

QUẢN LÝ VÀ ĐỔI MỚI CÔNG NGHỆ

- I. Quản lý và đổi mới công nghệ
 1. Công nghệ và quản lý công nghệ
 2. Công nghệ và doanh nghiệp vừa và nhỏ
- II. Phát triển công nghệ trong doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam
 1. Vài nét về thực trạng công nghệ trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) và các cơ chế hỗ trợ đổi mới
 2. Đổi mới và nâng cấp công nghệ
 3. Chuyển giao và mua sắm công nghệ
 4. Thông tin và tư vấn công nghệ
- III. Ví dụ một số trường hợp: đổi mới công nghệ và các vấn đề liên quan
 1. Trường hợp công ty giày vải X
 2. Trường hợp công ty chế tạo máy chế biến nông sản
- IV. Kết luận

Tài liệu tham khảo

I. Quản lý và đổi mới công nghệ

1.1 Công nghệ và quản lý công nghệ

Công nghệ là gì:

4 yếu tố của công nghệ: theo quan điểm của APCCT/ESCAP

- Công nghệ không chỉ là phần cứng, máy móc, thiết bị
- Năng lực công nghệ là kỹ năng của con người
- Năng lực công nghệ có tác dụng duy trì thế cạnh tranh

Các vấn đề chung liên quan đến công nghệ trong một doanh nghiệp: tạo ra công nghệ; mua (nhập hoặc mua trong nước); tự nghiên cứu, cải tiến, tiếp nhận sử dụng công nghệ; năng suất, hiệu suất, chất lượng; thay đổi công nghệ.

Quản lý công nghệ và quản lý hoạt động

Các hoạt động quản lý liên quan đến công nghệ trong doanh nghiệp: tạo ra tri thức, ý tưởng kỹ thuật nhằm đưa ra các sản phẩm, quy trình mới, phát triển các sản phẩm mẫu thử, chuyển giao sang hoạt động sản xuất, phân phối, quản lý hoạt động

sản xuất, kinh doanh, trong đó lĩnh vực công nghệ là một phần của hoạt động này. Mục tiêu chung là duy trì khả năng cạnh tranh, lợi nhuận, thị phần.v.v...

1.2 Công nghệ và doanh nghiệp vừa và nhỏ:

Một số lĩnh vực/chủ đề liên quan đến công nghệ mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần quan tâm (APCCT, 1998):

- Xu thế phát triển công nghệ và phản ứng của các doanh nghiệp.
- Quản lý chiến lược về mặt công nghệ
- Thông tin, theo dõi, dự báo và đánh giá công nghệ
- Đánh giá lựa chọn, đàm phán và mua sắm công nghệ
- Quyền sở hữu trí tuệ
- Quản lý đổi mới công nghệ, nghiên cứu - triển khai.

Quản lý công nghệ nhằm đạt kết quả hoạt động tốt hơn trong sản xuất (có thể có trọng tâm nhiều hơn vào các chủ đề như tiêu chuẩn và chất lượng)

Quản lý công nghệ cho phát triển bền vững

Công nghệ nhỏ và quản lý công nghệ (tập trung nhiều hơn vào vấn đề nâng cấp công nghệ, các hệ thống hỗ trợ công nghệ, các chức năng kinh tế-công nghệ và thực thi dự án).

Cụ thể hơn, các doanh nghiệp vừa và nhỏ thường và cần quan tâm đến những vấn đề sau:

Nâng cấp công nghệ:

- Thông tin về cơ hội thị trường, công nghệ và sản phẩm.
- Lựa chọn và mua sắm công nghệ, bao gồm cả việc tìm kiếm nguồn tài chính.
- Đảm bảo sản xuất, cải tiến thường xuyên, nâng cao năng suất, chất lượng.
- Tiếp cận các chuyên gia và cơ sở đào tạo.

- Xử lý các vấn đề về môi trường.

Các thoả thuận gia công và thầu phụ

Các hệ thống hỗ trợ và liên kết về mặt công nghệ:

- Các trung tâm triển khai và tư vấn về mặt công nghệ, các cơ quan nghiên cứu và tổ chức tiếp thị (marketing) công nghệ

- Các hệ thống cung cấp dịch vụ công nghệ.

- Các khu công nghiệp, nhóm phát triển, khu công nghệ và vườn ươm công nghệ.

- Các trung tâm đổi mới kinh doanh nhỏ.

- Các mối liên kết với doanh nghiệp lớn, hệ thống gia công và thầu phụ.

Các vấn đề mới của công nghệ:

- Công nghệ thông tin.

- Chuyên môn hoá linh hoạt.

- Các doanh nghiệp dựa vào tri thức.

- Các doanh nghiệp nhỏ công nghệ cao.

II. Phát triển công nghệ trong doanh nghiệp vừa và nhỏ Việt Nam

2.1. Vài nét về thực trạng công nghệ trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ (DNVVN) và các cơ chế hỗ trợ đổi mới.

- Vai trò quan trọng của các DNNVV, đặc biệt trong khu vực tư nhân, không cần bàn cãi nhiều. Cho đến nay, đại đa số các doanh nghiệp nhà nước (60%) thuộc loại làm ăn lỗ hoặc chỉ có lãi ít (IMF, 1997; UNDP, 1999).

- Tuy vậy các DNNVV còn gặp rất nhiều khó khăn trong hoạt động của mình, bao gồm cả đổi mới công nghệ.

- Trình độ công nghệ và kỹ thuật sản xuất rất hạn chế, các doanh nghiệp siêu nhỏ (hộ gia đình) ở nông thôn thường dùng lại công nghệ thải loại của thành thị có

tuổi thọ trên 20 năm hoặc tự chế. 50% doanh nghiệp nhỏ ở nông thôn chỉ sử dụng dụng cụ cầm tay, 15.5% sử dụng công cụ nửa cơ giới, 35.5% có sử dụng máy chạy điện. Kinh nghiệm qua nghiên cứu của một ngành cụ thể là chế biến củ cho thấy, ngành này tại Hoài Đức sau gần 30 năm(1995) mới có một hộ thành lập xí nghiệp chế biến có quy mô lớn hơn hộ gia đình sử dụng công nghệ đã được dùng trong các doanh nghiệp hàng chục năm về trước. Đặc điểm của ngành là thiếu vốn và thông tin công nghệ, ít có khả năng tiếp cận các nguồn vốn tín dụng chính thức vì không có tài sản thế chấp và thủ tục phức tạp (Đặng Lan,1996).

