

MỤC LỤC

KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ

- 1. Nguyễn Văn Thành và Đặng Thành Lê** - Giải pháp chính sách nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng trong thời gian tới. **Mã số: 135.1BMkt.11** 2
Policies to Improve the Competitiveness of Industrial Enterprises in Haiphong City in the Coming Time
- 2. Nguyễn Hoàng, Lê Trung Hiếu và Phan Chí Anh** - Phân tích quan hệ giữa các yếu tố đầu vào tới năng suất đầu ra của các doanh nghiệp dịch vụ du lịch lữ hành tại Việt Nam. **Mã số: 135BMkt.11TRMg.11** 10
Analyzing the Relationship between Input on the Output of Travel and Tourism Businesses in Vietnam

QUẢN TRỊ KINH DOANH

- 3. Nguyễn Việt Lâm** - Nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm tăng cường sự hài lòng của khách hàng tại ngân hàng thương mại Việt Nam. **Mã số: 135.2FiBa.21** 19
Improve service quality to enhance customer satisfaction at Vietnamese commercial banks
- 4. Nguyễn Thanh Huyền, Nguyễn Thị Thanh Phương, Trần Thị Thu Trang và Lê Thanh Huyền** - Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của bảo hiểm trực tuyến tại Việt Nam - Nghiên cứu điển hình tại thành phố Hà Nội. **Mã số: 135.2BAdm.21** 29
A Study on Factors Impacting the Development of Online Insurance in Vietnam – a Case in Hanoi City
- 5. Hà Minh Hiếu** - Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định lựa chọn chuỗi cửa hàng cà phê của người tiêu dùng: trường hợp nghiên cứu khu vực TP. Hồ Chí Minh. **Mã số: 135.2BMkt.21** 41
Factors Affecting the Selection of Coffee Store Chain by Consumer: a Case in Hochiminh City
- 6. Lê Thị Thu Trang và Lưu Tiến Thuận** - Ảnh hưởng của quản trị quan hệ khách hàng và quản trị trải nghiệm khách hàng đến sự hài lòng và lòng trung thành khách hàng: Trường hợp các siêu thị tại Thành phố Cần Thơ. **Mã số: 135.2BMkt.21** 51
Influences of Customer Relationship and Customer Experience Management on Customer Satisfaction and Loyalty: A Case-study of Supermarkets in Cần Thơ City

Ý KIẾN TRAO ĐỔI

- 7. Nguyễn Thị Minh Hòa** - Ghi nhận và khen thưởng bị lãng quên: Bằng chứng từ một khảo sát thực nghiệm về lòng trung thành của nhân viên tại một số doanh nghiệp, tổ chức ở Hà Nội. **Mã số: 135.3OMIs.31** 61
Ignored Acknowledgement and Rewarding: Evidence from an Experimental Survey on the Loyalty of Workers at Several Enterprises and Organizations in Hanoi City

GIẢI PHÁP CHÍNH SÁCH NÂNG CAO

KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP CÔNG NGHIỆP

HẢI PHÒNG TRONG THỜI GIAN TỚI

Nguyễn Văn Thành

Bộ Công An

Email: thanhnv1957@gamil.com

Đặng Thành Lê

Học viện Hành chính Quốc gia

Email: dangthanhle69@gmail.com

Ngày nhận: 20/08/2019

Ngày nhận lại: 25/10/2019

Ngày duyệt đăng: 01/11/2019

Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp là yếu tố quyết định đến sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp đặc biệt là trong bối cảnh sức ép cạnh tranh ngày càng gay gắt trên quy mô toàn cầu. Để nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, ngoài nỗ lực tự thân của doanh nghiệp thì sự hỗ trợ tích cực từ phía Nhà nước cũng là một yếu tố quyết định. Bài viết này đánh giá khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng và những nhân tố tác động đến khả năng cạnh tranh từ đó đề xuất một số giải pháp chính sách mà chính quyền thành phố Hải Phòng nên áp dụng trong thời gian tới nhằm giúp nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp công nghiệp trên địa bàn Thành phố.

***Từ khóa:** khả năng cạnh tranh, doanh nghiệp công nghiệp, chính sách, Hải Phòng.*

Hiện nay có nhiều cách tiếp cận, nhận thức về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp nhưng tổng hợp lại đều có điểm chung, khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp được hiểu là “việc các doanh nghiệp công nghiệp khai thác, sử dụng các yếu tố thực lực của mình để duy trì và tạo ra lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp cao hơn so với các đối thủ cạnh tranh nhằm thỏa mãn tốt nhất các nhu cầu của khách hàng và thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh”. Quan niệm này thể hiện khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp được tạo nên, duy trì và phát triển lợi thế cạnh tranh về chất lượng sản phẩm, giá thành sản phẩm, công nghệ bằng sự tổ chức, kết hợp có hiệu quả giữa các nguồn lực bên trong của doanh nghiệp như nhân lực, công nghệ, quản trị, tài chính, thông tin,... với các yếu tố ngoại lực bên ngoài doanh nghiệp như cơ chế, chính sách, môi trường kinh doanh. Từ nhận thức chung này, xác định được các tiêu chí chủ yếu để đánh giá khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp,

đó là giá thành sản phẩm, chất lượng và sự khác biệt của sản phẩm, chất lượng hậu mãi, thương hiệu, thị phần, thị trường, lợi nhuận, khả năng tạo doanh thu thuần, khả năng mở rộng sản xuất và khả năng ứng dụng, đổi mới công nghệ.

