

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
KHOA KINH TẾ VÀ KINH DOANH QUỐC TẾ
CHUYÊN NGÀNH KINH TẾ ĐỐI NGOẠI**



KHOÁ LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

**GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG XUẤT
KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA
VIỆT NAM TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP**

**Giáo viên hướng dẫn : ThS. Phạm Thị Hồng Yến
Lớp : Pháp 1 – K42 - KTNT
Sinh viên : Nguyễn Thị Huyền Trang**

HÀ NỘI, 11 - 2007

LỜI NÓI ĐẦU

I. Sự cần thiết của đề tài

Tích cực, chủ động hội nhập kinh tế quốc tế đã được coi là một định hướng chiến lược cho Việt Nam trong quá trình phát triển kinh tế, thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Quá trình hội nhập của Việt Nam có thành công hay không phụ thuộc chủ yếu vào năng lực hội nhập của các doanh nghiệp mà trong đó hơn 90% là các DNNVV.

Với sự phát triển vượt bậc cả về số lượng và chất lượng, phạm vi hoạt động rộng khắp ở tất cả các vùng miền trong cả nước, tham gia vào hầu hết các lĩnh vực của nền kinh tế, đặc biệt là khu vực sản xuất chế biến, bán lẻ và dịch vụ, DNNVV đã góp phần ngày càng lớn vào quá trình tăng trưởng và ổn định xã hội, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Tuy nhiên, đến nay đóng góp của các DNNVV vào kim ngạch xuất khẩu còn ở mức hạn chế. Trong số 207.034 DNNVV (tính từ năm 2000 đến hết năm 2006) mới chỉ có 29.000 DNNVV tham gia xuất khẩu, chiếm 29% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước.

Đặc biệt trong bối cảnh hiện nay, khi Việt Nam đã trở thành thành viên thứ 150 của WTO – một “sân chơi lớn” với nhiều cơ hội nhưng cũng không ít những thách thức nhất là đối với các DNNVV, khi mà điểm xuất phát còn thấp. Theo đó, việc đưa ra những giải pháp để DNNVV tranh thủ được tối đa những lợi ích và giảm thiểu những tác động tiêu cực qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh trong hội nhập, đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu trở thành những vấn đề cần thiết và bức xúc, đòi hỏi phải có những phân tích chính xác và kịp thời để có những giải pháp phù hợp.

II. Mục đích nghiên cứu

1. Làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn của DNNVV và vai trò của DNNVV trong nền kinh tế.
2. Đánh giá thực trạng xuất khẩu của DNNVV trong thời kỳ hội nhập.
3. Kiến nghị các giải pháp nhằm đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu của DNNVV Việt Nam

III. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của khoá luận là hoạt động xuất khẩu của DNNVV trong bối cảnh hội nhập.

2. Phạm vi nghiên cứu

Khoá luận chỉ tập chung vào các DNNVV của Việt Nam mà không đề cập đến các DNNVV của nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam.

IV. Phương pháp nghiên cứu

Để đạt được các mục tiêu đã đề ra và làm rõ các nội dung của khoá luận, tác giả sẽ sử dụng tổng hợp các phương pháp như phân tích định tính và định lượng, các phương pháp suy luận logic và diễn giải trong quá trình phân tích.

Các phương pháp so sánh tổng quan, phương pháp phân tích các số liệu thống kê đã được công bố cũng được tác giả sử dụng linh hoạt để rút ra kết luận, đánh giá hoặc đề xuất những giải pháp và quan điểm cơ bản về thúc đẩy hoạt động xuất khẩu của DNNVV trong bối cảnh hội nhập.

V. Kết cấu của khoá luận

Ngoài phần mở đầu và kết thúc, khoá luận gồm 3 chương:

Chương I: Tổng quan về DNNVV và vai trò của DNNVV trong nền kinh tế

Chương II: Đánh giá thực trạng hoạt động xuất khẩu của DNNVV trong thời kỳ hội nhập

Chương III: Giải pháp đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu của Doanh nghiệp vừa và nhỏ trong thời kỳ hội nhập

Trong suốt quá trình thực hiện, do thời gian và trình độ nghiên cứu còn hạn chế nên khoá luận này sẽ không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong nhận được sự thông cảm, góp ý xây dựng của thầy cô cùng các bạn để đề tài này được thành công hơn.

Em xin trân trọng gửi lời cảm ơn sâu sắc tới cô giáo - ThS. Phạm Thị Hồng Yến đã tận tình giúp đỡ, hướng dẫn em hoàn thành khoá luận tốt nghiệp này.

Hà Nội, ngày 09/11/2007

Sinh viên : Nguyễn Thị Huyền Trang

Lớp : Pháp 1 - K42 KTNT

CHƯƠNG I

TỔNG QUAN VỀ DNNVV VÀ VAI TRÒ CỦA DNNVV TRONG NỀN KINH TẾ

I. KHÁI NIỆM VÀ TIÊU CHÍ XÁC ĐỊNH DNNVV

1. Khái niệm và tiêu chí xác định DNNVV ở một số khu vực và quốc gia trên thế giới

1.1. Khái niệm

Doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV) được hiểu là doanh nghiệp có qui mô khiêm tốn với số lao động và tài sản nhất định. Trên thế giới hiện chưa có một khái niệm thống nhất về DNNVV. Các khái niệm doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ, doanh nghiệp vừa được các nước đặt ra một cách linh hoạt, phù hợp với thực tế nền kinh tế của quốc gia đó và có thể thay đổi theo thời gian.

1.2. Các tiêu chí

Nhìn chung, các quốc gia thường hay sử dụng hai nhóm tiêu chí phổ biến để phân loại đó là nhóm tiêu chí định tính và nhóm tiêu chí định lượng.

Nhóm tiêu chí định tính: Dựa trên nhóm tiêu thức cơ bản như bộ máy quản lý, cơ chế ra quyết định, các nghiệp vụ tài chính, hình thức tổ chức doanh nghiệp, trình độ chuyên môn hoá,... Các tiêu thức này có ưu thế là phản ánh đúng bản chất của vấn đề nhưng thường khó xác định trên thực tế. Do đó, chúng chỉ được dùng làm cơ sở để tham khảo mà ít được sử dụng để phân loại.

Nhóm tiêu chí định lượng: Thường sử dụng các tiêu thức như số lao động thường xuyên và không thường xuyên trong doanh nghiệp, giá trị tài sản hay vốn, doanh thu hoặc lợi nhuận. Trong đó vốn và số lao động được áp dụng nhiều nhất làm tiêu chí xác định DNNVV.

Dưới đây là cách xác định DNNVV ở một số quốc gia và khu vực trên thế giới:

1.2.1. Khu vực EU

Khái niệm DNNVV phổ biến nhất ở EU hiện nay là khái niệm do Ủy ban Châu Âu đưa ra năm 1996, sửa đổi vào tháng 6/2003, mang tính chất áp dụng bắt buộc trong hệ thống các quỹ phát triển, các chương trình nghiên cứu và phát triển của EU. Theo đó, dựa trên số lượng lao động sử dụng và doanh thu hoặc tổng kết tài sản hàng năm, DNNVV được chia làm ba loại:

- Doanh nghiệp vừa: sử dụng ít hơn 250 lao động. Doanh thu hàng năm nhỏ hơn 50 tỷ euro hoặc tổng kết tài sản hàng năm nhỏ hơn 43 tỷ euro.
- Doanh nghiệp nhỏ: sử dụng từ 10 đến 49 lao động. Doanh thu hoặc tài sản hàng năm không vượt quá 10 tỷ euro.
- Doanh nghiệp siêu nhỏ: sử dụng ít hơn 10 lao động. Doanh thu hoặc tổng kết tài sản hàng năm không vượt quá 2 tỷ euro.

Bảng 1: Tiêu chí xác định DNNVV của khu vực EU

Tiêu thức phân loại	DN vừa	DN nhỏ	DN siêu nhỏ
Số lao động (người)	< 250	10 – 49	< 10
Doanh thu/năm (tỷ euro)	< 50	< 10	< 2
Tổng kết tài sản/năm(tỷ euro)	< 43	< 10	< 2

Nguồn: http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm

Sự phân định như trên chưa thực sự xác đáng vì không phân biệt các doanh nghiệp giữa các ngành trong khi có một thực tế là đặc điểm kinh tế của ngành nhiều khi có vai trò quyết định đến qui mô của doanh nghiệp. Chính vì thế, trong EU vẫn còn tồn tại những khái niệm và tiêu chí xác định DNNVV khác nhau ngoài khái niệm và những tiêu chí do Ủy ban Châu Âu đưa ra.

1.2.2. Khu vực ASEAN

Tại các nước ASEAN, khái niệm DNNVV còn chưa có sự thống nhất, song nhìn chung các nước Singapore, Malaysia, Indonesia, Thái Lan, Philippin đều dựa vào hai tiêu chí cơ bản để phân loại doanh nghiệp thuộc qui mô nhỏ, vừa hay lớn, đó là số lượng lao động được sử dụng và tổng vốn đầu tư.

Singapore quan niệm DNNVV là những doanh nghiệp có số lượng lao động dưới 100 người và vốn đầu tư dưới 1,2 triệu đô la Singapore. Với Malaysia, DNNVV là những doanh nghiệp có số lao động dưới 200 người và vốn đầu tư dưới 2,5 triệu Ringit. Còn với Indonesia, Thái Lan và Philippin thì có sự phân loại chi tiết hơn thành doanh nghiệp vừa, doanh nghiệp nhỏ và doanh nghiệp siêu nhỏ trong đó doanh nghiệp siêu nhỏ thường là những hộ kinh doanh gia đình.

Như vậy, quan niệm về DNNVV ở một số nước Asean còn có sự khác nhau, đồng thời sự phân định này chỉ mang ý nghĩa tương đối và chủ yếu căn cứ vào số lao động và qui mô vốn. Do đó, cách xác định DNNVV của của một số nước ASEAN cũng mắc phải một số nhược điểm như cách phân loại trong khu vực EU, tức là chưa xét đến yếu tố đặc điểm kinh tế ngành.

1.2.3. Mỹ

Ở Mỹ, nơi mà khi nhắc tới, người ta nghĩ ngay đến những tập đoàn kinh tế hùng mạnh thì vai trò của các DNNVV cũng rất được đề cao. Việc phân loại DNNVV cũng đã tính đến sự khác biệt giữa các ngành. Bên cạnh những tiêu chí định lượng như: lợi nhuận với mức tăng trưởng hàng năm dưới 150.000 USD trong tất cả các lĩnh vực sản xuất, dịch vụ hay thương mại hay các tiêu chuẩn về lao động. DNNVV còn được phân loại theo từng ngành riêng biệt như sau:

- Doanh nghiệp sản xuất: 500 lao động
- Doanh nghiệp phi sản xuất: Doanh thu 5 triệu USD

Luật DNNVV của Mỹ còn có thêm một số tiêu chuẩn định tính như: DNNVV là một xí nghiệp độc lập, không ở vào địa vị chi phối trong ngành của mình liên quan. Theo khái niệm của Mỹ, các DNNVV không phải là công ty con hoặc xí nghiệp vệ tinh của những công ty lớn. Điều này khác hẳn với các DNNVV ở Nhật Bản, các công ty con hoặc xí nghiệp vệ tinh thuộc công ty lớn vẫn được những đặc quyền như các DNNVV.

2. Khái niệm và tiêu chí xác định DNNVV ở Việt Nam

Ở Việt Nam, khái niệm DNNVV chỉ mang tính chất tương đối và được điều chỉnh cho phù hợp với từng giai đoạn phát triển của nền kinh tế đất nước.

2.1. Về khái niệm

Văn bản pháp lý đầu tiên của nước ta chính thức đề cập đến DNNVV là Công văn số 681/CP-KTN ban hành ngày 20/06/1998 của Văn phòng Chính phủ. Theo đó, DNNVV được xác định là *những doanh nghiệp có vốn điều lệ dưới 5 tỷ đồng và có số lao động trung bình hàng năm dưới 200 người*.

Bảng 2: Phân loại DNNVV Việt Nam

Loại doanh nghiệp	Số lao động (người)	Vốn kinh doanh (tỷ VND)
Lớn	> 200	> 5
Vừa	50 – 199	1 – 5
Nhỏ	< 50	< 1

Nguồn: Công văn số 681/CP-KTN ban hành ngày 20/06/1998

Tuy nhiên, cách phân loại trong khái niệm này chưa làm rõ được đặc điểm phụ thuộc vào ngành nghề của DNNVV. Tính chất ngành nghề sẽ quyết định việc phân loại doanh nghiệp theo quy mô. Chẳng hạn, trong ngành khai thác thác đá, một xí nghiệp có 300 công nhân vẫn thuộc nhóm DNNVV, trong khi đó, một xí nghiệp điện tử tự động hoá sử dụng 50 lao động không phải là doanh nghiệp có quy mô nhỏ vì số vốn đầu tư cao, có thể lên tới 5 triệu đô la Mỹ.

Theo thời gian, sự phát triển của nền kinh tế đất nước đòi hỏi phải có quy định mới về DNNVV. Từ khi Luật doanh nghiệp được áp dụng ngày

1/1/2000, số lượng DNNVV tăng lên rất nhanh chóng. Đặc biệt Nghị định 90/2001/CP-NĐ ra ngày 23/11/2001 của Thủ tướng Chính Phủ về trợ giúp và phát triển DNNVV đã đưa ra định nghĩa: “DNNVV là những đơn vị sản xuất kinh doanh độc lập, đã đăng kí kinh doanh theo pháp luật hiện hành, có mức vốn đăng kí không quá 10 tỷ đồng và/hoặc số lao động trung bình hàng năm không quá 300 người”. Nghị định này cũng qui định thêm rằng 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 vốn và lao động hoặc một trong hai chỉ tiêu trên.

2.2. Về tiêu chí xác định

Hiện nay, tiêu chí xác định DNNVV vẫn chưa được chính thức hoá. Do vậy, một số tổ chức, cơ quan Nhà nước đã chủ động đưa ra các tiêu chí khác nhau để xác định DNNVV phục vụ công việc của mình. Hai trong số các tổ chức đó là Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và Viện Khoa học lao động và các vấn đề xã hội (xem bảng 3 và bảng 4).

Bảng 3: Tiêu thức xác định DNNVV ở Việt Nam (VCCI)

Ngành	Phân loại	Lao động	Vốn
Công nghiệp	DN nhỏ	≤ 50	≤ 1 tỷ
	DN vừa	≤ 200	≤ 5 tỷ
Th- ơng mại và dịch vụ	DN nhỏ	≤ 30	≤ 1 tỷ
	DN vừa	≤ 100	≤ 2 tỷ

Nguồn: VCCI

Bảng 4: Tiêu thức xác định DNNVV ở Việt Nam (VKHLĐ & CVĐXH)

Ngành	Phân loại	Lao động	Vốn
Sản xuất, xây dựng	DN nhỏ	≤ 100	≤ 1 tỷ
	DN vừa	≤ 500	≤ 10 tỷ
Buôn bán và dịch	DN nhỏ	≤ 50	≤ 5 tỷ

vụ	DN vừa	≤ 250	$\leq 0,5$ tỷ
----	--------	------------	---------------

Nguồn: VKHLĐ & CVĐXH

Bên cạnh đó, một số tổ chức hỗ trợ DNNVV và một số dự án nghiên cứu về DNNVV đã chủ động đưa ra các tiêu chí khác nhau để xác định DNNVV phục vụ công việc của mình:

* Quan điểm của Dự án VIE/US/95/004 hỗ trợ DNNVV ở Việt Nam do Tổ chức phát triển công nghiệp của Liên hiệp quốc (UNIDO) tài trợ: *Doanh nghiệp vừa là những doanh nghiệp có lao động từ 31 người đến 200 người và vốn đăng ký dưới 0,4 triệu USD và doanh nghiệp nhỏ là doanh nghiệp có lao động thường xuyên dưới 31 người và vốn đăng ký dưới 0,1 triệu USD.*

* Dự án Xây dựng điều kiện khung hỗ trợ phát triển DNNVV của Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh: *DNNVV là những doanh nghiệp có vốn sản xuất dưới 5 tỷ đồng và có số lao động dưới 300 người (trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp) và có số vốn sản xuất dưới 3 tỷ đồng và số lao động dưới 200 người (trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ). Trong đó, doanh nghiệp có số vốn dưới 1 tỷ đồng và số lao động dưới 50 người (trong công nghiệp) và có số vốn dưới 2 tỷ đồng, số lao động dưới 30 người (trong thương mại, dịch vụ) được coi là các doanh nghiệp nhỏ.*

* Quỹ hỗ trợ DNNVV thuộc chương trình Việt Nam – EU quy định: *DNNVV được hỗ trợ gồm có các doanh nghiệp có số công nhân từ 10 – 500 người và vốn điều lệ từ 50 nghìn đến 300 nghìn USD, tương đương gần 700 triệu đến 4,5 tỷ đồng Việt Nam.*

Như vậy, hiện nay mỗi tổ chức, mỗi dự án đều có một cách xác định riêng cho mình về DNNVV, do đó gây khó khăn cho bản thân các DNNVV và các tổ chức khi thực hiện các chính sách hỗ trợ DNNVV. Nghị định 90/2001/CP-NĐ ra ngày 23/11/2001 của Thủ tướng Chính Phủ về trợ giúp và phát triển DNNVV đã quy định các tiêu chí xác định DNNVV trong giai đoạn hiện nay. Theo Nghị định này, DNNVV là những doanh nghiệp có số lao

động trung bình hàng năm không quá 300 người và có mức vốn đăng ký không quá 10 tỷ đồng. Trong khuôn khổ khoá luận này, tác giả sẽ tiến hành phân tích các DNNVV được xác định theo tiêu chí trên.

III. ĐẶC ĐIỂM CỦA CÁC DNNVV Ở VIỆT NAM

1. Linh hoạt

Vì hoạt động với quy mô nhỏ, bộ máy quản lý thường là đơn cấp, nhỏ gọn và tập trung nên hầu hết các DNNVV đều rất năng động và dễ thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng của môi trường. Trong một số trường hợp, các DNNVV còn năng động trong việc đón đầu những biến động đột ngột của thể chế, chính sách quản lý kinh tế xã hội; phản ứng kịp thời ngay khi nắm bắt những biến động của thị trường, có thể là những biến động về công nghệ, về thị trường nguyên liệu đầu vào, về nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng, về môi trường cạnh tranh.

Trên giác độ thương mại, thì nhờ tính năng động này mà các DNNVV dễ dàng tìm kiếm những thị trường ngách và gia nhập thị trường này khi thấy việc kinh doanh trở nên khó khăn và kém hiệu quả hơn. Khi tham gia vào những phân đoạn thị trường nhỏ này, DNNVV cũng tránh được sự cạnh tranh gay gắt của các đối thủ tầm cỡ trên thị trường do đoạn thị trường này quá nhỏ, nằm ngoài sự quan tâm của họ. Thuận lợi này giúp các DNNVV có thời gian phát triển, lớn mạnh trước khi tham gia vào phân đoạn thị trường lớn hơn. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các DNNVV ở các nền kinh tế đang phát triển và chuyển đổi.

2. Lợi thế so sánh trong cạnh tranh

So với các doanh nghiệp lớn, DNNVV có lợi thế so sánh trong cạnh tranh đó là khả năng phát huy những nguồn lực đầu vào như lao động hay tài nguyên hoặc nguồn vốn tại chỗ khi khai thác và phát huy các ngành nghề truyền thống của từng địa phương. Rất nhiều DNNVV của Việt Nam và thế giới đã từng bước

trưởng thành và lớn mạnh khi khai thác các nguồn lực sẵn có của địa phương. Bên cạnh đó các doanh nghiệp nhỏ còn có nhiều lợi thế hơn các doanh nghiệp lớn trong việc theo sát thị hiếu, nhu cầu của người tiêu dùng, qua đó sáng tạo ra nhiều loại hàng hoá, dịch vụ mới đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng.

3. Khả năng tài chính hạn chế

Hiện nay, tài chính vẫn đang là vấn đề yếu nhất của doanh nghiệp, đặc biệt là tình trạng thiếu vốn diễn ra phổ biến ở các DNNVV. Qua khảo sát, điều tra hơn 63 ngàn doanh nghiệp tại 30 tỉnh thành phía Bắc cho thấy: số vốn của các DNNVV còn rất thấp: khoảng 50% doanh nghiệp có số vốn dưới 1 tỷ đồng, gần 75% doanh nghiệp có số vốn dưới 2 tỷ đồng, có tới 90% doanh nghiệp có vốn dưới 5 tỷ đồng và có hơn 73% số doanh nghiệp có vốn dưới 10 tỷ đồng. Trong kinh doanh, vốn là yếu tố quyết định lợi thế cạnh tranh nhưng các doanh nghiệp Việt Nam đặc biệt là các DNNVV lại rất bất lợi về vốn khi tham gia thị trường. Thêm vào đó, việc tiếp cận vốn với các DNNVV còn gặp phải nhiều khó khăn, hạn chế: vốn huy động từ các dự án hay nguồn vốn tài trợ của nước ngoài là rất khan hiếm, vốn huy động từ thị trường chứng khoán thì các DNNVV không đủ điều kiện. Chính vì vậy, DNNVV chỉ có thể tiếp cận nguồn vốn duy nhất là vốn tín dụng ngân hàng để mở rộng sản xuất và phát triển hoạt động kinh doanh. Nhưng việc tiếp cận nguồn vốn tín dụng của các ngân hàng đang gặp nhiều trở ngại. Theo điều tra về thực trạng DNNVV của Cục phát triển (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) chỉ có 32,38% doanh nghiệp tiếp cận được nguồn vốn của ngân hàng, trong khi đó có tới 35,24% khó tiếp cận, 32,38% không có khả năng tiếp cận ngân hàng.

Có thể nói, nguyên nhân chính của tình trạng này là từ chính bản thân doanh nghiệp vì vốn chủ sở hữu rất thấp, ít có tài sản thế chấp, cầm cố, không có người bảo lãnh; không lập được phương án sản xuất, kinh doanh có đủ sức thuyết phục, báo cáo tài chính không đủ độ tin cậy đối với người cho vay...

4. Trình độ chuyên môn của đội ngũ cán bộ quản lý, kinh doanh còn nhiều hạn chế, thiếu kỹ năng quản trị doanh nghiệp và chưa có tích lũy nhiều kinh nghiệm kinh doanh.

