

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

TRẦN THANH TUẤN

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO
NĂNG LỰC CẠNH TRANH SẢN PHẨM TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN CHÈ QUÂN CHU, THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ NÔNG NGHIỆP

Thái Nguyên, năm 2012

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

TRẦN THANH TUẤN

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO
NĂNG LỰC CẠNH TRANH SẢN PHẨM TẠI
CÔNG TY CỔ PHẦN CHÈ QUÂN CHU, THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ NÔNG NGHIỆP

Chuyên ngành: KINH TẾ NÔNG NGHIỆP

Mã số: 60.31.10

Người hướng dẫn khoa học: TIẾN SĨ. NGUYỄN DUY LỢI

Thái Nguyên, năm 2012

PHẦN ĐẶT VẤN ĐỀ

1. Tính cấp thiết của đề tài

Sau khi hội nhập với kinh tế thế giới, nền kinh tế Việt Nam đã có nhiều cơ hội giao lưu, hợp tác, tranh thủ công nghệ và vốn để mở rộng thị trường. Bên cạnh đó cũng đòi hỏi các thành phần kinh tế, các ngành phải đề ra chiến lược phát triển nhằm tăng khả năng cạnh tranh đối với sản phẩm hàng hoá của mình so với sản phẩm khác trong nước cũng như trên thế giới.

Trong những năm gần đây, hội nhập kinh tế quốc tế cũng là vấn đề đang được Đảng, Nhà nước và các doanh nghiệp rất quan tâm, hoạt động thương mại quốc tế này đã trở thành hoạt động không thể thiếu của nền kinh tế Việt Nam. Một trong những lợi thế kinh tế của nước ta là hoạt động sản xuất và kinh doanh các sản phẩm nông nghiệp, trong đó việc sản xuất và kinh doanh sản phẩm chè là một loại hình sản xuất đang thu hút được sự quan tâm của thị trường thế giới. Hiện nay, ngành chè của nước ta tuy gặp nhiều khó khăn nhưng vẫn là một ngành chủ chốt của nông nghiệp Việt Nam và đang tìm mọi biện pháp để dần hội nhập với nền kinh tế thế giới. Tuy nhiên, quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam đòi hỏi các doanh nghiệp chè phải nâng cao năng lực của mình thì mới có thể đứng vững được trong cuộc cạnh tranh của thị trường trong nước cũng như trên thế giới.

Công ty cổ phần chè Quân Chu - Thái Nguyên là một doanh nghiệp sản xuất và chế biến chè hàng năm luôn nằm trong top những doanh nghiệp có tổng sản lượng tiêu thụ lớn của tỉnh Thái Nguyên, đồng thời với hoạt động xuất khẩu luôn chiếm tỷ trọng lớn trên tổng kim ngạch xuất nhập khẩu, do đó có thể thấy sự tồn tại, phát triển của doanh nghiệp này phụ thuộc rất lớn vào việc thu hút, mở rộng hoạt động tiêu thụ sản phẩm và chú trọng tới xuất khẩu. Để làm được điều này thì việc đầu tư cho sản xuất, nâng cao thúc đẩy năng lực cạnh tranh của sản phẩm để làm sâu rộng hơn thị trường của doanh nghiệp,

khẳng định vai trò và vị thế của sản phẩm chè Quân Chu - Thái Nguyên là một việc làm vô cùng quan trọng và rất cần thiết.

Chính với những lý do trên mà tôi đã chọn đề tài: ***“Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm tại Công ty cổ phần Chè Quân Chu, Thái Nguyên”*** để nghiên cứu và hy vọng sẽ giúp công ty có những biện pháp cơ bản để có thể khắc phục những khó khăn, phát huy những lợi thế của mình để có thể nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm chè trong hội nhập kinh tế.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Khái quát những vấn đề cơ bản về hoạt động sản xuất, kinh doanh chè, từ đó đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm chè nước ta nói chung và của công ty cổ phần chè Quân Chu - Thái Nguyên nói riêng trong thời gian qua.

- Phân tích những thuận lợi và khó khăn của quá trình sản xuất, kinh doanh sản phẩm của doanh nghiệp để từ đó đề xuất phương hướng và giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao sức cạnh tranh sản phẩm chè trong thời gian tới.

3. Đối tượng, phạm vi nghiên cứu.

* Đối tượng nghiên cứu của đề tài: những chiến lược, định hướng sản xuất kinh doanh của Công ty và các chiến lược cạnh tranh đưa sản phẩm vào thị trường.

* Phạm vi nghiên cứu của đề tài: Đề tài tập trung nghiên cứu những vấn đề lí luận và thực tiễn liên quan đến năng lực cạnh tranh sản phẩm chè của công ty cổ phần chè Quân Chu - Thái Nguyên trên cơ sở các số liệu liên quan đến tình hình sản xuất, kinh doanh của công ty từ năm 2009 đến 2011.

