

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ TP. HỒ CHÍ MINH
∞ ✨ ∞

DƯƠNG VĂN BÔN

**NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CHO CÁC DOANH
NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM TRONG TIẾN
TRÌNH HỘI NHẬP VÀO WTO**

Chuyên ngành : QUẢN TRỊ KINH DOANH
Mã số : 60.34.05

LUẬN VĂN THẠC SỸ KINH TẾ

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:
TS. NGUYỄN THANH HỘI

TP.Hồ Chí Minh – Năm 2008



LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu độc lập của tôi. Các số liệu sử dụng cho nghiên cứu là trung thực và được trích dẫn nguồn. Kết quả nghiên cứu trong luận văn này là trung thực và chưa được công bố trong bất cứ công trình nghiên cứu nào khác.

Tác giả ký tên

Dương Văn Bôn

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

CHỮ VIẾT TẮT	NGUYÊN VĂN
BDS	Dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh
Bq	Bình quân
CIC	Trung tâm thông tin tín dụng ngân hàng
CIEM	Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương
Cty	Công ty
DN	Doanh nghiệp
DNNN	Doanh nghiệp Nhà nước
DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
Dv	Dịch vụ
GDP	Tổng sản phẩm trong nước
IFC	Công ty Tài chính Quốc tế
Kd	Kinh doanh
Lđ	Lao động
MPDF	Chương trình Phát triển Dự án Mê Kông
ĐTNN	Đầu tư nước ngoài
ĐVT	Đơn vị tính
PCI	Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh về môi trường kinh doanh
SXKD	Sản xuất kinh doanh
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
UBND	Ủy ban nhân dân
VCCI	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VNCI	Dự án nâng cao năng lực cạnh tranh Việt Nam
WTO	Tổ chức thương mại thế giới

DANH MỤC CÁC BẢNG

Thứ tự	Tên bảng	Trang
Bảng 1.1	Các nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp	9
Bảng 1.2	Các loại dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh	14
Bảng 1.3	Chỉ tiêu phân loại DNNVV theo World Bank	16
Bảng 1.4	Chỉ tiêu phân loại DNNVV theo EU	16
Bảng 1.5	Chỉ tiêu phân loại DNNVV ở Nhật Bản	16
Bảng 1.6	Tỷ trọng DNNVV trong tổng số lượng doanh nghiệp của Việt Nam tại thời điểm 31/12/2005	17
Bảng 2.1	Tổng GDP theo giá thực tế của các thành phần kinh tế	21
Bảng 2.2	Một số chỉ tiêu về GDP theo giá cố định năm 1994 của các thành phần kinh tế	23
Bảng 2.3	Số lượng DNNVV của các vùng miền tại thời điểm 31/12/2005	25
Bảng 2.4	Một số chỉ tiêu về số lao động làm việc trong các loại hình doanh nghiệp tại thời điểm 31/12 hàng năm	26
Bảng 2.5	Vốn đầu tư thực hiện theo giá thực tế của các thành phần kinh tế	28
Bảng 2.6	Số lượng doanh nghiệp hoạt động SXKD tại thời điểm 31/12 hàng năm	31
Bảng 2.7	Tỷ trọng các loại hình doanh nghiệp trong tổng số DNNVV ngày 31/12/2005	32
Bảng 2.8	Tỷ trọng DNNVV ngày 31/12/2005 phân theo ngành kinh tế	33
Bảng 2.9	Cơ cấu DNNVV xét theo quy mô lao động ngày 31/12/2005	36
Bảng 2.10	Cơ cấu DNNVV xét theo quy mô vốn ngày 31/12/2005	36
Bảng 2.11	Trình độ chuyên môn đào tạo của người lao động trong các doanh nghiệp	38
Bảng 2.12	Trình độ chuyên môn đào tạo của người phụ trách doanh nghiệp	38
Bảng 2.13	Trình độ chuyên môn đào tạo của người phụ trách các cơ sở SXKD cá thể	39
Bảng 3.1	Sự khác biệt giữa ba chiến lược kinh doanh tổng quát	70

DANH MỤC CÁC HÌNH

Thứ tự	Tên hình	Trang
Hình 1.1	Mô hình chuỗi giá trị của M. Porter	6
Hình 1.2	Tỷ trọng DNNVV trong tổng số lượng doanh nghiệp của Việt Nam	17
Hình 2.1	Tỷ trọng đóng góp vào GDP của các thành phần kinh tế	22
Hình 2.2	Cơ cấu lao động làm việc trong các khu vực doanh nghiệp năm 2005	27
Hình 2.3	Số lượng doanh nghiệp tại Việt Nam từ năm 2000 đến năm 2005	31
Hình 2.4	Tỷ trọng các loại hình doanh nghiệp trong tổng số lượng DNNVV năm 2005	33
Hình 2.5	Cơ cấu ngành nghề của các DNNVV năm 2005	34

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong nền kinh tế thị trường, doanh nghiệp nhỏ và vừa tồn tại như một sự đương nhiên và có một vai trò rất quan trọng trong việc thực hiện các mục tiêu kinh tế - xã hội của một quốc gia. Doanh nghiệp nhỏ và vừa được đánh giá là hình thức tổ chức kinh doanh thích hợp ở trong những trường hợp cụ thể, lĩnh vực cụ thể nào đó vì có những ưu thế về tính năng động, linh hoạt, thích ứng nhanh với yêu cầu của thị trường trên nhiều mặt.

Ở nước ta xu hướng ấy cũng không ngoại lệ. Việc khuyến khích phát triển các doanh nghiệp nhỏ và vừa, tạo mọi điều kiện để đối tượng doanh nghiệp này tồn tại và cùng phát triển với các doanh nghiệp lớn là hết sức cần thiết, phù hợp với chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước. Tuy nhiên khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp này còn có những hạn chế, do vậy để góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh, thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp nhỏ và vừa, đặc biệt trong bối cảnh nước ta đã gia nhập và nay đang trong tiến trình thực hiện các cam kết gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), tôi đã chọn đề tài "*Nâng cao khả năng cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong tiến trình hội nhập vào WTO*" cho luận văn Thạc sỹ của mình.

2. Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của đề tài là qua phân tích thực trạng của các doanh nghiệp nhỏ và vừa của nước ta để nêu lên được những tồn tại, hạn chế gây cản trở đến khả năng cạnh tranh cũng như những thế mạnh cần phát huy mà các doanh nghiệp lớn không thể có được; tìm nguyên nhân, kiến nghị những biện pháp khắc phục những khó khăn hạn chế và góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đề tài giới hạn nghiên cứu khả năng cạnh tranh các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam một cách tổng quát, không đi sâu nghiên cứu doanh nghiệp nhỏ và vừa ở một lĩnh vực hoạt động cụ thể nào cả.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Luận văn sử dụng một số phương pháp nghiên cứu khoa học như : phương pháp lịch sử, phương pháp thống kê, phân tích và tổng hợp, ... thu thập các số liệu liên quan để phân tích sự vận động của hiện tượng nghiên cứu.

- Số liệu định lượng của đề tài được thu thập và phân tích từ nguồn số liệu của Tổng cục Thống kê, từ nguồn số liệu các cuộc điều tra nghiên cứu về doanh nghiệp nhỏ và vừa trên phạm vi toàn quốc của Dự án nâng cao Năng lực Cạnh tranh Việt Nam (VNCCI), Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), số liệu điều tra của Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) phối hợp với Công ty Tài chính Quốc tế (IFC) và Chương trình Phát triển Dự án Mê Kông (MPDF). Ngoài ra, tác giả còn tham khảo thêm một số tài liệu từ các Websites của Chính phủ, Bộ Công thương, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Cục phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa (ASMED), ...

5. Kết cấu luận văn

Nội dung chính của luận văn được chia làm ba chương như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận của đề tài.

Chương 2: Thực trạng về doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong tiến trình hội nhập vào WTO.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA ĐỀ TÀI

1.1 MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

1.1.1 Quan niệm về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp

Có một số quan niệm khác nhau về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp như sau:

- *Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp chính là khả năng duy trì và mở rộng thị phần, thu lợi nhuận của doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh trong nước và ngoài nước.*

- *Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện thực lực và lợi thế của nó so với các đối thủ khác trong việc thỏa mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ích ngày càng cao cho doanh nghiệp mình.*

- *Khả năng cạnh tranh mang tính chiến lược, thể hiện ở việc xây dựng và thực hiện thành công chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp mà các đối thủ cạnh tranh không thể hoặc rất khó có thể bắt chước hay sao chép được. Khi những điều kiện đó xuất hiện, doanh nghiệp sẽ có lợi thế cạnh tranh “bền vững”. Tính chất “bền vững” của lợi thế cạnh tranh phụ thuộc vào các nhân tố nội tại của doanh nghiệp và các nhân tố thuộc môi trường kinh doanh bên ngoài, do đó lợi thế cạnh tranh bền vững sẽ không tồn tại mãi với doanh nghiệp. Doanh nghiệp chỉ duy trì được lợi thế đó trong một khoảng thời gian nhất định, đối thủ cạnh tranh sẽ có khả năng bắt chước được chiến lược và cách làm của doanh nghiệp để gạt hái được thành công. Lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp tồn tại nhanh chóng hay lâu dài tùy thuộc vào tốc độ “sao chép” chiến lược kinh doanh của đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp.*

Từ những quan điểm nêu trên, có thể đưa ra một quan niệm tổng quát về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp như sau: *Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện ở khả năng tạo dựng, duy trì, sử dụng và sáng tạo mới các lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu khách hàng (so với các đối*

thủ cạnh tranh) và đạt được các mục tiêu của doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh trong nước và quốc tế.¹

Quan niệm này cho thấy nếu doanh nghiệp có khả năng duy trì và sáng tạo liên tục các lợi thế cạnh tranh của mình, nó sẽ luôn đi trước các đối thủ và giành phần thắng trong cuộc cạnh tranh để đạt mục đích duy trì và mở rộng thị phần, gia tăng lợi nhuận. Doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh mạnh là doanh nghiệp có khả năng tạo dựng, duy trì và phát triển các lợi thế cạnh tranh “bền vững”. Nếu lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp được xây dựng dựa trên những yếu tố dễ sao chép và không được đổi mới, sáng tạo thì lợi thế đó sẽ nhanh chóng bị “biến mất” trước các áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt.

1.1.2 Mối quan hệ giữa lợi thế cạnh tranh, vị thế cạnh tranh và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp

- *Lợi thế cạnh tranh* của doanh nghiệp thể hiện một hoặc nhiều ưu thế của nó so với các đối thủ cạnh tranh nhằm đạt được thắng lợi trong cạnh tranh. Ưu thế này có thể dẫn đến chi phí thấp hơn hoặc sự khác biệt trong sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp so với sản phẩm, dịch vụ của đối thủ cạnh tranh. Sự khác biệt trong sản phẩm, dịch vụ của doanh nghiệp được khách hàng đánh giá cao hơn so với sản phẩm, dịch vụ của đối thủ cạnh tranh và do đó họ sẵn sàng mua với mức giá cao hơn.

- *Vị thế cạnh tranh* thể hiện “vị trí tương đối” của doanh nghiệp trên thị trường tại một thời điểm nhất định. Ngoài các chỉ tiêu về quy mô vốn kinh doanh, lượng hàng tiêu thụ, doanh thu ..., vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp thường được thể hiện rõ nhất thông qua so sánh thị phần mà doanh nghiệp đạt được với thị phần mà các đối thủ cạnh tranh nắm giữ đối với một sản phẩm hay một thị trường nào đó. Vị thế cạnh tranh giống như một bức ảnh chụp doanh nghiệp trong môi trường cạnh tranh ở một thời điểm cụ thể.

- *Khả năng cạnh tranh* là khả năng doanh nghiệp tạo ra, duy trì, tận dụng và phát triển lợi thế cạnh tranh nhằm phục vụ tốt hơn nhu cầu thị trường, thông qua đó đạt được các mục tiêu của doanh nghiệp. Bên cạnh khái niệm *khả năng cạnh*

¹ Nguồn: TS. Vũ Trọng Lâm và tập thể tác giả (2006), *Nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

tranh, người ta còn sử dụng các khái niệm *sức cạnh tranh*, *tính cạnh tranh* và *năng lực cạnh tranh*. Mặc dù các thuật ngữ này có thể mang sắc thái khác nhau và không đồng nhất trong những trường hợp cụ thể nào đó, nhưng cả bốn thuật ngữ đó đều được dịch từ một thuật ngữ tiếng Anh là “competitiveness”.

Yếu tố giúp cho doanh nghiệp giành được thị trường, tăng thị phần, thu lợi nhuận cao là lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Lợi thế đó cần được duy trì trong một thời gian đủ dài để doanh nghiệp có thể sản xuất ra các sản phẩm thỏa mãn tốt nhu cầu khách hàng và thu được lợi nhuận cao trước khi bị các đối thủ sao chép và có được các lợi thế tương tự. Doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh càng mạnh thì lợi thế của doanh nghiệp càng được duy trì, khai thác tốt và những lợi thế mới càng có cơ hội được sáng tạo ra, nghĩa là doanh nghiệp luôn ở thế “thượng phong” trong cạnh tranh với các đối thủ trên thị trường và vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp sẽ được cải thiện, nâng cao. Nếu lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp được tạo ra nhưng doanh nghiệp không có khả năng duy trì và tận dụng nó, hoặc không liên tục sáng tạo ra những lợi thế mới thì vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp khó có thể được giữ vững trong dài hạn.

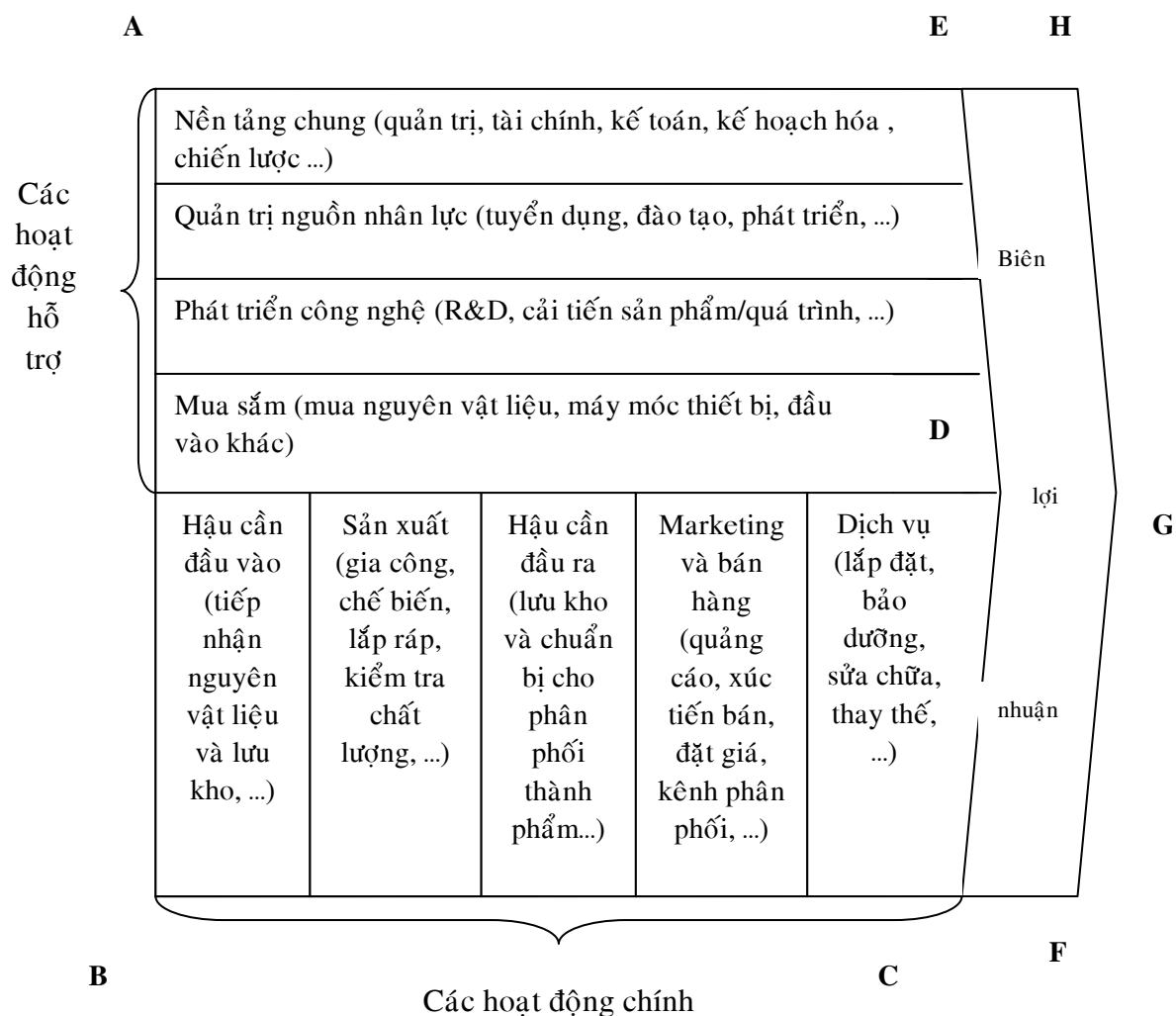
Mối quan hệ giữa lợi thế cạnh tranh, khả năng cạnh tranh và vị thế cạnh tranh thể hiện như sau: lợi thế cạnh tranh là xuất phát điểm, là điều kiện cần, còn khả năng cạnh tranh mạnh là điều kiện đủ để doanh nghiệp có vị thế cạnh tranh mạnh trên thương trường. Doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh thì nhất thiết phải có lợi thế cạnh tranh nhưng điều ngược lại thì chưa chắc đã đúng. Nếu doanh nghiệp có lợi thế cạnh tranh nhưng không có khả năng tận dụng tốt lợi thế đó để cung cấp các sản phẩm đem lại nhiều giá trị hơn cho khách hàng, không phát triển các lợi thế mới để duy trì ưu thế của mình so với đối thủ thì doanh nghiệp đó không thể được coi là có khả năng cạnh tranh mạnh và lợi thế cạnh tranh sớm muộn cũng sẽ mất đi.

1.1.3 Nguồn gốc tạo nên lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp

Có hai cách tiếp cận chủ yếu để giải thích nguồn gốc lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp như sau:

1.1.3.1 Cách tiếp cận theo mô hình chuỗi giá trị của Michael E. Porter

Michael E. Porter là một trong những chuyên gia hàng đầu thế giới trong lĩnh vực chiến lược cạnh tranh và cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Ông là giáo sư Quản Trị Kinh Doanh tại Đại học Kinh Doanh Harvard (Harvard Business School). Trong tác phẩm *Lợi thế cạnh tranh*, Ông đã đưa ra mô hình *chuỗi giá trị* hay *xích giá trị* (value chain) nổi tiếng dùng để phân tích và giải thích rõ nguồn gốc của lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp như sau²:



Hình 1.1: Mô hình chuỗi giá trị của M. Porter

Theo M. Porter, doanh nghiệp có thể được xem như một chuỗi các hoạt động chuyển hóa các yếu tố đầu vào thành đầu ra. Các sản phẩm (đầu ra) của doanh nghiệp sẽ được khách hàng nhìn nhận, đánh giá giá trị theo quan điểm của họ.

² Nguồn: TS. Vũ Trọng Lâm và tập thể tác giả (2006), *Nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Nếu khách hàng đánh giá cao, họ sẽ sẵn sàng trả mức giá cao hơn cho sản phẩm của doanh nghiệp. Ngược lại, nếu khách hàng đánh giá thấp thì doanh nghiệp cần định các mức giá thấp hơn. Các hoạt động chuyển hóa các yếu tố đầu vào thành đầu ra làm gia tăng giá trị cho sản phẩm cuối cùng của doanh nghiệp. M. Porter gọi đó là các hoạt động tạo ra giá trị và khái quát thành chín nhóm hoạt động và phân thành hai loại:

- *Các hoạt động chính*: là những hoạt động liên quan trực tiếp đến việc tạo ra hình thái vật chất của sản phẩm hoặc cung cấp dịch vụ và phân phối chúng. Các hoạt động này bao gồm hậu cần đầu vào, chế tạo sản phẩm, hậu cần đầu ra, marketing và thực hiện các dịch vụ sau bán hàng.

- *Các hoạt động hỗ trợ*: là những hoạt động tạo các cơ sở và điều kiện cần thiết để tiến hành các hoạt động chính. Các hoạt động này bao gồm những yếu tố, quá trình thuộc nền tảng chung của doanh nghiệp, phát triển công nghệ, quản trị nguồn nhân lực và hoạt động thu mua đầu vào.

Việc thực hiện mỗi hoạt động trong chuỗi giá trị đều làm phát sinh chi phí. Diện tích ABCDE thể hiện tổng chi phí thực hiện các hoạt động tạo ra giá trị. Còn diện tích ABFGH thể hiện giá trị do các hoạt động đó tạo ra. Giá trị ở đây được hiểu là mức giá tối đa mà khách hàng sẵn lòng trả cho sản phẩm của doanh nghiệp. Muốn có lợi thế cạnh tranh và thu được tỷ suất lợi nhuận cao hơn mức trung bình của ngành, doanh nghiệp cần thực hiện các hoạt động tạo ra giá trị với chi phí thấp hơn so với đối thủ hoặc tạo ra sự khác biệt để có thể định giá bán cao hơn cho hàng hóa, dịch vụ của mình. Từ đây có thể thấy rõ hai phương cách cơ bản tạo ra lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp và thu lợi nhuận cao: *thứ nhất* là giảm chi phí (đẩy đường CDE sang trái, làm giảm diện tích ABCDE); *thứ hai* là tạo ra sự khác biệt trong sản phẩm để tăng giá trị cho khách hàng và do đó họ sẵn sàng trả giá cao hơn cho sản phẩm của doanh nghiệp (kéo đường FGH sang phải, làm tăng diện tích ABFGH). Chênh lệch giữa giá trị mà doanh nghiệp tạo ra cho khách hàng với chi phí để tạo ra giá trị đó (diện tích CFGHED) được gọi là *biên lợi nhuận*. Biên lợi nhuận càng lớn, doanh nghiệp càng có khả năng cạnh tranh cao vì nếu doanh nghiệp định giá bán ngang với giá của đối thủ cạnh tranh, họ sẽ thu được nhiều lợi nhuận hơn. Ngay cả khi doanh nghiệp định giá thấp hơn thì vẫn có thể

thu được tỷ suất lợi nhuận ngang bằng và khi đó sản phẩm của doanh nghiệp còn có lợi thế về giá thấp nên thu hút được nhiều khách hàng, gia tăng thị phần.

Như vậy, M. Porter coi lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp có nguồn gốc từ chính các hoạt động và các quá trình trong nội bộ doanh nghiệp. Lợi thế đó có thể xuất phát từ việc doanh nghiệp thực hiện các hoạt động và quá trình một cách hiệu quả hơn, ít lãng phí hơn và chi phí thấp hơn, hoặc thực hiện khác biệt so với đối thủ và thu được giá bán sản phẩm cao hơn. Cả hai điều này đều dẫn đến một kết quả chung là làm tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.

1.1.3.2 Cách tiếp cận dựa trên nguồn lực về lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp

Những người theo quan điểm này cho rằng lợi thế cạnh tranh xuất phát từ việc doanh nghiệp sở hữu những nguồn lực (hữu hình hoặc vô hình) mang tính độc đáo, khó bị sao chép và có giá trị, đồng thời doanh nghiệp có khả năng để khai thác và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực đó. Doanh nghiệp có thể chỉ có những nguồn lực thông thường nhưng lại có khả năng đặc biệt mà các đối thủ không có để kết hợp, sử dụng các nguồn lực này theo một cách thức độc đáo nào đó và thu được lợi nhuận cao. Mặt khác, doanh nghiệp có thể có những nguồn lực độc đáo nhưng nếu chỉ có khả năng thông thường thì lợi thế cạnh tranh cũng “mờ nhạt” và kém bền vững. Tất nhiên, lợi thế cạnh tranh sẽ mạnh nhất nếu doanh nghiệp vừa có các nguồn lực độc đáo, khó sao chép và có giá trị, vừa có khả năng đặc biệt để khai thác nhằm tạo ra các sản phẩm, dịch vụ đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng. Xem minh họa tại bảng 1.1 sau đây:

Bảng 1.1: Các nguồn lực và khả năng của doanh nghiệp

<i>Các nguồn lực hữu hình</i>	Nguồn lực tài chính	- Quy mô vốn - Khả năng vay vốn - Khả năng tạo ra và huy động các nguồn vốn nội bộ ...
	Nguồn lực mang tính tổ chức	- Cấu trúc các hệ thống thông tin nội bộ, kế hoạch hóa, kiểm soát, phối hợp ...
	Nguồn lực vật chất	- Mức độ hiện đại của máy móc, trang thiết bị; mặt bằng, địa điểm của doanh nghiệp - Khả năng tiếp cận các nguồn lực đầu vào - ...
	Nguồn lực công nghệ	- Bản quyền công nghệ, thương hiệu, bí quyết thương mại, ...
<i>Các nguồn lực vô hình</i>	Nguồn nhân lực	- Kiến thức, kỹ năng, kinh nghiệm, tay nghề của nhân viên - Sự tin cậy - Khả năng quản lý - Các thông lệ của tổ chức - ...
	Nguồn lực đổi mới	- Các ý tưởng - Khả năng nghiên cứu khoa học - Khả năng đổi mới
	Nguồn lực danh tiếng, uy tín	- Uy tín đối với khách hàng: + Thương hiệu mạnh + Sự cảm nhận của khách hàng về chất lượng, độ bền và đáng tin cậy của sản phẩm - Uy tín đối với người cung ứng: + Các mối quan hệ có kết quả và hiệu quả cao, mang tính hỗ trợ và cùng có lợi - ...
<i>Khả năng của doanh nghiệp</i>	Khả năng phối hợp và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực nhằm đạt được các mục tiêu của tổ chức	

Nguồn: TS. Vũ Trọng Lâm và tập thể tác giả (2006), *Nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Cách tiếp cận này có thể giải thích rõ lý do lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp nhiều khi bị mai một và mất đi rất nhanh, nhưng trong một số trường hợp khác thì lại tồn tại tương đối lâu dài. Nếu lợi thế của doanh nghiệp xuất phát từ việc sở hữu các nguồn lực hữu hình dễ bị sao chép thì lợi thế đó có thể nhanh bị mất đi vì các đối thủ sẽ tìm cách sở hữu được nguồn lực giống như của doanh nghiệp. Nếu doanh nghiệp xây dựng lợi thế cạnh tranh dựa vào những nguồn lực vô hình (như uy tín thương hiệu, nghệ thuật marketing, ...) và dựa vào yếu tố độc đáo thì lợi thế có xu hướng lâu bền hơn do đối thủ khó sao chép hơn. Nếu doanh

nghiệp xây dựng lợi thế cạnh tranh dựa trên cơ sở của cả hai loại nguồn lực này và phối hợp, sử dụng có hiệu quả chúng thì lợi thế cạnh tranh và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp sẽ bền vững nhất.

Hai cách tiếp cận giải thích nguồn gốc lợi thế cạnh tranh trên không mâu thuẫn nhau mà có thể bổ sung, hỗ trợ nhau trong việc phân tích, tìm hiểu nguồn gốc và cơ chế phát sinh lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp để từ đó có thể tìm ra những giải pháp thích hợp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh hay năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

1.1.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp

Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp phụ thuộc vào hai nhóm yếu tố cơ bản:

- Nhóm các yếu tố nội tại (bên trong) của doanh nghiệp: đó là tất cả các yếu tố có liên quan và ảnh hưởng đến việc tạo ra nguồn gốc lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp như đã phân tích và đề cập đến ở phần trên. Đây là các yếu tố thuộc phạm vi bên trong, của chính bản thân doanh nghiệp, các doanh nghiệp có thể tạo ra, duy trì và kiểm soát được các yếu tố này.

- Nhóm các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp: là tất cả các yếu tố không thuộc nhóm các yếu tố bên trong của doanh nghiệp. Đây là các yếu tố thuộc môi trường bên ngoài mà doanh nghiệp không thể chủ động tạo ra được, không kiểm soát được và bị phụ thuộc vào chúng hoặc chỉ có thể tác động một phần rất nhỏ đến các yếu tố này. Đó là các yếu tố như chủ trương của Chính Phủ, luật pháp, chính sách khuyến khích hay hạn chế một ngành nghề kinh doanh, thị trường, cơ sở hạ tầng, tốc độ đổi mới công nghệ trong ngành, Sau đây chúng tôi xin trình bày một số yếu tố bên trong và bên ngoài có ảnh hưởng quan trọng tới khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

1.1.4.1 Một số yếu tố bên trong của doanh nghiệp

❖ Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp

Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp bao hàm những nội dung chính sau đây:

- Xác định các mục tiêu ngắn hạn và dài hạn của doanh nghiệp.

- Đưa ra các chương trình hành động tổng quát để đạt được các mục tiêu.
- Lựa chọn các phương án hành động, triển khai và phân bổ các nguồn lực để thực hiện các mục tiêu đó.

Chiến lược kinh doanh ảnh hưởng đến việc tạo dựng và nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Một mặt, chiến lược được xây dựng dựa trên các lợi thế cạnh tranh, phát huy yếu tố “sở trường” hay điểm mạnh của doanh nghiệp nhằm cạnh tranh với yếu tố “sở đoản” hay điểm yếu của các đối thủ, qua đó để giành thắng lợi trong cạnh tranh. Mặt khác, thông qua các chiến lược, doanh nghiệp có thể tạo dựng, duy trì và phát triển các lợi thế cạnh tranh mới, và do đó khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp được nâng cao. Vấn đề mấu chốt ở đây là doanh nghiệp phải xây dựng, lựa chọn, và thực hiện có hiệu quả các chiến lược thích hợp để có thể khai thác tốt nhất các điều kiện môi trường kinh doanh bên ngoài và các điều kiện nội bộ của doanh nghiệp.

