

NGHIÊN CỨU PHƯƠNG PHÁP PHẢN ÁNH VÀ PHÂN TÍCH VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH

Nguyễn Trần Quế^(*)

Nước ta đang trong quá trình đàm phán với các nước và các tổ chức quốc tế để sớm gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO) và trong tương lai không xa sẽ trở thành viên của WTO. Một trong những vấn đề được nhiều người quan tâm là khả năng cạnh tranh của nền kinh tế nước ta với các nước trong khu vực và thế giới. Với mục đích giúp bạn đọc hiểu rõ hơn những vấn đề có liên quan đến cạnh tranh, bài viết sẽ giới thiệu phương pháp nghiên cứu phản ánh và phân tích khả năng cạnh tranh.

Sản phẩm chủ lực

Xác định sản phẩm chủ lực thường dựa vào các tiêu chí sau:

- Tỷ trọng của sản phẩm trong GDP phải cao;
- Đóng góp lớn vào nguồn thu ngân sách;
- Phải gây được hiệu quả tốt theo phản ứng dây chuyền đến sự phát triển các ngành khác hoặc có tác động lôi kéo các ngành khác phát triển theo;
- Góp phần gia tăng kim ngạch xuất khẩu;
- Tạo ra nhiều việc làm cho người lao động;
- Khả năng cạnh tranh cao;
- Tiềm năng thị trường tương đối lớn;
- Hiệu quả kinh tế cao.

Sản phẩm có khả năng cạnh tranh

Một sản phẩm được coi là có sức cạnh tranh và có thể đứng vững trên thị trường khi có mức giá thấp hơn các sản phẩm tương tự với chất lượng ngang bằng hay cao hơn.

Theo lý thuyết thương mại truyền thống, năng lực cạnh tranh được xem xét qua lợi thế so sánh về chi phí sản xuất và năng suất lao động.

Theo M.Porter, năng lực cạnh tranh phụ thuộc vào khả năng khai thác các năng lực độc đáo của mình để tạo ra sản phẩm có giá thành thấp và sự dị biệt của sản phẩm.

Muốn nâng cao năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp cần phải xác định lợi thế cạnh tranh của mình. Lợi thế cạnh tranh của sản phẩm được hiểu là những thế mạnh mà sản phẩm có hoặc có thể huy động để chiến thắng trong cạnh tranh. Có hai nhóm lợi thế cạnh tranh:

- Lợi thế về chi phí: Tạo ra sản phẩm có chi phí thấp hơn đối thủ cạnh tranh. Các nhân tố sản xuất như đất đai, vốn và lao động thường được xem là nguồn lực để tạo lợi thế cạnh tranh.
- Lợi thế về sự khác biệt hoá: Dựa vào sự khác biệt của sản phẩm làm tăng giá trị cho người tiêu dùng hoặc giảm chi phí sử dụng sản phẩm hoặc nâng cao tính hoàn thiện khi sử dụng sản phẩm. Lợi thế này cho

(*) Tiến sĩ, Viện Kinh tế và Chính trị thế giới

phép thị trường chấp nhận mức giá thậm chí cao hơn đối thủ.

Thông thường việc xác định khả năng cạnh tranh của sản phẩm dựa vào 4 tiêu chí:

- Tính cạnh tranh về chất lượng và mức độ đa dạng hoá sản phẩm.
- Tính cạnh tranh về giá cả.
- Khả năng thâm nhập thị trường mới.
- Khả năng khuyến mãi, lôi kéo khách hàng và phương thức kinh doanh.

Nhìn chung đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm phải xem xét các mặt: Chất lượng sản phẩm, chủng loại sản phẩm, tính đa dạng, mẫu mã, bao bì của sản phẩm, uy tín thương hiệu của sản phẩm, nguồn hàng cung cấp ổn định, giá cả sản phẩm và công tác tiếp cận thị trường của sản phẩm.

Những sản phẩm có khả năng cạnh tranh là những sản phẩm trong điều kiện có mức thuế nhập khẩu thấp hoặc gần bằng không mà vẫn tồn tại và phát triển thì đó là những sản phẩm có lợi thế cạnh tranh.

