở ĐBSH (%)



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra.

2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa vùng Đồng bằng sông Hồng

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bị chi phối bởi nhiều yếu tố như: chiến lược sản phẩm, công nghệ, vốn, môi trường kinh doanh,... (Van Duren, Matin, và Westgen 1991). Chỉ số để đánh giá tính cạnh tranh của doanh nghiệp là thị phần và lợi nhuận. Tuy nhiên, trong quá trình thu thập thông tin, thông tin về lợi nhuận của các doanh nghiệp thường không chính xác. Do vậy, trong nghiên cứu này chúng tôi sử dụng chỉ tiêu thị phần để phản ánh năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Thị phần của doanh nghiệp tăng đồng nghĩa với việc các doanh nghiệp đang có năng lực cạnh tranh tốt và ngược lại. Yếu tố nào ảnh hưởng đến sự thay đổi của thị phần thì đồng nghĩa với việc thay đổi năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Qua nghiên cứu chúng tôi thấy có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp như:

- Ảnh hưởng của hoạt động quảng cáo sản phẩm đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp

Hoạt động quảng cáo của các DNNVV ở

Đồng bằng sông Hồng bao gồm như quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng, quảng cáo bằng tờ rơi, băng băng hiệu, thông qua các chương trình từ thiện tại địa phương... Trong đó quảng cáo tại phương tiện thông tin đại chúng như truyền hình, truyền thanh có chi phí và sức lan tỏa lớn nhất. Các hình thức quảng cáo khác có sức lan tỏa thấp và chi phí thấp hơn nhiều so với quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng. Do vậy để phân tích sự ảnh hưởng của quảng cáo tới thị phần và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, chúng tôi chia các doanh nghiệp ra làm 2 nhóm là nhóm doanh nghiệp có quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng và nhóm doanh nghiệp không có quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng trong thời gian 3 năm gần đây. Kết quả cho thấy với mức ý nghĩa thống kê 1% có thể kết luận hoạt động quảng cáo có ảnh hưởng đến mức thay đổi của thị phần của doanh nghiệp, từ đó có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Cụ thể, doanh nghiệp nào có hoạt động quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng thì doanh nghiệp đó có thị phần và năng lực cạnh tranh tăng (xem bảng 4).

BẢNG 4: Sự ảnh hưởng của hoạt động quảng cáo đến thị phần của các doanh nghiệp ở ĐBSH (Đvt: doanh nghiệp)

Quảng cáo	Mức thay đổi của thị phần			
	Tăng	Không đổi	Giảm	Tổng
Có	35	22	10	67
Không	12	26	15	53
Tổng	47	48	25	120
Hệ số chi bình phương				
Tính toán		11,1065		
P-value		0,0039		

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra.

• *Ảnh hưởng của nguồn vốn đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp*

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được hình thành từ nhiều yếu tố và cũng chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố khác nhau. Nguồn vốn là một trong các yếu tố vừa ảnh hưởng và vừa trực tiếp tạo nên năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp có nguồn vốn lớn liệu có năng lực cạnh tranh tốt hơn các doanh nghiệp có nguồn vốn nhỏ? Để đi tìm câu trả lời cho câu hỏi này, chúng tôi

chia các doanh nghiệp điều tra ra làm hai nhóm: doanh nghiệp có nguồn vốn lớn và doanh nghiệp có nguồn vốn nhỏ và dùng kiểm định chi bình phương để kiểm định sự ảnh hưởng của quy mô doanh nghiệp đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Kết quả cho thấy, với mức ý nghĩa thống kê 1% có thể kết luận các doanh nghiệp có quy mô vừa có năng lực cạnh tranh tốt hơn các doanh nghiệp có quy mô nguồn vốn nhỏ hơn. Cụ thể, số liệu được trình bày trong bảng 5.