❖ Năng lực quản trị của nhà lãnh đạo doanh nghiệp

Quản trị là hoạt động cần thiết phải được thực hiện khi con người kết hợp với nhau trong một tổ chức nhằm đạt được những mục tiêu chung. Nhà lãnh đạo của doanh nghiệp cần phải có những kiến thức, kỹ năng quản trị, biết cách phát huy sở trường của từng người trong tập thể, động viên khuyến khích, truyền cảm hứng, lòng tin của mình cho nhân viên, biết cách gắn lợi ích của cá nhân với lợi ích của tổ chức nhằm đạt được mục tiêu chung của toàn doanh nghiệp, ... Ngoài ra người lãnh đạo có năng lực là người biết nhìn xa trông rộng, có óc quan sát và phân tích, phán đoán được các cơ hội và nguy cơ từ môi trường, có khả năng xử lý tốt các mối quan hệ với các đối tượng hữu quan bên ngoài (như khách hàng, người cung ứng, cơ quan nhà nước, cộng đồng địa phương, ...) để tận dụng thời cơ và tránh các nguy cơ cho doanh nghiệp. Nhà lãnh đạo có năng lực là người biết cách phối hợp và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực nhằm đạt được mục tiêu của tổ chức.

❖ Năng lực tài chính của doanh nghiệp

Đây là một yếu tố rất quan trọng ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Năng lực tài chính mạnh không chỉ thể hiện ở quy mô vốn kinh doanh lớn hay nhỏ mà còn thể hiện ở việc doanh nghiệp sử dụng vốn có hiệu quả

hay không, doanh nghiệp có biết cách khai thác và sử dụng có hiệu quả nguồn lực tài chính của mình hay không. Năng lực tài chính còn thể hiện ở chỗ doanh nghiệp có đủ nguồn vốn cần thiết để tài trợ cho những dự án đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh, đầu tư đổi mới công nghệ, máy móc, trang thiết bị đã lạc hậu, lỗi thời ... để gia tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh hay không.

❖ **Năng lực công nghệ của doanh nghiệp**

Năng lực công nghệ không chỉ thể hiện ở trình độ trang thiết bị công nghệ, mức độ hiện đại của máy móc thiết bị mà còn thể hiện ở trình độ chuyên môn, kỹ năng, kỹ xảo, kinh nghiệm của người lao động trong doanh nghiệp. Một doanh nghiệp có máy móc trang thiết bị, dây chuyền sản xuất hiện đại nhưng không có đội ngũ lao động sử dụng, khai thác có hiệu quả những máy móc trang thiết bị ấy thì cũng không thể có khả năng cạnh tranh cao được. Công nghệ thích hợp, hiện đại là điều kiện cần thiết để sản xuất ra các sản phẩm có chất lượng cao, giá thành hạ, có nhiều tính năng ưu việt hơn các sản phẩm cùng loại trên thị trường, và do đó giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh.

❖ **Chiến lược marketing của doanh nghiệp**

Doanh nghiệp cần xây dựng và thực thi được chiến lược marketing một cách khoa học và hiệu quả. Chiến lược marketing được xây dựng dựa trên quá trình phân tích các thị trường tiêu thụ và hành vi của người mua, phân tích các cơ hội thị trường, nghiên cứu và lựa chọn thị trường mục tiêu để từ đó định hướng các nỗ lực tiếp thị của doanh nghiệp cho thị trường mục tiêu này với các chiến lược marketing-mix phù hợp (chiến lược sản phẩm, chiến lược giá cả, chiến lược phân phối, chiến lược chiêu thị). Quá trình nghiên cứu, phân khúc thị trường và lựa chọn ra thị trường mục tiêu của doanh nghiệp là rất quan trọng vì doanh nghiệp chỉ có thể hoạt động thành công ở một hoặc một vài phân khúc thị trường, khó có doanh nghiệp nào có thể hoạt động thành công trên phạm vi toàn bộ thị trường rộng lớn vì doanh nghiệp sẽ không có đủ nguồn lực để cạnh tranh với các doanh nghiệp khác.

1.1.4.2 Một số yếu tố bên ngoài của doanh nghiệp

❖ **Môi trường thể chế và các chính sách kinh tế vĩ mô của Nhà nước**

Sự ổn định chính trị và trật tự an toàn xã hội là điều kiện cần thiết cho các doanh nghiệp yên tâm đầu tư, phát triển sản xuất kinh doanh. Ngoài ra, hệ thống pháp luật đồng bộ, nhất quán, các chủ trương, chính sách của Chính phủ về khuyến khích phát triển hay hạn chế phát triển một ngành nghề ... đều có ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

❖ **Tốc độ đổi mới công nghệ trong ngành**

Nếu doanh nghiệp kinh doanh trong ngành có tốc độ đổi mới công nghệ nhanh chóng (như ngành điện tử, viễn thông, công nghệ thông tin, ...), chu kỳ sống của sản phẩm bị rút ngắn thì các lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp có xu hướng chỉ tồn tại trong khoảng thời gian ngắn trước khi bị các công nghệ mới thay thế. Trong khi đó, các doanh nghiệp hoạt động trong những ngành có tốc độ đổi mới công nghệ chậm hơn (như ngành khai thác lâm sản, ngành dệt) có xu hướng kéo dài thời gian tồn tại của các lợi thế và khả năng cạnh tranh cũng tương đối bền vững hơn.

❖ **Sự phát triển của các ngành hỗ trợ kinh doanh**

Dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh (Business Development Services – BDS) là những dịch vụ nhằm hỗ trợ cho việc phát triển và thực hiện các chức năng kinh doanh của các doanh nghiệp. Các dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh rất đa dạng và rất cần thiết cho các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh cho các doanh nghiệp. Theo Tổ chức Lao động Thế giới (International Labour Organization – ILO), các loại dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh được chia làm 7 nhóm như sau:

Bảng 1.2 : Các loại dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh

TT	Nhóm dịch vụ	Các dịch vụ cụ thể
1.	Tiếp cận thị trường	<ul style="list-style-type: none"> - Tiếp thị - Liên kết thị trường - Hội chợ thương mại và triển lãm sản phẩm - Phát triển sản phẩm thử nghiệm - Thông tin thị trường - Thầu phụ và đặt gia công bên ngoài - Du khảo thị trường và hội nghị khách hàng - Nghiên cứu thị trường - Phát triển thị trường - Trưng bày hàng hóa - Đóng gói, bao bì - Quảng cáo
2.	Nguyên liệu đầu vào	<ul style="list-style-type: none"> - Môi giới các doanh nghiệp với các nhà cung cấp nguyên liệu - Cải thiện khả năng của các nhà cung cấp bằng cách đưa ra các chuẩn mực chất lượng để có được nguyên liệu đầu vào chất lượng ổn định - Đạt được sự thỏa thuận bằng cách tạo nên những nhóm doanh nghiệp mua hàng với số lượng lớn - Thông tin về các nguồn cung cấp nguyên liệu
3.	Chính sách và tư vấn pháp luật	<ul style="list-style-type: none"> - Huấn luyện tư vấn về chính sách - Phân tích và trao đổi về những trở ngại và cơ hội từ chính sách - Luật sư đại diện cho doanh nghiệp - Tài trợ cho việc tổ chức các hội nghị, hội thảo - Nghiên cứu chính sách
4.	Hạ tầng cơ sở	<ul style="list-style-type: none"> - Lưu kho và bảo quản hàng hóa - Vận chuyển và giao nhận - Ý tưởng kinh doanh - Viễn thông liên lạc - Hướng dẫn xử lý thông tin - Dịch vụ chuyển tiền - Thông tin qua các ấn phẩm, báo, đài, tivi, ... - Tiếp cận internet - Các dịch vụ vi tính - Dịch vụ thư ký
5.	Huấn luyện và trợ giúp	<ul style="list-style-type: none"> - Cố vấn - Nghiên cứu khả thi và lập kế hoạch kinh doanh - Tham quan trao đổi - Nhượng quyền kinh doanh (Franchising) - Đào tạo quản lý - Đào tạo kỹ thuật

	kỹ thuật đào tạo	- Dịch vụ tư vấn - Dịch vụ pháp lý - Dịch vụ thuế và tài chính - Dịch vụ kế toán – kiểm toán
6.	Phát triển công nghệ và sản phẩm	- Chuyển giao, mua bán công nghệ - Môi giới doanh nghiệp với các nhà cung cấp công nghệ - Tư vấn sử dụng công nghệ - Các chương trình đảm bảo chất lượng - Thuê mua máy móc thiết bị - Dịch vụ thiết kế
7.	Xúc tiến tài chính	- Tài trợ vốn lưu động cho các đơn đặt hàng được xác nhận - Trợ giúp vay vốn - Xúc tiến vay tín dụng từ các nhà cung cấp

Nguồn: International Labour Organization (ILO): Guide to Market Assessment for Business Development Services Program Design, 2001³.

1.2 ĐẶC ĐIỂM DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM

1.2.1 Khái niệm

Theo quy định tại Điều 3 Nghị định 90/2001/NĐ-CP ngày 23/11/2001 của Chính phủ về trợ giúp phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa (viết tắt là DNNVV) của Việt Nam thì DNNVV là các cơ sở sản xuất kinh doanh (viết tắt là SXKD) độc lập đã đăng ký kinh doanh theo pháp luật hiện hành, có vốn đăng ký không quá 10 tỷ đồng hoặc số lao động trung bình hàng năm không quá 300 người. Căn cứ vào tình hình kinh tế xã hội cụ thể của ngành, địa phương trong quá trình thực hiện các biện pháp, chương trình trợ giúp có thể linh hoạt áp dụng đồng thời cả hai chỉ tiêu về vốn và lao động hoặc một trong hai chỉ tiêu nói trên.

Trên thế giới, để phân biệt DNNVV với doanh nghiệp lớn người ta thường dựa vào nhiều tiêu thức khác nhau nhưng việc sử dụng hai tiêu thức là số lượng lao động và vốn là phổ biến nhất. Tuy nhiên mỗi quốc gia hoặc tổ chức lại đưa ra các chuẩn mực khác nhau về DNNVV. Điển hình về cách phân loại DNNVV của một số nước và một số tổ chức như sau:

³ Nguồn: TS. Lê Xuân Bá, TS. Trần Kim Hào, TS. Nguyễn Hữu Thắng (2006), *Doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

Bảng 1.3: Chỉ tiêu phân loại DNNVV theo World Bank

Loại DN	Số lao động (người)	Vốn (USD)	Doanh thu (USD)
Siêu nhỏ	≤ 10	≤ 10.000	≤ 100.000
Nhỏ	≤ 50	≤ 3.000.000	≤ 3.000.000
Vừa	≤ 300	≤ 15.000.000	≤ 15.000.000

Nguồn: Ayyagari, M., Beck, T. & Kint, A.D, 2003 ⁴.

Bảng 1.4: Chỉ tiêu phân loại DNNVV theo EU

Loại DN	Số lao động (người)	Vốn (Euro)	Doanh thu (Euro)
Siêu nhỏ	≤ 10	≤ 2.000.000	≤ 2.000.000
Nhỏ	≤ 50	≤ 10.000.000	≤ 10.000.000
Vừa	≤ 250	≤ 50.000.000	≤ 43.000.000

Nguồn: Ayyagari, M., Beck, T. & Kint, A.D, 2003 ⁵.

Bảng 1.5: Chỉ tiêu phân loại DNNVV ở Nhật Bản

Ngành nghề	DNNVV		DN loại nhỏ
	Vốn	Lao động	
Công nghiệp khai thác, chế tạo, vận tải, xây dựng	≤ 100 triệu yên	< 300 người	≤ 20 người
Thương nghiệp bán buôn	≤ 30 triệu yên	< 100 người	≤ 5 người
Thương nghiệp bán lẻ và dịch vụ	≤ 10 triệu yên	< 50 người	≤ 5 người

Nguồn: PTS. Đỗ Đức Định (1999), *kinh nghiệm và cảm nang Phát triển Xí nghiệp vừa và nhỏ ở một số nước trên thế giới*, Nxb Thống Kê, Hà Nội.

Sở dĩ có sự khác nhau trong các tiêu thức được sử dụng để phân định như trên là do việc phân định DNNVV phụ thuộc vào nhiều yếu tố như: đặc điểm và trình độ phát triển kinh tế ở mỗi quốc gia; tính đặc thù của từng lĩnh vực sản xuất kinh doanh; mục đích phân định và ý đồ chính sách; tính lịch sử của mỗi quốc gia, ...

So với tiêu chuẩn của World Bank và EU thì tiêu chuẩn DNNVV Việt Nam có số lao động gần tương đương, nhưng số vốn của DNNVV Việt Nam là quá nhỏ (10 tỷ đồng chỉ tương đương với trên dưới 600.000 USD so với 15 triệu USD và 50 triệu EUR). Tiêu chuẩn phân loại DNNVV của Việt Nam gần tương đương với tiêu chuẩn phân loại DNNVV của Nhật Bản.

⁴ Nguồn: Nguyễn Văn Minh (2006), *Giải pháp mở rộng tín dụng đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Sở giao dịch ngân hàng phát triển nhà đồng bằng sông Cửu Long*, Luận văn Thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Ngân hàng TP. HCM.

⁵ Nguồn: Như trên

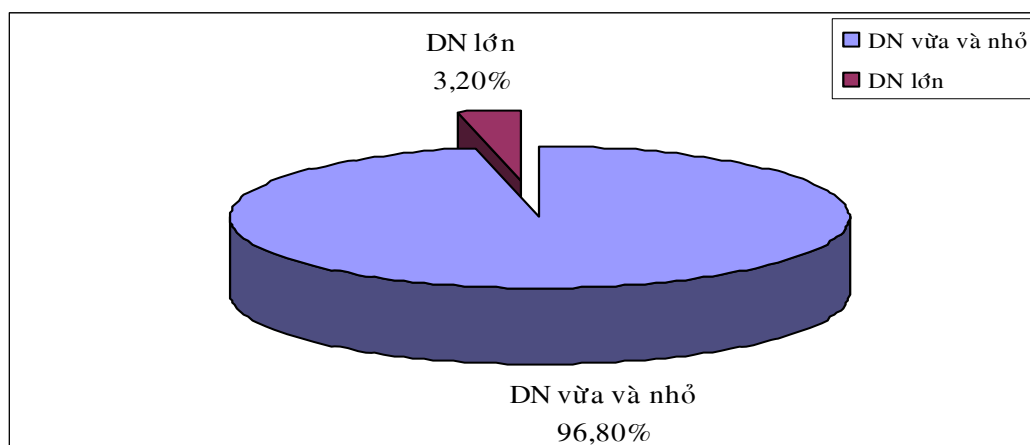
1.2.2 Đặc điểm

DNNVV Việt Nam chiếm số lượng áp đảo trong tổng số lượng doanh nghiệp của cả nước và chủ yếu là những doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân. Xem bảng 1.6 và hình 1.2 sau đây:

Bảng 1.6: Tỷ trọng DNNVV trong tổng số lượng doanh nghiệp của Việt Nam tại thời điểm 31/12/2005

Chỉ tiêu	Số lượng	Phân theo quy mô lao động			
		DN có số lao động ≤ 300 người		DN có số lao động trên 300 người	
		Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Tỷ trọng (%)
1. Tổng số lượng doanh nghiệp	112.952	109.338	96,80	3.614	3,20
2. Tỷ trọng DNNVV trong từng loại hình doanh nghiệp:					
- DN Nhà nước	4.086	2.675	2,45	1.411	
- DN ngoài Nhà nước	105.169	103.794	94,93	1.375	
- DN có vốn đầu tư nước ngoài	3.697	2.869	2,62	828	

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám Thống kê 2006.



Hình 1.2: Tỷ trọng DNNVV trong tổng số lượng doanh nghiệp của Việt Nam

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê và tiêu chí về số lượng lao động trong khái niệm về DNNVV của Việt Nam, tại thời điểm 31/12/2005 có 112.952 doanh nghiệp đang hoạt động, trong đó có 109.338 DNNVV (chiếm tỷ trọng 96,80% trong tổng số lượng doanh nghiệp đang hoạt động) và 3.614 doanh nghiệp lớn (chiếm 3,20% số lượng doanh nghiệp đang hoạt động). Trong tổng số 109.338 DNNVV thì số lượng doanh nghiệp ngoài Nhà nước là 103.794 doanh nghiệp, chiếm tỷ trọng 94,93% trong tổng số DNNVV. Các số liệu thống kê nói trên còn

chưa tính đến số lượng trên 3 triệu cơ sở SXKD cá thể phi nông nghiệp. Tính toán từ số liệu Thống kê năm 2005 và 2004 cũng cho ra kết quả gần tương tự. Như vậy có thể thấy rằng các doanh nghiệp ở nước ta chủ yếu là DNNVV và là các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân.

1.3 SỰ CẦN THIẾT PHẢI NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA CÁC DNNVV TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP VÀO WTO

Việc hội nhập vào Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) - gia nhập và thực hiện các cam kết, tuân thủ những quy định, các “luật chơi” chung của tổ chức này - chính là tham gia sâu hơn vào tiến trình toàn cầu hóa kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta. Quá trình hội nhập này sẽ đem lại các cơ hội cũng như các thách thức đối với nền kinh tế nói chung và các doanh nghiệp nói riêng. Dưới đây là một số cơ hội và thách thức từ quá trình hội nhập WTO đối với các DNNVV của Việt Nam.

❖ Các cơ hội:

Một là, mở rộng thị trường cho các doanh nghiệp nói chung, trong đó có các DNNVV. Tham gia vào WTO, các doanh nghiệp có cơ hội tiếp cận với một thị trường rộng lớn với gần 150 nước thành viên, bao gồm hơn 2/3 dân số toàn cầu. Thị trường rộng lớn này với các nhu cầu vô cùng phong phú và đa dạng sẽ tạo ra nhiều cơ hội để các doanh nghiệp mở rộng thị trường kinh doanh của mình, đa dạng hóa thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Hai là, có nhiều điều kiện thuận lợi hơn để thâm nhập thị trường của tất cả các nước thành viên WTO. Khi Việt Nam là thành viên của WTO thì các nước thành viên khác cũng phải dành cho Việt Nam hưởng quy chế không phân biệt đối xử của WTO (quy chế tối huệ quốc MFN và quy chế đãi ngộ quốc gia NT), tức là họ cũng phải dỡ bỏ các rào cản để mở cửa cho hàng hóa và dịch vụ của nước ta xâm nhập vào nước họ và không phân biệt đối xử giữa các doanh nghiệp của nước họ với các doanh nghiệp của nước ta. Điều này sẽ mang lại cho các DNNVV nhiều điều kiện thuận lợi hơn để thâm nhập thị trường của tất cả các nước thành viên WTO.

Ba là, các DNNVV sẽ cơ hội sử dụng cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO để đấu tranh bình đẳng với các đối tác thương mại lớn khi xảy ra tranh chấp thương

mại, hạn chế được sự chèn ép của các công ty hay chính phủ của các nước khác. Đây là cơ hội rất quan trọng đối với các doanh nghiệp ở các nước đang phát triển nói chung và đặc biệt là đối với các DNNVV vốn có nhiều yếu tố trong việc giải quyết tranh chấp thương mại.

Bốn là, các DNNVV được hưởng lợi từ việc “thuận lợi hóa” thương mại và đầu tư ngay trên “sân nhà”. Minh bạch hóa là một trong các nguyên tắc chủ đạo của WTO. Trên tinh thần đó, bộ máy quản lý Nhà nước và các thủ tục hành chính sẽ phải thay đổi theo hướng công khai hơn, minh bạch hơn và thuận lợi hơn để phục vụ phát triển kinh tế, phục vụ quyền lợi chính đáng của công dân và của doanh nghiệp. Nhờ đó, các DNNVV sẽ có thể tiết kiệm được thời gian, công sức, chi phí, ... để tập trung nguồn lực vào việc sản xuất kinh doanh.

Năm là, hội nhập vào WTO mở ra cơ hội cho các DNNVV tiếp cận với thị trường công nghệ rộng mở khắp toàn cầu, thúc đẩy chuyển giao công nghệ, tiếp thu công nghệ tiên tiến, học hỏi kinh nghiệm quản lý của các nhà đầu tư quốc tế. Thông qua sự cọ xát với các mô hình đầu tư, kinh doanh từ bên ngoài, năng lực và trình độ của các chủ doanh nghiệp, các nhà quản lý DNNVV sẽ được nâng cao.

❖ **Các thách thức:**

Thách thức to lớn nhất đối với các doanh nghiệp nói chung và các DNNVV nói riêng là môi trường kinh doanh sẽ trở nên cạnh tranh hơn, sức ép cạnh tranh sẽ gay gắt hơn, thể hiện qua hai mặt:

Thứ nhất, các DNNVV phải đối mặt với cạnh tranh gay gắt của hàng hóa nhập khẩu từ bên ngoài vào Việt Nam. Với các cam kết cắt giảm thuế nhập khẩu và loại bỏ các hàng rào phi thuế gây cản trở thương mại của nước ta với WTO, hàng hóa của các nước thành viên WTO sẽ có điều kiện thuận lợi hơn để nhập khẩu vào Việt Nam và cạnh tranh với hàng hóa sản xuất trong nước. Các doanh nghiệp sẽ có nguy cơ không tiêu thụ nổi hàng hóa của mình, nhất là với những doanh nghiệp đã quen với sự trợ giúp của Nhà nước. Như vậy, cũng sẽ có không ít DNNVV có nguy cơ không tiêu thụ được hàng hóa, thị phần bị thu hẹp và có thể phải chuyển sang sản xuất hàng hóa khác hoặc phải phá sản hoặc giải thể.

Thứ hai, các DNNVV phải đối mặt với các doanh nghiệp nước ngoài có năng lực cạnh tranh cao hơn, có thể phải đối mặt với các công ty, tập đoàn đa quốc gia hùng mạnh có kinh nghiệm cạnh tranh lâu năm trên thương trường. Các doanh

ng nghiệp trong nước có thể bị mất thị phần, mất thị trường tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ ngay trên “sân nhà”. Ngoài ra, các doanh nghiệp trong nước còn có nguy cơ bị cạnh tranh mạnh về thu hút các yếu tố đầu vào như: bị tranh giành nguồn nguyên liệu, nguồn vốn, nhân công tay nghề cao, chất xám, ... Khi bị thua trong cuộc cạnh tranh này thì sẽ xuất hiện nguy cơ có nhiều doanh nghiệp không thể phát triển được, phải thu hẹp sản xuất và thậm chí không tồn tại được. Các DNNVV còn có nguy cơ bị thôn tính, bị mua lại. Các nguy cơ này có thể chưa xuất hiện ngay ở giai đoạn đầu gia nhập WTO do nhiều loại hàng hóa, dịch vụ của Việt Nam vẫn còn được bảo hộ ở một mức độ nhất định nhưng sẽ gia tăng dần vào cuối lộ trình, khi các rào cản thương mại được dỡ bỏ hoàn toàn theo cam kết.

Như vậy, hội nhập vào WTO sẽ đem lại cả cơ hội lẫn thách thức cho các doanh nghiệp nói chung và cho các DNNVV nói riêng. Để tận dụng được các cơ hội và vượt qua các thách thức, đòi hỏi cấp thiết đối với các DNNVV là phải nâng cao khả năng cạnh tranh. Chỉ có nỗ lực nâng cao khả năng cạnh tranh, các DNNVV mới có thể tồn tại và phát triển trong một môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt và cạnh tranh với các đối thủ đến từ khắp nơi trên toàn cầu.

Kết luận chương 1: Chương 1 đã trình bày được những lý luận cơ bản về khả năng cạnh tranh và các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Ngoài ra, chương 1 cũng đã nêu lên được các thách thức và các cơ hội đối với các DNNVV khi Việt Nam hội nhập vào WTO. Để tận dụng được các cơ hội và vượt qua các thách thức, đòi hỏi cấp thiết đối với các DNNVV là phải nâng cao khả năng cạnh tranh. Chỉ có nỗ lực nâng cao khả năng cạnh tranh, các DNNVV của nước ta mới có thể tồn tại và phát triển trong một môi trường mà sức ép cạnh tranh sẽ ngày càng gia tăng khi Việt Nam thực hiện các cam kết mở cửa thị trường với gần 150 nước trong Tổ chức Thương mại Thế giới.

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM

2.1 VAI TRÒ CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM

Từ khi nước ta chuyển từ nền kinh tế kế hoạch, bao cấp sang nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần vận hành theo cơ chế thị trường từ cuối những năm 1980 đến nay, và đặc biệt là từ khi Luật Công ty và Luật Doanh nghiệp tư nhân ra đời vào năm 1990, các DNNVV bắt đầu có cơ hội để phát triển. Tuy nhiên phải cho đến khi Luật Doanh nghiệp năm 1999 được ban hành thay thế Luật Công ty và Luật Doanh nghiệp tư nhân thì số lượng doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân được thành lập bắt đầu tăng lên nhanh chóng. Với số lượng các doanh nghiệp được thành lập mới ngày càng tăng nhanh, đóng góp của khu vực DNNVV ngày càng lớn đối với toàn bộ nền kinh tế quốc dân. Một số vai trò của DNNVV Việt Nam được thể hiện qua các mặt sau đây:

2.1.1 Đóng góp quan trọng vào GDP và tốc độ tăng trưởng kinh tế

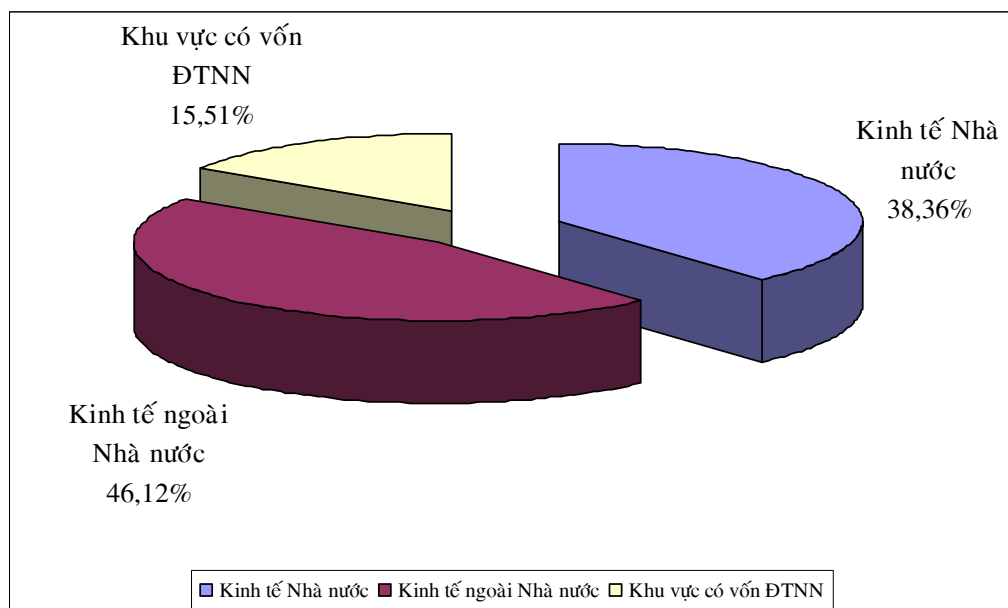
DNNVV ngày càng đóng góp nhiều hơn vào tổng GDP của cả nước do số lượng doanh nghiệp ngày càng lớn và phân bố hoạt động trong nhiều ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh. Xem bảng 2.1 và hình 2.1 sau đây để thấy rõ hơn điều này:

Bảng 2.1: Tổng GDP theo giá thực tế của các thành phần kinh tế

ĐVT: Tỷ đồng

Năm	Tổng GDP	Phân theo các thành phần kinh tế		
		Kinh tế Nhà nước	Kinh tế ngoài Nhà nước	Khu vực có vốn ĐTNN
2002	535.762	205.652	256.413	73.697
2003	613.443	239.736	284.963	88.744
2004	715.307	279.704	327.347	108.256
2005	839.211	322.241	382.804	134.166
2006	973.790	363.449	444.659	165.682
Cộng 2002-2006:	3.677.513	1.410.782	1.696.186	570.545
Tỷ trọng (%):	100,00	38,36	46,12	15,51

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2006.



Hình 2.1: Tỷ trọng đóng góp vào GDP của các thành phần kinh tế

Qua các số liệu trên ta thấy:

Tính từ năm 2002 đến năm 2006 tổng giá trị sản phẩm trong nước nói chung và của các thành phần kinh tế nói riêng đều tăng dần qua các năm: năm 2002 tổng GDP của cả nước là 535.762 tỷ đồng, trong đó phần đóng góp vào GDP của khu vực kinh tế Nhà nước là 205.652 tỷ đồng, của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước là 256.413 tỷ đồng và của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài là 73.697 tỷ đồng. Đến năm 2006 tổng GDP của cả nước tăng lên đến 973.790 tỷ đồng, trong đó phần đóng góp vào GDP của khu vực kinh tế Nhà nước là 363.449 tỷ đồng, của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước là 444.659 tỷ đồng, của khu vực có vốn đầu tư nước ngoài là 165.682 tỷ đồng. Trong toàn bộ giai đoạn từ năm 2002 đến năm 2006, tổng GDP của nước ta là 3.677.513 tỷ đồng. Trong tổng giá trị GDP này, thành phần kinh tế Nhà nước đóng góp 1.410.782 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng tương ứng là 38,36%; thành phần kinh tế ngoài Nhà nước đóng góp 1.696.186 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng tương ứng là 46,12%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đóng góp 570.545 tỷ đồng, chiếm tỷ trọng tương ứng là 15,51%. Tính trong toàn bộ giai đoạn từ năm 2002 đến năm 2006, khu vực kinh tế ngoài Nhà nước (trong đó chủ yếu là các DNNVV) đóng góp giá trị lớn nhất vào GDP của nước ta, kế đến mới tới khu vực kinh tế Nhà nước và sau cùng là khu vực có vốn đầu tư nước ngoài.

