**ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ-LUẬT**

**-------o0o---------**

 **ĐỖ VĂN NGHỀ**

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH**

 **NGÀNH HÀNG KHÔNG VIỆT NAM**

**Chuyên ngành: Kinh tế học**

**Mã số: 62.31.01.01**

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC**

1. PGS.TS. NGUYỄN CHÍ HẢI
2. TS. VŨ THÀNH TỰ ANH

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SỸ KINH TẾ**

**TP. HỒ CHÍ MINH – 2019**

**MỞ ĐẦU**

1. **Tính cấp thiết và lý do chọn đề tài**

Hội nhập kinh tế làm cho phân công lao động quốc tế thêm sâu sắc và gia tăng sự phụ thuộc, cạnh tranh lẫn nhau giữa các nền kinh tế trên thế giới, điều đó đòi hỏi các doanh nghiệp trong mỗi quốc gia phải có chiến lược phù hợp với xu thế để tồn tại và phát triển. Cùng với chính sách hội nhập kinh tế quốc tế, đối với ngành hàng không thì Việt Nam đang thực thi chính sách vận tải hàng không nới lỏng, tiến tới tự do hóa bầu trời theo xu hướng chung của thế giới. Quá trình tự do hóa này một mặt tạo ra những cơ hội và triển vọng cho ngành hàng không Việt Nam (HKVN) nói riêng, mặt khác cũng làm cho cạnh tranh vận tải hàng không Việt Nam (VTHKVN) ngày càng trở nên gay gắt hơn, đặc biệt là trên thị trường hàng không quốc tế (HKQT). Với quy mô còn nhỏ, năng lực cạnh tranh (NLCT) còn hạn chế, các hãng HKVN ngày càng phải đối mặt và cạnh tranh trực tiếp với các hãng và tập đoàn hàng không lớn trong khu vực và thế giới. Trong bối cảnh đó yêu cầu nâng cao NLCT cho ngành HKVN là hết sức cần thiết nhằm ổn định trong nước và tăng cường sự cạnh tranh với bên ngoài, tạo vị thế trong quan hệ thương mại quốc tế.

Dự báo cạnh tranh khốc liệt giữa các hãng hàng không (HHK) trong nước và trên thế giới sẽ xảy ra để giành lấy thị phần, hành khách. Nhiều HHK trên thế giới không kịp điều chỉnh chiến lược kinh doanh do không cạnh tranh nổi sẽ rơi vào tình trạng phá sản, công nhân bị thất nghiệp và bị sa thải hàng loạt cũng như tiềm ẩn nguy cơ sụp đổ hiệu ứng dây chuyền của nền kinh tế, tăng nguy cơ khủng hoảng kinh tế thế giới.

Trước năm 1993, môi trường hoạt động kinh doanh (HĐKD) của ngành HKVN chưa mở rộng, mức độ cạnh tranh thấp bó hẹp trong phạm vi giữa các HHK nhỏ bé trong nước và các HHK khu vực mà HKVN có đường bay đến. Tuy nhiên, trong xu thế hội nhập toàn cầu khi Việt Nam đã gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) và Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ Xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) thì mức độ cạnh tranh hàng không sẽ khốc liệt hơn mặc dù đến năm 2020 ngành HKVN mới triển khai sâu rộng lộ trình cho các HHK nước ngoài vào khai thác. Tuy nhiên đến thời điểm hiện tại đã có một số HHK nước ngoài lên kế hoạch chuẩn bị vào Việt Nam và ngành hàng không trong nước đang bổ sung một số hãng mới ra đời. Trước tình hình đó, HKVN cần phải tiến hành các biện pháp nâng cao sự cạnh tranh để tồn tại và đáp ứng được xu thế phát triển chung.

Để làm rõ tất yếu buộc phải có cạnh tranh và để đánh giá một cách tổng thể NLCT của HKVN nhằm đưa ra luận điểm khoa học trong việc xây dựng các chính sách cạnh tranh của ngành HKVN gắn với thực tiễn áp dụng với mục đích phát triển ngành và qua nhiều năm làm việc trong ngành HKVN cũng như trải nghiệm thực tế về hàng không thế giới (HKTG). Dưới góc độ kinh tế học, tác giả quyết định nghiên cứu đề tài: “***Nâng cao năng lực cạnh tranh ngành hàng không Việt Nam”.***

1. **Tổng quan về các công trình nghiên cứu liên quan đến đề tài**

 - Các nghiên cứu về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh nói chung

- Các nghiên cứu về năng lực cạnh tranh ngành hàng không

* Các nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh ngành hàng không
* Các nghiên cứu về kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh ngành hàng không

**Tóm tắt các vấn đề từ các nghiên cứu trước và gợi mở hướng nghiên cứu của luận án**

**\* Những giá trị khoa học về lý luận và thực tiễn được kế thừa**

**Các giá trị về lý luận**

*Thứ nhất*, các công trình nghiên cứu trên đã giúp nghiên cứu sinh xác định và hệ thống được một số vấn đề lý luận cơ bản về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh.

*Thứ hai,* các công trình là một sự tổng hợp từ các nghiên cứu thực nghiệm mang tính ứng dụng cao, là nguồn tài liệu quí giá cho nghiên cứu sinh nghiên cứu làm luận án.

*Thứ ba,* nhiều quan điểm cấp tiến cần xem xét để có hướng nghiên cứu mở rộng, đặc biệt các quan điểm về ứng dụng khoa học kỹ thuật trong kỷ nguyên công nghệ thông tin.

*Thứ tư,* các công trình trong và ngoài nước trên đây đều thể hiện quan điểm cạnh tranh và nâng cao NLCT ở khía cạnh lý thuyết và thực tiễn.

**Các giá trị về thực tiễn**

Các công trình nghiên cứu trên đã cung cấp nhiều tiêu chí quan trọng về đo lường NLCT giúp nghiên cứu sinh bổ sung vào bộ tiêu chí NLCT của đề tài nhằm đưa ra giải pháp nâng cao NLCT của ngành HKVN.

 ***\** Những “khoảng trống” cần được tiếp tục nghiên cứu**

Nội dung của các công trình nghiên cứu trên cho thấy các công trình hoặc chỉ tiếp cận ở góc độ lý luận, hoặc chỉ là những vấn đề cụ thể liên quan đến cạnh tranh và NLCT ngành hàng không nói chung. Còn có nhiều những khoảng trống về lý thuyết và thực tiễn cần được tiếp tục nghiên cứu cụ thể như sau:

**Về cơ sở lý luận**

Do giới hạn về đối tượng nghiên cứu là vận tải hàng không (VTHK) nên một số nghiên cứu chỉ mới dừng lại ở nghiên cứu riêng lý luận về cạnh tranh, NLCT nói chung và thực tiễn NLCT ngành VTHK, chưa đặt cơ sở cho định hướng phát triển từ cơ sở lý luận đến thức tiễn áp dụng. Vì vậy, nghiên cứu sinh cần tiếp tục hoàn thiện khung lý thuyết về NLCT và tổng hợp quan điểm của các công trình trên một cách logic từ cơ sở lý thuyết đến thực tiễn ứng dụng cho ngành hàng không. Ngoài ra việc tổng hợp cũng giúp nghiên cứu sinh có cơ sở làm tiền đề phân tích đánh giá các tiêu chí làm tăng năng lực cạnh tranh ngành HKVN và đề ra giải pháp được hiệu quả hơn.

**Về nghiên cứu thực tiễn**

Những nghiên cứu trên có một vài công trình phù hợp bối cảnh và môi trường của các nước có ngành hàng không đã phát triển lâu đời và chiếm vị thế cao trong ngành, khu vực, do vậy các công trình sẽ rất hiệu quả nếu được đưa vào thực nghiệm ở các ngành hàng không thế giới của các nước đang phát triển và đã phát triển ở từng giai đoạn cụ thể. Các nghiên cứu chưa đề cập và đánh giá được khả năng và năng lực cạnh tranh của các ngành hàng không còn non trẻ, yếu kém và đang phát triển như ngành HKVN đi sau nhiều thập kỷ so với các ngành hàng không nổi tiếng trên thế giới và cũng chưa đưa ra được giải pháp phù hợp cho từng ngành hàng không trong mỗi quốc gia, vùng cụ thể.

1. **Mục tiêu và câu hỏi nghiên cứu của luận án**

Xuất phát từ tính cấp thiết của đề tài và khoảng trống nghiên cứu về NLCT ngành hàng không, mục tiêu nghiên cứu của luận án được thể hiện theo trình tự sau:

***Mục tiêu chung***: Nghiên cứu về ngành hàng không Thế giới và Việt Nam, qua đó đánh giá, phân tích và so sánh thực trạng ngành hàng không Việt Nam với hàng không thế giới để tìm điểm mạnh, yếu về năng lực cạnh tranh và đưa ra nhóm giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho ngành hàng không Việt Nam.

***Mục tiêu cụ thể***

* Nhận diện thực trạng năng lực cạnh tranh ngành hàng không Việt Nam.
* Đánh giá rút ra thành tựu hạn chế trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành hàng không Việt Nam.
* Đề xuất định hướng và giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh ngành hàng không Việt Nam.

***Câu hỏi nghiên cứu sẽ được làm rõ trong luận án***

Ngành hàng không Việt Nam hiện đang ở cấp độ nào về năng lực cạnh tranh?

Các yếu tố nào ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh ngành hàng không nói chung và hàng không Việt Nam nói riêng?

Để nâng cao năng lực cạnh tranh ngành hàng không Việt Nam cần đưa giải pháp gì cụ thể và phù hợp?

**4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của luận án là năng lực cạnh tranh ngành vận tải hàng không Việt Nam. Phạm vi nghiên cứu được giới hạn như sau:

***Về không gian***: Nghiên cứu về năng lực cạnh tranh ngành vận tải hàng không Dân Dụng Việt Nam và hàng không Dân Dụng Thế giới (Giới hạn phạm vi vận tải hành khách và vận tải hàng hóa) bao gồm các hãng hàng không trong nước như: VNA, Vietjet (2012 đến 2017), Jetstar Pacific, Vasco và các hãng hàng không thành công và thất bại trong nước và trên thế giới.

***Thời gian:*** Giai đoạn 1993 đến 2017 và hướng phát triển đến năm 2035.

***Nội dung****:* Nâng cao năng lực cạnh tranh ngành hàng không Việt Nam. Phạm vi giới hạn tập trung vào lĩnh vực vận tải hàng không như: vốn, hạ tầng cơ sở, sản lượng, thị trường, liên minh, quản lý, nhân lực và công nghệ hàng không.

**5. Phương pháp nghiên cứu, nguồn dữ liệu và khung phân tích**

***Phương pháp nghiên cứu định tính*:** Khác với phương pháp nghiên cứu định lượng thường dùng số liệu, đo lường cụ thể để tiếp cận đối tượng cần nghiên cứu, phương pháp nghiên cứu định tính thu thập dữ liệu ở dạng định tính (dạng chữ, không đo lường bằng số liệu). Nói cách khác, nghiên cứu định tính là hướng tiếp cận thăm dò, mô tả và giải thích dựa vào các phương tiện khảo sát, kinh nghiệm, nhận thức, động cơ thúc đẩy, dự định, hành vi, thái độ. Trong luận án này, tác giả đã thực hiện phương pháp nghiên cứu định tính bằng việc khảo sát 4 chuyên gia trong lĩnh vực hàng không Việt Nam (chi tiết xem phụ lục 4). Các thông tin trong việc phân tích ý kiến của các chuyên gia sẽ giúp tác giả hoàn thiện bảng câu hỏi nghiên cứu cũng như đưa ra được những nhận định trong việc tổng hợp năng lực cạnh tranh của ngành hàng không Việt Nam hiện nay.

 ***Phương pháp nghiên cứu định lượng*:**

***Thứ nhất,*** tác giả sử dụng bảng câu hỏi khảo sát đối với một số hành khách đi trên các chuyến bay của các hãng hàng không. Đồng thời, để đảm bảo các đánh giá có tính khách quan, tác giả cũng khảo sát một số chuyên gia trong lĩnh vực hàng không để thu thập các thông tin, đánh giá từ số liệu sơ cấp. Từ việc thu thập, tổng hợp số liệu của bảng câu hỏi, tác giả sử dụng phương pháp mô tả, thống kê số liệu nhằm đưa ra các phân tích, đánh giá về thực trạng của ngành HKVN cũng như các mong muốn của khách hàng đối với ngành HKVN hiện nay.

***Thứ hai*,** tác giả thu thập dữ liệu thứ cấp thông qua các tài liệu, báo cáo khoa học được chọn lọc, trích từ báo cáo của các hãng HKVN, các HHK quốc tế, báo cáo của Cục HKVN, Tổ chức HKDDQT (ICAO) và Hiệp hội VTHK Quốc tế (IATA). Bằng phương pháp đối chiếu, so sánh, tổng hợp và phân tích, tác giả thực hiện các đánh giá trên để thấy được bức tranh tổng thể thực trạng của ngành HKVN. Trên cơ sở các dữ liệu đó, tác giả tiếp tục sử dụng sử dụng phương pháp phân tích hồi quy nhằm đưa ra các ước tính, dự báo về tăng trưởng của ngành HKVN trong các giai đoạn tiếp theo. Các kết quả từ phân tích định lượng sẽ là một phần quan trọng để tác giả đưa ra các đề xuất, kiến nghị và các giải pháp trong luận án.