4. Phương pháp nghiên cứu.

Đề tài được thực hiện và hoàn thành trên cơ sở vận dụng phương pháp nghiên cứu cơ bản như:

- Phương pháp phân tích kinh tế
- Phương pháp quan sát
- Phương pháp thảo luận nhóm và phỏng vấn sâu

- Phương pháp tổng hợp dữ liệu và thống kê kinh tế

5. Những đóng góp khoa học của đề tài.

- Hệ thống hoá cơ sở lý luận và thực tiễn liên quan đến năng lực cạnh tranh sản phẩm của doanh nghiệp trong bối cảnh hội nhập sâu kinh tế quốc tế.

- Đánh giá và phân tích các số liệu thực tiễn sản xuất, kinh doanh để đánh giá năng lực cạnh tranh của sản phẩm ở Công ty Cổ phần chè Quân Chu.

- Một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm tại Công ty Cổ phần chè Quân Chu.

6. Cấu trúc của đề tài.

Ngoài phần mở đầu, kết luận và mục lục tài liệu tham khảo, kết cấu của đề tài được chia làm 4 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận và thực tiễn về năng lực cạnh tranh của sản phẩm

Chương 2: Phương pháp nghiên cứu của đề tài

Chương 3: Thực trạng năng lực cạnh tranh sản phẩm của công ty cổ phần chè Quân Chu

Chương 4: Một số giải pháp cơ bản nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm của công ty cổ phần chè Quân Chu

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN

VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA SẢN PHẨM

1.1. Cơ sở lý luận

1.1.1. Hội nhập kinh tế quốc tế

1.1.1.1. Khái niệm

Thuật ngữ “hội nhập quốc tế” trong tiếng Việt có nguồn gốc dịch từ tiếng nước ngoài (tiếng Anh là “international integration”, tiếng Pháp là “intégration internationale”). Đây là một khái niệm được sử dụng chủ yếu trong các lĩnh vực chính trị học quốc tế và kinh tế quốc tế, ra đời từ khoảng giữa thế kỷ trước ở châu Âu, trong bối cảnh những người theo trường phái thể chế chủ trương thúc đẩy sự hợp tác và liên kết giữa các cựu thù (Đức-Pháp) nhằm tránh nguy cơ tái diễn chiến tranh thế giới thông qua việc xây dựng Cộng đồng châu Âu.

Trên thực tế cho đến nay, có nhiều cách hiểu khác nhau về khái niệm “hội nhập quốc tế”. Nhìn chung, có ba cách tiếp cận chủ yếu sau:

Cách tiếp cận thứ nhất, thuộc về trường phái theo chủ nghĩa liên bang, cho rằng hội nhập (integration) là một sản phẩm cuối cùng hơn là một quá trình. Sản phẩm đó là sự hình thành một Nhà nước liên bang kiểu như Hoa Kỳ hay Thụy Sĩ. Để đánh giá sự liên kết, những người theo trường phái này quan tâm chủ yếu tới các khía cạnh luật định và thể chế.

Cách tiếp cận thứ hai, với Karl W. Deutsch là trụ cột, xem hội nhập trước hết là sự liên kết các quốc gia thông qua phát triển các luồng giao lưu như thương mại, đầu tư, thư tín, thông tin, du lịch, di trú, văn hóa... từ đó hình thành dần các cộng đồng an ninh (security community). Theo Deutsch, có hai loại cộng đồng an ninh: loại cộng đồng an ninh hợp nhất như kiểu Hoa Kỳ, và loại cộng đồng an ninh đa nguyên như kiểu Tây Âu. Như vậy, cách

tiếp cận thứ hai này xem xét hội nhập vừa là một quá trình vừa là một sản phẩm cuối cùng.

Cách tiếp cận thứ ba xem xét hội nhập dưới góc độ là hiện tượng/hành vi các nước mở rộng và làm sâu sắc hóa quan hệ hợp tác với nhau trên cơ sở phân công lao động quốc tế có chủ đích, dựa vào lợi thế của mỗi nước và mục tiêu theo đuổi.

Cách tiếp cận thứ nhất có nhiều hạn chế vì nó không đặt hiện tượng hội nhập trong quá trình phát triển mà chỉ nhìn nhận hiện tượng này (chủ yếu về khía cạnh luật định và thể chế) trong trạng thái tĩnh cuối cùng gắn với mô hình Nhà nước liên bang. Cách tiếp cận này khó áp dụng để phân tích và giải thích thực tiễn của quá trình hội nhập diễn ra với nhiều hình thức và mức độ khác nhau như hiện nay trên thế giới. Không phải bất cứ sự hội nhập nào cũng dẫn đến một Nhà nước liên bang. Cách tiếp cận thứ hai có điểm mạnh là nhìn nhận hiện tượng hội nhập vừa trong quá trình tiến triển vừa trong trạng thái tĩnh cuối cùng, đồng thời đưa ra được những nội dung khá cụ thể và sát thực tiễn của quá trình hội nhập, góp phần phân tích và giải thích nhiều vấn đề của hiện tượng này. Cách tiếp cận thứ ba tập trung vào hành vi của hiện tượng, không quan tâm xem xét góc độ thể chế cũng như kết quả cuối cùng của hội nhập, do vậy, thiếu tính toàn diện và hạn chế trong khả năng giải thích bản chất của quá trình hội nhập.