Theo số liệu thống kê của một cuộc điều tra quy mô được Cục Phát triển DNNVV (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) tiến hành với sự tham gia của hơn 63.000 doanh nghiệp tại 30 tỉnh thành phía Bắc, có tới 55,63% số chủ doanh nghiệp có trình độ học vấn từ trung cấp trở xuống. Trong đó, 43,3% chủ doanh nghiệp có trình độ học vấn từ sơ cấp và phổ thông các cấp. Cụ thể, số người là tiến sĩ chỉ chiếm 0,66%; thạc sĩ 2,33%; đã tốt nghiệp đại học 37,82%; tốt nghiệp cao đẳng chiếm 3,56%; tốt nghiệp trung học chuyên nghiệp chiếm 12,33% và 43,3% có trình độ thấp hơn. Điều đáng chú ý là đa số các chủ doanh nghiệp ngay cả những người có trình độ học vấn từ cao đẳng và đại học trở lên thì cũng ít người được đào tạo về kiến thức kinh doanh và quản trị doanh nghiệp. Mặt khác, trình độ tay nghề của công nhân vẫn còn nhiều hạn chế do công nhân chủ yếu là lao động thủ công hoặc là những lao động chuyển từ sản xuất nông nghiệp sang. Vì vậy, việc áp dụng các công nghệ kỹ thuật tiên tiến hiện đại cũng gặp nhiều khó khăn.

5. Trình độ khoa học kỹ thuật và công nghệ của các DNNVV còn thấp, nhiều DNNVV sản xuất thủ công hoặc sử dụng thiết bị, công nghệ cũ.

Về trình độ công nghệ, nếu xét dưới góc độ trang bị tài sản cố định trên mỗi lao động thì DNNVV đứng thấp nhất 66 triệu đồng/lao động, trong khi doanh nghiệp nhà nước là 239 triệu đồng/lao động, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài 221 triệu đồng/lao động. Xuất phát từ đặc trưng quy mô vốn nhỏ nên các doanh nghiệp hầu như bị hạn chế trong việc đầu tư công nghệ và trang thiết bị hiện đại. Có tới 57% doanh nghiệp cho rằng họ sử dụng thiết bị công nghệ trung bình. Bên cạnh đó, việc gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận thị trường quốc tế trong lĩnh vực công nghệ, máy móc thiết bị cũng là một hạn chế của các doanh nghiệp này.

6. Khả năng tiếp cận thị trường trong nước và quốc tế của các DNNVV còn yếu

DNNVV chưa nắm bắt được một cách kịp thời các chế độ, chính sách và văn bản pháp luật của nhà nước; chưa quan tâm đến việc khai thác, phân tích và sử dụng các thông tin về thị trường vốn, thị trường lao động, thị trường nguyên vật liệu, thị trường tiêu thụ sản phẩm, đặc biệt là thị trường xuất khẩu hàng hoá...trong hoạt động kinh doanh. Cũng do yếu kém trong tiếp cận thị trường, các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh, cộng với hạn chế về năng lực tài chính nên các doanh nghiệp rất khó nhập khẩu nguyên liệu trực tiếp từ các đối tác nước ngoài, nhiều quyết định kinh doanh dựa vào cảm tính, kinh nghiệm trên sân nhà. Hơn nữa, các DNNVV rất yếu trong lĩnh vực tiếp thị sản phẩm, khâu nắm bắt, khai thác và đáp ứng nhu cầu thị trường (đặc biệt thị trường nước ngoài) còn nhiều hạn chế.

7. Khả năng tiếp cận thông tin của các DNNVV còn hạn chế

Trong thời đại hiện nay, vấn đề thông tin là một yếu tố quan trọng đối với sự thành công và thất bại của doanh nghiệp, việc tiếp cận và ứng dụng Internet vào hoạt động kinh doanh đối với các DNNVV hạn chế hơn các công ty lớn do họ không đủ khả năng chuyên môn cũng như chi phí khá cao so với quy mô của doanh nghiệp nhỏ.

8. Sự liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp lớn với các DNNVV còn thấp.

Phần lớn các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế hoạt động độc lập. Đó là nguyên nhân làm cho hiệu quả kinh doanh còn thấp, không đủ khả năng tham gia sản xuất kinh doanh ở các ngành nghề, lĩnh vực đòi hỏi tập trung vốn lớn và công nghệ cao.

III. VAI TRÒ CỦA DNNVV TRONG NỀN KINH TẾ

1. Đóng góp một phần đáng kể vào GDP và tăng trưởng kinh tế, góp phần quan trọng vào việc tăng nguồn hàng xuất khẩu

Theo báo cáo về tình hình triển khai Nghị định 90/NĐ- CP ngày 23/11/2001 về trợ giúp phát triển DNNVV của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, cả nước hiện có khoảng trên 260.000 doanh nghiệp, trong đó DNNVV chiếm hơn 90%, phần lớn là doanh nghiệp tư nhân. Khu vực kinh tế tư nhân có tiềm năng phát triển lớn và giá trị sản phẩm tạo ra chiếm khoảng 42% GDP. Trong khi đó, khu vực kinh tế Nhà nước mặc dù chiếm tới 75% tài sản của Nhà nước, 20% đầu tư của xã hội, 5% đầu tư của Nhà nước, 70 – 80% tín dụng ưu đãi, 90% số lượng vốn của bên Việt Nam đóng góp với nước ngoài nhưng chỉ chiếm 40% GDP. DNNVV mỗi năm cung cấp khoảng trên 30% tổng sản lượng công nghiệp, 80% mức bán lẻ, 64% tổng lượng vận chuyển hàng hoá, đóng góp 29% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước; luôn duy trì tốc độ tăng trưởng trên 18%/năm, đóng góp khoảng 14,8% tổng thu ngân sách nhà nước và 100% giá trị sản lượng hàng thủ công mỹ nghệ.

Bên cạnh đó, DNNVV còn góp phần quan trọng vào việc tăng nguồn hàng xuất khẩu. Các mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam hầu hết đều do các DNNVV sản xuất. Đặc biệt, trong tất cả các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam hiện nay, có lẽ chỉ dầu thô không phải là sản phẩm của DNNVV .

Đóng góp của DNNVV vào tăng trưởng kinh tế của đất nước ta là khá ấn tượng, là một trong những nhân tố tích cực giúp cho nền kinh tế của nước ta duy trì tốc độ phát triển cao trong những năm vừa qua.

2. Tạo lập sự phát triển cân đối, từng bước chuyển dịch và hoàn thiện cơ cấu, tăng tính năng động, linh hoạt và khả năng cạnh tranh của nền kinh tế

Ở Việt Nam cũng như các nước khác, các doanh nghiệp có quy mô lớn thường tập trung ở các thành phố, trung tâm công nghiệp. Xu hướng này đã gây mất cân đối nghiêm trọng về trình độ phát triển kinh tế, văn hoá, xã hội giữa thành thị và nông thôn, giữa các vùng trong một quốc gia, từ đó gây ảnh hưởng nghiêm trọng đến sự phát triển kinh tế. Phát triển DNNVV là phương tiện quan trọng trong việc tạo lập sự cân đối giữa các vùng, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế

giữa các thành phần kinh tế, giữa các ngành và các vùng lãnh thổ. Hơn nữa, việc phát triển các DNNVV cũng có ý nghĩa đặc biệt to lớn trong quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế ở các vùng nông thôn theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá, thúc đẩy các ngành thương mại dịch vụ phát triển.

Các DNNVV có khả năng thay đổi mặt hàng, công nghệ và chuyển hướng kinh doanh nhanh giúp cho nền kinh tế năng động hơn. Sự có mặt của các DNNVV trong nền kinh tế một mặt tác dụng hỗ trợ cho các doanh nghiệp lớn kinh doanh có hiệu quả thông qua các hợp đồng phụ làm đại lý, vệ tinh cho các doanh nghiệp lớn, giúp sản xuất và tiêu thụ hàng hoá, cung cấp nguyên liệu, thâm nhập vào các ngõ ngách của thị trường mà các doanh nghiệp lớn không thể làm được. Mặt khác, với số lượng đông đảo DNNVV tạo ra sự cạnh tranh mạnh mẽ trong nền kinh tế, giảm bớt khả năng độc quyền của các doanh nghiệp lớn.

3. Góp phần quan trọng vào việc giải quyết việc làm và tăng thu nhập cho người lao động, tạo sự ổn định xã hội

DNNVV được biết đến như một khu vực thu hút nhiều lao động, góp phần quan trọng vào việc giải quyết việc làm. Hàng năm, DNNVV thu hút hơn 90% lao động mới, tạo 49% việc làm phi nông nghiệp ở nông thôn và sử dụng 26% lao động cả nước.

Việc Nhà nước sử dụng biện pháp giải quyết vấn đề việc làm thông qua việc khuyến khích phát triển DNNVV là một cách làm hợp lý. Theo tính toán của các chuyên gia, để tạo ra một việc làm, các DNNN lớn phải đầu tư 41 triệu đồng, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là 294 triệu đồng, trong khi đó khu vực kinh tế tư nhân chỉ là 26 triệu đồng. Ở Việt Nam, lao động làm việc trong khu vực nông nghiệp chiếm đa số trong cơ cấu lao động, sản xuất mang tính thời vụ nên thời gian nhàn rỗi chiếm hầu hết trong năm. Đây là lực lượng lao động có giá rẻ và phù hợp với những DNNVV bởi đòi hỏi trình độ tay nghề kỹ thuật không cao.

4. DNNVV là nơi đào tạo, bồi dưỡng doanh nhân

DNNVV chính là nơi đào tạo, rèn luyện các nhà doanh nghiệp và bản thân người lao động. Kinh doanh với quy mô nhỏ là môi trường đào tạo tốt nhất cho các doanh nghiệp để từng bước tiếp cận đến kinh doanh với quy mô tầm cỡ hơn. Khởi sự từ hoạt động kinh doanh với quy mô nhỏ và thông qua quá trình điều hành quản lý kinh doanh với quy mô nhỏ, các nhà doanh nghiệp sẽ trưởng thành lên thành những nhà doanh nghiệp tài ba, biết cách làm thế nào để doanh nghiệp của mình đứng vững và phát triển. Đây là vấn đề có tính thực tiễn khá cao không chỉ đối với nhiều nước trên thế giới mà ngay cả đối với Việt Nam, trong nhiều năm chìm trong cơ chế quan liêu bao cấp với hàng loạt các nhà doanh nghiệp chưa có kinh nghiệm với cơ chế thị trường. Sự phát triển của các DNNVV có tác dụng đào tạo, chọn lọc, thử thách qua thực tế những người có năng lực thực sự để trở thành những nhà lãnh đạo tài năng cho sự nghiệp phát triển kinh tế cho cả quốc gia cũng như cho mục tiêu riêng của từng doanh nghiệp.

5. Đóng vai trò quan trọng đối với quá trình CNH, HĐH ở nước ta

Trong quá trình CNH, HĐH, DNNVV hoạt động rất hiệu quả trong vai trò đầu tư, gia công sản phẩm cho các ngành công nghệ cao. Có thể nói, các DNNVV như những “vệ tinh” hay “mạng lưới chân rết” của các doanh nghiệp lớn, hỗ trợ, bổ sung cho các khu công nghiệp lớn tạo thành mối liên hệ cùng hợp tác, cùng cạnh tranh để phát triển. DNNVV nếu kinh doanh tốt sẽ là doanh nghiệp lớn trong tương lai.

Hơn nữa, việc tồn tại nhiều DNNVV rộng khắp trong các cụm, trung tâm công nghiệp ở các vùng lãnh thổ của đất nước có thể giảm bớt những căng thẳng xã hội như: di dân ra thành thị, giải quyết nhà ở và hạ tầng xã hội trong quá trình CNH, HĐH.

CHƯƠNG II

ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA DNNVV TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP

I. KHÁI QUÁT HIỆN TRẠNG XUẤT KHẨU CỦA DNNVV Ở VIỆT NAM

1. Về số lượng DNNVV

Tính từ năm 2000 đến hết năm 2006, cả nước hiện có 207.034 doanh nghiệp dân doanh (chủ yếu là các DNNVV) đăng ký kinh doanh thành lập mới với tổng số vốn đăng ký đạt hơn 466 nghìn tỷ đồng (tương đương gần 30 tỷ USD)¹. Trong tổng số doanh nghiệp được đăng ký kinh doanh theo Luật Doanh nghiệp năm 1999, loại hình công ty TNHH chiếm tỷ trọng lớn nhất khoảng 46,9%, doanh nghiệp tư nhân chiếm 36,4%, công ty cổ phần chiếm 15,2%, còn lại là công ty hợp danh. Hoạt động theo Luật Hợp tác xã có hơn 17.000 hợp tác xã, trong đó hợp tác xã nông nghiệp chiếm 50%, hợp tác xã công nghiệp – tiểu thủ công nghiệp chiếm 13,5%, hợp tác xã giao thông vận tải chiếm 8%, còn lại là các hợp tác xã thương mại – dịch vụ, tín dụng, môi trường, thủy sản...

Với sự phát triển vượt bậc cả về số lượng và chất lượng, DNNVV hoạt động rộng khắp ở tất cả các vùng, miền trong cả nước. Trong đó, số lượng các DNNVV tập trung chủ yếu ở ba vùng: vùng đồng bằng sông Cửu Long 24%, vùng đồng bằng sông Hồng 21% và vùng miền Đông Nam Bộ 19%. Tiếp đó là 13% ở vùng khu Bốn cũ, 10% ở vùng Duyên hải miền Trung, 9% ở miền núi và trung du và 4% ở vùng Tây Nguyên.

¹ Theo số liệu thống kê của Hội nghị APEC lần thứ 3 tổ chức tại Việt Nam năm 2006

Bảng 5: Phân bố DNNVV theo vùng lãnh thổ

(Đơn vị :%)

Phân theo vùng lãnh thổ	Loại hình doanh nghiệp				
	Doanh nghiệp tư nhân	Công ty TNHH	Công ty cổ phần	Hợp tác xã	Kinh tế cá thể
1. Vùng núi và trung du	3,91	3,79	1,69	12,49	9,62
2. Đồng bằng sông Hồng	5,32	32,70	22,88	48,07	21,19
3. Khu bốn cũ	2,74	2,44	1,31	8,72	13,26
4. Duyên hải miền Trung	20,64	4,71	7,19	11,20	10,25
5. Tây nguyên	2,46	1,09	1,31	2,14	3,72
6. Đông nam bộ	24,80	51,27	53,59	12,80	18,43
7. Đồng bằng sông cửu long	40,14	4,00	11,76	4,58	23,63
Phần trăm tổng số	1,22	0,48	0,01	0,20	98,09
Tổng số	100	100	100	100	100

Nguồn: CIEM

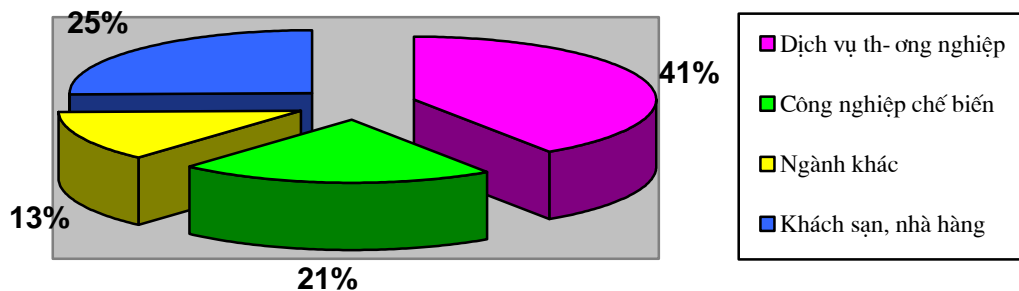
Hiện nay có khoảng 29.000 DNNVV tham gia xuất khẩu. Giá trị xuất khẩu của khu vực này chiếm 29% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Theo Cục phát triển DNNVV (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), từ nay đến 2010 cả nước ta sẽ có khoảng 320.000 DNNVV được thành lập, trong đó số lượng DNNVV trực tiếp tham gia xuất khẩu chiếm từ 3 – 6%.

2. Về ngành nghề kinh doanh

DNNVV tham gia vào hầu hết các lĩnh vực của nền kinh tế trong đó các doanh nghiệp tập trung nhiều nhất vào thương mại, sửa chữa động cơ, xe máy (40,6% doanh nghiệp); tiếp đến là các ngành chế biến (20,9%), xây dựng (13,2%) và các ngành còn lại như kinh doanh tài sản, tư vấn, khách sạn, nhà hàng (25,3%). Điều đáng lưu ý là có 21% doanh nghiệp tư nhân hoạt động

trong lĩnh vực thủy sản và 26% công ty cổ phần ngoài kinh quốc doanh hoạt động trong lĩnh vực tài chính tín dụng, riêng trong lĩnh vực công nghiệp chế biến có tới 37,3% số DNNVV hoạt động trong ngành công nghiệp chế biến thực phẩm, 11% trong ngành dệt may, da giày và 18,6% trong ngành sản xuất các sản phẩm kim loại.

Biểu 1: Cơ cấu ngành nghề kinh doanh của DNNVV



Nguồn: CIEM

Về kim ngạch xuất khẩu: khu vực kinh tế ngoài quốc doanh (chủ yếu là các DNNVV) đã có những đóng góp tích cực vào việc tăng kim ngạch xuất khẩu, nhất là các mặt hàng thủ công mỹ nghệ, chế biến nông sản, thủy sản, hàng may mặc, đồ da, đồ gỗ,... Một số sản phẩm xuất khẩu của nước ta hiện nay chủ yếu do khu vực kinh tế tư nhân sản xuất như: hàng thủ công mỹ nghệ, chế biến nông sản, thủy sản, hàng may mặc, đồ da, đồ gỗ...

3. Về hình thức xuất khẩu

Việc xuất khẩu hàng hoá của các DNNVV Việt Nam thường được thực hiện theo các cách sau đây:

(1) Xuất khẩu trực tiếp đến khách hàng: các doanh nghiệp xuất khẩu hàng hoá cho các doanh nghiệp nước ngoài. Các doanh nghiệp này sẽ là người tiếp tục đưa hàng hoá của Việt Nam đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Sản phẩm của các doanh nghiệp Việt Nam có thể là các sản phẩm được thiết kế và

sản xuất trong nước, nhưng cũng có thể là do phía đối tác nước ngoài đặt gia công. Đối tác nước ngoài có thể là các nhà phân phối trực tiếp tại nước đó, cũng có thể là các nhà phân phối trung gian.

(2) Xúc tiến xây dựng hệ thống phân phối ở nước ngoài để có thể phân phối hàng hoá trực tiếp đến tay người tiêu dùng. Điển hình cho hình thức này là các doanh nghiệp Việt Nam ở Đông Âu. Hoặc thông qua việc thành lập các văn phòng đại diện xúc tiến thương mại cho hàng Việt Nam ở các nước.

Một hình thức xuất khẩu mà các DNNVV đang hướng tới đó là: hình thức nhượng quyền thương mại như của Trung Nguyên hay Kinh Đô. Các doanh nghiệp nước ngoài sẽ được quyền kinh doanh các hàng hoá có nhãn hiệu Việt Nam tại nước ngoài.

II. THỰC TRẠNG NĂNG LỰC XUẤT KHẨU CỦA DNNVV Ở VIỆT NAM

1. Về vốn và công nghệ

1.1. Tiềm lực vốn hạn chế

*** Quy mô vốn đăng ký của các DNNVV**

Các DNNVV tăng nhanh về số lượng nhưng quy mô vốn của các DNNVV trong những năm gần đây lại rất thấp, mới ở mức trung bình trên 2 tỷ đồng/doanh nghiệp.

Qua khảo sát, điều tra hơn 63 ngàn doanh nghiệp tại 30 tỉnh thành phía Bắc cho thấy: Số vốn của các DNNVV còn rất thấp: khoảng 50% doanh nghiệp có số vốn dưới 1 tỷ đồng, gần 75% doanh nghiệp có số vốn dưới 2 tỷ đồng và có tới 90% doanh nghiệp có vốn dưới 5 tỷ đồng.

Nếu xét kết hợp tiêu chí về vốn với tiêu chí về lao động, các số liệu thống kê cho thấy, tỷ lệ bình quân mỗi doanh nghiệp có 30 lao động. Như vậy, quy mô vốn và lao động của DNNVV còn quá nhỏ so với quy mô doanh nghiệp thông thường của các nước phát triển và có nền kinh tế mới nổi. Đặc điểm này là bất lợi trong cạnh tranh khi Việt Nam hội nhập hoàn toàn vào WTO.

*** Khả năng tiếp cận các nguồn lực tài chính còn hạn chế**

Việc tiếp cận các nguồn lực tài chính với các DNNVV gặp phải nhiều khó khăn, hạn chế: vốn huy động từ các dự án hay nguồn tài trợ của nước ngoài là rất khan hiếm; vốn huy động từ thị trường chứng khoán thì các DNNVV không đủ điều kiện. Chính vì vậy, DNNVV chỉ có thể tiếp cận nguồn vốn tín dụng duy nhất là vốn tín dụng ngân hàng để mở rộng sản xuất và phát triển hoạt động kinh doanh. Nhưng việc tiếp cận vốn tín dụng của các ngân hàng đang gặp nhiều trở ngại. Theo điều tra về thực trạng DNNVV của Cục phát triển (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) chỉ có 32,28% các DNNVV có khả năng tiếp cận được nguồn vốn ngân hàng còn lại các DNNVV rất khó hoặc không thể tiếp cận được vốn ngân hàng.

Có nhiều nguyên nhân khiến các DNNVV gặp khó khăn trong việc tiếp cận với các nguồn tín dụng, trong số đó, có thể kể ra một số nguyên nhân chủ yếu sau đây:

(1) Thông tin của các DNNVV thường không minh bạch, việc lập kế hoạch tài chính cũng như lập các báo cáo tài chính thiếu chính xác, không trung thực.

(2) Chủ yếu các DNNVV không có tài sản làm đảm bảo vay vốn. Mặt khác, việc chuyển giao quyền sở hữu về vốn góp bằng tài sản chưa rõ ràng, minh bạch gây khó khăn cho ngân hàng trong quá trình thẩm định tài chính, thẩm định tài sản đảm bảo.

(3) Năng lực quản trị điều hành của các chủ DNNVV kém. Việc lập kế hoạch kinh doanh, phương án kinh doanh thiếu tính chuyên nghiệp.

(4) Các DNNVV thiếu điều kiện tiếp cận công nghệ, chưa ứng dụng được công nghệ mới, các sản phẩm đưa ra thị trường thiếu tính cạnh tranh.