**6. Ý nghĩa khoa học của luận án**

Luận án đã thể hiện và đáp ứng được cơ sở nền tảng lý thuyết và thực tế sau

*Về lý thuyết*: Trên cơ sở lý luận từ tổng quan các công trình nghiên cứu về cạnh tranh, năng lực cạnh tranh và cạnh tranh hàng không chung của thế giới, dưới góc độ kinh tế học tác giả xây dựng được khung lý thuyết về công trình khoa học nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của ngành hàng không Việt Nam.

*Về thực tế*: Từ cơ sở lý thuyết và thực tiễn các công trình nghiên cứu trên, nghiên cứu sinh đã tổng hợp để viện dẫn từ lý luận đến thực tế, từ kinh nghiệm thành công và thất bại của các HHK trong nước và trên thế giới để đưa một đề tài mang tính ứng dụng có các nội dung là các nhóm giải pháp cụ thể với mong muốn được đưa vào ứng dụng phát triển ngành HKVN.

**7.** **Những đóng góp của luận án**

 Dựa trên lý thuyết của kinh tế học, luận án xây dựng được khung phân tích về NLCT. Trên cơ sở khung phân tích, luận án được trình bày có hệ thống NLCT của ngành VTHKVN dựa trên cơ sở lý thuyết và thực tiễn phù hợp với xu thế hội nhập quốc tế sâu rộng và nhận diện được mặt tích cực và hạn chế ngành VTHKVN, từ đó đề xuất định hướng và giải pháp nâng cao NLCT trong điều kiện mới. Luận án cũng đưa ra giải pháp mới, cụ thể và xác định được các tiêu chí nào là thiết yếu và cốt lõi áp dụng theo trình tự ưu tiên để nâng cao NLCT của ngành VTHK Việt Nam.

**8.** **Kết cấu của luận án**

Ngoài các phần Mở đầu, Kết luận, Phụ lục và Tài liệu tham khảo, nội dung chính của luận án dự kiến bao gồm 3 chương.

*Chương 1: Cơ sở lý luận về nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành hàng không Việt Nam.*

*Chương 2: Thực trạng hoạt động và năng lực cạnh tranh của ngành hàng không Việt Nam.*

*Chương 3. Định hướng và giải pháp nâng cao NLCT của ngành hàng không Việt Nam.*

**CHƯƠNG 1. Cơ sở lý luận về nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành Hàng không**

* 1. **Cạnh tranh và năng lực cạnh tranh**
		1. **Các khái niệm cơ bản về cạnh tranh**

Cạnh tranh là hiện tượng phổ biến trong tự nhiên, là mâu thuẫn quan hệ giữa các cá thể có chung một môi trường sống, môi trường kinh tế - xã hội đối với điều kiện nào đó mà các cá thể cùng quan tâm. Cạnh tranh kinh tế chính là những quan hệ kinh tế giữa các chủ thể của nền kinh tế thị trường, là sự ganh đua của các chủ thể kinh tế nhằm giành lấy lợi ích cao nhất trong sản xuất, tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ và các lợi ích khác... Theo nhà kinh tế Mỹ Porter, cho rằng cạnh tranh kinh tế là sự giành lấy thị phần. Bản chất của cạnh tranh là tối đa hóa lợi nhuận.

* + 1. **Các khái niệm về năng lực cạnh tranh**

Diễn đàn cao cấp về cạnh tranh công nghiệp của Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) đã định nghĩa về NLCT cho cả doanh nghiệp, ngành và quốc gia như sau: “NLCT là khả năng của các công ty, các ngành, các vùng hoặc khu vực siêu quốc gia trong việc tạo ra việc làm và thu nhập cao hơn trong điều kiện cạnh tranh quốc tế trên cơ sở bền vững”.

 Hiểu theo cấp độ ngành, là việc đấu tranh giành giật từ một số đối thủ về khách hàng, thị phần hay nguồn lực của ngành. Tuy nhiên bản chất của cạnh tranh ngày nay không phải tiêu diệt đối thủ mà chính là nguồn động lực buộc ngành, doanh nghiệp phải tạo ra và mang lại cho khách hàng những giá trị tăng cao hơn hoặc mới lạ hơn đối thủ để họ có thể lựa chọn mình mà không đến với đối thủ cạnh tranh.

* + 1. **Các cấp độ về năng lực cạnh tranh**

NLCT có thể được phân biệt thành 4 cấp độ: cấp độ sản phẩm, doanh nghiệp, ngành và quốc gia.

* 1. **Một số lý thuyết về năng lực cạnh tranh**
		1. **Lý luận cạnh tranh cổ điển**

Chủ nghĩa tự do kinh tế cổ điển ra đời ở Anh vào thế kỷ XVIII mà nhân vật đại biểu kiệt xuất là Adam Smith và David Ricardo. Theo Smith “Nếu tự do cạnh tranh, các cá nhân chèn ép nhau, thì cạnh tranh buộc mỗi cá nhân phải làm công việc của mình một cách chính xác, cạnh tranh và thi đua thường tạo ra sự cố gắng lớn nhất. Ngược lại, chỉ có mục đích lớn lao nhưng lại không có động cơ thúc đẩy thực hiện mục đích ấy thì rất ít có khả năng tạo ra được bất kỳ sự cố lớn nào”.

* + 1. **Lý luận cạnh tranh Karl Marx**

Lý luận cạnh tranh của Karl Marx nằm trong học thuyết giá trị thặng dư. Qui luật cạnh tranh cùng tác động với qui luật thặng dư. Theo ông, cạnh tranh trong nền kinh tế hàng hóa lấy qui luật giá trị làm tiền đề. Thông qua giá trị, cạnh tranh có vai trò điều tiết, phân phối yếu tố sản xuất, kích thích lực lượng sản xuất phát triển. Cạnh tranh thúc đẩy gia tăng giá trị thặng dư tương đối. Sản xuất giá trị thặng dư tương đối được thực hiện bằng cách rút ngắn thời gian lao động tất yếu, tiền đề nâng cao năng suất lao động xã hội.

* + 1. **Lý luận cạnh tranh của trường phái Tân cổ điển**

Lý luận về cạnh tranh hoàn hảo của trường phái Tân cổ điển cuối thế kỷ XIX, đại biểu là William Stanlet Jevons (1835-1882), Alfred Mashall (1842-1924), Léon Walras (1834-1910). Cạnh tranh hoàn hảo thúc đẩy các ngành điều chỉnh qui mô sản xuất tới điểm thấp nhất của chi phí bình quân. Kết quả họ đã cho ra đời tư tưởng về thể chế kinh tế cạnh tranh hoàn hảo lấy thị trường tự do hoặc chế độ trao đổi làm cốt lõi.

* + 1. **Lý luận cạnh tranh của Porter**

**Theo Porter thì NLCT của ngành gồm bốn yếu tố:**

***Các yếu tố bản thân ngành, doanh nghiệp***: Bao gồm các yếu tố về con người, các yếu tố về trình độ, các yếu tố về vốn… ***Nhu cầu của khách hàng*:** Thường thì doanh nghiệp có lợi thế về mặt này thì có hạn chế về mặt khác. Vấn đề cơ bản là, doanh nghiệp phải nhận biết được điều này và cố gắng phát huy tốt nhất những điểm mạnh mà mình đang có để đáp ứng tốt nhất những yêu cầu của khách hàng.

***Các lĩnh vực có liên quan và phụ trợ:*** Sự phát triển của ngành, doanh nghiệp không thể tách rời sự phát triển các lĩnh vực có liên quan và phụ trợ như: thị trường tài chính, công nghệ thông tin… ***Chiến lược của doanh nghiệp, cấu trúc ngành và đối thủ cạnh tranh***: Sự phát triển của hoạt động doanh nghiệp sẽ thành công nếu được quản lý và tổ chức trong một môi trường phù hợp và kích thích được các lợi thế cạnh tranh của nó. Sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp sẽ là yếu tố thúc đẩy sự cải tiến và thay đổi nhằm hạ thấp chi phí, nâng cao chất lượng dịch vụ.

* + 1. **Lý thuyết năng lực cạnh tranh vận dụng trong nghiên cứu luận án**

Nghiên cứu các chỉ tiêu tạo nên lợi thế cạnh tranh trong bối cảnh cạnh tranh khu vực và quốc tế của các doanh nghiệp hàng đầu Việt Nam hiện nay, tác giả nhận thấy có thể phân làm hai nhóm:

***Nhóm 1: Những lợi thế cạnh tranh cơ bản***

Lợi thế cạnh tranh cơ bản là những lợi thế cạnh tranh có được nhờ vào nội lực của doanh nghiệp.

***Nhóm 2: Những lợi thế cạnh tranh đặc thù***  **1.3. Các chỉ tiêu đo lường năng lực cạnh tranh của ngành**

**1.3.1. Đo lường năng lực cạnh tranh qua trình độ quản lý, nguồn nhân lực**

Trình độ quản lý

Nguồn nhân lực

**1.3.2. Đo lường qua qui mô và kết cấu hạ tầng ngành**

Hệ thống kết cấu hạ tầng phát triển đồng bộ, hiện đại sẽ thúc đẩy tăng trưởng kinh tế ngành, nâng cao năng suất, hiệu quả của nền ngành.

**1.3.3. Đo lường qua khả năng tài chính và huy động nguồn tài chính**

Khả năng tài chính hiểu theo nghĩa rộng là năng lực tài chính hay là vốn của một ngành hay một doanh nghiệp, bao gồm toàn bộ các nguồn lực tài chính khi đưa vào hoạt động vì mục đích kinh tế xã hội.

* + 1. **Đo lường theo các nhân tố nguồn lực nội tại**
			1. **Chiến lược cạnh tranh**

Chiến lược chi phí thấp nhất: Đầu tư thiết bị, cơ sở vật chất và tăng qui mô để giảm chi tiêu cho nghiên cứu phát triển (R&D) cũng như quảng bá và tiếp thị.

Chiến lược dị biệt hóa sản phẩm: Tạo ra sự khác biệt đối với các đối thủ cạnh tranh trên một mặt hàng, phương diện nào đó như: Thiết kế, hình ảnh, nhãn hiệu, công nghệ, dịch vụ khách hàng.

Chiến lược tập trung vào một phân khúc thị trường: Tập trung vào một nhóm khách hàng hoặc một khu vực địa lý.

* + - 1. **Đo lường năng lực cạnh tranh qua hiệu quả sản xuất kinh doanh**

Hiệu quả sản xuất kinh doanh là một trong các tiêu chí quan trọng đánh giá NLCT của một doanh nghiệp.

**1.3.5. Đo lường NLCT qua giá, chi phí, doanh số bán, thị phần, thương hiệu và hệ thống phân phối**

Để đánh giá mức độ chiếm lĩnh thị trường, NLCT so với các đối thủ trên cùng một thị trường, thường dựa vào các chỉ tiêu: doanh số bán, thị phần, thương hiệu và hệ thống phân phối.

**1.3.6. Đo lường qua trình độ khoa học công nghệ**

Trình độ khoa học công nghệ quyết định đến hai yếu tố cơ bản nhất tạo nên khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường, đó là chất lượng và giá bán.

**1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến cạnh tranh ngành**

**1.4.1. Môi trường vĩ mô**

**1.4.1.1. Thể chế chính trị và kinh tế**

Chính trị và pháp luật có tác dụng rất lớn đến sự phát triển của bất cứ doanh nghiệp nào, nhất là đối với những doanh nghiệp kinh doanh quốc tế.

**1.4.1.2. Chính sách kinh tế-xã hội**

Chính sách kinh tế xã hội là các hình thức mà nhà nước can thiệp vào nền kinh tế, thông qua các quyết định của nhà nước tác động lên các chủ thể hoạt động trong nền kinh tế hướng họ theo mục tiêu chung của quốc gia trên cơ sở những quy định của pháp luật hiện hành.

 **1.4.1.3. Yếu tố hội nhập**

Toàn cầu hóa cũng là cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp, các quốc gia trong việc phát triển sản xuất, kinh doanh.

**1.4.2. Môi trường ngành**

**1.4.2.1. Trình độ quản lý và nguồn nhân lực**

 Với đội ngũ nhân lực tốt, doanh nghiệp có thể có thể phát huy tốt đạt hiệu quả tối ưu. **1.4.2.2. Qui mô và kết cấu hạ tầng ngành**

Việc [xây dựng](http://tapchitaichinh.vn/tags/eMOieSBk4buxbmc%3D/xay-dung.html) hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ, hiện đại và quy mô sẽ là yếu tố quan trọng thúc đẩy quá trình cơ cấu nền kinh tế để nâng cao sức cạnh tranh.

**1.4.2.3. Nguồn vốn**

Trong nền kinh tế thị trường hiện nay, vốn là một yếu tố đầu vào quan trọng đối với các doanh nghiệp sản xuất, là yếu tố số một của mọi hoạt động sản xuất kinh doanh.

