



PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN
DOANH NGHIỆP VIỆT NAM 2009

Chủ đề năm
Nâng cao năng lực đổi mới
trong doanh nghiệp



NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA

VCCI

PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN
DOANH NGHIỆP VIỆT NAM 2009

Chủ đề năm
Nâng cao năng lực đổi mới
trong doanh nghiệp

Nhà Xuất bản Chính trị Quốc gia
Hà Nội - 2010

CHÚ DẪN CỦA NHÀ XUẤT BẢN

Đổi mới và nâng cao năng lực cạnh tranh là những vấn đề sống còn để tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp trong bối cảnh toàn cầu hóa, đặc biệt là trong giai đoạn suy thoái và khủng hoảng kinh tế. Năm 2009 là năm nền kinh tế Việt Nam tiếp tục bị ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới. Tuy nhiên, nền kinh tế nước ta vẫn có tốc độ tăng trưởng GDP khá cao đạt mức 5,32%. Góp phần quan trọng vào tăng trưởng kinh tế đất nước là khu vực doanh nghiệp, với những biện pháp ứng phó hiệu quả, đổi mới trong sản xuất kinh doanh và từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh của mình.

Với mục đích giúp bạn đọc có thêm tài liệu tham khảo về những vấn đề trên, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia phối hợp với Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam xuất bản cuốn sách ***Báo cáo thường niên - Doanh nghiệp Việt Nam 2009 (Chủ đề năm: Nâng cao năng lực đổi mới trong doanh nghiệp)***.

Trong cuốn sách, các tác giả đã đánh giá tổng quan về môi trường kinh doanh của Việt Nam năm 2009, tập trung vào vấn đề tăng trưởng kinh tế, các hoạt động xuất nhập khẩu, phát triển doanh nghiệp, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài, thị trường, giá cả, năng lực cạnh tranh cấp tỉnh... dưới tác động không thuận lợi từ bối cảnh quốc tế và khu vực cũng như các biện pháp kích cầu của Chính phủ.

Các vấn đề khác được đề cập sâu trong cuốn sách là các biện pháp ứng phó của các doanh nghiệp trước tác động của khủng hoảng, tiếp cận nguồn nhân lực và tài chính, năng lực đổi mới của các doanh nghiệp. Cuốn sách cũng giới thiệu về những vấn đề đổi mới và ứng dụng công nghệ trong một số ngành như công nghiệp hỗ trợ, điện tử, ngân hàng...

Những vấn đề được đề cập trong cuốn sách rất phức tạp, rộng lớn nên mặc dù các tác giả và những người biên tập đã cố gắng nhưng không tránh khỏi còn thiếu sót. Rất mong nhận được ý kiến đóng góp của bạn đọc.

Tháng 7 năm 2010

NHÀ XUẤT BẢN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA



LỜI TỰA

Năm 2009, dưới tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới, lần đầu tiên kể từ sau Chiến tranh thế giới thứ hai, kinh tế thế giới đã có mức tăng trưởng âm 1,1%. Trong bối cảnh đó, nền kinh tế Việt Nam vẫn tăng trưởng 5,32%, một mức tăng trưởng ấn tượng không chỉ đối với khu vực châu Á mà đối với cả thế giới. Có được kết quả đó là nhờ sự nỗ lực của Chính phủ và đặc biệt là của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

Tiếp nối các Báo cáo thường niên năm 2006, 2007, 2008, năm 2009, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tiếp tục xây dựng **Báo cáo thường niên - Doanh nghiệp Việt Nam 2009**. Báo cáo này đã cho thấy được những biến động phức tạp của môi trường kinh doanh Việt Nam năm 2009 do sự tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới. Cuộc khủng hoảng này không chỉ mang lại những tác động xấu đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp mà còn mở ra một số cơ hội thuận lợi để giúp doanh nghiệp có bước phát triển vượt bậc. Để có thể vượt qua những trở ngại và nắm bắt được các cơ hội kinh doanh trong giai đoạn này, doanh nghiệp cần thực hiện sự đổi mới toàn diện trong tổ chức, trong quy trình sản xuất cũng như trong sản phẩm để đáp ứng những đòi hỏi ngày càng khắt khe của thị trường. Hiểu rõ được sự cần thiết của vấn đề, Báo cáo năm 2009 đã lựa chọn chủ đề **“Nâng cao năng lực đổi mới trong doanh nghiệp”**. Báo cáo đưa ra một bức tranh toàn cảnh từ thực trạng công nghệ, quá trình đổi mới công nghệ và các nguồn lực để thực hiện sự đổi mới đó trong doanh nghiệp. Trên cơ sở những phân tích của mình, Báo cáo đã đưa ra những kết luận và kiến nghị đối với các nhà hoạch định chính sách và đối với doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực đổi mới của doanh nghiệp, từ đó khắc phục những khó khăn và phát triển.

Báo cáo đã nhận được những ý kiến quý báu của các tổ chức, các chuyên gia trong nước và quốc tế. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam bày tỏ lời cảm ơn đặc biệt tới Công ty Cổ phần Đầu tư Xây dựng Nhà đất (Housing), Công ty Trách nhiệm hữu hạn một thành viên sở hữu trí tuệ VCCI đã hỗ trợ xuất bản Báo cáo này.

Do tính phức tạp của chủ đề cũng như sự biến động từng ngày của môi trường kinh tế vĩ mô, Báo cáo sẽ không tránh khỏi những thiếu sót trong quá trình biên soạn. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam rất mong nhận được ý kiến phản hồi và góp ý của độc giả để nâng cao chất lượng Báo cáo trong những năm tiếp theo.

Chúc cộng đồng doanh nghiệp vững bước vượt qua thử thách và thành công trên con đường chinh phục thị trường trong nước và quốc tế.

TS. VŨ TIẾN LỘC
Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam



LỜI MỞ ĐẦU

Năm 2009 nền kinh tế Việt Nam tiếp tục chịu tác động nặng nề của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới. Sau khi chạm đến đáy của cuộc khủng hoảng vào quý I-2009 với tăng trưởng GDP chỉ đạt mức 3,1%, mức thấp nhất trong hàng chục năm qua, nền kinh tế Việt Nam đã có những bước chuyển nhanh chóng, dần ổn định trong quý II và phục hồi mạnh trong 2 quý còn lại để đạt mức tăng trưởng GDP cả năm tới 5,32%. Đây là mức tăng trưởng ấn tượng trong khu vực châu Á cũng như trên thế giới trong bối cảnh của cuộc khủng hoảng.

Sau thành công của các Báo cáo thường niên - Doanh nghiệp Việt Nam năm 2006, 2007 và 2008, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tiếp tục tổ chức nghiên cứu và xuất bản Báo cáo thường niên - Doanh nghiệp Việt Nam năm 2009 với chủ đề **“Nâng cao năng lực đổi mới trong doanh nghiệp”**. Ngoài việc đánh giá những tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới, những cải thiện về môi trường kinh doanh ở Việt Nam, Báo cáo sẽ đi sâu vào phân tích năng lực đổi mới và ứng dụng công nghệ của các doanh nghiệp Việt Nam. Trong xu thế hội nhập với nền kinh tế thế giới, nhất là từ khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) năm 2007, các doanh nghiệp Việt Nam phải đối đầu với sức cạnh tranh mạnh từ các doanh nghiệp nước ngoài. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp Việt Nam phải chú trọng nhiều hơn đến việc nâng cao lợi thế cạnh tranh của mình và một trong các giải pháp

đó là thực hiện các hoạt động đổi mới. Đối với doanh nghiệp, đổi mới có thể diễn ra dưới ba hình thức: đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình và đổi mới tổ chức. Để đo lường năng lực đổi mới của một doanh nghiệp, cũng như hầu hết các nghiên cứu trong lĩnh vực này, Báo cáo đã sử dụng các tiêu chí về nguồn lực tài chính và nguồn lực con người. Kết quả của việc đổi mới được thể hiện qua các chỉ tiêu như số lượng sản phẩm mới, số dự án nghiên cứu và phát triển (R&D) cũng như số sáng kiến, giải pháp kỹ thuật mà doanh nghiệp có được trong thời gian khảo sát.

Để thực hiện được Báo cáo này, nhóm nghiên cứu đã dựa trên kết quả thu thập từ các cuộc điều tra hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp do Tổng cục Thống kê thực hiện và các cuộc điều tra khác của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam. Các số liệu thống kê sau đó đã được xử lý và phân tích bằng phần mềm chuyên dụng SPSS. Ngoài ra, nghiên cứu này còn sử dụng phương pháp thảo luận nhóm và lấy ý kiến chuyên gia.

Về bố cục, Báo cáo này gồm bốn phần chính:

Phần I: Tổng quan về môi trường kinh doanh Việt Nam năm 2009. Báo cáo đưa ra những đánh giá về môi trường kinh doanh thông qua các chỉ số vĩ mô của nền kinh tế như tốc độ tăng trưởng kinh tế,

kim ngạch xuất nhập khẩu, sự phát triển của doanh nghiệp, đầu tư trực tiếp nước ngoài, thị trường tài chính giá cả và các biện pháp kích cầu của Chính phủ.

Phần II: Tăng cường năng lực cạnh tranh doanh nghiệp trong tình hình hậu khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Trong phần này, Báo cáo chỉ ra các tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu đến hoạt động sản xuất kinh doanh và các biện pháp ứng phó, trong đó có đổi mới, của doanh nghiệp.

Phần III: Đánh giá năng lực đổi mới của doanh nghiệp. Việc phân tích đánh giá này sẽ được thực hiện trên năm ngành kinh tế tiêu biểu, trong đó năng lực đổi mới đóng vai trò quan trọng trong tăng trưởng là: Sản xuất thực phẩm, đồ uống và thuốc lá; Dệt may; Sản xuất ô tô-xe máy; Điện tử; Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán.

Phần IV: Những vấn đề đổi mới và ứng dụng công nghệ trong một số ngành. Ba ngành được lựa chọn phân tích là ngành công nghiệp hỗ trợ, ngành điện tử và ngành ngân hàng. Ngoài việc giúp người đọc có được cái nhìn tổng quát về tình hình phát triển, Báo cáo sẽ đi sâu vào phân tích thực trạng ứng dụng và đổi mới công nghệ của ba ngành này. Bên cạnh đó Báo cáo cũng nêu một số vấn đề liên quan đến việc bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp - một trong những nội dung liên quan đến đổi mới, sáng tạo ở nước ta.

Báo cáo thường niên - Doanh nghiệp Việt Nam năm 2009 do Viện Phát triển doanh nghiệp (Enterprises Development Foundation - EDF) thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tổ chức nghiên cứu trong khuôn khổ chương trình hợp tác với Bộ Khoa học và Công nghệ. Báo cáo được thực hiện với sự phối hợp của Tổng cục Thống kê (GSO) và Viện Nghiên cứu cạnh tranh - Trường Đào tạo Chính sách công Lý Quang Diệu thuộc Đại học Tổng hợp Xingapo. Viện Phát triển doanh nghiệp ghi nhận sự đóng góp quan trọng của nhóm chuyên gia của Viện gồm TS. Phạm Thu Hằng, ThS. Lê Thanh Hải, chị Nguyễn Thị Thu Hương ThS. Đoàn Thị Quyên và các chuyên gia: TS. Dương Thu Hương - Tổng Thư ký Hiệp hội Ngân hàng, TS. Trần Quang Hùng - Tổng Thư ký Hiệp hội Doanh nghiệp Điện tử Việt Nam, nghiên cứu sinh Phạm Quang Ngọc - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, ThS. Nguyễn Việt Phong - Tổng cục Thống kê, Phạm Minh Thụy - Viện Nghiên cứu Thị trường Giá cả và ThS. Lê Khánh Vân - Trung tâm Thông tin Khoa học Công nghệ Quốc gia.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn sự hỗ trợ của TS. Đoàn Duy Khương - Phó Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, PGS. TS. Bùi Quang Tuấn - Viện Kinh tế Việt Nam, PGS. TS. Nguyễn Ngọc Sơn - Trường đại học Kinh tế quốc dân, TS. Mai Thanh Hải - Chủ tịch Hiệp hội doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, TS. Nguyễn Minh Tuấn - Viện Phát triển doanh nghiệp/VCCI, ThS. Phạm Đình Thúy - Tổng cục Thống kê, đã có sự hỗ trợ trong việc tư vấn hoàn thiện Báo cáo này.

Một lần nữa, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam bày tỏ lời cảm ơn đặc biệt tới Công ty Cổ phần Đầu tư Xây dựng Nhà đất (Housing), Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên sở hữu trí tuệ của VCCI đã hỗ trợ xuất bản Báo cáo này.

TỪ VIẾT TẮT

| | |
|--------|--|
| ASEAN | Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á |
| ATM | Máy rút tiền tự động |
| CIEM | Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương |
| EU | Liên minh châu Âu |
| FDI | Đầu tư trực tiếp nước ngoài |
| FII | Đầu tư gián tiếp nước ngoài |
| GDP | Tổng sản phẩm quốc nội |
| GO | Giá trị sản xuất |
| GSO | Tổng cục Thống kê |
| IMF | Quỹ Tiền tệ Quốc tế |
| CPI | Chỉ số giá cả hàng tiêu dùng |
| R&D | Nghiên cứu và phát triển |
| TRIPS | Hiệp định về quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại |
| UNCTAD | Tổ chức Thương mại và Phát triển Liên hợp quốc |
| UNDP | Chương trình Phát triển Liên hợp quốc |
| VA | Giá trị gia tăng |
| VCCI | Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam |
| VSIC | Bảng phân ngành kinh tế Việt Nam |
| WB | Ngân hàng Thế giới |
| WEF | Diễn đàn Kinh tế Thế giới |
| WTO | Tổ chức Thương mại Thế giới |

MỤC LỤC

| | |
|--|------|
| MỤC LỤC BẢNG | XIII |
| MỤC LỤC HÌNH | XV |
| TÓM TẮT | XVII |
| PHẦN I: TỔNG QUAN VỀ MÔI TRƯỜNG KINH DOANH VIỆT NAM NĂM 2009 | 1 |
| 1. Tăng trưởng kinh tế và hoạt động xuất nhập khẩu..... | 3 |
| 1.1. Sản xuất công nghiệp và xây dựng..... | 4 |
| 1.2. Bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng | 4 |
| 1.3. Tình hình xuất nhập khẩu | 5 |
| 2. Phát triển doanh nghiệp..... | 5 |
| 2.1. Đăng ký thành lập doanh nghiệp | 5 |
| 2.2. Báo cáo Việt Nam VNR 500..... | 7 |
| 2.3. Sắp xếp đổi mới và tình hình hoạt động của các doanh nghiệp nhà nước | 7 |
| 3. Đầu tư trực tiếp nước ngoài giảm mạnh | 9 |
| 3.1. Tình hình cấp Giấy Chứng nhận đầu tư năm 2009 | 9 |
| 3.2. Tình hình hoạt động của các doanh nghiệp khu vực có vốn FDI | 10 |
| 4. Diễn biến thị trường giá cả và các tác động | 10 |
| 4.1. Thị trường, giá cả hàng hóa tiêu dùng và dịch vụ năm 2009 ở Việt Nam | 10 |
| 4.2. Diễn biến đáng quan tâm của một số mặt hàng cụ thể..... | 12 |
| 4.3. Tác động của diễn biến thị trường, giá cả đến tăng trưởng kinh tế và hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và một số dự báo..... | 13 |
| 5. Các biện pháp kích cầu của Chính phủ..... | 14 |
| 5.1. Quy mô và nội dung của gói kích cầu | 14 |
| 5.2. Đánh giá hiệu quả của các biện pháp kích cầu..... | 14 |
| 6. Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2009 (PCI) | 15 |
| 6.1. Nhiều địa phương cắt giảm được thủ tục rườm rà..... | 16 |
| 6.2. Ba lĩnh vực cần được cải thiện | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 7. Việt Nam qua đánh giá của các tổ chức quốc tế | 17 |
| 7.1. Ngân hàng Thế giới và Công ty Tài chính Quốc tế | 17 |
| 7.2. Diễn đàn Kinh tế Thế giới | 20 |
| 7.3. Tổ chức Thương mại và Phát triển Liên hợp quốc (UNCTAD) | 21 |
| 7.4. Một số đánh giá khác | 22 |
| PHẦN II: TĂNG CƯỜNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH DOANH NGHIỆP | |
| TRONG TÌNH HÌNH HẬU KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU | 25 |
| 1. Tác động của tình hình khủng hoảng kinh tế toàn cầu | 27 |
| 1.1. Giới thiệu cuộc điều tra | 27 |
| 1.2. Các thách thức doanh nghiệp phải đối mặt | 28 |
| 2. Các biện pháp ứng phó của các doanh nghiệp trước tác động của khủng hoảng | 30 |
| 3. Tiếp cận nguồn nhân lực và tài chính | 33 |
| 3.1. Lao động trong các doanh nghiệp | 33 |
| 3.2. Tiếp cận nguồn tài chính | 34 |
| 4. Thực trạng về đổi mới của các doanh nghiệp trong thời kỳ khủng hoảng | 36 |
| 4.1. Đổi mới trong doanh nghiệp | 36 |
| 4.2. Tác động của các yếu tố đến hoạt động đổi mới của doanh nghiệp | 39 |
| 4.3. Những yếu tố cản trở đối với hoạt động đổi mới của doanh nghiệp | 40 |
| PHẦN III: ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC ĐỔI MỚI CỦA DOANH NGHIỆP | 43 |
| 1. Lựa chọn ngành phân tích | 45 |
| 2. Số doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh (tính đến 31-12 hàng năm) | 46 |
| 3. Phân tích năng lực đổi mới | 47 |
| 3.1. Đánh giá tình hình hoạt động đầu tư đổi mới công nghệ theo các chỉ tiêu lao động và tư bản | 47 |
| 3.2. Đánh giá nguồn lực con người cho hoạt động đổi mới công nghệ | 52 |
| 3.3. Đánh giá năng lực nguồn lực tài chính thực hiện đổi mới công nghệ | 52 |
| 4. Đánh giá hoạt động đổi mới của doanh nghiệp | 53 |
| 4.1. Số doanh nghiệp thực hiện R&D | 53 |
| 4.2. Số doanh nghiệp thực hiện đổi mới công nghệ | 53 |
| 4.3. Số chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học | 55 |
| 4.4. Số sáng kiến, giải pháp kỹ thuật | 55 |
| 4.5. Ứng dụng công nghệ thông tin trong doanh nghiệp | 56 |
| 5. Đánh giá các chỉ số công nghệ cho khu vực đầu tư trực tiếp nước ngoài | 58 |

| | |
|---|-----|
| PHẦN IV: NHỮNG VẤN ĐỀ ĐỔI MỚI VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ TRONG MỘT SỐ NGÀNH | 63 |
| 1. Đổi mới và ứng dụng công nghệ trong doanh nghiệp ngành công nghiệp hỗ trợ | 65 |
| 1.1. Bối cảnh phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ | 65 |
| 1.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp hỗ trợ ở nước ta | 66 |
| 1.3. Một số vấn đề về phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam..... | 70 |
| 2. Đổi mới và ứng dụng công nghệ trong các doanh nghiệp ngành điện tử | 72 |
| 2.1. Tình hình phát triển của ngành điện tử Việt Nam..... | 72 |
| 2.2. Ngành điện tử Việt Nam năm 2009..... | 73 |
| 2.3. Thực trạng và xu hướng đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp điện tử | 76 |
| 2.4. Doanh nghiệp ngành điện tử Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu..... | 78 |
| 2.5. Những khó khăn đối với doanh nghiệp điện tử trong việc đổi mới công nghệ | 80 |
| 2.6. Một số kiến nghị nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm để có thể tham gia vào chuỗi giá trị | 81 |
| 3. Đổi mới và ứng dụng công nghệ trong các doanh nghiệp ngành ngân hàng | 81 |
| 3.1. Tình hình phát triển ngành ngân hàng năm 2009..... | 81 |
| 3.2. Thực trạng đổi mới dịch vụ sản phẩm và ứng dụng công nghệ trong các doanh nghiệp ngành ngân hàng | 84 |
| 3.3. Những thuận lợi và khó khăn của doanh nghiệp ngân hàng trong việc đổi mới | 87 |
| 3.4. Một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực đổi mới và ứng dụng công nghệ của các ngân hàng | 88 |
| 4. Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong doanh nghiệp | 89 |
| 4.1. Nhận thức của doanh nghiệp về sở hữu trí tuệ..... | 89 |
| 4.2. Thực trạng đăng ký bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp và sở hữu trí tuệ của doanh nghiệp Việt Nam | 91 |
| 4.3. Một số giải pháp nâng cao năng lực đổi mới và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong doanh nghiệp..... | 92 |
| PHẦN V: MỘT SỐ DỰ BÁO, KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ | 95 |
| 1. Dự báo kinh tế thế giới và Việt Nam năm 2010..... | 97 |
| 2. Đề xuất một số giải pháp ổn định thị trường, giá cả..... | 98 |
| 3. Một số đề xuất khác đối với Nhà nước | 99 |
| 4. Một số gợi ý đối với doanh nghiệp | 100 |
| TÀI LIỆU THAM KHẢO | 101 |
| PHỤ LỤC | 102 |

MỤC LỤC BẢNG

| | |
|--|----|
| Bảng 1.1: Một số chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế cơ bản năm 2008-2009..... | 3 |
| Bảng 1.2: Số lượng doanh nghiệp tăng thêm trong các năm từ 2000 đến 2008 | 6 |
| Bảng 1.3: Hiệu quả chính sách hỗ trợ thuộc gói kích cầu đợt 1 của Chính phủ (Kết quả điều tra 200 doanh nghiệp khu vực thành thị)..... | 15 |
| Bảng 1.4: Các chỉ số về môi trường kinh doanh của Việt Nam năm 2009 | 19 |
| Bảng 1.5: Bảng xếp hạng các chỉ số năng lực về đổi mới và sáng tạo của Việt Nam năm 2009 | 20 |
| Bảng 1.6: Các quốc gia hấp dẫn đầu tư trực tiếp nước ngoài nhất trong 3 năm tiếp theo (so với điều tra 2008-2010) | 21 |
| Bảng 2.1: Về việc lựa chọn giải pháp kinh doanh năm 2009, thực tế diễn ra năm 2009 và kế hoạch cho năm 2010 và thời gian tới của các doanh nghiệp | 32 |
| Bảng 2.2: Tỷ lệ doanh nghiệp thực hiện đổi mới về quy trình | 37 |
| Bảng 2.3: Xây dựng quy trình đổi mới của các doanh nghiệp | 38 |
| Bảng 4.1: Phương pháp gia công tại các doanh nghiệp | 67 |
| Bảng 4.2 Tốc độ tăng về huy động vốn của các ngân hàng năm 2009 | 83 |
| Bảng 4.3: Tỷ lệ số đơn đăng ký sở hữu công nghiệp tăng qua các năm, so sánh tỷ lệ đơn trong nước và nước ngoài trong giai đoạn 2001-2009..... | 91 |

MỤC LỤC HÌNH

| | |
|--|----|
| Hình 1.1: Số doanh nghiệp đăng ký thành lập và đang hoạt động qua các năm..... | 6 |
| Hình 1.2: Chỉ số CPI ở Việt Nam của một số năm so với tháng 12 năm trước | 11 |
| Hình 1.3: Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh | 18 |
| Hình 2.1: Tác động của những bất ổn tới sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp..... | 29 |
| Hình 2.2: Tác động của các yếu tố chi phí tới sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp | 30 |
| Hình 2.3: Tác động của các yếu tố tài chính tới sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp | 31 |
| Hình 2.4: Hoạt động của doanh nghiệp để đối phó với khủng hoảng | 31 |
| Hình 2.5: Đánh giá của doanh nghiệp về khả năng tiếp cận nguồn nhân lực | 33 |
| Hình 2.6: Mức độ thoả mãn nhu cầu vay vốn của doanh nghiệp..... | 35 |
| Hình 2.7: Tỷ lệ đơn vị thực hiện đổi mới sản phẩm..... | 37 |
| Hình 2.8: Mức độ quan trọng của các yếu tố đối với đổi mới trong doanh nghiệp | 39 |
| Hình 3.1: Cơ cấu hoạt động sản xuất kinh doanh | 46 |
| Hình 3.2: Tỷ lệ doanh nghiệp kinh doanh thua lỗ..... | 47 |
| Hình 3.3: Năng suất lao động | 48 |
| Hình 3.4: Tỷ lệ Tài sản cố định/Tổng tài sản | 49 |
| Hình 3.5: Năng suất vốn (Doanh thu/Tài sản cố định)..... | 50 |
| Hình 3.6: Trang bị tài sản cố định bình quân (Tài sản cố định/Lao động) | 51 |
| Hình 3.7: Tỷ lệ vốn đầu tư vào Tài sản cố định/Tổng vốn đầu tư..... | 51 |
| Hình 3.8: Tỷ lệ cán bộ khoa học/Tổng lao động | 52 |
| Hình 3.9: Tỷ lệ chi phí (R&D + đổi mới công nghệ)/Tổng vốn đầu tư | 53 |
| Hình 3.10: Số doanh nghiệp thực hiện R&D | 54 |
| Hình 3.11: Số doanh nghiệp thực hiện đổi mới công nghệ | 54 |
| Hình 3.12: Số chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học | 55 |
| Hình 3.13: Số sáng kiến, giải pháp kỹ thuật..... | 56 |
| Hình 3.14: Doanh nghiệp có kết nối mạng internet..... | 57 |

| | |
|---|----|
| Hình 3.15: Doanh nghiệp có website | 58 |
| Hình 3.16: Doanh nghiệp có giao dịch thương mại điện tử..... | 59 |
| Hình 4.1: Các thách thức đối với doanh nghiệp ngành công nghiệp hỗ trợ..... | 70 |
| Hình 4.2: Chuỗi giá trị ngành điện tử..... | 79 |
| Hình 4.3: Tâm quan trọng của các yếu tố đối với doanh nghiệp khi lựa chọn ngân hàng chính..... | 85 |
| Hình 4.4: Hiểu biết và sử dụng dịch vụ của các doanh nghiệp đối với một số sản phẩm/dịch vụ của ngân hàng..... | 85 |
| Hình 4.5: Đánh giá của doanh nghiệp về sử dụng bản quyền phần mềm..... | 90 |
| Hình 4.6: Tỷ lệ các loại đơn đăng ký bảo hộ sở hữu công nghiệp năm 2009 | 92 |

TÓM TẮT

Tổng quan về môi trường kinh doanh Việt Nam năm 2009

Tổng sản phẩm trong nước (GDP) năm 2009 tăng 5,32% so với năm 2008. Tăng trưởng kinh tế thấp hơn mục tiêu kế hoạch ban đầu (6,5%) và thấp hơn các năm trước (năm 2008 tăng 6,2%), tuy nhiên cao hơn kế hoạch điều chỉnh (5%).

Kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2009 đều giảm do sức tiêu thụ hàng hoá trên thị trường thế giới thu hẹp. Kim ngạch hàng hoá xuất khẩu năm 2009 ước tính đạt 56,6 tỷ USD, giảm 9,7% so với năm 2008. Tương tự như xuất khẩu, kim ngạch hàng hoá nhập khẩu ước tính 68,8 tỷ USD, giảm 14,7% so với năm 2008.

Mặc dù nền kinh tế năm 2009 phục hồi chưa được mạnh mẽ song tốc độ đăng ký thành lập doanh nghiệp vẫn ở mức rất cao, với 86.487 đơn vị mới được thành lập và tổng số vốn đăng ký mới là 515 nghìn tỷ đồng, ở mức độ cao hơn rất nhiều so với các năm. Như vậy đến hết năm 2009, tổng số doanh nghiệp đăng ký ở Việt Nam đã đạt con số 463.842 doanh nghiệp với tổng số vốn đăng ký là 2.165,6 nghìn tỷ đồng. So với năm 2008, số doanh nghiệp đăng ký mới đã tăng xấp xỉ 30%, tuy nhiên số vốn đăng ký mới giảm 9,6%.

Tính đến 15-12-2009, cả nước có 839 dự án mới được cấp Giấy Chứng nhận đầu tư với tổng vốn đăng ký 16,34 tỷ USD, bằng

24,6% so với năm 2008; có 215 dự án FDI đăng ký tăng vốn đầu tư với tổng vốn đăng ký tăng thêm là 5,13 tỷ USD, bằng 98,3% so với năm 2008. Tính chung cả cấp mới và tăng vốn, trong năm 2009, các nhà đầu tư nước ngoài đã đăng ký đầu tư vào Việt Nam 21,47 tỷ USD, bằng 30% so với năm 2008. Tuy FDI giảm so với năm 2008 nhưng đây là cũng là con số khá cao trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế hiện nay.

Về diễn biến thị trường giá cả, chỉ số giá cả hàng tiêu dùng (CPI) năm 2009 tăng 6,88% so với năm 2008 (đạt chỉ tiêu kiềm chế lạm phát ở mức dưới 7% của Chính phủ). Nhìn chung, diễn biến thị trường, giá cả ở Việt Nam năm 2009 khá bình ổn, có những tác động nhất định đến tăng trưởng kinh tế và hoạt động của các doanh nghiệp.

Để chống suy giảm và thúc đẩy nhanh quá trình phục hồi nền kinh tế sau khủng hoảng, năm 2009, Chính phủ đã ra nhiều quyết định quan trọng nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp vượt qua những khó khăn, thách thức do khủng hoảng kinh tế thế giới mang lại, điển hình là gói kích cầu thứ nhất. Tổng gói kích cầu ước khoảng 143 nghìn tỷ đồng (tương đương 8 tỷ USD). Các chuyên gia trong nước và các tổ chức tài chính quốc tế đánh giá cao gói kích cầu kinh tế thứ nhất của Chính phủ đã giúp nền kinh tế vượt qua suy giảm và Việt Nam trở thành một trong số ít những nước trên thế giới giữ vững được mức tăng trưởng dương. Tuy nhiên, quá trình thực hiện các gói kích cầu vẫn bộc lộ một số hạn chế.

Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (Provincial Competitiveness Index) do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam phối hợp với Dự án Nâng cao năng lực cạnh tranh Việt Nam (VNCI) cho thấy một số địa phương đã dần chuyển lên thứ hạng cao hơn trong bảng xếp hạng, số lượng các tỉnh nằm trong nhóm có chất lượng điều hành xuất sắc đã tăng lên. Kết quả báo cáo PCI năm 2009 cũng cho thấy đã xuất hiện nhiều điểm sáng, trong đó nổi bật nhất là việc cắt giảm các thủ tục hành chính tại nhiều địa phương. Tuy nhiên, một số lĩnh vực giảm điểm so với những năm trước và cần được cải thiện hơn nữa như: tính minh bạch, giảm chi phí không chính thức, tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh.

Theo Báo cáo Môi trường kinh doanh năm 2010 của Ngân hàng Thế giới và Công ty Tài chính Quốc tế, môi trường kinh doanh của Việt Nam cần được cải thiện tốt hơn. Năm 2009 Việt Nam xếp hạng 93/182 nền kinh tế, không thay đổi nhiều so với năm 2008. Bên cạnh đó, Diễn đàn Kinh tế Thế giới lại đánh giá Việt Nam đã cải thiện được nhiều yếu tố môi trường kinh doanh với Chỉ số năng lực cạnh tranh toàn cầu (Global Competition Index) là 75/133 quốc gia. Mặc dù GCI giảm 5 bậc so với năm 2008 nhưng nhiều yếu tố đã được khắc phục. Theo đánh giá của Tổ chức Thương mại và Phát triển Liên hợp quốc (UNCTAD), năm 2009 Việt Nam xếp hạng thứ 11 (giảm 5 bậc so với năm 2008) nhưng vẫn tiếp tục đứng trong top 15 quốc gia hấp dẫn nhất trong việc thu hút FDI.

Tăng cường năng lực cạnh tranh doanh nghiệp trong tình hình hậu khủng hoảng kinh tế toàn cầu

Từ kết quả hai cuộc điều tra đối với 200 doanh nghiệp năm 2008 và 2009, có thể thấy xu hướng chung rằng các doanh nghiệp được điều tra đánh giá môi trường kinh tế vĩ mô bất ổn và những biến động khó lường của

thị trường làm ảnh hưởng nhiều hơn tới tình hình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp phải đối mặt với nhiều thách thức lớn như: chi phí các yếu tố đầu vào của sản xuất tăng, nhu cầu thị trường chững lại và các chi phí về vốn cũng gia tăng theo. Có tới 63,7% số doanh nghiệp đánh giá áp lực này là rất lớn đối với hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Trong năm 2009, có 61,6% số doanh nghiệp trong diện điều tra đã vay vốn và số doanh nghiệp được đáp ứng 50% nhu cầu trở lên là 67,5% (năm 2008 là 43,9%). Vấn đề trở ngại lớn nhất đối với doanh nghiệp khi vay vốn là lãi suất vay quá cao, tiếp đến là thiếu tài sản thế chấp, vấn đề về phương án kinh doanh và năm 2009 các doanh nghiệp than phiền nhiều về thủ tục vay phức tạp.

Năm 2009 cũng là năm thứ hai liên tiếp thị trường ngoại hối bọc lộ những khó khăn rõ nét, điều này có ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động của doanh nghiệp, 48,9% số doanh nghiệp cho rằng những khó khăn trong việc tiếp cận mua ngoại tệ đã ảnh hưởng nghiêm trọng tới hoạt động sản xuất kinh doanh (năm 2008 tỷ lệ này là 21,1%). Các khó khăn về tài chính đã dẫn đến tính thanh khoản của các doanh nghiệp năm 2009 hầu như không được cải thiện với 63,7% số doanh nghiệp cho rằng, việc thanh khoản chậm từ khách hàng đã gây ảnh hưởng lớn tới hoạt động của doanh nghiệp (năm 2008 là 52,1%).

Để đối mặt với khủng hoảng kinh tế toàn cầu, các doanh nghiệp đã có những hoạt động rất tích cực nhằm đưa doanh nghiệp từng bước thoát ra khỏi tình hình khó khăn hiện tại. Hai biện pháp được các doanh nghiệp quan tâm nhất đó là: củng cố quan hệ, trao đổi thông tin với nhà cung cấp và cung cấp sự hỗ trợ tin cậy tới khách hàng. 26,8% số doanh nghiệp cho rằng nhờ có các giải pháp kinh doanh mà doanh nghiệp đã tăng lợi nhuận rất tốt, trong khi 56,8% số doanh nghiệp cho rằng, họ tăng lợi nhuận ở mức trung bình. Chỉ có 3,2% số doanh

ngành khẳng định, họ đã lựa chọn giải pháp kinh doanh đúng với lợi nhuận tăng ở mức rất cao.

Với những kế hoạch được đưa ra trong năm 2008, các doanh nghiệp đã áp dụng mọi biện pháp để đối phó với khủng hoảng và kết quả cho thấy, tuy tỷ lệ doanh nghiệp phải thu hẹp sản xuất có cao hơn so với kế hoạch là 2,1% nhưng tỷ lệ doanh nghiệp giữ nguyên được quy mô sản xuất cũng cao hơn so với kế hoạch là 10,5%. Tỷ lệ doanh nghiệp mở rộng được quy mô sản xuất kinh doanh giảm đi so với kế hoạch là 9,0% nhưng vẫn ở mức cao, chiếm 34,2% số doanh nghiệp thuộc diện điều tra. Năm 2010, các doanh nghiệp tiếp tục mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh và có tới 11,6% doanh nghiệp chuyển hướng chiến lược kinh doanh vào việc củng cố ngành sản xuất kinh doanh cốt lõi của doanh nghiệp, 54,2% doanh nghiệp có chiến lược thay đổi cơ cấu sản xuất.

Cùng với dấu hiệu hồi phục của nền kinh tế năm 2009, lao động tại các doanh nghiệp được điều tra vẫn tiếp tục đà tăng từ năm 2007, tuy nhiên mức tăng có thấp hơn so với năm 2008. Năm 2008 có 73,8% số doanh nghiệp tăng hoặc giữ nguyên số lao động làm việc tại doanh nghiệp thì đến năm 2009, số doanh nghiệp này là 78,1%.

Năm 2009, các doanh nghiệp vẫn tiếp tục đổi mới và sáng tạo kinh doanh theo các hướng: (i) Đổi mới sản phẩm (hàng hoá hay dịch vụ); (ii) Đổi mới quy trình; và (iii) Đổi mới tổ chức. Các doanh nghiệp đã có những cố gắng nhất định nhưng có vẻ như khả năng của họ chỉ dừng lại ở mức độ đưa ra những sản phẩm mới đối với chính doanh nghiệp là chủ yếu. Cũng như năm 2008, hầu hết sự đổi mới của doanh nghiệp được tiến hành bởi bản thân doanh nghiệp, tỷ lệ doanh nghiệp hợp tác với các công ty và viện nghiên cứu nước ngoài hoặc trong nước còn hạn chế. Những thông tin hay đề xuất từ khách hàng vẫn là yếu tố tác động lớn nhất đến các hoạt động đổi mới của doanh

ngành. Trong khi đó, vai trò của các thông tin hay đề xuất từ các viện nghiên cứu của Chính phủ, trường đại học cũng như các hiệp hội, các nhà tư vấn vẫn khá mờ nhạt, các doanh nghiệp chưa đánh giá cao những đề xuất này.

Những yếu tố cản trở lớn nhất đối với hoạt động đổi mới của doanh nghiệp đó là: các yếu tố về chi phí, các yếu tố về tri thức và các yếu tố về thị trường.

Đánh giá năng lực đổi mới của doanh nghiệp

Trong tình hình kinh tế khó khăn, doanh nghiệp phải không ngừng đổi mới và phát triển, nâng cao năng lực đổi mới là yêu cầu cấp thiết. Việc phân tích năng lực đổi mới được thực hiện trên 5 ngành kinh tế tiêu biểu, trong đó năng lực đổi mới đóng vai trò quan trọng trong tăng trưởng: Sản xuất thực phẩm, đồ uống và thuốc lá; Dệt may; Sản xuất ô tô, xe máy; Điện tử; Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán. Dữ liệu được sử dụng trong phân tích, đánh giá là “Cơ sở dữ liệu tổng điều tra doanh nghiệp 2008” do Tổng cục Thống kê thực hiện hàng năm.

Xét về năng lực công nghệ, năng suất lao động được cải thiện nhưng nhìn chung trình độ công nghệ của các doanh nghiệp Việt Nam trên 5 ngành phân tích còn thấp (tỷ lệ tài sản cố định trên một lao động còn thấp). Năng suất vốn (tư bản) còn chưa cao, điều này thể hiện tính hiệu quả trong việc sử dụng vốn thấp cũng như công nghệ sử dụng còn chưa tiên tiến. Cơ cấu đầu tư vào tài sản cố định nói chung và vào công nghệ nói riêng còn thấp. Tỷ lệ cán bộ có trình độ khoa học kỹ thuật - vốn con người cho đổi mới công nghệ - còn thấp và dưới 10% ở nhiều ngành được phân tích. So sánh với khu vực FDI cho thấy, khu vực này với nguồn vốn và công nghệ từ bên ngoài nên có trình độ công nghệ cao hơn và vì vậy, năng suất lao động và

năng suất vốn cũng cao hơn mức trung bình của 5 ngành được phân tích.

Xét về hoạt động đổi mới công nghệ, phân tích cho thấy hoạt động này vẫn còn rất khiêm tốn với một số rất ít các doanh nghiệp có thực hiện. Trên một số ngành, số doanh nghiệp thực hiện R&D, đổi mới công nghệ gần như đếm trên đầu ngón tay. Khu vực FDI mặc dù có trình độ công nghệ cao hơn hẳn nhưng các hoạt động R&D và đổi mới công nghệ cũng không hơn gì so với mặt bằng chung của toàn nền kinh tế.

Tỷ lệ các doanh nghiệp có kết nối internet và có website ngày càng tăng. Đặc biệt, 100% các doanh nghiệp FDI có kết nối internet. Tuy nhiên, tình hình thực hiện giao dịch thương mại điện tử hầu như mới ở mức sơ khai. Doanh nghiệp cần một khung pháp lý hoàn chỉnh và cần sự phối hợp trên diện rộng từ doanh nghiệp, các nhà hoạch định chính sách (địa phương và Trung ương), các tổ chức hiệp hội để có tác động đến sự thay đổi về chính sách nếu chúng ta muốn hoạt động này được nở rộ trong tương lai.

Ứng dụng công nghệ thông tin trong doanh nghiệp là một trong những điểm sáng của điều tra doanh nghiệp năm 2009. 100% doanh nghiệp đã sử dụng máy tính và kết nối internet. So với năm 2008, các doanh nghiệp đã tích cực chủ động tìm kiếm các đơn đặt hàng qua trang web của mình nhưng tỷ lệ này vẫn còn khá khiêm tốn so với tiềm năng. Xét theo khu vực doanh nghiệp, khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có mức độ ứng dụng công nghệ thông tin có hiệu quả nhất.

Những vấn đề đổi mới và ứng dụng công nghệ trong một số ngành

Ngành công nghiệp hỗ trợ

Công nghiệp hỗ trợ tạo ra giá trị gia tăng cho ngành sản xuất công nghiệp, góp phần

phát triển năng lực sản xuất, giải quyết việc làm cho người lao động. Tuy nhiên, hiện nay 70-80% sản phẩm phụ trợ của các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp ở Việt Nam vẫn phải nhập khẩu. Các nghiên cứu và khảo sát đã cho thấy bên cạnh những điểm mạnh của doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp hỗ trợ như: xây dựng được nền tảng ổn định, có khả năng tiếp thu công nghệ mới, quan tâm đến chất lượng sản phẩm, có lực lượng lao động cần cù, chịu khó, khéo tay,... các doanh nghiệp này vẫn còn rất nhiều điểm yếu như: chủng loại sản phẩm ít, chủ yếu sản xuất các linh kiện, chi tiết giản đơn, giá trị gia tăng thấp; thiếu chiến lược kinh doanh và định hướng phát triển dẫn đến sự thiếu đầu tư máy móc, thiết bị một cách đồng bộ,... Do đó, các doanh nghiệp này phải đối mặt với nhiều thách thức trong đó những thách thức lớn nhất là vấn đề nguồn nhân lực và vấn đề công nghệ/phát triển sản phẩm mới.

Để phát triển công nghiệp hỗ trợ cần thực hiện các biện pháp đa dạng và trên phạm vi rộng, từ việc đào tạo nguồn nhân lực, chuyển giao công nghệ đến việc cải thiện chế độ thuế, cơ chế cấp vốn và liên kết thương mại. Các giải pháp cần được thực hiện chủ động từ phía các doanh nghiệp cũng như sự hỗ trợ từ phía các cơ quan nhà nước.

Ngành điện tử

Năm 2009, mặc dù chịu ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, nhu cầu tiêu thụ sản phẩm điện tử trên thị trường thế giới suy giảm mạnh, kim ngạch xuất khẩu những tháng đầu năm giảm nhưng đã phục hồi mạnh mẽ vào cuối năm. Đặc biệt, đã có nhiều khởi sắc trong việc phát triển các kênh phân phối mới thông qua các siêu thị điện tử do các doanh nghiệp trong nước đầu tư.

Thực tế cho thấy, ngoài các doanh nghiệp điện tử có vốn đầu tư nước ngoài sử dụng

công nghệ cao và thường xuyên phải đổi mới công nghệ để đảm bảo chất lượng sản phẩm xuất khẩu, các doanh nghiệp điện tử Việt Nam chỉ sử dụng công nghệ ở mức trung bình và thấp. Ngoài lý do về nguồn lực tài chính, một số chính sách về khoa học - công nghệ chưa hợp lý và sự đầu tư chưa thích đáng của Nhà nước cũng cản trở doanh nghiệp điện tử Việt Nam đổi mới và ứng dụng công nghệ cao.

Để nâng cao năng lực đổi mới công nghệ, chất lượng sản phẩm của các doanh nghiệp điện tử nhằm tham gia vào chuỗi giá trị, các doanh nghiệp cần chuyên môn hoá, tập trung vào một lĩnh vực sản xuất có thế mạnh, đầu tư theo chiều sâu, đầu tư vốn cho hoạt động nghiên cứu và đổi mới công nghệ. Nhà nước cần có sự đầu tư trọng điểm cho các công nghệ chiến lược bằng cách thành lập các quỹ hỗ trợ phát triển công nghệ, đổi mới hệ thống đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực.

Ngành ngân hàng

Năm 2009, ngành ngân hàng chịu nhiều tác động từ nền kinh tế, điển hình là những thay đổi từ chính sách tiền tệ thắt chặt sang chính sách tiền tệ nới lỏng, sự biến động mạnh từ thị trường ngoại hối. Tuy nhiên, các ngân hàng vẫn không ngừng phát triển và mở rộng quy mô. Về năng lực tài chính và quy mô mạng lưới, năm 1994 vốn điều lệ của ngân hàng thương mại lớn nhất là 400 tỷ đồng, của ngân hàng thương mại nhỏ nhất là 300 triệu đồng, thì đến năm 2009, vốn điều lệ của hệ thống ngân hàng đã tăng 31 lần. Tổng tài sản của hệ thống ngân hàng đã tăng vượt bậc, năm 1994 tổng tài sản của toàn hệ thống là 57.645 nghìn tỷ đồng thì đến 30-6-2009 là 2.536.617 nghìn tỷ đồng, tăng 44 lần.

Đa dạng hóa sản phẩm và đổi mới dịch vụ ngân hàng đang là một trong những yêu cầu quan trọng để nâng cao sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp ngân hàng hiện nay.

Mặc dù có tới gần 300 các loại dịch vụ khác nhau được các ngân hàng Việt Nam cung cấp nhưng có thể nói phần lớn các doanh nghiệp mới chỉ biết đến các dịch vụ tín dụng. Sự nghèo nàn trong sản phẩm dịch vụ của ngân hàng được thể hiện qua sự thiếu hiểu biết của các doanh nghiệp đối với một số dịch vụ hay sản phẩm khác. Quản lý tính thanh khoản là một loại dịch vụ mới được 40% số doanh nghiệp được hỏi biết tới, chưa nói đến việc số doanh nghiệp hiện đang sử dụng dịch vụ này mới đếm trên đầu ngón tay.

Để đạt được sự tăng trưởng, các doanh nghiệp ngân hàng phải không ngừng nâng cao năng lực đổi mới: sản phẩm, dịch vụ, đổi mới về tổ chức, đổi mới công nghệ và quy trình. Công nghệ ngành ngân hàng mang tính đặc thù đặc biệt trong tình hình công nghệ thông tin ngày càng phát triển. Hầu hết các ngân hàng được trang bị máy móc, thiết bị hiện đại và áp dụng hệ thống công nghệ ngân hàng lõi, giúp các ngân hàng phát triển nhiều sản phẩm mới dựa trên nền tảng công nghệ cao. Bên cạnh những thuận lợi về cơ sở pháp lý và sự hội nhập quốc tế, bùng nổ internet, các ngân hàng vẫn gặp nhiều khó khăn trong việc đổi mới và ứng dụng công nghệ như đội ngũ nhân lực công nghệ thông tin ngân hàng, đầu tư công nghệ đòi hỏi chi phí lớn, quy trình triển khai ứng dụng công nghệ thông tin khá phức tạp.

Đổi mới và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong doanh nghiệp

Một trong những yếu điểm của các doanh nghiệp Việt Nam là chưa tự nhận thức được giá trị của những thành quả đầu tư do chính họ sáng tạo ra, hoặc khi có nhận thức thì không biết được làm như thế nào để bảo vệ những thành quả đó mà không bị người khác xâm phạm.

Trong các loại hình bảo hộ sở hữu công nghiệp, doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ chú trọng đăng ký nhãn hiệu - chiếm 84% số

đơn đăng ký. Số đơn đăng ký sáng chế chiếm 9%, đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp 6% và đăng ký bảo hộ giải pháp hữu ích chỉ chiếm có 1%. Các con số này cho thấy, các doanh nghiệp Việt Nam chưa đưa ra được nhiều sản phẩm/dịch vụ mới, nhất là mới đối với thị trường.

Để nâng cao năng lực bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, doanh nghiệp Việt Nam cần tích cực

chủ động trong việc quản lý, khai thác quyền sở hữu trí tuệ và phải hiểu rõ việc chấp nhận các chuẩn mực cao của Hiệp định về quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại (TRIPS) của WTO là một quy luật tất yếu của hội nhập quốc tế. Bên cạnh đó, cần phát huy các chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ của Nhà nước, tăng cường phổ biến thông tin từ các cơ quan, tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp.



CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG NHÀ ĐẤT HOUSING GROUP

“MÁI ẤM CỦA MỌI NHÀ”

Doanh nghiệp: Công ty CP Tập đoàn Đầu tư Xây dựng Nhà đất - Housing Group

Trụ sở 1: 152 Nguyễn Ngọc Nại, Khương Mai, Thanh Xuân, Hà Nội

Trụ sở 2: KCN Quốc Oai, Km19 Đường cao tốc Láng-Hòa Lạc, Hà Nội

Điện thoại: (84-4) 3394 2990 – (84-4) 3566 5087

Fax: (84-4) 3394 0579

Website: www.housinggroup.vn

Email: housinggroup.nd@gmail.com

CTHĐQT - Tổng GD: Ts. Châu Thị Thu Nga



Trụ sở Tập đoàn



Housing Group đón nhận Bằng khen của Chính phủ năm 2009

Tập đoàn Đầu tư xây dựng nhà đất. Tên giao dịch HOUSING GROUP được thành lập từ năm 2000. Đến nay sau 10 năm phát triển và trưởng thành Tập Đoàn đã tìm ra được thế mạnh của mình, các loại hình kinh doanh chủ yếu là về lĩnh vực đầu tư, xây dựng, kinh doanh BĐS và nguyên vật liệu xây dựng.

Sản phẩm chính của Tập đoàn:

- Sản phẩm về thị trường nhà ở bao gồm các chung cư, biệt thự nhà vườn, nhà liền kề, penthouse,... với sự khác biệt của các vật liệu sử dụng, Housing đã đưa người tiêu dùng đến một nhận thức mới, nhận thức về sự đồng bộ, tiện ích, đa dạng hóa về sản phẩm, phong phú về mẫu mã, hợp lý về giá thành.
- Dòng sản phẩm cửa gỗ công nghiệp Housing door đã và đang chiếm lĩnh thị trường Miền Bắc, đặc biệt là thị trường Hà Nội, Hải Phòng, Hải Dương.... đã và đang được sử dụng vào các công trình dự án lớn tầm cỡ quốc gia, thành phố và các khu đô thị - chung cư, nhà cao tầng, biệt thự, nhà vườn, khách sạn cùng với một số dự án trọng điểm.

Dây chuyền sản xuất khép kín - công nghệ hiện đại, hoàn toàn nhập ngoại, với đội ngũ chuyên gia tư vấn, cán bộ công nhân lao động đã và ngày càng được nâng cao tay nghề.

Sự nỗ lực không ngừng ấy được đánh dấu bằng việc hoạt động mô hình từ công ty mẹ - con chuyển đổi sang mô hình Tập đoàn kinh tế đa ngành.

PHẦN I

TỔNG QUAN VỀ MÔI TRƯỜNG KINH DOANH VIỆT NAM NĂM 2009

1. Tăng trưởng kinh tế và hoạt động xuất nhập khẩu

Quốc hội nước Cộng hoà Xã hội chủ nghĩa Việt Nam khoá XII, kỳ họp thứ 4 đã ra Nghị quyết số 23/2008/NQ-QH12 về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2009, theo đó mục tiêu tăng trưởng tổng sản phẩm trong nước (GDP) năm 2009 là 6,5%. Ngày 19-6-2009, căn cứ vào những đánh giá về diễn

biến tình hình kinh tế - xã hội trong 4 tháng đầu năm 2009 và những nhận định diễn biến kinh tế trong những tháng tiếp theo, kỳ họp thứ 5, Quốc hội khoá XII đã ra Nghị quyết số 32/2009/NQ-QH12 nhất trí điều chỉnh chỉ tiêu tốc độ tăng trưởng GDP năm 2009 là 5%.

Đầu năm 2009, dự báo của các tổ chức quốc tế cho thấy khả năng tăng trưởng của nền kinh tế Việt Nam năm 2009 thấp hơn so

Bảng 1.1: Một số chỉ tiêu tăng trưởng kinh tế cơ bản năm 2008-2009

Đơn vị: %

| Chỉ tiêu | Năm 2008 | Năm 2009 | | |
|--|----------|-------------------|-----------------------|--------------|
| | | Kế hoạch ban đầu* | Kế hoạch điều chỉnh** | Thực hiện*** |
| (1) Tổng sản phẩm trong nước (GDP) | 6,2 | 6,5 | 5,0 | 5,32 |
| Trong đó: | | | | |
| - Giá trị sản xuất nông, lâm nghiệp và thủy sản | 4,1 | 2,8 | | 3 |
| - Giá trị sản xuất công nghiệp | 6,1 | 7,4 | | 7,6 |
| - Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng | 7,2 | 7,3 | | 18,6 |
| (2) Tổng kim ngạch xuất khẩu | 29,5 | 13 | 3,0 | -9,7 |
| (3) Tổng kim ngạch nhập khẩu | 28,3 | | | -14,7 |
| (4) Tổng vốn đầu tư toàn xã hội | 22,2 | | | 15,3 |
| (5) Giá tiêu dùng tháng 12 năm hiện hành so với tháng 12 năm trước | 31,0 | 15 | 10 | 6,88 |

Nguồn:

* Nghị quyết số 23/2008/NQ-QH12 ngày 6-11-2008 của Quốc hội về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2009.

** Nghị quyết số 32/2009/NQ-QH12 ngày 19-6-2009 của Quốc hội về điều chỉnh mục tiêu tổng quát, một số chỉ tiêu kinh tế.

*** Tổng cục Thống kê.

với mục tiêu đề ra của Quốc hội tại kỳ họp thứ 4. Ngân hàng Thế giới (WB) dự báo tăng trưởng GDP của Việt Nam năm 2009 là 5,5%, Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB) dự báo 4,5%, Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) dự báo 3,3%. Dự báo của các tổ chức quốc tế chủ yếu dựa vào diễn biến khủng hoảng tài chính ở Mỹ và các nước Tây Âu với giả thiết rằng sau khi gia nhập WTO, FDI và xuất khẩu đóng một vai trò quan trọng trong nguồn lực tăng trưởng kinh tế của Việt Nam. Do vậy, cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu khởi đầu tại Mỹ ảnh hưởng khá nặng nề tới tốc độ phát triển kinh tế của Việt Nam.

