

## Chương 3

### CHÍNH SÁCH, GIẢI PHÁP NHẪM BẢO VỆ VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

#### I. MỘT SỐ CHÍNH SÁCH NHẪM BẢO VỆ VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ

##### 1. Sự cần thiết khách quan của chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế

###### *1.1. Tác động tiêu cực của tự do hóa thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế*

Tự do hóa thương mại đang là một xu thế khách quan, tất yếu mà không một quốc gia nào có thể đứng ngoài cuộc nếu không muốn để lỡ những cơ hội phát triển mà xu thế này có thể mang lại. Nhưng tất cả các quốc gia, dù phát triển hay đang phát triển, dù giàu hay nghèo, khi tham gia vào quá trình toàn cầu hóa đều phải chịu những tác động mặt trái của nó ở những mức độ và khía cạnh khác nhau.

Trong xu thế này, các quốc gia đang phát triển thường phải chịu nhiều thiệt thòi và cũng dễ bị tổn thương nhất. Bởi tự do hóa thương mại đặt các quốc gia này trước những thách thức vô cùng to lớn về khả năng cạnh tranh quốc tế và làm trầm trọng thêm những vấn đề kinh tế - chính trị - xã hội.

**Thứ nhất, về kinh tế:** tự do hóa thương mại làm tăng tính dễ bị tổn thương của các nền kinh tế đang phát triển.

- Toàn cầu hóa làm cho các nền kinh tế có các cơ cấu tùy thuộc lẫn nhau và các thị trường tài chính hội nhập chặt chẽ, hàm chứa những nguy cơ to lớn về khủng hoảng tài chính tiền tệ, nhất là đối với các quốc gia đang phát triển.

Trong điều kiện tự do hóa thương mại đang chịu sự chi phối của các nước tư bản phát triển thì sự phụ thuộc vào cơ cấu kinh tế - tài chính quốc tế tất yếu sẽ dẫn đến sự phụ thuộc của các nước đang phát triển vào các thể lực tư bản tài chính quốc tế và sự thu hẹp tương đối phạm vi và quyền lực của các Chính phủ quốc gia với chính quá trình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước mình.

- Tự do hóa thương mại đặt các nước đang phát triển trước nguy cơ đối đầu với sự cạnh tranh khốc liệt và sân chơi không bình đẳng. Việc hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu thông qua tham gia vào các thể chế kinh tế toàn cầu và khu vực bắt buộc tất cả các nước phải chấp nhận luật chơi tự do cạnh tranh, nghĩa là phải mở cửa thị trường, dỡ bỏ các hàng rào thuế quan và phi thuế quan đối với hàng hóa và dịch vụ nước ngoài, loại bỏ các hạn chế đầu tư. Điều này theo lý thuyết sẽ đem lại nhiều lợi ích cho các nước đang phát triển. Tuy nhiên, trong điều kiện hầu hết các nền kinh tế đang phát triển còn đang ở một trình độ phát triển thấp và khả năng cạnh tranh yếu do: ít vốn, công nghệ lạc hậu, năng suất lao động thấp, thiếu kinh nghiệm, trình độ quản lý yếu kém, thiếu kỹ năng tiếp thị, thiếu hiểu biết về môi trường kinh doanh quốc tế, sản phẩm làm ra có giá thành cao, chất lượng thấp, kiểu dáng mẫu mã không đáp ứng được yêu cầu của thị trường... thì chính luật tự do cạnh tranh này lại đặt những nước này trước những thách thức vô cùng to lớn. Khi mở cửa thị trường cho các hàng hóa và dịch vụ nước ngoài thì nguy cơ các doanh nghiệp nội địa bị lấn sân thậm chí bị bóp nghẹt là điều hoàn toàn có thể xảy ra. Các doanh nghiệp nước ngoài,

các công ty xuyên quốc gia, với đầy đủ các thế mạnh về vốn, công nghệ và chất xám sẽ không gặp nhiều khó khăn để đánh bại các doanh nghiệp bản xứ ngay tại sân nhà của họ.

- Bên cạnh đó, nếu chơi theo đúng luật "tự do cạnh tranh", "tự do thương mại" mà các nước phát triển vẫn kêu gọi thì hiện tại các nước đang phát triển vẫn còn có thể tận dụng được những lợi thế của mình trên thị trường thế giới. Nhưng nghịch lý thay, trong khi hô hào các nước đang phát triển mở cửa thị trường cho hàng hóa của mình thì chính họ, các nước phát triển giàu có lại tìm mọi cách để hạn chế hàng hóa của các nước đang phát triển tràn vào thị trường nước mình.

- Tự do hóa thương mại còn góp phần làm gia tăng các khoản nợ của các nước nghèo. Để có thể tăng trưởng kinh tế trong thời kì hội nhập, các nước nghèo cần vốn để đầu tư cho các chương trình phục vụ mục tiêu này. Do đó, họ cần vay vốn thông qua các tổ chức tài chính tiền tệ (WB, IMF) hoặc vay trực tiếp của các nước phát triển. Theo lý thuyết, vốn được vay sẽ được sử dụng vào các chương trình nhằm tăng trưởng kinh tế và sẽ được hoàn trả trong tương lai. Và trên thực tế, đã có một số quốc gia thực hiện được lý thuyết này như các nước NICs. Tuy nhiên, con số các quốc gia mất khả năng trả nợ, trở thành con nợ dai dẳng của WB, IMF và các nước giàu thì lại lớn hơn nhiều. Họ không những không trả được nợ mà ngược lại gánh nặng nợ nần trên vai họ lại ngày càng chồng chất.

- Tự do hóa thương mại làm tăng nguy cơ tụt hậu và phụ thuộc về mặt công nghệ của các nước đang phát triển. Không thể phủ nhận khoa học công nghệ đóng một vai trò vô cùng quan trọng đối với sự phát triển kinh tế - xã hội trong nền kinh tế toàn cầu hiện nay. Sự phát triển của khoa học công

nghe chính là một trong những động lực của quá trình toàn cầu hóa. Nhiều ý kiến lạc quan cho rằng cuộc cách mạng khoa học công nghệ mang tới cho các nước đang phát triển những cơ hội để rút ngắn khoảng cách phát triển đối với các nước công nghiệp. Tuy nhiên, nếu xem xét sâu hơn một chút sẽ thấy ngay một sự thật rằng cụm từ “cuộc cách mạng công nghệ đang diễn ra như vũ bão” thực chất, chủ yếu chỉ xảy ra ở những nước công nghiệp phát triển, ở những tập đoàn khổng lồ. Còn ở những nước nghèo, người dân chỉ nghe về nó chứ ít có cơ hội được tham gia, chứ chưa nói đến được hưởng thành quả của nó. Thực trạng đáng buồn là quá trình toàn cầu hóa đã khiến cho khoa học công nghệ càng phát triển thì hố ngăn cách về công nghệ giữa các nước phát triển và các nước đang phát triển ngày càng sâu sắc hơn, giống như cái cách nó đã đào sâu hố ngăn cách giàu nghèo.

- Điều nguy hại hơn và đáng buồn hơn là lại khá phổ biến, là ngay cả khi đã tiếp nhận công nghệ từ bên ngoài, phần lớn các nước đang phát triển không làm chủ được công nghệ, không biến nó thành của mình được. Nguyên nhân chính là do họ không có nguồn nhân lực để sử dụng công nghệ, đặc biệt là những chuyên gia giỏi. Do đó, cùng với việc nhận viện trợ hoặc nhập khẩu công nghệ, họ phải thuê cả chuyên gia nước ngoài để vận hành, bảo dưỡng và sửa chữa. Chưa kể đến chi phí thuê chuyên gia đắt đỏ, điều này đã làm trầm trọng hơn tình trạng phụ thuộc công nghệ của các nước nghèo.

**Thứ hai, về mặt xã hội:** tự do hóa thương mại làm tăng khoảng cách giàu nghèo trên thế giới. Sự phân hóa giàu nghèo được coi là mặt trái mang tính tổng hợp nhất của quá trình tự do hóa thương mại và toàn cầu hóa hiện nay.

Tự do hóa thương mại đang làm thế giới ngày một thịnh vượng hơn, đem lại những cơ hội để tăng thu nhập, thế nhưng cơ hội đó không phân chia đồng đều cho tất cả mọi người. Và điều đáng buồn hơn là hầu hết cơ hội đó lại chỉ rơi vào tay những người vốn đã giàu có, những người có khả năng tiếp cận và tận dụng được cơ hội. Những người nghèo khổ rất khó có khả năng tiếp cận với cơ hội này, do đó không thể tăng được thu nhập mà thậm chí còn nghèo đi, bởi họ không thể tự bảo vệ mình trước những tác động tiêu cực của toàn cầu hóa. Bằng cách này, tự do hóa đã làm sâu sắc thêm tình trạng phân hóa giàu nghèo.

Bên cạnh đó, cùng với quá trình tự do hóa thương mại diễn ra mạnh mẽ thì nguy cơ chảy máu chất xám ở các nước đang phát triển và tình trạng ô nhiễm môi trường ngày càng trở nên trầm trọng.

**Thứ ba, về chính trị:** tự do hóa thương mại đe dọa chủ quyền của các quốc gia nhỏ. Các quốc gia khi chấp nhận hội nhập kinh tế, tham gia vào các thể chế hoặc khu vực hoặc toàn cầu đều phải tuân thủ luật chơi chung, chấp nhận hạn chế thẩm quyền riêng biệt của mình trong nhiều lĩnh vực kinh tế - xã hội và thậm chí là chính trị, mà kẻ đứng đằng sau thao túng mọi hoạt động của các tổ chức này lại là các nước tư bản phát triển mà đặc biệt là Mỹ. Để được trở thành thành viên của WTO, một quốc gia phải chấp nhận mở toang cửa nền kinh tế nước mình cho các công ty nước ngoài, không được bảo hộ cho những ngành công nghiệp non trẻ của mình. Các nước đang phát triển sẽ ngày càng phải đương đầu với áp lực của mâu thuẫn giữa yêu cầu hội nhập vào xu thế toàn cầu hóa và yêu cầu duy trì an ninh quốc gia và độc lập chủ quyền của họ. Nếu chiều theo mọi đòi hỏi tham lam của các thế lực bên ngoài, họ sẽ mất chủ quyền quốc gia, ngày càng lệ thuộc

vào bên ngoài, có thể dẫn đến những hậu quả khôn lường trong tương lai.

### ***1.2. Những tác động tích cực của chính sách bảo vệ doanh nghiệp (bảo hộ mậu dịch hợp lý) trong thương mại toàn cầu***

Tự do hóa thương mại và hội nhập vào nền kinh tế toàn cầu thông qua tham gia vào các thể chế kinh tế toàn cầu và khu vực bắt buộc tất cả các nước phải chấp nhận “luật chơi” tự do cạnh tranh, nghĩa là phải mở cửa thị trường, dỡ bỏ các hàng rào thuế quan và phi thuế quan đối với hàng hóa và dịch vụ nước ngoài, loại bỏ các hạn chế đầu tư. Nhưng cạnh tranh luôn là con dao hai lưỡi. Một mặt, nó là động lực thúc đẩy sản xuất trong nước vươn lên; mặt khác, nó có thể giết chết sản xuất trong nước nếu không đủ sức mạnh để tồn tại. Hơn nữa, trong bối cảnh mở cửa tự do, nền kinh tế luôn đứng trước nguy cơ chịu tác động của các cuộc khủng hoảng kinh tế từ bên ngoài, nguy cơ tụt hậu và phụ thuộc về mặt công nghệ của các nước đang phát triển, sự gia tăng khoảng cách giàu nghèo, tình trạng chảy máu chất xám và những mối đe dọa ô nhiễm môi trường sinh thái...

Đứng trước làn sóng mạnh mẽ của tự do hóa thương mại trên thế giới, một chính sách bảo vệ doanh nghiệp hợp lý có khả năng bảo vệ thị trường nội địa chống lại sự cạnh tranh, chèn ép của hàng hóa nước ngoài, từ đó tạo điều kiện cho các ngành sản xuất trong nước phát triển. Nền kinh tế được bảo hộ sẽ tránh được các cú sốc từ bên ngoài, có được môi trường tương đối ổn định để dần dần lớn mạnh.

Chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế sẽ cải thiện đáng kể các ngành sản xuất nội địa. Bất cứ một quốc gia nào trên thế giới đều có những chiến lược phát triển

kinh tế nhất định, trong đó luôn xác định những lĩnh vực ưu tiên đặc biệt. Nhưng để các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này đạt được hiệu quả tối ưu và nâng cao khả năng cạnh tranh trong nước và quốc tế, Nhà nước cần phải có những ưu đãi đặc biệt.

Bảo hộ là công cụ phổ biến được Chính phủ các nước sử dụng để nâng đỡ các doanh nghiệp gặp khó khăn, đặc biệt là các doanh nghiệp có ảnh hưởng đến nền kinh tế nước chủ nhà, hoặc các doanh nghiệp có tập trung nguồn nhân lực và tài chính lớn, thông qua đó cải thiện ngành sản xuất nội địa. Ví dụ như Trung Quốc duy trì mức bảo hộ rất cao cho ngành công nghiệp ô tô, Nhật Bản duy trì mức bảo hộ cao với ngành sản xuất nông nghiệp, Hoa Kỳ dù là một nền kinh tế mạnh nhất thế giới, khởi xướng cho xu thế tự do hóa thương mại và có tầm ảnh hưởng lớn trong WTO, nhưng vẫn áp dụng những biện pháp bảo hộ hàng sản xuất trong nước như phim ảnh, sắt thép, ô tô, may mặc, nông sản...

Bên cạnh đó, đối với các quốc gia phát triển như Mỹ, Nhật Bản và EU, mục tiêu chính trong chính sách bảo hộ là duy trì việc làm cho những tổ chức hay nhóm người nhất định, ổn định tương đối thu nhập và giảm bớt sức ép về chính trị của các tổ chức đoàn thể. Để bảo hộ ngành công nghiệp dệt may vốn là ngành công nghiệp thu hút khá nhiều lao động, EU đã đưa ra những thỏa thuận về hạn ngạch xuất khẩu với các nước khác, đặc biệt là các nước có nguồn nguyên liệu phong phú và nguồn nhân công rẻ.

Với các nước đang phát triển và những nước có trình độ phát triển thấp, mục đích bảo vệ doanh nghiệp ngoài đảm bảo công ăn việc làm, nâng đỡ các nhà sản xuất non kém, còn là để duy trì cán cân thanh toán có lợi và cải thiện nguồn ngân sách. Trước tình trạng thâm hụt cán cân thanh toán và

hạn hẹp về ngân sách, phụ thuộc vào vay nợ nước ngoài, thì một chính sách bảo hộ hợp lý sẽ giúp các quốc gia này phát triển những ngành hàng thay thế nhập khẩu hoặc hướng về xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu những mặt hàng không cần thiết hay xa xỉ từ đó hạn chế chi tiêu ngoại tệ và thu về nhiều hơn thông qua xuất khẩu.

## **2. Các chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế**

Hầu hết các chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế đối với các ngành kinh tế đều tương tự nhau xét về bản chất, chỉ khác nhau về mức độ, hình thức và tính phức tạp khi áp dụng. Trong thương mại quốc tế hiện có rất nhiều chính sách bảo vệ doanh nghiệp sản xuất trong nước, tuy nhiên những chính sách phù hợp với những quy định của WTO tiêu biểu gồm:

### **2.1. Hàng rào kỹ thuật thương mại và các biện pháp vệ sinh dịch tễ**

#### **2.1.1. Hàng rào kỹ thuật thương mại (*Technical Barriers to Trade*)**

Là các biện pháp đề cập đến các yêu cầu, tiêu chuẩn, quy định kỹ thuật đối với hàng nhập khẩu vào nước mình. Các tiêu chuẩn này tạo thuận lợi cho thương mại quốc tế bằng cách giúp người mua nước ngoài đánh giá được quy cách, chất lượng sản phẩm và cũng gián tiếp trở thành rào cản thương mại trong trường hợp những tiêu chuẩn, quy định đặt ra quá khác biệt giữa các nước.

- Các yêu cầu về nhãn mác, bao bì, đóng gói hàng hóa tập trung chủ yếu vào chuẩn hóa quy cách của sản phẩm chế tạo, như nhãn mác, bao bì, đóng gói...



- Các yêu cầu về quy trình và sản xuất, thu hoạch và chế biến.

- Các yêu cầu về vệ sinh kiểm dịch động thực vật (SPS), nhằm bảo vệ cuộc sống hoặc sức khỏe con người và động thực vật thông qua việc bảo đảm an toàn thực phẩm và ngăn chặn sự xâm nhập của các dịch bệnh có nguồn gốc từ động thực vật.

Theo Hiệp định Hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (TBT) của WTO, các nước thành viên WTO phải tuân thủ các yêu cầu sau:

- Các tiêu chuẩn hướng dẫn và khái niệm của các tổ chức tiêu chuẩn quốc tế như ISO, CODEX, IEC... phải được dùng làm căn cứ để thực hiện ở các quốc gia trừ khi các tiêu chuẩn quốc tế có liên quan hoặc một phần nào đó của các tiêu chuẩn này là các cách thức không có hiệu quả hoặc không phù hợp cho việc thực hiện các mục tiêu hợp pháp đang đeo đuổi, ví dụ như các yếu tố căn bản về khí hậu hoặc địa lý hoặc các vấn đề cơ bản về công nghệ.

- Quá trình xây dựng và ban hành phải theo hình thức mà các tổ chức quốc tế đã hướng dẫn.

- Các thành viên sẽ tích cực xem xét để chấp nhận các quy định kỹ thuật tương ứng của các thành viên khác nếu như các thành viên đó thấy rằng các quy định này đáp ứng đầy đủ mục tiêu đặt ra các quy định của chính mình.

- Việc xây dựng các quy định mới có khả năng cản trở thương mại phải được thông báo kịp thời cho các nước thành viên WTO.

- Các quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn cũng như thủ tục xác định sự phù hợp với các quy định kỹ thuật không được tạo ra các trở ngại vô lý đối với thương mại quốc tế, phải đảm bảo nguyên tắc không phân biệt đối xử và đãi ngộ quốc gia, phải minh bạch và tiến tới hài hòa hóa.

### *2.1.2. Các biện pháp vệ sinh dịch tễ (Sanitary and Phytosanitary Measures)*

Các nước thành viên WTO có quyền đưa ra các biện pháp về kiểm dịch động vật và thực vật cần thiết với điều kiện phải tuân theo các quy định của Hiệp định SPS (Agreement on Sanitary and Phytosanitary Measures).

Theo Hiệp định SPS của WTO, các nước thành viên có quyền sử dụng các biện pháp kiểm dịch động - thực vật cần thiết để bảo vệ cuộc sống và sức khỏe của con người nhưng chỉ được áp dụng ở mức độ cần thiết để bảo vệ cuộc sống và sức khỏe con người, động vật và thực vật, dựa trên các nguyên tắc khoa học không được duy trì thiếu căn cứ khoa học xác đáng và đặc biệt là không được áp dụng theo cách thức tạo ra sự phân biệt đối xử không hợp lý và tùy tiện hay hạn chế một cách vô lý tới thương mại quốc tế.