- Các doanh nghiệp lớn của Nhà nước đã thu hút hơn một nửa số tín dụng chính thức và các nguồn Ngân sách Nhà nước. Như vậy các doanh nghiệp Nhà nước đã gây khó khăn cho các DNVVN(bởi hiện tượng còn được gọi là hiệu ứng bị chèn ép), đặc biệt là tư nhân trong lĩnh vực công nghiệp, làm giảm khả năng tạo công ăn việc làm. Để tạo được một việc làm, doanh nghiệp Nhà nước tốn mất 18.000 đô la, khoảng 240 triệu đồng. Trong khi đó, DNVVN chỉ cần mất 800 đô la, tức là khoảng 11 triệu đồng. Các DNVVN cũng còn gặp nhiều trở ngại về các mức thuế chính thức và phi chính thức, gây ra các chi phí hoạt động cao hơn cần thiết (World Bank, 1998).

- Trình độ và năng lực quản lý là một hạn chế trong các DNVVN do khó thu hút đội ngũ công nhân có tay nghề cao và ít khả năng đào tạo nâng cao tay nghề. Các nghiên cứu chung về chính sách hỗ trợ DNVVN giữa Việt Nam và Nhật Bản cũng đã đi đến các kết luận rằng vấn đề quản lý là điểm yếu nhất của các DNVVN Việt Nam(MPI-JICA, 1999).

- Có thể điểm qua các chính sách hỗ trợ các DNVVN trong việc cải thiện tình trạng công nghệ như sau:

Chương trình quốc gia xúc tiến việc làm:

Đã cấp tổng số vốn tới 200 tỷ đồng theo Nghị định số 120/HĐBT tháng 4 năm 1992 nhằm hỗ trợ đào tạo kỹ năng cho người lao động, đào tạo kỹ năng quản lý cho chủ doanh nghiệp và hỗ trợ về dự án vay gần 110 tỷ đồng với tỷ lệ lãi suất vay thấp. Về đào tạo: đã có 137 trung tâm được nhận tài trợ của Nhà nước với tổng số vốn trên 40 tỷ đồng đầu tư vào trang thiết bị cho giảng dạy và mở các khoá đào tạo. Tuy nhiên các khoá học này chủ yếu mang tính chất đào tạo nghề xã hội chứ không hẳn là đào tạo cho lao động trong DNVVN. Chương trình cũng hỗ trợ doanh nghiệp trong tuyển chọn lao động.

Chương trình EC cho người hồi hương:

Bắt đầu từ năm 1992, chương trình cho vay vốn để thành lập (có thể đến mức 2000 USD và thời gian thu hồi vốn là 6-18 tháng) và phát triển doanh nghiệp được tiến hành ở Việt nam. Chương trình cũng đào tạo kỹ năng cho người lao động (đến năm 1994 đã có 5222 khoá đào tạo và gần 50.000 học viên) và đào tạo kỹ năng quản lý và kinh doanh (22 khoá đào tạo cho trên 500 người).

Chương trình Việt Tiệp:

Bắt đầu năm 1993 cho người Việt Nam hồi hương từ Tiệp trở về nhằm cho vay vốn để mở doanh nghiệp; đào tạo kỹ năng cho người lao động (158 lớp, 3446 học viên, 3506 triệu); đào tạo kỹ năng quản lý cho chủ doanh nghiệp (đến hết năm 1995 có 27 lớp, 757 học viên, vốn là 640 triệu)

Chương trình Việt Đức:

Bắt đầu năm 1992 với số vốn là 3,7 triệu DM, chương trình này đến hết 1996 đã có 80 lớp cho chủ doanh nghiệp, với 2077 học viên, kinh phí là 2704 triệu đồng, 221 lớp dạy nghề, 5855 học viên và 22800 triệu đồng kinh phí.

Các chương trình nói trên phần lớn đã giúp hình thành nhiều DNVVN trong các năm qua nhưng chưa tập trung được nhiều cho hoạt động đổi mới công nghệ. Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ lâu dài cho DNVVN về các mặt: tài chính và tín dụng, đào tạo, đặc biệt là tài chính cho đào tạo tại chỗ; tư vấn và hỗ trợ về chuyển giao công nghệ, về thiết kế mẫu mã sản phẩm; và hỗ trợ về thông tin.

Trừ dự án của UNIDO SMELINK, các cơ quan hỗ trợ DNVVN thường ít có quan hệ hợp tác chặt chẽ và không có sự chuẩn bị chiến lược toàn diện các chính sách hỗ trợ các DNVVN. Cũng theo những đánh giá này, các Bộ khác nhau thường đưa ra các chính sách khác nhau, thiếu sự nhất quán.

Các Bộ ngành thiếu các chính sách tổng thể phát triển ngành(điện tử là một ví dụ: bản chính sách tổng thể phát triển ngành cuối cùng trình lên là vào tháng 4 năm 1998, đến nay vẫn chưa thông qua được).

Về các chương trình phát triển nhân lực do DNVVN, mặc dù nhu cầu đào tạo rất lớn, các chương trình đào tạo thường là có nội dung không phù hợp, do các nguyên nhân như thiếu tài trợ (kinh phí), phương tiện, giảng viên và tư liệu giảng dạy.

2.2 Đổi mới và nâng cấp công nghệ

Năng lực công nghệ trong doanh nghiệp:

- Năng lực của nhân lực trong doanh nghiệp.

- Sáu loại hình năng lực công nghệ của doanh nghiệp: năng lực đầu tư, năng lực sản xuất, năng lực cải tiến nhỏ, năng lực marketing, năng lực liên kết, năng lực đổi mới lớn.

Một số các nghiên cứu như điều tra thị trường công nghệ thành phố Hồ Chí Minh(1999), tổng quan về tính cạnh tranh công nghiệp VN (Viện chiến lược phát triển và UNIDO 1998), điều tra năng lực của 7 ngành công nghiệp (NISTPASS, 1997 và 1998),v.v... đã cho thấy bức tranh chung về thực trạng công nghệ của các ngành sản xuất của VN khá yếu kém.

Một nghiên cứu sâu hơn tại một số doanh nghiệp công nghiệp VN cho thấy những kết quả như sau (Trần Ngọc Ca và Lê Diệu Ánh, 1998) về một số hình thái phát triển của năng lực công nghệ tại các doanh nghiệp. Trước hết, về mức độ phát triển của các năng lực công nghệ, năng lực sản xuất là loại năng lực phát triển nhất. Sau đó là các năng lực cải tiến nhỏ, năng lực đầu tư và liên kết. Hai loại năng lực marketing và nghiên cứu đổi mới rất yếu , ở nhiều doanh nghiệp thậm chí không tồn tại. Ngay ở năng lực từng loại công nghệ, mức độ nắm vững rất khác nhau. Có doanh nghiệp đạt được mức độ phát triển cao ở năng lực này, nhưng lại yếu hơn trong các năng lực khác hoặc hoàn toàn không có một vài năng lực công nghệ.