BẢNG 5: Sự ảnh hưởng nguồn vốn đến thị phần của các doanh nghiệp điều tra ở ĐBSH (Đvt: Doanh nghiệp)

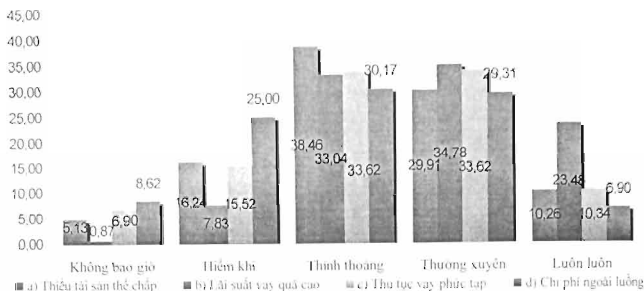
Loại hình doanh nghiệp phân theo nguồn vốn	Mức thay đổi của thị phần			
	Tăng	Không đổi	Giảm	Tổng
Vừa	24	41	20	85
Nhỏ	23	7	5	35
Tổng	47	48	25	120
Hệ số chi bình phương				
Tính toán		14.8493		
P-value		0.0006		

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra.

Lý giải nguyên nhân của vấn đề này, chúng tôi thấy trong những năm gần đây sự biến động của thị trường đã tác động mạnh đến các doanh nghiệp. Các doanh nghiệp nhỏ khó tiếp cận được với các nguồn vốn vay, do vậy việc thực hiện các chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn hơn so với các doanh nghiệp có nguồn vốn lớn hơn. Qua khảo sát 120 doanh nghiệp, chúng tôi thấy việc tiếp cận các nguồn vốn vay của các

doanh nghiệp trong thời gian vừa qua là khó khăn. Khó khăn nhất trong việc tiếp cận các nguồn vốn vay ngân hàng là do lãi suất cao và thủ tục vay (khoảng từ 45 đến gần 60% doanh nghiệp). Ngoài ra còn có một số nguyên nhân khác như phương án sản xuất kinh doanh không rõ ràng, không có tài sản thế chấp cũng làm cho các doanh nghiệp khó tiếp cận được với các nguồn vốn vay, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ.

HÌNH 3: Đánh giá của các doanh nghiệp về một số khó khăn trong quá trình vay vốn ở DBSH (% doanh nghiệp)



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra

• *Ảnh hưởng của công nghệ sản xuất đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp*

Công nghệ sản xuất bao gồm tranh thiết bị và quy trình sản xuất. Qua khảo sát các DNNVV vùng Đồng bằng sông Hồng chúng tôi nhận thấy các công nghệ mà các doanh nghiệp đang áp dụng được chia ra ở các mức khác nhau. Các mức khác nhau này là do doanh nghiệp tự đánh giá với các doanh nghiệp khác. Cụ thể có 32 doanh nghiệp tự

nhận là công nghệ cũ, lạc hậu và có 34 doanh nghiệp tự nhận là công nghệ mới, hiện đại. Sự khác biệt về số lượng doanh nghiệp có công nghệ mới và doanh nghiệp có công nghệ cũ là không đáng kể. Tuy nhiên, với kiểm định chi bình phương, chúng tôi thu được kết quả là với mức ý nghĩa thống kê 1% có thể kết luận doanh nghiệp có công nghệ mới, hiện đại, có năng lực cạnh tranh và thị phần cao hơn các doanh nghiệp khác.

BẢNG 6: Sự ảnh hưởng của công nghệ tới chất lượng sản phẩm ở DBSH (Đơn: doanh nghiệp)

Công nghệ	Mức thay đổi của thị phần			
	Tăng	Không đổi	Giảm	Tổng
Lạc hậu	22	6	4	32
Bình thường	19	27	8	54
Hiện đại	6	15	13	34
Tổng	47	48	25	120
Hệ số chi bình phương				
Tính toán		23,4433		
P-value		0,0001		

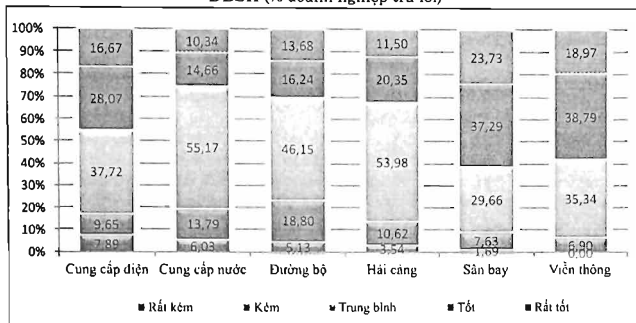
Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra.