Để tính toán tốc độ tăng trưởng kinh tế của của một nước, người ta cần chọn chỉ số giá của một năm làm gốc và quy đổi giá trị tổng sản phẩm của các năm sau về cùng một năm gốc này để loại trừ ảnh hưởng của yếu tố lạm phát qua các năm. Nước ta chọn năm 1994 làm năm gốc để tính toán tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế trong những năm gần đây. Để thấy rõ các chỉ tiêu về tốc độ tăng trưởng kinh tế của nước ta cũng như tốc độ tăng trưởng của các khu vực kinh tế, xem thêm bảng 2.2 sau đây:

Bảng 2.2: Một số chỉ tiêu về GDP theo giá cố định năm 1994 của các thành phần kinh tế

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm				
	2002	2003	2004	2005	2006
1. Tổng GDP	313.247	336.242	362.435	393.031	425.135
Tổng GDP phân theo các TP kinh tế:					
Kinh tế Nhà nước	128.343	138.160	148.865	159.836	170.001
Kinh tế ngoài Nhà nước	150.898	160.498	171.659	185.744	201.044
Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài	34.006	37.584	41.911	47.451	54.090
2. Tốc độ tăng GDP qua các năm:					
2.1 Của cả nước (%)		7,34	7,79	8,44	8,17
2.2 Của khu vực kinh tế Nhà nước (%)		7,65	7,75	7,37	6,36
2.3 Của k.vực ktế ngoài Nhà nước (%)		6,36	6,95	8,21	8,24
2.4 Của khu vực có vốn ĐTNN (%)		10,52	11,51	13,22	13,99
3. Giá trị tuyệt đối của 1% tăng lên:					
3.1 Của cả nước		3132,47	3362,42	3624,35	3930,31
3.2 Của khu vực kinh tế Nhà nước		1283,43	1381,6	1.488,65	1.598,36
3.3 Của k.vực ktế ngoài Nhà nước		1508,98	1.604,98	1.716,59	1857,44
3.4 Của khu vực có vốn ĐTNN		340,06	375,84	419,11	474,51
4. Tốc độ tăng GDP bình quân					
4.1 Của cả nước (%)		7,93			
4.2 Của khu vực kinh tế Nhà nước (%)		7,28			
4.3 Của k.vực ktế ngoài Nhà nước (%)		7,44			
4.4 Của khu vực có vốn ĐTNN (%)		12,3			

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2006.

Qua các số liệu trên ta thấy:

- Khi tính theo giá cố định năm 1994 để loại trừ ảnh hưởng của yếu tố lạm phát qua các năm, trong giai đoạn từ năm 2002 đến năm 2006, giá trị GDP của cả nước vẫn thể hiện xu hướng tăng lên qua các năm. Năm 2002, giá trị GDP của cả nước là 313.247 tỷ đồng và tăng dần qua các năm 2003, 2004, 2005, 2006; năm 2006 giá trị GDP của cả nước 425.135 tỷ đồng. Giá trị đóng góp vào GDP của các

thành phần kinh tế cũng tăng dần qua các năm, nhưng giá trị đóng góp vào GDP của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước vẫn luôn luôn cao nhất trong tất cả các năm tính từ năm 2002 đến năm 2006 so với hai thành phần kinh tế còn lại. Tính toán thêm từ các số liệu trên cho thấy tỷ trọng giá trị đóng góp vào GDP của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước luôn cao hơn 47% trong tất cả các năm trong giai đoạn 2002-2006.

- Tốc độ tăng trưởng GDP của nước ta thể hiện xu hướng tăng dần qua các năm trong suốt giai đoạn 2002-2006. Năm 2003 GDP nước ta tăng thêm 7,34%, năm 2004 tăng thêm 7,79%, năm 2005 tăng thêm 8,44% và năm 2006 tăng thêm 8,17% và tốc độ tăng GDP bình quân của cả nước trong giai đoạn 2002-2006 là 7,93%/1 năm. Tốc độ tăng trưởng bình quân của các khu vực kinh tế trong giai đoạn này thể hiện như sau: khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài có tốc độ tăng trưởng bình quân là 12,3%/1 năm, cao nhất trong các khu vực kinh tế; kế tiếp là đến khu vực kinh tế ngoài Nhà nước với tốc độ tăng trưởng 7,44%/1 năm và thấp nhất là khu vực kinh tế Nhà nước với tốc độ tăng trưởng bình quân 7,28%/1 năm. Xét về mặt xu hướng qua các năm thì ta thấy khu vực kinh tế Nhà nước đang có xu hướng tăng trưởng chậm lại: năm 2004 khu vực kinh tế Nhà nước tăng trưởng 7,75%, sang năm 2005 giảm xuống còn 7,37% và sang năm 2006 giảm xuống chỉ còn 6,36%. Ngược lại với xu hướng của khu vực kinh tế Nhà nước, khu vực kinh tế ngoài Nhà nước lại có tốc độ tăng trưởng tăng lên trong toàn bộ giai đoạn 2002-2006: năm 2003 tăng 6,36%, năm 2004 tăng 6,95%, năm 2005 tăng 8,21% và năm 2006 tăng 8,24%. Mặc dù khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài có tốc độ tăng trưởng cao nhất qua các năm, nhưng giá trị tuyệt đối của 1% tăng trưởng của khu vực này là thấp nhất, còn giá trị tuyệt đối của 1% tăng trưởng của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước là cao nhất trong các khu vực kinh tế: năm 2006, giá trị tuyệt đối 1% tăng trưởng của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước là 1.857,44 tỷ đồng, khu vực kinh tế Nhà nước là 1.598,36 tỷ đồng, còn khu vực có vốn đầu tư nước ngoài chỉ là 474,51 tỷ đồng. Giá trị 1% tăng trưởng của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước nhiều hơn khoảng 4 lần so với khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài. Khu vực kinh tế ngoài Nhà nước hầu hết là các DNNVV.

Qua các số liệu dẫn chứng và các phân tích nêu trên có thể thấy rằng các DNNVV có đóng góp rất quan trọng vào GDP và tốc độ tăng trưởng kinh tế của nước ta trong những năm gần đây và có thể vai trò này vẫn sẽ tiếp tục trong những năm tới.

2.1.2 Góp phần làm chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tạo lập sự phát triển cân bằng giữa các vùng miền

Việc có các doanh nghiệp, chủ yếu là các DNNVV được thành lập tại các vùng nông thôn, vùng miền núi, vùng sâu, vùng xa sẽ góp phần làm tăng tỷ trọng ngành công nghiệp và dịch vụ, tạo công ăn việc làm và thu nhập cho cư dân ở các vùng miền đó, góp phần làm giảm bớt khoảng cách giàu nghèo giữa các vùng miền trong một quốc gia. Điều này có thể thấy rõ hơn thông qua việc xem xét số lượng DNNVV hoạt động tại các vùng miền trong cả nước ta tại bảng 2.3 sau đây:

Bảng 2.3: Số lượng DNNVV của các vùng miền tại thời điểm 31/12/2005

Chỉ tiêu	Tổng số doanh nghiệp	Số lượng DNNVV	Tỷ trọng (%)
Cả nước	112.952	109.338	96,80
Các tỉnh đồng bằng sông Hồng	30.510	29.530	96,79
Các tỉnh phía Đông Bắc Bộ	7.292	7.086	97,17
Các tỉnh phía Tây Bắc Bộ	1.338	1.306	97,61
Các tỉnh phía Bắc Trung Bộ	7.212	7.045	97,68
Các tỉnh duyên hải Nam Trung Bộ	7.821	7.554	96,59
Các tỉnh Tây Nguyên	3.564	3.458	97,03
Các tỉnh miền Đông Nam Bộ	40.793	39.289	96,31
Các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long	14.258	14.029	98,39
Không xác định	164	41	25,00

Nguồn: Tổng hợp từ Niên giám thống kê 2006.

Qua bảng số liệu trên ta thấy: các DNNVV phân bố ở khắp các vùng miền của cả nước và chiếm tỷ trọng trên 96% trong tổng số lượng các doanh nghiệp hoạt động tại tất cả các vùng miền. Các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long có tỷ trọng DNNVV cao hơn mức bình quân chung của cả nước một chút, còn lại các vùng khác đều có tỷ trọng DNNVV dao động gần với tỷ trọng bình quân của cả nước. Điều này cho thấy các DNNVV có một vị trí, vai trò quan trọng trong việc phát triển kinh tế của tất cả các địa phương trên cả nước, góp phần tạo lập sự phát triển cân bằng giữa các vùng miền.

2.1.3 Góp phần quan trọng trong việc giải quyết việc làm

Theo ước tính, hàng năm ở nước ta có khoảng 1,4 triệu người gia nhập vào lực lượng lao động⁶. Vấn đề giải quyết việc làm cho số người lao động mới này là rất cấp thiết. Bên cạnh đó, khu vực doanh nghiệp Nhà nước hiện nay đang thực hiện sắp xếp lại nên không những không thể thu hút thêm lao động mà còn tăng thêm số lao động dôi dư. Khu vực đầu tư nước ngoài mỗi năm cũng chỉ tạo ra số lượng chỗ làm mới không lớn lắm. Việc thực hiện mục tiêu công nghiệp hóa, chuyển dịch cơ cấu kinh tế của nước ta theo hướng giảm tỷ trọng giá trị nông nghiệp, tăng cơ cấu công nghiệp và dịch vụ trong tổng GDP sẽ tạo ra áp lực tăng số lao động dôi dư từ khu vực nông nghiệp, nông thôn, dịch chuyển số lao động từ khu vực nông nghiệp sang khu vực công nghiệp và dịch vụ. Như vậy, để giải quyết việc làm cho số lao động mới tăng thêm này thì phần lớn phải trông chờ vào các DNNVV. Vấn đề này sẽ được làm sáng tỏ hơn qua các số liệu dẫn chứng sau đây.

Bảng 2.4: Một số chỉ tiêu về số lao động làm việc trong các loại hình doanh nghiệp tại thời điểm 31/12 hàng năm

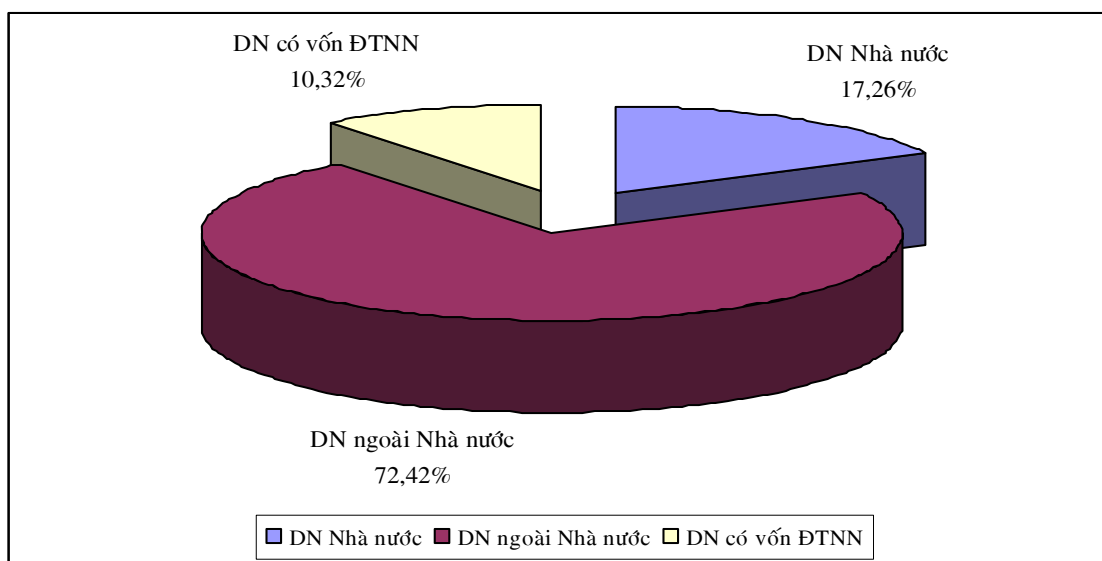
ĐVT: người

Chỉ tiêu	Năm			
	2002	2003	2004	2005
1. Tổng số lao động	9.094.550	10.017.752	10.758.433	11.824.212
Tỷ trọng (%)	100,00	100,00	100,00	100,00
1.1 Doanh nghiệp Nhà nước	2.259.858	2.264.942	2.249.902	2.040.859
Tỷ trọng (%)	24,85	22,61	20,91	17,26
1.2 DN ngoài Nhà nước	6.143.604	6.892.551	7.463.680	8.562.737
Tỷ trọng (%)	67,55	68,80	69,38	72,42
1.3 DN có vốn đầu tư nước ngoài	691.088	860.259	1.044.851	1.220.616
Tỷ trọng (%)	7,60	8,59	9,71	10,32
2. Số việc làm mới tạo ra hàng năm:				
2.1 Trong các loại hình DN		923.202	740.681	1.065.779
2.2 Trong các DNNN		5.084	-15.040	-209.043
2.3 Trong các DN ngoài NN		748.947	571.129	1.099.057
2.4 Trong các DN có vốn ĐTNN		169.171	184.592	175.765

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2006.

Ghi chú: chỉ tiêu về lao động tại bảng trên có tính đến cả số lao động làm việc trong các cơ sở SXKD cá thể phi nông nghiệp của cả nước.

⁶ Nguồn: TS. Lê Xuân Bá, TS. Trần Kim Hào, TS. Nguyễn Hữu Thắng (2006), *Doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.



Hình 2.2: Cơ cấu lao động làm việc trong các khu vực doanh nghiệp năm 2005

Qua các số liệu trên ta thấy:

- Số lượng lao động làm việc trong các khu vực doanh nghiệp của nước ta tăng dần lên qua các năm: từ hơn 9 triệu người vào năm 2002 đã tăng lên hơn 10 triệu người vào các năm 2003, 2004 và tăng lên tới gần 12 triệu người vào năm 2005. Số lượng lao động này làm việc trong ba khu vực là: khu vực DNNN, khu vực doanh nghiệp ngoài Nhà nước và khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Tỷ trọng lao động làm việc trong khu vực DNNN có xu hướng giảm dần qua các năm: từ 24,85% vào năm 2002 giảm dần xuống qua các năm 2003, 2004 và đến năm 2005 tỷ trọng này giảm xuống chỉ còn 17,26%. Ngược lại, tỷ trọng lao động làm việc trong khu vực doanh nghiệp ngoài Nhà nước lại có xu hướng tăng dần qua các năm: từ 67,55% vào năm 2002 đã tăng dần lên qua các năm 2003, 2004 và tăng lên tới 72,42% vào năm 2005. Tỷ trọng lao động làm việc trong khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cũng tăng dần qua các năm: từ 7,60% vào năm 2002 tăng dần lên tới 10,32 vào năm 2005 nhưng tỷ trọng này là nhỏ nhất so với hai khu vực doanh nghiệp còn lại.

- Số lao động dôi dư từ khu vực DNNN vào năm 2004 là 15.040 người, năm 2005 là 209.043 người. Số lao động mới tăng thêm của các doanh nghiệp ngoài Nhà nước vào năm 2003 là 748.947 người, năm 2004 là 571.129 người và tăng lên tới 1.099.057 người vào năm 2005. Số lao động mới tăng thêm qua các năm của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chưa tới 200.000 người/1 năm.

Qua các số liệu dẫn chứng và các phân tích nêu trên có thể thấy rằng các DNNVV đang giữ vai trò rất quan trọng trong các doanh nghiệp ở nước ta trong việc tạo ra công ăn việc làm cho người lao động.

2.1.4 Góp phần làm tăng khả năng cạnh tranh của nền kinh tế

Với sự tồn tại của nhiều DNNVV hoạt động trong cùng một ngành nghề, một lĩnh vực sẽ làm giảm tính độc quyền và buộc các doanh nghiệp phải chấp nhận cạnh tranh, phải liên tục đổi mới để tồn tại và phát triển. Với tính linh hoạt của mình, các DNNVV sẽ tạo ra sức ép cạnh tranh, thậm chí với cả các công ty lớn. Đây là động lực làm cho các doanh nghiệp phải nâng cao khả năng cạnh tranh của mình và qua đó làm gia tăng khả năng cạnh tranh của toàn bộ nền kinh tế.

2.1.5 Góp phần quan trọng trong thu hút vốn đầu tư trong dân cư

Việc tạo lập DNNVV không cần quá nhiều vốn, điều đó đã tạo cơ hội cho đông đảo dân cư có thể tham gia đầu tư với nguồn vốn đầu tư của chính bản thân người đứng ra thành lập doanh nghiệp hoặc huy động dựa trên quan hệ họ hàng, bạn bè thân thuộc. Chính vì vậy, DNNVV có vai trò rất quan trọng trong việc huy động và sử dụng các khoản tiền tiết kiệm nhàn rỗi trong dân cư, biến nó thành các khoản vốn đầu tư cho bản thân doanh nghiệp và cho nền kinh tế. Điều này được thể hiện rõ thông qua các số liệu thống kê cho thấy, kể từ khi Luật Doanh Nghiệp 1999 ra đời và có hiệu lực vào năm 2000 thì số lượng doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân được thành lập tăng lên nhanh chóng, vốn đầu tư thực hiện của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước tăng trưởng với tốc độ cao nhất trong các khu vực kinh tế. Xem bảng 2.5 sau đây:

Bảng 2.5: Vốn đầu tư thực hiện theo giá thực tế của các thành phần kinh tế

ĐVT: Tỷ đồng

Chỉ tiêu	Năm				
	2002	2003	2004	2005	2006
1. Tổng vốn đầu tư	200.145	239.246	290.927	343.135	398.900
1.1 Kinh tế Nhà nước	114.738	126.558	139.831	161.635	185.100
1.2 Kinh tế ngoài Nhà nước	50.612	74.388	109.754	130.398	150.500
1.3 Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài	34.795	38.300	41.342	51.102	63.300
3. Tốc độ tăng vốn đầu tư bình quân					
3.1 Của cả nước (%)	18,82				
3.2 Của khu vực kinh tế Nhà nước (%)	12,70				
3.3 Của k.vực ktế ngoài Nhà nước (%)	31,32				
3.4 Của khu vực có vốn ĐTNN (%)	16,14				

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2006.

Qua các số liệu trên ta thấy:

Trong các năm từ năm 2002 đến 2006, tổng vốn đầu tư thực hiện của cả nước liên tục tăng lên: từ 200.145 tỷ đồng vào năm 2002 tăng liên tục qua các năm 2003, 2004, 2005 và năm 2006 đạt 398.900 tỷ đồng. Tính bình quân trong toàn bộ giai đoạn 2002-2006, vốn đầu tư của cả nước tăng bình quân 18,82%/1 năm, trong đó khu vực kinh tế Nhà nước chỉ tăng bình quân 12,70%/1 năm và khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài chỉ tăng bình quân 16,14%/1 năm, tốc độ tăng của hai khu vực kinh tế này là thấp hơn mức tăng bình quân chung của cả nước. Ngược lại, vốn đầu tư thực hiện của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước có mức tăng bình quân là 31,32%/1 năm, cao hơn gần 1,7 lần mức bình quân chung của cả nước. Vốn đầu tư thực hiện vào năm 2006 của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước là 150.500 tỷ đồng, cao hơn 2,4 lần so với vốn đầu tư thực hiện của khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài. Điều này cho thấy rằng các DNNVV đang đóng góp vai trò rất quan trọng trong việc thu hút vốn đầu tư vào nền kinh tế.

2.1.6 Góp phần khôi phục, giữ gìn và phát triển các làng nghề thủ công truyền thống

Các làng nghề thủ công truyền thống của nước ta tạo ra lượng sản phẩm thủ công đa dạng, phong phú về chủng loại với độ tinh xảo, kỹ, mỹ thuật ngày càng cao, có khả năng cạnh tranh trên thị trường khu vực và thế giới. Các sản phẩm thủ công mỹ nghệ của nước ta đã có mặt ở nhiều quốc gia phát triển, tạo ra công ăn việc làm và thu nhập cho dân cư ở các làng nghề. Các DNNVV có vai trò quan trọng trong việc phát triển các sản phẩm hàng hóa, dịch vụ và thị trường cho các sản phẩm thủ công truyền thống của nước ta.

2.1.7 Bước đầu tham gia vào quá trình hình thành mối liên kết với các DN lớn

Mối liên kết giữa các DNNVV và các doanh nghiệp lớn, kể cả các tập đoàn đa quốc gia đã bước đầu được hình thành và phát triển trong thời gian qua. Trong những năm qua, các DNNVV đã có quan hệ liên kết với các doanh nghiệp lớn trong việc cung ứng nguyên vật liệu, thực hiện thầu phụ, hình thành mạng lưới công nghiệp hỗ trợ và tạo ra mạng lưới vệ tinh phân phối sản phẩm. Đây là mối quan hệ hai chiều, ràng buộc lẫn nhau, hỗ trợ nhau phát triển. Một ví dụ điển hình

trong việc hình thành mối liên kết giữa các DNNVV với các doanh nghiệp lớn tại nước ta, đó là mối liên kết giữa tập đoàn Unilever với khoảng 500 DNNVV của nước ta. Mối liên kết này có ý nghĩa quan trọng đối với cả hai bên. Đối với Unilever, nhờ có các DNNVV này mà Unilever nội địa hóa được các nguyên liệu đầu vào, góp phần Việt Nam hóa các sản phẩm của mình và dần chiếm lĩnh thị trường Việt Nam. Ngược lại, nhờ sự giúp đỡ về kinh nghiệm quản lý, công nghệ và một phần vốn từ Unilever, các DNNVV này ngày càng phát triển hơn.

Trên đây là một số vai trò quan trọng của các DNNVV của nước ta. Ngoài các vai trò như đã trình bày ở trên, các DNNVV của nước ta còn có nhiều vai trò quan trọng khác như: đóng góp quan trọng vào nguồn thu của ngân sách Nhà nước, là tiền đề để tạo ra những doanh nghiệp lớn và những nhà kinh doanh giỏi, ...

2.2 THỰC TRẠNG VỀ TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN CÁC DNNVV CỦA VIỆT NAM

Thực trạng về tình hình phát triển của các DNNVV của nước ta được xem xét dưới một số khía cạnh như: tình hình phát triển về số lượng doanh nghiệp, loại hình doanh nghiệp, ngành nghề kinh doanh, quy mô vốn và lao động của doanh nghiệp.

2.2.1 Tình hình phát triển về số lượng các DNNVV

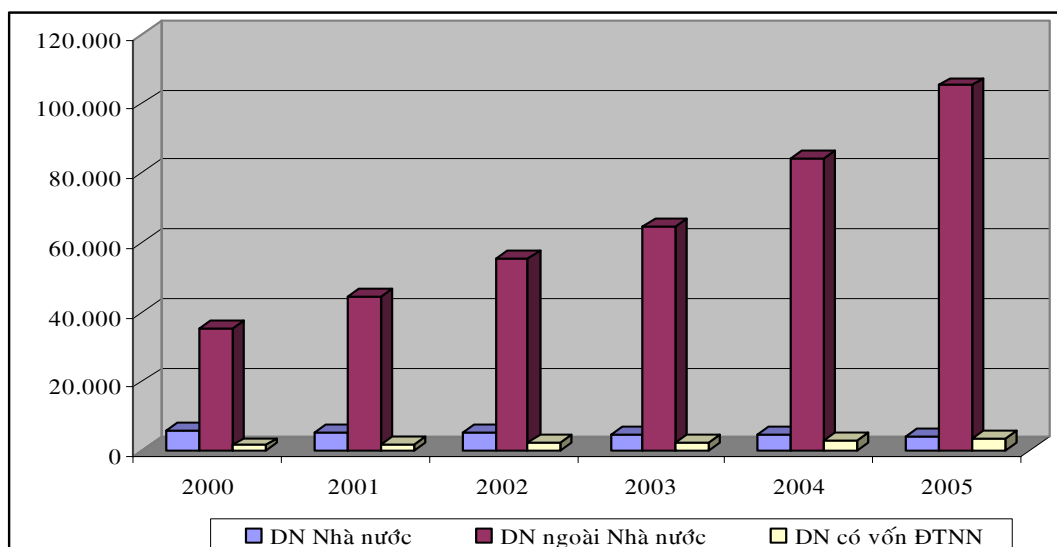
Các DNNVV của nước ta đã trải qua một quá trình phát triển gắn với quá trình đổi mới nền kinh tế đất nước. Trong mô hình kinh tế cũ, các DNNVV chủ yếu là các xí nghiệp quốc doanh, các hợp tác xã và các cơ sở SXKD cá thể. Từ khi nước ta thực hiện chủ trương đổi mới với việc phát triển kinh tế nhiều thành phần vận hành theo cơ chế thị trường, với việc ban hành Luật Công ty và Luật Doanh nghiệp tư nhân (1990), thừa nhận sở hữu tư nhân trong Hiến pháp 1992 và việc ban hành các luật như: Luật Khuyến khích đầu tư trong nước (1994), Luật Doanh nghiệp Nhà nước (1995), Luật Hợp tác xã (1996), các DNNVV khu vực kinh tế ngoài quốc doanh bắt đầu có điều kiện để phát triển. Tuy nhiên, các DNNVV thực sự phát triển mạnh là kể từ khi Luật Doanh nghiệp 1999 có hiệu lực ngày 01/01/2000. Trong năm 2000, có trên 14.457 doanh nghiệp đăng ký thành lập mới, gấp khoảng 2,5 lần so với số lượng năm 1999. Số liệu về số lượng doanh nghiệp

hoạt động SXKD từ năm 2000 đến năm 2005 và một số chỉ tiêu có liên quan được thể hiện trong bảng 2.6 sau đây:

Bảng 2.6: Số lượng doanh nghiệp hoạt động SXKD tại thời điểm 31/12 hàng năm

Chỉ tiêu	Năm					
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1. Tổng số DN của cả nước	42.288	51.680	62.908	72.012	91.755	112.952
1.1 DN Nhà nước	5.759	5.355	5.363	4.845	4.596	4.086
1.2 DN ngoài Nhà nước	35.004	44.314	55.237	64.526	84.003	105.169
1.3 DN có vốn ĐTNN	1.525	2.011	2.308	2.641	3.156	3.697
2. Số DN tăng giảm hàng năm		9.392	11.228	9.104	19.743	21.197
2.1 DN Nhà nước		-404	8	-518	-249	-510
2.2 DN ngoài Nhà nước		9.310	10.923	9.289	19.477	21.166
2.3 DN có vốn ĐTNN		486	297	333	515	541
3. Tốc độ tăng bình quân						
3.1 DN Nhà nước (%)						-6,63
3.2 DN ngoài Nhà nước (%)						24,61
3.3 DN có vốn ĐTNN (%)						19,38

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2006.



Hình 2.3: Số lượng doanh nghiệp tại Việt Nam từ năm 2000 đến năm 2005

Qua các số liệu trên, ta thấy rằng kể từ năm 2000 đến năm 2005, số lượng doanh nghiệp ngoài quốc doanh mà chủ yếu là các DNNVV đã tăng lên nhanh chóng: từ 35.004 doanh nghiệp vào năm 2000 đã tăng lên đến 44.314 doanh nghiệp vào năm 2001 và liên tục tăng mạnh qua các năm 2002, 2003, 2004; tới năm 2005 tổng số doanh nghiệp ngoài Nhà nước tăng lên đến 105.169 doanh nghiệp, chiếm hơn 93% trong tổng số 112.952 doanh nghiệp của cả nước. Năm

2001, số doanh nghiệp ngoài Nhà nước được thành lập mới và đi vào hoạt động là 9.310 doanh nghiệp và con số này tăng thêm 10.923 vào năm 2002, 9.289 vào năm 2003, 19.477 vào năm 2004. Trong năm 2005 có thêm 21.166 doanh nghiệp ngoài Nhà nước được thành lập và đi vào hoạt động. Trong giai đoạn 2000-2005 tốc độ tăng trưởng bình quân về số lượng doanh nghiệp ngoài Nhà nước là 24,61%/1 năm, cao nhất trong các khu vực doanh nghiệp.

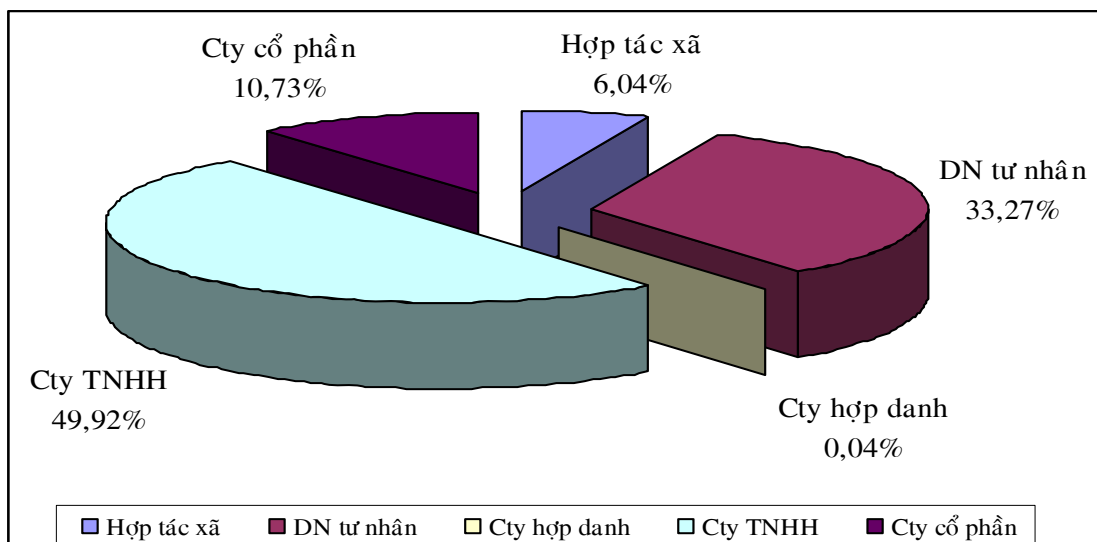
2.2.2 Loại hình doanh nghiệp của các DNNVV

Xét về loại hình kinh doanh của các DNNVV, theo Niên giám thống kê 2006 thì năm 2005 cả nước ta có tổng cộng 109.338 DNNVV phân theo quy mô lao động, trong đó số DNNVV thuộc khu vực Nhà nước là 2.675 doanh nghiệp, chiếm tỷ trọng 2,45%, các DNNVV thuộc khu vực ngoài Nhà nước là 103.794 doanh nghiệp, chiếm tỷ trọng 94,93%, còn các DNNVV thuộc khu vực có vốn đầu tư nước ngoài là 2.869 doanh nghiệp, chiếm tỷ trọng 2,62%. Trong số 103.794 DNNVV thuộc khu vực kinh tế ngoài Nhà nước thì các công ty TNHH chiếm tỷ trọng lớn nhất là 49,92%, thứ hai là các doanh nghiệp tư nhân với tỷ trọng 33,27%, thứ ba là các công ty cổ phần với tỷ trọng 10,73%, thứ tư là các hợp tác xã với tỷ trọng là 6,04% và cuối cùng là các công ty hợp danh với tỷ trọng không đáng kể là 0,04% (xem bảng 2.7 và hình 2.4 dưới đây).