1. Thực trạng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng

Khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng được đánh giá dựa trên cảm nhận của các đối tượng được hỏi bao gồm người tiêu dùng, các chuyên gia và nhà quản lý, các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng về lợi thế của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng so với các đối thủ cạnh tranh theo 8 tiêu chí: (1) giá cả sản phẩm, (2) chất lượng và sự khác biệt của sản phẩm, (3) chất lượng hậu mãi, (4) thương hiệu, (5) thị phần, (6) thị trường, (7) lợi nhuận của doanh nghiệp và (8) khả năng mở rộng sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng. Để đánh giá được khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp công nghiệp Hải

Phòng ở 8 tiêu chí này, các tác giả đã thực hiện khảo sát điều tra xã hội bằng phiếu và phỏng vấn chuyên gia với 3 nhóm đối tượng chính trên địa bàn thành phố Hải Phòng: (1) 163 doanh nghiệp công nghiệp nhằm đánh giá được các yếu tố nội lực của doanh nghiệp, tác động của các chính sách, môi trường kinh doanh đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp, (2) 73 cán bộ quản lý và chuyên gia ở các cơ quan quản lý nhà nước và chuyên gia độc lập; (3) 114 khách hàng sử dụng các dịch vụ, sản phẩm của các doanh nghiệp công nghiệp.

Sử dụng phần mềm thống kê SPSS để xử lý 350 phiếu khảo sát thu được với 233 yếu tố được đánh giá dựa trên thang điểm từ 1 đến 5 (trong đó: mức 1 là rất kém lợi thế; mức 2 là kém lợi thế; mức 3 là khác biệt/hay lợi thế không đáng kể; mức 4 là có lợi thế và mức 5 là rất có lợi thế) [8]. Dưới đây là kết quả phân tích, đánh giá các yếu tố tác động đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng.

1.1. Giá cả sản phẩm

Theo đánh giá của người tiêu dùng tại Hải Phòng, các sản phẩm công nghiệp Hải Phòng không có nhiều lợi thế về giá so với hàng hóa sản xuất trong nước (với điểm số đánh giá trung bình là 2,97/5 điểm) cũng như hàng hóa nhập khẩu (với điểm số đánh giá trung bình là 2,48). Phần lớn hàng công nghiệp Hải Phòng đắt hơn một chút so với hàng hóa sản xuất trong nước và nhập khẩu, điển hình nhất là nhóm hàng chế biến chế tạo - nhóm hàng chiếm tỷ trọng lớn trong ngành công nghiệp của Hải Phòng. Theo cảm nhận của người tiêu dùng, chỉ có nhóm hàng khoáng sản là giá hàng sản xuất tại Hải Phòng có lợi thế hơn so với hàng sản xuất trong nước và nhập khẩu.

Tuy nhiên, các nhà quản lý và các chuyên gia lại có đánh giá không hoàn toàn giống ý kiến người tiêu dùng. Nhóm đối tượng này cho rằng các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng có một chút lợi thế về giá so với hàng hóa sản xuất ở nơi khác, với điểm số đánh giá trung bình là 3,4/5 điểm.

1.2. Chất lượng và sự khác biệt của sản phẩm

Thời gian qua, một số sản phẩm công nghiệp Hải Phòng đã được đánh giá là có chất lượng tốt và được người tiêu dùng trong nước đón nhận. Tuy nhiên, xét về tổng thể, người tiêu dùng lại cho rằng chất lượng, sự khác biệt, tính đổi mới sáng tạo của hàng hóa công nghiệp Hải Phòng kém hơn so với hàng hóa sản xuất tại nơi khác, đặc biệt là kém hơn so với

hàng nhập khẩu. Nhóm này đánh giá chất lượng hàng hóa công nghiệp Hải Phòng ở mức 2,75/5 điểm so với hàng sản xuất trong nước và 2,02/5 điểm so với hàng hóa nhập khẩu. Về sự khác biệt và tính đổi mới sáng tạo, nhóm khách hàng đánh giá hàng hóa công nghiệp Hải Phòng so với hàng sản xuất trong nước ở mức 2,74/5 điểm và so với hàng nhập khẩu chỉ ở mức 2/5 điểm.

Ý kiến của các chuyên gia và nhà quản lý có phần lạc quan hơn so với đánh giá của người tiêu dùng. Theo đó, chất lượng cùng sự khác biệt của sản phẩm do các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng sản xuất có vẻ có lợi thế một chút so với sản phẩm được các doanh nghiệp ở nơi khác sản xuất, với điểm số đánh giá tương ứng là 3,6/5 và 3,4/5.

1.3. Chất lượng hậu mãi

Người tiêu dùng đánh giá chất lượng hậu mãi của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng cũng thấp hơn so với chất lượng hậu mãi của các doanh nghiệp trong nước cũng như các doanh nghiệp bán hàng nhập khẩu. Theo đó, tất cả các điểm số đánh giá trung bình đều nhỏ hơn 3. Trong đó sự cách biệt đối với hàng nhập khẩu cao hơn so với hàng trong nước.

Mặc dù, nhóm chuyên gia và nhà quản lý cho điểm về chất lượng hậu mãi của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng cao hơn so với nhóm người tiêu dùng, tuy vậy, nhìn chung mức độ hậu mãi của các doanh nghiệp không có sự khác biệt hơn nhiều so với các đối thủ cạnh tranh (với điểm số đánh giá chỉ ở mức 3,2/5 điểm).

1.4. Thương hiệu

Các doanh nghiệp Hải Phòng nói chung và doanh nghiệp công nghiệp nói riêng ngày càng quan tâm nhiều hơn tới việc xây dựng hình ảnh và danh tiếng của sản phẩm. Tuy nhiên, về mặt tổng thể, theo cảm nhận của người tiêu dùng, về mặt thương hiệu, các sản phẩm sản xuất tại Hải Phòng được biết đến ít hơn so với các nhãn hàng hóa cùng loại sản xuất trong nước hoặc nhập khẩu. Sự khác biệt này so với hàng nhập khẩu (1,88/5 điểm) cũng lớn hơn so với hàng hóa công nghiệp sản xuất trong nước (2,5/5 điểm).