**1.4.2.4. Cạnh tranh nội bộ ngành**

Cạnh tranh trong nội bộ ngành là cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong cùng một ngành, sản xuất cùng loại hàng hóa, nhằm giành những điều kiện thuận lợi nhất trong sản xuất và tiêu thụ hàng hóa để thu được lợi nhuận siêu ngạch.

**1.4.2.5. Khả năng gia nhập của các doanh nghiệp mới**

**C**ác doanh nghiệp trong các ngành có mức sinh lợi cao thường tạo ra các hàng rào cản trở sự gia nhập mới bằng cách khai thác triệt để các lợi thế riêng của doanh nghiệp.

**1.4.2.6. Thị phần, thương hiệu, hệ thống phân phối và liên kết ngành**

Khả năng liên kết và hợp tác của doanh nghiệp thể hiện ở việc nhận biết các cơ hội kinh doanh mới, lựa chọn đúng đối tác liên minh và khả năng vận hành liên minh một cách có kết quả và đạt hiệu quả cao, đạt được các mục tiêu đặt ra.

**1.4.2.7. Nhu cầu trong nước và thế giới đối với sản phẩm của ngành**

Nhu cầu của thị trường luôn được xem là yếu tố bên ngoài có ảnh hưởng quan trọng quyết định đến khả năng thành công của mỗi doanh nghiệp, ngành kinh doanh.

**1.4.2.8*.* Hệ thống trao đổi và xử lý thông tin**

Thông tin được coi là một hàng hóa, là đối tượng kinh doanh và nền kinh tế thị trường hiện nay được coi là nền kinh tế thông tin hóa.

**1.4.2.9. Khoa học công nghệ**

Khoa học công nghệ tác động mạnh mẽ đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua chất lượng sản phẩm và giá bán bất kỳ một sản phẩm nào được sản xuất ra cũng đều phải gắn với một công nghệ nhất định.

**Hình 1.1: Năng lực cạnh tranh vi mô và vĩ mô**



 *Nguồn: Tổng hợp từ nghiên cứu*

* 1. **Năng lực cạnh tranh ngành hàng không**
		1. **Đặc điểm ngành hàng không**
			1. **Sản phẩm**

Sản phẩm hàng không là vô hình, không có hình dạng kích thước, trọng lượng nhưng vẫn có tính vật chất, nó cũng mang hai thuộc tính của hàng hóa thông thường. Sản phẩm và dịch vụ hàng không có thuộc tính giá trị, thể hiện ở sức lao động kết tinh trong đó và trên thị trường nó cũng biểu hiện bằng giá cả.

* + - 1. **Lĩnh vực hoạt động và phương tiện kinh doanh**

Lĩnh vực chủ yếu của ngành VTHK là HĐKD vận tải hành khách, hành lý và hàng hóa bằng phương tiện máy bay, các dịch vụ đồng bộ trong dây chuyền vận tải.

* + - 1. **Qui mô và sở hữu**

Ngành hàng không có quy mô lớn về: vốn, tài sản, hạ tầng cơ sở, trang thiết bị, đội máy bay, thị trường, mạng đường bay, khối lượng vận chuyển, doanh thu và lao động, số lượng hành khách, hàng hóa, các HHK không ngừng mở rộng thị trường, mạng đường bay trong khu vực và phạm vi toàn cầu làm tăng qui mô sở hữu tài sản và thâm dụng lao động.

* + - 1. **Liên minh hàng không**

Liên minh hàng không là các tổ chức hàng không của một số nước liên kết với nhau trên cơ sở về phân chia thị phần, đường bay để vận chuyển hành khách và hàng hóa.

* + - 1. **Nguồn nhân lực**

Lực lượng lao động của ngành HKVN tương đối trẻ, năng động, có sức khỏe tốt so với các ngành nghề khác, được đào tạo kiến thức chuyên môn sâu có và khả năng tiếp thu chuyển giao công nghệ nhanh.

* + - 1. **Khoa học công nghệ**

Hàng không là ngành có tốc độ đổi mới công nghệ cao, được ứng dụng tất cả các thành tựu khoa học công nghệ mới nhất trên thế giới.

* + - 1. **Ngôn ngữ hàng không**

Hàng không có ngôn ngữ riêng trong hoạt động trên không và mặt đất. Nhân viên tham gia trong lĩnh vực đặc thù của ngành hàng không phải sử dụng ngôn ngữ này.

* + 1. **Các yếu tố nâng cao năng lực cạnh tranh ngành vận tải hàng không Việt Nam**

Hàng không là một ngành đặc thù nên có những đặc điểm không giống với các ngành khác do vậy yếu tố cạnh tranh cũng dựa trên các tiêu chí và đặc điểm khác.

* + - 1. **Năng lực cạnh tranh qua trình độ quản lý và nguồn nhân lực chất lượng cao**

**Đ**ể đẩy mạnh doanh thu và lợi nhuận cao, tăng cường vị thế, giành thị phần, các HHK tăng cường nhân sự có trình độ quản lý cao để đáp ứng yêu cầu trên nên thiếu nguồn nhân sự.

* + - 1. **Năng lực cạnh tranh qua hệ thống phân phối, thương hiệu, thị phần, liên minh liên kết**

Năng lực cạnh tranh qua hệ thống phân phối

Năng lực cạnh tranh qua thương hiệu

 Năng lực cạnh tranh qua thị phần và liên minh liên kết trong nước

 Năng lực cạnh tranh qua thị phần và liên minh liên kết ngoài nước

 VTHK có tính quốc tế cao, liên quan đến các vấn đề như chủ quyền quốc gia, không phận và vùng kiểm soát không lưu, hành khách và mạng đường bay của mỗi quốc gia và do đó ảnh hưởng trực tiếp tới lợi ích kinh tế và an ninh quốc phòng của doanh nghiệp, quốc gia.

* + - 1. **Năng lực cạnh tranh qua khả năng tài chính và huy động các nguồn tài chính**

Do công cụ lao động đặc thù của dịch vụ hành khách là máy bay, hệ thống quản lý điều hành bay hiện đại tiên tiến và thường xuyên được ứng dụng những thay đổi về công nghệ do đó cần nguồn vốn rất lớn.

* + - 1. **Năng lực cạnh tranh qua công nghệ**

Cùng với sự phát triển của nền khoa học kỹ thuật và sự phát triển nhanh chóng của cuộc cách mạng khoa học công nghệ, HKDD thế giới trong các thập kỷ qua có sự phát triển vượt bậc cả về quy mô, chất lượng.

* + - 1. **Năng lực cạnh tranh qua hiệu quả sản xuất kinh doanh**

Về cơ bản hiệu quả sản xuất kinh doanh đều dựa trên hiệu quả sử dụng tài sản, tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu, tỷ suất lợi nhuận trên vốn đầu tư và trên vốn tự có.

**1.6.** **Mô hình vận dụng trong nghiên cứu năng lực cạnh tranh ngành hàng không**

**1.6.1. Mô hình Kim Cương**

Mô hình đưa ra 4 nhân tố tác động qua lại lẫn nhau và quyết định lợi thế cạnh tranh quốc gia và vùng lãnh thổ đó là: Điều kiện đầu vào sẵn có, chiến lược cơ cấu và sự cạnh tranh của công ty, các điều kiện về nhu cầu, các ngành hỗ trợ và có liên quan.

**1.6.2. Mô hình 5 áp lực cạnh tranh**

Porter, đưa ra một khung lý thuyết mô hình hóa các ngành kinh doanh và cho rằng ngành kinh doanh nào cũng phải chịu tác động của năm lực lượng cạnh tranh.

* 1. **Kinh nghiệm nâng cao năng lực cạnh tranh ngành hàng không trên thế giới và trong nước**
		1. **Nghiên cứu kinh nghiệm thành công và thất bại của một số hãng hàng không trên thế giới và trong nước**

 Nghiên cứu những thành công để tìm ra chiến lược, giải pháp hay hơn, ít tốn chi phí, tiết kiệm thời gian và ưu việt hơn; Nghiên cứu những thất bại để né tránh khi lập kế hoạch và đề phòng những nguy cơ thất bại xảy ra.

* + 1. **Các bài học kinh nghiệm**

Mô hình về thị phần, thương hiệu, hệ thống phân phối mạng đường bay, liên minh.

Mô hình về khoa học công nghệ

Mô hình về thiết lập phương thức kinh doanh và dịch vụ an toàn chất lượng.

Mô hình về vốn, hạ tầng, quản trị, nhân sự.

**Tóm tắt chương 1**

Chương này đã trình bày những lý luận cơ bản về cạnh tranh, NLCT và nâng cao NLCT bao gồm: Sự cần thiết của việc nâng cao NLCT và cơ sở lý thuyết về NLCT thể hiện trong các lý luận cạnh tranh, các tiêu chí đo lường NLCT đối với các ngành kinh tế. Ngoài ra ngành hàng không có những đặc điểm riêng có thể mang lại sự thành công của ngành mà những ngành khác không cho là tiêu chí cốt lõi quan trọng hàng đầu đó là năng lực quản trị và ứng dụng khoa học công nghệ.

Điều kiện, các yếu tố đặc thù

về NLCT ngành HK

Lý thuyết cạnh tranh và NLCT

**Định lượng**

Đo lường NLCT, dự báo qui mô phát triển, cung cầu ngành hàng không

**Định tính**

Yếu tố, tiêu chí NLCT, những bài học kinh nghiệm trong nước, quốc tế

**Hình 1.4: Khung phân tích**

**Đề xuất giải pháp nâng cao NLCT ngành HKVN**

Phân tích đánh giá thực trạng hoạt động,

năng lực ngành HKVN giai đoạn 1993 đến 2017

**CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÀNH VẬN TẢI HÀNG KHÔNG VIỆT NAM**

**2.1. Khái quát ngành vận tải hàng không thế giới và hàng không Việt Nam**

**2.1.1. Ngành vận tải hàng không thế giới**

**2.1.1.1. Lịch sử phát triển ngành vận tải hàng không thế giới**

***Trước năm 1914: Thời kỳ sơ khai***

Ngành hàng không xuất hiện vào đầu những năm 1900 khi những nhà thiết kế máy bay ở một số quốc gia thành công trong việc thử nghiệm những chuyến bay đầu tiên.

***Giai đoạn 1914-1918: Ngành hàng không trong Chiến tranh Thế giới thứ I***

Sự phát triển và cải tiến về công nghệ, động cơ máy, vào cuối giai đoạn Chiến tranh Thứ I, nguồn cung máy bay vẫn dư thừa, nhiều doanh nghiệp sản xuất máy bay tuyên bố phá sản. Ngành hàng không rơi vào suy thoái. ***Giai đoạn 1918-1963: Kỷ nguyên của Airmail (Bưu phẩm gửi bằng máy bay)***

Dịch vụ vận chuyển bưu phẩm bằng máy bay ra đời. Doanh thu từ dịch vụ Airmail là nền tảng để tiếp tục xây dựng và phát triển ngành trong những năm tiếp theo.

***Giai đoạn 1964-1973: Phát triển***

Giai đoạn này, ngành hàng không bắt đầu phát triển mạnh. Số lượng hành khách và hàng hóa vận chuyển hàng không tăng mạnh và liên tục.

***Giai đoạn 1974-1993: Khủng hoảng dầu mỏ và những thay đổi về chính sách***

Ngành hàng không trải qua hai sự kiện: Khủng hoảng dầu mỏ thế giới và bãi bỏ các quy định ràng buộc từ các chính phủ, khiến ngành hàng không Thế giới cạnh tranh gay gắt.

***Giai đoạn 1994-2002: Sự phát triển của mô hình hàng không giá rẻ***

Thế giới bước vào giai đoạn toàn cầu hóa, xác lập lại mô hình kinh doanh.

***Giai đoạn 2003-nay: Hồi phục và tăng trưởng***

Sau suy thoái năm 2001, hàng không thế giới đã hồi phục và tăng trưởng trở lại.

**2.1.1.2. Chuỗi giá trị toàn ngành hàng không thế giới**

***Chuỗi giá trị ngành vận tải hàng không thế giới***

Chuỗi giá trị ngành được chia thành hai nhóm: thượng nguồn và nhóm hạ nguồn. Nhóm thượng nguồn gồm có: các nhà sản xuất máy bay, phụ tùng; công ty cho thuê tài chính; các dịch vụ phụ trợ ngành hàng không như bảo trì máy bay, phục vụ mặt đất.

Nhóm hạ nguồn gồm có: các kênh phân phối hàng hóa và hành khách.

***Thị trường vận tải hành khách***

Trong phân khúc vận tải hàng hóa, doanh thu thường đến từ việc thu phí vận chuyển. Trong khi mảng vận tải hàng khách, doanh thu đến từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm: doanh thu từ bán ghế bay, từ các dịch vụ phụ trợ và doanh thu từ các phụ phí khác.