Về trình tự phát triển của năng lực công nghệ, kết quả nghiên cứu cho thấy việc tích lũy năng lực công nghệ ở các doanh nghiệp xảy ra theo những trình tự khác nhau. Thông thường năng lực sản xuất được tích lũy đầu tiên. Năng lực cải tiến nhỏ thường thường được phát triển hầu như cùng thời gian với năng lực sản xuất. Năng lực liên kết và đầu tư được phát triển muộn hơn khi các doanh nghiệp có nhu cầu mở rộng sản xuất, thúc đẩy liên doanh liên kết. Các doanh nghiệp bắt đầu có những bước đầu tiên trong việc tích lũy các kỹ năng về marketing hoặc là nghiên cứu trong giai đoạn mở rộng sản xuất cho xuất khẩu.

Vấn đề học hỏi và công ty học hỏi

- Quan điểm và học hỏi liên tục
- Tổ chức học hỏi và công ty học hỏi
- Các cơ chế học hỏi, nguồn lực

- Các yếu tố ảnh hưởng.

Qua kết quả nghiên cứu chuyên sâu hơn về vấn đề học hỏi tại các doanh nghiệp (Trần Ngọc Ca, 1999) có thể thấy tình hình học hỏi tại các doanh nghiệp như sau.

Về cơ chế và nội dung của quá trình học hỏi:

Các cơ chế học hỏi (learning mechanism) có thể bao gồm:

- Học qua đào tạo chính thức trước khi nhận công tác
- Qua đào tạo tại chỗ và qua các chương trình bổ túc trong khi công tác
- Học từ các đối tác nước ngoài
- Qua việc thu thập thông tin và tiếp xúc hợp tác với các tổ chức tư vấn
- Hoặc tự tích lũy qua việc vừa làm vừa học.

Cơ chế tự học qua làm được coi là cơ chế quan trọng nhất tồn tại trong tất cả các cố gắng tích lũy năng lực công nghệ. Các tri thức được tích lũy tại nơi khác bởi nhân lực của doanh nghiệp từ trước khi làm việc cho chính doanh nghiệp cũng đóng vai trò quan trọng. Tuy vậy các kiến thức này chủ yếu là kiến thức kỹ thuật cụ thể, các kiến thức về quản lý, kinh tế thị trường còn rất yếu kém và là kết quả của hệ thống đào tạo. Các cơ chế học tại chỗ và học trên lớp, học qua thu thập thông tin, tư liệu đều ở trong tình trạng tương tự và mang nặng tính kỹ thuật, yếu về các vấn đề quản trị kinh doanh.

Các mối quan hệ với đối tác nước ngoài và việc học hỏi trong các doanh nghiệp Việt Nam tương đối cân bằng hơn với hàm lượng học hỏi cả các vấn đề kỹ thuật và không kỹ thuật. Tuy nhiên cơ chế này chủ yếu mới giúp các doanh nghiệp Việt Nam học hỏi các năng lực về sản xuất đơn giản chứ chưa có tác dụng nhiều cho việc học hỏi cách biến đổi công nghệ.

Các kết quả nghiên cứu đã thấy rằng các doanh nghiệp Việt Nam trước hết học được các kiến thức, kinh nghiệm về sử dụng công nghệ và sau đó là cải tiến công nghệ. Các kiến thức, kinh nghiệm để làm sao đổi mới một cách căn bản các công nghệ này còn chưa nằm trong tầm với của các doanh nghiệp Việt Nam.

Sự yếu kém của các doanh nghiệp trong hai loại năng lực marketing và nghiên cứu đổi mới lớn là hệ quả tất yếu của một thời gian dài hoạt động trong một môi trường không có sức ép cạnh tranh. Do vậy, nhu cầu tiếp thị, hiểu biết thị trường và đổi mới một cách cơ bản để có thể đưa ra được những sản phẩm có sức cạnh tranh là rất thấp.

Việc sử dụng các cơ chế học hỏi để tích lũy năng lực công nghệ cho thấy học hỏi là một quá trình phức tạp đòi hỏi nhiều yếu tố tham gia. Quá trình này không chỉ đơn thuần là học thụ động mà là cả một sự nghiên cứu nhiều công phu về một hệ thống hay một công nghệ, sao cho đạt được mục đích là hệ thống công nghệ này hoạt động có hiệu quả. Rõ ràng là trong điều kiện như vậy, các doanh nghiệp phải có chiến lược chủ động của mình nhằm đạt được điều này. Tất nhiên, toàn bộ quá trình học hỏi tích lũy năng lực công nghệ của các doanh nghiệp cũng phụ thuộc rất nhiều vào các yếu tố vĩ mô. Về tác động của môi trường chính sách tới quá trình học hỏi và tích lũy năng lực công nghệ

Các yếu tố bên ngoài tác động tới hành vi học hỏi công nghệ của các doanh nghiệp có thể chia thành một số nhóm yếu tố như sau:

- Các chính sách kinh tế vĩ mô của chính phủ: tài chính, thuế, tiền tệ, ngân hàng, quản lý lao động, thương mại,...
- Các yếu tố thị trường nội địa và xuất khẩu
- Hạ tầng cơ sở hỗ trợ gồm các cơ quan nghiên cứu- triển khai, tiêu chuẩn, sở hữu công nghiệp, thông tin,...
- Các yếu tố văn hoá và xã hội khác.

Các yếu tố	Chính sách	Thị trường	Hệ thống hỗ trợ	Văn hoá-xã hội
DOANH NGHIỆP DỆT MAY				
DM1	+	+	+	+
DM2	+	0	+	+
DM3	+	+	+	+
DM4	+	+	+	0
DM5	+	+	0	0
DM6	+	+	+	+
DM7	+	0	0	0

DM8	+	0	+	0
DM9	+	0	+	0
DM10	+	+	+	+
DM12	+	+	+	0
DM13	+	0	+	0
DM14	+	+	+	0
DM15	0	0	+	0
TỔNG SỐ	13	8	12	5
DOANH NGHIỆP ĐIỆN TỬ				
ĐT1	+	+	+	0
ĐT2	+	+	0	0
ĐT3	+	+	+	+
ĐT4	+	+	+	0
ĐT5	+	+	+	0
ĐT7	+	0	+	0
ĐT8	+	0	+	0
ĐT9	+	+	+	+
ĐT10	+	+	+	0
ĐT11	+	0	+	0
TỔNG SỐ	10	7	9	2

Nguồn: Trần Ngọc Ca (1999).

Bảng 1: Ảnh hưởng của các nhóm yếu tố tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

+: có ảnh hưởng;

0: không ảnh hưởng;

Yếu tố	Chính sách	Thị trường	Hệ thống hỗ trợ	Văn hoá-xã hội
CƠ CHẾ HỌC HỎI				
DOANH NGHIỆP DỆT MAY				
tự học hỏi	3	1	1	3
tích lũy trước	7	1	5	0
đào tạo tại chỗ	9	3	5	5
đào tạo ở ngoài	7	2	6	1
đối tác nước ngoài	7	5	3	0

thu thập thông tin	7	4	12	0
TỔNG CỘNG	40	16	32	9
DOANH NGHIỆP ĐIỆN TỬ				
tự học hỏi	5	3	3	1
tích lũy trước	2	0	2	0
đào tạo tại chỗ	7	2	5	2
đào tạo ở ngoài	8	1	5	0
đối tác nước ngoài	6	6	6	0
thu thập thông tin	3	4	7	1
TỔNG CỘNG	31	16	28	4

Nguồn: Trần Ngọc Ca (1999)

Bảng 2: Ảnh hưởng của các yếu tố tới quá trình học hỏi.