### *2.2. Trợ cấp và chống trợ cấp trong thương mại quốc tế*

Trong thương mại thế giới, buôn bán công bằng và ngay thẳng là điều kiện quan trọng để thúc đẩy tự do hóa thương mại, góp phần bảo đảm sự ổn định và minh bạch trong thương mại. Thỏa thuận về trợ cấp và chống trợ cấp đã đạt được trong thời kỳ GATT, sau đó Hiệp định này đã tiếp tục được sửa đổi, hoàn thiện và cấu thành nên hệ thống pháp lý của WTO ngày nay. Không giống như Hiệp định tiền nhiệm, Hiệp định mới về trợ cấp của WTO chứa đựng định nghĩa về trợ cấp và đưa ra khái niệm về “trợ cấp đặc thù” hay còn gọi

là “trợ cấp riêng”. Chỉ các trợ cấp đặc thù hay trợ cấp riêng mới chịu sự điều chỉnh bởi các nguyên tắc được quy định trong Hiệp định này.

Những quy định về trợ cấp được làm rõ trong Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp đối kháng SCM (Subsidies and Countervailing Measures) và Hiệp định Nông nghiệp AoA (Agreement on Agriculture).

### *2.2.1. Về trợ cấp và trợ cấp riêng*

- Trợ cấp xảy ra khi một số lợi ích được chuyển giao nhờ có sự hỗ trợ của Chính phủ về giá hay thu nhập, hay có sự đóng góp tài chính của Chính phủ cũng như các tổ chức công cộng, chẳng hạn như chuyển giao trực tiếp các khoản tiền hay bảo lãnh tín dụng; hoặc bỏ qua các khoản tiền lẽ ra phải thu cho ngân sách nhà nước, chẳng hạn như các ưu đãi về thuế (trừ thuế gián thu); hoặc Chính phủ cung cấp hàng hóa và dịch vụ không thuộc nhóm cơ sở hạ tầng, hay thông qua việc mua hàng hóa.

(Trích Điều 1 - Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp đối kháng)

- Trợ cấp riêng là loại trợ cấp chỉ dành cho một ngành hoặc một số ngành, một doanh nghiệp hay một nhóm doanh nghiệp nhất định, và các cơ quan có thẩm quyền hay các văn bản pháp luật không chỉ ra một cách rõ ràng, công khai các tiêu chuẩn khách quan để đạt được trợ cấp.

Trợ cấp áp dụng giới hạn cho các doanh nghiệp nhất định nằm trong một vùng địa lý xác định thuộc phạm vi thẩm quyền của nhà chức trách cấp trợ cấp thì cũng được coi là trợ cấp riêng.

Việc xác định trợ cấp riêng phải được chứng minh rõ ràng trên cơ sở chứng cứ thực tế.

(Trích Điều 2 - Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp đối kháng)

*2.2.2. Hiệp định của WTO về các loại trợ cấp và các biện pháp đối kháng áp dụng cho mỗi loại trợ cấp SCM (Subsidies and Countervailing Measures Agreement)*

Hiệp định SCM đưa ra các quy định về việc sử dụng các biện pháp trợ cấp cũng như các quy định về những hành động một thành viên WTO có thể sử dụng để đối phó lại ảnh hưởng của các biện pháp trợ cấp. Theo Hiệp định, một thành viên WTO có thể sử dụng cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO để yêu cầu một thành viên khác rút lại biện pháp trợ cấp mà họ đang áp dụng, hoặc có những phương thức khắc phục ảnh hưởng tiêu cực của biện pháp trợ cấp đó. Thành viên bị ảnh hưởng cũng có thể thực hiện điều tra riêng của mình và có thể áp một mức thuế nhập khẩu bổ sung (được gọi là thuế chống trợ cấp) đối với hàng nhập khẩu được trợ cấp mà theo kết quả điều tra gây tổn hại đến ngành sản xuất trong nước.

Một số quy định của Hiệp định về trợ cấp và các biện pháp chống trợ cấp cũng tương tự như các quy định của Hiệp định về Chống bán phá giá. Thuế chống trợ cấp tương tự như thuế chống bán phá giá, chỉ có thể được áp dụng khi nước nhập khẩu đã tiến hành điều tra tỉ mỉ về hành động trợ cấp. Một giải pháp khác tránh cho việc áp dụng các biện pháp trợ cấp là người xuất khẩu được trợ cấp có thể đồng ý tăng giá xuất khẩu của họ.

Hiệp định SCM công nhận rằng trợ cấp có thể đóng một vai trò quan trọng ở các nước phát triển cũng như trong việc

chuyển đổi từ nền kinh tế kế hoạch tập trung sang nền kinh tế thị trường. Các nước kém phát triển và các nước đang phát triển có thu nhập bình quân đầu người ít hơn 1.000 Đô la Mỹ/năm được miễn áp dụng các quy định về trợ cấp xuất khẩu bị cấm. Các nước đang phát triển khác có thời hạn là năm 2003 để dỡ bỏ các khoản trợ cấp xuất khẩu của mình.

Có thể phân ra các loại trợ cấp sau:

- *Đối với các sản phẩm phi nông nghiệp*: Bao gồm 3 loại trợ cấp: trợ cấp bị cấm, trợ cấp có thể đối kháng, và trợ cấp không thể đối kháng.

+ Trợ cấp bị cấm:

Trợ cấp có thể được sử dụng để hỗ trợ cho một ngành sản xuất non trẻ vươn lên chiếm lĩnh thị trường hoặc vì các mục đích khác. Tuy nhiên, có một số hình thức trợ cấp bị cấm trong WTO.

WTO đặc biệt cấm các thành viên không được sử dụng các biện pháp trợ cấp gắn với thành tích xuất khẩu (trợ cấp xuất khẩu) cũng như các trợ cấp gắn với việc ưu tiên sử dụng hàng nội địa hơn hàng nhập khẩu (tức là trợ cấp để sản xuất ra những sản phẩm thay thế hàng nhập khẩu).

(Trích Điều 3 - Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp đối kháng)

+ Trợ cấp có thể đối kháng: Điều 5 - Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp đối kháng của WTO quy định những trường hợp sau đây sẽ được coi là trợ cấp có thể đối kháng:

(1) Trường hợp trợ cấp được xác định rõ là đã gây ra phương hại (tổn hại) cho nền công nghiệp nội địa của một nước hoặc vô hiệu hóa hoặc tước đi mất lợi ích mà thông

thường nước đó vẫn thu nhận được, đặc biệt là lợi ích thu được do chế độ nhân nhượng lẫn nhau về thuế quan.

(2) Trường hợp trợ cấp gây ra phương hại (tổn hại) nghiêm trọng tới lợi ích của nước thứ ba là thành viên của WTO. Quy định của WTO cũng chỉ ra rõ rằng, phương hại (tổn hại) nghiêm trọng trong trường hợp này có nghĩa là:

Tổng trợ cấp tính theo giá trị của một sản phẩm vượt quá 5% trị giá của nó;

Trợ cấp để bù cho sự thua lỗ kéo dài trong hoạt động kinh doanh của một ngành sản xuất;

Trợ cấp để bù cho các hoạt động kinh doanh thua lỗ của một doanh nghiệp, trừ khi đó là một biện pháp nhất thời mang tính chất một lần và không lặp lại với doanh nghiệp đó và được cấp chỉ thuần túy để cho phép có thời gian tìm kiếm một giải pháp lâu dài và tránh phát sinh một vấn đề xã hội gay gắt;

Trực tiếp xóa nợ cho doanh nghiệp, ví dụ như xóa một khoản nợ nhà nước hay cấp kinh phí để thanh toán nợ.

Các nước thành viên của WTO sẽ không được áp dụng một trong các loại trợ cấp đã nêu ở trên. Nếu một thành viên của WTO chứng minh được rằng một nước thành viên khác đang áp dụng hay duy trì một khoản trợ cấp dẫn đến thiệt hại, làm vô hiệu hóa, suy giảm hay gây phương hại nghiêm trọng một ngành sản xuất của mình thì thành viên này có quyền khiếu nại lên Cơ quan Giải quyết tranh chấp của WTO. Nếu cơ quan này xác định điều khiếu nại trên là đúng thì thành viên đang thực hành hay duy trì trợ cấp phải rút bỏ ngay trợ cấp đó hoặc phải có những biện pháp thích hợp để loại bỏ tác động có hại từ việc trợ cấp đó gây ra cho các thành

viên khác. Nếu không, Cơ quan Giải quyết tranh chấp cho phép bên khiếu nại có quyền thực hiện biện pháp đối kháng. Thuế đối kháng phải được đánh với mức thuế phù hợp với từng trường hợp và trên cơ sở không phân biệt đối xử.

(Trích Điều 19 - Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp đối kháng)

+ Trợ cấp không thể đối kháng: Đây là loại trợ cấp không phải là trợ cấp riêng (quy định ở phần trên) hoặc cũng có thể là trợ cấp riêng nhưng liên quan tới các vấn đề sau:

(1) Hỗ trợ cho các hoạt động nghiên cứu như: chi phí nhân sự, chi phí công cụ, thiết bị, đất đai nhà cửa sử dụng cho hoạt động nghiên cứu; chi phí tư vấn và dịch vụ hoàn toàn cho hoạt động nghiên cứu; chi phí bổ sung phụ trội phát sinh trực tiếp từ hoạt động nghiên cứu; các chi phí điều hành khác phát sinh trực tiếp từ hoạt động nghiên cứu.

(2) Trợ giúp cho các vùng khó khăn trên lãnh thổ của một nước thành viên. Vùng khó khăn đó phải được xác định ranh giới một cách rõ ràng về địa lý với những đặc điểm kinh tế và hành chính nhất định. Vùng đó được coi là vùng khó khăn trên cơ sở những tiêu thức vô tư và khách quan, nêu rõ ràng những khó khăn của vùng đó phát sinh từ những nhân tố không mang tính nhất thời. Các tiêu thức đó phải được nêu rõ trong luật, quy chế hay những văn bản chính thức khác để có thể cho phép kiểm tra được.

(3) Hỗ trợ nhằm xúc tiến nâng cấp những phương tiện hạ tầng hiện có cho phù hợp với yêu cầu mới về môi trường. Tuy nhiên, sự hỗ trợ đó chỉ là biện pháp nhất thời không kéo dài, có giới hạn không quá 20% chi phí nâng cấp, và không bao gồm chi phí thay thế hay vận hành những khoản đầu tư

đã được hỗ trợ. Khoản hỗ trợ này cũng có thể được cấp cho mọi doanh nghiệp ứng dụng thiết bị mới hay quy trình sản xuất mới.

(Điều 8 - Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp đối kháng)

Tuy nhiên, nếu một nước thành viên nào đó trong WTO có lý do để chứng minh được rằng, trợ cấp loại này đã dẫn tới những tác hại nghiêm trọng cho ngành sản xuất trong nước của nước thành viên đó thì họ có thể khiếu nại lên Ủy ban về Trợ cấp và các biện pháp đối kháng của WTO. Nếu Ủy ban này xác định điều khiếu nại trên là đúng thì có thể khuyến nghị với nước đang áp dụng trợ cấp điều chỉnh chương trình trợ cấp sao cho triệt tiêu được tác động xấu của nó tới các thành viên khác. Ủy ban phải có kết luận trong vòng 120 ngày kể từ ngày vấn đề được đưa ra trước Ủy ban. Trong trường hợp các khuyến nghị nói trên không được tuân thủ trong vòng 6 tháng, Ủy ban sẽ cho phép bên khiếu nại được áp dụng những biện pháp đối kháng tương xứng với tính chất và mức độ của tác động đã được xác định.

(Trích Điều 9 - Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp đối kháng)

- *Với các sản phẩm nông nghiệp*: các nước thành viên WTO đã cùng nhau ký kết Hiệp định nông nghiệp AoA (Agreement on Agriculture) với mục đích đưa ra một chương trình cải cách trong thương mại nông nghiệp nhằm tạo nên tính hợp lý, công bằng theo định hướng thị trường, dựa trên một số lĩnh vực cần xem xét như: những vấn đề quan tâm không thuộc thương mại kể cả an toàn lương thực, bảo vệ môi trường, sự cần thiết phải áp dụng đối xử đặc biệt và có phân biệt đối xử với các nước đang phát triển, những tác



động tiêu cực có thể có do thực hiện chương trình cải cách đối với các nước chậm phát triển và các nước thuần túy phải nhập khẩu lương thực.

### ***2.3. Biện pháp chống bán phá giá (Anti-Dumping Practices)***

Đây là biện pháp có mục tiêu bảo hộ sản xuất trong nước nhưng được các tổ chức thương mại quốc tế thừa nhận và cho phép sử dụng trong những trường hợp nhất định. Các biện pháp chống bán phá giá (Anti-Dumping Practices) là các quy định về mức thuế nhập khẩu đặc biệt khi giá hàng hóa của các nước xuất khẩu bán phá giá vào nước nhập khẩu. Một sản phẩm bị coi là bán phá giá nếu giá xuất khẩu thấp hơn mức giá của sản phẩm tương tự tại nước xuất khẩu hoặc chi phí sản xuất của mặt hàng đó.

Việc một quốc gia áp dụng các biện pháp chống bán phá giá là nhằm ngăn ngừa việc nhà xuất khẩu bán phá giá hàng hóa sang nước mình, bảo vệ nền sản xuất trong nước. Nhưng để đảm bảo tự do trong thương mại, áp dụng chống bán phá giá không thể tùy tiện mà phải đảm bảo một số điều kiện nhất định. Chỉ khi cơ quan có thẩm quyền xác định có đủ ba yếu tố điều kiện là:

- Có hành động bán phá giá, nghĩa là hàng hóa xuất khẩu tới nước nhập khẩu đang bán ở mức giá thấp hơn giá trị thông thường của nó khi bán hàng hóa đó trên thị trường nước xuất khẩu.

- Có sự tổn thất vật chất do hành động bán phá giá gây ra hoặc đe dọa gây ra đối với ngành công nghiệp nước nhập khẩu sản xuất các hàng hóa tương tự với hàng hóa bán phá giá.

- Có quan hệ nhân quả giữa bán phá giá và các tổn thất vật chất (hoặc đe dọa gây tổn thất) do hành động bán phá giá gây ra.

Thì cơ quan có thẩm quyền mới được phép ban hành các biện pháp chống bán phá giá đối với hành vi bán phá giá.

Các biện pháp chống bán phá giá gồm có:

### *2.3.1. Các biện pháp chống bán phá giá tạm thời*

Các biện pháp chống bán phá giá tạm thời có thể được áp dụng dưới hình thức thuế chống bán phá giá tạm thời hoặc dưới hình thức đảm bảo bằng tiền đặt cọc hoặc tiền bảo đảm, tương đương với mức thuế chống bán phá giá được dự tính tạm thời và không được cao hơn mức phá giá tạm dự tính tạm thời.

Các biện pháp chống bán phá giá tạm thời không được phép áp dụng sớm hơn 60 ngày kể từ ngày bắt đầu cuộc điều tra. Việc áp dụng các biện pháp chống bán phá giá tạm thời được áp dụng trong thời gian càng ngắn càng tốt, và không vượt quá 4 tháng. Trong quá trình điều tra, nếu cơ quan có thẩm quyền cần thời gian để kiểm tra xem liệu mức thuế thấp hơn mức phá giá có thể bù đắp thiệt hại phát sinh hay không, khoảng thời gian nói trên có thể kéo dài thành 6 hoặc 9 tháng.

### *2.3.2. Cam kết về giá*

Các thủ tục điều tra có thể được đình chỉ hoặc chấm dứt mà không áp dụng bất cứ biện pháp tạm thời hay thuế chống bán phá giá nào nếu như các nhà xuất khẩu có cam kết ở mức thỏa đáng sẽ điều chỉnh giá của mình hoặc đình chỉ hành động bán phá giá vào khu vực đang điều tra để các cơ quan có

thẩm quyền thấy rằng thiệt hại do việc bán phá giá gây ra đã được loại bỏ. Việc làm chấp nhận cam kết về giá của nhà xuất khẩu chỉ được phép thực hiện sau khi các cơ quan có thẩm quyền đã có quyết định sơ bộ khẳng định có việc bán phá giá và có thiệt hại do việc bán phá giá đó gây ra.

### *2.3.3. Thuế chống bán phá giá chính thức*

Nếu kết quả điều tra chính thức đi đến quyết định cuối cùng cho thấy có tồn tại việc bán phá giá, và có thiệt hại do việc bán phá giá gây ra cho ngành công nghiệp sản xuất hàng hóa tương tự ở trong nước, và mối quan hệ nhân quả giữa chúng thì phán quyết cuối cùng sẽ là qui định thu thuế chống bán phá giá chính thức. Mức thuế chống bán phá giá không được phép vượt quá biên độ bán phá giá đã được xác lập, nhưng nó có thể ít hơn biên độ đó nếu như mức thuế thấp hơn đó có thể loại trừ được thiệt hại cho ngành công nghiệp. Mức thuế đồng thời cũng phải tuân theo nguyên tắc giảm đi, nghĩa là nếu mức phá giá bằng 50%, mức thiệt hại bằng 40% thì mức thuế chống bán phá giá bằng 40%.

Thuế chống bán phá giá có hiệu lực trong vòng 5 năm kể từ khi được áp dụng. Sau thời hạn này, nếu có yêu cầu tiếp tục duy trì thuế chống bán phá giá của các Bên có liên quan, cơ quan hữu quan có thể xem xét lại liệu việc tiếp tục áp dụng thuế chống bán phá giá có còn cần thiết nữa hay không, liệu các tác hại của việc bán phá giá có còn tiếp diễn hay lại xảy ra hay không nếu thuế chống bán phá giá được điều chỉnh hay loại bỏ hoàn toàn.

### *2.3.4. Thuế đối kháng*

Hiệp định chống bán phá giá của WTO qui định trong trường hợp việc trợ cấp tài chính của một Chính phủ hoặc

một công ty nước ngoài cho ngành công nghiệp sản xuất, vận chuyển và xuất khẩu hàng hóa trong nước đe dọa hoặc làm tổn hại cho ngành công nghiệp nội địa sản xuất các hàng hóa tương tự thì được phép tiến hành hành động đối kháng chống lại các hoạt động nhập khẩu liên quan dưới dạng áp đặt một loại thuế đặc biệt, gọi là “thuế đối kháng”.

#### **2.4. Tự vệ trong thương mại**

Khi nhập khẩu một mặt hàng nào đó tăng lên đột biến gây ra thiệt hại nghiêm trọng cho một ngành sản xuất, WTO cho phép các thành viên bị thiệt hại có thể sử dụng các biện pháp tự vệ tạm thời kể cả hạn chế định lượng để khắc phục thiệt hại do nhập khẩu gây ra.

(Trích Điều 2 - Hiệp định về Các biện pháp tự vệ)

WTO quy định, một nước chỉ có thể áp dụng các biện pháp tự vệ sau khi đã có sự điều tra để xác định tổn hại nghiêm trọng của các nhà chức trách có thẩm quyền. Hiệp định về Các biện pháp tự vệ cũng chỉ ra rõ:

“Tổn hại nghiêm trọng” được hiểu là sự suy giảm toàn diện đáng kể tới vị trí của ngành công nghiệp nội địa.

“Đe dọa gây ra tổn hại nghiêm trọng” được hiểu là tổn hại nghiêm trọng rõ ràng sẽ xảy ra.