(5) Chưa có khả năng liên kết, hợp tác giữa các DNNVV với nhau, với các hiệp hội, với phòng thương mại,... Tính thực thi các chính sách hỗ trợ

của Chính phủ còn hạn chế. Dẫn đến năng lực cạnh tranh của các DNNVV kém.

Đó là những lý do mà trong thời gian qua các ngân hàng chưa dám đẩy mạnh đầu tư cho vay vào cộng đồng các DNNVV vì sợ rủi ro cao.

1.2. Trình độ công nghệ lạc hậu

Xuất phát từ đặc trưng quy mô vốn nhỏ nên các doanh nghiệp hầu như bị hạn chế trong việc đầu tư công nghệ và trang thiết bị hiện đại. Có tới 57% doanh nghiệp cho rằng họ sử dụng thiết bị công nghệ trung bình. Tỷ lệ đổi mới trang thiết bị trung bình hàng năm của Việt Nam chỉ ở mức 5 – 7% so với 20% của thế giới. Công nghệ lạc hậu làm tăng chi phí tiêu hao 1,5 lần so với định mức tiêu chuẩn của thế giới. Thực trạng này dẫn đến tăng chi phí đầu vào, cao hơn 30 – 50% so với các nước ASEAN, đồng thời dẫn đến chất lượng sản phẩm giảm.

Bên cạnh đó, chỉ tiêu về sử dụng công nghệ thông tin cũng cho thấy, tuy số DNNVV có sử dụng máy tính lên đến hơn 60% nhưng chỉ có 11,55% doanh nghiệp có sử dụng mạng nội bộ LAN, số doanh nghiệp có website là rất thấp, chỉ 2,16%. Đây là một kết quả rất đáng lo ngại vì khả năng tham gia thương mại điện tử và khai thác thông tin qua mạng của các doanh nghiệp còn thấp, không đáp ứng được yêu cầu hội nhập hiện nay.

Cuộc điều tra cũng chỉ ra một nghịch lý: trong khi trình độ về kỹ thuật công nghệ còn thấp nhưng nhu cầu đào tạo về kỹ thuật và công nghệ của DNNVV có tỷ lệ rất thấp, chỉ có 5,65% DNNVV có nhu cầu về đào tạo công nghệ. Điều này cho thấy các DNNVV chưa coi trọng đúng mức đến các vấn đề về kỹ thuật và công nghệ, mặc dù đây là yếu tố quyết định sự thành bại của doanh nghiệp trên thương trường.

Có nhiều nguyên nhân dẫn đến sự yếu kém của các DNNVV Việt Nam về trình độ kỹ thuật, công nghệ trong đó có cả nguyên nhân chủ quan từ phía doanh nghiệp và nguyên nhân khách quan từ phía Nhà nước.

(1) Vốn đầu tư của các DNNVV rất thấp so với vốn đầu tư của các loại hình doanh nghiệp khác, lại gặp rất nhiều khó khăn trong việc vay vốn tín dụng trung hạn và dài hạn cần thiết cho việc đầu tư, nâng cấp công nghệ.

(2) Các DNNVV gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận thị trường quốc tế trong lĩnh vực công nghệ, máy móc và thiết bị, đồng thời cũng thiếu sự chủ động cần thiết trong việc tiếp cận những dịch vụ tư vấn để có sự hỗ trợ trong việc xác định công nghệ tương xứng và thích hợp với khả năng tài chính nhằm hoàn thiện trình độ sản xuất và nâng cao sức cạnh tranh của mình.

(3) Một số nguyên tắc, chính sách và thủ tục hiện hành đang làm cho việc chuyển giao công nghệ từ nước ngoài vào Việt nam gặp nhiều khó khăn và gây tổn kém cho tất cả các doanh nghiệp, đặc biệt là DNNVV: việc nhập khẩu máy móc và thiết bị phải chịu các mức thuế suất cao, các hợp đồng chuyển giao công nghệ phải được Chính phủ phê chuẩn cho từng trường hợp, kết hợp với những thủ tục phê chuẩn phiền hà, mất nhiều thời gian.

2. Về quản lý và nguồn nhân lực

2.1. Quản lý

*** Về trình độ chuyên môn thấp**

Theo kết quả điều tra về nhu cầu trợ giúp của DNNVV do Cục phát triển DNNVV tiến hành thì 30% chủ doanh nghiệp xuất thân từ công nhân viên chức thuộc khu vực kinh tế nhà nước chuyển ra. Đây là đội ngũ phần nào đã có kinh nghiệm trong sản xuất, một số ít có tay nghề và hiểu biết về quản lý kinh tế. Khoảng 60% đã từng là chủ doanh nghiệp nhỏ hoặc đã hoạt động trong khu vực kinh tế cá thể, tư nhân. Khoảng 10% là sinh viên các trường trung học, đại học có vốn hoặc vay vốn tự lập doanh nghiệp sản xuất hoặc kinh doanh.

Theo số liệu thống kê của một cuộc điều tra quy mô được Cục phát triển DNNVV (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) tiến hành với sự tham gia của hơn 63.000 doanh nghiệp tại 30 tỉnh thành phía Bắc, có tới 55,63% số chủ doanh

ng nghiệp có trình độ học vấn từ trung cấp trở xuống. Trong đó, 43,3% chủ doanh nghiệp có trình độ học vấn từ sơ cấp và phổ thông các cấp. Cụ thể, số người là tiến sĩ chỉ chiếm 0,66%; thạc sĩ 2,33%; đã tốt nghiệp đại học 37,82%; tốt nghiệp cao đẳng chiếm 3,56%; tốt nghiệp trung học chuyên nghiệp chiếm 12,33% và 43,3% có trình độ thấp hơn. Hơn nữa, chỉ có 7% trong số chủ doanh nghiệp được đào tạo phù hợp với nghề hoạt động sản xuất kinh doanh.

**** Thiếu năng lực quản lý doanh nghiệp***

Nhìn chung, đa số các chủ DNNVV còn thiếu kiến thức và kinh nghiệm quản lý trong nền kinh tế thị trường. Số chủ doanh nghiệp là cán bộ quản lý các DNNN ra thì thường làm theo lối quản lý cũ, độc đoán và chuyên quyền, không phù hợp với sự linh hoạt của thị trường. Trong khi đó, số chủ doanh nghiệp là tư nhân thì có trình độ học vấn thấp và thiếu kinh nghiệm trong quản lý. Điều đáng chú ý là đa số các chủ doanh nghiệp ngay cả những người có trình độ học vấn từ cao đẳng và đại học trở lên thì cũng ít người được đào tạo về kiến thức kinh doanh và quản trị doanh nghiệp. Trong khi đó, các khoá đào tạo quản lý cho các chủ doanh nghiệp thường rất đắt và bản thân các chủ doanh nghiệp vì quá bận rộn nên cũng ít quan tâm và đầu tư thời gian cho việc này.

Bên cạnh đó, khả năng hoạch định chiến lược của các nhà quản lý DNNVV cũng còn rất nhiều hạn chế. Mặc dù hoạch định chiến lược là một quy trình xác định các định hướng lớn cho phép doanh nghiệp thay đổi, cải thiện và củng cố vị thế cạnh tranh của mình, nhưng việc ứng dụng quy trình này thì hầu như cho đến nay mới chỉ là “mảnh đất riêng” cho các doanh nghiệp lớn. Vẫn còn rất nhiều DNNVV chưa quan tâm đến công tác này, điều này được giải thích bởi nhiều lý do:

(1) Do không có thời gian, ở các doanh nghiệp nhỏ, người chủ doanh nghiệp là người điều hành trực tiếp, do đó thời gian của họ chủ yếu dành cho

việc giải quyết những vấn đề tác nghiệp hàng ngày và hầu như không còn thời gian để quan tâm tới việc hoạch định dài hạn.

(2) Do không quen với hoạch định chiến lược hoặc họ cho rằng chiến lược không có liên quan nhiều đến tình trạng kinh doanh của họ.

(3) Do thiếu các kỹ năng cần thiết và hạn chế về trình độ nên tầm nhìn của các chủ doanh nghiệp bị bó hẹp, thiếu khả năng hoạch định chiến lược dài hạn cho công ty.

Chính vì thế khi tham gia vào thị trường toàn cầu, trong điều kiện thị trường cạnh tranh gay gắt và luôn biến động, các DNNVV Việt Nam thường tỏ ra lúng túng và bị động, không biết rõ phải làm gì, ở khâu nào, bộ phận nào và như thế nào để đối phó tình hình. Do kế hoạch chỉ là ước tính, tổng quát nên các doanh nghiệp không đánh giá được các điểm mạnh – yếu, không biết rõ khâu nào đang kém hiệu quả và có thể làm tốt hơn. Vì vậy, doanh nghiệp không chủ động trong việc cải tiến quy trình, nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

2.2. Nguồn nhân lực

Thực trạng nguồn nhân lực của khu vực DNNVV Việt Nam không tách rời thực trạng chung của lực lượng lao động Việt Nam. Bên cạnh những ưu thế không thể phủ nhận như lực lượng lao động dồi dào, tỷ lệ lao động trẻ cao, giá cả sức lao động tương đối thấp... lực lượng lao động Việt Nam đang đối mặt với nhiều hạn chế được xem là trở ngại chính ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh, năng lực tham gia vào thương mại quốc tế của các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng và của nền kinh tế Việt Nam nói chung.

*** Tỷ lệ lao động được đào tạo nghề nghiệp và kỹ năng trong tổng lực lượng lao động còn thấp.**

Đến 1/7/2006, tính chung trong cả nước, số người được đào tạo nghề nghiệp và kỹ năng (có trình độ sơ cấp hoặc có chứng chỉ nghề trở lên) chỉ chiếm có 24,62% tổng lực lượng lao động. Hơn thế nữa, hầu hết những người

có trình độ cao đều có tâm lý muốn làm việc ở những công ty lớn do được trả lương cao.

Trình độ chuyên môn, tin học, ngoại ngữ của giám đốc và đội ngũ quản lý doanh nghiệp còn hạn chế. Chỉ có 3,5% trong tổng số lao động trong doanh nghiệp đạt tiêu chuẩn sử dụng thành thạo máy vi tính. Điều này cho thấy khó có thể đáp ứng được yêu cầu của quá trình hội nhập trong thời gian tới, nhất là trong thời đại của kinh tế tri thức và công nghệ thông tin bùng nổ.

**** Tác phong và kỷ luật lao động công nghiệp chưa cao***

Đại bộ phận người lao động hiện nay còn chưa được đào tạo về kỷ luật lao động công nghiệp. Phần lớn lao động hiện nay là lao động thủ công, chỉ qua đào tạo nghề ngắn hạn hoặc là những lao động chuyển từ sản xuất nông nghiệp sang, còn mang nặng tác phong sản xuất của một nền nông nghiệp tiểu nông, tùy tiện về giờ giấc và hành vi. Người lao động hiện nay chưa được trang bị các kiến thức và kỹ năng làm việc theo nhóm, chưa có khả năng hợp tác và gánh chịu rủi ro, ngại phát huy sáng kiến cá nhân và chia sẻ kinh nghiệm làm việc.

3. Về thương hiệu và thị trường

3.1. Thương hiệu

**** Vấn đề tạo dựng thương hiệu chưa được các DNNVV quan tâm đầu tư***

Phải thừa nhận rằng trong một vài năm gần đây, khi nền kinh tế nước ta bước vào hội nhập quốc tế, nhận thức của các doanh nghiệp về vấn đề thương hiệu cũng có sự thay đổi lớn. Kết quả điều tra mới đây của Báo Sài Gòn Tiếp thị và câu lạc bộ ngành hàng Việt Nam Chất lượng ở 500 doanh nghiệp cho thấy: 57% doanh nghiệp coi việc xây dựng thương hiệu và phát triển thương hiệu là mối quan tâm hàng đầu; 43% doanh nghiệp coi thương hiệu là hình ảnh, uy tín của doanh nghiệp. Đặc biệt, kết quả này không có sự khác biệt giữa doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp Nhà nước. Điều đó chứng tỏ,

dưới sức ép cạnh tranh của thị trường, các doanh nghiệp đã ý thức đến những thành quả của mình đạt được, để giữ nó thì phải nỗ lực phấn đấu khẳng định tên tuổi trên thị trường. Tuy nhiên, một thực tế đặt ra là, mặc dù các doanh nghiệp đã quan tâm đến thương hiệu nhưng phần lớn chưa quan tâm đầu tư một cách có hệ thống ngay từ khi xây dựng doanh nghiệp: trong 500 doanh nghiệp Việt Nam cho thấy, hơn 50% doanh nghiệp chưa có bộ phận chuyên trách về thương hiệu; 80% doanh nghiệp không có chức danh quản lý nhãn hiệu.

Thực tế hiện nay, kinh phí và nguồn nhân lực dành cho xây dựng, phát triển thương hiệu của nhiều doanh nghiệp, đặc biệt là DNNVV còn rất khiêm tốn. Bên cạnh nguyên nhân về nhận thức một nguyên nhân chủ yếu khác là phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam tiềm lực tài chính còn hạn chế dẫn đến hạn chế chi phí đầu tư tài chính cho việc xây dựng, quảng bá thương hiệu.

Bên cạnh đó, khi xây dựng thương hiệu, các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu mới chỉ tập trung vào những ký hiệu, biểu tượng, hình vẽ mà bỏ qua những yếu tố quan trọng nhằm nâng cao giá trị thương hiệu như: uy tín, chất lượng sản phẩm, đảm bảo ổn định thời gian giao hàng, mẫu mã, chủng loại, dịch vụ khách hàng...

**** Vấn đề bảo vệ thương hiệu chưa được nhận thức một cách đầy đủ***

Trong giai đoạn 1990-2000, hàng năm có trung bình 4000 doanh nghiệp đăng ký nhãn hiệu và từ năm 2001 đến nay, khi Việt Nam dần hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới, mỗi năm có khoảng trên 1 vạn nhãn hiệu xin đăng ký và tăng trưởng khoảng 20-25% năm. Riêng năm 2005 có 22.000 nhãn hiệu được nộp đơn đăng ký tại Cục sở hữu trí tuệ, trong đó, số doanh nghiệp Việt Nam chiếm gần 50%, số còn lại thuộc các doanh nghiệp của hơn 100 nước khác trên thế giới. Đây là một tiến bộ rất lớn về ý thức bảo hộ tài sản trí tuệ của doanh nghiệp Việt Nam. Tuy vậy, theo thống kê cũng chỉ mới có khoảng 25% doanh nghiệp Việt Nam đăng ký nhãn hiệu hàng hoá.

Hiện nay mới chỉ có khoảng 300 đến 400 nhãn hiệu Việt Nam được đăng ký ở nước ngoài trong số 6000 doanh nghiệp nhà nước, 2000 doanh nghiệp đầu tư nước ngoài và 50000 doanh nghiệp ngoài quốc doanh, với hàng trăm nghìn nhãn hiệu hàng hoá của các doanh nghiệp Việt Nam trên cả nước. Điều này không chỉ nói lên tình trạng yếu kém, mà còn thể hiện tầm nhìn hẹp của các doanh nghiệp Việt Nam trước xu thế toàn cầu hoá hiện nay đối với vấn đề nhãn hiệu. Theo số liệu thống kê chưa đầy đủ, đến nay đã có hàng chục doanh nghiệp của Việt Nam bị mất nhãn hiệu tại các thị trường lớn. Các doanh nghiệp này không hề biết nhãn hiệu của mình đã được đăng ký bảo hộ ở nước ngoài cho đến khi chính họ bị phía nước ngoài đệ đơn kiện đòi bồi thường thiệt hại do “sử dụng nhãn hiệu trái phép”, hoặc không được xuất khẩu vào thị trường đó vì nhãn hiệu đã bị đăng ký. Những doanh nghiệp lớn bị mất thương hiệu có thể kể đến: Thuốc lá Vinataba (một công ty của Indonesia nhanh chân đăng ký nhãn hiệu này tại 12 nước Châu Á), Vifon Việt Nam (tại thị trường Mỹ, một công ty Nhật đã đăng ký nhãn hiệu “Vifon” và “Vifon Acecook”), bia Hà Nội (mất thương hiệu ở thị trường Ba Lan), Petro Việt Nam (bị một tập đoàn có tên là Nguyễn Lai đăng ký quyền sở hữu ở Mỹ ngày 18-7-2002). Hầu hết các DNNVV cũng chưa quan tâm đến việc đăng ký nhãn hiệu ở nước ngoài. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến tình trạng này:

(1) Thương nhân Việt Nam chưa nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của thương hiệu hàng hoá, từ đó xem nhẹ việc đăng lý bảo hộ quyền sở hữu công nghệ đối với thương hiệu của mình, không chỉ tại thị trường nước ngoài, mà ngay cả ở thị trường trong nước.

(2) Các doanh nghiệp Việt Nam chưa xác định được chiến lược kinh doanh, đặc biệt là kinh doanh trong điều kiện hội nhập quốc tế và tập trung phát triển kinh doanh dài hạn tại các thị trường trọng điểm. Do đó, các doanh nghiệp thường cho khi sản phẩm đã thâm nhập được vào thị trường rồi mới

đăng ký thương hiệu. Đây cũng là tâm lý làm ăn nhỏ và mang đậm nét của một nước nông nghiệp là chủ yếu.

(3) Hiểu biết của các doanh nghiệp Việt Nam về luật pháp quốc tế trong lĩnh vực này, nhất là Luật Quyền sở hữu trí tuệ tại các quốc gia mà doanh nghiệp muốn giành thị phần để bán hàng còn hạn chế. (4) Trách nhiệm của các cơ quan chức năng nhà nước trong việc chậm tuyên truyền và hướng dẫn cho các doanh nghiệp trong vấn đề đăng ký thương hiệu quốc tế.

Tóm lại để tạo dựng thành công và sử dụng thương hiệu như công cụ để tồn tại và giấy phép thông hành thâm nhập vào thị trường quốc tế là cả một bài toán khó với các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các DNNVV nói riêng. DNNVV Việt Nam sẽ phải tìm ra một hướng đi riêng cũng như phải có sự liên kết trong cộng đồng các DNNVV Việt Nam, cùng sự hỗ trợ từ phía Nhà nước và các tổ chức, để có thể khẳng định chỗ đứng trên thị trường toàn cầu.

3.2. Thị trường

Trong xu thế toàn cầu hoá nền kinh tế đang diễn ra mạnh mẽ như hiện nay ngày càng có nhiều DNNVV tham gia vào thị trường toàn cầu nhằm tận dụng các cơ hội mà thị trường toàn cầu mở ra. Tuy nhiên, các doanh nghiệp Việt Nam bộc lộ khá nhiều hạn chế trong việc tiếp cận thị trường.

Về thị trường xuất khẩu, các DNNVV Việt Nam nói riêng cũng như các doanh nghiệp Việt Nam nói chung còn chưa thực sự chủ động trong việc tiếp cận thị trường cho các sản phẩm của mình. Theo số liệu điều tra 12 tỉnh, thành phố của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam mới đây, 51% số DNNVV Việt Nam làm hàng gia công theo các đơn đặt hàng của nước ngoài chứ chưa tìm kiếm được thị trường của riêng mình, rất nhiều DNNVV chỉ nhận được các đơn hàng gia công từ các DNNN có quota chứ không gia công và xuất khẩu trực tiếp, do đó rất lệ thuộc và bị động với sự thay đổi thị trường.

Cơ cấu thị trường xuất khẩu không đa dạng. Nhìn chung, các doanh nghiệp Việt Nam chưa xây dựng được chiến lược thị trường cho riêng mình. Theo một kết quả nghiên cứu do nhóm nghiên cứu về DNNVV của trường Đại học Kinh tế quốc dân cùng với Đại học Copenhagen của Đan Mạch, 36,7% số DNNVV có được đơn hàng xuất khẩu qua việc khách hàng nước ngoài trực tiếp đến thăm doanh nghiệp, 10,2% từ việc tham gia hội chợ triển lãm, 14,3% từ các đại lý bán hàng nước ngoài của doanh nghiệp và 20,4% là qua Bộ Công thương và Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam. Qua đó thấy rằng các DNNVV còn rất thụ động trong việc tìm thị trường, khách hàng, còn phụ thuộc nhiều vào khách hàng và hầu như hoàn toàn thụ động trong việc tiếp cận thị trường và định hướng khách hàng, hiếm khi chủ động tìm kiếm khách hàng mới, nắm bắt và tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại. Do những yếu kém trong việc nghiên cứu thị trường, DNNVV chỉ biết định giá dựa vào chi phí sản xuất và giá chào hàng của doanh nghiệp khác, dẫn đến hiệu quả hoạt động sản xuất không cao, thậm chí còn bị kiện bán phá giá ở thị trường nước ngoài.

Trong hoạt động nhập khẩu, các DNNVV Việt Nam cũng tỏ ra rất kém hiểu biết về các thông tin thị trường. Vẫn biết rằng tham gia vào thị trường toán cầu mở ra cơ hội cho doanh nghiệp tiếp cận với nguồn nguyên liệu đầu vào dồi dào, giắc phải chăng cũng như với kỹ thuật và công nghệ tiên tiến của thế giới, tuy nhiên làm thế nào để các doanh nghiệp tận dụng được cơ hội ấy thì vẫn còn là vấn đề phải bàn thêm. Tình trạng nhiều doanh nghiệp Việt Nam thiếu thông tin về thị trường, không tiếp cận được nhà cung ứng gốc mà phải nhập nguyên liệu đầu vào với giá cao không phải là ít.

Có nhiều nguyên nhân dẫn đến thực trạng này, trong đó phải kể đến hai nhóm nguyên nhân chủ yếu sau:

(1) DNNVV còn thiếu sự chủ động cần thiết trong việc tìm kiếm thông tin thị trường, ít doanh nghiệp Việt Nam có thói quen thu thập và xử lý thông tin trước khi ra quyết định. Hơn nữa, việc thu thập thông tin từ phía nước ngoài và đối tác là doanh nghiệp nước ngoài thường rất khó khăn đối với các DNNVV, các hệ thống thông tin do các cơ quan Nhà nước thiết lập thường không tới được và không đáp ứng đủ nhu cầu của các doanh nghiệp. Nhiều doanh nghiệp chỉ có được thông tin về khách hàng, đối thủ cạnh tranh, đặc điểm hệ thống phân phối...qua các luồng thông tin không chính thức, chấp vá nên nhiều khi thông tin họ tiếp nhận được bị sai lệch, thiếu chính xác, không đủ tin cậy, khiến cho doanh nghiệp rơi vào tình trạng bị thua thiệt về giá hoặc khó định hướng đầu tư.