Qua hai bảng trên có thể thấy ảnh hưởng của cả kinh tế, chính sách vĩ mô là lớn nhất tới hoạt động kinh doanh và hành vi học hỏi của các doanh nghiệp.

Các dịch vụ đào tạo:

Đào tạo là một trong các biện pháp chủ yếu nhằm nâng cao năng lực của doanh nghiệp. Ý kiến đánh giá chung của nhiều doanh nghiệp về các dịch vụ này rất là phong phú về số lượng nhưng không đủ mạnh về chất lượng. Các doanh nghiệp nói chung rất thiếu cán bộ có kỹ năng tay nghề cao cả về công nghệ và quản lý, và chi phí cho việc thuê mướn chuyên gia nước ngoài thay thế thì lại rất cao.

Đa số doanh nghiệp cho rằng họ không thể có được dịch vụ đào tạo mà họ cần, và chất lượng đào tạo của các cơ quan cung cấp dịch vụ rất khác nhau. Các doanh nghiệp phê phán rất mạnh các tổ chức đào tạo của nhà nước cho rằng 2/3 thời gian đào tạo không được dùng để cung cấp các kỹ năng chuyên sâu mà khách hàng cần đến.

2.3 Chuyển giao và mua sắm công nghệ.

Mua, nhập công nghệ, thị trường công nghệ

Chuyển giao quyền sở hữu: nhập máy móc, thiết bị

Chuyển giao quyền sử dụng: mua bán (licence).

Bên giao và bên nhận

Quá trình mua sắm công nghệ có thể bao gồm các giai đoạn chính như sau:

- Xác định nhu cầu công nghệ phù hợp với mục tiêu của phát triển kinh tế-xã hội, mục tiêu kinh doanh.
- Thu thập thông tin về các nguồn công nghệ có thể có, kể cả các nguồn trong nước
- Phổ biến và trao đổi thông tin tới những bộ phận sẽ sử dụng công nghệ này
- Đánh giá và lựa chọn công nghệ phù hợp nhất (không nhất thiết là công nghệ lạc hậu hoặc kém tiên tiến)
- Mở gói công nghệ (nghiên cứu kỹ, xem xét chi tiết) nhằm đánh giá được tính phù hợp, chi phí và điều kiện của các yếu tố cấu thành công nghệ
- Đàm phán về các điều kiện của hợp đồng mua sắm công nghệ
- Thích ứng hoá và thu nhận công nghệ mới đưa vào (nhập) vào điều kiện địa phương
- Sử dụng công nghệ một cách tối ưu nhất

Vấn đề sở hữu công nghiệp

Vi phạm và bảo vệ quyền sở hữu công nghiệp

Pháp lệnh chuyển giao công nghệ nước ngoài vào Việt Nam

Pháp lệnh sở hữu công nghiệp

Giải quyết tranh chấp

Mặc dù đã có một hệ thống sở hữu công nghiệp được thiết lập khá sớm từ những năm 1980, hiệu quả hoạt động của hệ thống này chưa cao. Bản thân các cơ quan nghiên cứu Việt Nam chỉ mới đăng ký được vài ba sáng chế hoặc giải pháp hữu

ích. Việc sử dụng kho sáng chế của nước ngoài có hiệu quả rất thấp, trong khi đó tỷ lệ này tại các nước lên tới 30% như ở Trung Quốc. Ví dụ, tại kho sáng chế của Cục Sở hữu công nghiệp có khoảng 60 triệu bản, nhưng thường có những nghiên cứu bị lặp lại và nếu rà soát có thể tiết kiệm được tới 25-50% kinh phí nghiên cứu (Cục SHCN, 1999).

Chuyển giao phi thương mại

- Cho, tặng
- Du nhập thông tin, hội chợ triển lãm
- Di chuyển nhân lực công nghệ
- Tình báo công nghệ

2.4 Thông tin và tư vấn công nghệ

Thông tin công nghệ và tìm kiếm thông tin

- Việc thiếu hụt thông tin cả về thị trường và công nghệ cho công tác kinh doanh

- Những cố gắng hỗ trợ cho doanh nghiệp của các cơ quan chuyên về thông tin, tiếp thị cũng mới chỉ đưa lại các kết quả hạn chế

- Trung tâm hỗ trợ Doanh nghiệp Nhỏ và vừa của Phòng thương mại và Công nghiệp Việt Nam

- Trung tâm thông tin tư liệu khoa học và kỹ thuật quốc gia NACESTID

- Vấn đề sử dụng Internet

Sử dụng tư vấn công nghệ, trung gian công nghệ

- Nhu cầu và thói quen sử dụng tư vấn trong kinh doanh

- Khả năng cung ứng dịch vụ tư vấn

- Vấn đề giá và chất lượng của dịch vụ tư vấn

- Vấn đề áp dụng hệ quản lý theo tiêu chuẩn: TQM, ISO

Nhiều kết quả nghiên cứu (Riddle & Hoai, 1998) đã khẳng định thiếu các dịch vụ về các loại hình tư vấn cần thiết. Trong một cuộc điều tra của MPDF, mặc dù 69% người được hỏi cho rằng dịch vụ tư vấn là cần thiết cho việc nâng cao tính cạnh tranh của doanh nghiệp, chỉ có ít hơn một nửa số người được hỏi cho rằng họ có được các dịch vụ tư vấn mà họ cần. Việc sử dụng các dịch vụ tư vấn tập trung vào các vấn đề sau: kế hoạch hoá chiến lược (36 %), tăng lợi nhuận (34%), nâng hiệu quả (34%), đảm bảo chất lượng (33%). Một điều lý thú là theo ý kiến các doanh nghiệp, giá của dịch vụ tư vấn không phải là điều cản trở lớn nhất cho việc sử dụng dịch vụ này.

Dịch vụ thiết kế:

Trước đây trong một thời gian dài, các nhà sản xuất VN không phải quan tâm nhiều đến thiết kế của sản phẩm, chỉ trong thời gian gần đây, họ mới dùng nhiều hơn các dịch vụ thiết kế và đóng gói bao bì cho sản phẩm. Tuy vậy, hơn 40% các nhà sản xuất tư nhân đánh giá các dịch vụ này là đắt hoặc rất đắt. Các dịch vụ này được sử dụng nhằm: nâng cao tính hấp dẫn của sản phẩm(64%), nâng cao tính hữu dụng (34%) và tiêu chuẩn sản phẩm (32%).