Bảng 1.1 cho thấy, năm 2009 tăng trưởng GDP là 5,32%, không đạt mục tiêu ban đầu là tăng 6,5% được đề ra tại kỳ họp thứ 4 của Quốc hội, tuy nhiên con số này đã vượt 0,32% so với mục tiêu được điều chỉnh lại tại kỳ họp thứ 5 của Quốc hội (5%). Nếu so sánh giữa chỉ tiêu GDP đạt được và dự đoán của các tổ chức quốc tế thì có thể nói Ngân hàng Thế giới là tổ chức đưa ra con số dự đoán khá chính xác cho GDP Việt Nam năm 2009.

1.1. Sản xuất công nghiệp và xây dựng

Công nghiệp là ngành bị ảnh hưởng mạnh từ khủng hoảng kinh tế thế giới nhưng các cơ sở sản xuất, các doanh nghiệp và tập đoàn kinh tế của Việt Nam trong năm 2009 đã có nhiều cố gắng. Chính phủ và các cấp, các ngành đã đề ra những giải pháp kịp thời, hỗ trợ lãi suất vay vốn và mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước thông qua các gói kích cầu đầu tư và kích cầu tiêu dùng; vận động nhân dân hưởng ứng chủ trương “Người Việt Nam dùng hàng Việt Nam”, nhờ đó kết quả sản xuất kinh doanh từng bước được khôi phục và tiếp tục tăng trưởng.

Tính chung cả năm 2009, giá trị sản xuất công nghiệp ước tính đạt 696,6 nghìn tỷ đồng, tăng 7,6% so với năm 2008, bao gồm khu vực kinh tế nhà nước tăng 3,7%; khu vực ngoài Nhà nước tăng 9,9%; khu vực có vốn

đầu tư nước ngoài tăng 8,1% (dầu mỏ và khí đốt tăng 9,2%, các ngành khác tăng 8%).

Một số sản phẩm công nghiệp quan trọng đạt tốc độ tăng cao hơn mức tăng chung là: điều hòa nhiệt độ tăng 41,8%; khí hóa lỏng tăng 39,3%; tủ lạnh, tủ đá tăng 29,5%; xà phòng tăng 20,2%; xi măng tăng 19,2%; thép tròn tăng 19,1%; điện sản xuất tăng 11,9%; thuốc lá điều tăng 10,5%; than sạch tăng 9,9%; khai thác dầu thô tăng 9,8%; nước máy thương phẩm tăng 9,7%; bia tăng 8,5%.

Một số tỉnh, thành phố có quy mô sản xuất công nghiệp lớn có tốc độ tăng cao hơn mức tăng chung của cả nước là: Quảng Ninh tăng 15,8%; Thanh Hóa tăng 13,9%; Đồng Nai tăng 10,6%; Bình Dương tăng 10,3%; Khánh Hòa tăng 10%; Hà Nội tăng 9,4%; Cần Thơ tăng 9,1%; Đà Nẵng tăng 8,3%; Thành phố Hồ Chí Minh tăng 7,9%; Hải Phòng tăng 7,7%. Bên cạnh đó, một số tỉnh có tốc độ tăng thấp như: Hải Dương tăng 6,2%; Phú Thọ tăng 5,3%; Vĩnh Phúc tăng 5%; Bà Rịa - Vũng Tàu tăng 3,1%.

1.2. Bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng

Hoạt động thương mại và dịch vụ sôi động hơn trong những tháng cuối năm do sản xuất trong nước phục hồi, nhu cầu tiêu dùng tăng lên và giá cả hàng hoá, dịch vụ tương đối ổn định. Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng theo giá thực tế cả năm ước tính đạt 1.197,5 nghìn tỷ đồng, tăng 18,6%; nếu loại trừ yếu tố giá thì mức tăng đạt 11% so với năm 2008.

Trong mức tăng của tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2009, khu vực kinh tế cá thể tăng 20,3%; kinh tế tư nhân tăng 22,9%; kinh tế nhà nước tăng 1,4%; kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tăng 9,5%; kinh tế tập thể tăng 18,8%. Xét theo ngành kinh doanh thì kinh doanh thương nghiệp tăng 18,6%; khách sạn, nhà hàng tăng 18,4%; dịch vụ tăng 20,3%; du lịch tăng 1,9%.

1.3. Tình hình xuất nhập khẩu

Do sức tiêu thụ hàng hoá trên thị trường thế giới thu hẹp, giá cả của nhiều loại hàng hoá giảm mạnh nên kim ngạch xuất khẩu 9 tháng đầu năm 2009 chỉ đạt gần 41,4 tỷ USD, giảm 14,8% so với cùng kỳ năm 2008. Những tháng cuối năm tình hình đã được cải thiện rõ rệt. Kim ngạch xuất khẩu hàng hoá tháng 11 đạt gần 4,7 tỷ USD, tăng 10,2% so với cùng kỳ năm trước. Tháng 12 đạt mức cao nhất trong năm với 5,25 tỷ USD, tăng 12% so với tháng trước và tăng 12,5% so với tháng 12 năm trước, chủ yếu do hầu hết các mặt hàng xuất khẩu chủ lực đều tăng, trong đó hàng dệt may tăng 90 triệu USD, gạo tăng 80 triệu USD; giày dép tăng 77 triệu USD; cà phê tăng 67 triệu USD; dầu thô tăng 33 triệu USD. Tính chung quý IV năm 2009, kim ngạch hàng hoá xuất khẩu tăng 7,1% so với quý IV năm 2008. Nhờ vậy, mặc dù kim ngạch hàng hoá xuất khẩu của các quý trước giảm mạnh nhưng kim ngạch hàng hoá xuất khẩu năm 2009 đạt 56,6 tỷ USD, giảm 9,7% so với năm 2008.

Tương tự như xuất khẩu, kim ngạch nhập khẩu hàng hoá 8 tháng đầu năm chỉ đạt gần 41,8 tỷ USD, giảm 29% so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, do kinh tế thế giới có sự phục hồi nên một số mặt hàng đã tăng giá; mặt khác, kinh tế trong nước đạt tốc độ tăng trưởng khá nên nhu cầu hàng hoá tiêu dùng cho sản xuất và đời sống cũng tăng lên, do đó kim ngạch nhập khẩu hàng hoá tháng 9, tháng 10, tháng 11 và tháng 12 liên tục tăng so với cùng kỳ năm trước với tốc độ tăng lần lượt là: 13,9%, 14,5%, 44,5% và 15,7%. Do vậy, tính chung cả năm 2009, kim ngạch hàng hoá nhập khẩu đạt 68,8 tỷ USD, giảm 14,7% so với năm 2008, bao gồm khu vực kinh tế trong nước đạt 43,9 tỷ USD, giảm 16,8%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 24,9 tỷ USD, giảm 10,8%.

Trong các nhóm hàng nhập khẩu năm 2009, máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng

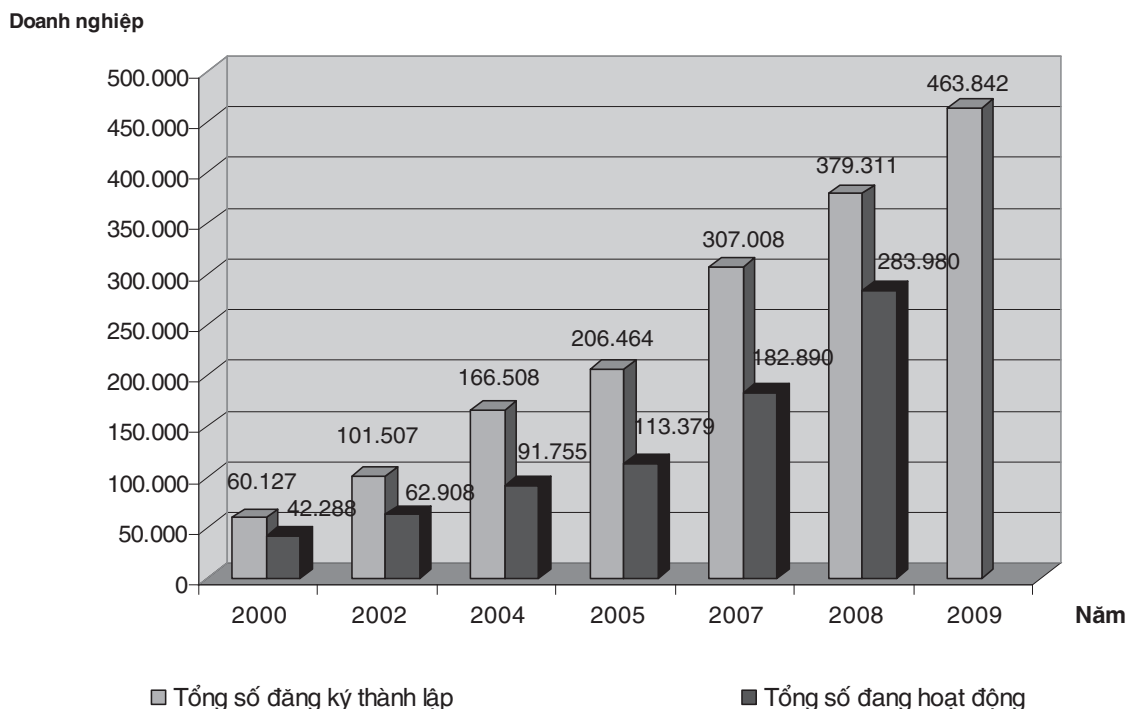
chiếm tỷ trọng 29,5% tổng kim ngạch nhập khẩu; nguyên nhiên vật liệu chiếm 61,3%; hàng tiêu dùng chiếm 8,7%; vàng chiếm 0,5%. Về thị trường nhập khẩu, 8 đối tác chủ yếu chiếm hơn 85% tổng kim ngạch nhập khẩu năm 2009 gồm: Trung Quốc 16,1 tỷ USD, tăng 2,7% so với năm 2008; ASEAN 13,4 tỷ USD, giảm 31,3%; Nhật Bản 7,3 tỷ USD, giảm 11,3%; Hàn Quốc 6,7 tỷ USD, giảm 5,3%; Đài Loan 6,2 tỷ USD, giảm 25,9%; EU 5,5 tỷ USD, tăng 2,2%; Mỹ 2,8 tỷ USD, tăng 9,1%; Ôxtrâyliya 1 tỷ USD, giảm 24%. Tuy kim ngạch nhập khẩu có tốc độ giảm cao hơn kim ngạch xuất khẩu nhưng nhập siêu hàng hoá năm 2009 vẫn ở mức 12,2 tỷ USD, giảm 32,1% so với năm 2008 và bằng 21,6% tổng kim ngạch xuất khẩu cả năm 2009.

2. Phát triển doanh nghiệp

2.1. Đăng ký thành lập doanh nghiệp

Mặc dù nền kinh tế năm 2009 phục hồi chưa được mạnh mẽ song tốc độ đăng ký doanh nghiệp vẫn ở mức rất cao, với 86.487 đơn vị mới được thành lập và tổng số vốn đăng ký mới là 515 nghìn tỷ đồng, ở mức độ cao hơn rất nhiều so với các năm (Xem Hình 1.1 và Bảng 1.2). Như vậy đến hết năm 2009 tổng số doanh nghiệp đăng ký ở nước ta đã đạt con số 463.842 doanh nghiệp với tổng số vốn đăng ký là 2.165,6 nghìn tỷ đồng. So với năm 2008 số doanh nghiệp đăng ký mới đã tăng xấp xỉ 30%, tuy nhiên số vốn đăng ký mới giảm 9,6%. Điều này có thể hiểu được, vì chính trong điều kiện khủng hoảng, khi số lượng người thất nghiệp gia tăng thì tự tạo việc làm bằng cách lập nghiệp là cách tốt nhất để người dân có thu nhập và khó có thể kỳ vọng số vốn đăng ký mới tăng bởi các doanh nghiệp mới thành lập này cũng là những doanh nghiệp đang khởi sự trong khó khăn. Tuy nhiên, đây cũng nhờ một phần những nỗ lực của các cơ quan nhà nước trong cải cách hành chính, tạo điều kiện cho mọi người dân gia nhập thị trường một cách dễ dàng.

Hình 1.1: Số doanh nghiệp đăng ký thành lập và đang hoạt động qua các năm



Bảng 1.2: Số lượng doanh nghiệp tăng thêm trong các năm từ 2000 đến 2008¹

| Năm | DNNN | DNTN | Công ty TNHH | Công ty TNHH một thành viên | Công ty cổ phần | Công ty hợp danh | Tổng số (hàng năm) |
|----------|-------|--------|--------------|-----------------------------|-----------------|------------------|--------------------|
| Đến 2000 | 6.928 | 33.003 | 19.082 | | 1.156 | 3 | 60.172 |
| 2001 | 27 | 7.100 | 11.121 | 0 | 1.550 | 2 | 19.800 |
| 2002 | 12 | 6.532 | 12.627 | 59 | 2.305 | 0 | 21.535 |
| 2003 | 20 | 7.813 | 15.781 | 98 | 4.058 | 1 | 27.771 |
| 2004 | 6 | 10.405 | 20.190 | 125 | 6.497 | 7 | 37.230 |
| 2005 | 8 | 9.295 | 22.341 | 292 | 8.010 | 13 | 39.959 |
| 2006 | 7 | 10.320 | 25.762 | 902 | 9.669 | 3 | 46.663 |
| 2007 | - | 10.013 | 25.756 | 8.404 | 14.733 | 1 | 58.907 |
| 2008 | 4 | 8.895 | 25.449 | 14.299 | 16.670 | 1 | 65.318 |
| 2009 | | | | | | | 86.487 |
| Tổng | | | | | | | 463.842 |

Nguồn: Trung tâm Thông tin, Cục Phát triển Doanh nghiệp, Bộ Kế hoạch và Đầu tư.

1. Tổng số doanh nghiệp đăng ký thành lập không bao gồm hợp tác xã phi nông nghiệp và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Số liệu năm 2007 được trích từ kết quả sơ bộ điều tra cơ sở kinh tế, hành chính sự nghiệp tính đến ngày 31-7-2007 của Tổng cục Thống kê. Đơn vị tính là: cơ sở.

Mặc dù vậy, bên cạnh số lượng phát triển mạnh thì một loạt những hạn chế đã khiến cho "sức khỏe" của nhiều doanh nghiệp khu vực này còn những bất ổn như quy mô sản xuất nhỏ, công nghệ lạc hậu, khả năng tích tụ vốn và huy động vốn thấp, trình độ và kỹ năng quản lý yếu, không thu hút được lao động có tay nghề cao. Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư, những hạn chế nêu trên đã dẫn đến năng lực cạnh tranh và khả năng bứt phá của khu vực này chưa đáp ứng được yêu cầu đặt ra.

2.2. Báo cáo Việt Nam VNR 500

Nhìn chung, quy mô của các doanh nghiệp Việt Nam còn rất nhỏ nhưng theo Báo cáo Việt Nam VNR 500 xếp hạng - Top 500 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam năm 2009 thì Top 10 doanh nghiệp dẫn đầu đều đủ tiêu chí lọt vào Top 1.000 doanh nghiệp lớn nhất thế giới xếp hạng theo doanh thu của Fortune 1.000. Đây là một bước tiến đáng kể của doanh nghiệp Việt Nam trên con đường vươn ra hội nhập với kinh tế thế giới và cũng là thành tích rất đáng ghi nhận của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế kéo dài từ năm 2008.

Về cơ cấu ngành nghề, bảng xếp hạng VNR 500 năm 2009 cho thấy một số ngành "đỉnh" vẫn duy trì được vị thế Top của mình, như các ngành ngân hàng - tài chính, vàng bạc, bất động sản, sắt thép, thủy sản, viễn thông.

Riêng đối với ngành bất động sản và chứng khoán, số lượng doanh nghiệp trong bảng xếp hạng VNR 500 năm 2009 giảm nhiều so với năm trước và thứ hạng của các doanh nghiệp trong ngành cũng thể hiện sự giảm sút, điều này cũng hoàn toàn phù hợp với thực tế phát triển của ngành trong giai đoạn khó khăn bắt đầu từ nửa cuối năm 2008. Theo đánh giá của nhóm nghiên cứu về bảng xếp hạng VNR 500 năm 2009, các tập

đoàn, các tổng công ty và các công ty nhà nước vẫn chiếm tỷ lệ cao (46,4%).

Top 10 doanh nghiệp hàng đầu đó là: 1) Tập đoàn Dầu khí Việt Nam; 2) Tổng Công ty Xăng dầu Việt Nam; 3) Tập đoàn Điện lực Việt Nam; 4) Tập đoàn Công nghiệp than - khoáng sản Việt Nam; 5) Tập đoàn Bưu chính viễn thông Việt Nam; 6) Công ty Vàng bạc đá quý Sài Gòn; 7) Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam; 8) Tổng Công ty Dầu Việt Nam; 9) Tổng Công ty Viễn thông quân đội; 10) Tập đoàn Công nghiệp tàu thủy Việt Nam².

2.3. Sắp xếp đổi mới và tình hình hoạt động của các doanh nghiệp nhà nước

Sắp xếp, đổi mới doanh nghiệp nhà nước

Theo Luật Doanh nghiệp 2005 (hiệu lực thi hành từ 1-7-2006) thì đến 1-7-2010 là thời hạn cuối cùng để các doanh nghiệp nhà nước chuyển đổi thành công ty trách nhiệm hữu hạn hoặc công ty cổ phần theo quy định của Luật Doanh nghiệp. Theo phương án sắp xếp doanh nghiệp nhà nước đã được Chính phủ phê duyệt, giai đoạn 2007-2010 cần sắp xếp hơn 1.500 doanh nghiệp, trong đó cổ phần hóa hơn 900 doanh nghiệp. Trên thực tế, tình hình cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước còn đang quá chậm chạp và tốc độ suy giảm mạnh trong suốt ba năm 2007-2009. Trong hai năm 2007-2008, chỉ sắp xếp được 266 doanh nghiệp, trong đó cổ phần hóa 150 doanh nghiệp. Năm 2009, cả nước sắp xếp được 105 doanh nghiệp, trong đó cổ phần hóa 60 doanh nghiệp, bộ phận doanh nghiệp, đạt 8,4% kế hoạch giai đoạn 2009-2010³.

Nguyên nhân khiến cổ phần hóa chậm vẫn là do một bộ phận cán bộ lãnh đạo, người lao động trong doanh nghiệp chưa nhận thức đúng về sắp xếp doanh nghiệp 100% vốn

2. *Nguồn:* <http://www.vnr500.com.vn>

3. *Nguồn:* <http://www.tinkinhte.com/nd5/detail/doanh-nghiep/tin-hoat-dong/sap-xep-co-phan-hoa-doanh-nghiep-nha-nuoc-se-quyet-liet-minh-bach-hon/81149.029030.html>

nhà nước. Vẫn còn tình trạng mang nặng tư tưởng bao cấp, lo ngại sau chuyển đổi sẽ mất đặc quyền, đặc lợi. Không ít Bộ, ngành, địa phương, tổng công ty nhà nước chưa tích cực, sâu sát trong chỉ đạo thực hiện cổ phần hóa. Thêm một lý do nữa lý giải cho việc cổ phần hóa chậm là do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Hiện tại, các doanh nghiệp đang phải tập trung đối phó với khủng hoảng, cố gắng duy trì sản xuất, kinh doanh đã khó, nên nếu chuyển đổi sở hữu, khó có thể mang lại kết quả tốt, hay nói cách khác giá trị doanh nghiệp có thể bị đánh giá quá thấp so với trước kia. Hơn nữa, có rất nhiều doanh nghiệp còn chưa xác định được mục tiêu tổng thể, chính vì vậy việc cổ phần hóa vội vàng thực chất chỉ là việc chuyển tài sản nhà nước sang khu vực tư nhân.

Một nguyên nhân nữa khiến quá trình cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước diễn ra chậm chạp là thời gian thực hiện cổ phần hóa một doanh nghiệp còn khá dài. Việc huy động vốn từ các tổ chức, cá nhân bên ngoài trong quá trình cổ phần hóa còn hạn chế nên vốn nhà nước còn chiếm tỷ trọng lớn trong vốn điều lệ các doanh nghiệp cổ phần hóa. Kết quả tổng hợp từ các doanh nghiệp cổ phần hóa còn vốn nhà nước cho thấy, vốn nhà nước vẫn chiếm tới 52% vốn điều lệ của doanh nghiệp.

Trong số những doanh nghiệp khó sắp xếp, đổi mới có nhiều doanh nghiệp gặp những tồn tại về tài chính không xử lý được. Do kinh doanh thua lỗ dẫn đến mất hết vốn nhà nước, nợ xấu ngân hàng nhiều năm, nhiều tài sản tồn đọng chưa được xử lý, do đó khó xác định được giá trị doanh nghiệp hoặc nếu xác định được giá trị doanh nghiệp thì không còn vốn để cổ phần hoá.

Theo chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ, đến thời điểm ngày 1-7-2010 các doanh nghiệp nhà nước chưa thực hiện cổ phần hóa được, sẽ được chuyển thành công ty trách nhiệm

hữu hạn một thành viên do Bộ, Ủy ban nhân dân cấp tỉnh là đại diện chủ sở hữu và sẽ cổ phần hóa sau năm 2010. Các nông, lâm trường quốc doanh và các công ty lâm nghiệp cũng phải chuyển đổi thành công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên trước ngày 1-7-2010⁴.

Hoạt động của các doanh nghiệp nhà nước

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê tính đến hết 31-12-2008 cả nước có 3.328 doanh nghiệp nhà nước và 118 tập đoàn hay tổng công ty.

Báo cáo tóm tắt kết quả giám sát “Việc thực hiện chính sách pháp luật về quản lý, sử dụng vốn, tài sản nhà nước tại các tập đoàn, tổng công ty nhà nước” do Ủy ban Thường vụ Quốc hội trình bày tại kỳ họp thứ 6 Quốc hội khóa XII năm 2009 cho thấy hiệu quả sử dụng vốn, tài sản nhà nước so với các khu vực doanh nghiệp khác còn thấp, chưa tương xứng với quy mô, vị trí và vai trò trong nền kinh tế. Các doanh nghiệp này đang nắm giữ một khối lượng rất lớn tài sản nhà nước gồm đất đai, khoáng sản. 88 tập đoàn, tổng công ty đang nắm gần 375.000 ha đất. 93/99 tập đoàn, tổng công ty đang nắm giữ hơn 485.000 tỷ đồng vốn nhà nước. Các doanh nghiệp nhìn chung đều kinh doanh có lãi, tốc độ tăng trưởng và doanh thu đều năm sau cao hơn năm trước.

Kết quả kinh doanh tính theo tỷ suất lợi nhuận trên vốn của các tập đoàn, tổng công ty năm 2008 được phân nhóm như sau:

- + 35/91 đơn vị có tỷ suất lợi nhuận trên 15%⁵.
- + 15/91 đơn vị có tỷ suất lợi nhuận từ 10-15%.
- + 20/91 đơn vị có tỷ suất lợi nhuận từ 5-10%.
- + 18/91 đơn vị có tỷ suất lợi nhuận dưới 5%.
- + 3/91 đơn vị thua lỗ.

4. Chỉ thị số 854/CT-TTg ngày 19 tháng 6 năm 2009 của Thủ tướng Chính phủ.

5. Năm 2008 có 91/99 đơn vị báo cáo tỷ suất lợi nhuận trên vốn.

Như vậy, vẫn có tới 25,2% số đơn vị báo cáo có mức lợi nhuận âm hoặc dưới 5% và 47,2% số đơn vị báo cáo có mức lợi nhuận dưới 10%. Qua đó cho thấy một tỷ lệ không nhỏ (45,05%) các tập đoàn, tổng công ty nhà nước hoạt động hiệu quả thấp (tỷ suất lợi nhuận trên vốn chủ sở hữu dưới 10%), làm ảnh hưởng đến hiệu quả chung của khu vực kinh tế nhà nước.

Bên cạnh đó còn có những hiện tượng đáng lo ngại là một số công ty (ví dụ trong lĩnh vực giao thông) do những khó khăn về tài chính tích tụ qua nhiều năm, đã làm thất thoát vốn chủ sở hữu. Một số doanh nghiệp (ví dụ ngành xây dựng) có cơ cấu tài chính bất bành, nợ phải trả cao gấp nhiều lần vốn chủ sở hữu nên khả năng thanh toán không được bảo đảm. Năm 2006, có 38 tập đoàn, tổng công ty (chiếm 40% tổng số tập đoàn, tổng công ty) có hệ số an toàn vốn vượt ngưỡng ba lần, năm 2007 và 2008 đều có 31 đơn vị. Nhiều tập đoàn, tổng công ty lớn có tổng nợ cao gấp hơn 10 lần so với định mức theo hệ số an toàn vốn. Hơn thế, có rất nhiều tập đoàn chưa tận dụng hết các lợi thế cạnh tranh, không tập trung vào phát huy năng lực cốt lõi mà chuyển sang đầu tư chứng khoán, ngân hàng, bảo hiểm hay góp vốn vào các quỹ đầu tư, không sinh lời được nhiều. Nói cách khác, các doanh nghiệp nhà nước này đã xa rời nhiệm vụ chính, lấn sân vào những lĩnh vực mà lẽ ra nên khuyến khích các thành phần kinh tế khác cùng tham gia.

Bên cạnh sự phát triển, mở rộng hoạt động kinh doanh quá "nóng", vượt khả năng tài chính của một số tập đoàn, doanh nghiệp nhà nước, dẫn đến rủi ro khi xảy ra biến động thị trường đã bộc lộ những hạn chế về trình độ quản trị kinh doanh của những doanh nghiệp này. Tình trạng công ty con đầu tư ngược trở lại công ty mẹ, hoặc công ty mẹ chi phối công ty "cháu" đã làm phức tạp thêm quan hệ, lẫn lộn trong thực hiện quyền chủ sở hữu.

Năm 2009 là năm các doanh nghiệp nhà nước và công ty mà Nhà nước nắm cổ phần chi phối sẽ được trao vai trò quan trọng trong việc thực hiện chương trình đầu tư kích cầu của Chính phủ. Do vậy, kết quả kinh doanh của nhóm doanh nghiệp này có ảnh hưởng to lớn đến hiệu quả của chương trình cũng như khả năng phục hồi của nền kinh tế. Tuy nhiên có thể thấy, nếu trừ ra số thu từ một số nguồn chủ lực thuộc các ngành dầu khí, viễn thông, thì phần nộp ngân sách của các doanh nghiệp nhà nước còn lại còn nhỏ so với các khu vực doanh nghiệp khác. Rõ ràng, mức đóng góp kể trên chưa tương xứng với những lợi thế hơn hẳn so với các thành phần kinh tế khác về đất đai, điều kiện tiếp cận các nguồn tín dụng, quyền khai thác nguồn tài nguyên và xuất nhập khẩu các sản phẩm quan trọng cũng như lợi thế trong việc nhận thầu những dự án lớn.

Tình trạng nhóm doanh nghiệp có hiệu quả sử dụng vốn đầu tư thấp nhất, nhưng lại có cơ hội và điều kiện thuận lợi nhất để tiếp cận các nguồn tín dụng cũng như các chương trình đầu tư bằng ngân sách hoặc có nguồn gốc từ ngân sách, không chỉ ảnh hưởng xấu tới chất lượng tăng trưởng của nền kinh tế, mà còn là mầm mống gây lạm phát.

Xuất phát từ thực trạng trên, ngày 27-11-2009 Quốc hội khóa XII đã thông qua Nghị quyết số 42/2009/QH12 về nâng cao hiệu lực, hiệu quả thực hiện chính sách, pháp luật quản lý, sử dụng vốn, tài sản nhà nước tại tập đoàn, tổng công ty nhà nước.

3. Đầu tư trực tiếp nước ngoài giảm mạnh

3.1. Tình hình cấp Giấy Chứng nhận đầu tư năm 2009

Tính đến 15-12-2009 cả nước có 839 dự án mới được cấp Giấy Chứng nhận đầu tư với tổng vốn đăng ký 16,34 tỷ USD. Tuy chỉ

bằng 24,6% so với năm 2008 nhưng đây là cũng là con số khá cao trong bối cảnh khủng hoảng kinh tế hiện nay. Trong năm 2009, có 215 dự án đăng ký tăng vốn đầu tư với tổng vốn đăng ký tăng thêm là 5,13 tỷ USD, bằng 98,3% so với năm 2008.

Tính chung cả cấp mới và tăng vốn, trong năm 2009, các nhà đầu tư nước ngoài đã đăng ký đầu tư vào Việt Nam 21,47 tỷ USD, bằng 30% so với năm 2008.

Theo lĩnh vực đầu tư: dịch vụ lưu trú và ăn uống vẫn là lĩnh vực thu hút sự quan tâm lớn nhất của các nhà đầu tư nước ngoài với 8,7 tỷ USD vốn cấp mới và tăng thêm. Trong đó, có 32 dự án cấp mới với tổng vốn đầu tư là 4,9 tỷ USD và 8 dự án tăng vốn với số vốn tăng thêm là 3,8 tỷ USD. Kinh doanh bất động sản đứng thứ 2 với 7,6 tỷ USD vốn đăng ký mới và tăng thêm. Lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo có quy mô vốn đăng ký lớn thứ ba trong năm 2009 với 2,97 tỷ USD vốn đăng ký, trong đó có 2,22 tỷ USD đăng ký mới và 749 triệu USD vốn tăng thêm.

Theo đối tác đầu tư: trong năm 2009, có 43 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư tại Việt Nam, các nhà đầu tư lớn nhất lần lượt là Hoa Kỳ với tổng vốn đăng ký là 9,8 tỷ USD chiếm 45,6% tổng vốn đầu tư vào Việt Nam, quần đảo Cayman đứng thứ 2 với tổng vốn đăng ký 2,02 tỷ USD chiếm 9,4%, đứng thứ 3 là Samoa với tổng vốn đăng ký 1,7 tỷ USD chiếm 7,9%; Hàn Quốc đứng thứ 4 với 1,66 tỷ USD vốn đăng ký, chiếm 7,7% tổng vốn đầu tư đăng ký.

Theo địa bàn đầu tư: Bà Rịa - Vũng Tàu là địa phương thu hút nhiều vốn đầu tư nước ngoài nhất trong năm 2009 với 6,73 tỷ USD vốn đăng ký mới và tăng thêm. Tiếp theo là Quảng Nam, Bình Dương, Đồng Nai và Phú Yên với quy mô vốn đăng ký lần lượt là 4,1 tỷ USD; 2,5 tỷ USD; 2,36 tỷ USD và 1,7 tỷ USD.

3.2. Tình hình hoạt động của các doanh nghiệp khu vực có vốn FDI

Trong năm 2009, ước tính các dự án đầu tư trực tiếp nước ngoài đã giải ngân được 10 tỷ USD, bằng 87% so với năm 2008. Xuất khẩu của khu vực đầu tư nước ngoài (kể cả dầu khí) năm 2009 đạt 29,9 tỷ USD, bằng 86,6% so với năm 2008 và chiếm 52,7% tổng xuất khẩu cả nước. Nếu không tính dầu thô, khu vực đầu tư nước ngoài xuất khẩu 23,6 tỷ USD, chiếm 41,7% tổng xuất khẩu và bằng 98% so với năm 2008. Nhập khẩu của khu vực đầu tư nước ngoài năm 2009 đạt 24,8 tỷ USD, bằng 89,2% so với năm 2008 và chiếm 36,1% tổng nhập khẩu cả nước. Trong năm 2009, khu vực đầu tư nước ngoài xuất siêu 5,03 tỷ USD.

4. Diễn biến thị trường giá cả và các tác động⁶

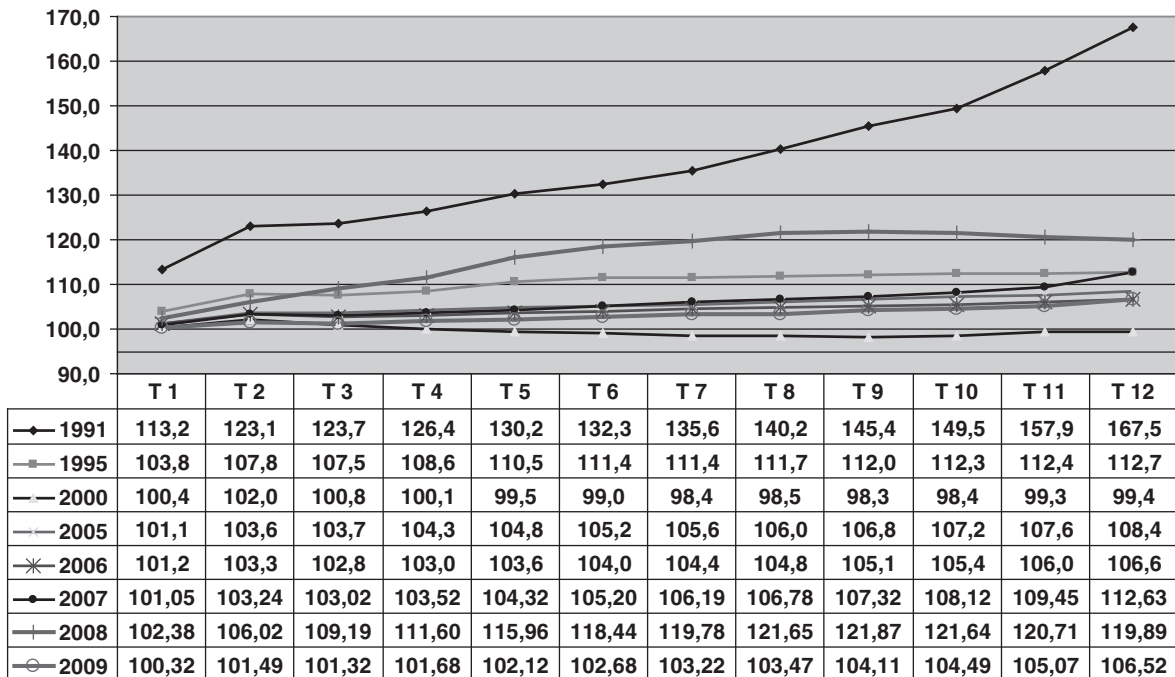
4.1. Thị trường, giá cả hàng hóa tiêu dùng và dịch vụ năm 2009 ở Việt Nam

Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, chỉ số CPI tháng 12-2009 tăng 6,52% so với tháng 12-2008 và chỉ số giá năm 2009 so với năm 2008 tăng 6,88% (đạt chỉ tiêu kiềm chế lạm phát ở mức dưới 7% của Chính phủ). Đây là mức tăng khá thấp ở Việt Nam trong giai đoạn từ năm 1991 đến nay (xem Hình 1.2).

Chỉ số giá đôla Mỹ (trên thị trường chính thức) tháng 12-2009 so với tháng 12-2008 tăng 10,70% và chỉ số giá đôla Mỹ năm 2009 so với năm 2008 tăng 9,17%. Đặc biệt, chỉ số giá vàng tháng 12-2009 tăng rất mạnh, đạt mức tăng 64,32% so với tháng 12-2008 và chỉ số giá vàng năm 2009 so với năm 2008 tăng 19,16%. Mức tăng giá vàng và đôla Mỹ như vậy là khá cao so với diễn biến giá 2 loại hàng này những năm gần đây.

6. Phân tích bởi Phạm Minh Thụy - Viện Nghiên cứu Thị trường Giá cả.

Hình 1.2: Chỉ số CPI ở Việt Nam của một số năm so với tháng 12 năm trước



Nguồn: Tổng cục Thống kê.

Nguyên nhân chính khiến chỉ số CPI năm 2009 có diễn biến như trên là do 4 nhóm nhân tố sau:

- Thứ nhất**, diễn biến giá thị trường hàng hóa, dịch vụ trong lãnh thổ Việt Nam phụ thuộc rất mạnh vào diễn biến giá nguyên, nhiên vật liệu trên thị trường thế giới. Hiện tại, Việt Nam đang có tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng năm bằng khoảng 160% GDP. Tỷ lệ nhập khẩu của nhiều loại vật tư cơ bản rất cao như nhập xăng dầu gần 100%, phôi thép 60-70%, nguyên liệu cho thuốc chữa bệnh nhập khẩu đến 90%... Do đó, khi các mặt hàng này trên thế giới biến động thì giá cả trong nước cũng tăng theo. Mặt khác, khi giá các mặt hàng nông sản, thực phẩm thế giới tăng (hoặc giảm) thì giá của chúng ở Việt Nam cũng tăng (hoặc giảm), theo đó các nhà xuất khẩu tăng (hoặc giảm) giá thu mua để có hàng phục vụ xuất khẩu. Xu hướng này đã dẫn
- dắt diễn biến giá thị trường hàng hóa, dịch vụ trong nước Việt Nam khá trùng khớp như đã mô tả ở trên.
- Thứ hai**, do Chính phủ sớm triển khai nhiều giải pháp (điều chỉnh chính sách tài chính - tiền tệ, kích cầu, hỗ trợ doanh nghiệp...) nhằm ổn định tình hình, hạn chế tác động của khủng hoảng kinh tế thế giới tới kinh tế trong nước. Do đó, giá cả thị trường đã được bình ổn - tạo niềm tin cho các nhà sản xuất và người tiêu dùng.
- Thứ ba**, kinh tế Việt Nam có dấu hiệu đã vượt qua thời kỳ suy giảm (lòng tin của người tiêu dùng và các nhà sản xuất tăng lên; thị trường chứng khoán khởi sắc; khu vực FDI tăng trưởng trở lại...), các khoản chi kích cầu đã bắt đầu phát huy tác dụng... Do đó, giá cả thị trường không giảm liên tục như những tháng cuối năm 2008 mà bắt đầu tăng trong tầm kiểm soát của Chính phủ.

- **Thứ tư**, do thiên tai và dịch bệnh trong nước, đặc biệt là các loại dịch bệnh như: cúm gia cầm, lợn tai xanh, bão lũ ở miền Trung... Nguyên nhân này làm giảm lượng cung trên thị trường và tăng chi phí sản xuất hàng hóa nên tất yếu giá cả sẽ tăng.

4.2. Diễn biến đáng quan tâm của một số mặt hàng cụ thể

Nhìn chung, diễn biến thị trường, giá cả ở Việt Nam năm 2009 khá bình ổn so với mấy năm trước đó. Tuy nhiên đối với một số mặt hàng cụ thể, diễn biến thị trường giá cả có một số điểm đáng lưu ý như sau:

Giá vàng: có thể khẳng định ngay rằng, năm 2009 là năm đầy biến động với thị trường vàng. Giá vàng bình quân trên thị trường thế giới tháng 11-2009 đã đạt mức 1.135 USD/oz (bằng 139% so với giá bình quân tháng 12-2008). Ngày 3-12-2009 giá vàng trên thế giới đã đạt tới mức đỉnh điểm là 1.227,5 USD/oz (mức cao nhất từ trước tới nay). Giá vàng thế giới biến động mạnh đã làm cho giá vàng ở Việt Nam biến động theo, cụ thể: chỉ số giá vàng tháng 12-2009 tăng rất mạnh, đạt mức tăng 64,32% so với tháng 12-2008; ngày 11-11-2009 giá vàng ở Việt Nam đạt mức cao nhất từ trước tới nay là 29,3 triệu VNĐ/lượng; ngày 3-12-2009 khi giá vàng thế giới đạt mức đỉnh điểm thì giá vàng ở Việt Nam đạt mức 28,9 triệu VNĐ/lượng.

Giá dầu: giá dầu trên thị trường thế giới năm 2009 không biến động mạnh như trong năm 2008 nhưng trong xu thế tăng liên tục (giá dầu thô bình quân tháng 12-2009 là 74,88 USD/thùng, bằng 181,1% so với giá bình quân tháng 12-2008; giá dầu thô bình quân năm 2009 là 61,76 USD/thùng, chỉ bằng 63,7% so với giá bình quân cả năm 2008). Giá dầu thế giới tăng đã buộc giá bán lẻ xăng dầu ở Việt Nam phải tăng theo. Hơn nữa, năm 2009 Chính phủ Việt Nam áp dụng cơ chế không bù lỗ cho xăng dầu và cho

phép các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu trích quỹ bình ổn giá để có nguồn tài chính bình ổn giá xăng dầu khi giá thị trường thế giới có đột biến... Do vậy, ở Việt Nam thời gian qua giá bán lẻ xăng dầu được điều chỉnh liên tục theo sát sự biến động của giá thế giới mà không giữ ổn định lâu như diễn biến giá xăng dầu năm 2008. Sự thay đổi này là tích cực và là yếu tố bảo đảm cho thị trường xăng dầu Việt Nam phát triển ổn định, các doanh nghiệp kinh doanh xăng dầu có điều kiện chủ động hơn trong kinh doanh. Đặc biệt, ngày 3-12-2009, Nhà máy Lọc dầu Dung Quất (Tập đoàn Dầu khí Quốc gia Việt Nam) đã xuất bán tấn sản phẩm thứ 1 triệu ra thị trường. Sự kiện Nhà máy Lọc dầu Dung Quất đi vào hoạt động chính thức sẽ tạo điều kiện tốt để bình ổn giá xăng dầu ở Việt Nam vững chắc hơn nữa.

Giá cà phê: diễn biến giá cà phê trên thị trường thế giới như trên đã tạo cơ hội tốt cho ngành cà phê Việt Nam xuất khẩu sản phẩm, người trồng cà phê Việt Nam có thu nhập trong bối cảnh kinh tế suy giảm... Tuy nhiên, do chưa chọn thời điểm xuất khẩu hợp lý nên năm 2009 xuất khẩu cà phê của Việt Nam ước đạt 1.168 nghìn tấn, trị giá 1.710 triệu USD (so với năm 2008 thì tăng 10,2% về lượng nhưng lại giảm 19,0% về giá trị). Đây là bài học để các doanh nghiệp kinh doanh cà phê rút kinh nghiệm trong thời gian tới nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh của mình.

Giá gạo: giá gạo trên thị trường thế giới năm 2009 biến động theo xu hướng giảm nhẹ. Giá gạo Thái Lan 5% tấm bình quân năm 2009 là 555 USD/tấn (chỉ bằng 85,4% so với giá bình quân cả năm 2008). Với diễn biến giá gạo thị trường thế giới như trên nên việc xuất khẩu gạo của Việt Nam năm 2009 tuy có tăng về lượng nhưng lại giảm về giá trị: xuất khẩu gạo của Việt Nam năm 2009 ước đạt 5.947 nghìn tấn (mức cao nhất từ trước tới nay), trị giá 2.662 triệu USD (so với năm 2008 thì tăng 25,4% về lượng nhưng lại giảm 8,0% về giá trị). Hai tháng cuối năm 2009,

giá gạo thế giới có xu hướng nhích lên khá vững - đây là cơ hội tốt để các doanh nghiệp kinh doanh gạo Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu, tăng thu ngoại tệ về cho đất nước.

Tỷ giá VNĐ/USD: thời gian qua, tỷ giá VNĐ/USD được Chính phủ Việt Nam sử dụng để tạo các đòn bẩy cho nền kinh tế, khuyến khích doanh nghiệp trong nước tăng cường xuất khẩu, đồng thời hạn chế nhập khẩu. Việc nâng tỷ giá VNĐ/USD đã đồng thời khuyến khích các nhà đầu tư nước ngoài bỏ vốn vào thị trường Việt Nam, hạn chế việc rút ngoại tệ của các nhà đầu tư do việc mua đồng đô-la Mỹ trở nên đắt hơn trước, trong khi bán đô-la Mỹ thì thu được nhiều đồng bản tệ hơn.

Thực hiện phương châm này, Ngân hàng Nhà nước quản lý tỷ giá VNĐ/USD bằng các công cụ như: công bố tỷ giá liên ngân hàng, biên độ dao động tỷ giá... để các ngân hàng thương mại tự quyết định tỷ giá kinh doanh của mình. Giai đoạn cuối năm 2009, do Ngân hàng Nhà nước công bố tỷ giá liên ngân hàng quá thấp nên chênh lệch giữa tỷ giá VNĐ/USD ở thị trường phi chính thức với thị trường chính thức lên khá cao (có thời điểm lên tới hơn 20.000 VNĐ/USD - bằng khoảng 13% tỷ giá liên ngân hàng). Tình trạng này làm cho các doanh nghiệp xuất khẩu thu được đô-la Mỹ không muốn bán đô-la Mỹ cho ngân hàng và ngân hàng không có đô-la Mỹ để bán cho các doanh nghiệp cần đô-la Mỹ để nhập khẩu hàng hóa... gây nhiều khó khăn cho doanh nghiệp khi giao dịch trên thị trường ngoại hối.

Trước tình hình đó, ngày 25-11-2009, Thống đốc Ngân hàng Nhà nước Việt Nam đã ban hành quyết định nâng tỷ giá liên ngân hàng lên mức 17.961 VNĐ/USD (tăng 5,47% so với ngày 24-11-2009) và giảm biên độ tỷ giá từ 5% xuống 3%. Như vậy, từ ngày 26-11-2009 tỷ giá VNĐ/USD do các ngân hàng thương mại giao dịch có thể tăng so với ngày 24-11-2009 gần 3,5% (tỷ giá bán ra do Ngân hàng Ngoại thương Việt Nam quy định

ngày 26-11-2009 là 18.490 VNĐ/USD, tăng 3,38% so với ngày 25-11-2009). Giải pháp này đã tháo gỡ nhiều khó khăn cho các ngân hàng và doanh nghiệp có giao dịch ngoại tệ. Đồng thời, giúp hạ nhiệt “cơn sốt” giá đô-la Mỹ trên thị trường phi chính thức.

Thị trường bất động sản: nhìn chung, trong năm 2009 thị trường bất động sản Việt Nam diễn ra trong không khí khá “trầm lắng”, ngoại trừ thị trường bất động sản một số khu vực ở Hà Nội giai đoạn từ cuối tháng 9-2009 đến tháng 11-2009.

4.3. Tác động của diễn biến thị trường, giá cả đến tăng trưởng kinh tế và hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và một số dự báo

Diễn biến thị trường, giá cả được mô tả như trên đã có những tác động nhất định tới tăng trưởng kinh tế của cả nước và hoạt động sản xuất kinh doanh của từng doanh nghiệp. Có thể nêu tác động này dưới những khía cạnh chính sau đây:

- Diễn biến thị trường, giá cả khá ổn định của năm 2009 vừa là nguyên nhân, vừa là biểu hiện ổn định kinh tế vĩ mô của kinh tế - xã hội Việt Nam. Đặc biệt, trong bối cảnh khủng hoảng tài chính toàn cầu, kinh tế nhiều nước suy giảm mạnh... thì việc giữ được sự ổn định đã thể hiện nỗ lực lớn của Chính phủ.
- Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam năm 2009 tuy giảm so với năm 2008 nhưng đó là những cố gắng rất đáng ghi nhận. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực như: gạo, cà phê, than đá, dầu thô, cao su... tuy tăng về lượng từ 7% đến 25% nhưng kim ngạch xuất khẩu lại giảm mạnh từ 8-19% do giá trên thị trường thế giới thấp, làm cho kim ngạch xuất khẩu giảm so với năm 2008. Trong bối cảnh kinh tế thế giới suy giảm (theo dự báo của Ngân hàng Thế giới (WB), tốc độ tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2009 sẽ giảm 1,7%, mức

giảm lớn nhất từ sau Chiến tranh thế giới thứ hai tới nay, khối lượng thương mại thế giới năm 2009 sẽ giảm 6% và là mức giảm lớn nhất trong 80 năm qua...), thì việc Việt Nam đạt giá trị xuất khẩu như trên là thành tựu rất đáng ghi nhận.

- Theo Bộ Kế hoạch và Đầu tư, tính tới ngày 15-12-2009 Việt Nam đã thu hút được 21,47 tỷ USD vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI), gồm cả các dự án cấp mới và tăng vốn. Trong bối cảnh kinh tế thế giới suy giảm, các nhà đầu tư tìm cách rút vốn về để bảo toàn giá trị tài sản của mình thì sự quan tâm này của các nhà đầu tư chứng tỏ họ thấy an tâm trước sự ổn định của kinh tế - xã hội Việt Nam, họ cũng tin tưởng kinh tế Việt Nam sẽ sớm vượt qua thời kỳ suy giảm và đạt được tốc độ tăng trưởng cao của mình.

5. Các biện pháp kích cầu của Chính phủ

5.1. Quy mô và nội dung của gói kích cầu

Để chống suy giảm và thúc đẩy nhanh quá trình phục hồi nền kinh tế sau khủng hoảng, năm 2009 Chính phủ đã ra nhiều quyết định quan trọng nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp vượt qua những khó khăn, thách thức do khủng hoảng kinh tế thế giới mang lại. Các biện pháp kích cầu (Gói kích cầu đợt 1) bao gồm một số nội dung chính như:

- Giảm thuế thu nhập doanh nghiệp cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ năm 2009,
- Hoàn thuế thu nhập doanh nghiệp trong 9 tháng đầu năm 2009,
- Miễn thuế thu nhập cá nhân trong 6 tháng đầu năm 2009,
- Giảm 50% thuế giá trị gia tăng đối với một số mặt hàng và ngành cụ thể,
- Thực hiện các dự án cấp bách có khả năng hoàn thành trong năm 2009,
- Hỗ trợ lãi suất 4%, hoãn thu hồi vốn đầu tư xây dựng cơ bản ứng trước năm 2009,

- Phát hành trái phiếu trong nước bổ sung ngoài ngân sách cho đầu tư⁷.

Tổng gói kích cầu dự kiến thực hiện khoảng 143 nghìn tỷ đồng (tương đương 8 tỷ USD). Chi tiết xem Bảng 1.2 phần Phụ lục.

5.2. Đánh giá hiệu quả của các biện pháp kích cầu

Các chuyên gia trong nước và các tổ chức tài chính quốc tế đánh giá cao gói kích cầu kinh tế đợt 1 của Chính phủ đã giúp nền kinh tế vượt qua suy giảm và Việt Nam trở thành một trong số ít những nước trên thế giới giữ vững được mức tăng trưởng dương. Cùng với chính sách miễn, giảm, giãn thuế, chính sách hỗ trợ lãi suất của Chính phủ đã giúp nhiều doanh nghiệp, các hộ sản xuất vượt qua khó khăn, giảm chi phí vay vốn, giảm giá thành, qua đó nâng cao sức cạnh tranh.

Kết quả khảo sát “Năng lực cạnh tranh doanh nghiệp Việt Nam thời kỳ hậu khủng hoảng” của VCCI tại 200 doanh nghiệp ở khu vực đô thị cho thấy, hầu hết các doanh nghiệp nhỏ và vừa đều nhận được lợi ích từ gói kích cầu, đặc biệt là thông qua biện pháp giảm và giãn nộp thuế thu nhập doanh nghiệp.

Đối với chính sách về hỗ trợ lãi suất, có đến 33,2% số doanh nghiệp trong diện điều tra không nhận được sự hỗ trợ này. Lý do: hoặc là những doanh nghiệp này không có nhu cầu vay vốn, hoặc không đủ các điều kiện để vay vốn. Các doanh nghiệp có nhu cầu về vốn và đủ điều kiện để vay đều nhận được sự hỗ trợ này, mặc dù không phải doanh nghiệp nào cũng được đáp ứng 100% nhu cầu.

Tuy nhiên xét về mặt hiệu quả, các ý kiến tập trung ở mức đánh giá trung bình. Các biện pháp “Miễn, giãn nộp thuế thu nhập cá nhân” và “Giảm và giãn nộp thuế cho doanh nghiệp nhỏ và vừa” được đánh giá là hiệu

7. Nguồn: <http://www.sbv.gov.vn/vn/hotrolaisuat/hotrolaisuat.jsp>

quả hơn so với các biện pháp khác, trên 32% ý kiến đánh giá hiệu quả của biện pháp này ở mức “cao” (xem Bảng 1.3).

Theo đánh giá của các doanh nghiệp trong cuộc khảo sát nói trên về hiệu quả của gói kích cầu đợt 1 của Chính phủ đối với toàn nền kinh tế nói chung thì tỷ lệ doanh nghiệp được hỏi đánh giá «hiệu quả đạt được ở mức cao và rất cao» chỉ vào khoảng 30%. Có đến 43,9% số doanh nghiệp được hỏi cho rằng hiệu quả của gói kích cầu chỉ ở mức trung bình.

Quá trình thực hiện các gói kích cầu bộc lộ một số hạn chế. Cụ thể là gói kích cầu đợt 1 dường như mới tập trung vào kích cung chứ không hoàn toàn kích cầu. Không giống như kết quả khảo sát 200 doanh nghiệp thuộc khu vực đô thị như đã nói trên, việc hỗ trợ lãi suất cho các doanh nghiệp ở khu vực nông thôn không được như mong muốn do nhiều nguyên nhân, trong đó có việc cải cách thủ tục hành chính để các chính sách đến được với doanh nghiệp một cách kịp thời. Theo kết quả cuộc điều tra Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), chỉ có 3.225 trong số 9.890 doanh nghiệp cho biết đã tiếp cận được khoản vay với lãi suất ưu đãi 4%. Theo đánh giá sơ bộ, chính sự hạn chế khả năng tiếp cận vốn vay hỗ trợ lãi suất từ gói kích thích kinh tế đã không tác động mạnh đến khả năng mở rộng kinh

doanh của doanh nghiệp. Cần xác định trọng tâm của chương trình kích cầu, đặc biệt là vào cảng biển và đường bộ, vừa cải thiện được kết cấu hạ tầng phục vụ cho công việc phát triển kinh doanh của doanh nghiệp, vừa góp phần vào việc chống suy giảm kinh tế, tạo công ăn việc làm.

6. Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2009 (PCI)

Năm 2009 là năm thứ 5 liên tiếp VCCI phối hợp với Dự án Sáng kiến cạnh tranh (VNCI) công bố chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh để đánh giá năng lực điều hành của chính quyền các địa phương nhằm tạo môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp. Các chỉ số năm 2009 cho thấy niềm tin của doanh nghiệp đã giảm xuống sau quý II, bất chấp các số liệu về kinh tế vĩ mô chỉ ra rằng Việt Nam đã thoát khỏi giai đoạn tụt tụt nhất của khủng hoảng tài chính toàn cầu. Phân đồng các doanh nghiệp vẫn có tâm lý bi quan, nhất là khối doanh nghiệp tư nhân. Cụ thể, chỉ 65% doanh nghiệp tư nhân tại Việt Nam dự định mở rộng hoạt động kinh doanh của mình trong 2 năm tới, thấp hơn so với 78% năm 2008 và 77% năm 2007. Chỉ có 47% các doanh nghiệp nhỏ và vừa (do chịu tác động nặng nề hơn từ cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu) cho biết có ý định mở rộng kinh doanh.

Bảng 1.3: Hiệu quả chính sách hỗ trợ thuộc gói kích cầu đợt 1 của Chính phủ (Kết quả điều tra 200 doanh nghiệp khu vực thành thị)

Đơn vị: %

| | Hỗ trợ lãi suất | Giảm và gián nộp thuế cho doanh nghiệp nhỏ và vừa | Giảm thuế đối với một số hàng hoá dịch vụ | Miễn, gián nộp thuế thu nhập cá nhân |
|------------------|-----------------|---|---|--------------------------------------|
| Thấp và rất thấp | 12,6 | 13,7 | 10,5 | 11,6 |
| Trung bình | 27,4 | 41,6 | 55,3 | 41,1 |
| Cao và rất cao | 26,8 | 32,1 | 24,2 | 35,8 |
| Không nhận được | 33,2 | 12,6 | 10,0 | 11,5 |

Theo kết quả báo cáo chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2009, Đà Nẵng tiếp tục là địa phương dẫn đầu cả nước về điểm số PCI (giữ nguyên vị trí số 1 của năm 2008), theo sau là Bình Dương (tỉnh đã từng dẫn đầu trong 3 năm). Bốn tỉnh là Lào Cai, Đồng Tháp, Vĩnh Long và Vĩnh Phúc cũng nằm trong nhóm có chất lượng điều hành xuất sắc. Cao Bằng, Đắk Nông, Bắc Kạn nằm cuối bảng xếp hạng, cho thấy các địa phương này cần nỗ lực nhiều hơn để thu hút đầu tư và phát triển kinh tế.

Điểm đáng lưu ý, một số địa phương đã dần chuyển lên thứ hạng cao hơn trong bảng xếp hạng. Tiêu biểu như Cà Mau, Điện Biên, Long An và Thừa Thiên - Huế đã có bước nhảy vọt. Điểm số của các tỉnh này tăng mạnh ở nhiều lĩnh vực khác nhau. Ví dụ, Điện Biên cải thiện đáng kể trong cắt giảm các chi phí không chính thức, nâng cao tính năng động của lãnh đạo tỉnh và thúc đẩy chất lượng đào tạo lao động; Cà Mau thực hiện các biện pháp giảm chi phí gia nhập thị trường và chi phí không chính thức; Long An và Thừa Thiên - Huế thì cải thiện chỉ số tính minh bạch.

6.1. Nhiều địa phương cắt giảm được thủ tục rườm rà

Kết quả báo cáo chỉ số PCI năm 2009 cho thấy đã xuất hiện nhiều điểm sáng, trong đó nổi bật nhất là việc cắt giảm các thủ tục hành chính. Đây cũng là một trong những tiêu chí quan trọng đối với việc thu hút đầu tư và tăng trưởng kinh tế tư nhân tại các địa phương.

Theo kết quả báo cáo chỉ số PCI 2009, một lần nữa các nỗ lực cắt giảm rào cản gia nhập thị trường tiếp tục được các tỉnh, thành trên toàn quốc triển khai. Cơ chế một cửa đã và đang được áp dụng rộng rãi trên cả nước giúp giảm gánh nặng về quy định trong đăng ký kinh doanh. Kết quả là thời gian doanh nghiệp phải chờ để đăng ký kinh doanh ở tỉnh giảm từ 12,25 ngày xuống còn 10 ngày, số lượng doanh nghiệp phải chờ hơn 1 tháng để khởi sự kinh doanh giảm từ

21% xuống còn 19%. Tỷ lệ các doanh nghiệp phải chờ hơn 3 tháng giảm xuống dưới 5%. Sự ổn định trong sử dụng đất cũng đã ghi nhận một số cải thiện.

Lo ngại của doanh nghiệp về khả năng bị thu hồi đất cũng đã giảm. Hơn 40% doanh nghiệp (tăng so với năm 2008 là 38%) tin tưởng sẽ được bồi thường thỏa đáng nếu bị thu hồi đất. Đặc biệt, sau nhiều năm "dậm chân tại chỗ", chi phí thời gian để thực hiện các quy định của Nhà nước đã có những cải thiện đáng kể. Thời gian trung bình của một đợt thanh, kiểm tra thuế giảm từ 8 xuống còn 5 giờ. Khoảng 47% doanh nghiệp ở các tỉnh cho biết, công việc liên quan đến giấy tờ, thủ tục hành chính của địa phương đã giảm rõ rệt; 40% doanh nghiệp nhận định cán bộ, công chức giải quyết thủ tục hành chính hiệu quả hơn.

Động lực để cải thiện việc cải cách thủ tục hành chính này chính là nỗ lực mạnh mẽ của chính quyền các địa phương, các ngành, các cấp trong việc thực hiện Đề án đơn giản hóa thủ tục hành chính trên các lĩnh vực quản lý nhà nước của Chính phủ (gọi tắt là Đề án 30); xây dựng bộ cơ sở dữ liệu về thủ tục hành chính, rà soát và cắt giảm 30% các thủ tục rườm rà, gây phiền hà cho người dân và cộng đồng doanh nghiệp.

Với sự nỗ lực của chính quyền tại 63 tỉnh, thành phố, đến nay đã có nhiều tỉnh cắt giảm được 40% số thủ tục hành chính thông qua việc chuẩn hóa và thống nhất Bộ thủ tục hành chính như Đà Nẵng, Khánh Hòa, Bình Dương, Vĩnh Phúc. Ngoài ra, chỉ số về lòng tin của doanh nghiệp vào thiết chế pháp lý cũng được cải thiện, bằng chứng là tỷ lệ các vụ kiện được thụ lý tại Tòa án tỉnh do các doanh nghiệp là nguyên đơn đã tăng từ 65% lên 72%.

6.2. Ba lĩnh vực cần được cải thiện

Kết quả nghiên cứu trên cho thấy, ngoài nỗ lực tiếp tục "tăng điểm" ở các lĩnh vực đã có

bước cải thiện trong năm qua, các địa phương cần tạo đột phá trong ba lĩnh vực quan trọng nếu muốn thăng hạng PCI.

Tính minh bạch

Năm 2009, tính minh bạch chỉ đạt 5,9 điểm, giảm so với năm trước. Sở dĩ chỉ số tính minh bạch và tiếp cận thông tin bị cho điểm kém, vì có tới 61,26% doanh nghiệp được điều tra phản ánh, chỉ những doanh nghiệp nào có “mối quan hệ” với các cấp chính quyền mới tiếp cận được nguồn tài liệu liên quan đến hoạt động kinh doanh. Đây là một bước lùi đáng ngại. Để cải thiện tình hình này, VCCI và VNCI khuyến cáo, các tỉnh cần đẩy mạnh công bố công khai các văn bản, tài liệu kế hoạch như: ngân sách tỉnh, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, quy hoạch sử dụng đất và các kế hoạch phát triển kết cấu hạ tầng, để giúp nhà đầu tư, doanh nghiệp dự báo tốt hơn khi đưa ra quyết định đầu tư.

Giảm chi phí không chính thức

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, nhiều chỉ số thành phần quan trọng trong lĩnh vực “Chi phí không chính thức” cũng đang bị mất điểm, bởi có đến 52% doanh nghiệp tin rằng, cán bộ tỉnh sử dụng các quy định riêng của địa phương với mục đích trục lợi, tăng so với 37% của năm 2007 và 2008. Chỉ 8,4% doanh nghiệp cho rằng có thể dự đoán được việc thực thi pháp luật của tỉnh. 41% cho rằng phải thương lượng với cán bộ thuế địa phương về mức thuế phải nộp. Đồng thời, 53% doanh nghiệp còn cho biết, họ cần phải trả hoa hồng khi tham gia đấu thầu để có được hợp đồng với các cơ quan nhà nước. Đây là dấu hiệu đáng lo ngại về nạn nhũng nhiễu trên diện rộng. Điều này khiến các doanh nghiệp nhỏ khó cạnh tranh khi tham gia đấu thầu các hợp đồng của cơ quan nhà nước. Để chấn chỉnh tình trạng này, các tỉnh cần nâng cao tính minh bạch trong thực thi chính sách, cũng như mạnh tay xử lý những cán bộ lợi dụng vị trí công tác gây nhũng nhiễu doanh nghiệp. Kèm

theo đó, cần nỗ lực tạo ra môi trường thực thi chính sách “sạch” bằng cách khen thưởng các tổ chức, cá nhân thực thi công vụ công tâm, tạo thuận lợi cho doanh nghiệp.

Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh

Một chỉ số không đẹp nằm trong hợp phần của PCI năm 2009 là “Tính năng động và tiên phong của lãnh đạo tỉnh”. Theo đó, các doanh nghiệp đánh giá chỉ số này giảm điểm so với năm 2008 và trở về mức năm 2007. Chỉ có 43% doanh nghiệp tin tưởng chính quyền tỉnh có thái độ tích cực với khu vực tư nhân, giảm 10% so với năm 2008. Tỷ lệ doanh nghiệp đánh giá tỉnh sáng tạo trong giải quyết những trở ngại của doanh nghiệp khi quy định của Trung ương chưa rõ ràng cũng thấp hơn năm 2008.

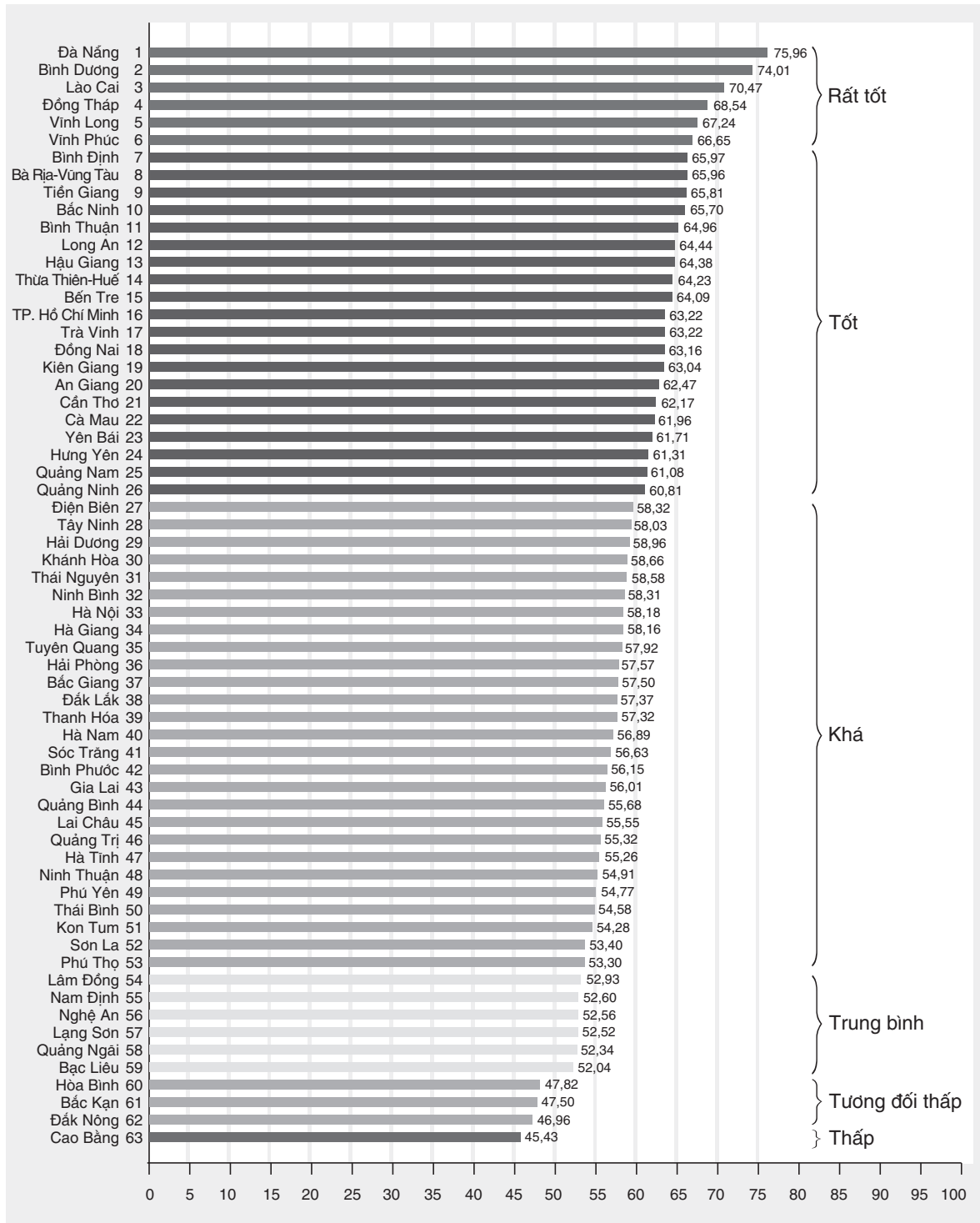
Từ những thông điệp trên, cũng như kinh nghiệm của các tỉnh, thành phố đạt số điểm cao đối với chỉ số thành phần này cho thấy, muốn cải thiện chỉ số PCI trong các năm tới, để tạo ra môi trường đầu tư hấp dẫn hơn, tiết kiệm chi phí cho doanh nghiệp, các tỉnh cần tạo bước đột phá trong cơ cấu, bố trí cán bộ thực sự có trình độ, năng động, sáng tạo, dám làm, dám chịu trách nhiệm.

7. Việt Nam qua đánh giá của các tổ chức quốc tế

7.1. Ngân hàng Thế giới và Công ty Tài chính Quốc tế: Môi trường kinh doanh của Việt Nam cần được cải thiện tốt hơn

Hàng năm, có rất nhiều nghiên cứu của các tổ chức quốc tế về môi trường kinh doanh Việt Nam. Mỗi báo cáo đánh giá một số chỉ tiêu khác nhau về môi trường kinh doanh. Báo cáo Môi trường kinh doanh (Doing business) do Ngân hàng Thế giới (WB) và Công ty Tài chính Quốc tế (IFC) thực hiện thường niên từ năm 2004. Mười tiêu chí được WB đưa ra đánh giá bao gồm: thành lập

Hình 1.3: Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh



Nguồn: VCCI-VNCI-2009.

doanh nghiệp; giải quyết vấn đề cấp giấy phép xây dựng; tuyển dụng và sa thải lao động; đăng ký tài sản; vay vốn; bảo vệ nhà đầu tư; nộp thuế; thương mại quốc tế; thực thi hợp đồng và giải thể doanh nghiệp. Báo cáo “Môi trường kinh doanh 2010” được nghiên cứu vào năm 2009 đã xếp hạng 183 nền kinh tế về mức độ kinh doanh thuận lợi. Về tổng thể, Việt Nam đứng thứ 93 trong bảng xếp hạng năm 2009, không thay đổi nhiều so với 2 năm trước (năm 2008 là 92/182, năm 2007 là 91/178). Chỉ riêng 2 chỉ số “Vay vốn” và “Thực thi hợp đồng” được cải thiện đáng kể. Năm 2008, chỉ số “Vay vốn” xếp hạng 43, năm 2009 đã cải thiện được 13 bậc (xếp hạng 30). Chỉ số “Thực thi hợp đồng” năm 2009 tăng 10 bậc (hạng 32) so với năm 2008 (hạng 42). Ngân hàng Thế giới đánh giá Việt Nam có hai lĩnh vực được cải cách đáng kể là thuế và thương mại quốc tế, đó là: việc áp dụng chính sách

thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp giảm từ 28% xuống còn 25% và thuế thu nhập bổ sung đối với hoạt động chuyển nhượng đất đai được loại bỏ; ngoài ra, Việt Nam áp dụng thêm một số thủ tục hải quan, thúc đẩy giao dịch thương mại qua biên giới; thời gian xuất nhập khẩu đã giảm xuống 2 ngày so với trước theo cam kết gia nhập WTO.

Ngược lại với hai chỉ số trên, chỉ số “tuyển dụng và sa thải lao động” tụt 13 bậc so với năm 2008 và là chỉ số tụt hạng nhiều nhất trong mười chỉ số thành phần.

Tuy Việt Nam đã có cố gắng trong việc cải thiện môi trường kinh doanh, nhưng các quốc gia khác cũng đang tiếp tục cải thiện và cải thiện tốt hơn. Do đó, trong những năm tiếp theo, Việt Nam cần tích cực hơn nữa để tạo môi trường kinh doanh thuận lợi hơn.

Bảng 1.4: Các chỉ số về môi trường kinh doanh của Việt Nam năm 2009⁸

| Mức độ thuận lợi trong các lĩnh vực | Xếp hạng của Việt Nam năm 2009/183 quốc gia, vùng lãnh thổ | Xếp hạng của Việt Nam năm 2008/181 quốc gia, vùng lãnh thổ | Quốc gia, vùng lãnh thổ tốt nhất | Quốc gia, vùng lãnh thổ kém nhất |
|-------------------------------------|--|--|----------------------------------|----------------------------------|
| Kinh doanh | 93 | 92 | Xingapo | Cộng hoà Trung Phi |
| Thành lập doanh nghiệp | 116 | 108 | Niu Dilân | Guinea-Bissau |
| Cấp giấy phép | 69 | 67 | Hồng Kông, Trung Quốc | Eritrea |
| Tuyển dụng và sa thải lao động | 103 | 90 | Xingapo, Hoa Kỳ, Ôxtrâyliá | Bolivia |
| Đăng ký tài sản | 40 | 37 | Ả Rập Xêút | Đông Ti Mo |
| Vay vốn | 30 | 43 | Malaixia | Đông Ti Mo |
| Bảo vệ nhà đầu tư | 172 | 170 | Niu Dilân | Ápganixtan |
| Đóng thuế | 147 | 140 | Maldives | Vênêzuêla |
| Thương mại quốc tế | 74 | 67 | Xingapo | Ápganixtan |
| Thực thi hợp đồng | 32 | 42 | Bỉ | Đông Ti Mo |
| Giải thể doanh nghiệp | 127 | 124 | Nhật Bản | Đông Ti Mo |

8. *Nguồn:* Ngân hàng Thế giới, 2009.

7.2. Diễn đàn Kinh tế Thế giới: Việt Nam đã cải thiện được nhiều yếu tố môi trường kinh doanh

Báo cáo Năng lực cạnh tranh toàn cầu của Diễn đàn Kinh tế Thế giới (WEF) cung cấp một bức tranh tổng thể về những yếu tố đang tác động đến môi trường kinh doanh của mỗi nền kinh tế cũng như khả năng của mỗi quốc gia đạt được sự bền vững trong tăng trưởng và phát triển.

Báo cáo Năng lực cạnh tranh toàn cầu 2009-2010, xếp hạng chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp của Việt Nam là 75 trên 133 quốc gia, giảm 5 bậc so với năm 2008. Thứ hạng năm 2008, 2007 lần lượt là 70/134 và 68/133. Theo đánh giá của Diễn đàn Kinh tế Thế giới, năm 2009, Việt Nam có cải thiện ở nhiều tiêu chí, đặc biệt là quy mô thị trường (hạng 38), hiệu quả thị trường lao động (hạng 38), trong đó nhiều tiêu chí cụ thể có thứ hạng rất cao. Tuy nhiên, chỉ số năng lực cạnh tranh tổng hợp 2009 của Việt Nam chưa được cải thiện và giảm 5 bậc so với 2008, chủ yếu do chỉ số ổn định kinh tế vĩ mô bị đánh tụt từ hạng 70

xuống 112 làm tác động mạnh tới nền kinh tế và khả năng cạnh tranh.

Bên cạnh đó còn những yếu kém chậm khắc phục như kết cấu hạ tầng (hạng 94), trình độ thị trường tài chính (hạng 82), giáo dục bậc cao (hạng 92), sẵn sàng công nghệ (hạng 73). Về kết cấu hạ tầng, Việt Nam có tiến bộ lớn về viễn thông (hạng 37), nhưng yếu kém về chất lượng hạ tầng điện, đường bộ, cảng biển (đều xếp hạng trên 100). Về giáo dục, Việt Nam còn yếu hầu hết ở các chỉ số cơ bản như chất lượng giáo dục (hạng 120), số lượng sinh viên (hạng 106) và chi phí giáo dục (hạng 100). Đáng lưu ý, Diễn đàn Kinh tế Thế giới đánh giá khá cao về chỉ số đổi mới của Việt Nam, trong đó có nhiều chỉ tiêu được xếp hạng tương đối cao như năng lực đổi mới (hạng 41), chi tiêu của Chính phủ cho khoa học và công nghệ (hạng 21).

Mặc dù chỉ số cạnh tranh tổng hợp toàn cầu năm 2009 của Việt Nam chưa có cải thiện nhưng Diễn đàn Kinh tế Thế giới vẫn đánh giá Việt Nam đã có nhiều tiến bộ trong việc cải thiện năng lực cạnh tranh kể từ năm

Bảng 1.5: Bảng xếp hạng các chỉ số năng lực về đổi mới và sáng tạo của Việt Nam năm 2009⁹

| Năng lực đổi mới và sáng tạo | Xếp hạng năm 2009 (trong 133 quốc gia/nền kinh tế) | Xếp hạng năm 2008 (trong 134 quốc gia/nền kinh tế) |
|---|--|--|
| Năng lực đổi mới | 33 | 41 |
| Chất lượng của các trung tâm nghiên cứu khoa học | 64 | 85 |
| Chỉ tiêu của doanh nghiệp cho R&D | 27 | 42 |
| Sự liên kết giữa các viện và trường đại học trong R&D | 59 | 70 |
| Đấu thầu sản phẩm công nghệ cao của Chính phủ | 11 | 21 |
| Sự sẵn sàng của đội ngũ kỹ sư và nhà khoa học | 62 | 51 |
| Những sáng chế hữu ích | 90 | 88 |

9. Nguồn: Báo cáo Năng lực cạnh tranh toàn cầu, 2009.

2001 (năm đầu tiên Việt Nam được Diễn đàn Kinh tế Thế giới xếp hạng), thậm chí về trung và dài hạn, Việt Nam có nhiều điểm mạnh và có tiềm năng tăng trưởng cao.

Riêng chỉ số đổi mới và sáng tạo, Việt Nam được xếp hạng tương đối khá ở vị trí thứ 55, tiến 2 bậc so với năm 2008 và tiến 9 bậc so với năm 2007. Trong chỉ số đổi mới và sáng tạo có 7 chỉ số thành phần, trong đó chỉ số về “Đấu thầu sản phẩm công nghệ cao của Chính phủ” Việt Nam xếp thứ hạng cao (11). Ngoài ra, chỉ số về “Năng lực đổi mới”, “Chỉ tiêu của doanh nghiệp cho R&D” cũng được đánh giá ở vị trí tương đối khá. Tuy nhiên, chỉ số về “Sáng chế hữu ích” của Việt Nam xếp thứ 90/133, điều này cho thấy năng lực nghiên cứu ra các sáng chế, sản phẩm hữu ích chưa tương xứng với năng lực nghiên cứu và phát triển. Trong những năm tiếp theo, để đổi mới được một cách toàn diện, chỉ số này cần được cải thiện.

7.3. Tổ chức Thương mại và Phát triển Liên hợp quốc (UNCTAD): Việt Nam vẫn tiếp tục đứng trong Top 15 quốc gia thu hút FDI

“Báo cáo đầu tư thế giới 2009” của Tổ chức Thương mại và Phát triển Liên hợp quốc (UNCTAD) cho thấy, cuộc khủng hoảng kinh tế và tài chính toàn cầu đã tác động tiêu cực đến kế hoạch đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) của các công ty xuyên quốc gia trong ngắn hạn. Tuy nhiên, sự phục hồi dự kiến sẽ bắt đầu chậm vào năm 2010 và tăng mạnh vào năm 2011.

Về các địa điểm địa lý có tiềm năng FDI, cuộc điều tra cho thấy 5 địa điểm thu hút FDI nhất là Trung Quốc, Hoa Kỳ, Ấn Độ, Brazil và Nga. Việt Nam vẫn tiếp tục đứng trong bảng xếp hạng 15 quốc gia hấp dẫn nhất trong thu hút FDI giai đoạn 2009-2011, tuy nhiên sau 2 năm đứng ở vị trí thứ 6, năm 2009 Việt Nam đã xuống hạng thứ 11. Báo

Bảng 1.6: Các quốc gia hấp dẫn đầu tư trực tiếp nước ngoài nhất trong 3 năm tiếp theo (so với điều tra 2008-2010)¹⁰

| Nền kinh tế | Chỉ số cho giai đoạn 2009-2011 | Nền kinh tế | Chỉ số cho giai đoạn 2008-2010 |
|--------------------|---------------------------------------|--------------------|---------------------------------------|
| Trung Quốc | 57 | Trung Quốc | 55 |
| Hoa Kỳ | 47 | Ấn Độ | 41 |
| Ấn Độ | 34 | Mỹ | 33 |
| Brazil | 25 | Nga | 28 |
| Nga | 21 | Brazil | 22 |
| Anh | 18 | Việt Nam | 12 |
| Đức | 16 | Đức | 9 |
| Ôxtrâyli | 12 | Indônêxia | 8 |
| Indônêxia | 10 | Ôxtrâyli | 7 |
| Canada | 9 | Canada | 6 |
| Việt Nam | 8 | Mêhicô | 6 |
| Mêhicô | 7 | Anh | 6 |
| Hà Lan | 7 | Hà Lan | 5 |
| Pháp | 6 | Nam Phi | 5 |

10. Nguồn: UNCTAD, 2009.

cáo điều tra của UNCTAD cũng cho thấy Việt Nam tiếp tục là một trong 6 địa điểm hấp dẫn đối với các nhà đầu tư Nhật Bản và các nước đang phát triển tại châu Á.

Một trong những chỉ số Việt Nam được đánh giá cao là sự phát triển thị trường, tiếp cận thị trường nội địa, lao động rẻ và khuyến khích đầu tư.

7.4. Một số đánh giá khác

Xếp hạng tín nhiệm của Moody's

Năm 2007-2008, Moody's đã xếp hạng tín nhiệm của Việt Nam là Ba3 với mức triển vọng là "ổn định". Trong cuối năm 2008, do tình trạng khủng hoảng và suy giảm kinh tế chung của kinh tế toàn cầu, nên nhiều quốc gia đã bị đánh tụt hạng tín nhiệm. Tuy nhiên, hệ số tín nhiệm của Việt Nam trong năm 2009 vẫn duy trì là Ba3.

Mặc dù tình hình kinh tế thế giới khó khăn nhưng năm 2009 Việt Nam đã có tốc độ tăng trưởng tốt, GDP đạt 5,32%, lạm phát kiềm chế ở mức 6,5%. Đây là những yếu tố tích cực để Moody's vẫn duy trì mức hệ số tín nhiệm của Việt Nam là Ba3 (như năm 2008).

Mức hệ số tín nhiệm này của Việt Nam là cao hơn 1 bậc so với một số quốc gia trong khu vực (Philippin có mức hệ số tín nhiệm là Ba3/BB; Indônêxia là Ba2/BB-).

Chỉ số phát triển con người theo đánh giá của Liên hợp quốc

Ngày 5-10-2009, Liên hợp quốc đã công bố Báo cáo Phát triển con người 2009. Theo đó, về Chỉ số phát triển con người (HDI), Việt Nam xếp thứ 116/182 nước. Chỉ số này lấy số liệu từ năm 2007 phản ánh mức sống lâu và khỏe mạnh (đo tuổi thọ trung bình); được học hành (đo tỷ lệ biết chữ ở người lớn và tỷ lệ nhập học chung trong giáo dục) và mức sống tử tế (đo bằng thu nhập theo sức mua tương đương PPP). Như vậy, trong giai đoạn 1985-2007, mỗi năm HDI của Việt Nam tăng thêm 1,16% (từ 0,561 lên 0,725), bất kể có lúc kinh tế tăng trưởng chậm lại.

Ngoài HDI, hai chỉ số khác khá cao của Việt Nam là tuổi thọ trung bình (xếp thứ 54 thế giới với tuổi thọ trung bình là 74,3) và tỷ lệ biết chữ ở người lớn xếp thứ 69 (chiếm 90,3% người từ 15 tuổi trở lên).

Những đánh giá của các tổ chức quốc tế cho thấy môi trường kinh doanh của Việt Nam cần cải thiện nhiều hơn nữa. Trong những năm qua, Việt Nam đã thực hiện rất nhiều chính sách nhằm cải thiện môi trường kinh doanh như: chính sách cải cách thủ tục hành chính, bổ sung và sửa đổi hành lang pháp lý liên quan đến môi trường kinh doanh, cải cách hệ thống thuế,... Tuy nhiên, còn rất nhiều lĩnh vực cần cải cách để nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, tác động tích cực đến hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN SỞ HỮU TRÍ TUỆ VCCI

Tên giao dịch tiếng anh: VCCI-IP CO., LTD.

VCCI-IP CO., LTD. (trước đây là Công ty tư vấn sở hữu công nghiệp và chuyển giao công nghệ) trực thuộc Phòng Thương mại và công nghiệp Việt nam (VCCI), là tổ chức đại diện sở hữu công nghiệp đầu tiên và hiện nay là một trong những công ty tư vấn hàng đầu tại Việt nam hoạt động trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ, bao gồm sở hữu công nghiệp, bản quyền tác giả và chuyển giao công nghệ.

VCCI-IP CO., LTD. chuyên cung các dịch vụ:

- ☑ Tư vấn và đại diện pháp lý để đăng ký các đối tượng sở hữu trí tuệ tại Việt nam và Nước ngoài: Sáng chế, Kiểu dáng công nghiệp, Nhãn hiệu hàng hoá, Bản quyền tác giả;
- ☑ Tư vấn pháp lý đối tượng Hợp đồng chuyển giao công nghệ, Hợp đồng chuyển giao quyền sở hữu, quyền sử dụng các đối tượng sở hữu trí tuệ;
- ☑ Tư vấn và đại diện pháp lý đối với quyền chống cạnh tranh không lành mạnh liên quan đến các đối tượng sở hữu công nghiệp; theo dõi, phát hiện và thu thập các thông tin về vi phạm quyền sở hữu công nghiệp và Bản quyền tác giả;
- ☑ Tư vấn và đại diện pháp lý để giải quyết tranh chấp, vi phạm liên quan đến các đối tượng sở hữu công nghiệp tại Việt nam và ở nước ngoài;
- ☑ Tư vấn thiết kế, tra cứu và cung cấp các thông tin pháp lý ở Việt nam và nước ngoài về Nhãn hiệu hàng hoá, Kiểu dáng công nghiệp. Tra cứu và cung cấp thông tin về sáng chế;
- ☑ Tư vấn đầu tư.

Với bề dày kinh nghiệm của đội ngũ cán bộ gồm Kỹ sư, Luật sư, Luật sư sở hữu công nghiệp và các chuyên viên công tác tại Công ty, cùng với đông đảo các cộng tác viên VCCI-IP CO., LTD đã đại diện cho nhiều khách hàng trong và ngoài nước đăng ký bảo hộ các đối tượng sở hữu trí tuệ tại Việt nam và Nước ngoài. Công ty chúng tôi luôn cam kết đáp ứng các yêu cầu của khách hàng về các dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp với chất lượng và độ tin cậy cao nhất.

Trụ sở chính

9 Đào Duy Anh, Hà Nội
P.O.Box. 608, 1 Lê Thạch, Hà Nội
Tel. (84 4) 3577 1365
Fax. (84 4) 3577 1563, 38241642
E-mail: patent@vcci-ip.com
trademark@vcci-ip.com
Giám đốc: Ông Trần Huy Phương

Chi nhánh Công ty

171 Võ Thị Sáu, Quận 3, TP. Hồ Chí Minh
Tel. (08) 39300608 Fax. (08) 39301239

PHẦN II

TĂNG CƯỜNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH DOANH NGHIỆP TRONG TÌNH HÌNH HẬU KHỦNG HOẢNG KINH TẾ TOÀN CẦU

1. Tác động của tình hình khủng hoảng kinh tế toàn cầu

1.1. Giới thiệu cuộc điều tra¹¹

Năm 2009 đã được dự báo là một năm rất khó khăn cho nền kinh tế Việt Nam do ảnh hưởng của cuộc suy thoái kinh tế toàn cầu, trước hết là ở khu vực xuất khẩu và đầu tư, qua đó ảnh hưởng đến cân đối vĩ mô, trong khi cân đối vĩ mô cũng đang có vấn đề nghiêm trọng do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới năm 2008. Hậu quả là sau thời gian lạm phát và bất ổn, nền kinh tế đang bị yếu đi, các doanh nghiệp phải vất vả chống chọi với những khó khăn từ sự bất ổn nói trên. Đặc biệt họ lại càng trở nên khó khăn hơn khi tự bản thân mình khó dự báo được tình hình kinh tế ở tầm vĩ mô. Vì vậy việc nghiên cứu, đánh giá năng lực cạnh tranh trong bối cảnh hậu khủng hoảng kinh tế toàn cầu của các doanh nghiệp thuộc diện điều tra sẽ cho thấy một phần bức tranh về tác động của suy thoái kinh tế toàn cầu tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Với tính cấp bách của vấn đề, cuộc điều tra được dựa trên kết quả thu thập số liệu của 200 doanh nghiệp tại hai thời điểm khác nhau: Lần thứ nhất vào tháng 12-2008 và tháng 1-2009. Lần thứ hai, cũng tại 200

doanh nghiệp này, cuộc điều tra được tiến hành vào tháng 12-2009 và tháng 1-2010 với bộ câu hỏi gần tương tự. Đây là thời điểm các doanh nghiệp có thể đánh giá một cách khá chính xác và sát sao kết quả kinh doanh của doanh nghiệp mình trong năm 2008 cũng như năm 2009. Điểm quan trọng là kết quả khảo sát cho phép đưa ra một số so sánh về các nhận định của doanh nghiệp ở hai thời điểm khác nhau, thể hiện hệ quả tác động của khủng hoảng cũng như sự thay đổi tư duy chiến lược của các doanh nghiệp Việt Nam sau khi rút ra được những bài học của một năm “vượt khó”.

Các doanh nghiệp thuộc diện điều tra năm 2009 được lựa chọn từ 630 doanh nghiệp đã tham gia cuộc điều tra năm 2008¹², với tỷ lệ tương ứng phân theo hình thức sở hữu: mẫu điều tra bao gồm 53,2% phiếu từ khu vực tư nhân, tiếp đó các doanh nghiệp nhà nước chiếm 20% và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 18,9%. Các doanh nghiệp có vốn sở hữu hỗn hợp chiếm 5,8% mẫu và loại hình sở hữu khác chiếm 2,1%. Mẫu này không chỉ phù hợp với tỷ lệ các doanh nghiệp được điều tra năm 2008 mà còn phù hợp với cơ cấu vốn sở hữu của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay.

Quá trình thu thập dữ liệu không tránh khỏi một số hạn chế sau đây:

- Số lượng mẫu tương đối nhỏ so với cuộc

11. Nghiên cứu này do Viện Phát triển Doanh nghiệp (VCCI) thực hiện với sự phối hợp của Viện Nghiên cứu cạnh tranh, Trường Đào tạo Chính sách công Lý Quang Diệu, thuộc Đại học Tổng hợp Xingapo. Các kết quả nghiên cứu được phân tích và nhận định bởi nhóm tác giả chứ không phản ánh ý kiến nhận định chính thức của VCCI.

12. Xem: Báo cáo thường niên - Doanh nghiệp Việt Nam 2008, Nxb. Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2009.

điều tra trước, do vậy phạm vi bao phủ hạn chế chủ yếu tại các doanh nghiệp ở khu vực lân cận thành phố Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh (trong bán kính 100 km). Các doanh nghiệp ở khu vực nông thôn do vậy không có điều kiện tham gia cuộc khảo sát này¹³.

- Không phải tất cả các phiếu phỏng vấn đều do một người lãnh đạo của doanh nghiệp trả lời (do cuộc điều tra được tiến hành tại hai thời điểm khác nhau), vì vậy có thể có những độ lệch nhất định trong việc đưa ra những nhận định. Tuy vậy, các số liệu cho thấy, độ lệch này hoàn toàn không đáng kể.
- Một số câu hỏi nhạy cảm liên quan đến doanh thu, số lao động, tỷ suất lợi nhuận của các doanh nghiệp không được điền đầy đủ cho cả ba năm. Kết quả của cuộc điều tra về các chỉ tiêu này do vậy chỉ có thể dùng để so sánh kết quả kinh doanh của nhóm doanh nghiệp này chứ không thể dùng để suy rộng cho toàn bộ các doanh nghiệp Việt Nam.

1.2. Các thách thức doanh nghiệp phải đối mặt

Kết quả điều tra khảo sát năm 2009 cho thấy, phần lớn các doanh nghiệp trong diện điều tra đều phải chịu sức ép từ tác động của tình hình khủng hoảng kinh tế toàn cầu. Điều đó làm cho các doanh nghiệp đứng trước những khó khăn lớn. Các thách thức về: chi phí nguyên nhiên vật liệu, chi phí vận tải, tính thanh khoản (khó thu hồi được tiền của khách hàng), vẫn tiếp tục là những thách thức nổi cộm đối với doanh nghiệp. Tuy nhiên nổi bật nhất trong số đó lại là thách thức do môi trường kinh tế vĩ mô có nhiều biến động khó lường và sự bất ổn của thị trường.

Từ kết quả hai cuộc điều tra năm 2008 và

năm 2009, có thể thấy xu hướng chung rằng, các doanh nghiệp được điều tra đánh giá “môi trường kinh tế vĩ mô bất ổn và những biến động khó lường của thị trường” làm ảnh hưởng nhiều hơn tới tình hình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp và số doanh nghiệp *lạc quan với tình hình sản xuất kinh doanh của mình* đã giảm đi.

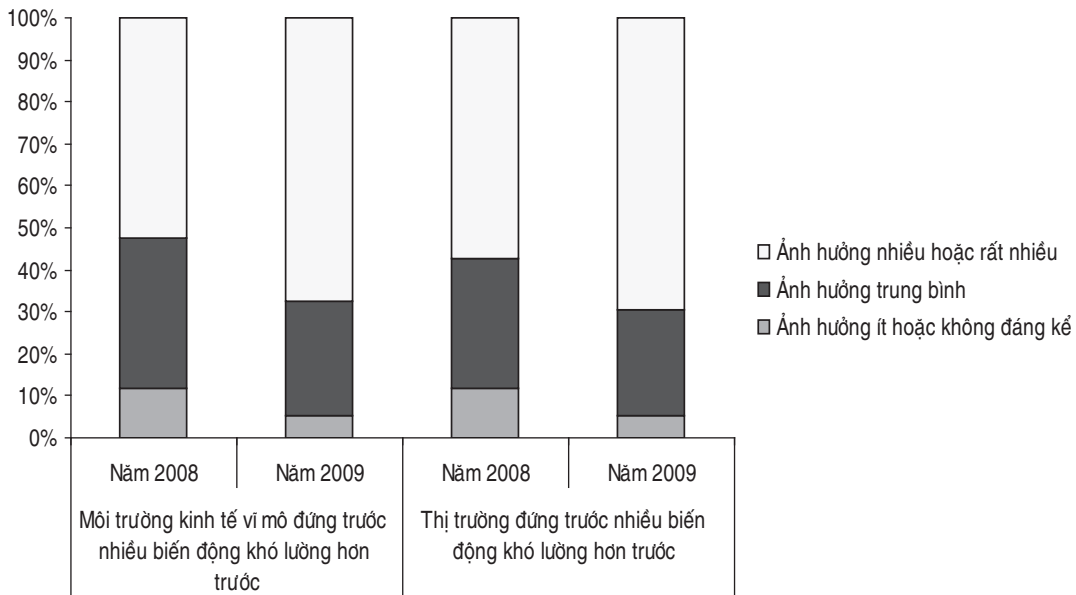
So với kết quả điều tra năm 2008 thì có thể thấy, các doanh nghiệp được điều tra đều có xu hướng cho rằng, năm 2009 môi trường kinh tế vĩ mô đứng trước nhiều biến động khó lường hơn trước. Năm 2008, số doanh nghiệp cho rằng biến động của môi trường kinh tế vĩ mô ảnh hưởng lớn tới tình hình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp chiếm 52,6%; trong khi đó, năm 2009 con số này là 67,4% (xem Hình 2.1).

Tương tự như vậy, Hình 2.1 cũng cho thấy sự bất ổn của thị trường đang làm cho các doanh nghiệp hết sức quan ngại. Phần lớn các doanh nghiệp được điều tra (69,5%) cho rằng thị trường đang đứng trước nhiều biến động làm ảnh hưởng rất lớn tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, chỉ có 5,3% số doanh nghiệp là lạc quan với hoạt động sản xuất kinh doanh của mình khi cho rằng thị trường tuy có những bất ổn nhưng điều đó cũng không ảnh hưởng nhiều tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Tỷ lệ doanh nghiệp lạc quan ở cuộc điều tra năm 2008 lớn hơn, chiếm tới 12,8% trong số doanh nghiệp được hỏi.

Đứng trước những bất ổn của thị trường và môi trường kinh tế vĩ mô, các doanh nghiệp cũng phải đối mặt với nhiều thách thức lớn như chi phí các yếu tố đầu vào của sản xuất tăng, nhu cầu thị trường chững lại, các chi phí về vốn cũng gia tăng theo. Chi phí nguyên nhiên vật liệu cũng như chi phí vận tải tiếp tục là những áp lực lớn đối với các doanh nghiệp trong năm 2009. Chỉ có

13. Do vậy các kết quả điều tra chủ yếu phục vụ mục đích so sánh giữa năm 2008 và năm 2009 chứ không dùng để ngoại suy.

Hình 2.1: Tác động của những bất ổn tới sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp



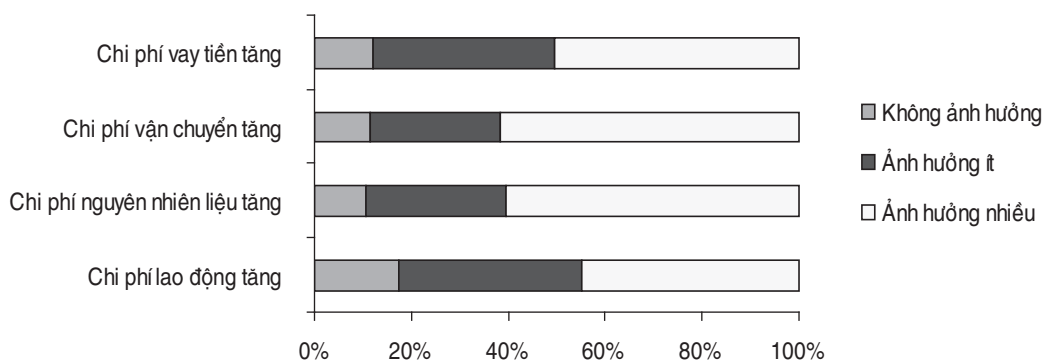
11,1% số doanh nghiệp được hỏi là lạc quan với áp lực về chi phí nguyên nhiên liệu tăng, trong khi đó có tới 63,7% số doanh nghiệp bị quan đánh giá, chi phí nguyên nhiên vật liệu tăng làm ảnh hưởng lớn hoặc rất lớn tới các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Hình 2.2 cũng cho thấy áp lực về chi phí vận chuyển cũng không hề giảm với 61,5% doanh nghiệp cho rằng chi phí vận chuyển tăng làm ảnh hưởng lớn hoặc rất lớn tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp năm 2009. Xu hướng này dường như trái ngược với thực tế là chỉ có 59,0% số doanh nghiệp có nhận định này vào năm 2008 trong khi giá dầu thô trên thế giới tăng cao mà đỉnh điểm của nó là vào tháng 7 với giá 147 USD/thùng. Tuy nhiên nếu như năm 2008 giá nhiên liệu trong nước có sự can thiệp mạnh của Chính phủ thì trong năm 2009, mặc dù giá dầu thô trên thế giới giảm mạnh làm cho áp lực về giá nhiên liệu trong nước cũng giảm, nhưng việc Chính phủ có chính sách cho phép các công ty kinh doanh nhiên liệu điều chỉnh giá nhiên liệu trong nước về gần với giá thị trường ít nhiều cũng

đã khiến cho áp lực về giá nhiên liệu cho vận chuyển của các doanh nghiệp không hề giảm đi¹⁴. Đây là một thông điệp hết sức quan trọng đối với doanh nghiệp về việc các doanh nghiệp cần phải “thích nghi” dần với cơ chế thị trường, chủ động tiết kiệm nhiên liệu để hạn chế những áp lực này, nhất là khi Nhà nước không còn can thiệp sâu vào thị trường nhiên liệu.

Cũng nhờ có những can thiệp kịp thời của Chính phủ trong năm 2009 để đối phó lại với những biến động và sự leo thang chưa từng có trong lịch sử của năm 2008, lãi suất huy động và cho vay VNĐ đã dần được ổn định, theo sự ổn định của lãi suất cơ bản. Tuy nhiên, căng thẳng của lãi suất huy động bắt đầu bộc lộ từ giữa năm do căng thẳng về thanh khoản. Cụ thể, 12,1% số doanh nghiệp được điều tra cho rằng chi phí vay tiền tăng không ảnh hưởng hoặc ảnh hưởng không đáng kể tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp (năm 2008 là 17,4%), và 50,5% số doanh nghiệp cho rằng điều này có ảnh hưởng lớn tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh

14. Nghị định số 84/2009/NĐ-CP ngày 15-10-2009 của Chính phủ về kinh doanh xăng dầu.

Hình 2.2: Tác động của các yếu tố chi phí tới sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp



ngành (năm 2008 là 52,6%). Tuy nhiên việc tiếp cận vốn vay ngân hàng của các doanh nghiệp lại trở nên khó khăn hơn trước (xem Hình 2.3). Điều này hoàn toàn dễ hiểu bởi mặc dù chi phí vay vốn có giảm nhờ chính sách hỗ trợ lãi suất, nhưng các thủ tục vay vốn không hề thay đổi, thậm chí hồ sơ vay vốn của doanh nghiệp còn phải qua những khâu thẩm định kỹ càng hơn để việc hỗ trợ lãi suất đến được đúng đối tượng. Hiện tượng một số ngân hàng “bù đắp” việc giảm lãi suất cho vay bằng các loại “phụ phí” đã khiến cho các thủ tục đi vay càng trở nên phức tạp hơn¹⁵. Và đó cũng là lý do khiến cho “Chi phí vay vốn” năm 2009 có giảm nhưng không nhiều.

Năm 2009 cũng là năm thứ hai liên tiếp thị trường ngoại hối bộc lộ những khó khăn rõ nét và những vấn đề nội tại chưa thể giải quyết. Có thể xem căng thẳng ngoại tệ là một trong những điểm nổi bật nhất của kinh tế Việt Nam năm 2009, nhất là khi xét đến những ảnh hưởng của nó đối với hoạt động doanh nghiệp. 49% số doanh nghiệp được điều tra cho rằng, những khó khăn trong việc tiếp cận mua ngoại tệ đã ảnh hưởng nghiêm trọng tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, 36,3% số doanh nghiệp cho rằng ảnh hưởng tương đối và chỉ có 14,7% số doanh nghiệp cho biết không

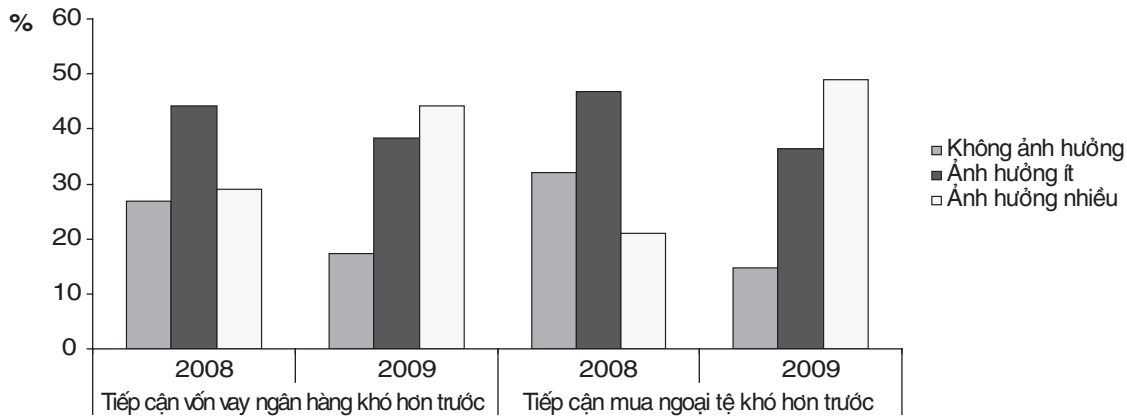
ảnh hưởng tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp (điều tra doanh nghiệp năm 2008 lần lượt là 21,1%, 46,8%, 32,1%). Các khó khăn nêu trên về tài chính của các doanh nghiệp đã dẫn đến tính thanh khoản của các doanh nghiệp, năm 2009 hầu như không được cải thiện. Năm 2009 có 63,7% số doanh nghiệp cho rằng việc thanh khoản chậm từ các khách hàng của mình đã gây ảnh hưởng lớn tới hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp (năm 2008 là 52,1%).

2. Các biện pháp ứng phó của các doanh nghiệp trước tác động của khủng hoảng

Để đối mặt với khủng hoảng kinh tế toàn cầu, các doanh nghiệp đã có những hoạt động rất tích cực nhằm đưa doanh nghiệp từng bước thoát ra khỏi tình hình khó khăn hiện tại. Hầu hết các doanh nghiệp đều cho rằng, họ đã thực hiện được các chính sách của mình một cách có hiệu quả, từ việc điều chỉnh lại chiến lược kinh doanh như sắp xếp lại hoạt động sản xuất kinh doanh, tiết kiệm chi phí, đầu tư trang thiết bị mới để tăng năng suất lao động đến việc thay đổi chiến lược đầu tư và con người cũng như các mối quan hệ với khách hàng, nhà cung cấp và

15. <http://taichinh.saga.vn/kinhte/kinhdoanh/15745.asset>

Hình 2.3: Tác động của các yếu tố tài chính tới sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp

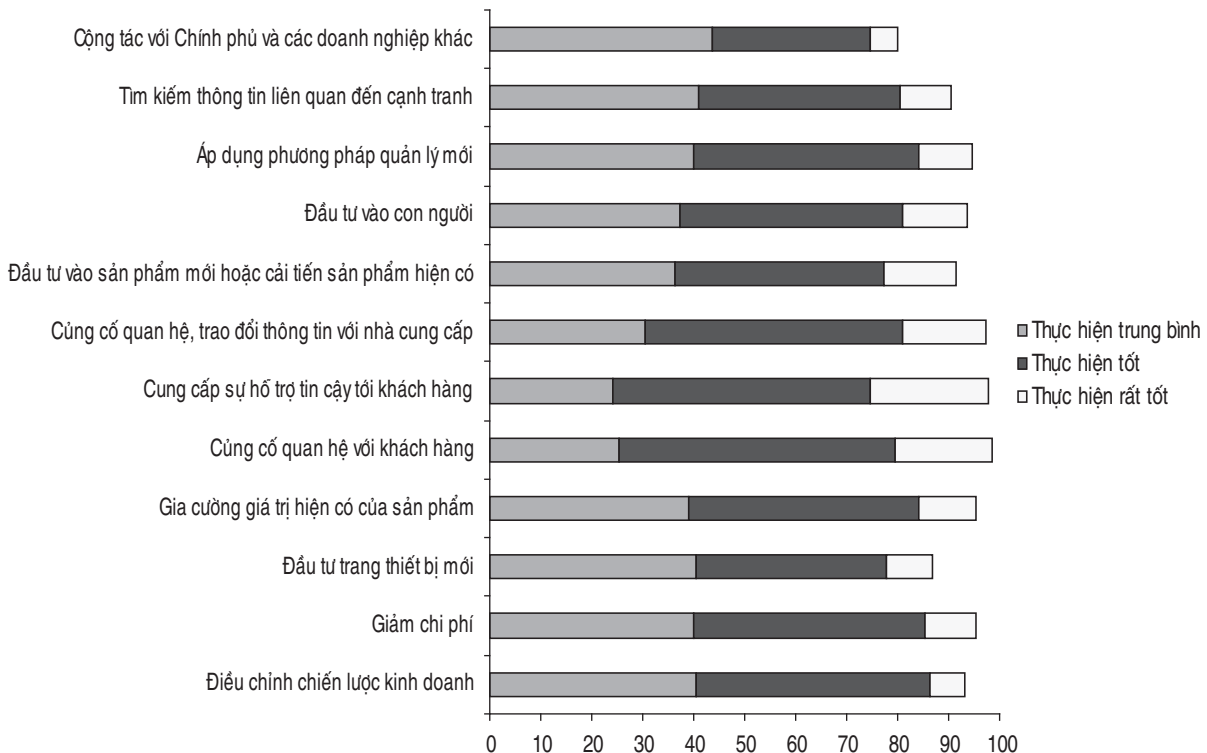


các doanh nghiệp bạn. Hình 2.4 cho thấy hai biện pháp được các doanh nghiệp quan tâm nhất đó là “*Củng cố quan hệ, trao đổi thông tin với nhà cung cấp*” và “*Cung cấp sự hỗ trợ tin cậy tới khách hàng*”. Đây là một dấu hiệu cho thấy các doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu thực sự hội nhập vào “Chuỗi cung ứng” và đã bắt đầu nhận thức

được vị trí của mình trong chuỗi giá trị.

