

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

PHẠM LÊ THỌ

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH YÊN BÁI**

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG
Chuyên ngành: Quản lý kinh tế

THÁI NGUYÊN - 2018

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

PHẠM LÊ THỌ

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH YÊN BÁI**

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế
Mã số: 8.34.04.10

LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS Trần Nhuận Kiên

THÁI NGUYÊN - 2018

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng: Số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận văn này là hoàn toàn trung thực và chưa từng được sử dụng hoặc công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Yên Bái, tháng 01 năm 2018

Tác giả luận văn

Phạm Lê Thọ

LỜI CẢM ƠN

Tác giả xin chân thành cảm ơn: Ban Giám hiệu Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên, Phòng Đào tạo, các giảng viên của chuyên ngành Quản lý kinh tế đã tận tình giảng dạy và hướng dẫn trong quá trình học tập và nghiên cứu. Xin cảm ơn các cơ quan ban ngành liên quan đã tận tình giúp đỡ, cung cấp tài liệu, tạo điều kiện, đóng góp nhiều ý kiến cho nội dung nghiên cứu của đề tài.

Đặc biệt, tác giả xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến **PGS.TS Trần Nhuận Kiên**, người đã tận tình bồi dưỡng kiến thức, năng lực tư duy, phương pháp nghiên cứu và trực tiếp hướng dẫn giúp đỡ tác giả hoàn thành luận văn này. Mặc dù đã có nhiều cố gắng trong quá trình thực hiện, song luận văn không thể tránh khỏi những thiếu sót, tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp, trao đổi của thầy cô, các bạn đồng nghiệp và độc giả để luận văn được hoàn thiện và đề tài có giá trị thực tiễn cao hơn.

Xin chân thành cảm ơn!

Yên Bái, tháng 01 năm 2018

Tác giả luận văn

Phạm Lê Thọ

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	vii
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Ý nghĩa khoa học của đề tài	3
5. Kết cấu của đề tài	3
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ NĂNG LỰC	
CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI.....	4
1.1. Cơ sở lý luận về năng lực cạnh tranh và doanh nghiệp thương mại.....	4
1.1.1. Khái niệm, công cụ và hình thức cạnh tranh	4
1.1.2. Khái niệm về năng lực cạnh tranh	9
1.1.3. Khái niệm, chức năng và vai trò của doanh nghiệp thương mại	10
1.2. Nội dung nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại.....	12
1.2.1. Quy mô DN	13
1.2.2. Chiến lược kinh doanh của DN.....	14
1.2.3. Năng lực quản lý và điều hành kinh doanh.....	15
1.2.4. Trình độ công nghệ	15
1.2.5. Chất lượng đội ngũ lao động và cán bộ quản lý	16
1.2.6. Chi phí sản xuất kinh doanh.....	16
1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại.....	17
1.3.1. Các yếu tố quốc tế.....	17
1.3.2. Các yếu tố trong nước	18

1.3.3. Các yếu tố môi trường kinh doanh tại địa phương	20
1.4. Kinh nghiệm và bài học rút ra cho tỉnh Yên Bái trong nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại	23
1.4.1. Kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại ở một số địa phương	23
1.4.2. Bài học kinh nghiệm đối với tỉnh Yên Bái	29
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	33
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	33
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	33
2.2.1. Phương pháp thu thập thông tin	33
2.2.2. Phương pháp xử lý số liệu.....	34
2.2.3. Phương pháp phân tích.....	35
2.3. Hệ thống chỉ tiêu nghiên cứu	35
2.3.1. Nhóm chỉ tiêu về tình trạng hoạt động của DN	35
2.3.2. Nhóm chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh giữa các DN	35
Chương 3: THỰC TRẠNG NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI TỈNH YÊN BÁI.....	38
3.1. Đặc điểm tự nhiên, kinh tế - xã hội và tình hình phát triển doanh nghiệp thương mại tỉnh Yên Bái	38
3.1.1. Đặc điểm tự nhiên	38
3.1.2. Đặc điểm kinh tế - xã hội	42
3.1.3. Ảnh hưởng của điều kiện tự nhiên và kinh tế - xã hội đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại tỉnh Yên Bái.....	45
3.2. Thực trạng nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thương mại tỉnh Yên Bái.....	47
3.2.1. Về phát triển quy mô doanh nghiệp thương mại theo số lượng, vốn và lao động	47
3.2.2. Về chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp thương mại	51
3.2.3. Về nâng cao năng lực quản lý và điều hành doanh nghiệp thương mại ...	54
3.2.4. Về trang thiết bị công nghệ của doanh nghiệp thương mại	56