• *Ảnh hưởng của môi trường kinh doanh đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp*

Môi trường kinh doanh có ảnh hưởng trực tiếp tới các điều kiện sản xuất và kinh doanh của doanh nghiệp, do vậy cũng có ảnh hưởng trực tiếp tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Đó cũng là lý do tại sao các doanh

nh nghiệp luôn muốn hoạt động sản xuất kinh doanh ở những tỉnh có chủ sở cạnh tranh cao. Môi trường kinh doanh bao gồm: cơ sở hạ tầng cơ bản và các cơ chế chính sách. Kết quả khảo sát các doanh nghiệp cho thấy cơ sở hạ tầng là khá tốt. Một số kết cấu hạ tầng như đường bộ, hệ thống nước và hệ thống điện.

HÌNH 4. Đánh giá của các doanh nghiệp điều tra về điều kiện cơ sở hạ tầng ở ĐBSH (% doanh nghiệp trả lời)



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra.

2.3. Các giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa vùng Đồng bằng sông Hồng

• Giải pháp nâng cao khả năng tiếp cận nguồn vốn vay cho các doanh nghiệp

Qua nghiên cứu chúng tôi thấy rằng vốn sản xuất kinh doanh có ảnh hưởng lớn và trực tiếp tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp tiếp cận được với các nguồn vốn vay thì sẽ chủ động được trong sản xuất kinh doanh. Trong thời gian qua các doanh nghiệp khó tiếp cận được với các nguồn vốn ngân hàng do lãi suất cao và thủ tục vay phức tạp. Do vậy, trong thời gian tới Chính phủ cần phải có chính sách hỗ trợ và chính sách lãi suất để giúp các DNNVV có thể tiếp cận các nguồn vốn vay dễ dàng hơn.

• Giải pháp đổi mới công nghệ

Qua phân tích ở trên cho thấy công nghệ sản xuất có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp có công nghệ mới, hiện đại có năng lực cạnh tranh tốt hơn. Do vậy trong thời gian tới, các doanh nghiệp có công nghệ cũ lạc hậu cần nghiên cứu, tính toán để từng bước áp dụng các trang thiết bị và quy trình sản xuất mới

và hiện đại vào sản xuất. Bên cạnh đó Chính phủ và chính quyền địa phương cũng cần phải có những hỗ trợ về tài chính để các doanh nghiệp này có thể đổi mới công nghệ được nhanh hơn.

• Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ chăm sóc khách hàng và hoạt động quảng cáo

Phần lớn các doanh nghiệp đã nhận thấy tầm quan trọng của các dịch vụ chăm sóc khách hàng và hoạt động quảng bá sản phẩm trong việc sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp mình. Tuy nhiên, các chất lượng các dịch vụ này còn thấp, đặc biệt là dịch vụ sửa chữa và bảo dưỡng, bảo hành. Hoạt động quảng cáo chưa có chiến lược cụ thể, hoạt động quảng bá sản phẩm và hình ảnh của doanh nghiệp còn chưa được chú trọng. Do vậy trong thời gian tới, để nâng cao năng lực cạnh tranh, các doanh nghiệp cần phải chú trọng nâng cao chất lượng các hoạt động này.