(2) Bên cạnh đó, các hiệp hội kinh doanh, các cơ quan xúc tiến thương mại của Việt Nam ở trong nước và nước ngoài cũng chưa chủ động, tích cực trong việc tiếp cận với các doanh nghiệp, chưa thực sự hỗ trợ doanh nghiệp. Các chương trình xúc tiến của Chính phủ chưa tiếp cận được với các DNNVV.

III. HỖ TRỢ CỦA CHÍNH PHỦ VÀ CÁC TỔ CHỨC CHO CÁC DNNVV TRONG THỜI GIAN QUA

1. Hỗ trợ từ phía Ngân hàng

DNNVV có vai trò đặc biệt quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế – xã hội của đất nước. Tuy nhiên, để phát huy tiềm năng của mình, ngoài sự chủ động, linh hoạt, các DNNVV rất cần sự hỗ trợ nhiều mặt về cơ chế, chính sách, trong đó sự hỗ trợ về vốn tín dụng ngân hàng là một trong những giải pháp có tầm quan trọng hàng đầu.

1.1. Qui mô hỗ trợ ngày càng tăng

Kết quả nghiên cứu mới đây của CIEM cho biết, 44% ngân hàng được hỏi cho DNNVV vay với tỷ trọng vốn khoảng 38% dư nợ. Phần lớn các ngân hàng cho DNNVV vay với số tín dụng ngày càng gia tăng và dễ dàng hơn khi tiếp cận vay vốn. Thực tế, các DNNVV có nhiều cơ hội vay vốn hơn từ các ngân hàng thương mại. Tính riêng 04 ngân hàng thương mại (NHTM) Nhà nước đến 30/4/2006, dư nợ cho vay DNNVV là 141.500 tỷ đồng, chiếm 37,7% tổng dư nợ của 4 ngân hàng này. Tăng trưởng tín dụng đối với các DNNVV trong những năm gần đây luôn cao hơn mức bình quân, hiệu quả và chất lượng đầu tư tín dụng luôn được chú trọng và đã mang nhiều nhân tố mới, tích cực. Nhu cầu vốn cho sản xuất kinh doanh có hiệu quả của các DNNVV luôn được xem xét và đáp ứng kịp thời. Các NHTM đã thực hiện nhiều biện pháp để đẩy mạnh cho vay với loại hình doanh nghiệp này cụ thể như: mở rộng mạng lưới giao dịch, thực hiện nhiều hình thức huy động vốn, cải tiến thủ tục, nâng cao trình độ cán bộ tín dụng...

Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank), từ một ngân hàng bán buôn, cũng đã chuyển dần sang mô hình bán lẻ. Theo đó, cơ hội tiếp cận vốn của ngân hàng này cũng thuận lợi hơn. Quy mô vốn dành cho DNNVV của Vietcombank cũng đã tăng từ 500 tỷ đồng lên 3.000 tỷ đồng... Tỷ trọng về giao dịch thanh toán xuất nhập khẩu cho các DNNVV trong 5 năm vừa qua tăng trưởng với tốc độ rất cao, bình quân khoảng 150 – 200%/năm. Trong thời gian tới, Vietcombank vẫn xác định DNNVV là đối tượng chú trọng ưu tiên.

Ngân hàng Nông nghiệp và phát triển nông thôn (NHNo&PTNT) cũng đặc biệt chú trọng nhiều đến phục vụ đối tượng DNNVV. Nhận thấy tầm quan trọng của khách hàng DNNVV đối với nền kinh tế nói chung và hoạt động kinh doanh của NHNo&PTNT nói riêng, các chi nhánh của NHNo&PTNT đã tập trung tiếp cận, đầu tư vốn, cung cấp dịch vụ cho các

DNNVV ngày một nhiều hơn, thể hiện qua tốc độ tăng trưởng dư nợ hàng năm khá cao.

Bảng 6: Tổng dư nợ cho vay nền kinh tế, không tính các khoản đầu tư trên thị trường liên ngân hàng của NHNo&PTNT Việt Nam

(Đơn vị: tỷ đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2001	Năm 2002	Năm 2003	Năm 2004	Năm 2005	30/9/2006
1. Tổng cho vay nền kinh tế	60.030	81.357	113.894	142.293	161.105	177.418
2. Cho vay DNNVV	2.303	9.193	20.347	35.960	49.088	63.074
3. Tỷ trọng cho vay DNNVV / Tổng dư nợ	3,83%	11,3%	17,86%	25,27%	30,46%	35,55%
4. Dư nợ cho thuê tài chính (DNNVV)	563	971	1.726	2.833	3.766	4.176

Nguồn: Báo cáo tổng kết 5 năm cho vay DNNVV của NHNo&PTNT Việt Nam

Số liệu cho vay qua các năm từ 2001 đến 2006 cho thấy mức tăng trưởng tín dụng của NHNo&PTNT Việt Nam luôn ở mức 25%, đây là một tỷ lệ khá lớn, đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của nền kinh tế. Dư nợ cho vay DNNVV năm 2001 chỉ đạt 2,3 ngàn tỷ đồng, chiếm 3,83% tổng dư nợ. Đến 31/12/2005, dư nợ cho vay DNNVV đạt 49.088 ngàn tỷ đồng, chiếm 30,46% tổng dư nợ; đến 30/9/2006, dư nợ cho vay DNNVV đạt 63.074 tỷ đồng, chiếm 35,55% tổng dư nợ. Bên cạnh đó, hoạt động cho thuê tài chính tăng trưởng nhanh chóng, đối tượng khách hàng hầu hết là DNNVV. Mục tiêu phát triển DNNVV đến 2010 đã được Chính phủ xác định là 500.000 nghìn doanh nghiệp, trong đó lực lượng DNNVV đóng vai trò chủ đạo. NHNo&PTNT cũng đưa ra mục tiêu phân đầu cho khoảng 150.000 DNNVV vay vốn, chiếm 30 – 40% tỷ trọng dư nợ của ngân hàng. Đưa lượng vốn mà ngân hàng cho các DNNVV vay cũng tăng lên khoảng 100.000 tỷ đồng.

Ngân hàng Công thương Việt Nam (NHCTVN) là một trong 4 ngân hàng thương mại lớn nhất Việt Nam có mạng lưới hoạt động rộng khắp cả nước. Trong những năm qua, NHCTVN đã thực sự trở thành một trong những “kênh dẫn vốn”, “điều hoà vốn” cho các ngành kinh tế trọng điểm và các thành phần kinh tế của Việt Nam. Tính đến 31/12/2006, tổng số dư đầu tư cho vay của NHCTVN đạt 125.127 tỷ đồng, tăng 21.781 tỷ đồng, đạt tỷ lệ tăng 21% so với đầu năm, riêng cho vay nền kinh tế đạt dư nợ 80.801 tỷ đồng, tăng 6.278 tỷ đồng, tỷ lệ tăng trưởng 8,4% trong đó cho vay khu kinh tế ngoài quốc doanh (mà chủ yếu là DNNVV) chiếm 70% dư nợ. Từ năm 2000, NHCTVN đã đánh giá các DNNVV là đối tượng khách hàng quan trọng, là thị trường tiềm năng mà NHCTVN cần hướng tới. Điều đó đã được cụ thể hoá bằng các chương trình hành động trong kế hoạch phát triển hàng năm, kế hoạch phát triển 5 năm, 10 năm về tài trợ cho DNNVV. Đến nay, NHCTVN được đánh giá cao như là một trong các NHTM hàng đầu Việt Nam về cho vay DNNVV; số lượng khách hàng DNNVV chiếm 50% số lượng khách hàng, dư nợ chiếm 65% trên tổng số dư nợ.

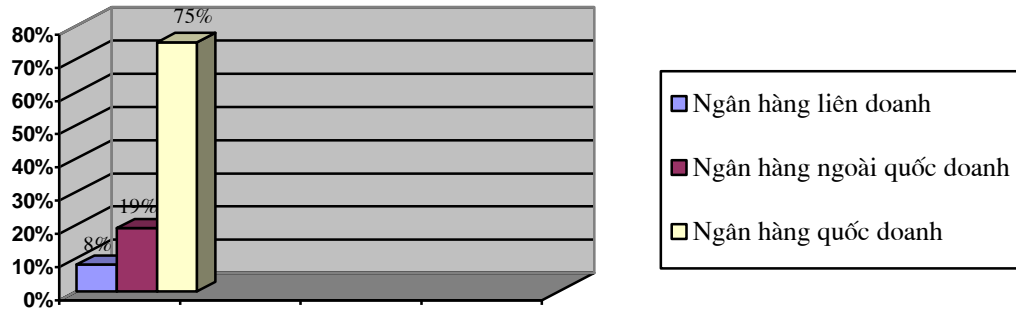
Những động thái trên của một số ngân hàng đã thể hiện sự thông thoáng, cởi mở trong việc phát triển, phục vụ các đối tượng, đồng thời là những tin tốt lành cho các DNNVV đang có nhu cầu rất lớn về vốn cho mở rộng qui mô sản xuất kinh doanh, đầu tư cải tiến máy móc, trang thiết bị mới.

1.2. Môi quan hệ giữa DNNVV với Ngân hàng trong hoạt động hỗ trợ tín dụng

Hiện nay, để tiến hành hoạt động xuất khẩu, các DNNVV ngoài quốc doanh qua điều tra đều có quan hệ với các Ngân hàng, trong đó Ngân hàng quốc doanh vẫn là ngân hàng chiếm ưu thế, có số lượng DNNVV quan hệ hơn hẳn các loại ngân hàng khác. Điều đó được thể hiện dưới đồ thị sau:

Biểu 2: Tỷ lệ mối quan hệ giữa DNNVV với các ngân hàng trong hoạt động hỗ trợ tín dụng.

% Doanh nghiệp trả lời có quan hệ với các ngân hàng qua điều tra của CIEM.



Nguồn: CIEM

1.3. Đánh giá hoạt động tín dụng đối với DNNVV

Về lý thuyết, số lượng DNNVV đông đảo với đặc thù ít vốn chính là đối tượng khách hàng đầy tiềm năng của các ngân hàng. Bằng chứng là, ước tính có đến 80% lượng vốn cung ứng cho DNNVV là từ kênh ngân hàng, song theo điều tra mới đây của Cục Phát triển doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), chỉ có 32,38% DNNVV có khả năng tiếp cận được các nguồn vốn của các ngân hàng; 35,24% khó tiếp cận và 32,38% không tiếp cận được. Nguyên nhân của tình trạng trên là vẫn chưa có tiếng nói chung giữa ngân hàng với các doanh nghiệp, đặc biệt là vấn đề cơ chế thế chấp, tín chấp trong vay vốn; ngân hàng chưa thực sự đổi mới về cách phục vụ đối tượng khách hàng này.

Một số chi nhánh ngân hàng còn thụ động trong việc tiếp cận, nắm bắt, phân tích hoạt động của DNNVV. Chính sách khách hàng chưa rõ, chưa sát, thể hiện trong quy định về xếp loại khách hàng; về cho vay, lãi suất, đều chưa có quy định cụ thể theo từng thị trường. Thêm vào đó, sản phẩm cả gói cho DNNVV còn đơn điệu, hạn chế.

Bên cạnh đó, hệ thống công nghệ lạc hậu, phân tán của một số ngân hàng không cho phép tạo ra sản phẩm mới, hiện đại, phù hợp với tính đa dạng của DNNVV... Mặt khác, ngân hàng không phải không có lý khi e ngại đối tượng khách hàng này, bởi DNNVV thường yếu về nguồn nhân lực, tài chính hay khả năng lập dự án còn yếu...

Một nguyên nhân khác là, các DNNVV thường xây dựng báo cáo tài chính mang tính chất đối phó với cơ quan thuế; báo cáo chính thức thường thấp hơn tình trạng thực tế, nên không đảm bảo đủ điều kiện vay vốn ngân hàng. Ngoài ra, do vốn kinh doanh của DNNVV ít, dẫn đến vốn tự có tham gia vào dự án ít và khi đó, ngân hàng không thể không tính đến rủi ro khi đổ vốn vào cùng doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh.

Theo các chuyên gia tài chính – ngân hàng, chìa khoá để giải bài toán này là bản thân các DNNVV phải nâng cao trình độ quản lý, kinh doanh, đặc biệt cần có cơ chế tài chính minh bạch; các NHTM cần đổi mới cung cách cho vay đối với các DNNVV, đẩy mạnh phát triển các sản phẩm, dịch vụ phục vụ cho doanh nghiệp, tích cực tham gia cùng doanh nghiệp từ khâu lập dự án, giám sát thực hiện, thậm chí đào tạo cho doanh nghiệp.

2. Hỗ trợ của Chính phủ

2.1. Nghị định 90/2001 về trợ giúp phát triển DNNVV

Nghị định 90/2001 được Thủ tướng Chính phủ ban hành ngày 23/11/2001 đã nhận được rất nhiều sự ủng hộ từ phía DNNVV, là kim chỉ nam cho các hoạt động hỗ trợ DNNVV tại Việt Nam thời gian qua.

Nghị định xác định rõ phát triển DNNVV là một nhiệm vụ quan trọng trong Chiến lược phát triển kinh tế- xã hội, đẩy mạnh công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Nhà nước khuyến khích và tạo thuận lợi cho DNNVV phát huy tính chủ động sáng tạo, nâng cao năng lực quản lý, phát triển khoa học – công nghệ và nguồn nhân lực, mở rộng các mối liên kết với các loại hình doanh nghiệp khác, tăng hiệu quả kinh doanh và khả năng cạnh tranh trên thị

trường; phát triển sản xuất, kinh doanh, tạo việc làm và nâng cao đời sống cho người lao động.

Các nội dung trợ giúp nêu trong nghị định

(1) Ra quyết định thành lập *Quỹ bảo lãnh tín dụng* cho DNNVV để bảo lãnh cho các DNNVV khi không đủ tài sản thế chấp, cầm cố, vay vốn của các tổ chức tín dụng.

(2) Về mặt bằng sản xuất: Chủ tịch UBND tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tạo điều kiện thuận lợi cho các DNNVV có mặt bằng sản xuất phù hợp, chỉ đạo dành quỹ đất và thực hiện các chính sách khuyến khích để xây dựng các khu, cụm công nghiệp cho các DNNVV có mặt bằng xây dựng tập trung cơ sở sản xuất hoặc di dời từ nội thành, nội thị ra, bảo đảm cảnh quan môi trường. DNNVV được hưởng các chính sách ưu đãi trong việc thuê đất, chuyển nhượng, thế chấp và các quyền khác về sử dụng đất đai theo quy định của pháp luật.

(3) Quy định nhiệm vụ cụ thể của các Bộ, ngành, địa phương trong việc trợ giúp về thị trường, tăng khả năng cạnh tranh cho DNNVV; về xúc tiến xuất khẩu; về thông tin, tư vấn và đào tạo nguồn nhân lực.

(4) Tổ chức xúc tiến phát triển các DNNVV

Thành lập *Cục phát triển DNNVV* trực thuộc Bộ kế hoạch và Đầu tư, giúp Bộ trưởng Bộ kế hoạch và đầu tư thực hiện chức năng quản lý nhà nước về xúc tiến phát triển DNNVV. Cục Phát triển DNNVV có nhiệm vụ cơ bản bao gồm: giúp Bộ Kế hoạch và Đầu tư định hướng công tác xúc tiến DNNVV (xây dựng, tham gia xây dựng chính sách; tổng hợp xây dựng các chương trình trợ giúp, lập danh mục các đối tượng DNNVV theo ngành nghề, lĩnh vực và địa bàn hoạt động); tổ chức tập huấn nâng cao năng lực cho các cán bộ tổ chức trợ giúp DNNVV; hợp tác quốc tế về xúc tiến phát triển DNNVV; phối hợp với các cơ quan, tổ chức để cung cấp thông tin cần thiết cho DNNVV; phối hợp với các cơ quan, tổ chức liên quan để xúc tiến trợ giúp

DNNVV trong việc tư vấn kỹ thuật và tiếp cận công nghệ, trang thiết bị mới, hướng dẫn, đào tạo vận hành quản lý kỹ thuật và quản lý doanh nghiệp.

Thành lập *Hội đồng Khuyến khích phát triển DNNVV* làm nhiệm vụ tư vấn cho Thủ tướng Chính phủ về cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển DNNVV.

Thành lập *Trung tâm hỗ trợ kỹ thuật DNNVV* (thuộc Cục phát triển DNNVV) tại thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và thành phố Đà Nẵng. Trung tâm Hỗ trợ kỹ thuật DNNVV là đơn vị sự nghiệp có thu, có chức năng tư vấn cho Cục phát triển DNNVV, là đầu mối tư vấn về công nghệ và kỹ thuật, cải tiến trang thiết bị, hướng dẫn quản lý kỹ thuật và bảo dưỡng trang thiết bị, tạo điều kiện tiếp cận công nghệ trang thiết bị mới cho các DNNVV.

Chính phủ khuyến khích việc thành lập và củng cố các tổ chức trợ giúp DNNVV, khuyến khích, tạo điều kiện để các DNNVV tham gia các hiệp hội doanh nghiệp, câu lạc bộ doanh nghiệp.

2.2. Hỗ trợ về vốn và công nghệ

*** Hỗ trợ về vốn**

Như đã phân tích ở trên, vốn luôn là vấn đề bức xúc nhất đối với các DNNVV, đặc biệt là các DNNVV tham gia thị trường toàn cầu. Các DNNVV có thể tiếp cận với hai Quỹ tín dụng, đó là Quỹ bảo lãnh tín dụng dành cho DNNVV và Quỹ tín dụng hỗ trợ xuất khẩu.

- **Quỹ bảo lãnh tín dụng dành cho DNNVV**

Trong nghị định 90/2001 ngày 23/11/2001 về trợ giúp phát triển DNNVV, Thủ tướng Chính phủ đã ra quyết định thành lập Quỹ bảo lãnh tín dụng DNNVV để bảo lãnh cho các DNNVV khi không đủ tài sản thế chấp, cầm cố, vay vốn của các tổ chức tín dụng.

Tiếp theo đó quy chế thành lập, tổ chức và hoạt động Quỹ bảo lãnh tín dụng cho các DNNVV đã ban hành từ 20/12/2001 theo quyết định 193/2001/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ, được các DNNVV rất đồng tình ủng hộ.

Ngay sau khi Quyết định 193 có hiệu lực, các địa phương đã triển khai những biện pháp chuẩn bị cho việc thành lập các Quỹ bảo lãnh tín dụng. Tuy nhiên, đã 5 năm trôi qua, cho đến nay toàn quốc mới chỉ có 3 tỉnh là Yên Bái, Trà Vinh và Đồng Tháp thành lập được Quỹ bảo lãnh tín dụng, hai thành phố lớn nhất cả nước là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh và 60 tỉnh, thành khác chưa thành lập được Quỹ bảo lãnh tín dụng.

- *Quy chế tín dụng hỗ trợ xuất khẩu*

Ngày 10/9/2001 Thủ tướng Chính phủ đã ban hành quyết định 133/2001/QĐ-TTg về việc ban hành Quy chế tín dụng hỗ trợ xuất khẩu áp dụng với các thành phần kinh tế bao gồm: DNNN, công ty cổ phần, công ty TNHH, công ty hợp danh, doanh nghiệp tư nhân, hợp tác xã và liên hiệp hợp tác xã, hộ gia đình và các nhân có đăng ký kinh doanh.

Có hai hình thức tín dụng hỗ trợ xuất khẩu, đó là Tín dụng hỗ trợ xuất khẩu trung và dài hạn và Tín dụng hỗ trợ xuất khẩu ngắn hạn.

Tín dụng hỗ trợ xuất khẩu trung và dài hạn có 3 nội dung hỗ trợ chính là: (1) Cho vay đầu tư trung và dài hạn; (2) Hỗ trợ lãi suất sau đầu tư (áp dụng với đơn vị có dự án thoả mãn các điều kiện vay ưu đãi đầu tư trung dài hạn, nhưng chưa được vay ưu đãi đầu tư; (3) Bảo lãnh tín dụng đầu tư.

Tín dụng hỗ trợ xuất khẩu ngắn hạn: có hai nội dung chính là: (1) Cho vay ngắn hạn; (2) Bảo lãnh dự thầu và bảo lãnh thực hiện hợp đồng.

- * *Hỗ trợ về công nghệ*

Theo Nghị định 90/2001, *Trung tâm hỗ trợ kỹ thuật DNNVV* (thuộc Cục phát triển DNNVV) được thành lập tại 3 thành phố lớn là thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh và thành phố Đà Nẵng. Trung tâm Hỗ trợ kỹ

thuật DNNVV là đơn vị sự nghiệp có chức năng tư vấn cho Cục phát triển DNNVV, là đầu mối tư vấn về công nghệ và kỹ thuật, cải tiến trang thiết bị, hướng dẫn quản lý kỹ thuật và bảo dưỡng trang thiết bị, tạo điều kiện tiếp cận công nghệ trang thiết bị mới cho các DNNVV.

2.3. Hỗ trợ về quản lý và nhân lực

DNNVV có vai trò quan trọng trong Chiến lược phát triển kinh tế – xã hội, góp phần thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Tuy nhiên, hiện tại, năng lực của các DNNVV còn nhiều hạn chế, việc đào tạo bồi dưỡng nhân lực quản lý cho các DNNVV còn chưa đáp ứng được yêu cầu; trong khi đó, nhu cầu đào tạo của doanh nhân và các nhà quản lý các DNNVV ngày càng tăng. Nhận thức được tính cấp thiết của việc trợ giúp các DNNVV trong đào tạo nguồn nhân lực, ngày 10 tháng 8 năm 2004, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 143/2004/QĐ-TTg, phê duyệt Chương trình trợ giúp đào tạo nguồn nhân lực cho các DNNVV giai đoạn 2004-2008.