Trong quá trình điều tra, việc xác định liệu một hàng hóa nhập khẩu có gây ra hoặc đe dọa gây ra tổn hại nghiêm trọng cho sản xuất nội địa phải dựa trên cơ sở thực tế (chứ không chỉ là sự phỏng đoán, viện dẫn hay khả năng xa).

(Trích Điều 3, 4 - Hiệp định về Các biện pháp tự vệ)

WTO cho phép các nước thành viên được áp dụng các biện pháp tự vệ chỉ ở mức độ cần thiết để ngăn chặn hoặc khắc phục những tổn hại nghiêm trọng và tạo điều kiện thuận lợi điều chỉnh ngành công nghiệp có liên quan. Nếu các nước thành viên sử dụng biện pháp hạn chế số lượng thì không được giảm khối lượng hàng nhập khẩu xuống thấp hơn mức nhập khẩu trung bình trong 3 năm gần đây trừ khi chứng minh được rõ ràng rằng mức hạn chế thấp hơn đó là cần thiết để ngăn cản hay khắc phục những thiệt hại rất nghiêm trọng đang diễn ra.

(Trích Điều 5 - Hiệp định về Các biện pháp tự vệ)

Các thành viên sẽ chỉ áp dụng các biện pháp tự vệ trong khoảng thời gian cần thiết để ngăn chặn hay khắc phục những tổn hại nghiêm trọng và tạo điều kiện điều chỉnh. Thời gian này không được vượt quá 4 năm. Mặc dù vậy, WTO cũng nói rộng trong trường hợp đặc biệt cho phép thời hạn có thể kéo dài tới 8 năm tùy thuộc vào sự đánh giá của các nhà chức trách có thẩm quyền, nếu việc kéo dài là cần thiết nhằm tiếp tục bảo vệ hay điều chỉnh những tổn thất.

Tuy nhiên, trong những trường hợp nghiêm trọng mà sự chậm trễ có thể gây ra thiệt hại khó có thể khắc phục được, WTO cho phép một thành viên có thể áp dụng biện pháp tự vệ tạm thời (chưa cần có sự điều tra của WTO) dựa trên xác định sơ bộ những chứng cứ rõ ràng chứng tỏ gia tăng nhập khẩu đã gây ra hoặc đe dọa gây ra tổn hại nghiêm trọng. Biện pháp tạm thời được áp dụng dưới hình thức thuế quan, trong thời hạn dưới 200 ngày. Nếu như sau đó kết quả điều tra của WTO cho thấy hàng nhập khẩu này không gây ra hoặc đe dọa gây ra những tổn hại nghiêm trọng đối với ngành sản xuất nội địa thì nước áp dụng tự vệ phải hoàn lại lượng thuế đã thu thêm.

### **3. Tình hình thực hiện chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam**

#### ***3.1. Hàng rào kỹ thuật***

##### *3.1.1. Các quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn*

Hệ thống tiêu chuẩn Việt Nam (TCVN) hiện có trên 4.600 tiêu chuẩn quốc gia, trong đó chỉ có khoảng 150 tiêu chuẩn bị bắt buộc áp dụng. Các tiêu chuẩn bắt buộc áp dụng thường là những tiêu chuẩn liên quan đến các lĩnh vực an toàn, vệ sinh, bảo vệ sức khỏe, bảo vệ môi trường.

Về mặt thể chế, Tổng cục Tiêu chuẩn, Đo lường và Chất lượng thuộc Bộ Khoa học, Công nghệ và Môi trường là cơ quan quản lý nhà nước về những tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn và thủ tục xác định sự phù hợp. Một số văn bản liên quan đến vấn đề quy định kỹ thuật và thủ tục xác định sự phù hợp đã được ban hành. Tuy nhiên, do trình độ khoa học công nghệ cũng như trình độ quản lý còn nhiều hạn chế nên công tác kiểm tra chất lượng hàng hóa chưa được thực hiện tốt, chưa ngăn cản được hàng kém chất lượng thâm nhập thị trường trong nước, gây ra những tác hại nhất định đến sức khỏe con người và môi trường.

Như vậy, Việt Nam chưa sử dụng hàng rào kỹ thuật như một công cụ hạn chế nhập khẩu nhằm bảo hộ sản xuất trong nước. Cho đến nay, việc áp dụng chúng ở Việt Nam vẫn chưa có gì đáng kể do trình độ hạn chế của Việt Nam.

##### *3.1.2. Vấn đề vệ sinh dịch tễ và kiểm dịch động vật và thực vật*

Việt Nam đã xây dựng hệ thống các quy định về kiểm định hàng hóa nông sản nhập khẩu. Khi xây dựng hệ thống

những quy định này, chúng ta đã có sự tham khảo các chuẩn mực quốc tế, do đó chưa có gì trái với các quy định của WTO. Nhưng hệ thống các quy định còn chưa đầy đủ, chưa đồng bộ và còn đơn giản, thiếu chi tiết và nhất là việc tổ chức thực hiện thiếu chặt chẽ, vì vậy hiệu lực, hiệu quả sử dụng trên thực tế còn thấp. Do đó mục đích sử dụng các biện pháp này chỉ dừng lại ở mức độ bảo vệ sức khỏe con người, động thực vật.

Kiểm dịch động vật và thực vật có thể được sử dụng như một hàng rào kỹ thuật hợp pháp để ngăn cản nhập khẩu nông sản. Việt Nam đã có những quy định pháp lý khá chặt chẽ và phù hợp với thông lệ quốc tế về lĩnh vực này nhưng việc thực thi còn kém hiệu quả. Do đó, biện pháp này chưa được sử dụng tốt để bảo vệ sức khỏe con người, động thực vật cũng như tạo ra hàng rào bảo hộ sản xuất trong nước.

### *3.1.3. Yêu cầu về ghi nhãn hàng hóa*

Đây là một NTM mang lại hiệu quả cao trong việc bảo hộ sản xuất trong nước, có thể tạo ra NTB. Trên thế giới, đặc biệt là ở các nước phát triển, biện pháp này được sử dụng như một công cụ hữu hiệu và được quy định chi tiết bằng hệ thống văn bản pháp luật.

Tuy nhiên, ở Việt Nam, biện pháp này còn khá mới mẻ. Trình độ về tiêu chuẩn kỹ thuật của Việt Nam còn chưa đáp ứng được với yêu cầu chung của nền kinh tế trong quá trình hội nhập, lại phải cạnh tranh gay gắt với nước ngoài.

Trước năm 1999, Việt Nam hầu như chưa có quy định chi tiết về vận dụng biện pháp này như một công cụ bảo hộ sản xuất trong nước. Ngày 30/8/1999, Quy chế Ghi nhãn hàng hóa đã được ban hành kèm theo Quyết định số 178/1999QĐ-TTg cùng ngày của Thủ tướng Chính phủ. Kể từ ngày 01/03/2000, các loại hàng sản xuất tại nước ngoài được

nhập khẩu vào thị trường Việt Nam đều phải ghi nhãn hàng hóa theo Quy chế ghi nhãn hàng hóa ban hành theo Quyết định trên.

Hàng hóa nhập khẩu phải tuân thủ quy định về ghi nhãn như sau: Ghi trên phần nhãn nguyên gốc các thông tin thuộc nội dung bắt buộc (tên hàng hóa; tên và địa chỉ của thương nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa; định lượng của hàng hóa; thành phần cấu tạo; chỉ tiêu chất lượng chủ yếu; ngày sản xuất, thời hạn sử dụng, thời hạn bảo quản; hướng dẫn bảo quản, hướng dẫn sử dụng; xuất xứ của hàng hóa) bằng tiếng Việt Nam hoặc làm nhãn phụ ghi những thông tin thuộc nội dung bắt buộc bằng tiếng Việt Nam đính kèm nhãn nguyên gốc của hàng hóa đó trước khi đưa ra bán ở thị trường Việt Nam.

Đây là một bước thay đổi tiến bộ, song các quy định còn đơn giản so với quy định của nhiều nước công nghiệp phát triển trên thế giới, tác dụng bảo hộ còn hạn chế, hơn nữa chúng ta vẫn còn thiếu những quy định về đóng gói hàng hóa.

### ***3.2. Các biện pháp bảo vệ thương mại tạm thời***

#### ***3.2.1. Chống bán phá giá***

Ngày 29/04/2004 Ủy ban Thường vụ Quốc hội đã ban hành Pháp lệnh số 20/2004/PL-UBTVQH11 về Chống bán phá giá hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam. Luật Thuế xuất khẩu, thuế nhập khẩu số 45/2005/QH11 ngày 16/6/2005 cũng đã có quy định các biện pháp về thuế tự vệ, thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp và thuế chống phân biệt đối xử đối với hàng hóa nhập khẩu. Chính phủ cũng đã ban hành Nghị định số 90/2005/NĐ-CP ngày 11/7/2005 về Quy định chi tiết một số điều của Pháp lệnh chống bán phá giá hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam và Nghị định số 04/2006/NĐ-CP



ngày 9/01/2006 về việc Thành lập và quy định chức năng, nhiệm vụ chống bán phá giá, chống trợ cấp, tự vệ. Bộ Tài chính ban hành Thông tư số 106/2005/TT-BTC ngày 5/02/2005 về Hướng dẫn thu, nộp, hoàn trả thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp và các khoản đảm bảo thanh toán thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp.

Tuy nhiên hiện Việt Nam vẫn chưa có các bộ luật hoàn chỉnh về thuế chống bán phá giá, thuế chống trợ cấp như các nước đã hội nhập trước Việt Nam nhiều năm. Việt Nam cũng chưa có kinh nghiệm trong việc điều tra chống bán phá giá, chống trợ cấp và cũng chưa có kinh nghiệm gì đáng kể trong việc đối phó với việc hàng xuất khẩu của Việt Nam bị điều tra bán phá giá và trợ cấp. Xét trên những khía cạnh này, việc hình thành và xây dựng bộ máy thực thi áp dụng chống bán phá giá và chống trợ cấp của Việt Nam mới đang ở giai đoạn khởi động và bước đầu vận hành. Đó sẽ là một trong những khó khăn chủ yếu của Việt Nam khi phải đối mặt với những tranh chấp thương mại quốc tế khi tiến sâu hơn vào tiến trình tự do hóa thương mại.

### *3.2.2. Các biện pháp tự vệ*

Biện pháp tự vệ là một công cụ được WTO thừa nhận để hạn chế định lượng hàng nhập khẩu trong một thời gian nhất định nhằm bảo vệ ngành sản xuất trong nước bị thiệt hại hay có nguy cơ bị thiệt hại nghiêm trọng. Trên thực tế, Việt Nam đã áp dụng biện pháp tự vệ để bảo vệ một số ngành trong nước nhằm tránh tổn thương do hàng nhập khẩu gia tăng lớn về số lượng.

Để thực hiện các biện pháp tự vệ, từ năm 2002, Ủy ban Thường vụ Quốc hội Việt Nam đã ban hành Pháp lệnh số 42/2002/PL-UBTVQH10 ngày 25/05/2002 về Tự vệ trong nhập khẩu hàng hóa nước ngoài vào Việt Nam. Chính phủ cũng đã ban hành Nghị định số 150/2003/NĐ-CP ngày

08/12/2003 quy định chi tiết thi hành Pháp lệnh về Tự vệ trong nhập khẩu hàng hóa nước ngoài vào Việt Nam và Nghị định số 04/2006/NĐ-CP ngày 09/01/2006 về Thành lập và quy định chức năng, nhiệm vụ và cơ cấu tổ chức của Hội đồng xử lý vụ việc chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ.

Nghị định 150/2003/NĐ-CP của Chính phủ đã quy định cụ thể về các biện pháp tự vệ, thủ tục điều tra và áp dụng các biện pháp này trong trường hợp nhập khẩu hàng hóa quá mức vào Việt Nam, gây thiệt hại nghiêm trọng cho ngành sản xuất trong nước. Bảy biện pháp tự vệ gồm: (1) Tăng mức thuế nhập khẩu so với mức thuế nhập khẩu hiện hành; (2) Áp dụng hạn ngạch nhập khẩu; (3) Áp dụng hạn ngạch thuế quan; (4) Áp dụng thuế tuyệt đối; (5) Cấp phép nhập khẩu để kiểm soát nhập khẩu; (6) Phụ thu đối với hàng hóa nhập khẩu; (7) Các biện pháp khác.

Các biện pháp tự vệ có thể không áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu có xuất xứ từ một nước kém phát triển nếu hàng hóa nhập khẩu của nước đó vào Việt Nam không vượt quá 3% tổng lượng hàng hóa nhập khẩu bị điều tra để áp dụng biện pháp tự vệ. Tuy nhiên, các biện pháp tự vệ vẫn được áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu có xuất xứ từ các nước kém phát triển, nếu tổng lượng hàng hóa nhập khẩu của các nước này vào Việt Nam vượt quá 9% tổng lượng hàng hóa nhập khẩu bị điều tra để áp dụng các biện pháp tự vệ.

Bộ Công Thương là cơ quan chịu trách nhiệm điều tra trước khi quyết định áp dụng hoặc không áp dụng các biện pháp tự vệ.

### *3.2.3. Trợ cấp*

Là một nước đang phát triển ở trình độ trung bình thấp, thu nhập đầu người hàng năm mới ở trên 1.000 USD, Việt

Nam có lý do chính đáng cần duy trì một số chương trình, biện pháp trợ cấp nhất định để thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, hỗ trợ một số ngành non trẻ nhưng có ý nghĩa lớn đối với đời sống của bộ phận phần lớn dân cư. Hiện nay, các chương trình trợ cấp ở Việt Nam nhìn chung có giá trị không lớn, phần nhiều mang tính chất hỗ trợ bổ sung hoặc khuyến khích động viên. Hình thức trợ cấp phổ biến là ưu đãi miễn giảm về thuế (thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế nhập khẩu...) dưới dạng các ưu đãi đầu tư để thu hút các doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia vào các lĩnh vực, ngành nghề ưu tiên phát triển hoặc các địa bàn khó khăn cần có đòn bẩy kinh tế để phát triển.

Tuy nhiên, theo quy định của WTO thì một số chương trình hoặc các biện pháp trợ cấp nói trên của Việt Nam bị coi là trợ cấp bị cấm (như mức thuế nhập khẩu ưu đãi theo tỷ lệ nội địa hóa, thưởng theo kim ngạch xuất khẩu, miễn giảm thuế thu nhập doanh nghiệp cho dự án sản xuất hàng xuất khẩu...) và do đó WTO yêu cầu Việt Nam phải chấm dứt.

Với quyết tâm hội nhập sâu rộng vào WTO, Việt Nam đã có nhiều nỗ lực trong việc điều chỉnh các chính sách trong nước liên quan tới trợ cấp. Cho tới nay, Việt Nam đã cam kết bãi bỏ các hình thức trợ cấp liên quan đến tỷ lệ nội địa hóa hoặc yêu cầu sử dụng nguyên liệu trong nước và các hình thức trợ cấp trực tiếp từ ngân sách theo thành tích xuất khẩu từ thời điểm gia nhập WTO.

Đối với các hình thức trợ cấp xuất khẩu bị cấm còn lại theo hiệp định SCM (chủ yếu dưới hình thức các ưu đãi đầu tư), Việt Nam cam kết bãi bỏ sau 9 năm kể từ thời điểm gia nhập.

Đối với trợ cấp nông nghiệp thuộc phạm vi điều chỉnh của Hiệp định Nông nghiệp, Việt Nam cũng đã cam kết ràng

buộc trợ cấp xuất khẩu nông sản ở mức bằng 0% trong biểu cam kết về hàng hóa và khẳng định rằng kể từ thời điểm gia nhập, Việt Nam sẽ không duy trì hoặc đưa ra bất cứ biện pháp trợ cấp xuất khẩu nào đối với hàng nông sản, trừ một số loại trợ cấp xuất khẩu nông sản mà các nước đang phát triển được phép duy trì.

Hiện tại, Việt Nam đang duy trì nhiều hình thức trợ cấp thông qua tín dụng ưu đãi, ưu đãi về thuế (thuế suất ưu đãi, miễn giảm thuế thu nhập doanh nghiệp), thưởng xuất khẩu, ưu đãi bảo lãnh tín dụng, rút ngắn thời gian khấu hao tài sản cố định, giảm mức vốn lưu động tối thiểu theo quy định, miễn giảm hoặc hoãn nộp tiền thuê đất.

Bản thông báo về trợ cấp công nghiệp của Việt Nam theo Điều XVI.1 của GATT 1994 và Điều 25 của Hiệp định về Trợ cấp và Các biện pháp đối kháng giai đoạn 1996-1998 bao gồm các chương trình sau: (1) Hỗ trợ một số doanh nghiệp điều chỉnh cơ cấu; (2) Hỗ trợ các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài sản xuất hàng xuất khẩu; (3) Hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước sản xuất hàng xuất khẩu; (4) Hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước sản xuất kinh doanh trong một số lĩnh vực nhất định; (5) Hỗ trợ các doanh nghiệp nước ngoài sản xuất kinh doanh trong một số lĩnh vực nhất định; (6) Hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước sản xuất kinh doanh trong một số địa bàn nhất định; (7) Hỗ trợ các doanh nghiệp nước ngoài sản xuất kinh doanh trong một số địa bàn nhất định; (8) Tín dụng ưu đãi cho các doanh nghiệp ngành vật liệu điện; (9) Hỗ trợ cơ sở sản xuất gặp khó khăn, cơ sở sản xuất mới thành lập hoặc mở rộng sản xuất, áp dụng công nghệ sản xuất mới; (10) Hỗ trợ các doanh nghiệp công ích nhà nước.

Các chương trình trợ cấp này đã có tác dụng hỗ trợ đáng kể cho một số doanh nghiệp trong nước.

Mức hỗ trợ nông nghiệp trong nước của Việt Nam rất thấp và thường chỉ là các chương trình hỗ trợ dạng "hộp xanh" được WTO cho phép như hỗ trợ nghiên cứu khoa học, đào tạo, hỗ trợ các vùng khó khăn. Mức hỗ trợ ở những hình thức bị WTO yêu cầu cắt giảm như hỗ trợ về giá đối với nông sản là hầu như bằng 0. Trong khi đó, quy định của WTO cho phép các nước thành viên đang phát triển có thể duy trì các hỗ trợ dạng này với điều kiện mức hỗ trợ không vượt quá 10% tổng giá trị sản xuất đối với một nông sản cụ thể hay toàn bộ giá trị sản xuất nông nghiệp của nước đó.

Về việc áp dụng thuế chống trợ cấp đối với hàng nhập khẩu vào Việt Nam phù hợp với những quy định của WTO, Việt Nam đã ban hành pháp lệnh chống trợ cấp hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam số 22/2004/PL-UBTVQH10 ngày 30/8/2004 thể hiện đầy đủ tinh thần và nội dung cơ bản của Hiệp định SCM về áp dụng biện pháp đối kháng đối với hàng nhập khẩu được trợ cấp. Bên cạnh đó, ngày 11/7/2005, Chính phủ cũng đã ban hành Nghị định số 89/2005/NĐ-CP về Quy định chi tiết thi hành một số điều của Pháp lệnh Chống trợ cấp hàng nhập khẩu vào Việt Nam để hoàn thiện cơ sở pháp lý và thực thi việc sử dụng công cụ thuế chống trợ cấp đảm bảo tính công bằng trong cạnh tranh thương mại trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

#### *3.2.4. Quy tắc xuất xứ*

Hiện Việt Nam mới chỉ có quy định về xuất xứ ưu đãi với các thành viên AFTA mà chưa có quy định nào khác về quy tắc xuất xứ không ưu đãi. Trong khi nhiều nước sử dụng quy tắc xuất xứ như một công cụ bảo hộ hiệu quả sản xuất trong nước thì Việt Nam chưa triển khai nghiên cứu đầy đủ và tận dụng khả năng có thể áp dụng biện pháp này.