Tác động của các giải pháp trên của doanh nghiệp cũng mang lại kết quả đáng khích lệ. Hầu hết các doanh nghiệp đều cho rằng, giải pháp kinh doanh của doanh nghiệp đã chọn chỉ đưa lại kết quả ở mức trung bình xét về khía cạnh chất lượng sản phẩm, mở rộng

Hình 2.4: Hoạt động của doanh nghiệp để đối phó với khủng hoảng



thị trường, tăng năng suất lao động, giảm chi phí, tăng lợi nhuận. Điều đáng chú ý nữa là 26,8% số doanh nghiệp cho là nhờ có giải pháp kinh doanh trên mà doanh nghiệp đã tăng lợi nhuận rất tốt, trong khi 56,8% số doanh nghiệp cho là họ tăng lợi nhuận ở mức trung bình. Chỉ có 3,2% số doanh nghiệp khẳng định, họ đã lựa chọn giải pháp kinh doanh đúng với lợi nhuận tăng ở mức rất cao. Như vậy có thể thấy, tác động của tình hình khủng hoảng kinh tế toàn cầu lên các doanh nghiệp là rất lớn nhưng các doanh nghiệp đã rất nỗ lực và từng bước vượt qua tình hình khó khăn hiện tại.

Bảng 2.1 một lần nữa chứng minh những nỗ lực vượt qua khủng hoảng của các doanh nghiệp Việt Nam. Với những kế hoạch được đưa ra trong năm 2008, họ đã áp dụng mọi biện pháp như đã nêu trên và kết quả cho thấy tuy tỷ lệ doanh nghiệp phải thu hẹp sản xuất có cao hơn so với kế hoạch là 2,1% nhưng tỷ lệ doanh nghiệp giữ nguyên được quy mô sản xuất cũng cao hơn so với kế

hoạch là 10,5%. Tỷ lệ doanh nghiệp mở rộng được quy mô sản xuất kinh doanh trong thời gian trên giảm đi so với kế hoạch là 9,0% nhưng vẫn ở mức cao, chiếm 34,2% số doanh nghiệp thuộc diện điều tra.

Bảng 2.1 cũng cho thấy rất rõ xu hướng các doanh nghiệp tiếp tục mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh cho năm 2010 và các năm tiếp theo là rất rõ mặc dù năm 2009 họ đã không làm được như theo kế hoạch. Đây cũng thể hiện quyết tâm của các doanh nghiệp Việt Nam trong việc theo đuổi mục tiêu chiến lược của mình. Có tới 11,6% doanh nghiệp chuyển hướng chiến lược kinh doanh vào việc “*Củng cố ngành kinh doanh cốt lõi của doanh nghiệp*”. Như vậy có thể khẳng định có trên 54,2% doanh nghiệp sẽ có chiến lược thay đổi cơ cấu sản xuất. Hay nói cách khác đây chính là thời điểm quan trọng để các doanh nghiệp “*tái cấu trúc doanh nghiệp*”. Công việc này đòi hỏi sự phát huy sáng tạo hết sức mạnh mẽ trong các doanh nghiệp và đó là lý do quan

Bảng 2.1: Về việc lựa chọn giải pháp kinh doanh năm 2009, thực tế diễn ra năm 2009 và kế hoạch cho năm 2010 và thời gian tới của các doanh nghiệp

Đơn vị: %

| | Kế hoạch cho năm 2009 (ý kiến đưa ra cuối năm 2008) | Thực tế đã diễn ra 2009 | Kế hoạch cho 2010 và thời gian tới |
|---|---|-------------------------|------------------------------------|
| Đóng cửa sản xuất | 0 | 0,5 | 0 |
| Thu hẹp quy mô sản xuất kinh doanh | 6,8 | 8,9 | 3,7 |
| Giữ nguyên quy mô sản xuất kinh doanh | 44,2 | 54,7 | 41,6 |
| Mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh | 43,2 | 34,2 | 42,6 |
| Củng cố ngành kinh doanh cốt lõi của doanh nghiệp - giải pháp cho 2010 và thời gian tới ¹⁶ | - | - | 11,6 |
| Giải pháp khác | 5,8 | 1,7 | 0,5 |
| Tổng | 100 | 100 | 100 |

16. Điều tra năm 2008 không gợi ý giải pháp này.

trọng khiến cho vấn đề đổi mới và sáng tạo trong các doanh nghiệp được coi là những vấn đề nóng bỏng hiện nay.

3. Tiếp cận nguồn nhân lực và tài chính

3.1. Lao động trong các doanh nghiệp

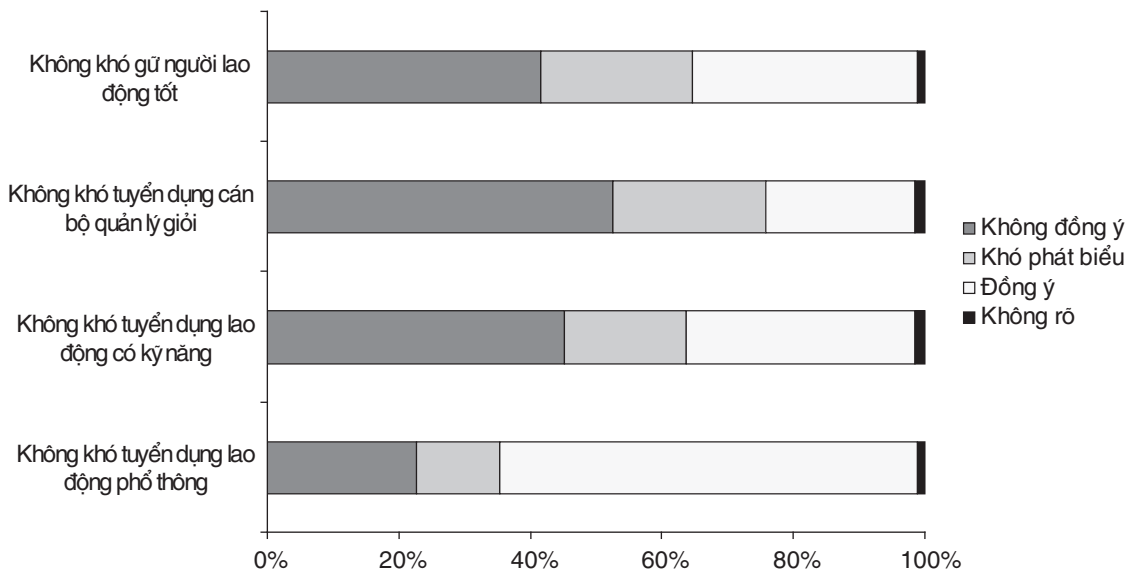
Kinh tế Việt Nam năm 2009 có dấu hiệu hồi phục. Chỉ tính các doanh nghiệp được điều tra có thống kê số lao động trong 3 năm 2007, 2008, 2009 cho thấy, lao động ở các doanh nghiệp này tại thời điểm 31-12-2009 tuy có tăng so với thời điểm cùng kỳ năm trước nhưng mức tăng thấp hơn so với thời điểm năm 2008, cụ thể lao động tại thời điểm 31-12-2009 tăng 3,3% so với cùng kỳ năm 2008, trong khi con số này năm 2008 là 6,7%. Nếu như năm 2008, có 73,8% số doanh nghiệp tăng hoặc giữ nguyên số lao động làm việc thường xuyên tại doanh nghiệp thì đến năm 2009, số doanh nghiệp này là 78,1%. Điều đó có thể cho thấy, kinh tế Việt Nam năm 2009 đang trên đà hồi phục. Tuy nhiên, ngược lại với xu hướng chung này thì khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, số doanh nghiệp “có số

lao động làm việc thường xuyên tại doanh nghiệp giữ nguyên hoặc tăng lên lại giảm từ 67,9% năm 2008 xuống còn 60,7% năm 2009.

Nhận định về vấn đề tuyển dụng lao động, kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2009 cũng có xu hướng tương tự như kết quả điều tra doanh nghiệp năm 2008 khi hầu hết các doanh nghiệp đều đồng tình với ý kiến cho rằng, việc tuyển dụng lao động phổ thông không phải là khó khăn. Tuy nhiên vấn đề tuyển dụng lao động có kỹ năng vẫn chưa được hóa giải với 47,4% số doanh nghiệp cho rằng đây là một trong những vấn đề khó khăn của doanh nghiệp (năm 2008 chỉ có 38,4%) (xem Hình 2.5).

Do khủng hoảng kinh tế, nhiều doanh nghiệp thu hẹp sản xuất, thậm chí đóng cửa nên các cuộc đình công năm 2009 đã giảm đáng kể. Theo Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam cho biết, năm 2009 cả nước xảy ra 215 cuộc đình công, so với năm 2008 đã giảm đáng kể, khoảng 70%. Các cuộc đình công vẫn xảy ra chủ yếu trong các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (157 cuộc, chiếm 72,6%); thuộc ngành dệt may (114

Hình 2.5: Đánh giá của doanh nghiệp về khả năng tiếp cận nguồn nhân lực



cuộc, chiếm 52,7%) và thuộc vùng kinh tế trọng điểm phía Nam (155 cuộc, chiếm 71,7%). Các cuộc đình công, diễn biến ôn hòa với thời gian ngắn; nguyên nhân chủ yếu dẫn đến tranh chấp lao động và đình công là nhiều doanh nghiệp vẫn gặp khó khăn do tác động của khủng hoảng kinh tế toàn cầu nên chưa bảo đảm được đúng các thỏa thuận với người lao động, việc vi phạm pháp luật lao động vẫn xảy ra, nhất là nợ lương, trả chậm lương, tăng ca, tăng giờ vượt quy định của pháp luật¹⁷.

Khi khảo sát về nguy cơ đình công tại các doanh nghiệp, điều đáng lưu ý là nếu như năm 2008 có tới 28,5% ý kiến khó phát biểu và 14,6% ý kiến thể hiện có sự nhận định về nguy cơ đình công thì đến năm 2009 đã có tới 40,5% số ý kiến khó phát biểu và 12,6% ý kiến cho rằng vẫn còn nguy cơ đình công. Có nhiều nguyên nhân khiến cho các cuộc đình công giảm mạnh so với năm 2008, trong đó nguyên nhân quan trọng nhất là do tác động của khủng hoảng kinh tế đã ảnh hưởng quan trọng đến cung - cầu lao động.

Các doanh nghiệp nhà nước hoàn toàn lạc quan khi không có ý kiến nào cho rằng có nguy cơ xảy ra đình công, trong khi đó các doanh nghiệp nước ngoài với 21,2% số ý kiến lại cho rằng vẫn có nguy cơ xảy ra đình công trong doanh nghiệp. Điều này cho thấy vấn đề vi phạm pháp luật lao động vẫn xảy ra, nhất là nợ lương, trả chậm lương, tăng ca, tăng giờ vượt quy định tại các doanh nghiệp nước ngoài vẫn là một vấn đề lớn chưa có lời giải đối với các doanh nghiệp này.

3.2. Tiếp cận nguồn tài chính

Trong năm 2009, có 61,6% số doanh nghiệp trong diện điều tra đã vay vốn. Tuy nhiên, nếu so sánh với cuộc khảo sát năm 2008 thì thực sự đã có những chuyển biến đáng kể. Số doanh nghiệp không được thoả

mãn nhu cầu về vốn không còn, các mức độ thoả mãn khác đều tăng so với kết quả khảo sát năm 2008. Đặc biệt, xét về mặt tổng thể, trong năm 2008 thị trường vốn chỉ đáp ứng được 43,9% số doanh nghiệp đi vay từ 50% nhu cầu trở lên, nhưng trong năm 2009, con số này tăng lên 67,5%. Như vậy có thể thấy trong năm 2009, khả năng tiếp cận thị trường vốn của các doanh nghiệp Việt Nam đã được cải thiện đáng kể (xem Hình 2.6).

Trong cuộc khảo sát năm 2008, và nói chung là trong các cuộc khảo sát trước kia, vấn đề thường gặp nhất đối với doanh nghiệp là lãi suất vay quá cao (42,5% ý kiến). Năm 2009, nhờ có chính sách kích cầu, áp lực về lãi suất đã giảm, tuy nhiên vẫn chưa thực sự được coi là hiệu quả đối với doanh nghiệp. Vẫn còn có tới 39,5% số doanh nghiệp đánh giá đây là một trong những trở ngại lớn của doanh nghiệp khi đi vay vốn.

Đối với những đánh giá về “*thiếu tài sản thế chấp*” (27,4%), hay “*vấn đề về phương án kinh doanh*” (22,1%), đây cũng vẫn là hai trở ngại lớn đối với doanh nghiệp Việt Nam hiện nay, đặc biệt là đối với những doanh nghiệp vừa và nhỏ, tài sản hạn chế, kỹ năng quản lý thấp và khả năng lập kế hoạch kinh doanh cũng không cao.

Điểm khác biệt trong cuộc khảo sát năm nay là các doanh nghiệp than phiền nhiều về “*thủ tục vay phức tạp*” (44,7%) (năm 2008 là 32,1%). Có thể thấy là khi vấn đề về lãi suất vay quá cao, thiếu tài sản thế chấp, hay vấn đề về phương án kinh doanh đã dần được giải quyết, thì Nhà nước và các ngân hàng thương mại cần phải có những chính sách, phương án kinh doanh để hình thành nên những loại hình sản phẩm dịch vụ thực sự phù hợp với tất cả các loại hình doanh nghiệp, bởi vì tỷ trọng các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Việt Nam hiện nay chiếm đến 97%. Vì vậy, thủ tục cho vay cần

17. Xem tài liệu: Hội nghị triển khai công tác lao động - thương binh và xã hội của Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội, năm 2009.

phải được cải tiến, kể cả sự hỗ trợ cho doanh nghiệp đối với công tác lập kế hoạch kinh doanh từ phía các ngân hàng.

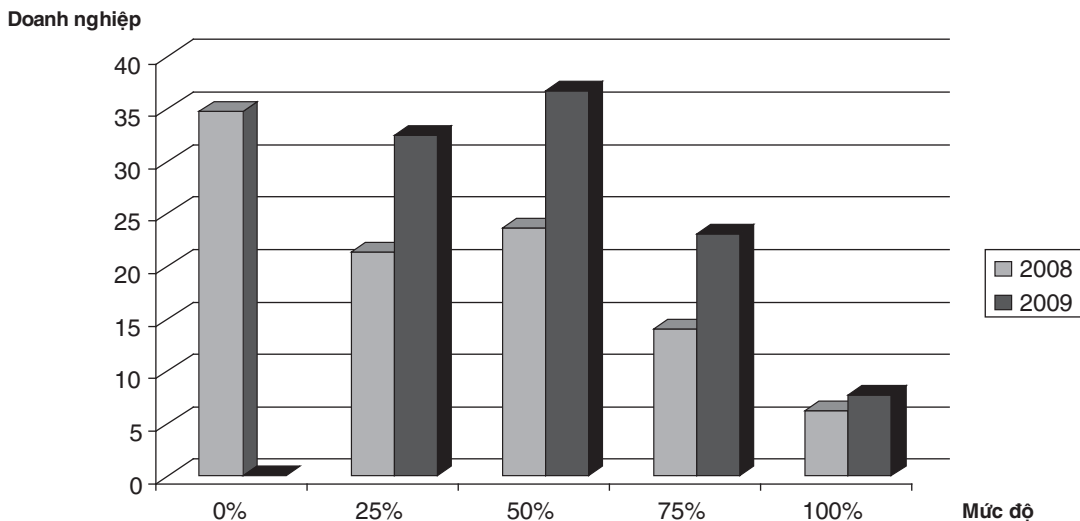
Với những phân tích trên có thể thấy, thị trường vốn tại Việt Nam vẫn chưa thể đáp ứng được đầy đủ các nhu cầu về vốn của doanh nghiệp, thực tế là trong năm 2009, vẫn có đến 77,9% số doanh nghiệp được điều tra có nhu cầu vay vốn trong thời gian tới, trong đó khu vực doanh nghiệp trong nước có nhu cầu vay vốn mạnh hơn khu vực liên doanh. Khối doanh nghiệp tư nhân chiếm tỷ trọng cao nhất với 85,2%, tiếp đến là doanh nghiệp nhà nước: 76,2% và cuối cùng là các doanh nghiệp có 100% vốn đầu tư nước ngoài với 57,9%.

Với một nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam hiện nay, kênh huy động vốn chủ yếu của các doanh nghiệp vẫn là các ngân hàng thương mại. Theo kết quả khảo sát, có đến 81,3% số doanh nghiệp được hỏi đồng ý với nhận định trên. Đối với các kênh huy động vốn khác như thị trường chứng khoán, thuê mua tài chính, tiếp cận các quỹ đầu tư hay tiếp cận với các kênh huy động vốn

truyền thống như: huy động vốn từ khách hàng, bạn bè, liên doanh liên kết..., cũng được phát huy và mở rộng. Đặc biệt là đối với thị trường chứng khoán, theo khảo sát năm 2009, có khoảng 6% số doanh nghiệp chọn thị trường này để huy động vốn cho doanh nghiệp của mình, còn đối với năm 2008, con số này chỉ là 2,2%.

Mức huy động vốn của các doanh nghiệp được quan tâm nhiều nhất vẫn là từ 1 đến 10 tỷ đồng. Tỷ lệ số doanh nghiệp đang cần vốn đối với các khoản vay ngắn hạn là 41,8% và đối với các khoản vay dài hạn là 46,7%. Tỷ lệ này có xu hướng giảm đi khi các khoản vay có giá trị tăng lên. Tỷ lệ các doanh nghiệp đang cần vốn dài hạn trong năm 2009 với mức vốn từ 10 tỷ đến 50 tỷ đồng là 34,7%, tỷ lệ này có xu hướng cao hơn so với nhu cầu về vốn ngắn hạn là 29,6%. So sánh với kết quả khảo sát năm 2008 có thể thấy rằng, các doanh nghiệp Việt Nam đã bắt đầu thoát khỏi những ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng kinh tế, từng bước tập trung hơn vào quá trình đầu tư cho hoạt động sản xuất kinh doanh.

Hình 2.6: Mức độ thoả mãn nhu cầu vay vốn của doanh nghiệp



4. Thực trạng về đổi mới của các doanh nghiệp trong thời kỳ khủng hoảng

Theo nhận định của các chuyên gia, năm 2009 chưa phải là năm các nền kinh tế trên thế giới vượt qua được thời kỳ khủng hoảng. Thực tế, những dấu hiệu phục hồi chỉ mới bắt đầu từ cuối năm 2009, chủ yếu ở một số nước châu Á, trong đó có Việt Nam. Năm 2010 tiếp tục vẫn là những khó khăn mà các doanh nghiệp Việt Nam vẫn phải chuẩn bị đối phó.

4.1. Đổi mới trong doanh nghiệp

Có 3 lĩnh vực đổi mới được nghiên cứu tại cuộc khảo sát này, cụ thể là: 1) Đổi mới sản phẩm (hàng hoá hay dịch vụ); 2) Đổi mới quy trình; và 3) Đổi mới tổ chức.

4.1.1. Đổi mới sản phẩm

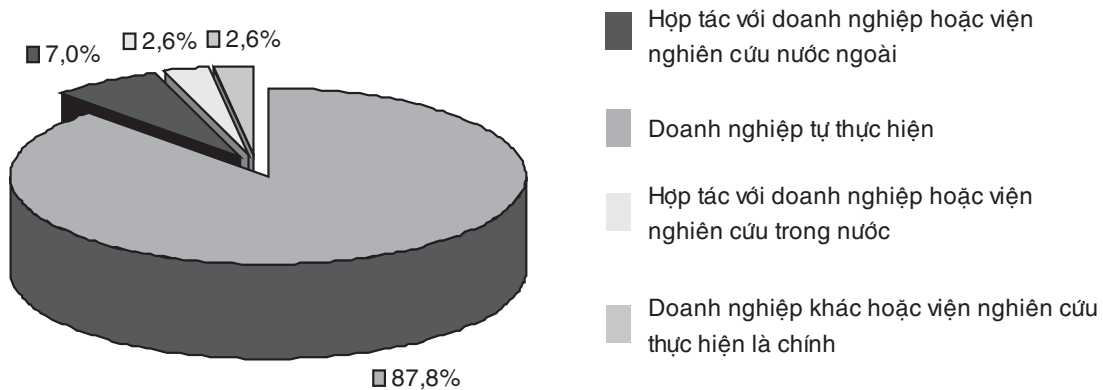
Đổi mới sản phẩm dịch vụ là việc đưa ra thị trường một hàng hoá hay dịch vụ mới hoặc có sự cải tiến đáng kể hàng hoá hoặc dịch vụ phù hợp với năng lực tương ứng. Sự sáng tạo này (mới hoặc cải tiến) phải có tính đổi mới đối với doanh nghiệp, nhưng không nhất thiết phải là mới đối với ngành hoặc thị trường.

Trong cuộc điều tra năm 2009, tỷ lệ doanh nghiệp đã đưa ra được hàng hoá mới hoặc có cải tiến đáng kể là 60,53%, giảm so với năm 2008 (năm 2008 là 67,8%). Đánh giá về mức độ đổi mới sản phẩm, kết quả khảo sát trong năm 2009 cho thấy tỷ lệ doanh nghiệp có dịch vụ và sản phẩm mới đối với thị trường hầu như không thay đổi, ở mức trên 66,4%. Trong khi đó tỷ lệ doanh nghiệp có dịch vụ và sản phẩm mới đối với chính doanh nghiệp mình tăng lên đáng kể ở mức 78,63% so với kết quả khảo sát năm 2008 là 57,9%. Đây là một thông điệp quan trọng cho thấy các doanh nghiệp đã có những cố gắng nhất định, nhưng có vẻ như khả năng của họ chỉ dừng lại được ở mức độ đưa ra những sản phẩm mới đối với chính doanh nghiệp mà thôi.

Theo đánh giá về tỷ lệ hàng hoá đổi mới trên tổng doanh thu năm 2009 cho thấy, tỷ lệ sản phẩm hay dịch vụ “*mới đối với thị trường*” chỉ còn 16,1%, tỷ lệ sản phẩm hay dịch vụ “*mới đối với doanh nghiệp*” là 19,1%, còn tỷ lệ hàng hoá hay dịch vụ không thay đổi là 64,8%. Năm 2008 các tỷ lệ tương ứng là 25,3%, 20,9% và 53,8%. Điều này một lần nữa cho thấy những nỗ lực về đổi mới của các doanh nghiệp trong thời gian qua đã không mang lại kết quả mong đợi. Đây không chỉ là vấn đề các doanh nghiệp phải chịu ảnh hưởng từ khủng hoảng khiến cho họ chỉ dám dừng chân tại chỗ, tập trung vào các loại hàng hoá hay dịch vụ có sẵn, và đợi những tín hiệu tích cực hơn của thị trường, mà còn là vấn đề liên quan đến năng lực đổi mới để đưa ra những sản phẩm có giá trị cao hơn, hoặc cần có sự hỗ trợ tích cực hơn từ phía Nhà nước đối với các doanh nghiệp trong lĩnh vực về đổi mới sản phẩm. Thông thường, trong giai đoạn đầu khi mới thực hiện đổi mới, không phải doanh nghiệp nào cũng tăng ngay được doanh thu đối với những sản phẩm này. Các khách hàng cần có thời gian để làm quen với những sản phẩm, thương hiệu mới.

Tuy nhiên, điều rất đáng chú ý là hầu hết việc đổi mới sản phẩm và dịch vụ này được tiến hành bởi bản thân doanh nghiệp (xem Hình 2.7). Bên cạnh đó, tỷ lệ doanh nghiệp có hợp tác với các công ty hoặc các viện nghiên cứu nước ngoài và viện nghiên cứu trong nước cũng còn rất hạn chế. Có thể đánh giá là cơ chế hợp tác giữa doanh nghiệp và các viện nghiên cứu trong và ngoài nước thực sự vẫn chưa được cải thiện trong 2 năm 2008-2009, đây là một thực trạng làm cản trở lớn cho sự phát triển và tăng cường năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập quốc tế. Với phương thức “*tự làm*” trong đổi mới sản phẩm và dịch vụ, các doanh nghiệp khó có thể bứt phá thành công để tạo ra tỷ lệ doanh thu cao từ các sản phẩm mới như đã nêu ở trên.

Hình 2.7: Tỷ lệ đơn vị thực hiện đổi mới sản phẩm



4.1.2. Đổi mới quy trình

Đổi mới quy trình là việc thực hiện một quy trình sản xuất mới hoặc có cải tiến sản xuất đáng kể, phương thức phân phối hoặc hoạt động hỗ trợ cho hàng hoá và dịch vụ của doanh nghiệp. Sự sáng tạo này (mới hoặc cải tiến) phải là mới đối với doanh nghiệp, nhưng không nhất thiết phải là mới đối với ngành hoặc thị trường của doanh nghiệp.

Điểm khác biệt trong kết quả cuộc khảo sát năm nay so với năm 2008 là tỷ lệ các doanh nghiệp thực hiện “*phương thức mới hoặc có cải tiến đáng kể để sản xuất - chế tạo hoặc cung cấp hàng hoá/dịch vụ*” đã vượt lên dẫn đầu, từ 40,3% năm 2008 lên 57,4% năm 2009. Còn đối với “*hoạt động hỗ trợ mới hoặc có cải tiến đáng kể về quy trình*” thì giảm xuống còn 44,7% so với 55,7% năm

2008. Cuối cùng là “*Dịch vụ giao nhận, phân phối mới, hoặc có cải tiến đáng kể đối với nguyên vật liệu đầu vào hoặc đầu ra*” chỉ có 42,6% số doanh nghiệp thực hiện đổi mới đối với quy trình này. Cũng cần lưu ý là trong cuộc khảo sát năm nay có đến 27,4% doanh nghiệp thực hiện cùng một lúc ở cả ba lĩnh vực đã nêu trên.

Việc xây dựng chương trình đổi mới vẫn được các doanh nghiệp thực hiện là chính ở cả ba lĩnh vực, trong đó, “*sản xuất hoặc chế tạo*” chiếm tỷ trọng cao nhất (83,5%), tiếp đến là “*các hoạt động hỗ trợ khác*” (77,6%) và cuối cùng là “*giao nhận và phân phối*” (72,8%). Đối với lĩnh vực “*sản xuất hoặc chế tạo*”, các doanh nghiệp có xu hướng hợp tác với các công ty hoặc viện nghiên cứu nước ngoài, còn đối với “*giao nhận và phân phối*” và “*các hoạt động hỗ trợ*” thì xu hướng vẫn là hợp tác

Bảng 2.2: Tỷ lệ doanh nghiệp thực hiện đổi mới về quy trình

| | Có (%) | Không (%) |
|--|--------|-----------|
| Phương thức mới hoặc có cải tiến đáng kể để sản xuất - chế tạo, hoặc cung cấp hàng hoá/dịch vụ | 57,4 | 42,6 |
| Dịch vụ giao nhận, phân phối mới, hoặc có cải tiến đáng kể đối với nguyên vật liệu đầu vào hoặc đầu ra | 42,6 | 57,4 |
| Hoạt động hỗ trợ mới hoặc có cải tiến đáng kể về quy trình, chẳng hạn như hệ thống bảo dưỡng, hoặc hoạt động mua sắm, kế toán hoặc dự toán | 44,7 | 55,3 |

với các công ty hoặc viện nghiên cứu khác trong nước. Xét về mặt lâu dài thì Chính phủ một mặt cần có những chính sách để khuyến khích, thu hút đầu tư nghiên cứu và hợp tác dài hạn đối với các công ty, viện nghiên cứu, các tổ chức nước ngoài, mặt khác, cần có những chính sách ưu đãi, mở rộng quy mô của những công ty, viện nghiên cứu trong nước, trong việc giúp doanh nghiệp xây dựng quy trình đổi mới trong lĩnh vực “**sản xuất hoặc chế tạo**”, đặc biệt là đối với hai lĩnh vực “**giao nhận và phân phối**”, “**các hoạt động hỗ trợ khác**”, khi mà xu hướng thị trường các dịch vụ kinh doanh ngày càng phát triển.

4.1.3. **Đổi mới về tổ chức**

Đổi mới về tổ chức là việc thực hiện những thay đổi đáng kể trong cơ cấu hoặc phương pháp quản lý doanh nghiệp nhằm cải tiến việc khai thác kiến thức, chất lượng hàng hoá và dịch vụ hoặc có hiệu quả trong công việc của doanh nghiệp.

Với kết quả khảo sát năm 2009, có đến 77,4% các doanh nghiệp tập trung nhiều trong hoạt động đổi mới về tổ chức công việc của nội bộ doanh nghiệp, như là thay đổi cơ cấu tổ chức hoặc kết hợp những hoạt động khác nhau của phòng ban. Tuy nhiên, khi so sánh với kết quả của cuộc khảo sát

năm 2008 thì kết quả này có giảm đi chút ít. Năm 2008, 78,1% số doanh nghiệp chú trọng vào việc đổi mới về tổ chức, chẳng hạn như thay đổi hệ thống quản lý kiến thức mới hoặc có những cải tiến đáng kể để sử dụng tốt hơn hoặc trao đổi thông tin, kiến thức và những kỹ năng trong doanh nghiệp. Đây là kết quả tất yếu của ảnh hưởng suy thoái kinh tế toàn cầu tác động lên nền kinh tế Việt Nam, bắt buộc các doanh nghiệp phải thực hiện các hoạt động trước mắt là cắt giảm nhân sự, cơ cấu lại tổ chức, sát nhập phòng ban để tận dụng tối đa nguồn nhân lực hiện có nhằm giảm chi phí sản xuất kinh doanh. Năm 2009, 62,6% số doanh nghiệp tập trung vào những hệ thống quản lý kiến thức mới hay có cải tiến đáng kể để sử dụng tốt hơn hoặc trao đổi thông tin, kiến thức và những kỹ năng trong doanh nghiệp. 50,5% số doanh nghiệp có cách tiếp cận hoặc có thay đổi đáng kể trong quan hệ với các doanh nghiệp khác hoặc viện nghiên cứu nhà nước, chẳng hạn thông qua liên minh, cộng tác, thuê mua bên ngoài (outsourcing), hoặc thuê phụ. Trong bối cảnh hội nhập và để từng bước thích ứng với những thay đổi của thị trường, các doanh nghiệp Việt Nam (đặc biệt là những doanh nghiệp vừa và nhỏ) cần thiết phải có những động thái tích cực hơn nữa trong việc mở rộng liên kết giữa các doanh nghiệp với

Bảng 2.3: Xây dựng quy trình đổi mới của các doanh nghiệp

Đơn vị: %

| | Sự đổi mới trong | | |
|--|------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|
| | Sản xuất hoặc chế tạo | Giao nhận và phân phối | Các hoạt động hỗ trợ |
| Tự doanh nghiệp là chủ yếu | 83,5 | 72,8 | 77,6 |
| Hợp tác với công ty hoặc viện nghiên cứu nước ngoài khác | 10,1 | 8,6 | 4,7 |
| Công ty hoặc viện nghiên cứu trong nước khác là chủ yếu | 3,7 | 12,3 | 14,1 |
| Các công ty hoặc viện nghiên cứu khác là chủ yếu | 2,7 | 6,3 | 3,6 |

nhau và với các tổ chức khác. Với những đổi mới tổ chức của doanh nghiệp trong năm 2009, kết quả là có đến 62,6% số doanh nghiệp đã tăng được chất lượng hàng hoá và dịch vụ, 53,2% số doanh nghiệp đã làm giảm thời gian chờ đợi của khách hàng trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Tuy nhiên, vấn đề đổi mới tổ chức nhằm cải thiện sự hài lòng của cán bộ, công nhân viên trong chính doanh nghiệp và để giảm chi phí trên mỗi sản phẩm đầu ra thì lại chưa được cải thiện nhiều so với cuộc khảo sát năm 2008.

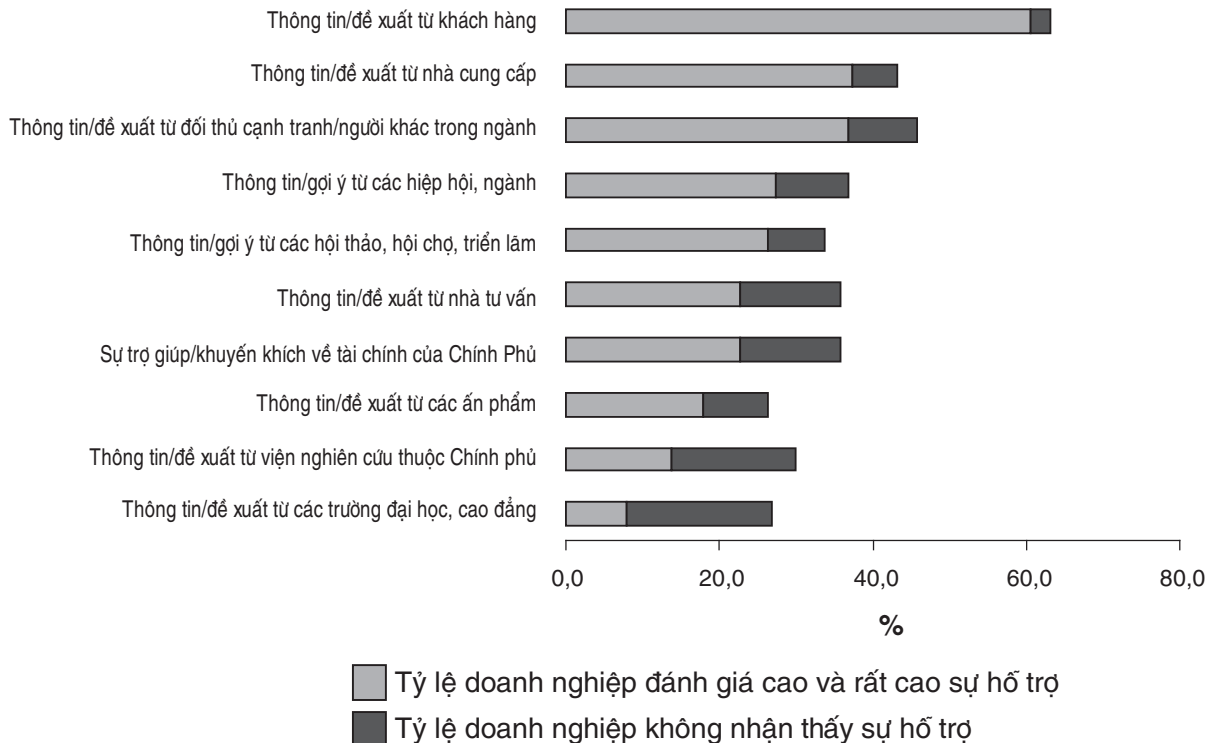
4.2. Tác động của các yếu tố đến hoạt động đổi mới của doanh nghiệp

Đánh giá mức độ của những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động đổi mới của doanh nghiệp, có đến 60,5% số doanh nghiệp được hỏi đánh giá mức độ quan trọng của những thông tin hoặc đề xuất từ khách hàng đối với hoạt động đổi mới của doanh nghiệp

là cao và rất cao. Tiếp đến là những thông tin hoặc đề xuất từ nhà cung cấp và từ đối thủ cạnh tranh hay người khác cùng ngành. Điểm yếu theo đánh giá của các doanh nghiệp Việt Nam vẫn là các thông tin hoặc đề xuất từ các viện nghiên cứu thuộc Chính phủ, hoặc các thông tin hoặc đề xuất từ các trường đại học, cao đẳng. Vai trò của Chính phủ và những tổ chức này (kể cả các thông tin hoặc gợi ý từ các hiệp hội ngành, các nhà tư vấn) vẫn chưa được đánh giá cao. Vẫn có đến 37,9% doanh nghiệp đánh giá thấp và rất thấp các thông tin hoặc đề xuất từ viện nghiên cứu thuộc Chính phủ. Đối với các thông tin hoặc đề xuất từ các trường đại học, cao đẳng, tỷ lệ này là 38,4% (xem Hình 2.8).

Thực trạng kết quả điều tra của cuộc khảo sát năm nay cho thấy vẫn không có thay đổi lớn về vai trò của Chính phủ và các tổ chức trong nước, các hiệp hội ngành nghề, các trường đại học và cao đẳng, trong việc giúp đỡ doanh nghiệp tìm ra hướng đi mới, giảm

Hình 2.8: Mức độ quan trọng của các yếu tố đối với đổi mới trong doanh nghiệp



chi phí đầu tư cho hoạt động nghiên cứu phát triển. Nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, đẩy mạnh hoạt động đổi mới của doanh nghiệp, ngoài việc doanh nghiệp phải tự lực tìm kiếm lợi ích từ các hoạt động hỗ trợ từ bên ngoài, thì việc hỗ trợ từ phía Nhà nước cũng hết sức cần thiết. Nhà nước cần định hướng cho các cơ quan, tổ chức nghiên cứu, các trường đại học, cao đẳng trong việc nghiên cứu, giúp đỡ các doanh nghiệp trong việc đổi mới các quy trình, tổ chức, cũng như các hoạt động về nghiên cứu phát triển các loại hình sản phẩm và dịch vụ mới.

Việc đổi mới sản phẩm hoặc dịch vụ hay quy trình đã giúp doanh nghiệp rất nhiều trong việc: 1) Cải tiến chất lượng hàng hoá và dịch vụ với 64,2% doanh nghiệp đánh giá cao và rất cao; 2) Cải tiến khả năng cung cấp sản phẩm và dịch vụ với 58,4% doanh nghiệp đánh giá cao và rất cao; 3) Cải thiện tính linh hoạt trong cung cấp sản phẩm và dịch vụ với 57,9% doanh nghiệp đánh giá cao và rất cao. Kết quả này không thay đổi nhiều so với cuộc khảo sát năm 2008 và thực tế cho thấy, các hoạt động đổi mới của doanh nghiệp chưa thực sự mang lại kết quả nhiều trong việc giảm chi phí lao động cũng như giảm chi phí nguyên vật liệu và năng lượng trên mỗi sản phẩm đầu ra. Khoảng 10% số doanh nghiệp được hỏi đã đánh giá thấp và rất thấp đối với việc đổi mới sản phẩm hoặc dịch vụ hay quy trình nhằm tăng thêm chủng loại hàng hoá và dịch vụ, hay gia nhập thị trường mới hoặc tăng thị phần. Đây cũng là một vấn đề hết sức nan giải, cản trở rất lớn đối với tính cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam khi mà yêu cầu hội nhập đối với nền kinh tế thế giới được đặt lên hàng đầu.

4.3. Những yếu tố cản trở đổi mới với hoạt động đổi mới của doanh nghiệp

Đánh giá về mức độ nghiêm trọng của các yếu tố trở ngại đối với những hoạt động đổi

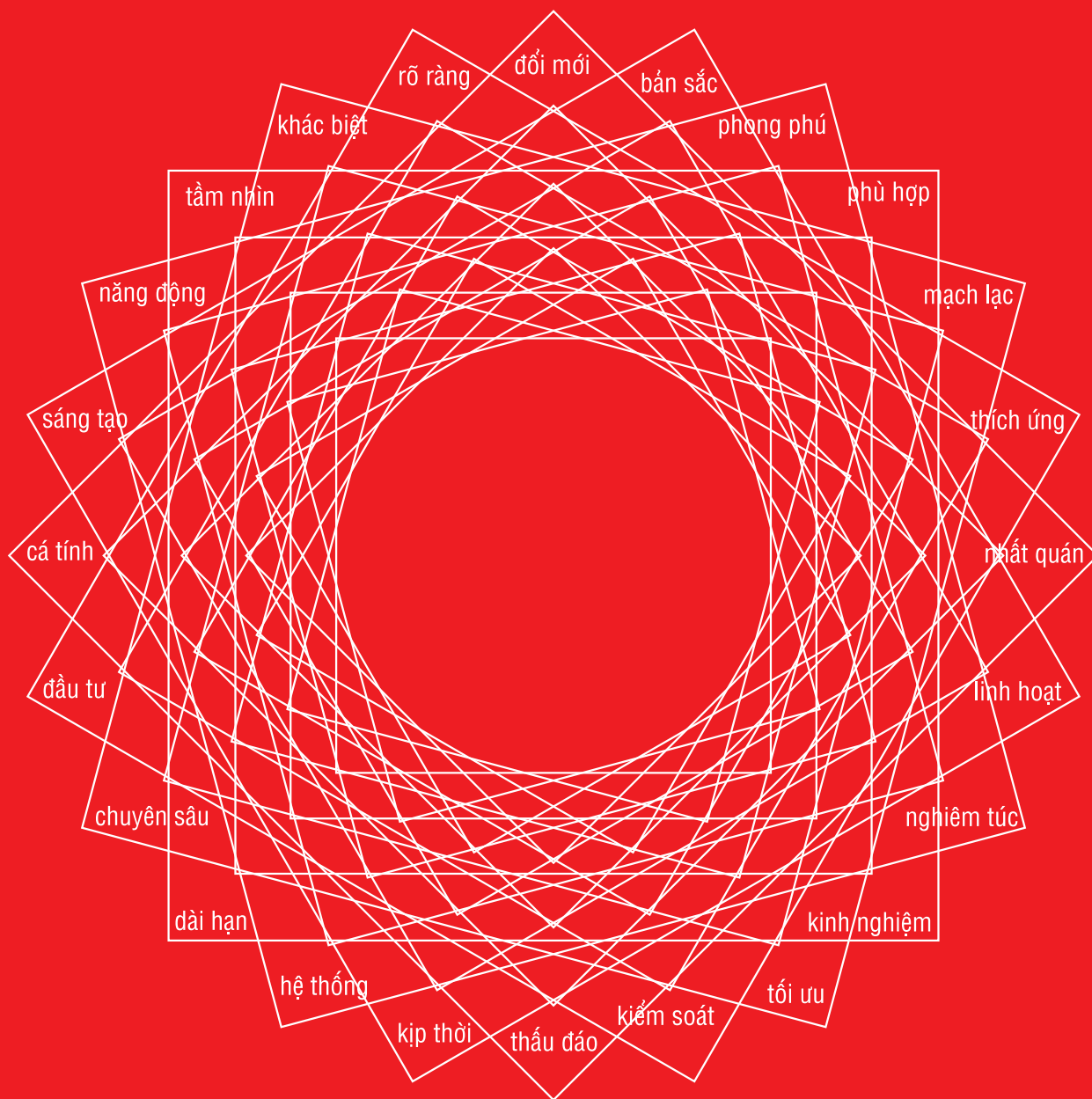
mới, thực trạng cuộc khảo sát đưa ra 3 yếu tố chủ yếu:

Thứ nhất, các yếu tố về chi phí: có đến 46,8% số doanh nghiệp cho rằng trở ngại lớn nhất đối với các hoạt động đổi mới là do chi phí đổi mới quá cao, tiếp đến là do doanh nghiệp thiếu nguồn lực tài chính bên ngoài, và cuối cùng là do bản thân doanh nghiệp thiếu kinh phí.

Thứ hai, các yếu tố về tri thức: có 42,1% số doanh nghiệp cho rằng, hiện nay nguồn nhân lực có đủ khả năng cho hoạt động đổi mới của doanh nghiệp là không đủ. Các yếu tố còn lại trong việc tìm kiếm sự hợp tác hoặc các đối tác để đổi mới, thông tin về thị trường và thông tin về công nghệ cũng là những rào cản khiến cho doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc phát triển các hoạt động đổi mới cho doanh nghiệp. Đây cũng là thực trạng của thị trường lao động Việt Nam hiện nay, lực lượng lao động rất dồi dào, tuy nhiên số lượng lao động có tri thức, có trình độ tay nghề cao phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh cũng như các hoạt động đổi mới sản phẩm, tiếp cận thị trường của doanh nghiệp lại thiếu trầm trọng.

Thứ ba, các yếu tố về thị trường: có 47,4% số doanh nghiệp cho rằng, việc thị trường bị chi phối bởi các doanh nghiệp đã có chỗ đứng là cản trở lớn đối với hoạt động đổi mới của doanh nghiệp. Theo kết quả điều tra của Tổng cục Thống kê công bố hàng năm, số lượng các doanh nghiệp lớn trong tổng số doanh nghiệp của toàn nền kinh tế chỉ chiếm khoảng 2,9%, số lượng doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ chiếm khoảng 97,1%. Do vậy, đối với những doanh nghiệp đã có chỗ đứng trên thị trường, kết hợp với các nguồn lực về tài chính và con người, họ cũng dễ dàng hơn trong các hoạt động đổi mới cả về mặt sản phẩm hoặc dịch vụ hay tìm kiếm một thị trường mới, trở ngại này cũng thực sự là một khó khăn đối với những doanh nghiệp đi sau trong việc tiếp cận thị trường.

thương hiệu không thành công một cách ngẫu nhiên



điện thoại 04. 3518 3235
fax 04. 3511 2714
info@haki.vn

hãy cùng chúng tôi
thảo luận những biện pháp nâng cao năng lực
quản trị thương hiệu, tiếp nối những đổi mới
cho thương hiệu doanh nghiệp thành công

PHẦN III

ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC ĐỔI MỚI CỦA DOANH NGHIỆP

1. Lựa chọn ngành phân tích

Để đánh giá năng lực đổi mới của các doanh nghiệp, Phần III của Báo cáo thường niên - Doanh nghiệp Việt Nam sẽ thực hiện việc phân tích trên 5 ngành kinh tế tiêu biểu của nền kinh tế là¹⁸:

1. Sản xuất thực phẩm, đồ uống và thuốc lá, thuốc láo¹⁹
2. Dệt may
3. Sản xuất ô tô, xe máy
4. Điện tử
5. Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán

Việc lựa chọn 5 ngành này đã được nhóm nghiên cứu căn cứ vào các lý do sau:

- Các ngành sản xuất thực phẩm, dệt may, sản xuất ô tô, xe máy, điện tử là những ngành công nghiệp chủ đạo trong nền kinh tế nước ta, đóng góp một phần quan trọng cho kim ngạch xuất khẩu. Kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh của những ngành công nghiệp này phụ thuộc phần lớn vào trình độ máy móc, công nghệ. Chính vì vậy, năng lực đổi mới công nghệ là chìa khóa cho sự thành công của doanh nghiệp trong các ngành này.
- Dịch vụ ngân hàng là lĩnh vực có tốc độ

phát triển mạnh trong thời gian qua ở Việt Nam. Đây là ngành mà yêu cầu áp dụng công nghệ hiện đại được đặt lên rất cao để đáp ứng các nhu cầu khắt khe của thị trường. Do đó, việc đổi mới công nghệ, đầu tư những thiết bị hiện đại và đưa ra những sản phẩm mới trên thị trường là điều kiện sống còn với các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này.

- Các ngành được lựa chọn trên đây thống nhất với các ngành đã được lựa chọn phân tích trong các Báo cáo thường niên của VCCI ở những năm trước. Chính vì vậy, phần phân tích năng lực đổi mới doanh nghiệp 2009 sẽ là sự bổ sung cho các phân tích trước đó, từ đó cho chúng ta một cái nhìn tổng thể và xuyên suốt hoạt động kinh doanh của các ngành này.

Ngoài ra, Báo cáo này cũng phân tích năng lực đổi mới của các doanh nghiệp FDI, cầu nối để chuyển giao công nghệ từ các nền kinh tế phát triển sang các nền kinh tế đang phát triển như Việt Nam. Việc phân tích này nhằm đưa ra một cái nhìn tổng quát về thực trạng và năng lực đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp FDI chứ không đặt trọng tâm vào so sánh với các doanh nghiệp trong 5 ngành lựa chọn trên.

Các mục sau của phần này đánh giá năng lực đổi mới của doanh nghiệp cho 5 ngành

18. Các ngành kinh tế này chủ yếu là các ngành cấp hai được tổng hợp từ phân ngành VSIC 2007.

19. Để tiện trình bày, kể từ Phần III trở đi, ngành "sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc láo" được gọi tắt là "sản xuất thực phẩm". Ngành "dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán" được gọi tắt là "dịch vụ ngân hàng". Các ngành khác vẫn được giữ nguyên tên gọi như ở Phụ lục.

được lựa chọn nói trên. Dữ liệu được sử dụng trong phân tích đánh giá là “Cơ sở dữ liệu tổng điều tra doanh nghiệp 2008” do Tổng cục Thống kê thực hiện hàng năm. Để đảm bảo tính nhất quán về nguồn số liệu trong các phân tích so sánh, phần phân tích năng lực doanh nghiệp chỉ sử dụng số liệu của bộ điều tra này.

2. Số doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh (tính đến 31/12 hàng năm)

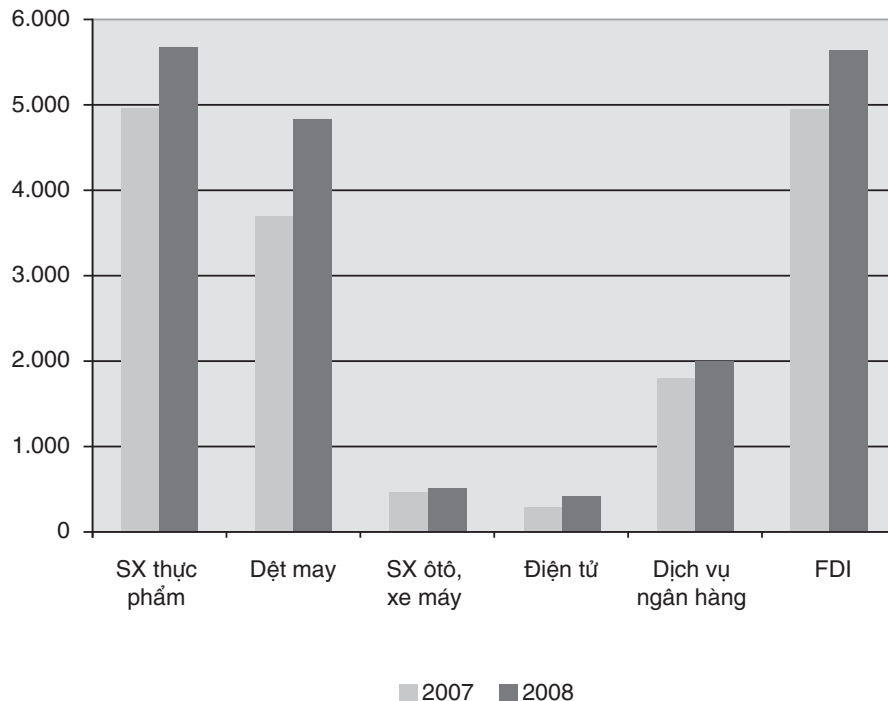
Năm 2008 đã tạo ra nhiều cơ hội kinh doanh cho các doanh nghiệp. Bảng 2.1 phần Phụ lục thể hiện số doanh nghiệp đang hoạt động sản xuất kinh doanh tăng lên trong toàn bộ 5 ngành được phân tích. Bức tranh chung về tình hình sản xuất kinh doanh cho thấy các doanh nghiệp đã thể hiện tốt hơn lợi thế so sánh của mình và cơ hội tiếp cận thị trường tốt hơn.

Trong số 5 ngành được phân tích, các ngành sản xuất thực phẩm, dệt may và ngân hàng là ngành thu hút nhiều doanh nghiệp đầu tư kinh doanh nhất. Tuy nhiên xét theo tốc độ gia nhập ngành của các doanh nghiệp (tỷ lệ số doanh nghiệp tăng lên so với năm trước) thì ngành điện tử và dệt may nằm trong nhóm ngành có tỷ lệ tăng trưởng doanh nghiệp cao nhất (37% và 30%). Các ngành còn lại đều có tốc độ gia nhập ngành trong khoảng 11-14%.

Năm 2008 đánh dấu một năm kinh doanh không thành công so với năm 2007. Tỷ lệ các doanh nghiệp làm ăn thua lỗ tăng lên trong toàn bộ 5 ngành được phân tích. Tỷ lệ này cao nhất ở các ngành điện tử và dệt may (60% và 55%) trong khi những ngành này lại chính là những ngành thu hút nhiều doanh nghiệp gia nhập nhất. Nhóm có tỷ lệ doanh nghiệp kinh doanh thua lỗ cao thứ 2 là ngành sản xuất ô tô, xe máy và sản xuất thực phẩm (36% và 30%). Ngân hàng theo

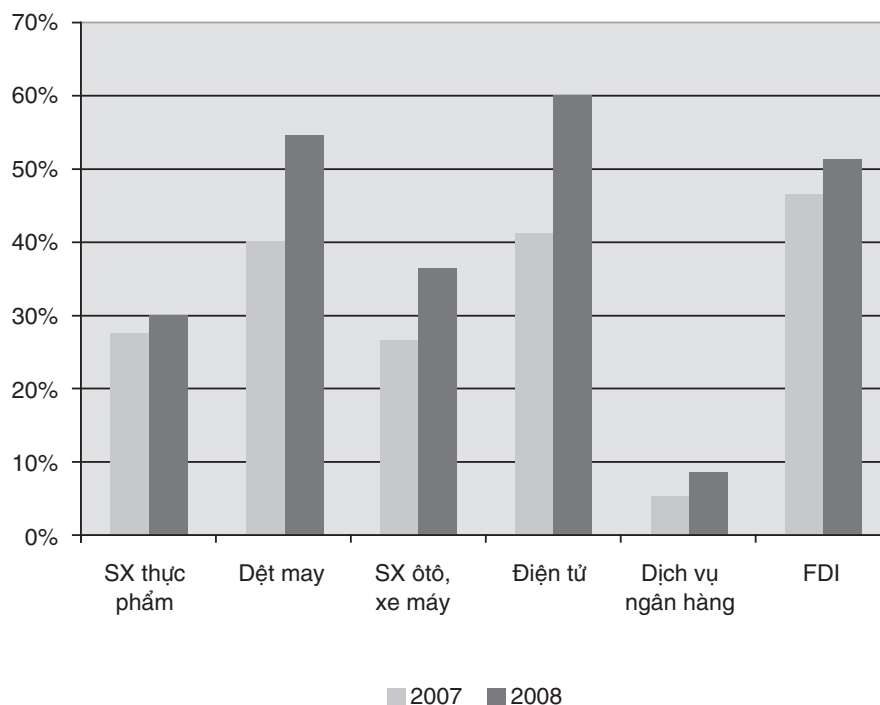
Hình 3.1: Cơ cấu hoạt động sản xuất kinh doanh

Đơn vị: doanh nghiệp



Hình 3.2: Tỷ lệ doanh nghiệp kinh doanh thua lỗ

Đơn vị: %



truyền thống vẫn luôn là ngành có tỷ lệ doanh nghiệp kinh doanh thua lỗ thấp nhất (9%). Xét theo xu hướng kinh doanh thua lỗ, những ngành có tỷ lệ doanh nghiệp làm ăn thua lỗ cao cũng đồng thời là những ngành có tốc độ tăng lên của các doanh nghiệp kinh doanh thua lỗ cao nhất. Duy nhất ngành sản xuất thực phẩm, mặc dù đứng trong nhóm thứ 2 về thua lỗ nhưng tỷ lệ tăng lên của các doanh nghiệp thua lỗ lại không cao như ngành cùng nhóm (sản xuất ô tô, xe máy) mà chỉ xấp xỉ so với ngành ngân hàng (2-3%). Khủng hoảng kinh tế vào nửa cuối năm 2008 cùng với tốc độ tăng lạm phát cao, đặc biệt là trong quý III của năm 2008 là nguyên nhân chính cho tình hình làm ăn thua lỗ của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời gian này.