Tương tự như chất lượng hậu mãi, nhóm chuyên gia và nhà quản lý cũng đánh giá cao về lợi thế thương hiệu của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng hơn một chút so với đối thủ cạnh tranh ở nơi khác. Tuy nhiên, lợi thế này cũng không đáng kể, với điểm số đánh giá trung bình là 3,3/5 điểm.

1.5. Thị phần

Thị phần luôn là chỉ tiêu quan trọng đánh giá khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Một số sản phẩm công nghiệp của Hải Phòng do đã cạnh tranh tốt về chất lượng và giá cả nên đã chiếm được thị phần khá tốt trên thị trường cả nước. Tuy nhiên, xét về tổng thể, thị phần các sản phẩm công nghiệp sản xuất tại Hải Phòng vẫn còn chưa cao, chỉ đạt ở mức trung bình. Đây là nhận định của các chuyên gia và nhà quản lý tại TP. Hải Phòng cũng như là khẳng định của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng đã được nhóm nghiên cứu điều tra.

1.6. Thị trường

Phần lớn các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng được hỏi đều trả lời thị trường tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp ở trong nước. Các doanh nghiệp này có cơ cấu tiêu thụ sản phẩm trung bình như sau: tiêu thụ ở Hải Phòng chiếm trung bình khoảng 30%, tiêu thụ ở trong nước chiếm trung bình khoảng 47% và xuất khẩu chiếm trung bình là 23%. Tuy nhiên, không phải tất cả các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng được hỏi đều có thể xuất khẩu mà chỉ có 28% doanh nghiệp được hỏi là có khả năng xuất khẩu.

1.7. Lợi nhuận của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng

Lợi nhuận có thể coi là nhân tố quan trọng nhất phản ánh khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Năm 2017, có 5 doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng nằm trong Top 500 doanh nghiệp có lợi nhuận tốt nhất Việt Nam (chiếm 1%) và có 8 doanh nghiệp nằm trong Top 500 doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam (chiếm 1,6%) theo xếp hạng VNR500 của Vietnamnet hàng năm. Nhưng kết quả vẫn còn rất khiêm tốn so với tiềm năng của TP. Hải Phòng.

Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng nằm ở nhóm dưới trong số 63 tỉnh/thành cả nước, phản ánh khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng nhìn chung ở mức thấp so với các doanh nghiệp công nghiệp trong cả nước (Tổng cục Thống kê 2018).

Theo kết quả điều tra của nhóm nghiên cứu, có tới 35% doanh nghiệp công nghiệp được hỏi đang ở mức hòa vốn và 65% doanh nghiệp ở mức có lãi, và không có doanh nghiệp nào bị lỗ. Trong khoảng 3 năm trở lại đây, tỷ lệ các doanh nghiệp có lãi đã tăng

dần qua các năm. Tuy nhiên, theo các doanh nghiệp được hỏi thì mức lợi nhuận tạo ra cũng như tốc độ tăng trưởng của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng chỉ ở mức độ trung bình so với cả nước.

1.8. Khả năng mở rộng sản xuất kinh doanh

Khi được hỏi về triển vọng mở rộng sản xuất kinh doanh thì có 32% doanh nghiệp trả lời chắc chắn có kế hoạch mở rộng sản xuất kinh doanh trong 2 năm tới, 12% nói là có khả năng sẽ có kế hoạch mở rộng sản xuất kinh doanh trong 2 năm tới, 46% sẽ tiếp tục duy trì quy mô hiện tại, 9% nói là nhiều khả năng có kế hoạch giảm quy mô, 1% chắc chắn sẽ giảm quy mô và 1% có kế hoạch đóng cửa doanh nghiệp.

1.9. Đánh giá chung

Từ kết quả điều tra cho thấy, ngoại trừ một số sản phẩm công nghiệp có thể mạnh và có khả năng cạnh tranh về giá, chất lượng, sự khác biệt của sản phẩm, thị phần và lợi nhuận như: sản xuất xi măng, sắt, thép, gas, phân bón, hóa chất và ống nhựa và một số doanh nghiệp đã xây dựng được nằm trong danh sách 500 doanh nghiệp có quy mô lớn nhất Việt Nam, danh sách 500 doanh nghiệp có lợi nhuận tốt nhất Việt Nam, và 500 doanh nghiệp tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam, và danh sách 500 doanh nghiệp nhỏ và vừa tăng trưởng nhanh nhất Việt Nam), nhìn chung khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng mới chỉ ở mức trung bình so với các đối thủ cạnh tranh.

2. Thực trạng những nhân tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng

2.1. Các nhân tố bên trong

Thực tiễn và lý thuyết đã chứng minh có rất nhiều yếu tố bên trong thể hiện nội lực của doanh nghiệp ảnh hưởng rất lớn tới khả năng cạnh tranh của một doanh nghiệp. Các yếu tố đó bao gồm: tiềm lực tài chính, đất đai và mặt bằng sản xuất kinh doanh, nhân lực và trình độ quản lý, công nghệ, chất lượng các chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, khả năng liên kết và hợp tác, khả năng chủ động đầu vào, thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường,...