Mục tiêu tổng thể của chương trình là nhằm thúc đẩy và tạo điều kiện để các DNNVV tăng khả năng cạnh tranh, đóng góp ngày càng nhiều cho sự nghiệp phát triển kinh tế xã hội của đất nước; phát triển cả về số lượng và chất lượng hệ thống các nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ và phát triển kinh doanh, đặc biệt là dịch vụ tư vấn và đào tạo nguồn nhân lực quản lý để trợ giúp các DNNVV tăng trưởng bền vững. Cụ thể, chương trình cung cấp những kiến thức cần thiết cho chủ doanh nhân, cán bộ quản lý các DNNVV; trợ giúp nhà quản lý các DNNVV kiến thức và kỹ năng xây dựng chiến lược kinh doanh, mở rộng thị trường trong và ngoài nước đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

2.4. Hỗ trợ về thương hiệu và thị trường

**** Hỗ trợ về thương hiệu***

Nhận thức được tầm quan trọng của thương hiệu trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, ý thức được thực trạng năng lực xây dựng thương hiệu của các doanh nghiệp Việt Nam còn tương đối yếu, chương

trình “Thương hiệu quốc gia Việt Nam” với biểu trưng “Vietnam Value Inside” (Giá trị Việt Nam) đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 253/QĐ-TTg ngày 25-11-2003 được kéo dài đến năm 2010. Chương trình “Thương hiệu quốc gia” cho phép các doanh nghiệp được dán biểu trưng bằng tiếng Anh “Vietnam Value Inside” trên các sản phẩm của mình nếu các sản phẩm đó đã có thương hiệu riêng và đạt được các tiêu chí về chất lượng do chương trình quy định. Như vậy, bên cạnh thương hiệu riêng của sản phẩm, các doanh nghiệp đủ tiêu chuẩn sẽ được dán thêm biểu tượng của thương hiệu quốc gia Việt Nam. Theo Cục xúc tiến Thương mại, Bộ Công thương thì mục đích của chương trình là nhằm tăng cường sự nhận biết của các nhà nhập khẩu trên thế giới đối với các sản phẩm mang nhãn hiệu Việt Nam, làm cho các nhà nhập khẩu và người tiêu dùng bên ngoài có một thái độ nhìn nhận tích cực hơn và ưa chuộng hàng Việt Nam hơn.

Nhằm xúc tiến nhanh cho chương trình được đưa vào thực tế, bên cạnh những hoạt động có tính gợi mở giúp doanh nghiệp làm quen với sự cạnh tranh trên thị trường thế giới, trong năm nay, Hội đồng tư vấn quốc gia của chương trình đang xây dựng một “danh sách” các doanh nghiệp đã có thương hiệu mạnh thuộc một số lĩnh vực xuất khẩu chính của Việt Nam như thủy sản, giày dép, dệt may, đồ gỗ... bên cạnh đó, chương trình cũng xúc tiến thực hiện các giải thưởng xuất khẩu của Thủ tướng Chính phủ và các giải thưởng cho công tác xây dựng và phát triển thương hiệu. Đặc biệt đáng chú ý là một loạt các hoạt động đã được tổ chức trong năm 2005 như: Bình chọn 10 nhà quản trị thương hiệu xuất sắc, giải thưởng thiết kế đồ gỗ và nội thất Việt Nam 2005, giải thưởng thiết kế bao bì nông sản thực phẩm 2005, nhà quảng cáo trong năm và công ty quảng cáo trong năm, phim quảng cáo, mẫu quảng cáo in, mẫu quảng cáo ngoài trời hay nhất 2005...

** Hỗ trợ về thị trường*

Ngày 01 tháng 8 năm 2001, Bộ tài chính đã ban hành thông tư số 61/2001/TT-BTC hướng dẫn các khoản chi hỗ trợ từ Quỹ hỗ trợ xuất khẩu cho hoạt động phát triển thị trường, đẩy mạnh xúc tiến thương mại tại doanh nghiệp bao gồm: (1) thu nhập thông tin về thị trường, khách hàng và hàng hoá xuất khẩu; (2) thuê tư vấn kinh tế thương mại; (3) hoạt động tìm kiếm thị trường xuất khẩu; (4) tổ chức gian hàng hội chợ, triển lãm tại nước ngoài; (5) đặt trung tâm xúc tiến thương mại Việt Nam ở nước ngoài; (6) đặt văn phòng đại diện doanh nghiệp và Hiệp hội ngành hàng tại Việt Nam ở nước ngoài.

Đối tượng được hỗ trợ là các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh xuất khẩu (thuộc mọi thành phần kinh tế) có số thực thu ngoại tệ hàng năm (ngoại trừ doanh nghiệp hoạt động dịch vụ tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại).

3. Hỗ trợ của các tổ chức nước ngoài

3.1.. Hỗ trợ về vốn và công nghệ

** Hỗ trợ về vốn*

Vốn là vấn đề quan trọng hàng đầu trong các DNNVV, đặc biệt là các DNNVV tham gia vào thị trường toàn cầu. Chính vì thế, hàng loạt các chương trình hỗ trợ tài chính cho các DNNVV được nhiều tổ chức triển khai. Có thể kể ra một số chương trình tiêu biểu sau đây:

- *Quỹ phát triển các DNNVV (SMEDF)*

Quỹ phát triển các DNNVV (SMEDF) do Liên minh Châu Âu tài trợ và được quản lý bởi Quỹ Hỗ trợ phát triển. Mục tiêu của SMEDF là nhằm cung cấp tín dụng và cải thiện các dịch vụ tài chính cho các DNNVV và do đó góp phần tạo việc làm và làm tăng thu nhập cho các doanh nghiệp trong nước. Hoạt động cho vay được thực hiện qua các ngân hàng thương mại như Ngân hàng Công thương (ICB), Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ngân hàng Á Châu (ACB), Ngân hàng đầu tư và phát triển Việt Nam (BIDV).

- *Chương trình tài trợ cho các DNNVV của JBIC*

Chương trình này do ngân hàng Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JBIC) tài trợ vốn và được kế hoạch bởi Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI) và Ngân hàng Nhà nước (SBV). Mục tiêu của chương trình là cung cấp các khoản vay trung và dài hạn đến các DNNVV qua các Ngân hàng trung gian bao gồm: Ngân hàng Công thương, Ngân hàng Đầu tư và Phát triển Việt Nam, Ngân hàng Đông Á và Ngân hàng Á Châu.

- *Chương trình Phát triển Dự án Mekong (MPDV)*

Chương trình phát triển dự án Mekong (MPDF) được thành lập năm 1997 nhằm hỗ trợ phát triển cho các DNNVV tại Việt Nam, Lào và Campuchia; đặc biệt hỗ trợ phát triển cho các công ty tư nhân tại Việt Nam. Mặc dù MPDF không cung cấp tài chính, chương trình Hỗ trợ Tư vấn doanh nghiệp (CAA) có thể hỗ trợ cho các nguồn tài trợ vốn đầu tư thông qua việc giúp đỡ chuẩn bị kế hoạch kinh doanh và làm đơn xin vay vốn, tìm ngân hàng cho vay hoặc quỹ đầu tư và hỗ trợ trong việc đàm phán với các tổ chức tài chính, bao gồm các ngân hàng trong và ngoài nước, các công ty cho thuê tài chính và các quỹ đầu tư tư nhân.

* *Hỗ trợ về công nghệ*

- *Tổ chức Dịch vụ chuyên gia cao cấp (SES) của Đức*

SES là một tổ chức phi lợi nhuận, được tài trợ bởi Bộ hợp tác và Phát triển kinh tế của Cộng hòa Liên bang Đức. SES tạo điều kiện cho các chuyên gia kỹ thuật và các nhà quản lý đã nghỉ hưu người Đức làm công tác tư vấn cho các doanh nghiệp địa phương trong một thời gian ngắn trên tinh thần tự nguyện. Chương trình này bắt đầu tại Việt nam năm 2000 và đã đưa nhiều chuyên gia sang làm việc ở nhiều ngành nghề khác nhau như dệt, nhựa và nông nghiệp. Tất cả các công ty đều có thể tham gia chương trình trong đó các DNNVV thuộc khu vực tư nhân được đặc biệt ưu tiên.

- *Tổ chức cung cấp dịch vụ cố vấn hải ngoại của Vương quốc Anh (BESO)*

BESO được sự hỗ trợ từ Bộ phát triển quốc tế của chính phủ Anh, chuyên cung cấp chuyên gia tư vấn cho các DNNVV tư nhân và các tổ chức

nhà nước ở các nước kém phát triển. Tùy theo yêu cầu trợ giúp nhận được, BESO sẽ tìm chuyên gia tự nguyện có kinh nghiệm để thực hiện công tác tư vấn ngắn ngày, từ 2 tuần đến 6 tháng. BESO không yêu cầu tổ chức xin trợ giúp phải trả chi phí ngoại trừ chi phí ăn, ở, đi lại của các chuyên gia tình nguyện trong thời gian làm việc. BESO có khoảng 3.500 chuyên gia trong đó chủ yếu là các nhà chuyên môn đã nghỉ hưu giàu kinh nghiệm và kỹ năng trong nhiều lĩnh vực như: xây dựng, sản xuất đồ gỗ, thủ công mỹ nghệ,...

3.2. Hỗ trợ dịch vụ phát triển kinh doanh

- *Hỗ trợ GTZ cho các DNNVV*

GTZ là một tổ chức của chính phủ Đức hoạt động dưới hình thức một công ty dịch vụ hợp tác quốc tế. Tại Việt Nam, GTZ phối hợp làm việc với Trung tâm xúc tiến Thương mại và Dịch vụ (BPSC), phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường và Chất lượng (STAMEQ). Website của GTZ tại Việt Nam là www.gtz.de/vietnam.

Các chương trình của GTZ nhằm đạt các mục tiêu sau: Nâng cao năng lực cạnh tranh của DNNVV; đẩy mạnh các dịch vụ phát triển kinh doanh trong 1 số lĩnh vực đào tạo và tư vấn quản lý, các dịch vụ thông tin internet, quản lý chất lượng, quản lý môi trường và lao động.

- *Chương trình Phát triển Dự án Mekong (MPDP)*

Ngoài các dịch vụ trợ giúp liên quan đến tài chính MPDP tập trung vào các lĩnh vực như: Đào tạo quản lý, cải thiện dịch vụ ngân hàng qua Trung tâm Đào tạo Ngân hàng, hỗ trợ các hiệp hội doanh nghiệp và hỗ trợ xây dựng cho các nhà tư vấn quản lý.

3.3. Hỗ trợ xúc tiến xuất khẩu

- *Chương trình phát triển Khu vực tư nhân (PSD) của DANIDA*

Chương trình PSD được tổ chức Viện trợ Phát triển quốc tế Đan Mạch (DANIDA) tài trợ. Chương trình PSD tập trung vào việc thiết lập các mối quan hệ hợp tác lâu dài cùng có lợi giữa các công ty Đan Mạch và các công ty

địa phương. Các tiêu chuẩn lựa chọn cho các công ty Việt Nam muốn tham gia chương trình là: (1) Là DNNVV; (2) Các nhà máy sản xuất trong bất kỳ ngành nào; (3) Các công ty TNHH và cổ phần (trừ các công ty liên doanh với công ty nước ngoài); (4) Có lợi nhuận trong 2-3 năm vừa qua.

- *Tổ chức Xúc tiến Thương mại của Nhật (JETRO)*

JETRO được chính phủ Nhật thành lập nhằm giúp các doanh nghiệp nước ngoài phát triển thương mại và những cơ hội kinh doanh khác với các doanh nghiệp Nhật Bản. Mục tiêu của JETRO là: (1) Hỗ trợ các DNNVV trong các hoạt động thương mại và đầu tư quốc tế; (2) Giúp đỡ các nước đang phát triển nhằm phát triển mạng lưới cung cấp linh kiện cho các công ty Nhật Bản; (3) Tạo hội chợ ảo trên mạng của JETRO nhằm giúp đỡ các doanh nghiệp ở các nước đang phát triển sử dụng internet để trưng bày sản phẩm một cách có hiệu quả và liên lạc với các khách hàng tiềm năng tại Nhật; (4) Tổ chức các hội thảo và các lớp đào tạo tại Nhật cho những người cho cả khu vực tư nhân và nhà nước của các nước đang phát triển.

- *Chương trình Xúc tiến Nhập khẩu của Thụy Sĩ (SIPPO)*

Chương trình Xúc tiến Nhập khẩu của Thụy Sĩ (SIPPO) nhằm đẩy mạnh xuất khẩu vào Thụy Sĩ và các nước Liên minh Châu Âu từ các nước đang phát triển.

Ngân sách của chương trình cho Việt Nam là 300.000 USD cho mỗi năm. Chương trình hợp tác với Cục Xúc tiến Thương mại (Vietrade) nhằm hỗ trợ cho các DNNVV của Việt Nam để có thể vào được thị trường Thụy Sĩ và Châu Âu thông qua các hoạt động như: Tạo điều kiện gặp gỡ giữa các nhà nhập khẩu Thụy Sĩ và xuất khẩu Việt Nam; Cung cấp thông tin về thị trường cho nhiều ngành nghề kinh doanh; Tổ chức các phái đoàn tiếp cận và mua bán; Dịch vụ tư vấn cho việc phát triển sản phẩm và tiếp thị; Hợp tác với Vietrade và các hiệp hội ngành nghề khác trong việc đẩy mạnh xuất khẩu; Xây dựng năng lực cho các DNNVV trong việc quản lý chất lượng, tiếp thị và quản lý xuất khẩu.

IV. THỜI CƠ VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC DNNVV TRONG XUẤT KHẨU KHI VIỆT NAM GIA NHẬP WTO

1. Thời cơ và vận hội đối với các DNNVV trong xuất khẩu khi Việt Nam gia nhập WTO

1.1. WTO mở ra cơ hội một cách toàn diện về thị trường hàng hoá, thị trường dịch vụ, thị trường vốn, thị trường công nghệ cho các DNNVV

** Tạo cơ hội mở rộng thị trường hàng hoá và dịch vụ*

Từ lâu nay, thiệt thòi lớn nhất đối với các DNNVV Việt Nam chính là rất khó khăn trong việc tiếp cận thị trường thế giới. Khó khăn đó một phần nguyên nhân là do sự cản trở của các cơ chế chính sách trong nước nhưng nguyên nhân lớn nhất là vì Việt Nam chưa phải là thành viên của WTO. Nhưng khi chúng ta đã gia nhập tổ chức này thì sẽ mở ra một cánh cửa rộng lớn với vô số cơ hội cho các DNNVV. Điều đầu tiên mà bất kỳ doanh nghiệp nào cũng nhận thấy khi gia nhập WTO là Việt Nam sẽ được tiếp cận với thị trường toàn cầu trên cơ sở cạnh tranh bình đẳng, không bị rào cản của thuế quan và phi thuế quan, điểm mà doanh nghiệp nào cũng mong muốn. Trong thị trường rộng lớn đó, các doanh nghiệp mặc sức tung hoành với những chiến thuật, chiến lược kinh doanh của mình để khuếch trương qui mô và thu về những nguồn lợi khổng lồ.

Theo qui định của tổ chức thương mại thế giới, các DNNVV Việt Nam sẽ được hưởng các quyền lợi sau:

- Thuế quan và các hàng rào phi thuế quan vào các nước WTO sẽ được giảm đáng kể .
- Không bị phân biệt đối xử thông qua việc được hưởng quy chế tối huệ quốc (MFN) và quy chế đối xử quốc gia (NT).
- Được hưởng ưu đãi, đối xử đặc biệt dành cho các nước đang phát triển.

Các quy định đó sẽ mang lại những lợi ích cụ thể sau:

a. Tăng cường xuất khẩu thông qua việc giải quyết vấn đề tiếp cận thị trường của các thành viên WTO

Khi Việt Nam gia nhập WTO, các doanh nghiệp vừa và nhỏ có nhiều cơ hội hợp tác kinh doanh với nhiều bạn hàng hơn. Bởi lẽ, gia nhập WTO là một “điểm cộng” đối với các doanh nghiệp và toàn bộ nền kinh tế trong con mắt của cộng đồng thế giới. Với một môi trường kinh doanh lành mạnh, tuân thủ các quy tắc chung của luật pháp quốc tế, các doanh nghiệp Việt Nam sẽ nâng cao được uy tín, sự tin tưởng và tính hấp dẫn trong việc hợp tác kinh doanh với đối tác nước ngoài.

Cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu sẽ kéo theo những ảnh hưởng tích cực với các ngành kinh tế trong nước, sản xuất sẽ được mở rộng và tạo ra nhiều công ăn việc làm, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

b. Việt Nam sẽ được hưởng một số ưu đãi miễn trừ dành riêng cho các nước đang phát triển góp phần tạo ra lợi thế cạnh tranh cho các DNNVV

Có nhiều hiệp định của WTO đều dành những khoản ưu đãi riêng cho các nước đang phát triển, kém phát triển, các nước có nền kinh tế chuyển đổi (tất cả chiếm 3/4 số thành viên của WTO), chúng gọi là các đối xử đặc biệt và khác biệt. Những ưu đãi dành riêng cho nhóm các nước này được nêu trong các hiệp định về thương mại hàng hoá (liên quan đến: (i) thuế quan, (ii) các biện pháp phi thuế quan như: hạn chế định lượng; trợ cấp và các biện pháp hỗ trợ xuất khẩu của chính phủ trong nông nghiệp, công nghiệp; định giá hải quan; hàng rào kỹ thuật, (iii) các biện pháp tự vệ trong thương mại...), các hiệp định về Thương mại dịch vụ, các hiệp định về thương mại liên quan đến đầu tư... Chúng thường mang tính chất giảm nhẹ so với nghĩa vụ và cam kết chung mà WTO đề ra. Ví dụ như: miễn không phải thực hiện một nghĩa vụ nào đó; mức độ cam kết thấp hơn; các doanh nghiệp cũng có thể chỉ phải chịu một mức thuế xuất khẩu thấp vào thị trường các nước phát triển nếu như nước đó cho Việt Nam hưởng ưu đãi phổ cập

GSP,...Các ưu đãi này sẽ góp phần tạo ra lợi thế cạnh tranh nhất định cho các DNNVV trước các đối thủ cạnh tranh đến từ các nước phát triển.

Tuy nhiên việc được hưởng các ưu đãi này phụ thuộc rất nhiều vào quá trình đàm phán với các đối tác và cách thức vận dụng các quy định ưu đãi của Nhà nước. Và cũng cần phải nhấn mạnh rằng các DNNVV không nên ỷ lại hay trông chờ quá nhiều vào các ưu đảinày, vì trên thực tế chúng ta đã biết các nước thành viên đều gây áp lực để các nước gia nhập phải mở cửa nhiều nhất có thể, hơn nữa các ưu đãi này nếu được hưởng thì cũng có điều kiện, có thời hạn. Điều quan trọng nhất là các DNNVV phải tận dụng được cơ hội xâm nhập, chiếm lĩnh và mở rộng thị trường bằng cách chủ động nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

** Cơ hội tiếp cận nguồn vốn dồi dào từ bên ngoài*

Hầu hết các DNNVV hiện nay hoạt động chủ yếu là vốn tự có hoặc có chăng chỉ là vay từ bạn bè, người thân quen, bản thân người lao động trong doanh nghiệp và các tổ chức tài chính phi chính thức. Trong khi đó việc tiếp cận các nguồn vốn từ các tổ chức tín dụng chính thức của nhà nước, từ các ngân hàng là rất khó khăn. Các ngân hàng, các tổ chức tín dụng đua nhau tăng lãi suất huy động khiến mặt bằng lãi suất cho vay rất cao, thêm vào đó là điều kiện cho vay thường rất chặt chẽ, các DNNVV cũng thường bị phân biệt đối xử so với các doanh nghiệp nhà nước. Vốn huy động từ các dự án hay nguồn vốn tài trợ của nước ngoài là rất khan hiếm. Vốn huy động từ thị trường chứng khoán thì các DNNVV không đủ điều kiện. Có thể nói, đa phần các DNNVV có quy mô sản xuất kinh doanh nhỏ lại luôn trong tình trạng thiếu vốn, “khát vốn” cho mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, đầu tư cải tiến máy móc, trang thiết bị mới. Đây là một trở ngại rất lớn đối với sự phát triển của các DNNVV. Việt Nam không thiếu các nhà kinh doanh giỏi, giàu ý tưởng. Thế nhưng, sự hạn hẹp về nguồn vốn là yếu tố hàng đầu kìm hãm sự phát triển đó.

Gia nhập WTO các DNNVV có nhiều cơ hội trong việc tiếp cận các nguồn vốn để đầu tư mở rộng sản xuất kinh doanh hơn. Mặt khác, khi Việt Nam gia nhập WTO các doanh nghiệp cũng có thể tiếp cận nhiều chương trình, dự án hỗ trợ của các nước và các định chế tài chính quốc tế như: Ngân hàng thế giới (WB), Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF), Ngân hàng phát triển Châu á (ADB),...

** Cơ hội tiếp cận với kỹ thuật, công nghệ hiện đại, nâng cao trình độ quản lý và chất lượng nguồn nhân lực*

Hội nhập vào WTO cũng đã tạo điều kiện cho các DNNVV Việt Nam có điều kiện làm quen, tiếp cận và ứng dụng các kỹ thuật công nghệ cao cũng như các phương thức, tác phong công nghiệp của các nước công nghiệp phát triển như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản. Khoa học, kỹ thuật, công nghệ và cả nguồn nhân lực đều có cơ hội giao lưu tham gia vào sự phân công lao động toàn cầu. Cùng với tăng trưởng mạnh hơn trong thương mại, các hoạt động chuyển giao công nghệ, di chuyển sức lao động, di chuyển vốn sẽ diễn ra sôi động hơn, thuận lợi hơn.

Về vấn đề nhân lực, hội nhập kinh tế quốc tế cũng mang lại cơ hội nâng cao tay nghề cho người lao động và trau dồi kiến thức, nâng cao kinh nghiệm quản lý cho người điều hành quá trình sản xuất. Sức ép của hội nhập buộc tự thân người lao động phải nâng cao trình độ. Mặt khác thị trường lao động trong những năm tới cũng sẽ phải vận hành lành mạnh hơn, tương thích với các yêu cầu của hội nhập. Các DNNVV cũng sẽ thuận lợi hơn trong việc thuê và tuyển dụng lao động trong và ngoài nước có chất lượng cao...

1.2. Gia nhập WTO sẽ đem lại cho các DNNVV Việt Nam tư cách pháp lý đầy đủ và bình đẳng hơn trong thương mại thế giới

Dù quy mô của nền kinh tế Việt Nam so với các nền kinh tế lớn trên thế giới hay quy mô của các DNNVV so với các doanh nghiệp trên thế giới có

nhỏ bé đến đâu đi chăng nữa thì các DNNVV Việt Nam cũng sẽ được đối xử bình đẳng trong các tranh chấp thương mại trên thị trường thế giới.