Tháng 11/1995, Bộ Thương mại và Tổng cục Hải quan đã ra Thông tư liên bộ số 280/BTM-TCHQ quy định về giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu. Thông tư này bao gồm những nguyên tắc chung về chế độ cấp và kiểm tra giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa. Ngoài ra, đối với từng chế độ ưu đãi cụ thể cũng có các quy định riêng về xuất xứ như: Thông tư số 33/TC-TCT (năm 1996) quy định danh mục hàng hóa và thuế suất thuế nhập khẩu để thực hiện chương trình giảm thuế hàng nhập khẩu từ EU; Quy chế của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam về việc cấp giấy chứng nhận xuất xứ hàng hóa đối với hàng xuất sang EU (mẫu A và B); Quyết định số 416/TM-ĐB năm 1996 của Bộ Thương Mại về Quy chế cấp giấy chứng nhận xuất xứ ASEAN của Việt Nam (mẫu D) để hưởng các ưu đãi theo “Hiệp định về chương trình ưu đãi thuế quan hiệu lực chung (CEPT)” trong nông nghiệp và công nghiệp.

#### **4. Đánh giá chung về chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam thời gian qua**

##### ***4.1. Những thành công***

Chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam thời gian qua về cơ bản đã thực hiện được mục tiêu khuyến khích sản xuất trong nước thay thế hàng nhập khẩu, chú trọng bảo hộ sản xuất trong nước, khuyến khích đầu tư thông qua việc quy định mức thuế suất thuế nhập khẩu áp dụng đối với hàng hóa nhập khẩu từ các thị trường khác nhau. Ngoài ra còn áp dụng biện pháp bảo hộ có trọng điểm, có thời gian, phù hợp với tiến trình hội nhập quốc tế. Có thể khái quát những thành công trong việc áp dụng các chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam qua những điểm sau:

- Tạo điều kiện cho nhiều ngành sản xuất có khả năng cạnh tranh kém hơn so với các nước vẫn tiếp tục duy trì và phát triển. Một số ngành như sản xuất xe máy, ti vi, máy vi tính... đã nâng dần khả năng cạnh tranh nhờ nâng cao trình độ quản lý, đổi mới công nghệ.

- Tạo điều kiện cho sản phẩm sản xuất trong nước tuy có chất lượng kém hơn, giá cao hơn hàng nhập khẩu tồn tại và phát triển được, giúp cho Việt Nam có thể xây dựng các ngành sản xuất của riêng mình như: ngành mía đường, ngành xi măng... mà không phụ thuộc hoàn toàn vào nhập khẩu.

- Hỗ trợ xây dựng một số ngành công nghiệp quan trọng cho mục tiêu công nghiệp hóa, hiện đại hóa như: ngành thép, ngành sản xuất ô tô, xe máy...

- Góp phần hướng dẫn tiêu dùng trong nước, đảm bảo một số mục tiêu xã hội như giữ gìn bản sắc văn hóa, duy trì công ăn việc làm.

#### **4.2. Những hạn chế, bất cập**

Bên cạnh những mặt đạt được, việc thực hiện chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam trong thời gian qua còn tồn tại những hạn chế, bất cập sau:

- Làm giảm sức cạnh tranh của sản xuất trong nước: nhiều ngành công nghiệp bị hạn chế khả năng tiếp cận với đầu vào nhập khẩu giá rẻ, buộc phải chuyển sang sử dụng sản phẩm thay thế trong nước đắt hơn, làm tăng chi phí sản xuất, giảm lợi thế cạnh tranh;

- Khuyến khích sản xuất thay thế nhập khẩu trong khi định hướng chiến lược phát triển kinh tế của Việt Nam là sản xuất hướng về xuất khẩu. Tác động hạn chế nhập khẩu của

các biện pháp phi thuế quan đã khiến nhiều nhà đầu tư chuyển sản xuất từ phục vụ xuất khẩu sang lĩnh vực thay thế nhập khẩu, làm ảnh hưởng đáng kể đến ngành xuất khẩu;

- Không tạo ra động lực khuyến khích cạnh tranh trong các ngành được bảo hộ cao, ngăn cản những nỗ lực chủ động cải tiến, hợp lý hóa sản xuất, tự nâng cao khả năng cạnh tranh của nhiều ngành sản xuất nội địa.

- Các biện pháp bảo hộ sản xuất trong nước của Việt Nam còn có những “sơ hở” và rất nhiều điểm chưa phù hợp với thông lệ của các tổ chức kinh tế quốc tế như WTO, APEC...

## **5. Định hướng hoàn thiện chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam**

Từ những quan điểm của Nhà nước ta về việc thực thi chính sách bảo hộ các ngành sản xuất trong nước, định hướng hoàn thiện chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam trong thời gian tới cần quán triệt những nguyên tắc cơ bản sau:

- Những biện pháp bảo hộ phải phù hợp với thông lệ quốc tế đã được cụ thể hóa ở WTO; phù hợp với những quy định cụ thể của ASEAN và APEC;

- Hệ thống các biện pháp bảo hộ phải đủ mạnh để bảo vệ nền sản xuất non trẻ trong nước, song phải tạo đà và thúc đẩy các doanh nghiệp tự đổi mới và tăng sức cạnh tranh của hàng hóa trên thị trường quốc tế;

- Giảm việc thực thi các chính sách bảo vệ sản xuất trong nước với tạo thuận lợi cho thương mại phát triển. Có sự khuyến khích và kết hợp chặt chẽ, khéo léo giữa hệ thống hàng rào thuế quan với hệ thống các biện pháp phi thuế



quan, giữa tự do hóa với việc bảo hộ trong nước, đặt quyền lợi quốc gia lên hàng đầu. Như vậy, hệ thống phi thuế quan cần đảm bảo nguyên tắc luôn tạo ra được một lối thoát nhất định khi nền thương mại trong nước bị đe dọa trước sự cạnh tranh quốc tế;

Trong bối cảnh Việt Nam gia nhập WTO, việc sử dụng các NTM cổ điển như cấm nhập khẩu, hạn ngạch hay doanh nghiệp đầu mối để bảo hộ sản xuất trong nước sẽ ngày càng khó khăn. Vì vậy, nghiên cứu các NTM mới để có thể tiếp tục bảo hộ một số ngành sản xuất theo đúng những mục tiêu phát triển dài hạn của đất nước là rất cần thiết. Khi xây dựng và áp dụng các NTM, nguyên tắc chung là không trái với các quy định của WTO.

Từ thực tiễn thực hiện chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam thời gian qua và kinh nghiệm của các nước, định hướng hoàn thiện chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế thời gian tới như sau:

### ***5.1. Các biện pháp kỹ thuật và kiểm dịch động thực vật***

Theo các Hiệp định của WTO về các hàng rào kỹ thuật đối với thương mại (Agreement on Technical Barriers to Trade - TBT) về vệ sinh kiểm dịch động thực vật (Agreement on Sanitary and Phytosanitary Measures - SPS), các nước được phép sử dụng các quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật, các biện pháp vệ sinh kiểm dịch thích hợp hoặc cần thiết để bảo vệ sức khỏe, đời sống của con người, động thực vật, bảo vệ môi trường và quyền lợi người tiêu dùng. Tuy nhiên, các biện pháp đó không được áp dụng nhằm tạo ra sự phân biệt đối xử tùy tiện hay hạn chế vô lý đối với thương mại quốc tế.

Theo đó Việt Nam cần có chính sách đồng bộ hơn về tiêu chuẩn kỹ thuật cũng như nâng cao hơn nữa khả năng vận dụng linh hoạt các quy định của Hiệp định TBT, nhằm phục vụ tốt các mục tiêu phát triển nói chung và thương mại nói riêng. Cụ thể, Việt Nam có thể bảo vệ sản xuất trong nước thông qua hạn chế nhập khẩu nếu biết khéo léo vận dụng tiêu chí “thích hợp” hoặc “cần thiết” của Hiệp định TBT.

Tương tự việc sử dụng TBT, vận dụng tốt các biện pháp SPS trong thương mại cũng là một phương thức hợp pháp và hiệu quả để bảo vệ sản xuất nông nghiệp nói riêng cũng như sức khỏe con người, động thực vật và môi trường nói chung. Muốn như vậy, Việt Nam cần xây dựng hợp lý danh mục chi tiết các mặt hàng phải kiểm tra SPS bắt buộc.

Bảo hộ thông qua hàng rào kỹ thuật còn được gọi là bảo hộ “vùng xám”. Cần nghiên cứu và xây dựng hệ thống các biện pháp bảo hộ kiểu này kết hợp với các biện pháp có thể biện hộ là phù hợp với thông lệ và quy định của WTO tiêu chuẩn môi trường, thủ tục nhập khẩu... Các biện pháp “bảo hộ vùng xám” có hiệu quả không khác các biện pháp bảo hộ thông thường, nhưng cách thức và biện pháp bảo hộ tinh xảo hơn, tận dụng chính những lỗ hổng trong hệ thống pháp lý của WTO. Bảo hộ được chuyển từ các biện pháp hạn chế định lượng sang các biện pháp tinh vi, mang tính kỹ thuật hơn và đang là xu thế chung của chính sách bảo hộ hợp lý. Các biện pháp vừa được WTO thừa nhận vừa giúp các nước áp dụng đạt được mục tiêu bảo hộ tốt nhất. Kết hợp sử dụng “bảo hộ vùng xám” và các biện pháp khác để sử dụng trong trường hợp cần thiết như:

- Xây dựng, hài hòa và hệ thống hóa các biện pháp kỹ thuật, môi trường, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, hệ thống quản lý chất lượng, quy cách, tiêu chuẩn kỹ thuật và tiêu

chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm nhằm mục đích bảo hộ khi cần thiết cho các ngành thực hiện tự do hóa, tránh gây ra những biến động lớn đối với các ngành kinh tế.

- Tăng cường đào tạo trình độ chuyên môn, kỹ thuật, luật pháp, kinh nghiệm cho các cán bộ thuộc các cơ quan chức năng liên quan đến việc áp dụng các biện pháp “bảo hộ vùng xám”.

- Xây dựng cơ sở vật chất, trang thiết bị cho công tác điều tra, kiểm tra hàng hóa nhằm thực thi nghiêm túc các quy định về tiêu chuẩn, quy cách hàng hóa của các cơ quan quản lý chức năng.

- Đổi mới phương thức trợ cấp xuất khẩu hiện nay theo hướng tập trung có trọng điểm. Vì thế, trợ cấp xuất khẩu hướng vào những ngành kinh tế được bảo hộ có định hướng xuất khẩu (là mục tiêu của chính sách thương mại) chứ không chỉ đơn thuần dựa trên kim ngạch xuất khẩu của doanh nghiệp như hiện nay.

- Nâng cao việc phối hợp chặt chẽ giữa các cơ quan chức năng với cơ quan thực hiện đàm phán quốc tế đảm bảo khả năng thực thi cơ chế “bảo hộ vùng xám”, tránh gây ra các tranh chấp có ảnh hưởng tiêu cực đến môi trường mại quốc tế.

## ***5.2. Các biện pháp chống bán phá giá***

Luật pháp và thực tiễn chống bán phá giá ở hầu hết các nước đều tuân thủ theo những quy định của WTO, chỉ khác nhau những vấn đề mà trong quy định của WTO chưa quy định, không quy định rõ hoặc cho phép các Chính phủ được quyền quyết định. Như vậy, những quy định về chống bán phá giá của WTO là cốt lõi, nền tảng để các quốc gia ban hành,

sửa đổi cũng như áp dụng các quy định về chống bán phá giá của mình. Để tiến hành chống bán phá giá có kết quả, cần thiết phải ban hành đạo luật chống bán phá giá. Nội dung của luật chống bán phá giá cần phải phù hợp với các quy định chung, cơ bản của Luật Chống bán phá giá của WTO (GATT 1994). Trong đó có tính đến các quy định riêng biệt phù hợp với đặc thù của Việt Nam.

Có cơ quan chuyên trách của nhà nước phụ trách công tác chống bán phá giá. Cơ quan này sẽ đứng ra tiến hành điều tra bán phá giá, và đưa ra kết luận về hành vi bán phá giá cũng như quy định mức thuế chống bán phá giá nếu có hành động bán phá giá xảy ra.

Hành động chống bán phá giá nhằm mục đích chống lại bán phá giá (qua thuế chống bán phá giá), chống lại sự trợ cấp tài chính của nước ngoài (qua thuế đối kháng) và còn là biện pháp trả đũa với những nước áp dụng các mức thuế mang tính kỳ thị áp đặt đối với hàng hóa trong nước. Nếu Việt Nam bị nước ngoài áp thuế chống bán phá giá thì ta cũng có thể dùng biện pháp này để trả đũa.

Hiệp hội đóng vai trò quan trọng trong việc chống bán phá giá. Do vậy cần phát huy sức mạnh của hiệp hội và sự hợp tác của các doanh nghiệp cùng nhau đối phó với vấn đề bán phá giá, nhằm ngăn chặn hành vi bán phá giá trên thị trường nội địa một cách thành công.

Để đối phó với các vụ kiện chống bán phá giá ở thị trường nước ngoài:

- Cách làm có hiệu quả là chủ động kháng kiện, giành quyền lợi hợp pháp cho các doanh nghiệp sản xuất trong nước. Phải ý thức được tính hệ trọng của vấn đề, cùng thống nhất và có thái độ tích cực trong quá trình tiến hành kháng

cáo. Trên cơ sở pháp luật, đấu tranh có lý, có tình để bảo vệ quyền lợi cho các doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam.

- Phát huy vai trò các hiệp hội ngành hàng xuất nhập khẩu. Tất cả đồng lòng hiệp lực tham gia kháng kiện. Các doanh nghiệp cần đoàn kết thành một khối thống nhất, nghiêm túc thực hiện các nghị quyết, biện pháp được hiệp hội thông qua để cùng hợp lực giành thế chủ động trong kháng kiện.

- Mời luật sư có kinh nghiệm, có năng lực là điều kiện quan trọng bảo đảm giành thắng lợi trong vụ kiện.

- Các doanh nghiệp liên quan đến vụ kiện cần nhanh chóng bắt tay vào hành động mới có thể tạo ra thế chủ động. Hiệp hội ngành hàng sớm tập hợp tài liệu liên quan đến vụ kiện gửi cho các doanh nghiệp. Trong thời gian trước khi khởi kiện, hiệp hội mời luật sư có kinh nghiệm và các chuyên gia kinh tế đến các doanh nghiệp hướng dẫn cách thức điều tra trước, giúp các doanh nghiệp làm tốt công tác chuẩn bị theo yêu cầu của Bên đi kiện đối với việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm ở đơn vị mình, tạo điều kiện tốt cho việc kiểm tra thuận lợi và lập luận kháng cáo sau này.

- Bên cạnh đó, sự ủng hộ chi viện kịp thời của các Bộ, ngành là rất quan trọng. Ví dụ trong vụ kiện nước táo đặc của Trung Quốc gần đây, Lãnh đạo Bộ hợp tác Kinh tế Mậu dịch và các ngành hữu quan đã kịp can thiệp và hỗ trợ có hiệu quả cho các doanh nghiệp trong thời điểm quyết định, góp phần to lớn làm cho vụ kiện tiến triển theo hướng khách quan, công bằng và có lợi cho Trung Quốc.

- Xây dựng và hoàn thiện các văn bản pháp quy về chống bán phá giá (nhất là các văn bản luật, pháp lệnh) với các yêu cầu sau:

+ Đảm bảo duy trì sự cạnh tranh lành mạnh và công bằng trên thị trường;

+ Ngăn chặn một công ty hoặc một ngành sản xuất nước ngoài dùng hành động bán phá giá để chiếm lĩnh thị trường nước ta, nhằm bảo vệ cho các ngành sản xuất công nghiệp trong nước;

+ Là công cụ để chống lại tình trạng Chính phủ hoặc các hiệp hội nước ngoài trợ cấp cho hàng hóa xuất khẩu của họ, dẫn đến hành động bán phá giá gây thiệt hại cho ngành sản xuất nội địa của Việt Nam;

+ Là công cụ để áp dụng biện pháp trả đũa đối với những quốc gia, vùng, lãnh thổ nào áp dụng biện pháp bán phá giá mang tổ chức kỳ thị, phân biệt đối xử đối với hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam;

+ Phù hợp với chiến lược phát triển kinh tế - xã hội, chiến lược CNH, HĐH của đất nước, đồng thời phải phù hợp với Hiệp định Chống bán phá giá theo khuôn khổ của WTO. Trong đó, cần chú ý đến yếu tố nền kinh tế đang phát triển ở nước ta, các quy định phải phù hợp với tình hình, điều kiện cụ thể của đất nước.

### **5.3. Tự vệ**

Mặc dù đã ban hành Pháp lệnh về Tự vệ trong nhập khẩu hàng hóa nước ngoài vào Việt Nam, nhưng cho đến nay, những biện pháp tự vệ mà Việt Nam áp dụng vẫn chưa phát huy một cách có hiệu quả, trong khi hàng hóa của nhiều nước vẫn đang phá giá tại thị trường Việt Nam, hoặc đang đe dọa tới ngành công nghiệp nội địa, thậm chí cả những hàng hóa có ảnh hưởng đến an ninh quốc phòng, xã hội... vẫn đang nhập lậu vào Việt Nam.

Biện pháp tự vệ là một công cụ được WTO thừa nhận để hạn chế định lượng hàng nhập khẩu trong một thời gian nhất định nhằm bảo vệ ngành sản xuất trong nước bị thiệt hại hay có nguy cơ bị thiệt hại nghiêm trọng. Đây là biện pháp có tầm quan trọng rất lớn bởi khả năng phát huy tác động nhanh chóng và mạnh mẽ của nó. Trong quá trình hội nhập, việc sử dụng biện pháp này là hết sức cần thiết, tuy nhiên cũng cần nhận rõ hạn chế không thể phủ nhận của biện pháp này là nó không thể duy trì trong một thời gian dài và dễ gây ra các hành động trả đũa.

#### **5.4. Trợ cấp**

Một trong các công cụ được WTO cho phép các nước thành viên duy trì là các hình thức trợ cấp không gây bóp méo thương mại hoặc gây tổn hại tới lợi ích của các nước thành viên khác. Các hình thức trợ cấp trong Hiệp định SCM chủ yếu liên quan đến các sản phẩm công nghiệp.

Trợ cấp cho các ngành công nghiệp nội địa có thể dưới hình thức trợ cấp trực tiếp hoặc gián tiếp. Có thể kể đến các hình thức trợ cấp trực tiếp như: trợ giúp tài chính, cho vay ưu đãi của Chính phủ... Trợ cấp gián tiếp có thể thực hiện thông qua hỗ trợ các ngành cung cấp đầu vào hay đảm bảo đầu ra cho sản phẩm.