2.1.1. Khả năng tài chính

Bên cạnh một số doanh nghiệp có quy mô lớn thì phần lớn các doanh nghiệp trong nước trên địa bàn đều ở quy mô nhỏ và siêu nhỏ. Hiện nay, có 59,79% số lượng doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng có quy mô vốn sản xuất kinh doanh từ 5 tỷ đồng trở xuống; 78,75% số doanh nghiệp công nghiệp có quy

mô vốn sản xuất kinh doanh là 10 tỷ đồng trở xuống; và chỉ có 17,9% doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng có quy mô vốn từ 50 tỷ trở lên. Nhiều doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng gặp khó khăn trong huy động vốn để mở rộng sản xuất kinh doanh và nâng cấp công nghệ. Trong số các doanh nghiệp được hỏi có đến 99% doanh nghiệp cho rằng doanh nghiệp không thể vay vốn nếu không có tài sản thế chấp, 81,5% doanh nghiệp được hỏi cho rằng lãi suất và điều kiện cho vay đối với doanh nghiệp tư nhân luôn khó hơn DNNN, 80,6% cho rằng thủ tục cho vay phiền hà, và có 61,5 % doanh nghiệp được hỏi cho rằng việc “bồi dưỡng/lót tay” cho cán bộ ngân hàng để được vay vốn là phổ biến. Theo điều tra của nhóm nghiên cứu, các đối tượng được hỏi đã đánh giá khả năng huy động vốn của doanh nghiệp chỉ ở mức trung bình là 3,4/5 điểm. Như vậy, doanh nghiệp đang thực sự khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn vay từ các tổ chức tín dụng, ngân hàng.

2.1.2. Đất đai và mặt bằng sản xuất kinh doanh

Kết quả điều tra cho thấy, việc tiếp cận mặt bằng sản xuất kinh doanh vẫn chỉ ở mức 3,5/5 điểm. Hiện nay, vẫn có nhiều doanh nghiệp còn khó khăn khi tiếp cận mặt bằng sản xuất, trong đó có trên 30% doanh nghiệp phải thuê mặt bằng sản xuất kinh doanh và trả tiền hàng năm. Điều này cho thấy mức độ thiếu ổn định đối với mặt bằng sản xuất kinh doanh. Bên cạnh đó, hiện nay doanh nghiệp công nghiệp tại Hải Phòng đang phải chịu mức thuê đất cũng như nhà xưởng khá cao so với các doanh nghiệp hoạt động tại các địa phương lân cận.

2.1.3. Nhân lực và trình độ quản lý

Ý kiến phỏng vấn sâu cũng như bảng hỏi cho rằng trình độ nhân lực trong doanh nghiệp còn không cao, cụ thể: trình độ học vấn, kiến thức kinh doanh, hiểu biết luật pháp (nhất là luật pháp quốc tế) còn nhiều hạn chế, trình độ tay nghề của người lao động thấp, thiếu tinh thần doanh nhân. Các đối tượng được hỏi đánh giá trình độ nhân lực và quản lý của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng chỉ ở mức trên trung bình tương ứng là 3,3/5 điểm và 3,6/5 điểm.

Tại các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng, nhân lực trình độ thấp chiếm khoảng 70%. Những lao động này phần lớn là lao động phổ thông được các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng tuyển dụng và đào tạo để làm việc. Việc tuyển dụng các lao động này tại Hải Phòng hiện rất khó khăn, tỷ lệ

lao động sau khi được đào tạo “nhảy việc” cao.

Bên cạnh đó, trên 50% doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng được hỏi không có các chứng chỉ chất lượng quốc tế trong khi các chứng chỉ này rất cần thiết để hoạt động một cách chuyên nghiệp, đặc biệt là khi các doanh nghiệp muốn mở rộng thị trường xuất khẩu hoặc muốn tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu của các công ty đa quốc gia.

2.1.4. Công nghệ

Mặc dù có một số doanh nghiệp (trong đó chủ yếu là doanh nghiệp FDI trong ngành điện tử có công nghệ hiện đại), phần lớn các doanh nghiệp còn lại (chủ yếu là doanh nghiệp trong nước) có trang thiết bị máy móc thiếu đồng bộ, phần lớn chỉ đạt mức độ trung bình và dưới trung bình. Bên cạnh đó, việc đầu tư cho R&D để cải tiến quy trình sản xuất, cải tiến sản phẩm hoặc thiết kế các dòng sản phẩm mới chưa được chú trọng. Kinh phí đầu tư cho đổi mới công nghệ chỉ đạt mức khoảng trên 3% doanh thu, đầu tư cho R&D chỉ đạt mức khoảng 0,05% doanh thu. Mặc dù khoảng 50% doanh nghiệp được hỏi đã trả lời là trong những năm gần đây doanh nghiệp có chi cho hoạt động R&D, tuy nhiên số tiền đầu tư vẫn còn rất thấp (chỉ chiếm dưới 1% doanh thu). Trên 90% doanh nghiệp được hỏi cho biết họ không sử dụng hết công suất máy móc của mình, trong đó số lượng doanh nghiệp sử dụng công suất máy móc trên 75% chỉ chiếm 25%.

Nhận thức của các doanh nghiệp về tầm quan trọng của công nghệ đối với khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp còn chưa cao (chỉ có 21% doanh nghiệp được hỏi có biết đến cách mạng công nghiệp 4.0 và có những bước chuẩn bị để thích ứng, còn lại 79% các doanh nghiệp được hỏi không quan tâm/không biết đến cuộc cách mạng công nghiệp này).

Đánh giá chung về trình độ công nghệ của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng, các đối tượng được hỏi cho điểm ở mức trên trung bình một chút 3,4/5 điểm. Tương tự, ứng dụng công nghệ số vào sản xuất và điều hành, ứng dụng máy móc thay thế lao động cũng chỉ được đánh giá tương ứng là 3,3/5 điểm và 3,2/5 điểm.

2.1.5. Chất lượng các chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp

Chất lượng các chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng không được các đối tượng được hỏi đánh giá cao. Điểm số đánh giá trung bình của các đối tượng đối với chất lượng

chiến lược kinh doanh tập trung vào giá, chiến lược kinh doanh tập trung vào chất lượng và chiến lược kinh doanh tập trung vào sự khác biệt của sản phẩm tương ứng là 3,3/5, 3,4/5 và 3,2/5 điểm. Thực tế này đã tác động đến những khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng trong thời gian qua.