3.2.5. Về chi phí sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp thương mại	57
3.2.6. Chất lượng nguồn nhân lực	58
3.3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thương mại tỉnh Yên Bái	60
3.3.1. Các yếu tố quốc tế	60
3.3.2. Các yếu tố trong nước	61
3.3.3. Các yếu tố thuộc môi trường kinh doanh của tỉnh Yên Bái.....	64
3.3.4. Các yếu tố nội tại của doanh nghiệp thương mại.....	65
3.4. Đánh giá chung về thực trạng	68
3.4.1. Những kết quả đạt được	68
3.4.2. Những mặt tồn tại và nguyên nhân	69
Chương 4: GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI TỈNH YÊN BÁI	73
4.1. Quan điểm và định hướng nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại tỉnh Yên Bái	73
4.1.1. Quan điểm	73
4.1.2. Định hướng.....	76
4.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp thương mại tỉnh Yên Bái	78
4.2.1. Nhóm giải pháp liên quan đến các cấp chính quyền.....	78
4.2.2. Nhóm giải pháp đối với doanh nghiệp thương mại	85
4.3. Một số kiến nghị.....	98
4.3.1. Với Chính phủ	98
4.3.2. Với tỉnh Yên Bái	99
KẾT LUẬN.....	103
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	104
PHỤ LỤC	106

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Viết tắt	Nghĩa từ viết tắt
APEC	Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á - Thái bình dương
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông nam á
CCHC	Cải cách hành chính
DN	Doanh nghiệp
DNNN	Doanh nghiệp Nhà nước
DNTM	Doanh nghiệp thương mại
GRDP	Tổng sản phẩm trong tỉnh
GTNT	Giao thông nông thôn
HĐND	Hội đồng nhân dân
H-T	Hàng - Tiền
KH&CN	Khoa học và công nghệ
KT-XH	Kinh tế - xã hội
NLCT	Năng lực cạnh tranh
PCI	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
QL	Quốc lộ
R&D	Nghiên cứu và phát triển
SXKD	Sản xuất kinh doanh
VNCI	Sáng kiến năng lực cạnh tranh Việt Nam
WTO	Tổ chức thương mại quốc tế

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1: Số lượng DNTM qua các năm so với tổng số DN giai đoạn 2012 - 2016	47
Bảng 3.2: Tỷ trọng vốn SXKD của các DNTM trên tổng số vốn SXKD của các DN giai đoạn 2012 - 2016.....	48
Bảng 3.3: Số lượng lao động làm việc trong các DNTM và tốc độ tăng trưởng lao động trong gia đoạn 2012 - 2016	49
Bảng 3.4. Mức độ hài lòng về quy mô của DNTM	50
Bảng 3.5. Mức độ hài lòng của các DNTM về chiến lược kinh doanh	53
Bảng 3.6. Trình độ chuyên môn đào tạo của các chủ của các DNTM	54
Bảng 3.7. Mức độ hài lòng về các kỹ năng quản lý và điều hành tại các DNTM.....	55
Bảng 3.8. Mức độ hài lòng về trình độ công nghệ của các DNTM.....	57
Bảng 3.9. Trình độ chuyên môn đào tạo của lao động trong các DNTM.....	58
Bảng 3.10. Mức độ hài lòng về nguồn nhân lực của các DNTM	59

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Doanh nghiệp thương mại (DNTM) giữ một vị trí vô cùng quan trọng trong việc điều hòa cung cầu hàng hóa trên thị trường. Mặt khác DNTM còn là chiếc cầu nối giữa sản xuất và tiêu dùng, giúp cho người sản xuất phân phối hàng hóa, đảm bảo cho quá trình sản xuất và nó cũng đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng... Hội nhập kinh tế quốc tế đã tạo ra những cơ hội cho DNTM nhưng cũng đem đến không ít những thách thức làm tăng thêm hạn chế về khả năng cạnh tranh của DNTM trên thị trường, thể hiện trên các phương diện như: Chiến lược kinh doanh; Chiến lược Marketing; Khả năng chọn thị trường mục tiêu; Sự yếu kém về năng lực quản lý, năng lực tài chính; Hiểu biết về luật pháp còn nhiều hạn chế...

Toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế buộc các DN phải đối mặt với các đối thủ mới (các công ty xuyên quốc gia, đa quốc gia có tiềm lực tài chính, công nghệ, kinh nghiệm và sức mạnh thị trường), phải cạnh tranh quyết liệt trong điều kiện mới (thị trường toàn cầu với những nguyên tắc nghiêm ngặt của định chế thương mại và luật pháp quốc tế).

Trong điều kiện đó, các DN nói chung và DNTM nói riêng phải nâng cao khả năng, năng lực cạnh tranh, bởi năng lực cạnh tranh chính là sức mạnh của DN trên thương trường. Để từng bước vươn lên giành thế chủ động trong quá trình hội nhập, nâng cao năng lực cạnh tranh chính là tiêu chí phấn đấu của các DN, đặc biệt là DNTM.

Yên Bái là một tỉnh miền núi, nằm ở phía Tây Bắc của tổ quốc, có tới 30 dân tộc anh em cùng chung sống và có vị trí chiến lược hết sức quan trọng trong xây dựng và bảo vệ Tổ quốc. Trong giai đoạn vừa qua, tỉnh đã có những định hướng phát triển kinh tế - xã hội rất sát sao tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh phát triển. Đối với hoạt động của các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn tỉnh thì với điều kiện và chất lượng sống của người dân đang ngày