Bảng 2.7: Tỷ trọng các loại hình doanh nghiệp trong tổng số DNNVV ngày 31/12/2005

Chỉ tiêu	Số lượng	Tỷ trọng (%)
Tổng số DNNVV ngoài Nhà nước	103.794	100,00
Hợp tác xã	6.266	6,04
Doanh nghiệp tư nhân	34.537	33,27
Công ty hợp danh	37	0,04
Công ty trách nhiệm hữu hạn	51.815	49,92
Công ty cổ phần	11.139	10,73

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2006.



Hình 2.4: Tỷ trọng các loại hình doanh nghiệp trong tổng số lượng DNNVV năm 2005

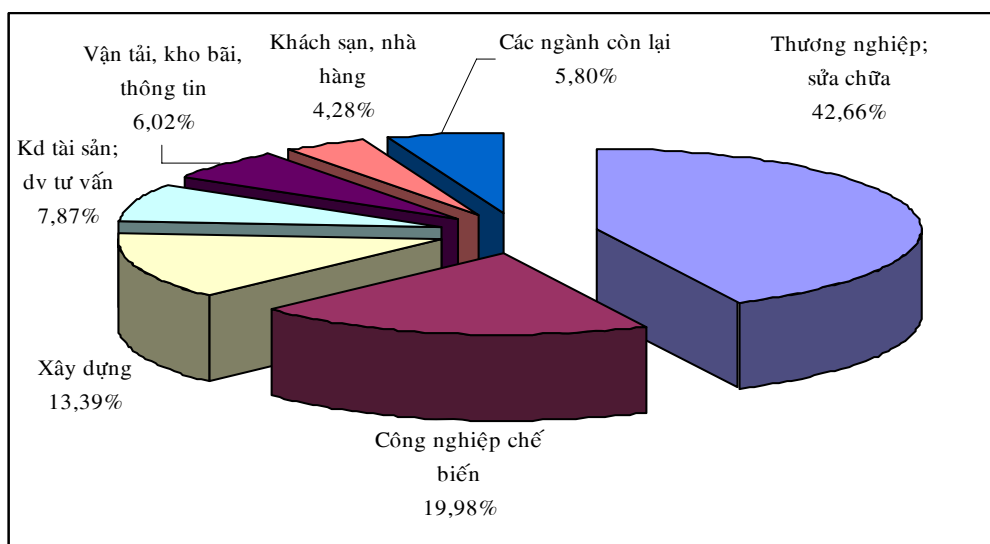
2.2.3 Ngành nghề kinh doanh của các DNNVV

Xét về ngành nghề, lĩnh vực kinh doanh của các DNNVV của nước ta, xin xem bảng 2.8 và hình 2.5 sau đây:

Bảng 2.8: Tỷ trọng DNNVV ngày 31/12/2005 phân theo ngành kinh tế

Chỉ tiêu	Số lượng	Tỷ trọng (%)
Tổng số DNNVV phân theo quy mô lao động	109.338	100,00
Trong đó chia ra các ngành nghề:		
Thương nghiệp; sửa chữa xe có động cơ; sửa chữa đồ dùng gia đình	46.644	42,66
Công nghiệp chế biến	21.841	19,98
Xây dựng	14.638	13,39
Kinh doanh tài sản và dịch vụ tư vấn	8.600	7,87
Vận tải, kho bãi và thông tin liên lạc	6.587	6,02
Khách sạn và nhà hàng	4.679	4,28
Thủy sản	1.353	1,24
Công nghiệp khai thác mỏ	1.211	1,11
Tài chính, tín dụng	1.105	1,01
Nông nghiệp và lâm nghiệp	935	0,86
Hoạt động phục vụ cá nhân và cộng đồng	552	0,50
Giáo dục và đào tạo	391	0,36
Hoạt động văn hóa và thể thao	384	0,35
Y tế và hoạt động cứu trợ xã hội	203	0,19
Sản xuất và phân phối điện, khí đốt và nước	192	0,18
Hoạt động khoa học và công nghệ	23	0,02

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2006.



Hình 2.5: Cơ cấu ngành nghề của các DNNVV năm 2005

Qua các số liệu trên ta thấy:

Các DNNVV của Việt Nam hoạt động tập trung chủ yếu ở các ngành nghề chính sau đây:

(1) Nhóm ngành thương nghiệp, sửa chữa xe có động cơ, sửa chữa đồ dùng gia đình: đây là nhóm ngành dịch vụ có số lượng DNNVV hoạt động kinh doanh nhiều nhất, chiếm tỷ trọng 42,66%. Trong nhóm ngành nghề này chia ra thành các phân ngành nhỏ là: bán, bảo dưỡng và sửa chữa xe có động cơ và mô tô; bán buôn và đại lý; bán lẻ; sửa chữa đồ dùng cá nhân và gia đình.

(2) Ngành công nghiệp chế biến: đây là ngành công nghiệp có số lượng DNNVV hoạt động sản xuất kinh doanh đứng thứ hai, chiếm tỷ trọng 19,98%. Trong ngành công nghiệp chế biến được chia ra thành 23 phân ngành. Một số phân ngành có thể nêu ra ở đây là: sản xuất thực phẩm và đồ uống; sản xuất các sản phẩm thuốc lá, thuốc Lào; dệt; sản xuất trang phục, sơ chế da, thuộc da và nhuộm da, lông thú; sản xuất va li, túi xách và yên đệm; chế biến gỗ và sản xuất sản phẩm từ gỗ, tre, nứa, rơm, rạ; sản xuất giấy và sản phẩm từ giấy; sản xuất hóa chất và các sản phẩm hóa chất; sản xuất các sản phẩm từ cao su và plastic; sản xuất kim loại và các sản phẩm từ kim loại; sản xuất thiết bị văn phòng và máy tính; sản xuất máy móc và thiết bị điện, radio, ti vi, dụng cụ y tế, dụng cụ chính xác, dụng cụ quang học và đồng hồ, giường, tủ, bàn, ghế, ...

(3) Ngành xây dựng: đây là ngành có số lượng DNNVV hoạt động đứng thứ ba, chiếm tỷ trọng 13,39%.

(4) Nhóm ngành kinh doanh tài sản và dịch vụ tư vấn: đây là nhóm ngành dịch vụ có số lượng DNNVV hoạt động đứng thứ tư, chiếm tỷ trọng 7,87%. Nhóm ngành này có các phân ngành như: các dịch vụ liên quan đến bất động sản, cho thuê máy móc thiết bị, đồ dùng cá nhân và gia đình, các dịch vụ liên quan đến máy vi tính, dịch vụ tư vấn, ...

(5) Nhóm ngành vận tải, kho bãi và thông tin liên lạc: đây là nhóm ngành kinh doanh có số lượng DNNVV hoạt động đứng thứ năm, chiếm tỷ trọng 6,02%. Trong nhóm ngành này có các phân ngành như: vận tải đường bộ và đường ống, vận tải đường thủy, vận tải hàng không, các hoạt động phụ trợ vận tải và hoạt động của tổ chức du lịch, bưu chính và viễn thông.

(6) Ngành kinh doanh khách sạn và nhà hàng: đây là ngành kinh doanh có số lượng DNNVV hoạt động đứng thứ sáu, chiếm tỷ trọng 4,28%.

Ngoài sáu ngành, nhóm ngành nêu trên, các ngành còn lại rất ít có các DNNVV tham gia. Tổng cộng số lượng các DNNVV tham gia hoạt động ở tất cả các ngành nghề còn lại chỉ chiếm tỷ trọng là 5,80% trong tổng số lượng các DNNVV. Sáu ngành, nhóm ngành nêu trên đều nằm trong các cam kết về mở cửa thị trường hàng hóa và dịch vụ của Việt Nam với WTO với thời gian từ 3 đến 5 năm, một số ngành từ 5 đến 7 năm tính từ khi Việt Nam gia nhập WTO. Như vậy là các DNNVV của nước ta cần phải chuẩn bị mọi điều kiện cần thiết để bước vào cuộc cạnh tranh với các doanh nghiệp trên toàn cầu khi mà thời điểm thực thi mở cửa thị trường của nước ta với WTO đang ngày càng đến gần.

2.2.4 Quy mô lao động và quy mô vốn của các DNNVV

2.2.4.1 Quy mô lao động

Quy mô về lao động của các DNNVV Việt Nam được cho trong bảng 2.9 sau đây:

Bảng 2.9: Cơ cấu DNNVV xét theo quy mô lao động ngày 31/12/2005

Chỉ tiêu	Phân theo quy mô lao động				Tổng cộng
	Dưới 5 người	5 đến 49 người	50 đến 199 người	200 đến 299 người	
Số lượng DNNVV	23.190	73.589	10.933	1.626	109.338
Tỷ trọng (%)	21,21	67,30	10,00	1,49	100,00
Số ld bq 1 DN	35 người				

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2006.

Ghi chú: sử dụng phương pháp tính số trung bình cộng gia quyền của thống kê và lấy trị số giữa của khoảng cách tổ để tính số lao động bình quân của một DNNVV.

Theo số liệu tại bảng 2.9 nêu trên ta thấy rằng: trong tổng số 109.338 DNNVV xét theo quy mô lao động thì các doanh nghiệp có số lượng từ 5 đến 49 lao động là phổ biến nhất, chiếm tỷ trọng 67,30%. Số lượng các doanh nghiệp có dưới 5 lao động chiếm tỷ trọng lớn thứ hai, với tỷ trọng 21,21% trong tổng số 109.338 DNNVV. Đứng thứ ba là các doanh nghiệp có từ 50 đến 199 lao động và đứng thứ tư là các doanh nghiệp có từ 200 đến 299 lao động. Số lượng các doanh nghiệp có từ 200 đến 299 lao động chỉ chiếm tỷ trọng 1,49% trong tổng số 109.338 DNNVV. Tính bình quân, mỗi DNNVV của Việt Nam có 35 lao động.

2.2.4.2 Quy mô vốn

Xét về quy mô vốn của các DNNVV, ta có bảng 2.10 sau đây:

Bảng 2.10: Cơ cấu DNNVV xét theo quy mô vốn ngày 31/12/2005

Chỉ tiêu	Phân theo quy mô vốn				Tổng cộng
	Dưới 0,5 tỷ đồng	0,5 đến dưới 1 tỷ đồng	1 đến dưới 5 tỷ đồng	5 đến dưới 10 tỷ đồng	
Số lượng DNNVV	26.688	20.434	41.856	9.255	98.233
Tỷ trọng (%)	27,17	20,80	42,61	9,42	100,00
Vốn bq 1 DNNVV	2,21 tỷ đồng				

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ Niên giám thống kê 2006.

Ghi chú: sử dụng phương pháp tính số trung bình cộng gia quyền của thống kê và lấy trị số giữa của khoảng cách tổ để tính vốn bình quân của một DNNVV.

Theo số liệu tại bảng 2.10 nêu trên ta thấy rằng: trong tổng số 98.233 DNNVV xét theo quy mô vốn thì các DNNVV có quy mô vốn từ 1 đến dưới 5 tỷ đồng là nhiều nhất với 41.856 doanh nghiệp, chiếm tỷ trọng 42,61%. Đứng thứ hai các DNNVV có quy mô vốn nhỏ hơn 0,5 tỷ đồng với 26.688 doanh nghiệp, chiếm tỷ trọng 27,17%. Đứng thứ ba là các DNNVV có quy mô vốn nằm từ 0,5 đến dưới 1 tỷ đồng với 20.434 doanh nghiệp, chiếm tỷ trọng 20,80%. Các DNNVV có quy

mô vốn từ 5 đến dưới 10 tỷ đồng có số lượng ít nhất với 9.255 doanh nghiệp, chiếm tỷ trọng 9,42%. Vốn bình quân của một DNNVV là 2,21 tỷ đồng, rất nhỏ so với mức vốn tối đa là 10 tỷ đồng trong tiêu chuẩn phân loại DNNVV theo quy mô vốn của nước ta. Kết hợp cả quy mô vốn và quy mô lao động ta thấy rằng: số lượng các DNNVV có vốn từ 1 tỷ đến dưới 5 tỷ và có số lượng lao động từ 5 đến 49 người là nhiều nhất; đứng thứ hai là số lượng các DNNVV có vốn dưới 0,5 tỷ đồng và có số lao động dưới 5 người; đứng thứ ba là số lượng các DNNVV có vốn từ 0,5 tỷ đến dưới 1 tỷ đồng và có số lao động từ 50 đến 199 người; số lượng các DNNVV có vốn từ 5 tỷ đến dưới 10 tỷ và có số lao động từ 200 đến 299 người là ít nhất trong tổng số lượng các DNNVV.

2.3 THỰC TRẠNG VỀ TRÌNH ĐỘ CHUYÊN MÔN ĐƯỢC ĐÀO TẠO CỦA NGUỒN NHÂN LỰC TRONG CÁC DNNVV

2.3.1 Trình độ chuyên môn được đào tạo của người lao động

Theo số liệu của cuộc tổng điều tra các cơ sở kinh tế, hành chính, sự nghiệp năm 2002 trên toàn quốc của Tổng cục thống kê cho thấy, trình độ học vấn và trình độ được đào tạo nghề của người lao động trong các DNNVV là ở mức thấp nhất trong các khu vực doanh nghiệp của nước ta. Trong các doanh nghiệp ngoài Nhà nước mà chủ yếu là các các DNNVV, có tới 85,19% là lao động phổ thông, có trình độ phổ thông trung học và thấp hơn; số lao động là công nhân kỹ thuật có tỷ trọng là 7,73%, số lao động có trình độ trung học chuyên nghiệp là 3,17% và số lao động có trình độ cao đẳng, đại học là 3,83% trong tổng số lượng lao động làm việc tại các doanh nghiệp ngoài quốc doanh. Số lượng lao động có trình độ cao (trên đại học) chỉ chiếm tỷ trọng là 0,07% trong các doanh nghiệp này. Tỷ lệ lao động tương ứng ở các doanh nghiệp Nhà nước là 37,92%; 38,09%; 9,23%; 14,55%; 0,21%, còn ở các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là 74,02%; 14,46%; 3,05%; 8,27% và 0,2% (xem bảng 2.11). Nhìn chung, trình độ học vấn và chuyên môn được đào tạo của người lao động trong các DNNVV là tốt nhất trong các khu vực doanh nghiệp. Nếu các DNNVV không có chính sách đãi ngộ hợp lý thì có thể lực lượng lao động có trình độ và kỹ năng này sẽ di chuyển bớt sang làm việc tại các khu vực doanh nghiệp khác có mức độ đãi ngộ cao hơn.

Bảng 2.11: Trình độ chuyên môn đào tạo của người lao động trong các doanh nghiệp*ĐVT: người*

Chỉ tiêu	Tổng số	Trên đại học	Cao đẳng, đại học	TH chuyên nghiệp	Công nhân kỹ thuật	Trình độ khác
DNNN	2.078.811	4.340	302.547	191.909	791.781	788.234
DN ngoài Nhà nước	5.631.106	3.857	215.777	178.768	435.370	4.797.334
DN có vốn ĐTNN	570.992	1.145	47.229	17.407	82.576	422.635
Tỷ trọng:						
DNNN (%)	100,00	0,21	14,55	9,23	38,09	37,92
DN ngoài Nhà nước (%)	100,00	0,07	3,83	3,17	7,73	85,19
DN có vốn ĐTNN (%)	100,00	0,20	8,27	3,05	14,46	74,02

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ số liệu của cuộc Tổng điều tra các cơ sở kinh tế, hành chính, sự nghiệp 2002 – Tổng cục thống kê.

2.3.2 Trình độ chuyên môn được đào tạo của đội ngũ quản lý doanh nghiệp

Về trình độ chuyên môn được đào tạo của giám đốc/người phụ trách doanh nghiệp trong các DNNVV cũng ở mức thấp nhất trong các khu vực doanh nghiệp của nước ta. Trong tổng số các giám đốc/người phụ trách của khu vực doanh nghiệp ngoài Nhà nước mà chủ yếu là các DNNVV, có tới 43,11% số người có trình độ học vấn từ phổ thông trung học trở xuống; 9,78% số người có trình độ là công nhân kỹ thuật; 11,94% số người có trình độ trung học chuyên nghiệp; 33,84% số người có trình độ cao đẳng, đại học và chỉ có 1,34% số người có trình độ trên đại học. Tỷ lệ tương ứng ở các DNNN là 20,49%; 14,84%; 19,94%; 43,12%; 1,62% và ở các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là 11,51%; 1,27%; 1,84%; 74,29%; 11,08%. Trình độ chuyên môn đào tạo của giám đốc/người phụ trách các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là cao nhất trong các khu vực doanh nghiệp ở nước ta (xem bảng 2.12).

Bảng 2.12: Trình độ chuyên môn đào tạo của người phụ trách doanh nghiệp*ĐVT: người*

Chỉ tiêu	Tổng số	Trên đại học	Cao đẳng, đại học	TH chuyên nghiệp	Công nhân kỹ thuật	Trình độ khác
DNNN	48.288	780	20.820	9.630	7.166	9.892
DN ngoài Nhà nước	49.324	660	16.690	5.888	4.822	21.264
DN có vốn ĐTNN	2.120	235	1.575	39	27	244
Tỷ trọng:						
DNNN (%)	100,00	1,62	43,12	19,94	14,84	20,49
DN ngoài Nhà nước (%)	100,00	1,34	33,84	11,94	9,78	43,11
DN có vốn ĐTNN (%)	100,00	11,08	74,29	1,84	1,27	11,51

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ số liệu của cuộc Tổng điều tra các cơ sở kinh tế, hành chính, sự nghiệp 2002 – Tổng cục thống kê.

Nếu xem xét thêm đến khu vực các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể thì ta thấy mặt bằng trình độ chuyên môn đào tạo của người phụ trách ở khu vực này còn ở mức thấp hơn nhiều so với giám đốc/người phụ trách của khu vực doanh nghiệp ngoài Nhà nước trong bảng 2.12 nêu trên. Xem bảng 2.13 sau đây:

Bảng 2.13: Trình độ chuyên môn đào tạo của người phụ trách các cơ sở SXKD cá thể
DVT: người

Chỉ tiêu	Tổng số	Trên đại học	Cao đẳng, đại học	TH chuyên nghiệp	Công nhân kỹ thuật	Trình độ khác
Cơ sở SXKD cá thể	2.619.341	906	50.833	82.854	123.628	2.361.120
Tỷ trọng (%)	100,00	0,03	1,94	3,16	4,72	90,14

Nguồn: Tổng hợp và tính toán từ số liệu của cuộc Tổng điều tra các cơ sở kinh tế, hành chính, sự nghiệp 2002 – Tổng cục thống kê.

Ta thấy rằng mặt bằng về trình độ chuyên môn đào tạo của người phụ trách các cơ sở SXKD cá thể là ở mức rất thấp: có tới 90,14% số lượng người phụ trách là có trình độ từ phổ thông trung học trở xuống, chỉ có 1,94% số lượng người phụ trách các cơ sở SXKD cá thể là có trình độ cao đẳng, đại học.

Theo các nghiên cứu của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) thì trình độ của một số cán bộ quản lý trong các DNNVV hiện nay đã được cải thiện, tuy nhiên số lượng này là chưa nhiều xét trên tổng số lượng các cán bộ quản lý trong các DNNVV của nước ta.

2.4 MỘT SỐ HẠN CHẾ, TỒN TẠI ẢNH HƯỞNG TỚI KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA CÁC DNNVV VIỆT NAM

2.4.1 Khó khăn bất lợi về đất đai, mặt bằng sản xuất kinh doanh

Theo nhiều cuộc thăm dò doanh nghiệp trong nước, sự khan hiếm đất dành cho kinh doanh cũng như tác động của sự thiếu hụt này lên giá cả được coi là hai cản trở đối với sự tăng trưởng của các DNNVV. Nhiều doanh nghiệp mong muốn được giao đất hoặc thuê đất từ Nhà nước thông qua chính quyền các tỉnh, thành phố để đảm bảo mảnh đất mình được sử dụng đã "nằm trong quy hoạch", không bị đòi lại trước thời hạn và có thể yên tâm đầu tư xây dựng nhà xưởng. Tuy nhiên vì nhiều lý do khác nhau, quỹ đất công rất hạn chế và kênh giao đất hay thuê đất trực

tiếp từ chính quyền Tỉnh hầu như chỉ dành cho các doanh nghiệp quy mô lớn (đa phần là các dự án đầu tư nước ngoài có nhu cầu lớn về diện tích đất), còn các doanh nghiệp tư nhân không tận dụng được kênh này. Khảo sát của Công ty tài chính quốc tế (IFC) về các DNNVV cho thấy cứ 4 doanh nghiệp thì chỉ có 1 doanh nghiệp được giao hay thuê đất trực tiếp từ Nhà nước và 75% số DNNVV đang trong thời kỳ tăng trưởng thừa nhận rào cản lớn nhất đối với sự phát triển của họ là việc thiếu đất. Chỉ số minh bạch của thị trường bất động sản toàn cầu năm 2006 (The Real Estate Transparency Index 2006) do tập đoàn Jones Lang LaSalle thực hiện, xếp Việt Nam là một trong ba nước (Việt Nam, Venezuela, Ai Cập) đứng cuối danh sách do thiếu minh bạch về thông tin thị trường cũng như bảo hộ các quyền liên quan đến bất động sản⁷. Một mối lo ngại lớn nhất đối với các DNNVV hiện nay, đặc biệt là các DNNVV có cơ sở SXKD nằm ngoài các khu công nghiệp, là sự thay đổi đến chóng mặt và trong nhiều trường hợp không thể đoán trước được của công tác quy hoạch sử dụng đất - hậu quả là họ có thể bị mất quyền sử dụng đất do quy hoạch thay đổi và đất của họ thuộc diện bị Nhà nước thu hồi. Những doanh nghiệp không đủ khả năng vào các khu công nghiệp hay đứng ra mua lại những mảnh đất lớn của các hộ gia đình thì giải pháp duy nhất là đi thuê lại của tư nhân hay thuê chui lại của các DNNN. Tuy nhiên, thuê của tư nhân hầu như là ngắn hạn và do đó không khuyến khích các doanh nghiệp bỏ tiền xây dựng hay cải tiến nhà xưởng. Thuê chui lại đất của DNNN cũng rất rủi ro do chưa có khung pháp lý điều chỉnh việc cho thuê này, vận mệnh của các doanh nghiệp đi thuê có thể bị trói buộc vào vận mệnh của các DNNN. Thực tiễn cho thấy doanh nghiệp cảm thấy bất an khi thuê đất từ khu vực tư nhân do bảo hộ của pháp luật đối với người có quyền sử dụng đất đến hiện tại lần người đi thuê ở nước ta là chưa đầy đủ và rõ ràng. Ở Việt Nam đất là tài sản quan trọng nhất để góp vốn liên doanh liên kết hoặc thế chấp vay vốn ngân hàng để phát triển SXKD.

Ở nước ta hiện nay đang triển khai dự án Nâng cao Năng lực Cạnh tranh Việt Nam (VNCI – Vietnam Competitiveness Initiative). VNCI là dự án phát triển kinh tế do Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID) tài trợ nhằm nâng cao năng lực

⁷ Nguồn: Bản tin môi trường kinh doanh, số 19 tháng 4/2007, Trung tâm thông tin kinh tế - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI).

cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam. VNCI đã cùng với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) hợp tác nghiên cứu để xây dựng chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh về môi trường kinh doanh của Việt Nam (The Provincial Competitiveness Index, viết tắt là PCI). Để xây dựng chỉ số PCI, năm 2005 VNCI và VCCI đã thực hiện điều tra các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân ở 42 tỉnh, thành phố của cả nước. Sang năm 2006 và 2007, cuộc điều tra đã được mở rộng tới các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân ở 64/64 tỉnh thành của cả nước. Một số số liệu được tổng hợp từ chỉ số PCI năm 2006 như sau:

- Năm 2006, tỷ lệ số tỉnh thành có số lượng DNNVV là 50% trở lên có giấy chứng nhận quyền sử dụng đất hay đang trong thời gian chờ nhận giấy chứng nhận quyền sử dụng đất là 68,75% (44/64 tỉnh thành), còn lại 31,25% số tỉnh, thành phố có trên 50% số lượng DNNVV vẫn còn chưa được cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất. Tỉnh có tỷ lệ DNNVV được cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất cao nhất là 77,78%, còn tỉnh có tỷ lệ DNNVV được cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất thấp nhất là 23,29%.

- Tỷ lệ % số DNNVV không có giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và phải thuê lại đất từ các DNNN: tỷ lệ cao nhất là 36,07% và thấp nhất là 0%. Số lượng các tỉnh thành có từ 10% DNNVV trở lên không có giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và phải thuê lại đất từ các DNNN là 51,6% (33/64 tỉnh thành).

- Tỷ lệ % số DNNVV cho biết sẽ mở rộng kinh doanh nếu dễ có mặt bằng kinh doanh hơn: tỷ lệ này cao nhất là 78,38% và thấp nhất là 48,57%. Số lượng các tỉnh thành có từ 50% số lượng các DNNVV trở lên cho biết sẽ mở rộng kinh doanh nếu dễ có mặt bằng kinh doanh hơn là 98,4% (63/64 tỉnh thành).

Sang năm 2007, các số liệu về tiếp cận đất đai có chuyển biến theo hướng tích cực hơn, nhưng theo đánh giá của VNCI và VCCI thì tốc độ chuyển biến còn chậm.

Với các số liệu và phân tích nêu trên cho thấy rằng các DNNVV nước ta vẫn còn gặp nhiều khó khăn bất lợi về đất đai, mặt bằng để sản xuất kinh doanh.

2.4.2 Khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn tín dụng ngân hàng

Không những gặp nhiều khó khăn bất lợi về đất đai, mặt bằng SXKD, các DNNVV của Việt Nam còn gặp khó khăn về vốn. Với quy mô vốn nhỏ, khi cần huy động thêm vốn để đầu tư mở rộng quy mô hoạt động sản xuất kinh doanh, đổi mới máy móc công nghệ, ... thì các DNNVV lại rất khó tiếp cận nguồn vốn tín dụng ngân hàng. Nguồn vốn tín dụng ngân hàng là một người trợ thủ đắc lực cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh, là người bạn đồng hành trong tiến trình phát triển kinh tế. Đối với các DNNVV, nguồn vốn tín dụng ngân hàng còn có ý nghĩa rất quan trọng bởi một số lý do sau đây:

- Nguồn vốn tích lũy từ lợi nhuận chỉ có giới hạn, nhỏ và manh mún, đồng thời phải là quá trình lâu dài thì mới có được.

- Nguồn vay mượn từ bạn bè, anh em thường là khó khăn và hạn chế.

- Nguồn vốn tín dụng thương mại thì lại giới hạn trong khả năng nguồn vốn của nhà cung cấp, phụ thuộc vào chính sách bán chịu của nhà cung cấp, có thời gian vay ngắn và phải lệ thuộc vào nhà cung cấp về khả năng lựa chọn nguyên vật liệu đầu vào, bao hàm các yếu tố như chủng loại, chất lượng, giá cả, ...

- Ngoài ra, DNNVV có thể vay từ những nguồn cho vay không chính thức nhưng thường với lãi suất rất cao, bất hợp lý và có thể gây ra những vấn đề phức tạp cho doanh nghiệp ...

Nguyên nhân dẫn đến thực trạng này là bởi một số lý do sau đây:

- Về phía DNNVV: do vốn chủ sở hữu thấp, ít có tài sản thế chấp, chưa tạo dựng được uy tín bằng năng lực kinh doanh và hiệu quả sử dụng vốn. Khả năng quản trị và điều hành hạn chế, thiếu chiến lược kinh doanh, phương án kinh doanh thường thiếu sức thuyết phục. Nhiều DNNVV còn thiếu minh bạch trong quản lý tài chính, không thực hiện đúng chế độ kế toán - thống kê, báo cáo tài chính không đủ độ tin cậy, không phản ánh chính xác tình hình sản xuất kinh doanh và tình hình tài chính của doanh nghiệp. Tất cả những điều này làm giảm hệ số tín nhiệm của các DNNVV dưới mắt các tổ chức tín dụng, và là trở ngại chính trong quyết định cho vay.