2.1.6. Khả năng liên kết và hợp tác

Mối liên kết giữa doanh nghiệp FDI và doanh nghiệp trong nước còn yếu, doanh nghiệp trong nước ít tham gia được vào chuỗi sản xuất của các doanh nghiệp FDI cũng như chuỗi giá trị toàn cầu, khả năng liên kết sản xuất và kinh doanh giữa các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng và giữa doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng với các doanh nghiệp thuộc địa phương khác còn thấp. Tính đến hết năm 2017, chỉ có 7 doanh nghiệp Việt Nam tham gia được vào chuỗi giá trị của LG tại Hải Phòng. Tuy nhiên, sự tham gia của các doanh nghiệp lại chủ yếu là cung cấp các sản phẩm không phải linh kiện điện tử mà chỉ là những sản phẩm có hàm lượng công nghệ không cao ví dụ khuôn đúc, hộp đựng, sách hướng dẫn. Hiện chỉ có một doanh nghiệp cung cấp linh kiện điện tử cho LG là công ty 4P (Keuk-Je và cộng sự, 2017).

2.1.7. Khả năng chủ động đầu vào

Phần lớn các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng vẫn phải nhập khẩu nguyên liệu đầu vào cho sản xuất. Một số ngành phải nhập khẩu đầu vào lên tới trên 90% và một số ngành phụ thuộc nhiều vào nguồn tài nguyên thiên nhiên như: sản xuất xi măng, sản xuất điện phụ thuộc nhiều vào than (UBND TP. Hải Phòng, 2017). Các doanh nghiệp được hỏi có tỷ lệ nhập khẩu đầu vào chiếm trung bình khoảng 43%. Các đối tượng được hỏi đánh giá khả năng chủ động đầu vào của doanh nghiệp ở mức 2,7/5 điểm.

2.1.8. Thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường

Các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng còn ít quan tâm đến việc thực hiện trách nhiệm xã hội cũng như ý thức bảo vệ môi trường chưa cao và còn thường xuyên vi phạm các quy định về bảo vệ môi trường (Keuk-Je và cộng sự, 2017)¹. Điều này có thể ảnh hưởng không tốt đến việc xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp². Theo đó, các đối tượng đánh giá

sự quan tâm của doanh nghiệp đối với việc thực hiện trách nhiệm xã hội và bảo vệ môi trường với điểm số trung bình tương ứng là 3,3/5 và 3/5. Tức là chỉ ở mức trung bình.

2.2. Nhân tố bên ngoài

2.2.1. Chủ trương, chính sách của chính quyền thành phố Hải Phòng

Phần lớn các doanh nghiệp công nghiệp được hỏi (92%) cho rằng UBND TP. Hải Phòng đã ban hành những chủ trương chính sách khá tốt và đã khá linh hoạt trong khuôn khổ pháp luật để tạo môi trường kinh doanh cho các doanh nghiệp. Tuy nhiên, hiện nay, một số chính sách của chính quyền thành phố Hải Phòng được ban hành và thực thi bộc lộ một số hạn chế:

- *Thứ nhất*, thực thi chính sách trong nhiều trường hợp còn chưa đồng bộ, hiệu quả: mặc dù một số chính sách của Hải Phòng xây dựng rất tốt nhưng đã không được thực hiện tốt ở các cấp, chính vì vậy hiệu quả của chính sách đối với doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng rất thấp (87% doanh nghiệp được hỏi). Quy trình xây dựng, thẩm định, phê duyệt và triển khai chính sách hỗ trợ doanh nghiệp còn quá dài (từ 6 tháng đến 1 năm, thậm chí 2 năm). Bên cạnh đó, ngân sách của thành phố còn hạn chế nên việc triển khai chính sách còn chậm chạp, kém hiệu quả, thậm chí còn mang tính “xin cho”, nhiều những nhiễu, tiêu cực (Đan Tuấn Anh, 2018).

- *Thứ hai*, chính sách hỗ trợ còn tản mát, thiếu đồng bộ và còn nặng “phân biệt đối xử”: thành phố chưa có Chương trình hành động hay Kế hoạch hỗ trợ hướng tới mục tiêu thúc đẩy doanh nghiệp phát triển lâu dài, bền vững. Kế hoạch tài chính hỗ trợ phát triển DNNVV trên địa bàn thành phố mới chỉ được xây dựng theo từng năm, từng ngành, chưa có kế hoạch trung hạn trong 3-5 năm. Bên cạnh đó, thành phố ưu tiên giải quyết khó khăn cho doanh nghiệp nước ngoài hơn so với doanh nghiệp trong nước cũng như ưu tiên thu hút đầu tư nước ngoài hơn (có tới 91% doanh nghiệp được hỏi đã đưa ra quan điểm đồng tình).

- *Thứ ba*, tiếp cận mặt bằng sản xuất kinh doanh khó khăn là do một số lý do: quy hoạch đất đai của thành phố chưa đáp ứng nhu cầu phát triển của doanh nghiệp (10% doanh nghiệp trả lời), thiếu quỹ đất sạch (7% doanh nghiệp trả lời), giá đất theo quy định

1. Cùng với điều tra của nhóm nghiên cứu

2. Tổng hợp từ ý kiến chuyên gia và nhà quản lý do nhóm nghiên cứu thực hiện điều tra

của Nhà nước cao (3% doanh nghiệp trả lời), giá thuê mặt bằng kinh doanh cao (7% doanh nghiệp trả lời), giải phóng mặt bằng chậm (8% doanh nghiệp trả lời), thủ tục hành chính thuê mua đất đai còn phức tạp (15% doanh nghiệp trả lời), và ngoài ra còn có những lý do khác (3% doanh nghiệp trả lời).