Tiêu chí chọn lựa các sản phẩm chủ lực có khả năng cạnh tranh

Để hình thành và phát triển các sản phẩm chủ lực có khả năng cạnh tranh một cách cơ bản các sản phẩm này phải đạt được những tiêu chí đặt ra:

- Sử dụng tốt nhất những lợi thế hiện có;
- Có chỉ số giá thành thấp, chi phí sản xuất thấp;
- Chất lượng sản phẩm cao;
- Hiệu quả kinh tế cao;
- Năng lực sản xuất lớn;

- Góp phần quan trọng trong việc phát triển nhanh và bền vững nền kinh tế;

- Có khả năng góp phần quan trọng vào chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tác động dây chuyền đến sự phát triển các ngành kinh tế khác;

- Gia tăng doanh số cho xuất khẩu;

- Tạo thêm việc làm.

Lý thuyết về lợi thế so sánh

Lý thuyết này dựa vào sự khác nhau về các yếu tố sản xuất như lao động, vốn, tài nguyên giữa các quốc gia cũng như sự khác biệt về công nghệ giữa các ngành. Một quốc gia sẽ có lợi thế so sánh trong những ngành sử dụng nhiều yếu tố sản xuất mà quốc gia đó dồi dào. Chẳng hạn như Việt Nam dồi dào tương đối về nguồn lực tự nhiên và lao động bán kỹ năng nên có lợi thế so sánh về các ngành sử dụng nhiều nguồn lực tự nhiên như gạo, cà phê hoặc sử dụng nhiều lao động bán kỹ năng như dệt, da, may mặc. Lý thuyết ngoại thương chỉ ra rằng một quốc gia chỉ cần có lợi thế so sánh thì có thể thu được lợi ích từ ngoại thương cho dù năng suất của quốc gia đó thấp trên tất cả các ngành. Lý thuyết này giúp cho những nhà làm chính sách xác định những ngành hoặc những sản phẩm mà quốc gia họ có lợi thế để phân bổ một cách có hiệu quả nguồn lực trong nền kinh tế và lý thuyết này cũng cho thấy rằng mậu dịch quốc tế mang lại lợi ích cho các nước tham gia cho dù năng suất trong các ngành của quốc gia đó thấp hơn so với các quốc gia khác.

Lý thuyết về lợi thế cạnh tranh quốc gia của M.Porter

Sự gia tăng mức sống và sự thịnh vượng của quốc gia phụ thuộc chủ yếu vào khả năng đổi mới, khả năng tiếp cận nguồn vốn và hiệu ứng lan truyền công nghệ của

nền kinh tế. Nói tổng quát hơn, sức cạnh tranh của một quốc gia phụ thuộc vào sức cạnh tranh của các ngành trong nền kinh tế. Sức cạnh tranh của một ngành lại xuất phát từ năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành: khả năng đổi mới công nghệ, sản phẩm, cung cách quản lý của ngành và môi trường kinh doanh. Các đầu vào quan trọng đối với hoạt động sản xuất của nền kinh tế không phải chỉ thuần là lao động, vốn, tài nguyên thiên nhiên mà còn là những đầu vào do chính doanh nghiệp hoặc Chính phủ tạo ra.

Bốn yếu tố quyết định lợi thế cạnh tranh của một khu vực hay một quốc gia gồm:

*** Chiến lược của doanh nghiệp, cơ cấu và sự cạnh tranh**

Những ngành có chiến lược và cơ cấu phù hợp với các định chế và chính sách của quốc gia, hoạt động trong môi trường có cạnh tranh trong nước càng thẳng hơn sẽ có tính cạnh tranh quốc tế mạnh hơn. Chẳng hạn như ngành sản xuất xe hơi của Nhật có một số Công ty cạnh tranh mạnh trên thị trường thế giới, một phần là do các Công ty này đã cạnh tranh mạnh mẽ trên thị trường trong nước.

*** Các điều kiện về phía cầu**

Những ngành phải cạnh tranh mạnh ở trong nước thì có tính cạnh tranh quốc tế tốt hơn. Thị trường trong nước với số cầu lớn và có những khách hàng đòi hỏi cao và những cạnh tranh trong ngành khốc liệt hơn sẽ có khả năng cạnh tranh cao hơn.

*** Các ngành công nghiệp hỗ trợ và liên quan**

Tính cạnh tranh của một ngành phụ thuộc vào sức mạnh của các nhà cung cấp các hàng hoá và các dịch vụ hỗ trợ. Các nhà

cung cấp hàng hoá có khả năng cạnh tranh trên toàn cầu có thể mang lại lợi thế cạnh tranh thông qua sự lan truyền công nghệ. Sự hiện diện cụm công nghiệp tạo ra cho doanh nghiệp lợi thế kinh tế theo quy mô.