Mặc dù các quy định về trợ cấp tại Hiệp định SCM và Hiệp định Nông nghiệp của WTO khá chi tiết nhưng một số hình thức trợ cấp vẫn còn chưa chịu sự điều chỉnh cụ thể bởi các quy tắc quốc tế thống nhất; Chẳng hạn như các hình thức trợ cấp liên quan tới tín dụng xuất khẩu, bảo lãnh tín dụng xuất khẩu, bảo hiểm xuất khẩu... Chính vì vậy mà nhiều nước vẫn đang tiếp tục áp dụng những hình thức trợ cấp này nhằm tránh né các cam kết về cắt giảm trợ cấp xuất khẩu.

Mặt khác, WTO thừa nhận trợ cấp là một công cụ phát triển hợp pháp và quan trọng của các thành viên đang phát triển. Dưới góc độ pháp lý, Việt Nam có thể được hưởng những đãi ngộ đặc biệt và khác biệt về trợ cấp dành cho nước đang phát triển.

Là quốc gia đi sau, Việt Nam có thể nghiên cứu kinh nghiệm của các nước gia nhập WTO trước để sử dụng hiệu quả các biện pháp trợ cấp nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp trong nước. Để đáp ứng yêu cầu của WTO, bên cạnh việc tiếp tục duy trì các hình thức trợ cấp không ảnh hưởng tới thương mại (như trợ cấp nghiên cứu giống mới trong nông nghiệp, phương pháp sản xuất mới, xóa đói giảm nghèo, khắc phục thiên tai...) thì những hình thức hỗ trợ cho xuất khẩu (như trợ giá, hỗ trợ lãi suất, thưởng thức xuất khẩu...) cần phải từng bước loại bỏ, có thể thay vào đó là những hình thức trợ cấp khác phù hợp với các quy định của WTO. Theo đó, Việt Nam cần phải phát huy mạnh mẽ vai trò của các Hiệp hội ngành hàng, nhất là trong lĩnh vực tiêu thụ sản phẩm. Nhà nước cần cho phép và khuyến khích các Hiệp hội ngành hàng tự thành lập các quỹ hỗ trợ, quỹ phòng ngừa rủi ro cho ngành hàng của mình, nhất là những ngành hàng có giá trị kim ngạch xuất khẩu lớn (như gạo, cà phê, cao su, chè, thủy hải sản...). Những hỗ trợ từ các quỹ của Hiệp hội cho các thành viên khi giá cả thị trường biến động thất thường, mà nguồn thu của quỹ là do các thành viên đóng góp tự nguyện, hoặc từ các khoản tài trợ của các cá nhân, tổ chức trong ngoài nước theo đúng quy định của nhà nước hay từ các khoản thu nhập chính đáng của Hiệp hội tạo ra thì không vi phạm các quy định của WTO.

Ngoài ra, các biện pháp trợ cấp mang tính phổ biến và ít bóp méo thương mại như hỗ trợ nghiên cứu và phát triển,



nâng cấp máy móc thiết bị đáp ứng tiêu chuẩn môi trường, hỗ trợ về hạ tầng nông nghiệp... được WTO cho phép áp dụng mà không bị hành động đối kháng, cần tích cực được vận dụng vì nó có tác dụng gián tiếp hỗ trợ sản xuất nội địa, nâng cao năng lực sản xuất và cạnh tranh của các doanh nghiệp.

### **5.5. Thuế thời vụ**

Thuế thời vụ là hình thức áp dụng các mức thuế nhập khẩu khác nhau cho cùng một sản phẩm tùy thuộc vào thời gian chịu thuế của sản phẩm. Ví dụ, ở Việt Nam, vụ mùa cam bắt đầu từ đầu tháng 8 đến cuối tháng 11. Vào chính vụ, cam thu hoạch trong nước nhiều, Việt Nam áp dụng mức thuế suất nhập khẩu cho cam là 20%. Ngoài thời gian này, do nhu cầu tiêu thụ trong nước, trong khi sản xuất không đủ đáp ứng, Việt Nam có thể quy định thuế xuất nhập khẩu với cam là 0%.

Theo Hiệp định Nông nghiệp, phải thuế hóa tất cả các NTM cho sản phẩm nông nghiệp. Do đó, áp dụng thuế thời vụ vừa đáp ứng được yêu cầu của Hiệp định vừa tăng tính linh hoạt của công cụ thuế cho mặt hàng chịu thuế thời vụ.

### **5.6. Các biện pháp liên quan đến môi trường**

Vấn đề bảo vệ môi trường đang và sẽ là một chủ đề nổi bật liên quan đến nhiều lĩnh vực của quan hệ quốc tế, trong đó có thương mại. Mỗi một quốc gia đều có chính sách riêng để bảo vệ môi trường. Thực tế cho thấy việc sử dụng các biện pháp liên quan đến môi trường như một NTB sẽ là xu hướng mới trong thương mại quốc tế.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế toàn cầu, Việt Nam cần nghiên cứu để có thể khai thác tốt NTB này khi cần bảo hộ sản xuất trong nước, đồng thời có thể đưa ra căn cứ xác đáng

bác bỏ những biện pháp viện lý do bảo vệ môi trường để hạn chế hàng nhập khẩu của Việt Nam.

Một thực tế không thể phủ nhận là ngày càng có nhiều biện pháp phi thuế quan mới ra đời thì tính phức tạp của việc áp dụng và quản lý các biện pháp phi thuế quan ngày càng trở nên khó khăn hơn. Điều này đặt ra cho các nhà hoạch định chính sách là cần có một định hướng đúng đắn cho sự áp dụng và quản lý các biện pháp đó.

### ***5.7. Tăng cường năng lực cho đội ngũ cán bộ thực thi các chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế***

Việt Nam với tư cách là một nước đang phát triển, đang trong giai đoạn chuyển đổi sang nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, do vậy khi tham gia vào hệ thống giải quyết tranh chấp thương mại của WTO, chúng ta cũng đang gặp không ít những khó khăn: thiếu đội ngũ chuyên gia pháp lý có chuyên môn, thông thạo ngoại ngữ và kinh nghiệm trong việc tham gia xử lý các tranh chấp thương mại quốc tế; chưa có kinh nghiệm tham gia vào DSM/WTO với tư cách là nguyên đơn, bị đơn; các biện pháp trả đũa hợp pháp không đem lại hiệu quả với các nước đang phát triển; tiềm lực kinh tế của các nước đang phát triển còn yếu nên khả năng tài chính để đi thuê các luật sư giỏi và chuyên gia nước ngoài hạn chế.

Để chủ động tham gia vào cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO Việt Nam cần chuẩn bị một đội ngũ luật sư, cán bộ giỏi, am hiểu về từng lĩnh vực của WTO, nghiên cứu về cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO, nghiên cứu các vụ tranh chấp cụ thể, lập luận của Ban Hội thẩm và các phán quyết đã được DSB thông qua, trên cơ sở đó tư vấn cho các nhà hoạch định

chính sách, các nhà làm luật của Việt Nam và làm kinh nghiệm để tham gia các tranh chấp tại WTO.

Đội ngũ cán bộ này sẽ là nguồn nhân lực tham gia quá trình giải quyết các tranh chấp thương mại quốc tế nói chung và DSM/WTO nói riêng. Trước mắt Việt Nam cần đào tạo cấp tốc về luật sư, chuyên gia pháp luật tại cơ sở nước ngoài. Về lâu dài, cần tiếp tục tập trung xây dựng các cơ sở đào tạo cử nhân luật và thực hành nghề luật như Trường Đại học Luật Hà Nội, Khoa Luật - Đại học Quốc gia Hà Nội, Học viện Tư pháp thành trung tâm đào tạo pháp luật lớn, gắn kết giữa đào tạo và thực tiễn.

Chú trọng phát triển đội ngũ cán bộ hoạch định chính sách bảo hộ, bởi mỗi một quyết định đề ra sẽ có tác động to lớn tới các ngành sản xuất trong nước và nó có thể gây ra những thiệt hại và lãng phí rất lớn cho xã hội.

Ngoài ra, để thực thi được chính sách bảo hộ hợp lý, phù hợp với quy định và thông lệ quốc tế đòi hỏi những người làm công tác thương mại phải có kinh nghiệm và sự am hiểu rộng, phải là người có kiến thức và kỹ năng đàm phán, thuyết phục.

Với các cán bộ thực thi như cán bộ Hải quan, các Bộ, ngành trực tiếp phụ trách về phân bổ hạn ngạch, trợ cấp... phải được đào tạo, rèn luyện tu dưỡng về đạo đức nghề nghiệp và phải có kỹ năng xử lý nhanh nhạy trước mọi tình huống để nâng cao hiệu quả trong thực thi công việc, hạn chế nhập khẩu trái phép, buôn lậu và gian lận thương mại. Có một thuận lợi đối với Việt Nam là việc Việt Nam gia nhập Trung tâm Tư vấn Luật WTO (ACWL). Trung tâm này sẽ giúp Việt Nam đào tạo cán bộ pháp lý các Bộ, ngành để dần dần đảm nhận công tác tham mưu pháp lý về WTO cho Chính phủ.

Ngoài ra, Việt Nam còn nhận được các tư vấn pháp lý miễn phí liên quan tới các quy định của WTO.

### ***5.8. Tham gia Công ước Viên của Liên hợp quốc về Hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế (CISG)***

Công ước Viên năm 1980 về Hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế của Liên hợp quốc (CISG) là một trong những Công ước quốc tế quan trọng nhất về thương mại đa phương, được áp dụng rộng rãi với 80 quốc gia thành viên tham gia, trong đó có các cường quốc lớn trên thế giới, bao gồm cả Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, Singapore ở châu Á. Công ước CISG điều chỉnh tới 80% giao dịch thương mại quốc tế. Nội dung Công ước quy định các vấn đề về xác lập hợp đồng, quyền và nghĩa vụ của người bán và người mua, vi phạm hợp đồng và chế tài đối với việc vi phạm hợp đồng.

Hiện nay hầu hết các quốc gia có quan hệ thương mại với Việt Nam đã là thành viên của CISG. Trong khi đó, mức độ tiếp cận với CISG của các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn rất hạn chế. Do vậy, Việt Nam cần sớm gia nhập CISG để hỗ trợ doanh nghiệp trong các giao dịch buôn bán quốc tế. Việc gia nhập CISG không chỉ giúp các doanh nghiệp tiết kiệm thời gian đàm phán, không còn ở thế bị động trong đàm phán mà còn giúp tòa án và Trọng tài Việt Nam có đầy đủ cơ sở pháp lý để xem xét và giải quyết tranh chấp về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế. Đây cũng là cơ sở để Việt Nam rà soát khung pháp luật hiện hành về mua bán hàng hóa, hợp đồng mua bán hàng hóa để sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện.

Với những quốc gia đã là thành viên của CISG, vấn đề tranh chấp thương mại sẽ được giải quyết dễ dàng hơn, dựa trên những quy định rõ ràng của CISG. Khi Việt Nam gia nhập CISG, các đối tác nước ngoài sẽ không thể chèn ép, bắt các

doanh nghiệp trong nước áp dụng luật nước họ hoặc luật nước ngoài. Các trọng tài viên khi giải quyết tranh chấp cũng có đầy đủ có sở pháp lý để xem xét và giải quyết tranh chấp về hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế. Ngoài ra, khi phán quyết được đưa ra theo những quy định của Công ước CISG cũng dễ dàng được công nhận và cho thi hành ở nước ngoài khi giải quyết các tranh chấp.

### ***5.9. Nâng cao khả năng tham gia và thành công trong tranh chấp thương mại quốc tế***

Để nâng cao khả năng tham gia và thành công trong tranh chấp thương mại quốc tế cần thực hiện tốt các nội dung sau:

*1- Nghiên cứu, vận dụng thành công những ưu đãi dành cho các nước đang phát triển và bài học kinh nghiệm của WTO*

Nghiên cứu kỹ những ưu đãi này sẽ giúp cho Việt Nam có những thuận lợi nhất định, giảm chi phí (vì được WTO trợ giúp về mặt pháp lý) và tự tin hơn khi tham gia vào quá trình giải quyết tranh chấp tại WTO.

Việt Nam cần lường trước những tình huống không thuận lợi, các bất đồng, xung đột và tranh chấp có thể xảy ra. Đồng thời rút kinh nghiệm từ các tranh chấp thực tế đã xảy ra rồi (các tranh chấp thương mại đối với cá ba sa, giày dép, bột lửa...) và bài học kinh nghiệm của WTO dành cho các nước đang phát triển để có thể có những bước đi và ứng xử phù hợp với từng đối tác thương mại nước ngoài.

*2- Tích cực theo kiện và chuẩn bị tốt tài liệu tố tụng*

Trong bất kỳ vụ kiện nào theo cơ chế giải quyết tranh chấp của WTO, một mặt chúng ta cần xác định giải quyết tranh chấp bằng thương lượng, hòa giải bởi nếu hòa giải

thành công sẽ giảm bớt thiệt hại cho cả hai Bên. Đây là điểm mấu chốt để giải quyết xung đột trong quan hệ thương mại quốc tế. Mặt khác chúng ta cần tích cực chuẩn bị đầy đủ tài liệu cần thiết, làm việc và hợp tác với luật sư trong nước và nước ngoài từ sớm để chuẩn bị tốt khi có nguy cơ bị kiện và trong quá trình theo kiện là điều kiện tiên quyết để đạt được kết quả tốt.

### *3- Chuẩn bị tốt về tài chính khi theo kiện*

Quá trình giải quyết tranh chấp của WTO gắn liền với việc xem xét các vấn đề mang tính kỹ thuật cao, chứa đựng nhiều vấn đề pháp lý phức tạp và thường kéo dài. Việc chuẩn bị một vụ kiện tại WTO là một khó khăn lớn cho các nước đang phát triển như Việt Nam nên cần sự đầu tư "dài hơi" về kinh phí. Do đó, chúng ta cần phải có một nguồn kinh phí riêng (nên chẳng là một mục chi trong ngân sách Nhà nước) phục vụ cho việc tham gia và các công việc có liên quan đến việc tham gia hệ thống giải quyết tranh chấp của WTO.

## **II. MỘT SỐ GIẢI PHÁP, KIẾN NGHỊ NHẪM BẢO VỆ VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ**

### **1. Đối với các doanh nghiệp và Hiệp hội ngành hàng**

#### ***1.1. Nghiên cứu thị trường quốc tế***

Khi quyết định phát triển ra thị trường nước ngoài, doanh nghiệp cần phải nghiên cứu kỹ thị trường quốc tế, cần nắm được những đặc điểm, yêu cầu của thị trường xâm nhập.

- *Những đặc điểm chung của môi trường kinh doanh quốc tế:* Sau chiến tranh thế giới thứ II và đặc biệt là những

năm gần đây môi trường kinh doanh quốc tế đã có những biến đổi rất lớn. Đã xuất hiện nhiều khả năng mới và nhiều vấn đề mới, những biến đổi cơ bản đó là:

+ Việc quốc tế hóa nền kinh tế thế giới diễn ra một cách mạnh mẽ thể hiện ở sự phát triển nhanh chóng của thương mại quốc tế và đầu tư ra nước ngoài.

+ Cạnh tranh trên thị trường quốc tế ngày càng khốc liệt hơn.

+ Hình thành hệ thống tài chính quốc tế, đảm bảo hoán đổi tiền tệ tự do hơn.

+ Vai trò có tính quyết định của các công ty đa quốc gia trong nhiều lĩnh vực sản xuất, đầu tư và tiêu thụ sản phẩm quan trọng.

+ Vẫn còn nhiều hàng rào cản trở thương mại được dựng lên để bảo hộ thị trường trong nước khỏi sự cạnh tranh của nước ngoài.

+ Có nhiều thị trường mới được mở, như thị trường: Trung Quốc, các nước SNG, các nước EU, các nước Đông Nam Á...

- *Môi trường kinh tế của nước khách hàng:* Ngoài việc nắm được những đặc điểm về thương mại, chính trị, văn hóa... của thị trường sở tại, các doanh nghiệp còn phải nghiên cứu kỹ về nền kinh tế của quốc gia mà doanh nghiệp muốn xâm nhập. Tính chất hấp dẫn của một đất nước với tư cách là một thị trường xuất khẩu do hai đặc điểm quyết định: *thứ nhất*, là cơ cấu kinh tế, *thứ hai*, là tính chất phân phối thu nhập trong nước.

Cơ cấu kinh tế của một nước quyết định nhu cầu của nó về hàng hóa, dịch vụ, tỷ lệ người có công ăn việc làm và mức

thu nhập. Những nhu cầu trên đây phụ thuộc vào quốc gia đó là nước chậm phát triển, nước đang phát triển hay nước công nghiệp phát triển. Khả năng xuất khẩu của một nước cũng quyết định nhu cầu nhập khẩu của họ.

Đặc điểm thứ hai là tính chất phân phối thu nhập của nước khách hàng. Sự phân phối thu nhập chịu ảnh hưởng không chỉ của những đặc điểm kinh tế của đất nước, mà của cả những đặc điểm của hệ thống chính trị.

Tính chất phân phối thu nhập làm cho một quốc gia nào đó có đặc điểm thu nhập của dân cư như: có một số ít người giàu, thu nhập cao còn lại đại đa số có mức thu nhập rất thấp; có mức thu nhập phần nhiều là thấp; hoặc có mức thu nhập phần nhiều là trung bình.

Những đặc điểm trên về thu nhập dân cư của một nước có ảnh hưởng trực tiếp đến khối lượng, chất lượng và cơ cấu hàng mua.

*- Môi trường chính trị - luật pháp của nước khách hàng:*  
Các quốc gia thường rất khác nhau về môi trường chính trị - luật pháp. Để đạt được hiệu quả kinh doanh tối ưu, khi thiết lập quan hệ kinh doanh với bạn hàng ở một quốc gia nào đó, doanh nghiệp cần phải chú ý tới các nhân tố như: (1) Thái độ của Chính phủ đối với việc mua hàng ngoại; (2) Sự ổn định chính trị; (3) Những hạn chế về ngoại tệ; (4) Bộ máy Nhà nước; (5) Môi trường văn hóa.

Mỗi quốc gia đều có những phong tục, tập quán, những quy tắc, những điều cấm kỵ riêng của mình. Để hoạt động kinh doanh khỏi thất bại, người bán phải nghiên cứu kỹ xem những người mua ở nước ngoài chấp nhận mặt hàng này hay mặt hàng kia như thế nào và họ sử dụng chúng ra sao.



Không hiểu biết môi trường văn hóa sẽ làm giảm cơ hội thành đạt của doanh nghiệp. Các nước còn khác nhau cả về những nguyên tắc xử sự trong kinh doanh. Khi ra nước ngoài đàm phán các nhà kinh doanh Việt Nam phải biết những đặc điểm đó.

Mỗi nước, thậm chí mỗi vùng trong một nước có những truyền thống văn hóa riêng, sở thích riêng và những điều kiêng kỵ riêng, mà các doanh nghiệp cần biết, cần nghiên cứu để kinh doanh đạt được hiệu quả cao nhất.