- *Thứ tư*, đối với cải cách hành chính: trên 80% doanh nghiệp được hỏi cho rằng hướng dẫn các thủ tục hành chính từ các cơ quan Nhà nước còn chưa được rõ ràng đầy đủ, cán bộ chưa thực sự am hiểu tốt về chuyên môn nghiệp vụ, thái độ ứng xử của cán bộ còn đôi lúc thiếu nhiệt tình, thiếu thân thiện, công nghệ thông tin ứng dụng trong các cơ quan quản lý nhà nước còn chưa đủ tốt.

- *Thứ năm*, các doanh nghiệp thường xuyên bị ít nhất một cơ quan thanh tra kiểm tra trong một năm (chiếm khoảng 82% doanh nghiệp trả lời).

- *Thứ sáu*, các doanh nghiệp thường xuyên phải trả các chi phí không chính thức (82% doanh nghiệp trả lời đồng ý với nhận định này).

2.2.2. Nhân tố cơ sở hạ tầng kỹ thuật

Hải Phòng đã có một hệ thống hạ tầng kỹ thuật tương đối đồng bộ và đa dạng so với rất nhiều địa phương khác trong cả nước nhờ sự quan tâm đầu tư không chỉ từ chính quyền TP. Hải Phòng mà cả chính quyền Trung ương.

Theo điều tra của nhóm nghiên cứu, các đối tượng được hỏi đều đánh giá hệ thống hạ tầng kỹ thuật của Hải Phòng khá tốt (với điểm số đánh giá trung bình là 4,14/5 điểm). Hạ tầng đường thủy nội địa được đánh giá cao nhất với 4,3/5 điểm. Đường sắt được đánh giá thấp nhất với điểm số 3,9/5 do còn thiếu kết nối với các loại hình giao thông khác.

2.2.3. Nhân tố thị trường

Theo kết quả điều tra của nhóm nghiên cứu, có 40% doanh nghiệp được hỏi cho rằng hiện tại họ có trên 20 doanh nghiệp là đối thủ cạnh tranh, 30% cho rằng họ có từ 10-20 đối thủ cạnh tranh, và 30% cho rằng họ có dưới 10 đối thủ cạnh tranh.

Về đầu vào sản xuất, các doanh nghiệp Hải Phòng được hỏi nhìn chung còn phụ thuộc vào nguồn nguyên/nhiên/vật liệu của các tỉnh khác, chiếm trung bình khoảng 36% và đầu vào nhập khẩu chiếm trung bình khoảng 43%, còn đầu vào tại Hải Phòng chỉ chiếm trung bình khoảng 21%. Do đó, có thể thấy nguồn cung cấp đầu vào trong thành phố

vẫn còn ít và chưa đáp ứng được nhu cầu sản xuất của doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng.

2.2.4. Nhân tố ngành hỗ trợ

Ngành công nghiệp hỗ trợ của Hải Phòng mặc dù đã có những bước phát triển nhận định, nhưng xét về tổng thể, đây vẫn là ngành non yếu, điều này được thể hiện ở việc các doanh nghiệp công nghiệp Hải Phòng vẫn đang phụ thuộc nguyên phụ liệu và đầu vào nhập khẩu, trong đó có những ngành phải nhập khẩu lên đến trên 90% nguyên phụ liệu đầu vào, thậm chí có những ngành không có ngành công nghiệp hỗ trợ đi kèm mà phải nhập toàn bộ đầu vào³. Tỷ lệ nội địa hóa của các ngành công nghiệp then chốt của thành phố Hải Phòng còn khá thấp. Ví dụ: ngành đóng tàu có tỷ lệ nội địa hóa khoảng 30%, ngành sản xuất, lắp ráp ô tô có tỷ lệ nội địa hóa đạt từ 30-45%, ngành dệt may, giày dép có tỷ lệ nội địa hóa ngành này là khoảng 10%.

2.2.5. Nhân tố nguồn nhân lực

Theo Niên giám thống kê 2017, so với các địa phương lân cận cũng như các thành phố đầu tàu kinh tế của cả nước thì Hải Phòng chưa phải là thành phố có lợi thế vượt trội về chất lượng nguồn nhân lực. Tỷ lệ lao động từ 15 tuổi đang làm việc đã qua đào tạo của Hải Phòng chỉ bằng 3/4 so với Hà Nội, thấp hơn Quảng Ninh (một địa phương khá gần Hải Phòng và có vị thế cạnh tranh với Hải Phòng). Tuy nhiên so với Hải Dương và Hưng Yên thì tỷ lệ này của Hải Phòng vẫn có lợi thế hơn.

Nhìn chung, chất lượng nguồn nhân lực, đặc biệt là nhân lực phục vụ cho công nghiệp hóa hiện đại hóa còn chưa cao, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển công nghiệp của thành phố. Hải Phòng rất thiếu nhân lực chất lượng cao, có trình độ ngoại ngữ và có chuyên môn giỏi.

3. Đề xuất một số giải pháp chính sách đối với chính quyền thành phố Hải Phòng nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp công nghiệp Thành phố Hải Phòng

Để hỗ trợ các doanh nghiệp công nghiệp trên địa bàn nâng cao khả năng cạnh tranh trong nền kinh tế, chính quyền TP. Hải Phòng cần quan tâm tạo điều kiện và hỗ trợ về mặt chính sách để các nhà đầu tư cũng như các doanh nghiệp công nghiệp ở TP. Hải Phòng yên tâm đầu tư và hoạt động lâu dài ở địa phương.