***Thị trường vận tải hàng hóa***

Sản lượng hàng hóa vận chuyển hàng không chiếm một tỷ trọng rất nhỏ trong tổng sản lượng hàng hóa vận tải, thấp hơn 1% trong tổng cơ cấu.

 **2.1.1.3. Cung cầu ngành vận tải hàng không thế giới**

***Cung - cầu vận tải hành khách***

Những năm qua, cung cầu ngành VTHK toàn thế giới không quá chênh lệch nhau. Nguyên nhân là do các hãng hàng không đều có thể linh động gia tăng hoặc thu hẹp số chuyến bay trong một ngày, phụ thuộc vào số lượng hành khách và hàng hóa cần vận chuyển.

***Cung bằng cầu vận tải hàng hóa***

Thị trường vận tải hàng hóa hàng không thế giới nhìn chung khá phân mảnh do mảng vận tải hàng hóa thường chỉ là dịch vụ đi kèm để khai thác tối đa hiệu suất trên mỗi chuyến bay vận chuyển hành khách.

**2.1.2. Ngành vận tải hàng không Việt Nam**

**2.1.2.1. Lịch sử phát triển ngành vận tải hàng không Việt Nam**

Lịch sử ngành HKVN còn rất non trẻ so với thế giới, chính thức được hình thành vào năm 1956 nhưng ngành HKVN chỉ thực sự bắt đầu phát triển từ năm 1993 khi Vietnam Airlines được thành lập. Giai đoạn 1956-1976: Thời kỳ đầu tiên

 Giai đoạn 1976-1982: Bước đầu tiến đến quốc tế

 Giai đoạn 1982-1993: Cảng hàng không được chú trọng phát triển

 Giai đoạn 1993-2004: Vietnam Airlines thành lập

Giai đoạn 2004-nay: Mô hình hàng không giá rẻ ra đời

**2.1.2.2. Đặc điểm ngành vận tải hàng không Việt Nam**

***Phân khúc vận tải hành khách***

Việt Nam có 4 hãng VTHK đang hoạt động là VNA, Vietjet Air, Jetstar Pacific và VASCO và 2 hãng vừa gia nhập là Vietstar Airlines và Viet Bamboo Airways.

***Phân khúc vận tải hàng hóa***

Vận tải hàng hóa HKVN chỉ chiếm dưới 1% tổng sản lượng hàng vận chuyển nhưng mang lại 26,4% tổng giá trị thương mại cho Việt Nam năm 2017. Vận tải hàng hóa hàng không chiếm khoảng 25% giá trị xuất nhập khẩu của Việt Nam.

***Các tuyến vận tải hàng hóa nội địa***

Khả năng khai thác hàng hóa nội địa của các 4 hãng HKVN nhìn chung còn khá thấp. Về thị phần vận chuyển hàng hóa nội địa, VNA gần như chiếm tỷ lệ tuyệt đối trong thị phần vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không tại thị trường nội địa Việt Nam.

***Các tuyến vận tải hàng hóa quốc tế***

Tính đến năm 2017, đã có 55 hãng hàng không nước ngoài với gần 100 đường bay quốc tế đi, đến Việt Nam; và 4 hãng hàng không trong nước khai thác vận chuyển hàng hóa. Sản lượng khai thác hàng hóa hàng không đi quốc tế đạt khoảng 1.023.000 tấn trong năm 2017, tỷ lệ tăng trưởng trung bình khoảng 17,4%/năm giai đoạn 2011-2017.

**2.1.2.3. Cung cầu ngành vận tải hàng không Việt Nam**

Năm 2017, lượng hành khách vận chuyển HKVN đạt 52 triệu người, tăng 24,4% so với năm 2016 và vượt mốc kỷ lục của năm 2015 (40 triệu người, +20,8% YoY). Theo dự báo của IATA, Việt Nam là thị trường có tốc độ tăng trưởng thứ 5 thế giới về lượt khách hàng năm trong giai đoạn 2015-2035. **2.1.2.4. Các yếu tố trọng yếu tác động đến ngành hàng không Việt Nam**

GDP bình quân đầu người

Dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)

 Du lịch

Tỷ giá và lãi suất

**2.1.2.5. Cơ cấu tổ chức**

***Các công ty vận tải hàng không Việt Nam***

Đến thời điểm 2017, HKVN có 4 doanh nghiệp VTHK chính gồm có: Vietnam Airlines (VNA), Jetstar Pacific, Vasco và Vietjet. VNA thành lập năm 1993, Pacific Airlines 1995, VASCO 1995; Vietjet 2011.

***Mạng đường bay quốc tế***

Năm 2018 HKVN có mạng đường bay rộng khắp tới 53 điểm tại châu Á Thái Bình Dương, châu Âu, Mỹ. Thị trường Đông Bắc Á: Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông và Trung Quốc. Thị trường Đông Nam Á: ASEAN. Thị trường Châu Âu chủ yếu là Pháp, Nga và Đức, Anh trong đó thị trường Pháp đóng vai trò trung chuyển giữa Việt Nam và khu vực Châu Âu.

***Chức năng nhiệm vụ***

Chức năng chính của HKVN là vận chuyển hành khách và hàng hóa. Với 38 đường bay tới 21 tỉnh, thành phố trên khắp mọi miền đất nước và 47 ĐBQT tại châu Á, châu Úc và châu Âu. Đội máy bay của HKVN hầu hết là loại tầm ngắn và tầm trung phục vụ các đường bay dưới 5 giờ bay. Loại tầm trung xa và xa đang được đầu tư nhưng không nhiều. Số lượng máy bay sở hữu chỉ chiếm gần 2/3, còn lại là thuê khô hoặc thuê ướt. Hiện nay HKVN chưa có máy bay chuyên dụng chở hàng.

***Cơ cấu tổ chức Vietnam Airlines***

VNA chịu sự quản lý trực tiếp của Chính phủ và Bộ Giao thông vận tải đối với tất cả các qui định quản lý nhà nước do pháp luật quy định, chịu sự quản lý nhà nước của các bộ, cơ quan ngang bộ, cơ quan thuộc Chính phủ với tư cách là cơ quan quản lý nhà nước theo chuyên ngành. Cục HKVN là cơ quan quản lý Nhà nước chuyên ngành HKDD chi phối VNA về chiến lược, quy hoạch, kế hoạch và chính sách phát triển, chính sách vận tải, an toàn, an ninh, khoa học công nghệ, môi trường.

***Hãng hàng không Vietjet***

Cơ cấu tổ chức của Công ty hiện tại bao gồm 01 trụ sở chính và các chi nhánh, văn phòng đại diện khác.

**2.1.2.6. Kết quả hoạt động kinh doanh ngành hàng không Việt Nam**

***Thị trường vận tải hàng không nội địa***

Mạng đường bay nội địa của HKVN được thiết kế theo kết cấu trục nan với các đường bay đi - đến các địa phương chủ yếu từ ba thành phố lớn của ba khu vực là Hà Nội, Đà Nẵng và TP. HCM. Tính đến hết năm 2017 có 38 đường bay bay quốc nội, 47 ĐBQT, trong đó đường bay trục Bắc - Nam nối liền 3 TP. Hà Nội - Đà Nẵng - Hồ Chí Minh chiếm hơn 65% tổng lượng khai thác cũng như vận chuyển nội địa.

***Thị trường vận tải hàng không quốc tế***

Mạng đường bay quốc tế của HKVN tính đến hết tháng 5/2018 có 47 ĐBQT với mạng bay rộng khắp tới 53 điểm tại châu Á Thái Bình Dương, châu Âu, Mỹ. Cụ thể: Đối với thị trường HKQT của Việt Nam, thị trường Đông Bắc Á bao gồm Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng Kông và Trung Quốc giữ một vai trò quan trọng với tốc độ tăng trưởng bình quân gần 13% năm trong giai đoạn 1998-2007.

Khu vực Đông Nam Á là thị trường truyền thống đứng thứ hai chiếm 31,8% thị phần vận chuyển hành khách và hơn 20% thị phần vận chuyển hàng hóa vào năm 2017.

Thị trường Châu Âu chủ yếu là Pháp, Nga và Đức, Anh tương đối ổn định, trong đó thị trường Pháp đóng vai trò điểm trung chuyển giữa Việt Nam và khu vực Châu Âu với khối lượng vận chuyển hành khách và hàng hóa năm chiếm khoảng 11% thị phần.

***Qui mô, tốc độ tăng trưởng và hoạt động kinh doanh của Vietnam Airlines***

Cuối năm 2011, VNA chiếm khoảng 80% thị phần thị trường hàng không nội địa tại Việt Nam, các phần trăm thị phần còn lại thuộc về Jetstar Pacific Airlines - JPA (17%), và Air Mekong, Vasco và VietjetAir (chia sẻ 3% còn lại).

Năm 2012 sản lượng vận chuyển của các hãng HKVN là 17,5 triệu lượt hành khách, xấp xỉ 201 nghìn tấn hàng hóa tăng tương ứng 5,2% về hành khách và 1,98% về hàng hóa so với năm 2011.

Năm 2016, VNA vận chuyển hơn 20,6 triệu lượt hành khách, tăng hơn 21% so với cùng kỳ năm trước. Hệ số sử dụng ghế toàn mạng đạt 81%. Sản lượng vận chuyển hàng hóa đạt hơn 270.000 tấn, tăng 31% so với năm 2015 và vượt 13% so với kế hoạch. VNA là HHK tại Việt Nam có mạng bay rộng lớn nhất, với tần suất khai thác dày đặc và lịch bay nối chuyến thuận tiện.

***Qui mô, tốc độ tăng trưởng và hoạt động kinh doanh Vietjet***

Vietjet bắt đầu khai thác chuyến bay thương mại đầu tiên vào ngày 24/12/2011. Chỉ sau một năm, Công ty mở thêm 6 đường bay nội địa đến Đà Nẵng, Hải Phòng, Vinh, Nha Trang, Đà Lạt, và Huế. Đến thời điểm 31/12/2012, Công ty đã đạt 8,0% thị phần nội địa, đạt 15% đến 31/12/2013, tăng lên mức 29,6% tại thời điểm 31/12/2014, 37,1% vào thời điểm 31/12/2015, 41% trong năm 2016 và 41.5% so với 42.5% của VNA năm 2017. Tiếp tục phát triển các đường bay trong nước cũng như mở rộng thị trường sang khu vực Bắc Á, tính đến cuối năm 2017, Vietjet khai thác 38 đường bay trong nước và 44 ĐBQT kết nối các thành phố có hơn 1/2 tổng dân số toàn cầu. Hãng đã vận hành 98.805 chuyến bay, chuyên chở 17,11 triệu hành khách, tăng 22% so với năm 2016.

**2.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh ngành hàng không Việt Nam**

**2.2.1. Môi trường vĩ mô**

**2.2.1.1. Thể chế, chính sách Nhà nước và hành lang pháp lý**

Việt Nam đã và đang thực hiện đường lối đổi mới kinh tế nhằm phát huy nội lực của các thành phần kinh tế, thúc đẩy cổ phần hóa, tiếp tục cải tổ một cách toàn diện các lĩnh vực luật pháp, hành chính, tài chính - ngân hàng. Việt Nam tiếp tục khẳng định đường lối hội nhập, tăng cường quan hệ đa phương và song phương trong khuôn khổ khu vực và toàn cầu, phù hợp với xu thế toàn cầu hóa. Tình hình chính trị được ổn định, luật pháp rõ ràng thu hút nguồn vốn từ các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Song song với tiến trình hội nhập quốc tế, Nhà nước tiếp tục có các chính sách cải thiện môi trường đầu tư, tăng sự hấp dẫn đầu tư nước ngoài, chú trọng đầu tư của các công ty đa quốc gia.

**2.2.1.2. Chính sách quản lý vận tải hàng không**

Nhà nước đã thi hành chính sách bảo hộ hợp lý các HHK trong nước bằng việc chỉ cho phép các HHK trong nước được khai thác trên thị trường nội địa, còn thị trường quốc tế thực hiện chính sách điều tiết đảm bảo tỷ lệ cân bằng về khả năng cung ứng thực tế giữa HHK của Việt Nam và HHK nước ngoài theo nguyên tắc trao đổi thương quyền.

**2.2.1.3. Yếu tố hội nhập**

Toàn cầu hóa cũng là cơ hội và thách thức cho các doanh nghiệp HKVN. Toàn cầu hóa tạo ra mặt bằng chung đồng bộ về dịch vụ ngành. Do vậy đòi hỏi các doanh nghiệp phải điều chỉnh để phù hợp với các tiêu chuẩn chung của ngành hàng không thế giới như.

**2.2.2. Môi trường ngành**

**2.2.2.1. Trình độ quản lý và nguồn nhân lực chất lượng cao**

**S**ố nhân lực hiện có của ngành đang “co lại”, sự già hóa không tránh khỏi của dân số, tỷ lệ sinh giảm và các yếu tố khác như việc các tài năng trẻ bị thu hút bởi các ngành công nghệ cao trong tương lai, khiến cho việc tuyển dụng phi công và các NNL khác trở thành một thách thức với ngành hàng không. Do vậy ngành HKDD phải làm tốt hơn để thu hút và giữ chân các nhân lực lành nghề cần thiết trong những thập kỷ tới.

