

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐẠI HỌC
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG**

NGUYỄN HOÀNG HẢI

**TÁC ĐỘNG CỦA TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ VỚI DOANH
NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM**

Chuyên ngành: Kinh tế thế giới và quan hệ kinh tế quốc tế

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:

PGS. TS. Nguyễn Văn Hồng

Hà nội 2004

MỤC LỤC

	Trang
Lời nói đầu	1
Chương 1: Tổng quan về toàn cầu hóa kinh tế và các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam	4
1.1. Khái niệm về toàn cầu hoá kinh tế	4
1.1.1. Các quan niệm về toàn cầu hóa	4
1.1.2. Khái niệm toàn cầu hóa kinh tế	6
1.2. Cơ sở khách quan và các nhân tố thúc đẩy quá trình toàn cầu hoá kinh tế	9
1.2.1. Cơ sở khách quan của toàn cầu hóa kinh tế	9
1.2.1.1. Sự phát triển cao của lực lượng sản xuất	9
1.2.1.2. Sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế thị trường	11
1.2.1.3. Sự gia tăng của các vấn đề kinh tế mang tính toàn cầu trong bối cảnh thế giới kết thúc chiến tranh lạnh, bước vào thời kỳ hòa bình, hợp tác, phát triển	12
1.2.2. Các nhân tố thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa kinh tế	13
1.3. Quá trình hình thành và phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam	15
1.3.1. Sự tồn tại tất yếu của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế thị trường	15
1.3.1.1. Một số quy định về doanh nghiệp vừa và nhỏ	15
1.3.1.2. Vai trò của doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế thị trường	18
1.3.2. Những ưu thế và hạn chế của doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế thị trường	20
1.3.2.1. ưu thế của doanh nghiệp vừa và nhỏ	20
1.3.2.2. Hạn chế của doanh nghiệp vừa và nhỏ	22
1.4. Tình hình phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ kể từ khi Việt Nam thực hiện mở cửa kinh tế để hội nhập	23
1.4.1. Chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển doanh nghiệp vừa và	23

nhỏ khi hội nhập kinh tế	
1.4.2. Tình hình phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện nay	25
Chương 2: Tác động của toàn cầu hóa kinh tế tới các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam	30
2.1. Toàn cầu hóa kinh tế tác động tới các yếu tố nội tại ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vừa và nhỏ	31
2.1.1. Qui mô - Vốn	31
2.1.2. Nguyên vật liệu	34
2.1.3. Thiết bị công nghệ	35
2.1.4. Nhân lực	37
2.1.5. Quản lý	39
2.1.6. Thị trường	41
2.1.7. Các yếu tố khác	44
2.2. Toàn cầu hóa kinh tế tác động tới chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ	45
2.2.1. Chiến lược thị trường	46
2.2.2. Chiến lược sản phẩm	48
2.2.3. Chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu	51
2.2.4. Chiến lược công nghệ	52
2.2.5. Các chiến lược khác	54
2.3. Toàn cầu hóa kinh tế tác động tới môi trường kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ	56
2.3.1. Môi trường pháp luật	56
2.3.2. Chính sách hỗ trợ của Nhà nước:	61
2.3.3. Cơ sở hạ tầng	63
Chương 3: Một số giải pháp để nâng cao khả năng thích ứng của doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam trước tác động của toàn cầu hoá kinh tế	67
3.1. Quan điểm hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực của Đảng và Nhà nước	67

3.2.	Những đề xuất với cơ quan quản lý Nhà nước để tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hoạt động và hội nhập hiệu quả vào nền kinh tế thế giới	72
3.2.1.	Hoàn thiện hệ thống pháp lý có liên quan tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ	72
3.2.2.	Xây dựng cơ sở hạ tầng	76
3.2.3.	Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ	78
3.2.4.	Cải cách hành chính	81
3.3.	Một số giải pháp giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ nâng cao khả năng thích ứng trước tác động của toàn cầu hóa kinh tế	82
	Kết luận	90
	Tài liệu tham khảo	

LỜI MỞ ĐẦU

1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

Toàn cầu hoá kinh tế là một tiến trình khách quan, đang vận động mạnh mẽ và ảnh hưởng sâu rộng tới mọi mặt của nền kinh tế quốc gia. Toàn cầu hoá kinh tế đòi hỏi các quốc gia phải nghiên cứu kỹ lưỡng, bởi vì ngày nay, dù muốn hay không thì bất cứ quốc gia nào cũng chịu ảnh hưởng của tiến trình này, và con đường để phát triển nền kinh tế đất nước là phải chủ động hội nhập vào nền kinh tế thế giới, nắm bắt xu hướng vận động và cách thức tác động của toàn cầu hoá kinh tế. Việt Nam khi mở cửa nền kinh tế, tham gia hội nhập thì các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước, vốn là thành phần “hạt nhân” để cụ thể hoá mục đích phát triển, sẽ chịu tác động trực tiếp của tiến trình toàn cầu hoá kinh tế. Có thể nói, “tác động của toàn cầu hoá kinh tế đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ” đang là một trong số những nội dung quan trọng mà chúng ta cần quan tâm để có những bước đi thích hợp khi tham gia vào thương mại thế giới, giúp doanh nghiệp có thể chủ động tận dụng cơ hội, đồng thời nhận biết và khắc phục những thách thức đặt ra, bắt kịp với trình độ phát triển chung.

2. TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

Hiện nay, đã có nhiều bài viết nghiên cứu về toàn cầu hoá kinh tế, chẳng hạn như bài “Xu thế phát triển chủ yếu của toàn cầu hóa kinh tế trong thế kỷ 21 và tác động của nó tới quan hệ thương mại của Việt Nam với các nước” của ThS. Hà Quốc Hội - Học viện công nghệ Bưu chính Viễn thông; báo cáo đề dẫn KX.02.02 “Toàn cầu hóa kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế với vấn đề công nghiệp hóa, hiện đại hóa của Việt Nam” của PGS.TS. Nguyễn Xuân Thắng - Viện Kinh tế thế giới... Tuy nhiên, các công trình vẫn chưa đề cập một cách trực tiếp và cụ thể đến “tác động của toàn cầu hóa kinh tế đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam”. Vì vậy, tác giả đã mạnh dạn đi sâu nghiên cứu vào vấn đề này.

3. MỤC ĐÍCH NGHIÊN CỨU

Đề tài sẽ phân tích tác động của tiến trình toàn cầu hoá kinh tế đến các yếu tố liên quan tới hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ, bao gồm các khía cạnh: tác động tới các yếu tố nội tại ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vừa và nhỏ, tác động tới chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ, và tác động tới môi trường kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tác động này gồm cơ chế diễn ra, biểu hiện của tác động trong hoạt động của doanh nghiệp, tạo ra cơ hội và thách thức gì với doanh nghiệp. Từ đó, đề tài đưa ra một số đề xuất với cơ quan quản lý Nhà nước để tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động và hội nhập hiệu quả vào nền kinh tế thế giới, cũng như một số giải pháp để nâng cao khả năng thích ứng của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam trước tác động của toàn cầu hoá kinh tế, góp phần vào công cuộc phát triển nền kinh tế – xã hội đất nước trong thời kỳ hội nhập.

4. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là ảnh hưởng của tiến trình toàn cầu hóa kinh tế đối với hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam kể từ khi Việt Nam thực hiện đường lối đổi mới kinh tế, chủ động hội nhập kinh tế toàn cầu và khu vực.

Phạm vi nghiên cứu của đề tài: đề tài tập trung nghiên cứu vào những doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam được thành lập và hoạt động tại Việt Nam không bao gồm các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

5. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Trong quá trình thực hiện, người viết có sử dụng kết hợp nhiều phương pháp như phân tích, tổng hợp, thống kê số liệu, so sánh.... dựa trên nhiều nguồn tài liệu thu thập từ sách báo, tạp chí, thông tin trên truyền hình, mạng internet, tham khảo ý kiến của các chuyên gia...

6. KẾT CẤU CỦA LUẬN VĂN

Ngoài lời nói đầu, kết luận và tài liệu tham khảo, luận văn gồm 3 chương:

Chương I: Tổng quan về toàn cầu hoá kinh tế và các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam.

Chương II: Tác động của toàn cầu hoá kinh tế đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam.

Chương III: Một số giải pháp để nâng cao khả năng thích ứng của doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam trước tác động của toàn cầu hoá kinh tế.

Đề tài được thực hiện trong thời gian còn hạn chế và kiến thức của người viết cũng còn hạn hẹp trước một vấn đề hết sức phức tạp, nên không thể tránh khỏi những thiếu sót. Rất mong nhận được sự chỉ bảo, đóng góp của những người có quan tâm.

Xin trân trọng cảm ơn thầy giáo TS. Nguyễn Văn Hồng, trân trọng cảm ơn các thầy cô giáo khác, đã giúp đỡ và tạo điều kiện thuận lợi cho em hoàn thành bài luận văn này.

Hà Nội, ngày 10 tháng 6 năm 2004.

CHƯƠNG I

TỔNG QUAN VỀ TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ VÀ CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM

1.1. KHÁI NIỆM VỀ TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ:

1.1.1. Các quan niệm về toàn cầu hóa:

Thuật ngữ toàn cầu hóa được sử dụng phổ biến từ khoảng cuối những năm 80 trở lại đây để diễn đạt một nhận thức mới của loài người về một hiện tượng, một quá trình quan trọng trong quan hệ quốc tế hiện đại.

Tùy vào góc độ tiếp cận, bản chất, tính chất và nguồn gốc của toàn cầu hóa được các lý thuyết khác nhau quan niệm khác nhau. Tương ứng với nó, các cột mốc thời gian của quá trình này cũng có thể được xác định khác nhau.

- Toàn cầu hóa có thể xem xét như một quá trình lịch sử tự nhiên mà Roland Robertson là người đi đầu trong quan niệm này. “Ông gọi nó là quá trình hội tụ thế giới trên phạm vi rộng, phân biệt với quá trình trên phạm vi nhỏ hơn diễn ra trong quốc gia hay địa phương” [15, tr.12]. Hàm ý của ông là lịch sử toàn thế giới đi theo một tiến trình hợp nhất, thông qua việc hình thành nên những thực thể xã hội lớn dần – mà lớn nhất là thực thể toàn cầu – và ngay trong quá trình hình thành các thực thể trung gian đã hàm chứa quá trình toàn cầu hóa dưới dạng manh nha. Ông cho rằng tiến trình toàn cầu hóa bắt đầu ở Châu Âu đầu thế kỷ XV, được mở rộng ngoài phạm vi Châu Âu từ thế kỷ XVIII. Robertson phân quá trình này thành hai giai đoạn: từ năm 1750 đến 1870 là giai đoạn “toàn cầu hóa phôi thai”, còn từ 1870 đến những năm 1920 như là giai đoạn thiết yếu của sự “cắt cánh” đưa đến thiết lập một xã hội toàn cầu với một hỗn hợp của những sự phát triển kinh tế, chính trị, văn hóa và công nghệ.
- Toàn cầu hóa cũng được Wilkinson và Marshall Hodgson xem xét như một quá trình mang tính lịch sử tự nhiên khi ông nghiên cứu về các nền văn minh. Ông coi sự phát triển của văn minh nhân loại như là “sự phát triển phụ thuộc

lẫn nhau và ít nhiều song song giữa 4 hỗn hợp truyền thống văn minh: Trung Quốc, Ấn Độ, Châu Âu và văn minh sông Nile đến Oxus” [15, tr.13].

- Thường thì toàn cầu hóa được tiếp cận chủ yếu trên lĩnh vực kinh tế. Ankie Hoogvelt xác định tính chất, mức độ của toàn cầu hóa dựa trên sự phụ thuộc lẫn nhau ngày càng tăng về chiến lược và quản lý giữa các nền kinh tế quốc gia [15, tr.13]. Một học giả phương Tây khác là Immanuel Wallerstein đã giải quyết khá sâu sắc về toàn cầu hóa. Ông coi toàn cầu hóa là “khúc khải hoàn của nền kinh tế thế giới tư bản chủ nghĩa, được gắn kết với nhau bằng sự phân công lao động toàn cầu” [15, tr.14].

Quan điểm về toàn cầu hoá được nhiều người thống nhất hiện nay, đó là: toàn cầu hoá là một quá trình xã hội hóa ngày càng sâu sắc sự phát triển của lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất cùng với những mối quan hệ biện chứng giữa hai yếu tố này ở quy mô toàn cầu. Đó là quá trình giao lưu và quốc tế hóa trên mọi lĩnh vực của đời sống con người và đời sống các quốc gia trong cộng đồng thế giới. Toàn cầu hóa không chỉ phản ánh sự gia tăng của các mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau mà còn phản ánh qui mô của các hoạt động liên quốc gia. Toàn cầu hóa chính là sự gia tăng mạnh mẽ các mối quan hệ gắn kết, tác động phụ thuộc lẫn nhau, là quá trình mở rộng qui mô và cường độ của các hoạt động giữa các khu vực, các quốc gia, các dân tộc trên phạm vi toàn cầu trong sự vận động phát triển.

Theo tôi, toàn cầu hoá là quá trình hình thành một chỉnh thể thống nhất toàn thế giới; là quá trình ảnh hưởng, tác động, xâm nhập lẫn nhau xuyên biên giới trong mọi lĩnh vực của đời sống xã hội, trước hết và chủ yếu trên lĩnh vực kinh tế, và vận hành trong một trật tự hệ thống toàn cầu.

Toàn cầu hóa là xu hướng bao gồm nhiều phương diện: kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội .v.v. Trong các mặt đó, toàn cầu hóa kinh tế vừa là trung tâm, vừa là cơ sở và động lực thúc đẩy các lĩnh vực khác của xu thế toàn cầu hóa nói chung. Trên thực tế thì toàn cầu hóa kinh tế là xu thế nổi bật nhất và các nghiên cứu thường tập trung phân tích về toàn cầu hóa kinh tế.

1.1.2. Khái niệm toàn cầu hóa kinh tế

Vậy, toàn cầu hóa kinh tế là gì? Có nhiều quan điểm khác nhau về toàn cầu hóa kinh tế. Có quan điểm cho rằng “toàn cầu hóa kinh tế là những mối quan hệ kinh tế vượt ra ngoài biên giới quốc gia, vươn tới qui mô toàn thế giới, đạt trình độ và chất lượng mới”. Lại có quan điểm cho rằng “Thực chất của toàn cầu hóa về kinh tế là tự do hóa kinh tế và hội nhập quốc tế, trước hết là về thương mại, đầu tư, dịch vụ .v.v. Tự do hóa kinh tế cũng có những mức độ khác nhau, từ giảm thuế quan đến xóa bỏ thuế quan; tự do hóa thương mại đến tự do hóa đầu tư, dịch vụ; tự do hóa kinh tế trong quan hệ hai bên đến quan hệ nhiều bên, trong quan hệ khu vực đến quan hệ toàn cầu. Hội nhập kinh tế cũng vậy, cũng có những thứ bậc cao thấp khác nhau. Các quốc gia dù muốn hay không đều dần phải hội nhập vào các tổ chức kinh tế khu vực và toàn cầu, phải có chiến lược và chính sách thích ứng với quá trình toàn cầu hóa. Nghĩa là các quan hệ kinh tế không những được tự do phát triển trên phạm vi toàn cầu, mà còn phải tuân theo những cam kết toàn cầu đa dạng” [5].

Toàn cầu hóa kinh tế bao hàm sự lưu chuyển ngày càng tự do hơn và nhiều hơn của hàng hóa, vốn, công nghệ và lao động vượt ra ngoài biên giới quốc gia. Đó chính là phương thức giải quyết mâu thuẫn nảy sinh trong quá trình phát triển của sức sản xuất, một quá trình làm cân đối cung cầu đối với những yếu tố đầu vào và đầu ra của sản xuất, nhằm tối ưu hóa việc phân bổ và sử dụng những yếu tố này trên phạm vi toàn cầu. Các nhà kinh tế thuộc Tổ chức thương mại và phát triển thuộc Liên hợp quốc (UNCTAD) cho rằng: “Toàn cầu hóa kinh tế liên hệ tới các luồng giao lưu không ngừng tăng lên của hàng hóa và nguồn lực vượt qua biên giới giữa các quốc gia cùng với hình thành các cấu trúc tổ chức trên phạm vi toàn cầu, nhằm quản lý các hoạt động và giao dịch kinh tế quốc tế không ngừng gia tăng đó” [5] [10].

Các chuyên gia Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD) cho rằng toàn cầu hóa kinh tế là sự vận động tự do của các yếu tố sản xuất nhằm phân bổ tối ưu các nguồn lực trên phạm vi toàn cầu. Theo quan điểm của Quỹ Tiền tệ quốc tế

(IMF) thì toàn cầu hóa kinh tế là sự gia tăng không ngừng các luồng mậu dịch, vốn, kỹ thuật với quy mô và hình thức phong phú, làm tăng sự phụ thuộc lẫn nhau giữa các nền kinh tế trên thế giới [5].

Cách tiếp cận gần nhất đến bản chất, nội dung và phạm vi của toàn cầu hóa kinh tế là quan tâm đến những khái niệm liên quan trực tiếp, đó là: khu vực hóa kinh tế và hội nhập kinh tế.

- Khu vực hóa kinh tế: được hiểu như quá trình làm sâu sắc hơn nữa các cơ cấu kinh tế phụ thuộc lẫn nhau trong nội bộ khu vực dưới bất kỳ một hình thức nào, thông qua trao đổi thương mại, đầu tư trực tiếp hoặc qua những dòng người di cư và di chuyển lao động. Các yếu tố của khu vực hóa kinh tế là tự do mậu dịch, di chuyển dòng vốn, mở rộng phân công và hợp tác lao động qua biên giới, phát triển cơ sở hạ tầng chung (vận tải, thông tin liên lạc,...) thiết lập cơ chế kinh tế mang tính đồng nhất nhằm tăng cường khả năng cạnh tranh các yếu tố sản xuất của nền kinh tế khu vực và của mỗi nước. Các hiệp định hợp nhất khu vực ngày càng nhiều là biểu hiện của xu thế khu vực hóa kinh tế không ngừng gia tăng. Liên minh Châu Âu (EU), Khu vực mậu dịch tự do Bắc Mỹ (NAFTA), Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC), Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), Thị trường chung Nam Mỹ (MERCOSUR)... là những tổ chức và định chế kinh tế khu vực bổ sung lẫn nhau và cùng tham gia hội nhập vào thị trường thế giới, kích thích tính năng động của sự phát triển. Có thể xem khu vực hóa kinh tế là bộ phận của quá trình toàn cầu hóa kinh tế, là những bước đi để tiến tới toàn cầu hóa kinh tế.

- Hội nhập kinh tế chỉ sự chủ động tham gia tích cực của một quốc gia vào quá trình toàn cầu hóa và khu vực hóa kinh tế thông qua nỗ lực tự do hóa và mở cửa trên các cấp độ đơn phương, song phương và đa phương nhưng vẫn giữ được sự kiểm soát và bản sắc riêng của nền kinh tế. Tính chủ động hội nhập kinh tế của một quốc gia thường được biểu hiện qua:

- + Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc tế của hàng hóa - dịch vụ của các doanh nghiệp và toàn bộ nền kinh tế;
- + Đa phương hóa, đa dạng hóa các quan hệ kinh tế;

- + Nhà nước kiểm soát được dòng vốn đầu tư nước ngoài;
- + Chính sách tự do hóa thương mại phục vụ trước hết cho lợi ích phát triển quốc gia;
- + Nhà nước kiểm soát di cư lao động;
- + Thiết chế quản lý nền kinh tế dựa vào những thế mạnh của bản sắc dân tộc.

Về mức độ hội nhập, nhà kinh tế học người Anh Balassa đã đưa ra 5 mô hình từ thấp đến cao:

- + Khu vực mậu dịch tự do: là giai đoạn thấp nhất của tiến trình hội nhập kinh tế. Ở giai đoạn này, các nền kinh tế thành viên tiến hành giảm và loại bỏ dần các hàng rào thuế quan, các hạn chế định lượng và các biện pháp phi thuế quan trong thương mại nội khối. Tuy nhiên, họ vẫn độc lập thực hiện chính sách thuế quan đối với các nước ngoài khối. Ví dụ: Khu vực mậu dịch tự do Bắc Mỹ (NAFTA), Khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA).
- + Liên minh thuế quan: là giai đoạn tiếp theo trong quá trình hội nhập. Tham gia vào liên minh thuế quan, các thành viên ngoài việc hoàn tất việc loại bỏ thuế quan và các hạn chế về số lượng thương mại nội khối, phải cùng nhau thực hiện một chính sách thuế quan chung đối với các nước ngoài khối. Ví dụ: Nhóm ANDEAN (Hiệp ước về mậu dịch tự do giữa các nước Bolivia, Ecuador, Peru và Venezuela) và Liên minh thuế quan giữa Cộng đồng kinh tế Châu Âu, Phần Lan, Áo, Thụy Điển trước đây.
- + Thị trường chung: là mô hình liên minh thuế quan cộng thêm với việc bãi bỏ hạn chế với việc lưu chuyển của các yếu tố sản xuất khác. Như vậy, trong một thị trường chung, không những hàng hóa, dịch vụ mà hầu hết các nguồn lực khác (vốn, kỹ thuật, công nghệ, nhân công...) đều được tự do lưu chuyển giữa các thành viên. Ví dụ: Cộng đồng kinh tế Châu Âu (EC) trước đây.
- + Liên minh kinh tế: là mô hình hội nhập ở giai đoạn cao dựa trên cơ sở mô hình thị trường chung cộng thêm với việc phối hợp các chính sách kinh tế giữa các thành viên. Chẳng hạn như Liên minh Châu Âu (EU).

+ Liên minh toàn diện: là giai đoạn cuối cùng của quá trình hội nhập. Các thành viên thống nhất về chính trị và các lĩnh vực kinh tế, bao gồm cả lĩnh vực tài chính tiền tệ, thuế và các chính sách xã hội. Như vậy, ở giai đoạn này, quyền lực quốc gia ở các lĩnh vực trên được chuyển giao cho một cơ cấu cộng đồng. Đây thực chất là giai đoạn xây dựng một kiểu Nhà nước liên bang hoặc các “Cộng đồng an ninh đa nguyên”. Ví dụ: quá trình thành lập Hoa Kỳ từ các thuộc địa cũ của Anh; và thống nhất nước Đức từ các tiểu vương quốc trong Liên minh thuế quan Đức - Phổ trước đây.

1.2. CƠ SỞ KHÁCH QUAN VÀ CÁC NHÂN TỐ THỨC ĐẨY QUÁ TRÌNH TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ

1.2.1. Cơ sở khách quan của toàn cầu hoá kinh tế:

1.2.1.1. Sự phát triển cao của lực lượng sản xuất:

Xã hội hóa sự phát triển của lực lượng sản xuất, quan hệ sản xuất cùng mối quan hệ biện chứng giữa chúng là đặc thù vốn có của xã hội loài người kể từ thời nguyên thủy. Qua mỗi giai đoạn phát triển của lịch sử loài người, quá trình xã hội hóa này lại được nâng lên một mức và lan tỏa ngày một sâu rộng vào mọi lĩnh vực, đi dần tới mức độ toàn cầu hóa như đang được biết tới hiện nay.

Trong xã hội phong kiến, do lực lượng sản xuất và giao thông kém phát triển nên sản xuất và trao đổi chỉ thực hiện trong một phạm vi quy mô nhỏ hẹp, sản xuất mang tính chất tự cung tự cấp. Thông thương vượt biên giới quốc gia cũng đã xuất hiện nhưng chưa tạo ra những quan hệ phụ thuộc trong phát triển, chưa có thị trường thế giới theo nghĩa hiện đại. Chuyển sang nền kinh tế tư bản chủ nghĩa, lực lượng sản xuất có bước phát triển vượt bậc về cả lượng và chất, tạo tiền đề cho thương mại và đầu tư mở rộng mang tính quốc tế, kéo theo nó là quá trình di dân, lao động và giao dịch tài chính mạnh mẽ, vượt ra biên giới quốc gia. Trong thời kỳ đầu của chủ nghĩa tư bản, các hoạt động kinh tế giữa các quốc gia mang nặng tính chất phụ thuộc một chiều. Các nước tư bản đế quốc đã thi hành chính sách pháo hạm, chiếm thuộc địa, tạo lập cho mình khu vực thuộc địa và bảo hộ để phục vụ kinh tế của mình. Thế giới bị chia cắt thành nhiều khu vực thuộc địa khác nhau dưới

sự ảnh hưởng của những quốc gia phát triển như Pháp, Tây Ban Nha, Anh, Hà Lan... Từ những năm đầu của thế kỷ XX, sự phát triển mạnh mẽ của lực lượng lao động cùng phong trào giải phóng dân tộc tại các nước thuộc địa đã đưa lại sự phát triển mới của phân công lao động. Các quốc gia từng bị phụ thuộc sau khi giành được độc lập chủ quyền đã chủ động tham gia vào quá trình phân công lao động quốc tế, làm thay đổi đặc trưng quan hệ kinh tế quốc tế, chuyển từ quan hệ phụ thuộc một chiều sang quan hệ tương hỗ, phụ thuộc lẫn nhau.

Sau chiến tranh thế giới thứ hai đến những năm 80 của thế kỷ XX, gắn với sự phát triển của phong trào giải phóng dân tộc là sự phát triển nhanh chóng của khoa học kỹ thuật, sự thay đổi căn bản của quan hệ kinh tế quốc tế. Quốc tế hóa các vấn đề kinh tế – xã hội đã không ngừng phát triển. Phát kiến khoa học nhanh chóng được áp dụng vào sản xuất đã thúc đẩy phân công lao động lên một tầm mới. Con người đã có những bước tiến dài trên con đường khám phá thế giới vĩ mô và vi mô, sáng tạo ra những công nghệ có ý nghĩa làm thay đổi cả cách suy nghĩ truyền thống về thế giới xung quanh như công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu, công nghệ năng lượng mới và công nghệ hàng không vũ trụ. Dưới tác động của những phát minh khoa học kỹ thuật mang tính cách mạng, các ngành kinh tế truyền thống đang dần nhường bước cho những ngành đại diện cho tiến bộ khoa học và công nghệ, nhất là ở những nước phát triển. Và có thể nói, sự tăng trưởng của nền kinh tế dựa chủ yếu vào nguyên vật liệu và lao động đang chuyển sang nền kinh tế dựa chủ yếu vào tri thức.

Từ những năm cuối thập kỷ 80 của thế kỷ XX trở lại đây, thuật ngữ toàn cầu hóa và toàn cầu hóa kinh tế bắt đầu được sử dụng rộng rãi, đánh dấu giai đoạn phát triển cao của quốc tế hóa kinh tế. Trong giai đoạn này, tự do hóa thương mại, đầu tư tài chính diễn ra với quy mô và cường độ lớn trên thế giới. Tốc độ tăng trưởng của thương mại thế giới cao hơn nhiều tốc độ tăng trưởng kinh tế, như năm 2000, tốc độ tăng trưởng thương mại thế giới là 6,2% trong khi tăng trưởng kinh tế chỉ đạt 3,5% [5, tr.56 - 58]. Tự do hóa thương mại làm kim ngạch xuất khẩu thế giới tăng nhanh chóng, từ 5.100 tỷ USD năm 1986 lên 10.410 tỷ USD năm 2000. Dòng đầu tư trực

tiếp nước ngoài trong những năm gần đây đạt mức trung bình hàng năm khoảng 1.000 tỷ USD [5]. Các nhân tố mới khác như: nền kinh tế tri thức, công nghệ thông tin viễn thông, giao thông quốc tế đã có bước phát triển mới tạo môi trường thúc đẩy toàn cầu hóa kinh tế.

Tóm lại, sự phát triển như vũ bão của khoa học kỹ thuật đã phá vỡ hàng rào ngăn cách địa giới trong giao dịch của con người trên tất cả các mặt giữa các quốc gia. Điều này thúc đẩy quốc tế hóa kinh tế lên một thời kỳ mới đó là thời kỳ toàn cầu hóa kinh tế thế giới. Các quốc gia dù muốn hay không đều chịu tác động của quá trình toàn cầu hóa và để tồn tại và phát triển trong điều kiện ngày nay, đương nhiên không thể không tham gia quá trình toàn cầu hóa, tức là các quốc gia phải chủ động hội nhập kinh tế quốc tế.

1.2.1.2. Sự phát triển mạnh mẽ của nền kinh tế thị trường:

Quá trình quốc tế hóa, toàn cầu hóa có sự gắn bó chặt chẽ với tiến trình phát triển của nền kinh tế thị trường.

Ở thế kỷ XV – XVI, nước Anh đã có nền nông nghiệp thương phẩm phát triển với nghề nuôi cừ và dệt len dạ, sau đó nước này đã tiến hành cuộc cách mạng thủ tiêu quan hệ ruộng đất phong kiến, làm mở rộng hoạt động ngoại thương và thúc đẩy quá trình hình thành nền kinh tế thị trường. Kinh tế thị trường ra đời tạo điều kiện cho sự phát triển mạnh mẽ của sức sản xuất, đẩy mạnh chuyên dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hóa và thúc đẩy phân công lao động. Được phát triển mạnh mẽ ở Anh trong thế kỷ XIX và đầu thế kỷ XX, sau đó, nền kinh tế thị trường đã lan sang các nước khác, đi cùng với sự bành trướng thế lực kinh tế của một số quốc gia và tạo sự ràng buộc lẫn nhau giữa các nền kinh tế.

Kinh tế thị trường phát triển mở ra điều kiện cho sự gia tăng xu thế quốc tế hóa, thể hiện trên hai khía cạnh chính.

- Thứ nhất, mở ra cơ sở, điều kiện cho sự phát triển của lực lượng sản xuất làm cho qui mô sản xuất không bó hẹp trong phạm vi của từng quốc gia mà mang tầm quốc tế. Điều này cũng có nghĩa là thúc đẩy quá trình phân công lao động quốc tế, gắn các quốc gia vào sự ràng buộc của sản xuất và tiêu thụ.

- Thứ hai, kinh tế thị trường phát triển ở các quốc gia đưa lại cơ chế thống nhất để xử lý các mối quan hệ kinh tế, đó là cơ chế thị trường với sự cùng tồn tại cơ chế, phương thức phân bổ nguồn lực từ sức lao động đến tư liệu sản xuất... Điều này có ý nghĩa cho việc thúc đẩy mở rộng đầu tư, giao dịch thương mại và tiếp nhận nguồn lao động...

Cho tới nay, loài người đã thấy rõ vai trò của kinh tế thị trường trong thúc đẩy sự phát triển sản xuất. Thế giới chưa có quốc gia nào phát triển mà không dựa trên nền kinh tế thị trường. Dù quá trình hình thành và phát triển các nền kinh tế thị trường trên thế giới rất đa dạng với nhiều cấp độ, nhiều kiểu thì nền kinh tế thế giới ngày nay đang thống nhất ở cơ chế vận hành: cơ chế thị trường. Đây là cơ sở cho sự gia tăng xu thế toàn cầu hóa kinh tế. Kinh tế thị trường càng phát triển thì sự giao thoa, xâm nhập lẫn nhau giữa các nền kinh tế càng gia tăng. Phát triển theo chiều rộng thì được thể hiện ở sự mở rộng qui mô và ràng buộc lẫn nhau giữa các thị trường, theo chiều sâu thì được thấy rõ trong sự bùng nổ phát triển thị trường tài chính và sự xuất hiện một loạt các công cụ mới trong thanh toán giao dịch...