### ***1.2. Đánh giá thực trạng, tiềm năng của doanh nghiệp***

Đánh giá đúng thực trạng của doanh nghiệp giúp nhà quản lý doanh nghiệp nắm được bức tranh toàn cảnh hoạt động của doanh nghiệp. Khi đánh giá thực trạng của doanh nghiệp cần làm rõ các vấn đề về: tiềm năng của doanh nghiệp, tốc độ tăng trưởng, tốc độ biến động của doanh lợi, uy tín của doanh nghiệp... Đánh giá thực trạng không phải chỉ để mô tả hiện trạng mà là phân tích và tìm ra những bài học thành công và không thành công để đưa doanh nghiệp tiếp tục phát triển.

- *Đánh giá các nguồn tiềm năng của doanh nghiệp*: Tiềm năng là những khả năng tiềm tàng mà doanh nghiệp có sẵn để hoạt động kinh doanh. Đó chính là phần nguồn lực chưa được sử dụng vì những lý do khách quan và chủ quan nào đó của bản thân doanh nghiệp và các nhân tố bên ngoài doanh nghiệp. Nói cách khác, đó là phần chênh lệch giữa khối lượng công việc thực tế đạt được với năng lực sản xuất, tiêu thụ của doanh nghiệp. Ngoài ra tiềm năng còn bao gồm cả những yếu tố, những điều kiện mà doanh nghiệp sẽ có được trong tương lai. Tiềm năng trong kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm

nguồn lực về lao động, vật tư, tài nguyên thiên nhiên, điều kiện tự nhiên, về mặt hàng, chất lượng sản phẩm, về tiềm lực khoa học kỹ thuật về các yếu tố quản lý kinh doanh.

Tiềm năng kinh doanh của doanh nghiệp bao gồm nhiều yếu tố, tuy nhiên khi đánh giá cần quan tâm đến những tiềm năng chủ yếu, đó là: lao động: nguồn tiềm năng này thể hiện trên hai mặt số lượng và chất lượng; tiềm năng về tư liệu lao động gồm: công cụ, máy móc, thiết bị, trình độ công nghệ của máy móc, thiết bị; tiềm năng về nguồn cung cấp nguyên, nhiên vật liệu cho sản xuất sản phẩm; tiềm năng về vị trí địa lý; tiềm năng từ nước ngoài có thể khai thác được...

- *Đánh giá tốc độ tăng trưởng và biến động doanh lợi của doanh nghiệp:* Cần đi sâu đánh giá tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp. Mục đích của việc đánh giá này là nắm được tình hình và xu thế phát triển kinh doanh của doanh nghiệp trong thời gian qua (ổn định, bấp bênh, phát triển hay thu hẹp), từ đó có những biện pháp hữu hiệu để mở rộng kinh doanh, nâng cao tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp. Việc đánh giá chính xác tốc độ tăng trưởng của doanh nghiệp cần phải thông qua một số hệ thống chỉ tiêu. Từ đó mới có giải pháp đúng đắn nhằm tăng nhịp độ phát triển nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Về đánh giá tốc độ biến động của doanh lợi: Mục đích của việc đánh giá tốc độ biến động của doanh lợi là giúp cho người quản lý doanh nghiệp biết được xu hướng biến động của nó, tìm ra những nhân tố dẫn đến những biến động để đề ra biện pháp khắc phục nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Ngoài các vấn đề trên, khi đánh giá thực trạng kinh tế của doanh nghiệp còn cần đánh giá trên các khía cạnh như: sự biến động về lao động; sự biến động về thu nhập, tình hình đời sống cán bộ, nhân viên; khả năng cạnh tranh của hàng

hóa trên thị trường, nhất là của các mặt hàng xuất khẩu; khả năng thanh toán...

Trên cơ sở đánh giá đúng thực trạng kinh tế của doanh nghiệp, sẽ biết được vị trí của doanh nghiệp đang nằm trong giai đoạn nào của chu kỳ kinh doanh. Từ đó, có những biện pháp thích ứng để định hướng kinh doanh có hiệu quả. Đối với doanh nghiệp mới thành lập để kinh doanh xuất nhập khẩu hoặc để sản xuất hàng xuất khẩu, cần có các dự án kinh doanh được phân tích, tính toán một cách tỉ mỉ, chính xác trước khi thực hiện.

### ***1.3. Điều tra nắm bắt thông tin***

Không vội vã quyết định việc kinh doanh ở thị trường ngoài nước khi chưa có đủ thông tin. Do vậy, trước khi vươn ra hoạt động ở thị trường nước ngoài, để tránh thất bại, doanh nghiệp (bất kỳ đó là doanh nghiệp sản xuất hay doanh nghiệp thương mại) đều phải nắm bắt được những thông tin cơ bản sau:

- Luật lệ và chính sách của nước bạn hàng, đặc biệt của nước đó đối với Việt Nam;

- Tình hình tiêu thụ, giá cả và tính chất cạnh tranh đối với hàng hóa doanh nghiệp muốn bán;

- Phương thức thâm nhập thị trường có hiệu quả nhất;

- Tìm hiểu khả năng kinh doanh của Bên đối tác để biết được ai là bạn hàng đáng tin cậy, muốn cùng doanh nghiệp làm ăn lâu dài, biết chăm lo đến lợi ích của cả hai Bên. Khả năng của Bên đối tác cần tìm hiểu trước hết là về: vốn; kỹ thuật - công nghệ; kinh nghiệm tổ chức, quản trị kinh doanh,

marketing; uy tín và quan điểm kinh doanh của đối tác trên thị trường...

Kinh nghiệm thực tế cho ta thấy do thiếu thông tin về thị trường, về đối tác nên không ít trường hợp các doanh nghiệp phải mua đắt, bán rẻ, hoặc bị lừa dẫn đến những thua thiệt không nhỏ.

#### ***1.4. Xác định chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp***

Sau khi có tương đối đầy đủ các thông tin cần thiết cho việc mua bán hàng, doanh nghiệp cần xác định một chiến lược kinh doanh sao cho có hiệu quả. Chiến lược đó bao gồm những vấn đề cốt lõi sau:

##### *1- Xác định quy mô và địa bàn kinh doanh quốc tế của doanh nghiệp:*

- Doanh nghiệp quyết định là cần cố gắng thực hiện bao nhiêu phần trăm khối lượng bán trên các thị trường nước ngoài. Phần lớn các doanh nghiệp vươn ra thị trường nước ngoài bắt đầu từ quy mô nhỏ, sau đó mới nâng dần quy mô lên lớn hơn tùy theo kết quả thu được.

- Doanh nghiệp cần quyết định là chỉ bán hàng ở một nước hay ở nhiều nước. Không nên quá phân tán nỗ lực của mình ra nhiều thị trường khi khả năng cung ứng của doanh nghiệp còn nhỏ bé. Sức hấp dẫn của một nước tùy thuộc vào hàng hóa cung ứng, các yếu tố địa lý, mức thu nhập, thành phần cơ cấu nhân khẩu và dân số, khí hậu, chính trị và những điểm khác.

- Doanh nghiệp khi bán hàng chỉ có thể bán được ở những nhóm nước nhất định hay những khu vực nhất định

trên thế giới. Các ứng viên - bạn hàng có thể phân loại theo một số tiêu chuẩn như: (1) Quy mô thị trường; (2) Tiến trình phát triển của thị trường; (3) Chi phí để tiến hành kinh doanh; (4) Những ưu thế cạnh tranh; (5) Mức độ rủi ro. Mục đích của việc xếp hạng này là xác định xem thị trường nào đảm bảo cho doanh nghiệp kinh doanh lâu bền và đạt được hiệu quả cao nhất.

*2- Quyết định phương pháp thâm nhập thị trường:* Sau khi quyết định tiến hành tiêu thụ sản phẩm ở một nước nào đó, doanh nghiệp phải lựa chọn phương thức tốt nhất để thâm nhập thị trường đã chọn. Doanh nghiệp có thể lựa chọn các phương pháp thâm nhập thị trường sau khi xuất khẩu hàng hóa: (1) Qua nhà xuất khẩu trong nước; (2) Qua đại lý, công ty con của các hãng ngoại quốc tại nước mình; (3) qua phòng tiêu thụ hay chi nhánh tại nước ngoài; (4) Qua nhân viên bán hàng; (5) Trực tiếp bán cho các công ty nhập khẩu ngoại quốc...

Doanh nghiệp có thể liên doanh với nước ngoài, hay đầu tư trực tiếp vào nước ngoài để kinh doanh. Các cách thâm nhập thị trường này đòi hỏi phải gánh chịu nhiều trách nhiệm hơn, và rủi ro cũng nhiều hơn, nhưng lại hứa hẹn lợi nhuận cao hơn.

*3- Quyết định cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp:* Cần quyết định cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp sao cho hợp lý để hoạt động kinh doanh quốc tế có hiệu quả. Cơ cấu tổ chức đó có thể là: (1) Phòng xuất nhập khẩu thuộc doanh nghiệp; (2) Lập chi nhánh hay công ty con hoạt động xuất nhập khẩu; (3) Nếu có thể, lập công ty đa quốc gia hoạt động kinh doanh quốc tế rộng lớn hơn...

### **1.5. Chính sách bảo vệ và phát triển doanh nghiệp trong thương mại quốc tế**

Trong nền kinh tế thị trường, nhiệm vụ cơ bản của chính sách ngoại thương là tạo điều kiện và bảo đảm bảo cho doanh nghiệp kinh doanh thuận lợi, đúng luật pháp trên thị trường trong và ngoài nước.

Trong quá trình phát triển kinh tế của mỗi nước, chính sách ngoại thương được hình thành theo những xu hướng và hình thức khác nhau, phụ thuộc vào điều kiện kinh tế, lịch sử cụ thể của từng quốc gia.

Cho đến nay chính sách ngoại thương của các nước đều gồm hai xu hướng: bảo hộ và tự do buôn bán. Tuy nhiên, trong điều kiện kinh tế thế giới hiện nay, xu hướng tự do buôn bán đang là xu hướng nổi bật. Tự do buôn bán là xu hướng tất yếu của một nền kinh tế mở.

Kinh tế thị trường ngày nay là sự thống nhất của các quan hệ cạnh tranh và sự quản lý bằng những hình thức và phương pháp khác nhau của nhà nước. Và chỉ có hoạt động trong cơ chế như thế nền kinh tế mới có hiệu quả.

### **1.6. Đào tạo và xây dựng đội ngũ kinh doanh**

Đào tạo lại đội ngũ cán bộ hiện có, đồng thời đào tạo mới một đội ngũ đông đảo các nhà kinh doanh ngoại thương giỏi là nhân tố quyết định trong việc nâng cao hiệu quả kinh tế ngoại thương.

Để trở thành một nhà doanh nghiệp giỏi cần: am hiểu sâu sắc tình hình thị trường trong và ngoài nước; có kiến thức về kinh doanh quốc tế, luật pháp, tập quán buôn bán; giỏi ngoại ngữ; biết cách đàm phán, thương thuyết, có tinh

thần hợp tác; có đầu óc thực tiễn, biết tính toán đến không chỉ lợi ích của doanh nghiệp mà còn cả lợi ích chung của nền kinh tế...

## **2. Đối với các cơ quan quản lý Nhà nước**

### ***2.1. Sự cần thiết phải quản lý Nhà nước đối với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp***

#### *1- Do yêu cầu thực tế của doanh nghiệp*

Doanh nghiệp nói chung sinh ra để kinh doanh và tìm lợi nhuận. Trong nền kinh tế thị trường, các doanh nghiệp có quyền tự do lựa chọn nhiều cách thức khác nhau để đạt được mục đích của mình. Cho dù doanh nghiệp tự do sử dụng cách thức nào thì cũng không được ảnh hưởng đến quyền tự do kinh doanh của doanh nghiệp khác. Để đảm bảo quyền tự do của các doanh nghiệp thì không ai khác ngoài Nhà nước là người đại diện cho lợi ích xã hội, sẽ tạo ra những cơ chế quản lý đối với doanh nghiệp. Do vậy, doanh nghiệp tự do trong khuôn khổ luật pháp.

Quy mô doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu là doanh nghiệp nhỏ và vừa nên rất dễ bị tổn thương trước những biến động của nền kinh tế thị trường, lạm phát, suy thoái..., nên doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với khó khăn và nguy cơ phá sản hàng loạt là không tránh khỏi. Lạm phát cũng làm các doanh nghiệp không kiểm soát được chi phí, mất thị trường và không đủ vốn để duy trì sản xuất. Bằng những chính sách hỗ trợ, khuyến khích phát triển khu vực này một cách hợp lý Nhà nước sẽ giúp cải thiện được tình thế khó khăn của các doanh nghiệp. Phần lớn chủ doanh nghiệp quản lý và điều hành doanh nghiệp theo kinh nghiệm, bản

năng và tập quán, ít được đào tạo bài bản. Nên cần có Nhà nước hỗ trợ đào tạo để nâng cao năng lực quản lý.

### *2- Xu thế toàn cầu hóa kinh tế*

Xu thế toàn cầu hóa kinh tế tuy mang lại nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp Việt Nam như nhiều bạn hàng, nhiều thị trường, nhiều nguồn nguyên liệu đầu vào... nhưng xu thế này cũng kéo theo những thách thức không nhỏ. Với quy mô nhỏ, vốn ít, kinh nghiệm còn “non”, khoa học công nghệ đơn giản nên sản phẩm của doanh nghiệp Việt Nam sẽ dễ bị chìm ngấm trong “biển” hàng hóa, sản phẩm của các đối thủ, dễ bị “nuốt” bởi những “con cá lớn”. Nên không ngoài ai khác, chỉ có Nhà nước sẽ có những phương pháp hỗ trợ các doanh nghiệp hiểu rõ hơn về luật pháp kinh tế quốc tế trong sân chơi chung, hỗ trợ về khoa học công nghệ, về thông tin... từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước được nâng cao hơn.

### *3- Do những mâu thuẫn nảy sinh trong cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam cần Nhà nước giải quyết*

Với mục đích kinh doanh và tìm kiếm lợi nhuận, các chủ doanh nghiệp tìm đủ mọi cách để đạt mục đích, trong đó không ít doanh nghiệp tìm những cách có lợi ích cho doanh nghiệp mà ảnh hưởng đến lợi ích chung như: lách luật để trốn thuế, gian lận thuế, doanh nghiệp với quy mô càng nhỏ thì tỷ lệ trốn thuế càng cao (mâu thuẫn giữa doanh nghiệp với Nhà nước); trốn tránh các nghĩa vụ đối với người lao động (mâu thuẫn giữa chủ doanh nghiệp và người lao động); cạnh tranh không lành mạnh, sử dụng những chiêu trò “bẩn” với đối thủ, làm hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng (mâu thuẫn giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp, doanh nghiệp với người tiêu dùng); không bảo vệ môi trường; liên kết hoạt động dưới sự bảo kê của cá nhân hoặc những nhóm



trực lợi để thu được những khoản lợi nhuận siêu ngạch... những điều này ảnh hưởng lớn tới năng lực cạnh tranh thực sự của những doanh nghiệp làm ăn chân chính. Vì vậy, rất cần Nhà nước thực hiện chức năng quản lý kinh tế của Nhà nước là hình thành một hành lang pháp lý minh bạch, tạo điều kiện thuận lợi cao nhất cho việc kinh doanh hợp pháp và thu thuế.

#### *4- Vì mục tiêu phát triển chung của nền kinh tế*

Xu thế toàn cầu hóa kinh tế đang diễn ra ngày càng sâu rộng và nhanh chóng, Việt Nam cũng không nằm ngoài xu thế này, nên đặt ra đòi hỏi nền kinh tế phải nhanh chóng nâng cao năng lực cạnh tranh. Năng lực cạnh tranh của một nền kinh tế hầu như dựa vào năng lực cạnh tranh của hệ thống doanh nghiệp thuộc nền kinh tế đó. Việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam có vai trò vô cùng quan trọng trong quá trình hội nhập và phát triển nền kinh tế. Ngay từ khi tiến hành đổi mới, Việt Nam đã có nhiều cố gắng trong việc xây dựng một môi trường kinh doanh thuận lợi cho các doanh nghiệp, phát triển doanh nghiệp Việt Nam hướng vào mục tiêu tạo lập một hệ thống thị trường đồng bộ, đủ sức cạnh tranh khi tham gia thị trường khu vực và thị trường thế giới. Tuy nhiên, hầu hết các yếu tố tác động đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam đều có những khó khăn và hạn chế (phần này được nêu rõ trong Chương 2 mục Thực trạng năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong thương mại quốc tế), mà những khó khăn và hạn chế này được giải quyết hay không phần lớn phụ thuộc vào sự quản lý của Nhà nước.

#### *5- Doanh nghiệp Việt Nam phải góp sức “đề kháng” cho năng lực cạnh tranh quốc gia trong “vòng xoáy” toàn cầu hóa*

Hội nhập với nền kinh tế thế giới mở ra cho Việt Nam khả năng tiếp nhận các nguồn lực từ bên ngoài vào, đồng

thời tạo ra cho nền kinh tế Việt Nam lệ thuộc, phụ thuộc chặt chẽ với các nền kinh tế khác. Nền kinh tế Việt Nam trở nên cực kỳ nhạy cảm với những biến động của thị trường khu vực và thế giới. Chính vì lẽ đó, Nhà nước cần xây dựng đường lối hội nhập chủ động, tích lũy đủ khả năng kháng cự với những tác động tiêu cực từ bên ngoài. Nhà nước phải tận dụng được sức mạnh của những khu vực kinh tế khác nhau, thúc đẩy phát triển các doanh nghiệp, tạo ra lực lượng doanh nghiệp hùng hậu hoạt động theo dòng phát triển kinh tế thị trường, hình thành những doanh nghiệp lớn, những thương hiệu sản phẩm có khả năng cạnh tranh cao. Để doanh nghiệp Việt Nam có sức mạnh thì cần có sự phối hợp chặt chẽ từ phía Nhà nước.