** Được hưởng quy chế MFN và NT:*

Một khi đã là thành viên của WTO, chúng ta sẽ được hưởng quy chế tối huệ quốc và đối xử quốc gia một cách vô điều kiện. Theo MFN – Quy chế tối huệ quốc có nghĩa là tất cả các hàng hoá dịch vụ và công ty của các thành viên WTO đều được hưởng một chính sách chung bình đẳng. Theo NT – Quy chế đối xử quốc gia (đãi ngộ quốc gia) là không có sự phân biệt đối xử giữa hàng hoá dịch vụ và các công ty của mình với hàng hoá dịch vụ và các công ty của nước ngoài trên thị trường nội địa. Như vậy, mặt pháp lý các DNNVV Việt Nam sẽ được bình đẳng, không bị phân biệt đối xử với doanh nghiệp ở thị trường nước sở tại hoặc doanh nghiệp của một nước thứ ba.

** Tránh được tình trạng bị xử ép trong các tranh chấp thương mại quốc tế*

Việt Nam sẽ có lợi thế hơn trong giải quyết tranh chấp với các đối tác thương mại chính, do tiếp cận được hệ thống giải quyết tranh chấp công bằng và hiệu quả của WTO, tránh tình trạng bị các nước lớn gây sức ép trong các tranh chấp thương mại quốc tế. WTO là diễn đàn thương mại mà ở đó mọi thành viên đều có quyền bảo vệ mình khi có xảy ra tranh chấp. Những luật lệ đã được đưa vào thế giới thương mại, một thế giới mà trước đây những nước yếu không đủ sức kháng cự những nước mạnh. Trở thành thành viên của WTO có nghĩa là các nước còn yếu như Việt Nam có quyền khiếu nại và thương lượng một cách công bằng hơn với các cường quốc dựa trên những luật lệ chung đó.

1.3. Môi trường kinh doanh được cải thiện theo hướng tự do, minh bạch, bình đẳng hơn, tạo thuận lợi cho các DNNVV đầu tư mở rộng sản xuất

Bên cạnh những lợi ích kể trên, việc tăng cường hội nhập và gia nhập WTO cũng sẽ tạo điều kiện và tạo áp lực để Việt Nam cải cách chính sách, thể chế luật pháp với việc hoàn thiện hệ thống pháp luật, hoàn thiện cơ chế chính sách... Điều

này không chỉ mang lại hiệu quả trong hiện tại mà còn là tiền đề thúc đẩy tăng năng suất và hiệu quả của cả nền kinh tế trong trung hạn và dài hạn. Tác động của việc lành mạnh hoá môi trường kinh doanh mang lại có thể khó lường hoá được nhưng có thể nói nó mang lại những lợi ích vô cùng to lớn cho các doanh nghiệp.

Đứng trước yêu cầu và sức ép của phát triển kinh tế, toàn cầu hoá, hội nhập kinh tế quốc tế và gia nhập WTO thì cùng với hệ thống pháp luật, cơ chế chính sách hiện tại của Việt Nam, nền hành chính quốc gia buộc phải được cải cách và đổi mới theo hướng tương thích và phù hợp với các quá trình này. Điển hình gần đây nhất là sự ra đời của Luật Đầu tư chung, Luật Doanh nghiệp thống nhất, Luật Hải quan, các luật thuế sửa đổi và các cải cách hành chính, cơ chế chính sách. Các doanh nghiệp được mở rộng, tự do, tự chủ kinh doanh và cạnh tranh một cách bình đẳng hơn trong những ngành nghề mà pháp luật không cấm. Như nhiều chuyên gia nhận định, đây thực sự là việc “cởi trói” cho các doanh nghiệp.

1.4. Tham gia vào WTO sẽ tạo ra sức ép, môi trường và động lực thúc đẩy cho sự phát triển và lớn mạnh của các DNNVV Việt Nam

Tham gia vào WTO sẽ tạo ra sức ép buộc các DNNVV phải đổi mới, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, tích cực áp dụng các thành tựu khoa học công nghệ và cung cách quản lý, làm ăn mới.

Thông qua việc phải cạnh tranh khốc liệt ngay tại thị trường trong nước và trên thị trường thế giới sẽ buộc các DNNVV phải đuổi kịp và vượt qua các đối thủ cạnh tranh về chất lượng, giá cả, hàng hoá... Chính trong quá trình khó khăn đó, các DNNVV sẽ trưởng thành hơn, bản lĩnh hơn, năng động hơn trong thương mại quốc tế. Và cũng chính trong môi trường cạnh tranh gay gắt, quy luật đào thải sự yếu kém, lạc hậu sẽ không loại trừ bất cứ một doanh nghiệp, một ngành nghề lĩnh vực nào. Đó là một quá trình sàng lọc tự nhiên theo đó, những ngành không có lợi thế đương nhiên sẽ bị phá sản, những doanh nghiệp làm ăn thua lỗ sẽ bị thay thế bởi các doanh nghiệp trong

và ngoài nước có đủ khả năng. Các DNNVV sẽ phải tính toán lựa chọn những ngành nghề mà mình có lợi thế so sánh và hệ quả tất yếu là nền sản xuất trong nước sẽ hiệu quả hơn, các nguồn lực sẽ được phân bổ hợp lý hơn.

2. Những thách thức đối với các DNNVV trong xuất khẩu khi Việt Nam gia nhập WTO

Hội nhập chỉ là phương tiện phục vụ cho sự nghiệp phát triển chứ không phải là mục đích cuối cùng. Những thoả thuận vừa mới đạt được chỉ là bề nổi, chỉ là vật cản trước mắt trên lộ trình hội nhập. Đồng hành với những cơ hội luôn là những thách thức. Cơ hội càng tốt bao nhiêu thì thách thức càng cam go bấy nhiêu. Sẽ là sai lầm và nguy hiểm nếu chúng ta cho rằng, hậu WTO sẽ chỉ tốt mà thôi. WTO không tự mang lại cơ hội “đổi đời” cho các doanh nghiệp Việt Nam. Trước mắt chúng ta còn bao nhiêu thách thức cần phải vượt qua, nếu không chuẩn bị kỹ sẽ thất bại. “ Cũng như một con tàu, khi ra biển lớn sẽ thênh thang hơn nhưng ắt cũng phải chịu sóng to gió lớn”. Những thách thức đặt ra đối với các DNNVV có thể bắt nguồn từ bên ngoài những cũng có thể bắt nguồn từ chính những điểm yếu của các DNNVV Việt Nam hiện nay.

2.1. Hội nhập WTO trong bối cảnh nhiều DNNVV chưa chuẩn bị đầy đủ hành trang cần thiết

Hội nhập WTO trong bối cảnh nhiều DNNVV còn yếu kém và hạn chế một cách toàn diện về vốn, công nghệ, chất lượng nguồn nhân lực, tên tuổi thương hiệu, không có được thông tin, kiến thức đầy đủ về WTO, không có nhiều kinh nghiệm kinh doanh trong một thị trường cạnh tranh có tính chất toàn cầu. Thế và lực của các DNNVV còn yếu tại thị trường trong và ngoài nước. Đó là thách thức lớn nhất của các DNNVV Việt Nam.

**** Năng lực hội nhập của nhiều DNNVV còn yếu***

Năng lực hội nhập của một doanh nghiệp thể hiện qua các yếu tố quan trọng sau: Năng lực về vốn, năng lực công nghệ, năng lực nguồn nhân lực/con người, năng lực tiếp cận thị trường và tạo thương hiệu...

Năng lực hội nhập của một quốc gia đều xuất phát từ năng lực hội nhập của doanh nghiệp. Một nền kinh tế có khả năng cạnh tranh cao phải có nhiều doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh tốt và một nền kinh tế muốn hội nhập thành công phải có nhiều doanh nghiệp có khả năng hội nhập.

Việt Nam đã chính thức trở thành thành viên của WTO, tham gia vào một sân chơi tầm cỡ toàn cầu nhưng điều đáng lo ngại là các DNNVV (chiếm trên 90% tổng số các doanh nghiệp được thành lập) chưa ý thức được những nguy cơ mà sân chơi đó mang lại, chưa trang bị cho mình một hành trang cần thiết, thậm chí coi công việc hội nhập là công việc của Nhà nước, của các doanh nghiệp lớn.

**** Các DNNVV chưa nắm được thông tin, kiến thức đầy đủ về WTO***

Với các doanh nghiệp Việt Nam, do chưa được thông tin đầy đủ nên không phải ai cũng sẵn sàng tận dụng thời cơ và thách thức khi hội nhập. Thậm chí không ít doanh nghiệp còn giữ cách nghĩ việc thành công trong kinh doanh là do một số mối quan hệ nào đó mang lại. Với một nền kinh tế hội nhập, đó là một nhầm lẫn.

Đến thời điểm này lẽ ra đã phải tính toán cho những kế hoạch, chiến lược hậu WTO, tuy nhiên, vừa qua tại buổi tọa đàm doanh nhân Việt Nam và những vấn đề mới khi gia nhập WTO do Trung tâm xúc tiến thương mại TP HCM tổ chức, nhiều chuyên gia đã khẳng định, hiện nay đa số các doanh nghiệp chưa có sự hiểu biết sâu sắc về WTO, đồng thời cũng đồng nhất ý kiến cần phải tăng cường hơn nữa cho các DNNVV hiểu biết về tổ chức thương mại lớn này.

2.2. Các DNNVV sẽ phải đối mặt với áp lực cạnh tranh gay gắt

Thách thức lớn nhất của Việt Nam sẽ vẫn là ở khả năng cạnh tranh của nền kinh tế. Khi Việt Nam gia nhập WTO chắc chắn sức ép cạnh tranh lên toàn bộ nền kinh tế nói chung và các DNNVV nói riêng sẽ tăng lên gấp bội.

Trên thị trường thế giới với nhiều rào cản hữu hình và vô hình vẫn còn tồn tại, có hàng ngàn đối thủ với đủ loại phương thức và thủ đoạn cạnh tranh. Vì vậy việc xâm nhập và chiếm lĩnh thị trường trên thế giới là điều không hề dễ dàng. Nó có thể tạo cơ hội để các DNNVV giải bài toán về thị trường thông qua đẩy mạnh xuất khẩu từ đó mở rộng đầu tư sản xuất kinh doanh nhưng thị trường thế giới cũng đầy rẫy những cạm bẫy và hiểm nguy có thể nhấn chìm bất cứ một doanh nghiệp nào.

Vấn đề đặt ra là các doanh nghiệp cần phải nhìn nhận, phân tích thấu đáo những thuận lợi và bất lợi khi Việt Nam gia nhập WTO. Theo đó, chuẩn bị cho mình những bước đi hợp lý. Vào WTO, Việt Nam sẽ phải thực hiện mở cửa, tự do hoá thương mại, có nghĩa là phải giảm thuế, bỏ hàng rào phi thuế, rồi thực hiện đối xử theo quy chế tối huệ quốc... Khi tất cả các “hàng rào” dựng lên để bảo hộ doanh nghiệp trong nước không còn, thì việc cạnh tranh với các đối thủ “nặng ký” không phải là điều dễ chịu chút nào. Trước sự thay đổi này, nếu các doanh nghiệp chuẩn bị cho mình trước thì sự thành công trong kinh doanh sẽ rõ rệt hơn. Nhưng nếu doanh nghiệp không có sự chuẩn bị trước, cứ giữ cung cách quản lý như cũ – chờ bao cấp, chờ bảo hộ thì sẽ phải nhiều thua thiệt, thậm chí không thể trụ lại được.

2.3. Các DNNVV phải đối mặt với nguy cơ bị thôn tính từ các công ty lớn

Bước vào sân chơi WTO, các DNNVV Việt Nam sẽ phải chịu áp lực thôn tính không chỉ từ các doanh nghiệp trong nước mà còn từ các doanh nghiệp nước ngoài, khi mà những cam kết mở cửa theo qui định của WTO (hiệp định TRIMS) buộc Việt Nam phải dỡ bỏ sự khống chế về tỷ lệ tham gia của nhà đầu tư nước ngoài từ 49% lên 100%. Thực sự là tầm vóc của các doanh nghiệp Việt Nam quá nhỏ bé so với tiềm lực (tài chính, khoa học kỹ

thuật...) quá mạnh của các tập đoàn nước ngoài. Một số vụ thôn tính chỉ nhằm mục đích tạo lợi nhuận tài chính nhanh chóng cho những doanh nghiệp đi thôn tính, nhưng phần lớn các vụ thôn tính công khai được thực hiện cho những mục tiêu chiến lược nhằm chiếm lĩnh thị trường trong nước. Chắc chắn việc thôn tính, sáp nhập, mua lại là một hiện tượng mà chúng ta sẽ được chứng kiến thường xuyên khi Việt Nam gia nhập WTO.

2.4. Thách thức trong việc tuân thủ và đáp ứng các quy định của pháp luật thế giới

**** Hệ thống pháp luật thế giới rất phức tạp***

Hệ thống pháp luật thế giới vô cùng phức tạp. Trong phạm vi quốc tế các mối quan hệ xã hội phát sinh thường và chủ yếu được chia thành hai nhóm: Nhóm quan hệ xã hội phát sinh giữa các quốc gia với quốc gia và nhóm quan hệ xã hội phát sinh giữa các doanh nghiệp với nhau.

Tổng hợp tất cả các quy tắc điều chỉnh mối quan hệ về thương mại giữa các quốc gia chính là pháp luật thương mại quốc tế. Pháp luật thương mại quốc tế là một bộ phận của công pháp quốc tế nhưng lại có tác động rất lớn đến các doanh nghiệp.

Tổng hợp tất cả các quy tắc điều chỉnh mối quan hệ phát sinh từ hoạt động kinh doanh thương mại của các doanh nghiệp của các nước với nhau là pháp luật kinh doanh quốc tế, nó là một bộ phận của tư pháp quốc tế.

Nguồn luật điều chỉnh quan hệ giữa các bên trong thương mại quốc tế bao gồm bản thân chính thoả thuận của các bên (ví dụ: hợp đồng), nguồn luật quốc gia, các điều ước quốc tế về thương mại hoặc các tập quán thương mại quốc tế hoặc thậm chí là các án lệ.

Phần lớn thương mại trên thế giới hiện nay chịu sự điều chỉnh bởi các luật lệ của WTO. Gia nhập WTO, chính phủ và các doanh nghiệp phải tuân thủ và chấp hành các quy định của WTO một cách vô điều kiện. Mặt khác, các DNNVV cũng phải hiểu biết và tuân thủ pháp luật của các nước. Dù chịu

sự điều chỉnh chung của các hiệp định trong WTO, nhưng hệ thống pháp luật của mỗi nước lại có những điểm phức tạp khác nhau...

Như vậy vấn đề đặt ra là càng xâm nhập thị trường quốc tế thì doanh nghiệp cũng phải thông hiểu luật lệ, càng chịu sự điều chỉnh của nhiều nguồn luật. Việc đáp ứng các yêu cầu này không hề đơn giản.

**** Phải đáp ứng các yêu cầu minh bạch hoá trong kinh doanh***

Đây là một thách thức đối với các DNNVV hiện nay, vốn vẫn còn quen với cách làm ăn nhỏ lẻ, ít nhiều còn mang dấu ấn của tư duy và cung cách quản trị lạc hậu. Bản thân chủ các DNNVV và người lao động cũng phải nâng cao trình độ, năng lực, nhất là kiến thức về hội nhập.

Khi gia nhập WTO, khái niệm thị trường trong nước và ngoài nước cũng sẽ thay đổi, biên giới hay lãnh thổ quốc gia không thể ngăn cản được dòng chu chuyển giao lưu buôn bán, phạm vi hoạt động của các doanh nghiệp vì thế cũng rộng hơn, sức ép mạnh hơn, yêu cầu cao hơn. Vấn đề đặt ra là nhà quản trị trong các DNNVV phải làm thế nào để đủ tầm bao quát quản lý trong môi trường kinh doanh rộng lớn đó. Muốn trụ vững được không có cách nào khác doanh nghiệp phải nâng cao được năng lực và “sức chiến đấu” của mình.

**** Một thách thức rất lớn khác là tuân thủ các hiệp định trong WTO nhất là vấn đề quyền sở hữu trí tuệ***

Tuân thủ chấp hành các quy định về sở hữu trí tuệ trong hiệp định TRIPs là một thách thức chung của các nước thành viên đang và chậm phát triển trong WTO. Lẽ đương nhiên về lâu dài việc bảo vệ sở hữu trí tuệ sẽ khuyến khích tự do sáng tạo, có lợi cho các nước. Nhưng trong thời điểm hiện nay, TRIPs đang có xu hướng bất lợi cho các nước đang và chậm phát triển, bởi vì hiện nay thông qua các tập đoàn kinh tế, các công ty xuyên quốc gia, các nước phát triển đang nắm giữ các phát minh sáng chế, công nghệ hiện đại của thế giới. Chi phí để có được các công nghệ hiện đại này thường rất tốn kém, nó nằm ngoài tầm tay của các DNNVV. Hơn nữa, tiềm lực nhỏ bé

không cho phép các DNNVV tự đầu tư mạnh cho nghiên cứu phát triển R&D. Công nghệ của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và của các DNNVV nói riêng vốn đã lạc hậu rất nhiều so với thế giới lại càng có nguy cơ lạc hậu hơn.

2.5. Thách thức trong việc vượt qua các hàng rào phi thuế quan trong thương mại quốc tế

Gia nhập WTO, hàng rào thuế quan vốn là công cụ gây cản trở thương mại một khi đã được dỡ bỏ sẽ thúc đẩy hoạt động giao lưu buôn bán qua các nước của các DNNVV sẽ trở nên thuận lợi hơn. Tuy nhiên trong thực tế điều này không phải bao giờ cũng đúng. Sự thực là các nước, đặc biệt là các nước phát triển một mặt luôn đi đầu trong việc đòi hỏi phải đàm phán mở cửa thị trường, kêu gọi dỡ bỏ hàng rào thuế quan, cổ xúy cho tự do hoá thương mại nhưng mặt khác lại dung nên những hàng rào bảo hộ tinh vi, phức tạp hơn để bảo hộ sản xuất trong nước họ, trong đó phải kể đến hàng rào kỹ thuật – thứ vũ khí bảo hộ được coi là hiệu quả nhất và lại được phép trong thương mại quốc tế. Chúng đã trở thành hàng rào phi thuế quan hàng đầu cản trở xuất khẩu của các nước đang phát triển. Một điều trớ trêu là càng những nước phát triển thì hàng rào kỹ thuật lại càng tinh vi. Hoa kỳ, Nhật Bản, EU là ba nền kinh tế lớn nhất - đầu tàu thế giới nhưng lại chiếm đa số các hàng rào kỹ thuật. Hàng rào kỹ thuật bao gồm: các quy định về kỹ thuật (các yêu cầu đặc trưng sản phẩm, yêu cầu mã hiệu, nhãn mác, đóng gói, giám định và kiểm dịch...); hàng rào kỹ thuật màu xanh (các biện pháp bảo vệ môi trường); tiêu chuẩn về lao động, trách nhiệm xã hội;...

Khi mà thuế quan giảm xuống theo các cam kết của WTO thì hàng rào kỹ thuật sẽ được các nước tích cực sử dụng cho mục đích bảo hộ. Với tính chất phức tạp và tinh vi của mình, các hàng rào kỹ thuật sẽ là một vật cản không nhỏ cho các DNNVV khi xâm nhập vào thị trường thế giới.

CHƯƠNG III

GIẢI PHÁP ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG XUẤT KHẨU CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TRONG THỜI KỲ HỘI NHẬP

I. VỀ PHÍA NHÀ NƯỚC

Nhà nước cần có các cơ chế chính sách hỗ trợ và tạo điều kiện cho các DNVVN phát triển. Sự hỗ trợ này phải đảm bảo các nguyên tắc sau:

- Hỗ trợ không được bóp méo cạnh tranh, hỗ trợ phải không vi phạm các quy định của WTO.
- Hỗ trợ nhưng theo hướng thúc đẩy sự tự chủ, nâng động của DNNVV
- Hỗ trợ cho các DNNVV trên quan điểm bình đẳng giữa các thành phần kinh tế, bất kỳ đó là các DNNVV thuộc khu vực tư nhân hay nhà nước đều phải đối xử như nhau.
- Những biện pháp hỗ trợ phải hướng vào việc phát triển các DNVVN một cách bền vững, mang tính lâu dài.

1. Nhóm các giải pháp về hoàn thiện hệ thống chính sách, pháp luật

Tiếp tục hoàn thiện và bổ sung hệ thống chính sách, pháp luật theo hướng:

1.1. Hoàn thiện hệ thống pháp luật theo hướng minh bạch, thông thoáng, phù hợp với yêu cầu của WTO và của kinh tế thị trường.

Hệ thống pháp luật trước hết phải phù hợp với kinh tế thị trường. Nó phải tôn trọng các quy luật của kinh tế thị trường, phải tạo thuận lợi cho kinh tế thị trường phát triển. Phải xây dựng một môi trường kinh doanh bình đẳng, lành mạnh, thông thoáng trong việc tiếp cận thông tin, nguồn lực đất đai, vốn, lao động, công nghệ.

Xoá bỏ những phân biệt đối xử về tín dụng, về thuế, về thuê đất đai và các ưu đãi khác. Không được hạn chế quyền tự do kinh doanh của doanh nghiệp. Cần kiên quyết loại bỏ tư duy “quản lý được đến đâu thì mở ra đến

đó”, nghiêm túc thực hiện và quán triệt quan điểm “doanh nghiệp được phép kinh doanh bất cứ lĩnh vực nào mà pháp luật không cấm”.

Hệ thống pháp luật phải tương thích với WTO theo hướng tự do hoá thương mại, minh bạch, ổn định, không phân biệt đối xử. Phải sớm xây dựng và vận động các nước thừa nhận Việt Nam là một nước có nền kinh tế thị trường. Quan trọng nhất là phải xây dựng một nền kinh tế thị trường có tính cạnh tranh.

Tiến hành rà soát, loại bỏ các quy định, giấy phép, thủ tục phiền hà cho doanh nghiệp. Đẩy mạnh hơn nữa công cuộc cải cách hành chính, đổi mới trong cung cách phục vụ doanh nghiệp, phải xem doanh nghiệp là đối tượng phục vụ chứ không phải là đối tượng cho xin, nên hành chính phải thực sự là “công bộc” của dân, tạo thuận lợi tối đa cho các doanh nghiệp có điều kiện làm ăn chân chính. Nhân rộng mô hình giao dịch giữa các cơ quan chính phủ và doanh nghiệp qua mạng, tăng tốc trong chiến lược xây dựng Chính phủ điện tử.