1.2.1.3. Sự gia tăng của các vấn đề kinh tế mang tính toàn cầu trong bối cảnh thế giới kết thúc chiến tranh lạnh, bước vào thời kỳ hòa bình, hợp tác, phát triển

Sau chiến tranh thế giới thứ hai, thế giới hình thành trật tự đối đầu giữa hai cực, giữa hai hệ thống kinh tế – xã hội, tạo ra sự cách trở trong giao lưu kinh tế giữa hai hệ thống, ảnh hưởng tới xu thế toàn cầu hóa. Suốt mấy thập kỷ chạy đua vũ trang tiếp đó đã làm các bên nhận thấy rằng cuộc chiến tranh hiện đại với vũ trang hạt nhân nổ ra sẽ không có người chiến thắng, mà tốt hơn hết là các bên nên tiến tới những cam kết, thỏa thuận hòa bình, cùng giảm bớt kho vũ khí chiến tranh. Mặt khác, quá trình công nghiệp hóa sau chiến tranh thế giới thứ hai diễn ra theo mô thức khai thác tài nguyên thiên nhiên, phục vụ nhu cầu công nghiệp hóa mà không chú ý đến việc tái tạo thiên nhiên, lập lại cân bằng sinh thái nên đã làm nảy sinh hàng loạt các vấn đề có tính toàn cầu tác động tiêu cực tới cuộc sống con người. Đó là ô nhiễm môi trường, hiệu ứng nhà kính, phá hủy tầng ôzôn, dịch bệnh, thiếu nguồn nước... Rồi sự phát triển của nền kinh tế thế giới trong những thập kỷ sau

chiến tranh thế giới thứ hai dưới tác động của các quy luật thị trường đã đưa đến tình trạng phân hóa giàu nghèo sâu sắc. Mâu thuẫn về thương mại và đầu tư trong quá trình cạnh tranh phát triển giữa các quốc gia cũng gia tăng...

Có thể nói, các vấn đề kinh tế lớn mang tính toàn cầu nảy sinh đòi hỏi phải có sự phối hợp cố gắng của tất cả các quốc gia. Các vấn đề toàn cầu liên quan tới mọi quốc gia, tác động trên phạm vi thế giới mà từng quốc gia riêng rẽ, cho dù có tiềm lực mạnh đến đâu chẳng nữa, cũng không thể tự giải quyết nổi. Đây chính là cơ sở khách quan quy định và thúc đẩy những cố gắng liên kết sức mạnh giữa các quốc gia, là cơ sở tiến tới thống nhất quy trình, quy phạm chung cho quá trình phát triển kinh tế. Với sự kết thúc chiến tranh lạnh, sự phân chia thế giới thành hai cực đối lập đã và đang chuyển sang trật tự theo hướng đa cực, thế giới vận động trong xu thế hòa bình, hợp tác và phát triển từ cuối những năm 80 mở ra cơ hội thực hiện phối hợp nguồn lực để giải quyết các vấn đề toàn cầu. Đây chính là cơ sở quan trọng cho sự gia tăng mạnh mẽ xu thế quốc tế hóa kinh tế lên một trình độ mới, đó là toàn cầu hóa kinh tế.

1.2.2. Các nhân tố thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa kinh tế:

Có nhiều nhân tố thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa kinh tế nhưng không thể không nhắc tới 4 nhân tố cơ bản nhất và xuyên suốt trong các thời kỳ phát triển của toàn cầu hóa kinh tế. Đó là:

- *Những tiến bộ của khoa học và công nghệ:* Những tiến bộ của khoa học và công nghệ được áp dụng vào thực tiễn sản xuất, kinh doanh làm tăng năng suất lao động, tạo ra ngày càng nhiều sản phẩm thặng dư cho xã hội, tạo tiền đề thúc đẩy sự hình thành và phát triển phân công lao động theo ngành nghề, vùng lãnh thổ, quốc gia. Nhờ đó, sự trao đổi quốc tế về hàng hóa, dịch vụ, vốn, lao động và tri thức ngày một tăng. Sự phát triển của khoa học – công nghệ đã mở đường cho sự hình thành và phát triển của thị trường thế giới. Tiến bộ trong phương tiện giao thông và kỹ thuật thông tin, đặc biệt là sự ra đời và lớn mạnh của hệ thống máy tính cá nhân và thương mại điện tử đã làm thế giới như được thu nhỏ về không gian, thời gian, thể hiện ở việc chi phí vận tải, thông tin ngày càng giảm, cách trở địa lý được khắc phục...

- *Chính sách mở cửa, tự do hóa thương mại và đầu tư quốc tế:* Yếu tố này mang tính chủ quan tạo điều kiện và thúc đẩy sự phát triển của toàn cầu hóa theo hướng phục vụ cho lợi ích của các quốc gia. Chính sách mở cửa, tự do hóa có nội dung chính là loại bỏ dần hàng rào nhân tạo cản trở sự giao lưu quốc tế như hạn chế độc quyền nhà nước trong sản xuất, kinh doanh xuất nhập khẩu, cho phép nước ngoài đầu tư kinh doanh, thực hiện cạnh tranh tự do giữa các thành phần kinh tế, bãi bỏ hàng rào thuế quan và phi thuế quan với hàng hóa, dịch vụ. Hiện nay, ngày càng có nhiều chính phủ chuyển sang chính sách tự do hóa, mở cửa thị trường, tạo môi trường thông thoáng cho sự phát triển các mối quan hệ kinh tế giữa các quốc gia, tạo điều kiện khai thác công nghệ mới tại các thị trường có quy mô toàn cầu ở mọi nơi trên thế giới. Có thể đánh giá rõ nhất tác động của chính sách mở cửa, tự do hóa thương mại và đầu tư quốc tế với quá trình toàn cầu hóa kinh tế ở chỗ thương mại quốc tế không ngừng gia tăng; đầu tư trực tiếp nước ngoài, di chuyển tư bản, các luồng lưu chuyển công nghệ và nhân công giữa các nước tăng nhanh...
- *Quốc tế hóa các hoạt động kinh doanh và vai trò của các công ty xuyên quốc gia:* Tiến bộ khoa học – kỹ thuật và công nghệ cùng chính sách tự do hóa thương mại của các chính phủ cho phép gia tăng việc trao đổi các yếu tố đầu vào của sản xuất kinh doanh giữa các nước như vốn, máy móc, nguyên nhiên liệu, kỹ thuật, công nghệ, thông tin, nhân công...; gia tăng phân công lao động và hợp tác quốc tế. Ngày càng nhiều công ty có thể phân bố cơ cấu sản xuất trên phạm vi toàn cầu thông qua đầu tư ra nước ngoài, nhờ tiến bộ về công nghệ thông tin, các công ty này tiến hành bố trí những bộ phận khác nhau của dây chuyền sản xuất tại các nước và khu vực khác nhau mà vẫn duy trì được sự quản lý thống nhất của mình, đó là các công ty xuyên quốc gia. Các công ty xuyên quốc gia (TNCs) thông qua các hoạt động của mình, chủ yếu bao gồm: đầu tư và sản xuất kinh doanh ở nhiều nước trên thế giới; tham gia lưu chuyển tư bản, các giao dịch tài chính và chuyển giao công nghệ; lưu chuyển hàng hóa, dịch vụ “nội bộ” của bản thân các công ty làm thúc đẩy thương mại toàn cầu và khu vực; gây ảnh hưởng đến chính sách kinh tế – xã hội của các nước.

Người ta gọi các TNCs là đội quân viễn chinh của toàn cầu hóa kinh tế, coi cả thế giới là công xưởng và cũng là thị trường của mình.

- *Sự ra đời của các tổ chức kinh tế toàn cầu, các khối kinh tế khu vực và liên khu vực, các hiệp định kinh tế thương mại song phương và đa phương với tư cách là hình thức và cũng là công cụ thúc đẩy toàn cầu hoá kinh tế:* Hiện nay, các hiệp định thương mại song phương – một trong những hình thức hội nhập kinh tế quốc tế mang tính nền tảng, phổ biến và quan trọng với tất cả các nước, đang liên tục được đàm phán và ký kết. Hàng chục khối kinh tế khu vực khác nhau về số lượng thành viên và mức độ cam kết hợp tác nội bộ được ra đời. Có khối hoạt động theo quy chế khu vực mậu dịch tự do như Khu vực mậu dịch tự do ASEAN (AFTA), Khu vực mậu dịch tự do Bắc Mỹ (NAFTA). Có khối hoạt động theo hình thức thị trường chung như thị trường chung Châu Âu, hoạt động từ 01-01-1993, MERCOSUR ở Nam Mỹ, thị trường chung Châu Phi, thị trường chung Ả-rập; hình thức liên minh kinh tế (EU)... đặc biệt, đang manh nha một hình thức mới mang tính chất khối kinh tế liên khu vực mở, nhằm thúc đẩy nhanh hơn tiến trình tự do hoá thương mại trên bình diện toàn cầu. Tiêu biểu là Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương (APEC) ra đời năm 1989 và Diễn đàn hợp tác Á - Âu (ASEM) ra đời năm 1996... Tiếp đến là các tổ chức kinh tế toàn cầu, được chia làm hai loại: loại thứ nhất là những tổ chức kinh tế chính phủ như WTO, IMF, Ngân hàng thế giới (WB), Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (OECD)... Những tổ chức này đóng vai trò thiết kế và chi phối các “luật chơi chung” mang tính toàn cầu, trước hết là các dòng chảy thương mại, tiền tệ và đầu tư chính thức. Đồng thời chúng đang và sẽ dần cải tổ, chuyển hoá thành các tổ chức có chức năng, phạm vi điều tiết rộng hơn. Loại thứ hai là các tổ chức kinh doanh toàn cầu mà trước hết và phổ biến hơn cả là các công ty xuyên quốc gia. Các công ty này đang có xu hướng phình lên về quy mô thông qua sát nhập và bao quát hoạt động trong hầu hết các lĩnh vực, các quốc gia dù đang phát triển hay phát triển. Đặc biệt đang có xu hướng các nước đang phát triển tích cực phát triển các công ty xuyên quốc gia của mình thông qua liên doanh, liên kết với các công ty xuyên quốc gia

nước ngoài hoặc hỗ trợ nhà nước để phát triển các công ty quốc gia thành các công ty đa quốc gia.

1.3. QUÁ TRÌNH HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM

1.3.1. Sự tồn tại tất yếu của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế thị trường

1.3.1.1. Một số quy định về doanh nghiệp vừa và nhỏ

Khái niệm về doanh nghiệp: “doanh nghiệp là tổ chức kinh tế có tên, có tài sản, có trụ sở giao dịch ổn định, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật nhằm mục đích thực hiện các hoạt động kinh doanh” trong đó kinh doanh được hiểu là “việc thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình đầu tư, từ sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc cung ứng dịch vụ trên thị trường nhằm mục đích sinh lợi” [7]. (Theo Luật doanh nghiệp được Quốc hội nước cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam khoá X, kỳ họp thứ 5 thông qua ngày 12 tháng 6 năm 1999 và chính thức có hiệu lực từ ngày 01 tháng 01 năm 2000).

Một số quy định về doanh nghiệp vừa và nhỏ:

Trong một nền kinh tế, nếu dựa vào quy mô hoạt động, có thể chia doanh nghiệp thành 2 loại: doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp vừa và nhỏ. Dù khác nhau ở tiêu thức và cách thức phân định nhưng các quốc gia thường có hai điểm chung khi phân định. Một là, quy mô doanh nghiệp được xác định trong một khoảng không gian và thời gian nào đó, hay không có tính chất “cố định” mà thay đổi theo tính chất hoạt động và trình độ phát triển của doanh nghiệp trong nền kinh tế cũng như mục đích của việc xác định. Hai là, quy mô của doanh nghiệp phản ánh mức độ sản xuất, cung ứng sản phẩm hoặc lao vụ của doanh nghiệp đó cho xã hội. Thông thường, được xem xét ở mức độ các yếu tố đầu vào hoặc các yếu tố đầu ra hay có thể xem xét kết hợp yếu tố đầu vào và yếu tố đầu ra.

Thực tế thì việc lựa chọn các tiêu thức để xác định doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các nước có sự khác nhau [6].

- Ở Nhật Bản: trong “Luật cơ bản về doanh nghiệp vừa và nhỏ” của Nhật, có quy định tiêu chí xác định doanh nghiệp vừa và nhỏ như sau: Với các ngành sản xuất, doanh nghiệp có số nhân viên thường xuyên dưới 300 hoặc số vốn

kinh doanh dưới 100 triệu Yên. Với ngành bán buôn, doanh nghiệp có số nhân viên thường xuyên dưới 100 hoặc số vốn kinh doanh dưới 30 triệu Yên. Với ngành bán lẻ và dịch vụ, doanh nghiệp có số nhân viên thường xuyên dưới 50 hoặc số vốn kinh doanh dưới 10 triệu Yên. Ngoài ra, ở Nhật Bản, còn xác định doanh nghiệp cực nhỏ là doanh nghiệp có số nhân viên dưới 20 trong các ngành sản xuất và dưới 5 trong các ngành bán buôn, bán lẻ và dịch vụ.

- Tại Cộng hòa Liên bang Đức: được nêu trong bảng 1.1 [6]

Loại doanh nghiệp	Số lao động (người)	Doanh số hàng năm (triệu DM)
Quy mô nhỏ	< 9	< 1
Quy mô vừa	10 – 499	1 – 100
Quy mô lớn	> 500	> 100

Với tiêu thức phân loại trên, doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm đại bộ phận trong nền kinh tế quốc dân của Cộng hòa Liên bang Đức.

- Ở Hàn Quốc, tiêu chí xác định doanh nghiệp vừa và nhỏ được quy định trong “Đạo luật cơ bản về doanh nghiệp vừa và nhỏ” và đã được bổ sung, sửa đổi nhiều lần. Bản gần nhất quy định: trong lĩnh vực chế tạo, khai thác, xây dựng và chế biến: doanh nghiệp vừa và nhỏ là doanh nghiệp có số lao động thường xuyên dưới 300 và tổng số vốn kinh doanh dưới 600.000 USD. Trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ: là doanh nghiệp có số lao động thường xuyên dưới 20 và có doanh thu dưới 500.000 USD/ năm (với bán buôn) và 250.000 USD/năm (với bán lẻ).
- Ở Malaysia: doanh nghiệp nhỏ là doanh nghiệp có số lao động từ 100 trở xuống, còn từ 101 đến 200 là doanh nghiệp vừa.
- Ở Thái Lan: theo Luật về doanh nghiệp vừa và nhỏ được Quốc hội Thái Lan thông qua cuối năm 1998, doanh nghiệp vừa và nhỏ là doanh nghiệp có tổng tài sản dưới 5,4 triệu USD (không kể đất đai) và số lao động dưới 200.

Thường thì việc xác định quy mô vừa và nhỏ được nhiều nước căn cứ trên 2 tiêu thức lao động và số vốn kinh doanh.

Ở Việt Nam, năm 1993 đã thực hiện xếp loại doanh nghiệp nhà nước theo 5 hạng: hạng đặc biệt, hạng I, hạng II, hạng III, hạng IV. Căn cứ xếp hạng dựa trên 2 nhóm yếu tố là độ phức tạp trong quản lý và hiệu quả sản xuất kinh doanh thông qua 8 chỉ tiêu: vốn sản xuất kinh doanh, trình độ công nghệ, phạm vi hoạt động, số lượng lao động, thực hiện nghĩa vụ với nhà nước, lợi nhuận thực hiện, doanh thu, tỷ suất lợi nhuận trên vốn. Việc xếp hạng như vậy là để sắp xếp tổ chức bộ máy quản lý doanh nghiệp và trả lương cho cán bộ quản lý, chưa mang tính chất phục vụ cho việc hoạch định chiến lược và chính sách phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Ngày 20/6/1998, Chính phủ có văn bản số 681/CP-KTN về việc định hướng chiến lược và chính sách phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Theo đó, doanh nghiệp vừa và nhỏ được xác định: “là những doanh nghiệp có vốn điều lệ dưới 5 tỷ đồng và có số lao động trung bình hàng năm dưới 200 người”.

Gần đây nhất, tại Nghị định 90/2001/NĐ-CP ngày 23/11/2001, Chính phủ quy định rõ doanh nghiệp vừa và nhỏ là các doanh nghiệp có vốn đăng ký không quá 10 tỷ đồng hoặc số lao động trung bình hàng năm không quá 300 người [8]. Dựa trên hai tiêu chí này thì phần lớn các doanh nghiệp ở Việt Nam là doanh nghiệp vừa và nhỏ, chiếm khoảng 95% trên tổng số. Và có thể nói, hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ đã trở thành một trong những đặc trưng của hoạt động kinh doanh của Việt Nam.

1.3.1.2. Vai trò của doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế thị trường

Quá trình hình thành và phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tại nhiều nước trên thế giới đã khiến Chính phủ và các nhà kinh tế các nước nhận thức được đầy đủ vai trò quan trọng của doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế. Đó là:

- *Tạo công ăn việc làm, ổn định xã hội:* sự tồn tại và phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ là một phương tiện có hiệu quả để giải quyết vấn đề thất nghiệp, là nguồn chủ yếu tạo ra việc làm. Lý do đơn giản là doanh nghiệp vừa và nhỏ thường có lượng vốn không lớn và thường xuyên đáp ứng được nhu cầu thay đổi của thị trường. Nhìn chung, ở các nước, số lượng doanh nghiệp này thường chiếm 90 – 95% tổng số doanh nghiệp trong nền kinh tế, nên theo quy luật số

đông, dù số lao động làm việc trong từng doanh nghiệp không nhiều nhưng các doanh nghiệp vừa và nhỏ giải quyết việc làm cho khoảng 2/3 lực lượng lao động xã hội [6]. Khi nền kinh tế suy thoái, các doanh nghiệp vừa và nhỏ luôn đóng vai trò rất quan trọng trong việc giải quyết công ăn việc làm, ổn định xã hội do có đặc tính linh hoạt, uyển chuyển, dễ thích ứng với thay đổi của thị trường, trong khi các doanh nghiệp lớn thường phải cắt giảm lao động.

- *Cung cấp khối lượng lớn sản phẩm, dịch vụ, góp phần phát triển kinh tế:* doanh nghiệp vừa và nhỏ với số lượng đông đảo trong nền kinh tế đã tạo ra một lượng sản phẩm, thu nhập đáng kể cho xã hội; đồng thời lại có khả năng đáp ứng những nhu cầu ngày càng đa dạng, độc đáo của người tiêu dùng. Ngay cả tại các nước phát triển, sự phát triển mạnh mẽ của các siêu thị cũng không thể thay thế được các doanh nghiệp bán lẻ. Năm 1994, doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Mỹ tạo ra trên 50% GDP, tương tự ở Nhật Bản là 55%, ở Đức là 53% [6].
- *Góp phần tạo lập sự phát triển cân bằng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo vùng lãnh thổ:* nền kinh tế tồn tại nhiều loại hình doanh nghiệp với nhiều quy mô khác nhau phụ thuộc vào các đặc điểm kinh tế – kỹ thuật của từng ngành quy định. Mỗi quy mô với ưu thế của mình lại đảm nhận một nhiệm vụ khác nhau theo sự phân công tự nhiên của nền kinh tế. Sự phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ góp phần quan trọng trong việc tạo lập sự cân đối trong phát triển giữa các vùng. Nó giúp cho vùng sâu, vùng xa, các vùng nông thôn có thể khai thác được tiềm năng của vùng, của địa phương để phát triển các ngành sản xuất và dịch vụ, tạo ra sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo vùng lãnh thổ. Đây cũng là vấn đề rất có ý nghĩa để thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn.
- *Thu hút vốn đầu tư trong dân cư và sử dụng tối ưu nguồn lực địa phương:* Việc tạo lập doanh nghiệp vừa và nhỏ không cần quá nhiều vốn, tạo cơ hội cho đông đảo dân cư có thể tham gia đầu tư. Mặt khác, trong quá trình hoạt động, các doanh nghiệp kiểu này có thể dễ dàng huy động vốn dựa trên quan hệ họ

hàng, bạn bè thân thuộc. Vì vậy, doanh nghiệp vừa và nhỏ được coi là phương tiện hiệu quả để huy động, sử dụng các khoản tiền nhàn rỗi trong dân cư và biến nó thành các khoản vốn đầu tư. Với quy mô vừa và nhỏ, lại được phân tán ở hầu hết khắp các địa phương, vùng lãnh thổ nên doanh nghiệp vừa và nhỏ có khả năng tận dụng tiềm năng về lao động, về nguyên vật liệu với trữ lượng hạn chế, không đáp ứng nhu cầu sản xuất quy mô lớn nhưng sẵn có ở địa phương, sử dụng các sản phẩm phụ hoặc phế liệu, phế phẩm của các doanh nghiệp lớn.

- *Góp phần phát triển nguồn hàng xuất khẩu, tăng thu ngân sách nhà nước:* ngày nay, mối quan hệ giao lưu kinh tế, văn hóa giữa các quốc gia phát triển rộng rãi đã làm cho các sản phẩm truyền thống trở thành một nguồn hàng xuất khẩu quan trọng. Phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ tạo khả năng thúc đẩy khai thác tiềm năng của ngành nghề truyền thống tại các địa phương mỗi nước như các ngành nghề thủ công, mỹ nghệ... Mặt khác, việc tạo lập các doanh nghiệp vừa và nhỏ dễ dàng sẽ làm tăng số lượng doanh nghiệp và tăng khả năng cung ứng sản phẩm và lao vụ cho xã hội, làm tăng ngân sách nhà nước. Dù số đóng góp của một doanh nghiệp vừa và nhỏ không lớn nhưng với số lượng đông đảo, doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng đóng góp một phần đáng kể cho ngân sách.
- *Hỗ trợ doanh nghiệp quy mô lớn, là cơ sở hình thành những doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế lớn trong quá trình phát triển kinh tế thị trường:* ở bất kỳ quốc gia nào, tất cả các nguồn lực kinh tế không thể tập trung vào các doanh nghiệp có quy mô lớn, mà phải có các doanh nghiệp vừa và nhỏ để tập trung vào “thị trường ngách” hỗ trợ doanh nghiệp lớn tiếp cận thị trường; đồng thời cung cấp các sản phẩm đầu vào cho doanh nghiệp lớn, tham gia chế tác, sản xuất, kinh doanh trong chu kỳ hoạt động của doanh nghiệp lớn. Chính nhờ đó mà giữa các loại hình kinh tế có mối liên kết chặt chẽ, nâng cao năng lực cạnh tranh của từng doanh nghiệp và của cả nền kinh tế. Một doanh nghiệp khi mới thành lập không phải lúc nào cũng có nguồn lực tài chính dồi dào để hoạt động với quy mô lớn. Rất nhiều tập đoàn kinh tế đều được thành lập từ các chi nhánh,

phân xưởng nhỏ... Nhờ tích lũy vốn, kinh nghiệm mà doanh nghiệp “vệ tinh” có thể trở thành các công ty lớn, các tập đoàn kinh tế. Nói cách khác, doanh nghiệp vừa và nhỏ là khởi nguồn cho sự hình thành và phát triển các loại hình doanh nghiệp lớn trong xã hội.

Tóm lại, tuy mỗi nước có đặc điểm và trình độ phát triển khác nhau nhưng các doanh nghiệp vừa và nhỏ đều đóng một vai trò quan trọng trong việc phát triển kinh tế – xã hội của nước đó. Vì vậy, sự tồn tại và phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ là một tất yếu khách quan và cần thiết trong quá trình phát triển của mỗi quốc gia.

1.3.2. Những ưu thế và hạn chế của doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nền kinh tế thị trường

Trong nền kinh tế thị trường, cũng như các loại hình doanh nghiệp khác, doanh nghiệp vừa và nhỏ đều có những ưu thế lẫn những hạn chế riêng.

1.3.2.1. Ưu thế của doanh nghiệp vừa và nhỏ

- *Doanh nghiệp vừa và nhỏ năng động, dễ thích ứng với sự thay đổi của thị trường:* Đây là ưu thế nổi trội do doanh nghiệp có quy mô vừa, bộ máy quản lý gọn nhẹ, dễ dàng tìm kiếm và đáp ứng những yêu cầu có hạn trong những thị trường chuyên môn hóa, lại thường có mối liên hệ trực tiếp với thị trường và người tiêu thụ. Cơ sở vật chất kỹ thuật không lớn cũng giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ dễ dàng chuyển đổi sản xuất hay điều chỉnh quy mô của mình mà không gây hậu quả nặng nề cho xã hội. Doanh nghiệp vừa và nhỏ có khả năng tạo ra một lượng cung về hàng hóa và dịch vụ đủ sức đáp ứng đầy đủ, kịp thời với giá cả hợp lý cho nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của xã hội.
- *Doanh nghiệp vừa và nhỏ được tạo lập dễ dàng, hoạt động hiệu quả với chi phí cố định thấp:* để thành lập một doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ, chỉ cần một số vốn đầu tư ban đầu tương đối ít, mặt bằng sản xuất và quy mô nhà xưởng không lớn. Các doanh nghiệp này rất linh hoạt trong việc học hỏi, phát triển và tránh được những thiệt hại to lớn do môi trường khách quan tác động lên. Mặt khác, do doanh nghiệp vừa và nhỏ được thành lập mang tính gia đình,

bè bạn nên mỗi khi khó khăn, công nhân và chủ doanh nghiệp dễ dàng tự hạ thấp tiền lương, có tinh thần nỗ lực vượt khó. Điều đó khiến doanh nghiệp vừa và nhỏ giảm được chi phí cố định, tận dụng lao động với giá công thấp để thay thế việc mua sắm máy móc thiết bị.

- *Doanh nghiệp vừa và nhỏ tạo điều kiện duy trì tự do cạnh tranh:* trong khi doanh nghiệp lớn cần thị trường lớn và sự bảo hộ của Chính phủ thì doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động với số lượng đông đảo và sẵn sàng chấp nhận tự do cạnh tranh. Doanh nghiệp vừa và nhỏ có tính tự chủ cao hơn, không ỷ lại sự giúp đỡ của Nhà nước mà chấp nhận rủi ro, sẵn sàng khai thác các cơ hội để phát triển. Chính điều này làm nền kinh tế sống động và thúc đẩy việc sử dụng tối đa các tiềm năng của đất nước.
- *Doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể phát huy được tiềm lực trong nước:* khác với các doanh nghiệp lớn gặp khó khăn trong việc sử dụng nguyên liệu sẵn có tại địa phương do trữ lượng hạn chế không đảm bảo cho sản xuất lớn, các doanh nghiệp vừa và nhỏ lại có lợi thế tuyển dụng lao động, tận dụng tài nguyên và tư liệu sản xuất sẵn có tại địa phương, phát huy tiềm lực trong nước cho sản xuất kinh doanh. Bên cạnh đó, sự phát triển của doanh nghiệp vừa và nhỏ là cách thức tốt nhất để sản xuất hàng hóa thay thế nhập khẩu, phù hợp với sức mua của dân chúng. Từ đó, góp phần phát triển nền kinh tế, thực hiện thành công công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.
- *Doanh nghiệp vừa và nhỏ góp phần tạo lập sự phát triển cân bằng giữa các vùng trong nước:* do được tạo lập dễ dàng, doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể phát triển rộng rãi ở mọi vùng lãnh thổ và tạo ra những sản phẩm phong phú, đa dạng, đồng thời tạo ra sự phát triển cân bằng giữa các vùng trong nước. Khắp mọi miền, từ nông thôn đến miền núi, từ những nơi thưa dân, cơ cấu kinh tế chưa phát triển đến vùng thành thị, nơi đâu cũng có thể có sự hiện diện của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Thường thì các doanh nghiệp này cung ứng 95% sản phẩm tiêu thụ nội địa mà chủ yếu tiêu thụ trong vùng, còn khoảng 5%

dành cho xuất khẩu, nên góp phần vào sự tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của quốc gia [6].

1.3.2.2. Hạn chế của doanh nghiệp vừa và nhỏ

- *Khả năng tài chính hạn chế*: do được tạo lập dễ dàng với một lượng vốn ít nên chủ sở hữu doanh nghiệp vừa và nhỏ bị hạn chế khả năng vay vốn, thường thiếu tài sản thế chấp cho các khoản tiền muốn vay từ ngân hàng. Đồng thời, cũng gặp khó khăn và ít khả năng huy động vốn trên thị trường. Phần lớn các doanh nghiệp luôn ở trong tình trạng thiếu vốn. Điều này khiến cho khả năng thu lợi nhuận của doanh nghiệp bị giới hạn ngay cả khi có cơ hội kinh doanh và có yêu cầu mở rộng sản xuất, kéo theo sự hạn chế trong khả năng tích lũy.
- *Bị bất lợi trong việc mua nguyên vật liệu, máy móc thiết bị và tiêu thụ sản phẩm*: do quy mô kinh doanh nhỏ, khả năng tài chính hạn hẹp nên các doanh nghiệp vừa và nhỏ không được hưởng khoản chiết khấu giảm giá theo số lượng. Khi cần nhập khẩu máy móc, thiết bị của nước ngoài, doanh nghiệp thường thiếu ngoại tệ và không mua được trực tiếp mà phải qua khâu trung gian nên giá mua bị đắt. Doanh nghiệp cũng khó có thể dành ra một khoản tiền đủ lớn để thực hiện chiến lược marketing và do vậy khả năng vươn ra thị trường bên ngoài bị hạn chế.
- *Thiếu thông tin và hạn chế về trình độ quản lý*: thông tin là một đầu vào quan trọng của hoạt động sản xuất kinh doanh ngày nay. Tuy nhiên, do hạn chế về mặt tài chính mà doanh nghiệp vừa và nhỏ gặp nhiều khó khăn trong việc tiếp cận thông tin thị trường, công nghệ sản xuất và công nghệ quản lý tiên tiến. Kéo theo đó, trình độ quản lý của đội ngũ điều hành trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng bị hạn chế.
- *Ít có khả năng thu hút được các nhà quản lý và lao động giỏi*: với quy mô nhỏ, sản phẩm tiêu thụ không nhiều, doanh nghiệp vừa và nhỏ khó có thể trả lương cao cho người lao động. Doanh nghiệp cũng khó có khả năng thu hút được những người lao động có trình độ cao trong sản xuất kinh doanh và quản lý, điều hành vì hoạt động không chắc chắn.

- *Hoạt động thiếu vững chắc*: khi có biến động lớn trên thị trường, các doanh nghiệp vừa và nhỏ dễ bị phá sản do khả năng tài chính hạn chế.

Ngoài những hạn chế nêu trên, còn có thể nảy sinh một số tiêu cực ảnh hưởng không tốt tới đời sống kinh tế – xã hội như hiện tượng làm hàng giả; trốn, lậu thuế; gây ô nhiễm môi trường... Vì vậy, quá trình hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ rất cần sự hướng dẫn, điều chỉnh, hỗ trợ của Nhà nước.

1.4. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ KỂ TỪ KHI VIỆT NAM THỰC HIỆN MỞ CỬA KINH TẾ ĐỂ HỘI NHẬP

1.4.1. Chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ khi hội nhập kinh tế

Trải qua hai cuộc kháng chiến chống Pháp và Mỹ, nền kinh tế Việt Nam gặp vô vàn khó khăn. Bên cạnh đó, chính sách phát triển nền kinh tế tập trung, kế hoạch hóa trước năm 1986 sau một thời gian đầu có hiệu quả đã bộc lộ những nhược điểm trầm trọng như năng suất lao động thấp, nguồn lực của Nhà nước bị phân tán, lãng phí, các doanh nghiệp yếu kém cả về số lượng và chất lượng. Trước đây, phần lớn các doanh nghiệp đều là các xí nghiệp, cơ sở thuộc sở hữu Nhà nước nhỏ lẻ, manh mún, hoạt động theo kế hoạch đề ra nên không có được động lực phát triển. Nhiệm vụ duy nhất mà các doanh nghiệp thực hiện thành công là giải quyết vấn đề lao động, còn các chức năng khác thì mức độ thành công rất hạn chế. Thời kỳ này, các doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm tới 95% tổng số doanh nghiệp trong cả nước và không có doanh nghiệp nào thuộc thành phần kinh tế ngoài quốc doanh [6].