Ở Việt Nam, thuật ngữ ‘hội nhập kinh tế quốc tế’ bắt đầu được sử dụng từ khoảng giữa thập niên 1990 cùng với quá trình Việt Nam gia nhập ASEAN, tham gia Khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA) và các thể chế kinh tế quốc tế khác. Những năm gần đây, cụm từ ‘hội nhập quốc tế’ (thậm chí nói ngắn gọn là ‘hội nhập’) được sử dụng ngày càng phổ biến hơn và với hàm nghĩa rộng hơn hội nhập kinh tế quốc tế. Có một thực tiễn đáng lưu ý là trước khi thuật ngữ ‘hội nhập kinh tế quốc tế’ được đưa vào sử dụng, trong tiếng Việt đã xuất hiện các cụm từ ‘liên kết kinh tế quốc tế’ và ‘nhất thể hóa kinh tế quốc tế’. Cả ba thuật ngữ này thực ra được sử dụng để chỉ cùng một

khái niệm mà tiếng Anh gọi là “international economic integration”. Sự khác biệt giữa chúng chủ yếu là cách dùng với hàm ý chính trị và lịch sử khác nhau. Thuật ngữ “nhất thể hóa kinh tế quốc tế” được sử dụng chủ yếu trong bối cảnh hợp tác giữa các nước xã hội chủ nghĩa trong khuôn khổ Hội đồng Tương trợ kinh tế (SEV) những năm 1970-1980.

Thuật ngữ “liên kết kinh tế quốc tế” được sử dụng khá nhiều khi nói về hiện tượng phát triển các quan hệ kinh tế trên cơ sở tự do hóa mậu dịch giữa các nước không phải là xã hội chủ nghĩa trong những thập niên sau Chiến tranh thế giới II, đặc biệt là trong khuôn khổ các tổ chức kinh tế khu vực như Cộng đồng Kinh tế châu Âu (EC), Liên minh châu Âu (EU), Hiệp hội Mậu dịch tự do châu Âu (EFTA), Thị trường chung Trung Mỹ (CACM), Cộng đồng Caribê và Thị trường chung (CARICOM), Khu vực Mậu dịch tự do Bắc Mỹ (NAFTA), v.v... Trong thực tiễn sử dụng ở Việt Nam hiện nay, các thuật ngữ “liên kết quốc tế” và “hội nhập quốc tế” có thể thay thế nhau và hầu như không có sự khác biệt về ý nghĩa.

Mặc dầu vậy, cho đến nay vẫn không có một định nghĩa nào về khái niệm “hội nhập quốc tế” giành được sự nhất trí hoàn toàn trong giới học thuật và cả giới làm chính sách ở Việt Nam. Từ các định nghĩa khác nhau nổi lên hai cách hiểu chính. *Thứ nhất*, cách hiểu hẹp coi “hội nhập quốc tế” là sự tham gia vào các tổ chức quốc tế và khu vực. *Thứ hai*, cách hiểu rộng, coi “hội nhập quốc tế” là sự mở cửa và tham gia vào mọi mặt của đời sống quốc tế, đối lập với tình trạng đóng cửa, cô lập hoặc ít giao lưu quốc tế. Với tư duy theo cách này, không ít người thậm chí đã đánh đồng hội nhập với hợp tác quốc tế. Cả hai cách hiểu trên về khái niệm “hội nhập quốc tế” đều không đầy đủ và thiếu chính xác.

Chủ thể của hội nhập quốc tế trước hết là các quốc gia, chủ thể chính của quan hệ quốc tế có đủ thẩm quyền và năng lực đàm phán, ký kết và thực hiện các cam kết quốc tế. Bên cạnh chủ thể chính này, các chủ thể khác cùng hợp thành lực lượng tổng hợp tham gia vào quá trình hội nhập quốc tế.