1.2. Cần sớm cải thiện khả năng thực thi pháp luật, đưa các nguồn luật vào cuộc sống.

Lâu nay khâu yếu kém nhất của chúng ta là chính ở khâu thực thi luật pháp. Đẻ ra một nguồn luật đúng đắn thường tốn rất nhiều thời gian, công sức, tiền của của xã hội., nhưng có nhiều nguồn luật rất chậm đi vào cuộc sống. Điều này thể hiện qua: (i) Tình trạng luật tồn đọng chờ nghị định hướng dẫn diễn ra phổ biến. Chính phủ dường như bị quá tải trong việc đưa ra các nghị định này. Điều này khiến chúng ta rút ra hai nhận định: Một là năng lực hướng dẫn, tuyên truyền pháp luật còn kém; Hai là, ngay cả các nguồn luật đó cũng có vấn đề. Bởi thiết nghĩ rằng, nếu một nguồn luật thực sự tốt thì nó đã có khả năng áp dụng ngay vào thực tiễn chứ không quá thụ động chờ nghị định như hiện nay; (ii) Khả năng thực thi và tuân thủ pháp luật từ cả phía doanh nghiệp

lẫn nhà nước còn chưa cao... Do đó cần thay đổi ngay quá trình cho ra đời và thực thi luật pháp của chúng ta. Cụ thể như sau:

- Xây dựng các văn bản hướng dẫn thi hành các văn bản Luật, đặc biệt là Luật Đầu tư, Luật Doanh nghiệp và Luật Chứng khoán mới được ban hành để các doanh nghiệp thực sự hoạt động trong môi trường cạnh tranh, bình đẳng, công khai, minh bạch, phù hợp với các cam kết hội nhập.
- Đồng thời, tiếp tục ban hành các văn bản hướng dẫn Luật kế toán, qui định về kiểm toán độc lập và kiểm toán bắt buộc, chuẩn mực kế toán, kiểm toán, theo hướng giảm gánh nặng cho doanh nghiệp trong việc tuân thủ các qui định liên quan đến kế toán và tăng mức độ tin cậy của các báo cáo tài chính doanh nghiệp.

Các cơ quan Nhà nước cần nghiêm túc và xúc tiến đẩy nhanh tiến độ thực hiện theo tinh thần của luật doanh nghiệp thống nhất, luật đầu tư chung, nghị định 91-2001-NĐ-CP về hỗ trợ và phát triển DNVVN. Đây đều là những nguồn luật quan trọng của cộng đồng doanh nghiệp nói chung và các DNNVV nói riêng. Chúng đều có những điểm cải cách, tiên bộ, thông thoáng.

2. Nhóm các giải pháp hỗ trợ về vốn

Phải tăng cường tiềm lực tài chính cho các DNNVV. Sự hỗ trợ của Nhà nước là rất cần thiết, nhất là các DNNVV mới thành lập. Việc hỗ trợ này có thể thực hiện bằng cách:

2.1. Xác lập và triển khai chương trình tài trợ vốn cho các DNNVV

Tài trợ vốn cho các DNNVV có thể thực hiện cho cả hai loại là tài trợ vốn ban đầu để hình thành doanh nghiệp và tài trợ vốn vay khi doanh nghiệp kinh doanh thiếu vốn. Trong trường hợp đầu, Nhà nước thông qua các định chế tài chính phi lợi nhuận để cấp vốn đầu tư cho các chủ nhân muốn thành lập doanh nghiệp nhưng chưa có đủ vốn. Nhà nước có thể hỗ trợ vốn không lãi suất từ 20% đến 50% tổng mức vốn đầu tư ban đầu để thành lập doanh

nghiệp. Các doanh nghiệp sau khi bước vào kinh doanh có sản phẩm tiêu thụ sẽ hoàn trả vốn cho Nhà nước từ số lãi thu được trong thời gian từ 2 đến 5 năm hoặc lâu hơn. Để thực hiện được chính sách này, Nhà nước sẽ cho phép mỗi địa phương được lập ra các quỹ đầu tư, ngân sách địa phương sẽ đầu tư ban đầu vào quỹ này, sau đó quỹ có nghĩa vụ tiếp nhận các khoản đầu tư từ bên ngoài để bổ sung nguồn vốn hỗ trợ các chủ nhân muốn thành lập doanh nghiệp, Nhà nước sẽ cấp bù lãi suất và bảo đảm kinh phí cho hoạt động tổ chức này.

2.2. Khẩn trương triển khai, thành lập các quỹ bảo lãnh tín dụng.

Đẩy nhanh việc thành lập và vận hành các quỹ bảo lãnh tín dụng, giúp DNVVN có thể vay vốn khi gặp khó khăn về tài sản thế chấp. Quỹ bảo lãnh tín dụng có thể bảo lãnh tín dụng cho các khoản vay ngắn hạn, trung hạn, dài hạn cho những ý tưởng, dự án kinh doanh khả thi, đồng thời chia sẻ rủi ro giữa quỹ bảo lãnh tín dụng và doanh nghiệp với tổ chức tín dụng khi xảy ra bất khả kháng không trả được nợ.

Xây dựng, phát triển hệ thống các quỹ hỗ trợ doanh nghiệp phát triển, khuyến khích tham gia xây dựng quỹ bảo hiểm ngành hàng để trợ giúp nhau nhằm đảm bảo hạn chế rủi ro cho các doanh nghiệp nhỏ.

2.3. Cần phải đổi mới, nới lỏng điều kiện cho vay

Điều chỉnh chính sách về tài sản thế chấp đối với các khoản vay. Hiện nay phần lớn các DNNVV khó tiếp cận với hệ thống ngân hàng vì không có tài sản thế chấp có giá trị. Hơn nữa yêu cầu về tài sản thế chấp thường quá cao, các ngân hàng cũng thường chấp nhận thế chấp bằng giá trị quyền sử dụng đất. Thiết nghĩ rằng, trong những trường hợp nhất định ngân hàng có thể đánh giá tiềm năng và giá trị của các dự án kinh doanh khả thi để cho vay và cùng với doanh nghiệp giám sát việc thực hiện kế hoạch kinh doanh đó để giảm thiểu rủi ro trong kinh doanh. Bên cạnh đó cần khuyến khích phát triển các quỹ đầu tư mạo hiểm nhất là các quỹ đầu tư nước ngoài.

2.4. Mở rộng hình thức thuê tài chính

Mở rộng hình thức thuê tài chính là giải pháp hữu hiệu giúp các doanh nghiệp khắc phục khó khăn về vốn để đầu tư cho đổi mới công nghệ. Thuê tài chính, tín dụng thuê mua là một loại hình tín dụng trung gian dài hạn, người có nhu cầu vốn không nhận tiền mua sắm thiết bị, tài sản cho mình mà nhận trực tiếp tài sản phù hợp với nhu cầu sử dụng. Người đi thuê theo định kỳ sẽ trả một khoản phí định kỳ nhất định và sau một thời gian có thể mua lại tài sản đó. Tuy nhiên tại Việt Nam về cả phía Chính phủ và doanh nghiệp vẫn chưa nhận thức được những ưu điểm của hình thức này và thuê tài chính vẫn chưa thực sự phát triển. Theo điều tra của nhóm chuyên gia nghiên cứu “Lộ trình phát triển DNVVN” thuộc dự án chuẩn bị khoản vay chương trình phát triển DNVVN ở Việt Nam cho thấy hiện vẫn còn nhiều cản trở trong việc phát triển loại hình cho thuê tài chính: (i) hệ thống khung khổ chính sách, các quy định pháp lý còn thiếu. Nguồn vốn huy động của các công ty cho thuê cũng bị hạn chế do các quy định khắt khe của NHNN, (ii) cộng đồng doanh nghiệp thiếu hiểu biết và nhận thức chưa đúng về lợi ích của hoạt động này, (iii) Thiếu cơ chế đối thoại đầy đủ giữa các công ty cho thuê và chính phủ làm cơ sở hoạch định chính sách phát triển ngành...

Với thực trạng đó, Chính phủ cần phải xem xét sửa đổi khung chính sách đảm bảo môi trường kinh doanh thuận lợi phát triển các doanh nghiệp cho thuê tài chính, góp phần giải bài toán vốn cho các DNNVV.

2.5. Phát triển các dịch vụ tài chính khác

- Giải pháp thị trường hoá các khoản nợ

Hiện nay các doanh nghiệp chiếm dụng vốn của nhau rất nhiều, khiến cho nhiều DNNVV rơi vào tình trạng thiếu vốn giả tạo. Nhiều khi ngân hàng thương mại cũng phải đeo đẳng các khoản nợ cho vay mà không có cách gì thu hồi vốn trước này đáo hạn. Việc thị trường hoá các khoản nợ sẽ giúp cho các DNNVV thoát khỏi tình trạng áp lực về vốn lưu động, chẳng hạn thông

qua việc chiết khấu các giấy tờ có giá như thương phiếu. Tại các nước trên thế giới điều này xảy ra khá phổ biến nhưng tại Việt Nam vẫn còn khá mới lạ đối với các doanh nghiệp.

- Tiến hành lành mạnh hoá tình hình của các tổ chức tín dụng như tăng vốn tự có cho các tổ chức tín dụng, tạo ra tiềm lực mạnh để tăng khả năng hoạt động và ứng phó với các rủi ro. Đồng thời xử lý dứt điểm các khoản nợ đọng quá hạn thông qua việc phát triển các công ty khai thác tài sản thế chấp đáp ứng việc mua lại các tài sản kê đọng, nợ xử lý, tài sản thế chấp của các NHTM. Nghiên cứu áp dụng một hệ thống giám sát từ xa đối với thị trường tài chính theo các chuẩn mực quốc tế.

- Khuyến khích phát triển dịch vụ tư vấn tài chính, kế toán, kiểm toán và những dịch vụ liên quan đến các vấn đề tài chính của các DNNVV.

2.6. Chính sách tín dụng hỗ trợ

Cơ chế tín dụng cần có nhiều phương thức phục vụ tốt hơn. Cụ thể, tài trợ theo dự án; cho vay thuê mua (đã và đang được chú trọng để mở rộng khả năng đáp ứng vốn cho DNNVV); bảo lãnh, mua hàng trả chậm, nhập máy móc, thiết bị, công nghệ; góp vốn liên doanh liên kết; phát triển mạng lưới, từng bước hiện đại hoá công nghệ thanh toán, đưa các sản phẩm, dịch vụ đến với các DNNVV; khai thông và tiếp nhận nguồn vốn từ các tổ chức tài chính quốc tế để hỗ trợ DNNVV.

3. Nhóm các giải pháp về hỗ trợ phát triển công nghệ

Sự hội nhập của các doanh nghiệp Việt Nam vào nền kinh tế thế giới và thành công của nó trong cạnh tranh toàn cầu sẽ tùy thuộc rất nhiều khả năng về khoa học công nghệ. Tính chất cạnh tranh trên thị trường thế giới đang thay đổi, vai trò của các yếu tố truyền thống như tài nguyên thiên nhiên, sức lao động... sẽ phai nhạt đi, thay vào đó yếu tố có tính chất quyết định sẽ là năng lực về khoa học công nghệ. Bản thân việc quá ỷ lại vào sự dồi dào của tài nguyên thiên nhiên, chi phí lao động thấp cũng là các bẫy của sự lạc hậu.

Nếu muốn chuyển dịch lên phía trên trong chuỗi giá trị phải có một tầm nhìn chiến lược để đưa đất nước phát triển dựa trên một nền kinh tế tri thức, một tiềm lực khoa học công nghệ vững chắc.

3.1. Nhà nước tạo áp lực phải đổi mới công nghệ

Nhà nước cần phải tạo ra áp lực cần thiết buộc các doanh nghiệp phải đổi mới công nghệ. Bao gồm: Quy định về thời gian sử dụng công nghệ tối đa cho phép trong từng ngành. Quy định tiêu chuẩn trong nhập khẩu các công nghệ. Kiểm tra và xử nghiêm các công nghệ đã quá lạc hậu, gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng...

3.2. Hỗ trợ tài chính đổi mới công nghệ

Nhà nước cần tăng cường ngân sách đầu tư phát triển năng lực công nghệ của quốc gia. Một trong những nguyên nhân khiến công nghệ của các DNNVV Việt Nam bị lạc hậu đó chính là vấn đề tài chính. Vì vậy sự hỗ trợ về tài chính trong việc đổi mới công nghệ là rất cần thiết. Cần phải có cơ chế riêng hỗ trợ tài chính trong lĩnh vực này, nên chớ có sự ưu đãi hỗ trợ sẽ tăng “lũy tiến” theo mức độ hiện đại của công nghệ?! Phát triển loại hình thuê tài chính để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp thiếu vốn có thể tiếp cận với công nghệ hiện đại (xem thêm phần các biện pháp hỗ trợ tài chính). Hình thành và phát triển các Quỹ nghiên cứu triển khai ứng dụng công nghệ.

3.3. Tạo ra môi trường cho đổi mới công nghệ

Phát triển thị trường khoa học công nghệ trong nước. Cần gắn nghiên cứu với ứng dụng, khuyến khích các hoạt động triển lãm công nghệ. Khuyến khích phát triển các đơn vị kinh doanh công nghệ. Thực thi luật sở hữu trí tuệ. Xây dựng các trung tâm thông tin, tư vấn về công nghệ...

4. Nhóm các giải pháp về phát triển nguồn nhân lực

Phát triển nguồn nhân lực cho các DNNVV ở hai nhóm: Một là nhóm người lao động, hai là đội ngũ nhà quản trị doanh nghiệp.

4.1. Cải tiến và đổi mới hệ thống giáo dục và đào tạo, nhất là đào tạo nghề nghiệp kỹ năng cho người lao động.

Một trong những mục tiêu lớn nhất cần đạt được để nâng cao khả năng hội nhập cho các lao động Việt Nam trong thời gian tới là đảm bảo trang bị cho người lao động có kiến thức cơ bản, làm chủ kỹ năng nghề nghiệp, nhạy cảm với cái mới, có tinh thần cải tiến, là xây dựng được đội ngũ công nhân lành nghề, đội ngũ các chuyên gia, các nhà khoa học, nhà kinh doanh, nhà quản trị giỏi đạt tầm cỡ khu vực và thế giới. Điều này chỉ có thể thực hiện được thông qua các biện pháp phát triển giáo dục và đào tạo. Thực tế trong xã hội hiện nay tồn tại một khoảng cách khá lớn về yêu cầu tuyển dụng của phía doanh nghiệp với cách thức đào tạo của hệ thống giáo dục. Điều này nói lên rằng hệ thống giáo dục đào tạo chưa tương thích với nhu cầu thực tế của thị trường lao động. Chính vì vậy:

- Cần xác định rõ ràng (theo tín hiệu của thị trường) các lĩnh vực ngành nghề đang thiếu nhân công, thiếu người lao động có trình độ, các ngành đó có yêu cầu gì về lao động tuyển dụng, cần những kiến thức nào, kỹ năng nào, tố chất nào... để làm căn cứ quy hoạch lại hệ thống giáo dục và đào tạo. Một quan điểm quán triệt là đào tạo phải xuất phát và bám sát nhu cầu thực tế, phải xử lý hài hoà quan hệ giữa đào tạo lao động có trình độ, tay nghề cao (ví dụ: trong các ngành công nghệ cao) với các ngành sử dụng nhiều lao động nhưng không đòi hỏi nhiều về trình độ học vấn như dệt may, da giày, ...). Tăng cường tính liên kết giữa các trường đào tạo và khu vực doanh nghiệp.
- Tiêu chuẩn hoá các cơ sở đào tạo, bồi dưỡng tay nghề.
- Tăng ngân sách cho giáo dục và đào tạo. Nâng cấp đổi mới trang thiết bị dạy và học.

4.2. Nâng cao thể chất, khả năng chịu áp lực công việc, tính kỷ luật, tác phong công nghệ cho lao động.

- Nâng cao thể lực cho người lao động. Đổi mới hệ thống y tế, tăng cường chăm sóc sức khỏe cộng đồng, tăng cường công tác tuyên truyền về dinh dưỡng... Cần có một chiến lược cấp quốc gia phát triển sức khỏe và thể lực, chiều cao cho người lao động.
- Cần đưa việc giáo dục ý thức kỷ luật, tác phong công nghệ vào trong chương trình đào tạo cho người lao động.

4.3. Phát triển nguồn lao động có chất xám, có trình độ chuyên môn cao, đội ngũ các nhà quản lý kinh doanh có tầm cỡ quốc tế.

Đây là một nội dung trọng tâm của sự nghiệp phát triển, đào tạo nguồn nhân lực cho cộng đồng các DNNVV và cho nước nhà.

Cần phát triển các mô hình “khởi sự kinh doanh”, “vườn ươm doanh nghiệp”, “tháp sáng tài năng kinh doanh”, tổ chức và tài trợ cho các cuộc thi về ý tưởng kinh doanh ... Tổ chức các khoá huấn luyện, đào tạo và cập nhật thông tin một cách thường xuyên cho các giám đốc, các nhà quản lý DNVVN để xây dựng một lực lượng đông đảo các doanh nhân tài giỏi.

Cần tăng cường nghiệp vụ kinh doanh quốc tế cho đội ngũ quản lý trong các DNNVV, bởi thực tế hiện nay cho thấy năng lực kinh doanh quốc tế, khả năng am hiểu thị trường, luật pháp thế giới của các nhà quản lý doanh nghiệp còn rất kém. Điều nguy hiểm nhất khi hội nhập vào thị trường thế giới đó chính là sự lạc lõng về kiến thức và thông tin.

5. Giải quyết vấn đề mặt bằng sản xuất cho các DNNVV đi đôi với việc phát triển hạ tầng cơ sở

Đẩy mạnh hơn nữa việc phát triển thị trường bất động sản một cách minh bạch, lành mạnh.

Phải xây dựng được một hệ thống đăng ký, khắc phục tình trạng phân phối đất bất bình đẳng để xảy ra tình trạng đầu cơ, thao túng thị trường bất động sản. Có nhiều doanh nghiệp cần đất để sản xuất kinh doanh thì không có,

trong khi số đất đai đó lại được một số thế lực khác chiếm dụng nhằm mục đích đầu cơ.

Phải khắc phục tình trạng quy hoạch đất đai một cách tùy tiện, thiếu tầm nhìn và tình trạng quy hoạch treo hiện nay. Các địa phương cần quy hoạch dành quỹ đất và thực hiện các chính sách khuyến khích xây dựng các cụm công nghiệp để có mặt bằng sản xuất tập trung tạo sự thuận lợi cho các doanh nghiệp. Đi đôi với quy hoạch đất đai, phải xây dựng cơ sở hạ tầng cần thiết cho sản xuất như đường xá, điện nước, viễn thông, vận tải... Giảm bớt sự độc quyền của Nhà nước trong xây dựng cơ sở hạ tầng. Giảm giá cước vận tải, bưu chính theo mặt bằng chung của khu vực và thế giới.

6. Một số giải pháp khác

6.1. Tăng cường công tác xúc tiến thương mại ra thị trường thế giới.

Nhà nước cần hỗ trợ các DNNVV xúc tiến thương mại trên thị trường trong và ngoài nước. Tổ chức các cuộc triển lãm xuất khẩu và các hội chợ cho các DNNVV. Các cơ quan ngoại giao, các thương vụ Việt Nam ở nước ngoài cần đóng vai trò tích cực hơn nữa trong việc cung cấp thông tin pháp luật, thị trường, thị hiếu, yêu cầu chất lượng sản phẩm... cho các DNNVN. Các cơ quan này cũng cần tích cực phối hợp và tạo điều kiện cho các DNNVV tổ chức các triển lãm, quảng bá hàng Việt Nam ở nước ngoài.

6.2. Thực hiện một số biện pháp trợ cấp, bảo hộ có hiệu quả, được WTO cho phép.

Chính phủ cần khẩn trương nghiên cứu và áp dụng một số biện pháp trợ cấp bảo hộ hiệu quả và được WTO cho phép, nhất là trong những ngành có sức cạnh tranh quá yếu, dự báo sẽ có nguy cơ đổ vỡ hàng loạt. Gia nhập WTO không phải là loại bỏ hoàn toàn các yếu tố này. Mỗi ngành nghề lại có các cam kết khác nhau, có một khoảng thời gian quá độ nhất định, hơn thế nữa

Việt Nam là một nước đang phát triển, được hưởng các ưu đãi (các đối xử đặc biệt và khác biệt dành riêng cho các nước đang và chậm phát triển) của WTO.

6.3. Phát triển và nâng cao hơn nữa vai trò của hiệp hội ngành hàng, khuyến khích sự liên kết giữa các DNNVV và sự liên kết của các DNNVV với các doanh nghiệp lớn.

Tại Việt Nam cũng đã có một số hiệp hội ngành hàng, tổ chức hỗ trợ cho các DNNVV như hiệp hội DNVVN, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam VCCI... nhưng nhìn chung vai trò còn hạn chế, chất lượng, quy mô, nội dung hoạt động còn nghèo nàn, chưa thực sự là chỗ dựa cho các DNNVV. Trong thời gian tới, các tổ chức này cần đi vào hoạt động thực chất hơn, chú trọng các hoạt động giao lưu, giới thiệu kinh nghiệm, cập nhật thông tin thị trường... cho các DNNVV.

Nếu tăng cường vai trò hiệp hội ngành hàng, khuyến khích các DNNVV liên kết hỗ trợ lẫn nhau thì chắc chắn sức mạnh của các DNNVV sẽ được nâng cao trước sức tấn công của các doanh nghiệp nước ngoài trong bối cảnh Việt Nam gia nhập WTO.

II. GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI CÁC DNNVV

1. Cần nâng cao năng lực nội tại

Xét cho cùng, doanh nghiệp chính là nhân vật trung tâm của hội nhập, đứng vững được hay không, điều kiện trước tiên và quyết định là năng lực của chính mình. Bài học của các DNNVV Trung Quốc và hầu hết các nước khi bước vào “sân chơi” WTO là tạo dựng cho mình một sức mạnh nội tại cần thiết, trước hết là không để bị “thôn tính” trong các cuộc cạnh tranh ngay tại thị trường nội địa, sau đó là thị trường quốc tế. Điều này càng trở nên có ý nghĩa to lớn đối với các DNNVV Việt Nam, khi mà điểm xuất phát của bản thân họ còn thấp. Bởi vậy, các DNNVV cần phải thực hiện tốt một số nội dung cơ bản sau:

1.1. Cần đổi mới công nghệ

Theo thống kê của Bộ Khoa học và Công nghệ, tại các DNNVV nước ta hiện nay, thiết bị lạc hậu và rất lạc hậu chiếm tới 75%. Trong khi đó, việc đầu tư đổi mới công nghệ ở mức thấp, tính ra chi phí khoảng 0,1 – 0,2% doanh thu. Vì vậy, năng suất và hiệu quả sản xuất, kinh doanh thấp.