Trước thực trạng các doanh nghiệp Nhà nước không đủ điều kiện và năng lực để đảm bảo sự phát triển ổn định của nền kinh tế, Đảng và Chính phủ đã chủ trương phát triển kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa có sự quản lý của Nhà nước. Nội dung quan trọng là mở rộng, khuyến khích phát triển các loại hình kinh tế ngoài quốc doanh song song với cải cách kinh tế nhà nước, đổi mới cơ chế quản lý để nâng cao năng lực và hiệu quả hoạt động nhằm giữ vững khu vực doanh nghiệp nhà nước là đầu tàu dẫn dắt nền kinh tế, đảm bảo sự phát triển cân đối của các loại hình kinh tế trong xã hội. Trong thời kỳ này các doanh nghiệp ngoài quốc

doanh đã phát triển tương đối năng động nhưng hầu hết đều là doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ.

Trong phát triển kinh tế, doanh nghiệp có quy mô lớn không thể bao quát hết thị trường, nên doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm vị trí đặc biệt quan trọng do có những ưu điểm riêng như ưu thế về số lượng, cơ cấu gọn nhẹ, năng động, nhạy bén với những biến động của thị trường... Đánh giá được vai trò vô cùng quan trọng của doanh nghiệp vừa và nhỏ về yếu tố kinh tế, công bằng và ổn định xã hội, Đảng và Chính phủ đã đặc biệt quan tâm đến sự hình thành và phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ ngoài quốc doanh.

Từ Đại hội VI của Đảng (1986) đến nay, Đảng và Nhà nước đã xóa bỏ cơ chế cũ, hình thành nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, vận hành theo cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước nhằm thúc đẩy các thành phần kinh tế phát triển, đặc biệt là khu vực doanh nghiệp vừa và nhỏ ngoài quốc doanh. Các chính sách của Đảng và Nhà nước đã quan tâm đến hiệu quả kinh tế của các doanh nghiệp hơn là tập trung vào việc hình thành các doanh nghiệp có quy mô lớn như trước. Mở đầu cho sự thay đổi này là văn kiện Đại hội Đảng lần thứ VI (1986) với nội dung: “Nhà nước và xã hội ủng hộ và khuyến khích các doanh nghiệp ngoài quốc doanh hoạt động có hiệu quả và hợp pháp”. Tiếp theo đó là sự ra đời của các Nghị định số 27, 28, 29/HĐBT vào tháng 3/1988 khuyến khích sự phát triển của các loại hình mới như kinh tế tư nhân, các thể, hợp tác xã, kinh tế gia đình...

Hội nghị Ban chấp hành Trung ương Đảng lần thứ 7 khóa VII đã ra Nghị quyết về phát triển công nghiệp và công nghệ theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa với chủ trương: “Phát triển các loại hình doanh nghiệp quy mô vừa và nhỏ với công nghệ tiên tiến, vốn đầu tư ít, sinh lời cao, thời gian thu hồi vốn nhanh”.

Trong bối cảnh nền kinh tế giữa các quốc gia ngày càng xích lại gần nhau với nhiều hình thức như liên minh, liên kết kinh tế, thành lập các khu vực kinh tế... Đại hội lần thứ VIII của Đảng đã xác định nhiệm vụ: “Mở rộng quan hệ đối ngoại, chủ động tham gia các tổ chức quốc tế và khu vực, củng cố và nâng cao vị thế nước ta trên trường quốc tế” và do đó, đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ, Nghị quyết Đại hội đại

biểu Đảng toàn quốc lần thứ VIII (1996) khẳng định: “Trong phát triển mới, ưu tiên quy mô vừa và nhỏ, công nghệ tiên tiến, tạo nhiều việc làm, thu hút vốn nhanh; đồng thời xây dựng một số công trình quy mô lớn thật cần thiết và có hiệu quả.”

Đại hội lần thứ IX của Đảng đã khẳng định chủ trương: “Phát huy cao độ nội lực, đồng thời tranh thủ nguồn lực bên ngoài và chủ động hội nhập kinh tế quốc tế để phát triển nhanh, có hiệu quả và bền vững”. Trong văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX, Đảng đã khẳng định đường lối và chiến lược phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ: “Chú trọng phát triển các doanh nghiệp nhỏ và vừa; xây dựng một số tập đoàn doanh nghiệp lớn cần thiết, có hiệu quả đi đầu trong cạnh tranh và hiện đại hóa.” Chiến lược này cho chúng ta thấy chủ trương của Đảng là phát triển các loại hình doanh nghiệp một cách tổng thể, hài hòa thống nhất, trên cơ sở phân định rõ chức năng, nhiệm vụ của mỗi loại hình doanh nghiệp, khẳng định vai trò quan trọng của doanh nghiệp vừa và nhỏ đối với sự ổn định xã hội, tạo thế phát triển cho nền kinh tế quốc dân trên cơ sở phát huy nội lực để tham gia vào tiến trình toàn cầu hoá kinh tế.

1.4.2. Tình hình phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam hiện nay

Sự hình thành và phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong quá trình phát triển kinh tế là một xu thế khách quan. Doanh nghiệp vừa và nhỏ có vai trò đặc biệt quan trọng trong tiến trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, hội nhập với nền kinh tế thế giới. Hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ giúp các nguồn lực trong nước được khai thác và sử dụng hiệu quả, phát huy lợi thế cạnh tranh và tạo thế của Việt Nam trên trường quốc tế.

Tình hình phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam có thể được đánh giá như sau:

- *Phân loại:* gồm doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc khu vực kinh tế nhà nước và doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc khu vực kinh tế ngoài quốc doanh. Trước thời kỳ đổi mới (1986), chỉ có loại thuộc khu vực kinh tế nhà nước. Khi Việt Nam

phát triển nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần, vận hành theo cơ chế thị trường có sự quản lý của nhà nước, khu vực kinh tế ngoài quốc doanh được đặc biệt chú trọng. Hiện nay, số lượng doanh nghiệp nhà nước ngày càng giảm. Năm 2000, chỉ còn khoảng 5.600 doanh nghiệp nhà nước so với 12.300 doanh nghiệp nhà nước vào năm 1989. Đồng thời, quy mô của từng doanh nghiệp nhà nước được tập trung mở rộng làm sụt giảm số lượng các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong khu vực kinh tế nhà nước, còn khoảng 64% năm 2000 so với 84,8% năm 1992. Trong khi đó, nếu năm 1990 cả nước không có một cơ sở tư nhân nào thì năm 2000, đã có khoảng 54.000 doanh nghiệp ngoài quốc doanh mà doanh nghiệp vừa và nhỏ chiếm số lượng chủ yếu, khoảng 97% [6].

- *Tốc độ hình thành và phát triển*: tốc độ hình thành và phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ là tương đối nhanh do chủ trương phát triển của Đảng, Quốc hội và Chính phủ trên cơ sở các Luật liên quan đã được ban hành. Giai đoạn 1994 – 2000, mỗi năm tốc độ hình thành và phát triển của doanh nghiệp vừa và nhỏ tăng thêm từ 10 – 15%, chủ yếu là từ khu vực kinh tế tư nhân [6]. Gần đây nhất là năm 2003, tiếp tục đánh dấu sự lớn mạnh vượt trội của khối doanh nghiệp vừa và nhỏ. Con số doanh nghiệp vừa và nhỏ đăng ký kinh doanh đạt tới gần 120.000, chiếm 96% tổng số doanh nghiệp của cả nước, chưa kể khoảng 15.000 hợp tác xã và gần 2 triệu hộ kinh doanh cá thể đang hoạt động trên phạm vi cả nước [39]. Đây cũng là tín hiệu đáng mừng để khu vực kinh tế tư nhân góp phần thực hiện thắng lợi sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, chủ động hội nhập vào nền kinh tế thế giới.
- *Cơ cấu ngành nghề*: thường tập trung vào một số ngành có tỷ suất lợi nhuận cao, vốn đầu tư tương đối thấp và khả năng thu hồi nhanh. Thời gian vừa qua, lĩnh vực thương mại, dịch vụ đặc biệt là kinh doanh du lịch, bán lẻ hàng hóa... thu hút số lượng lớn các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Lĩnh vực sản xuất còn thu hút hạn chế do là lĩnh vực cần nhiều vốn, công nghệ hiện đại và trình độ quản lý tiên tiến. Năm 2003, các doanh nghiệp vừa và nhỏ tập trung vào thương mại

và dịch vụ tới 55%, lĩnh vực sản xuất công nghiệp mới chiếm khoảng 17%, xây dựng và nông nghiệp cũng chỉ ở mức 14% [39]. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất cũng như đóng góp trong tổng giá trị sản xuất của ngành công nghiệp, chế biến của doanh nghiệp vừa và nhỏ ngày càng tăng, phục vụ có hiệu quả cho nhu cầu tiêu dùng của xã hội và xuất khẩu. Năm 2003, khối doanh nghiệp này đóng góp khoảng 26% GDP, 31% tổng giá trị sản lượng công nghiệp [39].

- *Phân bố:* Các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở nước ta hoạt động trên địa bàn rộng lớn. Trong khi doanh nghiệp lớn thường tập trung ở vùng đô thị, nơi có cơ sở hạ tầng phát triển thì doanh nghiệp vừa và nhỏ có mặt ở từ thành thị đến nông thôn, từ miền xuôi đến miền ngược, các vùng sâu, vùng xa,... để đáp ứng việc lưu thông hàng hoá, dịch vụ, phát triển ngành nghề truyền thống, tiểu thủ công nghiệp, khai thác nguồn lực của các vùng khác nhau trong nước. Tuy nhiên, phân bố doanh nghiệp vừa và nhỏ không đồng đều: tập trung phần lớn ở các tỉnh, thành phố, nơi hội tụ nhiều yếu tố thuận lợi cho sản xuất và giao dịch kinh doanh, còn chỉ có 4,18% tổng số tập trung ở miền núi và vùng sâu. Tỷ lệ phân bố doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng khác nhau theo vùng, số liệu năm 2000 cho thấy 63% doanh nghiệp vừa và nhỏ ở miền Nam, chỉ có 18,64% ở miền Bắc và 18,36% ở miền Trung [6].
- *Tốc độ tăng trưởng GDP bình quân ở khu vực doanh nghiệp vừa và nhỏ:* từ năm 1994 đến nay, tốc độ tăng trưởng GDP bình quân của doanh nghiệp vừa và nhỏ vào khoảng 6,5%/năm. Tỷ trọng đóng góp vào GDP ngày càng tăng, năm 1994 là 23% GDP, năm 1998 là 25%, năm 2000 là 26% và năm 2003 là khoảng 26% [39] [6]. Giá trị luân chuyển hàng hóa bán buôn chiếm 20-30%, bán lẻ chiếm 70-80% trên tổng luân chuyển toàn xã hội, chiếm 100% giá trị sản lượng hàng hóa ở một số ngành nghề truyền thống như: chiếu cói đan, hàng thủ công mỹ nghệ... Điều này cho thấy các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động hiệu quả trong thị trường nhỏ lẻ, truyền thống. Hiệu quả sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ tăng rõ rệt. Nếu năm 1991, các doanh

ng nghiệp vừa và nhỏ đạt doanh thu 1.112 tỷ đồng, năm 1995 tăng lên 35.547 tỷ đồng (gấp 32 lần) thì năm 2000 là 137.000 tỷ đồng [6]. Doanh thu tăng hàng năm là thể hiện các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang có một quá trình phát triển thuận lợi, đóng vai trò quan trọng trong sự phát triển của đất nước để bắt kịp với sự phát triển của thế giới.

- *Đóng góp vào kim ngạch xuất khẩu quốc gia:* số liệu của Trung tâm Thông tin thương mại - Bộ Thương mại cho thấy nếu không tính kim ngạch xuất khẩu dầu thô thì kim ngạch xuất khẩu của doanh nghiệp vừa và nhỏ năm 2003 ước tính chiếm gần 60% tổng kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Con số này năm 2002 khoảng 63%. Số lượng doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia xuất khẩu cũng tăng liên tục từ năm 2000 đến nay. Theo số liệu thống kê sơ bộ, năm 2000 có 12.674 doanh nghiệp, năm 2001 và 2001 tương ứng là 17.010 và 23.330 doanh nghiệp. Chỉ tính riêng 10 tháng đầu năm 2003, đã có khoảng 29.450 doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia xuất khẩu [52]. Các mặt hàng xuất khẩu chính của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam là cà phê, cao su, hạt điều, hàng thủ công mỹ nghệ, dệt may, giày dép, rau quả và đồ nhựa.
- *Thu hút lao động:* doanh nghiệp vừa và nhỏ là nhân tố quan trọng thu hút lực lượng lao động trong xã hội. Theo báo cáo của Viện nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương thì lao động trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ năm 2000 có khoảng 8 triệu người chiếm hơn 79% tổng số lao động phi nông nghiệp và chiếm khoảng 22,5% lực lượng lao động của cả nước [6]. Năm 2003, doanh nghiệp vừa và nhỏ tạo việc làm cho khoảng 26% lực lượng lao động trong xã hội [39]. Doanh nghiệp vừa và nhỏ đã là nơi giải quyết việc làm cho người lao động hiệu quả nhất, hạn chế tệ nạn xã hội, nâng cao đời sống văn hóa, vật chất của mọi tầng lớp dân cư. Một số ngành mà tỷ trọng lao động trong doanh nghiệp vừa và nhỏ so với toàn ngành đặc biệt cao như khách sạn, nhà hàng (89%); dịch vụ tư vấn, bất động sản (72%), dịch vụ sửa chữa, thương nghiệp (56%)... [39].

- *Trình độ công nghệ và quản lý:* Công nghệ các doanh nghiệp vừa và nhỏ đang sử dụng đa phần là các công nghệ cũ và lạc hậu từ 1 – 2 thế hệ [31]. Khu vực ngoài quốc doanh thường sử dụng máy móc thiết bị “loại bỏ” của một số doanh nghiệp nhà nước; thiết bị ở mức lạc hậu, chấp vớ tại doanh nghiệp sản xuất nhỏ chiếm tới 76%, trong đó hơn 70% đã hết khấu hao [6] [49]. Số doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ ngoài quốc doanh, có xu hướng tích cực áp dụng công nghệ mới, hiện đại, nhưng hạn chế về quy mô, vốn khiến các doanh nghiệp này không thể có ngay công nghệ đồng bộ, hoàn chỉnh... Trình độ quản lý vẫn còn lạc hậu nhiều so với mặt bằng chung của các nước trên thế giới và khu vực. Mặc dù kỹ thuật quản lý hiện đại đã từng bước du nhập vào Việt Nam nhưng tại doanh nghiệp vừa và nhỏ, các nhà quản lý vẫn quản lý nặng về kinh nghiệm bản thân, kiến thức và nghiệp vụ của đội ngũ điều hành lẫn nhân viên còn có nhiều hạn chế.

Tóm lại, doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam là thành phần có vai trò đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển của nền kinh tế đất nước trong bối cảnh toàn cầu hoá kinh tế đang diễn ra mạnh mẽ và ảnh hưởng sâu sắc tới Việt Nam. Các doanh nghiệp này có đặc điểm chung là được thành lập chủ yếu từ sau thời kỳ đổi mới với số lượng chủ yếu nằm ở khu vực kinh tế ngoài quốc doanh. Còn trước đó, chỉ có loại hình thuộc khu vực kinh tế nhà nước và số lượng hạn chế. Tốc độ hình thành và phát triển của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam tương đối nhanh, cụ thể hoá chủ trương huy động nội lực để thực hiện thành công sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá của Đảng và Nhà nước ta. Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam có quy mô vốn không lớn, hoạt động tập trung trong các ngành có tỷ suất lợi nhuận cao, đòi hỏi ít vốn và khả năng thu hồi nhanh. Tại các doanh nghiệp này, trình độ công nghệ và quản lý còn khá lạc hậu, việc áp dụng công nghệ mới khó khăn vì đòi hỏi thời gian cũng như tài chính của doanh nghiệp. Dù đa phần tuổi đời còn non trẻ và kinh nghiệm hoạt động chưa nhiều nhưng doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam đã chứng tỏ mình là thành phần kinh tế năng động và quan trọng khi đóng góp đáng kể vào nguồn thu ngân sách, đẩy mạnh xuất khẩu, tạo công ăn việc làm, sử dụng hiệu

quả nguồn lực trong nước và tạo lập sự phát triển cân bằng giữa các vùng, miền trong nước...

CHƯƠNG 2

TÁC ĐỘNG CỦA TOÀN CẦU HOÁ KINH TẾ TỚI CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM

Toàn cầu hóa kinh tế đã trở thành một xu thế lớn của nền kinh tế thế giới và quan hệ kinh tế quốc tế từ nhiều thập niên trở lại đây. Nó là quá trình xóa bỏ các rào cản đối với sự lưu chuyển tự do của hàng hóa, dịch vụ, vốn, công nghệ và nhân công giữa các nước, làm cho thị trường quốc gia mất dần biên giới, hình thành thị trường khu vực chung và hướng tới hình thành một thị trường thống nhất trên toàn cầu. Toàn cầu hóa kinh tế diễn ra khách quan, nên các quốc gia vì lợi ích của chính mình mà đều đã và đang tích cực tham gia hội nhập kinh tế quốc tế. Đứng ngoài quá trình toàn cầu hóa kinh tế sẽ không những không tận dụng được các cơ hội thuận lợi cho phát triển, mà còn tước đi khả năng đối phó với những thách thức do quá trình này đặt ra.

Như đã đề cập trong chương trước, ở Việt Nam, doanh nghiệp vừa và nhỏ là đội ngũ trẻ, phần lớn được thành lập sau thời kỳ đổi mới kinh tế nên kinh nghiệm hoạt động chưa nhiều nếu so với các doanh nghiệp của nước khác. Tuy còn nhiều hạn chế nhưng doanh nghiệp vừa và nhỏ là thành phần kinh tế năng động và có vai trò rất quan trọng để phát triển kinh tế đất nước. Khi Việt Nam tham gia hội nhập kinh tế quốc tế, toàn cầu hóa kinh tế sẽ đem lại nhiều thuận lợi, nhưng cũng tạo ra không ít khó khăn cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, được thể hiện qua tác động của tiến trình này tới mọi yếu tố có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp. Chương này sẽ tập trung phân tích tác động của toàn cầu hoá kinh tế tới doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam. Để có thể bao quát một cách tương đối sự tác động phức tạp này, tác giả chia các yếu tố thành ba nhóm chính, bao gồm các yếu tố nội tại ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh; chiến lược kinh doanh và môi trường kinh doanh của doanh nghiệp; từ đó nghiên cứu tác động của toàn cầu hóa kinh tế tới từng nhóm chính.

Như vậy, chương 2 sẽ bao gồm:

- Toàn cầu hóa kinh tế tác động tới các yếu tố nội tại ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vừa và nhỏ

- Toàn cầu hóa kinh tế tác động tới chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ
- Toàn cầu hóa kinh tế tác động tới môi trường kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ

2.1. TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ TÁC ĐỘNG TỚI CÁC YẾU TỐ NỘI TẠI ẢNH HƯỞNG TỚI NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ

Toàn cầu hóa kinh tế đã mở ra cho doanh nghiệp vừa và nhỏ một thị trường rộng lớn để hoạt động, nhưng đồng thời, lại đặt doanh nghiệp vào môi trường cạnh tranh khắc nghiệt. Do nền kinh tế Việt Nam có xuất phát điểm thấp, chính sách bảo hộ được duy trì trong một thời gian dài nên các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam bị tụt hậu khá xa so với các doanh nghiệp khác trong khu vực, năng lực cạnh tranh thấp. Nói đến năng lực cạnh tranh là nói đến khả năng vượt qua đối thủ cạnh tranh để duy trì và phát triển bản thân doanh nghiệp. Thông thường, năng lực cạnh tranh được đánh giá qua các yếu tố nội tại của doanh nghiệp mà Philip Kotler đã dựa trên 6 tiêu thức chính: đó là vốn, nguyên vật liệu, thiết bị công nghệ, nhân lực, quản lý và thị trường [16]. Tác động của toàn cầu hóa kinh tế tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vừa và nhỏ do đó sẽ được phản ánh rõ nét trong sự tác động trực tiếp tới từng tiêu thức nói trên của doanh nghiệp.

2.1.1. Qui mô - Vốn

Toàn cầu hóa kinh tế tạo ra sự lưu chuyển ngày càng tự do của hàng hoá, vốn, công nghệ, lao động, nhằm tối ưu hoá việc phân bố và sử dụng những yếu tố này trên phạm vi toàn cầu. Đồng thời, toàn cầu hoá cũng gắn liền với xu hướng tăng cường hợp tác song phương và đa phương, xu hướng tự do hoá và khu vực hóa kinh tế. Vì vậy, tiến trình này mở ra một thị trường hoạt động rộng lớn cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ở Việt Nam, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thực sự ra đời và phát triển mạnh kể từ khi Việt Nam thực hiện đường lối đổi mới kinh tế, chủ động hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Từ đó đến nay, Việt Nam đã ký 86 hiệp định thương mại song phương, 46 hiệp định khuyến khích và bảo hộ đầu tư, 40 hiệp định chống đánh thuế hai lần với các nước và vùng lãnh thổ, có quan hệ thương mại với

trên 160 nước và nền kinh tế, thiết lập quan hệ với tổ chức tài chính – tiền tệ quốc tế, là thành viên của ASEAN, ASEM, APEC... [28]. Vì vậy, các doanh nghiệp vừa và nhỏ có được thuận lợi khi tham gia kinh doanh trên thị trường rộng lớn. Nhưng đồng thời, gây sức ép buộc doanh nghiệp phải tăng vốn, tăng quy mô hoạt động để có thể cạnh tranh và phát triển. Thực tế, số vốn tập trung trong khu vực doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam tăng nhanh theo từng năm. Trong thời kỳ 2000 đến 2001, các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã đăng ký mới và bổ sung gần 55.500 tỷ đồng [16, tr.7-8]. Đến cuối năm 2002, đã có khoảng 93.400 doanh nghiệp hoạt động theo Luật doanh nghiệp với tổng số vốn đầu tư gần 100.000 tỷ đồng [20, tr.210]. Sự tăng lên này có bắt nguồn từ số lượng doanh nghiệp mới được thành lập, nhưng một nguyên nhân chính là các doanh nghiệp đã huy động vốn từ nhiều nguồn khác nhau để mở rộng quy mô. Tốc độ tăng vốn trong khối doanh nghiệp vừa và nhỏ như hiện nay còn có thể cao hơn nữa, khi doanh nghiệp khắc phục được khả năng huy động vốn còn nhiều hạn chế của mình: chỉ có thể huy động chủ yếu từ bạn bè, người thân quen và các tổ chức tín dụng không chính thức, trong khi nguồn vốn huy động từ những tổ chức tín dụng chính thức của nhà nước, từ ngân hàng... là rất nhỏ.

Một tác nhân quan trọng thúc đẩy quá trình toàn cầu hóa kinh tế là các tổ chức kinh doanh toàn cầu, phổ biến nhất là các công ty đa quốc gia và các tập đoàn xuyên quốc gia. Các công ty này có tiềm lực tài chính mạnh mẽ, công nghệ hiện đại, kinh nghiệm hoạt động lâu năm và đang có xu hướng phình lên nhanh chóng về quy mô thông qua sát nhập và bao quát hầu hết các lĩnh vực tại các quốc gia, dù quốc gia phát triển hay đang phát triển. Khi hội nhập kinh tế, Việt Nam đã phải mở cửa cho các tập đoàn đa quốc gia vào. Vì sức mạnh kinh tế vượt trội, các tập đoàn này có khả năng thôn tính các doanh nghiệp khác, nhất là các doanh nghiệp trong nước, gây nguy cơ lũng đoạn và khống chế thị trường Việt Nam ở mức độ cao nếu không kiểm soát được. Thực tế, thời gian qua, một số công ty đa quốc gia đã tiến hành các vụ tập trung kinh tế thông qua sát nhập, mua lại doanh nghiệp khác. Nhiều công ty thực hiện kinh doanh nhưng chịu lỗ nhiều năm để làm cạn kiệt khả năng tài chính của doanh nghiệp Việt Nam, từ đó mua lại phần vốn góp [32]. Doanh nghiệp vừa và

nhỏ còn gặp khó khăn từ sức ép cạnh tranh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ của nước khác. Mở cửa thị trường, hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực có nghĩa là tạo cơ hội cho doanh nghiệp bên ngoài cung cấp hàng hóa, dịch vụ ngay tại thị trường Việt Nam. Các doanh nghiệp này có nhiều điểm trội hơn doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam nhờ có nhiều kinh nghiệm, quan hệ đối tác tốt, tìm kiếm khách hàng và thâm nhập thị trường bài bản, nắm bắt được thị hiếu khách hàng... nên họ có nhiều ưu thế hơn trong cạnh tranh. Do đó, kinh doanh thời hội nhập làm tăng sự liên kết, phối hợp hoạt động giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ với nhau. Từng doanh nghiệp một có thực lực kinh tế kém, hạn chế về nguồn lực và kinh nghiệm hoạt động sẽ cùng phối hợp, trao đổi thông tin và giúp đỡ lẫn nhau trong cuộc cạnh tranh với các doanh nghiệp từ bên ngoài theo hình thức các hiệp hội doanh nghiệp, câu lạc bộ doanh nghiệp...

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ không chỉ liên kết với nhau mà còn có xu hướng tiến hành liên kết kinh tế với các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài... giống như mô hình liên kết kinh tế “hai tầng” tại một số nước khác, chẳng hạn như ở Nhật Bản. Các doanh nghiệp lớn “lôi kéo” doanh nghiệp vừa và nhỏ bằng cách biến doanh nghiệp vừa và nhỏ thành đội ngũ thầu phụ, sản xuất chi tiết, bộ phận sản phẩm, làm “vệ tinh” cho mình; đồng thời doanh nghiệp lớn làm một số dịch vụ như bao tiêu sản phẩm, tư vấn đầu tư, chuyên giao công nghệ, đào tạo cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, tạo ra cơ chế hỗ trợ trong phát triển. Ở mức độ cao hơn nữa, các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam cùng doanh nghiệp lớn trong nước liên kết với doanh nghiệp nước khác để ngăn chặn sự bành trướng và áp lực thao túng của các tập đoàn đa quốc gia mạnh. Hiện, một mạng lưới liên kết mang tên Asia Link được hình thành gồm các doanh nghiệp thuộc Trung Quốc, Hồng Kông, Indônêxia, Nhật, Malayxia, Singapore, Việt Nam... và một số khác chuẩn bị tham gia như doanh nghiệp thuộc Đài Loan, Hàn Quốc, Ấn Độ. Mạng lưới này hoạt động trên cơ sở các thành viên hợp tác ở nhiều phương diện: tìm cơ hội kinh doanh, trao đổi thông tin, huấn luyện và trao đổi nhân lực... để tập trung sức lực tạo đối

trọng với các công ty đa quốc gia hoạt động tại Mỹ và Châu Âu, đang thâm nhập và khuyến khích trương tại thị trường Châu Á [37].

Như vậy, có thể thấy trước sức ép của toàn cầu hóa kinh tế và hội nhập, trước xu hướng sát nhập và liên kết, xu hướng thống trị của các tập đoàn xuyên quốc gia thì các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam có quy mô, trình độ công nghệ, khả năng chiếm lĩnh thị trường còn thấp sẽ gặp rất nhiều khó khăn nếu không huy động tài chính để tăng vốn đầu tư và chỉ đứng đơn lẻ mà không hợp tác với các doanh nghiệp khác. Khi các doanh nghiệp cùng liên doanh, liên kết với nhau thì năng lực, uy tín và khả năng kinh doanh được tăng lên gấp bội.

2.1.2. Nguyên vật liệu

Chi phí nguyên vật liệu chiếm tỷ trọng lớn trong giá thành. Việc chi phí nguyên vật liệu cao hay thấp sẽ ảnh hưởng lớn đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Toàn cầu hóa kinh tế tạo ra sự vận động tự do của các yếu tố sản xuất trên phạm vi toàn cầu, nên doanh nghiệp vừa và nhỏ ngày nay có cơ hội tiếp cận nguồn nguyên vật liệu với chất lượng và giá cả tốt hơn từ nhiều điểm cung ứng ở trong nước và bên ngoài.

Khi thị trường được khai thông làm cho số lượng doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam tăng lên nhanh chóng thì cạnh tranh về nguồn nguyên vật liệu có sẵn trong nước ở một số ngành đã diễn ra theo chiều hướng xấu. Điển hình là trường hợp các doanh nghiệp hoạt động trong ngành sử dụng sản phẩm của trồng trọt và chăn nuôi. Để có nguyên liệu sản xuất, họ phải đầu tư cho các hộ nông dân, ngư dân về vốn, giống và khoa học kỹ thuật, nhưng đến khi thu hoạch đã xảy ra tình trạng không lành mạnh khá phổ biến là tranh mua, tranh bán, tăng hoặc ép giá, phá hợp đồng, thậm chí mua cả của hộ không đầu tư dẫn đến doanh nghiệp bị mất vốn đầu tư nguyên liệu [16, tr.40]. Bên cạnh đó, giá cả nguyên vật liệu rất nhạy cảm với sự biến động của thị trường bên ngoài khi nền kinh tế quốc gia hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Không ít doanh nghiệp vừa và nhỏ sử dụng nhiều nguyên vật liệu có sẵn đã gặp khó khăn khi nhận cung ứng do nguồn cung ứng bị ảnh hưởng của bên ngoài, vận chuyển khó khăn vì cước phí tăng...

Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực từ xuất phát điểm là một nền kinh tế nông nghiệp, cơ cấu kinh tế bất hợp lý, trình độ công nghệ lạc hậu... Trong các doanh nghiệp, thường chưa có công nghệ hay trình độ công nghệ chế tác sản phẩm đầu vào không đảm bảo, nên mức độ nội địa hóa nguyên liệu thấp. Nguyên vật liệu đầu vào của rất nhiều doanh nghiệp Việt Nam hiện đều có thể chế tác từ sản phẩm trong nước theo dạng tự nhiên hoặc sơ chế, song vì công nghệ hạn chế nên chi phí bị đội lên, buộc các doanh nghiệp phải nhập khẩu từ bên ngoài. Nhưng việc tận dụng nguyên vật liệu giá rẻ được cung cấp từ nước khác không phải luôn tạo thuận lợi cho doanh nghiệp. Một số doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động trong những ngành nhất định đang lâm vào tình trạng phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu nhập khẩu, nên không chủ động được nguồn cung ứng, giá cả nguyên vật liệu, tiến độ làm hàng và thời gian giao hàng. Ngành da giày là một ví dụ. Hiện, chưa có doanh nghiệp nào sản xuất vật tư nguyên liệu từ đầu vào cho đến đầu ra, các doanh nghiệp “thi nhau làm giày” từ nguyên vật liệu nhập khẩu thay vì phân công sản xuất những nguyên vật liệu cần thiết. Còn trong ngành dệt, bông và sản phẩm hoá dầu là đầu vào cơ bản của xơ sợi tự nhiên và tổng hợp - đầu vào chính của quá trình dệt vải, thì hiện tại các doanh nghiệp Việt Nam vẫn phải nhập khẩu phần lớn [16, tr.54]. Với các doanh nghiệp vừa và nhỏ sản xuất gỗ, nguyên liệu đồ gỗ chủ yếu do nhập khẩu (đến 85%) trong khi các phụ liệu của Việt Nam thêm vào có giá trị không đáng kể [52].

2.1.3. Thiết bị công nghệ

Thiết bị công nghệ là chỉ tiêu quan trọng để đánh giá trình độ năng lực sản xuất. Nó quyết định hàm lượng chất xám trong cơ cấu giá thành sản phẩm, là cơ sở để tăng năng suất lao động, hạ giá thành sản phẩm, do đó có thể giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh.