Một nghiên cứu về điều tra năng lực công nghệ trong các ngành công nghiệp VN (NISTPASS, 1998) đã đưa ra một bức tranh chung về tình hình đối với ĐMCN. Ý kiến các doanh nghiệp được xếp theo các thang điểm từ 1 (hỗ trợ rất kém hoặc không tồn tại loại cơ quan này) đến 5(hỗ trợ ở mức tuyệt hảo và đáp ứng mọi nhu cầu của doanh nghiệp), bảng dưới đây chỉ ra kết quả trong 7 ngành công nghiệp được điều tra.

Loại cơ quan	Đtử	Cơ khí	NN	Cà phê	Thủy sản	Xây dựng	Dệt may
NC-TK	3,0	2,5	1,9	1,9	-	2,0	1,5
thử nghiệm	2,3	1,8	2,0	1,4	2,5	1,7	1,0
tiêu chuẩn	3,0	2,4	2,1	2,5	3,0	2,4	2,0
thông tin	2,8	2,0	2,2	2,6	2,6	2,3	1,5
đào tạo	2,9	1,7	1,9	2,3	3,3	2,5	2,5
pháp lý	1,9	1,4	1,9	1,7	2,5	2,4	1,0

Nguồn: Báo cáo tổng hợp kết quả điều tra năng lực công nghệ. Viện chiến lược chính sách khoa học và công nghệ. 1998.

Bảng 3. Đảm bảo cơ sở hạ tầng từ bên ngoài cho ĐMCN của doanh nghiệp

Kết quả bảng 3 cho thấy việc các doanh nghiệp dựa vào các cơ quan bên ngoài trong việc cung cấp các dịch vụ cần thiết cho ĐMCN là rất yếu. Mặc dù một số hoạt động gần đây (như Chương trình hỗ trợ doanh nghiệp hiện đại hoá với chi phí thấp, tạo ưu thế cạnh tranh và đẩy mạnh xuất khẩu) của uỷ ban nhân dân thành phố Hồ Chí Minh đã bước đầu có kết quả và được các doanh nghiệp đánh giá cao, vẫn còn rất nhiều việc phải làm để xây dựng một môi trường hỗ trợ đủ mạnh cho các doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh nói chung và đổi mới công nghệ nói riêng.

III. Ví dụ một số trường hợp: đổi mới công nghệ và các vấn đề liên quan

3.1 Trường hợp công ty giày vải X

Thông tin chung:

Công ty được thành lập tháng 1 năm 1957 như một xí nghiệp của quân đội, đến nay đã được hơn 40 năm . Xí nghiệp chuyên sản xuất mũ cứng, giày vải cung cấp cho quân đội. Năm 1960, sản lượng giày vải ngắn cổ đạt khoảng 200.000 nghìn đôi. Năm 1965, sản lượng giày vải đã lên đến 320.000 đôi. Năm 1970, công ty đã sản xuất được hơn 2 triệu đôi giày, trong đó lần đầu tiên xuất khẩu được sang Liên xô cũ và Đông Âu.

Sau chiến tranh năm 1976, hội đồng nhà thờ thế giới đã viện trợ 2 triệu đô la để cung cấp thiết bị xây dựng một nhà máy sản xuất giày vải. Năm 1986, sản lượng giày vải đã đạt 2,4 triệu đôi trong đó có 1,8 triệu đôi xuất đi Liên xô cũ.

Trong các năm 1990-1991, xí nghiệp bị mất thị trường Liên xô cũ và Đông Âu. Ban lãnh đạo công ty được sự hỗ trợ của chính quyền thành phố đã quyết định phải chuyển hướng nhanh chóng sang làm ăn với các khu vực thị trường khác. Năm 1992, xí nghiệp đã được Ngân hàng ngoại thương và Leaprodexim hỗ trợ cho vay để nhập công nghệ sản xuất giày cao cấp của Đài Loan, bên đối tác là công ty Kỳ quốc sẽ bao tiêu thị trường xuất khẩu, giúp đỡ về công nghệ, đào tạo, hướng dẫn kỹ thuật và cung cấp những nguyên liệu chuyên dụng.

Sau 4 tháng ký kết, 3 dây chuyền đã được lắp đặt và cuối năm 1992 lô hàng đầu tiên đã được xuất đi Pháp và Đức, đánh dấu bước ngoặt trong kinh doanh của xí nghiệp và năm 1993, xí nghiệp được chuyển thành công ty. Để củng cố chất lượng sản phẩm, nhất là cho thị trường xuất khẩu trong các năm 1993-1997, công ty liên tục có những ĐMCN như đầu tư 250.000 đô la Mỹ mua thêm các thiết bị làm xộp tẩy giày (khoảng 70.000 đô la Mỹ) và mũi giày, máy zichzac, máy khâu chuyên dùng. Kết quả kinh doanh của công ty là minh chứng cho sự thành công và hiệu quả của hoạt động ĐMCN.

Sản lượng của công ty trong các năm từ 1990 đến 1997 như sau:

Năm	Tổng sản lượng	Xuất khẩu	Doanh thu
1990	3 980 756 đôi	2 783 790 đôi	16,9 tỷ đồng
1991	2 537 550	808 769	15,0
1992	2 641 530	926 826	23,6
1993	3 528 770	2 003 005	44,2
1994	3 175 276	2 277 225	58,6
1995	3 294 213	1 536 443	69,0
1996	3 721 808	1 600 409	72,0
1997	3 500 000	2 000 000	79,0

Nguồn: Báo cáo 40 năm xây dựng và trưởng thành của công ty giày X.1997

Trong năm 1998, công ty bắt đầu xây dựng hệ thống chất lượng theo tiêu chuẩn ISO 9002. Công ty đã được cấp chứng chỉ ISO 9002 vào tháng 1 năm 1999. Kế hoạch trong các năm 2000-2002 là giữ được mức chất lượng này, kim ngạch xuất khẩu đạt 8-10 triệu đô la Mỹ, mở rộng thị trường sang các nước Châu Âu , Mỹ và lợi nhuận tăng 30-50% so với 1998. Hiện nay ,60% tổng doanh thu của công ty là do xuất khẩu, 40% từ thị trường nội địa và tổng doanh thu đạt hơn 100 tỷ đồng (công ty là thành viên của câu lạc bộ 100 tỷ của thành phố HN, gồm các doanh nghiệp thành viên có doanh thu trên 100 tỷ đồng) Đối mới công nghệ và tác động của môi trường chính sách:

Năm 1999, công ty có chủ trương chuyển từ sản xuất giày vải (sản phẩm truyền thống của công ty trong nhiều năm) sang sản xuất giày thể thao. Đây là một quyết định dựa trên những tính toán và quan sát hoạt động của các công ty cạnh tranh. Ví dụ, xí nghiệp giày Nam Thăng nhờ sản xuất giày thể thao đã vượt qua được các khó khăn tưởng như phải giải thể, tiếp tục tồn tại và phát triển tốt. Tình hình thị trường cũng cho thấy, năm 1996 là thời kỳ đỉnh cao của sản xuất giày vải cho xuất khẩu (mặc dù thị trường nội địa vẫn tăng, nhưng mức lợi nhuận thấp) Từ năm 1997-1998, số lượng khách hàng đến với công ty X về sản phẩm giày vải đã giảm hẳn và yêu cầu chất lượng ngày càng khắt khe. Trên cơ sở đó, công ty đã quyết định chọn đối tác mới, lên phương án kinh doanh và xây dựng dự án vay vốn. Mục tiêu là giảm số dây chuyền sản xuất giày vải từ 5 xuống còn 3 và đồng thời nhảy vào sản xuất giày thể thao.Công ty đã đầu tư hơn 10 tỷ đồng nhập dây chuyền sản xuất giày thể thao của Đài Loan, trong đó phía đối tác cho vay 1 phần, trả dần bằng sản phẩm. Phần vốn còn lại,công ty vay của ngân hàng không có chế độ ưu đãi. Phía Đài loan

đã hỗ trợ bằng công nghệ, đào tạo chuyển giao công nghệ và bao tiêu sản phẩm. Chuyên gia được cử sang 10 người và hai bên thoả thuận là hỗ trợ kỹ thuật trong 5 năm. Bên cạnh đó, các hoạt động kinh doanh giày vải vẫn tiếp tục với các đối tác Hàn quốc và Italia , với đòi hỏi về chất lượng giày càng cao và có chuyên gia giám sát.

Về các vấn đề liên quan đến tài chính, công ty cho rằng các ưu đãi về khấu hao không có tác dụng gì khi đi vay ngân hàng, khi công ty trả nợ càng nhanh thì thì càng chịu lãi ít. Việc vay vốn của công ty vẫn phải chịu các điều kiện thông thường và không được hưởng ưu đãi gì, trừ thuận lợi chính là việc xét duyệt các khoản vay nói chung là nhanh chóng, không phiền hà. Nhìn chung, đối với công ty giày vải X, vay tiền để ĐMCN là vấn đề tương đối dễ, do công ty đã tạo được uy tín với các nhà tài trợ.

Một trong các mục tiêu lâu dài của công ty là tiến tới sản xuất sản phẩm mang thương hiệu của mình, chuyển từ gia công thuần túy sang sản xuất theo phương thức mua đứt bán đoạn để đạt giá trị gia tăng tốt hơn. Vì thế, việc đảm bảo có được nguồn nhân lực với năng lực cao là yếu tố quan trọng có tính chất sống còn về lâu dài của công ty. Hơn nữa, công ty còn muốn dần dần tiến tới sự tự lực không cần dựa vào chuyên gia như trước. Để đảm bảo nhân lực cho mình, công ty tuyển người từ các trung tâm đào tạo và từ nguồn nhân công tự do (có ưu tiên con em trong công ty) được phòng tổ chức đứng ra đào tạo theo quy trình ISO. Công ty nhận rằng đang thiếu nhân công có tay nghề phù hợp để có thể đáp ứng được các nhu cầu của việc mở rộng sản xuất sang lĩnh vực mới là giày thể thao. Do chế độ về lương và biên chế, công ty đang chuyển sang sử dụng hợp đồng dài hạn, chỉ có ba biên chế theo đúng ngạch biên chức là Giám đốc, phó Giám đốc và kế toán trưởng.

Hệ thống hỗ trợ không giúp đỡ gì được nhiều cho công ty trong quá trình xây dựng phương án kinh doanh mới, không có hỗ trợ tư vấn nào ở bên ngoài. Tuy vậy, trong quá trình xây dựng các chuẩn cho ISO 9002, công ty như một trong các cơ quan của thành phố, cũng đã được thành phố hỗ trợ về kinh phí (60 triệu) cho các hoạt động chuẩn bị cho ISO. Các dịch vụ kiểm nghiệm khi công ty cần dùng lại có giá rất đắt. Hơn thế nữa, trình độ của các cơ quan dịch vụ nhiều khi thấp hơn của bản thân công ty, lại còn thêm thái độ vòi vĩnh, gây khó dễ nên công ty không muốn sử dụng các dịch vụ này nhiều. Theo quan điểm của công ty, hoạt động của các tổ chức như hiệp hội giày da xuất khẩu chủ yếu mang tính chất vui vẻ, hội hè, ít thiết thực và không có tác dụng nhiều cho công ty. Bản thân giữa các thành viên của hiệp hội vẫn có sự cạnh tranh về bạn hàng và thị trường. Những khó khăn về vấn đề nhân

lực, năng lực đã hạn chế các cố gắng của công ty thâm nhập thị trường Canada trên cơ sở sản xuất với thương hiệu của mình.

Nhìn chung về hoạt động của hệ thống và môi trường hỗ trợ, công ty cho rằng mình phải tự vận động là chính, không nhờ được nhiều từ bên ngoài. Các chính sách tài chính đối với công ty không phải là vấn đề lớn, nhưng đồng thời công ty không được hưởng nhiều các chế độ ưu đãi. Vấn đề nhân lực đối với công ty có lúc đã trở nên bức xúc hơn.

3.2 Trường hợp công ty chế tạo máy chế biến nông sản :

Thông tin chung:

Công ty này xuất sứ là một công ty chuyên sản xuất máy may của chủ người Hoa tại thành phố Hồ Chí Minh . Sau năm 1975, sau khi khôi phục sản xuất, giám đốc đã tổ chức lại lực lượng lao động như công nhân kỹ thuật có tay nghề cao nhưng không được học tiếp như đại học (do chính sách cải tạo vào thời điểm đó). Lực lượng này đã được tổ chức lại và đi vào sản xuất trong một thời gian ngắn. Việc nhập vật tư để sản xuất máy may (thép cao cấp, sơn) vào thời điểm cuối những năm 1970, đầu những năm 1980 rất khó khăn. Sản phẩm máy may được làm ra có mẫu mã đơn điệu, chất lượng không cao và không thể cạnh tranh được với máy may nhãn hiệu con bướm nhập của Trung Quốc. Việc sản xuất may may do tình hình như vậy đã đi vào bế tắc. Công ty đã thử chuyển sang làm một số máy dệt tay phục vụ cho chương trình sản xuất và chế biến đay nhưng do nhu cầu có hạn, cố gắng này cũng đành chấm dứt. Do kết quả sản xuất kinh doanh kém, công ty đã bị đưa vào Danh sách một trong sáu công ty đề nghị giải thể của ngành công nghiệp thành phố Hồ Chí Minh.