#### *6- Cần cơ cấu lại các doanh nghiệp trong nền kinh tế*

Tham gia vào thương trường, đối với doanh nghiệp thì cạnh tranh là một tất yếu khách quan. Cạnh tranh tạo ra áp lực buộc các doanh nghiệp phải nỗ lực đổi mới về sản phẩm sao phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng, nghiên cứu, áp dụng các công nghệ, phương thức sản xuất mới để chi phí đầu vào ít hơn mà đầu ra lại nhiều hơn. Trong “cuộc chiến” không có hồi kết trên “mặt trận” không “súng đạn” nhưng không kém phần khốc liệt, đối với doanh nghiệp Việt Nam, nhất là các doanh nghiệp nhỏ và vừa không phải là dễ dàng. Cạnh tranh là áp lực lớn đối với các doanh nghiệp, nếu doanh nghiệp không đủ sức vượt qua, thì sẽ phải gánh chịu các hậu quả như mất chỗ đứng trên thương trường, hàng hóa ế đọng, thua lỗ, thậm chí có thể phá sản. Cạnh tranh tạo ra cơ chế đào thải khắc nghiệt, để tồn tại các doanh nghiệp buộc phải thay đổi và phải có cách tổ chức, chiến lược phát triển mới. Những doanh nghiệp không đủ sức tồn tại, không thể đổi mới buộc sẽ phải rút lui khỏi thị trường. Những trường hợp sáp nhập, giải thể hay phá sản là hiện tượng hết sức bình thường của

thời đại thương mại tự do đang là xu thế tất yếu ngày nay, và Nhà nước không cần can thiệp vào hiện tượng này, kể cả đối với các doanh nghiệp nhà nước, nếu không đủ sức cạnh tranh cũng nên để cho cơ chế thị trường tự đào thải. Để hành vi của Nhà nước không vi phạm nguyên tắc cạnh tranh, Nhà nước cần sử dụng cạnh tranh như là thử thách để tôi luyện các doanh nghiệp Việt Nam trưởng thành. Theo đó, Nhà nước chỉ hỗ trợ các doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh, và cũng chỉ hỗ trợ thông qua các giải pháp để có thị trường thuận lợi hơn cho doanh nghiệp cạnh tranh. Có như vậy cơ cấu của doanh nghiệp mới thay đổi theo chiều hướng tích cực và các doanh nghiệp Việt Nam mới có vị thế cạnh tranh và vị thế cạnh tranh chính là điều kiện tiên quyết để các doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

### *7- Vì sự phát triển bền vững của doanh nghiệp*

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, nhiều cơ hội đang mở ra đối với các doanh nghiệp, nhưng cũng không ít khó khăn, thách thức gay gắt đặt ra trước các doanh nghiệp. Để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, cần nhận thức đúng thế nào là cạnh tranh và thế nào là năng lực cạnh tranh. Năng lực cạnh tranh là kết quả tổng hợp của nhiều yếu tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp; là quá trình lâu dài, phức tạp và thường xuyên, liên tục; là vấn đề sống còn đối với doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Doanh nghiệp Việt Nam yếu thế về quy mô tài chính, yếu cả về quản trị lẫn công nghệ sử dụng, không mấy dễ dàng trong điều kiện cạnh tranh gay gắt của thị trường. Để hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển, rất cần có sự hỗ trợ từ Nhà nước. Nhà nước cần tạo môi trường kinh doanh, môi trường pháp lý minh bạch giúp các doanh nghiệp thêm tin tưởng vào Nhà nước, góp phần nâng cao hiệu quả phân bổ nguồn lực của nền kinh tế, đồng thời tăng tính bình đẳng về

cơ hội kinh doanh cho các đối tượng khác nhau. Đặc biệt là chính sách của Chính phủ trong việc tạo điều kiện, hỗ trợ các doanh nghiệp nhỏ và vừa, giúp họ đứng vững, phát triển nhanh, có hiệu quả, đóng góp cho xã hội nhiều hơn. Có chính sách hỗ trợ kịp thời, chính sách định hướng đúng đắn, chính sách tư vấn nghiêm túc, các doanh nghiệp sẽ tìm được hướng đi đúng và tránh những rủi ro không đáng có.

## ***2.2. Nội dung quản lý Nhà nước nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp***

### ***2.2.1. Quản lý bằng pháp luật***

- Nhà nước ban hành, phổ biến và hướng dẫn thực hiện các văn bản pháp luật về doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp nhỏ và vừa nói riêng, và các văn bản có liên quan tới doanh nghiệp. Hoàn thiện hệ thống văn bản pháp lý theo hướng tạo các điều kiện bình đẳng, thông thoáng và thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp. Tăng cường tuyên truyền phổ biến pháp luật, nhất là các luật, quy định liên quan đến phát triển, hoạt động của doanh nghiệp như Luật Doanh nghiệp, Luật Đầu tư, Luật Hợp tác xã, Luật Đấu thầu, Luật Thuế, Luật Đất đai, Luật Lao động, Luật Thương mại... Yêu cầu UBND các tỉnh chỉ đạo các Sở, ngành, UBND các huyện, thị xã, thành phố xây dựng kế hoạch tuyên truyền, phổ biến pháp luật liên quan đến doanh nghiệp.

- Thực hiện công tác tổ chức đăng ký kinh doanh; hướng dẫn việc đăng ký kinh doanh bảo đảm chiến lược, quy hoạch và các kế hoạch định hướng phát triển kinh tế - xã hội.

- Tổ chức các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ nâng cao đạo đức kinh doanh cho người quản lý doanh nghiệp; nâng cao phẩm chất chính trị, đạo đức, nghiệp vụ cho

cán bộ quản lý Nhà nước nói chung và đối với doanh nghiệp nói riêng; đào tạo và xây dựng đội ngũ công nhân lành nghề.

- Thực hiện chính sách ưu đãi đối với các doanh nghiệp và doanh nghiệp nhỏ và vừa nói riêng theo định hướng và mục tiêu chiến lược, quy hoạch và kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội.

- Kiểm tra, thanh tra doanh nghiệp; xử lý các hành vi vi phạm pháp luật của doanh nghiệp, của cá nhân và của tổ chức có liên quan theo quy định của pháp luật.

### *2.2.2. Quản lý bằng chính sách*

Chính sách là tập hợp các chủ trương và hành động về phương diện nào đó của Nhà nước, bao gồm các mục tiêu mà Nhà nước muốn đạt được và cách làm để thực hiện các mục tiêu đó. Chính sách quản lý nhà nước đối với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp là tập hợp tất cả những chính sách như:

- Chính sách khuyến khích phát triển doanh nghiệp và doanh nghiệp nhỏ và vừa một cách hợp lý.

- Chính sách ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước.

- Chính sách chủ thể quản lý kinh doanh trong doanh nghiệp.

- Chính sách của Nhà nước về vấn đề quản trị doanh nghiệp.

- Chính sách bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ của doanh nghiệp.

Nhà nước xây dựng và thực hiện các chính sách hỗ trợ đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa; đồng thời tạo điều kiện cho các Tổ chức phi Chính phủ trong nước và quốc tế hoạt động thuận lợi trên lãnh thổ, cung cấp thông tin, giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa dễ dàng tiếp cận với sự hỗ trợ của các tổ chức này.

Nhà nước cũng đặt ra các quy định buộc doanh nghiệp thực hiện ngay khi bắt đầu công việc kinh doanh của họ, bao gồm quy định về bảo vệ môi trường, bảo vệ các công trình công cộng, tôn trọng quy ước cộng đồng trên địa bàn có doanh nghiệp, tiêu chuẩn hóa các cấp sản phẩm, tiêu chuẩn tối thiểu về trình độ công nghệ từng thời kỳ. Phân cấp quản lý cho các địa phương áp dụng các chính sách hỗ trợ cụ thể đối với doanh nghiệp trong vùng. Đảm bảo cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa có thể phối hợp tốt với các doanh nghiệp lớn hơn trong hoạt động sản xuất kinh doanh; việc này vừa tạo việc làm ổn định cho doanh nghiệp nhỏ hơn, vừa giúp các doanh nghiệp lớn có thể mở rộng quy mô mà không nhất thiết phải tăng vốn đầu tư.

### ***2.3. Giải pháp, kiến nghị nhằm bảo vệ và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong thương mại quốc tế***

#### ***2.3.1. Giải pháp cho các doanh nghiệp***

##### ***1- Giải pháp cho năng lực tài chính***

- *Huy động và sử dụng vốn hiệu quả:* Doanh nghiệp cần chủ động trong việc quản lý đồng vốn, chủ động trong việc huy động vốn. Muốn vậy doanh nghiệp phải tính toán được nhu cầu tài chính trong ngắn hạn và dài hạn, xây dựng kế hoạch huy động vốn. Đặc biệt các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ phải tính toán đầy đủ chi phí huy động vốn vì đây là yếu

tổ ảnh hưởng tới giá thành, giá bán của hàng hóa, từ đó ảnh hưởng tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Sử dụng nhiều phương thức huy động khác nhau chứ không nhất thiết là phải vay vốn ngân hàng, ví dụ như phát hành cổ phiếu, trái phiếu, mua chịu hàng hóa, đi thuê tài chính, hay liên doanh liên kết... Chiếm 97% trong tổng số doanh nghiệp tại Việt Nam là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, thường gặp rất nhiều khó khăn trong việc tiếp cận các kênh huy động vốn chính thức, do quy mô nhỏ, uy tín chưa cao. Tuy nhiên, nếu biết “gõ” đúng cửa thì doanh nghiệp vẫn có cách để tháo gỡ.

Để sử dụng nguồn vốn hiệu quả, doanh nghiệp nên sử dụng “chiến lược tài chính kết hợp” tức là sử dụng cả vốn vay lẫn vốn tự có. Chiến lược này rất phù hợp với các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay. Doanh nghiệp cần xác định khi nào cần đi vay và khi nào nên sử dụng vốn tự có.

Khi đã có vốn, doanh nghiệp cần phải biết tiết kiệm vốn như rà soát, cắt giảm chi phí tài sản cố định, tinh gọn nhân sự, đồng thời gia tăng năng suất qua việc cải tiến máy móc, tận dụng nguồn lao động. Qua đó, doanh nghiệp có thể hạ giá thành sản phẩm, tăng sức cạnh tranh. Và doanh nghiệp cũng phải có chiến thuật bố trí vốn hiệu quả, bởi nếu bố trí vốn sai như mua sắm quá mức hoặc đầu tư sai mục đích hay không biết quản lý hàng tồn kho hiệu quả... sẽ gây thất thoát về vốn lớn.

- *Tăng uy tín của doanh nghiệp với ngân hàng và bạn hàng:* Tuy nhiên, nhìn chung đối với tất cả các nguồn vốn kể trên, các doanh nghiệp nếu muốn tiếp cận đều phải cải tiến công tác quản lý sổ sách kế toán của doanh nghiệp mình, phải tuân thủ nghiêm ngặt chế độ kế toán và phải quản lý minh bạch tài chính của doanh nghiệp. Các điều tra gần đây cho thấy các doanh nghiệp, nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa, khó

tiếp cận đến nguồn vốn vay từ phía ngân hàng không phải vì các ngân hàng không thể hoặc không muốn cho vay, hoặc không có những chương trình cho vay tốt mà là do các doanh nghiệp không thể hiện tính minh bạch trong quản lý tài chính, không chứng minh được hiệu quả và an toàn trong việc sử dụng vốn vay, nên các ngân hàng ngại cho vay vì sợ rủi ro cao, dễ mất vốn khi cho vay. Do vậy, về phía các doanh nghiệp, để chủ động tiếp cận đến các nguồn vốn vay, nhất là vốn vay thương mại, các doanh nghiệp nhất thiết phải minh bạch hóa quản lý tài chính của doanh nghiệp mình. Không chỉ khi muốn niêm yết cổ phiếu trên thị trường chứng khoán mới minh bạch tài chính, mà trong hoạt động sản xuất kinh doanh hàng ngày, các doanh nghiệp cũng phải quản lý tài chính minh bạch, theo chế độ báo cáo kế toán hiện hành.

Các doanh nghiệp cần hình thành kỹ năng xây dựng dự án sản xuất kinh doanh mang tính khả thi làm cơ sở tạo lòng tin đối với ngân hàng. Trong đó, doanh nghiệp phải nêu rõ được mục tiêu của các dự án, dự tính được kết quả kinh doanh, khả năng hoàn trả vốn, phân tích kinh tế - kỹ thuật dự án, tổ chức quản lý sản xuất, lao động, đào tạo, dự trù cân đối thu chi và kế hoạch trả nợ ngân hàng. Để dễ dàng tiếp cận các nguồn vốn, các doanh nghiệp cần liên kết lại thành các nhóm kinh doanh theo ngành nghề với sự bảo lãnh tín chấp của chính quyền địa phương hoặc các tổ chức xã hội đoàn thể.

Thực hiện tốt việc kiểm soát nội bộ hoạt động tài chính của doanh nghiệp, tiến tới thực hiện kiểm toán độc lập theo định kỳ, qua đó xây dựng lòng tin, uy tín đối với ngân hàng và nhà đầu tư.

Các doanh nghiệp cần chủ động liên kết, sáp nhập với nhau lại để tạo ra các tập đoàn cạnh tranh bằng lợi thế của từng doanh nghiệp cũng như sức mạnh tổng hợp của cả tập đoàn.



## *2- Giải pháp nâng cao năng lực sản xuất*

- *Giải pháp về công nghệ:* Để nâng cao năng lực cạnh tranh, các doanh nghiệp Việt Nam phải nhanh chóng đổi mới thiết bị - công nghệ bằng cách nhập khẩu thiết bị máy móc của nước ngoài nếu điều kiện khoa học công nghệ trong nước không đáp ứng được nhu cầu đổi mới của doanh nghiệp. Khi đổi mới công nghệ cần chú ý lựa chọn công nghệ phù hợp với điều kiện sản xuất, đặc thù của sản phẩm, trình độ tay nghề của lao động nhằm tối ưu hóa việc sử dụng các nguồn lực. Đây là biện pháp rất quan trọng để doanh nghiệp có thể chiếm ưu thế về cạnh tranh đối với hàng nhập khẩu ngay ở thị trường trong nước, tạo điều kiện cho việc xuất khẩu hàng hóa. Bởi vì khi nâng cao trình độ thiết bị, công nghệ của doanh nghiệp sẽ cải biến năng suất lao động, hạ giá thành sản phẩm và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực. Đặc biệt, đối với các doanh nghiệp nhỏ nước ta hiện nay, trình độ công nghệ, thiết bị lạc hậu thì việc đổi mới, nâng cao trình độ công nghệ càng cấp thiết. Để tiếp cận thị trường công nghệ, doanh nghiệp cần phải cập nhật thông tin, liên kết, hợp tác chuyển giao và khuyến khích các hoạt động nghiên cứu, ứng dụng thành tựu khoa học, công nghệ mới vào sản xuất kinh doanh. Ngoài ra, doanh nghiệp cần có cơ chế hình thành quỹ phát triển công nghệ để tạo nguồn tài chính thường xuyên cho hoạt động khoa học và công nghệ trong doanh nghiệp.

Khi gặp trường hợp khó khăn về các thiết bị, máy móc, công nghệ nhập khẩu, doanh nghiệp cần tập trung học tập nguyên tắc thiết kế để có thể tự thiết kế lại đưa vào thích nghi hóa; cải tiến các công nghệ hiện có để nâng cao hiệu quả sử dụng chúng trong doanh nghiệp. Trên cơ sở có sự tham gia rộng rãi của người lao động, cán bộ quản lý, doanh nghiệp cần xây dựng kế hoạch nghiên cứu với những đề tài thiết thực mà kết quả của chúng cần có địa chỉ ứng dụng cụ thể.

Với các công nghệ hoặc thiết bị khó nhập khẩu hoặc nhập khẩu quá đắt, doanh nghiệp nên sử dụng hình thức hợp tác với các đơn vị, tổ chức nghiên cứu khoa học kỹ thuật cùng đầu tư nghiên cứu để thiết kế và chế tạo. Doanh nghiệp cũng cần chủ động liên doanh, liên kết hoặc hợp tác với các doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp nước ngoài để tiếp thu công nghệ hiện đại của họ.

Liên tục nâng cao các tiêu chuẩn, yêu cầu kỹ thuật, nghiệp vụ và kỹ năng đối với người lao động nhằm tạo ra sức ép đối với người lao động trong doanh nghiệp, làm cho họ phải phải thường xuyên nâng cao trình độ của mình. Đồng thời cải tiến chế độ trả thù lao, lương thưởng cho người lao động, đặc biệt là người lao động có sáng kiến cải tiến kỹ thuật để tạo động lực khuyến khích họ tiếp tục phát huy khả năng sáng tạo, phát huy nội lực của doanh nghiệp trong đổi mới, cải tiến công nghệ để cắt giảm chi phí, hạ giá thành, nâng cao chất lượng sản phẩm.

- *Giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành sản phẩm*: Cần nâng cao nhận thức của mọi thành viên trong doanh nghiệp về ý nghĩa sống còn của việc giảm chi phí sản xuất, hạ giá thành sản phẩm để từ đó khơi dậy khả năng sáng tạo, phát huy trí tuệ của từng cá nhân và tập thể trong hoạt động sản xuất thực tế nhằm tìm hiểu cách tối thiểu hóa chi phí sản xuất, đặc biệt là chi phí nguyên liệu, chi phí quản lý. Ngoài ra từng thành viên trong doanh nghiệp, đặc biệt là đội ngũ cán bộ quản lý và đội ngũ lao động trực tiếp làm ra sản phẩm cần tự trau dồi, nâng cao trình độ chuyên môn, trình độ tay nghề.

Doanh nghiệp rà soát, sắp xếp, bố trí lại các công đoạn, quy trình sản xuất để xác định mức tiêu hao hợp lý, khoa học, đảm bảo tiết kiệm. Cần chú ý tìm cách sử dụng hiệu quả nhất các nguyên vật liệu dư thừa hoặc bị thải loại trong quá trình

sản xuất. Đồng thời doanh nghiệp cần khai thác tối đa công suất của máy móc thiết bị. Tận dụng những tính năng còn tốt, đi đôi với nâng cấp, cải tiến máy móc hiện có. Doanh nghiệp cần tinh giản bộ máy theo hướng gọn nhẹ, hiệu quả để không những có thể cắt giảm được chi phí lao động không cần thiết mà còn tạo điều kiện để nâng cao thu nhập từ đó kích thích người lao động phát huy hết năng lực sáng tạo.

Một biện pháp mang tính chiến lược cạnh tranh là định giá sản phẩm trên thị trường hay đoạn thị trường trọng điểm nào đó. Tức là quyết định về giá ban đầu cho các đối tượng khách hàng khác nhau, giá cả cho từng chủng loại sản phẩm, mức độ và khả năng kiểm soát giá trên các thị trường... Để có được mức giá thích hợp, cần thiết phải nghiên cứu và theo dõi những biến động của thị trường theo thời gian, mùa vụ, nhu cầu và thị hiếu, tình hình cạnh tranh, chính sách giá của đối thủ cạnh tranh và độ co giãn của cầu theo giá.

- *Nâng cao chất lượng sản phẩm*: Việt Nam tham gia AFTA, WTO, các doanh nghiệp phải đối mặt với sự cạnh tranh gay gắt của hàng hóa nhập khẩu từ nước ngoài vì các hàng rào thuế và chi phí đều bị gỡ bỏ, về cơ bản sẽ không còn sự phân biệt giữa hàng hóa sản xuất trong nước và hàng hóa nhập khẩu. Để giữ được thị trường trong nước, để tồn tại và phát triển, các doanh nghiệp sẽ không còn con đường nào khác là phải nâng cao năng suất và chất lượng. Hàng hóa sản xuất để tiêu dùng trong nước không những phải rẻ hơn mà còn phải tốt bằng hoặc tốt hơn hàng nhập khẩu, đó là cách duy nhất để doanh nghiệp bảo vệ thị trường nội địa. Như vậy, dù sản xuất để tiêu dùng trong nước, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn phải cố gắng lấy tiêu chuẩn quốc tế làm mục tiêu phấn đấu cho sản phẩm, hàng hóa của mình. Với sản xuất để xuất khẩu, yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng hàng hóa càng

phải cao hơn nữa. Để nâng cao chất lượng sản phẩm doanh nghiệp cần thực hiện một số giải pháp sau:

**Một là, lấy việc nâng cao chất lượng sản phẩm làm mục tiêu phấn đấu ở tất cả các bộ phận.** Các nhà quản lý các cấp và người lao động trong doanh nghiệp phải hưởng ứng, ủng hộ các triết lý về nâng cao chất lượng sản phẩm. Doanh nghiệp phải tạo ra cho người lao động ý thức và quen với tính chuyên nghiệp trong công việc, tiêu chuẩn hóa trong sản xuất. Tiêu chuẩn này có thể là tiêu chuẩn cơ sở, tiêu chuẩn ngành, tiêu chuẩn Việt Nam, tiêu chuẩn nước ngoài hoặc tiêu chuẩn quốc tế. Cần tạo ra cho người lao động trong doanh nghiệp sự hứng khởi trong công việc, giúp họ xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ phải làm. Đặc biệt, để tăng trách nhiệm của người lao động, các nhà quản lý cần tổ chức lại công việc một cách khoa học. Bên cạnh yêu cầu người lao động phải nghiêm chỉnh tuân thủ quy trình lao động, có thể trao cho người lao động nhiều quyền tự quyết hơn trong phạm vi nghiệp vụ vì điều này khích lệ người lao động tìm kiếm các phương pháp, giải pháp kỹ thuật mới để cải tiến quá trình hoạt động của họ. Mặt khác, để nâng cao chất lượng cần khuyến khích sự tham gia của người lao động vào quá trình ra quyết định.