Cơ sở khách quan của tiến trình toàn cầu hóa kinh tế là sự phát triển cao của lực lượng sản xuất. Nhờ cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật, thành tựu khoa học công nghệ mới, đặc biệt là thành tựu trong lĩnh vực công nghệ thông tin, viễn thông, sinh học... ra đời, có tác dụng thúc đẩy thương mại thế giới và làm mất dần ý nghĩa

về khoảng cách địa lý trong giao dịch quốc tế. Hơn nữa, thành tựu của cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật đã lan truyền nhanh chóng tới mọi quốc gia, kể cả những quốc gia có nền kinh tế kém phát triển như Việt Nam, tạo điều kiện để doanh nghiệp trong nước tiếp cận với những thành tựu này và áp dụng có hiệu quả trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đây có thể coi là cơ hội lớn để doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam tận dụng nhằm rút ngắn khoảng cách với các đối thủ cạnh tranh khác.

Tiến trình toàn cầu hóa kinh tế tạo ra sự liên kết và phụ thuộc lẫn nhau ngày càng sâu sắc giữa các quốc gia và khu vực. Trong thời kỳ tự do hoá thương mại, các quốc gia mở cửa thị trường làm cho quan hệ trao đổi, buôn bán hàng hóa và dịch vụ gia tăng cũng như đẩy mạnh dòng lưu chuyển thiết bị công nghệ. Khi hội nhập kinh tế, dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam có xu hướng tăng dần theo thời gian. Đến hết năm 2003, Việt Nam đã thu hút được trên 41.538 tỷ USD vốn đầu tư từ 64 quốc gia và vùng lãnh thổ với trên 4.370 dự án, trong số đó đã thực hiện được trên 24.658 tỷ USD [28]. Nguồn viện trợ phát triển chính thức cũng ngày càng lớn, các nhà tài trợ đã cam kết dành cho nước ta gần 20 tỷ USD bằng các khoản vay ưu đãi và viện trợ không hoàn lại [28]. Các công ty xuyên quốc gia, các tập đoàn, doanh nghiệp lớn nước ngoài đã quyết định lập cơ sở sản xuất tại Việt Nam để duy trì việc kiểm soát vì họ thường có các tài sản vô hình như thiết kế, công nghệ, hình ảnh, nhãn hiệu, giúp chi nhánh tại nước ngoài tạo lợi nhuận. Đây là cơ hội cho doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam đổi mới công nghệ thông qua hiệu ứng lan truyền các tài sản này hoặc phổ biến các tài sản đó bằng con đường chuyển giao công nghệ. Nhưng doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam phải đối đầu với nguy cơ tiếp nhận công nghệ thứ cấp, trở thành “bãi rác công nghệ” cho các doanh nghiệp của những nước phát triển.

Ngày nay, khi các thị trường dần thống nhất thành một thị trường toàn cầu chung thì các tiêu chuẩn về năng suất lao động, giá thành sản phẩm, chất lượng sản phẩm... trở thành các tiêu chuẩn mang tính quốc tế. Mặt khác, yêu cầu của thị trường có những đặc trưng khác trước: cạnh tranh không chỉ dựa vào giá, mà phụ

thuộc vào nhiều yếu tố khác như chất lượng, tính độc đáo và đa dạng của hàng hóa, dịch vụ, khả năng thỏa mãn nhu cầu khách hàng... Kết quả là những doanh nghiệp áp dụng thành công việc nghiên cứu và triển khai công nghệ tạo ra sản phẩm mới, tăng năng suất lao động, nâng cao chất lượng... là những doanh nghiệp tạo được vị thế mạnh trong cạnh tranh. Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam hiện phải đối mặt với áp lực đổi mới thiết bị, công nghệ mạnh mẽ hơn bao giờ hết. Không thể nói đến thành công trong hoạt động nếu doanh nghiệp cứ duy trì tình trạng cũ kỹ, lạc hậu của công nghệ hiện tại: 76% máy móc thiết bị thuộc thế hệ những năm 50 - 60, trong đó hơn 70% đã hết khấu hao... [49] [58, tr.62] mà doanh nghiệp phải tăng cường áp dụng công nghệ mới bằng nhiều con đường như mua công nghệ mới, cải tiến công nghệ, chuyển giao công nghệ.

2.1.4. Nhân lực

Có thể nói, toàn cầu hóa kinh tế đang tạo ra động lực và điều kiện để phát triển nguồn nhân lực trong doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam.

Trong thời kỳ toàn cầu hóa kinh tế hiện nay, khoa học công nghệ đã làm thay đổi cơ cấu của các ngành kinh tế trên toàn cầu, những ngành kinh tế truyền thống dần dần nhường bước cho những ngành đại diện của tiến bộ khoa học kỹ thuật; nền kinh tế phát triển dựa chủ yếu vào nguyên vật liệu và lao động đang chuyển sang nền kinh tế dựa vào tri thức với việc áp dụng các công nghệ có hàm lượng khoa học kỹ thuật cao, đặc biệt là công nghệ thông tin – viễn thông, công nghệ sinh học... Việt Nam đang thực hiện công cuộc công nghiệp hóa – hiện đại hóa đất nước, trong đó chuyển dịch dần cơ cấu kinh tế theo hướng tăng tỷ trọng của các ngành chế biến sâu, áp dụng công nghệ cao, tập trung vào lĩnh vực thương mại và dịch vụ. Tại khu vực doanh nghiệp vừa và nhỏ, vì hoạt động chủ yếu trong lĩnh vực thương mại, dịch vụ, tới 55%; lĩnh vực sản xuất công nghiệp khoảng 17%... [39] nên nguồn nhân lực đáp ứng cho doanh nghiệp cũng có sự thay đổi nhiều về chất. Doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện có nhu cầu cao với lao động được đào tạo như nhân viên xuất nhập khẩu, tư vấn luật, chuyên viên mạng, nhân viên giao dịch kinh doanh, kỹ sư viễn thông...

Đội ngũ làm việc văn phòng, kiểm soát, kiểm toán viên nội bộ, nhân viên tư vấn quản lý chất lượng rất được doanh nghiệp trọng dụng [38].

Cạnh tranh khốc liệt giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ với những doanh nghiệp ở bên ngoài, áp lực tạo ra bởi những doanh nghiệp lớn có tiềm lực tài chính mạnh, các tập đoàn xuyên quốc gia trong nước đã buộc doanh nghiệp phải mở rộng quy mô sản xuất kinh doanh, tăng nguồn vốn, tăng cường đầu tư trang thiết bị và công nghệ tiên tiến. Vì vậy, lực lượng lao động, hệ thống quản lý cũng như trình độ quản lý của các cấp trong doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam phải thay đổi để theo kịp sự đổi mới đó. Trước đây, lao động là một trong những lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam do có truyền thống cần cù, ham học hỏi, khéo tay nhanh trí, chi phí rẻ. Nhưng lợi thế này giờ đây không còn rõ rệt, mà doanh nghiệp cần phải củng cố và đào tạo lực lượng cán bộ quản lý – kỹ thuật, đầu tư đào tạo tay nghề cho người lao động để thích ứng với sự chuyển đổi công nghệ sản xuất và sản phẩm mới, đào tạo kiến thức chuyên ngành, ngoại ngữ, kỹ năng sử dụng và khai thác internet... Doanh nghiệp còn phải chú trọng thay đổi cung cách và tác phong làm việc của người lao động, đó là đẩy mạnh kỹ năng làm việc theo nhóm, triệt để phát huy tinh thần và hiệu quả trong công việc, am hiểu phong tục, tập quán, văn hóa của các dân tộc khác...

Doanh nghiệp vừa và nhỏ ngày nay chịu áp lực cạnh tranh trực tiếp từ nhiều loại hình doanh nghiệp khác nhau ở ngay trong nước. Tham gia hội nhập kinh tế quốc tế, mở cửa thị trường làm tăng nhanh số lượng các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Khi doanh nghiệp vừa và nhỏ đua nhau mọc lên, hiện tượng tất yếu xảy ra là “tranh giành” lao động giữa các doanh nghiệp và tình trạng nhân viên “nhảy việc”. Có nhiều doanh nghiệp đã bỏ tiền ra đào tạo nhân viên mới nhưng sau một thời gian thì số nhân viên này chuyển sang chỗ khác làm vì họ “đã đủ lông đủ cánh”. Doanh nghiệp vừa và nhỏ còn gặp khó khăn về mặt nhân sự chất lượng cao do cạnh tranh đến từ các công ty nước ngoài hoặc những công ty có quy mô lớn hơn. Thường bắt nguồn từ nguyên nhân mức lương thấp hoặc nhân viên không nhận thấy được khả

năng thẳng tiền của mình trong doanh nghiệp. Bên cạnh đó, còn có tâm lý thích làm việc trong những môi trường đầy thử thách của những người trẻ tuổi, đó là không khí cạnh tranh quyết liệt tại những doanh nghiệp có tên tuổi, những công ty đa quốc gia; hoặc tâm lý ổn định khi làm cho các doanh nghiệp của nhà nước... [38]

Tóm lại, dưới tác động của xu thế toàn cầu hóa kinh tế, các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam hiện đang phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ về nguồn nhân lực từ các công ty trong nước, công ty có quy mô lớn, công ty đa quốc gia... Do đó, doanh nghiệp đang rất chú trọng đào tạo chuyên môn kỹ thuật cũng như các chế độ đãi ngộ cho người lao động để đáp ứng với những yêu cầu mới. Các doanh nghiệp coi lao động chất lượng là nguồn lực quan trọng bậc nhất để nâng cao năng suất và hiệu quả sản xuất kinh doanh.

2.1.5. Quản lý

Khi tham gia hội nhập, để tồn tại và phát triển, doanh nghiệp phải sản xuất và cung cấp được những sản phẩm, dịch vụ đáp ứng được nhu cầu của thị trường, đồng thời tạo được hình ảnh tốt trong con mắt của người tiêu dùng. Đứng trên quan điểm của khách hàng, các yếu tố tác động đến quyết định của họ trong việc mua sản phẩm hay dịch vụ chính là chất lượng, giá cả và thời gian giao hàng. Uy tín và hình ảnh của tổ chức cũng có tác động rất lớn đối với một quyết định mua hàng. Trong bối cảnh như vậy, tiền đề cơ bản có thể giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ tồn tại và phát triển, đảm bảo được niềm tin cho khách hàng về chất lượng sản phẩm, dịch vụ là áp dụng các hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn quốc tế nhằm tạo nên một môi trường sản xuất, kinh doanh mà trong đó từng cá nhân, ở mọi cấp độ đều có ý thức về chất lượng và sự phát triển bền vững.

Cạnh tranh trong thời kỳ hội nhập kinh tế là cuộc cạnh tranh không chỉ đơn thuần về giá, mà cạnh tranh hướng vào mức độ thoả mãn nhu cầu của người tiêu dùng, hướng vào chất lượng của hàng hoá, dịch vụ. Hơn nữa, như đã đề cập, toàn cầu hóa kinh tế tạo ra một thị trường chung rộng lớn, các tiêu chuẩn đặt ra với chất lượng của hàng hoá, dịch vụ cung cấp trên thị trường cũng tiến tới thống nhất là các tiêu chuẩn chung mang tính quốc tế. Tại những nước là thành viên của các tổ chức

thương mại toàn cầu và khu vực, doanh nghiệp của họ thường áp dụng công nghệ quản lý hiện đại và được “tiêu chuẩn hoá”. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam ngày nay để có thể bắt kịp theo xu hướng chung và cạnh tranh thành công thì phải thay đổi công nghệ quản lý. Thực tế cho thấy đã có không ít doanh nghiệp áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO và kiểm tra chất lượng toàn bộ TQM, tạo ra một cuộc cải cách triệt để trong cơ chế quản lý. Doanh nghiệp chủ động xây dựng quy trình công tác cho từng lao động và mối quan hệ dây chuyền giữa các lao động và bộ phận công tác, thay đổi cách làm tùy tiện sang cung cách làm việc bài bản, phân định rõ trách nhiệm của từng thành viên, hợp lý hóa sản xuất và quản lý, giảm chi phí quản lý và hạ giá thành sản phẩm. Cái lớn nhất doanh nghiệp đạt được là áp dụng cơ chế tiên tiến, lấy chất lượng làm mục tiêu và đồng thời là giải pháp giải quyết toàn bộ vấn đề của doanh nghiệp.

Toàn cầu hóa kinh tế “mở toang” rào cản thương mại giữa các quốc gia, mở ra thị trường tiêu thụ rộng lớn với đối tượng người tiêu dùng đa dạng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam. Ở từng khu vực địa lý khác nhau, thái độ của người tiêu dùng với sản phẩm cũng khác nhau. Chẳng hạn, người tiêu dùng ở Mỹ, Canada và các nước Châu Âu không chỉ quan tâm đến những yếu tố liên quan trực tiếp đến sản phẩm như giá cả, chất lượng, mẫu mã, bao bì... mà họ ngày càng quan tâm đến điều kiện làm việc của người công nhân tạo ra sản phẩm ấy, quá trình sản xuất ra sản phẩm có gây tác hại nhiều đến môi trường hay không... Người tiêu dùng ở Bắc Mỹ và Châu Âu lại đặc biệt quan tâm đến quyền lợi của công nhân và trẻ em nên họ khá dè dặt khi mua sản phẩm có nguồn gốc tại những quốc gia, doanh nghiệp mà các phương tiện thông tin đại chúng đưa tin ngược đãi công nhân, cưỡng bức lao động, sử dụng lao động trẻ em... Bên cạnh đó, doanh nghiệp vừa và nhỏ đang phải đối mặt nhiều hơn với những rào cản kỹ thuật, được tạo ra bởi các nước lớn. Vì toàn cầu hóa kinh tế là tiến trình có tính hai mặt, một mặt tăng cường sự hợp tác giữa các quốc gia, làm thương mại toàn cầu tăng lên nhanh chóng, xoá bỏ dần các biện pháp bảo hộ lộ liễu cản trở thương mại như hạn ngạch, đánh thuế suất cao...; mặt khác, làm gia tăng các biện pháp bảo hộ “trá hình” của các nước có tiềm lực kinh tế mạnh

như bảo vệ sức khoẻ con người, kiểm soát chất lượng, môi trường, quy định an toàn thực phẩm, điều kiện lao động, kiểm soát dịch bệnh, chống bán phá giá, chống trợ cấp, quy định ghi nhãn mác... Do đó, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, đặc biệt là các doanh nghiệp xuất khẩu, cần phải nhanh chóng áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế liên quan trong hoạt động quản lý doanh nghiệp, nhất là khi Việt Nam tham gia vào các hiệp định như Hiệp định cắt giảm thuế quan khu vực ASEAN-AFTA, trở thành thành viên của WTO. Đáng chú ý là các hệ thống tiêu chuẩn quốc tế như tiêu chuẩn về quản lý chất lượng toàn bộ (ISO 9000), tiêu chuẩn về bảo vệ môi trường (ISO 14000), tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm với ngành thủy sản (HACCP), trách nhiệm xã hội 8000: tiêu chuẩn quốc tế về trách nhiệm xã hội (SA 8000)... Thực tế, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam đã nhận thức được tầm quan trọng của việc áp dụng hệ thống quản lý hiện đại để đáp ứng yêu cầu của kinh doanh hiện đại. Theo số liệu của Tổng cục TC-ĐL-CL, hiện nay, ở Việt Nam đã có khoảng 1.200 doanh nghiệp được cấp chứng chỉ chất lượng [24]. Thời gian tới đây, con số này còn tăng lên nhiều, khi doanh nghiệp có thuận lợi trong nắm bắt thông tin và học tập kinh nghiệm từ các doanh nghiệp khác, nhận được hỗ trợ của các tổ chức, hiệp hội, nhà nước và chính quyền địa phương. Tại thành phố Hồ Chí Minh - địa phương đi đầu trong phong trào quản lý chất lượng doanh nghiệp ngay từ năm 1995, chính quyền thành phố thường tổ chức tuyên truyền, giới thiệu chất lượng trong doanh nghiệp vừa và nhỏ, có kèm theo các chương trình đào tạo cán bộ, tư vấn áp dụng hệ thống quản lý chất lượng, hỗ trợ kinh phí thực hiện... [24] Nhưng không thể bỏ qua sự hạn chế ở không ít doanh nghiệp vừa và nhỏ, vốn chưa coi trọng hoặc nhận thức sai lầm về quản lý doanh nghiệp. Cụ thể như hoạt động quản lý môi trường, nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ chưa hiểu biết đầy đủ khái niệm hoạt động quản lý môi trường để đưa ra định hướng hoạt động, mà chỉ tiến hành để đáp ứng các yêu cầu pháp lý hoặc yêu cầu khác mang tính bắt buộc của cơ quan quản lý môi trường nhà nước. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện nay hầu như không có bộ phận chuyên trách các vấn đề về môi trường, mà hoạt động theo kiểu kiêm nhiệm [57]. Còn liên quan tới chứng chỉ ISO, đã xảy ra tình trạng doanh nghiệp được cấp chứng nhận chỉ trong 6

tháng, thậm chí, có thể mua nếu chỉ một khoản tiền là 5.000 USD, nên có những doanh nghiệp tuy được cấp nhưng không đạt tiêu chuẩn chất lượng trong thực tế, doanh nghiệp chỉ sử dụng như một công cụ quảng bá thương hiệu, tạo niềm tin “ảo” nơi khách hàng [23].

Có thể thấy thái độ của doanh nghiệp vừa và nhỏ với vấn đề quản lý thay đổi rõ rệt khi tham gia vào thương mại quốc tế. Số các doanh nghiệp vừa và nhỏ áp dụng chưa thật nhiều, nhưng họ đã ý thức và đang cố gắng thực hiện một hệ thống quản lý theo tiêu chuẩn quốc tế để cung cấp sản phẩm có tính cạnh tranh cao trên thị trường.

2.1.6. Thị trường

Chi phí tiếp thị là loại chi phí quan trọng trong việc tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam. Nó làm cho người tiêu thụ có đủ thông tin để lựa chọn sản phẩm phù hợp với nhu cầu, đồng thời biết đến thương hiệu sản phẩm và tên tuổi của doanh nghiệp. Trước kia, trong nền kinh tế kế hoạch tập trung, yếu tố tiếp cận thị trường không được chú ý, nhưng kể từ khi Việt Nam đẩy mạnh hội nhập vào nền kinh tế thế giới thì các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã chú trọng nhiều đến yếu tố này.

Toàn cầu hóa kinh tế được thể hiện qua xu hướng tăng cường hợp tác đa phương, tạo ra sự liên kết và phụ thuộc lẫn nhau ngày càng cao giữa các quốc gia. Đặc biệt, có thể kể tới Tổ chức thương mại thế giới WTO mà ngày càng có nhiều nước, bao gồm Việt Nam, xin gia nhập vào. Hiện WTO có 146 thành viên, chiếm 85% tổng thương mại hàng hóa và 90% thương mại dịch vụ toàn cầu, chẳng bao lâu WTO có thể sẽ trở thành tổ chức lớn nhất hành tinh [28]. Toàn cầu hóa kinh tế cũng gắn với xu hướng tự do hoá và khu vực hóa hình thành nên các khu vực thương mại tự do (FTAS) và những thoả thuận thương mại khu vực (RTAS). Đến tháng 5/2003, có khoảng 250 hiệp định thương mại tự do song phương và khu vực được ký kết, ước tính cuối năm 2005, nếu tính cả các hiệp định thương mại tự do đang được đàm phán hoặc đã được ký kết thì con số sẽ lên tới 300 [28]. Như vậy, toàn cầu hoá kinh tế làm xoá nhoà biên giới địa lý trong hoạt động kinh tế, tạo ra cho doanh nghiệp

vừa và nhỏ một thị trường chung có dung lượng lớn và thông tin trên thị trường rất phức tạp.

Đến nay, Việt Nam đã ký 86 hiệp định thương mại song phương, tạo quan hệ thương mại với trên 160 nước và nền kinh tế, là thành viên của nhiều tổ chức như ASEAN, ASEM, APEC... [28]. Do đó, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam có “đất” hoạt động rất rộng. Còn hoạt động như thế nào cho hiệu quả thì đòi hỏi doanh nghiệp phải chuẩn bị thật tốt thông tin về thị trường. Thực tế cho thấy, doanh nghiệp vừa và nhỏ của ta đang gặp khó khăn khi đối đầu với sự cạnh tranh trực diện của doanh nghiệp nước khác, khi mà doanh nghiệp vừa và nhỏ nước khác có nhiều điểm trội hơn như sản xuất hàng hóa hợp với thị hiếu khách hàng, quan hệ đối tác tốt, kinh nghiệm trong tiếp thị quốc tế để tìm kiếm khách hàng và xâm nhập thị trường. Hầu hết các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam gặp khó khăn về nguồn lực nên hiếm khi tổ chức các biện pháp nghiên cứu thị trường, nghiên cứu người tiêu dùng, dù chỉ giản đơn như phỏng vấn, phát phiếu hỏi về những vấn đề người tiêu dùng quan tâm. Nhận định về nhu cầu còn mang tính cảm quan hoặc đơn thuần qua việc tăng giảm doanh thu, lợi nhuận của sản phẩm. Đa số doanh nghiệp mới tham khảo thông tin về khách hàng, thị trường, người tiêu dùng qua các phương tiện thông tin đại chúng. Ở một vài lĩnh vực, doanh nghiệp có nguy cơ đánh mất thị trường trong nước. Chẳng hạn như hiện nay, doanh nghiệp các nước khối ASEAN đã đứng vững ở thị trường ngoài khối cũng như trong khối, bao gồm cả Việt Nam như hàng điện tử, điện lạnh Xingapore, Malaixia, phân bón hóa học của Ấn Độ, xe máy Thái Lan... [4, tr.22 - 23] [35].

Các thông tin về thị trường như nhu cầu, thị hiếu người tiêu dùng, đối thủ cạnh tranh, những chính sách, quy định liên quan tại nước hay khu vực kinh tế doanh nghiệp tham gia hoạt động... liên tục thay đổi trong sự vận động của tiến trình toàn cầu hoá kinh tế. Bí quyết thành công của doanh nghiệp lúc này là phải nắm bắt đầy đủ và nhanh chóng thông tin thị trường. Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam gặp thuận lợi khi có thể tìm kiếm thông tin thị trường qua nhiều nguồn: từ áp dụng thành tựu trong lĩnh vực công nghệ thông tin là mạng internet, khai thác qua báo

chí, hỏi cơ quan chuyên ngành đến việc thông qua các đơn vị tư vấn chuyên nghiệp, các hiệp hội, câu lạc bộ... Nhưng trong thực tế, do không đáp ứng với yêu cầu của thị trường, thiếu thông tin và am hiểu luật chơi trên thị trường mà doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam đã bị rơi vào cảnh khốn đốn. Không ít doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản sang thị trường Mỹ bị cảnh báo vi phạm về nhãn mác: không ghi nhãn bằng tiếng Anh hoặc ghi nhãn sai quy định, chưa đáp ứng yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm. Có doanh nghiệp chế biến đồ gỗ ở Bình Dương bị đối tác nhiều lần trả lại hàng vì bàn ghế sử dụng véc-ni có pha hóa chất mà nước nhập khẩu cho rằng ảnh hưởng không tốt tới sức khỏe, ghế dùng cho trẻ em mà độ nghiêng quá lớn. Nhiều doanh nghiệp bán hàng nông sản cho Trung Quốc bị trả lại hàng vì ghi sai nhãn hàng hóa, ghi thiếu các thông tin cần thiết mà luật pháp nước này quy định như: loại thực phẩm, địa chỉ người sản xuất, nước sản xuất, thành phần... [33]. Hay hàng loạt vụ kiện bán phá giá chống Việt Nam cũng là minh chứng rõ nét. Toàn cầu hóa kinh tế được các chuyên gia kinh tế nhận định là còn tồn tại nhiều mặt bất công thể hiện ở chỗ các nước giàu đã thành công trong việc thiết lập tự do hóa thương mại với những luật chơi do họ đặt ra. Họ cũng đã thành công trong việc buộc các nước khác gỡ bỏ rào cản để hàng công nghiệp và dịch vụ của mình tràn vào các nước này, đồng thời duy trì được mức thuế cao đánh vào một số mặt hàng nhập khẩu... Các nước giàu đã và đang tiếp tục có những thay đổi về chính sách, quy định liên quan mà doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, do không chủ động nắm bắt, đối phó nên hoạt động kinh doanh bị ảnh hưởng. Đầu tiên là cáo buộc bán phá giá gạo của Columbia vào năm 1994, rồi sau đó là lời buộc tội các công ty sản xuất da giày Việt Nam liên kết với Hồng - Kông và Ma - Cao để bán phá giá giày chống thấm nước vào Canada của Hiệp hội các nhà sản xuất da giày Canada, vụ kiện của EU với mặt hàng bột ngọt, giày dép năm 1998, kiện bán phá giá bột lửa gas của EU, vụ kiện của Mỹ với mặt hàng cá da trơn, và gần đây nhất là vụ kiện bán phá giá tôm của Mỹ. Do đó, tham gia vào thương mại quốc tế ngày nay, doanh nghiệp phải nghiên cứu thị trường thường xuyên, liên tục để kịp ứng biến với những thay đổi xảy ra.

2.1.7. Các yếu tố khác

Các yếu tố khác có thể kể tới là hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới, năng suất lao động của doanh nghiệp, chi phí vận tải trong giá thành sản phẩm, chi phí tiện ích khác...

Thị trường rộng lớn là cơ hội cho các doanh nghiệp, nhưng đáp ứng tốt nhu cầu của thị trường đó lại là thách thức đặt ra. Trong khi Việt Nam, hay các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam có xuất phát điểm thấp, lại hội nhập thương mại quốc tế chậm hơn các nước khác nên yêu cầu đổi mới doanh nghiệp nâng cao sức cạnh tranh là vô cùng quan trọng. Đối với hầu hết các doanh nghiệp trên thế giới hiện nay, nhất là tại các nước phát triển thì nghiên cứu và phát triển sản phẩm chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu đầu tư nghiên cứu công nghệ kỹ thuật mới nhằm nâng cao chất lượng và năng suất lao động, tạo ra các sản phẩm độc đáo, hiện đại, đáp ứng tốt hơn các yêu cầu của khách hàng, qua đó làm tăng hiệu quả kinh doanh và tạo một vị trí vững chắc trên thị trường. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam đã thấy được yêu cầu của quản lý hiện đại nên bước đầu chú ý tới công tác nghiên cứu và phát triển, tuy còn hạn chế rất nhiều do thiếu vốn.

Toàn cầu hóa kinh tế làm năng suất lao động trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam tăng lên. Thường thì trong một nền kinh tế, đặc biệt là nền kinh tế tại các nước đang phát triển, sẽ có mức độ phân tán cao về năng suất của các doanh nghiệp: các doanh nghiệp có năng suất cao và thấp đồng thời tồn tại. Nhưng khi mở cửa nền kinh tế và tham gia hội nhập vào nền kinh tế thế giới, các doanh nghiệp vừa và nhỏ phải đối mặt với cạnh tranh khốc liệt. Kết quả là những doanh nghiệp có chi phí cao sẽ bị phá sản, phải rút lui ra khỏi thị trường và nhường chỗ cho doanh nghiệp mới. Một cách tổng quát, năng suất lao động trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ được nâng dần theo thời gian [1, tr.125-127]. Hơn nữa, năng suất tăng xét sâu xa, còn là kết quả tổng hợp của sự thay đổi của những yếu tố nội tại khác trong doanh nghiệp do tác động của toàn cầu hóa như: vốn đầu tư tăng, áp dụng công nghệ mới, thay đổi cách thức quản lý hiện đại...

Một số chi phí khác nằm trong các chi phí cấu thành nên giá thành của hàng hóa cũng bị tác động, thường là theo hướng có lợi cho doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam. Chi phí vận tải hiện đang được cải thiện rõ rệt. Chi phí vận tải phụ thuộc vào nhiều yếu tố như giá nhiên liệu, loại phương tiện, cơ sở hạ tầng... Mở cửa nền kinh tế trong nước cho phép gia tăng dòng vốn đầu tư để nâng cấp cơ sở hạ tầng, hiện đại hóa phương tiện chuyên chở... do đó, chi phí vận tải được giảm bớt. Chi phí tiện ích khác như điện, nước, viễn thông... ở Việt Nam hiện nay vẫn còn cao, ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Tuy nhiên, các dự án đầu tư mới trong các ngành này cùng với sự thay đổi cơ chế của Nhà nước cho phép xóa bỏ dần độc quyền trong ngành, chẳng hạn như viễn thông, đang hứa hẹn cải thiện chi phí tiện ích, giúp doanh nghiệp giảm giá thành và nâng cao khả năng cạnh tranh. Những yếu tố này sẽ được đề cập kỹ hơn trong phần tác động của toàn cầu hoá tới môi trường kinh doanh của doanh nghiệp.

2.2. TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ TÁC ĐỘNG TỚI CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ

Trong một nền kinh tế khép kín, không có sự giao thương với bên ngoài thì các doanh nghiệp thường không có hay không coi trọng chiến lược kinh doanh, chủ yếu vẫn là “xử lý tình huống” với công việc hàng ngày với một thị trường nhỏ hẹp. Nhưng khi mở cửa kinh tế và hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới, các doanh nghiệp vừa và nhỏ đứng trước thị trường “mở” rộng lớn cạnh các đối thủ kinh doanh đến từ mọi quốc gia. Lúc này, cạnh tranh diễn ra vô cùng mạnh mẽ mà kết quả là những doanh nghiệp hoạt động kém hiệu quả, không cạnh tranh nổi sẽ bị đào thải và thay thế. Lúc này, các doanh nghiệp cần thiết phải xây dựng một chiến lược kinh doanh toàn diện và dài hạn.

Chiến lược kinh doanh là khái niệm được sử dụng phổ biến trong doanh nghiệp ở những nước phát triển và ngày càng tỏ ra có vai trò hết sức quan trọng trong sự phát triển của doanh nghiệp. Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp là một chương trình hành động tổng quát bao hàm việc ấn định các mục tiêu cơ bản dài hạn của doanh nghiệp, đồng thời lựa chọn cách thức hoặc tiến trình hoạt động và

phân bổ các tài nguyên thiết yếu để thực hiện các mục tiêu đó. Trong thời kỳ hội nhập kinh tế, môi trường kinh doanh của doanh nghiệp luôn thay đổi khó có thể lường trước được, nên chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm các mục tiêu dài hạn phải đảm bảo tính định hướng, linh hoạt và xây dựng trên cơ sở lợi thế so sánh với đối thủ cạnh tranh trên thị trường. Một tổ hợp chiến lược kinh doanh toàn diện, hợp lý là rất cần thiết cho sự tồn tại và phát triển doanh nghiệp, làm kim chỉ nam cho hoạt động của doanh nghiệp, đảm bảo nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Tổ hợp chiến lược kinh doanh bao gồm nhiều khía cạnh, đặc biệt có thể kể đến chiến lược thị trường, chiến lược sản phẩm, chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu, chiến lược công nghệ, cùng một số chiến lược khác như chiến lược tài chính, chiến lược nhân lực. Vì vậy, ở phần này, chúng ta sẽ tập trung phân tích sự tác động của toàn cầu hóa kinh tế tới các chiến lược nói trên.