Bước ngoặt của công ty diễn ra vào năm 1988-1989, khi công ty quyết định thử chuyển sang sản xuất mặt hàng mới là máy say xát lúa gạo. Tư duy này được đưa ra dựa vào một số tính toán mang tính chiến lược như sau: nông nghiệp là hướng phát triển chiến lược của nền kinh tế, việc dựa vào sản phẩm gạo là có thị trường và có nguồn nguyên liệu dồi dào. Để thực hiện, công ty cũng quyết tâm học hỏi công nghệ của các nhà sản xuất khác. Năm 1990, sản phẩm đầu tiên là máy lau bóng gạo được sản xuất và đưa bán cho nông dân Vĩnh Long dùng thử theo điều kiện nếu máy chạy tốt thì mới thanh toán. Kết quả máy đã chạy tốt và người mua nông nhiệt đón nhận nó . Sau thành công này, trong các năm 1991-1992, các sản phẩm tương tự đã được đưa ra rộng rãi tại các tỉnh miền Nam. Chất lượng của sản phẩm cũng được nâng lên

dần dần, từ công suất 600kg/h lên 2,5 tấn/h, và sản phẩm đã được bán rộng ra cả các tỉnh phía Bắc như Thanh Hoá, Ninh Bình, Hải Phòng.

Năm 1993, lần đầu tiên công ty xuất khẩu được sản phẩm và đây có thể được coi là bước ngoặt mới trong hoạt động của công ty. Cho đến nay, công ty đã xuất được sản phẩm đi thị trường nhiều nước như Đài Loan, Thái Lan, Campuchia, Philippin, Mexico, và một số khách hàng của Pháp đã mua để đưa sang châu Phi sử dụng. Hiện nay, các sản phẩm chính của công ty là:

- Dây chuyền hoàn thiện gạo cho liên doanh Agrimex-Kitobu Vn
- Dây chuyền xay sát và lau bóng gạo có cân định lượng tự động, xuất cho Royal Rice Company, Batambang, Campuchia (2,5 tấn lúa/h)
- Dây chuyền sấy hạt tiêu cho công ty liên doanh Man Spice Procesing, Bình dương VN
- Dây chuyền xay sát lúa và làm bóng gạo xuất cho Cameroon (1 tấn lúa/h)

Doanh số xuất khẩu đạt hàng năm từ 200 đến 250 nghìn đô la. Hiện nay doanh thu của công ty là 27 tỷ đồng và nhân lực là 310 người, trong đó có 350 kỹ sư. Tuy nhiên công ty cũng đang phải đối mặt với sự cạnh tranh của nhiều công ty trong nước.

Trong giai đoạn sắp tới và tương lai, công ty có kế hoạch chuyển sang chế biến cà phê khô và ướt, sản xuất lò nấu thép trung tần và các thiết bị chế biến thức ăn gia súc. Tuy vậy, máy chế biến gạo vẫn chiếm 80% tổng giá trị sản phẩm của công ty và vẫn tiếp tục xuất khẩu được. Công ty mong muốn được cổ phần hoá, nhưng hiện nay sở công nghiệp chưa có chủ trương cho thực hiện vì xu hướng muốn thành lập tổng công ty cơ khí của thành phố.

Đổi mới công nghệ và tác động của môi trường chính sách:

Về vấn đề tài chính cho ĐMCN

Để ĐMCN, công ty đã chấp nhận vay vốn của nhà nước với mức lãi 14% và trả dần sau khi có thu nhập từ sản xuất máy đánh bóng lúa gạo. Từ năm 1992, công ty không còn cần phải vay vốn nhà nước nữa và chủ yếu dựa vào vốn tự có của mình. Trong vài năm gần đây, công ty có chủ trương chuyển sang mua thiết bị cũ điều khiển bằng số (CNC) với giá rẻ khoảng 1/3 và phục hồi lại những máy cũ này. Tuy

nhiên điều khiển của máy đã bị hỏng, phần cơ của máy vẫn còn rất tốt và công ty chỉ cần tập trung phục hồi bộ phận điều khiển là có thể so với máy mới về tính cạnh tranh. Do nhu cầu của sản phẩm máy đánh bóng không đòi hỏi máy công cụ quá chính xác và chỉ cần nâng cấp máy CNC cũ từ cấp 4 lên cấp 3 là đã quá tốt, không cần có cấp chính xác cao hơn. Để thực hiện các vấn đề này, công ty có phòng kỹ thuật với 1 người chuyên về thiết kế máy, đây chuyên liên quan đến phần cơ. Về phần điện tử, xí nghiệp điện tử chịu trách nhiệm về vấn đề phục hồi bộ điều khiển CNC.

Về chính sách thuế, công ty cho rằng thuế giá trị gia tăng đã có tác động cản trở rất nhiều do công ty phải tăng giá sản phẩm và làm mất nhiều khách hàng. Về các biện pháp thuế thúc đẩy ĐMCN, công ty không được giảm thuế trên thực tế. Công ty đã có yêu cầu cơ quan thuế xin cho giảm một mức thuế, nhưng không được chấp nhận. Theo công ty tự đánh giá, có lẽ là việc xin giảm thuế được đưa ra chưa đúng lúc. Theo ý kiến của công ty, nên áp dụng chế độ tự động trừ thuế theo đúng luật chứ không cần phải đi xin rồi mới được cho. Trong tình hình hiện nay, cơ chế xin rồi mới cho vẫn đang là cơ chế chủ đạo trong quan hệ giữa các cơ quan thuế và doanh nghiệp. Ngoài ra, công ty còn cho rằng rất khó biết được có những loại văn bản nào đang tồn tại và có những chế độ ưu đãi gì để có thể vận dụng. Việc sử dụng tư vấn cho vấn đề này không dễ hoặc là không có những loại hình tư vấn về cung cấp cách khai thác lợi thế hoặc dịch vụ tư vấn tương xứng với số tiền bỏ ra.

Về vấn đề tín dụng, mặc dù trong thực tế sở công nghiệp đã chủ động đề nghị cho công ty X vay 1,5 triệu đô la để đầu tư thiết bị ĐMCN, công ty đã từ chối không dám vay do tính toán thấy rằng không có lợi, chênh lệch giá quá lớn và công ty sẽ rất khó trả ngay cả phần vốn, chưa tính gì đến trả phần lãi. Nhìn chung như một doanh nghiệp nhà nước, công ty cho rằng họ vẫn bị ràng buộc nhiều và không có được độ linh hoạt trong việc ra các quyết định kinh doanh.

Về vấn đề nhân lực cho ĐMCN:

Công ty đào tạo công nhân của mình là chính và ít nhờ vào các cơ quan đào tạo. Chỉ gần đây công ty mới bắt đầu phát triển hợp tác với cơ quan ngoài. Công ty có một trung tâm đào tạo hợp tác với trường đào tạo dân lập Văn Lang để đào tạo công nhân kỹ thuật bậc 3/7 và được cấp bằng của Đại học Văn lang. Trước hết công ty tuyển các đối tượng tốt nghiệp lớp 11 hoặc 12 rồi đào tạo, hoặc tuyển thẳng từ các trường trung cấp, dạy nghề kỹ thuật như trường trung cấp cao đẳng hoặc trường Võ Thị Sáu. Ở trình độ kỹ sư, công ty tuyển người từ Đại học bách khoa thành phố Hồ Chí Minh. Ngoài ra, công ty cũng đang chuẩn bị mở lớp đào tạo trung cấp kỹ

thuật. Ngoài việc đào tạo cho mình, công ty còn đào tạo tại chỗ cho cả bên ngoài và có thu phí (cho đối tượng làm chủ xưởng của doanh nghiệp tư nhân).