*** Điều kiện về các yếu tố sản xuất**

Bao gồm chất lượng lao động, vốn rẻ, cơ sở hạ tầng mạnh và công nghệ cao trong khu vực hay quốc gia sẽ ảnh hưởng đến tính cạnh tranh của ngành, của khu vực và của cả quốc gia. Ở đây chúng ta nhấn mạnh đến chất lượng của các yếu tố đầu vào được tạo ra chứ không phải là nguồn lực ban đầu như trình độ của các chuyên gia và các nhà quản lý, kỹ năng của người lao động.

Đánh giá năng lực cạnh tranh của Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF)

Năng lực cạnh tranh của một quốc gia là khả năng đạt và duy trì được mức tăng trưởng cao, là tăng năng lực sản xuất bằng việc đổi mới, sử dụng các công nghệ cao hơn, đào tạo kỹ năng liên tục, quan tâm đến công bằng xã hội và bảo vệ môi trường. WEF cũng đưa ra một khung khổ các yếu tố xác định năng lực cạnh tranh tổng thể của một quốc gia và phân chia các yếu tố này thành 8 nhóm chính, với hơn 200 chỉ tiêu khác nhau:

Nhóm 1: Nội lực kinh tế, bao gồm các chỉ tiêu giá trị tăng thêm, hoạt động đầu tư, tiết kiệm, tiêu dùng cuối cùng, hoạt động dự báo, giá cả sinh hoạt, hoạt động của các thành phần kinh tế.

Nhóm 2: Phạm vi quốc tế hoá, bao gồm: cán cân thanh toán vãng lai, hoạt động xuất khẩu hàng hoá dịch vụ, mức độ mở cửa của nền kinh tế, chính sách bảo hộ quốc gia, đầu tư trực tiếp nước ngoài, đầu tư gián tiếp, tỷ giá hối đoái, nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ.

Nhóm 3: *Năng lực và hiệu quả hoạt động của Chính phủ*, bao gồm: nợ quốc gia, hiệu quả của bộ máy Nhà nước, chính sách tài khoá, an ninh và tư pháp, sự can thiệp của Nhà nước, chi tiêu chính phủ.

Nhóm 4: *Tài chính*, bao gồm: chi phí vốn, khả năng sẵn có về vốn, hiệu quả của hệ thống ngân hàng, tính năng động của thị trường chứng khoán.

Nhóm 5: *Cơ sở hạ tầng trong nước*, bao gồm: hạ tầng cơ bản, khả năng tự cung cấp về năng lượng, môi trường, hạ tầng công nghệ.

Nhóm 6: *Quản trị*, bao gồm: năng suất, hiệu quả quản lý, văn hoá kinh doanh, hoạt động kinh doanh, chi phí nhân công.

Nhóm 7: *Khoa học và công nghệ*, bao gồm: chi tiêu cho hoạt động nghiên cứu và phát triển, quản lý công nghệ, môi trường khoa học, sở hữu trí tuệ, nguồn nhân lực để tiến hành hoạt động nghiên cứu và phát triển.

Nhóm 8: *Con người*, bao gồm: đặc điểm dân số, đặc điểm của lực lượng lao động, việc làm, thất nghiệp, cơ cấu giáo dục, chất lượng cuộc sống, các giá trị và hành vi⁽¹⁾.

Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp

Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp là khả năng có thể đứng vững trên thị trường cạnh tranh, mở rộng thị phần và tăng lợi nhuận thông qua một số chỉ tiêu như năng suất, chất lượng, công nghệ, sự khác biệt về hàng hoá, dịch vụ được cung cấp, giá trị tăng thêm, chi phí sản xuất là khả năng của doanh nghiệp thực hiện tốt hơn đối thủ cạnh tranh trong việc đạt được mục tiêu quan trọng nhất: lợi nhuận. Áp lực cạnh tranh của doanh nghiệp đến từ 5 hướng: các đối thủ cạnh tranh trong ngành, người mua, người cung ứng, các đối thủ tiềm năng, các sản phẩm thay thế.

Khả năng cạnh tranh chủ yếu tập trung ở chất lượng hàng hoá, kiểu dáng mẫu mã hợp thị hiếu, sử dụng an toàn tiện lợi, giá thành - giá cả thấp; chất lượng dịch vụ: nhanh, thuận tiện, trung thực, an toàn, giá chấp nhận được. Chất lượng hàng hoá cũng như dịch vụ ổn định và ngày càng nâng cao.