2.2.1. Chiến lược thị trường:

Toàn cầu hoá kinh tế đồng nghĩa với quá trình hợp nhất các thị trường riêng lẻ khác nhau thành thị trường thống nhất mang tính khu vực hoặc toàn cầu. Tuy nhiên, tiến trình này không làm mất đi tính riêng biệt ở từng thị trường hoặc từng nhóm thị trường. Mỗi một khu vực kinh tế, tổ chức kinh tế đều có những quy tắc, quy định hoạt động riêng. Thậm chí, tại một số quốc gia có tiềm lực kinh tế mạnh, vẫn còn tồn tại những “luật chơi” riêng. Bên cạnh đó, bản sắc của từng thị trường như nhu cầu, thị hiếu, tập quán, các yêu cầu về chất lượng hàng hóa, dịch vụ vẫn khác nhau theo khu vực địa lý, theo quốc gia. Hội nhập vào thương mại quốc tế ngày nay, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam phải nghiên cứu kỹ thông tin về thị trường quốc tế, thị trường khu vực, người tiêu dùng, nhất là các định chế, quy tắc, nguyên tắc, tập quán, các yêu cầu kỹ thuật, chất lượng sản phẩm. Không nắm vững thông tin thị trường đã cho doanh nghiệp nhiều bài học đắt giá, chẳng hạn như vụ kiện cá tra và cá basa mà Việt Nam đã bị xử thua tại thị trường Mỹ. Thực chất, hàng của Việt Nam vừa đảm bảo chất lượng, giá cả lại rẻ hơn nhiều và kinh doanh hoàn toàn sòng phẳng, nhưng kết cục lại bị cho là bán phá giá và bị Mỹ áp thuế suất bán phá giá cao

từ 34% đến 63% [43]. Nếu các doanh nghiệp Việt Nam xây dựng được một chiến lược kinh doanh chặt chẽ, hiểu rõ luật bán phá giá của Mỹ và dự đoán các tình huống khó khăn có thể xảy ra, định lượng được mức độ phản ứng để có sách lược đối phó thì có thể tránh được các thiệt hại. Chẳng hạn như các doanh nghiệp Việt Nam với tư cách là nhà xuất khẩu có thể ngồi họp 3 bên với nhà nhập khẩu và nhà sản xuất của nước nhập khẩu để cùng lắng nghe nhau và sống chung trên một thị trường, tạo ra điều có lợi cho tất cả các bên.

Việt Nam đã có những động thái tích cực trong mở cửa nền kinh tế, hội nhập kinh tế thế giới và khu vực theo phương châm “sẵn sàng làm bạn với tất cả các quốc gia trên thế giới”. Tham gia vào các tổ chức kinh tế, các hiệp định thương mại song phương và đa phương chính là cơ sở để doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước tiếp cận hiệu quả với thị trường rộng lớn. Số lượng doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia xuất khẩu tăng liên tục từ năm 2001 đến nay, theo số liệu thống kê sơ bộ của Trung tâm thông tin Thương mại, Bộ Thương mại, năm 2000 có 12.674 doanh nghiệp. Năm 2001 và 2002 lần lượt là 17.070 và 23.330 doanh nghiệp. Tính đến tháng 10 năm 2003, đã có khoảng 29.450 doanh nghiệp vừa và nhỏ tham gia xuất khẩu [45]. Lúc này, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam phải cụ thể hóa chiến lược thị trường bằng cách quán triệt phương châm đa phương hóa, đa dạng hóa thị trường. Bên cạnh các thị trường chủ lực, chủ yếu tập trung tại các quốc gia và vùng lãnh thổ Châu Á như Nhật Bản, ASEAN, Hàn Quốc, Đài Loan, Hồng-Kông, doanh nghiệp cần tiếp tục khai thác thâm nhập vào một số thị trường truyền thống hoặc thị trường mới như Nga, Trung Đông, Mỹ La-tinh, Châu Phi. Đặc biệt hướng vào thị trường đầy tiềm năng như Trung Quốc, hiện đã là thành viên của WTO và có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao nhất thế giới, vì nhu cầu phát triển kinh tế, đầu vào của một số ngành sản xuất của Trung Quốc sẽ nhằm tới những nước thu nhập thấp và giao thương thuận lợi như Việt Nam. Hay thị trường Châu Âu mà chủ yếu là EU, hiện đã mở rộng tới 25 thành viên quốc gia (trong đó có những quốc gia là đối tác truyền thống của Việt Nam) với số dân 455 triệu người, GDP khoảng 9 nghìn tỷ USD [28]. Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam cũng cần chú trọng tận dụng cơ hội tăng kim

ngạch vào thị trường Bắc Mỹ, nhất là Mỹ và Canada ở nhiều mặt hàng, từ những mặt hàng nhiều lợi thế là dệt may, giày dép tới các mặt hàng nông sản và thậm chí là dịch vụ [25].

Tham gia hội nhập kinh tế cũng có nghĩa là xóa bỏ dần các rào cản thương mại, tạo điều kiện cho doanh nghiệp nước khác hoạt động tại Việt Nam và cạnh tranh trực tiếp với doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước. Vì vậy, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam không được “bỏ rơi” thị trường nội địa thông qua quá trình nghiên cứu thị trường và tận dụng lợi thế “sân nhà” của mình. Tránh tình trạng bị hàng hóa nước ngoài áp đảo đang xảy ra ở một số mặt hàng như hiện nay. Đó là xe đạp, linh kiện xe máy, động cơ và máy công cụ, hàng điện tử, kính xây dựng, các loại thực phẩm và nông sản Trung Quốc; đường kính, hàng điện tử Thái Lan; một số hàng tiêu dùng của Hàn Quốc... [35].

2.2.2. Chiến lược sản phẩm:

Đặc điểm cơ bản của nền kinh tế thế giới trong thời kỳ toàn cầu hóa kinh tế, đó là sự phát triển mạnh mẽ của cuộc cách mạng khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin và sinh học, làm tăng nhanh lực lượng sản xuất và tạo ra sự thay đổi cơ cấu sản xuất, phân phối, tiêu dùng, thúc đẩy quá trình quốc tế hóa, xã hội hóa nền kinh tế. Lúc này, Việt Nam cũng như các quốc gia khác đều tập trung vào những lĩnh vực mà mình có lợi thế cạnh tranh để tham gia phân công lao động và hợp tác quốc tế. Biểu hiện cụ thể hơn, đó là việc các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam thường tập trung trong những sản phẩm có khả năng cạnh tranh cao, vốn đã được định hình trong thời gian mở cửa nền kinh tế. Các sản phẩm này có đặc điểm là: yếu tố tư bản vốn trong cấu thành sản phẩm thấp, hàm lượng tri thức và công nghệ không cao, chủ yếu dựa vào yếu tố lao động giản đơn (như gạo, sắn) hoặc điều kiện tự nhiên (du lịch); chưa sản phẩm nào có ưu thế rõ rệt trên thị trường thế giới nhờ vào yếu tố chất lượng; năng suất thấp so với mức trung bình của thế giới (may mặc, hạt điều, chè thấp hơn 60% mức trung bình Châu Á), thị trường tiêu thụ thiếu đa dạng (thị trường của sản phẩm Việt Nam đã mở rộng tới hầu hết các nước trên thế giới với hơn 220 nước và vùng lãnh thổ nhưng 10 nước và vùng lãnh

thổ trong số đó là Nhật Bản, Trung Quốc, Mỹ, Úc, Singapo, Đài Loan, Đức, Anh, Pháp và Hàn Quốc đã chiếm tới 66% tổng kim ngạch xuất khẩu và hầu như ít thay đổi trong những năm gần đây mà chỉ là hoán đổi vị trí giữa 10 nước trên), tính độc đáo không cao trừ một số mang bản sắc tự nhiên và đặc thù như hàng thủ công mỹ nghệ, dịch vụ du lịch; giá trị gia tăng trong tổng giá trị sản phẩm thấp so với mức bình quân của thế giới [21, tr.216 - 220]. Xét theo ngành, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam chỉ tập trung chủ yếu vào thương mại, dịch vụ, tới 55%; công nghiệp khoảng 17%; xây dựng và nông nghiệp ở mức 14%... [39]. Khi tham gia vào thương mại quốc tế, doanh nghiệp phải định hướng sản phẩm chủ lực vào từng thị trường căn cứ trên những sản phẩm doanh nghiệp có lợi thế sẵn.

Toàn cầu hóa làm tăng tính khốc liệt trong cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, thể hiện ở chỗ cạnh tranh về sản phẩm chuyển sang cấp độ cao hơn: từ cạnh tranh chủ yếu về giá sang cạnh tranh về chất lượng, kiểu dáng, tính năng sản phẩm hay giá trị gia tăng của sản phẩm... Doanh nghiệp khó có thể thành công khi không xây dựng một chiến lược sản phẩm theo hướng đa dạng hóa, tập trung khai thác những sản phẩm mới có khả năng cạnh tranh cao dựa vào tính độc đáo của sản phẩm và giá trị gia tăng của sản phẩm trong quá trình hậu sản xuất như bao gói, nhãn mác, giao nhận... Hiện, đã có dấu hiệu đáng mừng khi kim ngạch xuất khẩu của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam gia tăng trong một số mặt hàng như giày dép, thủ công mỹ nghệ, kinh doanh dịch vụ du lịch. Nhưng doanh nghiệp còn bị hạn chế nhiều bởi vốn và công nghệ, chậm đổi mới do không tiếp cận nhanh với thông tin thị trường.

Chất lượng là yếu tố sống còn để đảm bảo thành công cho doanh nghiệp trong kinh doanh thời hiện đại. Những thành tựu của cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật ngày nay đã nhanh chóng được áp dụng vào hệ thống sản xuất tại doanh nghiệp ở nhiều quốc gia trên thế giới, nhằm kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm, dịch vụ. Đơn cử là trường hợp các doanh nghiệp Trung Quốc, họ thường có quy trình kiểm soát chất lượng để giúp phát hiện lỗi sản phẩm, quan trọng hơn nữa là xác định được nguyên nhân gây lỗi và đưa ra những giải pháp khắc phục. Vì vậy, tiết kiệm chi phí do giảm lãng phí từ việc sản xuất các sản phẩm khuyết tật, tính cạnh tranh

cao dựa trên giá thành thấp hơn và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của khách hàng [50]. Do đó, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam cần xây dựng một chiến lược sản phẩm có tính đến việc áp dụng hệ thống kiểm soát chất lượng tiên tiến, qua đó, nâng cao khả năng cạnh tranh trên thương trường. Là lớp đi sau so với mặt bằng chung thế giới, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam có nhiều thuận lợi để “đi tắt đón đầu” triển khai hệ thống tối ưu nhất với thời gian ngắn nhất. Chẳng hạn, doanh nghiệp có thể tận dụng phương tiện thông tin hiện đại để tìm hiểu và học tập những doanh nghiệp thành công của nước khác, qua đó, lựa chọn cho mình hệ thống phù hợp.

Chiến lược quảng bá sản phẩm: Toàn cầu hóa kinh tế gắn liền với những thành tựu khoa học – kỹ thuật mà những thành tựu mới xuất hiện gần đây rất hữu ích trong việc quảng bá sản phẩm. Nếu trước đó, tiếp thị sản phẩm thường thông qua truyền hình, truyền thanh và báo chí thì hiện nay, các doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể áp dụng nhiều cách thức quảng bá sản phẩm: tham gia hội chợ triển lãm, tiếp thị sản phẩm bằng các đoàn xe lưu động... Cũng có thể quảng bá thông qua hoạt động tài trợ, các chương trình hoạt động ngoài trời. Đặc biệt, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin đã tạo ra công cụ quảng bá sản phẩm rất hữu hiệu với thời gian nhanh nhất, chi phí thấp nhất và hướng tới các đối tượng một cách rộng rãi nhất: đó là lập website trên mạng internet, tham gia vào các sàn giao dịch điện tử. Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam nên xây dựng một chiến lược quảng bá đa dạng, chọn lựa, tập trung vào cách thức quảng bá phù hợp với sản phẩm, đối tượng khách hàng và thời điểm; chú trọng quảng bá qua mạng; gắn hoạt động quảng bá cùng những mối quan hệ tốt với cơ quan thông tin, công chúng...

Ngoài ra, trong chiến lược sản phẩm, còn bao gồm một số yếu tố khác có liên quan đến dịch vụ trước, trong và sau bán hàng, rất được các doanh nghiệp ngày nay quan tâm và lên kế hoạch thực hiện. Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam nên tập trung vào dịch vụ bảo hành, bảo dưỡng, phân phối... nhằm đáp ứng tốt hơn nữa yêu cầu của khách hàng.

2.2.3. Chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu:

Thương hiệu đã trở thành một yếu tố rất quan trọng trong kinh doanh thời hội nhập. Thương hiệu phản ánh toàn bộ tổ chức, giá trị của nhân lực và những cách thức hoạt động của doanh nghiệp. Tương tự như con người, một thương hiệu cũng có tính cách. Thương hiệu tốt là thương hiệu có sự nhận dạng rõ ràng, có tính phân biệt và có sức lôi cuốn lớn với người tiêu dùng. Nhiều doanh nghiệp thành công hiện nay là dựa vào việc tập trung xây dựng biểu tượng thương hiệu mạnh, kết hợp với giá trị sản phẩm tạo ra để gia tăng tổng giá trị cho doanh nghiệp. Hay có thể nói thương hiệu đã là một tài sản quan trọng đối với doanh nghiệp trong giai đoạn toàn cầu hóa kinh tế hiện nay.

Chính vì có tầm quan trọng như vậy mà khi thương mại quốc tế ngày càng phát triển, các tranh chấp xoay quanh thương hiệu như bị chiếm đoạt nhãn hiệu, bị quy kết làm hàng giả, hàng nhái... ngày càng nhiều. Thực tế cho thấy ý thức đăng ký nhãn hiệu và bản quyền của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam vẫn hạn chế, hiểu biết về hệ thống pháp luật bao gồm cả hệ thống pháp luật bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ ở bên ngoài còn yếu nên nhiều doanh nghiệp đã gặp khó khăn về vấn đề thương hiệu. Theo thống kê của Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam thì số đơn đăng ký nhãn hiệu Việt Nam ra nước ngoài theo thỏa ước Madrid - một thỏa ước về đăng ký quốc tế, chỉ mới là 54 nhãn hiệu, và số nhãn hiệu có nguồn gốc Việt Nam xin đăng ký bảo hộ tại Mỹ là 164 nhãn hiệu [42]. Con số này quá khiêm tốn so với 8.988 nhãn hiệu mà các doanh nghiệp Mỹ đăng ký tại Việt Nam. Ông Trần Việt Hùng, Phó Cục trưởng Cục Sở hữu trí tuệ nhận xét: “Tổng số hàng hóa đã được đăng ký và bảo hộ là trên 100.000 nhãn hiệu, trong đó hơn 20% là của doanh nghiệp Việt Nam và gần 80% là doanh nghiệp nước ngoài từ khoảng 100 nước khác nhau, nhiều nhất là các nước đang phát triển và trong khu vực. Mỗi năm, có hơn 12.000 đơn đăng ký nhãn hiệu được nộp tại cơ quan đăng ký sở hữu công nghiệp Việt Nam. Con số này còn quá nhỏ khi ở Mỹ và một số nước phát triển khác đang tồn tại trên thị trường hàng triệu triệu nhãn hiệu được đăng ký bảo hộ và mỗi năm có hàng trăm nghìn nhãn hiệu xin đăng ký mới.” [42] Một số vụ việc nhãn hiệu Việt Nam bị người nước

ngoài chiếm đoạt cho thấy ý thức bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa tại nước ngoài còn quá kém, như vụ cà phê Trung Nguyên, nước mắm Phú Quốc, thuốc lá Vinataba... [42].

Thời gian hội nhập vào thị trường thế giới so với doanh nghiệp của nhiều nước khác là ít hơn nhiều, nên khó khăn và va vấp về thương hiệu là không thể tránh khỏi đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam. Nhưng doanh nghiệp cũng có cơ hội của người đi sau và cần tận dụng triệt để những cơ hội đó trong chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu. Doanh nghiệp có thể học tập chiến lược thương hiệu của các doanh nghiệp khác ở bên ngoài, nhất là doanh nghiệp tại những quốc gia cùng khu vực vốn có khá nhiều điểm tương đồng. Chẳng hạn như doanh nghiệp vừa và nhỏ Thái Lan: họ xây dựng thương hiệu bắt nguồn từ việc tạo ra sản phẩm có chất lượng cao, phát triển thương hiệu không chỉ cho sự nhận biết mà để tạo nên giá trị và triển vọng tiến lên của chính doanh nghiệp của họ [36].

Toàn cầu hoá kinh tế tạo ra xu hướng phát triển những quy định về quyền sở hữu trí tuệ bao gồm hệ thống đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tại từng khu vực, từng quốc gia. Doanh nghiệp vừa và nhỏ cần hiểu biết đầy đủ về hệ thống này, chú trọng đăng ký nhãn hiệu và bản quyền nếu muốn giữ gìn uy tín, phát triển thị phần, tránh các tranh chấp về nhãn hiệu. Nhìn chung, các doanh nghiệp ngày càng quan tâm hơn đến thương hiệu. Theo số liệu của Cục sở hữu trí tuệ Việt Nam, nếu năm 2002, có 8.818 đơn đăng ký nhãn hiệu hàng hóa nộp tại Cục thì trong năm 2003, đã có gần 18.000 đơn, tính trung bình hàng năm số đơn thuộc diện này tăng từ 10-15%/năm [47]. Trong chiến lược thương hiệu, doanh nghiệp cần tính tới những phương án tập trung nguồn lực để xây dựng và phát triển thương hiệu hiệu quả. Thực tế, việc thực hiện còn rất dè dặt, doanh nghiệp thường đăng ký nhãn hiệu khi sản phẩm đã tung ra thị trường một thời gian; chỉ có khoảng 16% doanh nghiệp có bộ phận phụ trách công tác tiếp thị, hơn 80% doanh nghiệp không có chức danh quản lý nhãn hiệu, 74% doanh nghiệp chỉ dành dưới 5% doanh thu cho việc xây dựng và bảo vệ thương hiệu [46]. Xây dựng thương hiệu của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam nói chung còn mang tính tự phát, nhỏ lẻ, thiếu tính chuyên nghiệp và đồng bộ, nội dung chiến lược không được định vị rõ ràng nên hiệu quả chưa cao.

2.2.4. Chiến lược công nghệ:

Trong điều kiện toàn cầu hóa kinh tế ngày nay, mở cửa thị trường giữa các quốc gia và các vùng lãnh thổ làm gia tăng quan hệ trao đổi, buôn bán hàng hóa, dịch vụ cũng như đẩy nhanh dòng lưu chuyển công nghệ. Kết quả là các doanh nghiệp vừa và nhỏ có cơ hội tiếp nhận với công nghệ tiên tiến du nhập từ bên ngoài. Chiến lược công nghệ của doanh nghiệp lúc này phải linh hoạt “đi tắt đón đầu” trong áp dụng công nghệ mới, cải tiến công nghệ cũng như lựa chọn công nghệ phù hợp với doanh nghiệp trên cơ sở nắm vững thông tin công nghệ, chuẩn bị trước nguồn lực đáp ứng.

Toàn cầu hóa kinh tế gắn liền với sự phát triển của khoa học – công nghệ trong các ngành kinh tế, đặc biệt là sự xuất hiện và phát triển của các loại hình công nghệ cao, hiện đại làm thay đổi hàng loạt các ngành kinh tế mới và thay đổi diện mạo của nền kinh tế toàn cầu. Đó là công nghệ thông tin, công nghệ sinh học, công nghệ vật liệu và năng lượng mới, công nghệ hàng không vũ trụ... Các công ty xuyên quốc gia, chủ thể kinh tế có vai trò nổi bật và là tác nhân ngày càng quan trọng trong quá trình toàn cầu hóa kinh tế, hiện kiểm soát phần lớn công nghệ trong tay luôn xác định công nghệ cao là lá bài chủ lực để tìm kiếm lợi nhuận, cạnh tranh và chiếm lĩnh thị trường. Các công ty xuyên quốc gia chiếm 2/3 tổng kim ngạch hàng hóa và dịch vụ, 90% tổng kim ngạch đầu tư quốc tế, 90% các công nghệ cao, 75% các chuyên gia công nghệ [13, tr.30 – 31]. Các công ty này đầu tư cho việc phát triển công nghệ mới và cho nghiên cứu các hướng khoa học có triển vọng công nghệ. Sau đó thông qua Hiệp định về các khía cạnh của quyền sở hữu trí tuệ có liên quan đến thương mại của WTO biến các công nghệ mới thành hàng hóa và dành luôn quyền bảo hộ và kinh doanh. Từ đó, họ giành lấy địa vị lũng đoạn và thu lợi nhuận cao. Bên cạnh đó, các công ty xuyên quốc gia đang có xu hướng liên kết, sát nhập với nhau thành những công ty toàn cầu ngày càng đồ sộ và không chế nghiêm ngặt chuyển giao công nghệ. Mặc dù đầu tư ra nước ngoài nhưng trên 90% công việc nghiên cứu – phát triển của các công ty xuyên quốc gia được tiến hành tại nước

gốc là các nước phát triển [13, tr.30]. Cơ hội hiện nay của các doanh nghiệp vừa và nhỏ là tiếp nhận chuyển giao công nghệ từ các công ty xuyên quốc gia, từ các dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài vào Việt Nam. Hay có thể tồn tại như là đại lý, chân rết hay vệ tinh của các công ty xuyên quốc gia.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam gặp nhiều hạn chế về nguồn lực sử dụng công nghệ như vốn đầu tư, nhân lực, thông tin công nghệ... nên khi tham gia hội nhập, cần chú trọng khắc phục để đổi mới công nghệ, hoạt động hiệu quả. Đó là con đường tiếp nhận chuyển giao công nghệ từ khu vực có vốn đầu tư nước ngoài như đã đề cập, mua công nghệ mới của các trung tâm cung cấp công nghệ, thu thập thông tin công nghệ và lựa chọn công nghệ tại các hội chợ công nghệ và thiết bị – techmark [48]... Trong chiến lược công nghệ, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam cần tính đến việc kết hợp áp dụng công nghệ mới với công nghệ phù hợp sẵn có, giá rẻ mà hiệu quả cao. Như trong ngành chế biến hạt điều, ban đầu có những doanh nghiệp phải nhập dây chuyền công nghệ trị giá hàng triệu đôla để sản xuất, nhưng sau này, các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã có thể sử dụng ngay công nghệ trong nước với giá chỉ ở mức ba, bốn trăm triệu đồng mà vẫn đảm bảo. Còn khi áp dụng công nghệ mới, doanh nghiệp không thể thành công nếu không chú trọng tới hàng loạt các công tác chuẩn bị liên quan. Chiến lược công nghệ của doanh nghiệp cũng không thể bỏ qua những yếu tố như lập kế hoạch nghiên cứu thông tin đầu ra cho sản xuất, từ đó có thông tin về công nghệ; tuyển dụng và đào tạo các chuyên gia công nghệ, nhân viên kỹ thuật công nghệ có kiến thức chuyên môn, khả năng ngoại ngữ; có hệ thống cập nhật và xử lý thông tin mới nhất về công nghệ trên thế giới cũng như trong nước.

2.2.5. Các chiến lược khác:

Chiến lược tài chính:

Trước đòi hỏi của xu thế quốc tế hóa, toàn cầu hóa kinh tế, các định chế kinh tế toàn cầu được ra đời; đến lượt mình, các định chế kinh tế toàn cầu và khu vực lại đẩy mạnh hơn nữa xu thế toàn cầu hóa kinh tế. Một quốc gia khi tham gia hội nhập và là thành viên của các tổ chức kinh tế toàn cầu và khu vực, sẽ phải tuân theo

những quy định được đặt ra của các tổ chức đó. Hiện nay, Việt Nam đã chủ động hội nhập kinh tế thế giới bằng cách gia nhập vào các tổ chức kinh tế như ASEAN tháng 7/1995, Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương APEC tháng 11/1998, tham gia vào các Hiệp định như Hiệp định khung về hợp tác kinh tế với liên minh Châu Âu EU tháng 7/1995, Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ tháng 7/2000, đặc biệt, Việt Nam đang đẩy mạnh đàm phán để gia nhập vào Tổ chức Kinh tế thế giới WTO – tổ chức kinh tế lớn nhất toàn cầu... Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, do đó, phải nhanh chóng xây dựng chiến lược tài chính theo hướng công khai hóa và minh bạch hóa hoạt động tài chính bằng việc nhanh chóng áp dụng các nguyên tắc kế toán và kiểm toán theo thông lệ quốc tế. Điều này có lợi khi doanh nghiệp muốn đánh giá thực trạng và hiệu quả của dòng vốn để có những quyết sách đúng đắn về sử dụng tài chính trong tương lai, đồng thời, tạo được sự tin tưởng ở phía đối tác vì đáp ứng những quy định được đặt ra bởi các tổ chức kinh tế toàn cầu và khu vực.

Chiến lược nhân lực:

Toàn cầu hóa kinh tế làm lực lượng sản xuất phát triển nhanh chóng cũng như thúc đẩy sự phát triển của cuộc cách mạng khoa học kỹ thuật, chuyển nền kinh tế công nghiệp sang nền kinh tế tri thức – dựa chủ yếu vào các ngành đại diện cho tiến bộ khoa học kỹ thuật và lấy tri thức, thông tin làm trung tâm. Lúc này, chiến lược nhân lực của doanh nghiệp phải được cụ thể hóa là một chiến lược thu hút lao động có chất lượng cao kết hợp với việc đào tạo lao động, nâng cao trình độ năng lực của người quản lý.

Doanh nhân Việt Nam là đội ngũ trẻ, trưởng thành trong thời kỳ đổi mới nên khá năng động, doanh nghiệp có nhiều thuận lợi trong công tác nâng cao trình độ năng lực của đội ngũ quản lý. Tuy nhiên, sức ép cạnh tranh của các công ty lớn, công ty nước ngoài vốn có tiềm lực kinh tế mạnh, hấp dẫn người lao động nhờ tạo thu nhập cao và cơ hội thăng tiến sẽ khiến doanh nghiệp vừa và nhỏ gặp rất nhiều khó khăn. Doanh nghiệp phải xây dựng các chính sách ưu đãi để thu hút được lao động chất lượng cao như chế độ lương thưởng, điều kiện lao động, các khoản phụ

cấp... Đồng thời, kinh doanh thời hội nhập đòi hỏi doanh nghiệp phải thích ứng trong việc thực hiện các cam kết quốc tế, những yêu cầu đặt ra của định chế kinh tế toàn cầu đối với vấn đề lao động trong doanh nghiệp. Điển hình là các Công ước quốc tế của Tổ chức Lao động quốc tế ILO như Công ước về phân biệt đối xử, không phân biệt đối xử trong tuyển dụng và sử dụng lao động vì lý do cá nhân hoặc tín ngưỡng; tuân thủ quy định về thời gian làm việc của người lao động...

2.3. TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ TÁC ĐỘNG TỚI MÔI TRƯỜNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ

Môi trường kinh doanh có vai trò hết sức quan trọng tới hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, bao gồm nhiều yếu tố như: pháp luật về kinh doanh, quy chế đầu tư, thủ tục hải quan, chính sách thuế, quản lý xuất nhập khẩu, khả năng tiếp cận vốn, cơ sở hạ tầng, thông tin liên lạc, vấn đề môi trường, hàng rào của nước nhập khẩu... Dưới tác động của toàn cầu hóa kinh tế, môi trường kinh doanh biến động thường xuyên, ảnh hưởng đến hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam.

Có thể xem xét tác động của toàn cầu hóa tới môi trường kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam qua sự biến đổi của các yếu tố chính sau:

2.3.1. Môi trường pháp luật

Kể từ khi thực hiện chính sách mở cửa nền kinh tế, đến nay đã gần 20 năm, hoạt động xây dựng và hoàn thiện pháp luật nói chung và pháp luật về kinh doanh nói riêng đã đạt những kết quả đáng khích lệ. Một khung pháp luật mới đã được xây dựng để thay thế cho khung pháp luật của nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung, làm cơ sở pháp lý thực hiện chủ trương đổi mới và tăng cường hội nhập vào nền kinh tế thế giới trước bối cảnh toàn cầu hóa kinh tế diễn ra mạnh mẽ mà Đảng đã đề ra và cũng là cơ sở cho sự ra đời và vận hành của nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Những sửa đổi cơ bản về chế độ kinh tế trong Hiến pháp 1992, Hiến pháp sửa đổi bổ sung năm 2001, sự ra đời của các văn bản pháp luật quan trọng như Luật Doanh nghiệp, Luật Hợp tác xã, Luật khuyến khích đầu tư trong nước, Luật các tổ chức tín dụng, Luật Hải quan, Bộ Luật lao động, các Luật

thuế.v.v. và việc ký kết và thực hiện một số Điều ước quốc tế quan trọng, các Hiệp định song phương và đa phương... đã tạo hành lang pháp lý cơ bản để vận hành nền kinh tế. Một trong những kết quả quan trọng của hệ thống pháp luật hiện nay là đã bao quát hầu hết các vấn đề cơ bản cho sự hình thành, phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ với quyền tự do kinh doanh, các cơ chế khuyến khích đầu tư và đảm bảo đầu tư, hình thành môi trường cạnh tranh lành mạnh... Cụ thể là:

+ *Tác động tới quyền kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ*: trong lịch sử dân tộc, nghề kinh doanh không phải bao giờ cũng được khuyến khích phát triển. Nhà nước phong kiến thì “trọng nông, ức thương” do ảnh hưởng của Nho giáo, coi thương nhân là gian trá, nghề thương mại xếp hàng sau cùng trong “sỹ, nông, công, thương”. Thời Pháp thuộc thì doanh nghiệp có điều kiện để hình thành và phát triển nhưng bị chính sách chèn ép của thực dân Pháp hạn chế. Khi cách mạng thành công, trong cơ chế kế hoạch hóa tập trung, nền kinh tế chủ yếu dựa vào viện trợ nước ngoài, kinh tế của tư nhân, tư thương cũng bị kỳ thị, cấm đoán nên kinh tế đất nước luôn ở trong trạng thái khủng hoảng thiếu. Cho tới khi Đảng và Nhà nước thực hiện đổi mới kinh tế, chuyển sang nền kinh tế thị trường để có thể khắc phục sự tụt hậu, hội nhập với nền kinh tế thế giới đang phát triển mạnh mẽ do tác động của toàn cầu hóa kinh tế thì các doanh nghiệp và các ngành nghề kinh doanh mới được bung ra. Có thể thấy doanh nghiệp vừa và nhỏ có vai trò rất quan trọng trong nền kinh tế. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ có nhiều ưu điểm như rất năng động, khả năng thích ứng cao, có mặt ở hầu hết các lĩnh vực, địa bàn, và ý nghĩa hơn cả là cụ thể hóa phát huy nội lực trong nước, huy động mọi thành phần tham gia làm giàu. Điều 57 Hiến pháp 1992 quy định nguyên tắc “mọi công dân có quyền tự do kinh doanh theo pháp luật” thay cho tư duy phổ biến trước đó là “mọi công dân được kinh doanh trong khuôn khổ pháp luật cho phép”. Luật Doanh nghiệp do Quốc hội thông qua ngày 12/6/1999 và bắt đầu có hiệu lực từ ngày 01/01/2000 đã tạo được bước đột phá trong việc phát triển đội ngũ doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam. Luật này đơn giản hóa thủ tục đăng ký kinh doanh của doanh nghiệp, thời gian thành lập doanh nghiệp đã giảm trung bình từ 3 tháng đến 7 ngày, chi phí thành lập doanh nghiệp

trung bình từ 10 triệu đồng xuống còn 0,5 triệu đồng; bãi bỏ yêu cầu về vốn pháp định với hầu hết các ngành nghề kinh doanh theo Luật Công ty và Luật Doanh nghiệp tư nhân trước đây, quy định quyền của doanh nghiệp “được tự chủ đăng ký và thực hiện kinh doanh các ngành nghề không bị pháp luật cấm” [16, tr.10] [21, tr.63 – 64]. Khi thực hiện Luật Doanh nghiệp, Chính phủ đã bãi bỏ và thay thế hơn 145 loại giấy phép kinh doanh bằng các điều kiện kinh doanh không cần giấy phép hoặc bằng đăng ký hồ sơ, hợp đồng (như Nghị định số 30/2000/NĐ-CP và Nghị định số 59/2002/NĐ-CP của Chính phủ). Kết quả là năm 2003 tiếp tục là năm đánh dấu sự lớn mạnh vượt trội của khối doanh nghiệp vừa và nhỏ: con số doanh nghiệp vừa và nhỏ đăng ký kinh doanh đạt tới gần 120.000, chiếm 96% tổng số doanh nghiệp của cả nước, chưa kể khoảng 15.000 hợp tác xã và gần 2 triệu hộ kinh doanh cá thể đang hoạt động trên toàn quốc [39]. Trong hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng được tạo điều kiện thuận lợi để tham gia. Trước năm 1998, chỉ có các doanh nghiệp có giấy phép xuất nhập khẩu mới được tham gia ngoại thương và thường tập trung trong các doanh nghiệp nhà nước có quy mô tương đối. Nghị định số 57/CP ngày 31 tháng 7 năm 1998 của Chính phủ đã nói lỏng quyền kinh doanh xuất nhập khẩu của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Việc kinh doanh những mặt hàng không thuộc danh mục cấm hoặc hạn chế không đòi hỏi phải có giấy phép và cho phép bất cứ doanh nghiệp nào có giấy phép đăng ký kinh doanh đều có thể tham gia xuất nhập khẩu. Nghị định 46/20001/NĐ-CP ngày 02/8/2001 còn tự do hóa hơn nữa hoạt động xuất nhập khẩu, xóa bỏ giấy phép xuất nhập khẩu với hầu hết các mặt hàng, chấm dứt cơ bản hệ thống giấy phép kinh doanh xuất nhập khẩu và giấy phép theo chuyên hàng.

