

TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LƯ

KHOA KINH TẾ

**BÁO CÁO KẾT QUẢ THỰC HIỆN
ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN**

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM**

Chủ nhiệm đề tài: NGUYỄN THU PHƯƠNG

Lớp : D15KT1

Ngành : KẾ TOÁN

NINH BÌNH, 2024

TRƯỜNG ĐẠI HỌC HOA LƯ

KHOA KINH TẾ

BÁO CÁO KẾT QUẢ

THỰC HIỆN ĐỀ TÀI NGHIÊN CỨU KHOA HỌC SINH VIÊN

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH
CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA CỦA VIỆT NAM**

Chủ nhiệm đề tài: NGUYỄN THU PHƯƠNG

Các thành viên : NGUYỄN THỊ MINH ÁNH

PHẠM THỊ THÙY LINH

Lớp : D15KT1

Người hướng dẫn khoa học: ThS PHẠM THỊ HƯƠNG

Xác nhận của GV hướng dẫn

(Họ, tên và chữ ký)

.....

Chủ nhiệm đề tài

(Họ, tên và chữ ký)

.....

NINH BÌNH, 2024

MỤC LỤC

DANH MỤC BẢNG	i
DANH MỤC HÌNH.....	ii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT.....	iii
PHẦN MỞ ĐẦU	iv
1. Tổng quan tình hình nghiên cứu của đề tài.....	iv
2. Tính cấp thiết của đề tài	v
3. Mục đích nghiên cứu.....	vii
4. Đối tượng nghiên cứu.....	vii
5. Phạm vi nghiên cứu.....	vii
6. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu	vii
6.1. Cách tiếp cận	vii
6.2. Phương pháp nghiên cứu.....	vii
Chương 1 - MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA.....	1
1.1. Lý luận chung về doanh nghiệp nhỏ và vừa	1
1.1.1. Khái quát về doanh nghiệp, doanh nghiệp nhỏ và vừa.....	1
1.1.2. Đặc điểm và nội dung hoạt động	9
1.2. Cạnh tranh và vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường	12
1.2.1. Khái niệm.....	12
1.2.2. Vai trò.....	12
1.2.3. Các hình thức cạnh tranh	15

1.2.4. Những công cụ cạnh tranh chủ yếu.....	18
1.3. Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp.....	21
1.3.1. Khái niệm.....	21
1.3.2. Các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa	21
1.3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa.....	23
Chương 2 - THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TRONG THỜI GIAN QUA	32
2.1. Khái quát về doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam.....	32
2.1.1. Sơ lược về các nhóm ngành của doanh nghiệp nhỏ và vừa.....	32
2.1.2. Tình hình phát triển số lượng doanh nghiệp trong giai đoạn 2021-2023 của Việt Nam	33
2.1.3. Thuận lợi và khó khăn của doanh nghiệp nhỏ và vừa	37
2.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa.....	40
2.2.1. Thực trạng các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa	40
2.2.2. Thực trạng các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa	47
Chương 3 - MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DNNVV TRONG THỜI GIAN TỚI	49
3.1. Cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa	49
3.1.1. Cơ hội.....	49

3.1.2. Thách thức.....	50
3.2. Phương hướng nâng cao năng lực cạnh tranh của các DNNVV	53
3.3. Một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa	56
KẾT LUẬN – KIẾN NGHỊ	59
1. Kết luận	59
2. Kiến nghị.....	61
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	64

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Sơ lược về các nhóm ngành của doanh nghiệp nhỏ và vừa.....	33
--	----

DANH MỤC HÌNH

Hình 2.1. Tình hình đăng kí doanh nghiệp tháng 9 năm 2023.....	36
Hình 2.2. Thống kê số lượng DN đang hoạt động giai đoạn 2018-2023.....	37
Hình 2.3. Mức độ các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ.....	43
Hình 2.4. Công đoạn doanh nghiệp Việt Nam đảm nhận chủ yếu.....	45
Hình 2.5. Mục tiêu của DN khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.....	46

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Nghĩa của từ viết tắt
DN	Doanh nghiệp
DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
FTA	Hiệp định thương mại tự do
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
KHCN	Khoa học công nghệ
NĐ-CP	Nghị định – Chính phủ
NNL	Nguồn nhân lực
NQ-TW	Nghị quyết – Trung ương
NQ-CP	Nghị quyết – Chính phủ
NHNN	Nhân hàng Nhà nước
NHTM	Ngân hàng thương mại
TMĐT	Thương mại điện tử
USAID	Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ
VCCI	Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VND	Việt Nam Đồng

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tổng quan tình hình nghiên cứu của đề tài

Vấn đề một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa đã được nhiều tác giả nghiên cứu được đăng tải trên các bài viết khoa học, luận văn, sách, tạp chí. Trong đó có một số công trình tiêu biểu như:

* Sách, tạp chí:

Dự án “*Thúc đẩy cải cách và nâng cao năng lực kết nối của doanh nghiệp nhỏ và vừa*” do Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID). Về nâng cao năng lực cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa nhằm tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu một cách bền vững, dự án đã đánh giá năng lực sơ bộ, sàng lọc 180 doanh nghiệp, đánh giá năng lực toàn diện 11 doanh nghiệp và hỗ trợ kỹ thuật chuyên sâu cho 41 doanh nghiệp để kết nối kinh doanh. Trong tổng số 318 đơn đặt hàng với doanh nghiệp đầu chuỗi được kết nối, đã có 280 đơn hàng đã được giao và thanh toán thành công với tổng giá trị lên tới hơn 200 tỷ đồng.

Thạch Huê (2019), “*Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là vấn đề then chốt*”, Bản tin Thông tấn xã Việt Nam đăng tải ngày 25/06/2019. Chỉ ra nền kinh tế Việt Nam đang xếp cuối cùng trong nền kinh tế Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN), vì thế việc nâng cao trình độ quản trị của các doanh nghiệp và nỗ lực cải thiện môi trường kinh doanh được xem là nhiệm vụ hàng đầu đối với cả chính phủ và các nhà quản trị doanh nghiệp.

Kiều Thị Tuấn (2019), “*Thực trạng và giải pháp nâng cao năng lực 3 cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam giai đoạn hiện nay*”, Tạp chí Công Thương ngày 02/7/2019. Bài viết đã chỉ ra thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay và đề xuất một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp như: nâng cao trình độ học vấn đối với nhà quản trị doanh nghiệp, nâng cao trình độ tổ chức quản lý DN chất lượng nguồn nhân lực, chất lượng sản phẩm...

* Về đề tài khoa học, luận văn:

Nguyễn Trung Hiếu (2014), “*Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp phân phối bán lẻ trên địa bàn thành phố Hải Phòng*”, Luận án tiến sĩ kinh tế. Tác giả đã tổng hợp và làm rõ một số vấn đề lý luận về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phân phối bán lẻ, các chỉ tiêu đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phân phối bán lẻ, các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phân phối bán lẻ. Một số kinh nghiệm của các doanh nghiệp phân phối bán lẻ nước ngoài và một số doanh nghiệp phân phối bán lẻ trong nước có thương hiệu và hoạt động kinh doanh thành công thời gian qua.

Nguyễn Thu Hiền (2012), “*Nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngân hàng thương mại nhà nước Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*”, Luận án tiến sĩ ngành Tài chính - ngân hàng, Đại học Ngân hàng TP. Hồ Chí Minh. Luận án chủ yếu tập trung vào nghiên cứu các yếu tố tài chính và quản trị ảnh hưởng đến hoạt động doanh nghiệp. Bà đã nghiên cứu về ảnh hưởng của quản trị công ty, đặc biệt là các chính sách và quy định liên quan đến quyền lợi của cổ đông và cơ chế kiểm soát nội bộ. Ngoài ra, bà cũng xem xét tác động của các yếu tố kinh tế vĩ mô như bất ổn chính sách đến quản trị tài chính và khả năng nắm giữ tiền mặt của các doanh nghiệp. Những nghiên cứu của bà cung cấp góc nhìn về các động lực thúc đẩy quá trình thâm tóm và sáp nhập trong các thị trường tài chính, từ đó có thể hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc xây dựng chiến lược tài chính phù hợp.

2. Tính cấp thiết của đề tài

Doanh nghiệp nhỏ và vừa có vị trí rất quan trọng trong nền kinh tế mỗi nước kể cả các nước, có trình độ phát triển cao. Trong xu thế hội nhập và toàn cầu hóa như hiện nay thì các nước đều chú ý hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa nhằm huy động tối đa các nguồn lực và hỗ trợ cho doanh nghiệp lớn, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm. Đối với Việt Nam thì vị trí doanh nghiệp nhỏ và vừa lại càng quan trọng. Điều này thể hiện rõ nét nhất trong những năm gần đây cụ thể:

Doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm tỷ trọng lớn trong tổng số các doanh nghiệp: trong các loại hình sản xuất kinh doanh ở nước ta hiện nay doanh nghiệp nhỏ và vừa có sức lan tỏa trong mọi lĩnh vực có đời sống kinh tế xã hội. Trong tiêu chí mới thì doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm trên 98% tổng số các doanh nghiệp thuộc các hình thức: doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Doanh nghiệp nhỏ và vừa là nơi tạo ra việc làm chủ yếu ở Việt Nam: Thực tế trong những năm qua, đã cho thấy toàn bộ các doanh nghiệp nhỏ và vừa, đặc biệt là phần lớn các doanh nghiệp thuộc khu vực ngoài quốc doanh là nguồn chủ yếu tạo ra công ăn việc làm cho tất cả các lĩnh vực. Cụ thể từ số liệu của tổng cục thống kê cho thấy: các doanh nghiệp nhỏ và vừa tuyển dụng gần 1 triệu lao động chiếm 49% lực lượng lao động trên phạm vi cả nước; ở các tỉnh duyên hải miền Trung số lao động làm việc tại các doanh nghiệp nhỏ và vừa so với số lao động trong tất cả các lĩnh vực chiếm cao nhất trong cả nước (67%), Đông Nam Bộ có tỉ lệ thấp nhất (44%) so với mức trung bình của cả nước. Qua đó, chúng ta có thể thấy được các doanh nghiệp nhỏ và vừa có vai trò rất quan trọng trong việc tạo ra phần lớn các công việc ở Việt Nam, đáp ứng nhu cầu việc làm của người dân, góp phần tạo ra thu nhập và nâng cao mức sống cho người dân.

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa còn tồn tại một số hạn chế: doanh nghiệp nhỏ và vừa có trình độ công nghệ và khoa học kỹ thuật thấp. Điều này làm hạn chế khả năng đổi mới sản phẩm, phát triển sản phẩm mới; năng lực nghiên cứu và triển khai yếu kém; năng lực tài chính hạn chế; mức độ liên kết hợp tác trong sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp chưa cao; khả năng nắm bắt cơ hội thị trường hạn chế.

Qua các phân tích ở trên chúng ta có thể thấy rõ vai trò và tầm quan trọng của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tăng lên và tiềm năng phát triển rất rộng lớn. Bởi vì các doanh nghiệp nhỏ và vừa đang là động lực cho phát triển kinh tế, tạo công ăn việc

làm và huy động nguồn vốn trong nước ... Vì những lý do đó, việc khuyến khích, hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp nhỏ và vừa là giải pháp quan trọng để thực hiện các chiến lược phát triển kinh tế xã hội, nhằm đảm bảo cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế nước ta.

Nhận thức được tầm quan trọng của các doanh nghiệp nhỏ và vừa đối với sự phát triển của nền kinh tế, nhóm nghiên cứu lựa chọn đề tài: *“Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam”*.

3. Mục đích nghiên cứu

Trên cơ sở nghiên cứu các lý thuyết và thực trạng về nâng cao năng lực cạnh tranh để đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam.

4. Đối tượng nghiên cứu

Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam.

5. Phạm vi nghiên cứu

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam giai đoạn 2021 – 2023.

6. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

6.1. Cách tiếp cận

Trên cơ sở lý thuyết để thấy được thực trạng từ đó đề xuất ra các giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

6.2. Phương pháp nghiên cứu

Để thực hiện đề tài này, nhóm nghiên cứu sử dụng nhiều phương pháp nghiên cứu, bao gồm: phương pháp thống kê kinh tế; phương pháp thống kê so sánh; phương pháp chuyên gia, trong đó là phương pháp nghiên cứu định tính

- Phương pháp thống kê: Là phương pháp liên quan đến việc thu thập số liệu, tóm tắt, trình bày, tính toán và mô tả các đặc trưng khác nhau để phản ánh xu hướng

vận động của đối tượng nghiên cứu

- Phương pháp so sánh: Là phương pháp tìm những nét tương đồng, sự khác biệt trong chính sách phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa đối với phát triển của một số nước trong khu vực và Châu Á (cơ chế, chính sách, công nghệ...) từ đó đề xuất các giải pháp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam.

- Nghiên cứu định tính: Đề tài rà soát, đúc rút, trích dẫn các quan điểm, nhận định từ các văn bản pháp luật, từ các nghiên cứu của các chuyên gia, từ ý kiến của các nhà quản lý và các tác nhân tham gia các ngành sản phẩm lựa chọn để đưa ra các nhận định của đề tài làm kết quả nghiên cứu.

Chương 1 - MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA

1.1. Lý luận chung về doanh nghiệp nhỏ và vừa

1.1.1. Khái quát về doanh nghiệp, doanh nghiệp nhỏ và vừa

1.1.1.1. Doanh nghiệp

a. Khái niệm: Theo khoản 10 Điều 4 Luật Doanh nghiệp 2020, doanh nghiệp là tổ chức có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch, được thành lập hoặc đăng ký thành lập theo quy định của pháp luật nhằm mục đích kinh doanh

Luật Doanh nghiệp còn định nghĩa các loại doanh nghiệp sau:

- Doanh nghiệp nhà nước bao gồm các doanh nghiệp do Nhà nước nắm giữ trên 50% vốn điều lệ, tổng số cổ phần có quyền biểu quyết theo quy định tại Điều 88 Luật Doanh nghiệp 2020.

- Doanh nghiệp Việt Nam là doanh nghiệp được thành lập hoặc đăng ký thành lập theo quy định của pháp luật Việt Nam và có trụ sở chính tại Việt Nam.

b. Đặc điểm: Mỗi loại hình doanh nghiệp mang những đặc điểm riêng nổi bật, tuy nhiên chúng đều có những đặc điểm chung sau đây:

- Doanh nghiệp có tính hợp pháp: phải nộp hồ sơ đến cơ quan có thẩm quyền để đăng ký kinh doanh và nhận giấy phép đăng ký thành lập khi muốn thành lập công ty. Khi doanh nghiệp được cấp phép kinh doanh thì doanh nghiệp được công nhận hoạt động kinh doanh, được pháp luật bảo hộ và chịu sự ràng buộc bởi các quy định pháp lý có liên quan.

- Doanh nghiệp có hoạt động kinh doanh hoặc cung cấp dịch vụ thường xuyên. Hầu hết các doanh nghiệp khi thành lập đều hướng đến mục đích tạo ra lợi nhuận qua việc mua bán, sản xuất, kinh doanh hàng hóa hoặc cung ứng để phục vụ người tiêu dùng. Bên cạnh đó, có một số doanh nghiệp xã hội đặc thù, hoạt động không vì

mục tiêu lợi nhuận mà hướng đến yếu tố vì cộng đồng, vì xã hội và môi trường ví dụ như các doanh nghiệp về điện, nước, vệ sinh,....

- Doanh nghiệp có tính tổ chức. Tính tổ chức thể hiện qua việc có tổ chức điều hành, cơ cấu nhân sự, có trụ sở giao dịch hoặc đăng ký và có tài sản riêng để quản lý, kèm theo tư cách pháp nhân trừ loại hình doanh nghiệp tư nhân.

c. Phân loại

*Căn cứ theo tiêu chí hình thức pháp lý của doanh nghiệp

- Công ty trách nhiệm hữu hạn hai thành viên trở lên

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn hai thành viên trở lên là doanh nghiệp có từ 02 đến 50 thành viên là tổ chức, cá nhân.

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn hai thành viên trở lên không được phát hành cổ phần, trừ trường hợp để chuyển đổi thành công ty cổ phần.

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn hai thành viên trở lên được phát hành trái phiếu theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan; việc phát hành trái phiếu riêng lẻ phải tuân thủ quy định tại Điều 128 và Điều 129 Luật Doanh nghiệp 2020.

- Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên là doanh nghiệp do một tổ chức hoặc một cá nhân làm chủ sở hữu (sau đây gọi là chủ sở hữu công ty). Chủ sở hữu công ty chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn điều lệ của công ty.

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp.

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên không được phát hành cổ phần, trừ trường hợp để chuyển đổi thành công ty cổ phần.

+ Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên được phát hành trái phiếu theo quy định của Luật này và quy định khác của pháp luật có liên quan; việc phát hành trái phiếu riêng lẻ theo quy định tại Điều 128 và Điều 129 Luật Doanh nghiệp 2020.

- Công ty cổ phần là doanh nghiệp, trong đó:

+ Vốn điều lệ được chia thành nhiều phần bằng nhau gọi là cổ phần; cổ đông có thể là tổ chức, cá nhân; số lượng cổ đông tối thiểu là 03 và không hạn chế số lượng tối đa; cổ đông chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác của doanh nghiệp trong phạm vi số vốn đã góp vào doanh nghiệp; cổ đông có quyền tự do chuyển nhượng cổ phần của mình cho người khác, trừ trường hợp quy định tại khoản 3 Điều 120 và khoản 1 Điều 127 Luật Doanh nghiệp 2020.

+ Công ty cổ phần có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp.

+ Công ty cổ phần có quyền phát hành cổ phần, trái phiếu và các loại chứng khoán khác của công ty.

- Công ty hợp danh là doanh nghiệp, trong đó:

+ Phải có ít nhất 02 thành viên là chủ sở hữu chung của công ty, cùng nhau kinh doanh dưới một tên chung (sau đây gọi là thành viên hợp danh). Ngoài các thành viên hợp danh, công ty có thể có thêm thành viên góp vốn;

+ Thành viên hợp danh phải là cá nhân, chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về các nghĩa vụ của công ty; thành viên góp vốn là tổ chức, cá nhân và chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi số vốn đã cam kết góp vào công ty.

+ Công ty hợp danh có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp.

+ Công ty hợp danh không được phát hành bất kỳ loại chứng khoán nào.

- Doanh nghiệp tư nhân

+ Doanh nghiệp tư nhân là doanh nghiệp do một cá nhân làm chủ và tự chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về mọi hoạt động của doanh nghiệp. Doanh nghiệp tư nhân không được phát hành bất kỳ loại chứng khoán nào.

+ Mỗi cá nhân chỉ được quyền thành lập một doanh nghiệp tư nhân. Chủ doanh nghiệp tư nhân không được đồng thời là chủ hộ kinh doanh, thành viên hợp danh của công ty hợp danh.

+ Doanh nghiệp tư nhân không được quyền góp vốn thành lập hoặc mua cổ phần, phần vốn góp trong công ty hợp danh, công ty trách nhiệm hữu hạn hoặc công ty cổ phần

* Căn cứ vào tiêu chí tính chất sở hữu tài sản trong doanh nghiệp

- Thứ nhất, Doanh nghiệp Nhà nước: là tổ chức kinh tế do Nhà nước đầu tư vốn 100%, tổ chức thực hiện chức năng quản lý trên mọi mặt hoạt động sản xuất kinh doanh kể từ khi thành lập cho đến khi giải thể.

- Thứ hai, Doanh nghiệp hùn vốn: là một tổ chức kinh tế mà vốn được đầu tư do các thành viên tham gia góp vào và được gọi là công ty. Họ cùng chia lời và cùng chịu lỗ tương ứng với phần vốn đóng góp.

- Thứ ba, Doanh nghiệp tư nhân: là đơn vị kinh doanh có mức vốn không thấp hơn vốn đăng ký, do một cá nhân làm chủ và tự chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về mọi hoạt động của doanh nghiệp.

- Thứ tư, Hợp tác xã: là loại hình kinh tế tập thể, do những người lao động và các tổ chức có nhu cầu, lợi ích chung tự nguyện góp vốn, góp sức lập ra theo qui định của pháp luật để phát huy sức mạnh của tập thể và của từng xã viên nhằm giúp nhau thực hiện hiệu quả hơn các hoạt động sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, và cải thiện đời sống, góp phần phát triển kinh tế xã hội...