**2.2.2.2. Quy mô và kết cấu hạ tầng ngành**

Việt Nam nằm ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương, khu vực có số lượng dân cư đông nhất, tiềm lực kinh tế mạnh và đặc biệt là khu vực có các hoạt động kinh tế năng động và phát triển nhất. Bên cạnh đó, với lợi thế nằm trên trục giao thông Đông - Tây và Bắc - Nam, là những trục giao thông quan trọng và đông đúc nhất trên thế giới, Việt Nam có tiềm năng rất lớn về giao thông, đặc biệt là giao thông hàng không.

**2.2.2.3. Nguồn vốn**

Đẩy mạnh xã hội hóa đầu tư hạ tầng hàng không là giải pháp tối ưu vì đầu tư từ NSNN cho hạ tầng hàng không chỉ chiếm 1,8% trong toàn bộ nguồn vốn cấp cho ngành giao thông vận tải hằng năm và chỉ đáp ứng 60% nhu cầu vốn thực tế.

**2.2.2.4. Hệ thống phân phối, thương hiệu, thị phần và liên minh liên kết**

**- *Hệ thống phân phối***

***Kênh phân phối qua Internet***

Kênh phân phối qua Internet có một lợi thế đáng kể so với các kênh phân phối khác là chi phí vận hành thấp hơn. Thông qua hệ thống Internet, khách hàng có thể xem ngày khởi hành, lịch bay và giá vé tùy chọn cho mỗi chuyến bay. Internet là kênh phân phối đang được các HHK tập trung phát triển. Theo số liệu thống kê của Ngân hàng Thế giới, tỷ lệ người dùng Internet trên tổng dân số toàn cầu chiếm tỷ lệ đáng kể và đang có xu hướng tăng trưởng cao.

***Kênh phân phối qua điện thoại đi động***

Kênh phân phối qua điện thoại di động là kênh phân phối tăng trưởng nhanh nhất HHK với các ứng dụng điện thoại di động cho cả IOS và Android. Tương tự như kênh phân phối qua Internet, kênh phân phối qua điện thoại di động giúp giảm đáng kể chi phí hoạt động của HHK.

***Kênh phân phối qua đại lý***

Các HHK hợp đồng với các công ty và cá nhân làm đại lý cung cấp dịch vụ bán vé. Mỗi đại lý duy trì và phát triển cơ sở khách hàng riêng của mình và có thể áp một khoản phí giao dịch cho khách hàng tùy theo chính sách của hãng và hình thức hợp đồng với đại lý.

***Phòng vé và trung tâm dịch vụ khách hàng***

Khách hàng có thể mua vé máy bay thông qua trung tâm dịch vụ khách hàng hoạt động của các HHK.

***Các kênh khác***

Các HHK liên kết với các đơn vị bán lẻ như ngân hàng, hệ thống bưu chính Việt Nam và các ngân hàng, cửa hàng tiện lợi để hoạt động như điểm bán vé cũng như các điểm thu tiền bán vé máy bay thực hiện thông qua các kênh phân phối khác.

Hệ thống phân phối toàn cầu (GDS - Global Distribution System) cho phép tự động hóa các giao dịch giữa các bên thứ ba và các đại lý để cung cấp các dịch vụ phân phối vé máy bay, du lịch và lữ hành cho khách hàng toàn cầu.

* ***Thương hiệu***

Các HHK tận dụng thương hiệu có sẵn và uy tín lâu đời của hãng để thu hút lượng khách dùng dịch vụ và phương tiện vận chuyển của mình nhằm đạt doanh thu cao. Để có được điều này các HHK phải thực hiện nhiều biện pháp nâng cao vị thế và quảng bá hình ảnh thương hiệu đến khách hàng để giành lấy thị phần, đẩy mạnh các kênh bán, mở rộng phạm vi trong và ngoài nước.

***- Thị phần và liên minh liên kết ngành***

Hầu hết các HHK muốn phát triển và mở rộng đều liên kết hoặc là cổ đông của nhau tại các doanh nghiệp trong và ngoài ngành liên quan đến HĐKD của hãng mình để hình thành những công ty và tập đoàn hàng không lớn nhằm tăng qui mô, mở rộng mạng đường bay, chiếm lĩnh thị phần.

* + - 1. **Khoa học công nghệ hàng không**

Cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật và sự phát triển nhanh chóng cách mạng khoa học công nghệ, HKDD thế giới trong những thập kỷ qua có sự phát triển vượt bậc cả về quy mô, chất lượng. Trong những năm gần đây, các nhà sản xuất máy bay đã cho ra đời nhiều thế hệ máy bay mới có chỉ số kinh tế kỹ thuật tốt hơn, tiện nghi cho hành khách và người lái sử dụng.

* 1. **Thực trạng năng lực cạnh tranh của ngành vận tải hàng không Việt Nam**

**2.3.1. Trình độ quản lý, nguồn nhân lực và công nghệ**

Tổng số cán bộ - nhân viên của ngành VTHKVN tính đến thời điểm 31/12/2017 là 20.500người, VNA 15.000 người, chiếm 74%; Pacific Airlines 1.000 người chiếm 4%, Vasco 500 người chiếm 2%, Vietjet chiếm khoảng 4.000 người chiếm 20%.

***Nguồn nhân lực phi công***: VNA, Vietjet, Jetstar Pacific, Vasco, Hải Âu đang sử dụng chủ yếu nguồn lực phi công từ nguồn thuê phi công nước ngoài và nguồn tuyển dụng học viên đào tạo trong nước rồi đưa đi đào tạo nước ngoài sau đó về phục vụ các hãng.

Hiện nay hầu hết các hãng HKVN đã áp dụng chính sách xã hội hóa về đào tạo phi công cơ bản theo phương thức các học viên tự túc chi phí đào tạo, ký cam kết tuyển dụng sau đào tạo và có chính sách cụ thể khuyến khích thu hút nhân tài.

***Nguồn nhân lực thợ kỹ thuật***:

Được đào tạo từ các cơ sở đào tạo chung tại các trường đại học chuyên ngành sau đó được HHK đưa đi đào tạo nước ngoài.

***Nguồn nhân lực điều hành khai thác mặt đất***  Nhìn chung NNL của ngành HKVN còn thiếu rất nhiều, đặc biệt là thiếu những nhà lãnh đạo tầm vĩ mô có tầm nhìn và có chiến lược kinh doanh để đưa ra chính sách phù hợp đạt hiệu quả kinh doanh mong muốn để nâng cao năng lực cạnh tranh.

**2.3.2. Qui mô và kết cấu hạ tầng ngành**

Hiện nay HKVN đã được Nhà nước đầu tư đáng kể về hạ tầng cơ sở như: hạ tầng sân bay, nhà ga của 22 sân bay trong nước. Tuy nhiên công suất không đáp ứng được lượng khách cả nội địa và quốc tế.

* + 1. **Năng lực tài chính và huy động nguồn tài chính**

Khả năng tài chính và vốn đầu tư yếu. Đây là bài toán khó nhất đối với việc đầu tư mua sắm máy bay, trang thiết bị kỹ thuật, nâng cấp đào tạo con người, chuyển giao công nghệ khai thác - bảo dưỡng, và duy trì sức cạnh tranh trên thị trường.

**Huy động vốn của Vietnam Airlines**

Năm 2016, VNA đã phát hành cổ phiếu riêng lẻ cho nhà đầu tư chiến lược nước ngoài ANA Holdings Inc (Nhật Bản), nâng quy mô vốn điều lệ đạt mức 12.275 tỷ đồng. Tại thời điểm 31/12/2016, VNA có tổng tài sản hợp nhất gần 96.500 tỷ đồng, tăng gần 7.300 tỷ đồng so với năm 2015, trong đó Công ty mẹ đạt hơn 87.000 tỷ đồng, tăng gần 3.500 tỷ đồng; vốn chủ sở hữu hợp nhất đạt gần 16.250 tỷ đồng, tăng hơn 4.100 tỷ đồng.

**Huy động vốn của Vietjet**

HĐKD của Vietjet đòi hỏi nhiều vốn. Trong quá khứ, Vietjet sử dụng vốn vay ngắn hạn để thanh toán một phần các chi phí trả trước theo tiến độ mua các máy bay và dự định sẽ tiếp tục vay thêm dài hạn để trang trải cho kế hoạch mua sở hữu thêm các máy bay mới phục vụ cho việc mở rộng đường bay.

**Hiệu quả khai thác kinh doanh của VNA và Vietjet**

***Thực trạng hiệu quả khai thác kinh doanh của VNA***

Với hiệu quả sử dụng tài sản = Doanh thu thuần/Tổng tài sản (Tổng vốn đầu tư)

Hiệu quả sử dụng tài sản năm 2013 tốt, sau đó giảm xuống đến năm 2015 nhưng sau đó có tăng lên lại từ năm 2016 đến năm 2017.

Tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu = Lợi nhuận/Vốn CSH theo thống kê từ năm 2015-2017 thì tỷ suất lợi nhuận giảm năm 2014 nhưng sau đó tăng dần từ năm 2015 đến năm 2017. Giá cổ phiếu cao nhất hơn 50.000đ/CP với vốn hóa 2017: 2,4 tỷ USD.

***Thực trạng hiệu quả khai thác kinh doanh của Vietjet***

Hiệu quả sử dụng tài sản năm 2013 tốt, sau đó giảm xuống nhưng đến năm 2015 có tăng lên lại và từ năm 2016 đến năm 2017 có tăng. Nhìn chung hiệu quả sử dụng tài sản của HHK Vietjet tốt.

* + 1. **Chi phí, giá dịch vụ, doanh số, thị phần, thương hiệu, hệ thống phân phối và liên kết ngành**

***Chi phí đầu vào***

Cơ cấu chi phí đầu vào giữa hàng không truyền thống (FSC) và hàng không giá rẻ (LCC) có một số khác biệt. Nhìn chung chi phí nhiên liệu và chi phí nhân công chiếm tỷ trọng cao nhất, lần lượt dao động từ 33-36% và 20-28%. Đứng thứ hai là chi phí bảo trì, bảo dưỡng máy bay, với tỷ trọng bình quân 9% đối với hàng không truyền thống và 14% đối với hàng không giá rẻ. Chi phí marketing cũng là chi phí quan trọng trong đầu vào của ngành, chiếm tỷ trọng 5-7%.

***Chi phí nhân công và sân bãi*:** Mô hình kinh doanh giữa hàng không truyền thống và hàng không giá rẻ có nhiều điểm khác nhau. Trong đó, mô hình hàng không giá rẻ chủ yếu chỉ tập trung vào các dịch vụ đơn giản nhằm tạo lợi thế về giá so với các hãng hàng không truyền thống. Do đó, chi phí nhân công và sân bãi của các hãng hàng không giá rẻ thường thấp hơn các hãng hàng không truyền thống.

***Chi phí nhiên liệu*:** Ngành HKVN sử dụng chủ yếu là xăng máy bay (Jet Kerosene), được sản xuất bằng cách chưng cất dầu thô. Do đó, giá của loại xăng này cũng biến động theo giá dầu thô thế giới.

***Giá dịch vụ***

Giá vé vận chuyển giảm nhờ giá dầu thô tiếp tục ở vùng thấp so với quá khứ. Trong bối cảnh giá xăng nhiên liệu vẫn đang suy giảm so với giai đoạn 2011-2015 nhờ giá dầu thô thế giới vẫn đang ở mức thấp.

***Hệ thống phân phối***

Vietnam Airlines vàVietjet Air đều có 6 kênh phân phối chính: (1) Internet và điện thoại di động; (2) đại lý vé máy bay; (3) phòng vé; (4) trung tâm dịch vụ khách hàng; (5) đơn vị bán lẻ và ngân hàng liên kết; và (6) hệ thống phân phối toàn cầu.

***Thương hiệu***

Chiến lược marketing được các hãng HKVN xác định là tương tác trực tiếp với khách hàng tiềm năng thông qua các phương tiện truyền thông số và trung tâm dịch vụ khách hàng để nhấn mạnh sự cạnh tranh về giá vé thấp, như được thể hiện trong slogan và các quảng cáo.