Khả năng cạnh tranh phụ thuộc 2 yếu tố cơ bản sau:

- Các yếu tố vĩ mô thuộc về môi trường cạnh tranh: chủ trương của Chính phủ, luật pháp, chính sách khuyến khích hay hạn chế, cơ chế quản lý điều hành của Nhà nước, thị trường và cơ sở hạ tầng.

- Các yếu tố vi mô thuộc nội lực của doanh nghiệp, như vốn, cơ cấu vốn, công nghệ, trình độ người lao động, kỹ năng quản lý,...

Các biện pháp doanh nghiệp có thể lựa chọn để nâng cao khả năng cạnh tranh:

Lựa chọn ngành sản xuất kinh doanh hay dịch vụ có khả năng thu lợi nhuận cao: ổn định và không ngừng nâng cao chất lượng hàng hoá, dịch vụ, củng cố lòng tin đối với khách hàng, không kiếm lợi nhuận trên cơ sở "chộp giật"; Hiểu đối thủ cạnh tranh về chiến lược sản phẩm, kế hoạch sản xuất kinh doanh, hướng phân chia thị trường, các quan hệ bạn hàng, doanh thu và biên độ lợi nhuận, nguồn lực về vốn, lao động, kỹ thuật công nghệ,... để học tập, tìm đối sách khai thác thế mạnh, khắc phục thế yếu của mình, giành thị phần lớn hơn;

Tổ chức lại doanh nghiệp: liên kết, hợp nhất, hợp tác để tăng quy mô, tăng khả năng cạnh tranh.

Từ năm 2000, WEF phân nhóm lại, từ 8 nhóm gộp lại và điều chỉnh thành 3 nhóm lớn, tuy vẫn dựa trên 200 chỉ số cơ bản

nhưng trọng số của mỗi chỉ số và mỗi nhóm được điều chỉnh lại cho phù hợp hơn với vai trò, tầm quan trọng của mỗi yếu tố đối với việc nâng cao năng lực cạnh tranh, thí dụ chỉ số công nghệ từ hệ số 1/9 lên 1/3.

Nhóm 1 - Môi trường kinh tế vĩ mô (còn gọi là nhóm độ mở).

Nhóm 2 - Thể chế công (còn gọi là nhóm tài chính).

Nhóm 3 - Công nghệ (còn gọi là nhóm sáng tạo kinh tế, khoa học, công nghệ).

Về phương pháp luận, cần lưu ý đến hai phương pháp đánh giá khác nhau là *phương pháp động* và *phương pháp tĩnh*. Ngày nay, phương pháp động được thừa nhận là cần thiết và có ích hơn đối với doanh nghiệp và quốc gia song phương pháp này đòi hỏi năng lực chuyên môn và khối lượng số liệu rất lớn. Thí dụ như trong khi phương pháp tĩnh chủ yếu so sánh giá các sản phẩm hiện có thì phương pháp động đòi hỏi đánh giá các đối thủ cạnh tranh trong nước và ngoài nước, dự báo sự xuất hiện các sản phẩm thay thế sản phẩm hiện có và dự báo biến động của giá cả trên thị trường thế giới.

Kết quả đánh giá theo phương pháp tĩnh được phản ánh bằng chỉ số năng lực cạnh tranh ngắn hạn (còn gọi là năng lực cạnh tranh hiện tại viết tắt là CCI - Current Competitiveness Index). Kết quả đánh giá bằng phương pháp động được biểu thị bằng chỉ số năng lực cạnh tranh dài hạn (còn gọi là chỉ số năng lực cạnh tranh tăng trưởng, viết tắt GCI - Growth Competitiveness Index). Ngoài ra còn có chỉ số năng lực cạnh tranh kinh doanh (BCI - Business Competitiveness Index), tức năng lực cạnh tranh ở tầm doanh nghiệp.

Các căn cứ để WEF xếp hạng các nước

Trước hết, WEF có một phương pháp luận được áp dụng và luôn được hoàn thiện từ 1979 đến nay, kết hợp tính toán các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô định lượng với khảo sát ý kiến của các công ty lớn nhất thế giới. Từ năm 2000, báo cáo này được tính toán với vài trăm tiêu chí thuộc về ba nhóm chủ yếu gồm: - Nhóm các chỉ tiêu xếp hạng về môi trường kinh tế vĩ mô; - Nhóm các chỉ tiêu xếp hạng về các thể chế công; - Nhóm các chỉ tiêu xếp hạng về công nghệ.