- Về phần mình, các ngân hàng thường đánh giá rủi ro trong cho vay đối với các DNNVV là cao hơn nhiều so với cho vay các doanh nghiệp lớn, lợi ích thu được từ việc giao dịch với DNNVV không bù đắp được rủi ro kinh doanh cao của các doanh nghiệp này, xuất phát từ một số lý do như sau:

- + Các DNNVV dễ dàng thành lập và cũng dễ dàng kết thúc hoạt động.
- + Năng lực kinh doanh, trình độ quản lý của một số DNNVV còn hạn chế, vốn nhỏ, công nghệ sản xuất lạc hậu, khả năng cạnh tranh trong nền kinh tế chưa cao. Nhiều DNNVV thường tìm các khe hở của pháp luật để lách thuế, làm cho các báo cáo tài chính không minh bạch, làm cho ngân hàng bối rối trong việc xem xét các hồ sơ xin vay vốn. Một số chủ doanh nghiệp, nhất là Doanh nghiệp tư nhân không tách bạch rõ ràng giữa ngân sách dùng cho SXKD với ngân sách chi tiêu gia đình nên dễ dẫn đến rủi ro mất khả năng thanh toán. Ngoài ra, một số hành vi tiêu cực, vi phạm pháp luật như : hoạt động buôn lậu, lừa đảo, kinh doanh trái phép, ... xuất hiện chủ yếu là ở khu vực các DNNVV, ít xuất hiện hơn đối với những doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

+ Thông tin về DNNVV trên thị trường rất hạn chế, không phổ biến như thông tin về các doanh nghiệp lớn, do vậy ngân hàng không có đủ thông tin tin cậy về người vay. Thông tin hai chiều giữa ngân hàng và doanh nghiệp cũng hạn chế do nhiều DNNVV chưa quen thanh toán qua ngân hàng cũng như sử dụng các tiện ích do ngân hàng đem lại. Trung tâm thông tin tín dụng ngân hàng (CIC) của Ngân hàng Nhà nước, một trung tâm thông tin tín dụng để các ngân hàng thương mại có thể tham khảo về mức độ tín nhiệm, tình hình vay nợ ngân hàng của các doanh nghiệp, ... để thẩm định doanh nghiệp trước khi cho vay hoạt động chưa hiệu quả do các thông tin này không được cập nhật thường xuyên, kịp thời và đầy đủ. Thông tin tin cậy về DNNVV khó thu thập, hệ thống sổ sách kế toán rời rạc, ghi chép không đầy đủ, các báo cáo tài chính không đủ độ tin cậy, không phản ánh chính xác tình hình sản xuất kinh doanh và tình hình tài chính của doanh nghiệp, do vậy ngân hàng không có đủ thông tin cần thiết để quyết định cho vay, nhất là cho vay tín chấp.

+ Vì các DNNVV có vốn nhỏ nên tài sản hình thành từ vốn cũng không lớn. Một số doanh nghiệp tuy có đầu tư vào nhà xưởng, máy móc thiết bị song có một

phần vốn được huy động từ các nguồn khác, do vậy nhiều khi có tài sản nhưng không đủ giấy tờ pháp lý để thế chấp tại ngân hàng. Về đất đai, mặt bằng thì nhiều DNNVV không có giấy chứng nhận quyền sử dụng đất.

Tất cả các nguyên nhân trên dẫn đến việc tiếp cận nguồn vốn tín dụng của ngân hàng đối với các DNNVV còn gặp nhiều khó khăn. Ngoài nguồn vốn tín dụng ngân hàng còn một số nguồn vốn khác như vốn thông qua hệ thống Quỹ hỗ trợ phát triển, vốn tín dụng ưu đãi của Nhà nước, vốn cho vay hỗ trợ phát triển đối với DNNVV của các Chính phủ nước ngoài, các tổ chức quốc tế, ... tuy nhiên các DNNVV rất khó tiếp cận được các nguồn vốn này do thông tin về các nguồn vốn, điều kiện và thủ tục vay vốn chưa được công bố rộng rãi.

2.4.3 Công nghệ, trang thiết bị kỹ thuật lạc hậu

Trình độ khoa học công nghệ, trang thiết bị kỹ thuật có vai trò rất quan trọng, là cơ sở để nâng cao năng suất, chất lượng của hàng hóa, dịch vụ. Thực tế ở nước ta hiện nay cho thấy, trình độ khoa học, công nghệ của các doanh nghiệp nói chung còn thấp, kể cả các doanh nghiệp ngoài quốc doanh và quốc doanh. Theo báo cáo của Ban Chỉ đạo đổi mới và phát triển doanh nghiệp (2004), hiện vẫn còn nhiều doanh nghiệp có trình độ công nghệ dưới mức trung bình của khu vực và thế giới, máy móc thiết bị, dây chuyền sản xuất lạc hậu so với thế giới từ 20-30 năm. Trình độ trang thiết bị lạc hậu từ 3-4 thế hệ so với các nước trong khu vực. Tốc độ đổi mới công nghệ rất chậm. Rất nhiều sản phẩm có chi phí tiêu hao nguyên vật liệu cao làm cho giá thành sản phẩm cao, khó cạnh tranh với các sản phẩm cùng loại của các nước trong khu vực. Theo báo cáo của Bộ Công nghiệp, phần lớn giá trị máy móc thiết bị sản xuất của các doanh nghiệp ngành công nghiệp chỉ còn 30% so với giá trị ban đầu và đã lạc hậu hơn 30 năm. Tình trạng này khá nghiêm trọng trong một số ngành như dệt may có đến 45% thiết bị máy móc của các doanh nghiệp cần phải đầu tư nâng cấp và 30%-40% cần thay thế; ngành mũi nhọn công nghiệp là cơ khí thì đã lạc hậu hơn 40 năm so với khu vực và 50 năm so với các nước phát triển. Địa phương đầu tàu kinh tế của cả nước là thành phố Hồ Chí Minh cũng chỉ có 25% doanh nghiệp có công nghệ sản xuất tiên tiến, 32% ở mức trung bình, còn lại là dưới trung bình và lạc hậu, trong đó doanh nghiệp có công nghệ lạc

hậu chiếm 20%⁸. Theo Báo cáo chiến lược phát triển khoa học và công nghệ Việt Nam đến năm 2010 của Bộ Khoa học và Công nghệ thì ngoài những công nghệ tiên tiến được đầu tư mới trong một số ngành, lĩnh vực như bưu chính – viễn thông, dầu khí, hàng điện tử tiêu dùng, sản xuất điện, xi măng, nhìn chung trình độ công nghệ của các ngành sản xuất nước ta hiện lạc hậu khoảng 3-4 thế hệ công nghệ so với các nước trong khu vực. Tình trạng trình độ công nghệ lạc hậu làm hạn chế khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp nói riêng và nền kinh tế nói chung trong bối cảnh hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới.

Có thể thấy vấn đề tồn tại này có một phần nguyên nhân từ việc khó tiếp cận vốn. Các DNNVV thường có vốn nhỏ, thiếu vốn, do vậy muốn đầu tư mở rộng SXKD, đổi mới công nghệ, hiện đại hóa trang thiết bị thì cần phải huy động thêm vốn. Ngoài nguyên nhân do thiếu vốn, còn có nguyên nhân khác nữa là do nhiều DNNVV có thị trường đầu ra có quy mô nhỏ, không ổn định, do vậy doanh nghiệp chưa mạnh dạn đầu tư để đổi mới máy móc, công nghệ.

2.4.4 Trình độ quản trị của đội ngũ lãnh đạo DNNVV chưa cao

Như đã phân tích ở phần thực trạng về trình độ chuyên môn đào tạo của đội ngũ lãnh đạo/quản lý trong các DNNVV nước ta, mặt bằng chung về trình độ của các giám đốc/người phụ trách các DNNVV là ở mức rất thấp. Có tới 43,11% số lượng các giám đốc/người phụ trách trong các công ty TNHH, doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần, ... là có trình độ từ phổ thông trung học trở xuống, 9,78% số giám đốc/người phụ trách có trình độ là công nhân kỹ thuật. Nếu gộp hai con số này lại, ta thấy rằng có tới gần 53% số lượng các giám đốc/người phụ trách trong các DNNVV là có trình độ từ công nhân kỹ thuật trở xuống, chỉ có 33,84% là có trình độ cao đẳng, đại học. Nếu xét thêm tới trình độ của giám đốc/người phụ trách trong các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể của nước ta thì mặt bằng trình độ chung của khu vực này còn thấp hơn nhiều. Cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể là lực lượng kế cận để hình thành nên các công ty TNHH, công ty cổ phần, doanh nghiệp tư nhân, ... vì theo khoản 4, điều 170 của Luật Doanh nghiệp 2005 có hiệu lực thi

⁸ Nguồn: TS. Lê Xuân Bá, TS. Trần Kim Hào, TS. Nguyễn Hữu Thắng (2006), *Doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

hành từ ngày 01/07/2006 đang áp dụng tại nước ta hiện nay có quy định các hộ kinh doanh cá thể sử dụng thường xuyên từ 10 lao động trở lên là phải đăng ký thành lập doanh nghiệp và hoạt động theo các quy định của luật doanh nghiệp, có nghĩa là các hộ sản xuất kinh doanh cá thể có sử dụng thường xuyên từ 10 lao động trở lên là phải chuyển đổi thành công ty TNHH, công ty cổ phần, công ty hợp danh hoặc doanh nghiệp tư nhân. Trong các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể của nước ta, có tới 90,14% số lượng các giám đốc/người phụ trách là có trình độ từ phổ thông trung học trở xuống, 4,72% có trình độ là công nhân kỹ thuật, gộp hai con số này lại thì có nghĩa là có tới gần 95% số lượng các giám đốc/người phụ trách trong các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể là có trình độ từ công nhân kỹ thuật trở xuống, chỉ có 1,94% là có trình độ cao đẳng, đại học. Mặt bằng trình độ chung này là rất thấp, việc cải thiện mặt bằng trình độ chung này là không thể nhanh được do việc học tập, đào tạo để nâng cao kiến thức đòi hỏi phải có một khoảng thời gian đủ dài nhất định, đồng thời còn phụ thuộc vào chủ các cơ sở sản xuất kinh doanh cá thể này có ý định cũng như thời gian, công sức ... để học tập nâng cao kiến thức hay không.

Rõ ràng với mặt bằng trình độ kiến thức chung còn ở mức rất thấp như trên thì trình độ quản trị của các giám đốc/người phụ trách trong các DNNVV nước ta cũng không thể cao được. Họ hoạt động chủ yếu dựa vào kinh nghiệm học hỏi lẫn nhau, không qua đào tạo chính thức, bài bản, và chủ yếu là tự đào tạo lấy. Theo nhận định của chúng tôi thì đây là một trong những nguyên nhân chủ yếu dẫn tới việc ứng dụng công nghệ thông tin, thương mại điện tử, khoa học công nghệ hiện đại, ... sẽ gặp phải nhiều khó khăn đối với các DNNVV. Đây cũng là một trong các nguyên nhân dẫn đến việc hiểu biết về pháp luật, thị trường, khả năng xúc tiến thương mại, tiếp cận với thị trường trong nước và quốc tế, ... đối với các DNNVV còn gặp phải nhiều khó khăn, hạn chế. Các giám đốc/ chủ doanh nghiệp chính là những đầu tàu để kéo đoàn tàu doanh nghiệp, đoàn tàu này đi lên hay đi xuống, rẽ sang phải hay sang trái phụ thuộc chủ yếu vào các đầu tàu này.

2.4.5 Tỷ lệ lao động được đào tạo nghề trong các DNNVV thấp

Như đã phân tích tại phần thực trạng về tình hình lực lượng lao động trong các doanh nghiệp nước ta, lực lượng lao động Việt Nam có thể nói vừa thừa vừa

thiếu, chưa đáp ứng được nhu cầu của thị trường. Thừa là thừa lực lượng lao động không có chuyên môn kỹ thuật, còn thiếu là thiếu lực lượng lao động có chuyên môn kỹ thuật, đặc biệt là lao động có chuyên môn kỹ thuật cao. Lực lượng lao động có trình độ phổ thông trung học trở xuống chiếm tới trên 85% trong các DNNVV của cả nước, trong khi tỷ lệ lao động là công nhân kỹ thuật chỉ là 7,73%. Tỷ lệ lao động tương ứng trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là 74% và 15%. Như vậy là tỷ lệ lao động đã được đào tạo nghề của Việt Nam còn thấp. Đó là chưa kể đến tình trạng số lao động đã được đào tạo nghề tại các trường dạy nghề của nước ta khi tiếp xúc với hệ thống máy móc, thiết bị hiện đại vẫn chưa biết cách vận hành các máy móc thiết bị này. Trong các doanh nghiệp lớn, nhất là đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, sử dụng hệ thống máy móc thiết bị hiện đại thì thường họ phải tuyển dụng lực lượng lao động kỹ thuật đã qua đào tạo sau đó đưa đi đào tạo lại để có thể vận hành được hệ thống máy móc thiết bị của họ, nhưng đối với các DNNVV thì việc này gặp nhiều khó khăn hơn do đa số các DNNVV chưa có hệ thống đào tạo nội bộ như các doanh nghiệp lớn.

Theo Cục phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư, vấn đề này có một phần nguyên nhân là do số lượng các cơ sở đào tạo nghề, số lượng học sinh học nghề và chất lượng đào tạo nghề còn thấp. Cơ sở vật chất và máy móc thiết bị của các trường đào tạo nghề đã lạc hậu lại chậm được đổi mới, chưa theo kịp được trình độ phát triển của doanh nghiệp nên rất nhiều học viên tuy đã tốt nghiệp các cơ sở dạy nghề nhưng khi được tuyển dụng vào doanh nghiệp thì không thể vận hành được máy móc thiết bị. Ngoài ra, số học viên tốt nghiệp này lại có xu hướng tìm kiếm việc làm trong các doanh nghiệp lớn, không muốn làm việc trong các doanh nghiệp nhỏ. Việc đào tạo tại chỗ trong các doanh nghiệp còn hạn chế, nhiều DNNVV còn chưa quan tâm đến vấn đề này. Vấn đề thu hút lao động có kỹ năng, lương bổng, đãi ngộ, ... của các DNNVV chưa thực hiện tốt bằng các doanh nghiệp lớn, dẫn tới việc các DNNVV khó khăn hơn trong việc thu hút lao động có kỹ năng so với các doanh nghiệp lớn.

2.4.6 Hoạt động nghiên cứu thị trường, xây dựng chiến lược kinh doanh của các DNNVV còn hạn chế

Theo điều tra của VNCI, các DNNVV của nước ta cho rằng họ có ít các thông tin về thị trường cả trong nước và ngoài nước, đặc biệt là họ có rất ít các thông tin về thị trường nước ngoài. Theo VCCI, chỉ có chưa đầy 10% doanh nghiệp, chủ yếu là các doanh nghiệp lớn, là thường xuyên nghiên cứu thị trường nước ngoài, còn đối với các DNNVV thì khả năng thâm nhập thị trường nước ngoài là rất hạn chế. Khả năng nghiên cứu thị trường cả trong lẫn ngoài nước của các DNNVV còn yếu, nhiều thị trường tiềm năng chưa được khai thác, nhiều doanh nghiệp phải chịu thua lỗ, thậm chí bị mất thị trường do không có khả năng nghiên cứu thị trường và xây dựng chiến lược kinh doanh. Một số DNNVV đã nhận thức được tầm quan trọng của việc nghiên cứu thị trường, nhưng do “lực bất tòng tâm” nên không thể thực hiện được. Hoạt động nghiên cứu thị trường và xây dựng chiến lược kinh doanh của nhiều DNNVV chưa được thực hiện một cách khoa học, bài bản mà chủ yếu dựa vào kinh nghiệm của bản thân chủ doanh nghiệp là chính.

2.4.7 Môi trường kinh doanh vẫn còn một số tồn tại

Tại nước ta, Đảng và Nhà nước đã có quan điểm rất rõ ràng về việc phát triển kinh tế tư nhân: *“thực hiện nhất quán chính sách phát triển kinh tế nhiều thành phần. Các thành phần kinh tế kinh doanh theo pháp luật đều là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, cùng phát triển lâu dài, hợp tác và cạnh tranh lành mạnh”*. (Nghị quyết 14-NQ/TW, Hội nghị lần thứ 5 Ban chấp hành Trung ương Đảng Khóa IX ngày 18/03/2002 về tiếp tục đổi mới cơ chế, chính sách, khuyến khích và tạo điều kiện phát triển kinh tế tư nhân). Báo cáo của Ban chấp hành Trung ương Đảng khóa IX tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ X của Đảng ngày 10/04/2006 tiếp tục nhấn mạnh: *“Tạo điều kiện thuận lợi cho các loại hình kinh tế tư nhân đầu tư phát triển theo quy định pháp luật, không hạn chế về quy mô, ngành nghề, lĩnh vực, địa bàn. Xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử; thực sự bình đẳng, tạo thuận lợi để các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ kinh doanh được tiếp cận các nguồn vốn tại các tổ chức tín dụng của Nhà nước, kể cả quỹ hỗ trợ phát triển; được đáp ứng thuận lợi nhu cầu sử dụng đất làm mặt bằng sản xuất kinh doanh. Khuyến khích phát triển*

các doanh nghiệp lớn của tư nhân, các tập đoàn kinh tế tư nhân có nhiều chủ sở hữu với hình thức công ty cổ phần”.

Như vậy về mặt chủ trương đường lối, Đảng và Nhà nước đã có quan điểm rất rõ ràng về việc xóa bỏ mọi hình thức phân biệt đối xử, tạo sự bình đẳng, thuận lợi cho các loại hình kinh tế tư nhân đầu tư phát triển.

Như đã giới thiệu ở phần trước, dự án Nâng cao Năng lực Cạnh tranh Việt Nam (Vietnam Competitiveness Initiative, viết tắt là VNCI) là dự án nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các DNNVV của Việt Nam. VNCI đã phối hợp cùng với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) xây dựng chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh về môi trường kinh doanh của Việt Nam (The Provincial Competitiveness Index, viết tắt là PCI). Chỉ số PCI là chỉ số nhằm đánh giá và xếp hạng các tỉnh, thành phố căn cứ vào chính sách phát triển khu vực kinh tế tư nhân cũng như môi trường kinh doanh thực tế tại tỉnh, thành phố đó đã thực sự thuận lợi cho kinh tế tư nhân phát triển hay chưa. Chỉ số này được xây dựng bằng cách gửi bảng câu hỏi điều tra tới các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân để tìm hiểu đánh giá của doanh nghiệp đối với môi trường kinh doanh ở các tỉnh, thành phố nơi doanh nghiệp hoạt động, kết hợp dữ liệu điều tra với các dữ liệu khác thu thập được từ các nguồn chính thức về các địa phương. Chỉ số PCI đánh giá các tỉnh, thành phố theo thang điểm từ 0 đến 100: nơi nào có điểm PCI càng cao thể hiện nơi đó có môi trường kinh doanh càng thuận lợi cho kinh tế tư nhân phát triển. Chỉ số PCI là chỉ số tổng hợp được hình thành nên từ các chỉ số thành phần. Kết quả xếp hạng theo chỉ số PCI năm 2006 và năm 2007 như sau:

- Năm 2006, tỉnh có điểm PCI cao nhất trong 64 tỉnh, thành phố của cả nước là 76,23 điểm. Tỉnh có điểm PCI thấp nhất là 36,76 điểm. Sang năm 2007 các số liệu tương ứng là 77,20 điểm và 37,96 điểm. Năm 2006, điểm trung bình tính từ điểm PCI cao nhất đến điểm PCI thấp nhất là 56,5 điểm: có tới 51 tỉnh, thành phố có điểm PCI từ 56,5 trở xuống, chiếm tỷ lệ 79,7% trong tổng 64 tỉnh, thành phố của cả nước; số tỉnh có điểm PCI từ 56,5 trở lên (đến tối đa là 76,23) chỉ chiếm 20,3%. Sang năm 2007 các số liệu này thay đổi không đáng kể.

- Năm 2007, theo cách phân loại điểm PCI thành các hạng rất tốt, tốt, khá, trung bình, ... thì có các số liệu như sau: có 4 tỉnh được xếp hạng rất tốt với điểm

PCI từ 77,20 đến 69,46 và chiếm tỷ lệ 6,25% (4/64 tỉnh thành); có 13 tỉnh thành được xếp hạng tốt với điểm PCI từ 66,95 đến 61,76 và chiếm tỷ lệ 20,31% (13/64 tỉnh thành); có 17 tỉnh thành được xếp hạng khá với điểm PCI từ 59,76 đến 54,59 và chiếm tỷ lệ 26,56%; có 20 tỉnh thành được xếp hạng trung bình với điểm PCI từ 53,92 đến 49,51 và chiếm tỷ lệ 31,25%; còn lại 10 tỉnh xếp hạng tương đối thấp và thấp với điểm PCI từ 47,33 đến 37,96, chiếm tỷ lệ 15,63%. Nếu tính gộp lại thì có 34 tỉnh thành có điểm PCI từ khá trở lên, chiếm tỷ lệ 53,13%; còn lại 30 tỉnh thành có điểm PCI từ trung bình trở xuống, chiếm tỷ lệ 46,87%. Tuy nhiên tỉnh có điểm PCI cao nhất năm 2007 vẫn chỉ là 77,20 – cách khá xa điểm tuyệt đối là 100.

Như vậy tình hình chung là môi trường kinh doanh ở nước ta vẫn chưa tạo điều kiện thuận lợi cho các DN NVV phát triển. Một số vấn đề tồn tại nổi bật về môi trường kinh doanh ở nước ta thông qua kết quả điều tra của VNCI và VCCI năm 2006 như sau:

Một là, vấn đề chi phí không chính thức. Chi phí không chính thức là một chỉ tiêu nằm trong cuộc điều tra nhằm đánh giá số tiền mà doanh nghiệp phải bỏ ra để chi trả các chi phí không chính thức, tiền phạt và các khoản chi phí bất thường khác trong điều kiện hoạt động kinh doanh bình thường. Có một số vấn đề nổi cộm thấy được trong chỉ tiêu này là:

- Năm 2006, có 70% số doanh nghiệp cho rằng họ phải chi trả các chi phí không chính thức là việc làm thường xuyên trong hoạt động kinh doanh. Sang năm 2007 thì tỷ lệ này giảm xuống còn 68,25%. Năm 2006 có 12,99% số doanh nghiệp cho rằng họ phải tốn hơn 10% doanh thu cho các chi phí không chính thức; sang năm 2007 thì tỷ lệ này là 11,54%. Chi phí không chính thức phổ biến là: tiền hoa hồng cho quan chức để có được hợp đồng từ các cơ quan Nhà nước và tiền bồi dưỡng cho cán bộ thuế để tránh thuế và lách các quy định khác.

- Chỉ tiêu cán bộ tỉnh sử dụng các quy định riêng của địa phương với mục đích trục lợi: năm 2006, tỉnh có tỷ lệ cao nhất số lượng doanh nghiệp đồng ý với nhận định này là 76,74%, thấp nhất là 22,86%. Số lượng các tỉnh có từ 25% số doanh nghiệp trở lên đồng ý với nhận định này là 59 tỉnh, thành phố, chiếm tỷ lệ 92,2% trong tổng số 64 tỉnh, thành phố của cả nước. Sang năm 2007 các số liệu tương ứng hầu như không thay đổi.

Các số liệu trên cho thấy vấn đề tham nhũng, gây khó khăn cho doanh nghiệp để trục lợi là khá phổ biến ở trên khắp các tỉnh, thành phố của cả nước.

Hai là, vẫn tồn tại sự phân biệt đối xử giữa DNNN với các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân. Mặc dù Đảng và Nhà nước đã có quan điểm rõ ràng là phải xóa bỏ mọi phân biệt đối xử, tạo sự bình đẳng giữa các thành phần doanh nghiệp để các doanh nghiệp khu vực tư nhân có điều kiện phát triển nhưng trên thực tế vẫn còn tồn tại sự phân biệt đối xử. Cuộc điều tra đã tìm hiểu xem các doanh nghiệp khu vực kinh tế tư nhân có cảm nhận thấy họ đang kinh doanh trong môi trường công bằng, bình đẳng hay đang phải đối mặt với sự phân biệt đối xử, dành nhiều ưu đãi hơn cho khu vực kinh tế Nhà nước về cơ chế, chính sách và việc tiếp cận vốn (hỗ trợ trực tiếp DNNN để cạnh tranh đối với sản phẩm, dịch vụ cùng loại, hỗ trợ cạnh tranh về lao động có tay nghề, đất đai, tín dụng, ...). Kết quả điều tra năm 2006 cho thấy toàn bộ 64 tỉnh, thành phố đều có các doanh nghiệp đồng ý với nhận định là có sự thiên vị trong quá trình ra quyết định của lãnh đạo tỉnh. Tỉnh có tỷ lệ cao nhất số lượng doanh nghiệp đồng ý với nhận định này là 53,16%, thấp nhất là 21%. Số lượng các tỉnh có tỷ lệ từ 25% trở lên số các doanh nghiệp đồng ý với nhận định này là 62 tỉnh, chiếm tỷ lệ 96,88% trong tổng số 64 tỉnh, thành phố của cả nước. Năm 2007 các số liệu tương ứng vẫn không thay đổi.

2.4.8 Phần lớn các DNNVV vẫn chưa sử dụng dịch vụ phát triển kinh doanh

Các loại dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh (Business Development Services – BDS) là một trong những đầu vào quan trọng của doanh nghiệp, doanh nghiệp sử dụng những dịch vụ này để nâng cao hiệu quả hoạt động, mở rộng thị trường và tăng khả năng cạnh tranh. Đối với các DNNVV, dịch vụ phát triển kinh doanh có ý nghĩa rất lớn, đặc biệt là khi các DNNVV của nước ta hiện nay còn đang gặp nhiều khó khăn trở ngại như thiếu thông tin về thị trường cả trong và ngoài nước, khả năng nghiên cứu thị trường hạn chế, gặp khó khăn trong việc tiếp cận các thông tin về quy hoạch, kế hoạch phát triển, những thay đổi trong các quy định của pháp luật, ... thì việc sử dụng những dịch vụ phát triển kinh doanh sẽ giải quyết được rất nhiều khó khăn hạn chế vừa nêu.

Khác với các doanh nghiệp lớn – có thể tự thực hiện được những dịch vụ cần thiết cho mình - các DNNVV khó có thể tự thực hiện được các dịch vụ hỗ trợ phát

triển kinh doanh một cách hiệu quả do hạn chế về trình độ của nguồn nhân lực, trình độ của bản thân chủ doanh nghiệp, chi phí thực hiện, cách thức thực hiện, ... Vai trò quan trọng của dịch vụ phát triển kinh doanh được thể hiện qua một số lý do sau đây:

- Dịch vụ phát triển kinh doanh thúc đẩy quá trình chuyên môn hóa của các doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động. Các doanh nghiệp sẽ tập trung vào một số hoạt động chính trong sản xuất kinh doanh chứ không cần đảm nhận tất cả các khâu, các công việc trong hoạt động của mình.

- Sử dụng dịch vụ phát triển kinh doanh giúp các DNNVV giảm được chi phí đầu vào, tăng khả năng cạnh tranh.

- Sử dụng dịch vụ phát triển kinh doanh giúp các DNNVV tập trung được nguồn lực vào quá trình sản xuất kinh doanh, tránh sự phân tán nguồn lực dẫn đến hiệu quả thấp.

Với ý nghĩa và vai trò quan trọng của dịch vụ phát triển kinh doanh như vậy, nhưng thực tế tại nước ta tỷ lệ các DNNVV sử dụng dịch vụ phát triển kinh doanh vẫn chưa nhiều. Trong cuộc điều tra về sự phát triển của các DNNVV ngoài quốc doanh do Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (CIEM) phối hợp với Công ty Tài chính Quốc tế (IFC) và Chương trình Phát triển Dự án Mê Kông (MPDF) thực hiện cho thấy rằng tỷ lệ DNNVV có sử dụng dịch vụ phát triển kinh doanh chỉ vào khoảng 35,3%, còn tới gần 65% số DNNVV chưa sử dụng dịch vụ này⁹.

Nguyên nhân dẫn đến thực trạng này là bởi một số lý do sau đây:

- Nhiều DNNVV chưa nhận thức đầy đủ về vai trò và tầm quan trọng của dịch vụ phát triển kinh doanh: theo bà Kate Liloyd William, Giám đốc Chương trình phát triển tư vấn của Chương trình Phát triển Dự án Mê Kông (MPDF), trong một nghiên cứu gần đây do tổ chức này thực hiện cho thấy có hơn 90% các DNNVV không thuê tư vấn là do không thấy được giá trị của dịch vụ tư vấn. Mặc dù một số DNNVV cho rằng chi phí thuê tư vấn là cao nhưng khi họ nhận thấy những chi phí

⁹ Nguồn: TS. Lê Xuân Bá, TS. Trần Kim Hào, TS. Nguyễn Hữu Thắng (2006), *Doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.

này là những khoản đầu tư đem lại hiệu quả thì họ sẵn sàng tìm mọi cách để có đủ nguồn vốn đầu tư phát triển doanh nghiệp của mình.

- Nhiều DNNVV thiếu thông tin về các loại dịch vụ đang có mặt trên thị trường: có nhiều doanh nghiệp không biết đến sự tồn tại của các loại dịch vụ hỗ trợ kinh doanh đang có mặt trên thị trường. Vấn đề này là do bị thiếu thông tin từ các nhà cung cấp dịch vụ, nói cách khác là các nhà cung cấp dịch vụ chưa tiếp thị mình đến với các DNNVV.

- Khả năng khai thác dịch vụ hỗ trợ kinh doanh của một số DNNVV còn hạn chế: có nhiều nhà tư vấn cho biết khi tiếp xúc với lãnh đạo của các DNNVV, nhiều người không hiểu rõ được các khái niệm trong kinh doanh, không biết mình cần tư vấn ở những khâu nào dẫn đến mất nhiều thời gian và không đạt được kết quả như mong đợi cho cả hai phía.