* Căn cứ vào chế độ trách nhiệm

+ Doanh nghiệp có trách nhiệm vô hạn

Doanh nghiệp có trách nhiệm vô hạn là loại hình doanh nghiệp mà chủ sở hữu phải chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về mọi hoạt động của doanh nghiệp khi doanh nghiệp không còn đủ tài chính để thực hiện kinh doanh. Theo pháp luật hiện hành, Việt Nam có 2 loại hình doanh nghiệp có trách nhiệm vô thời hạn là doanh nghiệp tư nhân và công ty hợp danh.

Thực chất của chế độ trách nhiệm vô hạn của loại doanh nghiệp này là chủ sở hữu doanh nghiệp tư nhân và thành viên công ty hợp danh sẽ chịu trách nhiệm đến cùng về mọi nghĩa vụ tài sản của doanh nghiệp mà không giới hạn ở phần tài sản chủ doanh nghiệp, các thành viên hợp danh đã bỏ vào đầu tư kinh doanh. Tức là nếu tài sản của doanh nghiệp tư nhân và công ty hợp danh không đủ để thực hiện các nghĩa vụ về tài chính của doanh nghiệp khi doanh nghiệp phải áp dụng thủ tục thanh lý trong thủ tục phá sản, thì chủ sở hữu doanh nghiệp tư nhân và thành viên công ty hợp danh phải sử dụng cả tài sản cá nhân không đầu tư vào doanh nghiệp để thanh toán cho các khoản nợ của doanh nghiệp.

+ Doanh nghiệp có trách nhiệm hữu hạn

Theo quy định của pháp luật, tại Việt Nam doanh nghiệp có trách nhiệm hữu hạn bao gồm: công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty cổ phần, doanh nghiệp liên doanh và doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài không tiến hành đăng ký lại theo Nghị định 101/2006/NĐ-CP.

Doanh nghiệp có trách nhiệm hữu hạn là những DN mà chủ sở hữu công ty chỉ phải chịu trách nhiệm về mọi khoản nợ và nghĩa vụ tài chính của DN trong phạm vi số vốn đã góp vào DN. Điều này có nghĩa là khi tài sản doanh nghiệp không đủ để trả nợ thì chủ sở hữu không có nghĩa vụ phải trả nợ thay cho doanh nghiệp.

Chế độ doanh nghiệp có trách nhiệm hữu hạn thực chất là chế độ trách nhiệm hữu hạn của chủ sở hữu công ty, thành viên công ty và các nhà đầu tư.

d. Quyền và nghĩa vụ

- *Quyền của doanh nghiệp*: Tự do kinh doanh ngành, nghề mà luật không cấm. Tự chủ kinh doanh và lựa chọn hình thức tổ chức kinh doanh; chủ động lựa chọn ngành, nghề, địa bàn, hình thức kinh doanh; chủ động điều chỉnh quy mô và ngành, nghề kinh doanh. Lựa chọn hình thức, phương thức huy động, phân bổ và sử dụng vốn. Tự do tìm kiếm thị trường, khách hàng và ký kết hợp đồng. Kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu. Tuyển dụng, thuê và sử dụng lao động theo quy định của pháp luật về lao động. Chủ động ứng dụng khoa học và công nghệ để nâng cao hiệu quả kinh doanh và khả năng cạnh tranh; được bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ theo quy định của pháp luật về sở hữu trí tuệ. Chiếm hữu, sử dụng, định đoạt tài sản của doanh nghiệp. Từ chối yêu cầu của cơ quan, tổ chức, cá nhân về cung cấp nguồn lực không theo quy định của pháp luật. Khiếu nại, tham gia tố tụng theo quy định của pháp luật. Quyền khác theo quy định của pháp luật.

- *Nghĩa vụ của doanh nghiệp*: Đáp ứng đủ điều kiện đầu tư kinh doanh khi kinh doanh ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện; ngành, nghề tiếp cận thị trường có điều kiện đối với nhà đầu tư nước ngoài theo quy định của pháp luật và bảo đảm duy trì đủ điều kiện đó trong suốt quá trình hoạt động kinh doanh. Thực hiện đầy đủ, kịp thời nghĩa vụ về đăng ký doanh nghiệp, đăng ký thay đổi nội dung đăng ký doanh nghiệp, công khai thông tin về thành lập và hoạt động của doanh nghiệp, báo cáo và nghĩa vụ khác theo quy định của Luật Doanh nghiệp. Chịu trách nhiệm về tính trung thực, chính xác của thông tin kê khai trong hồ sơ đăng ký doanh nghiệp và các báo cáo; trường hợp phát hiện thông tin đã kê khai hoặc báo cáo thiếu chính xác, chưa đầy đủ thì phải kịp thời sửa đổi, bổ sung các thông tin đó. Tổ chức công tác kế toán, nộp thuế và thực hiện các nghĩa vụ tài chính khác theo quy định của pháp luật. Bảo đảm quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng của người lao động theo quy định của pháp luật; không phân biệt đối xử, xúc phạm danh dự, nhân phẩm của người lao động trong doanh nghiệp; không ngược đãi lao động, cưỡng bức lao động hoặc sử dụng

lao động chưa thành niên trái pháp luật; hỗ trợ và tạo điều kiện thuận lợi cho người lao động tham gia đào tạo nâng cao trình độ, kỹ năng nghề; thực hiện các chính sách, chế độ bảo hiểm xã hội, bảo hiểm thất nghiệp, bảo hiểm y tế và bảo hiểm khác cho người lao động theo quy định của pháp luật. Nghĩa vụ khác theo quy định của pháp luật.

e. Lợi ích

- + DN là một yếu tố không thể thiếu cho việc phát triển kinh tế – xã hội.
- + Cung cấp các sản phẩm, dịch vụ cho người dân với mức giá phù hợp nhất.
- + Giúp giải quyết nhu cầu việc làm cho xã hội.
- + Tạo sự cạnh tranh để giúp đưa chất lượng sản phẩm, dịch vụ ngày càng tốt hơn và giúp giảm giá thành.
- + Tạo ra được nhiều sản phẩm mới, tốt giúp đáp ứng cuộc sống của xã hội.
- + Doanh nghiệp phải đóng thuế, giúp bổ sung nguồn thu cho nhà nước.

1.1.1.2. Doanh nghiệp nhỏ và vừa

***Khái niệm:** Doanh nghiệp nhỏ và vừa là tên gọi tắt của doanh nghiệp siêu nhỏ, nhỏ và vừa được đánh giá theo tiêu chí về vốn, nguồn nhân công lao động và doanh thu sản phẩm.

***Phân loại:** Theo tiêu chí của Tổ chức Ngân hàng Thế giới

- Doanh nghiệp siêu nhỏ là doanh nghiệp có số lượng lao động dưới 10 người
- Doanh nghiệp nhỏ có số lượng lao động từ 10 đến dưới 200 người và nguồn vốn 20 tỷ trở xuống
- Doanh nghiệp vừa có từ 200 đến 300 lao động nguồn vốn 20 đến 100 tỷ.

***Vai trò**

Ở mỗi nền kinh tế quốc gia hay lãnh thổ, các doanh nghiệp nhỏ và vừa có thể giữ những vai trò với mức độ khác nhau, song nhìn chung có một số vai trò tương đồng như sau:

- Giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế: các doanh nghiệp nhỏ và vừa thường chiếm tỷ trọng lớn, thậm chí áp đảo trong tổng số doanh nghiệp (Ở Việt Nam chỉ xét các doanh nghiệp có đăng ký thì tỷ lệ này là trên 95%). Vì thế, đóng góp của họ vào tổng sản lượng và tạo việc làm là rất đáng kể.

- Giữ vai trò ổn định nền kinh tế: ở phần lớn các nền kinh tế, các doanh nghiệp nhỏ và vừa là những nhà thầu phụ cho các doanh nghiệp lớn. Sự điều chỉnh hợp đồng thầu phụ tại các thời điểm cho phép nền kinh tế có được sự ổn định. Vì thế, doanh nghiệp nhỏ và vừa được ví là thanh giảm sóc cho nền kinh tế.

- Làm cho nền kinh tế năng động: vì doanh nghiệp nhỏ và vừa có quy mô nhỏ, nên dễ điều chỉnh (xét về mặt lý thuyết) hoạt động.

- Tạo nên ngành công nghiệp và dịch vụ phụ trợ quan trọng: doanh nghiệp nhỏ và vừa thường chuyên môn hóa vào sản xuất một vài chi tiết được dùng để lắp ráp thành một sản phẩm hoàn chỉnh.

- Là trụ cột của kinh tế địa phương: nếu như doanh nghiệp lớn thường đặt cơ sở ở những trung tâm kinh tế của đất nước, thì doanh nghiệp nhỏ và vừa lại có mặt ở khắp các địa phương và là người đóng góp quan trọng vào thu ngân sách, vào sản lượng và tạo công ăn việc làm ở địa phương.

- Có đóng góp lớn vào giá trị GDP cho quốc gia.

*Tiêu chí xác định: Ngày 26/8/2021 Chính phủ ban hành Nghị định 80/2021/NĐ-CP, theo đó, tiêu chí xác định doanh nghiệp nhỏ và vừa được quy định như sau:

- Doanh nghiệp siêu nhỏ trong lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản; lĩnh vực công nghiệp và xây dựng sử dụng lao động có tham gia bảo hiểm xã hội bình

quân năm không quá 10 người và tổng doanh thu của năm không quá 3 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn của năm không quá 3 tỷ đồng.

Doanh nghiệp siêu nhỏ trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ sử dụng lao động có tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 10 người và tổng doanh thu của năm không quá 10 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn của năm không quá 3 tỷ đồng.

- Doanh nghiệp nhỏ trong lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản; lĩnh vực công nghiệp và xây dựng sử dụng lao động có tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 100 người và tổng doanh thu của năm không quá 50 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn của năm không quá 20 tỷ đồng, nhưng không phải là doanh nghiệp siêu nhỏ.

Doanh nghiệp nhỏ trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ sử dụng lao động có tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 50 người và tổng doanh thu của năm không quá 100 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn của năm không quá 50 tỷ đồng, nhưng không phải là doanh nghiệp siêu nhỏ.

- Doanh nghiệp vừa trong lĩnh vực nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản; lĩnh vực công nghiệp và xây dựng sử dụng lao động có tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 200 người và tổng doanh thu của năm không quá 200 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn của năm không quá 100 tỷ đồng, nhưng không phải là doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ.

Doanh nghiệp vừa trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ sử dụng lao động có tham gia bảo hiểm xã hội bình quân năm không quá 100 người và tổng doanh thu của năm không quá 300 tỷ đồng hoặc tổng nguồn vốn của năm không quá 100 tỷ đồng, nhưng không phải là doanh nghiệp siêu nhỏ, doanh nghiệp nhỏ.

1.1.2. Đặc điểm và nội dung hoạt động

a. Đặc điểm

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa chiếm một lượng lớn trong tổng số các doanh nghiệp trong một quốc gia, khu vực và trên toàn thế giới. Với khả năng sử dụng trên 50% tổng số lao động xã hội hiện nay và tạo ra khối lượng công ăn việc làm lớn lên tới 65% cho người lao động trên toàn cầu. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa thường tận dụng nhân công tại địa phương để sử dụng nhờ đó giải quyết rất nhiều bài toán nhân lực cho cơ quan nhà nước.

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa có quy mô vốn khá hạn hẹp và thường không tiếp cận với nguồn vốn lớn từ các ngân hàng đầu tư. Điều này gây ra hạn chế trong việc đổi mới trang thiết bị và xúc tiến phát triển công việc cho các doanh nghiệp này.

Doanh nghiệp nhỏ có sự cạnh tranh gắt gao với các công ty tập đoàn lớn cùng làm dịch vụ với nhau. Bởi vậy các doanh nghiệp nhỏ thường gặp thua thiệt trong việc chiếm lĩnh thị trường đặc biệt ở những khu vực nước ngoài.

Tính linh hoạt: Doanh nghiệp nhỏ và vừa có tính linh hoạt cao trong quản lý và hoạt động. Quyết định và thay đổi có thể được đưa ra nhanh chóng, và sự thích ứng với thị trường và môi trường kinh doanh mới cũng được thực hiện nhanh chóng. Quy trình quản lý đơn giản: Doanh nghiệp nhỏ và vừa thường có quy trình quản lý đơn giản hơn so với các công ty lớn. Việc ra quyết định và thực hiện hành động thường nhanh chóng và linh hoạt hơn, không cần phải đi qua nhiều khâu và quy trình phức tạp.

b. Nội dung hoạt động

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực thương mại chứ không tập trung vào sản xuất và chế biến. Chủ yếu là các ngành nghề liên quan đến mua bán sản xuất đồ dùng các loại dịch vụ và phân bố hàng tiêu dùng.

Trong những năm qua Chính phủ đã triển khai nhiều giải pháp đẩy mạnh cải cách hành chính; môi trường kinh doanh của Việt Nam đã chuyển biến tích cực, tạo điều kiện phát triển kinh tế. Số lượng doanh nghiệp hồi phục, doanh nghiệp thành

lập mới liên tục tăng năm sau cao hơn năm trước. Từ năm 2014 Luật Doanh nghiệp và Luật Đầu tư chính thức có hiệu lực, đã tạo cơ chế thuận lợi cho doanh nghiệp nhỏ và vừa được khuyến khích phát triển bình đẳng với các thành phần kinh tế khác, được tự do kinh doanh những ngành nghề mà pháp luật không cấm. Theo đó, xu hướng phát triển các mô hình khởi nghiệp sáng tạo (startup) diễn ra sôi động, tập trung vào một số lĩnh vực, như: xây dựng, chế biến, chế tạo, công nghiệp vận tải, tài chính ngân hàng. Hiện nay, trên cả nước có trên 3.000 công ty khởi nghiệp sáng tạo đang hoạt động, trong đó phần lớn là doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Mặc dù các năm gần đây, số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa thành lập mới nhiều, nhưng cũng có một bộ phận không nhỏ doanh nghiệp hoạt động kém hiệu quả, khó đứng vững trong môi trường cạnh tranh khắc nghiệt và đặc biệt khó khăn trong đại dịch Covid-19. Trên thực tế, doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn rất khó tiếp cận các nguồn lực của xã hội để phục vụ sản xuất, kinh doanh, như: tuyển dụng lao động có trình độ, tay nghề cao, tiếp cận đất đai, vốn từ ngân hàng, từ các quỹ đầu tư và ứng dụng tiến bộ kỹ thuật. Đến nay, vẫn có khoảng 60% doanh nghiệp nhỏ và vừa khó tiếp cận được nguồn vốn tín dụng của ngân hàng, nên hạn chế về tiềm lực tài chính. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp nhỏ và vừa thường không có bộ phận theo dõi thông tin thị trường nguyên liệu đầu vào, sản phẩm đầu ra, đặc biệt là các thông tin về giá cả hàng hóa, thủ tục mua bán, xuất nhập khẩu ... nên dễ gặp rủi ro, lúng túng khi tiếp cận thị trường, nhất là thị trường nước ngoài.

Điểm chung nhất là sự liên kết của các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam còn hạn chế; có rất ít mối liên kết giữa các doanh nghiệp nhỏ và vừa với doanh nghiệp quy mô lớn. Theo báo cáo triển vọng phát triển châu Á của Ngân hàng Phát triển châu Á (ADB), hiện nay mới chỉ có 21% các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam tham gia vào chuỗi cung ứng toàn cầu, so với 30% của Thái Lan và 46% của Malaysia. Do phần lớn doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam hiện có quy mô rất nhỏ nên khả năng tích tụ vốn đầu tư, đổi mới công nghệ, tăng quy mô sản xuất gặp khó

khăn. Điều này ảnh hưởng rất lớn đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày một sâu, nhất là trong thời điểm dịch bệnh đang diễn biến phức tạp.

1.2. Cạnh tranh và vai trò của cạnh tranh trong nền kinh tế thị trường

1.2.1. Khái niệm

- Cạnh tranh là khái niệm rất rộng, xuất hiện trong hầu hết các lĩnh vực khác nhau của đời sống xã hội, từ cuộc sống sinh hoạt hằng ngày đến các lĩnh vực kinh tế, chính trị, văn hoá, thể thao... và có khá nhiều định nghĩa, cách hiểu khác nhau về cạnh tranh.

- Theo Từ điển kinh doanh, xuất bản ở Anh năm 1992 thì "cạnh tranh" được hiểu là "sự ganh đua, sự kình địch giữa các nhà kinh doanh trên thị trường nhằm tranh giành cùng một loại tài nguyên sản xuất hoặc cùng một loại khách hàng về phía mình".

- Từ điển tiếng Việt Bách khoa tri thức phổ thông cũng giải thích cạnh tranh theo nghĩa kinh tế là: Hoạt động tranh đua giữa những người sản xuất hàng hoá, giữa các thương nhân, các nhà kinh doanh trong nền kinh tế nhằm giành các điều kiện sản xuất, tiêu thụ và thị trường có lợi nhất.

1.2.2. Vai trò

a. Vai trò

Cạnh tranh có vai trò đặc biệt không chỉ đối với doanh nghiệp mà còn cả người tiêu dùng và nền kinh tế

- Đối với doanh nghiệp: Cạnh tranh quyết định sự tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp do khả năng cạnh tranh tác động đến kết quả tiêu thụ mà kết quả tiêu thụ sản phẩm là khâu quyết định trong việc doanh nghiệp có nên sản xuất nữa hay không. Cạnh tranh là động lực cho sự phát triển của doanh nghiệp, thúc đẩy doanh nghiệp tìm ra những biện pháp nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh của mình.

Cạnh tranh quyết định vị trí của doanh nghiệp trên thị trường thông qua thị phần của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh.

- Đối với người tiêu dùng: Nhờ có cạnh tranh giữa các doanh nghiệp mà người tiêu dùng có cơ hội nhận được những sản phẩm ngày càng phong phú và đa dạng với chất lượng và giá thành phù hợp với khả năng của họ.

- Đối với nền kinh tế: Cạnh tranh là động lực phát triển của các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế. Cạnh tranh là biểu hiện quan trọng để phát triển lực lượng sản xuất, thúc đẩy sự phát triển của khoa học kỹ thuật. Cạnh tranh là điều kiện giáo dục tính năng động của nhà doanh nghiệp bên cạnh đó góp phần gợi mở nhu cầu mới của xã hội thông qua sự xuất hiện của các sản phẩm mới. Điều này chứng tỏ chất lượng cuộc sống ngày càng được nâng cao. Tuy nhiên cạnh tranh cũng dẫn tới sự phân hoá giàu nghèo có thể dẫn tới xu hướng độc quyền trong kinh doanh

b. Bản chất

Cạnh tranh là sự ganh đua giữa các chủ thể kinh doanh trên thị trường để giành giật khách hàng: Trong kinh tế học, thị trường được xác định là cơ chế trao đổi thương người mua và người bán cùng một loại hàng hóa hay dịch vụ đến với nhau. Đó đơn giản là giao dịch chứ không phải là địa điểm như mọi người thường nghĩ nói hình thành khi người mua đồng ý trả một mức giá cho sản phẩm mà nhà cung cấp bán ra. Trên thị trường giữa khách hàng và nhà cung cấp luôn luôn thể hiện nhu cầu lợi ích khác nhau. Khách hàng mong muốn mua được sản phẩm phù hợp nhất với giá rẻ nhất có thể, trong khi đó, nhà cung cấp mong muốn bán được sản phẩm càng nhanh càng tốt để đầu tư phát triển sản xuất thu được nhiều lợi nhuận. Khuynh hướng này là nguồn gốc tạo ra sự cạnh tranh sự ganh đua giữa các chủ thể kinh doanh trên thị trường để lôi kéo khách hàng về phía mình. Để ganh đua với nhau, các chủ thể kinh doanh phải sử dụng các phương thức, thủ đoạn kinh doanh được gọi là các hành vi cạnh tranh của doanh nghiệp. Kết quả của cuộc cạnh tranh trên thị trường làm cho người chiến thắng mở rộng được thị phần, tăng lợi nhuận, kẻ thua cuộc mất khách

hàng và phải rời khỏi thị trường. Quá trình cạnh tranh ganh đua của các chủ thể kinh doanh phải xem xét lại mình để làm sao sử dụng tất cả các nguồn lực muốn cách hiệu quả.