3. Phân tích năng lực đổi mới

Trong các nghiên cứu về đổi mới, năng lực đổi mới của một doanh nghiệp thường được

đo lường bằng các tiêu chí về nguồn lực tài chính và nguồn lực con người như năng suất lao động, năng lực công nghệ, năng suất vốn, đầu tư vào tài sản cố định và tỷ lệ cán bộ khoa học trong doanh nghiệp.

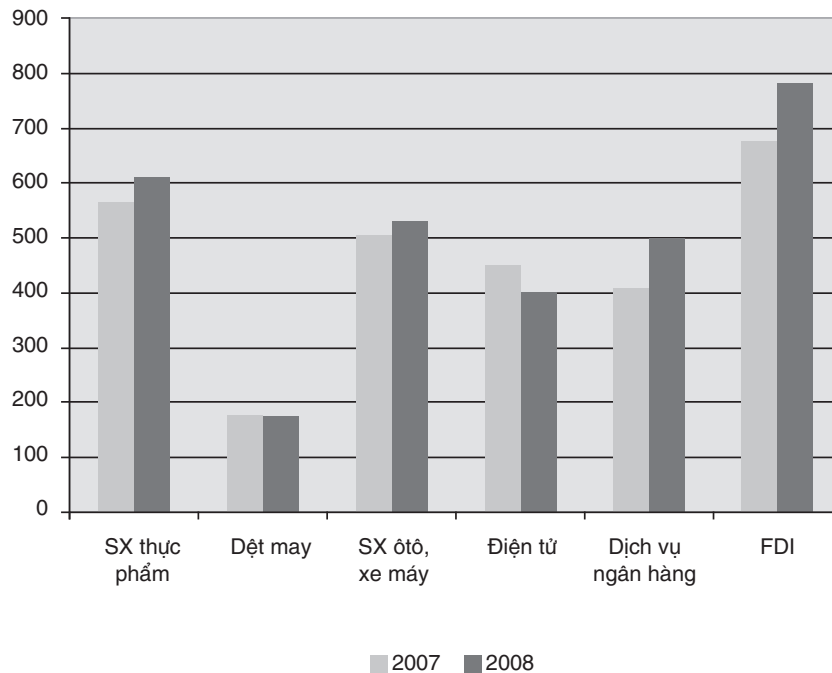
3.1. Đánh giá tình hình hoạt động đầu tư đổi mới công nghệ theo các chỉ tiêu lao động và tư bản

3.1.1. Xu hướng năng suất lao động (= Tổng doanh thu/Tổng lao động)

Năng suất lao động là một trong những chỉ số thể hiện năng lực công nghệ của doanh nghiệp (Hình 3.3). Nhìn chung, các ngành sản xuất thực phẩm, sản xuất ô tô và ngân hàng là những ngành có năng suất lao động cao nhất (từ 500 triệu cho tới hơn 600 triệu đồng doanh thu trên một lao động). Ngành điện tử đứng trong nhóm trung bình với khoảng trên dưới 400 triệu đồng doanh thu trên một lao động. Dệt may từ lâu vẫn là

Hình 3.3. Năng suất lao động

Đơn vị: triệu đồng



ngành thu hút nhiều lao động nhưng cũng là ngành có chất lượng tay nghề lao động kém nhất với năng suất lao động chỉ bằng gần nửa ngành điện tử và khoảng 1/3 so với nhóm ngành đứng đầu.

Xét về xu hướng cải thiện chất lượng lao động (tăng năng suất lao động) thì ngành ngân hàng đứng đầu với tốc độ tăng năng suất lao động lên tới hơn 20% trong năm 2008. Đứng thứ 2 trong số các ngành phân tích là ngành sản xuất thực phẩm (8%) và sản xuất ô tô, xe máy (5%). Dệt may hầu như không có sự thay đổi gì về năng suất lao động trong năm 2008 trong khi đó ngành điện tử chứng kiến một năm suy giảm nhiều về năng suất lao động khi tỷ lệ sụt giảm lên tới 11%.

3.1.2. Tài sản cố định trên tổng tài sản

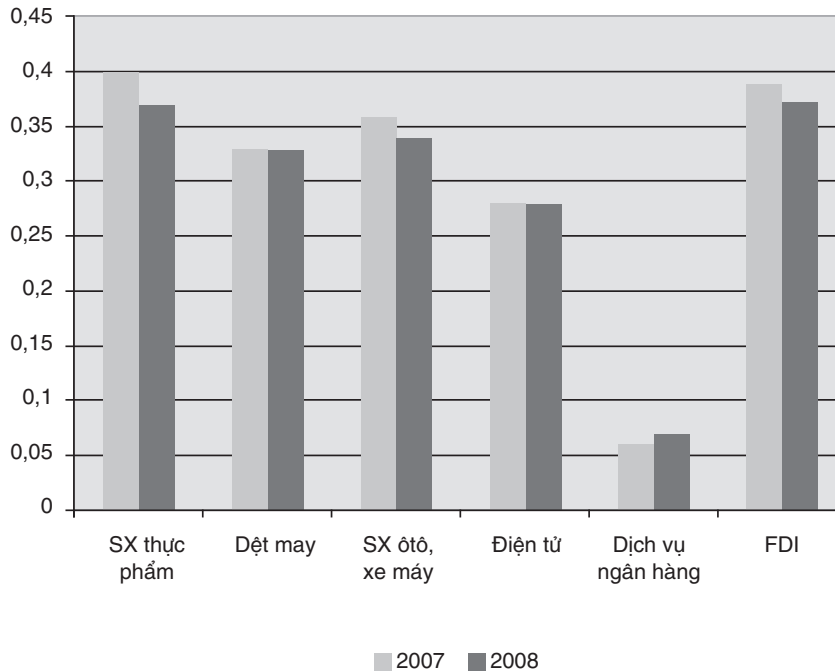
Tỷ lệ tài sản cố định trên tổng tài sản là một chỉ số quan trọng thể hiện năng lực công nghệ của các doanh nghiệp. Doanh nghiệp càng đầu tư nhiều trong việc xây dựng nhà

xưởng, mua sắm máy móc, đổi mới công nghệ sản xuất thì càng làm tăng tỷ lệ tài sản cố định trong tổng tài sản của mình. Hình 3.4 thể hiện mức độ của tỷ lệ này và xu hướng của các ngành trong việc đổi mới công nghệ. Về mức độ, hầu như trong các ngành, tỷ lệ này dao động quanh con số 30% có nghĩa giá trị tư bản (công nghệ, nhà xưởng, máy móc) chỉ chiếm có 30% trong tổng giá trị tài sản của doanh nghiệp. Ngành ngân hàng vốn là một ngành dịch vụ đặc thù mà giá trị công nghệ không chỉ nằm ở tài sản cố định, vì vậy tỷ lệ này là không cao (chỉ chiếm khoảng 6-7%).

Tuy nhiên, ngành ngân hàng là ngành duy nhất đã cải thiện được tỷ lệ tài sản cố định trên tổng tài sản trong năm 2008 với tốc độ tăng của tỷ lệ này là 17%. Ngoài việc mở rộng quy mô sản xuất, đổi mới công nghệ là một trong những nguyên nhân chính làm cải thiện chỉ số này. Ngoài ngành ngân hàng, không có ngành nào trong số 4 ngành còn lại cải thiện tỷ lệ này trong năm 2008. Trong

Hình 3.4. Tỷ lệ Tài sản cố định/Tổng tài sản

Đơn vị: lần



khi đó tại hai ngành sản xuất thực phẩm và sản xuất ô tô xe máy còn chứng kiến sự suy giảm tương đối (8% và 6%). Điều này cho thấy khủng hoảng cuối năm 2008 đã tác động đáng kể đến tình hình đầu tư vào tài sản cố định và do đó tác động đến tốc độ đổi mới công nghệ trong các ngành này.

3.1.3. Năng suất vốn (Tổng doanh thu /Tài sản cố định)

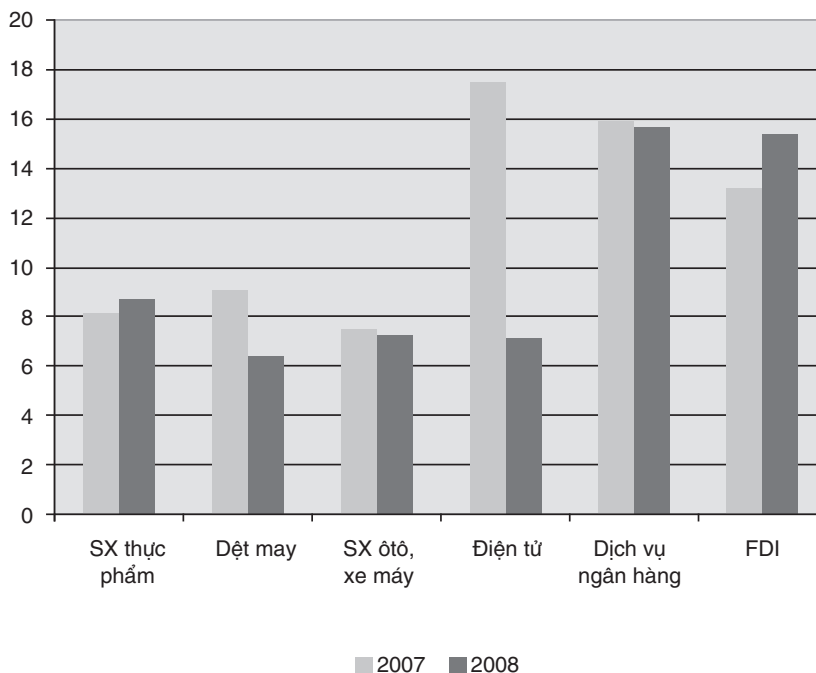
Năng suất vốn là một chỉ số cho chúng ta thấy tỷ lệ doanh thu trên một đồng tài sản cố định. Năng suất tư bản vốn càng cao thì trình độ công nghệ càng cao. Hình 3.5 thể hiện chỉ số này cho năm 2007 và 2008. Trong năm 2008, năng suất vốn cao nhất ở ngành ngân hàng (15,64 lần) có nghĩa là một đồng vốn tài sản cố định có thể tạo ra hơn 15 đồng doanh thu. Việc tỷ số này cao trong ngành ngân hàng có hai lý do, **thứ nhất** giá trị tài sản cố định của ngành ngân hàng không cao so với các ngành sản xuất khác, **thứ hai** ngành ngân hàng thường là ngành có doanh thu

cao nhất. Các ngành còn lại đều có tỷ số này trong khoảng từ gần 6,5 lần đến xấp xỉ 9 lần trong đó thấp nhất là ngành dệt may.

Sự thay đổi về năng suất vốn thể hiện hiệu suất sử dụng vốn cố định (nhà xưởng, máy móc) và phần nào thể hiện năng lực đổi mới công nghệ của doanh nghiệp. Ngành sản xuất thực phẩm mặc dù có tỷ lệ đầu tư vào tài sản cố định suy giảm trong năm 2008 nhưng lại là ngành có hiệu suất sử dụng tài sản cố định được cải thiện cao nhất (6% so với năm 2007). Ngoài ngành ngân hàng và sản xuất ô tô, xe máy có hiệu suất sử dụng tài sản cố định hầu như không thay đổi trong năm 2008. Các ngành còn lại (dệt may, điện tử) đều có sự sụt giảm nghiêm trọng. Ở ngành dệt may là 30% và ở ngành điện tử thì năng suất vốn giảm tới 60% so với năm 2007. Có lẽ việc sụt giảm thị trường xuất khẩu (dệt may) và việc gia tăng giá cả thế giới của nguyên liệu đầu vào (điện tử) trong năm 2008 khiến các doanh nghiệp trong hai ngành này phải giảm bớt quy mô sản xuất

Hình 3.5: Năng suất vốn (Doanh thu/Tài sản cố định)

Đơn vị: lần



dẫn đến việc suy giảm hiệu suất sử dụng tài sản cố định trên toàn ngành.

3.1.4. Trang bị tài sản cố định bình quân (Tài sản cố định/Tổng lao động)

Trang bị tài sản cố định bình quân được tính bằng tỷ lệ tài sản cố định trên tổng lao động. Đây là một chỉ số quan trọng thể hiện năng lực công nghệ của ngành. Trong số các ngành nghiên cứu, sản xuất ô tô, xe máy luôn là ngành có đầu tư vào nhà xưởng máy móc và công nghệ cao nhất. Điều này dẫn đến tỷ số này cũng cao nhất ở ngành này (gần 190 triệu trên một lao động). Tiếp theo đó là các ngành điện tử và sản xuất thực phẩm (188 và 88 triệu/lao động). Ngành dệt may là ngành có tỷ lệ tài sản cố định trên tổng lao động thấp nhất (58 triệu/lao động) và có thể nói cũng là ngành có trình độ công nghệ thấp nhất. Ngành ngân hàng do đặc thù là ngành cung cấp dịch vụ nên trình độ công nghệ không hoàn toàn được phản ánh qua giá trị của tài sản cố định.

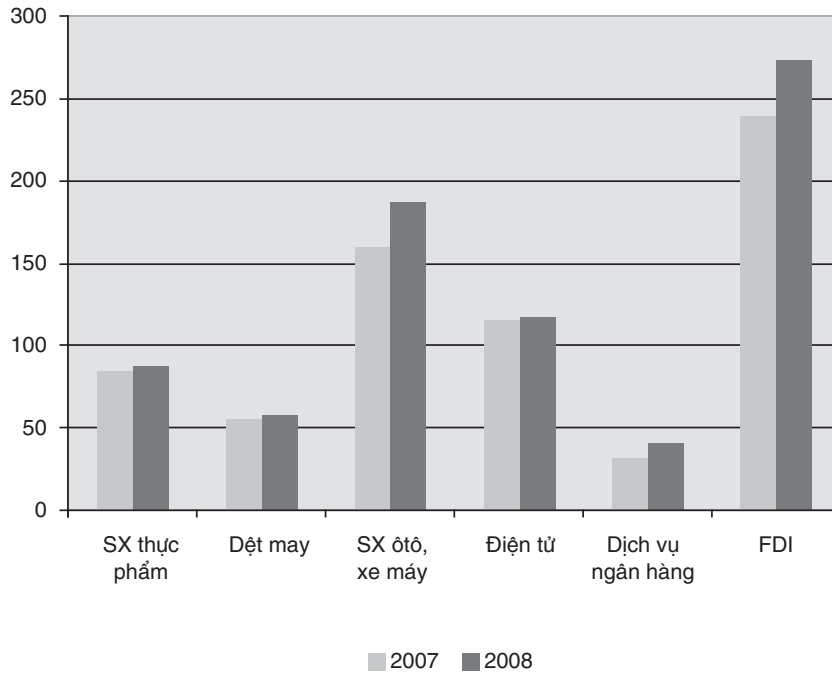
Hình 3.6 cho thấy sự biến động của tài sản cố định trên một lao động trong các ngành, từ đó phần nào thấy được tốc độ đổi mới công nghệ trong các ngành này. Sự biến động ghi nhận cao nhất tại các ngành ngân hàng và sản xuất ô tô, xe máy. Có thể nói ngoài ngân hàng thì ngành sản xuất ô tô, xe máy trong năm 2007 có đầu tư nhiều nhất vào tài sản cố định và máy móc cũng như đổi mới công nghệ. Các ngành còn lại mặc dù đều tăng lên nhưng sự thay đổi không đáng kể.

3.1.5. Tỷ lệ vốn đầu tư vào Tài sản cố định/Tổng vốn đầu tư

Hình 3.7 thể hiện tỷ lệ vốn đầu tư vào tài sản cố định trên tổng vốn đầu tư trong năm 2008. Hoàn toàn thống nhất với phân tích ở trên, các ngành điện tử, dệt may và sản xuất ô tô, xe máy là những ngành đầu tư nhiều nhất. Trong khi ngân hàng do tính đặc thù về kinh doanh tiền tệ nên tỷ lệ đầu tư vào tài sản cố định trên tổng vốn đầu tư là thấp nhất trong các ngành.

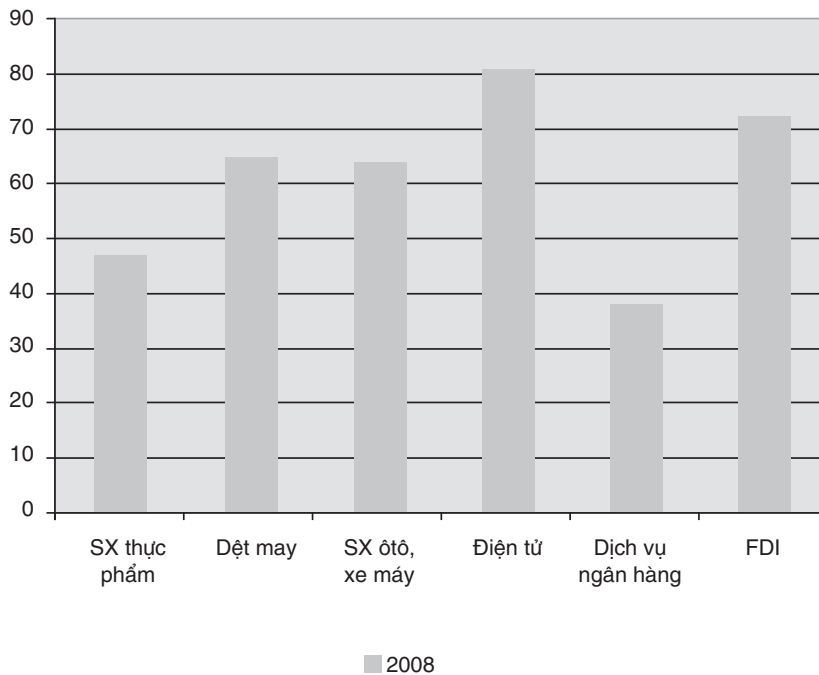
Hình 3.6: Trang bị tài sản cố định bình quân (Tài sản cố định/Lao động)

Đơn vị: triệu đồng



Hình 3.7: Tỷ lệ vốn đầu tư vào Tài sản cố định/Tổng vốn đầu tư

Đơn vị: %



3.2. Đánh giá nguồn lực con người cho hoạt động đổi mới công nghệ

Tỷ lệ cán bộ khoa học/Tổng lao động

Tỷ lệ cán bộ khoa học trên tổng lao động là một chỉ số đánh giá nguồn lực con người cho đổi mới công nghệ. Hầu như trong các ngành nghiên cứu, tỷ lệ này là dưới 10% trong năm 2008 trừ ngành ngân hàng và dệt may. Đáng lưu ý là tỷ lệ cán bộ khoa học giảm tại hầu hết tất cả các ngành trong năm 2008 (Hình 3.8). Điều này có thể nói, các doanh nghiệp tuy tuyển thêm nhiều lao động, mở rộng sản xuất kinh doanh nhưng năng lực con người cho đổi mới công nghệ hay nghiên cứu phát triển lại không được phát triển. Hai nguyên nhân có thể liên quan tới các yếu tố ngắn và dài hạn: (i) Nhu cầu về đổi mới công nghệ không cao trong năm 2008; (ii) Các nghiên cứu về thị trường lao động đã chỉ ra rằng việc đáp ứng giữa cung và cầu lao động, đặc biệt là lao động có tay nghề cao và lao động chuyên môn cao thường rất hạn chế. Đây cũng có thể là

những yếu tố khiến doanh nghiệp khó có thể đáp ứng được nhu cầu về cán bộ khoa học kỹ thuật cho riêng mình.

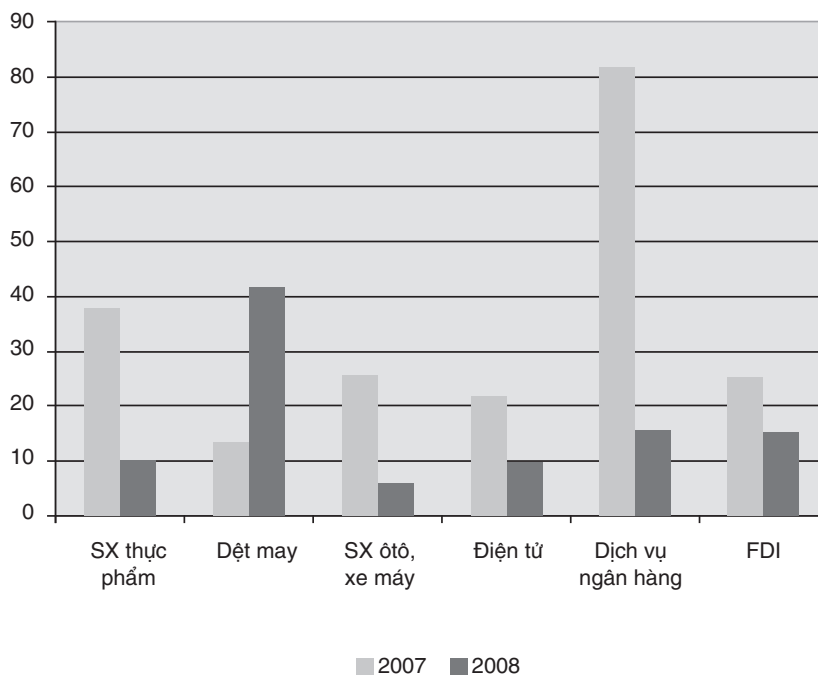
3.3. Đánh giá năng lực nguồn lực tài chính thực hiện đổi mới công nghệ

Tỷ lệ chi phí (R&D + đổi mới công nghệ)/Tổng vốn đầu tư

Đổi mới công nghệ có thể đến từ hai nguồn: tiếp nhận công nghệ mới từ bên ngoài hoặc tự nghiên cứu phát triển. Tuy nhiên cho dù là từ nguồn nào, doanh nghiệp không thể làm chủ công nghệ nếu không có nghiên cứu phát triển. Vì vậy, nghiên cứu phát triển là một trong những yếu tố hàng đầu mà doanh nghiệp cần ưu tiên nhằm cải thiện chỉ số cạnh tranh của mình. Hình 3.9 cho thấy, mức độ chi phí đầu tư cho nghiên cứu phát triển và đổi mới công nghệ trên tổng vốn đầu tư của doanh nghiệp. Các ngành sản xuất thực phẩm và dệt may chi khoảng từ 14% đến 20% cho việc nghiên cứu phát

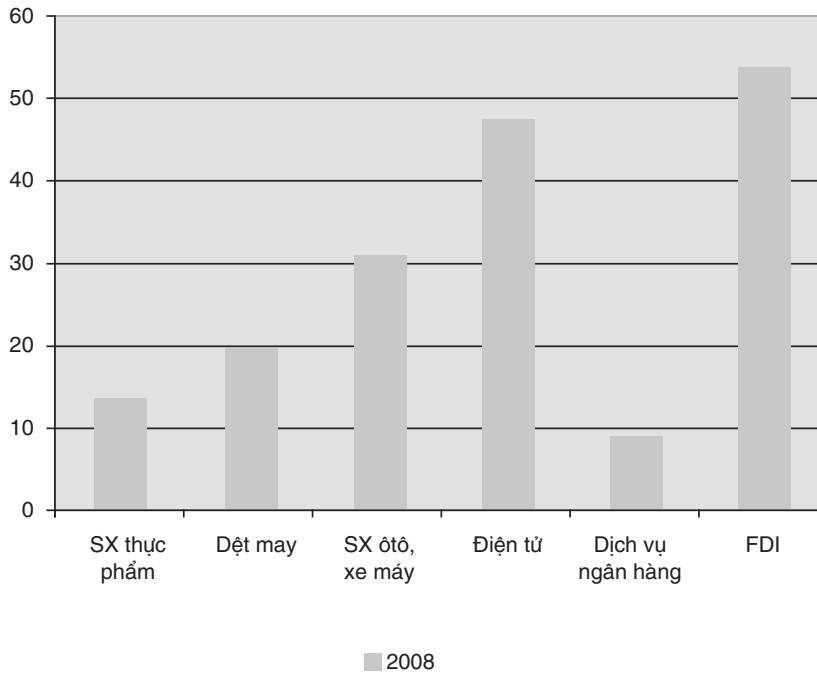
Hình 3.8: Tỷ lệ cán bộ khoa học/Tổng lao động

Đơn vị: %



Hình 3.9: Tỷ lệ chi phí (R&D + đổi mới công nghệ)/Tổng vốn đầu tư

Đơn vị: %



triển và đổi mới công nghệ trong năm 2008. Ngành sản xuất ô tô, xe máy và điện tử có mức chi tương ứng là 30% và gần 50% tổng chi phí đầu tư. Ngành ngân hàng có mức chi rất khiêm tốn (9%). Có lẽ đặc thù của ngành cung cấp dịch vụ khiến việc chi phí cho tư bản cố định (nhà xưởng máy móc) là thấp. Hơn nữa ngành ngân hàng Việt Nam vừa trải qua một giai đoạn tiếp nhận công nghệ mới trong dịch vụ cho bắt kịp với mức phát triển của khu vực nên nhu cầu đổi mới trong năm 2008 có lẽ không cao.

4. Đánh giá hoạt động đổi mới của doanh nghiệp

Trong doanh nghiệp, hoạt động đổi mới thể hiện qua các hoạt động nghiên cứu phát triển (R&D), thực hiện đổi mới công nghệ, số chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học, số sáng kiến giải pháp kỹ thuật và ứng dụng công nghệ thông tin. Phần này của Báo cáo sẽ đánh giá hoạt động đổi mới của

doanh nghiệp dựa trên các tiêu chí trên.

4.1. Số doanh nghiệp thực hiện R&D

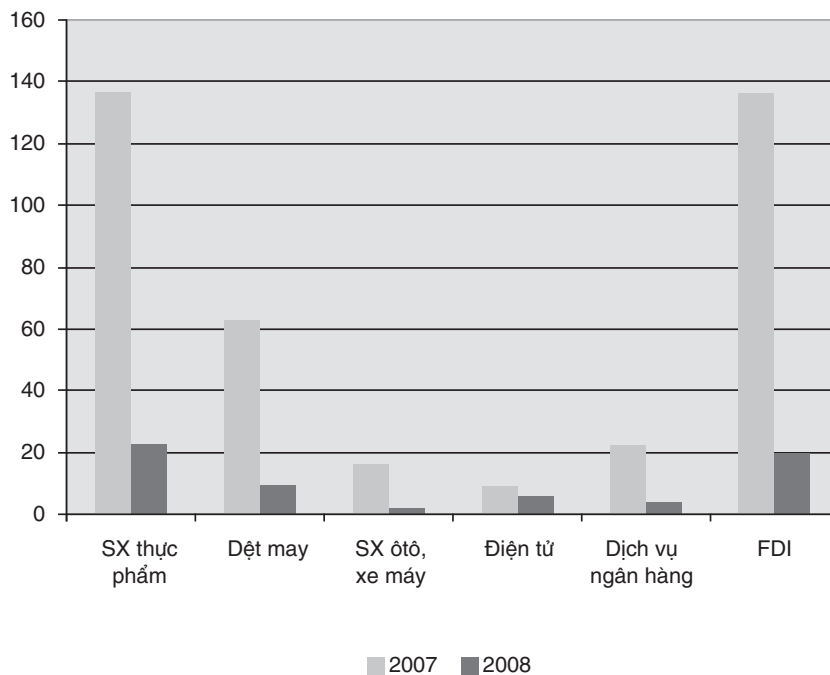
Hình 3.10 (Bảng 2.11 phân Phụ lục) cho thấy số doanh nghiệp thực hiện các hoạt động R&D trong các ngành lựa chọn. Tương ứng với nhận định về chi phí cho đổi mới, số doanh nghiệp thực hiện R&D giảm đáng kể trong năm 2008 (so với năm 2007) trên toàn bộ các ngành được phân tích. Tính theo tỷ lệ so với doanh nghiệp trong ngành thì thực trạng doanh nghiệp thực hiện R&D rất thua thốt. Trung bình dưới 0,5% các doanh nghiệp có thực hiện R&D (trừ ngành điện tử) trong năm 2008 trong khi đó tỷ lệ này trong năm 2007 đạt 1% đến 3%.

4.2. Số doanh nghiệp thực hiện đổi mới công nghệ

Cùng với sự giảm sút về số lượng các doanh nghiệp thực hiện R&D, số lượng các doanh

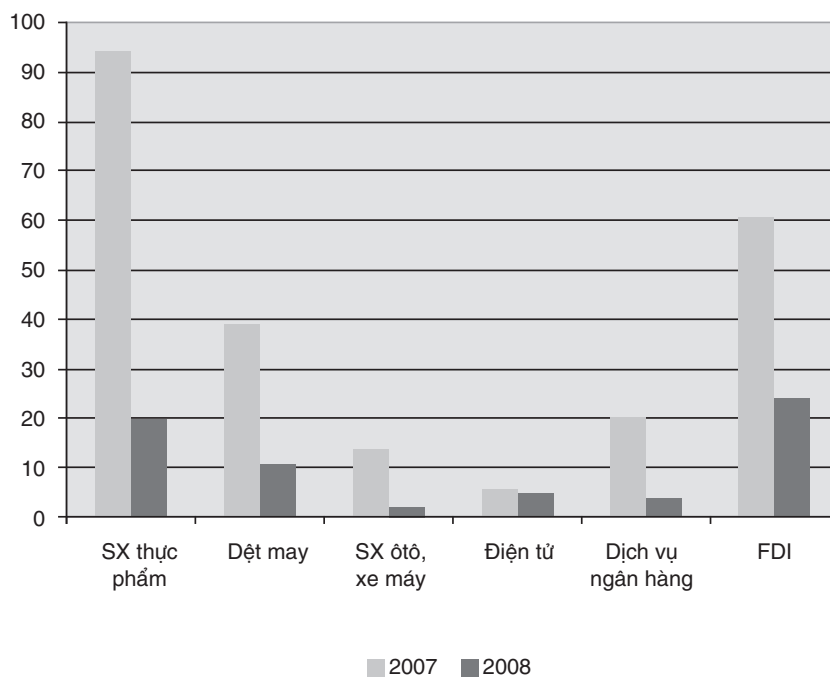
Hình 3.10: Số doanh nghiệp thực hiện R&D

Đơn vị: doanh nghiệp



Hình 3.11: Số doanh nghiệp thực hiện đổi mới công nghệ

Đơn vị: doanh nghiệp



ngành thực hiện đổi mới công nghệ giảm đáng kể trong năm 2008 so với năm 2007 (Hình 3.11). Với không quá 0,4% các doanh nghiệp thực hiện đổi mới công nghệ trong năm 2008 (trừ điện tử) số lượng doanh nghiệp thực hiện đổi mới công nghệ thậm chí còn khiêm tốn hơn so với các doanh nghiệp thực hiện R&D trong cùng ngành.

4.3. Số chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học

Hình 3.12 cho thấy, số lượng các hoạt động R&D trong doanh nghiệp. Cùng với sự giảm sút về số doanh nghiệp thực hiện R&D, số lượng các hoạt động R&D trong năm 2008 giảm đáng kể so với năm 2007. Trừ ngành ngân hàng vẫn còn đạt tới gần 90% của năm 2007, các ngành dệt may và thực phẩm tỷ lệ này chỉ còn 21% và 10% tương ứng. Đặc biệt trong các ngành điện tử và sản xuất ô tô, xe máy tỷ lệ này chỉ còn dưới 5% mặc dù chi phí cho R&D và đổi mới công nghệ khá cao. Như vậy chúng ta có thể nhận định, phần nhiều

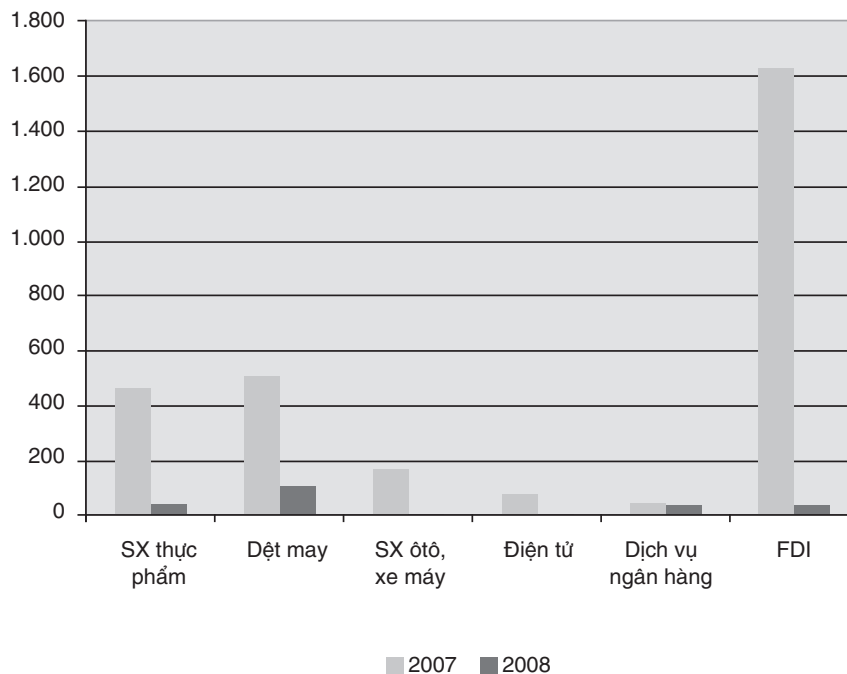
chi phí cho R&D và đổi mới công nghệ là nhằm cho việc mua sắm máy móc công nghệ mới và không có các hoạt động R&D nhằm phát triển tri thức về công nghệ trong nội bộ doanh nghiệp nói riêng và trong nội địa Việt Nam nói chung. Khi các doanh nghiệp liên doanh chiếm đa số trong các ngành ô tô và tỷ lệ lớn trong ngành điện tử thì thực trạng yếu kém trong các hoạt động R&D cho thấy, kỳ vọng về sự lan tỏa tri thức và công nghệ (spillover effect) trong nội bộ ngành và giữa các ngành này với các ngành khác trong toàn bộ nền kinh tế là khá khiêm tốn.

4.4. Số sáng kiến, giải pháp kỹ thuật

Đầu ra của các hoạt động R&D là số sáng kiến, giải pháp kỹ thuật. Vì vậy, cũng như bức tranh về R&D, số lượng sáng kiến, giải pháp kỹ thuật của các doanh nghiệp trong năm 2008 giảm nhiều so với năm 2007. Trong năm 2008, tại các ngành dệt may và điện tử số sáng kiến, giải pháp chỉ còn gần 20% so với năm 2007. Trong khi đó, ở các

Hình 3.12: Số chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học

Đơn vị: số hoạt động



ngành sản xuất thực phẩm và ngân hàng, tỷ lệ này chỉ còn 4% và 2% tương ứng (xem Hình 3.13). Đây thực sự là một thực trạng rất đáng lo ngại, cho thấy các doanh nghiệp hầu như không có hoạt động đổi mới gì nhiều trong năm 2008. Có lẽ lạm phát và khủng hoảng kinh tế toàn cầu trong năm 2008 đã đem lại nhiều tác động xấu tới tình hình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nói chung và tới tình hình các hoạt động R&D nói riêng.

Một điều đáng ngạc nhiên là trong khi số sáng kiến và giải pháp kỹ thuật ở các ngành đều sụt giảm trầm trọng thì tại ngành sản xuất ô tô, xe máy, số lượng sáng kiến và giải pháp kỹ thuật tăng 73% trong năm 2008. Điều này dường như đi ngược lại với xu hướng đã phân tích ở trên. Khi tổng số doanh nghiệp sản xuất ô tô, xe máy thực hiện R&D sụt giảm nhiều trong năm 2008, và chỉ chiếm 0,37% trong số các doanh nghiệp toàn ngành, có thể nhận định rằng các sáng kiến, giải pháp kỹ thuật nói riêng và các hoạt động R&D nói chung

của ngành sản xuất ô tô, xe máy chỉ được thực hiện bởi 2 doanh nghiệp trong ngành và do đó không có nhiều ý nghĩa trong việc phản ánh mức trung bình của cả ngành.

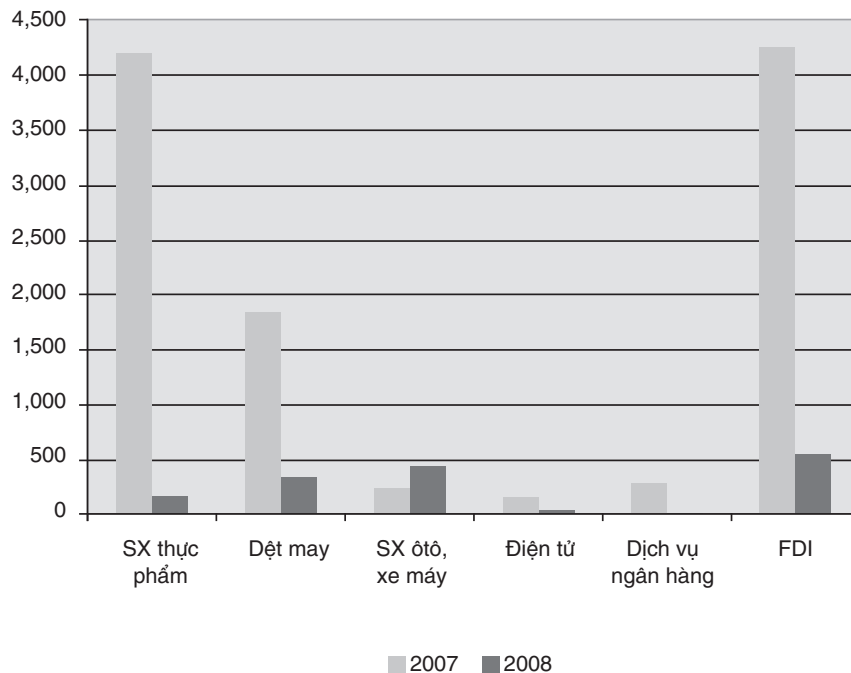
4.5. Ứng dụng công nghệ thông tin trong doanh nghiệp

Năng lực thực hiện ứng dụng công nghệ thông tin được thể hiện thông qua 3 chỉ số:

1. Xu hướng kết nối internet: tỷ lệ doanh nghiệp thực hiện kết nối internet trên tổng số doanh nghiệp trong ngành (Hình 3.14 và Bảng 2.15 phần Phụ lục).
2. Xu hướng doanh nghiệp có website: tỷ lệ doanh nghiệp có website trên tổng số doanh nghiệp trong ngành (Hình 3.15 và Bảng 2.16 phần Phụ lục).
3. Xu hướng doanh nghiệp sử dụng thương mại điện tử: tỷ lệ doanh nghiệp thực hiện giao dịch thương mại điện tử trên tổng số doanh nghiệp trong ngành (Hình 3.16 và Bảng 2.17 phần Phụ lục).

Hình 3.13: Số sáng kiến, giải pháp kỹ thuật

Đơn vị: số sáng kiến



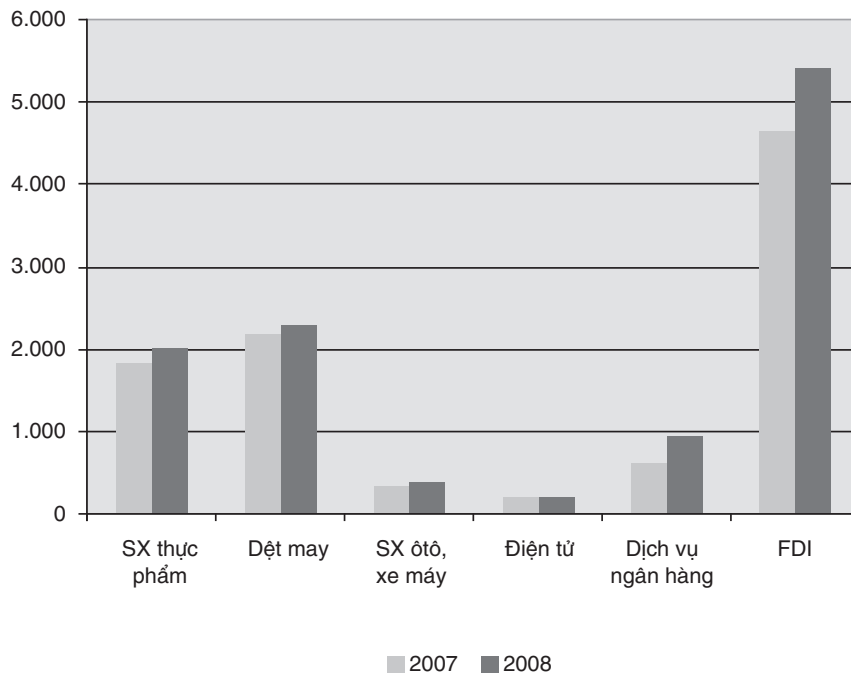
Được đánh giá là học thuyết công nghệ cốt lõi (technological paradigms) của chu kỳ kinh doanh quốc tế (business cycle), các chỉ tiêu về năng lực ứng dụng công nghệ thông tin trong doanh nghiệp phần nào thể hiện năng lực công nghệ của doanh nghiệp, đặc biệt đối với những ngành mà công nghệ thông tin đóng vai trò then chốt trong công nghệ sản xuất của ngành đó (ví dụ như ngân hàng).

Hình 3.14 cho thấy cùng với xu hướng chung của việc sử dụng internet, số lượng doanh nghiệp có kết nối internet đều tăng trong năm 2008. Đặc biệt trong các doanh nghiệp thuộc ngành ngân hàng, tỷ lệ tăng lên tới hơn 50%. Xét về tỷ lệ các doanh nghiệp có kết nối internet trong tổng số doanh nghiệp của ngành, trừ ngành sản xuất thực phẩm, các ngành còn lại tỷ lệ này là trên dưới 50%. Đặc biệt trong ngành sản xuất ô tô, xe máy, hơn 70% doanh nghiệp có kết nối internet.

Xu hướng sử dụng website như một công cụ kinh doanh của doanh nghiệp cũng tăng mạnh trong năm 2008. Tỷ lệ tăng mạnh nhất ở các doanh nghiệp ngành ngân hàng (82%), tiếp đó là các doanh nghiệp sản xuất ô tô, xe máy (54%), các doanh nghiệp điện tử (44%), thấp nhất là các doanh nghiệp dệt may (31%) và sản xuất thực phẩm (23%). Với thực tế các sản phẩm dệt may và thực phẩm của Việt Nam ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu xuất khẩu của các nước vào thị trường EU và Mỹ, việc các doanh nghiệp sản xuất thực phẩm và dệt may chưa phát triển website, ít nhất như một công cụ marketing và giới thiệu về doanh nghiệp cũng như sản phẩm của mình, là chưa phù hợp với xu thế của thế giới và là điểm yếu của doanh nghiệp làm giảm năng lực cạnh tranh của mình. Trên thực tế, chi phí để thiết kế và duy trì website là rất nhỏ so với các chi phí kinh doanh khác, việc các doanh nghiệp chưa có website thể hiện một chiến lược kinh doanh và tầm nhìn còn hạn chế của mình.

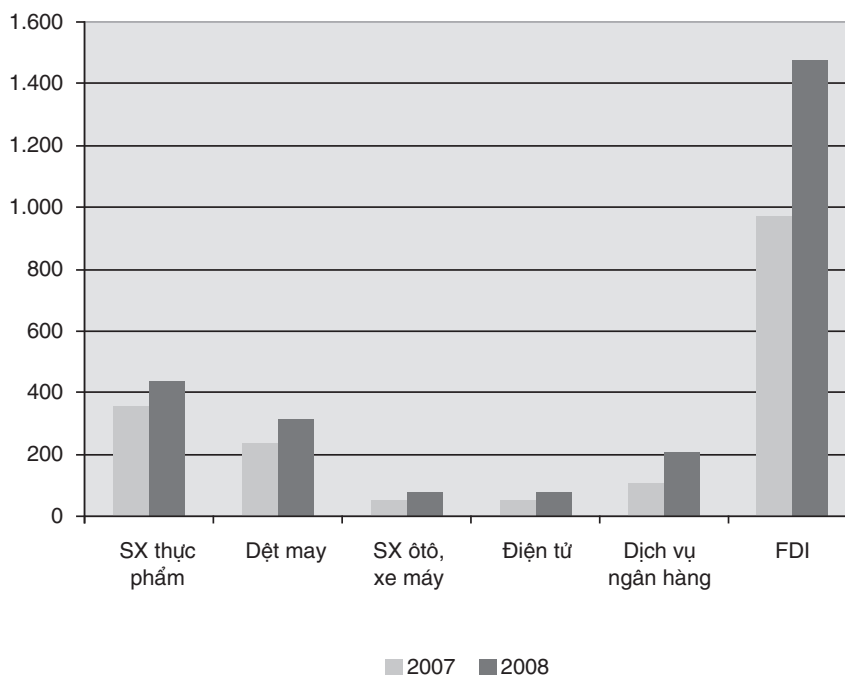
Hình 3.14: Doanh nghiệp có kết nối mạng internet

Đơn vị: doanh nghiệp



Hình 3.15: Doanh nghiệp có website

Đơn vị: doanh nghiệp



Xu hướng sử dụng giao dịch thương mại điện tử, mặc dù cùng chia sẻ một xu hướng tăng lên với các xu hướng trên, nhưng tỷ lệ tăng còn kém trong nhiều ngành. Cá biệt ngành điện tử lại có xu hướng giảm. Tăng mạnh nhất vẫn là ở các doanh nghiệp ngân hàng, với gần 90%. Bởi lẽ công nghệ của dịch vụ ngân hàng hiện nay có cốt lõi là công nghệ thông tin, việc tăng lên các ứng dụng về internet nói chung và giao dịch thương mại điện tử nói riêng của các doanh nghiệp ngân hàng là phù hợp với xu hướng hội nhập quốc tế. Tuy nhiên xét trên góc độ tỷ lệ các doanh nghiệp ứng dụng giao dịch thương mại điện tử trên tổng số doanh nghiệp trong ngành thì tỷ lệ này còn rất khiêm tốn. Hầu như không quá 3% số doanh nghiệp trong cả 5 ngành phân tích có sử dụng giao dịch điện tử trong các hoạt động kinh doanh. Việc thiếu một khung pháp lý đầy đủ và một định hướng phát triển của Chính phủ là lý do chính cho việc trong nhiều năm nay giao dịch thương mại điện tử vẫn chưa thực sự có ảnh hưởng đến xu hướng kinh doanh của các doanh

niệp Việt Nam. Với những lợi ích rõ rệt cho cả người bán và người mua khi sử dụng giao dịch điện tử, không chỉ doanh nghiệp mà các nhà hoạch định chính sách ở Trung ương và địa phương, các hiệp hội và các tổ chức hỗ trợ phát triển kinh doanh cần tích cực hơn trong việc xây dựng một khung pháp lý và ứng dụng giao dịch thương mại điện tử trong các hoạt động kinh doanh ở Việt Nam.

5. Đánh giá các chỉ số công nghệ cho khu vực đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI)

Các chỉ số về công nghệ cho khu vực FDI được thể hiện từ Hình 3.1 đến Hình 3.16 và Bảng 2.18 phần Phụ lục. Số lượng các doanh nghiệp nước ngoài trong năm 2008 tăng gần 14% so với năm 2007, bất chấp tình hình khủng hoảng của kinh tế toàn cầu và nỗi lo sợ về môi trường kinh doanh không ổn định ở Việt Nam do lạm phát đem lại trong năm 2008. Mặc dù vậy, ảnh hưởng

của khủng hoảng kinh tế thể hiện rõ rệt trên tỷ lệ các doanh nghiệp làm ăn thua lỗ. Trong năm 2008 có hơn 50% các doanh nghiệp FDI làm ăn thua lỗ, cao hơn gần 5% so với năm 2007. Tình hình thua lỗ của các doanh nghiệp FDI có phần nào do thủ thuật chuyển giá của các doanh nghiệp FDI chấp nhận lỗ để bán sản phẩm của mình cho công ty mẹ ở nước ngoài với giá ưu đãi²⁰.

Năng suất lao động trong năm 2008 được cải thiện hơn 15% so với năm 2007. Nhìn chung, năng suất lao động trong khu vực FDI cao hơn khu vực doanh nghiệp nói chung trên cả 5 ngành được phân tích. Điều này thể hiện chất lượng lao động (kỹ năng, trình độ tay nghề, trình độ học vấn) trong khu vực FDI vẫn cao hơn so với mặt bằng chung của cả nước.

Tỷ lệ tài sản cố định trên tổng tài sản tại khu vực FDI vào khoảng xấp xỉ 40% và có xu hướng giảm nhẹ trong năm 2008. So với tỷ

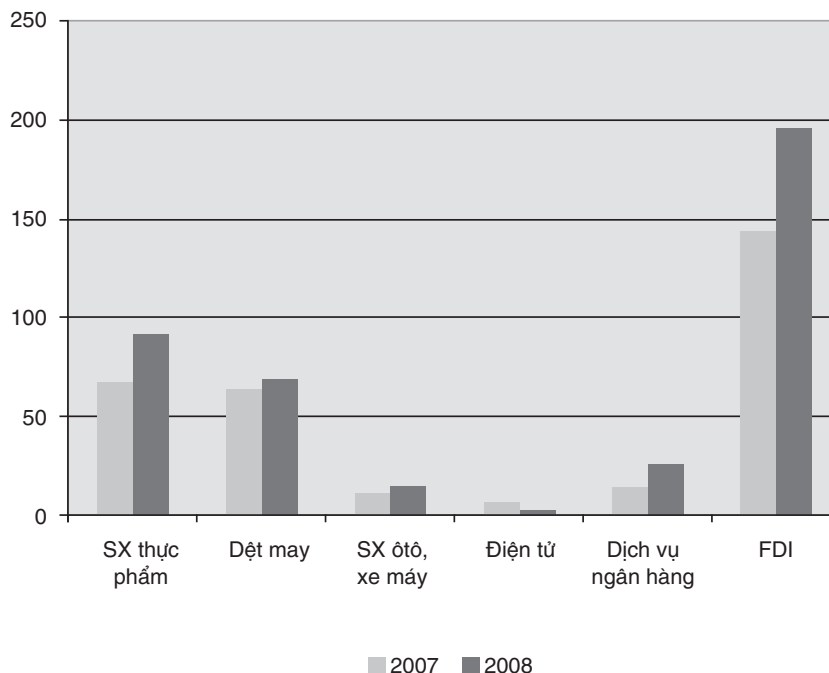
lệ này tại 5 ngành được phân tích ở trên thì tỷ lệ này cao hơn rõ rệt. Điều này cho thấy, các doanh nghiệp FDI đầu tư nhiều hơn vào tài sản cố định nói chung và vào công nghệ sản xuất nói riêng hơn mức trung bình trong 5 ngành được phân tích.

Trình độ công nghệ thể hiện rõ qua chỉ số về năng suất vốn (tư bản). Một điều đáng mừng là so với năm 2007, năng suất vốn được cải thiện hơn 15%. Điều này cho thấy tác động của hiệu suất sử dụng vốn tư bản (tài sản cố định) và phần nào thể hiện tác động của đổi mới công nghệ. So với năng suất vốn tư bản trong 5 ngành phân tích, năng suất vốn của khu vực FDI cao hơn 4 ngành còn lại và ngang bằng với mức năng suất vốn trong ngành ngân hàng.

Tỷ lệ tài sản cố định trên một lao động vẫn tăng trong năm 2008 mặc dù tỷ lệ tài sản cố định trong tổng tài sản có giảm đi. Điều này cho thấy trình độ công nghệ của các doanh

Hình 3.16: Doanh nghiệp có giao dịch thương mại điện tử

Đơn vị: doanh nghiệp



20. <http://vtv.vn/Article/Get/Nhieu-doanh-nghiep-FDI-co-tinh-thua-lo-91dd65215b.html>

nghiệp FDI được cải thiện trong năm 2008. So với tỷ lệ này trong 5 ngành được phân tích thì khu vực FDI bỏ xa mức trung bình của 5 ngành này. Có thể nói, trình độ năng lực công nghệ trong khu vực FDI cao hơn rõ rệt so với mức trung bình tại 5 ngành kinh tế phân tích trên đây.

Một điểm thú vị là, mặc dù chịu ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế, tỷ lệ đầu tư vào tài sản cố định trên tổng đầu tư tại khu vực FDI không thay đổi trong giai đoạn 2007-2008 và luôn ở mức hơn 70%. Điều này cho thấy các doanh nghiệp FDI có một cơ cấu đầu tư khá thống nhất với 3/4 tổng đầu tư nhằm xây dựng nhà xưởng, máy móc (vốn tư bản) và bao gồm cả công nghệ sản xuất. Mức này cũng cao hơn nhiều so với mức trung bình của các doanh nghiệp trong 5 ngành được phân tích.

Trong năm 2008, tỷ lệ cán bộ khoa học - công nghệ trên tổng lao động tại khu vực FDI sụt giảm đáng kể so với năm 2007. Điều này cho thấy vấn đề thiếu lao động có trình độ cao không chỉ là một vấn đề của 5 ngành được phân tích mà là vấn đề chung của toàn nền kinh tế. Đổi mới công nghệ không thể thiếu yếu tố con người. Việt Nam mặc dù là nước có tốc độ phát triển lực lượng lao động nhanh, nhưng lao động có tay nghề đặc biệt là lao động có trình độ cao thì có sự thiếu hụt khá rõ rệt. Điều này có thể sẽ làm giảm tính cạnh tranh của kinh tế Việt Nam trên bảng xếp hạng và ở mức độ nền kinh tế đang tạo ra sự cản trở cho việc phát triển.