- Chất lượng dịch vụ của nhiều nhà cung cấp chưa cao: dịch vụ hỗ trợ kinh doanh đòi hỏi các nhà cung cấp dịch vụ phải có trình độ, tính sáng tạo và chuyên nghiệp cao. Đây là lĩnh vực kinh doanh khá mới mẻ, mới phát triển trong những năm gần đây nhưng đã có số lượng đáng kể các doanh nghiệp cung cấp gia nhập thị trường. Sản phẩm dịch vụ ở những doanh nghiệp này nhìn chung có những nét tương đồng, ít sự khác biệt, phần nhiều thiếu tính chuyên nghiệp. Có những doanh nghiệp quy mô nhỏ, nhân lực ít nhưng lại cung cấp nhiều loại dịch vụ tư vấn và đào tạo khác nhau, từ quản lý chiến lược, nhân sự, bán hàng, marketing đến các dịch vụ tài chính, kế toán, ... Chính vì hoạt động kinh doanh dàn trải như vậy nên chất lượng dịch vụ cung cấp không cao, không thỏa mãn được nhu cầu của người sử dụng dịch vụ. Nhiều công ty cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh trong nước bị khách hàng phàn nàn là "không chuyên nghiệp", "thiếu sáng tạo", không hiểu thị trường và khách hàng", "hứa nhưng không làm". Một số nhà tư vấn lại được khách hàng "tư vấn" ngược lại, giới thiệu cho nhà tư vấn một số khái niệm, loại hình kinh doanh mới trên thế giới. Theo điều tra của MPDF, có những nhà tư vấn còn "lẫn lộn" về các loại hình dịch vụ mà họ đang cung cấp. Chính vì những lý do này nên rất nhiều doanh nghiệp đã cố gắng tự làm lấy thay vì nhờ đến các nhà cung cấp dịch vụ.

Kết luận chương 2: Trong chương 2 luận văn đã điệ̉m qua đượ̣c một số nét chính về thực trạng các DNNVV của Việt Nam. Chương 2 cũng đã chỉ ra đượ̣c những tồn tại gây cản trở đến khả năng cạnh tranh của các DNNVV cũng như một số nguyên nhân của những tồn tại này, đệ̉ trên cơ sở đó đưa ra những giải pháp phù hợp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh cho các DNNVV trong chương 3.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CHO CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP VÀO WTO

3.1 QUAN ĐIỂM VÀ ĐỊNH HƯỚNG VỀ NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CHO CÁC DNNVV

Trong điều kiện kinh tế thị trường hiện đại, hội nhập vào nền kinh tế thế giới như hiện nay, cần có nhận thức đúng về cạnh tranh, ý nghĩa của cạnh tranh và sự cần thiết phải nâng cao khả năng cạnh tranh cho các doanh nghiệp. Cụ thể là:

- Cạnh tranh là động lực cho phát triển của doanh nghiệp và của toàn bộ nền kinh tế. Cạnh tranh thúc đẩy các doanh nghiệp nâng cao năng lực tổ chức quản lý, trình độ công nghệ, trình độ tay nghề, nâng cao năng suất lao động và tối đa hóa hiệu quả sử dụng các nguồn lực trong nền kinh tế. Ngoài ra, cạnh tranh mang lại lợi ích cho người tiêu dùng vì được sử dụng hàng hóa rẻ hơn, chất lượng cao hơn, hậu mãi tốt hơn.

- Cạnh tranh không chỉ nhằm "tiêu diệt lẫn nhau", "cá lớn nuốt cá bé". Thực tế cho thấy, trong điều kiện kinh tế thị trường ở những nước có nền kinh tế phát triển hiện nay, các doanh nghiệp với đủ loại quy mô, từ cực lớn, lớn, vừa, nhỏ vẫn cùng tồn tại và phát triển. Mỗi loại quy mô đều tìm thấy chỗ đứng của mình trong nền kinh tế. Các doanh nghiệp nhỏ vẫn tìm thấy những "khe, ngách" để tồn tại và phát triển, nhiều doanh nghiệp loại này đã vươn lên thành các doanh nghiệp lớn. Như vậy cạnh tranh không phải chỉ có tranh giành, mà cạnh tranh còn đi với hợp tác, cạnh tranh trong sự hợp tác và bổ sung, hỗ trợ cho nhau. Với xu hướng hợp tác, liên kết trong SXKD, các DNNVV có thể thực hiện một khâu trong dây chuyền SXKD của các doanh nghiệp lớn, trở thành đại lý, gia công hay hợp đồng thực hiện một số khâu trong dây chuyền đó.

- Để bảo đảm cho cạnh tranh luôn được duy trì và phát huy được những mặt tích cực của nó thì phải tạo lập môi trường cạnh tranh lành mạnh, cạnh tranh phải được diễn ra trong khuôn khổ của luật pháp. Điều này đòi hỏi Nhà nước phải tăng

cường vai trò của mình trong việc tạo lập khung pháp luật để duy trì và khuyến khích cũng như kiểm soát cạnh tranh.

- Cạnh tranh và độc quyền là hai mặt của quá trình phát triển. Các doanh nghiệp thường có xu hướng hướng tới sự độc quyền nhằm mục đích định đoạt thị trường để thu được lợi nhuận cao. Độc quyền chỉ mang lại lợi ích trước mắt cho doanh nghiệp độc quyền. Về lâu dài, doanh nghiệp độc quyền sẽ mất động lực phát triển, dẫn tới suy thoái. Độc quyền làm tổn hại nền kinh tế và gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Do vậy, việc tạo lập và duy trì môi trường cạnh tranh, chống độc quyền là vấn đề then chốt và có ý nghĩa sống còn trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

- Ngoài ra, Việt Nam đã gia nhập vào WTO và bắt đầu của quá trình thực hiện các cam kết gia nhập vào tổ chức này, do vậy dù muốn hay không muốn thì sự cạnh tranh sẽ vẫn cứ diễn ra và mức độ cạnh tranh sẽ ngày càng gia tăng. Các doanh nghiệp trong nước không những phải cạnh tranh với nhau để tồn tại và phát triển mà còn phải cạnh tranh với những doanh nghiệp quốc tế có kinh nghiệm hoạt động nhiều năm trên thị trường, có trình độ quản lý, khoa học công nghệ hiện đại hơn, tiềm lực vốn mạnh hơn các doanh nghiệp trong nước. Do vậy, nếu không có sự chuẩn bị và chủ động nâng cao khả năng cạnh tranh thì các doanh nghiệp trong nước có thể sẽ bị thôn tính, sáp nhập và thậm chí bị phá sản.

Như vậy rõ ràng là việc nâng cao khả năng cạnh tranh là vấn đề sống còn đối với các doanh nghiệp trong nước nói chung và các DNNVV nói riêng trong điều kiện nước ta hội nhập vào WTO. Như đã phân tích ở chương 2, các DNNVV của nước ta hiện nay vẫn còn gặp khá nhiều trở ngại làm hạn chế đến khả năng cạnh tranh của họ, trong đó có một phần nguyên nhân xuất phát từ chính bản thân các DNNVV và một phần nguyên nhân là xuất phát từ phía môi trường kinh doanh, từ các cơ quan quản lý Nhà nước. Để nâng cao khả năng cạnh tranh cho các DNNVV thì bên cạnh việc nâng cao năng lực bên trong của doanh nghiệp thì cần phải tạo lập môi trường bên ngoài thuận lợi để doanh nghiệp hoạt động, tạo động lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Không thể có được khả năng cạnh tranh mạnh nếu như doanh nghiệp cố gắng hết sức để nâng cao năng lực bên trong của mình nhưng môi trường bên ngoài lại cản trở hoặc thậm chí triệt tiêu các cố gắng của doanh

nghiệp. Ngoài ra, theo kinh nghiệm của các nước như Nhật Bản, Đài Loan, Hàn Quốc, ... thì để cho các DNNVV có thể phát triển được thì Nhà nước cần có một số biện pháp hỗ trợ cần thiết cho khu vực doanh nghiệp này.

Như vậy, để nâng cao khả năng cạnh tranh của các DNNVV cần có sự nỗ lực rất lớn, các biện pháp hữu hiệu từ phía các doanh nghiệp. Đồng thời, cần có sự hỗ trợ, tạo môi trường và điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp từ phía Nhà nước. Sau đây là các giải pháp và kiến nghị nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh cho các DNNVV.

3.2 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CHO CÁC DNNVV

3.2.1 Giải pháp về đất đai, mặt bằng SXKD cho các DNNVV

Đất đai là vấn đề lớn và khó giải quyết đối với các cấp chính quyền, với doanh nghiệp và với toàn xã hội. Tuy nhiên, để giúp các DNNVV giải quyết những khó khăn bất lợi về đất đai, mặt bằng SXKD, Nhà nước cần tiếp tục nghiên cứu để tháo gỡ những khó khăn vướng mắc đang tồn tại để các DNNVV có thể tiếp cận đất đai với chi phí và thủ tục hợp lý. Để giải quyết vấn đề này, chúng tôi xin có một số đề xuất như sau:

- Lập quy hoạch, kế hoạch chi tiết sử dụng đất đến tận các xã, phường và công khai các quy hoạch này để đảm bảo cơ sở chắc chắn cho việc giao đất, cho thuê đất. Có như vậy thì các doanh nghiệp nói chung và DNNVV nói riêng mới có đủ thông tin công khai chính thức để có kế hoạch tìm kiếm mảnh đất phù hợp với nhu cầu sử dụng và yên tâm đầu tư xây dựng, mở rộng cơ sở sản xuất kinh doanh. Việc công khai minh bạch quỹ đất cũng như các quy hoạch chi tiết về đất còn có thể thực hiện thông qua các trang web sẵn có của các tỉnh, thành phố trên cả nước.

- Các tỉnh, thành phố nên có quy hoạch, kế hoạch đẩy mạnh xây dựng các khu công nghiệp có quy mô vừa và nhỏ trên địa bàn bên cạnh các khu công nghiệp dành cho các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài để đáp ứng được nhu cầu về đất đai mặt bằng cho các DNNVV tại địa phương mình. Ngoài ra cũng có thể áp dụng cách chia lô đất "đa năng" trong các khu công

nghiệp: chia lô nhỏ phù hợp với các doanh nghiệp nhỏ bên cạnh các lô đất lớn thay vì chỉ chú trọng thu hút các doanh nghiệp lớn như hiện nay.

- Xây dựng hệ thống cơ quan đăng ký đất trong cả nước nhằm đẩy nhanh tiến độ cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất và khuyến khích đăng ký các giao dịch về đất đai.

- Thực hiện tổng kiểm kê quỹ đất ở các địa phương, thu hồi đất đang để hoang hóa, sử dụng không đúng mục đích để bố trí cho các doanh nghiệp, các cơ sở sản xuất, các DNNVV đang có nhu cầu.

- Chính phủ, các bộ ngành liên quan và chính quyền các tỉnh thành nghiên cứu xem xét hỗ trợ một phần giá thuê đất đối với các DNNVV.

3.2.2 Giải quyết khó khăn về vốn cho các DNNVV

Nhằm giải quyết các khó khăn về vốn, đảm bảo cho các DNNVV có đủ vốn để sản xuất kinh doanh, chúng tôi đề nghị cần thực hiện các biện pháp chủ yếu sau đây:

- ❖ **Biện pháp thứ nhất:** đẩy mạnh hình thức tài trợ vốn bằng hoạt động cho thuê tài chính.

Theo Nghị định của Chính Phủ số 16/2001/NĐ-CP ngày 02/05/2001 về tổ chức và hoạt động của công ty cho thuê tài chính và Nghị định của Chính Phủ số 65/2005/NĐ-CP ngày 19/05/2005 quy định về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 16/2001/NĐ-CP ngày 02/05/2001 định nghĩa: " cho thuê tài chính là hoạt động tín dụng trung và dài hạn thông qua việc cho thuê máy móc, thiết bị, phương tiện vận chuyển và các động sản khác trên cơ sở hợp đồng cho thuê giữa bên cho thuê với bên thuê. Bên cho thuê cam kết mua máy móc, thiết bị, phương tiện vận chuyển và các động sản khác theo yêu cầu của bên thuê và nắm giữ quyền sở hữu đối với tài sản cho thuê. Bên thuê sử dụng tài sản thuê và thanh toán tiền thuê trong suốt thời hạn thuê đã được hai bên thoả thuận". Bên thuê là người chịu mọi rủi ro về việc mất mát, hư hỏng đối với tài sản thuê cũng như bảo dưỡng, sửa chữa chúng trong thời hạn thuê. Bên cho thuê đứng ra lo thủ tục đăng ký quyền sở hữu và mua bảo hiểm cho tài sản thuê. Trong trường hợp tài sản thuê

được mua từ bên ngoài quốc gia thì công ty cho thuê tài chính được quyền nhập khẩu trực tiếp.

Theo phương thức cho thuê tài chính, người cho thuê tiến hành mua tài sản mà người mua cần và thương lượng trước các điều kiện mua chúng với nhà cung cấp. Sau khi kết thúc thời hạn thuê, người mua có quyền lựa chọn tiếp tục thuê tài sản hoặc mua lại tài sản với giá hợp lý theo thỏa thuận dự liệu trước trong hợp đồng. Thông thường, các loại chi phí bảo trì, vận hành, bảo hiểm tài sản và các rủi ro do người thuê chịu.

Cho thuê tài chính là loại hình tín dụng trung dài hạn rất phù hợp với các DNNVV nước ta vì một số lý do sau đây:

- Thứ nhất: với tư cách là người đi thuê, các DNNVV hoàn toàn chủ động trong việc tìm kiếm, lựa chọn các tài sản, máy móc thiết bị, dây chuyền công nghệ phù hợp với nhu cầu sử dụng và năng lực tài chính của đơn vị mình.

- Thứ hai: trong phương thức cho thuê tài chính, bên cho thuê nắm quyền sở hữu tài sản cho thuê, do vậy bên cho thuê không cần thêm bất cứ tài sản đảm bảo nào từ phía doanh nghiệp đi thuê. Điều này tạo thuận lợi rất lớn cho các DNNVV hạn chế về vốn nhưng có nhu cầu mua mới hoặc thay đổi máy móc thiết bị, dây chuyền công nghệ. Thuê tài chính là biện pháp tốt nhất cho các DNNVV đạt được mục tiêu đổi mới công nghệ mà không cần sự chuẩn bị lớn về vốn.

- Thứ ba: tùy theo nguồn thu nhập và khả năng thanh toán của mình, các DNNVV có thể lựa chọn thời hạn thuê phù hợp. Thời hạn thuê trong phương thức thuê tài chính có thể từ 1 đến 5 năm hoặc từ 5 đến 10 năm, rất linh hoạt cho các DNNVV lựa chọn.

- Thứ tư: với phương thức cho thuê tài chính, doanh nghiệp có thể được tài trợ vốn với giá trị hợp đồng lớn hơn giá trị tài sản của doanh nghiệp, trong khi với các loại cho vay khác thì điều này rất khó xảy ra.

- Thứ năm: Căn cứ quan trọng nhất để ra quyết định cho thuê tài chính đối với DNNVV là dự án kinh doanh có hiệu quả chứ không phải là tài sản thế chấp hay bảo lãnh của bên thứ ba. Do vậy, thành công hay thất bại của quyết định cho vay chủ yếu dựa vào tính khả thi của dự án.

- Thứ sáu: sử dụng phương thức cho thuê tài chính, các DNNVV còn nhận được sự tư vấn, hỗ trợ khác từ công ty cho thuê tài chính. Chẳng hạn như kinh nghiệm trong quá trình đàm phán mua bán với nhà cung cấp máy móc thiết bị, chuẩn bị các thủ tục liên quan đến việc nhập khẩu và mua bảo hiểm cho tài sản thuê, Đây là những vấn đề mà các DNNVV thường e ngại phải đối phó vì họ không có kinh nghiệm. Do vậy, tuy chi phí phải trả cho phương thức cho thuê tài chính có cao hơn lãi vay ngân hàng, nhưng xét về mặt hiệu quả thì những chi phí này vẫn không lãng phí và quan trọng nhất là các DNNVV có được một nguồn tài trợ vốn trung và dài hạn để đầu tư đổi mới công nghệ.

❖ **Biện pháp thứ hai:** khuyến khích các ngân hàng thương mại cung cấp tín dụng hoặc góp vốn vào các DNNVV cùng hợp tác kinh doanh.

Do vốn kinh doanh và tài sản của các DNNVV không lớn nên mức độ đảm bảo an toàn cho khoản vay không cao, các khoản vay cũng thường là nhỏ so với cho vay các doanh nghiệp lớn làm cho ngân hàng tốn kém chi phí cho việc theo dõi, giám sát những khoản vay mang tính chất "nhỏ nhặt" và do vậy các ngân hàng thương mại thường ngại cho các DNNVV vay vốn. Để khuyến khích các ngân hàng thương mại mở rộng cung cấp tín dụng cho các DNNVV, Nhà nước có thể sử dụng các biện pháp như hỗ trợ lãi suất đối với các khoản cho vay đối với các DNNVV, giảm thuế thu nhập cho ngân hàng nếu ngân hàng cho vay đối với các DNNVV đạt được một tỷ lệ nhất định trong tổng khối lượng vốn cho vay của ngân hàng.

Đối với việc góp vốn cùng hợp tác kinh doanh với các DNNVV, các ngân hàng thương mại sẽ phát huy một cách tốt nhất vai trò tư vấn cho doanh nghiệp, đồng thời theo dõi, giám sát được việc sử dụng vốn của doanh nghiệp. Các DNNVV khi được ngân hàng góp vốn cũng sẽ có được thuận lợi là dễ dàng được ngân hàng giải quyết cho vay thêm khi thiếu vốn do khi này ngân hàng đã biết rất rõ về các hoạt động của doanh nghiệp. Để khuyến khích việc này, Nhà nước cần có các cơ chế như cho phép các ngân hàng sử dụng thu nhập trước thuế để góp vốn vào các DNNVV, miễn hoặc giảm thuế đối với thu nhập từ khoản vốn góp vào các DNNVV ...

❖ **Biện pháp thứ ba:** nâng cao chất lượng thông tin tín dụng.

Trong quá trình nước ta đang hội nhập vào WTO như hiện nay, thông tin có vai trò rất quan trọng đối với các hoạt động kinh tế nói chung cũng như hoạt động tín dụng ngân hàng nói riêng. Tuy nhiên, để có được nguồn thông tin có chất lượng và đáng tin cậy không phải là điều dễ dàng. Để có được những thông tin tín dụng chất lượng thì một giải pháp hữu hiệu là đẩy mạnh hoạt động của Trung tâm thông tin tín dụng ngân hàng (CIC - Credit Information Center) trực thuộc Ngân hàng Nhà nước. CIC cần thu thập và xử lý thông tin từ thị trường, từ các cơ quan quản lý doanh nghiệp và từ các ngân hàng thương mại, trong đó thông tin từ các ngân hàng thương mại là nguồn quan trọng nhất dùng để đánh giá uy tín thanh toán, chấm điểm và xếp hạng tín dụng các doanh nghiệp, góp phần nâng cao chất lượng tín dụng theo hướng hiệu quả, an toàn và cải thiện tình trạng tiếp cận các khoản vay mà không dựa trên cơ sở tài sản thế chấp.

- ❖ **Biện pháp thứ tư:** đẩy nhanh tiến độ cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất cho các DNNVV.

Trong phạm vi thẩm quyền của mình, các tỉnh, thành phố chỉ đạo các ngành, các cấp có liên quan có biện pháp đẩy nhanh việc cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất cho các DNNVV để họ có đủ giấy tờ pháp lý cần thiết trong việc thế chấp vay vốn. Tổ chức các cuộc tiếp xúc thường kỳ giữa ngân hàng và các doanh nghiệp để hai bên có thể hiểu nhau nhiều hơn, để giải quyết những vướng mắc về thủ tục vay vốn cho các DNNVV.

- ❖ **Biện pháp thứ năm:** khuyến khích các Quỹ đầu tư mạo hiểm hoạt động.

Ở nhiều nước trên thế giới, các quỹ đầu tư mạo hiểm đóng vai trò quan trọng trong việc tài trợ vốn cho các DNNVV. Đặc trưng cơ bản của các quỹ đầu tư mạo hiểm là nó chấp nhận đầu tư vào các doanh nghiệp được đánh giá là có mức độ rủi ro cao nhưng có tiềm năng lợi nhuận lớn mà không quan tâm đến quy mô hiện tại của các doanh nghiệp nên rất phù hợp với các DNNVV. Hơn nữa, ngoài sự hỗ trợ về tài chính, các quỹ này còn hỗ trợ cho các doanh nghiệp được tài trợ về nhiều mặt như tư vấn quản lý, tư vấn về công nghệ, tìm kiếm khách hàng, ...

Hiện tại ở nước ta, loại hình quỹ đầu tư mạo hiểm có được đề cập đến tại Nghị định 99/2003/NĐ-CP ngày 28/8/2003 về Quy chế khu công nghệ cao. Tại

Nghị định này quy định quỹ đầu tư mạo hiểm là tổ chức tài chính được thành lập để đầu tư vào các hoạt động ươm tạo công nghệ cao và đầu tư vào các doanh nghiệp công nghệ cao. Theo chúng tôi thì Chính Phủ nên nghiên cứu dỡ bỏ giới hạn này, tạo khung pháp lý và cho phép các quỹ đầu tư mạo hiểm được phép đầu tư vào các doanh nghiệp thuộc mọi lĩnh vực, mọi thành phần kinh tế, miễn sao phù hợp với pháp luật của nước ta là được để giúp cho các DNNVV có đủ điều kiện có thể tiếp xúc được với nguồn vốn của các quỹ này.

❖ **Biện pháp thứ sáu:** huy động vốn thông qua Trung tâm giao dịch chứng khoán Hà Nội.

Mục tiêu cơ bản và xuyên suốt của việc xây dựng Trung tâm giao dịch chứng khoán Hà Nội là nhằm tạo thị trường giao dịch cho cổ phiếu của các DNNVV cổ phần hóa, các công ty mới thành lập và là nơi huy động vốn cho các DNNVV. Theo đó, các DNNVV có thể thực hiện bán cổ phần lần đầu ra công chúng (IPO) để chuyển sang hình thức công ty cổ phần đại chúng thông qua hoạt động bán đấu giá hoặc đối với các doanh nghiệp đang hoạt động theo hình thức công ty cổ phần có thể đăng ký giao dịch trên Trung tâm giao dịch chứng khoán Hà Nội theo điều kiện sau:

- Là công ty cổ phần có vốn điều lệ từ 5 tỷ đồng trở lên và có ít nhất 50 cổ đông.

- Có tình hình tài chính minh bạch và hoạt động sản xuất kinh doanh của năm liền trước năm đăng ký giao dịch phải có lãi.

Ngoài các nguồn vốn nêu trên, DNNVV còn có thể tranh thủ sự hỗ trợ từ các nguồn vốn khác như Dự án tài trợ DNNVV (Small and Medium sized enterprises finance project - SMEFP) do ngân hàng hợp tác quốc tế Nhật Bản (IBIC) thực hiện thông qua Chính phủ Việt Nam mà người đại diện là Bộ Tài chính và Ngân hàng Nhà nước, các quỹ hỗ trợ phát triển... . Tuy nhiên khả năng tiếp cận, đáp ứng đòi hỏi để được cấp tín dụng là khá khắt khe.

Để các DNNVV có thể tiếp cận được với các nguồn tài trợ vốn nói trên, doanh nghiệp cần thực hiện các biện pháp sau:

Một là, các DNNVV cần nâng cao năng lực kinh doanh và năng lực xây dựng phương án kinh doanh có tính khả thi.

Bất cứ nhà tài trợ vốn nào cũng luôn đặt vấn đề hiệu quả của việc sử dụng đồng vốn và đây là mục tiêu xuyên suốt khi thẩm định dự án. Nhà lãnh đạo của doanh nghiệp phải chứng minh được mình thực sự là người có năng lực kinh doanh, có năng lực tạo lợi nhuận thì mới có thể thuyết phục được các nhà tài trợ vốn. Trong khi đó, nhiều DNNVV thường chỉ có ý tưởng kinh doanh và phác thảo hiệu quả phương án đầu tư còn đơn giản. Họ còn thiếu kinh nghiệm chứng minh hiệu quả đó với các nhà tài trợ, đôi khi phương án đầu tư mang nặng cảm tính nên khó có khả năng thuyết phục. Nhà lãnh đạo của DNNVV cần phải học cách xây dựng dự án đầu tư một cách khoa học, nếu không thì cần phải có sự hỗ trợ, hướng dẫn để có thể hoàn thành được bộ hồ sơ tài trợ vốn.

Hai là, các DNNVV cần phải tạo dựng được uy tín trong kinh doanh.

Các DNNVV cần đổi mới từ nhận thức đến các việc làm cụ thể như: nâng cao năng lực quản trị và điều hành doanh nghiệp, thực hiện nghiêm chỉnh chế độ hạch toán kế toán, báo cáo tài chính công khai, minh bạch, kinh doanh theo đúng pháp luật. Phải khẳng định tạo dựng uy tín trong kinh doanh là việc các DNNVV phải làm, nó không chỉ giúp doanh nghiệp dễ dàng trong việc tiếp cận vốn mà còn tạo điều kiện để doanh nghiệp tồn tại và phát triển bền vững. Xây dựng thương hiệu là một biện pháp mà các DNNVV cần thực hiện để tạo dựng được uy tín trong kinh doanh với khách hàng và các nhà tài trợ vốn, đồng thời gia tăng được khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Ba là, các DNNVV cần gia tăng sử dụng dịch vụ thanh toán qua ngân hàng, qua đó ngân hàng sẽ có thêm thông tin về tình hình kinh doanh của doanh nghiệp, trên cơ sở đó sẽ thuận lợi hơn cho doanh nghiệp trong việc vay vốn ngân hàng.

Bốn là, các DNNVV cần thường xuyên liên hệ với các trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Hiện nay, ở Việt Nam có các tổ chức hỗ trợ DNNVV như: Cục phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa (ASMED) thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư ; Trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa trực thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt

Nam (VCCI); Chương trình phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa tại Việt Nam (MPI - GTZ), ...

Các tổ chức này có thể giúp DNNVV giải quyết những khó khăn vướng mắc thường gặp phải trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh, trong đó có việc tìm đến những nguồn tài trợ vốn.

3.2.3 Khuyến khích các DNNVV đổi mới công nghệ

Có thể thấy rằng trong bối cảnh hội nhập với nền kinh tế toàn cầu như hiện nay thì việc ứng dụng những thành tựu mới của khoa học và công nghệ vào sản xuất kinh doanh có vai trò rất quan trọng trong việc tạo ra và duy trì lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp nói chung và DNNVV nói riêng. Để khuyến khích các DNNVV thay đổi công nghệ, máy móc thiết bị đã lạc hậu bằng các công nghệ mới có khả năng hạ giá thành sản phẩm, gia tăng khả năng cạnh tranh, chúng tôi đề nghị cần thực hiện các biện pháp chủ yếu sau đây:

- Tổ chức, bố trí và sử dụng có hiệu quả lực lượng cán bộ khoa học công nghệ. Các cơ quan nghiên cứu khoa học cần được sắp xếp và bố trí hợp lý theo nguyên tắc gắn chặt khoa học công nghệ với sản xuất và đời sống. Nhà nước nên có chính sách khuyến khích các công trình nghiên cứu ứng dụng để hấp thụ và nội địa hóa công nghệ và tri thức tiên tiến trên thế giới trở thành công nghệ của nội địa, có thể ứng dụng được vào điều kiện thực tế của các doanh nghiệp trong nước.

- Đẩy mạnh phát triển các khu công nghệ cao. Khu công nghệ cao là sự kết hợp giữa khoa học công nghệ với sản xuất để nhanh chóng biến các ý tưởng khoa học thành sản phẩm mới, công nghệ mới có thể thương mại hóa được. Nhà nước và các tỉnh thành cần có chính sách khuyến khích và hỗ trợ cho những hoạt động tổ chức nghiên cứu tạo công nghệ mới để chuyển giao cho sản xuất và có khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Các khu công nghệ cao phải đóng vai trò như là cửa khẩu công nghệ, là đầu tàu khoa học và công nghệ, là nơi sẽ thực hiện những ý tưởng sáng tạo của các nhà sáng chế và đi tiên phong trong việc nghiên cứu, sản xuất những sản phẩm công nghệ cao. Các khu công nghệ cao phải là nơi thu hút các công ty công nghệ cao của nước ngoài đầu tư chuyển giao công nghệ vào Việt Nam, hình thành các "vườn ươm" công nghệ. Tại đây phải bảo đảm có đủ điều

kiện thuận lợi cho những hoạt động nghiên cứu và triển khai công nghệ, các dịch vụ tư vấn, thông tin, đào tạo nguồn nhân lực công nghệ cao, thương mại ... để hoàn thiện, đổi mới và chuyển giao công nghệ, cải tiến và đổi mới sản phẩm. Các khu công nghệ cao này sẽ trở thành trung tâm hỗ trợ quá trình đổi mới và sáng tạo công nghệ của các doanh nghiệp nói chung và DNNVV nói riêng.

- Kết hợp với việc phát triển các khu công nghệ cao có thể hình thành các làng khoa học hay công viên khoa học. Hoạt động nghiên cứu và phát triển (R&D) được tiến hành tập trung trong các làng hay công viên khoa học này với sự hỗ trợ đặc lực của các trường đại học và các viện nghiên cứu. Với hình thức tổ chức này thì dòng vốn đầu tư vào nghiên cứu phát triển sẽ khá tập trung, thu hút được nguồn nhân lực trong cả trong và ngoài nước, các nghiên cứu không bị chông chéo và các kết quả nghiên cứu được sử dụng hiệu quả hơn. Các doanh nghiệp nói chung và các DNNVV nói riêng đều có thể tiếp cận với các dịch vụ trong công viên và đặt hàng nghiên cứu để thay đổi, cải tiến công nghệ cho doanh nghiệp.

- Tăng cường tổ chức các cuộc triển lãm, hội chợ khoa học công nghệ để các DNNVV có nhiều cơ hội hơn trong việc tiếp xúc với các công nghệ mới, qua đó họ có thể lựa chọn được các công nghệ mới phù hợp với điều kiện thực tế và khả năng tài chính của mình. Song song với việc tổ chức các triển lãm, hội chợ này thì Nhà nước có thể có các chính sách khuyến khích các DNNV như miễn giảm thuế nhập khẩu công nghệ, hỗ trợ tín dụng một phần nào đó trên giá trị máy móc thiết bị để kích thích các doanh nghiệp mạnh dạn thay đổi công nghệ cũ đã lạc hậu bằng các công nghệ mới có nhiều ưu điểm hơn, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cho các DNNVV.