Tuy nhiên, đổi mới công nghệ phải được tiến hành đồng thời 4 yếu tố là: thiết bị, con người, thông tin và thiết chế. 4 yếu tố này đồng bộ thì mới phát huy được tác dụng của công nghệ (các yếu tố thông tin, con người, thiết chế nhiều khi quan trọng hơn cả thiết bị). Theo đó, nếu doanh nghiệp ở trình độ thấp thì cần nghiên cứu để nhập máy móc, công nghệ mới, phù hợp, góp phần hoàn thiện sản phẩm của mình. Tùy theo mức độ hiện đại của từng thiết bị trong dây chuyền sản xuất mà nên đầu tư vào từng phần hay toàn bộ. Nên đầu tư công nghệ mới vào khâu sơ chế, tạo ra sản phẩm hoặc khâu tạo bao bì, đóng gói sản phẩm. Cần đặc biệt lưu ý và tốt nhất là hạn chế chuyển giao, nhập mới các dây chuyền, công nghệ sản xuất của những nước, tổ chức mà trước mắt và lâu dài các doanh nghiệp của họ sẽ là đối thủ cạnh tranh đối với doanh nghiệp nước ta. Với doanh nghiệp có trình độ cao hơn, thì có thể mua một số công đoạn khó để nghiên cứu, cải tiến, chế tạo ra công nghệ thích hợp, có năng suất cao.

Doanh nghiệp cần có chính sách thoả đáng để khuyến khích tính sáng tạo của người lao động, có chính sách để giữ nhân tài; khuyến khích hình

thành các nhóm nghiên cứu tự nguyện. Đi liền với nó là thực hiện hệ thống tổ chức quản lý gọn nhẹ, ít cấp, linh hoạt; lựa chọn, đề bạt, bổ nhiệm giám đốc thực sự giỏi, năng động, sáng tạo, có kiến thức kinh tế thị trường hiện đại, nắm bắt tiến bộ khoa học – công nghệ mới và có đạo đức kinh doanh theo đúng pháp luật trong nước, phù hợp với thông lệ quốc tế.

1.2. Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực

DNNVV cần có chiến lược nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, nâng cao năng lực quản lý trong bối cảnh hội nhập WTO.

Một trong những điểm yếu của các DNNVV Việt Nam chính là vấn đề nguồn nhân lực, thiếu đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản để đáp ứng đòi hỏi trong áp dụng công nghệ mới, yêu cầu về ngoại ngữ, kiến thức kinh doanh quốc tế, khả năng khai thác thông tin trên Internet... Công tác quản trị doanh nghiệp còn lạc hậu, thiếu tính khoa học và toàn diện.

Do đó chủ doanh nghiệp và đội ngũ quản lý cần vận dụng hệ thống quản lý hiện đại, chú trọng trang bị những kiến thức, hiểu biết về thị trường, về luật pháp, xây dựng văn hoá và đạo đức kinh doanh: kinh doanh trung thực, cạnh tranh lành mạnh, tuân thủ pháp luật, có trách nhiệm với người lao động và với cộng đồng, tạo dựng sự tin tưởng từ khách hàng.

Với đội ngũ lao động cần có kế hoạch đào tạo và đào tạo lại, huấn luyện, thường xuyên cập nhật thông tin, kiến thức cho họ. Cần có kế hoạch thu hút nguồn nhân lực có chất lượng cao bằng chính sách lương, thưởng, chế độ phúc lợi, cơ hội thăng tiến hợp lý,... Tạo được môi trường văn hoá doanh nghiệp lành mạnh.

1.3. Phải đảm bảo tài chính minh bạch

Tài chính là yếu tố quan trọng đảm bảo cho hoạt động của doanh nghiệp được tiến hành trôi chảy, đúng tiến độ. Doanh nghiệp sẽ không thể tiến hành sản xuất và càng không có khả năng mở rộng sản xuất nếu nguồn tài chính không được đảm bảo. Dưới đây là một số giải pháp nhằm tăng khả năng tài chính của DNNVV:

** Nâng cao uy tín với ngân hàng và các tổ chức tín dụng*

(1) Cần lập báo cáo tài chính rõ ràng, đủ độ tin cậy; loại bỏ báo cáo tài chính mang tính chất đối phó với cơ quan thuế, báo cáo chính thức thường thấp hơn tình trạng thực tế, không đảm bảo điều kiện vay vốn ngân hàng. Nâng cao năng lực, trình độ của cán bộ kế toán; loại bỏ các số liệu phản ánh

không chính xác tình hình sản xuất kinh doanh và tài chính, đồng thời cố gắng giảm tỷ lệ vay quá hạn.

(2) Hệ thống báo cáo, ghi chép và theo dõi hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp phải đầy đủ, rõ ràng. Từ đó, ngân hàng có cơ sở đánh giá quyết định cho vay.

** Chủ động tìm kiếm các kênh huy động vốn khác ngoài ngân hàng*

(1) Liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp khác. Doanh nghiệp có thể liên doanh, liên kết với doanh nghiệp trong nước hoặc doanh nghiệp nước ngoài. Hình thức này có ưu điểm là các doanh nghiệp tham gia liên doanh, liên kết sẽ cùng nhau chia sẻ rủi ro trong trường hợp công việc kinh doanh không thuận lợi; đồng thời liên kết, liên doanh sẽ tạo được sức mạnh tổng hợp, nâng cao vị thế doanh nghiệp trên thị trường.

(2) Khai thác tín dụng thuê mua. Đây là giải pháp hữu hiệu giúp doanh nghiệp khắc phục khó khăn về vốn để đầu tư đổi mới công nghệ, mở rộng sản xuất kinh doanh. Tín dụng thuê mua là loại tín dụng trung gian dài hạn, người có nhu cầu vay vốn không nhận tiền để mua sắm thiết bị mà nhận trực tiếp tài sản hợp với nhu cầu sử dụng. Người đi thuê sẽ thanh toán bằng tiền thiết bị đó theo phương thức trả dần và sau một thời gian sử dụng nhất định có thể mua lại chính tài sản đó.

(3) Tham gia vào thị trường chứng khoán. Khi tham gia vào thị trường chứng khoán, cơ hội cho các doanh nghiệp tiếp cận các nguồn tài chính là rất lớn. Tuy nhiên, để có thể huy động được vốn từ thị trường chứng khoán, doanh nghiệp phải thực sự hoạt động có hiệu quả và có tiềm năng tăng trưởng mạnh.

1.4. Không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm

Đã đến lúc các doanh nghiệp cần suy tính và thúc đẩy việc chuyển dịch lợi thế so sánh, dựa trên chi phí lao động thấp và tài nguyên sang lợi thế cạnh

tranh, kết hợp chi phí thấp với các yếu tố quyết định tính cạnh tranh về chất lượng trên thị trường trong và ngoài nước.

Doanh nghiệp cần chú ý đến tất cả các khâu, từ nghiên cứu sản phẩm mới, thiết kế đến tạo sản phẩm, tiêu thụ; có một hệ thống quản lý chất lượng tốt, bảo đảm về mặt kinh tế (các chi phí thấp), thẩm mỹ và an toàn vệ sinh kỹ thuật (cần chú ý bộ tiêu chuẩn ISO.9000, ISO.14000 và quy định SA.8000). Kiểm soát chất lượng chặt chẽ, đánh giá chất lượng nghiêm túc, đảm bảo các yếu tố đầu vào tốt, gắn nhãn hiệu và nhãn sản phẩm đúng quy chế của Bộ Công thương. Bên cạnh đó, cần xây dựng chỉ tiêu chất lượng sản phẩm có đặc điểm riêng (tính khác biệt), độc đáo.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cần đầu tư cho việc nghiên cứu để thường xuyên có những cải tiến về mẫu mã, chủng loại sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng, duy trì ưu thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

1.5. Cần đẩy mạnh việc xây dựng, quảng bá thương hiệu

Đối với doanh nghiệp thương hiệu là chìa khoá để mở ra những cơ hội kinh doanh mới. Do đó, xây dựng thương hiệu là việc làm không thể thiếu, nó phải nằm trong chiến lược marketing tổng thể, xuất phát từ nghiên cứu kỹ thị trường, xác định đối tượng khách hàng mục tiêu, kết hợp với chiến lược sản xuất, quảng bá, chính sách giá cả, phân phối hợp lý, nhằm tạo cho doanh nghiệp và những sản phẩm của họ một ấn tượng trong tâm trí, nhận thức của khách hàng trong tương quan với đối thủ cạnh tranh.

Vì vậy ngay từ bây giờ các DNNVV cần phải có một chiến lược phát triển thương hiệu cho mình. Các vấn đề quan trọng các doanh nghiệp cần phải làm là:

Thứ nhất, cần có nhận thức đúng đắn và đầy đủ về thương hiệu, xem thương hiệu là tài sản quý của doanh nghiệp cần phải bảo vệ, quảng bá và phát triển nó, coi việc phát triển thương hiệu là việc sống còn của doanh

ngiệp, là hành động mang tính chiến lược trong suốt quá trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ hai, Không ngừng nâng cấp đổi mới công nghệ, tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao, mẫu mã đẹp, giá rẻ phù hợp với thị hiếu từng phân khúc thị trường nhằm tạo ra hình ảnh đẹp về thương hiệu sản phẩm và khi đã tạo được thương hiệu thì tiến hành đăng ký thương hiệu ở thị trường trong nước, thị trường nước ngoài và cả thị trường tiềm năng mà doanh nghiệp sắp hướng tới để tránh trường hợp thương hiệu bị đánh cắp.

Thứ ba, đào tạo đội ngũ chuyên gia về xây dựng thương hiệu, giỏi về kinh doanh, hiểu biết về sản phẩm và có kiến thức về sở hữu công nghiệp.

Thứ tư, tích cực tham gia các hội chợ thương mại trong và ngoài nước nhằm quảng bá sản phẩm của mình đến với người tiêu dùng, không ngừng mở rộng mạng lưới bán hàng, không ngừng bảo vệ và nâng cao uy tín thương hiệu.

Thứ năm, chủ động tham gia chương trình Thương hiệu quốc gia doanh nghiệp sẽ có điều kiện hưởng những ưu đãi dành riêng cho các thành viên (xem hộp I – 1).

Hộp I – 1: Quyền lợi của doanh nghiệp được dán nhãn “Vietnam Value Inside”

Các doanh nghiệp có sản phẩm xuất khẩu dán nhãn “Vietnam Value Inside” sẽ được sử dụng trong thời hạn 2 năm, hết thời hạn phải làm thủ tục mới.

Doanh nghiệp được tư vấn về xây dựng thương hiệu xuất khẩu; được trợ giúp xây dựng kế hoạch phát triển thương hiệu xuất khẩu; được tư vấn đối với công tác xuất khẩu; được tư vấn về đăng ký nhãn hiệu sản phẩm tại nước ngoài miễn phí. Doanh nghiệp cũng được trợ giúp trong quảng bá tại thị trường quốc tế, được hỗ trợ 50% chi phí quảng cáo trên các ấn phẩm quảng cáo, báo chí, truyền hình, Internet...trong khuôn khổ chương trình “Vietnam Value Inside”.

2. Xây dựng chiến lược sản xuất, kinh doanh theo hướng gắn chặt với thị trường trong nước và ngoài nước

Chiến lược sản xuất, kinh doanh giữ vai trò rất quan trọng, làm cho hoạt động của doanh nghiệp đạt hiệu quả cao. Chiến lược đúng là điều cơ bản để doanh nghiệp thắng lợi trong cạnh tranh.

Trong điều kiện hội nhập, cần thay đổi tư duy và phương pháp hoạch định chiến lược. Cụ thể là việc xác định chiến lược sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp không thể dựa trên phương pháp trực giác, kinh nghiệm chủ nghĩa mà thay vào đó, cần áp dụng các phương pháp hoạch định khoa học. Các doanh nghiệp cần áp dụng sớm phương pháp phân tích ma trận SWOT (phân tích điểm mạnh – điểm yếu, cơ hội – thách thức), để hoạch định chiến lược sản xuất, kinh doanh của mình. Trong mọi điều kiện, hoàn cảnh, phải bám sát thị trường, xem nhu cầu họ thực sự cần gì, yêu cầu chất lượng, công dụng, kiểu dáng ra sao, số lượng bao nhiêu (trong cả hiện tại và tương lai).

Các doanh nghiệp cần có thông tin đầy đủ, tin cậy và kịp thời về thị trường, sản phẩm, dịch vụ hỗ trợ, điều kiện và xúc tiến thương mại. Trên cơ sở đó, xây dựng những kế hoạch ngắn, trung và dài hạn thích hợp với từng loại sản phẩm, đối tượng và thị trường tiêu dùng. Trong đó chú ý tập trung vào sản xuất, kinh doanh các sản phẩm có thế mạnh hoặc thị trường đang có nhu cầu lớn.

Thực hiện tiết kiệm triệt để ở tất cả các khâu trong dây chuyền sản xuất, tận dụng cao nhất nguyên liệu trong nước có chất lượng tương đương, nhưng giá rẻ hơn. Đồng thời, rà soát để giảm tới mức hợp lý các chi phí dịch vụ đầu vào như giá lưu kho, lưu bãi, dịch vụ hàng hải, dịch vụ ngân hàng, phí cầu đường, lệ phí hải quan..., từ đó, hạ giá thành sản phẩm.

Quan tâm tới cả hai kênh phân phối sản phẩm, trong đó, ở thời gian thâm nhập thị trường cần chú ý cho kênh phân phối gián tiếp (thông qua hệ thống đại lý). Bên cạnh đó, cần có những biện pháp giảm thiểu rủi ro trong sản xuất, kinh doanh như thâm nhập vào thị trường từng bước, đa dạng hoá sản phẩm, thực hiện mua bảo hiểm, hình thành các nguồn dự trữ...

3. Chú trọng công tác nghiên cứu thị trường

Doanh nghiệp cần nhận thức được tầm quan trọng của công tác nghiên cứu thị trường, từ đó lựa chọn phương thức nghiên cứu thị trường thích hợp. Doanh nghiệp có thể lựa chọn tự mình nghiên cứu thị trường hoặc thuê dịch vụ nghiên cứu thị trường của các công ty chuyên nghiên cứu thị trường. Doanh nghiệp nên tìm đến các công ty nghiên cứu thị trường lớn có tầm hoạt động toàn cầu để đảm bảo rằng các công ty này hiểu được các thị trường nước ngoài.

Bên cạnh đó, doanh nghiệp có thể tìm kiếm thông tin về thị trường và bạn hàng qua Internet. Doanh nghiệp có thể ứng dụng công nghệ thông tin để khuyến khích trưng, giới thiệu sản phẩm của mình. Để khai thác hiệu quả công cụ này, doanh nghiệp nên xây dựng cho mình một website của doanh nghiệp, sau

đó triển khai các biện pháp để quảng bá cho website của doanh nghiệp. Đưa tên website vào các danh bạ doanh nghiệp, trang vàng, trang trắng điện tử để giới thiệu sản phẩm, dịch vụ của mình, giới thiệu trên các trang web về hội chợ, triển lãm là một số các biện pháp cơ bản, hiệu quả, nhanh và tiết kiệm chi phí để đạt mục tiêu này.

Doanh nghiệp cũng có thể tìm người mua hàng của doanh nghiệp tại các thị trường cụ thể theo khu vực địa lý hoặc theo ngành hàng, mặt hàng mà doanh nghiệp quan tâm qua mạng Internet.

Hộp I – 2: Một số danh bạ các công ty xuất nhập khẩu của các nước trên thế giới

- Danh bạ của Trung tâm thương mại thế giới:
<http://www.intracen.org>

- Danh bạ các doanh nghiệp Châu Âu: www.europages.com

- Danh bạ của Kompass International Database, cung cấp thông tin về khoảng 1,5 triệu công ty trên 60 nước và 23 triệu sản phẩm, phân chia theo khu vực địa lý và mặt hàng. Địa chỉ: www.kompass.com

- WLW online giới thiệu 240.000 công ty cung ứng có tiềm năng tại 10 nước, địa chỉ: <http://web.wlwonline.de/wlwonline/start/en/start.html>

- World Trade Association, địa chỉ: <http://world.wtca.org/> gồm 300 thành viên ở 180 nước, cung cấp danh bạ gồm 140.000 nhà xuất nhập khẩu và các doanh nghiệp liên quan.

Nguồn: Ths. Nguyễn Văn Thoan, *Hướng dẫn kỹ năng khai thác Hệ thống thông tin thương mại và thị trường qua Internet*, www.ftu.edu.vn.

4. Coi trọng liên kết, hợp tác trong sản xuất kinh doanh

Bất kỳ doanh nghiệp nào cũng phải hoạt động trong mối “quan hệ ngang” với các doanh nghiệp khác, “đầu ra” của doanh nghiệp này là “đầu vào” của doanh nghiệp kia và ngược lại. Thêm vào đó, trong điều kiện sự hỗ

trợ của Nhà nước cũng có những giới hạn, vì vậy các doanh nghiệp cần liên kết với nhau, thông qua hiệp hội, ngành hàng để nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm hàng hoá, dịch vụ bằng các yếu tố thị trường, như: chất lượng tốt hơn, giá cả cạnh tranh hơn, dịch vụ hậu mãi thuận tiện và hoàn hảo nhất.

Liên doanh, liên kết trong cung cấp nguyên liệu, vật tư thiết bị, sản xuất và tiêu thụ với các đơn vị liên quan, cùng ngành hoặc khác ngành. Các DNNVV nên hợp tác với các đối tác mạnh là các doanh nghiệp nước ngoài; tái cơ cấu, thay đổi hình thức quản lý, linh hoạt trong việc tiếp cận đối tác, thị trường nước ngoài để tận dụng các nguồn lực bên ngoài.

Doanh nghiệp hãy thay đổi quan niệm, thay vì ai thắng ai thua, các doanh nghiệp hãy hướng tới việc cả hai cùng chiến thắng (hợp tác win – win) và đôi bên cùng có lợi.

KẾT LUẬN

Nhìn chung, xu hướng toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế ngày một lớn mạnh, bao trùm hầu hết các nền kinh tế, mở ra cơ hội, đồng thời cũng đặt ra những thách thức cho các DNNVV ở các nước nói chung và DNNVV ở Việt Nam nói riêng. Vấn đề đặt ra là làm thế nào để DNNVV có thể tận dụng được những cơ hội, đối phó với những thách thức để có được chỗ đứng trong thương mại quốc tế.

Trong khuôn khổ khoá luận, người viết đã tiến hành phân tích thực trạng năng lực xuất khẩu của các DNNVV khi tham gia vào thị trường toàn cầu và đưa ra một số giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao năng lực cho các DNNVV, giúp DNNVV có thể chủ động hơn khi tham gia vào thương mại quốc tế. Tuy nhiên, từ lý luận đến thực tiễn là cả một hành trình dài và không dễ dàng, rất cần sự ủng hộ từ phía chính phủ, nhân dân, sự nỗ lực của bản thân mỗi doanh nghiệp cũng như tinh thần đoàn kết của các DNNVV nói riêng và các doanh nghiệp Việt Nam nói chung để các DNNVV Việt Nam có thể tăng trưởng bền vững trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, góp phần đóng góp vào phát triển kinh tế đất nước.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] GS,TS. Bùi Xuân Lưu, *Giáo trình kinh tế ngoại thương*, Nhà xuất bản Giáo dục 1997.
- [2] Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2006), *Báo cáo tình hình thi hành Luật Doanh nghiệp*, Viện Nghiên cứu quản lý Trung Ương.
- [3] Bộ Kế hoạch và Đầu tư – Cục Phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa (2006), *Báo cáo tình hình phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa 2001 – 2005*.
- [4] Lê Hải Châu (2006), *Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh trong xuất khẩu của các Doanh nghiệp nhỏ và vừa trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Viện Nghiên cứu Thương Mại – Bộ Công thương.
- [5] Nguyễn Ngọc Phúc (2006), *Một số định hướng phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2006 – 2010*, Bộ Kế hoạch và Đầu tư.
- [6] Tô Đình Thái (2006), *Nghiên cứu một số vấn đề lý luận và thực tiễn làm cơ sở để xây dựng chiến lược hỗ trợ phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam từ nay đến năm 2010*, Cục Phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa, Bộ Kế hoạch và Đầu tư.
- [7] Nguyễn Văn Hồng (2006), *Tác động của quá trình toàn cầu hoá kinh tế tới nền kinh tế và các Doanh nghiệp Việt Nam*, Tạp chí Cộng sản 116/2006.
- [8] Nguyễn Huy (2007), *Doanh nghiệp nhỏ và vừa cần có sự thay đổi lớn*, Tạp chí Doanh nghiệp thương mại, số 15/2007.
- [9] Bùi Nguyệt Ánh (2007), *Giải pháp tháo gỡ khó khăn cho các Doanh nghiệp nhỏ và vừa*, Tạp chí Tài chính doanh nghiệp, số 4/2007.
- [10] Lê Quang Minh (2007), *Hướng đi của các Doanh nghiệp nhỏ và vừa trong tiến trình hội nhập*, tạp chí Tài chính doanh nghiệp, số 7/2007.

- [11] Hoàng Minh (2007), *Tín dụng ngân hàng đối với sự phát triển của các Doanh nghiệp nhỏ và vừa*, Tạp chí Ngân hàng, số 13 – 7/2007.
- [12] Phạm Trọng Đức (2007), *Thực trạng và giải pháp phát triển Doanh nghiệp nhỏ và vừa ở nước ta hiện nay*, Tạp chí Kinh tế và Dự báo, số 6/2006.
- [13] PGS.TS Đặng Văn Thanh (2007), *Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp*, Tạp chí tài chính doanh nghiệp, số 6/2007.
- [14] Một số website:
- <http://www.mpi.gov.vn> (Trang web của Bộ Kế hoạch và Đầu tư)
- <http://www.moi.gov.vn> (Trang web của Bộ Công Thương)
- <http://www.mof.gov.vn> (Trang web của Bộ Tài Chính)
- <http://www.gso.gov.vn> (Trang web của Tổng cục Thống kê)
- <http://www.vietrade.gov.vn> (Trang web của Cục Xúc tiến Thương mại)
- <http://www.business.gov.vn> (Trang web của Cục Xúc tiến Doanh nghiệp nhỏ và vừa)
- <http://www.vcci.org.vn> (Trang web của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam)
- <http://www.smenet.com.vn> (Hệ thống thông tin phục vụ Doanh nghiệp nhỏ và vừa)
- <http://www.ciem.org.vn> (Trang web của Viện Nghiên cứu và Quản lý kinh tế Trung ương)