***Thị phần và liên minh liên kết***

Hiện có 63 HHK nước ngoài từ 25 quốc gia và vùng lãnh thổ khai thác 105 ĐBQT thường lệ đến Việt Nam làm cho sự cạnh tranh với các HHK trong nước ngày càng khốc liệt. Số lượng điểm đến của hãng thêm 83 điểm, trong đó có 26 điểm tại Châu Á, 22 điểm tại Châu Mỹ, 34 điểm tại Châu Âu và 01 điểm tại Châu Phi

**Bảng 2.5: Vận chuyển hành khách và hàng hóa của thị trường VTHKVN**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Năm/giai đoạn** | **Vận chuyển HK (tr. Khách)** | **Vận chuyển HH (1.000 tấn)** |
|  | Quốc tế | Nội địa | Tổng | Quốc tế | Nội địa | Tổng |
| **1990** | 0,58 | 0,78 | 1,36 | 13 | 3 | 16 |
| **2000** | 2,97 | 1,88 | 4,85 | 79 | 23 | 102 |
| **2010** | 10,73 | 10,35 | 21,07 | 336 | 124 | 460 |
| **2017** | 28,42 | 33,48 | 61,90 | 905 | 231 | 1.136 |
| **1990-2000** | 17,8% | 9,2% | 13,6% | 19,8% | 24,9% | 20,8% |
| **2001-2010** | 13,7% | 18,6% | 15,8% | 15,5% | 18,3% | 16,2% |
| **2011-2017** | 14,9% | 18,3% | 16,6% | 15,2% | 9,3% | 13,8% |
| **1990-2017** | 15,5% | 14,9% | 15,2% | 17,0% | 18,2% | 17,2% |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

**2.3.5.** **Thực trạng trình độ khoa học công nghệ**

***Đánh giá về đội máy bay của hàng không Việt Nam***

Đội máy bay thuộc loại tiên tiến, hiện đại nhất trên thế giới do 2 hãng chế tạo máy bay thương mại hàng đầu là Boeing (Mỹ) và Airbus (Châu Âu). Đội máy bay của HKVN có mức độ tiện nghi và an toàn cao trên thế giới. Hiện nay tất cả các máy bay của VNA đang dùng là dòng máy bay Airbus A350-900, Boeing 787-800. ***Đánh giá về các phần mềm ứng dụng của Vietnam Airlines và Vietjet***

Hiện tại VNA đưa vào ứng dụng phần mềm ứng dụng đặt vé toàn cầu qua các hệ thống Webportal, Sabre. Các hoạt động bay, an toàn bay, tài liệu bay được quản lý bởi hệ thống phần mềm EFB. Vietjet hiện sử dụng trên 20 phần mềm tiên tiến để quản lý các hoạt động của hãng.

**2.4.** **Đánh giá chung về năng lực cạnh tranh ngành hàng không Việt Nam.**

**2.4.1. Những thành tựu nổi bật trong năng lực cạnh tranh ngành vận tải HKVN**

*Thứ nhất*, trong khoảng hai thập kỷ qua ngành HKDD Việt Nam đã có bước tiến vượt bậc hội nhập với HKTG, thích ứng với môi trường cạnh tranh trong nước và quốc tế.

*Thứ hai,* trong thời gian qua cơ chế quản lý và vận hành ngành VTHK đã thay đổi cơ bản. Các DNHK đã được đa dạng hóa sở hữu, có sự tham gia tích cực của các HHK tư nhân, vận hành theo cơ chế thị trường.

*Thứ ba,* nhân lực ngành VTHK từ đội ngũ quản trị đến phi công chuyên gia và nhân viên, đều có sự phát triển vượt bậc cả về lượng và chất.

*Thứ tư*, HKVN đã phát triển và mở rộng các đường bay đi đến các châu lục trên thế giới cũng như mở rộng thị phần ở các thỉ trường mới nổi.

*Thứ năm,* năng lực quản trị tài chính và hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp VTHK ngày càng được cải thiện. Nguồn vốn đầu tư cho đội máy bay sở hữu gia tăng và tỷ lệ vay để đầu tư giảm dần theo thời gian.

*Thứ sáu,* ngành HKVN từng bước tái cấu trúc mô hình kinh doanh cho phù hợp với năng lực quản trị của ngành nhưng vẫn đảm bảo tính ổn định và phát triển bền vững.

*Thứ bảy*, các doanh nghiệp VTHKVN đã bắt đầu tham gia thị trường quốc tế khẳng định được vị thế của HKVN trong việc liên kết với các liên minh hàng không.

 **2.4.2.** **Những hạn chế ảnh hưởng NLCT ngành vận tải hàng không Việt Nam**

Bộ máy của các doanh nghiệp VTHK của Việt Nam hiện nay còn cồng kềnh; Cơ cấu giá thành sản phẩm chưa thật hợp lý; Việc chuyển giao công nghệ bảo dưỡng máy bay và mua sắm máy bay còn nhiều hạn chế; Năng lực tài chính thấp chưa đáp ứng đầy đủ được nhu cầu phát triển và đổi mới công nghệ.

**2.4.3.** **Phân tích ma trận SWOT**

**2.4.3.1. Điểm mạnh (Strenthen)**

Ngành HKVN là một trong các ngành kinh tế mũi nhọn của Việt Nam được Chính phủ, Bộ Giao thông vận tải hỗ trợ nhiều trong việc tái cấu trúc hệ thống các cảng hàng không và giao thông đường bộ đồng bộ, đường sắt, đường thủy để hỗ trợ ngành giao thông VTHK phát triển. Các hãng HKVN đang trong thời kỳ đổi mới, tăng trưởng cả về quy mô và chất lượng, có lợi thế, thuận lợi trong việc áp dụng những chủng loại máy bay và công nghệ khoa học - kỹ thuật tiên tiên nhất. Chất lượng dịch vụ của các hãng HKVN ngày càng được nâng cao, đã đạt được trình độ chung của thế giới.

 **2.4.3.2. Điểm yếu (Weak)**

***Hạn chế về cơ sở hạ tầng sân bay và kiểm soát không lưu***

Nhiều sân bay ở Việt Nam chưa được trang bị khai thác các chuyến bay đêm làm giảm tính linh hoạt của các HHK trong việc cung cấp dịch vụ du lịch hàng không đến các địa điểm này. Việc mở rộng kinh doanh của HHK bao gồm các điểm đến mới và tăng tần suất trên các tuyến đường có thể làm tăng nguy cơ chậm chuyến và làm giảm hiệu quả khai thác.

***Nguồn cung ứng và khai thác máy bay***

Số lượng máy bay tầm ngắn và tầm trung chưa đáp ứng đủ nhu cầu khai thác, kể cả trong nước và quốc tế. Số lượng máy bay tầm xa còn quá mỏng nên hạn chế trong việc khai thác các đường bay xuyên lục địa đi châu Âu, châu Mỹ...

***Khả năng huy động vốn tài trợ đầu tư mở rộng hoạt động kinh doanh***

Trong quá khứ, HKVN sử dụng vốn vay ngắn hạn để thanh toán một phần các chi phí trả trước theo tiến độ mua các máy bay và dự định sẽ tiếp tục vay thêm dài hạn để trang trải cho kế hoạch mua sở hữu thêm các máy bay mới phục vụ cho việc mở rộng đường bay.

***Các điểm yếu khác***

Chất lượng dịch vụ của các hãng HKVN vẫn còn khá hạn chế, hành khách sử dụng dịch VTHK thường xuyên bị “delay”; Chuỗi dịch vụ logistics còn yếu kém; Các HHK VN đang chủ yếu tập trung phát triển vận tải hành khách, chưa chú trọng vào vận tải hàng hóa; Nguồn nhân lực cho ngành VTHK đang thiếu hụt.

**2.4.3.3. Cơ hội (Opportunity)**

Việc mở rộng hoạt động của các HHK giá rẻ trong các năm gần đây khiến giá vé máy bay các chặng nội địa trở nên rẻ ngang bằng với các phương tiện khác như ô tô, tàu hỏa trong khi thời gian di chuyển chỉ bằng 1/15-1/20. Cùng với việc thu nhập bình quân đầu người ngày càng tăng và dân số trẻ tác động lên xu hướng lựa chọn máy bay làm phương tiện di chuyển của người dân. Lượng khách quốc tế du lịch đến Việt Nam đã chạm mốc 12,9 triệu khách năm 2017, tăng mạnh hơn 30% so với năm 2016. Bên cạnh đó, thu nhập bình quân đầu người tại Việt Nam được IMF dự báo tăng trưởng khả quan trong những năm tới. Dòng vốn đầu tư FDI vào Việt Nam vẫn đang tăng nhanh, thúc đẩy nhu cầu vận tải hành khách lẫn hàng hóa. Việt Nam là quốc gia được dự báo có tốc độ tăng trưởng ngành du lịch cao nhất trong khu vực, đạt 7,9%/năm trong giai đoạn 2019-2020. Việt Nam hiện đang nới lỏng chính sách miễn visa với người nước ngoài.

**2.4.3.4. Nguy cơ (Threats)**

***Thách thức khi triển khai chiến lược tăng trưởng***

HKVN có lịch sử đạt được tốc độ tăng trưởng cao trong các năm qua nhờ vào việc tăng số lượng các tuyến đường bay và tần suất bay. Khi HHK bắt đầu khai thác một đường bay mới, hệ số sử dụng ghế và doanh thu ban đầu thường thấp hơn so với các đường bay đã khai thác trước đó; các chi phí quảng cáo và khuyến mãi cũng sẽ cao.

***Hãng hàng không phụ thuộc vào bên thứ ba để cung cấp dịch vụ tại sân bay***

Các phương tiện khai thác mặt đất và bảo dưỡng bao gồm bãi đỗ, ống lồng cửa ra máy bay, nhà xưởng bảo dưỡng, và các thiết bị hỗ trợ cũng rất cần được xây dựng tương thích với kế hoạch mở rộng của các HHK.

***Doanh thu của HHK phụ thuộc vào hệ thống phân phối của bên thứ ba***

Kênh bán hàng thông qua các đại lý là một kênh phân phối vô cùng quan trọng. Doanh thu của các HHK sẽ bị ảnh hưởng nếu các đại lý chọn ưu tiên bán vé cho HHK khác.

***Gia tăng chi phí bảo dưỡng đội bay và hiệu quả dịch vụ bảo dưỡng bên thứ ba***

Tuổi đời trung bình của đội bay một HHK là 4,5 năm tính đến thời điểm đưa vào khai thác. Tuổi đời của đội bay sẽ tăng lên sau thời gian đưa vào sử dụng và làm gia tăng chi phí bảo dưỡng và sửa chữa. Thêm vào đó, việc các nhà cung ứng thực hiện điều chỉnh lại chi phí bảo dưỡng và sửa chữa khi ký kết mới hoặc gia hạn các hợp đồng sẽ làm ảnh hưởng đến hiệu quả HĐKD của các HHK.

 ***Khả năng thu hút, đào tạo và duy trì đội ngũ nhân sự đạt chuẩn với mức chi phí hợp lý***

Ngành công nghiệp hàng không đã trải qua tình trạng thiếu nhân viên lành nghề, đặc biệt là phi công và kỹ sư. Các HHK sẽ phải cạnh tranh với các HHK nước ngoài trong việc thu hút các nhân viên có tay nghề cao bằng mức lương và phúc lợi của công ty.

 ***Nhận diện thương hiệu bởi khách hàng hiện tại và tiềm năng***

Thương hiệu và niềm tin của khách hàng đối với HHK có thể bị ảnh hưởng xấu trong tương lai bởi một số yếu tố. Việc khôi phục lại thương hiệu và uy tín có thể tốn chi phí, thời gian.

 ***Rủi ro về tai nạn hoặc sự cố***

HKVN có thể chịu tổn thất tiềm năng đáng kể hơn trong trường hợp bị nạn hoặc sự cố. Các biến cố có thể dẫn đến thiệt hại tài sản, máy bay và ảnh hưởng đến hình ảnh các HHK.

 ***Biến động giá trị tiền đồng so với ngoại tệ***

 Đồng USD có thể gây ảnh hưởng bất lợi đến HĐKD, tình hình tài chính và triển vọng của HHK. Trong khi các HHK duy trì tài khoản bằng VNĐ, nhiều chi phí của các HHK, chẳng hạn như một phần chi phí nhiên liệu, thanh toán theo hợp đồng thuê máy bay hay một phần của khoản thanh toán bảo trì được trả bằng USD.

***Rủi ro khác***

Doanh thu của các HHK chuyên chở hành khách phụ thuộc vào số lượng hành khách vận chuyển và giá vé mà mỗi hành khách phải trả, các HHK khác phải chịu sự chậm trễ gây ra bởi các yếu tố ngoài tầm kiểm soát của mình, bao gồm cả điều kiện thời tiết, giao thông tắc nghẽn tại các sân bay, các vấn đề kiểm soát không lưu và các biện pháp tăng cường an ninh.