- Xây dựng, phát triển hệ thống dịch vụ hỗ trợ việc chuyển giao, tiếp thu và đổi mới công nghệ cho các doanh nghiệp.

3.2.4 Nâng cao trình độ nguồn nhân lực trong các DNNVV

Bao gồm việc nâng cao trình độ của cả đội ngũ lao động lẫn đội ngũ lãnh đạo, điều hành các DNNVV. Trình độ và kỹ năng của nguồn nhân lực là yếu tố quyết định đến thành công của doanh nghiệp. Để nâng cao trình độ nguồn nhân lực thì biện pháp chủ yếu vẫn là tăng cường đào tạo và đào tạo lại dưới nhiều hình

thức như: theo học các chương trình chính khóa cơ bản, đào tạo tại chức, đào tạo trực tiếp tại các doanh nghiệp, tổ chức các hội thi tay nghề, ... Sau đây là một số giải pháp nhằm nâng cao trình độ nguồn nhân lực:

- Trước tiên, đội ngũ các nhà lãnh đạo các DNNVV cần phải nhận thức được tầm quan trọng của kiến thức trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay: nếu không có trình độ, kiến thức, kỹ năng thì doanh nghiệp của họ khó có thể tồn tại và phát triển khi nền kinh tế nước ta ngày càng hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới. Để nâng cao trình độ kiến thức về quản trị doanh nghiệp, các nhà lãnh đạo, quản lý DNNVV cần chủ động sắp xếp và theo học các khóa học dài hạn về quản trị kinh doanh là tốt nhất. Tuy nhiên, cũng có thể theo học các chương trình đào tạo ngắn hạn, các khóa học dành cho đối tượng là các nhà doanh nghiệp đang hoạt động thực tế theo từng chuyên đề cụ thể, ví dụ như các chuyên đề về marketing, về quản trị học, về quản trị nhân sự, quản trị tài chính, chiến lược kinh doanh, quản trị dự án đầu tư, thuế, pháp luật kinh doanh, Để thực hiện có hiệu quả các chương trình đào tạo này, các trung tâm đào tạo cần phối hợp với các DNNVV để thiết kế các chương trình đào tạo ngắn hạn sao cho phù hợp với họ.

- Đẩy mạnh hơn nữa công tác dạy nghề, đào tạo công nhân kỹ thuật. Nhà nước nên có chủ trương khuyến khích thành lập các trung tâm đào tạo, bồi dưỡng nghề tại các quận, huyện để gia tăng số lượng các cơ sở đào tạo nghề với sự tham gia đào tạo của tất cả các thành phần kinh tế, các tổ chức xã hội, các loại hình doanh nghiệp. Quan trọng hơn, chất lượng đào tạo nghề cần được nâng cao để những người đã qua đào tạo nghề có khả năng làm việc ngay trong các doanh nghiệp sau khi được học nghề. Cơ sở vật chất và máy móc thiết bị của các trường đào tạo nghề cần được đầu tư đổi mới, thay thế các máy móc thiết bị đã lạc hậu để theo kịp trình độ phát triển của các doanh nghiệp; nội dung chương trình đào tạo nghề cần được đổi mới để phù hợp với yêu cầu phát triển của thị trường sức lao động và xu hướng mở rộng hợp tác quốc tế. Cần cải tiến các hình thức đào tạo nghề, đặc biệt là những khóa học ngắn ngày cho nhu cầu đào tạo cụ thể của các doanh nghiệp. Các khóa học này có thể tổ chức ở tại doanh nghiệp hoặc tại các trường dạy nghề gần đó để thuận tiện cho việc theo học của người lao động. Các cơ sở đào tạo nghề cần chủ động liên kết với các đơn vị sản xuất kinh doanh và

các trung tâm xúc tiến việc làm, thông qua đó để có thể điều chỉnh các chương trình đào tạo nghề cho phù hợp với nhu cầu của thị trường sức lao động. Các tỉnh, thành cần có chính sách khuyến khích, thu hút đội ngũ cán bộ khoa học kỹ thuật tham gia vào công tác đào tạo và tư vấn phát triển nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp, ban hành các chính sách ưu đãi đối với các Việt kiều có trình độ và kinh nghiệm đang sống ở nước ngoài, khuyến khích họ đưa vốn, kiến thức, kỹ năng về tham gia công tác đào tạo nguồn nhân lực. Nếu các biện pháp này được triển khai tốt thì sẽ nâng dần được tỷ lệ lao động qua đào tạo nghề của nước ta lên để đáp ứng được nhu cầu về lực lượng lao động có tay nghề kỹ thuật cho các doanh nghiệp.

- Các DNNVV cần có các chính sách lương bổng, đãi ngộ, động viên tinh thần thích hợp để giữ chân được các lao động có tay nghề, có kỹ năng chuyên môn để họ yên tâm làm việc, không bị các doanh nghiệp khác thu hút mất. Lực lượng lao động có tay nghề giỏi, kỹ năng thành thạo có thể được sử dụng để đào tạo cho các lao động mới, lao động chưa có kỹ năng trong nội bộ doanh nghiệp để nâng cao dần tỷ lệ lao động lành nghề trong doanh nghiệp. Cần có chính sách tiền lương, thưởng, ... thích đáng cho các lao động có tay nghề, có kỹ năng để tạo ra động lực kích thích người lao động tự phấn đấu học tập, rèn luyện nâng cao tay nghề phục vụ cho doanh nghiệp.

- Các DNNVV trong cùng một ngành nghề, một lĩnh vực có thể liên kết với nhau để đặt hàng nhu cầu đào tạo với các trung tâm đào tạo nghề trên địa bàn để có được những lao động phù hợp với nhu cầu sử dụng của doanh nghiệp mình. Việc đào tạo theo đơn đặt hàng này có thể là đào tạo mới hoặc đào tạo lại, và theo chúng tôi thì đây là một giải pháp rất hữu hiệu và thích hợp để nâng cao trình độ, kỹ năng nguồn nhân lực cho các DNNVV.

3.2.5 Xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với các DNNVV

Bất cứ một doanh nghiệp nào muốn đứng vững và phát triển được đều đòi hỏi phải có một chiến lược kinh doanh đúng đắn. Chiến lược đó phải được xây dựng trên cơ sở các điểm mạnh và điểm yếu của mình, đồng thời phải phù hợp với môi trường bên ngoài của doanh nghiệp. Một chiến lược đúng đắn sẽ giúp doanh nghiệp phát huy điểm mạnh và khắc phục điểm yếu, đồng thời giúp doanh nghiệp

tận dụng được các cơ hội và hạn chế các rủi ro có thể xảy ra. Trong điều kiện hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu hiện nay với mức độ cạnh tranh ngày càng gay gắt, việc xây dựng một chiến lược kinh doanh đúng đắn sẽ giúp doanh nghiệp tạo ra được một lợi thế cạnh tranh bền vững nhằm duy trì sự tăng trưởng ổn định và phát triển. Quy trình xây dựng một chiến lược kinh doanh thường được giới thiệu trong các chương trình đào tạo về Quản trị kinh doanh, trong phạm vi của luận văn này không thể trình bày hết được. Ở đây chúng tôi chỉ xin nêu ra một số điểm quan trọng liên quan đến việc định hướng xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với các DNNVV.

Theo Michael Porter, có ba đường hướng chiến lược tổng quát có thể đem lại thành công, giúp công ty hoạt động hiệu quả hơn những công ty khác trong cùng một ngành nghề, đó là:

- Chiến lược chi phí thấp nhất
- Chiến lược dị biệt hóa sản phẩm
- Chiến lược tập trung vào một phân khúc thị trường nhất định.

Mặc dù có những công ty có thể theo đuổi thành công cùng lúc nhiều đường hướng chiến lược, nhưng những trường hợp như thế thường rất hiếm. Để thực hiện hiệu quả bất cứ một trong những chiến lược tổng quát thường đòi hỏi công ty phải toàn tâm toàn ý, tận tâm tận lực và toàn bộ công ty phải được sắp xếp về mặt tổ chức để hỗ trợ cho việc thực hiện đường hướng chiến lược ấy. Nếu cùng lúc theo đuổi nhiều đường hướng chiến lược và cùng xem những đường hướng ấy là mục tiêu chính yếu thì những nỗ lực bỏ ra sẽ bị loãng đi, vì vậy công ty cần phải tập trung nhắm vào một đường hướng chủ đích nào đó. Đặc điểm chính của từng chiến lược tổng quát theo Michael Porter như sau:

- Chiến lược chi phí thấp nhất: bắt đầu thông dụng vào những năm 1970, đó là công ty tập trung vào việc làm sao để đạt được mức tổng chi phí (sản xuất, điều hành) thấp nhất trong ngành thông qua một nhóm chứng chính sách chức năng nhằm vào những mục tiêu cơ bản này. Nếu muốn giảm thiểu chi phí đến mức thấp nhất đòi hỏi phải khẩn trương, tích cực đầu tư xây dựng cơ sở vật chất, máy móc thiết bị để có được giá thành sản phẩm giảm xuống nhờ vào quy mô lớn (đạt được

hiệu quả nhờ quy mô), theo đuổi mục tiêu giảm phí tổn nhờ kinh nghiệm (kinh nghiệm về sản xuất, tiếp thị, phân phối sản phẩm ...), kiểm soát chi phí chặt chẽ. Công ty muốn đạt được một vị thế có tổng phí tổn thấp thường đòi hỏi phải có một thị phần tương đối rộng lớn hoặc những thuận lợi khác, chẳng hạn như có được ưu thế trong việc tiếp cận thị trường nguyên liệu. Để thực hiện chiến lược chi phí thấp đòi hỏi phải đầu tư mạnh trước về vốn cho những thiết bị tân tiến nhất, cho việc chủ động định giá, và cho những lỗ lỗ bước đầu để xây dựng, chiếm lĩnh thị phần. Khi có được thị phần lớn sẽ cho phép tiết kiệm chi phí trong việc mua hàng hóa, nguyên liệu đầu vào và điều này sẽ giúp giảm phí tổn thêm nữa. Một khi công ty đã đạt được vị thế phí tổn thấp trong ngành thì phí tổn thấp sẽ mang lại lợi nhuận cao và khoản lợi nhuận này có thể sử dụng để tái đầu tư vào những thiết bị mới và những phương tiện hiện đại để duy trì việc dẫn đầu về chi phí. Một khoản đầu tư như thế là một điều kiện tiên quyết để duy trì vị thế phí tổn thấp.

- Chiến lược dị biệt hóa sản phẩm và dịch vụ: công ty phải tạo ra được những sản phẩm, dịch vụ mà khách hàng cảm nhận thấy có sự khác biệt so với những sản phẩm, dịch vụ của các đối thủ cạnh tranh, và khách hàng có thể cảm nhận rằng đó là những sản phẩm, dịch vụ "độc nhất vô nhị". Một cách lý tưởng, công ty phải làm cho mình "khác người" ở một vài phương diện nào đó. Nhờ sự dị biệt hóa sản phẩm, dịch vụ nên công ty có thể định được giá bán mang lại tỷ suất lợi nhuận cao hơn những đối thủ cạnh tranh và khách hàng cũng sẵn lòng chi trả chi phí để sử dụng sản phẩm, dịch vụ của công ty.

- Chiến lược tập trung vào một phân khúc thị trường: đó là tập trung vào một nhóm người mua, một phân đoạn của ngành hàng, hoặc một thị trường về mặt địa lý. Trong khi các chiến lược phí tổn thấp và dị biệt hóa nhắm vào việc đạt được những mục tiêu của mình trong toàn ngành nghề thì toàn bộ chiến lược tập trung lại xoay quanh phục vụ một mục tiêu cụ thể cho thật tốt, và các chính sách chức năng của công ty đều được xây dựng để nhắm đến mục tiêu ấy. Với cách làm này, công ty sẽ có khả năng phục vụ mục tiêu chiến lược của mình có hiệu quả hơn những đối thủ đang bận cạnh tranh ở một phạm vi rộng lớn hơn, bao quát hơn. Kết quả của quá trình này là, hoặc công ty sẽ đạt được sự dị biệt hóa do phục vụ tốt

hơn nhu cầu của một mục tiêu cụ thể, hoặc thực hiện được việc giảm phí tổn do phục vụ mục tiêu này, hoặc đạt được cả hai.

Sự khác biệt giữa ba chiến lược tổng quát này được minh họa ở bảng 3.1 sau đây:

Bảng 3.1: Sự khác biệt giữa ba chiến lược kinh doanh tổng quát

MỤC TIÊU CHIẾN LƯỢC	LỢI THẾ CHIẾN LƯỢC	
	Tính khác biệt theo cảm nhận của khách hàng	Vị thế phí tổn thấp
Toàn ngành	ĐỊ BIỆT HÓA	CHI PHÍ THẤP NHẤT
Chỉ một phân khúc thị trường cụ thể	TẬP TRUNG	

Việc lựa chọn ngành nghề kinh doanh là rất quan trọng để xây dựng chiến lược kinh doanh và kinh doanh thành công. Các DNNVV cần lựa chọn ngành nghề kinh doanh mà mình có lợi thế, và có những ngành nghề kinh doanh mà các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ lại có được lợi thế hơn những doanh nghiệp có quy mô lớn. Theo Michael Porter, các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn một công ty có quy mô lớn khi kinh doanh trong các ngành mà tính kinh tế nhờ quy mô (economy of scale) khó tồn tại, cụ thể trong những trường hợp sau đây:

- Trong những ngành mà sản phẩm thay đổi quá nhanh hoặc kiểu dáng sản phẩm có tác dụng then chốt trong cạnh tranh, chẳng hạn như ngành trang phục phụ nữ.
- Trong những ngành mà chi phí quản lý thấp giúp công ty thành công.
- Trong những ngành đòi hỏi sản phẩm phải đa dạng để đáp ứng nhu cầu khách hàng.
- Trong những ngành đòi hỏi tính sáng tạo cao (như ngành quảng cáo và trang trí nội thất).
- Trong những ngành đòi hỏi đích thân nhà quản lý phải giám sát chặt chẽ (như các quán ăn và hộp đêm).
- Trong những ngành dịch vụ cá nhân (như ngành chăm sóc sắc đẹp và tư vấn).

- Trong những ngành mà nhu cầu thị trường quá đa dạng: trong một số ngành, thị hiếu của người mua bị phân khúc, nghĩa là nhiều người mua khác nhau thích chọn nhiều loại sản phẩm khác nhau chứ không theo một chuẩn mực chung nào cả, vì thế một công ty có quy mô lớn sẽ không có lợi thế. Chẳng hạn, trong ngành chế tạo xe cứu hỏa, có rất nhiều nhà sản xuất nhưng không một ai chiếm được một thị phần lớn.

- Trong những ngành mà tính khu biệt của sản phẩm cao, nhất là khi sản phẩm dựa trên việc xây dựng hình tượng: một công ty quy mô nhỏ có lợi thế hơn một công ty quy mô lớn nếu người mua mong muốn có một nhãn hiệu với hình tượng dành riêng cho mình. Chẳng hạn, các nghệ sĩ sân khấu thích giao dịch với những công ty băng đĩa quy mô nhỏ để có thể làm nổi bật hình tượng của họ.

- Một số ngành khác như : bán lẻ rượu, hấp tấy quần áo, những ngành mà chính phủ ngăn cấm không cho liên kết tập trung, ...

- Ngành mới: một ngành có thể bị phân khúc vì còn mới, và chưa có công ty nào có đủ kỹ năng và nguồn lực để chiếm lĩnh một thị phần lớn. Tuy nhiên nếu một ngành bị phân tán vì là ngành mới thì sớm muộn gì ngành đó cũng sẽ được củng cố và cũng có những khuynh hướng trực tiếp hay gián tiếp tác động đến nguyên nhân gây phân tán ngành (chẳng hạn như nhu cầu hay thị hiếu của người mua thay đổi, cấu trúc các kênh phân phối thay đổi, chính sách của nhà nước thay đổi), dẫn đến việc tạo ra tính kinh tế theo quy mô giúp cho ngành trở lên vững mạnh, cho nên các DNNVV cần phải sớm nhận ra các khuynh hướng này để tận dụng thời cơ khắc phục tình trạng phân tán.

Qua những điều trình bày nêu trên cho thấy rằng không phải là các doanh nghiệp có quy mô lớn luôn luôn có lợi thế cạnh tranh hơn những doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ mà ngược lại trong một số trường hợp thì các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ lại có nhiều lợi thế cạnh tranh hơn là những doanh nghiệp có quy mô lớn. Các DNNVV nên xây dựng chiến lược kinh doanh cho doanh nghiệp của mình. Việc xây dựng chiến lược kinh doanh cần xuất phát từ những điểm mạnh, sở trường và những điểm yếu của doanh nghiệp, kết hợp với việc nhận dạng những cơ hội và nguy cơ từ môi trường bên ngoài của doanh nghiệp, trên cơ sở đó mỗi DNNVV sẽ đề ra cho mình một chiến lược kinh doanh thích hợp để có thể

cạnh tranh thành công trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, môi trường cạnh tranh ngày càng gay gắt hiện nay. Chúng tôi có hai đề xuất trong việc xây dựng chiến lược kinh doanh cho các DNNVV của nước ta là:

- Nên lựa chọn kinh doanh trong các ngành nghề mà các DNNVV có nhiều lợi thế cạnh tranh hơn các doanh nghiệp có quy mô lớn, đó là những ngành nghề mà *tính kinh tế nhờ quy mô* khó tồn tại như Michael Porter đã chỉ ra ở trên.

- Nên lựa chọn chiến lược tập trung vào phân khúc thị trường cụ thể trong ngành nghề, lĩnh vực mà mình đã chọn để có thể tạo ra lợi thế cạnh tranh thông qua dị biệt hóa do phục vụ tốt hơn nhu cầu của một mục tiêu cụ thể, hoặc thực hiện được việc giảm phí tổn do phục vụ mục tiêu này, hoặc đạt được cả hai.

3.2.6 Phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh cho các DNNVV

Để thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh phát triển có hiệu quả và hỗ trợ đắc lực cho các DNNVV trong quá trình hoạt động kinh doanh cần phải có sự nỗ lực chủ yếu từ cả hai phía: nhà cung cấp dịch vụ và người sử dụng dịch vụ. Ngoài ra cần có sự khuyến khích, thúc đẩy và hỗ trợ từ phía Nhà nước. Chúng tôi đề nghị cần thực hiện các biện pháp chủ yếu sau đây:

❖ Biện pháp đối với các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hỗ trợ kinh doanh

- Thực hiện đúng cam kết và trách nhiệm đối với khách hàng và phải đặt chữ tín lên hàng đầu.

- Phải bảo mật các thông tin của khách hàng.

- Không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Từng công ty cung ứng BDS nên có chính sách thu hút các chuyên gia/cộng tác viên giỏi, giàu kinh nghiệm đến làm việc, hoặc cử nhân viên đi nghiên cứu, học tập ở nước ngoài để nâng cao chất lượng sản phẩm cung ứng và tính chuyên nghiệp của dịch vụ cung ứng.

- Thường xuyên trau dồi kỹ năng, bổ sung kiến thức, bảo đảm nguồn nhân lực có đầy đủ chuyên môn, đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách hàng. Tổ chức học tập chuyên môn thường xuyên cho đội ngũ nhân viên của doanh nghiệp.

- Các chuyên gia tư vấn nên thường xuyên chia sẻ và thảo luận những kiến thức và kinh nghiệm với những người có thâm niên trong lĩnh vực tư vấn để có thêm nhiều ý tưởng mới và hiểu biết sâu rộng.

- Thường xuyên thu thập thông tin về thị trường, khách hàng, hệ thống văn bản pháp luật để có được cơ sở dữ liệu giúp ích cho việc tư vấn.

- Tăng cường hoạt động quảng cáo sản phẩm của mình đến với DNNVV thông qua các phương tiện thông tin đại chúng, thông qua các hiệp hội doanh nghiệp, ... Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ cần phải có kế hoạch ngân sách cho hoạt động tiếp thị tới các DNNVV.

- Thực hiện liên doanh liên kết với các tổ chức cung ứng dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh có uy tín của nước ngoài, qua đó có thể học tập kỹ năng cung cấp dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh.

- Các công ty tư vấn nên cùng nhau thành lập một tổ chức hay hiệp hội các nhà tư vấn. Tổ chức này có thể đóng vai trò trọng tài nếu có phát sinh tranh chấp quyền lợi giữa người sử dụng dịch vụ và người cung cấp dịch vụ. Ngoài ra tổ chức này cũng làm nhiệm vụ xây dựng và hoàn thiện bộ Tiêu chuẩn Đạo đức kinh doanh để đặt ra các tiêu chí và giá trị cần tuân thủ đối với các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ hỗ trợ kinh doanh khi xử lý những vấn đề liên quan tới bí mật của khách hàng, tính phí tư vấn cũng như tiêu chí nghề nghiệp cho những cá nhân hành nghề cung cấp dịch vụ hỗ trợ kinh doanh.

❖ **Biện pháp đối với các DNNVV**

- Cần nhận thức được sự cần thiết của việc sử dụng BDS trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Không nên chỉ tìm đến các nhà cung cấp BDS khi mọi việc đã rồi. Khi có những vấn đề phát sinh nằm ngoài khả năng xử lý của nhân viên hiện có thì nên tìm đến các nhà cung cấp BDS.

- Các DNNVV nên xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh cho một thời kỳ nhất định, trên cơ sở đó hoạch định kế hoạch sử dụng BDS để việc sử dụng dịch vụ này đạt được hiệu quả.

- Trong kế hoạch ngân sách cần phải dành một khoản chi phí hợp lý cho việc sử dụng các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh, đặc biệt nên chú trọng đến các dịch vụ nâng cao kỹ năng lãnh đạo, phát triển nguồn nhân lực cho doanh nghiệp.

- Nhà lãnh đạo các DNNVV cần trang bị đầy đủ kiến thức để có thể trao đổi và truyền đạt thông tin với nhà cung cấp BDS và cùng với họ triển khai các giải pháp tư vấn vào thực tiễn hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

- Cần sử dụng nhiều nguồn thông tin như thông qua các kênh quảng cáo, các phương tiện thông tin đại chúng, các hiệp hội, phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam, ... để tìm hiểu và tiếp cận các doanh nghiệp cung cấp BDS cho phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp.

- Các DNNVV không nên tự mình thực hiện mọi hoạt động mà nên tập trung nguồn lực vào các hoạt động sản xuất kinh doanh chính của mình và tăng cường sử dụng các công ty cung cấp BDS để đảm bảo tính chuyên nghiệp và mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp vì chuyên môn hóa sẽ mang lại hiệu quả cho cả hai phía: doanh nghiệp sử dụng dịch vụ và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ. Tuy nhiên, để việc sử dụng BDS mang lại các kết quả như mong muốn, các DNNVV nên thực hiện theo quy trình lựa chọn nhà cung cấp BDS mà một số chuyên gia đề nghị như sau:

+ Trước tiên cần phải xác định rõ yêu cầu của mình một cách cụ thể, từ đó tìm hiểu và lập một danh sách gồm nhiều nhà cung cấp dịch vụ trong lĩnh vực đó.

+ Loại bỏ bớt những ứng viên không thích hợp, ví dụ những nhà tư vấn đưa ra giá quá cao hoặc ở quá xa với doanh nghiệp. Đối với những nhà tư vấn còn lại, yêu cầu họ cung cấp đầy đủ các thông tin về bản thân nhà tư vấn, kinh nghiệm và chất lượng của nhà tư vấn và những hiểu biết của họ về lĩnh vực mà doanh nghiệp đang kinh doanh. Trên cơ sở những thông tin đó, doanh nghiệp sẽ so sánh để lựa chọn ra những ứng viên thích hợp. Doanh nghiệp nên tìm hiểu thêm thông tin thông qua những người quen trong giới kinh doanh đã từng sử dụng dịch vụ của các nhà tư vấn mà doanh nghiệp dự định lựa chọn để kiểm nghiệm.

+ Mời các nhà tư vấn đến thăm công ty mình, không nên bàn việc ở công ty tư vấn vì ở "sân nhà" mình sẽ tự tin hơn và ra quyết định độc lập hơn.

+ Đừng bao giờ quyết định lựa chọn một nhà tư vấn nếu doanh nghiệp chưa thoải mái với sự lựa chọn của mình. Đừng bao giờ ký một hợp đồng tư vấn nếu cảm thấy vẫn còn điểm gì đó chưa rõ ràng trong hợp đồng. Đừng bao giờ chấp nhận những lời hứa chung chung về kết quả và tiến độ thực hiện. Và đừng bao giờ làm việc với nhà tư vấn nếu doanh nghiệp chưa sẵn sàng về mặt tài chính.

+ Sau khi đã lựa chọn được nhà cung cấp dịch vụ thì doanh nghiệp cần phải cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác cho nhà cung cấp dịch vụ và phối hợp với nhà cung cấp dịch vụ tổ chức thực hiện ý kiến tư vấn thì mới có thể đạt được các kết quả như mong đợi.

❖ **Biện pháp về phía Nhà nước**

- Nhà nước có thể thông qua các hiệp hội doanh nghiệp, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, các cơ quan xúc tiến thương mại và đầu tư, các phương tiện thông tin đại chúng, ... để tuyên truyền quảng bá về vai trò của BDS trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh và sự phát triển của các DNNVV.

- Tạo môi trường cạnh tranh giữa các nhà cung ứng BDS. Chỉ có trên cơ sở cạnh tranh, các nhà cung ứng BDS mới không ngừng vươn lên nâng cao trình độ nghiệp vụ để thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của doanh nghiệp, thể hiện hết trách nhiệm của mình trong quá trình cung ứng dịch vụ.

- Thúc đẩy thị trường dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh thông qua các chính sách nhằm thu hút nhiều doanh nghiệp tham gia vào lĩnh vực cung ứng dịch vụ này nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho việc lựa chọn dịch vụ của các DNNVV.

3.2.7 Tăng cường hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp để nâng cao khả năng cạnh tranh

Cạnh tranh với nhau để tồn tại và phát triển là quy luật tất yếu của nền kinh tế thị trường. Tuy nhiên, ngoài cạnh tranh thì các DNNVV cần phải hợp tác, liên kết với nhau. Việc hợp tác, liên kết với nhau sẽ đem lại lợi ích cho chính bản thân các DNNVV. Nên chọn cách chạy tiếp sức chứ không nên mạnh ai nấy chạy. Các DNNVV nên tập hợp lại vào trong một tổ chức, chẳng hạn như một hiệp hội doanh nghiệp cùng ngành hàng hay hiệp hội doanh nghiệp theo tỉnh, thành phố để phối

hợp hoạt động. Khi tập hợp vào một hiệp hội doanh nghiệp, các DNNVV sẽ gặp thuận lợi hơn trong một số vấn đề như :

- Kiến nghị cải tiến các quy định pháp lý, các thủ tục hành chính cụ thể, các vướng mắc liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp.

- Kiến nghị với chính quyền các cấp để đấu tranh đẩy lùi tệ nạn tham nhũng, gây phiền hà doanh nghiệp của một số cán bộ thuộc các cơ quan quản lý Nhà nước tại địa phương. Tiếng nói của hiệp hội doanh nghiệp sẽ có trọng lượng hơn tiếng nói của một doanh nghiệp đơn lẻ đối với những vấn đề nhạy cảm này.

- Đề xuất các biện pháp nâng cao hiệu quả các chương trình hỗ trợ DNNVV đang thực hiện hoặc đã có trong kế hoạch ở cấp tỉnh, thành phố.

- Các DNNVV có thể thông qua hiệp hội để quảng bá các thông lệ kinh doanh bền vững, đạo đức và uy tín trong kinh doanh, thái độ tuân thủ pháp luật, ... để giúp các doanh nghiệp khác trong hiệp hội tiến bộ, cùng cạnh tranh một cách lành mạnh để phát triển.

Để nâng cao vai trò và hiệu quả hoạt động của các hiệp hội đòi hỏi các thành viên phải nâng cao nhận thức, thấy rõ được các lợi ích khi tham gia vào hiệp hội, tích cực xây dựng và điều hành các hiệp hội mà mình tham gia.

Để mở rộng các mối liên kết kinh tế, các DNNVV cần chủ động tham gia hợp tác với các doanh nghiệp có quy mô lớn thuộc các thành phần kinh tế khác nhau. Kinh nghiệm của nhiều nước phát triển cho thấy giữa các doanh nghiệp lớn với các DNNVV có thể có mối quan hệ cộng sinh chứ không phải chỉ cạnh tranh để thôn tính, tiêu diệt lẫn nhau. Doanh nghiệp nhỏ có thể làm thầu phụ cho một hoặc một số doanh nghiệp lớn, còn doanh nghiệp lớn có thể giúp doanh nghiệp nhỏ trong việc hoạch định chiến lược phát triển doanh nghiệp, chiến lược sản phẩm, đào tạo nhân sự, hỗ trợ về công nghệ, Việc liên kết giữa các doanh nghiệp sẽ làm tăng sức cạnh tranh của tất cả các doanh nghiệp và cũng làm gia tăng cơ hội tồn tại và thành công của mỗi doanh nghiệp.

3.2.8 Sáp nhập, chuyển đổi loại hình doanh nghiệp

Việc sáp nhập, chuyển đổi loại hình doanh nghiệp cũng là một giải pháp để nâng cao khả năng cạnh tranh mà các DNNVV nên xem xét.