Như đã nói ở trên, đổi mới công nghệ có thể từ hai nguồn, du nhập từ bên ngoài hay do quá trình nghiên cứu phát triển trong nội bộ doanh nghiệp. Mặc dù có trình độ công nghệ cao hơn so với mặt bằng của 5 ngành được phân tích nhưng chi phí cho R&D của các doanh nghiệp FDI trong năm 2008 bị

sụt giảm đáng kể so với năm 2007 về tới mức trung bình của các doanh nghiệp trong 5 ngành được phân tích.

Tương tự như vậy, số doanh nghiệp thực hiện R&D và đổi mới công nghệ tại khu vực FDI trong năm 2008 thấp hơn nhiều so với năm 2007. So sánh với mặt bằng của 5 ngành được phân tích, tỷ số này cũng không hề cao hơn, thậm chí có thấp hơn so với một số ngành đứng đầu. Một kết quả tất yếu từ việc thực hiện R&D là số chương trình đề tài nghiên cứu khoa học cũng như số giải pháp kỹ thuật của các doanh nghiệp FDI trong năm 2008 thấp hơn rất nhiều so với năm 2007 và thấp hơn nhiều so với mặt bằng chung của 5 ngành được phân tích. Điều này cho thấy khủng hoảng cũng đã ảnh hưởng mạnh đối với khu vực FDI, nhưng đồng thời nó cũng chưa cho chúng ta một tín hiệu lạc quan nào về sự lan tỏa tri thức và công nghệ (spillover effect) từ khu vực FDI. Mong đợi này sẽ khó có thể thành hiện thực nếu tốc độ R&D và đổi mới công nghệ của khu vực FDI thậm chí còn thấp hơn so với mức độ chung của nền kinh tế (ít nhất là ở 5 ngành được phân tích trên đây), và thể hiện rõ nhất trong năm 2008.

Cũng như các doanh nghiệp trong toàn bộ nền kinh tế nói chung, hầu như 100% các doanh nghiệp FDI có kết nối internet. Trong khi đó số doanh nghiệp FDI có website tăng lên từ 20% trong năm 2007 tới 26% trong năm 2008. So với mức trung bình của 5 ngành được phân tích thì chỉ số này cao hơn nhiều. Tuy nhiên, tỷ lệ các doanh nghiệp FDI có giao dịch thương mại điện tử còn rất thấp (3% so với tổng số doanh nghiệp) và cũng tương tự như mức trung bình của 5 ngành được phân tích. Điều này cho thấy, sự kém phát triển của việc sử dụng giao dịch thương mại điện tử ở Việt Nam là một thực trạng chung của cả nền kinh tế.



CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN ĐẦU TƯ XÂY DỰNG NHÀ ĐẤT HOUSING GROUP

“MÁI ẤM CỦA MỌI NHÀ”

Doanh nghiệp: Công ty CP Tập đoàn Đầu tư Xây dựng Nhà đất - Housing Group

Trụ sở 1: 152 Nguyễn Ngọc Nại, Khương Mai, Thanh Xuân, Hà Nội

Trụ sở 2: KCN Quốc Oai, Km19 Đường cao tốc Láng-Hòa Lạc, Hà Nội

Điện thoại: (84-4) 3394 2990 – (84-4) 3566 5087

Fax: (84-4) 3394 0579

Website: www.housinggroup.vn

Email: housinggroup.nd@gmail.com

CTHĐQT - Tổng GD: Ts. Châu Thị Thu Nga



Lễ khởi công Trung tâm
TM Dịch vụ Văn phòng kết hợp nhà ở
Housing Garden, Đông Văn, Hà Nam



Chủ tịch nước Nguyễn Minh Triết
trao giải thưởng Nữ Doanh nhân VN tiêu biểu -
Cúp Bông hồng vàng 2009 cho Ts Châu Thị Thu Nga,
CTHĐQT-TGD Housing Group

uy tín: Giải thưởng Bông hồng vàng 2006, 2007, 2009 của Phòng TM và CN Việt Nam; Giải thưởng Phụ nữ tài năng thời kỳ đổi mới do Chính phủ Việt Nam trao tặng; Cúp vàng Doanh nhân tiêu biểu; Danh hiệu Doanh nhân văn hoá; Danh hiệu Doanh nhân Thăng Long...

Với phương châm – HOUSING – Mái ấm của mọi nhà; đối với chúng tôi không chỉ là sự hoàn thiện về mặt vật chất phục vụ cho mỗi con người, mỗi gia đình mà còn là sự phong phú và giàu bản sắc cho cuộc sống tinh thần của mỗi thành viên trong xã hội. Chính vì vậy, Tập đoàn chúng tôi không chỉ đầu tư về lĩnh vực chuyên ngành mà còn tiếp tục đầu tư những dự án về lĩnh vực văn hoá, giáo dục.

Trong 10 năm qua, hoạt động Housing Group đã khẳng định được uy tín và chất lượng của mình với các đối tác và có chỗ đứng trong lòng người tiêu dùng, hợp tác quốc tế, kết hợp với nhiều doanh nghiệp nước ngoài thực hiện các dự án bất động sản, các sản phẩm bất động sản, các sản phẩm nội thất phục vụ cho ngành ngành xây dựng như: cửa gỗ, tủ, giường, bàn ghế... điều này cho thấy tập đoàn đã vươn tầm ra quốc tế, có mặt tại thị trường các nước: Tây ban nha, Cu ba, Dubai...

Dự án dự đã thực hiện và đã chiếm được lòng tin yêu của khách hàng và các đối tác: Khu nhà ở cho CBCNV quận Cầu Giấy; Dự án khu nhà tái định cư và kinh doanh Phú Thượng, Tây Hồ, HN, Khu chung cư Biệt thự nhà vườn Hoàng Quốc Việt kéo dài; Trung tâm thương mại Thượng Đình plaza; Khách sạn Sing hotel, Giao Thủy, Quần Lâm, Nam Định.

Là người đứng đầu doanh nghiệp, với sự năng động, sáng tạo và tinh thần lao động không mệt mỏi, doanh nhân Châu Thị Thu Nga - Chủ tịch HĐQT, Tổng GD đã cùng Ban lãnh đạo đưa Housing Group vươn lên đạt nhiều thành tựu trong suốt những năm qua. Tạo lập được uy tín với cộng đồng ngành Xây dựng. Đồng thời có mặt trong nhiều hoạt động xã hội, từ thiện, bảo trợ cho các chương trình có ý nghĩa xã hội rộng lớn... Bà đã đạt được những thành tích nổi bật của Chính phủ, các ban ngành và các tổ chức

PHẦN IV

NHỮNG VẤN ĐỀ ĐỔI MỚI VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ TRONG MỘT SỐ NGÀNH

1. Đổi mới và ứng dụng công nghệ trong doanh nghiệp ngành công nghiệp hỗ trợ

1.1. Bối cảnh phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ

Trong thời gian qua, ngành công nghiệp Việt Nam vẫn phát triển theo bề rộng, theo hướng gia công, lắp ráp là chủ yếu. Tốc độ tăng giá trị sản xuất (GO) của lĩnh vực công nghiệp luôn cao hơn tốc độ tăng giá trị tăng thêm (VA). Hay nói cách khác tỷ lệ giá trị gia tăng trong giá trị sản xuất các ngành công nghiệp Việt Nam đã và đang có dấu hiệu đi xuống. Nghiên cứu của Viện Nghiên cứu chiến lược chính sách công nghiệp (Bộ Công thương) cho thấy, tỷ lệ giá trị gia tăng trong giá trị sản xuất của toàn ngành công nghiệp năm 1995 đạt 42,5%, đến năm 2000 giảm xuống còn 38,45%, năm 2005 là 29,63% và năm 2007 còn 26,3%. Đây là hệ quả của sự yếu kém của ngành công nghiệp hỗ trợ những năm qua.

Thực tế hiện nay cho thấy cuộc chạy đua về thu hút đầu tư ở phạm vi quốc gia, đặc biệt là ở các địa phương sau khi được phân cấp đã đạt được những thành tựu định lượng khá cao, nhưng theo đó chất lượng thu hút đầu tư chưa thật sự được quan tâm. Kết quả là, Việt Nam đã và đang tiếp nhận quá nhiều công nghiệp có giá trị gia tăng thấp vào đất nước. Biểu hiện của nhóm ngành này là: giá trị gia tăng thấp, tiêu tốn nhiều tài nguyên và đặc biệt là năng lượng; ít chuyển giao công nghệ, sử dụng công nghệ truyền thống; thu

hút ít lao động, chủ yếu là lao động phổ thông; gây tổn hại môi trường. Các số liệu ở Phần III Báo cáo này cho thấy sức lan tỏa công nghệ từ khu vực FDI sang các doanh nghiệp nội địa rất hạn chế, cho thấy mục tiêu thu hút FDI về chất chưa đạt yêu cầu.

Công nghiệp hỗ trợ hiện vẫn là một điểm yếu của kinh tế Việt Nam. Về lý thuyết, công nghiệp hỗ trợ tạo giá trị gia tăng cho ngành sản xuất công nghiệp, góp phần phát triển năng lực sản xuất, giải quyết việc làm cho người lao động. Tuy nhiên, hiện nay có tới 70-80% sản phẩm phụ trợ của các doanh nghiệp sản xuất, lắp ráp Việt Nam vẫn phải nhập khẩu.

Nhằm bảo đảm phát triển mạnh sau thời kỳ khủng hoảng, việc tái cơ cấu ngành cần được thực hiện theo hai hướng: thực hiện đồng bộ các chính sách từ thu hút đầu tư, chính sách tài chính tiền tệ, chính sách lao động tiền lương... đồng thời việc khuyến khích các ngành công nghiệp có giá trị gia tăng cao, ít sử dụng tài nguyên, năng lượng, giảm thiểu ô nhiễm, tập trung cao độ phát triển hệ thống công nghiệp hỗ trợ. Các ngành cơ khí, ô tô, xe máy, điện tử, may mặc được xác định phải trở thành những ngành công nghiệp tiên phong trong việc thúc đẩy các ngành công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam.

Để đuổi kịp các nước đi trước và hội nhập (mở cửa thị trường nội địa, tạo cơ hội chiếm lĩnh thị trường nước ngoài), việc tập trung phát triển công nghiệp hỗ trợ được xem là lựa chọn khôn ngoan và khả thi nhất đối với

các nước đi sau như Việt Nam, vì những lý do sau:

Thứ nhất, bằng cách này chúng ta mới có thể tận dụng lợi thế cạnh tranh hiện có để thâm nhập vào chuỗi giá trị toàn cầu, đã và đang phát triển cả về chiều rộng (phạm vi địa lý) cũng như chiều sâu (quá trình phân hóa sản xuất và loại hình sản phẩm trung gian).

Thứ hai, phát triển công nghiệp hỗ trợ là quá trình tham gia và mở rộng các hoạt động sản xuất gia công, chế tạo trực tiếp, tạo ra sự tích lũy về công nghệ, kỹ thuật và kỹ năng sản xuất, yếu tố then chốt trong phát triển công nghiệp. Từ sự tích lũy này các doanh nghiệp (công nghiệp nội địa) sẽ nâng cao trình độ kỹ thuật sản xuất tự thân, tiến dần tới mặt bằng công nghệ thế giới.

Thứ ba, lựa chọn công nghiệp hỗ trợ sẽ phù hợp, để có khả năng đuổi bắt hơn với trình độ đối với các nước đi sau như Việt Nam. Khi mà khoảng cách về trình độ công nghệ giữa các nước đang phát triển so với mặt bằng ở các nước tiên tiến quá xa, thì mong muốn đón đầu những kỹ thuật tiến bộ nhất của thế giới là điều phi thực tế.

Hơn nữa, với tốc độ tiến bộ và phổ biến kỹ thuật ngày càng nhanh, tuổi thọ của một dòng sản phẩm công nghiệp cụ thể ngày càng ngắn dần, cấu trúc của những sản phẩm mới lại càng phức tạp do được tích hợp từ nhiều loại công nghệ thuộc nhiều lĩnh vực khác nhau khiến cho quá trình đuổi bắt phát triển những sản phẩm như ô tô, hay điện tử bán dẫn... của (doanh nghiệp) các nước đi sau càng trở nên khó khăn hơn.

1.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp hỗ trợ ở nước ta

Ngành công nghiệp hỗ trợ là một khái niệm lớn, bao gồm nhiều doanh nghiệp thuộc những ngành, nghề kinh doanh khác nhau, tập trung chủ yếu tại các ngành cơ khí, ô tô,

xe máy, điện tử, may mặc. Để khái quát năng lực của các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam, nhóm nghiên cứu Báo cáo thường niên đã tập hợp số liệu của các cuộc điều tra khảo sát gần đây nhất - tháng 12 năm 2009 do VCCI tiến hành tại 54 doanh nghiệp với sự hỗ trợ của Viện Nghiên cứu kinh tế Nhật Bản (JERI). Mục đích cuộc khảo sát là tìm ra các doanh nghiệp tiềm năng để hỗ trợ. Do vậy, kết quả cuộc khảo sát chỉ phản ánh được thực trạng của các doanh nghiệp cần được hỗ trợ, chưa phản ánh được toàn diện thực trạng của doanh nghiệp trong toàn ngành công nghiệp hỗ trợ tại Việt Nam.

Theo thông lệ, ngành công nghiệp hỗ trợ bao gồm phần lớn là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Theo quy định của luật pháp Việt Nam thì “doanh nghiệp nhỏ và vừa” là cơ sở sản xuất, kinh doanh độc lập, thành lập và hoạt động theo pháp luật Việt Nam, có vốn đăng ký không quá 10 tỷ đồng hoặc số lao động trung bình hàng năm không quá 300 người. Tuy nhiên, ngành công nghiệp hỗ trợ không chỉ có các doanh nghiệp nhỏ và vừa mà còn có thể có cả các doanh nghiệp lớn và cả các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Khảo sát hiện tại chỉ tập trung vào các doanh nghiệp Việt Nam, bao gồm 11 doanh nghiệp tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh và 43 doanh nghiệp tại Hà Nội.

Cơ cấu vốn của các doanh nghiệp khảo sát đã được chia như sau: các công ty cổ phần và công ty trách nhiệm hữu hạn chiếm cùng một tỷ lệ trong tổng số các doanh nghiệp được điều tra 37%, các doanh nghiệp 100% vốn tư nhân chiếm 16,6% và doanh nghiệp nhà nước chiếm 9,4%.

Nhìn chung, các doanh nghiệp được khảo sát có quy mô lực lượng lao động trung bình là 222 nhân viên, dao động từ 6 nhân viên tới 2.894 nhân viên. Một nửa số doanh nghiệp được điều tra có số nhân viên dưới 75 người. Số doanh nghiệp nhỏ và vừa (có dưới 300 lao động) chiếm 85%.

1.2.1. Tinh thần kinh doanh của chủ doanh nghiệp

Phần lớn lãnh đạo doanh nghiệp trong diện được điều tra ở độ tuổi từ 30 đến 50. Khoảng 80% những người này có trình độ đại học hoặc cao đẳng. Có rất ít người chỉ tốt nghiệp phổ thông nhưng lại được truyền đạt lại tay nghề từ những người trong gia đình. Các chủ doanh nghiệp rất tự hào về tay nghề của mình và coi đây là một trong những động cơ chính để khởi sự doanh nghiệp. Họ thực sự muốn sử dụng tay nghề của mình để tạo giá trị gia tăng cho sản phẩm và cho doanh nghiệp. Chỉ có 26% số doanh nghiệp được hỏi cho rằng, họ muốn khởi sự doanh nghiệp vì cần tiền.

Có khoảng 70% số người được hỏi có chuyên môn chủ yếu trong lĩnh vực kỹ thuật. Số người có chuyên môn marketing chỉ chiếm 7% - đây là điểm rất quan trọng vì marketing trong lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ đòi hỏi nhiều kỹ năng phức tạp. Mặc dù là lãnh đạo doanh nghiệp nhưng những người được phỏng vấn vẫn chưa coi mình là các nhà lãnh đạo khôn ngoan (chỉ có 20% trong số người được phỏng vấn khẳng định điều này). Phần lớn, họ vẫn tự coi mình là những nhà chiến lược và nhà kỹ thuật.

1.2.2. Sản phẩm và thị trường

Sản phẩm của 54 doanh nghiệp thuộc diện điều tra hết sức đa dạng, tập trung chủ yếu vào các nhóm: gia công cơ khí, sản phẩm cơ khí kim loại, khuôn mẫu, nhựa, sản phẩm cơ khí dân dụng. Bảng 4.1 giới thiệu về phương pháp gia công tại các doanh nghiệp.

Đa số sản phẩm của các doanh nghiệp nêu trên là bộ phận chi tiết của các sản phẩm như: xe khách, xe tải chiếm 20,8%; thiết bị điện gia dụng chiếm 19,7%; sản phẩm điện tử nghe nhìn chiếm 18%; xe máy chiếm 8,2%; các thiết bị tự động hóa văn phòng chiếm 7,6%; các sản phẩm khác chiếm 25,7%.

Trung bình các doanh nghiệp thuộc diện điều tra đã thu về từ thị trường công nghiệp khoảng 44% tổng doanh thu. Phần lớn khách hàng của các doanh nghiệp được điều tra là các doanh nghiệp trong nước chiếm 62% tổng số các khách hàng. Tỷ lệ khách hàng là doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài chiếm 27% và tỷ lệ khách hàng là liên doanh chỉ chiếm có 11%. Cơ cấu khách hàng cho thấy, các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam vẫn chưa chiếm được lòng tin của các doanh nghiệp nước ngoài. Trên thực tế, doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài thường thành lập các công ty liên doanh để cung cấp linh kiện cho mình, đó cũng là lý do khiến cho có rất ít liên doanh là khách hàng của các doanh nghiệp Việt Nam. Có khoảng 38% doanh nghiệp được điều tra đã từng có kinh nghiệm làm việc với khách hàng Nhật Bản. Tuy nhiên, các kinh nghiệm này mới chỉ được tích lũy trong 5 năm gần đây.

Bảng 4.1: Phương pháp gia công tại các doanh nghiệp

| Phương pháp gia công | Tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng (%) |
|---------------------------|--------------------------------|
| Đúc | 11,8 |
| Ép/nén | 1,2 |
| Ép/dập | 12,7 |
| Đúc plastic | 6,8 |
| Đúc cao su | 3,8 |
| Gia công cơ khí | 18,6 |
| Xử lý nhiệt | 8,6 |
| Xử lý bề mặt/mạ điện | 8,3 |
| Chế tạo | 2,9 |
| Xử lý tấm/hàn | 9,2 |
| Lắp chi tiết/cụm chi tiết | 13,9 |
| Khác | 2,2 |
| Tổng | 100 |

Kết quả một cuộc khảo sát khác do Tổ chức Xúc tiến Thương mại Nhật Bản (JETRO) tiến hành tại 297 doanh nghiệp tại miền Bắc và miền Trung đầu năm 2009 cho thấy, các doanh nghiệp tạo hình chính xác (dành cho linh kiện điện tử) trong ngành gia công nhựa hoặc cao su của Việt Nam đều ở trong tình trạng khó đạt được các yêu cầu của doanh nghiệp Nhật Bản.

Theo báo cáo này, một trong những nguyên nhân trên là do thiếu cơ chế kiểm tra sản phẩm. Trong ngành gia công cơ khí, bao gồm linh kiện cơ khí chính xác, mạ, xử lý bề mặt, rất ít nhà máy có thể sản xuất được những linh kiện chính xác đạt yêu cầu mà doanh nghiệp Nhật Bản đặt ra. Gia công phụ tùng kim loại dành cho xe máy ở trong tình trạng lộn xộn, nên chất lượng khá khác biệt.

Ngay trong lĩnh vực cáp, linh kiện điện tử, cho dù bắt đầu xuất hiện những doanh nghiệp tư nhân nỗ lực đáp ứng yêu cầu của doanh nghiệp Nhật Bản, nhưng vẫn cần đầu tư lớn cho thiết bị sản xuất và máy móc kiểm tra sản phẩm.

Vấn đề khách hàng của các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp hỗ trợ còn phụ thuộc vào dung lượng thị trường. Trong khi thị trường nội địa chưa thực sự lớn, để có thể kinh doanh hiệu quả, các doanh nghiệp thuộc ngành này phải tăng cường xuất khẩu. Tuy nhiên, trên thực tế chỉ có 9% số doanh nghiệp được điều tra xuất khẩu trực tiếp và 16% doanh nghiệp xuất khẩu gián tiếp. Số lượng lớn doanh nghiệp xuất khẩu gián tiếp một lần nữa chứng minh khả năng rất hạn chế của các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp hỗ trợ Việt Nam trong vấn đề tiếp thị.

1.2.3. Công nghệ và các nhà cung ứng

Các nhà cung ứng của các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp hỗ trợ chủ yếu

vẫn là các doanh nghiệp trong nước. Các doanh nghiệp FDI chiếm 25% trong tổng số các nhà cung ứng. Tiêu chí chất lượng được các doanh nghiệp thuộc diện điều tra đánh giá là tiêu chí quan trọng nhất để lựa chọn nhà cung ứng, tiếp đó là tiêu chí “Giá cả hợp lý”. Một số doanh nghiệp lựa chọn nhà cung cấp theo sự chỉ định của khách hàng. Điều này có thể hiểu được vì có thể khách hàng yêu cầu sự nhất quán trong chuỗi cung ứng.

Các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp hỗ trợ thuộc diện điều tra này được trang bị máy móc nhập từ nhiều nước và vùng lãnh thổ khác nhau, tuy nhiên chủ yếu là từ Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan và EU. Đa số máy móc của doanh nghiệp được chế tạo trước năm 2000. Có khoảng 62,3% doanh nghiệp cho rằng, công suất của máy móc hiện tại là phù hợp, trong khi có 32,1% cho rằng họ chưa sử dụng hết công suất. Số doanh nghiệp sử dụng vượt công suất chỉ chiếm 5,6%.

1.2.4. Điểm mạnh, điểm yếu và những thách thức

Các kết quả điều tra khác²¹ về các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp hỗ trợ cũng đưa đến một số nhận định khá thống nhất về điểm mạnh và điểm yếu của các doanh nghiệp này hiện nay.

Điểm mạnh:

- Phần lớn các doanh nghiệp được lựa chọn phỏng vấn đã xây dựng được nền tảng ổn định như: nhà xưởng đạt tiêu chuẩn cơ bản, chất lượng sản phẩm đáp ứng được phần nào yêu cầu doanh nghiệp nước ngoài, lực lượng lao động có kỹ thuật và nhiều kinh nghiệm, số lượng khách hàng và đơn hàng ổn định. Đây chính là cơ sở để các doanh nghiệp có thể phát triển nếu nhận được sự trợ giúp kịp thời.

21. Điều tra 55 doanh nghiệp Việt Nam do JICA-VCCI-CONCESTI thực hiện.

- Có khả năng tiếp thu công nghệ mới.
- Quan tâm đến chất lượng sản phẩm.
- Có các kế hoạch phát triển, mua sắm thiết bị, mở rộng sản xuất trong tương lai.
- Lực lượng lao động cần cù, chịu khó, khéo tay; chịu khó học hỏi, tận dụng mọi khả năng và sức sáng tạo của nhân lực để bù đắp lại sự lạc hậu về kỹ thuật, công nghệ.
- Linh hoạt trong quá trình sản xuất. Linh hoạt ở đây được hiểu là đầu tư sản xuất theo nhu cầu của khách hàng. Khách hàng cần loại sản phẩm gì, các doanh nghiệp đều cố gắng đáp ứng trong khả năng của mình. Tuy nhiên, đây có thể cũng là điểm yếu nếu như doanh nghiệp không tập trung vào các lĩnh vực cốt lõi của mình.

Điểm yếu:

- *Chủng loại sản phẩm còn ít, chủ yếu sản xuất các linh kiện chi tiết giản đơn, giá trị gia tăng thấp*, nhiều loại sản phẩm chưa đủ chất lượng và chưa đủ đồng đều để có thể tham gia vào các chuỗi sản xuất công nghiệp toàn cầu.
- *Thiếu sự chuyên môn hóa, các doanh nghiệp vẫn mạnh ai nấy làm*. Trong khi đó, đối với sản xuất nói chung và ngành công nghiệp hỗ trợ nói riêng, phải chuyên môn hoá sâu và hợp tác rộng mới đem lại hiệu quả cao nhất.
- *Thiếu chiến lược kinh doanh và định hướng phát triển dẫn đến thiếu sự đầu tư máy móc thiết bị một cách đồng bộ*. Ngành cơ khí là một ví dụ: do đặc thù riêng, hầu hết công nghệ và vật tư ngành này đều phải nhập khẩu. Vì vậy, theo các doanh nghiệp được phỏng vấn: để đáp ứng một vài đơn hàng, mỗi đơn vị lại nhập một loại máy móc, quá trình sản

xuất và như vậy, theo các doanh nghiệp, là lãng phí rất lớn. Do vậy, nhìn chung các doanh nghiệp hết sức cẩn trọng và tính toán trong quá trình đầu tư thiết bị, thậm chí có phần chậm chạp trong việc đầu tư máy móc, cải tiến kỹ thuật. Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp do chưa tính toán được mức lợi nhuận so với chi phí đầu tư nên cũng không mạnh dạn đầu tư sản xuất.

- *Đầu tư sản xuất dàn trải, không tập trung*. Điều này xuất phát từ chính sự linh hoạt trong sản xuất của doanh nghiệp Việt Nam như đã nói ở trên. Linh hoạt trong việc sản xuất theo đơn hàng nhưng đồng thời lại thiếu tập trung vào năng lực cốt lõi, thiếu định hướng kinh doanh, chiến lược phát triển tạo nên tình trạng phổ biến là: sản xuất đa dạng nhưng không chuyên biệt, không chuyên môn hóa cao. Đã có những doanh nghiệp nội địa đầu tư 40-50 tỷ đồng để lắp ráp ô tô; nhưng đến các công đoạn khó, chẳng hạn như sơn tĩnh điện thì phải đi thuê. Hậu quả là giá trị lợi nhuận thấp, không đáng kể.
- *Năng lực marketing hạn chế, thụ động trong việc tìm kiếm đơn hàng và tiếp cận khách hàng hoặc chưa có phương pháp tiếp cận khách hàng hiệu quả*. Nhiều doanh nghiệp khi được phỏng vấn có tâm lý chờ những đơn hàng lớn để thực sự đầu tư tăng quy mô sản xuất. Từ đó, dẫn đến một thực trạng là: (i) Quy mô và chất lượng của các doanh nghiệp lại chưa đáp ứng được yêu cầu của các đơn hàng lớn; hoặc (ii) Khi đã tiếp cận được các đơn hàng lớn, đối tác lại đòi hỏi quá nhiều sản phẩm chuyên biệt/không chuyên biệt khiến các doanh nghiệp Việt Nam lúng túng.
- *Thiếu vốn đầu tư trung hạn và dài hạn*. Ngành công nghiệp hỗ trợ là kinh doanh kiểu tập trung vốn, việc trang bị thiết bị máy móc mới nhất là điều kiện tiên đề tạo

ra sản phẩm có chất lượng cao để phát triển ngành công nghiệp hỗ trợ. Do đó, doanh nghiệp rất cần các nguồn vốn trung và dài hạn để đầu tư máy móc và cải tiến thiết bị, nâng cao kỹ thuật. Nhưng trên thực tế, ngân hàng thường chỉ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ vay ngắn hạn. Bên cạnh đó, doanh nghiệp vừa và nhỏ không có tài sản thế chấp nên càng khó tiếp cận vốn vay hơn.

- **Thiếu hụt lực lượng lao động có kỹ thuật cao đáp ứng yêu cầu chất lượng cao và chính xác của ngành công nghiệp hỗ trợ.** Theo khảo sát, tỷ lệ biến động nhân sự trong các doanh nghiệp phụ trợ khá cao: trung bình khoảng 5%/năm. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp được điều tra cũng chỉ rõ sự khó khăn trong việc tìm kiếm nguồn nhân lực có trình độ kỹ thuật để đáp ứng được tiêu chuẩn sản xuất của từng ngành.

Thách thức:

Hình 4.1 cho thấy, một số vấn đề mà các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp hỗ trợ đang phải đối mặt (dựa trên đánh giá của

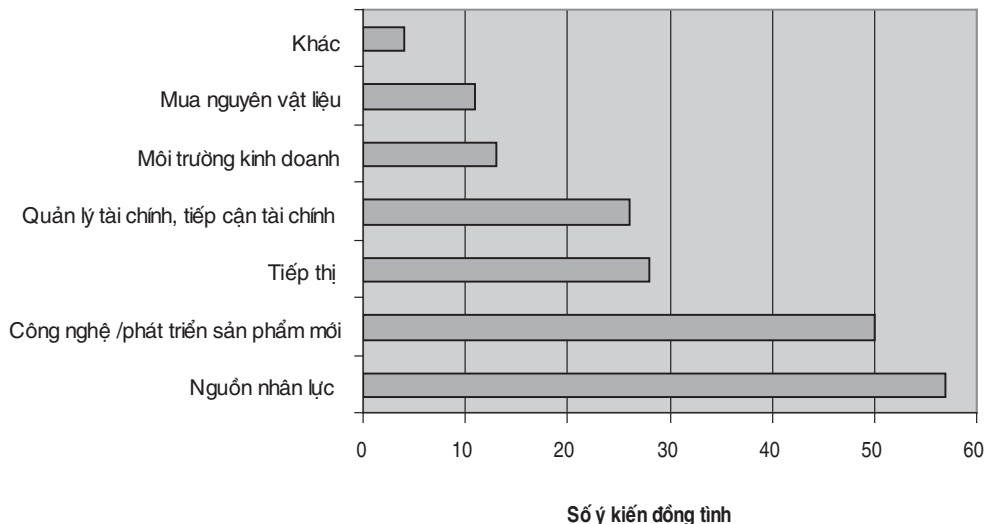
chính bản thân các doanh nghiệp). Vấn đề nguồn nhân lực được doanh nghiệp đánh giá là khó khăn số một với 57% tổng số các ý kiến. Tiếp theo là vấn đề công nghệ và phát triển sản phẩm mới (50% số ý kiến). Đứng vị trí quan trọng thứ ba là vấn đề marketing với 28% ý kiến. Đối với các doanh nghiệp thuộc ngành công nghiệp hỗ trợ vấn đề về môi trường kinh doanh thực sự không phải là vấn đề lớn so với các vấn đề nêu trên.

1.3. Một số vấn đề về phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam

Phát triển công nghiệp hỗ trợ được xác định là một lĩnh vực hết sức khó khăn và ngày càng khó khăn đối với các nước có trình độ phát triển thấp như Việt Nam, không những vì sự đòi hỏi cao về năng lực công nghệ, về nhân công mà còn vì yêu cầu ngày càng khắt khe của khách hàng.

Để phát triển công nghiệp hỗ trợ thì cần thực hiện các biện pháp đa dạng và thực hiện trên phạm vi rộng, từ việc đào tạo nguồn nhân lực, chuyển giao công nghệ đến việc cải thiện chế độ thuế, cơ chế cấp vốn và liên kết thương mại. Ngoài ra, cần

Hình 4.1: Các thách thức đối với doanh nghiệp ngành công nghiệp hỗ trợ



phải nghiên cứu kỹ xem sẽ giải quyết vấn đề cốt lõi là đưa nguồn vốn nước ngoài vào Việt Nam bằng cách thu hút doanh nghiệp sản xuất linh kiện nước ngoài vào đầu tư và phát triển doanh nghiệp nội như thế nào.

Ngoài ra, thúc đẩy sự phát triển của các ngành công nghiệp hỗ trợ đòi hỏi Chính phủ Việt Nam phải có khuôn khổ chính sách phù hợp.

Ngày 31-7-2007, Bộ Công nghiệp (nay là Bộ Công thương) đã ban hành Quyết định số 34/2007/QĐ-BCN phê duyệt Quy hoạch phát triển công nghiệp hỗ trợ Việt Nam đến năm 2010, tầm nhìn đến năm 2020. Các chiến lược, quy hoạch phát triển này vẫn còn mang nặng tính “kế hoạch”, với những con số chỉ tiêu thiếu cơ sở, trong khi một chương trình hành động với những bước đi cụ thể vẫn chưa được xây dựng và triển khai.

Từ những vấn đề đã được nêu ở trên có thể đưa ra một vài gợi ý đối với việc phát triển công nghiệp hỗ trợ ở Việt Nam như sau:

1.3.1. Từ phía các cơ quan nhà nước

Các cơ quan nhà nước cần ban hành những chính sách, quy định nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp hoạt động một cách chủ động và dễ dàng. Chính sách hỗ trợ cũng cần bình đẳng đối với doanh nghiệp thuộc mọi loại hình sở hữu.

Các cơ quan nhà nước cần có chương trình hành động cụ thể để triển khai các chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ, theo đó các cơ quan nhà nước, các tổ chức xúc tiến doanh nghiệp quốc gia có thể được tăng cường quyền lực, song phải đi đôi với trách nhiệm.

Chương trình hành động về phát triển công nghiệp hỗ trợ phải được tiến hành đồng bộ, có thể bao gồm các nhóm giải pháp sau:

- **Xây dựng năng lực và phát triển nguồn nhân lực** bao gồm từ việc khảo

sát năng lực cụ thể của các nhà cung ứng trong nước cho đến việc hoàn thiện các chương trình tại các trường đại học kỹ thuật và các trung tâm đào tạo nghề, thành lập các tổ chức để xúc tiến phát triển công nghiệp hỗ trợ chuyên sâu.

- **Tài chính:** hỗ trợ các doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ thông qua các chương trình tài chính hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa; nâng cao năng lực các ngân hàng nhằm đánh giá và cung cấp các khoản vay cho các doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ; phát triển các quỹ bảo lãnh tín dụng, các khoản cho vay hỗ trợ của Chính phủ, thế chấp không cần tài sản.
- **Marketing và thu hút doanh nghiệp FDI:** cần làm rõ vai trò của các nhà cung ứng Việt Nam và các doanh nghiệp FDI trong từng lĩnh vực; thành lập các khu công nghiệp lớn/nhỏ, xây dựng nhà máy cho các doanh nghiệp thuê, hỗ trợ quản lý.
- **Liên kết các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp FDI:** xây dựng cơ sở dữ liệu cập nhật và đầy đủ các nhà cung ứng tiềm năng; thành lập các hệ thống đối chuẩn để hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa đạt được các tiêu chuẩn tương thích với các tiêu chuẩn đang được áp dụng ở các doanh nghiệp lớn, FDI. Mở rộng các hoạt động liên kết doanh nghiệp (hội chợ, triển lãm, thăm quan...).
- **Hoàn thiện cơ sở pháp lý để phát triển công nghiệp hỗ trợ:** ban hành Nghị định về phát triển công nghiệp hỗ trợ; nghiên cứu chính sách hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa và tăng cường năng lực cho các cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm về việc hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa trong các ngành công nghiệp hỗ trợ.

1.3.2. Về phía doanh nghiệp

Các doanh nghiệp phải đóng vai trò quyết định trong việc phát triển công nghiệp hỗ trợ. Để thực hiện vai trò này, đòi hỏi sự nỗ lực trên cả hai phương diện: tự thân mỗi doanh nghiệp và liên kết hợp tác giữa các doanh nghiệp. Khắc phục những cản trở, điểm yếu của mình là cách khôn ngoan nhất để các doanh nghiệp ngành công nghiệp hỗ trợ bứt phá hiện nay, theo đó, họ phải tập trung vào các vấn đề sau:

- Nâng cao tính năng động trong việc tìm kiếm thị trường. Cần lưu ý, đây là thị trường công nghiệp. Bởi vậy, các doanh nghiệp phải nắm rất chắc những quy luật biến đổi của chuỗi giá trị toàn cầu. Đặc biệt, trong khi dung lượng thị trường trong nước còn hạn chế thì các doanh nghiệp lại càng phải tích cực hơn trong việc tìm kiếm những khách hàng nước ngoài.

- Mạnh dạn đổi mới công nghệ để đáp ứng yêu cầu về chất lượng, giá cả. Tận dụng mọi cơ hội để tiếp cận công nghệ tiên tiến bằng sự hỗ trợ của chính khách hàng của mình. Đây là cuộc chơi cùng thắng (win - win), do vậy, nếu biết tận dụng cơ hội, các doanh nghiệp trong ngành công nghiệp hỗ trợ vẫn có thể thành công²². Các chuyên gia nước ngoài đã khuyến nghị những biện pháp rất cụ thể như²³:

+ Các doanh nghiệp Việt Nam phải nhanh chóng thay đổi tư duy đang kìm hãm sự phát triển của công nghiệp hỗ trợ hiện nay, đó chính là sự thụ động trong việc tiếp thu các công nghệ mới hoặc các cách tiếp cận mới trong kinh doanh của doanh nghiệp nước ngoài. Công nhân tại doanh nghiệp phải được khuyến khích, tạo điều kiện nâng cao trình độ, tích lũy kinh nghiệm.

+ Chuyển giao công nghệ và tăng cường năng lực cho ngành công nghiệp hỗ trợ và nguồn nhân lực là các vấn đề cốt lõi. Doanh nghiệp phải được làm quen với các kiến thức căn bản về kỹ năng cao cấp trong sản xuất, chế tạo, đồng thời các phát minh, sáng chế phải được cung cấp cho các doanh nghiệp với chi phí hợp lý.

+ Các doanh nghiệp phải cam kết có tiêu chuẩn quốc tế ngay từ đầu về chất lượng sản phẩm, an toàn, bảo vệ môi trường và quyền sở hữu trí tuệ, v.v., để có thể cạnh tranh ở bất cứ thị trường nào trên thế giới.

+ Để khẳng định vị trí của sản phẩm trong chuỗi giá trị toàn cầu, các doanh nghiệp cần chuyên môn hóa một số sản phẩm chế tạo - chi tiết nhất định có sử dụng lao động tay nghề cao, đồng thời vẫn phải mua các dịch vụ và đầu vào khác.

Phát triển công nghiệp hỗ trợ không những là để tăng cường năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp Việt Nam, mà còn là điều kiện đủ để thu hút các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, tạo sức lan toả, nhằm mục tiêu đưa nước ta trở thành nước có trình độ công nghiệp trung bình vào năm 2020.

2. Đổi mới và ứng dụng công nghệ trong các doanh nghiệp ngành điện tử²⁴

2.1. Tình hình phát triển của ngành điện tử Việt Nam

Ngành điện tử Việt Nam bắt đầu phát triển từ giữa những năm 90 của thế kỷ trước, khi Việt Nam đẩy mạnh quá trình đổi mới và hội nhập

22. Kết quả cuộc khảo sát của JETRO tại 68 doanh nghiệp của Nhật Bản đang hoạt động tại Việt Nam cho thấy, phần lớn các doanh nghiệp này còn rất yếu kém và 50-90% linh kiện vẫn phải nhập từ nước ngoài, trong khi các doanh nghiệp Nhật Bản hoạt động tại Thái Lan thì sử dụng 70-90% linh kiện sản xuất tại chỗ.

23. Kenichi Ohno, Vietnam Development Forum. Hợp tác chế tạo Việt Nam - Nhật Bản phát triển công nghiệp hỗ trợ, ngày 22 tháng 8 năm 2008.

24. TS. Trần Quang Hùng biên soạn.

và hiện nay đang được cơ cấu lại. Qua hơn một thập niên xây dựng và phát triển, ngành điện tử Việt Nam đã có những bước tiến đáng kể và có những đóng góp nhất định đối với sự phát triển kinh tế, xã hội của đất nước. Từ chỗ chỉ lắp ráp các sản phẩm điện tử tiêu dùng thông thường phục vụ thị trường trong nước, ngành điện tử Việt Nam đã bắt đầu chuyển sang sản xuất phụ tùng linh kiện điện tử - máy tính xuất khẩu và tự thiết kế, sản xuất được một số sản phẩm điện tử, công nghệ thông tin được thị trường trong nước và khu vực chấp nhận. Đầu những năm 1990, toàn ngành chỉ có khoảng 50 doanh nghiệp, đến nay toàn ngành đã có gần 300 doanh nghiệp (trong đó khoảng 1/3 là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài), sử dụng 120 nghìn lao động với năng lực sản xuất đáp ứng được nhu cầu trong nước về các loại sản phẩm điện tử, điện lạnh, công nghệ thông tin - viễn thông thông dụng với tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm khoảng 20-25%. Trước năm 1996, ngành điện tử Việt Nam còn chưa có sản phẩm xuất khẩu, đến năm 2009 đã có sản phẩm xuất khẩu đi gần 50 nước trong khu vực và trên thế giới. Kim ngạch xuất khẩu của ngành hàng đã tăng gần 20 lần trong vòng 10 năm: năm 1996 mới xuất khẩu được 90 triệu USD, năm 2006 đã xuất khẩu được 1,77 tỷ USD. Từ năm 2005, ngành điện tử trở thành một trong những ngành có kim ngạch xuất khẩu hơn 1 tỷ USD và đang trở thành một trong 10 ngành hàng xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu 3 năm gần đây của ngành hàng liên tục tăng trưởng: năm 2007 đạt 2,2 tỷ USD, năm 2008 đạt 2,63 tỷ USD, năm 2009 đạt 2,78 tỷ USD đưa sản phẩm điện tử lên hàng thứ sáu trong số những sản phẩm xuất khẩu chủ chốt của Việt Nam. Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu của ngành điện tử Việt Nam là linh kiện điện tử - máy tính và máy in. Doanh số thị trường nội địa cũng tăng gấp đôi trong 3 năm gần đây: từ 1,6 tỷ USD năm 2005 lên hơn 3 tỷ USD năm 2008.

Mặc dù đã đạt được những thành tựu rất đáng ghi nhận chỉ trong hơn một thập niên

xây dựng và phát triển nhưng ngành điện tử Việt Nam hiện nay còn có một số bất cập như: cơ cấu sản phẩm mất cân đối giữa sản phẩm điện tử tiêu dùng và điện tử chuyên dụng (70%/30%); trình độ công nghệ sản xuất thấp, khâu nghiên cứu phát triển sản phẩm mới còn yếu, hoạt động chủ yếu là gia công lắp ráp nên giá trị gia tăng của sản phẩm thấp, khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp không cao; công nghiệp phụ trợ, sản xuất phụ tùng linh kiện phát triển chậm và không đáp ứng được yêu cầu của các nhà sản xuất. Phần lớn các doanh nghiệp điện tử Việt Nam đều là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tiềm lực tài chính và công nghệ còn hạn chế nên cuộc cạnh tranh với doanh nghiệp nước ngoài ngay trên thị trường nội địa sẽ rất gay gắt, không chỉ trong lĩnh vực sản xuất mà ngay trong lĩnh vực phân phối, dịch vụ. Các doanh nghiệp FDI đóng vai trò chủ chốt trong ngành điện tử Việt Nam. Tuy số lượng các doanh nghiệp FDI chỉ bằng 1/3 số lượng các doanh nghiệp Việt Nam nhưng các doanh nghiệp FDI lại sở hữu các công nghệ cao, chiếm tới 80% thị phần thị trường trong nước và hơn 90% kim ngạch xuất khẩu.

2.2. Ngành điện tử Việt Nam năm 2009

Bước vào năm 2009, cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu diễn ra từ cuối năm 2008 vẫn tiếp tục ảnh hưởng đến nền kinh tế Việt Nam, chủ yếu là do sự suy giảm đầu tư nước ngoài và xuất khẩu. Nhu cầu tiêu thụ sản phẩm điện tử trên thị trường thế giới bị suy giảm mạnh nên các hãng điện tử có tên tuổi cắt giảm số lượng sản phẩm dẫn đến việc các doanh nghiệp sản xuất phụ tùng linh kiện điện tử - máy tính xuất khẩu có cơ sở sản xuất tại Việt Nam và các doanh nghiệp điện tử Việt Nam cũng bị ảnh hưởng nặng nề. Các hợp đồng xuất khẩu linh kiện phụ tùng, gia công lắp ráp sản phẩm đã ký kết bị hủy hoặc bị cắt giảm, các hợp đồng mới mặc dù đã đàm phán xong cũng chưa được các đối tác ký kết. Vì vậy, trong 4 tháng đầu năm 2009, sản lượng của ngành điện tử Việt Nam bị suy giảm tới 8% so với cùng kỳ năm 2008. Nhưng

từ tháng 5-2009 đến những tháng cuối năm 2009, nhu cầu của thị trường thế giới đối với linh kiện điện tử và máy tính đã có dấu hiệu tăng trưởng và ngành điện tử Việt Nam đã có sự hồi phục đáng kể. Kim ngạch xuất khẩu năm 2009 đạt 2,774 tỷ USD, tăng 5,1% so với năm 2008²⁵.

Mặc dù phải gánh chịu tác động nặng nề của cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, nhưng do có những lợi thế về tình hình chính trị - xã hội ổn định, môi trường đầu tư thông thoáng, nguồn nhân lực dồi dào, nên trong năm 2009 ngành điện tử Việt Nam vẫn tăng kim ngạch xuất khẩu và thu hút được nhiều vốn đầu tư nước ngoài, trong đó có những dự án lớn như dự án xây dựng nhà máy sản xuất điện thoại di động của hãng SAMSUNG tại Bắc Ninh với vốn đầu tư lên tới gần 1 tỷ USD vừa khởi công tháng 10-2009.

Trong lĩnh vực phân phối, năm 2009 ngoài việc chịu ảnh hưởng nặng nề của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu, ngành điện tử Việt Nam còn phải đối mặt với một thách thức to lớn nữa là từ ngày 01-01-2009 các doanh nghiệp bán lẻ 100% vốn nước ngoài được phép thành lập và hoạt động trên toàn lãnh thổ Việt Nam theo cam kết của Chính phủ Việt Nam khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO). Việc này đẩy các nhà bán lẻ trong nước vốn yếu thế so với các nhà bán lẻ nước ngoài về vốn, doanh số, giá đầu vào và kinh nghiệm bán lẻ vào một cuộc cạnh tranh không cân sức có thể dẫn đến hệ lụy là các doanh nghiệp phân phối hàng điện tử của Việt Nam bị thua ngay trên sân nhà. Tuy nhiên, qua một năm mở cửa thị trường bán lẻ đã không gây ra những biến động lớn trên thị trường Việt Nam, đặc biệt là thị trường hàng điện - điện tử gia dụng. Các nhà bán lẻ nước ngoài gặp nhiều khó khăn trong việc tìm mặt bằng kinh doanh, buộc phải xin giấy phép của cơ quan quản lý nhà nước khi xây dựng điểm bán lẻ thứ hai và họ cần thời gian từ 2

đến 3 năm để thiết lập bộ máy hoạt động hoàn thiện và hiểu tâm lý tiêu dùng của người Việt Nam. Lợi dụng việc các nhà phân phối nước ngoài chưa triển khai mạnh mẽ các hoạt động kinh doanh, trong thời gian vừa qua các nhà phân phối Việt Nam đã đa dạng hoá mặt hàng của mình và đẩy mạnh việc phát triển hệ thống bán lẻ ra các tỉnh, thành phố. Các hệ thống bán lẻ thay vì chỉ chuyên phân phối một loại mặt hàng như trước đây đã mở rộng ra nhiều chủng loại mặt hàng. Một số doanh nghiệp phân phối như Công ty Viễn thông A trước chỉ kinh doanh điện thoại di động nay đã mở rộng ra các mặt hàng công nghệ cao khác như laptop, máy chụp hình, máy nghe nhạc MP3, thiết bị giải trí PMP... Sự xuất hiện của các cửa hàng mới của Thế giới Di động, Nguyễn Kim hay HC, Pico ở các địa phương cũng ít nhiều làm thay đổi cách kinh doanh ở các nơi này. Việc thực thi các cam kết WTO trong lĩnh vực phân phối đã có tác động tích cực đến các nhà bán lẻ sản phẩm điện tử Việt Nam khiến họ phải thay đổi phương thức kinh doanh và cung cách phục vụ khách hàng. Để dành nhận thấy trong 1-2 năm trở lại đây trên thị trường Việt Nam, các siêu thị điện máy với quy mô lớn phát triển rất mạnh, thay thế dần cho các cửa hàng bán đồ điện tử - điện lạnh nhỏ lẻ. Sự phát triển mạnh mẽ của các siêu thị điện máy tại thị trường Hà Nội và sự cạnh tranh của các siêu thị này đã làm nóng không khí mua sắm hàng điện tử - điện máy trong bối cảnh nền kinh tế bị ảnh hưởng bởi suy thoái là một hiện tượng đáng chú ý trong lĩnh vực phân phối của ngành hàng trong năm 2009. Trong bối cảnh đó, người tiêu dùng dù có bị ảnh hưởng, nhưng họ cũng được lợi không ít.

Trong năm 2009, không chỉ các doanh nghiệp phân phối hàng điện tử mở rộng hướng kinh doanh theo kiểu đa ngành, đa nghề, mà các doanh nghiệp sản xuất cũng đi theo hướng này. Vì phần lớn các công ty điện tử Việt Nam đều đã được cổ phần hoá

25. Nguồn: Tổng cục Thống kê.

nên dưới áp lực của thị trường, của các cổ đông và ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế nên việc phải đa dạng hoá hoạt động sản xuất kinh doanh để doanh nghiệp tồn tại là điều cần thiết, ngay cả ở các doanh nghiệp lớn. Các doanh nghiệp điện tử Việt Nam đang cố gắng tìm lối thoát bằng những sản phẩm và mô hình kinh doanh mới. Trong cuộc cạnh tranh không cân sức với các doanh nghiệp điện tử nước ngoài hùng mạnh, các doanh nghiệp điện tử Việt Nam yếu về tiềm lực tài chính, kém về kỹ thuật công nghệ và mẫu mã sản phẩm đang mất dần thị phần ở các đô thị lớn và phải chuyển sang các đối tượng mua sắm là những người có thu nhập thấp tại các vùng trung du miền núi phía Bắc, duyên hải miền Trung, Tây Nam Bộ... Một số doanh nghiệp khác chuyển sang gia công sản phẩm, hợp tác sản xuất với các bạn hàng trong nước và các công ty nước ngoài. Đang ở trong giai đoạn chuyển đổi nên các doanh nghiệp điện tử phải giảm bớt việc kinh doanh những mặt hàng truyền thống để mở rộng hoạt động kinh doanh sang các lĩnh vực, dịch vụ có lợi nhuận cao hơn như: phân phối, kinh doanh địa ốc, tham gia sàn giao dịch chứng khoán.

Những diễn biến của ngành hàng trong năm 2009 đã cho thấy, mặc dù cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu đã làm nhiều ngành kinh tế bị suy giảm nặng nề nhưng trong một “thế giới phẳng” mà những ứng dụng của điện tử, công nghệ thông tin và viễn thông không thể thiếu ở bất cứ một lĩnh vực kinh tế - xã hội nào thì nhu cầu sản phẩm kỹ thuật số và phụ tùng linh kiện điện tử của thị trường thế giới vẫn tăng trưởng mạnh mẽ. Ngành điện tử sau những suy thoái nhất thời lại hồi phục nhanh chóng và tiếp tục phát triển. Theo nhận định của một số chuyên gia, ngành điện tử Việt Nam có khả năng tạo ra sự tăng trưởng đột biến trong thời gian tới và nếu có những định hướng phát triển phù hợp thì ngành điện tử sẽ là một trong những ngành hàng phát triển mạnh và có kim ngạch xuất khẩu lớn của Việt Nam trong vài năm tới vì những lý do sau:

- Nhu cầu của thị trường thế giới đối với mặt hàng điện tử và công nghệ thông tin vẫn rất lớn và có mức tăng trưởng vững chắc. Do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu nên tốc độ tăng trưởng của ngành điện tử thế giới đã chững lại chút ít trong giai đoạn 2008-2009. Theo số liệu của Hiệp hội Công nghiệp Điện tử và Công nghệ thông tin Nhật Bản (JEITA), năm 2008 tổng sản lượng công nghiệp điện tử thế giới đạt 2.370 nghìn tỷ Yên, năm 2009 dự đoán đạt 2.410 nghìn tỷ Yên, tăng 2%. Sau giai đoạn 2008-2009, ngành điện tử thế giới sẽ tăng trưởng trở lại vào năm 2010 và đến năm 2012 sẽ đạt tốc độ tăng trưởng 8-10% với dự đoán thiết bị công nghệ thông tin, viễn thông, điện tử chuyên dùng sẽ có mức tăng trưởng cao còn sản phẩm điện tử tiêu dùng có xu hướng giảm. Thị trường thiết bị xử lý số liệu sẽ có tốc độ tăng trưởng bình quân là 8,5%, thiết bị viễn thông 11%, thiết bị điện tử chuyên dùng 8%, trong khi sản phẩm điện tử tiêu dùng chỉ tăng 5%. Hai loại sản phẩm được dự đoán là sẽ có mức tăng trưởng cao là máy vi tính và điện thoại di động. Theo dự báo của Tập đoàn Dữ liệu Quốc tế (IDC) tốc độ tăng trưởng của máy vi tính bao gồm cả máy để bàn (desktop) và máy xách tay (laptop) trong giai đoạn 2010-2012 sẽ ở mức 10-12%, còn điện thoại di động sẽ có mức tăng trưởng được dự báo là 12-12,5%. Cùng với sự tăng trưởng của máy tính, nhu cầu về máy in và các thiết bị đầu cuối khác cũng sẽ tăng theo. Sự tăng trưởng của hai loại sản phẩm này sẽ kéo theo nhu cầu về các loại linh kiện điện tử - máy tính tăng lên mà chủng loại sản phẩm này đang là thế mạnh xuất khẩu của ngành điện tử Việt Nam.
- Trong vài năm gần đây, làn sóng đầu tư nước ngoài vào ngành điện tử Việt Nam đã tăng khá mạnh với những dự án rất lớn như dự án của Tập đoàn Canon xây dựng tổ hợp sản xuất máy in lớn nhất thế

giới tại Bắc Ninh, dự án đầu tư 1 tỷ USD cho nhà máy đóng gói và đo kiểm chip điện tử của Tập đoàn Intel, dự án đầu tư 5 tỷ USD xây dựng tổ hợp sản xuất phụ tùng linh kiện điện tử của hãng Foxconn (Đài Loan), dự án đầu tư gần 1 tỷ USD xây dựng nhà máy sản xuất điện thoại di động của hãng SAMSUNG...