Chủ thể của cạnh tranh là các tổ chức các cá nhân kinh doanh có tư cách pháp lý độc lập. Cạnh tranh thì diễn ra khi có sự ganh đua của ít nhất hai chủ thể trở lên và phần lớn là đối thủ của nhau. Nếu không có đối thủ hay nói cách khác là tồn tại tình trạng độc quyền thì cạnh tranh không thể diễn ra.

Quá trình cạnh tranh giữa các đối thủ diễn ra trên thị trường: Các chủ thể kinh doanh khi tham gia vào thị trường luôn ganh đua nhau dành cơ hội tốt nhất để mở rộng thị trường. Tuy nhiên, cạnh tranh thường chỉ định ra giữa các doanh nghiệp có chung lợi ích như cùng tìm kiếm nguồn nguyên liệu đầu vào giống nhau hoặc cùng tìm kiếm trên thị trường để bán những sản phẩm tương tự nhau. Điều đó làm cho các doanh nghiệp có chung lợi ích tranh giành trở thành đối thủ của nhau. Chúng ta khó có thể thấy có sự cạnh tranh giữa một doanh nghiệp sản xuất xi măng với một doanh nghiệp kinh doanh đồ ăn uống hoặc có cũng có cạnh tranh giữa hai nhà sản xuất quần áo ở hai quốc gia chưa hề có quan hệ thương mại. Bởi vậy, lý thuyết cạnh tranh xác định sự tồn tại của cạnh tranh giữa các chủ thể kinh doanh khi chúng là đối thủ của nhau và sự cạnh tranh ,ganh đua giữa các đối thủ đó được thể hiện trên thị trường. Đặc biệt, đối với nhiều hành vi hạn chế cạnh tranh, để xác định có hành vi này xảy ra hay không thì phải xác định chủ thể thực hiện hành vi đó hoạt động trên thị trường liên quan nào và những ai là đối thủ cạnh tranh của nó.

Cạnh tranh chỉ diễn ra trong điều kiện của cơ chế thị trường: Cạnh tranh là hoạt động nhằm tranh giành thị trường, lôi kéo khách hàng về phía mình của các chủ thể kinh doanh. Nên cạnh tranh chỉ diễn ra trong cơ chế thị trường khi mà công dân có quyền tự do kinh doanh tự do thành lập doanh nghiệp, tự do tìm kiếm cơ hội để phát triển sản xuất kinh doanh. Trong thời kỳ phong kiến nhà nước phong kiến luôn chủ trương hình thành và phát triển các phường hội các công xã nông thôn mang tính

phép kín tự cung tự cấp do đó cạnh tranh không có điều kiện để phát triển. Trong nền kinh tế kế hoạch hóa tập trung nơi mà nhà nước là nhà đầu tư duy nhất nắm quyền lực chính trị và quyền lực kinh tế nên không thể nói đến kinh tế thị trường, không thể tồn tại quyền tự do kinh doanh của cá nhân, do đó cạnh tranh cũng không thể tồn tại với tính chất là sự ganh đua kinh tế giữa các chủ thể kinh doanh trên thị trường.

1.2.3. Các hình thức cạnh tranh

a. Căn cứ vào chủ thể tham gia vào thị trường

Người ta chia cạnh tranh làm ba loại:

- Cạnh tranh giữa người bán và người mua: Là cuộc cạnh tranh diễn ra theo "luật" mua rẻ bán đắt. Người mua luôn muốn mua được rẻ, ngược lại người bán lại luôn muốn được bán đắt. Sự cạnh tranh này được thực hiện trong quá trình mặc cả và cuối cùng giá cả được hình thành và hành động mua được thực hiện.

- Cạnh tranh giữa người mua với người bán: Là cuộc cạnh tranh trên cơ sở quy luật cung cầu. Khi một loại hàng hoá, dịch vụ nào đó mà mức cung cấp nhỏ hơn nhu cầu tiêu dùng thì cuộc cạnh tranh sẽ trở nên quyết liệt và giá dịch vụ hàng hoá đó sẽ tăng. Kết quả cuối cùng là người bán sẽ thu được lợi nhuận cao, còn người mua thì mất thêm một số tiền. Đây là một cuộc cạnh tranh mà những người mua tự làm hại chính mình.

- Cạnh tranh giữa những người bán với nhau: Đây là cuộc cạnh tranh gay go và quyết liệt nhất, nó có ý nghĩa sống còn đối với bất kỳ một doanh nghiệp nào. Khi sản xuất hàng hoá phát triển, số người bán càng tăng lên thì cạnh tranh càng quyết liệt bởi vì doanh nghiệp nào cũng muốn giành lấy lợi thế cạnh tranh, chiếm lĩnh thị phần của đối thủ và kết quả đánh giá doanh nghiệp nào chiến thắng trong cuộc cạnh tranh này là việc tăng doanh số tiêu thụ, tăng thị phần và cùng với đó sẽ là tăng lợi nhuận, tăng đầu tư chiều sâu và mở rộng sản xuất. Trong cuộc chạy đua này những doanh nghiệp nào không có chiến lược cạnh tranh thích hợp thì sẽ lần lượt bị gạt ra khỏi thị

trường nhưng đồng thời nó lại mở rộng đường cho những doanh nghiệp nào nắm chắc được "vũ khí" cạnh tranh và dám chấp nhận luật chơi phát triển.

b. Căn cứ theo phạm vi ngành kinh tế

Người ta chia cạnh tranh thành hai loại:

- Cạnh tranh trong nội bộ ngành: Là cạnh tranh giữa các doanh nghiệp cùng sản xuất hoặc tiêu thụ một loại hàng hoá hoặc dịch vụ nào đó. Trong cuộc cạnh tranh này có sự thôn tính lẫn nhau. Những doanh nghiệp chiến thắng sẽ mở rộng phạm vi hoạt động của mình trên thị trường. Những doanh nghiệp thua cuộc sẽ phải thu hẹp kinh doanh thậm chí phá sản.

- Cạnh tranh giữa các ngành: Là sự cạnh tranh giữa các chủ doanh nghiệp trong ngành kinh tế khác nhau, nhằm giành lấy lợi nhuận lớn nhất. Trong quá trình cạnh tranh này, các chủ doanh nghiệp luôn say mê với những ngành đầu tư có lợi nhuận nên đã chuyển vốn từ ngành ít lợi nhuận sang ngành nhiều lợi nhuận. Sự điều tiết tự nhiên theo tiếng gọi của lợi nhuận này sau một thời gian nhất định sẽ hình thành nên một sự phân phối hợp lý giữa các ngành sản xuất, để rồi kết quả cuối cùng là, các chủ doanh nghiệp đầu tư ở các ngành khác nhau với số vốn như nhau thì cũng chỉ thu được như nhau, tức là hình thành tỷ suất lợi nhuận bình quân giữa các ngành.

c. Căn cứ vào mức độ, tính chất của cạnh tranh trên thị trường

Người ta chia cạnh tranh thành 3 loại:

- Cạnh tranh hoàn hảo: Là hình thức cạnh tranh mà trên thị trường có rất nhiều người bán, người mua nhỏ, không ai trong số họ đủ lớn để bằng hành động của mình ảnh hưởng đến giá cả dịch vụ. Điều đó có nghĩa là không cần biết sản xuất được bao nhiêu, họ đều có thể bán được tất cả sản phẩm của mình tại mức giá thị trường hiện hành. Vì vậy một hãng trong thị trường cạnh tranh hoàn hảo không có lý do gì để bán rẻ hơn mức giá thị trường. Hơn nữa nó sẽ không tăng giá của mình lên cao hơn giá thị trường vì nếu thế thì hãng sẽ chẳng bán được gì. Nhóm người tham gia vào

thị trường này chỉ có cách là thích ứng với mức giá bởi vì cung cầu trên thị trường được tự do hình thành, giá cả theo thị trường quyết định, tức là ở mức số cầu thu hút được tất cả số cung có thể cung cấp. Đối với thị trường cạnh tranh hoàn hảo sẽ không có hiện tượng cung cầu giả tạo, không bị hạn chế bởi biện pháp hành chính nhà nước. Vì vậy trong thị trường này giá cả thị trường sẽ dần tới mức chi phí sản xuất.

- Cạnh tranh không hoàn hảo: Nếu một hãng có thể tác động đáng kể đến giá cả thị trường đối với đầu ra của hãng thì hãng ấy được liệt vào "hãng cạnh tranh không hoàn hảo"... Như vậy cạnh tranh không hoàn hảo là cạnh tranh trên thị trường không đồng nhất với nhau. Mỗi loại sản phẩm có thể có nhiều loại nhãn hiệu khác nhau, mỗi loại nhãn hiệu lại có hình ảnh và uy tín khác nhau mặc dù xem xét về chất lượng thì sự khác biệt giữa các sản phẩm là không đáng kể. Các điều kiện mua bán cũng rất khác nhau. Những người bán có thể cạnh tranh với nhau nhằm lôi kéo khách hàng về phía mình bằng nhiều cách như: Quảng cáo, khuyến mại, những ưu đãi về giá và dịch vụ trước, trong và sau khi mua hàng. Đây là loại hình cạnh tranh rất phổ biến trong giai đoạn hiện nay .

- Cạnh tranh độc quyền: Là cạnh tranh trên thị trường mà ở đó một người bán một loại sản phẩm không đồng nhất. Họ có thể kiểm soát gần như toàn bộ sản phẩm hay hàng hoá bán ra thị trường. Thị trường này có pha trộn lẫn giữa độc quyền và cạnh tranh gọi là thị trường cạnh tranh độc quyền. ở đây xảy ra cạnh tranh giữa các nhà độc quyền. Điều kiện gia nhập hoặc rút lui khỏi thị trường cạnh tranh độc quyền có nhiều trở ngại do vốn đầu tư lớn hoặc do độc quyền về bí quyết công nghệ, thị trường này không có cạnh tranh về giá cả mà một số người bán toàn quyền quyết định giá cả. Họ có thể định giá cao hơn tùy thuộc vào đặc điểm tiêu dùng của từng sản phẩm, cốt sao cuối cùng họ thu được lợi nhuận tối đa. Những nhà doanh nghiệp nhỏ tham gia vào thị trường này phải chấp nhận bán hàng theo giá cả của nhà độc quyền.

1.2.4. Những công cụ cạnh tranh chủ yếu

* **Giá cả:** Giá cả là phạm trù trung tâm của kinh tế hàng hóa của cơ chế thị trường. Giá cả là một công cụ quan trọng trong cạnh tranh. Giá cả là sự biểu hiện bằng tiền của giá sản phẩm mà người bán có thể dự tính nhận được từ người mua thông qua sự trao đổi giữa các sản phẩm đó trên thị trường giá cả phụ thuộc vào các yếu tố sau:

- **Chính sách giá thấp:** Là chính sách giá thấp hơn thị trường để thu hút khách hàng về phía mình. Chính sách này đòi hỏi doanh nghiệp phải có tiềm lực vốn lớn, phải tính toán chắc chắn và đầy đủ mọi tình huống rủi ro có thể xảy ra đối với doanh nghiệp khi áp dụng chính sách này .

- **Chính sách giá cao :** Là chính sách định giá cao hơn giá thị trường hàng hóa. Chính sách này áp dụng cho các doanh nghiệp có sản phẩm độc quyền hay dịch vụ độc quyền không bị cạnh tranh.

- **Chính sách phân biệt giá:** Nếu các đối thủ cạnh tranh chưa có mức giá phân biệt thì cũng là một thứ vũ khí cạnh tranh không kém phần lợi hại của doanh nghiệp . Chính sách giá phân biệt của doanh nghiệp được thể hiện là với cùng một loại sản phẩm nhưng có nhiều mức giá khác nhau và mức giá đó được phân biệt theo các tiêu thức khác nhau.

- **Chính sách phá giá:** Giá bán thấp hơn thị trường thậm chí là thấp hơn giá thành. Doanh nghiệp dùng vũ khí giảm giá làm công cụ cạnh tranh để đánh bại đối thủ ra khỏi thị trường. Nhưng bên cạnh vũ khí này thì doanh nghiệp phải mạnh về tiềm lực tài chính, về khoa học công nghệ và uy tín của sản phẩm trên thị trường. Việc bán phá giá chỉ nên thực hiện trong một thời gian nhất định mà chỉ có thể loại bỏ được đối thủ nhỏ mà có loại được đối thủ lớn .

* **Cạnh tranh sản phẩm:** Là tổng thể những chỉ tiêu, thuộc tính của sản phẩm thể hiện mức độ thỏa mãn nhu cầu trong những điều kiện xác định phù hợp với công

dụng của sản phẩm.

- Ngày nay , chất lượng sản phẩm đã trở thành một công cụ cạnh tranh quan trọng của các doanh nghiệp trên thị trường. Chất lượng sản phẩm càng cao tức là mức độ thâm mã nhu cầu càng cao dẫn tới đẩy mạnh tốc độ tiêu thụ làm tăng khả năng trong thắng thế trong cạnh tranh của doanh nghiệp. Trong điều kiện hiện nay mức sống của người dân ngày càng được nâng cao tức là nhu cầu có khả năng thanh toán của người tiêu dùng tăng lên thì sự cạnh tranh bằng giá cả đã và sẽ có xu hướng vị trí cho sự cạnh tranh bằng chất lượng.

- Chất lượng sản phẩm là tập hợp các thuộc tính của sản phẩm trong điều kiện nhất định về kinh tế kỹ thuật. Chất lượng là một chỉ tiêu tổng hợp thể hiện ở nhiều mặt khác nhau tính cơ lý hóa đúng như các chỉ tiêu quy định hình dáng màu sắc hấp dẫn. Với mỗi loại sản phẩm khác nhau tuy nhiên vấn đề đặt ra là doanh nghiệp phải luôn luôn giữ vững và không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm. Đó là điều kiện không thể thiếu Nếu doanh nghiệp muốn giành được thắng lợi trong cạnh tranh, nói một cách khác Chất lượng sản phẩm là vấn đề sống còn đối với doanh nghiệp. Khi chất lượng không còn được đảm bảo không thỏa mãn nhu cầu khách hàng thì ngay lập tức khách hàng sẽ rời bỏ doanh nghiệp. Nâng cao chất lượng sản phẩm có ý nghĩa hết sức quan trọng đối với việc tăng khả năng cạnh tranh thể hiện trên các giác độ:

+ Chất lượng sản phẩm tăng lên sẽ thu hút được khách hàng đang được khối lượng hàng hóa tiêu thụ , Tam uy tín sản phẩm mở rộng thị trường từ đó tăng doanh thu tăng lợi nhuận đảm bảo hoàn thành các mục tiêu mà doanh nghiệp đã đề ra,

+ Nâng cao chất lượng sản phẩm có nghĩa là nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

* Các công cụ cạnh tranh khác

- Dịch vụ sau bán hàng: hoạt động tiêu thụ của doanh nghiệp không dừng lại sau lúc bán hàng thu tiền của khách hàng mà để nâng cao uy tín và trách nhiệm đến

cùng đối với người tiêu dùng về sản phẩm của doanh nghiệp thì doanh nghiệp cần phải làm tốt các dịch vụ sau bán hàng.

- Nội dung của hoạt động dịch vụ sau bán hàng:

+ Cam kết thu lại sản phẩm và hoàn trả tiền cho khách hoặc đổi lại hàng nếu như sản phẩm không theo đúng yêu cầu ban đầu của khách hàng.

+ Cam kết bảo hành trong thời gian nhất định

Qua các dịch vụ sau bán hàng, doanh nghiệp sẽ nắm bắt được sản phẩm của mình có đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng hay không.

- Phương thức thanh toán: Đây cũng là một công cụ cạnh tranh được nhiều doanh nghiệp sử dụng, phương thức thanh toán gọn nhẹ, rườm rà hay nhanh chậm sẽ ảnh hưởng đến công tác tiêu thụ và do đó ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Các doanh nghiệp có thể áp dụng các phương pháp như:

+ Đối với khách hàng ở xa thì có thể trả tiền hàng qua ngân hàng vừa nhanh vừa đảm bảo an toàn cho cả khách hàng lẫn doanh nghiệp.

+ Với một số trường hợp đặc biệt, các khách hàng có uy tín với doanh nghiệp hoặc khách hàng là người mua sản phẩm thường xuyên của doanh nghiệp thì có thể cho khách hàng trả chậm tiền hàng sau một thời gian nhất định .

+ Giảm giá đối với khách hàng thanh toán tiền ngay hoặc mua với số lượng lớn.

* Hệ thống kênh phân phối: Trước hết để tiêu thụ sản phẩm, doanh nghiệp cần phải chọn các kênh phân phối, lựa chọn thị trường, nghiên cứu thị trường và lựa chọn kênh phân phối để sản phẩm sản xuất ra được tiêu thụ nhanh chóng, hợp lý và đạt được hiệu quả cao. Chính sách phân phối sản phẩm đạt được các mục tiêu giải phóng nhanh chóng lượng hàng tiêu thụ, tăng nhanh vòng quay của cuốn thúc đẩy sản xuất nhờ vậy tăng nhanh khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Theo sự tác động của thị trường, tùy theo nhu cầu của người mua và người bán, tùy theo tính chất của hàng hóa và quy mô của doanh nghiệp theo các kênh mà có thể sử dụng thêm vai trò của người môi giới. Bên cạnh việc tổ chức tiêu thụ sản phẩm, doanh nghiệp có thể đẩy mạnh các hoạt động tiếp thị, quảng cáo bán hàng để thu hút khách hàng. Nhưng nhìn chung việc lựa chọn kênh phân phối phải dựa trên các đặc điểm sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp cũng như đặc điểm kinh tế kỹ thuật của sản phẩm cần tiêu thụ. Đồng thời việc lựa chọn kênh phân phối cũng như lựa chọn trên đặc điểm thị trường cần tiêu thụ, đặc điểm về khoảng cách đến thị trường, địa hình, hệ thống giao thông của thị trường và khả năng tiêu thụ của sản phẩm. Từ việc phân tích các đặc điểm trên doanh nghiệp sẽ lựa chọn cho mình một hệ thống kênh phân phối hợp lý đạt hiệu quả cao.

1.3. Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp

1.3.1. Khái niệm

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thoả mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ngày càng cao hơn.

Năng lực cạnh tranh là cách thức các nước tạo điều kiện tốt nhất về kinh tế, xã hội và môi trường cho phát triển kinh tế.

1.3.2. Các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Cũng như khái niệm năng lực cạnh tranh, việc đo lường và xác định các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh là những vấn đề chưa được hiểu một cách thống nhất. Có khá nhiều các nghiên cứu dưới góc độ lý thuyết để xác định phương pháp đo lường năng lực cạnh tranh.

Năm 1994, Chaharbaghi và Feurer đưa ra khung khổ đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, theo đó năng lực cạnh tranh phụ thuộc vào đánh giá (giá trị)

của khách hàng và người cung ứng, môi trường cạnh tranh và động cơ thúc đẩy cạnh tranh. Họ phân ra 3 loại giá trị: giá trị của khách hàng, giá trị của những người cộng tác và khả năng hành động - phản ứng.

Theo Wangwe (1995), Biggs và Saturi (1997), chỉ tiêu đo lường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là hiệu quả kỹ thuật và năng suất; theo Cockbum (1997) đó là hiệu quả tài chính theo nghĩa hẹp (lợi nhuận); theo Porter (1990), đó là khả năng duy trì lợi thế cạnh tranh (chi phí thấp và sự khác biệt của sản phẩm); theo Salinger(2001), đó là năng suất lao động và năng lực vốn con người (Human Capital) v.v.

Flanagan (2007) và các cộng sự đã hệ thống hoá các tài liệu nghiên cứu và đo lường năng lực cạnh tranh ở nhiều nước dưới các góc độ khác nhau: quốc gia, ngành và doanh nghiệp.