+ *Tác động tới các nghĩa vụ tài chính của doanh nghiệp vừa và nhỏ qua chính sách thuế quan:* Khi Việt Nam mở cửa nền kinh tế với một hệ thống pháp luật kinh tế được sửa đổi và bổ sung đã bao quát hầu hết các vấn đề cơ bản cho sự hình thành, phát triển của các doanh nghiệp vừa và nhỏ thì không thể không nhắc đến tiến trình cải cách thuế của Chính phủ nhằm tạo sự bình đẳng nghĩa vụ thuế giữa doanh nghiệp vừa và nhỏ với các khu vực kinh tế khác và phù hợp với các định chế của tổ

chức thương mại quốc tế và khu vực, với các cam kết quốc tế trong lộ trình hội nhập của Việt Nam. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam có nhiều hạn chế về vốn và không có nhiều kinh nghiệm so với doanh nghiệp trong khu vực, nên để có thể hoạt động tốt thì cũng cần dựa vào ưu thế do chính sách thuế tạo ra. Các nước khác trên thế giới thường tăng sự trợ giúp về tài chính của Nhà nước cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ bằng miễn giảm thuế. Ở Malaysia, việc miễn giảm thuế được thực hiện theo đạo luật khuyến khích đầu tư với nội dung quan trọng là quy chế đi tiên phong: Chính phủ định kỳ công bố danh sách các sản phẩm, ngành nghề khuyến khích đầu tư, doanh nghiệp nào được thành lập và đầu tư vào lĩnh vực này sẽ được miễn thuế 5 năm đầu. Ở Hàn Quốc, Chính phủ quy định doanh nghiệp vừa và nhỏ được miễn giảm thuế thu nhập từ 50 - 100% trong 4 năm đầu hoạt động, miễn giảm thuế thu nhập trong 2 năm tiếp theo, nếu hoạt động ở vùng nông thôn sẽ được miễn thuế thu nhập trong vòng 3 năm đầu và giảm 50% trong 2 năm tiếp theo [6, tr.10]. Còn Việt Nam, không lâu sau khi tiến hành đổi mới kinh tế, các doanh nghiệp vừa và nhỏ đã được hưởng sự quan tâm rõ rệt từ hai cuộc cải cách thuế trong quá trình đổi mới toàn diện hệ thống chính sách và bộ máy quản lý thuế. Đó là cải cách thuế giai đoạn I (1991 – 1995) để tạo sự bình đẳng về nghĩa vụ thuế giữa các khu vực kinh tế với cải cách thuế giai đoạn II (1995 - đến nay) tiếp tục xóa bỏ phân biệt đối xử về thuế. Các văn bản thuế được soạn thảo theo hướng đơn giản, dễ hiểu, dễ áp dụng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong nhiều sắc thuế, có sự thay đổi tích cực: chẳng hạn như Luật thuế thu nhập doanh nghiệp mới đã chuyển thuế suất thuế thu nhập doanh nghiệp trong nước từ 32% xuống 28% và bằng với mức thuế suất áp dụng cho các nhà đầu tư nước ngoài; đối với lĩnh vực khuyến khích đầu tư, mức ưu đãi về thuế suất từ 15%, 20% và 25% được điều chỉnh lại tương ứng là 10%, 15% và 20% [40] [53]. Vì thuế suất phổ thông và thuế suất ưu đãi đều trở nên hấp dẫn hơn nên khuyến khích các doanh nghiệp vừa và nhỏ tăng cường đầu tư vào sản xuất, kinh doanh.

+ *Gia tăng áp lực cạnh tranh do sự điều chỉnh nhiều lần trong chính sách thuế và điều chỉnh mức thuế suất với các mặt hàng cho phù hợp các hiệp định mà Việt*

Nam ký kết. Chẳng hạn như Hiệp định AFTA với các nước ASEAN được ký kết năm 1995. Kể từ ngày 1/7/2003, Việt Nam thực hiện cam kết mở cửa thêm thị trường đối với hàng hóa của các nước ASEAN thông qua việc hạ thuế suất để thực hiện AFTA (giai đoạn 2003 – 2004), theo đó, 755 mặt hàng đã bắt đầu được giảm thuế: thuế nhập khẩu nhiều mặt hàng như điện tử, đồ gia dụng, giấy in và giấy viết được cắt giảm từ 40 – 80% xuống còn 20% [27]. Đến năm 2006, thuế nhập khẩu các mặt hàng đều cắt giảm xuống còn 0 – 5%, trừ một số mặt hàng thuộc danh mục loại trừ vĩnh viễn không bị cắt giảm là thuốc lá, rượu, xăng, dầu, ô tô, xe máy, mặt hàng thuộc danh mục cấm nhập khẩu. Như vậy, các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động trong những ngành hàng chịu điều chỉnh thuế suất sẽ vừa có cơ hội nhập khẩu nguyên vật liệu giá rẻ, nhưng lại chịu sức ép cạnh tranh ngày càng lớn của các đối thủ khác và có nguy cơ không bán được hàng nếu không tìm cách nâng cao hiệu quả hoạt động của mình.

+ *Thể chế thương mại và chính sách tự do hóa thương mại theo các cam kết quốc tế gồm các Hiệp định thương mại đa phương và song phương mà Việt Nam tham gia ký kết đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ thâm nhập thị trường nước ngoài, hoàn thiện hệ thống pháp luật kinh tế - thương mại trong nước cho sát hợp với các định chế của tổ chức thương mại quốc tế, các cam kết quốc tế và bắt kịp với xu hướng vận động của thương mại quốc tế. Hiệp định khung với EU đã mở cửa thị trường, đặc biệt là cho các doanh nghiệp hoạt động trong ngành dệt may. Mặc dù bị hạn chế bởi hạn ngạch nhưng số lượng hạn ngạch, kể cả những sản phẩm thuộc loại “cat” nóng được tăng lên đáng kể qua các năm: năm 2003, hạn ngạch sang EU tăng 30%. Trong năm 2004, EU đã đồng ý tăng thêm 250 – 300 triệu USD hạn ngạch dệt may cho Việt Nam [27]. Một hiệp định quan trọng khác là Hiệp định Thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ ký ngày 13 tháng 7 năm 2000 và bắt đầu có hiệu lực từ ngày 10 tháng 12 năm 2001. Theo hiệp định này, Việt Nam sẽ cắt giảm thuế nhập khẩu, 250 trong tổng số 6000 dòng thuế sẽ cắt giảm 20 – 50% trong vòng 3 năm, đổi lại, hàng hóa Việt Nam được hưởng chế độ thương mại bình thường ngay khi phê chuẩn hiệp định, mức thuế bình quân giảm từ 40%*

xuống còn 3%. Kết quả là Hoa Kỳ đã trở thành thị trường lớn để tiêu thụ hàng hóa của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam.

Để chủ động hội nhập kinh tế quốc tế, Việt Nam đang hoàn thiện hệ thống pháp luật phù hợp với sự phát triển của thị trường trong nước và gắn liền với mở cửa thị trường. Vì tiến trình hội nhập, thực tế là tham gia AFTA, APEC, quan hệ thương mại với Liên minh Châu Âu (EU), khu vực tự do Bắc Mỹ (NAFTA); thực hiện các Hiệp định thương mại song phương và đa phương như Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa Kỳ; tham gia đàm phán gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (WTO)... cho thấy Việt Nam đang gặp một số rào cản về luật pháp do hệ thống luật pháp hiện hành còn có nhiều sự khác biệt so với những định chế của các tổ chức kinh tế và các quốc gia khác. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ, do đó, không thể không nghiên cứu và cập nhật các thông tin về chính sách, pháp luật để chủ động thích ứng và tận dụng những thuận lợi được tạo ra.

2.3.2. Chính sách hỗ trợ của Nhà nước:

+ *Hỗ trợ vốn và các khoản tín dụng ưu đãi*: Khi quá trình toàn cầu hóa kinh tế diễn ra mạnh mẽ thì cơ hội tiếp nhận các khoản đầu tư nước ngoài dành cho Việt Nam ngày một tăng. Từ các khoản tín dụng mà Chính phủ nhận được thông qua các hiệp định đầu tư song phương và đa phương, từ các khoản vốn vay được của các tổ chức thương mại toàn cầu, khu vực như WTO, WB, ADB... Chính phủ có thể tăng cường việc hỗ trợ vốn cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua nhiều hình thức. Chẳng hạn như thành lập Quỹ hỗ trợ xuất khẩu (theo quyết định số 195/1999/QĐ-CP ngày 27 tháng 9 năm 1999 để hỗ trợ tài chính có thời hạn đối với một số mặt hàng xuất khẩu, thưởng xuất khẩu cho mặt hàng mới và xuất khẩu sang thị trường mới, hỗ trợ lãi suất vốn vay ngân hàng để mua nông sản xuất khẩu...) các doanh nghiệp vừa và nhỏ không nằm ngoài đối tượng được nhận hỗ trợ của Quỹ này [21, tr.125 – 126]. Bên cạnh đó, đã có nhiều thay đổi trong hệ thống văn bản, chính sách ở Việt Nam, giúp các doanh nghiệp khắc phục tình trạng “đói vốn”. Luật các tổ chức tín dụng đã cho phép đa dạng hóa các tổ chức tín dụng nhằm nới lỏng cơ chế tín dụng, tăng cơ hội tiếp cận vốn ngân hàng của doanh nghiệp vừa và nhỏ [6,

tr.71]. Quỹ Hỗ trợ xuất khẩu và Quỹ Hỗ trợ phát triển theo Luật Khuyến khích đầu tư trong nước cũng góp phần hỗ trợ về tài chính cho các doanh nghiệp khi xuất khẩu hàng dưới hình thức trợ cấp lãi suất và cho vay ưu đãi [21]. Hiện, Chính phủ đã lên kế hoạch triển khai Quỹ bảo lãnh tín dụng cho doanh nghiệp vừa và nhỏ trong năm 2004 để các doanh nghiệp này có nhiều cơ hội tiếp cận nguồn vốn tín dụng trong điều kiện hạn chế về tài sản thế chấp, cầm cố [31] [39].

+ *Các chính sách bảo hộ khác của Nhà nước mà doanh nghiệp vừa và nhỏ có thể tận dụng để nâng cao khả năng cạnh tranh*: tham gia vào hội nhập kinh tế khi các doanh nghiệp vừa và nhỏ còn non yếu, quy mô nhỏ, năng lực về vốn hạn chế thì rủi ro lớn nhất chính là các doanh nghiệp này sẽ lâm vào tình trạng chững bán nổi hàng hóa, dịch vụ cho thậm chí là chính thị trường trong nước. Do đó, vai trò của Nhà nước trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp là rất quan trọng. Nhà nước hỗ trợ bằng chính sách khuyến khích xuất khẩu như thành lập Quỹ thưởng xuất khẩu, thuế VAT bằng 0, giảm thuế thu nhập doanh nghiệp 50% nếu kim ngạch xuất khẩu đạt 80% doanh số, lập Quỹ bảo hiểm xuất khẩu; hoàn thuế nhập khẩu đầu vào để sản xuất hàng xuất khẩu và chính sách kho ngoại quan với thời hạn tạm hoãn chưa nộp thuế nhập khẩu là 3 năm... [21, tr.124 - 126]. Tuy nhiên, một số biện pháp khuyến khích nói trên được coi là trợ cấp trực tiếp và không phù hợp với các quy định của những tổ chức kinh tế khu vực và thế giới. Khi Việt Nam gia nhập WTO, không thể tiếp tục duy trì các biện pháp này nữa. Do đó, đa phần các doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện nay đều chú trọng nâng cao khả năng cạnh tranh bằng chính con đường đầu tư cải tiến công nghệ, tạo ra sản phẩm mới, chất lượng cao... để có chỗ đứng trên thị trường khu vực và thế giới hơn là trông chờ vào sự bảo hộ của nhà nước, vốn chỉ tập trung vào một số các doanh nghiệp nhà nước. Như vậy cũng không có nghĩa là bảo hộ dành cho các doanh nghiệp không được chú trọng trong thời gian tới. Vì trong thương mại quốc tế ngày nay, các nước giàu thường đặt ra những “luật chơi” chung để áp đặt các nước khác cùng tuân thủ và đồng thời có thể duy trì sự bảo hộ trá hình của họ dành cho doanh nghiệp trong nước. Việt Nam vẫn tiếp tục điều chỉnh chính sách bảo hộ dành cho các doanh nghiệp với sự chuẩn bị và sẵn sàng sử

dụng các biện pháp tự vệ như thuế chống bán phá giá, thuế đối kháng, thuế thời vụ... Chẳng hạn như Pháp lệnh Chống phá giá với nội dung về cơ bản trùng khớp với Bộ luật Chống phá giá của WTO đã được dự thảo lần thứ 4 và chuẩn bị được thông qua [35]. Pháp lệnh ra đời sẽ giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam bớt sức ép bán phá giá mà theo các chuyên gia trong lĩnh vực này, dù chưa có đủ căn cứ xác đáng, thì bán phá giá đang diễn ra khá phức tạp ở nhiều mặt hàng như xe đạp, linh kiện xe máy, kính xây dựng, thực phẩm và nông sản Trung Quốc; một số hàng tiêu dùng của Hàn Quốc; đường kính, hàng điện tử của Thái Lan... [35].

+ *Xúc tiến thương mại của Chính phủ*: Hiện nay, công tác xúc tiến thương mại có vị trí rất quan trọng đối với hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Vì doanh nghiệp chỉ có thể tạo ra được lợi thế rõ ràng khi tìm hiểu kỹ thông tin thị trường, lúc này sẽ là thị trường rộng lớn chứ không bó hẹp trong phạm vi quốc gia do tiến trình toàn cầu hóa kinh tế xóa bỏ dần các rào cản cản trở lưu chuyển của hàng hóa, dịch vụ, vốn, công nghệ và nhân công giữa các quốc gia, làm các thị trường quốc gia mất dần biên giới. Qua xúc tiến thương mại, các doanh nghiệp có cơ hội khảo sát, học tập, trao đổi hợp tác với bạn hàng khác, cũng như tham dự hội chợ, triển lãm giới thiệu sản phẩm. Đa số các doanh nghiệp đều gặp khó khăn trong việc thực hiện xúc tiến bởi nhiều nguyên nhân như: hạn chế về vốn, nhân lực, chưa xây dựng được chương trình xúc tiến thương mại riêng; các doanh nghiệp nhà nước còn chịu ảnh hưởng của cơ chế tài chính chưa khuyến khích hoạt động xúc tiến như chi phí quảng cáo tối đa chỉ hạn chế ở mức 10% doanh thu... Hiện nay, các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại ở các cấp đang chuyển dần trọng tâm sang xúc tiến thương mại, hỗ trợ doanh nghiệp thâm nhập thị trường, sau khi các chức năng cấp phép không còn nhiều. Đồng thời đã thành lập tổ chức chuyên về xúc tiến thương mại như ở trung ương có Cục xúc tiến thương mại thuộc Bộ Thương mại (năm 2000). Xúc tiến thương mại của Chính phủ đang được mở rộng để tạo cơ hội đa dạng hóa thị trường xuất khẩu cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Năm 2003, đã diễn ra nhiều hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư từ các thị trường lớn như Mỹ, Nhật đến các thị trường nhỏ như các nước Đông Âu, Lào, Campuchia... [27].

2.3.3. Cơ sở hạ tầng

Trong điều kiện hội nhập với nền kinh tế thế giới, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam phải giảm chi phí, nâng cao chất lượng sản phẩm để tồn tại. Thành công của doanh nghiệp không chỉ phụ thuộc vào nỗ lực của bản thân doanh nghiệp, mà còn phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố cơ sở hạ tầng. Mặc dù chi phí cho dịch vụ cơ sở hạ tầng không cao bằng chi phí nguyên vật liệu, nhân công nhưng hạ tầng kém phát triển, thiếu hoặc yếu, đều ảnh hưởng nặng nề đến hoạt động của doanh nghiệp.

Kể từ khi thực hiện chính sách mở cửa và chủ động hội nhập vào nền kinh tế quốc tế, cơ sở hạ tầng của Việt Nam đã được cải thiện rõ rệt. Nguyên nhân là dòng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tăng nhanh về giá trị do được khuyến khích đầu tư vào Việt Nam. Tính đến tháng 9/1999 nước ta thu hút được 35,9 tỷ USD FDI của hơn 70 quốc gia và lãnh thổ trên thế giới, trong đó đầu tư vào công nghiệp và xây dựng là gần 51% [5, tr.148]. Đến hết năm 2003, con số này là 41,538 tỷ USD với trên 4.370 dự án [28]. Dòng lưu chuyển vốn và công nghệ từ bên ngoài còn được mở rộng khi Việt Nam là thành viên của các tổ chức kinh tế khu vực và toàn cầu, tham gia các hiệp định song phương và đa phương, qua đó, có thể tiếp nhận các khoản vay ưu đãi, các nguồn vốn hỗ trợ phát triển chính thức ODA... Cho đến nay, tổng mức cam kết tài trợ ODA của Quỹ Tiền tệ quốc tế - IMF, Ngân hàng thế giới - WB, Ngân hàng phát triển Châu Á - ADB, Nhật Bản và từ các nhà tài trợ khác đã vào khoảng 20 tỷ đôla [5]. Đây là những nguồn thực sự có ý nghĩa quan trọng để xây dựng cơ sở hạ tầng. Trong khi đó, một hệ thống cơ sở hạ tầng phát triển, đến lượt mình, lại tạo sức hút đối với các nhà đầu tư nước ngoài và hỗ trợ đắc lực cho sự lớn mạnh của doanh nghiệp trong nước. Hiện nay, hệ thống cơ sở hạ tầng của nước ta bao gồm điện, cấp nước sạch, đường, cầu, bến cảng, kho bãi, rồi hệ thống viễn thông, internet, vận chuyển... dù còn mặt lạc hậu so với khu vực nhưng đã được đầu tư và cải thiện đáng kể, giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ được đảm bảo yếu tố đầu vào trong hoạt động sản xuất kinh doanh. Ngành viễn thông có tốc độ phát triển nhanh thứ hai trên thế giới, được trang bị công nghệ hiện đại không thua kém nước khác, giúp doanh nghiệp dễ dàng trong tiếp cận và trao đổi thông tin với bên ngoài.

Công suất phát điện tăng gấp 3 lần. Khối lượng vận tải đường bộ và đường sắt tăng hơn 2 lần, vận tải biển tăng gấp 6 lần, mạng đường bay quốc tế tăng từ 3 điểm lên hơn 20 điểm trên thế giới... [21, tr.150 – 151]. Tuy nhiên, vẫn còn nhiều tồn tại như giá sử dụng quá cao so với các nước trong khu vực vì có quá nhiều doanh nghiệp độc quyền trên các lĩnh vực khác nhau, chất lượng dịch vụ kém, năng suất lao động và hiệu quả sử dụng phương tiện thấp gây ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Cụ thể, năm 2003, giá cước viễn thông thay đổi cho cách tính cước thuê bao và giảm cước điện thoại quốc tế đến 30-40%, nhưng vẫn là cao trong khu vực, cước điện thoại quốc tế vẫn cao gấp 9 lần so với Nhật, Hàn Quốc, Singapore; 90% khách hàng bị gián đoạn liên lạc 3 lần trong vòng 3 tháng; thời gian lắp đặt thiết bị viễn thông khá lâu: 45% khách hàng mất hơn 10 ngày để lắp đặt điện thoại, 32% khách hàng có thắc mắc về việc tính cước điện thoại. Trong ngành điện, tần số cắt điện trong một năm còn nhiều: 36% khách hàng bị cắt dưới 3 lần và 25% khách hàng bị cắt hơn 10 lần trong một năm, hoạt động sản xuất kinh doanh của 56% số khách hàng bị “chết bất đắc kỳ tử” do việc cắt điện mà không thông báo trước. Một số mặt hàng độc quyền do các Tổng công ty nhà nước kinh doanh tồn tại nhiều mức giá với các loại khách hàng, tức là có sự phân biệt đối xử về giá như điện, nước, vé máy bay và tàu hỏa; mặt bằng sản xuất cho doanh nghiệp còn thiếu và giá đất liên tục “leo thang”... [34].

Nói chung, các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam gặp nhiều thuận lợi, nhưng cũng chịu nhiều cản trở từ kết cấu hạ tầng. Nhà nước hiện đang cải thiện hơn nữa cơ sở hạ tầng qua nhiều biện pháp để góp phần vào nỗ lực giảm giá thành, nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Điển hình là ban hành chính sách thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào xây dựng cơ sở hạ tầng, kiểm soát và hạn chế độc quyền trong các dịch vụ công bằng Luật cạnh tranh, thực hiện chế độ kiểm toán định kỳ, kiểm soát chặt việc định giá với Tổng công ty nhà nước hoạt động trong lĩnh vực còn tồn tại độc quyền...

Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp rất rộng lớn và còn bao gồm một số khía cạnh khác như những vấn đề liên quan đến môi trường, hàng rào của nước

nhập khẩu... Chẳng hạn đại dịch SARS ập đến đầu năm 2003, rồi dịch cúm gà kéo dài từ cuối năm 2003 đến đầu năm nay đã làm điêu đứng không ít các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam. Doanh thu của doanh nghiệp hoạt động trong ngành du lịch, dịch vụ, chế biến thực phẩm... tụt thê thảm. Tâm lý e ngại dịch bệnh và các hàng rào hạn chế nhập khẩu hàng hóa đã làm giảm khả năng tiếp cận thị trường của doanh nghiệp. Hay yếu tố hàng rào kỹ thuật của các nước lớn: toàn cầu hoá kinh tế tạo ra “sân chơi” chung cho nhiều quốc gia nhưng “luật chơi” thường bị áp đặt bởi một số nước lớn và các nước này hiện vẫn đang duy trì sự bảo hộ trá hình cho những ngành không có lợi thế cạnh tranh ở trong nước họ bằng việc gia tăng hàng rào kỹ thuật gây cản trở hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thuộc các nước đang phát triển nói chung và doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam nói riêng. Hàng rào kỹ thuật như yêu cầu về trách nhiệm xã hội, an toàn vệ sinh lao động, hệ thống quản lý môi trường... buộc doanh nghiệp phải đáp ứng một cách đầy đủ khi hoạt động trên thị trường mới. Nếu trước đây, doanh nghiệp thành công phải là doanh nghiệp đạt mức lợi nhuận cao, cạnh tranh dựa trên tiêu chí giá cả và chất lượng sản phẩm thì hiện, doanh nghiệp cần nhìn xa hơn; doanh nghiệp phải quan tâm đến các giá trị khác như môi trường doanh nghiệp hoạt động, những ảnh hưởng về mặt xã hội doanh nghiệp tạo ra... thì mới đảm bảo được khả năng đứng vững của mình trên thị trường. Có thể thấy môi trường kinh doanh là yếu tố rất phức tạp và liên tục biến động dưới ảnh hưởng của tiến trình toàn cầu hoá kinh tế, tạo ra nhiều thuận lợi nhưng cũng đặt ra không ít thách thức cho doanh nghiệp vừa và nhỏ của chúng ta.

CHƯƠNG 3
MỘT SỐ GIẢI PHÁP ĐỂ NÂNG CAO KHẢ NĂNG THÍCH ỨNG CỦA
DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM
TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA TOÀN CẦU HOÁ KINH TẾ

3.1. QUAN ĐIỂM HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ VÀ KHU VỰC CỦA ĐẢNG VÀ NHÀ NƯỚC

Xu hướng toàn cầu hoá kinh tế, tự do hoá thương mại đang là vấn đề nổi bật của nền kinh tế thế giới hiện nay. Sự phát triển như vũ bão của cuộc cách mạng khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin và công nghệ sinh học đã làm tăng nhanh lực lượng sản xuất và tạo ra sự thay đổi sâu sắc cơ cấu sản xuất, phân phối, tiêu dùng; thúc đẩy quá trình quốc tế hoá, xã hội hoá nền kinh tế, cũng như quá trình tham gia của mỗi quốc gia vào phân công lao động và hợp tác quốc tế. Các định chế và các tổ chức kinh tế quốc tế và khu vực được hình thành, các hiệp định thương mại song phương và đa phương được ký kết tạo ra sự liên kết và phụ thuộc lẫn nhau ngày càng cao giữa các quốc gia và khu vực. Việt Nam, cũng như bất kỳ nước nào khác trên thế giới, không thể đứng ngoài trào lưu hội nhập kinh tế quốc tế nếu muốn phát triển nền kinh tế quốc gia.

Nước ta hội nhập kinh tế quốc tế xuất phát từ mục tiêu kinh tế – xã hội với sự lựa chọn chế độ xã hội theo định hướng xã hội chủ nghĩa. Điều này được đảm bảo thông qua sự lãnh đạo của Đảng trong việc xác định đường lối, chính sách và hệ thống pháp luật, thực thi bằng bộ máy quyền lực của Nhà nước với những công cụ hành chính, kinh tế, đồng thời mở rộng quyền dân chủ của nhân dân. Trên cơ sở thực hiện nhất quán đường lối đối ngoại độc lập tự chủ, đa phương hoá và đa dạng hoá với tinh thần Việt Nam sẵn sàng là bạn với các nước trong cộng đồng thế giới, chính sách kinh tế cũng được đổi mới, phù hợp với cải cách kinh tế trong nước để nhanh chóng hội nhập hiệu quả với nền kinh tế khu vực và thế giới. Những bước đi quan trọng đầu tiên của Việt Nam trong quá trình này đều được sự chỉ đạo chặt chẽ và kịp thời của Ban Chấp hành Trung ương Đảng và Bộ Chính trị. Nghị quyết Trung ương 3 - Khoá VII ngày 29/6/1992 về chính sách đối ngoại và kinh tế đối

ngoại đã nêu rõ chủ trương mở rộng quan hệ với các tổ chức quốc tế, trong đó nhấn mạnh: cố gắng khai thông quan hệ giữa các tổ chức tài chính, tiền tệ quốc tế như Quỹ Tiền tệ quốc tế (IMF), Ngân hàng thế giới (WB), Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB)... mở rộng quan hệ với các tổ chức hợp tác khu vực, trước hết ở Châu Á - Thái Bình Dương. Tiếp đó, Nghị quyết Đại hội Đảng VII đã quyết định: “Nhiệm vụ đối ngoại trong thời gian tới là củng cố môi trường hoà bình và tạo điều kiện quốc tế thuận lợi hơn nữa để đẩy mạnh phát triển kinh tế - xã hội, công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước” và đẩy nhanh quá trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới. Nghị quyết 04 của Ban chấp hành Trung ương Đảng (Khoá VIII) ngày 29/12/1997 nêu nguyên tắc hội nhập quốc tế của Việt Nam là: “Trên cơ sở phát huy nội lực, thực hiện nhất quán, lâu dài chính sách thu hút các nguồn lực bên ngoài”, “tích cực thâm nhập và mở rộng thị trường quốc tế” và “khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa cho xuất khẩu”. Nghị quyết cũng nhấn mạnh nhiệm vụ: “Chủ động chuẩn bị các điều kiện cần thiết về cán bộ, pháp luật và nhất là về những sản phẩm mà chúng ta có khả năng cạnh tranh để hội nhập thị trường khu vực và quốc tế”, đồng thời “tiến hành khẩn trương, vững chắc việc đàm phán gia nhập WTO. Có kế hoạch cụ thể để chủ động thực hiện các cam kết trong khuôn khổ AFTA”.

Báo cáo Chính trị Đại hội IX của Đảng đã nhấn mạnh quan điểm: “Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực theo tinh thần phát huy tối đa nội lực, nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế, đảm bảo độc lập tự chủ và định hướng xã hội chủ nghĩa, bảo vệ lợi ích dân tộc, an ninh quốc gia, giữ gìn bản sắc dân tộc, bảo vệ môi trường”. Đây là một chủ trương lớn trong chính sách đối ngoại, hội nhập của Đảng và Nhà nước ta. Theo quan điểm này hội nhập kinh tế quốc tế trong điều kiện toàn cầu hoá kinh tế là một quá trình mà trọng tâm là chủ động mở cửa kinh tế, tham gia phân công lao động hợp tác quốc tế tạo điều kiện kết hợp có hiệu quả nguồn lực trong nước và nước ngoài, mở rộng không gian và môi trường để phát triển và chiếm lĩnh vị trí phù hợp trong quan hệ kinh tế quốc tế. Hội nhập kinh tế quốc tế vừa là đòi hỏi khách quan của kinh tế quốc tế nói chung vừa là nhu cầu nội tại của sự phát triển kinh tế đất nước. Hội nhập giúp cho việc mở rộng cơ hội kinh doanh,

thâm nhập thị trường thế giới, tìm kiếm và tạo lập thị trường ổn định, từ đó có điều kiện thuận lợi để xây dựng cơ cấu kinh tế hợp lý, phát triển kinh tế trong nước.

Khẳng định tầm quan trọng của hội nhập kinh tế quốc tế, Nghị quyết số 07-NQ/TW của Bộ Chính trị ngày 27-11-2001 về hội nhập kinh tế quốc tế đã nhấn mạnh những quan điểm chủ đạo chi phối toàn bộ quá trình hội nhập kinh tế của nước ta trong thời gian tới là:

1. *“Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực theo tinh thần phát huy tối đa nội lực, nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế, bảo đảm độc lập, tự chủ và định hướng xã hội chủ nghĩa, bảo vệ lợi ích dân tộc, an ninh quốc gia, giữ gìn bản sắc văn hoá dân tộc và bảo vệ môi trường” [4] [9].*

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam là bộ phận cấu thành của nền kinh tế, chiếm tới 95% trong tổng số doanh nghiệp và là thành phần thu hút số lượng lớn nguồn vốn trong dân cư, sử dụng nguồn lực sẵn có, giải quyết công ăn việc làm... Đây là đội ngũ trẻ, chỉ thực sự phát triển cả về chất và lượng sau khi ra đời Luật doanh nghiệp (1999). Việc chủ động hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta dựa trên cơ sở có một tiềm năng nhất định, được chuẩn bị ở một mức độ nhất định, bao gồm sự hình thành và phát triển hệ thống doanh nghiệp vừa và nhỏ. Vì vậy, doanh nghiệp vừa và nhỏ có nhiều thuận lợi trong thời gian trước mắt khi Đảng và Nhà nước ta đẩy mạnh tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực. Nhưng quan điểm này cũng cho thấy doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam phải ý thức về trách nhiệm xã hội trong quá trình hoạt động: tự tin khi hội nhập, không vội vàng hấp tấp nhưng không chậm chạp để lỡ thời cơ, chủ động hội nhập chứ không nên trông chờ, hội nhập nhưng góp phần bảo vệ chủ quyền quốc gia, bảo vệ môi trường và giữ gìn bản sắc dân tộc, hoà nhập nhưng không hoà tan.