3. Theo ý kiến của doanh nghiệp điều tra và nhận định trong đề án tái cơ cấu ngành công nghiệp Hải Phòng.

Thứ nhất, phải có đội ngũ cán bộ năng lực, đam mê và tâm huyết với sự nghiệp phát triển kinh tế địa phương, phải có cách làm mới, thái độ làm việc thân thiện với doanh nghiệp và nhà đầu tư không phân biệt quy mô hay thành phần kinh tế; coi họ là khách hàng để phục vụ, là đối tác để cùng giải quyết vấn đề phát triển kinh tế địa phương. Tư duy một cách thức làm việc mới không phải là đúng quy trình, theo quy trình (như truyền thống lâu nay) mà là cách làm việc khuyến khích, nuôi dưỡng sáng tạo, thúc đẩy sự tìm tòi, tìm kiếm sự khác biệt để đạt được mục tiêu cao nhất có thể với chi phí thấp nhất. Bên cạnh đó, đội ngũ cán bộ này phải có trách nhiệm giải trình đối với công việc được giao đặc biệt của người đứng đầu trong đội ngũ lãnh đạo từ cấp thành phố tới cấp xã để giúp đưa các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp vào thực hiện nhanh chóng và đạt hiệu quả cao nhất. Có cơ chế khuyến khích (thưởng) và phạt rõ ràng đối với việc tuân thủ những quy định và thái độ đúng mực với người dân và doanh nghiệp.

Thứ hai, phải quyết liệt, nhất quán và mạnh mẽ cải cách, cải thiện môi trường kinh doanh với mục tiêu duy trì ổn định vị trí của thành phố Hải Phòng ở Top 5 liên tục trong ít nhất 5 năm về chỉ số PCI. Muốn vậy, lãnh đạo thành phố Hải Phòng (nhất là Bí thư, Chủ tịch UBND) phải coi cải cách hành chính, cải thiện môi trường kinh doanh luôn là công việc ưu tiên hàng đầu trong chương trình công tác hàng ngày, hàng tuần và hàng tháng của mình; luôn quan tâm đến doanh nghiệp, nhà đầu tư, tìm kiếm những cách làm mới, cách quản lý mới nhằm thúc đẩy và tạo thuận lợi đầu tư kinh doanh. Phải tạo áp lực bắt buộc toàn thể bộ máy hành chính thay đổi thái độ làm việc theo hướng phục vụ người dân và doanh nghiệp; quan tâm tìm hiểu và giải quyết các vấn đề, khó khăn của doanh nghiệp. Sự thành công của họ là công cụ hữu hiệu nhất cho xúc tiến, mời gọi thêm đầu tư cho tương lai. Đồng thời, phải trực tiếp đến gặp mặt, trao đổi, chia sẻ cách tiếp cận và định hướng phát triển kinh tế xã hội với các nhà đầu tư lớn, có tiềm lực công nghệ và tài chính, mời kéo họ đến đầu tư phát triển tại Hải Phòng.

Thứ ba, tiếp tục xây dựng chỉ số đánh giá khả năng cạnh tranh cấp sở, ban, ngành, địa phương (DDCI). Cần coi đây là một kênh thông tin quan trọng phản ánh ý kiến của doanh nghiệp đối với chính quyền địa phương để từ đó thực hiện việc thu thập thông tin, lắng nghe ý kiến của doanh nghiệp một cách nghiêm túc, thực chất, và cầu thị. Nhờ đó, chính quyền địa phương có cơ sở để cải thiện hơn

môi trường kinh doanh, giúp nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Thứ tư, cần phải có nguồn kinh phí thỏa đáng cho công tác vận động xúc tiến đầu tư thông qua thành lập Quỹ Xúc tiến đầu tư và thương mại. Quỹ này do Chủ tịch UBND Thành phố quản lý nhằm hỗ trợ, khuyến khích các tổ chức, cá nhân tham gia hội chợ, triển lãm, tổ chức tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu môi trường, chính sách, cơ hội hợp tác đầu tư,... Nguồn hình thành Quỹ Xúc tiến đầu tư từ: ngân sách, nguồn hỗ trợ, nguồn đóng góp của doanh nghiệp và các nguồn hợp pháp khác theo quy định của pháp luật. Việc vận hành Quỹ Xúc tiến sẽ theo quy chế do UBND thành phố ban hành.

Thứ năm, tổ chức tốt và thường xuyên hơn các đợt xúc tiến đầu tư trong và ngoài nước trên địa bàn thành phố Hải Phòng. Công tác xúc tiến đầu tư vào Hải Phòng cần thường xuyên có sự rút kinh nghiệm và thường xuyên đổi mới về nội dung và phương thức vận động để phù hợp với nhu cầu của từng nhà đầu tư. Đồng thời, thành phố Hải Phòng cần phải phối hợp chặt chẽ với các Bộ ngành và các tỉnh/thành phố lớn trong vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ nói riêng và cả nước nói chung (như: Hà Nội, Quảng Ninh, Bắc Ninh, tp. Hồ Chí Minh,...) trong xây dựng chương trình xúc tiến đầu tư (đặc biệt là đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp) và thương mại; và quy chế thực hiện.

Thứ sáu, đầu tư xây dựng cuốn cẩm nang, phim quảng cáo hoặc video quảng bá cho các nhà đầu tư, trong đó có phần tổng quan những lợi thế cạnh tranh của Hải Phòng, cùng với những mô tả chi tiết về các chính sách thu hút đầu tư, quy hoạch phát triển không gian, quy hoạch phát triển hạ tầng, quy hoạch sử dụng đất, những cơ hội đầu tư hiện có và tương lai của Thành phố. Đồng thời, chính quyền hành chính thành phố cần quan tâm hơn và thường xuyên cập nhật trang web của thành phố sao cho mới mẻ, thân thiện với người dùng để nhà đầu tư dễ dàng cập nhật những thông tin chính về Hải Phòng.