Theo đó, ở cấp độ doanh nghiệp có hai nhóm chỉ tiêu đo lường năng lực cạnh tranh là: mức thu lãi và năng suất. Trong đó, mức thu lãi được tính bằng các chỉ số như: tiền lãi trên doanh số, tiền lãi trên tổng vốn,... còn năng suất được tính theo năng suất yếu tố (đầu ra trên mỗi yếu tố đầu vào) và năng suất tổng thể (tổng đầu ra trên tổng đầu vào). Kết quả nghiên cứu về năng lực cạnh tranh của Momaya (2004) đã hệ thống hoá cụ thể hơn các tiêu chí đo lường năng lực cạnh tranh doanh nghiệp theo từng nhóm năng lực như sau:

- Khả năng khai thác, sử dụng tài sản (Assets) gồm các chỉ tiêu liên quan tới: nguồn nhân lực, cơ cấu doanh nghiệp, văn hóa doanh nghiệp, công nghệ.

- Năng lực vận hành các quá trình (Processes): quá trình quản lý chiến lược (năng lực quản lí, chiến lược cạnh tranh, khả năng linh hoạt và thích ứng); quá trình sử dụng nguồn nhân lực (tài năng thiết kế và cải tiến); các quá trình công nghệ (đổi mới, các hệ thống công nghệ, công nghệ thông tin; các quá trình tác nghiệp (sản xuất, chất lượng...); các quá trình marketing (marketing, quản lý các mối quan hệ, năng lực thuyết phục...).

- Năng lực cạnh tranh hoạt động, gồm các chỉ tiêu: năng suất, thị phần tài chính, sự khác biệt, mức sinh lời, giá cả, chi phí, sự đa dạng sản phẩm, hiệu quả, tạo ra giá trị, đáp ứng nhu cầu khách hàng phát triển sản phẩm mới.

Trong các mô hình phân tích và đo lường năng lực cạnh tranh nêu trên, đối với cấp độ doanh nghiệp, đáng chú ý là mô hình Assets - Process – Performance (APP) của Bekley cùng các cộng sự (1988). Theo đó, năng lực cạnh tranh và đo lường năng lực cạnh tranh của DN gắn với 3 nhóm yếu tố: khả năng hoạt động, khả năng tạo đầu ra của tài sản và quá trình quản lý. Theo các nhà nghiên cứu này, cả ba nhóm yếu tố này cần được phối hợp để bảo đảm cạnh tranh bền vững cho quốc gia, ngành và từng DN.

1.3.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa

1.3.3.1. Các yếu tố bên trong

Có 6 nhóm nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa được nghiên cứu trong luận án, bao gồm: (1) năng lực tổ chức quản lý doanh nghiệp; (2) năng lực marketing; (3) năng lực tài chính; (4) năng lực tiếp cận và đổi mới công nghệ; (5) năng lực tổ chức dịch vụ và (6) năng lực tạo lập các mối quan hệ

a. Năng lực tổ chức quản lý doanh nghiệp

Năng lực tổ chức, quản lý doanh nghiệp được coi là nhân tố có tính quyết định sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp nói chung cũng như năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nói riêng. trình độ tổ chức, quản lý doanh nghiệp được thể hiện trên các mặt:

- Trình độ của đội ngũ cán bộ quản lý: được thể hiện bằng những kiến thức cần thiết để quản lý và điều hành, thực hiện các công việc đối nội và đối ngoại của doanh nghiệp. trình độ của đội ngũ này không chỉ đơn thuần là trình độ học vấn mà còn thể hiện những kiến thức rộng lớn và phức tạp thuộc rất nhiều lĩnh vực liên quan tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, từ pháp luật trong nước và quốc tế, thị trường, ngành hàng,... đến kiến thức về xã hội, nhân văn. ở nhiều nước, trình độ và năng lực của giám đốc doanh nghiệp nói riêng và đội ngũ cán bộ quản lý doanh nghiệp nói chung không chỉ được đo bằng bằng cấp của các trường quản lý danh tiếng, mà còn thể hiện ở tính chuyên nghiệp, ở tầm nhìn xa trông rộng, có óc quan sát, phân tích,

nắm bắt cơ hội kinh doanh, xử lý các tình huống, giải quyết các vấn đề thực tiễn đặt ra. trình độ, năng lực của cán bộ quản lý tác động trực tiếp và toàn diện tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện qua việc hoạch định và thực hiện chiến lược, lựa chọn phương pháp quản lý, tạo động lực trong doanh nghiệp... tất cả những việc đó không chỉ tạo ra không gian sinh tồn và phát triển của sản phẩm, mà còn tác động đến năng suất, chất lượng và giá thành, uy tín của doanh nghiệp.

- Trình độ tổ chức, quản lý doanh nghiệp: thể hiện ở việc sắp xếp, bố trí cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý và phân định rõ chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận. việc hình thành tổ chức bộ máy quản lý doanh nghiệp theo hướng tinh, gọn, nhẹ và hiệu lực cao có ý nghĩa quan trọng không chỉ bảo đảm hiệu quả quản lý cao, ra quyết định nhanh chóng, chính xác, mà còn làm giảm tương đối chi phí quản lý của doanh nghiệp. nhờ đó mà nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

- Trình độ, năng lực quản lý của doanh nghiệp còn thể hiện trong việc hoạch định chiến lược kinh doanh, lập kế hoạch, điều hành tác nghiệp,... điều này có ý nghĩa lớn trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp trong ngắn hạn và dài hạn và do đó có tác động mạnh tới việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

b. Năng lực marketing

Marketing là chức năng làm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng để đạt được mục tiêu của doanh nghiệp, Kotler và cộng sự (2006). Vì vậy, năng lực marketing của doanh nghiệp được thể hiện thông qua việc liên tục theo dõi và đáp ứng được với những thay đổi của khách hàng cùng với đối thủ cạnh tranh (Kotler và cộng sự, 2006; Homburg và cộng sự, 2007). Năng lực marketing của doanh nghiệp được thể hiện, một là, thông qua việc liên tục theo dõi và đáp ứng được với những thay đổi của thị trường, bao gồm khách hàng, đối thủ cạnh tranh và môi trường vĩ mô (Homburg C, Grozdanovic M & Larman M, 2007). hai là doanh nghiệp phải luôn nỗ lực tạo dựng mối quan hệ tốt với các đối tác kinh doanh như nhà cung cấp, khách hàng, nhà phân

phối và chính quyền. Theo Gronroos C (1994), ngành marketing chuyển hướng từ mô hình hỗn hợp 4p (product-price-place-promotion) sang mô hình marketing môi quan hệ (relationship marketing) thì marketing là quá trình thiết lập, duy trì và củng cố các mối quan hệ với khách hàng và các đối tác có liên quan để thỏa mãn mục tiêu của các thành viên trong môi quan hệ này. Do vậy chất lượng mối quan hệ giữa các thành viên trong quá trình kinh doanh như doanh nghiệp và nhà cung cấp, doanh nghiệp và kênh phân phối, doanh nghiệp và khách hàng, doanh nghiệp và chính quyền có liên quan, v.v...đóng vai trò quan trọng trong việc đánh giá năng lực marketing của doanh nghiệp.

Năng lực marketing có ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được nghiên cứu bởi các tác giả Berkenveld và cộng sự (2005); Kotler và cộng sự (2006); Chang và cộng sự (2007); Homburg và cộng sự (2007); Lee và King (2009); việc đánh giá năng lực marketing của doanh nghiệp được thực hiện thông qua bốn thành phần cơ bản sau (Thọ & Trang, 2009)

-Đáp ứng khách hàng (customer responsiveness) thể hiện sự đáp ứng của doanh nghiệp theo sự thay đổi về nhu cầu và ước muốn của khách hàng.

- Phản ứng với đối thủ cạnh tranh (competitor responsiveness), gọi tắt là phản ứng cạnh tranh, thể hiện sự theo dõi của doanh nghiệp đối với các hoạt động kinh doanh của đối thủ cạnh tranh. chẳng hạn như các chiến lược marketing mà doanh nghiệp thực hiện để đáp trả với đối thủ cạnh tranh.

-Thích ứng với môi trường vĩ mô (responsiveness to the change of the macroenvironment), gọi tắt là thích ứng môi trường, thể hiện việc doanh nghiệp theo dõi sự thay đổi của môi trường vĩ mô để nắm bắt các cơ hội và rào cản kinh doanh từ đó có các chính sách kinh doanh phù hợp.

-Chất lượng mối quan hệ với đối tác (relationship quality), gọi tắt là chất lượng quan hệ, thể hiện mức độ doanh nghiệp đạt được chất lượng mối quan hệ với khách hàng, nhà cung cấp, nhà phân phối và các cấp chính quyền có liên quan. đó là việc

doanh nghiệp thực hiện những cam kết đã đề ra với khách hàng hay là các thành viên tham gia thỏa mãn với mỗi quan hệ đã thiết lập.

Như vậy, năng lực Marketing thể hiện thông qua khả năng theo dõi và đáp ứng với những thay đổi của thị trường, bao gồm khách hàng, đối thủ cạnh tranh, hoạt động phối hợp giữa các phòng ban chức năng (Kohli & Jaworski, 1990; Narver & Slater, 1990), thích ứng với môi trường kinh doanh và chất lượng mối quan hệ (Vorhies & Harker, 2000; Hou, 2008; Thọ & Trang, 2008).

c. Năng lực tài chính

Năng lực tài chính của doanh nghiệp là khả năng đảm bảo nguồn lực tài chính cho hoạt động của doanh nghiệp nhằm đạt được các mục đích mà doanh nghiệp đã đề ra. như vậy năng lực tài chính của doanh nghiệp được thể hiện ở khả năng đảm bảo nguồn vốn mà doanh nghiệp có khả năng huy động đáp ứng nhu cầu vốn cho các hoạt động của doanh nghiệp; được thể hiện ở quy mô vốn, khả năng huy động và sử dụng vốn có hiệu quả, năng lực quản lý tài chính... trong doanh nghiệp. Trước hết, năng lực tài chính gắn với vốn - là một yếu tố sản xuất cơ bản và là một đầu vào của doanh nghiệp. do đó, việc sử dụng vốn có hiệu quả, quay vòng vốn nhanh... có ý nghĩa rất lớn trong việc làm giảm chi phí vốn, giảm giá thành sản phẩm. Đồng thời, vốn còn là tiền đề đối với các yếu tố sản xuất khác. Việc huy động vốn kịp thời nhằm đáp ứng vật tư, nguyên liệu, thuê công nhân, mua sắm thiết bị, công nghệ, tổ chức hệ thống bán lẻ...

Như vậy, năng lực tài chính phản ánh sức mạnh kinh tế của doanh nghiệp, là yêu cầu đầu tiên, bắt buộc phải có nếu muốn doanh nghiệp thành công trong kinh doanh và nâng cao năng lực cạnh tranh.

d. Năng lực tiếp cận và đổi mới công nghệ

Thiết bị, công nghệ sản xuất là yếu tố rất quan trọng, ảnh hưởng rất lớn đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. công nghệ phù hợp cho phép rút ngắn thời

gian sản xuất, giảm mức tiêu hao năng lượng, tăng năng suất, hạ giá thành sản phẩm, nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo ra lợi thế quan trọng đối với sản phẩm của doanh nghiệp. Công nghệ còn tác động tới tổ chức sản xuất của doanh nghiệp, nâng cao trình độ cơ khí hoá, tự động hoá của doanh nghiệp. Để có công nghệ phù hợp, doanh nghiệp cần có thông tin về công nghệ, chuyển giao công nghệ, tăng cường nghiên cứu cải tiến công nghệ, hợp lí hoá sản xuất, tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, đầu tư đổi mới công nghệ. Đồng thời, doanh nghiệp cần đào tạo nâng cao trình độ tay nghề để sử dụng có hiệu quả công nghệ hiện đại.

Các nghiên cứu của Hudson (2001); Quian, Li (2003); Chowdhury, Islam Alam (2013); Thọ & Trang, 2008 cho thấy các đặc điểm sau về công nghệ tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đó là: Chậm đổi mới công nghệ; Công nghệ phù hợp; Khả năng ứng dụng và tiếp cận công nghệ mới; Trình độ nhân lực của bộ phận nghiên cứu và ứng dụng công nghệ mới trong doanh nghiệp.

e. Năng lực tổ chức dịch vụ

Theo A.Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L.Berry (1985), một trong các yếu tố mà doanh nghiệp tạo được chỗ đứng trên thị trường đó là: khả năng đáp ứng (Responsiveness), năng lực phục vụ (Competence) với khách hàng và tạo sự tín nhiệm nơi khách hàng (Credibility). Kết quả nghiên cứu của các nhà khoa học như A.Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Leonard L.Berry (1985) cho thấy doanh nghiệp có khả năng tổ chức dịch vụ tốt sẽ tạo lợi thế cạnh tranh để đưa sản phẩm kinh doanh đến với khách hàng nhanh và hiệu quả hơn (giá trị và hiếm). Từng thành viên được trang bị về kiến thức của sản phẩm sẽ có khả năng thỏa mãn những mong đợi (expectation) của khách hàng trong mỗi giao dịch và qua đó hình thành văn hóa của doanh nghiệp trong ngành mà doanh nghiệp đang hoạt động (không thể bắt chước được và không thể thay thế). Theo Tahir & Bakar (2007) thì năng lực phục vụ thể hiện qua sự mong muốn và sẵn sàng của nhân viên cung cấp dịch vụ kịp thời cho khách hàng nhằm đem lại sự hài lòng cho khách hàng. Nó thể hiện qua thái độ, kỹ

năng của nhân viên trong quá trình phục vụ. Nếu nhân viên có thái độ tích cực và kỹ năng chuyên nghiệp sẽ phục vụ khách hàng được chuyên nghiệp hơn và đem lại cho khách hàng sự hài lòng, từ đó tạo ra lòng trung thành của khách hàng.

f. Năng lực tạo lập các mối quan hệ

Trong hoạt động sản xuất kinh doanh, ngoài việc tận dụng tốt các yếu tố nguồn lực để nâng cao năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp còn phải tạo lập các mối quan hệ với các đối tượng khác nhau. Các mối quan hệ này bao gồm: mối quan hệ với khách hàng, mối quan hệ với nhà cung cấp, mối quan hệ với các tổ chức tín dụng, mối quan hệ với các doanh nghiệp cùng ngành và mối quan hệ với chính quyền. Trong điều kiện nền kinh tế hội nhập sâu rộng như hiện nay, với những đặc điểm của doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam thì các mối quan hệ này có vai trò đặc biệt quan trọng, nó giúp cho các doanh nghiệp tận dụng tối đa các nguồn lực để có thể cạnh tranh một cách ngang bằng không chỉ với các doanh nghiệp trong nước mà còn với các doanh nghiệp nước ngoài đang ngày càng có xu hướng chiếm lĩnh thị trường trong nước. Bên cạnh đó trong điều kiện môi trường kinh doanh của Việt Nam hiện nay, mối quan hệ giữa doanh nghiệp với chính quyền cũng là một nhân tố "vô hình" tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Doanh nghiệp càng lớn, mối quan hệ với chính quyền càng rộng. Doanh nghiệp kinh doanh nhiều ngành nghề thì càng có mối quan hệ phức tạp với nhiều ngành, nhiều cấp.

1.3.3.2. Các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp

Có rất nhiều yếu tố bên ngoài tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Diễn đàn Kinh tế thế giới dựa trên mô hình kim cương của M. Porter để đưa ra các yếu tố bên ngoài tác động tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp dưới tiêu đề "môi trường kinh doanh của doanh nghiệp" với 56 chỉ tiêu cụ thể thuộc 4 nhóm yếu tố như dưới đây. Các chỉ tiêu này được lượng hoá để xếp hạng cho các quốc gia:

- Một là, các điều kiện yếu tố đầu vào gồm 5 phân nhóm: kết cấu hạ tầng vật chất - kỹ thuật; hạ tầng hành chính, nguồn nhân lực, hạ tầng công nghệ, thị trường tài chính.

- Hai là, các điều kiện về cầu: sở thích của người mua, tình hình pháp luật về tiêu dùng, về công nghệ thông tin...

- Ba là, các ngành cung ứng và ngành liên quan: chất lượng và số lượng các nhà cung cấp địa phương, khả năng tại chỗ về nghiên cứu chuyên biệt và dịch vụ đào tạo, mức độ hợp tác giữa các khu vực kinh tế, khả năng cung cấp tại chỗ các chi tiết và phụ kiện máy móc.

- Bốn là, bối cảnh đối với chiến lược và cạnh tranh của doanh nghiệp gồm hai phân nhóm là động lực và cạnh tranh (các rào cản vô hình, sự cạnh tranh của các nhà sản xuất địa phương, hiệu quả của việc chống độc quyền). Theo lô gíc truyền thống, các yếu tố bên ngoài doanh nghiệp tác động năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được phân chia thành các nhóm sau đây: thị trường, thể chế - chính sách, kết cấu hạ tầng, các ngành hỗ trợ.

a) Thị trường

Thị trường là môi trường kinh doanh rất quan trọng đối với doanh nghiệp. Thị trường vừa là nơi tiêu thụ sản phẩm, tìm kiếm các đầu vào thông qua hoạt động mua - bán hàng hoá dịch vụ đầu ra và các yếu tố đầu vào. Thị trường đồng thời còn là công cụ định hướng, hướng dẫn hoạt động của doanh nghiệp, thông qua mức cầu, giá cả, lợi nhuận để định hướng chiến lược, kế hoạch kinh doanh. Như vậy, sự ổn định của thị trường có ý nghĩa rất quan trọng đối với hoạt động của doanh nghiệp nói chung và nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp nói riêng. Để phát huy vai trò của các yếu tố thị trường đối với doanh nghiệp, cần có sự can thiệp của Nhà nước vào thị trường nhằm ổn định thị trường (hạn chế những biến động lớn của thị trường), tạo lập môi trường thị trường cạnh tranh tích cực và hiệu quả, chống gian lận thương mại, hạn chế độc quyền kinh doanh. Điều quan trọng là tạo lập môi trường thị trường cạnh tranh tích cực, tăng sức ép đổi mới quản lí, cải tiến quy trình sản xuất, ứng dụng thành tựu khoa học công nghệ, đổi mới và đa dạng hoá sản phẩm tạo động lực cho doanh nghiệp để vươn lên. Để tạo lập và duy trì môi trường thị trường ổn định và hiệu quả, Nhà nước cần xây dựng và thực hiện tốt pháp luật nhằm khuyến khích cạnh tranh tích cực, chống độc quyền, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, xử lí nghiêm các hành vi gian lận thương mại. Trong điều kiện thị trường lành mạnh và ổn định thì doanh nghiệp mới có điều kiện thuận lợi để nâng cao năng lực cạnh tranh của mình. Ngoài ra, cần tạo điều kiện thuận

lợi cho việc gia nhập thị trường, tạo ra nhiều nhà cung cấp cũng như nhiều đối tác kinh doanh, nhiều khách hàng cho doanh nghiệp.

b) Thể chế chính sách

Thể chế, chính sách là tiền đề quan trọng cho hoạt động của doanh nghiệp. Nội dung của thể chế, chính sách bao gồm các quy định pháp luật, các biện pháp hạn chế hay khuyến khích đầu tư hay kinh doanh đối với hàng hoá, dịch vụ, ngành nghề, địa bàn,... Thể chế, chính sách bao gồm pháp luật, chính sách về đầu tư, tài chính, tiền tệ, đất đai, công nghệ, thị trường,... nghĩa là các biện pháp điều tiết cả đầu vào và đầu ra cũng như toàn bộ quá trình hoạt động của doanh nghiệp. Do vậy, đây là nhóm yếu tố rất quan trọng và bao quát rất nhiều vấn đề liên quan tới hoạt động của doanh nghiệp nói chung và nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp nói riêng.

Thể chế, chính sách về đầu tư nhằm tạo lập môi trường đầu tư thuận lợi và an toàn, kích thích doanh nghiệp mở rộng đầu tư, đặc biệt là đầu tư vào ngành, lĩnh vực, địa bàn, sản phẩm mới. Thể chế, chính sách đầu tư có tác dụng nâng cao hiệu sử dụng vốn đầu tư, tiết kiệm thời gian, nguồn lực, giảm chi phí đầu tư của doanh nghiệp,...

Thể chế, chính sách về đất đai, vốn, công nghệ, lao động v.v. nhằm tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận thuận lợi các yếu tố đầu vào, tích thích và điều tiết việc sử dụng chúng hiệu quả hơn, đồng thời tạo tiền đề cho các doanh nghiệp giảm chi phí sử dụng các đầu vào.