2. *“Hội nhập kinh tế quốc tế là sự nghiệp của toàn dân; trong quá trình hội nhập cần phát huy mọi tiềm năng và nguồn lực của các thành phần kinh tế, của toàn xã hội...” [4] [9]* để phát triển nền kinh tế, nâng cao khả năng cạnh tranh của cả nền kinh tế đất nước, của từng ngành và của mỗi doanh nghiệp.

Hội nhập phải đảm bảo vững chắc những tiền đề bên trong. Đó là Đảng lãnh đạo, toàn dân chung sức xây dựng và bảo vệ đất nước, tăng cường sức mạnh lẫn tiềm lực kinh tế. Quan điểm này một lần nữa cho thấy mối quan hệ chặt chẽ giữa hội nhập kinh tế của quốc gia với hội nhập kinh tế trong từng doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp cần có sự chuẩn bị tốt để tăng khả năng cạnh tranh, tham gia hợp tác kinh tế quốc tế, tham gia xuất khẩu thu ngoại tệ hay đáp ứng nhu cầu trong nước...

3. *“Hội nhập kinh tế quốc tế là quá trình vừa hợp tác, vừa đấu tranh và cạnh tranh, vừa có nhiều cơ hội, vừa không ít thách thức, do đó cần tinh táo, khôn khéo và linh hoạt trong việc xử lý tính hai mặt của hội nhập tùy theo đối tượng, vấn đề, trường hợp, thời điểm cụ thể; vừa phải đề phòng tư tưởng trì trệ, thụ động, vừa chống tư tưởng giản đơn, nôn nóng” [4] [9]* phải kiên trì và giữa vững phương châm bình đẳng cùng có lợi, bảo vệ lợi ích quốc gia.

Quan điểm này cho thấy trong hội nhập, cần kiên quyết không để bị thiệt thòi về lợi ích, nhưng phải chấp nhận chia sẻ lợi ích hợp lý với các đối tác; nắm vững nguyên tắc vừa hợp tác vừa đấu tranh. Chúng ta sẽ phải tiếp tục đổi mới hệ thống doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp vừa và nhỏ nói riêng, hình thành được những doanh nghiệp đa sở hữu, những tổ chức, hiệp hội đủ mạnh, kinh doanh hiệu quả để làm nòng cốt trong hợp tác kinh tế. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ phải liên kết với nhau để tạo ra sức mạnh cộng đồng doanh nghiệp, không để doanh nghiệp bên ngoài lợi dụng “đục nước béo cò” thu lợi, cũng như tự cạnh tranh và “tiêu diệt” lẫn nhau.

4. *“Nhận thức đầy đủ đặc điểm của nền kinh tế nước ta, từ đó đề ra kế hoạch và lộ trình hợp lý, vừa phù hợp với trình độ phát triển của đất nước, vừa phù hợp các quy định của các tổ chức kinh tế quốc tế mà nước ta tham gia; tranh thủ những ưu đãi dành cho các nước đang phát triển và các nước có nền kinh tế chuyển đổi từ kinh tế tập trung bao cấp sang kinh tế thị trường.” [4] [9].*

Chủ động hội nhập không có nghĩa là hội nhập bằng mọi giá. Đảng ta đã xác định hội nhập có tính toán, có kế hoạch và lộ trình hợp lý để bảo vệ ngành sản

xuất và doanh nghiệp trong nước. Một mặt, không để bất cứ quốc gia hay tập đoàn kinh tế nước nào chiếm vị trí độc quyền, thao túng ở bất cứ lĩnh vực nào của nền kinh tế, mặt khác, tạo ra sự cạnh tranh lành mạnh giữa các đối tác khi kinh doanh ở Việt Nam để giúp doanh nghiệp Việt Nam phát triển. Bản thân từng doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng phải thấy rõ hội nhập đem lại nhiều cơ hội, nhưng gây ra không ít thách thức, doanh nghiệp cần nỗ lực nhận biết để có chiến lược phát triển phù hợp, tận dụng cơ hội, khắc phục trở ngại, tăng dần khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp khi tham gia hội nhập.

5. *“Kết hợp chặt chẽ quá trình hội nhập kinh tế quốc tế với yêu cầu giữ vững an ninh, quốc phòng, thông qua hội nhập để tăng cường sức mạnh tổng hợp của quốc gia nhằm củng cố chủ quyền và an ninh đất nước, cảnh giác với những mưu toan thông qua hội nhập để thực hiện ý đồ “diễn biến hoà bình” đối với nước ta.” [4] [9].*

Mục tiêu cuối cùng của một doanh nghiệp vừa và nhỏ trên thương trường là lợi nhuận. Khi tham gia hội nhập, doanh nghiệp phải tìm cách thu được lợi nhuận càng nhiều càng tốt, giúp doanh nghiệp tăng thực lực kinh tế của bản thân và đồng thời góp phần vào sức mạnh kinh tế của quốc gia, nhưng doanh nghiệp cũng cần tỉnh táo với các đối tác bên ngoài, tránh những mưu toan lợi dụng quan hệ kinh tế để phá hoại an ninh đất nước.

Có thể thấy xu thế toàn cầu hoá kinh tế là một xu thế khách quan và là một vấn đề nổi bật của kinh tế thế giới hiện nay, tạo ra sự liên kết và phụ thuộc ngày càng cao giữa các quốc gia và khu vực. Kể từ khi thực hiện đường lối đổi mới kinh tế, chuyển sang nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, Đảng và Nhà nước ta đã khẳng định tầm quan trọng của hội nhập kinh tế quốc tế và nhấn mạnh quan điểm “chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực” để phát triển đất nước, phục vụ công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hoá đất nước. Là một bộ phận cấu thành của nền kinh tế, quan điểm về hội nhập của

Đảng và Nhà nước có ý nghĩa rất quan trọng và luôn hiện diện với vai trò định hướng hoạt động cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam.

3.2. NHỮNG ĐỀ XUẤT VỚI CƠ QUAN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỂ TẠO THUẬN LỢI CHO CÁC DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ Ở VIỆT NAM HOẠT ĐỘNG VÀ HỘI NHẬP HIỆU QUẢ VÀO NỀN KINH TẾ THẾ GIỚI

Như đã phân tích trong chương hai, liên quan đến khối doanh nghiệp vừa và nhỏ, chính sách pháp luật của Nhà nước ngày càng minh bạch và thông thoáng, chính sách hỗ trợ được đẩy mạnh, cơ sở hạ tầng được cải thiện nhằm tạo môi trường kinh doanh thuận lợi và nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp. Tuy nhiên, vẫn còn đó một số bất cập, một số điểm chậm trễ gây ảnh hưởng tới hoạt động của doanh nghiệp. Vì vậy, người viết xin đưa ra một số đề xuất với cơ quan quản lý Nhà nước để tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp hoạt động và hội nhập hiệu quả hơn nữa vào nền kinh tế thế giới.

3.2.1. Hoàn thiện hệ thống pháp lý có liên quan tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ:

Một môi trường pháp lý thuận lợi sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp vừa và nhỏ mở rộng thị trường, tăng quy mô hoạt động và khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế; đồng thời bảo hộ hợp lý thị trường trong nước trước sự xâm nhập của hàng hóa và dịch vụ nước ngoài. Trong bối cảnh hiện nay, Nhà nước cần chú trọng:

- a. *ký kết các hiệp định song phương và đa phương, đẩy nhanh tiến trình xin gia nhập vào Tổ chức thương mại thế giới để tạo thuận lợi hơn nữa cho hoạt động của các doanh nghiệp vừa và nhỏ.* Nhà nước ta cần tiếp tục nghiên cứu và đẩy nhanh việc đàm phán, ký kết các hiệp định thương mại song phương, đa phương nhằm tận dụng được lợi thế của toàn cầu hóa kinh tế, tranh thủ những ưu đãi mà các quy định của các tổ chức kinh tế dành cho các nước đang phát triển và các nước có nền kinh tế chuyển đổi từ kinh tế tập trung bao cấp sang kinh tế thị trường, hạn chế các rào cản thuế quan và phi thuế

quan. Một trong yêu cầu cấp thiết đặt ra là sớm gia nhập vào tổ chức thương mại thế giới WTO, qua đó, phá bỏ các rào cản thương mại đối với doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp tiếp cận với thị trường toàn cầu.

- b. *Hoàn thiện hệ thống pháp luật kinh tế – thương mại trong nước theo hướng minh bạch, rõ ràng, mang tính có thể dự báo được và sát hợp với các định chế của tổ chức thương mại thế giới, các cam kết quốc tế và bắt kịp với xu hướng vận động của nền kinh tế quốc tế.* Hệ thống pháp luật kinh tế – thương mại cần được xây dựng trên cơ sở hoàn thiện cơ chế thị trường, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thu hẹp khoảng cách giữa doanh nghiệp trong và ngoài nước, tiến gần hơn với thông lệ quốc tế. Khi chủ động hội nhập và thực hiện các cam kết về lộ trình tham gia vào Khu vực mậu dịch tự do Đông Nam Á (AFTA), tham gia các quan hệ kinh tế song phương, đàm phán để gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO)... thì hệ thống pháp luật về thương mại phải được sửa đổi và bổ sung cho phù hợp với quốc tế. Yêu cầu này xem qua có vẻ dễ dàng nhưng khi động đến những điều khoản pháp luật cụ thể (mà số lượng các văn bản pháp quy phải sửa đổi quả là không nhỏ – khoảng trên dưới 200) thì không hề dễ dàng đi đến thống nhất nếu như Nhà nước không có sự nỗ lực cao độ để giải quyết. Bên cạnh đó, cần nghiên cứu và nhanh chóng ban hành các luật mới để phù hợp với thực tiễn kinh doanh trong thời kỳ hội nhập kinh tế. Chẳng hạn như luật chống bán phá giá, luật cạnh tranh... Trong thời gian tới, khi thực hiện cam kết trong WTO, trong ASEAN, các hiệp định thương mại song phương ký kết với nhiều nước trên thế giới, Nhà nước phải có những giải pháp cứng rắn theo đúng luật pháp quốc tế: đó là không can thiệp bằng các biện pháp mạnh như hạn chế định lượng, nâng thuế suất nhập khẩu đối với mặt hàng có giá rẻ từ bên ngoài vào gây thiệt hại cho sản xuất trong nước, mà phải có hẳn một bộ luật về chống bán phá giá. Hay ngăn cấm các hành vi độc quyền, kể cả hành vi độc quyền của doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực độc quyền nhà

nước, khống chế và kiểm soát hoạt động tập trung kinh tế của những tập đoàn đa quốc gia, bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp vừa và nhỏ bằng luật cạnh tranh... Yêu cầu hoàn thiện hệ thống pháp luật kinh tế – thương mại là yêu cầu được đặt ra thường xuyên, liên tục. Hiện nay, dù mới chỉ là dự thảo nhưng trong nội dung một số luật mới đã có nhiều bất cập, đòi hỏi nhà nước phải tiếp tục nghiên cứu và sửa đổi. Dự thảo Pháp lệnh Chống phá giá được soạn thảo còn chung chung, chưa chi tiết, và như vậy, sau khi ra đời, lại phải có những văn bản pháp luật khác để hướng dẫn thực hiện, tạo ra sự công kênh và chậm tiến trình đưa vào thực tiễn [35].

c. Xây dựng hệ thống chính sách để giúp doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh

- Chú trọng chiến lược và sách lược bảo hộ bộ phận trong thời kỳ hội nhập để dành lợi thế cạnh tranh khi không còn điều kiện bảo hộ sau này: trong điều kiện quốc tế hiện nay, khi các rào cản thương mại về hình thức đang được cởi bỏ theo khuyến cáo của WTO và các tổ chức quốc tế khác thì thực chất, chúng lại được dựng lên ngày càng nhiều, dưới nhiều hình thức phi thuế quan mà phổ biến là các rào cản kỹ thuật, tiêu chuẩn môi trường, xã hội, nhân văn... Để tiến tới tự do hóa thương mại, Việt Nam một mặt phải cụ thể hóa các nguyên tắc tối huệ quốc, đối xử quốc gia, xây dựng các trình tự, điều kiện, thủ tục áp dụng các chế độ này trong quan hệ thương mại; mặt khác, phải có chiến lược và sách lược của riêng mình bảo hộ các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước trong thời kỳ hội nhập. Nhà nước cần tiếp tục nghiên cứu và chuẩn bị sẵn sàng sử dụng các biện pháp tự vệ như thuế chống bán phá giá, thuế đối kháng, thuế thời vụ... tăng cường công tác chống buôn lậu có hiệu quả trên các tuyến biên giới, vùng biển và thị trường nội địa.
- Tiếp tục điều chỉnh chính sách bảo hộ cho phù hợp với từng thời kỳ hội nhập. Chẳng hạn, khi gia nhập WTO tới đây, Nhà nước cần nghiên cứu phương thức cắt giảm thuế trong tổ chức này và đánh giá tác động tới nền kinh tế nói chung và đội ngũ doanh nghiệp vừa và nhỏ nói riêng. Từ đó, điều chỉnh lộ trình thuế

một cách hiệu quả nhất để phù hợp với năng lực cạnh tranh của từng ngành, từng nhóm doanh nghiệp hoạt động trong ngành đó. Những hiệp định song phương của các nước như Trung Quốc, Nhật Bản, EU... lộ trình cắt giảm thuế của từng bên rất rõ ràng, theo từng năm và từng dòng. Ví dụ điển hình là Chương trình thu hoạch sớm (EH) ký giữa ASEAN và Trung Quốc bắt đầu thực hiện từ 01/01/2004 [55]. Với WTO, gia nhập tổ chức này là bước vào sân chơi chung cho cả nước phát triển và nước đang phát triển: mức thuế suất của WTO rất thấp (yêu cầu của WTO với thuế nhập khẩu là 13-15%) còn Việt Nam vẫn ở mức 26%, đặc biệt là hàng công nghiệp, đang ở mức 60%-120% vì công nghiệp là ngành kém lợi thế của Việt Nam [55]. Biểu thuế vào WTO của Việt Nam không thể dựa trên bất cứ công thức nào của các nước đi trước, mà phải được tính toán thông qua quá trình Nhà nước chỉ đạo các cơ quan liên quan điều tra, phân loại, đánh giá năng lực cạnh tranh của mỗi sản phẩm, dịch vụ, ngành hàng để các ngành từng bước thích nghi, tăng dần khả năng cạnh tranh của nhóm sản phẩm yếu.

- Hoạch định chính sách xuất nhập khẩu để khai thác tốt nhất lợi thế so sánh quốc gia bằng hoạt động ngoại thương của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Lợi thế so sánh trong bối cảnh toàn cầu hóa kinh tế là yếu tố “động”, không chỉ bao gồm các yếu tố nội sinh mà luôn luôn thay đổi do nhiều yếu tố tác động như cách ứng xử của các chủ thể thương mại quốc tế, sự phát triển của khoa học công nghệ, sự thay đổi chu kỳ sống của sản phẩm và sự thay đổi của các chính sách và cam kết quốc tế. Do vậy, Nhà nước cần đầu tư nhiều hơn cho công tác nghiên cứu, phân tích, đánh giá và khai thác lợi thế so sánh của Việt Nam để tạo cơ sở cho việc hoạch định chính sách xuất nhập khẩu. Qua đó, xây dựng danh mục các mặt hàng khuyến khích đầu tư, đổi mới công nghệ theo thứ tự ưu tiên, kết hợp đa dạng hóa nguồn hàng và thị trường xuất khẩu để giảm thiệt hại khi thị trường thế giới biến động. Nhà nước cũng cần chú trọng chuyển đổi cơ cấu hàng xuất khẩu, tăng tỷ trọng hàng chế biến sâu, có giá trị gia tăng, hàm lượng kỹ thuật cao, đầu tư để tạo ra một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực có kim ngạch lớn. Chính sách nhập khẩu phải phù hợp, vừa bảo hộ hợp lý cho sản xuất trong nước, vừa phục vụ yêu

cầu phát triển sản xuất và tiêu dùng thiết yếu trong nước. Ngoài ra, Nhà nước cần tiếp tục và bổ sung thêm các chính sách hỗ trợ hoạt động xuất khẩu cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ như thường xuất khẩu, trợ cấp xuất khẩu; xây dựng và nâng cao hiệu quả hoạt động của quỹ hỗ trợ xuất khẩu từ nguồn ngân sách và nguồn đóng góp của các doanh nghiệp.

- Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện các chính sách kinh tế liên quan: Nhà nước có thể giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ tăng khả năng cạnh tranh thông qua việc sử dụng linh hoạt các công cụ kinh tế thúc đẩy thương mại quốc tế như xác định tỷ giá hối đoái hợp lý, sát với sửa mua của đồng Việt Nam; hỗ trợ lãi suất cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động xuất khẩu; tiếp tục hoàn thiện chính sách thuế... Trên cơ sở nguyên tắc “không phân biệt đối xử” và “tự do hóa từng bước”, Nhà nước phải dần xóa bỏ nhưng triệt để các loại giá, phí, sắc thuế có tính chất phân biệt đối xử; cải tiến thủ tục hành chính, hải quan để tránh gây phiền hà cho hoạt động xuất nhập khẩu. Nhà nước cũng cần phải thiết lập chính sách lãi suất mềm dẻo, linh hoạt theo hướng giảm chi phí vốn cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, kích cầu nền kinh tế, đảm bảo theo kịp và làm chủ được những biến động của thị trường...

3.2.2. Xây dựng cơ sở hạ tầng

Để phát triển cơ sở hạ tầng, bên cạnh việc tăng cường thu hút vốn đầu tư dành cho xây dựng cơ sở hạ tầng, cần chú trọng tới việc khẩn trương xóa bỏ độc quyền và độc quyền kinh doanh của doanh nghiệp nhà nước kinh doanh trong lĩnh vực cung cấp dịch vụ cơ sở hạ tầng cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam để phù hợp với lộ trình hội nhập kinh tế quốc tế. Thực chất, giá cước các dịch vụ công ích cơ bản như điện, nước, viễn thông, vận tải do Nhà nước quy định. Bản thân doanh nghiệp cung cấp không có quyền quyết định giá cước nhưng được xây dựng mức giá trình cơ quan nhà nước và Chính phủ phê duyệt. Mức giá này thường là không hợp lý do không có đối thủ cạnh tranh đưa ra mức giá so sánh và được tính trên cơ sở được gộp những chi phí không liên quan đến kinh doanh hoặc những chi phí do trình độ quản lý và tổ chức yếu kém gây ra. Nhiều trường hợp chênh lệch giữa giá

dịch vụ và chi phí dịch vụ là rất lớn như cước điện thoại quốc tế, giá điện kinh doanh... trong khi một số trường hợp khác giá lại thấp hơn nhiều so với mức cần thiết để bù đắp chi phí hoạt động và bảo dưỡng như cung cấp nước sạch, thoát nước... Do đó, Nhà nước cần kiểm soát chặt chẽ và điều tiết hoạt động của các doanh nghiệp vẫn còn được độc quyền. Nhanh chóng ban hành và đưa vào thực tiễn các Luật mới như Luật Cạnh tranh và kiểm soát độc quyền kinh doanh. Khuyến khích mọi thành phần kinh tế khác đầu tư vào các hoạt động công ích và dịch vụ công, tham gia nhiều hơn trong đầu tư phát triển hạ tầng kinh tế – xã hội...

Nhà nước cũng cần tạo áp lực cạnh tranh hoặc thay đổi cách thức tổ chức trong hoạt động của doanh nghiệp xây dựng và cung cấp dịch vụ hạ tầng. Mô hình thường thấy hiện nay mà một số ít các doanh nghiệp nhà nước được phép hoạt động áp dụng là: mô hình khép kín theo chiều dọc từ A đến Z, đảm nhiệm toàn bộ từ khâu khảo sát, thiết kế, thi công xây dựng, vận hành, quản lý và phân phối đến bảo trì, sửa chữa, xuất nhập khẩu và kinh doanh các thiết bị chuyên ngành. Có thể thay đổi cách tổ chức khép kín như vậy bằng cách tổ chức “mở” theo chiều ngang, phân ra rõ ràng từng khâu một. Khi đó, giữa các khâu vẫn có sự hạch toán độc lập như trước nhưng sẽ tiết giảm chi phí đến mức tối đa vì có áp lực cạnh tranh và không xảy ra tình trạng bù lỗ cho nhau giữa các công ty thành viên. Hay Nhà nước khuyến khích và mở rộng đầu tư tư nhân trong và ngoài nước trong lĩnh vực kết cấu hạ tầng bằng hợp đồng hợp tác liên doanh, hợp đồng BOT, BT... Có như vậy, doanh nghiệp vừa và nhỏ mới khắc phục được hạn chế chi phí cao và chất lượng thấp của các loại dịch vụ thuộc kết cấu hạ tầng, tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng trong giai đoạn hiện nay, Nhà nước cần chú trọng đặc biệt vào cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và viễn thông. Toàn cầu hóa kinh tế gắn liền với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, và một trong những thành tựu nổi bật của tiến trình này là sự ra đời của hình thức mua bán mới – thương mại điện tử dựa trên hệ thống công nghệ thông tin và viễn thông. Hình thức này rất phù hợp với việc mua bán các hàng hóa vô hình và dịch vụ – những sản phẩm mà nhu cầu đang ngày một gia tăng và số doanh nghiệp vừa và nhỏ

hoạt động trong những ngành đó cũng có xu hướng tăng nhanh theo thời gian. Thương mại điện tử khiến nền kinh tế thế giới trở nên năng động hơn, thúc đẩy tiến trình hội nhập của Việt Nam nói chung và của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam nói riêng. Tốc độ tăng trưởng công nghệ thông tin của Việt Nam trong những năm qua là khá nhanh, nhưng so với các nước khu vực ASEAN và nhất là các nước phát triển, Việt Nam vẫn bị Diễn đàn Kinh tế thế giới xếp ở mức thấp do chưa sẵn sàng để kinh doanh điện tử, ít sử dụng thư điện tử và chi phí bình quân của các cuộc gọi trong nước và quốc tế còn cao [21]. Vì vậy, Nhà nước cần đầu tư mạnh cho xây dựng và phát triển cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin và viễn thông.

Một trong những khó khăn hiện nay của các doanh nghiệp vừa và nhỏ là mặt bằng kinh doanh. Những doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc khu vực nhà nước thì dễ dàng có mặt bằng hoạt động ngay từ khi thành lập do được nhà nước giao với chi phí thuê đất rất thấp, đặc biệt một số doanh nghiệp không sử dụng hết số đất được giao nên đã cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc thành phần tư nhân thuê lại. Trong khi đó, có tình trạng ngược lại là các doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc thành phần tư nhân lại rất khó khăn trong việc thuê đất: từ việc tìm kiếm mặt bằng đến việc làm thủ tục thuê đất, hiện còn rất rườm rà và phức tạp [16]. Do đó, Nhà nước cũng cần yêu cầu các địa phương tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ có mặt bằng sản xuất phù hợp, dành quỹ đất cho việc xây dựng các khu, cụm công nghiệp cho khối doanh nghiệp này. Đồng thời, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cũng là đối tượng được hưởng các ưu đãi trong việc thuê đất và các quyền khác về sử dụng đất.

3.2.3. Hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ:

- a. *Xúc tiến thương mại:* Để đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại, các cơ quan ngoại giao và thương vụ Việt Nam ở nước ngoài cần đóng vai trò tích cực hơn nữa trong việc cung cấp thông tin về pháp luật, thị trường, thị hiếu, yêu cầu chất lượng sản phẩm; các điều kiện, tiêu chuẩn kỹ thuật đối với sản phẩm của các nước giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ ở trong nước có thể thu thập được đầy đủ thông tin, từ đó xây dựng được chiến lược thâm nhập thị trường hiệu quả. Các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài cần đẩy

manh hoạt động phối hợp với các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong nước tổ chức chiến dịch quảng cáo, triển lãm hàng Việt Nam ở nước ngoài. Vì hiện nay, trong hầu hết các chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư, tham gia hội chợ ở nước ngoài do Nhà nước tổ chức thì các doanh nghiệp lớn của Nhà nước luôn là đối tượng được ưu tiên mời trước, “phần còn lại” mới dành cho doanh nghiệp tư nhân... Bên cạnh đó, còn có sự phân biệt giữa doanh nghiệp vừa và nhỏ ở các trung tâm kinh tế như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh... với doanh nghiệp vừa và nhỏ tại các địa phương, cơ hội tiếp cận chương trình xúc tiến thương mại của Nhà nước là rất chênh lệch giữa các doanh nghiệp. Nhà nước cần hỗ trợ mạnh hơn nữa để nâng cao năng lực của mạng lưới xúc tiến thương mại, đặc biệt là năng lực cung cấp thông tin, marketing thông qua việc hướng dẫn, tư vấn kỹ thuật nghiệp vụ, chuyên môn miễn phí, hỗ trợ giáo dục đào tạo nguồn nhân lực và các hỗ trợ cần thiết khác. Nhà nước nên tăng thêm biên chế thương vụ, tăng kinh phí cho họ, thiết lập đại diện thương vụ tại các nước và khu vực có đặt tổng lãnh sự quán nhằm tăng cường năng lực cho các tổ chức xúc tiến thương mại trong hoạt động phát triển thị trường cho doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- b. *Các chương trình trợ giúp thông tin:* nên hình thành hệ thống thông tin về kinh tế – tài chính doanh nghiệp trong phạm vi cả nước cũng như hệ thống thông tin của khu vực, của các doanh nghiệp ở nước bạn. Định kỳ tổ chức việc đối thoại giữa các cơ quan chức năng nhà nước với đại diện của các doanh nghiệp về từng chủ đề, về các văn bản pháp quy mới ban hành, các văn bản sửa đổi, bổ sung; qua đó, giúp doanh nghiệp nắm bắt tình hình chung trong lĩnh vực mình quan tâm, những thay đổi về pháp luật để chủ động trong hoạt động sản xuất, kinh doanh. Hoặc Nhà nước có thể trợ giúp thông tin cho doanh nghiệp thông qua việc hỗ trợ kinh phí và thông tin để nâng cao vai trò của các hiệp hội, câu lạc bộ giám đốc và những tổ chức chuyên môn. Các hiệp hội và tổ chức này có thể tổ chức sinh hoạt, giao lưu, giới thiệu và cập nhật thông tin, kinh nghiệm hoạt động trong nước và quốc

tế, tạo điều kiện cho sự phát triển của từng doanh nghiệp vừa và nhỏ thành viên.

- c. *Hỗ trợ về vốn*: điểm yếu của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam là hạn chế về tài chính, do đó, Nhà nước cần phải tăng sự hỗ trợ hơn nữa về tài chính cho các doanh nghiệp này. Để phù hợp với khả năng của ngân sách thì các chính sách ưu đãi, hỗ trợ đặc biệt của Nhà nước chỉ nên tập trung vào một số doanh nghiệp vừa và nhỏ được xác định là cần thiết, không nên áp dụng tràn lan, phân tán. Việc hỗ trợ có thể thông qua các hình thức: thành lập Công ty đầu tư tài chính nhằm giúp các doanh nghiệp vừa và nhỏ mua cổ phần hoặc trái phiếu chuyển nhượng; thành lập Quỹ bảo lãnh tín dụng để bảo lãnh một phần cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ tiếp cận được các khoản vay tại các tổ chức tín dụng thông qua việc cấp bảo lãnh, tái bảo lãnh tín dụng và chia sẻ rủi ro khi xảy ra bất khả kháng, không trả được nợ vay... Xây dựng thêm loại hình tổ chức tín dụng mới để hỗ trợ lẫn nhau và để giải quyết vấn đề nguồn vốn đầu tư cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ như chuyển Quỹ tín dụng nhân dân trung ương thành Ngân hàng phát triển kinh tế ngoài quốc doanh. Khuyến khích phát triển dịch vụ tư vấn tài chính, kế toán, kiểm toán liên quan tới tài chính của doanh nghiệp. Một giải pháp khác có thể tính đến là xây dựng thị trường chứng khoán để huy động vốn cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, hàng hóa của thị trường sẽ là chứng khoán của các doanh nghiệp có số vốn từ 5 đến 10 tỷ đồng.
- d. *Các chương trình phát triển công nghệ, nghiên cứu và phát triển gắn liền với hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ*: Bên cạnh những quy định chi tiết về chuyển giao công nghệ theo hướng đơn giản hóa thủ tục, khuyến khích doanh nghiệp vừa và nhỏ đầu tư đổi mới công nghệ (được cụ thể hóa trong một số Nghị định và dự thảo như dự thảo Nghị định sửa đổi, thay thế Nghị định số 45/1998/NĐ-CP của Chính phủ quy định chi tiết về chuyển giao công nghệ mới được trình Chính phủ trong quý I năm 2004), Nhà nước cần đẩy mạnh thành lập ngân hàng dữ liệu cung cấp thông tin về khoa học, công

nghệ; xây dựng cơ chế khuyến khích liên kết và hợp tác giữa cơ sở nghiên cứu khoa học – công nghệ với doanh nghiệp vừa và nhỏ. Vì hiện nay, vẫn chưa tạo được cơ chế thiết thực để gắn kết khoa học – công nghệ với sản xuất kinh doanh, hoạt động nghiên cứu khoa học – công nghệ chủ yếu dựa vào vốn ngân sách nhà nước, còn các doanh nghiệp thì không có đủ điều kiện để tiến hành. Kết quả của việc nghiên cứu tách rời với việc ứng dụng tại các doanh nghiệp.

- e. *Các chương trình đào tạo doanh nhân, đào tạo lao động và chính sách khuyến khích liên quan:* Nhà nước cần tăng cường các chương trình đào tạo về nghiệp vụ kinh doanh quốc tế cho các cán bộ quản lý của các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Vì đã xuất hiện những doanh nhân Việt Nam thành công trên thương trường quốc tế nhưng số lượng không nhiều, đa số các doanh nhân chưa tạo dựng được nếp quản lý hiện đại, tuy năng động, nhiệt tình nhưng chưa kinh qua đào tạo, thiếu hiểu biết kiến thức kinh doanh hiện đại để điều hành doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Nhà nước cũng nên có những quy định, chính sách liên quan tới chương trình đào tạo lao động theo hướng đơn giản hóa thủ tục thành lập, đa dạng hóa quy mô và hình thức đào tạo, nâng cao chất lượng đào tạo của các cơ sở dạy nghề; thật sự khuyến khích các tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp tham gia vào đào tạo nghề cho người lao động đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

3.2.4. Cải cách hành chính:

Hiện nay, vẫn còn tồn tại một thực trạng là các doanh nghiệp vừa và nhỏ gặp khó khăn trong quá trình hoạt động do hạn chế về thủ tục hành chính. Quyền tự do kinh doanh theo đúng quy định của pháp luật chưa được thực hiện đầy đủ. Chẳng hạn như theo quy định của Luật doanh nghiệp, các doanh nghiệp được kinh doanh ngành nghề pháp luật không cấm, nhưng tại một số địa phương, các cơ quan hành chính vẫn ban hành văn bản tạm ngưng cấp phép vô thời hạn nhiều ngành nghề. Chính sách về trợ giúp phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ chưa được triển khai,

vẫn còn có cơ chế xin-cho và không ít các cơ quan chức năng, cán bộ, công chức còn tùy tiện đặt thêm nhiều thủ tục hành chính phiền hà, làm lỡ thời cơ và gây tổn kém cho doanh nghiệp. Tại Diễn đàn Doanh nghiệp Việt Nam lần thứ 12 tổ chức tại Hà Nội tháng 6/2003, Chủ tịch Phòng Công nghiệp Việt Nam, Ông Vũ Tiến Lộc, cho rằng vẫn còn nhiều bất cập trong quá trình thực thi chính sách kinh tế từ trung ương đến địa phương, trong đó nổi cộm hơn cả là sự yếu kém về chuyên môn, tình trạng quan liêu của các công chức Nhà nước. Vì vậy, cần phải tiến hành cải cách hành chính theo hướng đơn giản, nhanh chóng, các cơ quan quản lý nhà nước các cấp không can thiệp quá sâu vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp vừa và nhỏ nhưng cũng phải thực hiện tốt hơn chức năng đích thực của mình; xóa bỏ cơ chế bộ chủ quản, cơ chế bao cấp, “xin cho” và các đặc quyền đặc lợi khác (như khoan nợ, dẫn nợ, xóa nợ, bù lãi suất tiền vay...) vốn dành cho doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc khu vực nhà nước, nhằm tăng quyền tự chủ, tự hạch toán kinh doanh và tránh tâm lý trông chờ, ỷ lại vào nhà nước của các doanh nghiệp này, góp phần giảm nạn tham nhũng, tiêu cực, tạo nên môi trường cạnh tranh lành mạnh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ngoài ra, Chính phủ cũng cần có đột phá về cơ chế giám sát, kiểm tra việc thi hành công vụ, đào tạo một đội ngũ cán bộ có năng lực và liêm khiết, tạo tâm lý yên tâm cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ làm ăn.