1.1.1.2. Đặc điểm của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong lĩnh vực kinh doanh nông sản

Hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam là một quá trình diễn ra từ thấp đến cao, từ bộ phận đến toàn thể. Quá trình vận hành này theo đúng thông lệ và tập quán quốc tế. Việt Nam cũng có nhiều điểm tương đồng với các nước trong khu vực về xuất phát điểm và điều kiện phát triển. Ví dụ như điều kiện phát triển các sản phẩm nông nghiệp giống nhau; cơ cấu kinh tế còn lạc hậu, đều thực hiện chiến lược công nghiệp hoá theo hướng xuất khẩu, cạnh tranh nhau trong thu hút đầu tư và công nghệ nước ngoài,... Tính chất tương đồng này sẽ làm tăng mức độ gay gắt của tình trạng cạnh tranh để xuất khẩu nông sản giữa các nước.

Hội nhập kinh tế quốc tế có sự chênh lệch khá lớn về trình độ phát triển. Việt Nam cần khai thác các lợi thế so sánh, xác định rõ những mặt hàng bổ sung cho nhau và xây dựng mặt hàng nông nghiệp mũi nhọn trong thương mại quốc tế để cạnh tranh hiệu quả với các nước trong khu vực.

Hội nhập kinh tế quốc tế diễn ra trong điều kiện nền kinh tế thế giới bước vào giai đoạn toàn cầu hoá, xu hướng tự do hoá thương mại được đề cao và cạnh tranh quốc tế rất gay gắt. Tuy vậy, thương mại quốc tế nông nghiệp vẫn được coi là lĩnh vực nhạy cảm. Xuất nhập khẩu nông sản vẫn được các quốc gia bảo vệ bằng các hàng rào phi thuế quan, cho nên bán phá giá, trợ cấp xuất khẩu, trả đũa thương mại vẫn xảy ra ngay trước mắt và trong tương lai. Việt Nam cần cố gắng khai thác những điểm chưa hoàn chỉnh này trong cam kết quốc tế để tạo ra lợi ích cho mình.

Hội nhập kinh tế quốc tế là xu hướng tất yếu, có tính quy luật. Việt Nam có những đặc điểm riêng của mình và nếu nhìn từ góc độ kinh doanh nông sản thì thấy tuy thương mại quốc tế nông nghiệp là mũi nhọn để phát triển nhưng còn lắm thách thức và bất cập. Việc nắm bắt quy luật và tình hình riêng để vận động, phát triển phù hợp với xu hướng của thương mại quốc tế nông nghiệp trên thế giới là việc nên làm.

Trong lĩnh vực kinh doanh nông sản, Việt Nam hiện mới chỉ có thể xuất khẩu một số loại nông sản như gạo, ngô, điều, cao su, cà phê, chè,... và thế mạnh của nông sản Việt Nam tập trung ở những mặt hàng đó. Đó cũng chính là thành quả lao động của người nông dân Việt Nam trong sản xuất nông nghiệp. Nhưng ở Việt Nam, người ta không thấy việc xuất khẩu các hàng hoá là nguyên liệu hay vật tư, máy móc, thiết bị cho nông nghiệp. Vì thế, người dân Việt Nam thường phải bán cái mình có chứ thật hiếm khi được đem bán cái mà thị trường cần. Sự chật vật của nông sản Việt Nam trong các thị trường tiêu thụ xuất phát từ đó. Cụ thể như sau:

+ Danh mục các nông sản xuất khẩu đơn điệu. Sự đơn điệu này đặc biệt tập trung ở danh mục các sản phẩm có độ chế biến sâu (hầu như không có). Nông sản xuất khẩu của Việt Nam sau bao năm mở cửa rồi mà vẫn ở dạng thô hoặc ít qua chế biến. Theo đánh giá UNDP thì việc phát triển kém của ngành công nghiệp chế biến ở Việt Nam do hàng loạt các trở ngại như: Hệ thống vận tải yếu kém đã cản trở vận chuyển đường dài các nguyên liệu và thành phẩm; Các xí nghiệp chế biến ở xa nơi cung cấp nguyên liệu hoặc không có những vùng nguyên liệu tập trung, đảm bảo công suất thiết kế; Công nghệ chế biến lạc hậu, lạm dụng hoá chất bảo quản, sự thiếu vệ sinh, tồn dư các chất độc hại trong sản phẩm; Vật liệu bao bì chưa tốt gây tổn thất lớn trong chế biến và làm giảm chất lượng sản phẩm; Trình độ quản lý non kém, còn thiếu thôn nghiêm trọng về vốn, kỹ thuật và thông tin thị trường; Thu nhập thấp của người tiêu dùng trong nước cũng làm hạn chế tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp chế biến.

+ Các nông phẩm có tốc độ tăng xuất khẩu cao của Việt Nam lại chính là những sản phẩm có tốc độ giảm xuất khẩu của thế giới và ngược lại, suốt 10 năm qua. Điều này phản ánh rất rõ khả năng phản ứng và thích nghi rất hạn chế, rất thụ động với nhu cầu thị trường thế giới cả trong sản xuất, chế biến và xúc tiến kinh doanh thương mại.