 **Bảng 2.14: So sánh ngành HKVN với các đối thủ cạnh tranh trực tiếp trên các khu vực thị trường**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tiêu chí so sánh** | **Tiếu vùng CLMV** | **Quốc tế khu vực** | **Xuyên lục địa** |
| Qui mô (Vốn, tài sản, đội máy bay, mạng đường bay, khối lượng vận chuyển) | Lớn hơn | Nhỏ hơn nhiều | Nhỏ hơn rất nhiều |
| Tần suất và các đường bay HKVN đang khai thác | Cao hơn hoặc bằng | Cao hơn hoặc bằng | Cao hơn hoặc bằng |
| Chất lượng dịch vụ trên không, mặt đất | Tốt hơn | Thấp hơn hoặc bằng | Thấp hơn hoặc bằng |
| Hệ thống giá, điều kiện áp dụng | Bằng linh hoạt hơn | Kém linh hoạt, hoặc bằng | Kém linh hoạt hơn  |
| Hệ thống bán, chính sách quảng cáo, khuyến mãi | Rộng, linh hoạt hơn | Hẹp và kém linh hoạt hơn | Hẹp hơn nhiều |
| Hình ảnh và danh tiếng | Bằng hoặc tốt hơn | Kém hoặc bằng | Kém hơn |
| Chất lượng và năng suất lao động | Bằng hoặc tốt hơn | Bằng hoặc kém hơn | Kém hơn |
| **Đánh giá chung** | **Tốt hơn** | **Thấp hơn hoặc bằng** | **Thấp hơn nhiều** |

 *Nguồn: Tổng hợp từ nghiên cứu*

**2.4.3.5. Tổng hợp các chiến lược phát triển trong ngành HKVN**

* Chiến lược phát huy điểm mạnh, để đón lấy cơ hội (S-O)
* Chiến lược phát huy điểm mạnh, hạn chế các thách thức (S-T)
* Chiến lược đón lấy cơ hội, khắc phục điểm yếu (O-W)
* Chiến lược nghiên cứu khắc phục điểm yếu và hạn chế nguy cơ (W-T)

**Tóm tắt chương 2**

Trong những năm gần đây, tình kinh tế tài chính thế giới và Việt Nam có nhiều biến động không thuận lợi cho HĐKD của VTHKVN. Yếu tố đầu vào tăng cao, đặc biệt là giá nhiên liệu bay tăng kỷ lục trong lịch sử, môi trường cạnh tranh giữa các ngành giao thông vận tải trong nước và với ngành hàng không quốc tế ngày càng cao. Ngành hàng không quen với sự độc quyền và sự bảo hộ của Nhà nước do vậy các dự án lớn về hạ tầng cơ sở ngành hàng không, về qui hoạch giao thông vận tải, viễn thông, hậu cầu kho bãi, thuê mua máy bay hỗ trợ ngành hàng không đều phải phụ thuộc vào các nguồn vốn ngân sách hoặc vay từ bên ngoài.

Ngoài ra, trong quá trình phát triển và hội nhập với hàng không thế giới, HKVN cũng bộc lộ những mặt hạn chế của mình về nhiều mặt như trình độ khoa học công nghệ còn yếu kém so với các ngành hàng không khác trong khu vực và trên thế giới. Năng lực quản lý còn mang nặng kiểu quản lý cũ - quản lý thời bao cấp. Chưa có biện pháp thu hút nhân tài, chất xám để hình thành lực lượng lao động, quản lý nòng cốt cũng như năng lực quản trị cho HKVN. Tuy nhiên nhìn chung, hàng không Việt Nam vẫn duy trì và nâng dần qui mô, ngày càng khẳng định vị thế về hiệu quả hoạt động kinh doanh và năng lực cạnh tranh của một ngành hàng không còn non trẻ đang trên đà phát triển.

**CHƯƠNG 3. ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA NGÀNH HÀNG KHÔNG VIỆT NAM**

**3.1. Quan điểm, định hướng nâng cao năng lực cạnh tranh ngành**

**3.1.1. Cơ sở để xác định quan điểm, định hướng nâng cao năng lực cạnh tranh**

**3.1.1.1. Dự báo cung - cầu thị trường hàng không thế giới và Việt Nam**

**Cơ sở và phương pháp dự báo**

***Dự báo cung - cầu thị trường hàng không thế giới***

Trên cơ sở hàng không châu Á bùng nổ, theo dự báo thị trường mới nhất của Airbus tại châu Á-Thái Bình Dương, các HHK trong khu vực sẽ dẫn đầu thế giới về nhu cầu các loại máy bay lớn và đạt hiệu quả sinh thái cao hơn trong vòng 20 năm tới. Ở thị trường máy bay hành khách, dự kiến đội bay của các HHK châu Á-Thái Bình Dương sẽ tăng hơn gấp đôi trong 20 năm tới, từ 4.300 chiếc ở thời điểm hiện nay lên tổng cộng 10.440 máy bay.

***Dự báo theo xu hướng phát triển thương mại điện tử (TMĐT) nói chung***

Dự kiến lượng khách tăng từ 3,8 tỷ trong năm 2016 lên 7,8 tỷ năm 2020, trong đó khu vực Châu Á- Thái Bình Dương có khối lượng khách cũng như tốc độ tăng trưởng cao nhất thế giới (4,7%). Chi phí Internet giảm, các thiết bị điện tử ngày càng trở nên phổ biến và sự thay đổi trong hành vi mua sắm của khách hàng là những yếu tố đưa TMĐT trở thành xu hướng của ngành du lịch nói chung và hàng không nói riêng.

 **3.1.1.2. Căn cứ đường lối, chính sách mở cửa, hội nhập liên quan đến ngành**

***Căn cứ vào triển vọng kinh tế Việt Nam và thế giới***

Từ đầu năm 2013, nền kinh tế thế giới dần dần được phục hồi, nhờ vậy nhu cầu vận chuyển hàng không cũng đang cải thiện và có những bước phát triển mới. Theo dự báo mới đây của IATA, với việc chiếm 40% khối lượng hàng hóa hàng không toàn cầu, các HHK khu vực châu Á -Thái Bình Dương được kỳ vọng sẽ góp phần rất lớn tạo nên lợi nhuận khoảng 15,2 tỷ USD trong năm 2020. ***Căn cứ vào môi trường kinh tế - xã hội*** Dân số Việt Nam tính đến hết năm 2020 sẽ đạt 102 triệu người, mạng lưới các trung tâm đô thị được phân bổ tương đối đều, mức độ đô thị hóa nhanh trên toàn lãnh thổ với 3 trung tâm lớn là Hà Nội, Đà Nẵng và TP.Hồ Chí Minh. Mức độ tăng trưởng kinh tế của các trung tâm này bình quân đạt khoảng 15%/năm. ***Tốc độ đô thị hóa tăng cao*** Việt Nam hiện có mức độ đô thị hóa năm 2014 là 33%. Mức độ này dự báo sẽ tăng 54% vào năm 2050. Khi hoạt động đô thị hóa diễn ra tại Việt Nam, dự báo nhu cầu đi lại đường không tăng lên. ***Ngành du lịch Việt Nam kỳ vọng tiếp tục tăng trưởng ấn tượng trong tương lai***

Theo đề án “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”, Việt Nam sẽ thu hút được 10,5 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 47,5 triệu lượt khách nội địa; đến năm 2030 thu hút được 18 triệu lượt khách quốc tế và 71 triệu lượt khách nội địa. Năm 2020, tổng thu từ ngành du lịch đạt 18,5 tỷ USD, chiếm 7% GDP; đến năm 2030 đạt 35,2 tỷ USD, chiếm 7,5% GDP. ***Hạ tầng hàng không của Việt Nam có sự cải thiện đáng kể trong thời gian qua***

Trong giai đoạn 2011-2015, ngành hàng không đã thực hiện nhiều dự án đầu tư vào hệ thống cảng hàng không sân bay, tổng mức đầu tư trên 24 nghìn tỷ đồng với các nguồn vốn từ ngân sách, trái phiếu chính phủ, ODA, sửa chữa lớn và đầu tư phát triển hạ tầng.

***Triển vọng phát triển đội máy bay*** Theo đánh giá của Cục HKVN, tới năm 2020, ngành HKVN nói riêng và nền kinh tế Việt Nam nói chung sẽ sở hữu một đội bay tầm vóc trong khu vực và thế giới với trên 250-270 máy bay. Với đội máy bay này, ngành HKVN thực sự sẽ có sức ảnh hưởng lớn trên thị trường và bản đồ HKQT, nâng cao vị thế cho Việt Nam. ***Căn cứ vào điều kiện tự nhiên của Việt Nam***

Việt Nam nằm ở khu vực châu Á - Thái Bình Dương, khu vực có số lượng dân cư đông nhất, tiềm lực kinh tế mạnh và đặc biệt là khu vực có các hoạt động kinh tế năng động và phát triển. Bên cạnh đó, với lợi thế nằm trên trục giao thông Đông - Tây và Bắc - Nam, là những trục giao thông quan trọng và đông đúc nhất trên thế giới. Với quy mô dân số kết hợp với GDP trên đầu người ngày càng tăng, Việt Nam sẽ trở thành thị trường đầy tiềm năng cho tất cả các ngành kinh tế.

***Căn cứ vào chính sách và môi trường kinh tế vĩ mô của đất nước*** Trong những năm qua, Đảng và Nhà nước ta đã và đang thực hiện đường lối đổi mới kinh tế nhằm phát huy nội lực của các thành phần kinh tế, tăng cường hiệu quả và vai trò chủ đạo của hệ thống các DNNN, thúc đẩy cổ phần hóa, tiếp tục cải tổ một cách toàn diện các lĩnh vực luật pháp, hành chính, tài chính - ngân hàng. Song song với tiến trình hội nhập quốc tế, Nhà nước tiếp tục có các chính sách cải thiện môi trường đầu tư, tăng sự hấp dẫn đầu tư nước ngoài.

***Căn cứ vào hội nhập kinh tế quốc tế và yêu cầu nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của hàng không Việt Nam***

Phù hợp với xu thế hội nhập của đất nước, Việt Nam bắt đầu áp dụng chính sách VTHK theo hướng tự do hóa ở trong nước cũng như với các nước khu vực, từng bước nới lỏng các hạn chế cạnh tranh, tiến tới từng bước mở cửa bầu trời theo xu thế khu vực và trên thế giới.

***Căn cứ vào yêu cầu phát triển của ngành hàng không Việt Nam thời gian tới***

*Thứ nhất*, ngành HKVN phải thấy rõ tính cấp thiết của việc nâng cao hiệu quả HĐKD và đưa ra những chiến lược và quyết sách đúng hướng phù hợp với năng lực nội tại và xu hướng hội nhập kinh tế quốc tế của HKVN trong điều kiện hiện nay.

*Thứ hai*, việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của HKVN phải gắn liền giữa hiệu quả kinh tế, xã hội, an ninh, quốc phòng. Phải đối diện với bài toán tăng trưởng đi đôi với bảo đảm nguồn lực, giữ vững an toàn an ninh. *Thứ ba,* nâng cao hiệu quả kinh doanh của HKVN phải gắn với hội nhập quốc tế trên mọi phương diện. Cần gỡ bỏ dần chính sách bảo hộ của Nhà nước, khuyến khích cạnh tranh.

*Thứ tư,* hiện đại hóa và đầu tư mạnh cho khoa học công nghệ, đây là nhân tố then chốt cho việc nâng cao hiệu quả kinh doanh của HKVN.

 **3.1.1.3. Căn cứ vào phân tích SWOT**

Qua phân tích thực trạng trên cho thấy HĐKD của HKVN có nhiều điểm mạnh song cũng có những điểm yếu nhất định. Những điểm mạnh và cơ hội là tiền đề để HKVN phát triển bền vững và điểm yếu, nguy cơ có thể khắc phục được để đạt được hiệu quả HĐKD nâng cao NLCT hàng không để nâng cao NLCT trong quá trình hội nhập. Nhìn một cách tổng thể thì hiệu quả kinh doanh chưa cao, NLCT còn hạn chế, nguồn vốn không đủ để mở rộng đội máy bay sở hữu. HKVN hiện đang khai thác 60% máy bay sở hữu và 40% là thuê của nước ngoài theo mùa và theo hợp đồng. Do đó HKVN vẫn chưa chủ động được việc bố trí lịch bay theo mùa và hạn chế khả năng cung ứng tải do bị động trong việc thuê máy bay. Trình độ khoa học công nghệ còn yếu kém.

**3.1.2. Quan điểm, định hướng nâng cao năng lực cạnh tranh ngành vận tải hàng không Việt Nam**

 **3.1.2.1. Quan điểm nâng cao năng lực cạnh tranh ngành VTHKVN thời gian tới**

*Thứ nhất*, nâng cao NLCT là yêu cầu sống còn của tất cả doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường, đặc biệt là đối với ngành VTHK do tính đặc thù ngành hàng không được đầu tư vốn lớn, trang bị công nghệ hiện đại nhất, phải đáp ứng yêu cầu cao đối với hành khách và luôn chịu áp lực cạnh tranh từ các HHK khác.

*Thứ hai,* để nâng cao NLCT vấn đề cốt lõi đối với HKVN hiện nay là phải tập trung đầu tư nguồn lực đúng hướng có hiệu quả trong đó nguồn nhân lực có ý nghĩa quan trọng nhất.

*Thứ ba,* để nâng cao NLCT thì việc tạo điều kiện cho các DNHK tư nhân tham gia hoạt động và phát triển, phải được coi là động lực chủ yếu cho ngành HKVN trong thời gian tới.

*Thứ tư*, để nâng cao NLCT ngành VTHKVN cần có chiến lược phát triển năng động và hiệu quả. Theo đó chiến lược phát triển này phải dựa theo nhu cầu phát triển của thị trường HKTG và trong nước, khai thác có hiệu quả vị trí, tiềm năng và nguồn lực của ngành HKVN.