Thể chế, chính sách về thương mại nhằm tạo điều kiện thuận lợi, tạo môi trường bình đẳng đối với các doanh nghiệp. Các thể chế, chính sách đối với doanh nghiệp có thể được đánh giá theo từng chính sách hoặc bằng chỉ tiêu tổng hợp với nhiều cách tiếp cận khác nhau.

c) Kết cấu hạ tầng

Kết cấu hạ tầng bao gồm hạ tầng vật chất - kỹ thuật và hạ tầng xã hội bao gồm hệ thống giao thông, mạng lưới điện, hệ thống thông tin, hệ thống giáo dục – đào tạo... Đây là tiền đề quan trọng, tác động mạnh đến hoạt động của doanh nghiệp, ảnh hưởng đến chất lượng và giá cả của sản phẩm. Diễn đàn Kinh tế thế giới (WEF) đã sử dụng tới 8 tiêu chí

phần ánh kết cấu hạ tầng trong tổng số 56 tiêu chí đánh giá về môi trường kinh doanh được sử dụng để tính năng lực cạnh tranh của quốc gia. Để đảm bảo cho doanh nghiệp hoạt động bình thường và nâng cao năng lực cạnh tranh, cần có hệ thống kết cấu hạ tầng đa dạng, có chất lượng tốt. Điều đó đòi hỏi có sự đầu tư phát triển.

d) Các ngành công nghiệp dịch vụ hỗ trợ

Trong nền sản xuất hiện đại, cùng với sự cạnh tranh ngày càng khốc liệt thì sự liên kết, hợp tác cũng phát triển mạnh mẽ. Thực tế chỉ ra rằng khi trình độ sản xuất càng hiện đại thì sự phụ thuộc lẫn nhau càng lớn. Các ngành công nghiệp hỗ trợ không những có tác động đến thời gian sản xuất, năng suất, chất lượng mà còn ảnh hưởng đến giá thành sản phẩm của nhiều doanh nghiệp. Để phát triển các ngành công nghiệp, dịch vụ hỗ trợ, cần tạo điều kiện cho sự ra đời và phát triển các ngành này.

e) Trình độ nguồn nhân lực

Trình độ nguồn nhân lực của quốc gia nói chung có vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển doanh nghiệp. Trong nền sản xuất hiện đại, đặc biệt là trong xu hướng chuyển sang nền kinh tế tri thức thì chất lượng nguồn nhân lực của quốc gia hay của một vùng lãnh thổ là yếu tố được quan tâm nhất khi các doanh nghiệp lựa chọn đầu tư. Trình độ và các điều kiện về NNL thể hiện ở kỹ năng của nguồn nhân lực, mức lương, hệ thống lương, điều kiện làm việc, sức khỏe và an toàn, đầu tư cho đào tạo, vai trò của công đoàn. Để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, cần chú trọng giáo dục và đào tạo, tạo mọi điều kiện để các cơ sở đào tạo, các hoạt động đào tạo phát triển thông qua cơ chế, chính sách và các biện pháp khác của Nhà nước.

Chương 2 - THỰC TRẠNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TRONG THỜI GIAN QUA

2.1. Khái quát về doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam

2.1.1. Sơ lược về các nhóm ngành của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Bảng 2.1. Sơ lược về các nhóm ngành của doanh nghiệp nhỏ và vừa

Nhóm ngành	Tỷ lệ (%)	Đặc điểm	Thách thức
Sản xuất và chế biến	30%	Bao gồm các doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng, thực phẩm, dệt may, giày dép và linh kiện. Đóng góp lớn vào xuất khẩu	Chi phí nguyên vật liệu cao, cạnh tranh từ quốc tế, chi phí lao động
Xây dựng	15%	Chủ yếu là doanh nghiệp xây dựng dân dụng, cơ sở hạ tầng, nhà ở và công trình công cộng. Thường là các doanh nghiệp nhỏ với số lượng nhân viên hạn chế	Biến động chi phí vật liệu xây dựng, khó khăn về vốn dài hạn
Thương mại và bán lẻ	25%	Bao gồm các doanh nghiệp buôn bán sản phẩm, hàng tiêu dùng, điện tử và hàng gia dụng. Là nhóm ngành phổ biến trong doanh nghiệp nhỏ và vừa do ít yêu cầu về vốn đầu tư lớn	Cạnh tranh khốc liệt biến, động nhu cầu tiêu dùng
Dịch vụ du lịch và lữ hành	5%	Các doanh nghiệp tổ chức như tour, khách sạn, dịch vụ vận chuyển du lịch và dịch vụ hướng dẫn bị ảnh hưởng lớn từ Covid-19 nhưng đang dần phục hồi	Phụ thuộc vào sự biến động của ngành du lịch và dịch bệnh
Dịch vụ tài chính và bảo hiểm	2%	Bao gồm các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ tài chính, bảo hiểm, kế toán và tư vấn tài chính. Số lượng doanh nghiệp nhỏ và vừa trong nhóm này ít nhưng đóng vai trò quan trọng	Khung pháp lý phức tạp, cạnh tranh với các công ty lớn

Công nghệ thông tin	8%	Gồm các công ty phát triển phần mềm , dịch vụ IT và giải pháp công nghệ. Đang tăng trưởng nhanh nhờ nhu cầu chuyển đổi số	Thiếu hụt nhân lực kỹ thuật cao, yêu cầu đầu tư công nghệ
Vận tải và logistics	10%	Bao gồm các doanh nghiệp vận tải hàng hóa, kho bãi và phân phối. Ngành nghề tăng trưởng do nhu cầu thương mại điện tử	Chi phí xăng dầu, cơ sở hạ tầng vận tải yếu
Y tế và giáo dục	5%	Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ khám chữa bệnh, phòng khám tư nhân và trung tâm đào tạo. Phục vụ chủ yếu cho người dân trong nước	Cạnh tranh từ dịch vụ công, chi phí vận hành cao

(Nguồn: Bộ Kế hoạch và Đầu tư Việt Nam)

2.1.2. Tình hình phát triển số lượng doanh nghiệp trong giai đoạn 2021-2023 của Việt Nam

Năm 2021, sự bùng phát mạnh của làn sóng Covid-19 lần thứ tư cùng với các đợt phong tỏa nghiêm ngặt, giãn cách kéo dài (đặc biệt là quý III/2021) đã tác động tiêu cực đến cộng đồng doanh nghiệp. Việc ban hành các chủ trương, chính sách đúng đắn, kịp thời, công tác chỉ đạo, tổ chức thực hiện khẩn trương, quyết liệt đã góp phần quan trọng trong khôi phục sản xuất và thúc đẩy thị trường, từng bước tạo niềm tin cho các doanh nghiệp. Số doanh nghiệp thành lập mới trong năm 2021 đạt 116,8 nghìn doanh nghiệp, giảm 13,4% so với năm trước; vốn đăng ký đạt 1.611,1 nghìn tỷ đồng, giảm 27,9%. Vốn đăng ký bình quân một doanh nghiệp thành lập mới trong năm 2021 đạt 13,8 tỷ đồng, giảm 16,8% so với năm trước. Nếu tính cả 2.524,9 nghìn tỷ đồng vốn đăng ký tăng thêm của 43,5 nghìn doanh nghiệp tăng vốn, tổng số vốn đăng ký bổ sung vào nền kinh tế trong 2021 là 4.136 nghìn tỷ đồng, giảm 25,8% so với năm trước. Bên cạnh đó, còn có 43,1 nghìn doanh nghiệp quay trở lại hoạt động (giảm 2,2% so với năm 2020), nâng tổng số doanh nghiệp thành lập mới và doanh

ng nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2021 lên gần 160 nghìn doanh nghiệp, giảm 10,7% so với năm trước. Bình quân một tháng có 13,3 nghìn doanh nghiệp thành lập mới và quay trở lại hoạt động.

Thêm vào đó, số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn gần 55 nghìn doanh nghiệp, tăng 18% so với năm trước; 48,1 nghìn doanh nghiệp ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể, tăng 27,8%; 16,7 nghìn doanh nghiệp hoàn tất thủ tục giải thể, giảm 4,1%, trong đó có 14,8 nghìn doanh nghiệp có quy mô vốn dưới 10 tỷ đồng, giảm 4%; 211 doanh nghiệp có quy mô vốn trên 100 tỷ đồng, giảm 20,7%. Bình quân một tháng có gần 10 nghìn doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường.

Số doanh nghiệp thành lập mới trong năm 2022 đạt 148,5 nghìn doanh nghiệp, tăng 27,1% so với năm trước; vốn đăng ký đạt 1.590,9 nghìn tỷ đồng, giảm 1,3%. Vốn đăng ký bình quân một doanh nghiệp thành lập mới trong năm 2022 đạt 10,7 tỷ đồng, giảm 22,3% so với năm trước. Nếu tính cả 3.172,7 nghìn tỷ đồng vốn đăng ký tăng thêm của 50,4 nghìn doanh nghiệp tăng vốn, tổng số vốn đăng ký bổ sung vào nền kinh tế trong 2022 là 4.763,5 nghìn tỷ đồng, tăng 15,2% so với năm trước. Bên cạnh đó, còn có 59,8 nghìn doanh nghiệp quay trở lại hoạt động (tăng 38,8% so với năm 2021), nâng tổng số doanh nghiệp thành lập mới và doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022 lên gần 208,3 nghìn doanh nghiệp, tăng 30,3% so với năm trước. Bình quân một tháng có 17,4 nghìn doanh nghiệp thành lập mới và quay trở lại hoạt động.

Năm 2022, số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn là 73,8 nghìn doanh nghiệp, tăng 34,3% so với năm trước; gần 50,8 nghìn doanh nghiệp ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể, tăng 5,5%; 18,6 nghìn doanh nghiệp hoàn tất thủ tục giải thể, tăng 11,2%. Bình quân một tháng có 11,9 nghìn doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường.

Trong 9 tháng năm 2023, dù gặp rất nhiều khó khăn, nhưng vẫn có trên 165 nghìn doanh nghiệp thành lập mới và quay trở lại hoạt động, trong đó đa số là doanh nghiệp thành lập mới (trên 116 nghìn doanh nghiệp). Đặc biệt, số doanh nghiệp thành lập mới và quay trở lại hoạt động (165,2 nghìn doanh nghiệp) vẫn lớn hơn số doanh nghiệp tạm ngừng và rút lui khỏi thị trường (135,1 nghìn doanh nghiệp), cho thấy lực lượng doanh nghiệp vẫn tiếp tục tăng trưởng, là một kết quả đáng ghi nhận khi đặt trong bối cảnh quốc tế, trong nước có rất nhiều khó khăn, biến động.



Hình 2.1. Tình hình đăng kí doanh nghiệp tháng 9 năm 2023

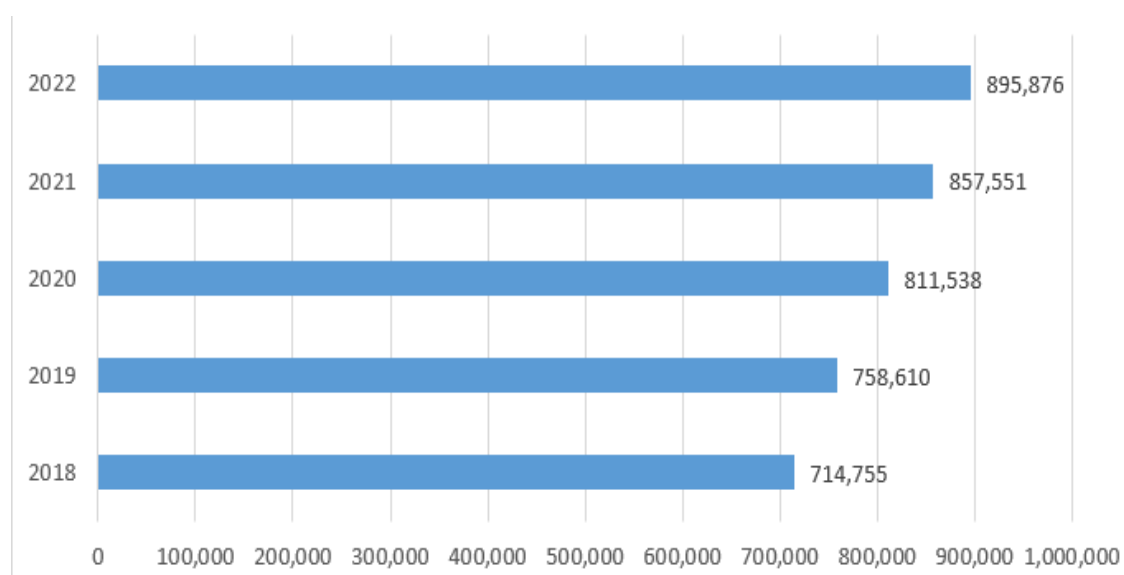
(Nguồn: Tổng Cục Thống Kê, 2024)

Xác định rõ vị trí, vai trò quan trọng của các doanh nghiệp, Hội nghị Trung ương 5 Khóa XII đã ban hành Nghị quyết số 10-NQ/TW, ngày 3/6/2017 về phát triển kinh tế tư nhân trở thành một động lực quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Nghị quyết số 10-NQ/TW đã đề cập tới việc hoàn thiện các cơ chế, chính sách, trong đó có cơ chế, chính sách tài chính nhằm tạo thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển. Ở góc độ Chính phủ cũng đã ban hành Nghị quyết số 35/NQ-CP, ngày 16/5/2016 về hỗ trợ và phát triển doanh nghiệp đến năm 2020 với mục tiêu

xây dựng và phát triển các doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh, có quy mô, nguồn lực lớn mạnh. Nghị quyết số 35/NQ-CP đưa ra các nhiệm vụ và giải pháp nhằm hỗ trợ, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển. Từ năm 2014 đến nay, hàng năm Chính phủ cũng đã ban hành nghị quyết về các nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, trong đó có các nhiệm vụ và giải pháp về hoàn thiện cơ chế, chính sách tài chính – ngân sách nhà nước để khuyến khích và hỗ trợ phát triển doanh nghiệp

Cùng với sự phục hồi của nền kinh tế và những nỗ lực của Chính phủ trong việc ưu tiên ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, số doanh nghiệp hoạt động trong các thành phần kinh tế tăng dần qua các năm (Hình 2.2).

Đây là tín hiệu rất đáng mừng cho thấy, các chính sách của Chính phủ đã phát huy hiệu quả, tạo niềm tin cũng như cơ hội cho cộng đồng doanh nghiệp. Chỉ riêng năm 2023, số lượng doanh nghiệp đăng ký thành lập mới lần đầu tiên chạm mức kỷ lục, gần 160 nghìn doanh nghiệp. Con số này gấp 1,2 lần mức bình quân giai đoạn 2017-2022 và tăng 4,6% so với ước thực hiện cả năm 2023. Tính chung cả năm 2023, tổng số vốn đăng ký bổ sung vào nền kinh tế là hơn 3,5 triệu tỷ đồng (Tổng cục Thống kê, 2023).



Hình 2.2. Thống kê số lượng doanh nghiệp đang hoạt động giai đoạn 2018-2022

(Nguồn: Niên giám Thống kê năm 2023)

2.1.3. Thuận lợi và khó khăn của doanh nghiệp nhỏ và vừa

a. Thuận lợi

Một doanh nghiệp thành công không nhất định phải là doanh nghiệp lớn. Ngày nay, nhiều doanh nghiệp nhỏ còn có thể cung cấp những dịch vụ tốt hơn so với những doanh nghiệp lớn có cùng mặt hàng sản phẩm kinh doanh. Trên thực tế, doanh nghiệp nhỏ có những thuận lợi như sau:

- Linh hoạt, dễ thay đổi phù hợp với thị trường

Thuận lợi đầu tiên của một doanh nghiệp nhỏ là thường có tính linh hoạt, xoay sở nhanh và dễ thích ứng với các thay đổi của thị trường. Khi thị trường xảy ra biến động, các doanh nghiệp lớn đối phó khá chậm chạp, khó xoay sở nhanh vì bản chất là một hệ thống bộ máy lớn với rất đông nhân sự, khối lượng công việc lớn. Trong khi đó, với bộ máy tinh giản, nên các doanh nghiệp nhỏ có khả năng linh hoạt, thích ứng nhanh với thay đổi của thị trường..

- Dễ dàng hơn trong quản lý nhân sự

Doanh nghiệp nhỏ còn có thuận lợi là cơ cấu bộ máy đơn giản, nhân sự ít, dễ quản lý nên việc phát hiện các vấn đề trong quản lý cũng sẽ dễ dàng hơn nhiều.

Đồng thời, công ty nhỏ cũng có thuận lợi hơn trong việc gắn kết các thành viên trong công ty với nhau. Cơ cấu tổ chức ít thứ bậc, môi trường làm việc gần gũi cũng giúp tinh thần thoải mái, hiệu suất làm việc của mọi người trở nên tốt hơn.

Doanh nghiệp nhỏ có thuận lợi hơn trong việc quản lý nhân sự.

- Doanh nghiệp nhỏ ít rủi ro hơn

Việc đầu tư tài chính vào bất kỳ hoạt động kinh doanh nào, dù lớn hay nhỏ đều phải chịu rủi ro. Nhưng doanh nghiệp nhỏ thường ít gặp rủi ro về tài chính hơn so với doanh nghiệp lớn, quy mô nhỏ, phát triển một cách từ tốn và bền vững với số vốn vừa phải là cách mà các doanh nghiệp có thể đứng vững mà ít khi gánh chịu những rủi ro nặng nề.

Đặc biệt, một thuận lợi khác của DN nhỏ là rất dễ để xác định và giảm thiểu các khoản giải ngân ần vì bảng cân đối kế toán của một doanh nghiệp nhỏ thường khá đơn giản, từ đó giảm khả năng bị tham ô, hay hao hụt tiền quỹ của công ty.

- Doanh nghiệp nhỏ có sự tập trung tốt hơn

Những doanh nghiệp nhỏ xác định trọng tâm phát triển tương đối hẹp hơn so với các doanh nghiệp lớn. Đôi khi, đây lại chính là lợi thế của họ. Trong khi các doanh nghiệp lớn phải tìm cách phát triển những cơ hội rộng hơn, thì những doanh nghiệp nhỏ lại thường tập trung vào phát triển một lĩnh vực duy nhất. Và nếu lĩnh vực kinh doanh của họ có sự thay đổi, họ cũng sẽ dễ nhận thấy điều đó nhanh hơn so với một doanh nghiệp lớn vì sự tập trung cao độ, chú trọng phát triển khả năng của mình vào lĩnh vực đó.

b. Khó khăn

Các khó khăn lớn nhất của doanh nghiệp nhỏ và vừa chính là: nguồn vốn (62%), nguồn khách hàng (60%), nhà xưởng (55%), pháp lý (45%), nguồn nhân lực...

*Nguồn vốn (62%)

Ý nghĩa: Nguồn vốn là yếu tố quan trọng quyết định khả năng đầu tư và hoạt động của doanh nghiệp. Tỷ lệ cao cho thấy doanh nghiệp có sự đầu tư ổn định, giúp phát triển sản xuất, mở rộng quy mô và cải thiện chất lượng dịch vụ

Tác động: Nếu doanh nghiệp có nguồn vốn dồi dào, nó có thể dễ dàng ứng phó với những biến động thị trường và tối ưu hóa hoạt động kinh doanh.

*Nguồn khách hàng (60%)

Ý nghĩa: Nguồn khách hàng phản ánh khả năng tiếp cận và duy trì mối quan hệ với khách hàng. Tỷ lệ này cho thấy doanh nghiệp có một lượng khách hàng tương đối ổn định, điều này quan trọng cho doanh thu.

Tác động: Một nguồn khách hàng mạnh mẽ có thể tạo ra doanh thu liên tục và là nền tảng cho sự phát triển bền vững. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần luôn tìm cách mở rộng và thu hút thêm khách hàng mới.

*Nhà xưởng (55%)

Ý nghĩa: Nhà xưởng là cơ sở hạ tầng thiết yếu cho sản xuất. Tỷ lệ này cho thấy doanh nghiệp có một nhà xưởng đủ tốt để phục vụ cho hoạt động sản xuất.

Tác động: Chất lượng và quy mô nhà xưởng ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất và khả năng đáp ứng nhu cầu của thị trường. Cần đầu tư vào công nghệ và bảo trì để nâng cao hiệu quả.