Có một số vấn đề liên quan đến nhân lực cho ĐMCN như sau: trong chế độ chuyển ngạch lương cho lao động, bộ lao động có đưa ra một quy chế về nhân lực: nếu muốn chuyển từ ngạch kỹ thuật sang ngạch kỹ sư trước hết phải có bằng kỹ sư và sau đó là 5 năm công tác. Trong khi đó, một công nhân có thể chỉ cần đi học tại chức, khi tốt nghiệp có bằng kỹ sư ngay nhưng thực tế này chưa được quan tâm thực hiện và cản trở những cố gắng học hỏi vươn lên của nhiều cán bộ kỹ thuật của công ty.

Một vấn đề khác là rất khó giữ được nhân lực có trình độ làm việc ổn định cho công ty. Đối với nhiều người, công ty chỉ là chỗ dừng chân. Sau một thời gian làm tạm, thu thập được nhiều kiến thức và kinh nghiệm, họ có thể tìm việc ở nơi khác. Vấn đề này chủ yếu xảy ra với nhân lực là người của thành phố, còn người từ các tỉnh thì gắn bó hơn với công ty. Một trong các nguyên nhân chính của tình trạng này là do chế độ lương cứng nhắc, công ty chưa được toàn quyền sử dụng các chế độ khuyến khích có tính cạnh tranh cao để giữ người.

Về hệ thống các cơ quan hỗ trợ, công ty không sử dụng thường xuyên và chỉ dùng đến các dịch vụ về tiêu chuẩn, chất lượng, hỗ trợ kỹ thuật khi có nhu cầu lớn.

Kết luận:

Theo như đánh giá và tình hình thực tế của công ty X, môi trường tài chính (đặc biệt là thuế GTGT) có ảnh hưởng không theo chiều hướng hỗ trợ cho hoạt động của công ty. Ngay cả thiện chí cho vay tín dụng của thành phố cũng không có tác dụng lớn do bản thân các chế độ và điều kiện tín dụng không phù hợp. Chế độ tiền công, tiền lương và biên chế cứng cũng ảnh hưởng không có lợi cho hoạt động ĐMCN. Hầu như các quyết định về ĐMCN của công ty được thực hiện là do sự sống còn và nhu cầu cạnh tranh của công ty chứ không phải do các chính sách ưu đãi có lợi. Công ty cũng gặp khó khăn trong việc tiếp cận những nguồn thông tin về các chính sách ưu đãi có thể được hưởng. Rất nhiều văn bản chính sách công ty hoàn toàn không biết đến và không nghĩ đến có thể xin được các nguồn tài trợ nào đó.

IV. Kết luận:

Trong giai đoạn mà sự cạnh tranh ngày càng tăng, việc dựa vào công nghệ là nhu cầu thiết yếu của bất kỳ doanh nghiệp nào.

Công nghệ không còn là vấn đề có thể phát triển hay không, mà là nhu cầu buộc phải tiến hành. Doanh nghiệp dù là vừa hay nhỏ cần có chiến lược chủ động trong việc phát triển và nâng cao năng lực công nghệ của mình.

Tuy không ỷ lại vào chờ nhà nước, có rất nhiều vấn đề các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần phải được sự hỗ trợ của nhà nước để tạo môi trường chính sách thuận lợi cho đổi mới công nghệ.

Cần phải xây dựng các cơ chế đối thoại, diễn đàn chung giữa doanh nghiệp và nhà nước nhằm xây dựng một môi trường thân doanh nghiệp, hỗ trợ cho đổi mới công nghệ.

Xây dựng hệ thống đổi mới công nghệ quốc gia.

Tài liệu tham khảo

Tiếng Anh:

Asian Pacific center for technology Transfer, APCTT (1998) Technology management education and training for developing countries. New Delhi.

MPI and JICA/Nomura Research Institute, Ltd, and The Materials Process Technology Center of Japan (1999) Discussion paper for workshop on promotion of small and midium scale industrial enterprises.

Riddle,-& Tran Vu Hoai (1998) Business Services in VN, Prepared for the Mekong Project Development Facility (MPDF) Ha Noi. December.
Tran Ngoc Ca & Le Dieu Anh (1998) " Technology dynamism and export performance: the case of 2 indutries in VN" In Ernst, D.et al. (Eds) technologycal capability building and export success in Asia. Routlege.

Tran Ngoc Ca (1999) Technologycal capability and Learning in Firms. Vietnammese Industries. In Transition. Aldershot, England; Ashgate.

UNDP (1999) looking ahead. A United Nations common country assessment of VN.

Webster,L, and Tausig, M. (1999) VietNam`s undersized engine: a survey of 95 larger private manufacturers, Mekong project Development facility. june.

World Bank (1998) Vietnam. Rising to the challenge. An economic report of the World Bank Consultative Group meeting for Vietnam. December 7 - 8.

Tiếng Việt:

Cục sở hữu công nghiệp (1999) Bài phát biểu tại tọa đàm về đổi mới công nghệ trong các cơ sở sản xuất. Hand Seiden Foundation và viện nghiên cứu chiến lược và chính sách khoa học và công nghệ Hà Nội. Tháng 10/1999.

Đại học bách khoa và SAV (1996) sự phát triển các doanh nghiệp VVN ở VN trong giai đoạn chuyển sang kinh tế thị trường.

Đặng Lan (1996) cải tiến quản lý và quản lý công nghệ trong các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở VN trong ĐHBK và SAV

NISTPASS (1996 và 1997) báo cáo điều tra năng lực công nghệ một số xí nghiệp sản xuất và ngành kinh tế. Viện chiến lược và chính sách khoa học và công nghệ . Hà Nội.

NISTPASS (1998) báo cáo tổng hợp kết quả điều tra năng lực công nghệ năm 1997. Viện nghiên cứu chiến lược và chính sách khoa học và công nghệ. Hà nội. Tháng 10/1998.

Phan Văn Thuận (1996) đào tạo cán bộ quản lý cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở VN trong ĐHBK và SAV.

Sở khoa học công nghệ và môi trường thành phố Hồ Chí Minh (1999) báo cáo đề tài khảo sát thị trường công nghệ và chất xám ở thành phố Hồ Chí Minh.

UNIDO và DSI (1997) chiến lược công nghiệp trung hạn.

UNIDO và DSI (1998) tổng quan về cạnh tranh công nghiệp VN.