- Đối với mặt hàng linh kiện điện tử - máy tính, đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam là Malaixia, Thái Lan và Trung Quốc. Tuy nhiên, Việt Nam đang có lợi thế về nhân công và sự ổn định về chính trị - xã hội nên đã và đang có sự dịch chuyển đầu tư từ các quốc gia này sang Việt Nam. Riêng đối với Trung Quốc, bên cạnh lợi thế của Việt Nam về giá nhân công thì sự phát triển kinh tế được coi là quá nóng của nước này cũng tạo ra sự chuyển dịch đầu tư của các tập đoàn điện tử lớn sang Việt Nam.

Như vậy có thể nói, khả năng tăng trưởng sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm điện tử và linh kiện máy tính của Việt Nam trong vòng vài năm tới có nhiều triển vọng. Theo một số chuyên gia trong ngành thì khi tất cả những dự án đầu tư ở Việt Nam của các hãng điện tử lớn đi vào hoạt động, kim ngạch xuất khẩu của ngành hàng có thể đạt tới 10 tỷ USD. Nhận định này hoàn toàn có cơ sở vì chỉ riêng nhà máy đóng gói và đo kiểm chip điện tử của Tập đoàn Intel khi đi vào hoạt động mỗi năm sẽ xuất khẩu khoảng 5 tỷ USD, chưa kể đến các nhà máy của Foxconn và SAMSUNG nếu đi vào hoạt động cũng xuất khẩu hàng tỷ đô-la Mỹ/năm.

2.3. Thực trạng và xu hướng đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp điện tử

Mặc dù công nghệ có vai trò rất quan trọng đối với các doanh nghiệp điện tử nhưng việc đổi mới công nghệ, nhất là ứng dụng các công nghệ cao của doanh nghiệp điện tử Việt Nam trong thời gian vừa qua đã không theo kịp với sự phát triển nhanh

chóng của khoa học - công nghệ trong khu vực và trên thế giới. Ngoài các doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài sản xuất sản phẩm xuất khẩu như Canon, Fujitsu, Foxconn và sắp tới là Intel và SAMSUNG bắt buộc phải sử dụng các công nghệ cao và thường xuyên phải đổi mới công nghệ để bảo đảm chất lượng cho sản phẩm xuất khẩu (thường là xuất khẩu 100% đối với các loại linh kiện điện tử, máy tính), các doanh nghiệp điện tử FDI khác sản xuất sản phẩm bán ở thị trường trong nước chỉ ứng dụng những công nghệ ở mức độ vừa phải, đủ để bảo đảm chất lượng cho các sản phẩm của họ ở thị trường trong nước. Rất ít doanh nghiệp FDI thuộc loại này đầu tư công nghệ mới mà họ chỉ nâng cấp các công nghệ hiện có, hoặc đưa vào các công nghệ đã sử dụng ở công ty mẹ hoặc cơ sở sản xuất ở nơi khác. Việc quản lý công nghệ của các doanh nghiệp FDI cũng rất chặt chẽ và hiệu quả. Họ chỉ đưa vào những công nghệ thật cần thiết cho sản xuất, đã được kiểm nghiệm và khai thác triệt để lợi thế của các công nghệ đó.

Đối với các doanh nghiệp điện tử Việt Nam, mặc dù nhận thức được tầm quan trọng của việc đổi mới công nghệ đối với sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp trong quá trình hội nhập nhưng phần lớn các doanh nghiệp điện tử Việt Nam là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, khả năng tài chính hạn chế nên việc đầu tư đổi mới công nghệ gặp nhiều trở ngại. Ngoài lý do về nguồn lực tài chính, một số chính sách về khoa học - công nghệ chưa hợp lý và sự đầu tư chưa thích đáng của Nhà nước cũng cản trở các doanh nghiệp điện tử Việt Nam đổi mới công nghệ và ứng dụng các công nghệ cao. Tuy vậy, trong quá trình hội nhập và phát triển một số doanh nghiệp điện tử hàng đầu của Việt Nam cũng đã tự thân vận động, mạnh dạn đổi mới công nghệ sản xuất để nâng cao chất lượng, hạ giá thành sản phẩm, tăng tính cạnh tranh của doanh nghiệp ở thị trường trong nước và khu vực. Công ty Điện tử Bình Hoà Thành phố Hồ Chí Minh đã đầu

tư công nghệ lắp ráp mặt phẳng (SMT), một công nghệ lắp ráp tiên tiến nhất hiện nay để sản xuất các cụm linh kiện điện tử xuất khẩu. Đội ngũ kỹ sư, công nhân lành nghề của Công ty không những làm chủ được công nghệ tiên tiến này mà còn cải tiến máy móc để có năng suất cao hơn, chế tạo được một số thiết bị kiểm tra và còn viết được cả phần mềm mỗi khi làm sản phẩm mới thay vì sử dụng phần mềm nước ngoài hoặc mời chuyên gia như trước đây. Công ty sản xuất máy tính CMS đổi mới dây chuyền lắp ráp máy tính, nâng cấp trang thiết bị kiểm tra chất lượng máy tính nên sản phẩm của Công ty đang dẫn đầu cả về số lượng và chất lượng máy tính thương hiệu Việt và cạnh tranh ngang ngửa với các sản phẩm nước ngoài. Công ty điện tử TQT (Nha Trang) do thường xuyên đổi mới công nghệ nên đã sản xuất được các thiết bị điện tử chuyên dùng công nghệ cao như máy phát hình 10 kW, thiết bị truyền hình lưu động... chất lượng không hề thua kém các sản phẩm của nước ngoài. Tuy nhiên, số doanh nghiệp điện tử Việt Nam quan tâm đến việc đổi mới công nghệ chưa nhiều. Phần lớn các doanh nghiệp đều sử dụng dây chuyền lắp ráp cũ với trang thiết bị đo kiểm lạc hậu so với khu vực tới 10-15 năm. Việc quản lý công nghệ và đổi mới công nghệ ở các doanh nghiệp này cũng còn nhiều bất cập do năng lực tài chính hạn chế và thiếu nguồn nhân lực trình độ cao.

Theo một thống kê được công bố tại Hội nghị Quốc gia về thúc đẩy đổi mới và sáng tạo cuối năm 2007 thì, tỷ lệ đầu tư cho đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung rất thấp, chỉ vào khoảng hơn 0,2-0,3% doanh thu, trong khi đó tỷ lệ này ở các nước trong khu vực cao hơn rất nhiều như: Ấn Độ là 5%, Hàn Quốc 10%²⁶. Cũng theo thống kê này tỷ lệ đổi mới máy móc thiết bị của Việt Nam hàng năm cũng chỉ đạt mức 8-10%, trong khi tỷ lệ tương ứng tại các nước trong khu vực là 10-15%. Mặc dù được

đánh giá là ngành công nghệ cao nhưng tỷ lệ đầu tư cho đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp điện tử Việt Nam chỉ cao hơn mức 0,2-0,3% doanh thu. Ngay ở một số doanh nghiệp hàng đầu tỷ lệ này cũng chỉ trên dưới 1%. Với thực trạng này, hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp điện tử Việt Nam bị hạn chế rất nhiều. Sản phẩm sản xuất trong nước chứa nhiều hàm lượng lao động cơ bắp hơn chất xám, ít có các sản phẩm mang tính sáng tạo và giá trị gia tăng của sản phẩm thấp, chỉ khoảng 5-10%.

Sản phẩm điện tử hiện tại và trong tương lai gần sẽ là sản phẩm kỹ thuật số với xu hướng tích hợp nhiều tính năng (điện tử, công nghệ thông tin, viễn thông) trong cùng một thiết bị (xu hướng hội tụ số). Phần lớn các thiết bị sẽ là thiết bị đa chức năng và hoạt động chủ yếu trên các băng tần sóng vô tuyến (không dây). Vì vậy, các thiết bị điện tử trong tương lai gần sẽ ngày càng nhỏ gọn, nhiều chức năng nên yêu cầu các phụ tùng linh kiện phải tinh xảo, công nghệ chế tạo, lắp ráp phải rất đồng bộ, chính xác. Do đó, các doanh nghiệp điện tử Việt Nam muốn tồn tại và phát triển bắt buộc phải đổi mới công nghệ để đáp ứng được yêu cầu kỹ thuật ngày càng cao của sản phẩm. Tuy nhiên, do phần lớn doanh nghiệp trong ngành điện tử Việt Nam là doanh nghiệp vừa và nhỏ, năng lực tài chính hạn chế, nên việc đầu tư đổi mới công nghệ gặp nhiều trở ngại. Mặt khác, hoạt động chủ yếu của các doanh nghiệp điện tử Việt Nam trong thời gian tới vẫn là lắp ráp sản phẩm và sản xuất một số phụ tùng linh kiện phục vụ lắp ráp và xuất khẩu nên xu hướng đổi mới công nghệ trong thời gian tới sẽ tập trung vào 2 hướng sau đây:

- Nâng cấp các dây chuyền lắp ráp và tăng cường năng lực đo thử, kiểm tra sản phẩm: Với các sản phẩm điện tử công nghệ cao nhỏ gọn, tích hợp nhiều tính năng không thể sử dụng các dây chuyền

²⁶. <http://www.vista.gov.vn/portal/page?—pageid=33,411561&—dad=portal&—schema=PORTAL&pers—id=279907&item—id=548022&p—details=1>

lắp ráp thủ công và bán tự động có tuổi thọ 10-15 năm như hiện nay, mà phải sử dụng các dàn máy lắp ráp mặt phẳng (SMT) đời mới, hoàn toàn tự động, có tốc độ lắp ráp hàng trăm linh kiện mỗi phút. Công đoạn đo thử và kiểm tra sản phẩm cũng phải sử dụng nhiều thiết bị đo kiểm hiện đại và được tự động hoá hoàn toàn, công nhân chỉ làm nhiệm vụ vận chuyển, chuẩn bị nguyên vật liệu, linh kiện, kiểm tra sơ bộ và đóng gói sản phẩm. Có như vậy mới đáp ứng được yêu cầu kỹ thuật hết sức khắt khe của các sản phẩm điện tử đời mới và thời gian giao hàng.

- Nâng cao chất lượng sản phẩm của ngành công nghiệp sản xuất các sản phẩm hỗ trợ cho ngành điện tử: cần thiết phải đổi mới công nghệ cho ngành ép nhựa, đột dập các chi tiết kim loại, nâng cao năng lực chế tạo các loại khuôn mẫu đúc, đột dập, ép nhựa chính xác bằng công nghệ CNC (Computer Numerical Control) và năng lực xử lý bề mặt (sơn, xi mạ...) cho các chi tiết, phụ tùng cơ khí, nhựa. Có như vậy mới bảo đảm được chất lượng tốt và mẫu mã đẹp cho các sản phẩm điện tử.

thâu bên ngoài để sản xuất sản phẩm và họ chỉ tập trung vào các khâu quan trọng nhất như nghiên cứu phát triển, tiếp thị, bán hàng và các dịch vụ liên quan là các khâu có giá trị gia tăng cao trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Quá trình sản xuất được phân chia thành nhiều công đoạn, bố trí mỗi công đoạn ở các quốc gia khác nhau tùy theo yêu cầu và điều kiện cụ thể tạo thành mạng lưới sản xuất sản phẩm điện tử mang tính toàn cầu. Mạng lưới này bao gồm các nhà lắp ráp sản phẩm tầm cỡ, các nhà cung cấp linh kiện và dịch vụ sản xuất đảm nhận việc cung ứng linh kiện, vận hành các dây chuyền lắp ráp, vận chuyển và phân phối sản phẩm tạo thành một chuỗi khép kín. Các công ty, tập đoàn điện tử lớn trên thế giới sử dụng mạng lưới này để giảm chi phí sản xuất và vận chuyển. Mạng lưới này đã và đang phát triển mạnh mẽ, nhất là ở khu vực Đông Á và đã chứng minh cho các công ty điện tử hàng đầu thế giới biết khả năng sản xuất to lớn với chất lượng cao của họ. Mạng lưới này cùng với các công ty điện tử hàng đầu thế giới hình thành chuỗi giá trị (value chain) hay chuỗi cung ứng của ngành điện tử toàn cầu. Chuỗi giá trị bao gồm các hoạt động sản xuất kinh doanh như nghiên cứu phát triển sản phẩm, thiết kế mẫu mã, sản xuất, tiếp thị, phân phối và dịch vụ sau bán hàng.

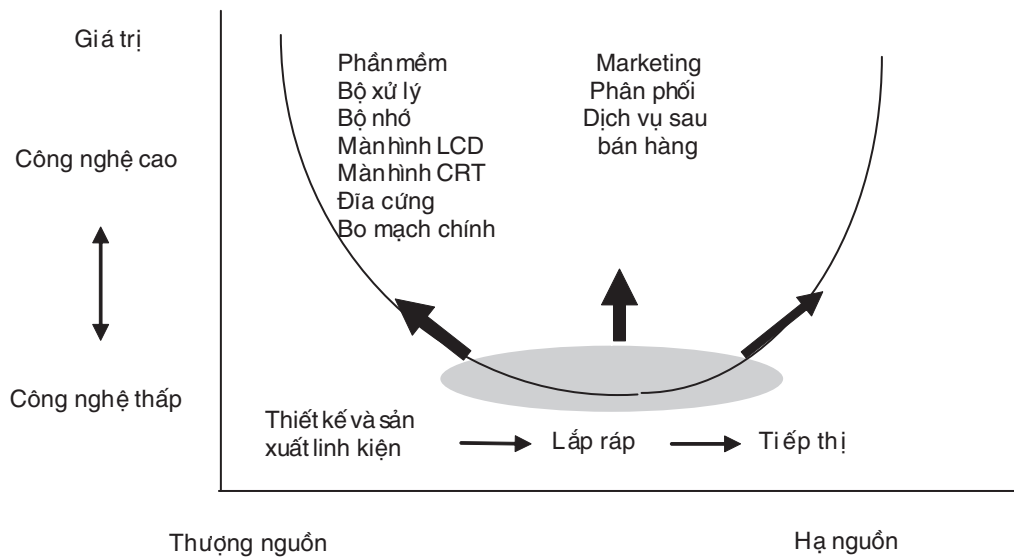
Trong quá trình hội nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới, muốn tồn tại và phát triển được thì ngành điện tử Việt Nam cũng cần phải tham gia vào chuỗi giá trị của ngành điện tử toàn cầu. Tuy nhiên để có thể tham gia được vào chuỗi giá trị của ngành điện tử thế giới cần xác định vị trí hiện tại của ngành điện tử Việt Nam trong chuỗi giá trị này. Theo Kenichi Ohno vị trí hiện tại của ngành điện tử Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu được thể hiện qua Hình 4.2.

Từ Hình 4.2 có thể thấy, ngành điện tử Việt Nam (bao gồm cả các doanh nghiệp FDI) hiện đang đứng ở vị trí thấp nhất trong chuỗi giá trị của ngành điện tử thế giới và có giá trị gia tăng rất khiêm tốn vì không chỉ các

2.4. Doanh nghiệp ngành điện tử Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu

Trong hai thập niên vừa qua, ngành điện tử thế giới đã có những thay đổi cơ bản. Với hai đặc điểm là chuyên môn hóa sâu và toàn cầu hóa rộng, ngành điện tử thế giới trong thời gian vừa qua đã có sự cơ cấu lại và chuyển đổi phương thức sản xuất. Sự thay đổi cơ bản nhất diễn ra trong ngành điện tử thế giới trong thời gian vừa qua là việc hình thành một mạng lưới sản xuất hàng điện tử mang tính toàn cầu với năng lực sản xuất tiên tiến phục vụ cho các công ty điện tử lớn đã có thương hiệu. Từ những năm 90 của thế kỷ trước, các công ty điện tử lớn trên thế giới đã từ bỏ phương thức sản xuất “tại gia” một sản phẩm điện tử từ A đến Z và chuyển đổi phương thức sản xuất sang hình thức gọi

Hình 4.2: Chuỗi giá trị ngành điện tử



doanh nghiệp Việt Nam đang dừng ở công đoạn lắp ráp và gia công sản phẩm, mà các doanh nghiệp FDI ở Việt Nam cũng đang ở công đoạn đó, nhưng với đầu tư lớn hơn và công nghệ cao hơn. Tuy nhiên, các doanh nghiệp FDI tại Việt Nam đã tham gia có hiệu quả vào chuỗi giá trị toàn cầu của ngành điện tử thông qua các công ty mẹ như Fujitsu, Canon, Intel, Foxconn... Muốn tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, các doanh nghiệp Việt Nam ngoài việc cần xác định rõ những công đoạn hoặc những sản phẩm có giá trị gia tăng cao mà họ có khả năng làm tốt để có chỗ đứng trên thị trường, còn phải đẩy mạnh việc đổi mới công nghệ và tăng cường mối liên kết giữa các doanh nghiệp theo những mô hình phù hợp đó, nâng cao năng lực cạnh tranh. Những hình thức liên kết sau đây cần được đẩy mạnh:

- Liên kết giữa các doanh nghiệp điện tử Việt Nam với nhau (liên kết theo chiều dọc) để tăng cường sức mạnh về công nghệ, tài chính, nhân lực.
- Liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước và các doanh nghiệp FDI để sản xuất và cung cấp phụ tùng linh kiện cho các doanh nghiệp FDI này, đặc biệt là

doanh nghiệp FDI của các tập đoàn đa quốc gia và xuyên quốc gia để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam chen chân được vào hệ thống sản xuất của các tập đoàn này. Việc liên kết giữa các nhà cung cấp linh kiện trong nước với các doanh nghiệp lắp ráp FDI đang hoạt động tại Việt Nam sẽ giúp các nhà sản xuất phụ tùng linh kiện trong nước nâng cao chất lượng sản phẩm và có đầu ra ổn định cho sản phẩm.

- Liên kết giữa các doanh nghiệp trong nước và các tập đoàn đa quốc gia (MNC) và xuyên quốc gia (TNC) để lắp ráp gia công sản phẩm, sản xuất phụ tùng linh kiện cho các tập đoàn này (liên kết theo chiều ngang) và xuất khẩu ra thị trường khu vực và thế giới, nhất là trong bối cảnh các doanh nghiệp FDI đang đóng vai trò quan trọng trong ngành điện tử Việt Nam (như đã nói ở trên họ chiếm tới hơn 90% kim ngạch xuất khẩu của ngành hàng và 80% thị phần thị trường nội địa).
- Liên kết giữa các doanh nghiệp sản xuất và phân phối trong nước, giữa các doanh nghiệp trong nước và nước

ngoài (liên kết chéo). Hình thức này rất phát triển ở các nước trong khu vực và đã bắt đầu mạnh mẽ ở Việt Nam với sự xuất hiện của tập đoàn ST Electronics (EU). Sự xuất hiện của tập đoàn ST ở Việt Nam đang mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp điện tử Việt Nam. ST Electronics rất mạnh trong lĩnh vực marketing, từ việc tìm hiểu nhu cầu thực tế của thị trường, đến tìm kiếm đối tác sản xuất các sản phẩm mà họ sẽ cung cấp cho thị trường. ST và những tập đoàn tương tự chính là cầu nối không chỉ giữa các nhà sản xuất nội địa với các nhà sản xuất nước ngoài mà còn giữa các nhà sản xuất nội địa với thị trường. Tuy nhiên, yêu cầu đặt ra của họ là rất cao như: hàm lượng sản phẩm, năng lực sản xuất và năng lực đảm bảo các điều kiện hợp đồng. Điều này buộc các doanh nghiệp điện tử trong nước phải nhận thức sâu sắc sức mạnh của sự phối hợp chuyên nghiệp trong quá trình sản xuất, trong khi phần lớn các doanh nghiệp điện tử Việt Nam có quy mô nhỏ, công nghệ thấp, nhân lực phần lớn chưa đáp ứng yêu cầu của công nghệ, năng lực tài chính và trình độ quản lý hạn chế.

Thực tiễn cạnh tranh và yêu cầu tham gia vào quá trình phân công lao động quốc tế, trở thành bộ phận của chuỗi giá trị toàn cầu sẽ buộc các doanh nghiệp phải mở rộng và tăng cường các quan hệ hợp tác, gắn kết kinh tế ngày càng sâu, rộng, chặt chẽ và toàn diện hơn. Các mối liên kết sẽ nâng cao khả năng cạnh tranh trong nội bộ ngành, sử dụng lợi thế cạnh tranh của khu vực, khai thác chuỗi giá trị để tạo nên sản phẩm mang tính cạnh tranh cao và chính những sản phẩm này sẽ giúp doanh nghiệp đứng vững trên thị trường và tạo tiền đề để doanh nghiệp tham gia vào chuỗi giá trị.

2.5. Những khó khăn đối với doanh nghiệp điện tử trong việc đổi mới công nghệ

Việc đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp điện tử Việt Nam thời gian vừa qua diễn ra rất chậm, không theo kịp với những đổi mới công nghệ của ngành điện tử trong khu vực và trên thế giới và bị tụt lại khá xa so với ngay các nước ASEAN vì những lý do sau đây:

- Ngành điện tử là một ngành công nghệ cao có tốc độ thay đổi công nghệ rất nhanh, chu kỳ sản phẩm ngắn mà các doanh nghiệp điện tử Việt Nam phần lớn là doanh nghiệp vừa và nhỏ, khả năng tài chính hạn chế nên nguồn vốn đầu tư cho phát triển và đổi mới công nghệ của doanh nghiệp rất hạn hẹp.
- Công nghệ và trang thiết bị sản xuất của các doanh nghiệp điện tử Việt Nam lạc hậu khoảng 10-15 năm so với các nước trong khu vực và trên thế giới, tỷ lệ đầu tư cho đổi mới công nghệ cũng rất thấp, chỉ ở mức chưa tới 1%. Ngoài ra, việc thiếu các phòng kiểm chuẩn, các trang thiết bị thí nghiệm, đo lường chính xác cũng ảnh hưởng rất lớn đến việc đổi mới công nghệ ở các doanh nghiệp.
- Lực lượng lao động trong ngành điện tử Việt Nam tuy được đánh giá cao về khả năng, mức độ tiếp thu công nghệ mới, nhưng lại rất thiếu các nhà khoa học đầu ngành, các kỹ sư công nghệ, kỹ sư nghiên cứu thiết kế và phát triển sản phẩm là những người có khả năng tạo ra những công nghệ mới, sản phẩm mới có giá trị gia tăng cao.
- Trình độ quản lý công nghệ của các doanh nghiệp điện tử còn thấp, năng lực sản xuất hạn chế, năng lực thiết kế và chế tác của các doanh nghiệp trong nước chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển.
- Các doanh nghiệp điện tử Việt Nam thiếu thông tin về thị trường công nghệ điện tử

của thế giới, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ ít có khả năng tiếp cận và cập nhật với công nghệ và tiêu chuẩn sản phẩm điện tử của thế giới.

2.6. Một số kiến nghị nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nâng cao năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm để có thể tham gia vào chuỗi giá trị

Đối với Chính phủ:

- Chính phủ có chính sách ưu đãi để thu hút các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư và chuyển giao công nghệ vào các lĩnh vực sản xuất các sản phẩm công nghệ cao, tiếp tục cải thiện môi trường kinh doanh, cải cách hành chính, hoàn thiện các hành lang pháp luật để thu hút nhiều vốn đầu tư nước ngoài vào việc đổi mới công nghệ cho ngành điện tử Việt Nam.
- Nhà nước cần đầu tư có trọng điểm cho các công nghệ chiến lược bằng cách thành lập các quỹ hỗ trợ phát triển công nghệ của Chính phủ trên cơ sở tăng ngân sách cho nghiên cứu khoa học công nghệ, cung cấp tín dụng và bảo lãnh tín dụng cho việc ứng dụng công nghệ mới. Các quỹ này phải được chuyển trực tiếp đến các viện nghiên cứu chủ chốt, các chương trình nghiên cứu của các trường đại học hàng đầu để khuyến khích phát triển các công nghệ tiên tiến và phổ biến kết quả nghiên cứu các công nghệ này nhằm thúc đẩy sự phát triển của ngành điện tử.
- Các cơ quan quản lý nhà nước cần xác định những công đoạn sản xuất trọng điểm trong chuỗi giá trị toàn cầu để tập trung đầu tư, chỉ đạo phương hướng phát triển cho ngành điện tử phù hợp với tình hình sản xuất của ngành hàng trong khu vực và trên thế giới.

- Có chiến lược phát triển công nghệ riêng cho từng loại sản phẩm, linh kiện, phụ kiện cho từng giai đoạn.
- Nhà nước cần chấn chỉnh và đổi mới hệ thống đào tạo nguồn nhân lực từ bậc đại học cho đến các trường dạy nghề nhằm bảo đảm nguồn nhân lực chất lượng cao cho ngành điện tử để phát triển và đổi mới công nghệ.

Đối với doanh nghiệp:

- Với đặc điểm chuyên môn hoá cao của công nghiệp điện tử, các doanh nghiệp Việt Nam chỉ nên chọn một chuyên ngành, tập trung vào một lĩnh vực sản xuất loại sản phẩm mà mình có thế mạnh nhằm tạo ra sản phẩm có sức cạnh tranh cao để có thể tham gia vào hệ thống sản xuất khu vực.
- Các doanh nghiệp Việt Nam tập trung đầu tư theo chiều sâu thay vì đầu tư dàn trải theo chiều rộng như trong thời gian vừa qua và chủ động tìm kiếm đối tác trong khu vực, nhất là ở các nước có công nghiệp điện tử phát triển để chào mời họ hợp tác sản xuất, đầu tư, chuyển giao công nghệ.
- Các doanh nghiệp cần phải dành một tỷ lệ doanh thu nhất định, ít nhất là 3-5% cho việc đổi mới công nghệ.

3. Đổi mới và ứng dụng công nghệ trong các doanh nghiệp ngành ngân hàng²⁷

3.1. Tình hình phát triển ngành ngân hàng năm 2009

Hiệu quả hoạt động của nền kinh tế là kết cấu hạ tầng cho hoạt động ngân hàng. Năm 2009, kinh tế suy giảm, lạm phát tăng cao,

27. Phần này được biên soạn bởi TS. Dương Thu Hương.

hệ thống ngân hàng chịu tác động không nhỏ, trước hết nhu cầu vốn của xã hội không cao dẫn đến nhu cầu tín dụng bị hạn chế. Vì vậy, tín dụng tăng trong năm 2009 chỉ đạt mức 37,73% thấp xa so với năm 2008 (54%). Tín dụng không tăng được, doanh nghiệp khó khăn trong việc tìm kiếm thị trường sẽ dẫn đến dịch vụ thanh toán cũng không tăng trưởng được. Mặt khác, do lạm phát trong năm 2009 tăng với tốc độ cao và liên tục, nên để kiểm soát lạm phát Ngân hàng Nhà nước thực hiện chính sách tiền tệ thắt chặt: nâng cao tỷ lệ dự trữ bắt buộc lên trên 10%; bắt buộc các ngân hàng thương mại phải mua tín phiếu Ngân hàng Nhà nước với khối lượng lớn để rút bớt tiền tệ từ lưu thông về; người gửi tiền lo lắng, muốn bảo vệ tài sản đã chuyển hướng từ gửi tài khoản tiền Việt Nam sang đầu tư vào ngoại tệ và vàng... Những tình huống đó xảy ra cùng một lúc buộc các ngân hàng phải tăng lãi suất để thu hút tiền gửi nhằm duy trì khả năng thanh khoản. Sau cuộc đua tranh này, các ngân hàng thương mại bước sang năm 2009 với một trạng thái “mệt mỏi” và phải tiếp tục gánh chịu lãi suất đầu vào cao tới 19% cho tới tháng 9-2009 mới kết thúc.

Để giải quyết tình trạng suy giảm kinh tế, kiềm chế lạm phát, ngay từ đầu năm 2009, Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước đã có phản ứng chính sách kịp thời, nhanh chóng, quyết liệt và dứt khoát để giải quyết những vấn đề kinh tế phát sinh từ khủng hoảng. Các chính sách đó là:

- Chuyển ngay từ chính sách tiền tệ thắt chặt sang chính sách tiền tệ nới lỏng; hạ ngay lãi suất cơ bản từ 14% từ ngày 01-09-2008 xuống dần dần để đến tháng 1-2009 chỉ còn 7% và kéo dài mức này trong 10 tháng của năm 2009. Tuy nhiên bên cạnh mặt tích cực đó, hệ thống ngân hàng cũng phải chịu những tác động không tích cực từ chương trình hỗ trợ lãi suất - mà biểu hiện rõ nhất là thị trường tiền tệ bị méo mó, không ổn định, mất cân bằng, nhất là Thị trường ngoại hối.

Do được hỗ trợ lãi suất, các doanh nghiệp có ngoại tệ không cần bán ra để có tiền Việt Nam phục vụ cho chu kỳ sản xuất mới mà vẫn được hỗ trợ lãi suất khi vay tiền Việt Nam. Việc các doanh nghiệp này găm ngoại tệ lại, không bán ra đã làm cho cung cầu ngoại tệ trên thị trường căng thẳng với một lượng ngoại tệ nằm trên tài khoản của các doanh nghiệp khoảng trên 10 tỷ USD, trong khi đó ngân hàng không mua được ngoại tệ và đã không có nguồn để bán cho nhu cầu nhập khẩu. Để có ngoại tệ nhập khẩu, các doanh nghiệp phải mua trên thị trường tự do. Tỷ giá do vậy biến động theo xu hướng xấu từng ngày. Để giữ ổn định tỷ giá, Ngân hàng Nhà nước đã phải can thiệp bằng cách nâng dần tỷ giá ngoại tệ.

- Chính phủ tuyên bố các gói kích thích kinh tế có giá trị khoảng 10% GDP; trong đó gói hỗ trợ lãi suất 4% là 1 tỷ USD. Chương trình hỗ trợ lãi suất của Nhà nước có lợi đối với doanh nghiệp và ngân hàng. Đối với ngân hàng, mặt lợi thể hiện ở chỗ: doanh nghiệp được hỗ trợ lãi suất sẽ thoát ra khỏi suy thoái hoặc bị đe dọa phá sản, hoạt động sản xuất - kinh doanh bình thường nên còn duy trì nhu cầu vay vốn ngân hàng - và vì thế, doanh nghiệp hoạt động bình thường thì ngân hàng cũng sẽ hoạt động bình thường.

Trong lúc chính sách thay đổi quá nhanh chóng, đặc biệt là chính sách hạ lãi suất cơ bản và hỗ trợ lãi suất thì hệ thống ngân hàng còn phải mang trong mình những hệ quả của năm 2008 như: giá vốn tăng quá cao từ 19-20% và đến năm 2009, do lãi suất cơ bản hạ nên lãi suất đầu ra của hệ thống ngân hàng phải hạ thấp theo ngay (trần lãi suất cơ bản chỉ còn 10,5%). Điều đó ảnh hưởng rất lớn đến việc bù đắp chi phí, trích lập dự phòng rủi ro và hiệu quả kinh doanh của ngân hàng. Mọi lợi nhuận có được là do hệ thống ngân hàng đã cố gắng phát triển dịch vụ; và các hoạt động kinh doanh khác ngoài tín dụng.

Bên cạnh đó, hệ thống ngân hàng phải đối mặt với những khó khăn, thách thức khác như: cuối năm 2009 thị trường chứng khoán và thị trường bất động sản phục hồi và có phần “sốt” với bất động sản. Hai kênh đầu tư này có hiệu quả nhiều hơn so với việc gửi tiền tại ngân hàng (vì lãi suất trần 10,5% đứng quá lâu nên lãi suất huy động không thể cao hơn 10,5%), nên hệ thống ngân hàng huy động vốn tiền Việt Nam rất khó khăn. Các ngân hàng đã cố gắng đưa lãi suất huy động lên cao - có ngân hàng đưa lên đến 10% gôn sát trần, nhưng vốn huy động không nhiều như mong muốn. Chúng ta có thể thấy, tốc độ tăng về huy động vốn giảm dần qua các tháng (xem Bảng 4.2).

Bảng 4.2: Tốc độ tăng về huy động vốn của các ngân hàng năm 2009

| Tháng | Tốc độ tăng so với tháng trước (%) |
|--------|------------------------------------|
| 5-2009 | + 4,17 |
| 6-2009 | + 3,58 |
| 7-2009 | + 1,95 |
| 8-2009 | + 0,65 |
| 9-2009 | + 1,84 |

Nguồn: Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam.

Thị trường tiền tệ năm 2009 không còn nóng lạnh bất thường như năm 2008 và khá bình ổn cho đến tháng 10-2009. Song những tác động trái chiều của các gói kích thích kinh tế, hỗ trợ lãi suất đã để lại cho năm 2009 những khả năng, tiềm ẩn của sự bất ổn: tính ổn định của thị trường tiền tệ không chắc chắn. Những cơn nóng lạnh của tỷ giá, giá vàng từ tháng 9-2009 mà đỉnh cao là ngày 11-11-2009 là một minh chứng biểu hiện tiêu cực của thị trường vàng và ngoại tệ khi các chính sách kinh tế vĩ mô còn tạo kẽ hở cho đầu cơ lũng đoạn thị trường; nguy cơ và tiềm ẩn lạm phát vẫn còn. Hoạt động của hệ

thống ngân hàng thương mại chưa trở về được trạng thái bình thường.

Như vậy, tình hình kinh tế đã tác động rất lớn đến hoạt động của hệ thống ngân hàng trong năm 2009, nhưng các ngân hàng vẫn không ngừng phát triển và mở rộng quy mô. Về năng lực tài chính và quy mô mạng lưới, năm 1994 vốn điều lệ của ngân hàng thương mại lớn nhất là 400 tỷ VNĐ, của ngân hàng thương mại nhỏ nhất là 300 triệu VNĐ, thì đến năm 2009, vốn điều lệ của hệ thống ngân hàng đã tăng 31 lần. Trong đó có 40% số ngân hàng thương mại có vốn điều lệ từ 5.000 tỷ VNĐ trở lên; 18 ngân hàng thương mại cổ phần có vốn điều lệ từ 2.000 tỷ VNĐ đến dưới 5.000 tỷ VNĐ; số còn lại có vốn điều lệ đạt 1.000 tỷ VNĐ và kế hoạch đến năm 2010 sẽ đạt vốn điều lệ ở mức tối thiểu là 3.000 tỷ VNĐ. Tổng tài sản của hệ thống ngân hàng đã tăng vượt bậc, năm 1994 tổng tài sản của toàn hệ thống là 57.645 nghìn tỷ VNĐ thì đến 30-6-2008 là 1.975.803 nghìn tỷ VNĐ và đến 30-6-2009 là 2.536.617 nghìn tỷ VNĐ, tăng 44 lần. Quy mô mạng lưới chi nhánh hoạt động ngày càng lớn mạnh, ngân hàng thương mại nhà nước có quy mô tăng gấp ba lần; mạng lưới của các ngân hàng thương mại cổ phần tăng với tốc độ lớn hơn. Về độ sâu, hoạt động của thị trường đã có mức phát triển khá, tỷ lệ huy động vốn của hệ thống tổ chức tín dụng/GDP năm 1992 là 15% thì năm 2009 là 114%. Tỷ lệ tín dụng/GDP năm 1992 là 13,7%, đến năm 2009 đã tăng lên 105%. Vốn tín dụng của hệ thống ngân hàng thương mại đã góp phần tăng trưởng kinh tế và giảm đà suy giảm trong năm 2009, tại thời điểm 30-9-2009 - tổng dư nợ cho vay nền kinh tế là 1.601.102 nghìn tỷ VNĐ tương đương 90 tỷ USD.

Những sóng gió bất ổn về kinh tế của năm qua đi, hệ thống ngân hàng Việt Nam vẫn hoạt động khá vững, thậm chí có ngân hàng còn vượt qua một cách ngoạn mục, để dành những kết quả kinh doanh ấn tượng như VCB, Vietinbank, Agribank, BIDV, ACB, MB,

Sacombank, Techcombank... Các ngân hàng có quy mô nhỏ hơn cũng vững vàng vượt qua khó khăn, đảm bảo lợi nhuận và tăng được vốn điều lệ trong hoàn cảnh khủng hoảng đó.

3.2. Thực trạng đổi mới dịch vụ sản phẩm và ứng dụng công nghệ trong các doanh nghiệp ngành ngân hàng

Hơn hai mươi năm qua, hệ thống ngân hàng Việt Nam đã có những cải thiện đáng kể về năng lực thể chế, tài chính, hoạt động, quản trị điều hành, cơ cấu tổ chức và mạng lưới kênh phân phối, đặc biệt là việc đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ ngân hàng dựa trên nền tảng công nghệ thông tin. Nỗ lực đổi mới của các ngân hàng được thể hiện trên các phương diện sau:

Đổi mới sản phẩm, dịch vụ, hầu hết các ngân hàng thương mại đều kinh doanh đa năng, các chủng loại dịch vụ được đa dạng hơn và có chất lượng cao hơn, đặc biệt là các sản phẩm ngân hàng bán lẻ. Nhiều sản phẩm, dịch vụ ngân hàng mới ra đời như mua bán ngoại tệ có kỳ hạn, hoán đổi tiền tệ và lãi suất, hợp đồng quyền chọn. Một số ngân hàng đã phát triển được các dịch vụ thẻ, dịch vụ ngân hàng tại nhà, dịch vụ ngân hàng qua internet banking, dịch vụ ngân hàng qua điện thoại... Các ngân hàng thương mại trong nước đều rất nỗ lực đổi mới và góp phần tạo dựng một hệ thống thanh toán liên ngân hàng, kết nối 54 tổ chức tín dụng, mỗi ngày thực hiện khoảng 10.000-14.000 giao dịch.

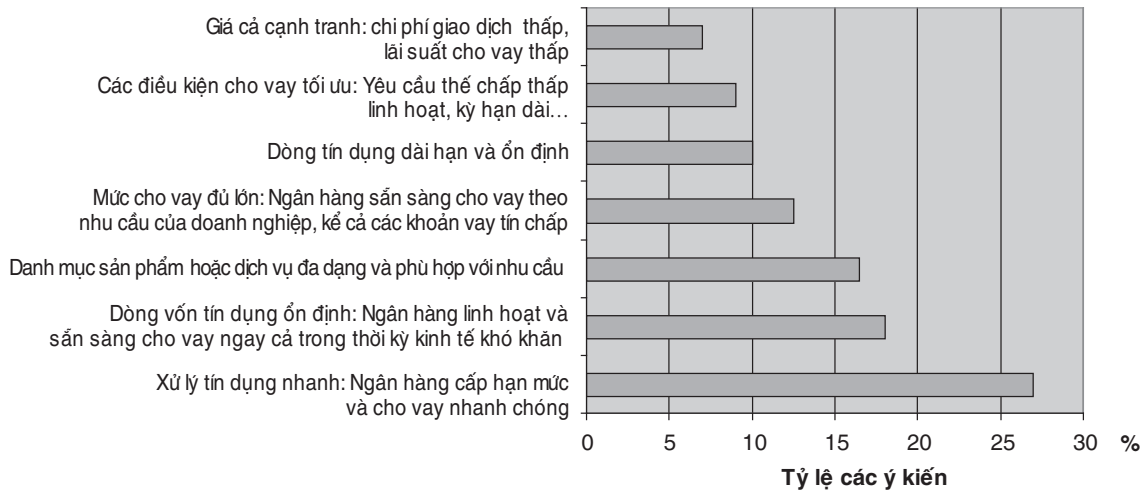
Hệ thống ngân hàng Việt Nam năm 2009 đã có tiến bộ vượt bậc so với những năm đầu đổi mới. Năng lực cạnh tranh đã được cải thiện hơn nhiều. Có nhiều ngân hàng có năng lực cạnh tranh tương đương với các ngân hàng trong khu vực. Trong hệ thống ngân hàng Việt Nam nổi lên những thương hiệu lớn, kinh doanh có hiệu quả như: VCB, Vietinbank, BIDV, Agribank, ACB,

Techcombank, MB, Sacombank, Habubank, HD bank, VIP...

Đa dạng hóa sản phẩm và đổi mới dịch vụ ngân hàng đang là một trong những yêu cầu quan trọng để nâng cao sức cạnh tranh cho các doanh nghiệp ngân hàng hiện nay. Số lượng sản phẩm dịch vụ của hệ thống ngân hàng không ngừng phát triển trên cơ sở phát triển có hiệu quả về chất lượng hoạt động. Nếu trước kia, hệ thống ngân hàng Việt Nam chỉ hoạt động duy nhất ba sản phẩm dịch vụ truyền thống là huy động vốn; cho vay tín dụng; thanh toán, thì nay có khoảng 300 sản phẩm dịch vụ được các ngân hàng Việt Nam áp dụng, chẳng hạn như: ATM, home banking, E-banking, các loại thẻ thanh toán, tín dụng, v.v.. Số lượng sản phẩm dịch vụ tăng lên, thể hiện sự tăng trưởng về khả năng cạnh tranh của hệ thống ngân hàng.

Tuy nhiên, kết quả điều tra của Viện Phát triển Doanh nghiệp - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tại 109 doanh nghiệp Việt Nam năm 2009 cho thấy, việc đổi mới, nâng cao chất lượng dịch vụ là một trong những yếu tố quan trọng giúp nâng cao năng lực cạnh tranh của ngân hàng, chẳng hạn việc **“Xử lý tín dụng nhanh”** được coi là yếu tố quan trọng nhất để doanh nghiệp lựa chọn ngân hàng chính. Thực vậy, đối với doanh nghiệp, nắm bắt cơ hội kinh doanh là rất quan trọng. Yếu tố thứ hai không kém phần quan trọng đối với ngân hàng trong việc thu hút khách hàng doanh nghiệp đó là **“Dòng vốn tín dụng ổn định: Ngân hàng linh hoạt và sẵn sàng cho vay ngay cả trong thời kỳ kinh tế khó khăn”**. Tiếp theo, yếu tố **“Danh mục sản phẩm hoặc dịch vụ đa dạng và phù hợp với nhu cầu”** được coi là một trong 3 yếu tố quan trọng nhất để doanh nghiệp lựa chọn là ngân hàng chính của mình (xem Hình 4.3). Rất tiếc rằng, mức độ đáp ứng yêu cầu này của các ngân hàng chỉ ở mức độ trung bình. Có rất ít doanh nghiệp hài lòng với sự đa dạng về dịch vụ và sản phẩm của các ngân hàng Việt Nam.

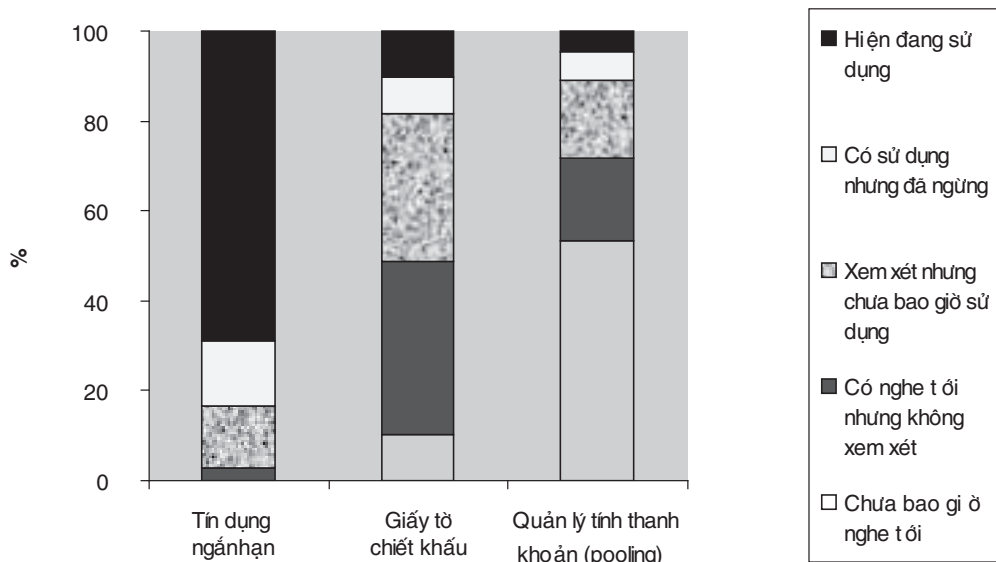
Hình 4.3: Tầm quan trọng của các yếu tố đối với doanh nghiệp khi lựa chọn ngân hàng chính



Sự nghèo nàn trong sản phẩm dịch vụ của ngân hàng được thể hiện qua hiểu biết của các doanh nghiệp đối với một số dịch vụ hay sản phẩm khác. Hình 4.4 so sánh sự hiểu biết của các doanh nghiệp đối với một số sản phẩm hoặc dịch vụ của ngân hàng qua cuộc điều tra doanh nghiệp của VCCI. Trong khi tín dụng ngắn hạn cũng như dài hạn được hầu hết các doanh nghiệp biết đến như là dịch vụ chính của ngân hàng thì các dịch vụ khác doanh nghiệp mới được làm quen, đa phần là có nghe đến nhưng chưa sử dụng. Vấn đề không chỉ là ở tiếp thị, mà cũng có

thể, các dịch vụ mới này vẫn còn kém phát triển ở Việt Nam. Chẳng hạn như đối với dịch vụ “Quản lý tính thanh khoản”, mới chỉ có trên 40% số doanh nghiệp được hỏi biết tới, chưa nói đến việc số doanh nghiệp hiện đang sử dụng dịch vụ này mới đếm trên đầu ngón tay. Vấn đề bảo đảm tính thanh khoản là một vấn đề rất quan trọng như đã được đề cập ở Phần II Báo cáo này. Việc các ngân hàng có tận dụng cơ hội để mở rộng dịch vụ này trong tương lai hay không phụ thuộc rất nhiều vào năng lực của ngân hàng trong việc nắm bắt các cơ hội.

Hình 4.4: Hiểu biết và sử dụng dịch vụ của các doanh nghiệp đối với một số sản phẩm hay dịch vụ của ngân hàng



Đổi mới công nghệ và quy trình, công nghệ ngân hàng được áp dụng trong hệ thống ngân hàng đã có bước tiến vượt bậc. Nếu như trong những năm đầu đổi mới, các ngân hàng thương mại hoạt động chủ yếu là tín dụng và làm dịch vụ thanh toán với công nghệ thủ công - hạch toán phân tán; quản trị điều hành và quản trị rủi ro phân tán, lạc hậu; sau 20 năm phát triển, công nghệ ngân hàng đã có bước tiến vượt bậc: hầu hết các ngân hàng đã được trang bị máy móc, thiết bị hiện đại và áp dụng hệ thống công nghệ ngân hàng lõi (Corbanking), từ đó giúp các ngân hàng phát triển nhiều sản phẩm mới dựa trên nền công nghệ cao:

- Chuyển từ hạch toán phân tán sang hạch toán xử lý tập trung giúp cho ngân hàng quản trị tốt hơn và điều hành nhanh chóng, kịp thời trong toàn hệ thống.
- Thực hiện online trực tuyến, giao dịch hệ thống, áp dụng các modul nghiệp vụ giúp cho việc thực hiện các sản phẩm dịch vụ phong phú và đa dạng, tốc độ phục vụ nhanh hơn, tốt hơn. Chẳng hạn hiện nay, Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam đã chính thức giới thiệu dịch vụ VCB money - dịch vụ thanh toán qua mạng. Được xây dựng dựa trên công nghệ thanh toán hiện đại nhất tại Việt Nam, chương trình thanh toán điện tử VCB-MONEY của Ngân hàng Thương mại cổ phần Ngoại thương Việt Nam (Vietcombank) cung cấp cho khách hàng những tiện ích vượt trội so với các dịch vụ thanh toán khác. Mục tiêu của chương trình là giúp các tổ chức kinh tế và tổ chức tín dụng có quan hệ tài khoản và thanh toán với Vietcombank có được dịch vụ thanh toán tốt nhất, tiết kiệm thời gian, công sức và chi phí, tăng cường hiệu quả hoạt động và hiệu quả sản xuất kinh doanh. Hiện nay, hệ thống VCB-MONEY cung cấp cho khách hàng 2 nhóm dịch vụ, đó là: (1) Nhóm dịch vụ truy vấn thông tin, bao gồm các thông tin về tài khoản như truy vấn số dư tài khoản, truy vấn và in sổ phụ tài khoản,

truy vấn và in sao kê hoạt động tài khoản theo giai đoạn; thông tin về giá cả gồm truy vấn thông tin về tỷ giá hối đoái, biểu phí, lãi suất; (2) Nhóm dịch vụ thanh toán, gồm dịch vụ chuyển tiền và trả lương nhân viên, dịch vụ mua bán ngoại tệ. Với các dịch vụ này, khách hàng có thể truy vấn và nắm bắt mọi thông tin mình quan tâm bất kỳ lúc nào mà không phải thông qua ngân hàng.

- Đưa vào sử dụng hệ thống ATM, áp dụng các dịch vụ liên quan đến thẻ, qua dịch vụ thẻ có thể làm nhiều dịch vụ và kết nối thanh toán với nhiều khách hàng, nhiều ngân hàng trong nước và quốc tế.
- Cơ chế nghiệp vụ của hệ thống ngân hàng thương mại, công ty tài chính ngày càng được hoàn thiện, bài bản. Cơ chế trích lập dự phòng rủi ro ngày càng được hoàn thiện, một yếu tố quan trọng giúp cho hệ thống tổ chức tín dụng hoạt động an toàn, lành mạnh tiến tới theo thông lệ quốc tế về quản trị rủi ro.
- Hệ thống ngân hàng thương mại và công ty tài chính có một đội ngũ cán bộ lãnh đạo và nhân viên được đào tạo bài bản, năng động và sáng tạo thích nghi với cơ chế thị trường.

Sự lớn mạnh và phát triển không ngừng của hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam, một mặt là nền tảng để phát triển bền vững, mặt khác có đủ lực để phục vụ cho sự phát triển của nền kinh tế, góp phần thực hiện có hiệu quả các chính sách ổn định kinh tế vĩ mô của Nhà nước.

Tuy nhiên, xét trên phương diện tổng thể, so với các ngân hàng nước ngoài, công nghệ thông tin và tin học ngân hàng đang được ứng dụng tại ngân hàng thương mại trong nước vẫn còn một khoảng cách khá lớn. Hệ thống thông tin quản lý còn bất cập, hệ thống ứng dụng triển khai các dịch vụ mới còn hạn chế hoặc đang trong thời gian nghiên cứu thử nghiệm.

3.3. Những thuận lợi và khó khăn của doanh nghiệp ngân hàng trong việc đổi mới

3.3.1. Những thuận lợi

Cơ sở pháp lý ngày một hoàn thiện

Với việc áp dụng Quyết định số 44/QĐ-TTg ngày 21-3-2002 của Thủ tướng Chính phủ về việc cho phép sử dụng chứng từ điện tử trong hoạt động thanh toán điện tử của các tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán, ngân hàng là một trong những đơn vị đầu tiên sử dụng chứng từ điện tử và chữ ký điện tử trong hoạt động thanh toán; mở rộng phạm vi áp dụng cho tất cả các đối tượng là tổ chức cung ứng dịch vụ thanh toán; xác định rõ trách nhiệm và quyền hạn của người lập chứng từ điện tử và quản lý chữ ký điện tử. Nhiều văn bản pháp lý liên quan được ban hành đã cho phép ngân hàng triển khai ứng dụng những dịch vụ thanh toán mới, tiên tiến, tạo thuận lợi cho quá trình từng bước đưa công nghệ mới, tiên tiến theo hướng chuẩn hóa, tự động hoá vào ứng dụng trong các hoạt động ngân hàng.

Hội nhập quốc tế và sự bùng nổ internet

Hội nhập quốc tế đã tạo điều kiện cho các ngân hàng tiếp cận nhanh với nhiều công nghệ mới được ứng dụng trong hệ thống ngân hàng. Đặc biệt, việc phổ biến rộng rãi dịch vụ internet đã giúp cho ngân hàng phát triển được các sản phẩm hay dịch vụ mới thuận tiện cho khách hàng, doanh nghiệp cũng như cá nhân. Nhờ đó E-banking đã trở nên không còn xa lạ đối với người Việt Nam.

3.3.2. Những khó khăn đối với các doanh nghiệp ngân hàng trong việc đổi mới và ứng dụng công nghệ

Mặc dù thời gian gần đây nhiều ngân hàng thương mại đã tích cực triển khai các dự án

hiện đại hoá ngân hàng để đẩy mạnh phát triển dịch vụ ngân hàng theo hướng đa dạng hóa, hiện đại hóa song hoạt động này vẫn còn nhiều hạn chế do các nguyên nhân sau:

- Việc triển khai ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại để đưa dịch vụ mới vào khai thác trước hết phải chuẩn bị đội ngũ nhân lực có trình độ về ngoại ngữ, công nghệ thông tin, có chuyên môn về dịch vụ. Đội ngũ nhân lực công nghệ thông tin tuy không ngừng được tăng cường nhưng hiện tại vẫn thiếu về số lượng, yếu về chất lượng. Việc tăng cường đội ngũ nhân lực này đặc biệt đối với ngân hàng thương mại nhà nước có nhiều khó khăn do tồn tại của nhiều năm trước và cơ chế tài chính nhà nước ràng buộc.
- Hoạt động của ngân hàng thương mại trên nguyên tắc kinh doanh phải có lợi nhuận nhưng hiện nay các dịch vụ ngân hàng gắn liền với các ứng dụng công nghệ tin học hiện đại còn rất hạn hẹp thị trường bởi khách hàng trong nước chưa có thói quen sử dụng. Điều này một mặt đang đòi hỏi các ngân hàng phải đi trước, tích cực đầu tư công nghệ, phát triển các sản phẩm dịch vụ, đẩy mạnh công tác tiếp thị, song mặt khác cũng phải tìm cách cân đối các nguồn thu từ dịch vụ khác để bù lỗ chéo.
- Việc triển khai công nghệ tin học, viễn thông đòi hỏi phải có vốn đầu tư lớn, trong khi vốn điều lệ của các ngân hàng thương mại quá nhỏ bé.
- Một vấn đề đáng lưu ý hiện nay là, trong khi nguồn lực của mỗi ngân hàng thương mại hạn chế, thị trường dịch vụ mới đang manh mún, rất cần sự liên kết giữa các ngân hàng để tiết giảm chi phí đầu tư dịch vụ song quan điểm các ngân hàng lại chưa nối lại với nhau. Chẳng hạn, việc triển khai dịch vụ thẻ



ngân hàng trong khi thị trường còn hẹp, chi phí đầu tư mạng lưới trung tâm thanh toán đòi hỏi rất lớn nhưng các ngân hàng chưa bắt tay được với nhau nên việc triển khai dịch vụ thẻ của một vài ngân hàng khó có thể được tiến hành nhanh.