Theo Michael Porter, khi có những nhân tố quan trọng thay đổi sẽ có thể dẫn đến sự thay đổi toàn bộ cấu trúc một ngành kinh doanh nào đó làm cho ngành này từ phân tán trở nên vững mạnh hoặc hình thành tính kinh tế nhờ quy mô trong ngành này, ví dụ như khi có những thay đổi về công nghệ hoặc những công nghệ mới ra đời giúp cho việc sản xuất sản phẩm từ đơn lẻ sang sản xuất hàng loạt, hoặc khi có những sáng kiến về thiết kế, tiếp thị sản phẩm giúp chuẩn hóa được nhu cầu quá đa dạng của thị trường khiến cho nhiều người chọn mua sản phẩm được chuẩn hóa này, tạo điều kiện cho việc sản xuất hàng loạt, Khi này các doanh nghiệp có quy mô lớn với khả năng sản xuất hàng loạt hoặc kiểm soát được toàn bộ quy trình sản xuất kinh doanh sẽ hạ được giá thành sản phẩm, nâng cao khả năng cạnh tranh và sẽ có lợi thế cạnh tranh lớn hơn các DN NVV đơn lẻ. Các DN NVV cần chú ý đến khuynh hướng này và nên hợp nhất, sáp nhập lại với nhau để có thể tồn tại và cạnh tranh được với các doanh nghiệp khác. Một ví dụ về tình trạng này là ngành chăn nuôi bò thịt ở một số nước đã chuyển từ một ngành bị phân khúc (nhiều người nuôi bò thả rong, sau đó chuyển bò đến nơi giết mổ và chế biến) sang một ngành kinh doanh có tính vững mạnh (nuôi bò tập trung để vỗ béo, xây dựng hoặc mua lại các nhà máy chế biến thức ăn cho bò, xây dựng hoặc mua lại nhà máy chế biến và phân phối thịt bò, dẫn đến việc hình thành thương hiệu của một doanh nghiệp nào đó).

Ngoài ra, các DN NVV thuộc nhiều loại hình doanh nghiệp ở nước ta như doanh nghiệp tư nhân, công ty trách nhiệm hữu hạn, ... cũng nên xem xét đến phương án tập trung lại hoặc chuyển đổi thành một công ty cổ phần để gia tăng quy mô, cải thiện tình trạng hạn chế về vốn, công nghệ, nhân lực, ... để nâng cao khả năng cạnh tranh. Việc chuyển đổi thành công ty cổ phần sẽ tạo điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp trong khả năng huy động vốn thông qua thị trường chứng khoán.

3.3 KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI NHÀ NƯỚC VÀ CÁC CƠ QUAN CHỨC NĂNG

3.3.1 Tạo lập môi trường kinh doanh minh bạch, bình đẳng và hỗ trợ thông tin cho doanh nghiệp

- Minh bạch hóa thông tin sẽ tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp cạnh tranh bình đẳng để phát triển. Các quy định của pháp luật cần

phải cụ thể, nhất quán, dễ hiểu, dễ thực hiện để có thể thực hiện thống nhất trên toàn quốc, không tạo điều kiện cho cán bộ thừa hành các cấp tùy tiện giải thích và vận dụng theo ý kiến chủ quan của mình. Nhà nước cần có cơ chế kiểm tra, giám sát việc công khai các loại thông tin về kế hoạch các dự án xây dựng cơ sở hạ tầng mới, các kế hoạch đầu tư của Trung ương và của địa phương, các bản đồ và quy hoạch sử dụng đất, các chính sách ưu đãi đầu tư, ... để đảm bảo các loại thông tin quan trọng này được công bố rộng rãi đến mọi người dân, mọi doanh nghiệp có quan tâm. Khi các thông tin này được minh bạch hóa thì cũng sẽ hạn chế được tình trạng một số cán bộ trong bộ máy Nhà nước lợi dụng việc nắm giữ thông tin để tham nhũng, trục lợi cá nhân.

- Để tạo lập một môi trường kinh doanh bình đẳng cho mọi loại hình doanh nghiệp đòi hỏi Nhà nước phải tiếp tục cải cách mạnh mẽ hơn nữa khu vực doanh nghiệp Nhà nước. Từng bước bỏ chế độ bảo hộ độc quyền trong một số ngành như bưu chính viễn thông, hàng không, ...vv. Nhà nước nên rà soát lại và hạn chế bớt số lượng các lĩnh vực doanh nghiệp Nhà nước độc quyền kinh doanh, xóa bỏ tư tưởng phân biệt đối xử trong quản lý kinh doanh, nhanh chóng đưa Luật Cạnh tranh đi vào cuộc sống, thúc đẩy mạnh hơn nữa việc cải cách và cổ phần hóa doanh nghiệp Nhà nước, chuyển doanh nghiệp 100% vốn Nhà nước sang hoạt động theo Luật Doanh nghiệp.

- Trước khi ban hành một văn bản pháp luật có ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, Chính phủ và chính quyền các cấp cần tổ chức lấy ý kiến của các doanh nghiệp trên địa bàn để các doanh nghiệp có thể góp ý kiến trong việc xây dựng các văn bản pháp luật này, đồng thời họ biết và có thời gian để chuẩn bị cho những thay đổi pháp luật sắp diễn ra trong lĩnh vực kinh doanh của mình, hạn chế tình trạng doanh nghiệp vi phạm pháp luật do không biết được luật đã thay đổi.

- Do các văn bản pháp luật của nước ta còn phức tạp và có nhiều quy định mâu thuẫn, chồng chéo nhau nên cần có sự hỗ trợ thông tin và giải quyết các vướng mắc về pháp luật, chính sách của Nhà nước đối với các doanh nghiệp.

Theo kinh nghiệm của một số tỉnh đã thực hiện thành công vấn đề này, Ủy ban Nhân dân tỉnh yêu cầu các Sở, ngành có liên quan đứng ra nghiên cứu, tập hợp

các văn bản pháp luật có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp, các kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh và in thành tập văn bản pháp quy của địa phương rồi phát hành rộng rãi, công khai, giúp các doanh nghiệp có đầy đủ thông tin và hoạt động sản xuất kinh doanh của họ được thuận lợi. Đối với việc xử lý các văn bản không rõ ràng làm ảnh hưởng tới doanh nghiệp, chính quyền tỉnh chủ động đứng ra gửi công văn phản ánh và đề xuất lên các cơ quan hữu quan, đồng thời có biện pháp thực thi linh hoạt trong khuôn khổ của luật pháp để giúp cho doanh nghiệp yên tâm sản xuất kinh doanh.

Để thường xuyên giao tiếp và hiểu được các vấn đề vướng mắc của doanh nghiệp, chính quyền một số tỉnh đã đứng ra bảo trợ cho câu lạc bộ doanh nghiệp của tỉnh, cung cấp trụ sở miễn phí cho câu lạc bộ sinh hoạt, thường xuyên trao đổi, phối hợp trong các hoạt động của câu lạc bộ. Thực tế trong quá trình hoạt động sản xuất kinh doanh, doanh nghiệp vẫn gặp sự sách nhiễu, gây phiền hà từ phía một số cán bộ thuộc các cơ quan quản lý Nhà nước song do tâm lý còn e ngại, sợ đối đầu, các doanh nghiệp hầu như không dám đưa ra công luận. Chính quyền tỉnh và câu lạc bộ khuyến khích các doanh nghiệp tập trung ý kiến cho câu lạc bộ để thông qua câu lạc bộ phản ánh lên các cơ quan liên quan. Khi các doanh nghiệp gặp các ách tắc về mặt chính quyền, chính sách vĩ mô, tỉnh cử cán bộ trực tiếp xuống doanh nghiệp để cùng doanh nghiệp xem xét giải quyết. Đây là kinh nghiệm mà một số tỉnh được đánh giá là có môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp thuộc khu vực kinh tế tư nhân phát triển như Bình Dương, Vĩnh Phúc đã triển khai thực hiện. Nếu kinh nghiệm này được nhân rộng và được thực hiện ở khắp các tỉnh thành của cả nước thì sẽ góp phần cải thiện nhiều đến môi trường kinh doanh cho các DNNVV của nước ta.

3.3.2 Một số kiến nghị khác

- Nhà nước cần xây dựng một hệ thống chính sách đồng bộ nhằm thực hiện vai trò quản lý nhà nước một cách hiệu quả và đối xử thực sự bình đẳng với các thành phần kinh tế. Ngoài khả năng tự vươn lên của các DNNVV thì tác động vĩ mô từ phía Nhà nước trong việc hoạch định chiến lược phát triển và tạo lập môi trường kinh doanh ổn định bền vững là rất quan trọng. Qua đó giúp các DNNVV

yên tâm tập trung vào công việc kinh doanh và đầu tư mở rộng hoạt động kinh doanh.

- Nhà nước cần có chính sách tăng cường hỗ trợ, hoàn thiện hệ thống thể chế, chính sách khuyến khích trợ giúp để nâng cao sức cạnh tranh cho doanh nghiệp. Tăng cường hỗ trợ các DNNVV về thông tin, xúc tiến thương mại đối với thị trường nước ngoài vì các DNNVV khó có thể nghiên cứu và tiếp cận thị trường nước ngoài một cách trực tiếp. Đồng thời cần phải có những biện pháp hữu hiệu trong việc phòng chống đối với các doanh nghiệp cạnh tranh không lành mạnh, gian lận thương mại như làm hàng nhái, hàng giả gây tác động không tốt đến các DNNVV làm ăn chân chính.

Kết luận chương 3: Nâng cao khả năng cạnh tranh là vấn đề vô cùng quan trọng đối với các DNNVV của nước ta hiện nay trong bối cảnh nền kinh tế đang trên đà hội nhập ngày càng sâu hơn vào nền kinh tế thế giới. Sức ép cạnh tranh với các doanh nghiệp nói chung và các DNNVV nói riêng sẽ ngày càng gia tăng trong tiến trình Việt Nam thực hiện các cam kết mở cửa thị trường đã ký với WTO. Thông qua thực trạng và những vấn đề còn tồn tại làm cản trở khả năng cạnh tranh của các DNNVV đã được trình bày ở chương 2, chương 3 của luận văn đã nêu lên được những giải pháp và kiến nghị thực hiện đối với các DNNVV cũng như đối với Nhà nước, các cơ quan hữu quan có chức năng nhằm giải quyết những vấn đề còn tồn tại và góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh cho các DNNVV của nước ta. Hy vọng các DNNVV sẽ phát triển, vươn lên ngày càng mạnh mẽ, đóng góp ngày càng lớn hơn vào sự nghiệp phát triển kinh tế của đất nước.

KẾT LUẬN

Cũng như lực lượng DNNVV của nhiều nước có nền kinh tế phát triển trên thế giới, lực lượng DNNVV Việt Nam cũng đã có nhiều đóng góp tích cực trong công cuộc phát triển nền kinh tế của đất nước và vai trò của các DNNVV là không thể thiếu được trong tổng thể một nền kinh tế. Qua nghiên cứu và thực hiện đề tài **"Nâng cao khả năng cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong tiến trình hội nhập vào WTO"**, chúng tôi đã làm sáng tỏ một số vấn đề có tính lý luận và thực tiễn như sau:

Thứ nhất, đề tài đã hệ thống hóa được một số vấn đề lý luận về khả năng cạnh tranh cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, sự cần thiết phải nâng cao khả năng cạnh tranh của các DNNVV trong bối cảnh nước ta hội nhập vào Tổ chức thương mại thế giới.

Thứ hai, tiếp cận và phân tích một số vấn đề cơ bản về thực trạng của các DNNVV nước ta, từ đó chỉ ra được những tồn tại và nguyên nhân của nó.

Thứ ba, luận văn đã đưa ra được các giải pháp và kiến nghị nhằm giải quyết các tồn tại và nâng cao khả năng cạnh tranh cho các DNNVV của nước ta.

Tuy nhiên, do phạm vi nghiên cứu của đề tài là các DNNVV trên cả nước nên đề tài chỉ dừng lại ở những vấn đề mang tính chất phát hiện và những đề xuất có tính gợi mở, vạch ra sơ bộ hướng nghiên cứu ở những đề tài mới mang tính chuyên sâu hơn. Tuy tác giả đã có nhiều cố gắng trong quá trình thực hiện song đề tài khó có thể tránh khỏi những hạn chế, khiếm khuyết. Rất mong được sự giúp đỡ, chỉ bảo của Quý Thầy cô, bạn bè và bạn đọc để lần nghiên cứu sau được hoàn thiện hơn. Tôi xin chân thành cảm ơn !

MỤC LỤC

Trang

Trang phụ bìa	
Lời cam đoan	
Danh mục các chữ viết tắt	
Danh mục các bảng	
Danh mục các hình	
MỞ ĐẦU.....	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CỦA ĐỀ TÀI.....	3
1.1 MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP.....	3
1.1.1 Quan niệm về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.....	3
1.1.2 Mối quan hệ giữa lợi thế cạnh tranh, vị thế cạnh tranh và khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.....	4
1.1.3 Nguồn gốc tạo nên lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp.....	5
1.1.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.....	10
1.2 ĐẶC ĐIỂM DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM.....	15
1.2.1 Khái niệm.....	15
1.2.2 Đặc điểm.....	17
1.3 SỰ CẦN THIẾT PHẢI NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA CÁC DNNVV TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP VÀO WTO.....	18
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM	21
2.1 VAI TRÒ CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM.....	21
2.1.1 Đóng góp quan trọng vào GDP và tốc độ tăng trưởng kinh tế.....	21
2.1.2 Góp phần làm chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tạo lập sự phát triển cân bằng giữa các vùng miền.....	25
2.1.3 Góp phần quan trọng trong việc giải quyết việc làm.....	26
2.1.4 Góp phần làm tăng khả năng cạnh tranh của nền kinh tế.....	28
2.1.5 Góp phần quan trọng trong thu hút vốn đầu tư trong dân cư.....	28
2.1.6 Góp phần khôi phục, giữ gìn và phát triển các làng nghề thủ công truyền thống.....	29
2.1.7 Bước đầu tham gia vào quá trình hình thành mối liên kết với các DN lớn	29
2.2 THỰC TRẠNG VỀ TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN CÁC DNNVV CỦA VIỆT NAM.....	30
2.2.1 Tình hình phát triển về số lượng các DNNVV.....	30
2.2.2 Loại hình doanh nghiệp của các DNNVV.....	32
2.2.3 Ngành nghề kinh doanh của các DNNVV.....	33
2.2.4 Quy mô lao động và quy mô vốn của các DNNVV.....	35

2.3 THỰC TRẠNG VỀ TRÌNH ĐỘ CHUYÊN MÔN ĐƯỢC ĐÀO TẠO CỦA NGUỒN NHÂN LỰC TRONG CÁC DNNVV.....	37
2.3.1 Trình độ chuyên môn được đào tạo của người lao động.....	37
2.3.2 Trình độ chuyên môn được đào tạo của đội ngũ quản lý doanh nghiệp.....	38
2.4 MỘT SỐ HẠN CHẾ, TỒN TẠI ẢNH HƯỞNG TỚI KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA CÁC DNNVV VIỆT NAM.....	39
2.4.1 Khó khăn bất lợi về đất đai, mặt bằng sản xuất kinh doanh	39
2.4.2 Khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn tín dụng ngân hàng.....	42
2.4.3 Công nghệ, trang thiết bị kỹ thuật lạc hậu.....	44
2.4.4 Trình độ quản trị của đội ngũ lãnh đạo DNNVV chưa cao.....	45
2.4.5 Tỷ lệ lao động được đào tạo nghề trong các DNNVV thấp.....	46
2.4.6 Hoạt động nghiên cứu thị trường, xây dựng chiến lược kinh doanh của các DNNVV còn hạn chế.....	48
2.4.7 Môi trường kinh doanh vẫn còn một số tồn tại	48
2.4.8 Phần lớn các DNNVV vẫn chưa sử dụng dịch vụ phát triển kinh doanh.....	51
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CHO CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM TRONG TIẾN TRÌNH HỘI NHẬP.....	55
VÀO WTO	55
3.1 QUAN ĐIỂM VÀ ĐỊNH HƯỚNG VỀ NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CHO CÁC DNNVV	55
3.2 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CHO CÁC DNNVV	57
3.2.1 Giải pháp về đất đai, mặt bằng SXKD cho các DNNVV	57
3.2.2 Giải quyết khó khăn về vốn cho các DNNVV.....	58
3.2.3 Khuyến khích các DNNVV đổi mới công nghệ.....	64
3.2.4 Nâng cao trình độ nguồn nhân lực trong các DNNVV.....	65
3.2.5 Xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với các DNNVV	67
3.2.6 Phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh cho các DNNVV	72
3.2.7 Tăng cường hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp để nâng cao khả năng cạnh tranh	75
3.2.8 Sáp nhập, chuyển đổi loại hình doanh nghiệp	76
3.3 KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI NHÀ NƯỚC VÀ CÁC CƠ QUAN CHỨC NĂNG ..	77
3.3.1 Tạo lập môi trường kinh doanh minh bạch, bình đẳng và hỗ trợ thông tin cho doanh nghiệp	77
3.3.2 Một số kiến nghị khác	79
KẾT LUẬN.....	81
Tài liệu tham khảo	
Phụ lục	

PHỤ LỤC 1: Số lượng DNNVV phân theo quy mô lao động năm 2005
(Chưa tính đến các cơ sở SXKD cá thể phi nông nghiệp)

Chỉ tiêu	Tổng số lượng doanh nghiệp	Tổng số lượng DNNVV	Phân theo quy mô lao động				
			Dưới 5 người	Từ 5 đến 9 người	Từ 10 đến 49 người	Từ 50 đến 199 người	Từ 200 đến 299 người
TỔNG SỐ :	112.952	109.338	23.190	34.632	38.957	10.933	1.626
Doanh nghiệp Nhà nước:	4.086	2.675	10	32	679	1.507	447
Trung ương	1.825	942	4	6	143	569	220
Địa phương	2.261	1.733	6	26	536	938	227
Doanh nghiệp ngoài Nhà nước:	105.169	103.794	23.036	34.394	37.228	8.254	882
Hợp tác xã	6.334	6.266	679	2.613	2.459	462	53
Doanh nghiệp tư nhân	34.647	34.537	12.649	10.857	9.708	1.249	74
Công ty hợp danh	37	37	11	3	21	2	0
Công ty TNHH	52.506	51.815	8.385	17.748	20.500	4.671	511
Cty cổ phần có vốn Nhà nước (Từ 50% VDL trở xuống)	1.096	839	4	21	227	484	103
Cty cổ phần không có vốn Nhà nước	10.549	10.300	1.308	3.152	4.313	1.386	141
Doanh nghiệp có vốn ĐTNN:	3.697	2.869	144	206	1.050	1.172	297
DN 100% vốn nước ngoài	2.852	2.191	113	169	799	883	227
DN liên doanh với nước ngoài	845	678	31	37	251	289	70

Nguồn: Niên giám thống kê 2006.

**PHỤ LỤC 2: Số lượng cơ sở SXKD cá thể phi nông nghiệp
phân theo địa phương**

Chỉ tiêu	Năm			
	2002	2003	2004	2005
Cả nước :	2.619.341	2.712.177	2.913.907	3.053.001
<i>Phân theo các địa phương:</i>				
Đồng bằng sông Hồng	754.889	739.783	748.947	769.793
Đông Bắc	232.950	241.859	249.180	262.826
Tây Bắc	38.221	40.368	44.338	47.288
Bắc Trung Bộ	332.993	352.831	366.691	378.501
Duyên hải Nam Trung Bộ	217.464	226.741	245.096	263.762
Tây Nguyên	107.009	118.711	117.425	124.005
Đông Nam Bộ	450.309	462.017	545.756	563.798
Đồng bằng sông Cửu Long	485.506	529.867	596.474	643.028

Nguồn: Niên giám thống kê 2006.

Ghi chú: Các cơ sở SXKD cá thể có số lao động tối đa là 10 người. Nếu cơ sở SXKD cá thể có trên 10 lao động là phải chuyển sang đăng ký kinh doanh và hoạt động theo Luật Doanh nghiệp, tức là phải chuyển đổi thành các Cty cổ phần, cty TNHH, DN tư nhân, ...

**PHỤ LỤC 3: Số lượng DNNVV phân theo quy mô lao động năm 2005
(Tính cả các cơ sở SXKD cá thể phi nông nghiệp)**

Chỉ tiêu	Tổng số lượng doanh nghiệp	Tổng số lượng DNNVV	Tỷ trọng DNNVV trong tổng số DN (%)
TỔNG SỐ :	3.165.953	3.162.339	99,89
Doanh nghiệp Nhà nước:	4.086	2.675	0,08
Doanh nghiệp ngoài Nhà nước:	3.158.170	3.156.795	99,71
Doanh nghiệp có vốn ĐTNN:	3.697	2.869	0,09

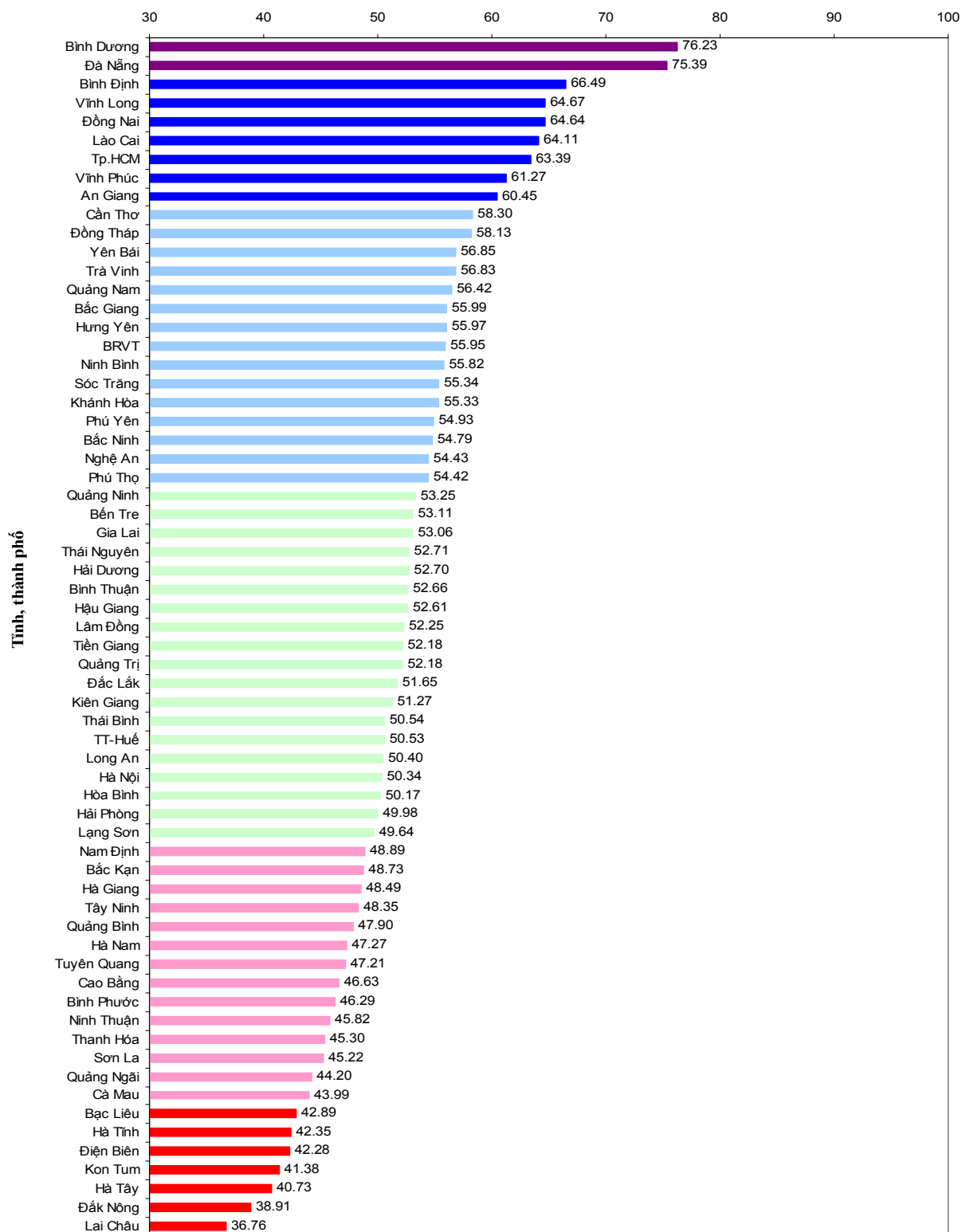
Nguồn: Tổng hợp từ phụ lục 1 và phụ lục 2.

PHỤ LỤC 4: Lao động trong các cơ sở SXKD cá thể phi nông nghiệp phân theo địa phương

Chỉ tiêu	Năm			
	2002	2003	2004	2005
Cả nước :	4.436.747	4.842.660	4.988.232	5.583.617
<i>Phân theo các địa phương:</i>				
Đồng bằng sông Hồng	1.320.382	1.348.860	1.372.976	1.533.373
Đông Bắc	339.018	359.653	366.874	406.508
Tây Bắc	52.248	61.892	61.278	71.901
Bắc Trung Bộ	487.606	542.921	540.546	591.759
Duyên hải Nam Trung Bộ	336.236	370.023	372.793	423.156
Tây Nguyên	148.436	170.604	166.478	185.744
Đông Nam Bộ	856.986	963.840	1.011.498	1.155.065
Đồng bằng sông Cửu Long	895.835	1.024.867	1.095.789	1.216.111

Nguồn: Niên giám thống kê 2006.

PHỤ LỤC 5 : Kết quả xếp hạng PCI năm 2006



DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. TS. Lê Xuân Bá, TS. Trần Kim Hào, TS. Nguyễn Hữu Thắng (2006), *Doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
2. Cục Phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa (2006), *Kế hoạch phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa 5 năm (2006-2010)*, Hà Nội.
3. PGS.TS. Nguyễn Thị Liên Diệp, Th.s Phạm Văn Nam (2003), *Chiến lược và chính sách kinh doanh*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
4. TS. Dương Ngọc Dũng (2006), *Chiến lược cạnh tranh theo lý thuyết Micheal E. Porter*, Nxb Tổng hợp TP.HCM, Thành phố Hồ Chí Minh.
5. TS. Hồ Tiến Dũng (2004), *Doanh nghiệp vừa và nhỏ đồng bằng sông Cửu Long - thực trạng và giải pháp phát triển*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ, Trường Đại học Kinh tế TP.HCM, Thành phố Hồ Chí Minh.
6. Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng (2006), *Tờ trình về kết quả đàm phán gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới và phê chuẩn Nghị định thư gia nhập Hiệp định thành lập Tổ chức Thương mại thế giới*, Website Chính Phủ.
7. Nguyễn Tiến Dũng, Nguyễn Hồng Lĩnh, Hoàng Phương Thúy (2004), *Để cạnh tranh với những người khổng lồ*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
8. PTS. Đỗ Đức Định (1999), *Kinh nghiệm và cảm nang phát triển xí nghiệp vừa và nhỏ ở một số nước trên thế giới*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
9. TS. Edmund Malesky, Trần Hữu Huỳnh, Đậu Anh Tuấn, Lê Thanh Hà, Huỳnh Mai Hương, Hà Thanh Tú, Trịnh Hồng Hạnh, TS. Nguyễn Văn Thắng, TS. Franck Wiebe, TS. David Ray (2007), *Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2006 và 2007 của Việt Nam*, Dự án Nâng cao Năng lực Cạnh tranh Việt Nam (VNCI), Hà Nội.
10. Fred R. David, Trương Công Minh, Trần Tuấn Thạc, Trần Thị Tường Như biên dịch (2006), *Khái luận về quản trị chiến lược*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
11. TS. Nguyễn Thanh Hội (2002), *Quản trị nhân sự*, Nxb Thống kê, Hà Nội.

12. TS. Nguyễn Thanh Hội, TS. Phan Thăng (2001), *Quản trị học*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
13. TS. Phạm Thúy Hồng (2004), *Chiến lược cạnh tranh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện nay*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
14. Nguyễn Văn Minh (2006), *Giải pháp mở rộng tín dụng đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Sở giao dịch ngân hàng phát triển nhà đồng bằng sông Cửu Long*, Luận văn Thạc sỹ kinh tế, Trường Đại học Ngân hàng TP.HCM, Thành phố Hồ Chí Minh.
15. TS. Vũ Trọng Lâm, GS.TS. Nguyễn Kế Tuấn, PGS.TS Nguyễn Xuân Thắng, PGS.TS Nguyễn Như Phát, TS. Trần Kim Hào, TS. Ngô Kim Thanh, TS. Nguyễn Hồng Nhung, CN. Đỗ Ngọc Khải, ThS. Trần Quang Huy (2006), *Nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
16. Leila Webster (1999), *Doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam trên đường tiến đến phồn vinh*, Chuyên đề nghiên cứu kinh tế tư nhân số 10, Chương trình Phát triển Dự án Mê Kông (MPDF).
17. Nguyễn Thủy Nguyên (2006), *WTO - Thuận lợi và thách thức cho các doanh nghiệp Việt Nam*, Nxb Lao động - Xã hội, Hà Nội.
18. Nguyễn Hùng Phong (2006), *Tài liệu giảng dạy môn Phương pháp nghiên cứu*, Trường đại học Kinh tế TP.HCM, Thành phố Hồ Chí Minh.
19. Trần Sửu (2006), *Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện toàn cầu hóa*, Nxb Lao động, Hà Nội.
20. Tôn Thất Nguyễn Thiêm (2005), *Thị trường, chiến lược, cơ cấu : cạnh tranh về giá trị gia tăng, định vị và phát triển doanh nghiệp*, Nxb Tổng hợp TP.HCM.
21. PGS. TS. Đinh Trọng Thịnh, TS. Nguyễn Minh Phong (2007), *Doanh nghiệp Việt Nam hợp tác và liên kết trong hội nhập*, Nxb Tài chính, Hà Nội.
22. PGS. TS. Trần Văn Tùng (2004), *Cạnh tranh kinh tế*, Nxb Thế giới, Hà Nội.
23. Tổng cục Thống kê (2007), *Niên giám thống kê năm 2006*, Hà Nội.
24. Các Website :

- www.business.gov.vn
- www.ciem.org.vn
- www.gso.gov.vn
- www.kinhdoanh.com.vn
- www.mpi.gov.vn
- www.mof.gov.vn
- www.most.gov.vn
- www.mot.gov.vn
- www.smenet.com.vn
- www.vcci.com.vn
- www.vietnam.gov.vn
- www.vnci.org