Thứ bảy, sớm xây dựng Đề án đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và thu hút nhân tài của TP. Hải Phòng cho giai đoạn 2021-2030, theo đó có các nội dung quan trọng như: định hướng phát triển hệ thống trường, cơ sở đào tạo, trung tâm nghiên cứu; nội dung và phương pháp đào tạo; kế hoạch thu hút nhân tài; hệ thống thông tin cung - cầu thị trường lao động trên địa bàn thành phố;... Đặc biệt, Đề án cần đánh giá thực trạng nguồn nhân lực, dự báo nhu cầu nguồn nhân lực cho

5 nhóm ngành công nghiệp ưu tiên của Thành phố và kế hoạch phát triển nguồn nhân lực giai đoạn 2021-2030.

Thứ tám, chính sách hỗ trợ phát triển cơ sở hạ tầng Thành phố cần ưu tiên nguồn vốn đầu tư từ ngân sách nhà nước để đầu tư dứt điểm vào một số dự án quan trọng; Chủ động phối hợp với các Bộ, ngành Trung ương, đặc biệt là tích cực phối hợp với Bộ Giao Thông và Vận tải và các chủ đầu tư đẩy nhanh quá trình thực hiện các dự án trọng điểm của Thành phố đã được quy hoạch; Huy động mọi nguồn lực để đầu tư kết cấu hạ tầng đồng bộ, trong đó tận dụng tối đa cơ chế tài chính đặc biệt mà Trung ương dành riêng cho Hải Phòng cùng với các nguồn vốn từ Trung ương để phát triển cơ sở hạ tầng của thành phố.

Thứ chín, có chính sách hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp. Theo đó, Thành phố cần dành một phần ngân sách hỗ trợ lãi suất vay ngân hàng đối với các dự án đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp không chỉ thuộc danh mục các ngành ưu tiên của Thành phố mà cả các dự án có hàm lượng khoa học, công nghệ cao, mang tính đón đầu cho tương lai. Có thể xem xét hình thức bảo lãnh tín dụng cho các dự án này theo mô hình chia sẻ rủi ro giữa chính quyền thành phố, doanh nghiệp và ngân hàng. Nhà nước bảo lãnh một phần, doanh nghiệp tự chịu trách nhiệm một phần và ngân hàng bảo lãnh một phần. Như vậy, giảm áp lực cho ngân sách thành phố và cho các cán bộ thực hiện chính sách này, tăng tính tự chịu trách nhiệm và không ỷ lại của doanh nghiệp, do đó doanh nghiệp phải tính toán kỹ càng trong việc đưa ra dự án đầu tư và đề xuất vay ngân hàng. Bên cạnh đó ngân hàng cũng sẽ tăng áp lực phải thẩm định dự án cho vay một cách nghiêm túc. Với mô hình cho vay này sẽ loại bỏ được nguyên nhân thất bại của các Quỹ bảo lãnh tín dụng cho doanh nghiệp tại Việt Nam trong thời gian qua, trong đó Nhà nước bảo lãnh toàn bộ vốn vay của doanh nghiệp dẫn đến nguy cơ mất vốn của Nhà nước rất cao và kết quả là sự thất bại của chính sách.

Cùng với đó, đẩy mạnh việc rà soát lại các thủ tục hành chính liên quan đến tài sản đảm bảo khi thực hiện vay vốn trên địa bàn Thành phố chưa đồng bộ và còn rườm rà để điều chỉnh nhằm hỗ trợ và tạo điều kiện tốt hơn cho các doanh nghiệp tiếp cận với các nguồn tín dụng phục vụ đầu tư cho sản xuất và kinh doanh. Rà soát các chính sách hỗ trợ vốn, lãi suất, hoàn vốn không còn phù hợp, đặc biệt là các chính sách hỗ trợ trực tiếp cho doanh nghiệp (như: hỗ trợ vốn cho các DNNN sau cổ phần hóa, sắp xếp lại).◆

Tài liệu tham khảo:

1. Ban Kinh tế Trung ương và USAID (2017), *Chẩn đoán tăng trưởng kinh tế Việt Nam*, Nhà xuất bản Thông tin và Truyền thông.
2. Cao Duy Hạ (2006), *Một số giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Nhà nước trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Lý luận chính trị, (1), Tr.19-22.
3. Cục Thống kê TP. Hải Phòng (2016), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội năm 2016 TP. Hải Phòng*, số 295/BC-CTK, ngày 22/12/2016.
4. Đan Tuấn Anh (2018), *Chính sách kinh tế của Nhà nước hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh: Nghiên cứu trường hợp doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Hải Phòng*, Luận án tiến sỹ.
5. Đặng Thị Hiếu Lát (2006), *Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp khi Việt Nam trở thành thành viên của WTO*, Nghiên cứu kinh tế, (335), Tr.40-49.
6. Lê Xuân Bá (2007), *Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Quản lý kinh tế, (12), Tr.11-12.
7. Trần Quý Dương (2016), *Một số biện pháp nâng cao năng lực cạnh tranh ngành công nghiệp thành phố Hải Phòng giai đoạn 2016-2020*, Luận văn thạc sỹ;
8. Viện Nghiên cứu Khoa học hành chính (2018), *Nghiên cứu đề xuất một số giải pháp chủ yếu nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp trên địa bàn thành phố Hải Phòng*, Mã số ĐT.XH.2017.791.

Summary

The competitiveness of enterprises is a decisive factor to the existence and development of enterprises, especially in the context of increasingly fierce competition pressure on a global scale. In order to improve the competitiveness of enterprises, in addition to their own efforts, the active support from the State is also a deciding factor. This paper assesses the competitiveness of Hai Phong industrial enterprises and the factors affecting competitiveness to propose some policy solutions that Hai Phong city authorities should apply in the near future. In order to help improve the competitiveness of industrial enterprises in the City.