*Thứ năm,* để nâng cao NLCT ngành HKVN phải tạo ra các thương hiệu mạnh, độc đáo, kết hợp giữa đầu tư thiết bị hiện đại với khai thác giá trị văn hóa truyền thống của dân tộc và con người Việt Nam. *Thứ sáu*, VNA là một doanh nghiệp hàng không có nguồn gốc là một DNNN hiện vẫn giữ một tỷ lệ sở hữu lớn. Để nâng cao NLCT của cả ngành thì VNA cần phát huy hơn nữa vai trò đầu tàu, nòng cốt, tiên phong của một DNNN tham gia có hiệu quả vào thị trường hàng không quốc tế trong quá trình nâng cao NLCT.

**3.1.2.2.** **Định hướng cụ thể** Mục tiêu của HKVN là năm 2025 VNA sẽ đứng hàng thứ hai Đông Nam Á, sau Singapore với đội máy bay gồm 300 chiếc và có đường bay thẳng sang Mỹ, Châu Âu không quá cảnh sang nước thứ ba. Trong tương lai xa hơn sẽ hình thành tập đoàn hàng không lớn nhất trong khu vực Theo kết quả dự báo, đến năm 2020 HKVN sẽ tham gia góp vốn vào khoảng hơn 40 đơn vị thành viên; Tổ hợp công ty mẹ - con sẽ có tài sản ở mức 6 tỷ USD, khai thác khoảng 250 máy bay, sử dụng khoảng 30 nghìn lao động, vận chuyển được trên 320 triệu lượt hành khách với doanh thu trên 5,5 tỷ USD.

**3.2. Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh ngành hàng không Việt Nam đến 2025.**

**3.2.1. Giải pháp về quản trị và đội ngũ lao động**

Tập trung xây dựng đội ngũ cán bộ, công nhân viên có trình độ, đủ năng lực để làm chủ khoa học kỹ thuật hiện đại và điều hành kinh doanh. Đầu tư phát triển NNL đặc thù đòi hỏi kỹ thuật cao như phi công, kỹ sư và thợ kỹ thuật bậc cao có khả năng tiếp thu và tự vận hành khai thác, bảo dưỡng các loại máy bay mới hiện đại. **Chính sách phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao**

Cần động viên, khích lệ tinh thần đối với người lao động thông qua các phong trào thi đua, kết hợp với tăng lương, thưởng, khuyến khích lợi ích vật chất làm cho người lao động hăng say với công việc. Tạo cơ hội thăng tiến cho người lao động, nhất là lao động trẻ. Cần tạo ra các cơ hội về chức vụ, nghề nghiệp. Riêng đối với lãnh đạo, quản lý cấp cao có trình độ cần có cơ chế thuê giám đốc. Đối tượng này cần có chế độ đãi ngộ thích hợp về lương, thưởng, cổ phần, cổ phiếu để họ cống hiến mang lại hiệu quả kinh doanh cho hãng.

**Hình 3.8: Tiêu chuẩn nguồn nhân lực chất lượng cao**

****

*Nguồn: Phát triển cho nghiên cứu*

**3.2.2. Nguồn vốn *Các giải pháp tạo vốn để phát triển ngành***

Đẩy mạnh huy động các nguồn vốn từ doanh nghiệp, tổ chức kinh tế, cá nhân từ các hình thức cổ phần hóa, phát hành cổ phiếu, trái phiếu công trình phục vụ cho chương trình phát triển đội bay, mở rộng sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Đa dạng hóa các hình thức đầu tư. Khuyến khích phương án hợp vốn đầu tư trong nước đối với tất cả các thành phần kinh tế, mở rộng đầu tư trực tiếp từ nước ngoài bằng nhiều hình thức khác nhau. Cho phép các nhà đầu tư trong và ngoài nước thành lập các công ty tham gia kinh doanh trong các lĩnh vực khác nhau của ngành HKDD.

 **Bảng 3.8: Nhu cầu sử dụng vốn cho vận tải HKVN đến năm 2035**

*Đơn vị tính: Triệu USD*

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Giai đoạn** | **Máy bay** | **Động cơ** | **Đồng bộ khác** | **Tổng** |
| 2020-2025 | 1.891 | 53 | 506 | 2.450 |
| 2025-2030 | 2.786 | 82 | 506 | 3.374 |
| 2030-2035 | 6.089 | 136 | 1.311 | 7.536 |
| **2020-2035** | **10.766** | **271** | **2.323** | **13.360** |

*Nguồn: Kết quả dự báo*

**3.2.3. Khoa học công nghệ hàng không**

***Hợp tác với OTA:* C**ần ban hành chủ trương và chính sách khung (Umbrella strategy) về kênh bán OTA. Một trong những nhiệm vụ trọng tâm là phát triển quan hệ hợp tác với các OTA hàng đầu thế giới trong khi phải đảm bảo lợi ích của HKVN trong quá trình đàm phán với tổ chức này.

 **3.2.5. Giải pháp khác**

***Xây dựng tập đoàn hàng không*** Để nâng cao NLCT, HKVN sẽ phải triển khai đồng thời 4 trụ cột trong chương trình tái cơ cấu, đó là: Tái cơ cấu ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh; chiến lược, kế hoạch kinh doanh và sản phẩm; tổ chức lao động; đầu tư, tài chính, quản trị doanh nghiệp để tiến tới thành lập tập đoàn hàng không. ***Mở rộng thị trường*** Trong các năm tới, ngành HKVN cần tiếp tục củng cố và phát triển VTHK song phương đối với các khu vực truyền thống như Đông Bắc Á, ASEAN, Châu Âu, Úc, Trung Đông, Bắc Mỹ. Đẩy mạnh thiết lập quan hệ hàng không với các quốc gia khu vực Nam Á, Châu Phi, Nam Mỹ và khối các quốc gia Liên xô cũ-SNG. Trong khuôn khổ hợp tác đa phương, Việt Nam tiếp tục tham gia tích cực vào các khuôn khổ CLMV, ASEAN. ***Quán triệt và thực hiện cuộc cách mạng tư duy***

Để đáp ứng yêu cầu hội nhập, HKVN cần phải thực hiện một cuộc cách mạng triệt để đối với toàn bộ hệ thống và cấu trúc HĐKD của ngành để tạo ra được chuỗi giá trị mới về sản phẩm của ngành DVHK. **Tóm tắt chương 3** Yêu cầu về hội nhập buộc ngành HKVN phải đáp ứng các yêu cầu nhanh và kịp thời về khả năng thích ứng cũng như hội đủ điều kiện và tiêu chuẩn chung về năng lực hàng không phù hợp với tình hình thực tế đang phát triển như vũ bão của ngành HKQT. Do vậy việc chọn lựa giải pháp nào để nâng cao NLCT là vấn đề nan giải của ngành cũng như của các hãng HKVN. Các nhóm giải pháp đều quan trọng, tuy nhiên cần phải cân nhắc sử dụng cho phù hợp với thực tế của ngành, có những giải pháp cần phải triển khai ngay và triệt để như ứng dụng khoa học công nghệ, đầu tư cho hàng không, những giải pháp về vốn và liên minh liên kết hàng không cần đầu tư về thời gian.

**KẾT LUẬN**

Trong điều kiện của thế giới hiện nay, khi toàn cầu hóa cùng với sự tác động của cuộc cách mạng khoa học-công nghệ phát triển chưa từng có, kéo theo tất cả các nước tham gia vào quá trình hội nhập quốc tế, một tất yếu khách quan buộc tất cả các nước đều không thể bỏ qua hoặc đứng ngoài cuộc. Hội nhập để phát triển, muốn phát triển phải hội nhập như trong Văn kiện của Đảng tại Đại hội VIII, có đề cập: “Xây dựng một nền kinh tế mở, hội nhập với khu vực và thế giới” để phù hợp với xu thế thời đại. Hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp luật kết hợp với việc tiếp tục cải cách hành chính, đổi mới công tác chỉ đạo, điều hành theo hướng tăng cường, tập trung vào công tác giám sát, quản lý nhà nước đối với mọi hoạt động trong lĩnh vực HKDD đặc biệt trong công tác đảm bảo an ninh, an toàn hàng không. Đẩy mạnh CPH DNNN, thúc đẩy việc giao, bán, khoán kinh doanh, cho thuê doanh nghiệp quy mô nhỏ, sát nhập, giải thể, phá sản những DNNN hoạt động không hiệu quả. Cho phép thành lập các HHK mới với sự tham gia góp vốn rộng rãi của các thành phần kinh tế trong nước. Mở rộng các hình thức hợp tác, liên doanh, liên kết với nước ngoài trong khai thác dịch vụ VTHK, dịch vụ hỗ trợ VTHK và các dịch vụ khác tại cảng hàng không theo tỷ lệ góp vốn lâu dài cho phía Việt Nam. Đề nghị Bộ Giao thông vận tải cần chỉ đạo đẩy mạnh hơn nữa công tác xã hội hóa, thu hút nguồn vốn để đáp ứng nhu cầu đầu tư và giảm tải ngân sách quốc gia. Hoàn thành đề án trình Chính phủ phê duyệt để sớm đưa tập đoàn hàng không vào hoạt động nhằm tạo ra một chủ thể đa ngành nghề, có tiềm lực mạnh, mô hình quản lý, hoạt động linh hoạt, có sự liên kết, hỗ trợ giữa các thành viên tập đoàn theo cơ chế thị trường nhằm tạo ra bước phát triển quyết định mang tính nhảy vọt, tạo ra thế và lực mới cho ngành.

Cần có chính sách tổng thể phối hợp triển hai ngành hàng không và du lịch, góp phần phát triển hệ thống giao thông đa phương thức, khuyến khích các HHK lớn mở các đường bay thẳng tới Việt Nam. Kiến nghị với Chính phủ đơn giản hóa thủ tục xuất nhập cảnh, từng bước miễn thị thực cho các thị trường có nguồn khách đông, trực tiếp đi/đến Việt Nam. Tạo điều kiện cho các DNHK thực hiện đồng bộ chuỗi dịch vụ cung ứng hàng không đáp ứng được yêu cầu của hành khách và xu thế hội nhập của hàng không quốc tế.

Tập trung mọi nguồn lực, ưu tiên phát triển đội máy bay, hạ tầng cơ sở cảng hàng không nhằm tạo ra những chuyển biến mạnh mẽ, cơ bản về năng lực, chất lượng phục vụ của ngành trong những năm tới. Triển khai thực hiện hệ thống thông tin, dẫn đường, giám sát phù hợp với kế hoạch và lộ trình chuyển đổi trong khu vực Châu Á-Thái Bình Dương với hướng tiếp cận đi thẳng vào công nghệ cao sử dụng vệ tinh và kỹ thuật số nhằm hỗ trợ cho ngành VTHK trong việc điều hành và khai thác hiệu quả hoạt động bay.

***Với nội dung nghiên cứu, luận án đã mang lại những đóng góp sau***

***-*** Hệ thống và bổ sung cơ sở lý luận về nâng cao NLCT như: khái niệm, đặc điểm, vai trò của nâng cao NLCT, các yếu tố ảnh hưởng đến NLCT cũng như các biện pháp đo lường NLCT trong ngành hàng không. Tất cả các vấn đề này làm cơ sở lý luận cho việc đưa ra kiến nghị và giải pháp.

- Trên cơ sở phân tích thực trạng ngành HKVN, tác giả đã đưa ra được những giải pháp và khuyến nghị để nâng cao NLCT cho ngành HKVN.

- Luận án sẽ là nguồn tài liệu tham khảo để nghiên cứu về hàng không và NLCT ngành hàng không ở Việt Nam. Ngoài ra tác giả cũng mong những giải pháp của công trình được ứng dụng vào thực tiễn của ngành HKVN để nâng cao NLCT của ngành.

**DANH MỤC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ**

1. Đỗ Văn Nghề(2018). “*Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao ngành vận tải hàng không Việt Nam”*. Tạp chí Công thương-Tháng 6 năm 2018.
	* + 1. 2.Đỗ Văn Nghề(2018). “*Thay đổi quan điểm về Hàng không giá rẻ để nâng cao năng lực cạnh tranh ngành”*. Dự báo Kinh tế -Tháng 6 năm 2018.

3.Đỗ Văn Nghề (2015). *“Thách thức của ngành Hàng không trong hội nhập TPP”.* Đại học quốc gia TP. Hồ Chí Minh - Kỷ Yếu Hội thảo.

4*.* Đỗ Văn Nghề *(*2014) *“Nguồn nhân lực ngành Hàng không”*. Tạp chí ngành hàng không Việt Nam.

5*.* Nguyễn Chí Hải & Đỗ Văn Nghề (2011).*“Tư tưởng kinh tế của các sỹ phu yêu nước ở Việt Nam vào cuối thế kỷ XIX và những bài học”*. Kỷ yếu Hội thảo “Tư duy kinh tế Việt Nam trong thời kỳ đổi mới và hội nhập quốc tế”, Trường Đại học Kinh tế - Luật, Đại học Quốc gia TP.HCM.

6. Đỗ Văn Nghề (2010). Luận văn Thạc sỹ “*Nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh Tổng Công ty Hàng không Việt Nam*”.

7. Đỗ Văn Nghề (1997). Luận văn Cử nhân “*Chiến lược hàng không Việt Nam đến năm 2015*”.