- Việc triển khai các dịch vụ thanh toán ngân hàng điện tử là đòi hỏi cấp bách đối với hệ thống ngân hàng thương mại Việt Nam trong quá trình mở cửa hội nhập. Điều này đòi hỏi môi trường pháp lý, kỹ thuật của thương mại điện tử phải được thiết lập. Ngày 29-11-2005, Quốc hội đã chính thức thông qua Luật Giao dịch điện tử và có hiệu lực thi hành từ ngày 1-3-2006. Tuy nhiên, hiện nay rào cản lớn cho các ngân hàng thương mại trong triển khai thanh toán điện tử chính là hoạt động thương mại điện tử trong nền kinh tế chưa được phát triển, các quy định pháp lý chưa đầy đủ và đồng bộ.
- Việc triển khai ứng dụng công nghệ phải qua quá trình nghiên cứu, lựa chọn, xây dựng và thử nghiệm, kể cả phương thức chuyển giao công nghệ trọn gói cũng qua một quy trình phức tạp. Trong khi, các ngân hàng trên thế giới có rất nhiều kinh nghiệm trong chiến lược đầu tư vào công nghệ tin học và phương thức chuyển giao công nghệ trọn gói. Các ngân hàng thương mại trong nước tự nghiên cứu, phát triển, hiểu biết và kinh nghiệm hạn chế, bất cập; quá trình nâng cấp kéo dài nên mức độ rủi ro rất cao, thậm chí không khống chế được rủi ro.

3.4. Một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực đổi mới và ứng dụng công nghệ của các ngân hàng

Trong điều kiện hội nhập quốc tế của hệ thống ngân hàng Việt Nam, hạ tầng công

nghệ thông tin ngân hàng được coi là yếu tố có ý nghĩa quyết định khả năng cạnh tranh với các ngân hàng trong khu vực và trên thế giới. Nhưng hiện tại, công nghệ thông tin ngân hàng của các ngân hàng thương mại còn yếu kém, hạn chế nhiều đến năng lực cạnh tranh. Khắc phục vấn đề này là cả một bài toán lớn cho từng ngân hàng thương mại từ chiến lược, lộ trình, giải pháp cụ thể. Một số giải pháp định hướng đã được nhiều chuyên gia đề xuất, đó là²⁸:

Thứ nhất, về cơ bản, các ngân hàng thương mại phải tăng quy mô vốn tự có mạnh mới có điều kiện vững chắc để có khả năng tăng đầu tư công nghệ thông tin. Chính phủ và Ngân hàng Nhà nước cần hỗ trợ, tạo điều kiện ở mức cao nhất giúp các ngân hàng thương mại tiếp cận những dự án tài trợ quốc tế cho quá trình cơ cấu lại hệ thống tài chính Việt Nam, hỗ trợ vốn nhiều hơn để tăng đầu tư công nghệ thông tin, hiện đại hoá mọi hoạt động ngân hàng và không bị khống chế bởi Luật Các tổ chức tín dụng.

Thứ hai, về đầu tư công nghệ thông tin, các ngân hàng thương mại cần quán triệt và thực hiện theo hướng:

- Trong điều kiện nguồn lực hiện tại còn hạn chế, các ngân hàng thương mại Việt Nam cần tập trung đầu tư có trọng tâm, trọng điểm, có dự kiến đầu tư mở rộng khi điều kiện cho phép.
- Đầu tư nhanh vào các công nghệ mà ngân hàng thương mại Việt Nam đang rất yếu hoặc chưa có so với các ngân hàng nước ngoài như: (i) Công nghệ thanh toán để nâng cao tốc độ, độ chính xác, an toàn; (ii) Công nghệ cung cấp dịch vụ ngân hàng điện tử; (iii) Công nghệ phục vụ quản trị ngân hàng nhất là quản trị rủi ro, quản trị vốn khả dụng, quản trị tài chính.

28. Hội thảo và triển lãm về ứng dụng và phát triển công nghệ thông tin trong hoạt động ngân hàng năm 2009.

- Khẩn trương đầu tư xây dựng hệ thống dự phòng bảo đảm cho hoạt động kinh doanh ngân hàng an toàn trong mọi tình huống.

Thứ ba, về hệ thống phần mềm và hệ thống hạ tầng công nghệ kỹ thuật (phần cứng, thiết bị, đường truyền viễn thông...):

- Đối với hệ thống phần mềm, việc xây dựng các chương trình phần mềm cần chú ý hơn đến khả năng ứng dụng, mở rộng dịch vụ. Hiện nay và trong vài năm tới, các ngân hàng thương mại Việt Nam nên chọn phương án nhập khẩu trọn gói chương trình phần mềm. Phương thức này cho phép các ngân hàng rút ngắn thời gian triển khai dịch vụ và thuận lợi trong việc xử lý sự cố có thể xảy ra;
- Đối với hệ thống phần cứng, việc nâng cấp, đổi mới cần đặc biệt quan tâm đến dung lượng, tốc độ xử lý và có cấu trúc mở, sẵn sàng giao diện với bên ngoài;
- Đối với hệ thống đường truyền viễn thông, đây là khâu mà hiện nay các ngân hàng thương mại đều phụ thuộc chủ yếu vào nhà cung cấp nên bị động trong việc bảo đảm chất lượng dịch vụ. Việc này sẽ được cải thiện tốt hơn trong quá trình nâng cao chất lượng dịch vụ của các nhà cung cấp viễn thông. Tuy nhiên để hạn chế các sự cố về mạng viễn thông, ngành ngân hàng (các ngân hàng thương mại) liên kết tạo ra hệ thống mạng truyền thông phục vụ riêng cho hoạt động của các ngân hàng tại Việt Nam hoặc liên kết quản lý, hợp tác giữa ngân hàng thương mại và đối tác cung cấp dịch vụ viễn thông trên cơ sở đôi bên cùng có lợi.
- Quá trình phát triển hạ tầng công nghệ ngân hàng mà nòng cốt của nó là công nghệ kỹ thuật và công nghệ tin học sẽ đạt hiệu quả thấp nếu quy trình nghiệp vụ và con người xử lý không được đổi mới tương ứng. Do đó việc rà soát, nghiên

cứu đổi mới, ứng dụng quy trình quản lý, giao dịch đối với từng ngân hàng thương mại là hết sức quan trọng cần được xử lý theo kịp tiến độ đổi mới công nghệ, đồng thời cần quan tâm đẩy nhanh việc đầu tư đào tạo phát triển nhân lực bảo đảm đáp ứng được công nghệ hiện đại của ngân hàng phát triển. Thường xuyên chú trọng đến hệ thống an ninh bảo mật đối với công nghệ thông tin của ngân hàng.

- Tăng cường trao đổi thông tin, tìm kiếm những thông tin mới nhất về hoạt động của các ngân hàng trong nước, trong khu vực và trên thế giới, ứng dụng và áp dụng có sáng tạo, bảo đảm đem lại hiệu quả. Luôn coi trọng giá trị nội lực là tiền đề phát triển trong tương lai.

4. Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong doanh nghiệp

4.1. Nhận thức của doanh nghiệp về sở hữu trí tuệ

Sở hữu trí tuệ nói chung và sở hữu công nghiệp nói riêng là một phần quan trọng trong khối tài sản của doanh nghiệp, trong đó đối với mỗi doanh nghiệp, sự đóng góp của từng đối tượng sở hữu công nghiệp lại có ý nghĩa khác nhau. Mỗi doanh nghiệp nên xây dựng cho mình danh mục tài sản bao gồm cả tài sản hữu hình và tài sản vô hình, trong đó có sở hữu công nghiệp. Những tài sản trí tuệ này có tiềm năng quan trọng góp phần nâng cao thu nhập cho nhà đầu tư.

Một trong những yếu điểm của các doanh nghiệp Việt Nam là chưa tự nhận thức được giá trị của những thành quả đầu tư do chính họ sáng tạo ra, hoặc khi có nhận thức thì không biết được làm như thế nào để bảo vệ những thành quả đó mà không bị người khác xâm phạm. Những khó khăn này thường do sự tồn tại một khoảng cách khá lớn giữa nhận thức còn hạn chế của những chủ thể tham

gia các quan hệ về sở hữu công nghiệp với nội dung phức tạp của các quy phạm pháp luật điều chỉnh các quan hệ đó, cụ thể là:

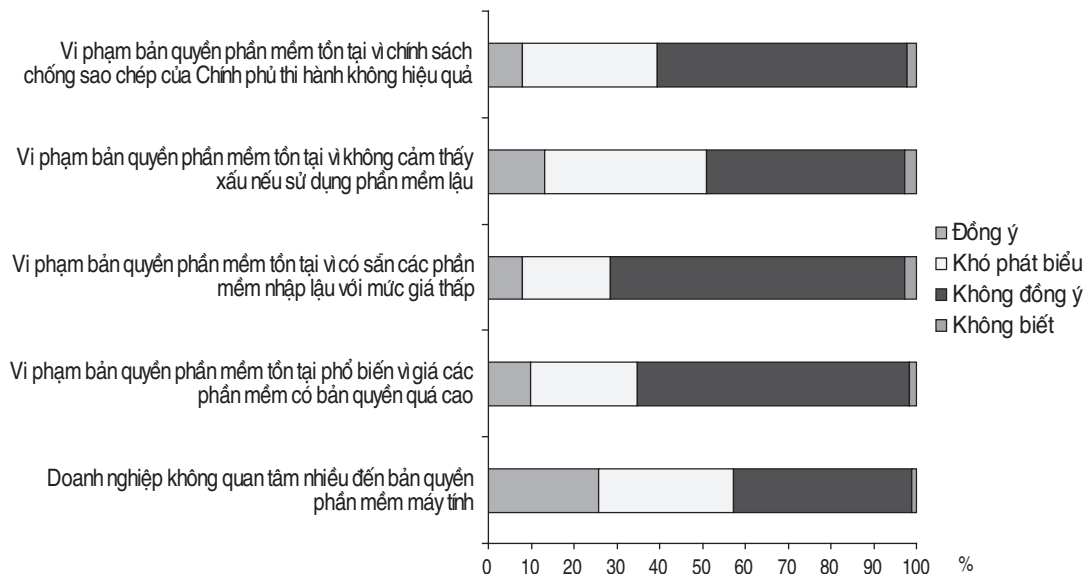
- Thiếu hiểu biết về pháp luật sở hữu công nghiệp: phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam còn thiếu hiểu biết các quy phạm pháp luật về sở hữu công nghiệp hiện hành, quy định pháp luật điều chỉnh một đối tượng sở hữu công nghiệp cụ thể, một quan hệ sở hữu công nghiệp cụ thể, quyền và nghĩa vụ sở hữu công nghiệp cụ thể...;
- Thiếu thông tin về tình trạng pháp lý về sở hữu công nghiệp của một đối tượng cụ thể: đối tượng sở hữu công nghiệp đã hay chưa được bảo hộ, đối tượng sở hữu công nghiệp được bảo hộ thuộc chủ sở hữu nào, việc sử dụng đối tượng có hay không xâm phạm đến quyền sở hữu công nghiệp của người khác...;
- Thiếu khả năng tự tiến hành các hành động cần thiết để bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp của mình (tiến hành các thủ tục xác lập, duy trì quyền sở hữu công nghiệp, tiến hành các thủ tục khiếu kiện hành vi xâm phạm quyền...);

- Thiếu khả năng tiếp cận, khai thác các thông tin về tình trạng pháp lý về sở hữu công nghiệp của đối tượng.

Phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam đều chưa có chiến lược về sở hữu công nghiệp gắn liền với chiến lược kinh doanh và hầu như không có cán bộ theo dõi về vấn đề sở hữu công nghiệp. Thậm chí, các doanh nghiệp chưa có chiến lược kinh doanh lâu dài và điều đó là nguyên nhân tất yếu dẫn đến tình trạng không quan tâm đầu dặt đến quyền sở hữu công nghiệp.

Mặc dù nhận thức của các doanh nghiệp về việc bảo hộ sở hữu công nghiệp còn có những tiến bộ nhất định, nhưng nhìn chung các doanh nghiệp có vẻ quan tâm nhiều hơn đến các vấn đề khác hơn là tài sản trí tuệ (kể cả của doanh nghiệp mình lẫn của doanh nghiệp khác). Kết quả điều tra ý kiến 200 doanh nghiệp năm 2009 về các nhận định đối với vấn đề vi phạm bản quyền phần mềm đã minh chứng cho điều này (xem Hình 4.5). Đa phần các doanh nghiệp đều không đồng tình với quan điểm cho rằng, vi phạm bản quyền phần mềm tồn tại vì có sẵn các phần mềm nhập lậu với mức giá thấp hoặc giá các phần mềm có bản quyền quá

Hình 4.5: Đánh giá của doanh nghiệp về sử dụng bản quyền phần mềm



cao. Lý do các doanh nghiệp cho rằng vi phạm bản quyền phần mềm máy tính vẫn còn tồn tại ở Việt Nam là do các doanh nghiệp thực sự chưa quan tâm nhiều đến bản quyền phần mềm máy tính. Hơn nữa, các chính sách chống sao chép của Chính phủ tuy đã được thực hiện nhưng chưa hiệu quả.

4.2. Thực trạng đăng ký bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp và sở hữu trí tuệ của doanh nghiệp Việt Nam

Đổi mới sản phẩm và ứng dụng công nghệ luôn luôn gắn liền với việc đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ trong đó có quyền sở hữu công nghiệp. Từ sau năm 2000, với định hướng rõ nét xây dựng nền kinh tế hội nhập vào WTO, bên cạnh nỗ lực của chính doanh nghiệp, Chính phủ Việt Nam đã thông qua các chính sách, biện pháp cụ thể nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển tài sản trí tuệ của mình nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và vị thế của các doanh nghiệp Việt Nam trong nền kinh tế thị trường hội nhập quốc tế. Các cổ đông ngày càng

quan tâm đến giá trị của tài sản trí tuệ và sử dụng chúng như một công cụ để nâng giá trị của doanh nghiệp.

Lượng đăng ký về quyền sở hữu trí tuệ tăng khá nhanh nhất là khi Việt Nam hội nhập sâu vào nền kinh tế thế giới. Trong năm 2009, Cục Sở hữu trí tuệ đã nhận 33.667 đơn đăng ký xác lập quyền sở hữu công nghiệp, trong đó 24.738 đơn được cấp, chấp nhận bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp. Bảng 4.3 cho thấy tỷ lệ đơn đăng ký bảo hộ sở hữu công nghiệp gia tăng qua các năm, nhất là số đơn từ các doanh nghiệp trong nước.

Mặc dù vậy Hình 4.6 cho thấy, trong các loại hình bảo hộ sở hữu công nghiệp doanh nghiệp Việt Nam mới chỉ chú trọng đăng ký nhãn hiệu với 84% số đơn đăng ký. Số đơn đăng ký sáng chế chiếm 9%; đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp chiếm 6% và đăng ký bảo hộ giải pháp hữu ích chỉ chiếm có 1%. Các con số này cho thấy, các doanh nghiệp Việt Nam chưa đưa ra được nhiều sản phẩm hay dịch vụ mới nhất là, mới đối với thị trường. Kết quả khảo sát năng lực

Bảng 4.3: Tỷ lệ số đơn đăng ký sở hữu công nghiệp tăng qua các năm, so sánh tỷ lệ đơn trong nước và nước ngoài trong giai đoạn 2001-2009

| Năm | Đơn trong nước | Đơn nước ngoài | Tổng số đơn nộp vào Cục SHTT | Số đơn tăng so với năm trước | Tỷ lệ đơn trong nước / Tổng số đơn (%) | Tỷ lệ đơn nước ngoài / Tổng số đơn (%) |
|------|----------------|----------------|------------------------------|------------------------------|--|--|
| 2001 | 5.116 | 3.717 | 8.833 | | 58 | 42 |
| 2002 | 7.311 | 3.712 | 11.023 | 2.190 | 66 | 34 |
| 2003 | 9.271 | 5.021 | 14.292 | 3.269 | 65 | 35 |
| 2004 | 11.603 | 5.766 | 17.369 | 3.077 | 67 | 33 |
| 2005 | 14.204 | 7.070 | 21.274 | 3.905 | 67 | 33 |
| 2006 | 18.002 | 9.301 | 27.303 | 6.029 | 66 | 34 |
| 2007 | 21.625 | 10.813 | 32.438 | 5.135 | 67 | 33 |
| 2008 | 22.530 | 10.800 | 33.330 | 892 | 68 | 32 |
| 2009 | 24.199 | 9.468 | 33.667 | 337 | 72 | 28 |

Nguồn: Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam.

cuộc cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam (Phần II) cho thấy, mặc dù tỷ lệ các doanh nghiệp Việt Nam đưa ra được các sản phẩm mới đối với thị trường trong tổng số các doanh nghiệp được điều tra là rất cao song, khả năng lớn là các doanh nghiệp này chưa đăng ký bảo hộ hoặc sản phẩm được tạo ra không phải là mới hoàn toàn nên thực sự đó chưa phải là sáng chế hay giải pháp hữu ích để có thể đi đăng ký.

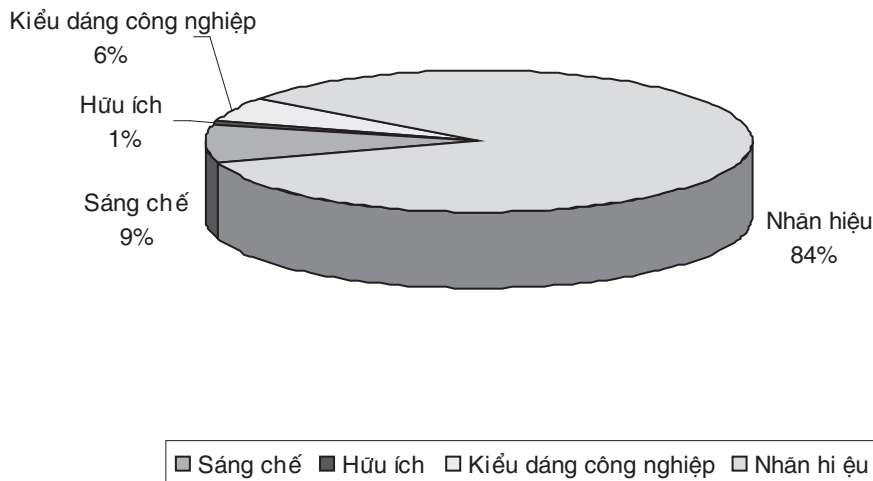
Điều đáng lưu ý là, trong khi số lượng đơn đăng ký bảo hộ bằng sáng chế chỉ chiếm có 9% tổng số lượng đơn đăng ký bảo hộ sở hữu công nghiệp trong năm 2009, thì phần lớn số lượng đơn lại chủ yếu từ các doanh nghiệp nước ngoài (chiếm 91% tổng số đơn yêu cầu bảo hộ sáng chế).

4.3. Một số giải pháp nâng cao năng lực đổi mới và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ trong doanh nghiệp

Chương trình hỗ trợ phát triển tài sản trí tuệ của doanh nghiệp là chương trình đầu tiên của Việt Nam nhằm hỗ trợ doanh nghiệp về sở hữu trí tuệ, được sử dụng nguồn kinh phí hỗ trợ từ ngân sách nhà nước. Chương trình đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại

Quyết định số 68/2005/QĐ-TTg ngày 4-4-2005 và đang được Bộ Khoa học và Công nghệ cùng các bộ, ngành, địa phương tích cực triển khai. Mục tiêu của chương trình là nhằm nâng cao nhận thức của công chúng và doanh nghiệp về sở hữu trí tuệ, góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam. Để thực hiện mục tiêu đó, 3 nội dung chính của chương trình đã được xác định là: 1) Sở hữu trí tuệ, hỗ trợ doanh nghiệp, tổ chức hoạt động sở hữu trí tuệ; 2) Hỗ trợ xác lập, khai thác, bảo vệ và phát triển tài sản trí tuệ của doanh nghiệp ở trong và ngoài nước; 3) Hỗ trợ doanh nghiệp khai thác thông tin sở hữu trí tuệ. Trong đó, một vấn đề được đặc biệt quan tâm là hỗ trợ xây dựng, quản lý và phát triển chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm đặc sản của các địa phương. Chương trình được thực hiện từ năm 2005 đến năm 2010 với nguồn kinh phí từ ngân sách nhà nước và đóng góp của doanh nghiệp. Bộ Khoa học và Công nghệ là cơ quan chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành liên quan, Ủy ban nhân dân các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) và các hội nghề nghiệp, tổ chức triển khai chương trình. Cục Sở hữu trí tuệ với danh nghĩa là cơ quan thường trực

Hình 4.6: Tỷ lệ các loại đơn đăng ký bảo hộ sở hữu công nghiệp năm 2009



Nguồn: Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam.

Chương trình đã chỉ định Trung tâm Hỗ trợ và Tư vấn thuộc Cục thực hiện chức năng của văn phòng chương trình.

Để phát huy hiệu quả của Chương trình và tăng cường hơn nữa hoạt động đăng ký và bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, thông qua đó khuyến khích đổi mới, sáng tạo cần phải có nhiều sáng kiến và biện pháp mạnh hơn nữa. Có thể đề xuất một số biện pháp như:

- Đối với các cơ quan nhà nước và các tổ chức hỗ trợ doanh nghiệp, trước hết cần tăng cường tuyên truyền, phổ biến, nâng cao nhận thức cho doanh nghiệp nhỏ và vừa về vai trò của quyền sở hữu công nghiệp. Nhận thức sẽ là tiền đề có ý nghĩa tiên quyết cho các hành động bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp của doanh nghiệp. Không có nhận thức đúng về vai trò và giá trị của quyền sở hữu công nghiệp, các bước đi của doanh nghiệp không có định hướng đúng về giá trị gia tăng của doanh nghiệp mình.
- Cần tăng cường công tác phổ biến Luật Sở hữu trí tuệ để hỗ trợ đến cộng đồng doanh nghiệp thực thi luật, cập nhật những quy định, thông lệ quốc tế mới. Tăng cường năng lực của các cơ quan

quản lý và thực thi sở hữu trí tuệ, phát triển các chiến lược, chính sách và chương trình để đáp ứng nhu cầu về sở hữu trí tuệ, nhất là đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp hoạt động dựa vào công nghệ. Cải thiện năng lực của các tổ chức cung cấp dịch vụ, hiệp hội doanh nghiệp, nhằm cung cấp các dịch vụ liên quan đến sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

- Đối với các doanh nghiệp, ngay từ khi nghiên cứu, thiết kế và tạo dựng các đối tượng sở hữu trí tuệ, cần phải tính đến các biện pháp công nghệ nhằm bảo vệ các đối tượng đó trước khi đăng ký. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cần tích cực chủ động trong việc quản lý, khai thác quyền sở hữu trí tuệ và phải hiểu rõ việc chấp nhận các chuẩn mực cao của Hiệp định về quyền sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại (TRIPS) của WTO là một quy luật tất yếu của hội nhập quốc tế. Trước mắt, các doanh nghiệp sẽ gặp phải những khó khăn, thậm chí là chịu tác động xấu trong một số mặt, buộc phải tốn kém chi phí cho việc sử dụng cơ chế này, nhưng nếu biết vượt qua những khó khăn, hạn chế trước mắt đó thì về lâu dài doanh nghiệp sẽ thu được những lợi ích lớn lao.

PHẦN V

MỘT SỐ DỰ BÁO, KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

1. Dự báo kinh tế thế giới và Việt Nam năm 2010

Năm 2010, giá cả thị trường Việt Nam sẽ biến động và gắn kết ngày càng chặt chẽ hơn vào biến động của giá nguyên, nhiên vật liệu trên thị trường thế giới. Bên cạnh đó, Chính phủ và các doanh nghiệp đã có kinh nghiệm hơn, có tiềm lực kinh tế hơn khi triển khai các giải pháp nhằm giữ ổn định giá cả thị trường, v.v..

Kinh tế thế giới năm 2010

Trong báo cáo mới nhất công bố ngày 8-7-2009, Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2009 là âm 1,4%; tình hình kinh tế thế giới bắt đầu phục hồi và năm 2010 mức tăng trưởng có thể đạt 2,5%, nhưng sự hồi phục vẫn chưa đều và chưa bền vững, đặc biệt là ở những nền kinh tế tiên tiến. Môi trường tài chính vẫn tiếp tục được cải thiện nhưng còn lâu mới trở lại bình thường... Như vậy có thể nhận định rằng, hiện nay suy thoái kinh tế thế giới đã “chạm đáy” và quá trình phục hồi đang diễn ra. Tuy nhiên, với nhiều nỗ lực của các nước nhằm kích thích tăng trưởng, hạn chế tác hại của khủng hoảng như vừa qua (nới lỏng chính sách tiền tệ, hỗ trợ doanh nghiệp, tăng chi tiêu công...) sẽ dẫn tới tình trạng lạm phát cao ở nhiều nước trên thế giới.

Trong báo cáo mới nhất công bố tháng 11-2009, Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế

(OECD) dự báo trong năm 2010 kinh tế toàn cầu có thể tăng trưởng 3,4%, kinh tế của 30 nước thành viên OECD có thể tăng trưởng 1,9%. Kinh tế Mỹ sẽ tăng trưởng 2,5% trong năm 2010 (thay cho mức tăng trưởng 0,9% theo dự báo đưa ra vào tháng 6-2009); kinh tế khu vực đồng tiền chung châu Âu được dự báo sẽ tăng trưởng 0,9% (thay cho dự báo suy giảm); kinh tế Nhật Bản có thể tăng trưởng 1,8% (dự báo trước đó là 0,7%); kinh tế Trung Quốc có thể tăng trưởng 10,2% trong năm 2010...

Kinh tế Việt Nam năm 2010

Trong báo cáo về kinh tế Việt Nam đưa ra ngày 3-12-2009, Ngân hàng Goldman Sachs của Mỹ nhận định, sự phục hồi tăng trưởng của kinh tế Việt Nam từ quý II-2009 tới nay là kết quả chủ yếu của nhu cầu nội địa. Goldman Sachs đưa ra dự báo, kinh tế Việt Nam sẽ tăng trưởng 5,1% trong năm 2009 và 8,2% trong năm 2010. Kinh tế có điều kiện hồi phục, thoát khỏi ảnh hưởng khủng hoảng kinh tế toàn cầu, nhưng lạm phát cao có thể trở lại.

Giá nhiều loại nguyên, nhiên vật liệu (xăng dầu, phân bón, phôi thép...) trên thị trường thế giới biến động phức tạp, phụ thuộc vào khả năng phục hồi của kinh tế thế giới và khả năng kháng cự của các quỹ đầu cơ... Nhìn chung, giá các mặt hàng này sẽ có xu hướng tăng nhẹ trong năm 2010. Vì vậy, giá các mặt hàng này ở thị trường Việt Nam sẽ biến động theo xu hướng đó.

Chính phủ Việt Nam có thể chủ động điều chỉnh giá một số hàng hóa theo lộ trình hội nhập quốc tế (giá điện, nước, than...); các giải pháp “kích cầu” của Chính phủ sẽ phát huy tác dụng ở mức độ sâu và rộng sẽ góp phần làm giá hàng hóa tăng lên.

Ở Việt Nam, nguy cơ lạm phát cao vào năm 2010 còn có thể xảy ra bởi một số nhân tố chính như sau:

- **Thứ nhất** là bội chi ngân sách quá lớn. Năm 2009 bội chi ngân sách được công bố là 6,9% GDP, trong khi năm 2008 bội chi ngân sách chỉ ở mức trên 5% thì lạm phát đã lên tới 19,89%. Do vậy, năm 2009 lạm phát chưa bùng phát là bởi kinh tế suy giảm - người tiêu dùng đang lo tiết kiệm để phòng ngừa rủi ro nên cầu về tiêu dùng còn yếu. Tới năm 2010 kinh tế vượt khỏi suy thoái thì cầu về tiêu dùng sẽ tăng mạnh và gây áp lực lạm phát.
- **Thứ hai** là việc tăng trưởng tín dụng ở mức rất cao. Tăng trưởng tín dụng năm 2009 đạt 37,73% (trong khi kế hoạch của Ngân hàng Nhà nước cho cả năm 2009 chỉ là 25%, sau đó điều chỉnh lên 30%), nhưng tỷ lệ huy động vốn vào các ngân hàng chỉ tăng 26%. Đây sẽ là áp lực rất mạnh lên mặt bằng giá năm 2010.
- **Thứ ba** là nhập siêu đang có chiều hướng tăng cao trở lại trong khi xuất khẩu có dấu hiệu giảm. Nghị quyết của Quốc hội về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2010 đặt ra mục tiêu đưa tốc độ tăng trưởng lên mức 6,5%. Do vậy, nhập siêu sẽ phải tăng cao hơn nữa.

2. Đề xuất một số giải pháp ổn định thị trường, giá cả

Để góp phần bình ổn thị trường theo hướng tích cực và bền vững, Chính phủ cần quan

tâm giải quyết sớm một số vấn đề sau:

- Trước hết là bảo đảm ổn định kinh tế vĩ mô, các cân đối lớn về thu chi ngân sách, tiền tệ, tín dụng, cán cân thanh toán quốc tế, kiểm chế lạm phát... Đây là điều kiện cơ bản để thúc đẩy đầu tư, hoàn thành mục tiêu tăng trưởng. Đặc biệt, thực hiện các giải pháp kích cầu, chống suy giảm kinh tế nhưng vẫn phải cảnh giác, đề phòng tình trạng lạm phát cao quay trở lại.
- Không nên đặt mục tiêu tăng trưởng quá cao, dẫn tới phải tăng mạnh đầu tư, hiệu quả sử dụng vốn đầu tư thấp (hệ số ICOR - *Incremental Capital Output Rate* - cao)... sẽ làm cho nền kinh tế kém sức cạnh tranh, phát triển không bền vững.
- Có chính sách kiểm soát giá độc quyền chặt chẽ hơn nữa nhằm mang lại hiệu quả kinh tế cao hơn cho toàn xã hội...
- Tổ chức tốt hệ thống thông tin kinh tế nhằm giúp cho các doanh nghiệp, người dân định hướng đúng sản xuất, kinh doanh của mình, tránh tình trạng mất cân đối cung - cầu trên thị trường.
- Có biện pháp điều hành, dự trữ và quản lý mạng lưới lưu thông hàng hóa (đặc biệt là với một số loại hàng như: gạo, xi măng, thép...) linh hoạt hơn nhằm chống hiện tượng đầu cơ, phao tin đồn để nâng giá bất hợp lý. Mặt khác, chính qua quản lý hệ thống bán lẻ này, Chính phủ sẽ có điều kiện thực thi các chính sách điều tiết giá cả thị trường của mình mạnh mẽ hơn...

Từ những phân tích nêu trên, nếu toàn xã hội quyết tâm thực hiện tốt các giải pháp đã được Chính phủ vạch ra thì có thể đưa ra dự báo chỉ số CPI của Việt Nam tháng 12-2010 so với tháng 12-2009 sẽ ở mức 108-109%.

3. Một số đề xuất khác đối với Nhà nước

- a) Ngoài việc ban hành các chính sách ổn định kinh tế vĩ mô, vấn đề được các doanh nghiệp quan tâm hiện nay đó là việc Nhà nước cần phải đẩy mạnh hơn nữa chính sách kích cầu đầu tư. Bên cạnh đó, việc tăng cường cung cấp thông tin dự báo về tình hình kinh tế và các chính sách một cách kịp thời cũng như việc ban hành những biện pháp giảm thiểu sự bất ổn của thị trường sẽ là điều mà các doanh nghiệp Việt Nam hằng trông đợi.
- b) Đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính vẫn tiếp tục là một trong các ưu tiên mà Chính phủ cần làm để cải thiện môi trường kinh doanh và tạo điều kiện thuận lợi cho việc triển khai các chính sách tín dụng. Đặc biệt, đối với khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa là những doanh nghiệp có rất ít nguồn lực (cả về tài chính lẫn nhân lực) thì cải cách thủ tục hành chính cũng như việc tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp tiếp cận các nguồn lực, trong đó có nguồn tài chính sẽ là điểm quan trọng để doanh nghiệp hồi phục trong thời kỳ hậu khủng hoảng.
- c) Chính phủ cần có chính sách tăng cường hỗ trợ mạnh mẽ các doanh nghiệp Việt Nam trong việc đổi mới công nghệ, đổi mới sản phẩm và cải tiến dịch vụ. Rõ ràng, các chính sách hỗ trợ sáng tạo, đổi mới trong doanh nghiệp thời gian qua vẫn chưa phát huy tác dụng và sẽ không thể tăng năng suất lao động của các doanh nghiệp với thực trạng công nghệ hiện nay. Mức đầu tư cho nghiên cứu và phát triển tại các doanh nghiệp, kể cả ở các doanh nghiệp nhà nước còn quá thấp, thậm chí còn có xu hướng giảm đi trong năm 2008 (so với năm 2007) là một tiếng chuông báo động về hiệu quả của các chính sách hỗ trợ sáng tạo và đổi mới trong doanh nghiệp. Về lâu dài, Chính phủ cần tạo môi trường để việc đổi mới của các doanh nghiệp gắn với hoạt động của các viện nghiên cứu, các trường đại học trong nước. Các chính sách hỗ trợ phải được tiến hành đồng bộ: về thông tin, thị trường, tài chính, nguồn nhân lực, v.v..
- d) Nhà nước cần đẩy mạnh đầu tư vào đào tạo nguồn nhân lực, trong đó có việc củng cố quy hoạch phát triển nguồn nhân lực theo hướng tăng cường đào tạo nghề, đồng thời có chiến lược phát triển nguồn nhân lực có khả năng tiếp thu và ứng dụng công nghệ trong các ngành công nghiệp tiên tiến.
- e) Sức “lan toả” yếu của khu vực FDI đối với doanh nghiệp Việt Nam về phương diện đổi mới công nghệ hiện đang là một thách thức lớn đối với nền kinh tế Việt Nam và các doanh nghiệp nội địa. Nhà nước cần có chính sách kịp thời để thúc đẩy việc chuyển giao công nghệ tiên tiến thông qua các doanh nghiệp FDI, hạn chế tình trạng “lỡ giả” kéo dài ở một số doanh nghiệp FDI, đồng thời kiểm soát được dòng chảy công nghệ có trình độ thấp vào Việt Nam thông qua các doanh nghiệp này.
- f) Phát triển công nghiệp hỗ trợ là một nhu cầu cấp bách hiện nay. Không có ngành công nghiệp hỗ trợ, Việt Nam khó có thể có nền công nghiệp trung bình vào năm 2020. Việc thiếu vắng công nghiệp hỗ trợ cũng là một nguyên nhân khiến cho các doanh nghiệp FDI có thể di chuyển sang các nước khác trong khu vực.
- g) Đẩy nhanh tiến độ xây dựng các hệ thống pháp quy để bảo đảm và tạo điều kiện cho thương mại điện tử được phát triển, khuyến khích giao dịch thương mại điện tử, thông qua đó thúc

đẩy mạnh mẽ việc thanh toán qua hệ thống ngân hàng, giảm bớt lưu trữ tiền mặt, đẩy lùi nguy cơ lạm phát.

4. Một số gợi ý đối với doanh nghiệp

- a) Các doanh nghiệp Việt Nam không thể tăng năng suất lao động nếu không thực hiện R&D, đổi mới công nghệ, quy trình sản xuất, đa dạng hóa thị trường. Đây là một thách thức lớn đối với doanh nghiệp, nhưng đó cũng là con đường khả thi để bảo đảm tồn tại sau khủng hoảng và tăng sức cạnh tranh. Đây cũng là quá trình học hỏi và sáng tạo vô cùng cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp trong quá trình tăng trưởng. Chu kỳ tăng trưởng mới chỉ có thể quay trở lại khi thị trường được kích cầu bởi những sản phẩm mới và sức mua mới.
- b) Doanh nghiệp cần quan tâm đến tăng cường năng lực đổi mới để đưa ra những sản phẩm có giá trị cao hơn, hoặc cần có sự hỗ trợ tích cực hơn từ phía Nhà nước đối với các doanh nghiệp trong lĩnh vực về đổi mới sản phẩm. Thông thường, trong giai đoạn đầu khi mới thực hiện đổi mới, không phải doanh nghiệp nào cũng tăng ngay được doanh thu đối với những sản phẩm này. Các khách hàng cần có thời gian để làm quen với những sản phẩm, thương hiệu mới, và các doanh nghiệp cũng phải sáng tạo trong tiếp cận thị trường.
- c) Tăng cường mối liên kết giữa doanh nghiệp và các tổ chức nghiên cứu và phát triển trong nước, các trường đại học để khai thác hiệu quả những phát minh, sáng kiến của đội ngũ các nhà nghiên cứu trong nước.
- d) Các doanh nghiệp phải xây dựng được chiến lược phát triển dựa trên sự liên kết chặt chẽ giữa các doanh nghiệp với nhau trong chuỗi giá trị và chuỗi cung ứng. Tăng cường sự liên kết trong các hiệp hội ngành hàng để củng cố các chuỗi nêu trên.
- e) Quan tâm đến vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ vì đây chính là bảo vệ tài sản của mình. Và điều này cũng đòi hỏi các doanh nghiệp phải tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ của các doanh nghiệp khác. Ý thức được vấn đề này, các doanh nghiệp sẽ tìm ra con đường phát triển nhanh nhất trong thời đại khoa học - công nghệ phát triển mạnh như vũ bão hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. CIEM (Viện Quản lý Kinh tế Trung ương): *Kinh tế Việt Nam 2008*, Nxb. Tài chính, Hà Nội, 2009.
2. Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF): *Báo cáo Cạnh tranh toàn cầu 2009 (Global Competitiveness Report 2009)*, 2009.
3. GSO (Tổng cục Thống kê Việt Nam): *Niên giám Thống kê 2000*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2001.
4. GSO (Tổng cục Thống kê Việt Nam): *Niên giám Thống kê 2001*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2002.
5. GSO (Tổng cục Thống kê Việt Nam): *Niên giám Thống kê 2002*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2003.
6. GSO (Tổng cục Thống kê Việt Nam): *Niên giám Thống kê 2003*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2004.
7. GSO (Tổng cục Thống kê Việt Nam): *Niên giám Thống kê 2004*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2005.
8. GSO (Tổng cục Thống kê Việt Nam): *Niên giám Thống kê 2005*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2006.
9. GSO (Tổng cục Thống kê Việt Nam): *Niên giám Thống kê 2006*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2007.
10. GSO (Tổng cục Thống kê Việt Nam): *Niên giám Thống kê 2007*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2008.
11. GSO (Tổng cục Thống kê Việt Nam): *Niên giám Thống kê 2008*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2009.
12. Kenichi Ohno, Vietnam Development Forum: *Hợp tác chế tạo Việt Nam - Nhật Bản phát triển công nghiệp hỗ trợ*, ngày 22 tháng 8 năm 2008.
13. Tổng cục Thống kê: *Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2006, 2007, 2008*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, 2009.
14. Tổ chức Thương mại và Phát triển Liên hợp quốc - UNCTAD: *Báo cáo Đầu tư thế giới 2009 (World Investment Report 2009)*, 2009.
15. VCCI - VNCI: *Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh năm 2009 của Việt Nam*, 2009.

PHỤ LỤC

| | |
|--|-----|
| 1. Tổng quan về môi trường kinh doanh Việt Nam năm 2009 | 103 |
| Bảng 1.1: Số lượng doanh nghiệp đăng ký thành lập và số lượng doanh nghiệp đang hoạt động | 103 |
| Bảng 1.2: Quy mô gói kích cầu đầu tư, tiêu dùng, ngăn chặn suy giảm kinh tế và bảo đảm an sinh xã hội..... | 104 |
| 2. Hoạt động của doanh nghiệp và một số chỉ số đổi mới công nghệ trong một số ngành chọn lọc | 104 |
| 2.1. Số doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh (đến ngày 31/12 hàng năm) | 104 |
| Bảng 2.1: Số doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh | 105 |
| Bảng 2.2: Số doanh nghiệp làm ăn thua lỗ | 105 |
| Bảng 2.3: Tỷ lệ doanh nghiệp thua lỗ | 105 |
| 2.2. Các chỉ số đổi mới | 105 |
| Bảng 2.4: Năng suất lao động | 105 |
| Bảng 2.5: Tài sản cố định/Tổng tài sản..... | 106 |
| Bảng 2.6: Năng suất vốn | 106 |
| Bảng 2.7: Trang bị tài sản cố định bình quân (Tài sản cố định/Lao động) | 106 |
| Bảng 2.8: Vốn đầu tư vào Tài sản cố định/Tổng vốn đầu tư..... | 107 |
| Bảng 2.9: Tỷ lệ cán bộ khoa học/Tổng lao động | 107 |
| Bảng 2.10: Tỷ lệ chi phí (R&D + đổi mới công nghệ)/Tổng vốn đầu tư..... | 107 |
| Bảng 2.11: Số doanh nghiệp thực hiện R&D | 108 |
| Bảng 2.12: Số doanh nghiệp thực hiện đổi mới công nghệ..... | 108 |
| Bảng 2.13: Số chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học | 108 |
| Bảng 2.14: Số sáng kiến, giải pháp kỹ thuật..... | 109 |
| Bảng 2.15: Doanh nghiệp có kết nối mạng internet..... | 109 |
| Bảng 2.16: Doanh nghiệp có website..... | 109 |
| Bảng 2.17: Doanh nghiệp có giao dịch thương mại điện tử..... | 110 |
| Bảng 2.18: Các chỉ số đổi mới (tính cho doanh nghiệp FDI) | 110 |

1. Tổng quan về môi trường kinh doanh Việt Nam năm 2009

Bảng 1.1: Số lượng doanh nghiệp đăng ký thành lập và số lượng doanh nghiệp đang hoạt động

Đơn vị: doanh nghiệp

| | 2000 | 2002 | 2004 | 2007 | 2008 | 2009 |
|--|---------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Tổng số đăng ký thành lập | 60.127 | 101.507 | 166.508 | 307.008 | 379.311 | 463.842 |
| Tổng số đang hoạt động | 42.288 | 62.908 | 91.756 | 155.771 | 205.732 | |
| 1. Khu vực doanh nghiệp nhà nước | 5.759 | 5.363 | 4.597 | 3.494 | 3.328 | |
| + Doanh nghiệp nhà nước trung ương | 2.067 | 2.052 | 1.968 | 1.719 | 1.664 | |
| + Doanh nghiệp nhà nước địa phương | 3.692 | 3.311 | 2.629 | 1.775 | 1.664 | |
| 2. Khu vực Doanh nghiệp ngoài nhà nước | 35.004 | 55.237 | 84.003 | 147.316 | 196.779 | |
| + Doanh nghiệp tập thể | 3.237 | 4.104 | 5.349 | 6.689 | 13.532 | |
| + Doanh nghiệp tư nhân | 20.548 | 24.794 | 29.980 | 40.468 | 46.530 | |
| + Công ty hợp doanh | 4 | 24 | 21 | 53 | 67 | |
| + Công ty trách nhiệm hữu hạn | 10.458 | 23.485 | 40.918 | 77.647 | 103.092 | |
| + Công ty cổ phần có vốn nhà nước | 305 | 558 | 815 | 1.597 | 1.814 | |
| + Công ty cổ phần không có vốn nhà nước | 452 | 2.272 | 6.920 | 20.862 | 31.744 | |
| 3. Khu vực FDI | 1.525 | 2.308 | 3.156 | 4.961 | 5.625 | |
| + 100% vốn nước ngoài | 854 | 1.561 | 2.335 | 4.018 | 4.611 | |
| + Doanh nghiệp liên doanh với nước ngoài | 671 | 747 | 821 | 943 | 1.014 | |

Nguồn: Tổng cục Thống kê.

Lưu ý:

- Dữ liệu lấy từ kết quả Tổng điều tra doanh nghiệp do Tổng cục Thống kê tiến hành từ năm 2001 đến năm 2008. Số lượng doanh nghiệp hàng năm được tính đến hết thời điểm 31-12 hàng năm.
- Tổng số doanh nghiệp đăng ký thành lập không bao gồm hợp tác xã phi nông nghiệp và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Bảng 1.2: Quy mô gói kích cầu đầu tư, tiêu dùng, ngăn chặn suy giảm kinh tế và bảo đảm an sinh xã hội²⁹

Đơn vị: tỷ đồng

| STT | Danh mục | Giá trị |
|-----|---|----------------|
| | Tổng số | 143.025 |
| 1 | Hỗ trợ lãi suất 4% vay vốn tín dụng của các ngân hàng thương mại | 17.000 |
| 2 | Tạm hoãn thu hồi vốn đầu tư xây dựng cơ bản ứng trước năm 2009 | 3.400 |
| 3 | Ứng trước ngân sách để thực hiện một số dự án cấp bách, có khả năng hoàn thành trong 2 năm 2009 và 2010 | 26.700 |
| 4 | Ứng vốn hỗ trợ thực hiện chương trình giảm nghèo nhanh và bền vững đối với 61 huyện nghèo | 1.525 |
| 5 | Ứng trước khác | 9.000 |
| 6 | Chuyển nguồn vốn đầu tư kế hoạch năm 2008 sang năm 2009 | 30.200 |
| 7 | Phát hành bổ sung thêm trái phiếu chính phủ năm 2009 | 20.000 |
| 8 | Thực hiện chính sách miễn, giảm thuế | 28.000 |
| 9 | Các khoản chi kích cầu khác | 7.200 |

2. Hoạt động của doanh nghiệp và một số chỉ số đổi mới công nghệ trong một số ngành chọn lọc

2.1. Số doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh (đến ngày 31/12 hàng năm)

Bảng 2.1: Số doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh

Đơn vị: doanh nghiệp

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|-------|-------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 4.986 | 5.700 |
| 2 | Dệt may | 3.722 | 4.836 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 481 | 534 |
| 4 | Điện tử | 304 | 417 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 1.806 | 2.003 |

29. Nguồn: <http://www.sbv.gov.vn>

Bảng 2.2: Số doanh nghiệp làm ăn thua lỗ

Đơn vị: doanh nghiệp

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|-------|-------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 1.390 | 1.704 |
| 2 | Dệt may | 1.497 | 2.641 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 128 | 194 |
| 4 | Điện tử | 126 | 250 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 101 | 172 |

Bảng 2.3: Tỷ lệ doanh nghiệp thua lỗ

Đơn vị: %

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 28 | 30 |
| 2 | Dệt may | 40 | 55 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 27 | 364 |
| 4 | Điện tử | 41 | 60 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 6 | 9 |

2.2. Các chỉ số đổi mới

Bảng 2.4: Năng suất lao động

Đơn vị: triệu đồng

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|--------|--------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 566,39 | 612,72 |
| 2 | Dệt may | 178,18 | 178,48 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 506,06 | 531,12 |
| 4 | Điện tử | 452,58 | 404,46 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 410,72 | 500,75 |

Bảng 2.5: Tài sản cố định/Tổng tài sản

Đơn vị: lần

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 0,4 | 0,37 |
| 2 | Dệt may | 0,33 | 0,33 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 0,36 | 0,34 |
| 4 | Điện tử | 0,28 | 0,28 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 0,06 | 0,07 |

Bảng 2.6: Năng suất vốn

Đơn vị: lần

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|-------|-------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 8,18 | 8,7 |
| 2 | Dệt may | 9,12 | 6,42 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 7,5 | 7,33 |
| 4 | Điện tử | 17,51 | 7,21 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 15,87 | 15,64 |

Bảng 2.7: Trang bị tài sản cố định bình quân (Tài sản cố định/Lao động)

Đơn vị: triệu đồng

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|--------|--------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 85,79 | 88,02 |
| 2 | Dệt may | 55,72 | 57,81 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 160,67 | 187,95 |
| 4 | Điện tử | 116,17 | 117,46 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 33 | 40,36 |

Bảng 2.8: Vốn đầu tư vào Tài sản cố định/Tổng vốn đầu tư

Đơn vị: lần

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | n/a* | 0,47 |
| 2 | Dệt may | n/a | 0,65 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | n/a | 0,64 |
| 4 | Điện tử | n/a | 0,81 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | n/a | 0,38 |

*n/a: chưa có số liệu.

Bảng 2.9: Tỷ lệ cán bộ khoa học/Tổng lao động

Đơn vị: %

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 38 | 10 |
| 2 | Dệt may | 14 | 42 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 26 | 6 |
| 4 | Điện tử | 22 | 10 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 82 | 16 |

Bảng 2.10: Tỷ lệ chi phí (R&D + đổi mới công nghệ)/Tổng vốn đầu tư

Đơn vị: lần

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | n/a | 0,14 |
| 2 | Dệt may | n/a | 0,20 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | n/a | 0,31 |
| 4 | Điện tử | n/a | 0,48 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | n/a | 0,09 |

Bảng 2.11: Số doanh nghiệp thực hiện R&D

Đơn vị: doanh nghiệp

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 94 | 20 |
| 2 | Dệt may | 39 | 11 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 14 | 2 |
| 4 | Điện tử | 6 | 5 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 20 | 4 |

Bảng 2.12: Số doanh nghiệp thực hiện đổi mới công nghệ

Đơn vị: doanh nghiệp

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 94 | 20 |
| 2 | Dệt may | 39 | 11 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 14 | 2 |
| 4 | Điện tử | 6 | 5 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 20 | 4 |

Bảng 2.13: Số chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học

Đơn vị: chương trình, đề tài khoa học

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 481 | 50 |
| 2 | Dệt may | 521 | 109 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 175 | 2 |
| 4 | Điện tử | 84 | 4 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 50 | 43 |

Bảng 2.14: Số sáng kiến, giải pháp kỹ thuật

Đơn vị: sáng kiến, giải pháp

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|-------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 4.211 | 173 |
| 2 | Dệt may | 1.845 | 342 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 258 | 447 |
| 4 | Điện tử | 166 | 28 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 290 | 7 |

Bảng 2.15: Doanh nghiệp có kết nối mạng internet

Đơn vị: doanh nghiệp

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|-------|-------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 1.835 | 2.010 |
| 2 | Dệt may | 2.199 | 2.294 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 359 | 383 |
| 4 | Điện tử | 216 | 218 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 619 | 955 |

Bảng 2.16: Doanh nghiệp có website

Đơn vị: doanh nghiệp

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 357 | 439 |
| 2 | Dệt may | 241 | 315 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 54 | 83 |
| 4 | Điện tử | 54 | 78 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 114 | 208 |

Bảng 2.17: Doanh nghiệp có giao dịch thương mại điện tử

Đơn vị: doanh nghiệp

| Mã | Ngành | Năm | |
|----|---|------|------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Sản xuất thực phẩm, đồ uống, thuốc lá, thuốc lào | 68 | 92 |
| 2 | Dệt may | 65 | 69 |
| 3 | Sản xuất ô tô, xe máy | 12 | 14 |
| 4 | Điện tử | 7 | 3 |
| 5 | Dịch vụ ngân hàng, hoạt động của các quỹ và chứng khoán | 14 | 26 |

Bảng 2.18: Các chỉ số đổi mới (tính cho doanh nghiệp FDI)

| STT | Chỉ số | Năm | |
|-----|---|-------|-------|
| | | 2007 | 2008 |
| 1 | Số doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh | 4.961 | 5.642 |
| 2 | Số doanh nghiệp làm ăn thua lỗ | 2.313 | 2.899 |
| 3 | Năng suất lao động (triệu đồng) | 677 | 783 |
| 4 | Tài sản cố định/Tổng tài sản (lần) | 0,39 | 0,37 |
| 5 | Năng suất vốn (lần) | 13,29 | 15,36 |
| 6 | Tài sản cố định/Lao động (triệu đồng) | 240 | 273 |
| 7 | Vốn đầu tư vào Tài sản cố định/Tổng vốn đầu tư (lần) | 0,73 | 0,72 |
| 8 | Tỷ lệ cán bộ khoa học/Tổng lao động (%) | 26 | 15 |
| 9 | Tỷ lệ chi phí (R&D+đổi mới công nghệ)/Tổng vốn đầu tư (lần) | n/a | 0,54 |
| 10 | Số doanh nghiệp thực hiện R&D | 137 | 20 |
| 11 | Số doanh nghiệp thực hiện đổi mới công nghệ | 61 | 24 |
| 12 | Số chương trình, đề tài nghiên cứu khoa học | 1.627 | 41 |
| 13 | Số sáng kiến, giải pháp kỹ thuật | 4.264 | 547 |
| 14 | Số doanh nghiệp có kết nối mạng Internet | 4.656 | 5.392 |
| 15 | Số doanh nghiệp có web site | 979 | 1.475 |
| 16 | Số doanh nghiệp có giao dịch thương mại điện tử | 144 | 196 |

Chịu trách nhiệm xuất bản:

TS. Nguyễn Duy Hùng

Chịu trách nhiệm nội dung:

TS. Lê Minh Nghĩa

Biên tập:

**TS. Đỗ Quang Dũng
Trần Thị Thanh Phiệt**

Thiết kế bìa: **Công ty Haki**

Chế bản vi tính: **Công ty Haki**

Đọc bông: **Ban sách Kinh tế**

Đọc sách mẫu: **Ban sách Kinh tế**



Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

Viện Phát triển Doanh nghiệp

Số 9 Đào Duy Anh, Đống Đa, Hà Nội

Tel 84 4 3577 1076

Fax 84 4 3574 4031

www.vcci.com.vn