* Pháp lý (45%)

Ý nghĩa: Pháp lý đề cập đến các yếu tố liên quan đến quy định, giấy phép và hợp đồng. Tỷ lệ này có thể cho thấy doanh nghiệp đang gặp một số thách thức về mặt pháp lý hoặc cần cải thiện hơn nữa.

Tác động: Vấn đề pháp lý có thể gây rủi ro cho doanh nghiệp. Việc tuân thủ quy định và sở hữu giấy tờ đầy đủ là cần thiết để tránh rắc rối và bảo vệ lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp.

*Kết luận

Các yếu tố này đều có sự liên kết chặt chẽ với nhau. Doanh nghiệp cần tập trung vào cải thiện yếu tố pháp lý để tối ưu hóa hoạt động của mình, đồng thời duy trì và phát triển nguồn vốn, khách hàng và nhà xưởng để đảm bảo sự phát triển bền vững.

Theo các phân tích của chuyên gia, doanh nghiệp nhỏ và vừa đã sử dụng hầu

hết nguồn lực cho đầu tư nhà xưởng, mặt bằng, trang thiết bị máy móc ban đầu. Do vậy doanh nghiệp không còn rất ít “lực” để triển khai những hoạt động khác. Vì thế họ rất cần sự đầu tư, hỗ trợ từ ngân hàng và các chính sách hỗ trợ từ nhà nước để giúp giảm bớt "gánh nặng" đầu tư ban đầu, cũng như rất cần những "bà đỡ" (các mô hình nhà xưởng tiêu chuẩn dịch vụ chuyên biệt) để họ yên tâm tập trung sản xuất và vận hành kinh doanh.

Từ những khó khăn này dẫn đến các doanh nghiệp nhỏ và vừa hầu như rất khó khi cần mở rộng quy mô, thay đổi thiết bị, công nghệ, cải tiến kỹ thuật và một vòng lặp quanh các khó khăn cứ tiếp tục chồng chất.

2.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa

2.2.1. Thực trạng các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Cùng với sự bùng nổ về số lượng, DN NVV đã góp phần quan trọng trong chuyển dịch cơ cấu ngành nghề, tạo việc làm, thu hút lao động từ nông nghiệp nông thôn, tiến hành đầu tư kinh doanh vào các “thị trường ngách”, phát triển sản xuất, kinh doanh rất đa dạng. bình quân mỗi năm (giai đoạn 2016-2017), doanh nghiệp nhỏ và vừa thu hút 8,69 triệu lao động. Trong hai năm (2017-2019), số doanh nghiệp nhỏ và vừa thành lập mới đã tạo ra gần 2,3 triệu việc làm. Khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa đã đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế của đất nước trong suốt thời gian qua. Trong giai đoạn (2017-2019), khu vực kinh tế tư nhân, doanh nghiệp nhỏ và vừa đóng góp khoảng 50% GDP, trên 30% thu ngân sách nhà nước. Năm 2020 khu vực kinh tế này đóng góp khoảng 48,3% GDP; thu ngân sách liên tục tăng trên 12,5%. năng suất lao động của khu doanh nghiệp nhỏ và vừa tăng và khá ổn định

*Khả năng tiếp cận vốn tín dụng

Hầu hết doanh nghiệp Việt Nam hoạt động ban đầu bằng vốn tự phát với số vốn hạn chế. Khi hoạt động ổn định và bước đầu có hiệu quả, họ đều mong muốn gia

tăng và mở rộng nguồn vốn đầu tư sản xuất, song có rất nhiều khó khăn trong quá trình huy động vốn tín dụng. Theo khảo sát của VCCI và USAID (2023), chỉ có khoảng 2% doanh nghiệp nhận được khoản vay theo chương trình và hơn 56% doanh nghiệp khi thực hiện thủ tục tiếp cận khoản vay theo gói hỗ trợ đã gặp rất nhiều khó khăn. Hơn nữa, doanh nghiệp khó có thể tiếp cận được nguồn vốn vay chính thống và chỉ có thể tiếp cận được những khoản vay ngắn hạn, việc tiếp cận được khoản vay trung và dài hạn rất hạn chế. Các doanh nghiệp nhỏ hoặc siêu nhỏ thường phải chịu chi phí vay đắt đỏ hơn so các doanh nghiệp vừa và lớn.

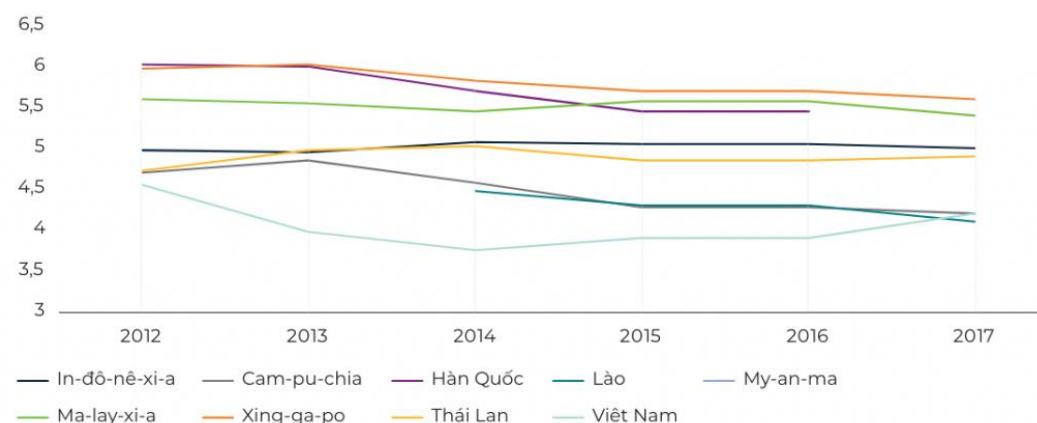
Doanh nghiệp quy mô nhỏ và vừa chiếm 97,3% trong tổng số doanh nghiệp cả nước (doanh nghiệp siêu nhỏ 69,3%; doanh nghiệp nhỏ 24,5%; doanh nghiệp vừa 3,5%). doanh nghiệp quy mô lớn có số lượng doanh nghiệp chỉ chiếm 2,7% trong tổng số doanh nghiệp cả nước, nhưng nguồn vốn thu hút cho sản xuất kinh, doanh nhiều nhất với 37,6 triệu tỷ đồng, chiếm 69,1% vốn của toàn bộ khu vực doanh nghiệp. Điều này cho thấy, tiềm lực tài chính của hầu hết doanh nghiệp còn thấp, nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa. Doanh nghiệp sẽ không thể vay vốn nếu không có tài sản thế chấp, tài sản đảm bảo.

Tuy nguồn vốn vay từ các tổ chức tín dụng đã và đang phát huy hiệu quả giúp doanh nghiệp ổn định sản xuất, mở rộng quy mô hoạt động, đóng góp tích cực vào sự tăng trưởng nền kinh tế, ngân hàng đã hạ lãi suất cho vay xuống mức rất thấp, nhưng độ hấp thu của doanh nghiệp rất khó khăn.

*Năng lực tiếp cận và đổi mới công nghệ

Mức độ đổi mới công nghệ ở các doanh nghiệp Việt Nam còn tương đối thấp, ngay cả khi so sánh với các quốc gia ở trình độ phát triển tương tự (Hình 2.3). Sự hạn chế của doanh nghiệp Việt Nam trong đầu tư máy móc, thiết bị và công nghệ mới đang ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Đầu tư vào công nghệ cho phép các doanh nghiệp sử dụng hiệu quả hơn các yếu tố đầu vào, công

lao động ít hơn và hạn chế chất thải hơn. Tuy nhiên, do các doanh nghiệp Việt Nam thiếu đầu tư vào công nghệ mới, thực hiện đổi mới công nghệ chưa đủ và không đạt được hiệu quả như mong muốn, dẫn đến tăng trưởng năng suất của Việt Nam bị tụt hậu so với các đối thủ cạnh tranh.



Hình 2.3. Mức độ các doanh nghiệp ứng dụng công nghệ

(Nguồn: Bộ Khoa học và Công nghệ, Ngân hàng Thế giới năm 2021)

Việt Nam, chỉ có một nhóm doanh nghiệp đang tích cực hấp thụ và ứng dụng các công nghệ tiên tiến, trong khi phần lớn các doanh nghiệp đang hoạt động ở trình độ công nghệ thấp.

Các doanh nghiệp Việt Nam chỉ 1,6% doanh thu hằng năm cho hoạt động nghiên cứu và phát triển, thấp hơn nhiều quốc gia trong khu vực, như: Lào (14,5%), Philippines (3,6%), Malaysia (2,6%)... Phần lớn doanh nghiệp thực hiện đổi mới sáng tạo thông qua việc đầu tư vào công nghệ mới được gắn liền với hàng hóa, máy móc, thiết bị (39,4%) hoặc nâng cấp/chỉnh sửa công nghệ, thiết bị hiện tại (39,3%), mà ít có nghiên cứu và phát triển. Quan trọng hơn là doanh nghiệp ít sáng tạo, thậm chí thiếu năng lực nghiên cứu và phát triển. Trong khi đó, năng lực nghiên cứu của các tổ chức nghiên cứu Nhà nước chưa mạnh. Hạ tầng khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo còn hạn chế do thiếu các phòng thí nghiệm và thiết bị nghiên cứu. Cơ sở thông tin phục vụ việc xây dựng chính sách đổi mới sáng tạo, thực hiện chính sách

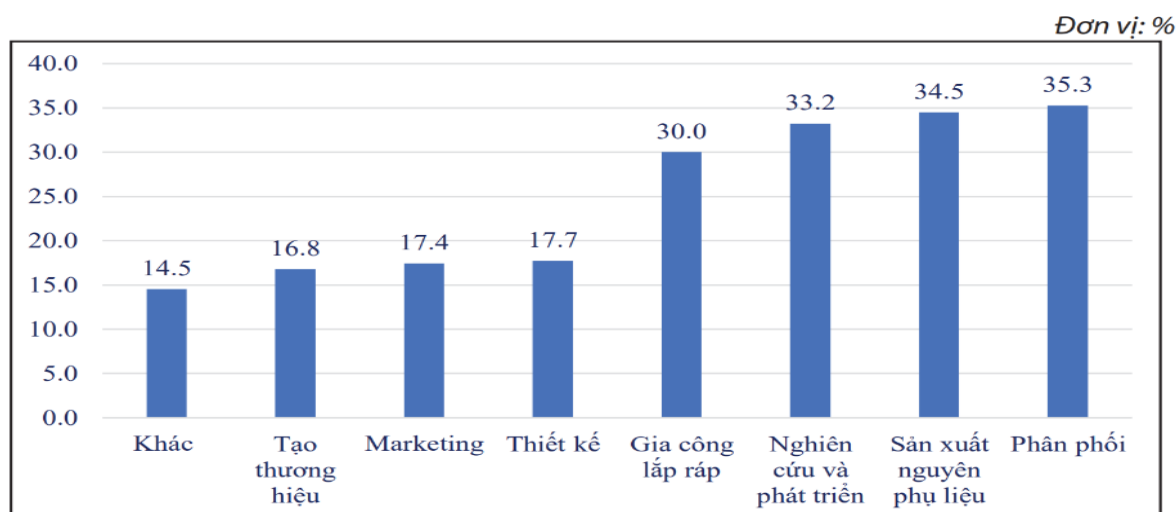
khoa học, công nghệ và đổi mới sáng tạo còn yếu kém.

***Sự tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu**

Hiện nay đại đa số doanh nghiệp Việt Nam đều đã tham gia vào mạng lưới xuất - nhập khẩu hàng hóa toàn cầu với tỷ lệ là 99,7% doanh nghiệp. Điều này hoàn toàn phản ánh đúng thực tế về mức độ mở cửa và hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng của Việt Nam. Trong đó, hơn 82,4% doanh nghiệp đang tham gia thương mại quốc tế cả hai chiều, vừa dưới vai trò là nhà tiêu thụ hàng hóa của chuỗi cung ứng (nhập khẩu), vừa là nhà cung cấp hàng hóa cho thế giới (xuất khẩu). Ngoài ra, có 16% doanh nghiệp cho biết, họ chỉ xuất khẩu thuần túy và 1,3% là các nhà nhập khẩu thuần túy.

Chuỗi giá trị toàn cầu hiện nay được xem như là một dây chuyền sản xuất trong đó có sự cùng tham gia phối hợp chủ yếu của khối doanh nghiệp nhiều quốc gia vào các công đoạn khác nhau từ khâu thiết kế cho đến phân phối và hỗ trợ, tạo ra và đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Trong đó, các công đoạn ở đầu chuỗi giá trị gồm: nghiên cứu và phát triển, thiết kế và những công đoạn ở cuối chuỗi giá trị như marketing, tạo thương hiệu và phân phối đều là những công đoạn đem lại giá trị gia tăng cao. Ngược lại, những công đoạn ở giữa như: sản xuất nguyên phụ liệu, gia công lắp ráp là những công đoạn có hàm lượng công nghệ thấp và tạo ra ít giá trị gia tăng. Qua số liệu khảo sát của VCCI, hiện nay doanh nghiệp Việt Nam đã tham gia vào toàn bộ công đoạn của chuỗi giá trị toàn cầu, tuy nhiên tập trung lớn số lượng vào các khâu phân phối (35,3%), sản xuất nguyên phụ liệu (34,5%), nghiên cứu và phát triển (33,2%) và gia công lắp ráp (30%). Trong đó, ngoại trừ nghiên cứu và phát triển, tất cả các công đoạn kể trên đều nằm ở phần giữa của chuỗi giá trị, đặc biệt sản xuất nguyên phụ liệu và gia công lắp ráp là các công đoạn đem lại giá trị gia tăng thấp nhất trong chuỗi giá trị thì lại là 2 công đoạn có lượng đông đảo doanh nghiệp Việt Nam đảm nhận. Những công đoạn như marketing và tạo thương hiệu là những khâu có ít doanh nghiệp Việt Nam đảm nhận nhất, lần lượt chiếm 17,4% và 16,8% số doanh nghiệp được khảo sát (Hình 2.4). Điều này là nguyên nhân dẫn đến tình

trạng doanh nghiệp Việt Nam chưa có thương hiệu toàn cầu, chưa có nhiều sản phẩm, hàng hóa có sức cạnh tranh cao và có chỗ đứng trong chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị trong thị trường khu vực và thị trường thế giới.



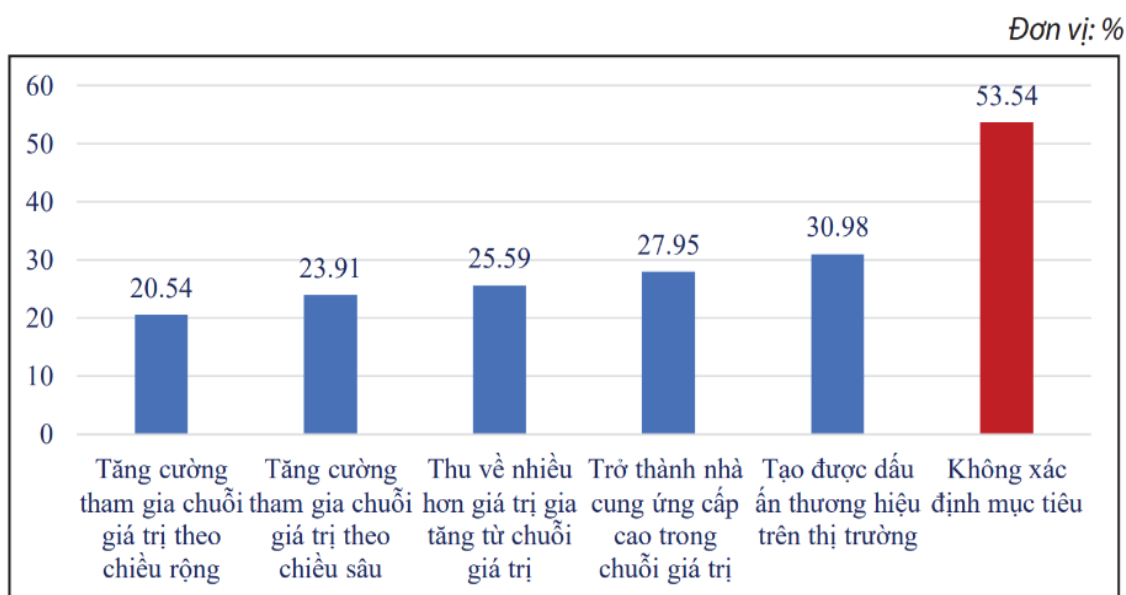
Hình 2.4. Công đoạn doanh nghiệp Việt Nam đảm nhận chủ yếu

(Nguồn: VCCI, 2024)

Ngay cả khi đã tham gia khá tích cực vào chuỗi giá trị toàn cầu, vẫn có đến hơn một nửa số doanh nghiệp trả lời khảo sát (53,5%) cho biết họ không đặt mục tiêu gì khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Như vậy, có thể thấy, phần lớn doanh nghiệp Việt Nam hiện nay đang hoạt động trong chuỗi giá trị toàn cầu mà thiếu đi định hướng rõ ràng. Đây cũng là điểm yếu thường thấy ở các doanh nghiệp Việt Nam, nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa – nơi mà chủ doanh nghiệp có chuyên môn kỹ thuật rất tốt, nhưng chưa được đào tạo bài bản về quản trị. Do thiếu kiến thức về quản trị doanh nghiệp, cũng như thiếu tư duy và khả năng hoạch định chiến lược, nhiều doanh nghiệp theo đuổi những cơ hội kinh doanh ngắn hạn, nhất thời, chưa thực sự chú trọng đến xây dựng chiến lược phát triển lâu dài và bền vững với những mục tiêu, sứ mệnh được xác định rõ ràng. Đại dịch Covid-19 cùng những biến động kinh tế, chính trị, xã hội diễn ra trong thời gian qua đã và đang khiến chuỗi giá trị toàn cầu dịch chuyển theo những xu hướng nhất định, được cho là mang lại lợi thế cho nhiều quốc

gia, trong đó có Việt Nam. Với mức độ mở cửa lớn và hội nhập sâu rộng, với kinh nghiệm tham gia xuất - nhập khẩu lâu năm, đáng lẽ doanh nghiệp Việt Nam phải trong trạng thái sẵn sàng để đón đầu các làn sóng dịch chuyển. Tuy nhiên, khảo sát của VCCI cho thấy, việc tận dụng được các cơ hội này để tạo ra các bước nhảy vọt là điều rất khó khăn khi mà các doanh nghiệp Việt Nam đang ở trạng thái thiếu chủ động và thiếu sự chuẩn bị như hiện nay.

Trong số những doanh nghiệp có đặt ra mục tiêu khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu, tỷ lệ lớn nhất doanh nghiệp (66,7%) cho biết, họ mong muốn sẽ tạo được dấu ấn thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường; 60,1% số doanh nghiệp mong trở thành nhà cung ứng cấp cao trong chuỗi giá trị; 55,1% mong muốn thu về nhiều giá trị gia tăng hơn từ chuỗi giá trị (Hình 2.5). Có thể thấy rằng, những khía cạnh mục tiêu nói trên đều là những yếu điểm chủ yếu đang làm hạ thấp vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu mà lâu nay Việt Nam vẫn đang tìm cách khắc phục.



Hình 2.5. Mục tiêu của doanh nghiệp khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu

(Nguồn: VCCI, 2024)

Tại Việt Nam, doanh nghiệp nhỏ và vừa có vai trò quan trọng trong nền kinh tế, chiếm 97% số doanh nghiệp cả nước, đóng góp khoảng 40% GDP, giải quyết việc

làm cho khoảng 36% tổng số lao động làm việc trong các doanh nghiệp, thu hút khoảng 32% tổng nguồn vốn, tạo ra doanh thu thuần chiếm khoảng 26% tổng doanh thu thuần của khối doanh nghiệp. Đảng, Nhà nước, Quốc hội và Chính phủ luôn quan tâm cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường kinh doanh; đồng hành và hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp phát triển vững chắc, nhất là đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa

Từ đầu năm đến nay, NHNN đã 4 lần giảm lãi suất với tổng mức giảm 0,5 - 2%/năm nhằm hỗ trợ các tổ chức tín dụng giảm chi phí đầu vào để có điều kiện giảm lãi suất cho vay, góp phần tăng cường khả năng tiếp cận và cung cấp vốn cho nền kinh tế; đồng thời, NHNN đã chỉ đạo tổ chức tín dụng có các biện pháp giảm lãi suất cho vay. Lãi suất tiền gửi và cho vay bình quân của các giao dịch phát sinh mới cũng có xu hướng giảm. Đến tháng 8/2023, lãi suất cho vay giảm khoảng 1% - 2%/năm đối với nhóm NHTM có vốn nhà nước chi phối, các ngân hàng còn lại có mức giảm bình quân 0,5- 0,65% so với cuối năm 2022.