Mỗi nhóm trong ba nhóm trên có trọng số như nhau. Các chỉ tiêu kinh tế vĩ mô được tham khảo và tính toán từ kho dữ liệu của Ngân hàng thế giới, Quỹ tiền tệ quốc tế và các tổ chức, hiệp hội quốc tế khác. Phần quan trọng còn lại là kết quả phỏng vấn các doanh nghiệp có quy mô toàn cầu về những tiêu chí khó định lượng hoá bằng mô hình toán học. Năm 2004, họ đã nhận được đánh giá của 8729 doanh nghiệp trên toàn thế giới, so với 7863 doanh nghiệp năm 2003, tăng 11%.

Phương pháp đánh giá năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

PCI bao gồm chín chỉ số cấu thành có tác động qua lại và có tầm ảnh hưởng khác nhau trên PCI. Đó là các chỉ số chi phí gia nhập thị trường; đất đai và mặt bằng kinh doanh; tính minh bạch và tiếp cận thông tin; chi phí về thời gian và việc thực hiện các quy định của Nhà nước; các chi phí không chính thức; thực hiện chính sách của Trung ương; ưu đãi đối với doanh nghiệp Nhà nước; tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh và cuối cùng là các chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân,...

Từ những chỉ số cấu thành này, nhóm nghiên cứu dùng phương pháp hồi quy đa biến để tính toán tầm quan trọng của mỗi chỉ số cấu thành đối với sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân tại từng địa phương và từ

đó xây dựng nên trọng số của từng chỉ số cấu thành. Trên cơ sở 9 chỉ số cấu thành và trọng số, PCI tính được cho từng tỉnh bằng trung bình cộng gia quyền.

MỨC ĐỘ ẢNH HƯỞNG CỦA CÁC CHỈ SỐ CẤU THÀNH PCI
(hay còn gọi là trọng số)

Chỉ số nhóm cấu thành	Trọng số (%)
Chi phí gia nhập thị trường	17,1
Đất đai và mặt bằng kinh doanh	8,4
Tính minh bạch và trách nhiệm	16,1
Chi phí thời gian/thanh tra	9,6
Chi phí không chính thức	7,6
Thực hiện chính sách của trung ương	0,2
Ưu đãi doanh nghiệp nhà nước	13,1
Tính năng động và tiên phong	16,8
Chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân	11,1
Tổng	100,0

Quá trình tính toán cho thấy, cứ một điểm tăng lên khi đánh giá về chi phí gia nhập thị trường thì sẽ kéo theo việc tăng 15% vốn đầu tư tư nhân tính trên đầu người. Tương tự như vậy, mức tăng vốn đầu tư sẽ đạt 10% nếu tăng một điểm về tính minh bạch. Trong khi đó, một điểm tăng lên cho yếu tố đất đai hay chi phí không chính thức thì chỉ làm tăng lần lượt 6% và 2% về vốn đầu tư. Thậm chí việc tăng điểm cho chỉ số về thực hiện chính sách trung ương không hề giúp tăng mức đầu tư.

Từ thực tiễn đó, nhóm nghiên cứu đã đưa ra bảng đánh giá về tầm quan trọng của từng chỉ số cấu thành trong PCI, và cũng chính là mức độ ảnh hưởng đối với việc phát triển kinh tế tư nhân tại địa phương (xem bảng trên). Theo đó, ba chỉ số cấu thành

quan trọng nhất, có ý nghĩa quyết định đến đầu tư của khu vực tư nhân là chi phí gia nhập thị trường (17,1%), tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh (16,8%) và tính minh bạch (16,1%).

Để xây dựng các chỉ số này, nhóm điều tra đã dựa vào kết quả từ phiếu điều tra doanh nghiệp (tổng số phiếu gửi đi là 16.200 phiếu đến 42 tỉnh, thành, tỷ lệ phản hồi là 13%, mỗi tỉnh có ít nhất 25 doanh nghiệp trả lời để đảm bảo tính đại diện của mẫu điều tra) kết hợp với số liệu thống kê có sẵn, các cuộc phỏng vấn bên thứ ba như Ngân hàng Nhà nước, các Công ty bất động sản, Hiệp hội doanh nghiệp■

(1) Chú ý: Trật tự và tên các nhóm có sự khác nhau ở các tài liệu tham khảo