3.3. MỘT SỐ GIẢI PHÁP GIÚP DOANH NGHIỆP VỪA VÀ NHỎ NÂNG CAO KHẢ NĂNG THÍCH ỨNG TRƯỚC TÁC ĐỘNG CỦA TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ

Toàn cầu hoá kinh tế tác động tới môi trường kinh doanh, nhưng cũng đồng thời tác động tới các yếu tố nội tại và chiến lược kinh doanh của các doanh nghiệp vừa và nhỏ như đã phân tích cụ thể trong chương 2. Nhiều cơ hội được tạo ra, nhưng thách thức không ít. Sau đây là một số giải pháp để doanh nghiệp có thể nâng cao khả năng thích ứng khi tham gia hội nhập kinh tế, tận dụng cơ hội cũng như khắc phục thách thức trước tác động của quá trình toàn cầu hoá kinh tế.

- a. *Tận dụng cơ hội về vốn từ các nguồn có sự hỗ trợ của Nhà nước; tăng vốn và quy mô nhờ liên doanh, liên kết để tăng khả năng cạnh tranh; tích cực tham gia vào các Hiệp hội doanh nghiệp*

Hiện nay, doanh nghiệp vừa và nhỏ đã được Nhà nước đặc biệt quan tâm và coi là nhân tố quan trọng để phát huy nội lực trong nước, phát triển kinh tế đất nước khi tham gia hội nhập kinh tế quốc tế, do đó, doanh nghiệp cần tận dụng tốt các cơ hội được Nhà nước tạo ra. Nếu trước đó, doanh nghiệp luôn ở trong tình trạng đói vốn, hạn chế về tài sản thế chấp và cầm cố nên chỉ vay được từ thân nhân và các tổ chức phi tài chính với lãi suất cao thì giờ đây doanh nghiệp có thể tiếp cận các khoản tín dụng của ngân hàng, các Quỹ... như Quỹ hỗ trợ xuất khẩu, Quỹ Bảo lãnh tín dụng cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, được thành lập trong năm 2004. Do đó, doanh nghiệp vừa và nhỏ phải tích cực tăng vốn bằng việc huy động tài chính từ các nguồn có sự hỗ trợ của Nhà nước.

Doanh nghiệp cũng có thể tăng vốn và quy mô nhờ liên doanh, liên kết với doanh nghiệp khác, qua đó phát triển sản xuất, kinh doanh, cùng khắc phục khó khăn, khai thác tốt nhất năng lực của mình và sức mạnh của sự hợp tác, phát triển mạng lưới kinh doanh ở thị trường trong và ngoài nước, nắm bắt thời cơ và vượt qua thách thức trong quá trình hội nhập quốc tế. Liên doanh, liên kết còn giúp tránh sự cạnh tranh không lành mạnh về nguồn lực giữa các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam như cạnh tranh về nguyên vật liệu, cạnh tranh về lao động, cạnh tranh về thiết bị – công nghệ... tạo điều kiện phân bổ nguồn lực cho từng doanh nghiệp một cách tối ưu.

Sự phát triển của doanh nghiệp vừa và nhỏ ngay từ giai đoạn mới thành lập cũng như trong suốt quá trình hoạt động về sau nên dựa vào vai trò quan trọng của các Hiệp hội doanh nghiệp. Trong điều kiện ngày nay, doanh nghiệp nên chủ động và tích cực tham gia vào các Hiệp hội. Vì Hiệp hội có thể cung cấp nhiều dịch vụ hỗ trợ hội viên mà nổi bật nhất là hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ hội viên giao lưu và mở rộng quan hệ, cung cấp các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh và thực hiện công tác vận động chính sách có lợi cho doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- b. *Tận dụng nguồn nguyên vật liệu, sử dụng máy móc thiết bị mới, tăng cường áp dụng chuyển giao công nghệ và nghiên cứu áp dụng công nghệ mới, hiện đại, tạo ra sản phẩm có giá trị gia tăng cao, hợp thị hiếu; chú trọng triển khai cơ sở hạ tầng tin học để phục vụ cho thương mại điện tử.*

Hiện nay, một số ngành mà doanh nghiệp vừa và nhỏ đang hoạt động vẫn phải phụ thuộc nhiều vào nguồn nguyên liệu ngoại nhập (như dệt may, da giày...). Khi bị phụ thuộc vào nguồn nguyên liệu thì doanh nghiệp khó có thể chủ động trong sản xuất, kinh doanh hay thậm chí, hoạt động với hiệu quả kinh tế thấp mà các lợi thế đều do phía đối tác được hưởng vì doanh nghiệp phải lựa chọn phương thức gia công. Thực tế, các yếu tố để trở thành đầu vào cho doanh nghiệp vừa và nhỏ đã sẵn có, vấn đề là doanh nghiệp phải biết tận dụng và khai thác. Chẳng hạn như nguyên liệu cho sản xuất dây dép, là nước nông nghiệp có nguồn da trâu, da bò phong phú, doanh nghiệp nên chú trọng phát triển công nghiệp thuộc da để cung cấp da thuộc, hạn chế dần việc xuất khẩu da trâu, bò muối cho một số nước như Thái Lan, Italia...

Tuy mở cửa và hội nhập kinh tế thế giới chậm hơn nhiều nước khác trong khu vực, nhưng Việt Nam lại có ưu thế trong việc tiếp nhận được thiết bị công nghệ tiên tiến hơn để có thể “đi tắt đón đầu”. Các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam phải thể hiện được tính linh hoạt và năng động trong việc sử dụng máy móc thiết bị mới, tăng cường chuyển giao công nghệ và nghiên cứu áp dụng công nghệ mới. Điểm yếu của doanh nghiệp vừa và nhỏ là vốn ít, nhưng có rất nhiều cách để doanh nghiệp thực hiện yêu cầu nói trên. Đó là tận dụng sự hỗ trợ về tài chính của nhà nước để tập trung cho công nghệ mới, cải tạo công nghệ; tạo ra sự phối hợp chặt chẽ giữa doanh nghiệp với việc nghiên cứu và triển khai công nghệ của các cơ quan nghiên cứu như các viện, trường học; tham gia vào các hội chợ công nghệ thường niên để nắm bắt thông tin công nghệ và cơ hội áp dụng công nghệ mới. Hay doanh nghiệp vừa và nhỏ cần tăng cường thực hiện chuyển giao công nghệ trong những chương trình khuyến khích liên quan của Nhà nước như chương trình phát triển các hình thức đấu thầu phụ công nghiệp... Đặc biệt, các doanh nghiệp vừa và nhỏ nên chú trọng triển khai cơ sở hạ tầng tin học để phục vụ cho thương mại điện tử. Trong

các khoản chi phí dành cho đầu tư, cần bao gồm cả chi phí thiết bị tin học, bảo trì và hỗ trợ kỹ thuật. Lợi ích có được do ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại là khả năng nắm bắt nhanh chóng và khai thác hiệu quả thông tin của thị trường, điều khiển công việc kinh doanh linh hoạt...

c. Nâng cao công tác quản lý và đào tạo

Doanh nghiệp vừa và nhỏ cần nâng cao công tác quản lý và đào tạo trong bối cảnh toàn cầu hoá kinh tế. Một trong những điểm yếu của doanh nghiệp vừa và nhỏ hiện nay là thiếu đội ngũ nhân viên được đào tạo để đáp ứng với đòi hỏi trong áp dụng công nghệ mới, yêu cầu về ngoại ngữ, kiến thức kinh doanh quốc tế, khả năng khai thác thông tin trên internet..., công tác quản lý chưa thật sự khoa học và toàn diện. Do đó, chủ doanh nghiệp và đội ngũ quản lý doanh nghiệp phải tăng cường khả năng quản lý bằng cách vận dụng hệ thống quản lý hiện đại, chú trọng hiểu biết về pháp luật và ý thức chấp hành pháp luật, xây dựng văn hóa và đạo đức kinh doanh: kinh doanh trung thực, đúng pháp luật, có trách nhiệm với cộng đồng và ý thức bảo vệ môi trường, chăm lo đời sống người lao động; xây dựng và củng cố sự tín nhiệm của khách hàng. Với đội ngũ lao động, cần có kế hoạch thu hút lao động chất lượng cao bằng chính sách lương, thưởng, cơ hội thăng tiến trong tương lai... cũng như kế hoạch đào tạo thường xuyên lao động hiện đang tuyển dụng. Tạo được môi trường làm việc trong doanh nghiệp với không khí cạnh tranh lành mạnh, mọi người luôn phát huy hết sức vì sự phát triển của công ty có gắn với lợi ích của từng thành viên.

d. Đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường thông qua các phương tiện hiện đại, các cơ quan quản lý chuyên ngành như thương vụ, các chương trình hỗ trợ của Chính phủ

Doanh nghiệp vừa và nhỏ cần đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường để lập được kế hoạch cụ thể về sản phẩm, hàng hoá sẽ cung cấp, cũng như xây dựng chiến lược cụ thể như chiến lược định hướng thị trường tiêu thụ, chiến lược thay đổi công nghệ... Nghiên cứu thị trường có thể được thực hiện bằng cách trực tiếp điều tra, nghiên cứu; nhưng khi còn hạn chế về nguồn lực và thời gian tiến hành thì doanh

ng nghiệp nên tích cực khai thác thông tin thị trường qua mạng internet, một công cụ rất hữu hiệu trong giai đoạn hiện nay. Để thông tin đạt được tính xác thực cao, doanh nghiệp có thể thông qua các tổ chức, cơ quan quản lý chuyên ngành của nhà nước, tham gia các chương trình hỗ trợ của Chính phủ như chương trình xúc tiến đầu tư tại nước ngoài; tham gia các mạng lưới, tổ chức đại diện cộng đồng doanh nghiệp như Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Hội đồng Liên minh Hợp tác xã... thậm chí, thuê các công ty tư vấn phân tích và dự báo thị trường, giới thiệu khách hàng...

e. *Chủ động áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế trong hoạt động sản xuất kinh doanh:*

Toàn cầu hoá kinh tế phát triển dẫn tới sự hình thành các tổ chức kinh tế toàn cầu như WTO hay các tổ chức kinh tế khu vực (EU, ASEAN, NAFTA...) có sức chi phối mạnh mẽ và tầm ảnh hưởng rộng trên phạm vi toàn cầu và khu vực. Các tổ chức này luôn có những quy định chung áp dụng cho các quốc gia thành viên mà liên quan tới những tiêu chuẩn quốc tế. Khi tham gia hội nhập, doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam dù muốn hay không, vẫn phải chủ động áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế đó trong hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Điều này có quan hệ chặt chẽ với một loạt các yêu cầu đặt ra như doanh nghiệp phải có sự am hiểu hệ thống luật pháp quốc tế, các định chế kinh tế toàn cầu và khu vực; phải nghiên cứu đặc trưng và yêu cầu của từng nơi để lựa chọn áp dụng tiêu chuẩn nào cho phù hợp; phải hoạt động theo hướng tiêu chuẩn hoá phù hợp với quốc tế... Doanh nghiệp cần áp dụng hệ thống quản lý chất lượng ISO, kiểm tra chất lượng toàn bộ TQM... hiện đang được phổ biến tại các doanh nghiệp nước bạn để cải cách cơ chế quản lý, xây dựng quy trình công tác cho từng lao động và mối quan hệ dây chuyền giữa lao động và bộ phận công tác, hợp lý hóa sản xuất và quản lý, lấy chất lượng làm mục tiêu, giảm chi phí quản lý và hạ giá thành sản phẩm. Doanh nghiệp cũng cần áp dụng tiêu chuẩn quốc tế khẳng định được giá trị đạo đức của sản phẩm và cải thiện điều kiện lao động như Trách nhiệm xã hội SA 8000, Tiêu chuẩn an toàn vệ sinh lao động OHSAS 18000... khi quan hệ với thị trường Bắc Mỹ và Châu Âu. Đối với lao động,

doanh nghiệp vừa và nhỏ cần nhanh chóng thực hiện “Các tiêu chuẩn về lao động được quốc tế thừa nhận” của Tổ chức Lao động quốc tế (ILO). Đối với sản phẩm, doanh nghiệp cần xác định rõ tiêu chuẩn nội địa giờ đây đang dần hợp nhất với tiêu chuẩn quốc tế, do đó, cần phải tạo ra sản phẩm có sức cạnh tranh trên cơ sở đạt hoặc vượt ngưỡng tiêu chuẩn quốc tế.

f. *Xây dựng một chiến lược kinh doanh toàn diện và lâu dài:*

Doanh nghiệp cần phải xây dựng một chiến lược kinh doanh toàn diện và lâu dài: thay đổi phương pháp quản lý, sản xuất, tiếp thị để thích ứng với môi trường quốc tế luôn luôn thay đổi; mạnh dạn đầu tư vào khâu tìm kiếm thị trường, xúc tiến thương mại, xây dựng và phát triển thương hiệu đi đôi với nâng cao chất lượng hàng hoá...

+ *Thị trường:* Hiện nay, Việt Nam đang tăng cường nỗ lực để trở thành thành viên của WTO trong thời gian sớm nhất, dự kiến là vào năm 2005. Quãng thời gian còn lại không còn nhiều, cũng có nghĩa là cơ hội tham gia vào một thị trường rộng lớn của các doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam đang đến gần, nhưng như vậy càng đòi hỏi doanh nghiệp phải tiếp tục quán triệt chiến lược đa phương hoá, đa dạng hoá thị trường. Tất nhiên yêu cầu trước nhất là phải khẳng định được mình tại thị trường trong nước nhưng đa phương hóa, đa dạng hoá thị trường là mục đích lẫn yêu cầu lâu dài của bất cứ doanh nghiệp nào muốn phát triển bền vững. Bên cạnh các thị trường chủ lực, các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần tiếp tục khai thác, thâm nhập một số thị trường truyền thống hoặc thị trường mới như Nga, Trung Đông, Mỹ La-tinh, Châu Phi. Khai thác từ thị trường nhỏ đến thị trường lớn, miễn là nơi đâu có nhiều ưu thế cho hoạt động của doanh nghiệp vừa và nhỏ. Điển hình là từ thị trường nước nhỏ như Campuchia – quốc gia láng giềng vừa được gia nhập WTO đến thị trường rộng lớn Mỹ, được mở ra từ sau Hiệp định Thương mại Việt – Mỹ, hay nước láng giềng lớn khác là Trung Quốc, hiện có nhu cầu cao về đầu vào để phát triển nền kinh tế sau khi đã gia nhập WTO. Doanh nghiệp vừa có thêm kinh nghiệm khi hội nhập, vừa có thể

trang bị được tốt nhất trong thời gian “bước đệm” để sau đó, sẵn sàng cạnh tranh với doanh nghiệp nước khác khi Việt Nam trở thành thành viên của WTO.

+ *Sản phẩm*: Doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam cần có chiến lược đa dạng hoá sản phẩm để tương ứng với chiến lược đa phương hoá, đa dạng hoá thị trường, đáp ứng tốt hơn nhu cầu riêng rẽ của từng thị trường, từng đối tượng khách hàng. Ngày nay, khi nền kinh tế toàn cầu ngày càng phát triển thì nhu cầu đổi mới với hàng hoá cũng ngày một tăng, tạo ra nhiều mảng thị trường mới mà doanh nghiệp vừa và nhỏ, với tính linh động và dễ ứng biến có thể đáp ứng được tốt nhất. Do đó, doanh nghiệp vừa và nhỏ cần kịp thời phát hiện và khai thác những sản phẩm mới. Bên cạnh đó, doanh nghiệp cũng cần chú trọng nâng cao chất lượng sản phẩm, thay đổi kiểu dáng, mẫu mã, bao bì... tạo nên tính độc đáo của sản phẩm và bổ sung thêm giá trị gia tăng trong tổng giá trị sản phẩm. Những yếu tố này hiện nay đang là những yếu tố làm tăng khả năng cạnh tranh của hàng hoá trên thị trường.

+ *Chiến lược xây dựng và phát triển thương hiệu*: doanh nghiệp phải tiếp cận vấn đề thương hiệu với một chiến lược tổng thể và một cái nhìn lâu dài về xây dựng, bảo vệ, phát triển và quảng bá thương hiệu. Thương hiệu phải bắt đầu từ sản xuất các sản phẩm chất lượng tốt, quản lý hiệu quả, giá thành cạnh tranh. Theo ý kiến của nhiều doanh nhân thành đạt thì “vấn đề phát triển thương hiệu không thể đi tắt đón đầu, mà phải bắt đầu từ gốc sản phẩm có chất lượng tốt nhất và giá thành thấp nhất, trải qua quá trình tích lũy vốn và kinh nghiệm.” Doanh nghiệp phải xuất phát từ việc nghiên cứu thị trường kỹ lưỡng để xây dựng chiến lược thương hiệu, phải nâng cao khả năng điều tra thị trường để xác định được nhu cầu của khách hàng mục tiêu, cần tránh sử dụng nguồn lực quá dàn trải, không tập trung vào đối tượng khách hàng mục tiêu nào. Qua đó, xây dựng chiến lược định vị trong ngắn hạn và dài hạn, lập ra được kế hoạch tạo dựng thương hiệu trong tâm trí khách hàng với các công cụ đặc lực.

+ *Đa dạng hóa và linh hoạt trong việc quảng bá sản phẩm*: trong thời đại ngày nay, doanh nghiệp có thể áp dụng nhiều cách thức quảng bá sản phẩm, vấn đề là

phải linh hoạt trong việc lựa chọn cách thức nào cho hiệu quả nhất. Có thể là quảng cáo trên truyền hình, trên báo, tạp chí, tham gia hội chợ triển lãm, tài trợ cho thể thao, tiếp thị bằng các đoàn xe lưu động, chương trình hoạt động ngoài trời... Một cách thức rất quan trọng, có hiệu quả cao nếu biết khai thác tốt và đang có xu hướng gia tăng là quảng cáo trên mạng. Doanh nghiệp nên lập website riêng của mình và cung cấp các thông tin cần thiết tới khách hàng trên phạm vi thế giới.

+ *Công nghệ*: chiến lược công nghệ của doanh nghiệp vừa và nhỏ là “đi tắt đón đầu”, tiếp nhận chuyển giao công nghệ để có thể áp dụng ngay những công nghệ hiện đại và tránh bị tụt hậu, qua đó có thể nâng cao năng suất, chất lượng hàng hoá, tạo ra các loại sản phẩm đa dạng phù hợp với yêu cầu của thị trường... nhưng cũng tránh phải dốc vốn quá nhiều cho công nghệ nhập ngoại hoặc công nghệ được chuyển giao, tinh táo với các công nghệ mới khi chưa nắm rõ thông tin và tính thiết thực của công nghệ trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, kẻo vừa tốn nhiều tiền mà doanh nghiệp lại trở thành nơi chứa “rác thải công nghệ” của các doanh nghiệp bên ngoài. Trong nhiều trường hợp, cần cân nhắc và ưu tiên cho công nghệ trong nước, có giá rẻ hơn mà đem lại hiệu quả tương tự. Doanh nghiệp vừa và nhỏ thường hạn chế trong hoạt động nghiên cứu và triển khai công nghệ, nhưng không có nghĩa phải tăng cường đầu tư vào hoạt động này. Doanh nghiệp nên tích cực tham gia vào các chương trình trợ giúp thông tin, chương trình tư vấn đổi mới và nâng cao trình độ công nghệ của nhà nước như phương thức tiếp nhận chuyển giao, nhập và cải tiến công nghệ khi xây dựng chính sách công nghệ; tạo mối quan hệ chặt chẽ với các cơ quan nghiên cứu như viện, trường học để có thể triển khai ứng dụng các kết quả nghiên cứu trong hoạt động của doanh nghiệp.

Một chiến lược kinh doanh toàn diện và lâu dài của doanh nghiệp còn đòi hỏi bao hàm rất nhiều yếu tố khác như chiến lược về tài chính: doanh nghiệp phải xây dựng hệ thống tài chính-kế toán theo hướng minh bạch hoá và hiện đại hoá, phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế; chiến lược về nhân sự, phải coi trọng và có

chính sách thu hút nhân tài khi phải cạnh tranh với các doanh nghiệp lớn, các tập đoàn xuyên quốc gia cùng hoạt động trên địa bàn, có kế hoạch đào tạo, bồi dưỡng cán bộ kinh doanh và người lao động... Mỗi một chiến lược đều có quan hệ chặt chẽ với các chiến lược khác mà khi thực hiện doanh nghiệp cần chú trọng tới tính đồng thời, hài hoà và toàn diện. Có như vậy, khả năng giành thắng lợi trong cạnh tranh mới được đảm bảo.

KẾT LUẬN

Toàn cầu hoá kinh tế là một tiến trình khách quan, được ra đời dựa trên sự phát triển của lực lượng sản xuất, nền kinh tế thị trường và các vấn đề kinh tế toàn cầu trong bối cảnh mới. Tiến trình này đang diễn ra rất mạnh mẽ và tác động tới mọi quốc gia trên thế giới. Ngày nay, không một quốc gia nào có thể phát triển nếu không chủ động hội nhập kinh tế khi chịu tác động của tiến trình này.

Nước ta kể từ khi thực hiện đổi mới, chuyển sang nền kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa, đã thu hút được sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế khác nhau, đặc biệt là sự hình thành và phát triển của khối các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Đây là hệ thống doanh nghiệp có vai trò quan trọng, là hạt nhân để phát triển kinh tế đất nước vì có số lượng áp đảo và rất năng động trong cơ chế thị trường. Đây cũng là thành phần chịu những tác động của quá trình toàn cầu hoá kinh tế khi Việt Nam tham gia hội nhập, chủ yếu nhất là tác động tới các yếu tố nội tại ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, tác động tới chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp và tác động đến môi trường kinh doanh của doanh nghiệp. Tác động gồm cả tích cực lẫn tiêu cực, do đó, một mặt, mang lại cơ hội lớn để doanh nghiệp có thể nâng cao năng lực cạnh tranh, mở rộng hoạt động sản xuất kinh doanh khi tham gia vào thương mại quốc tế, mặt khác, cũng đặt ra nhiều thách thức, doanh nghiệp không thể thành công và thậm chí bị đào thải khỏi “sân chơi thương mại toàn cầu” nếu không kịp nhận biết và tìm cách vượt qua.

Để có thể đẩy nhanh công cuộc công nghiệp hoá - hiện đại hoá, phát triển nền kinh tế đất nước trong thời gian tới, Đảng và Nhà nước ta đã chủ trương “chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực trên tinh thần phát huy tối đa nội lực”, mà phát huy tối đa nội lực được cụ thể hoá bằng một trong những con đường là “ưu tiên phát triển các loại hình doanh nghiệp quy mô vừa và nhỏ”. Thực tế, các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam chỉ thực sự được hình thành và phát triển từ sau thời kỳ đổi mới kinh tế, còn có lắm hạn chế và phải nỗ lực nhiều mới làm tốt “sứ mệnh” của

mình. Doanh nghiệp vừa và nhỏ cần thực hiện đồng bộ các giải pháp để vượt qua thách thức, tận dụng cơ hội do quá trình toàn cầu hoá kinh tế tạo ra. Nhưng cơ quan quản lý nhà nước cũng cần tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ hoạt động và hội nhập hiệu quả vào nền kinh tế thế giới bằng việc xây dựng một môi trường kinh doanh có nhiều yếu tố thuận lợi. Có như vậy, Việt Nam và các doanh nghiệp vừa và nhỏ của Việt Nam nói riêng mới có thể tránh được khả năng tụt hậu, nâng cao vị thế trên trường quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Báo cáo nghiên cứu chính sách của Ngân hàng thế giới (2002), *Toàn cầu hoá, tăng trưởng và nghèo đói*, NXB Văn hoá - Thông tin, Hà Nội.
2. Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ số 27/2003/CT-TTg ngày 11 tháng 12 năm 2003 về tiếp tục đẩy mạnh thực hiện Luật doanh nghiệp, khuyến khích phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa.
3. Bạch Thụ Cường (2002), *Bàn về cạnh tranh toàn cầu*, NXB Thông tấn, Hà Nội.
4. Vũ Văn Đình (2003), *Doanh nghiệp trước ngưỡng cửa hội nhập*, NXB Lao động – Xã hội, Hà Nội.
5. Dương Phú Hiệp, Vũ Văn Hà (2001), *Toàn cầu hóa kinh tế*, NXB Khoa học Xã hội, Hà Nội.
6. Học viện tài chính – Viện khoa học tài chính (2002), *Tài chính hỗ trợ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ*, NXB tài chính, Hà Nội.
7. Luật doanh nghiệp được Quốc hội nước cộng hoà xã hội chủ nghĩa Việt Nam khoá X, kỳ họp thứ 5, thông qua ngày 12 tháng 6 năm 1999.
8. Nghị định của Chính phủ số 90/2001/NĐ-CP ngày 23 tháng 11 năm 2001 về trợ giúp phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ.
9. Nghị quyết số 07-NQ/TW ngày 27 tháng 11 năm 2001 của Bộ Chính trị về Hội nhập kinh tế quốc tế.
10. Nguyễn Bá Ngọc – Trần Văn Hoan (2002), *Toàn cầu hoá: Cơ hội và thách thức đối với lao động Việt Nam*, NXB Lao động – Xã hội, Hà Nội.
11. Nguyễn Văn Thanh (2003), *Những mảng tối của toàn cầu hoá*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
12. Vũ Quốc Tuấn và Hoàng Thu Hà (2001), *Phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa: Kinh nghiệm nước ngoài và phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam*, NXB Thống kê, Hà Nội.

13. Nguyễn Ngọc Trân (2003), *Một số vấn đề kinh tế toàn cầu hiện nay*, NXB Thế giới, Hà Nội.
14. Trung tâm Khoa học xã hội và nhân văn quốc gia – Viện kinh tế thế giới (2003), *Bối cảnh kinh tế và những xu hướng điều chỉnh chính sách phát triển kinh tế ở một số nước lớn*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
15. Tôn Ngũ Viên (2003), *Toàn cầu hoá - nghịch lý của thế giới tư bản chủ nghĩa*, NXB Thống kê, Hà Nội.
16. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, The Asia Foundation (2003), *Doanh nghiệp và việc hoàn thiện môi trường pháp lý kinh doanh*, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hà Nội.
17. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2003), *Doanh nhân Việt Nam thời kỳ đổi mới*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
18. Quyết định số 504/QĐ-BKH ngày 29 tháng 7 năm 2003 của Bộ trưởng Bộ kế hoạch và Đầu tư về chức năng, nhiệm vụ và cơ cấu tổ chức của Cục phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ.
19. Quyết định của Thủ tướng Chính phủ số 37/2002/QĐ-TTg ngày 14 tháng 3 năm 2002 về Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 07-NQ/TW ngày 27 tháng 11 năm 2001 của Bộ Chính trị về Hội nhập kinh tế quốc tế.
20. Viện nghiên cứu thương mại - Ban nghiên cứu thị trường, Viện tư vấn phát triển KTXH nông thôn & miền núi (2003), *Xúc tiến xuất khẩu của Chính phủ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.
21. Viện nghiên cứu quản lý kinh tế trung ương CIEM, Chương trình phát triển Liên hợp quốc UNDP (2003), *Nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia*, NXB Giao thông vận tải, Hà Nội.
22. <http://khoahoc.vnn.vn/iso9000/index.asp?cat=6&Id=67>
23. <http://khoahoc.vnn.vn/iso9000/index.asp?cat=7&Id=101>
24. http://vietnamgateway.org/business/vn_index.php?id=0505&cid=0401140834

25. http://vietnamgateway.org/business/vn_index.php?id=0505&cid=040302092624
26. <http://vietnamnet.vn/kinhte/taichinhnganhang/2003/12/39942/>
27. http://www.dei.gov.vn/vi/contents/c_vietnam/a_Ov/200401074430/view
28. http://www.dei.gov.vn/vi/contents/c_vietnam/a_Ov/200404125050/view
29. http://www.dei.gov.vn/vi/contents/c_vietnam/b_VK/a_Gp/200310295633/view
30. http://www.dei.gov.vn/vi/contents/c_vietnam/b_VK/a_Gp/200312262945/view
31. http://www.dei.gov.vn/vi/contents/c_vietnam/bVK/bSP/a_er/200311212312/view
32. http://www.dei.gov.vn/vi/contents/c_vietnam/b_VK/d_law/200405312911/view
33. http://www.dei.gov.vn/vi/contents/c_vietnam/d_nlhn/b_C/200312194437/view
34. http://www.dei.gov.vn/vi/contents/c_vietnam/d_nlhn/b_C/200312301304/view
35. http://www.dei.gov.vn/vi/contents/c_vietnam/d_nlhn/d_Lr/200405115709
36. http://www.hvnclc.com.vn/doc_detail.asp?doc_id=662&category_id=77&ky_id=1
37. http://www.hvnclc.com.vn/doc_detail.asp?doc_id=1205&category_id=77&ky_id=1
38. http://www.hssv.vnn.vn/show_content.pl?id=t2670133721
39. <http://www.mofa.gov.vn:8080/We.../0d1f6986e81615dd47256e0d003037bc?OpenDocumen>
40. <http://www.mof.gov.vn/Default.aspx?tabid=82&ItemID=8555>
41. http://www.mpi.gov.vn/showtinvan.aspx?lang=4&ma_tinvan=3517
42. http://www.mpi.gov.vn/showtinvan.aspx?lang=4&ma_tinvan=4151
43. http://www.mpi.gov.vn/showtinvan.aspx?lang=4&ma_tinvan=4189

44. http://www.mpi.gov.vn/showtinvan.aspx?lang=4&ma_tinvan=4408
45. http://www.mpi.gov.vn/showtinvan.aspx?lang=4&ma_tinvan=5186
46. <http://www.vcci.com.vn/mtkd/So3/3-baiviet.htm>
47. <http://www.vietel.com.vn/news.php?new=39665>
48. <http://www.vir.com.vn/Client/Dautu/dautu.asp?CatID=49&DocID=1243>
49. <http://www.vir.com.vn/Client/Dautu/dautu.asp?CatID=49&DocID=1976>
50. <http://www.vir.com.vn/Client/Dautu/dautu.asp?CatID=49&DocID=2464>
51. <http://www.vir.com.vn/Client/Dautu/dautu.asp?CatID=49&DocID=2466>
52. <http://www.vir.com.vn/CLIENT/DautuChungkhoan/content.asp?CatID=3&DocID=1926>
53. <http://www.vneconomy.com.vn/vie/index.php?param=article&catid=06&id=040512153509>
54. <http://www.vneconomy.com.vn/vie/index.php?param=article&catid=0503&id=040603090520>
55. <http://www.vninvest.com/news.php?vijsid=4837>
56. <http://www.smenet.com.vn/TiengViet/Eu/sa8000.asp>
57. <http://www.smenet.com.vn/TiengViet/ThongTinKinhTe/TinSMENetDetail.asp?id=7378>
58. <http://www.smenet.com.vn/TiengViet/ThongTinKinhTe/TinSMENetDetail.asp?id=8459>