Tính đến cuối tháng 6/2023, dư nợ đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa đạt gần 2,3 triệu tỷ đồng, tăng gần 4% so với năm 2022, chiếm khoảng 18,5% dư nợ nền kinh tế. Phân đầu đến năm 2025 có khoảng 1,5 triệu doanh nghiệp, trong đó có 60.000 đến 70.000 doanh nghiệp quy mô vừa và lớn; đến năm 2030 có ít nhất 2 triệu doanh nghiệp; hình thành và phát triển nhiều tập đoàn kinh tế tư nhân mạnh, có tiềm năng, có sức mạnh cạnh tranh trên thị trường trong nước và quốc tế. Năng suất lao động tăng khoảng 5%/năm; hằng năm, khoảng 35 - 40% doanh nghiệp tư nhân có hoạt động đổi mới sáng tạo; thu hẹp khoảng cách về trình độ công nghệ, chất lượng nhân lực và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp khu vực tư nhân so với nhóm dẫn đầu Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á; nhiều doanh nghiệp khu vực tư nhân tham gia mạng sản xuất, chuỗi giá trị khu vực và toàn cầu.

Sự phát triển và nỗ lực của khu vực kinh tế tư nhân được chứng minh bằng việc liên tục duy trì tốc độ tăng trưởng khá, chiếm tỷ trọng 40 - 43% GDP; thu hút khoảng

85% lực lượng lao động, góp phần quan trọng trong huy động các nguồn lực xã hội cho đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh, tăng trưởng kinh tế, chuyển dịch cơ sở kinh tế, tăng thu ngân sách nhà nước, tạo việc làm, cải thiện đời sống nhân dân, đảm bảo an sinh xã hội.

2.2.2. Thực trạng các nhân tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Tiếp cận tài chính: luôn là yếu tố then chốt đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa. Từ năm 2021 đến 2023, nhờ vào các chính sách hỗ trợ tài chính từ nhà nước, khả năng tiếp cận vốn đã được cải thiện

Năm 2021	50% doanh nghiệp
Năm 2022	55% doanh nghiệp
Năm 2023	60% doanh nghiệp

Ứng dụng công nghệ: Tỷ lệ doanh nghiệp áp dụng công nghệ trong quản lý và sản xuất tăng trưởng mạnh nhờ vào xu hướng số hóa

Năm 2021	40% doanh nghiệp nhỏ và vừa
Năm 2022	50% doanh nghiệp nhỏ và vừa
Năm 2023	55% doanh nghiệp nhỏ và vừa

Chất lượng lao động tại doanh nghiệp nhỏ và vừa: vẫn còn là điểm yếu, dù có sự cải thiện qua các năm. Phần lớn lao động trong các doanh nghiệp này thiếu kỹ năng chuyên môn và kỹ năng mềm.

Năm 2021	35% lao động.
Năm 2022	40% lao động.
Năm 2023	45% lao động.

Tiếp cận thị trường quốc tế (xuất khẩu): Năng lực xuất khẩu của doanh nghiệp nhỏ và vừa còn hạn chế, nhưng có sự tăng trưởng nhờ vào các Hiệp định Thương mại tự do

Năm 2021	15% doanh nghiệp nhỏ và vừa.
Năm 2022	18% doanh nghiệp nhỏ và vừa.
Năm 2023	20% doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Đổi mới sáng tạo: Khả năng đổi mới sáng tạo vẫn chưa được nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa chú trọng, tuy nhiên có xu hướng cải thiện từ năm 2018 đến 2023

Năm 2021	10% doanh nghiệp nhỏ và vừa
Năm 2022	12% doanh nghiệp nhỏ và vừa
Năm 2023	14% doanh nghiệp nhỏ và vừa

Chính sách hỗ trợ từ nhà nước: Các chính sách hỗ trợ như miễn giảm thuế, gói cứu trợ COVID-19, và các chương trình khuyến khích đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số đã giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa ổn định và phát triển

Năm 2021	50% doanh nghiệp nhỏ và vừa.
Năm 2022	55% doanh nghiệp nhỏ và vừa.
Năm 2023	60% doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Tổng quan: Trong giai đoạn từ 2021 đến 2023, năng lực cạnh tranh của các DN nhỏ và vừa tại Việt Nam đã có sự cải thiện tích cực, đặc biệt là về khả năng tiếp cận tài chính, ứng dụng công nghệ, và đổi mới sáng tạo. Tuy nhiên, chất lượng lao động và xuất khẩu vẫn là những yếu tố cần được cải thiện thêm trong tương lai.

Chương 3 - MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA CÁC DNNVV TRONG THỜI GIAN TỚI

3.1. Cơ hội và thách thức đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa

3.1.1. Cơ hội

Tái cơ cấu kinh tế thực chất là quá trình phân bổ lại hợp lý hơn các nguồn lực (trước hết là vốn đầu tư) trên phạm vi quốc gia, nhằm cải thiện và nâng cao hiệu quả sử dụng các nguồn lực nói riêng và của toàn bộ nền kinh tế nói chung (bao gồm cả hiệu quả kỹ thuật và hiệu quả phân bổ). Đây chính là cơ hội lớn cho sự phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa (hay kinh tế tư nhân nói chung). Việc nhìn nhận lại vị thế, vai trò của khu vực này đang có sự thay đổi mạnh mẽ, giúp phát huy các mặt tích cực cũng như khắc phục các mặt hạn chế hiện có nhằm góp phần khôi phục “động lực” tăng trưởng.

Để cơ chế thị trường được vận hành trơn tru, phát huy đầy đủ hiệu lực trong huy động và phân bổ các nguồn lực, môi trường kinh doanh (ổn định kinh tế vĩ mô, phát triển hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực và cải cách thể chế...) đang được cải thiện và nâng cao chất lượng. Khởi động việc tái cơ cấu kinh tế liên quan doanh nghiệp nhỏ và vừa là đổi mới hệ thống đòn bẩy khuyến khích, thúc đẩy nguồn lực phân bổ đến những nơi sử dụng có hiệu quả cao hơn, đồng thời buộc các chủ doanh nghiệp, các nhà đầu tư phải đổi mới cách thức sử dụng nguồn lực, cách thức quản lý, công nghệ... để nâng cao hiệu quả, năng suất và năng lực cạnh tranh.

Việc phân bổ lại các nguồn lực trong xã hội một cách hợp lý giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa có nhiều cơ hội tiếp cận vốn với chi phí thấp hơn, nguyên phụ liệu đầu vào rẻ hơn, tìm kiếm nhân lực chất lượng cao dễ dàng hơn, hưởng nhiều ưu đãi về thương mại, dịch vụ, đầu tư theo các cam kết trong các Hiệp định Thương mại tự do. Môi trường kinh doanh bình đẳng, thông thoáng, minh bạch, thuận lợi hơn, cải cách thể chế, cải cách thủ tục hành chính thành công giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa dễ

dàng gia nhập, rút lui khỏi thị trường, thuận lợi hóa kinh doanh, giúp phòng tránh và được bảo vệ tốt hơn nếu gặp rủi ro...

Bên cạnh đó, những nỗ lực của Chính phủ trong việc thúc đẩy, tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế cũng tạo điều kiện cho sản xuất - kinh doanh trong nước phát triển, mở ra cơ hội phát triển thị trường trong và ngoài nước. Trong điều kiện đó, tái cấu trúc kinh tế hướng trọng tâm vào tái cấu trúc mô hình liên kết của các chuỗi cung ứng nâng cao giá trị gia tăng nội địa, nhất là chuỗi cung ứng các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh mà các doanh nghiệp nhỏ và vừa có thêm nhiều cơ hội tham gia (điện tử, công nghệ thông tin, dệt may, da giày, chế biến lương thực, thực phẩm, dược phẩm, hóa mỹ phẩm, đồ gỗ, cơ khí chế tạo, máy nông nghiệp, lúa gạo, cà phê, cao su, hạt tiêu, hạt điều, cá da trơn, tôm và các loại hải sản khác, các loại rau quả nhiệt đới...). Doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng còn nhiều dư địa tham gia vào các quá trình dịch chuyển vốn đầu tư, lao động, công nghệ... hay trở thành đối tác của mô hình hợp tác “công - tư” về đầu tư lĩnh vực hạ tầng cơ sở địa phương (giáo dục, y tế, giao thông, điện, thủy lợi...).

3.1.2. Thách thức

Có thể thấy, các doanh nghiệp nhỏ và vừa là các đối tượng gặp nhiều khó khăn trong việc vận hành và duy trì hoạt động kinh doanh. Các khó khăn có thể kể tới gồm thiếu khả năng quản lý; khó tiếp cận tài chính, tiếp cận về thị trường, về đổi mới công nghệ và nguồn nhân lực. Đây cũng là các đối tượng dễ bị ảnh hưởng bởi tác động của thị trường. Ngoài ra, các quy định về pháp lý cũng đã tạo ra nhiều khó khăn và gánh nặng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Cạnh tranh trong nước đã khó, khi mở cửa thị trường và tham gia các Hiệp định Thương mại tự do, các doanh nghiệp nhỏ và vừa còn phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ các doanh nghiệp mạnh và tinh nhuệ trên thế giới. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế mang lại cả cơ hội và thách thức cho các DNNVV. Hội nhập quốc tế giúp cánh cửa thị trường rộng mở cũng đồng nghĩa với tính cạnh tranh càng gay gắt hơn, dẫn đến 2 trường hợp: có khả năng

cạnh tranh quốc tế, có thể thu lợi từ quá trình hội nhập; hội nhập yếu, nên cải tiến năng lực sản xuất, đáp ứng các tiêu chuẩn quốc tế, cải tổ về mặt nhân sự để có thể tồn tại trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt.

Thực tế, do năng lực hạn chế nên các doanh nghiệp nhỏ và vừa khó tận dụng được những cơ hội từ quá trình hội nhập mà thường phải tập trung ứng phó với những thách thức lớn từ hội nhập. Đó là môi trường cạnh tranh khốc liệt, xuất phát từ những yêu cầu về kỹ thuật cũng như tiêu chuẩn chất lượng của các nhà sản xuất nước ngoài, các nhà nhập khẩu trong mạng lưới sản xuất, những vấn đề liên quan đến chính sách kinh tế vĩ mô như chính sách thuế, rào cản kỹ thuật và môi trường kinh doanh nói chung.

Trong quá trình chuyển đổi mô hình tăng trưởng kinh tế từ chủ yếu phát triển theo chiều rộng sang phát triển hợp lý giữa chiều rộng và chiều sâu, vừa mở rộng quy mô, vừa chú trọng nâng cao chất lượng, hiệu quả và tính bền vững, với tư cách là “động lực mới” cho tăng trưởng, doanh nghiệp nhỏ và vừa buộc phải có tiến bộ vượt bậc về năng suất lao động, hiệu quả sử dụng các nguồn lực để dần thay thế sự thâm dụng về số lượng đầu tư, lao động, tài nguyên thiên nhiên...

Việc Việt Nam ký kết và thực thi hàng loạt FTA, đặc biệt là việc gia nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN, Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương trên thế mạnh về an ninh, chính trị, hứa hẹn đón nhận và khai thác hiệu quả nhiều cơ hội mới do hội nhập mang lại, song cũng phải đối diện với hàng loạt khó khăn, thách thức khi mà năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, đặc biệt là khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa, còn nhiều hạn chế.

Bên cạnh lợi ích lớn về thương mại, dịch vụ và đầu tư thì kinh tế Việt Nam cũng chịu nhiều ảnh hưởng của biến động kinh tế thế giới. Áp lực từ bên ngoài sẽ dồn vào khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa là khu vực còn yếu của nền kinh tế. Tuy các doanh nghiệp xuất khẩu được hưởng lợi nhất định từ ưu đãi thuế suất 0% với hầu hết các

dòng thuế, song, việc dỡ bỏ hàng rào thuế quan cũng gia tăng áp lực cạnh tranh khi hàng hóa nhập khẩu từ nước ngoài tràn vào thị trường Việt Nam.

Trong hội nhập về tài chính, tiền tệ, Việt Nam cũng chịu những tác động bất lợi trước làn sóng phá giá bản tệ của một số quốc gia có quan hệ thương mại, đầu tư lớn. Để giảm thiểu rủi ro, Việt Nam đã buộc phải phá giá VND, khuyến khích xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu. Chính sách tỷ giá mặc dù đã tính đến liều lượng và lộ trình phá giá tránh gây sốc cho nền kinh tế, nhưng vẫn có không ít hệ lụy nhất định bất lợi cho sản xuất trong nước. Phá giá VND khiến chi phí đầu vào của sản xuất bị đội lên. Mặt khác, năng lực cạnh tranh về hàng xuất khẩu còn yếu kém nên Việt Nam không được hưởng lợi nhiều khi VND cũng giảm giá tương ứng các đồng tiền trong khu vực. Kỳ vọng mua hàng nhập khẩu giá rẻ có thể bị triệt tiêu khi giá trị VND chưa thực sự ổn định và nguy cơ tái lạm phát vẫn luôn tiềm ẩn.

Trước mắt, khu vực doanh nghiệp nhỏ và vừa còn phải đối mặt với khả năng thu hẹp quy mô sản xuất - kinh doanh ở một số lĩnh vực ngành hàng, tiếp tục hoạt động cầm chừng, thậm chí phải giải thể phá sản... Dù lạm phát đang ở mức thấp nhất trong vòng 10 năm nay, nhưng rủi ro tái lạm phát vẫn còn khi các chi phí đầu vào của hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam (hơn 70% nguyên phụ liệu thiết yếu phải nhập khẩu) tăng nhanh hơn giá bán ra do tác động phá giá VND và giá dịch vụ (điện, nước, cước vận tải, y tế, giáo dục, lãi suất vay...) vẫn thuộc diện “đắt đỏ” so các nước cùng khu vực. Doanh nghiệp đứng trước nguy cơ “thua ngay trên sân nhà” khi làn sóng hàng hóa nhập khẩu với giá cả, mẫu mã và chất lượng rất cạnh tranh đổ bộ vào Việt Nam cùng với quá trình thực thi các cam kết mở cửa thị trường theo các FTA đã ký kết. Bởi lẽ, gia nhập FTA mới chỉ là bước khởi đầu cùng giảm dần, tiến tới xóa bỏ hàng rào thuế quan. Song vấn đề đặt ra là, các nước luôn tìm cách dựng hàng rào kỹ thuật, hàng rào phi thuế quan để bảo vệ sản xuất trong nước, trong khi đây lại không phải là thế mạnh của Việt Nam. Bản thân doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam do năng lực cạnh tranh yếu kém, dễ vấp phải các hàng rào kỹ thuật ngặt nghèo

(như nguyên tắc xuất xứ, bản quyền sở hữu trí tuệ). Trong khi đó, khả năng phòng vệ thương mại của Việt Nam còn nhiều bất cập, hạn chế, nên khó tránh khỏi sự thua thiệt trong cạnh tranh, cũng như nguy cơ không tự bảo vệ mình trước những tranh chấp thương mại, đầu tư.

Thời gian gần đây, Chính phủ đã có nhiều nỗ lực cải cách thể chế và đạt được những kết quả nhất định. Song, về căn bản, mới bước đầu bù đắp khiếm khuyết, thiếu hụt, hướng tới đồng bộ hóa khung khổ pháp lý. Khung khổ pháp lý tạo điều kiện hỗ trợ phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn chưa được kiện toàn, chưa đảm bảo mức độ tương thích cao giữa nền tảng pháp luật Việt Nam với khu vực và thế giới. Bên cạnh đó, tổ chức và hoạt động hỗ trợ tư pháp còn yếu, dẫn đến sự lúng túng rất đáng quan ngại khi xảy ra tranh tụng pháp lý quốc tế, khó bảo vệ các doanh nghiệp trước các rủi ro pháp lý gây tổn thất, thua thiệt lớn. Ngoài ra, tình trạng hàng giả, gian lận thương mại, chuyển giá, trốn thuế, buôn lậu, tham nhũng vặt, những nhiễu loạn doanh nghiệp vẫn còn phổ biến cũng là thách thức không nhỏ đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa trong bối cảnh cạnh tranh gia tăng khi hội nhập.

3.2. Phương hướng nâng cao năng lực cạnh tranh của các DNNVV

Thứ nhất, cần xây dựng các chương trình hỗ trợ, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngành hàng, doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp nhỏ và vừa; hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tham gia mạng lưới sản xuất, chuỗi giá trị, chuỗi cung ứng khu vực, toàn cầu.

Theo đó, về phía Bộ, ngành: căn cứ vào báo cáo đã triển khai được 32 chương trình hỗ trợ, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngành hàng, doanh nghiệp, cụ thể là Bộ kế hoạch và Đầu tư, Ngân hàng Nhà nước, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Giao thông vận tải và Bộ Tài chính. Trong đó, đáng chú ý, Bộ Kế hoạch và Đầu tư đã xây dựng và trình Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 167 ngày 8 tháng 02 năm 2022 phê duyệt Chương trình Hỗ trợ doanh nghiệp khu vực tư nhân kinh doanh bền vững giai đoạn 2022-2025....

Về phía các tỉnh, thành phố, căn cứ vào báo cáo, các tỉnh thành phố đã triển khai được 209 chương trình hỗ trợ, nâng cao năng lực cạnh tranh cho các ngành, hàng, doanh nghiệp. Đáng chú ý, các chương trình như hỗ trợ tài chính với các chương trình bình ổn thị trường, chương trình cho vay đối với các doanh nghiệp trong khu chế xuất, khu công nghiệp (TP HCM), hỗ trợ xây dựng hệ sinh thái khởi nghiệp (Quảng Ngãi), xây dựng chuỗi cung ứng xuất khẩu thịt gà sang Nhật Bản (Đồng Nai), xây dựng chuỗi sản xuất, tiêu thụ sản phẩm (Lạng Sơn, Quảng Nam), xây dựng và thực thi kế hoạch phát triển thương mại điện tử để hỗ trợ doanh nghiệp xúc tiến thương mại, đầu tư trực tuyến (Bình Dương, Đà Nẵng, TP HCM), tăng cường tổ chức rộng rãi các hoạt động hội chợ giới thiệu hàng Việt Nam (Đồng Nai, Hà Nội, Long An, Phú Thọ), đẩy mạnh chương trình kết nối doanh nghiệp và ngân hàng để ưu tiên vốn cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa (Hải Dương, Hải Phòng), khuyến khích tham gia các chuỗi cung ứng sản phẩm an toàn (Cần Thơ).

Thứ hai, đẩy mạnh việc dạy nghề và gắn kết đào tạo với doanh nghiệp; ứng dụng khoa học công nghệ trong sản xuất kinh doanh. Theo đó, cần tăng cường đào tạo nhân lực có tay nghề, nhất là nhân lực chất lượng cao theo hướng ứng dụng, thực hành, thực tập; bảo đảm đáp ứng nhu cầu nhân lực có kỹ năng cho thị trường lao động, đặc biệt nhu cầu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, các khu vực kinh tế trọng điểm. Đẩy mạnh hợp tác với doanh nghiệp trong giáo dục nghề nghiệp, tăng cường hoạt động đào tạo nghề nghiệp cho lao động trong doanh nghiệp nhỏ và vừa. Triển khai hợp tác với DN theo các hình thức, xây dựng chương trình đào tạo và các khóa học được phát triển giữa các nhà trường và doanh nghiệp, khuyến khích và phát triển các chính sách để bên liên quan cùng đồng hành thực hiện các chương trình thực hành, thực tập tại doanh nghiệp. Hoạt động này được thực hiện chủ yếu ở cấp địa phương và chủ yếu lồng ghép với các chương trình đào tạo dạy nghề chung. Đáng lưu ý là một số địa phương có các hoạt động nổi bật như xây dựng chương trình đào tạo nghề trực tuyến (Bình Dương), tăng cường công tác phối hợp trong giáo

dục nghề nghiệp giữa Nhà nước - Nhà trường - Nhà doanh nghiệp (Quảng Ninh)...