• Giải pháp nâng cao chất lượng sản phẩm

Chất lượng sản phẩm có liên quan mật thiết đến sức cạnh tranh của sản phẩm. Doanh nghiệp nào có sản phẩm có sức cạnh tranh tốt thì cũng có nghĩa là doanh nghiệp đó

có năng lực cạnh tranh cao dưới góc độ sản phẩm. Phân tích số liệu điều tra cho thấy chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp còn thấp và chưa ổn định. Nguyên nhân chính là do các doanh nghiệp còn chưa ý thức được tầm quan trọng của việc xây dựng và phát triển sản phẩm cũng như thương hiệu sản phẩm trong sản xuất kinh doanh, đặc biệt là các doanh nghiệp mới, non trẻ. Do vậy, trong thời gian tới các doanh nghiệp cần chú trọng hơn trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm và từng bước phát triển thương hiệu cho doanh nghiệp mình.

Giải pháp nâng cao chất lượng môi trường kinh doanh

Môi trường kinh doanh cũng tạo lên năng lực cạnh tranh cho mỗi doanh nghiệp. Các doanh nghiệp đánh giá môi trường kinh doanh của các tỉnh vùng Đồng bằng sông Hồng còn thấp. Chỉ số cạnh tranh cấp tỉnh của các tỉnh vùng Đồng bằng sông Hồng trong thời gian qua còn thấp. Do vậy, trong thời gian tới, chính quyền các tỉnh vùng Đồng bằng sông Hồng cần phải có những giải pháp thiết thực hơn nữa để tạo môi trường kinh doanh tốt hơn.

3. Kết luận

Cạnh tranh là động lực để phát triển nền kinh tế. Doanh nghiệp nào muốn đứng vững và phát triển được trên thương trường cần phải có một năng lực cạnh tranh tốt. Năng lực cạnh tranh của các DNNVV vùng Đồng bằng sông Hồng còn thấp, tuy nhiên đang có xu hướng tăng. Trong đó, năng lực cạnh tranh về sản phẩm ở mức khá, còn các năng lực cạnh tranh khác như năng lực cạnh tranh về tài chính, năng lực cạnh tranh về dịch vụ sau bán hàng và năng lực cạnh tranh về công nghệ ở mức thấp.

Nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng năng lực cạnh tranh thấp này bao gồm cả

các nguyên nhân chủ quan và các nguyên nhân khách quan. Nguyên nhân khách quan là do khủng hoảng kinh tế và môi trường đầu tư của vùng Đồng bằng sông Hồng còn thấp, nên các doanh nghiệp còn gặp nhiều khó khăn trong sản xuất kinh doanh, đặc biệt là vấn đề tiếp cận các nguồn vốn vay. Nguyên nhân chủ quan bao gồm năng lực tài chính thấp, chất lượng sản phẩm thấp và chưa ổn định, công nghệ sản xuất còn lạc hậu, công tác chăm sóc khách hàng còn chưa được chú trọng.

Trên cơ sở phân tích thực trạng năng lực cạnh tranh và các yếu tố ảnh hưởng đến nó, chúng tôi đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các DNNVV ở vùng Đồng bằng sông Hồng trong thời gian tới. Các giải pháp tập trung vào việc nâng cao khả năng tiếp cận các nguồn vốn vay của doanh nghiệp, nâng cao chất lượng sản phẩm, đổi mới công nghệ và xây dựng môi trường kinh doanh thuận lợi./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nghị định 90/2001/NĐ-CP về trợ giúp phát triển DNNVV. Đăng tải trên truy cập lúc 9 giờ ngày 30-11-2011.
2. Niên giám thống kê. 2010.
3. Nguyễn Hữu, Thắng. 2008. Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay. Nxb Chính trị quốc gia.
4. 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.
5. Nguyễn Xuân. 2011. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là gì? Trên <http://www.nghiencuukinhthoc.com/2011/09/nang-luc-can-phanh-cua-doanh-nghiep-la.html> truy cập lúc 9 giờ ngày 30-11-2011.
6. Van Duren, E. Martin, và Westgren R. 1991. Assessing the competitiveness of Canada's Agrifood Industry. Canadian Journal of Agricultural Economics, p. 39.