Thứ ba, xây dựng và hoàn thiện các biện pháp kỹ thuật: về phía các bộ, ngành, căn cứ vào báo cáo, vấn đề này chưa thể hiện được rõ ràng nên chưa có thông tin để đánh giá.

Thứ tư, tăng cường sử dụng hệ thống cảnh báo sớm trong lĩnh vực phòng vệ thương mại; chủ động xây dựng các biện pháp phòng vệ thương mại phù hợp với các quy định và cam kết quốc tế; xây dựng và củng cố cơ chế liên ngành, địa phương trong các vụ việc phòng vệ thương mại; hỗ trợ các doanh nghiệp Việt ứng phó với các vụ điều tra phòng vệ thương mại.

Thứ năm, tăng cường ứng dụng khoa học, công nghệ, triển khai các biện pháp cải thiện, nâng cao năng suất lao động và các ngành sản xuất. Đáng chú ý, Thành phố Hồ Chí Minh triển khai các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa thông qua các chương trình hỗ trợ trực tiếp công cụ quản trị, nâng cao năng suất; Thái Nguyên cấp kinh phí hỗ trợ các doanh nghiệp trong tỉnh chủ trì, thực thi các nhiệm vụ nghiên cứu khoa học với kết quả tích cực như mô hình nuôi ngọc trai lấy ngọc, trồng cây sâm Bồ Chính. Phú Yên hỗ trợ các doanh nghiệp dệt may về máy móc tiên tiến; Ninh Bình hỗ trợ các doanh nghiệp chuẩn hóa các sản phẩm OCOP, thúc đẩy việc nghiên cứu và chuyển giao công nghệ cho nông dân, Hà Tĩnh triển khai các doanh nghiệp hỗ trợ doanh nghiệp và và nhỏ đổi mới công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp khoa học và công nghệ, xây dựng tiêu chuẩn, quy chuẩn chất lượng cho sản phẩm hàng hóa.

Thứ sáu, tăng cường các biện pháp, cơ chế khuyến khích, định hướng doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài kết nối với doanh nghiệp nội địa, góp phần vào việc hình thành chuỗi cung ứng. Cụ thể, Thành phố Hồ Chí Minh triển khai một số hoạt động kết nối giữa doanh nghiệp trong thành phố với các doanh nghiệp nước ngoài. Bà Rịa Vũng Tàu đã giới thiệu kết nối Hiệp hội doanh nghiệp trong tỉnh với các

doanh nghiệp Tây Úc. Hà Nội tổ chức kết nối DN Việt Nam với doanh nghiệp Italy.

Thứ bảy, chú trọng phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, đặc biệt trong các ngành kỹ thuật - công nghệ, luật, tài chính...

Thứ tám, tiến hành đánh giá định lượng những tác động của Hiệp định thương mại tự do (FTA) đối với các ngành sản xuất, cung cấp dịch vụ để từ đó đề xuất các biện pháp cụ thể.

3.3. Một số giải pháp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa

Để doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và sự thay đổi nhanh chóng của thị trường, cần thực hiện một số kiến nghị cụ thể từ cả phía Nhà nước, doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ. Các giải pháp cụ thể nhằm giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa tận dụng các cơ hội từ quá trình hội nhập và vượt qua các thách thức hiện tại.

- Tăng cường hỗ trợ tài chính và tiếp cận nguồn vốn

Một trong những khó khăn lớn nhất đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa là việc tiếp cận các nguồn vốn cần thiết để đầu tư mở rộng quy mô, ứng dụng công nghệ mới và phát triển kinh doanh. Chính phủ cần thiết lập các chính sách tài chính linh hoạt và tạo điều kiện cho doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận nguồn vốn từ các tổ chức tài chính trong và ngoài nước. Cần có những chương trình vay vốn với lãi suất ưu đãi, các quỹ đầu tư mạo hiểm hoặc quỹ phát triển doanh nghiệp nhỏ, đồng thời đơn giản hóa thủ tục vay vốn để doanh nghiệp nhỏ và vừa dễ dàng tiếp cận.

- Thúc đẩy chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ

Chuyển đổi số là xu hướng tất yếu trong thời đại 4.0, nhưng doanh nghiệp nhỏ và vừa thường gặp khó khăn do thiếu nguồn lực về nhân lực và tài chính để đầu tư vào công nghệ. Nhà nước cần có những chính sách khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng công nghệ thông tin thông qua việc hỗ trợ tài chính, đào tạo nhân lực công

nghệ, cung cấp các chương trình tư vấn chuyên đổi số. Đồng thời, cần thúc đẩy việc phát triển hạ tầng kỹ thuật số quốc gia để tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận công nghệ mới.

- Xây dựng hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp và đổi mới sáng tạo

Để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa khởi nghiệp và phát triển, cần xây dựng một hệ sinh thái hỗ trợ khởi nghiệp mạnh mẽ, bao gồm các trung tâm ươm tạo doanh nghiệp, mạng lưới nhà đầu tư, các tổ chức tư vấn kinh doanh, và các chương trình đào tạo kỹ năng quản lý, đổi mới sáng tạo. Đặc biệt, Nhà nước cần tạo điều kiện thuận lợi cho DN tham gia vào các hội chợ thương mại, các sự kiện kết nối kinh doanh quốc tế để giúp họ mở rộng thị trường và tìm kiếm đối tác chiến lược.

- Tăng cường hợp tác giữa các doanh nghiệp và kết nối chuỗi cung ứng

Hợp tác giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành và liên kết với các chuỗi cung ứng quốc tế là yếu tố quan trọng giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa mở rộng thị trường và nâng cao chất lượng sản phẩm. Cần có các chương trình hỗ trợ liên kết doanh nghiệp, tạo điều kiện cho doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia vào các chuỗi giá trị toàn cầu thông qua các Hiệp định Thương mại tự do (FTA). Ngoài ra, việc tạo ra các mạng lưới kinh doanh và hợp tác với các tổ chức nghiên cứu, phát triển cũng sẽ giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận được những công nghệ mới, sáng kiến kinh doanh và mô hình quản lý hiện đại.

- Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao

Nguồn nhân lực chất lượng cao là nền tảng giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa tăng cường sức cạnh tranh. Nhà nước cần có chính sách đào tạo nghề, phát triển kỹ năng cho lao động trong các ngành nghề quan trọng, đặc biệt là trong các lĩnh vực công nghệ cao và kinh doanh quốc tế. Các chương trình hợp tác giữa các trường đại học, viện nghiên cứu và doanh nghiệp cũng cần được đẩy mạnh để tạo ra một lực lượng lao động có kỹ năng chuyên môn tốt và sẵn sàng đáp ứng yêu cầu của thị trường.

Đồng thời, doanh nghiệp cũng nên đầu tư vào các chương trình đào tạo nội bộ nhằm nâng cao trình độ chuyên môn cho nhân viên.

- Cải thiện môi trường pháp lý và đơn giản hóa thủ tục hành chính

Môi trường pháp lý ổn định, minh bạch và thủ tục hành chính đơn giản là yếu tố then chốt giúp doanh nghiệp hoạt động hiệu quả và tiết kiệm chi phí. Nhà nước cần tiếp tục cải cách hành chính, giảm thiểu các thủ tục không cần thiết, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong quá trình đăng ký kinh doanh, đầu tư, và xuất khẩu. Cần triển khai các cổng thông tin điện tử một cửa để doanh nghiệp có thể dễ dàng tiếp cận thông tin và hoàn thành các thủ tục pháp lý một cách nhanh chóng.

- Xây dựng chiến lược phát triển bền vững cho doanh nghiệp

Bên cạnh việc phát triển kinh tế, các DNNVV cần chú trọng đến các yếu tố môi trường, xã hội và quản trị (ESG) để đảm bảo phát triển bền vững. Nhà nước cần có chính sách khuyến khích các DN thực hiện chiến lược kinh doanh thân thiện với môi trường, có trách nhiệm xã hội và minh bạch trong quản trị. Đồng thời, cần có các chương trình tư vấn, hỗ trợ kỹ thuật giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa thực hiện các tiêu chuẩn quốc tế về môi trường và xã hội, giúp họ tăng cường khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

Tóm lại, để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam, cần có sự phối hợp chặt chẽ giữa Nhà nước, doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ. Chỉ khi có những chính sách hỗ trợ cụ thể, doanh nghiệp nhỏ và vừa mới có thể tận dụng tối đa các cơ hội từ quá trình hội nhập, phát triển bền vững và đóng góp hiệu quả vào sự phát triển của nền kinh tế quốc gia.

KẾT LUẬN – KIẾN NGHỊ

1. Kết luận

Việc nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam là vấn đề cần được đặc biệt quan tâm trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế. Trong quá trình phát triển kinh tế, doanh nghiệp nhỏ và vừa luôn đóng vai trò quan trọng, góp phần tạo việc làm, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế và tăng cường đổi mới sáng tạo. Tuy nhiên, năng lực cạnh tranh của nhóm doanh nghiệp này vẫn còn nhiều hạn chế, đặc biệt khi đối diện với những thách thức từ các doanh nghiệp lớn trong nước và quốc tế. Để doanh nghiệp nhỏ và vừa phát triển bền vững và nâng cao năng lực cạnh tranh, các doanh nghiệp cần thực hiện một số giải pháp đồng bộ và dài hạn.

Trước hết, việc ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số là yếu tố mang tính quyết định trong việc cải thiện năng suất lao động, hiệu quả quản lý và tối ưu hóa quy trình sản xuất, kinh doanh. Trong thời đại cách mạng công nghiệp 4.0, chuyển đổi số không chỉ là xu hướng mà đã trở thành yêu cầu tất yếu. Các doanh nghiệp nhỏ và vừa cần đầu tư vào công nghệ thông tin, tự động hóa và các nền tảng số để cải thiện khả năng tiếp cận thị trường, nâng cao trải nghiệm khách hàng và giảm thiểu chi phí hoạt động. Hơn nữa, việc xây dựng và phát triển hạ tầng công nghệ thông tin nội bộ sẽ giúp doanh nghiệp dễ dàng nắm bắt xu hướng tiêu dùng, dự báo chính xác biến động của thị trường và từ đó đưa ra những chiến lược kinh doanh hiệu quả hơn.

Thứ hai, để cạnh tranh hiệu quả, doanh nghiệp nhỏ và vừa cần chú trọng đến việc phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Một lực lượng lao động có trình độ chuyên môn tốt, kỹ năng cao sẽ giúp doanh nghiệp đáp ứng kịp thời các yêu cầu của thị trường, nâng cao năng suất lao động và thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Do đó, doanh nghiệp cần đầu tư mạnh mẽ vào đào tạo, nâng cao trình độ chuyên môn và kỹ năng mềm cho nhân viên, khuyến khích họ học hỏi và nắm bắt công nghệ mới. Bên cạnh

đó, doanh nghiệp cũng cần xây dựng môi trường làm việc chuyên nghiệp, thân thiện và tạo động lực để giữ chân nhân tài, giúp doanh nghiệp phát triển lâu dài.

Thứ ba, tăng cường hợp tác và liên kết kinh doanh là một yếu tố quan trọng khác giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa nâng cao năng lực cạnh tranh. Việc tham gia các hiệp hội, mạng lưới doanh nghiệp, hoặc chuỗi cung ứng sẽ giúp doanh nghiệp mở rộng quan hệ đối tác, tiếp cận được nhiều cơ hội kinh doanh mới và nâng cao khả năng chống chịu với các biến động của thị trường. Hơn nữa, doanh nghiệp nhỏ và vừa cũng nên tận dụng cơ hội từ các Hiệp định Thương mại tự do mà Việt Nam đã ký kết để thâm nhập vào các thị trường quốc tế, qua đó không chỉ tăng cường cạnh tranh mà còn nâng cao chất lượng sản phẩm và dịch vụ.

Thứ tư, để đảm bảo phát triển bền vững, doanh nghiệp nhỏ và vừa cần xây dựng chiến lược kinh doanh theo hướng bền vững, chú trọng đến các yếu tố môi trường, xã hội và quản trị (ESG). Hiện nay, các đối tác quốc tế và người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến những sản phẩm và dịch vụ thân thiện với môi trường, có trách nhiệm xã hội và được quản lý minh bạch. Do đó, việc tích hợp các yếu tố ESG vào chiến lược phát triển không chỉ giúp doanh nghiệp tạo ra lợi thế cạnh tranh mà còn đảm bảo sự phát triển lâu dài trong bối cảnh yêu cầu của thị trường ngày càng khắt khe hơn.

Cuối cùng, vai trò của Nhà nước và các cơ quan quản lý trong việc hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa là rất quan trọng. Nhà nước cần tiếp tục hoàn thiện các chính sách hỗ trợ về tài chính, thuế, và tiếp cận nguồn vốn để giúp các doanh nghiệp vượt qua khó khăn. Đồng thời, việc cải cách thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp trong việc đăng ký kinh doanh, đầu tư và xuất khẩu cũng là những giải pháp quan trọng giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa nâng cao năng lực cạnh tranh. Bên cạnh đó, các chương trình hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo và tư vấn chiến lược cũng cần được tăng cường để giúp doanh nghiệp nhỏ và vừa phát triển mạnh mẽ hơn.

Tóm lại, việc nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam đòi hỏi sự nỗ lực từ nhiều phía, từ chính doanh nghiệp đến chính sách hỗ trợ của Nhà nước. Chỉ khi có sự phối hợp đồng bộ giữa các yếu tố nội tại và môi trường bên ngoài, doanh nghiệp nhỏ và vừa mới có thể vượt qua các thách thức và tận dụng cơ hội để phát triển bền vững trong thời kỳ hội nhập và toàn cầu hóa.

2. Kiến nghị

Cần tiếp tục nâng cao nhận thức trong cán bộ, công chức thừa hành công vụ và đội ngũ Doanh nhân, Chủ sở hữu doanh nghiệp về một số vấn đề xây dựng thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam, nhằm tạo sự thống nhất trong tư duy và nhận thức.

Thiết lập một kênh phản hồi và tiếp thu những bất cập về thể chế một cách thường xuyên và hiệu quả. Chúng ta đang hướng tới mục tiêu là “xây dựng thể chế kinh tế thị trường định hướng XHCN của VN phù hợp theo các chuẩn mực phổ biến của nền kinh tế thị trường hiện đại và hội nhập”.

Trước bối cảnh đang có sự thay đổi nhanh chóng của CMCN 4.0, Trong khi đó, khi xây dựng thể chế, bộ phận không nhỏ cán bộ hiện nay vẫn nặng về tư duy quản lý. Vì vậy, cần thiết lập các công cụ hữu hiệu để giám sát quá trình hoàn thiện thể chế, để có thể kết luận rằng: “*các chuẩn mực phổ biến của nền kinh tế thị trường hiện đại và hội nhập*” đã đạt được hay chưa?

Cần có những giải pháp đột phá thúc đẩy sự phát triển của một số loại thị trường trong giai đoạn tới, trong đó có thị trường bất động sản, thị trường KHCN... cho doanh nghiệp nhỏ và vừa. Thể chế kinh tế thị trường là một chỉnh thể gồm nhiều loại thị trường vận động đồng bộ trong chỉnh thể đó. Khi một loại thị trường không phát triển đầy đủ sẽ kìm giữ sự vận động của các thị trường khác và làm cản trở sự vận động chung. Trong bối cảnh đó, rất dễ dẫn đến sự can thiệp hành chính vào các quá trình kinh tế. Sự can thiệp này có thể giải quyết những khó khăn trước mắt nhưng chi phí sẽ

lớn hơn cơ hội tạo ra và làm sai lệch quá trình phát triển. Rốt cuộc, những vấn đề cơ bản vẫn không được giải quyết.

Để doanh nghiệp nhỏ và vừa tiếp cận mặt bằng sản xuất một cách dễ dàng, thuận lợi, thì chính sách thuế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ cho nhà đầu tư cơ sở hạ tầng phải rõ ràng, nhất quán, ngay cả việc kêu gọi đầu tư vào các cơ sở hạ tầng xã hội như Khu lưu trú cho người lao động, trường học, thiết chế văn hóa cho người lao động, thì những chính sách ưu đãi, hỗ trợ cho nhà đầu tư cơ sở hạ tầng phải rất rõ ràng.

Để thúc đẩy doanh nghiệp chuyển đổi số trong doanh nghiệp, ngoài vấn đề hạ tầng số, dữ liệu số thì Thương mại điện tử phải được coi là trụ cột, do đó vấn đề hoàn thiện khung khổ pháp lý cho hoạt động thương mại điện tử phải được coi là vấn đề cấp bách, nhiều hình thức kinh doanh mới sẽ được hình thành trên nền tảng TMĐT cần được điều chỉnh.

Từ quan điểm chính trị chủ đạo của Đảng và Nhà nước là phát huy dân chủ, chúng ta phải bảo đảm quyền của người dân, doanh nghiệp trong tiếp cận thông tin và phản biện xã hội, Vì vậy, trong quá trình xây dựng chính sách, các Đề án phát triển, cần tiếp tục công khai thông tin và quyền tiếp cận thông tin, đồng thời tăng cường đối thoại, giải trình chính sách, các Đề án phát triển giữa các cơ quan quản lý Nhà nước với các Tổ chức đại diện doanh nghiệp, chuyên gia độc lập, trước khi các quyết định được ban hành. Đây cũng được coi là biện pháp cơ bản để ngăn ngừa tham nhũng và sự tác động của các “nhóm lợi ích” vào quá trình ra quyết định, bảo đảm cho các quyết định theo chuẩn “giá trị chung”, vì lợi ích của đất nước, của dân tộc.

Đề nghị Chính phủ sớm có đề nghị sửa đổi Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa năm 2017, theo hướng:

+ Từng bước chuyển hướng các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp từ chiều rộng, dần trải sang chiều sâu, tạo điều kiện cho doanh nghiệp cơ cấu lại năng lực sản xuất, nhằm phát triển ổn định, lâu dài. Tập trung thực thi có hiệu quả nhóm giải pháp hỗ trợ

doanh nghiệp nhỏ và vừa phát triển bền vững, phát triển chuỗi giá trị và liên kết vùng nhằm phát huy tối đa lợi thế cạnh tranh, định hướng xuất khẩu; Khuyến khích doanh nghiệp áp dụng triệt để hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn theo chuẩn mực quốc tế, áp dụng thông lệ quản trị doanh nghiệp tiên tiến, áp dụng công nghệ sản xuất sạch, thân thiện với môi trường, sử dụng hiệu quả tài nguyên, phát triển quan hệ lao động hài hòa.

+ Khuyến khích, thúc đẩy khởi nghiệp, chú trọng khởi nghiệp sáng tạo trong một số ngành có lợi thế và tiềm năng; Tạo môi trường kinh doanh bình đẳng giữa mô hình kinh doanh mới và kinh tế truyền thống; Tiếp tục rà soát, bãi bỏ các quy định về điều kiện kinh doanh không phù hợp; Xây dựng khung thể chế thí điểm cho mô hình kinh doanh mới trong một số lĩnh vực đổi mới sáng tạo, nằm ngoài danh mục ngành nghề kinh doanh có điều kiện.

Nâng cao hiệu quả công tác thi hành pháp luật, tăng cường kỷ luật, kỷ cương, thái độ, trách nhiệm của cán bộ công chức trong thừa hành công vụ khi giao dịch, tiếp xúc, phục vụ doanh nghiệp.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lương Đăng Dũng (2024) “Nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong thời kỳ hội nhập”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*.
2. Nguyễn Bá Huy (2023) “Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong giai đoạn chuyển đổi số”, *Tạp chí Tài chính*.
3. Phạm Thúy Hồng (2004), “Chiến lược cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam hiện nay”, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
4. TS. Lê Mạnh Hùng (2022) “Nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam”, *Tạp chí Công Thương*.
5. TS. Nguyễn Thị Nhiều (2013) “Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam trong bối cảnh hội nhập quốc tế”, *Tạp chí Cộng sản*.
6. Nguyễn Xuân Trường (2005), Luận văn “Nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế”.