**Hai là, tăng cường đầu tư, đổi mới trang thiết bị - công nghệ, nghiên cứu, áp dụng tiến bộ khoa học - kỹ thuật** gắn liền với đầu tư cho hoạt động đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, để tạo ra đội ngũ người lao động không chỉ sử dụng thành thạo mà còn có khả năng làm chủ, sửa chữa, cải tạo dây chuyền công nghệ, máy móc thiết bị. Đối với công nghệ hiện đại, mới đầu tư doanh nghiệp phải tập huấn thật kỹ cho người lao động cơ chế vận hành, cách thức phát hiện và phát hiện nhanh chóng các sự cố. Thực hiện tốt các giải pháp này không những tạo cho doanh nghiệp đội ngũ

lao động, sản phẩm có chất lượng mà còn giúp cho doanh nghiệp giảm được các chi phí phát sinh.

**Ba là, áp dụng các hệ thống quản lý tiên tiến, các công cụ và giải pháp nâng cao năng suất, chất lượng.** Hiện nay có nhiều hệ thống quản lý chất lượng như ISO 9000, ISO 14000, GMP... Các doanh nghiệp cần nghiên cứu, áp dụng hệ thống thích hợp với điều kiện, đặc điểm cụ thể của mình. Đưa vào áp dụng các hệ thống quản lý mới chỉ là bước khởi đầu, để đảm bảo chất lượng ổn định, doanh nghiệp phải luôn theo dõi, kiểm tra, giám sát các quá trình tác nghiệp trong doanh nghiệp ở mọi khâu để đảm bảo những hoạt động đó phù hợp với yêu cầu của hệ thống quản lý. Áp dụng hệ thống này không những giúp doanh nghiệp khẳng định chất lượng sản phẩm mà còn tạo ra hình ảnh thuyết phục về hệ thống quản lý chung của doanh nghiệp. Đồng thời, khẳng định sự cam kết của doanh nghiệp trong việc thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm.

Đối với sản phẩm xuất khẩu, doanh nghiệp phải nắm vững và đáp ứng các yêu cầu “Quy định kỹ thuật” của nước nhập khẩu. “Quy định kỹ thuật” chính là yêu cầu về chất lượng hàng hóa, được áp dụng đối với mọi hàng hóa, đặc biệt là các mặt hàng liên quan đến tính an toàn, sức khỏe của người tiêu dùng, đến vệ sinh và môi trường...

**Bốn là, doanh nghiệp cũng phải quan tâm đến chất lượng phục vụ, thái độ phục vụ trong quá trình kinh doanh,** đảm bảo các dịch vụ chăm sóc khách hàng một cách tốt nhất, đó cũng là tiêu chuẩn quan trọng đánh giá về sản phẩm, tạo lòng tin đối với khách hàng, là một trong những yếu tố quyết định đến hiệu quả bán hàng của doanh nghiệp. Đi đôi với phục vụ khách hàng, việc tiếp thu các thông tin phản hồi từ phía khách hàng cần được coi trọng. Doanh

nghiệp cần xác định rõ phân khúc khách hàng hiện tại và tương lai của mình là những đối tượng nào, họ ở đâu và họ muốn gì, đồng thời doanh nghiệp cần thường xuyên giám sát giá trị của sản phẩm và dịch vụ đã và đang cung cấp cho khách hàng và luôn tìm cách để cải tiến các sản phẩm, dịch vụ đó ngày một tốt hơn.

### *3- Tăng cường năng lực quản trị kinh doanh của các giám đốc và ban lãnh đạo trong các doanh nghiệp*

Một doanh nhân có năng lực bao giờ cũng phải có hai yếu tố thiết yếu đó là tố chất của người chủ và năng lực quản lý, nhưng trong các doanh nghiệp ở Việt Nam không ít doanh nhân chỉ có được yếu tố thứ nhất lại thiếu yếu tố thứ hai, hoặc phát triển các yếu tố đó không hài hòa, không theo kịp với sự phát triển nhanh chóng và đòi hỏi khắc nghiệt trong kinh doanh với mức độ cạnh tranh quốc tế hóa ngày càng cao. Để phát triển các năng lực nói trên, cần có sự nỗ lực của bản thân doanh nghiệp và sự hỗ trợ của các cơ quan tổ chức khác, nhưng sự chủ động của lãnh đạo doanh nghiệp mới là điều quyết định. Lãnh đạo doanh nghiệp cần được chú trọng nâng cao những kỹ năng cần thiết và cập nhật kiến thức hiện đại, cần chú ý những kỹ năng hữu ích như: kỹ năng quản trị hiệu quả; kỹ năng quản lý sự thay đổi; kỹ năng thuyết trình; kỹ năng đàm phán; kỹ năng giao tiếp và quan hệ công chúng... Những kỹ năng này kết hợp với quản trị hiệu quả sẽ hết sức hữu ích, giúp cho doanh nghiệp tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp.

Mặc dù đã có những bước tiến lớn nhưng nếu so với trình độ quốc tế thì hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam còn tụt hậu một khoảng cách đáng kể. Muốn nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thương trường quốc tế thì các giám đốc và cán bộ quản lý doanh nghiệp trước hết

cần phải tăng cường năng lực và các kỹ năng nói trên. Những kinh nghiệm của Đài Loan trong lĩnh vực này rất đáng được chúng ta nghiên cứu và học tập. Đối với giám đốc và nhà quản lý doanh nghiệp, để nâng cao khả năng làm việc và giao dịch quốc tế, tiếp cận các tiêu chuẩn và các thông lệ của thế giới thì cần chú trọng phát triển những kiến thức kỹ năng chủ yếu như: kiến thức cơ bản về văn hóa, xã hội, lịch sử trong kinh doanh quốc tế; giao tiếp quốc tế và xử lý sự khác biệt về văn hóa trong kinh doanh; thông lệ quốc tế trong lĩnh vực, ngành kinh doanh.

Sự gia tăng tốc độ hoạt động là yêu cầu tất yếu để đạt năng suất, hiệu quả cao và tạo ra sức ép lớn đối với mọi doanh nghiệp. Vấn đề “nhanh hơn, tốt hơn, rẻ hơn” chính là thách thức trong cuộc đua cạnh tranh đối với mọi doanh nghiệp. Các doanh nghiệp Việt Nam đã quá rõ về những bài học về sức cạnh tranh của hàng dệt may, xe máy, hàng tiêu dùng “Made in China”, bánh kẹo và hoa quả từ Thái Lan... Công nghệ điện tử và kỹ thuật số đang tác động đến tất cả các doanh nghiệp, các văn phòng, do đó sức ép về tốc độ xử lý, độ nhạy bén và tri thức đối với các giám đốc và các nhà quản lý cũng phải được gia tăng một cách nhanh chóng.

#### *4- Doanh nghiệp phải xây dựng chiến lược kinh doanh*

Sự yếu kém về tầm nhìn chiến lược trong phát triển kinh doanh là một trong những nguyên nhân của sự thất bại trong phát triển dài hạn. Có doanh nghiệp rất thành công ở quy mô nhỏ nhưng thất bại ngay khi bước vào giai đoạn mở rộng quy mô. Các doanh nghiệp đều phải xây dựng khả năng phát triển một cách bền vững, nếu không khó có thể trụ được trong cạnh tranh thương trường. Nhiều trường hợp doanh nghiệp phát triển rầm rộ trong một vài năm, sau đó suy yếu

nhanh, thậm chí tan vỡ như Minh Phụng, Epco, Tamexco... là những ví dụ đáng xem xét để rút ra bài học kinh nghiệm hữu ích. Doanh nghiệp rất cần phải xây dựng chiến lược kinh doanh của mình theo hướng sau:

- Lựa chọn hướng và mặt hàng để xây dựng chiến lược. Doanh nghiệp cần đặt ra mục tiêu cạnh tranh bằng việc chuyển lợi thế về lao động rẻ hay tài nguyên dồi dào sang cung cấp những sản phẩm có ưu thế cơ bản về chi phí và giá trị cho khách hàng, tạo ưu thế về giá trị sử dụng của sản phẩm, ưu thế về tiếp thị tổ chức tiêu thụ, chăm sóc khách hàng...

- Cần chú ý đến phân tích lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp mình trong tương quan với các doanh nghiệp cùng ngành, các đối thủ cạnh tranh trên cơ sở xác định các đặc điểm kinh tế - kỹ thuật chủ chốt như: thị trường, thị phần, các điều kiện của thị trường, khách hàng, công nghệ, đặc điểm của sản phẩm, quy mô tối ưu sản lượng; xác định các nhân tố tác động đến sự phát triển của từng ngành, điều kiện cạnh tranh, điều kiện những thay đổi công nghệ, phương thức kinh doanh, xu hướng tiêu dùng của thị trường.

- Tổ chức nghiên cứu dự báo tình hình và sự cạnh tranh trên thị trường trong nước, khu vực và thế giới.

- Phải biết hợp tác đi đôi với cạnh tranh để giảm bớt căng thẳng và tăng cường năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Chiến lược đặt ra là phải vừa cạnh tranh vừa hợp tác để tăng cường năng lực cạnh tranh; nếu các doanh nghiệp thuần túy chỉ chú ý đến mặt cạnh tranh mà bỏ qua mặt hợp tác thì sẽ rất sai lầm.



### *5- Xây dựng văn hóa doanh nghiệp*

Tạo dựng sức cạnh tranh của doanh nghiệp thông qua xây dựng môi trường văn hóa tích cực, lành mạnh, dân chủ, hình thành văn hóa đối thoại. Hoàn thiện cơ chế giải quyết tranh chấp lao động trên cơ sở thương lượng tập thể để phát huy hiệu quả năng lực của từng tập thể, cá nhân trong tổ chức. Văn hóa doanh nghiệp tập trung và tỏa sáng thể hiện qua năng lực, phẩm chất, trình độ tổ chức sản xuất kinh doanh tạo ra chất lượng sản phẩm và những thành tích, truyền thống giao tiếp, ứng xử thống nhất của toàn đơn vị đối với nội bộ, đối với khách hàng trong toàn bộ quá trình sản xuất kinh doanh.

Hiện nay, các doanh nghiệp có thể thuê các chuyên gia về văn hóa doanh nghiệp để họ làm việc này. Nhưng cách đơn giản nhất để biết được văn hóa công sở nơi mình làm là quan sát mọi thái độ cư xử và thói quen làm việc của đồng nghiệp; lắng nghe đồng nghiệp, nhân viên, nhà cung cấp sản phẩm và khách hàng. Chú ý những gì được viết về công ty của bạn bằng cả báo giấy và báo mạng. Tập hợp tất cả những thông tin này doanh nghiệp sẽ đánh giá được chính xác văn hóa công ty của mình là gì. Sau đó định hướng văn hóa doanh nghiệp. Trước khi định tác động đến văn hóa doanh nghiệp cần xác định loại hình văn hóa mà doanh nghiệp định hướng tới. Mỗi một doanh nghiệp, công ty trong những ngành khác nhau có những cách ứng xử và tác phong nghề nghiệp khác nhau. Việc xây dựng văn hóa doanh nghiệp có thể tiến hành theo các bước sau: (1) Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp trong tương lai; (2) Xác định giá trị cốt lõi, giá trị linh hồn làm cơ sở cho thành công của doanh nghiệp; (3) Đánh giá văn hóa hiện tại, xác định các yếu tố văn hóa cần thay đổi; (4) Đề ra các biện pháp thu hẹp khoảng cách giữa những giá trị hiện có và các giá trị

doanh nghiệp mong muốn theo các tiêu chí như: phong cách làm việc, ra quyết định, giao tiếp, đối xử; (5) Xác định vai trò của lãnh đạo trong việc dẫn dắt thay đổi văn hóa; (6) Soạn thảo kế hoạch hành động xây dựng văn hóa doanh nghiệp, bao gồm mục tiêu, các hoạt động, thời gian, các thời điểm bắt đầu và kết thúc, các trách nhiệm cụ thể; (7) Phổ biến nhu cầu thay đổi, kế hoạch hành động và động viên tinh thần, tạo động lực, môi trường cho viên chức thực hiện các thay đổi; (8) Nhận biết các trở ngại, nguyên nhân từ chối thay đổi và xây dựng các chiến lược đối phó, khắc phục; (9) Thể chế hóa, mô hình hóa và củng cố sự thay đổi văn hóa, trong đó, cần khuyến khích, động viên các hành vi theo mẫu hình lý tưởng, thiết kế hệ thống khen thưởng phù hợp với mô hình xây dựng văn hóa doanh nghiệp; (10) Tiếp tục đánh giá văn hóa doanh nghiệp và thiết lập các chuẩn mực mới cần thiết, truyền bá các chuẩn mực mới của văn hóa doanh nghiệp cho nhân viên mới.

#### *6- Xây dựng, quảng bá và bảo vệ thương hiệu*

Thương hiệu đóng vai trò rất quan trọng đối với cạnh tranh và gia nhập thị trường, do đó doanh nghiệp Việt Nam phải chú trọng đầu tư xây dựng, quảng bá và bảo vệ thương hiệu. Để tạo dựng được thương hiệu doanh nghiệp cần định hình chiến lược xây dựng thương hiệu. Xây dựng thương hiệu phải gắn liền với đổi mới, nâng cao chất lượng hàng hóa và điều kiện kinh doanh. Vì thế chiến lược thương hiệu luôn gắn liền với chiến lược sản phẩm, chiến lược đầu tư và kế hoạch tài chính của doanh nghiệp. Theo các chuyên gia, quản trị thương hiệu luôn phải trải qua 3 giai đoạn: *Giai đoạn 1*: tạo dựng hệ thống thương hiệu, logo; *Giai đoạn 2*: quản trị hệ thống hình ảnh và phong cách, tạo dựng niềm tin và dấu ấn trong khách hàng; *Giai đoạn 3*: quản trị nguồn tài sản "thương hiệu", làm sao để cho nguồn tài sản này sinh sôi.

Trong đó, các doanh nghiệp cần chú ý những hoạt động cơ bản sau:

- Doanh nghiệp phải phát triển sáng tạo nhãn hiệu. Các doanh nghiệp cần trao việc hoạch định chiến lược và sáng tạo nhãn hiệu cho các chuyên gia nhằm mục đích là biến mình thành người thẩm định, sử dụng các dịch vụ tư vấn như: tư vấn sáng tạo phát triển nhãn hiệu, tư vấn về pháp lý, tư vấn kinh doanh và hoạch định chiến lược, tư vấn về quảng cáo truyền thông, giám sát các nhà cung cấp dịch vụ tư vấn. Việc sử dụng này sẽ đưa lại những điều tốt cho doanh nghiệp.

- Xây dựng thương hiệu phải khơi dậy cảm xúc của khách hàng. Để xây dựng một thương hiệu được khách hàng tin cậy thì doanh nghiệp cần hiểu rõ khách hàng của mình hơn ai hết, và luôn lấy sự hài lòng của khách hàng làm trọng tâm cho mọi hoạt động.

- Doanh nghiệp phải coi thương hiệu là công cụ bảo vệ lợi ích của mình. Để làm được điều này, trước tiên phải phát triển thương hiệu bằng cách sử dụng thương hiệu đã thành danh của sản phẩm này cho một sản phẩm khác có chung kỹ năng, hoặc tạo ra một sản phẩm mới bổ sung cho sản phẩm đã có để làm tăng sự hài lòng và mức độ cảm nhận của khách hàng mục tiêu với sản phẩm đó.

- Nâng cao nhận thức về bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa. Các doanh nghiệp cũng cần nhận thức rằng, mình là chủ thể trong các quan hệ về sở hữu trí tuệ. Các nhãn hiệu, kiểu dáng hàng hóa xuất khẩu là tài sản của doanh nghiệp. Do vậy, việc đăng ký sở hữu công nghiệp, đăng ký độc quyền nhãn hiệu hàng hóa, nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của thương hiệu tại các thị trường mà doanh nghiệp có chiến lược đầu tư kinh doanh là cần thiết. Đối với những sản phẩm xuất khẩu trực tiếp hoặc có chất lượng cao, cố gắng sử

dụng nhãn hiệu của người sản xuất kết hợp với nhãn hiệu của nhà xuất khẩu - phân phối. Trong trường hợp cho phép, cố gắng sử dụng nhãn hiệu Việt Nam. Điều quan trọng là doanh nghiệp phải xác định được những biểu tượng đặc trưng cho từng phân khúc thị trường, cho từng loại hình văn hóa tập quán tiêu dùng.

Xây dựng thương hiệu luôn đi liền với bảo vệ thương hiệu. Trong kinh doanh, để bảo vệ thương hiệu trước hết cần xác định các nguy cơ bị chiếm dụng, địa bàn có thể bị chiếm dụng và khả năng bảo vệ của pháp luật, để có thể đưa ra các phương án hành động cụ thể. Đăng ký bảo hộ thương hiệu là việc đầu tiên mà doanh nghiệp cần làm để bảo vệ thương hiệu. Để đăng ký thành công thương hiệu, ngay từ khi thiết kế thương hiệu các doanh nghiệp nên tranh thủ ý kiến của các chuyên gia tư vấn, của luật sư để không xảy ra tình trạng trùng lặp hoặc tranh chấp. Đồng thời, phát triển hệ thống phân phối hàng hóa một cách rộng khắp và hoàn hảo cùng với không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng hàng hóa và dịch vụ là biện pháp then chốt để hạn chế sự thâm nhập và chiếm dụng thương hiệu cũng như sự phát triển của hàng nhái nhãn hiệu. Mở rộng hệ thống phân phối sẽ tạo điều kiện để khách hàng tiếp xúc trực tiếp với hàng hóa của doanh nghiệp và nhận được thông tin tư vấn từ doanh nghiệp, từ đó hạn chế rất nhiều sự thâm nhập của hàng giả nhãn hiệu. Tăng cường hoạt động tuyên truyền, phổ biến kiến thức tiêu dùng, giúp đỡ cộng đồng và xử lý nhanh chóng các sự cố cũng là những biện pháp hữu hiệu để bảo vệ thương hiệu. Doanh nghiệp cần phát triển thương hiệu và khai thác thương hiệu thông qua tuyên truyền quảng bá tỉ mỉ cho thương hiệu và hàng hóa trên các phương tiện khác nhau. Tiến hành giới thiệu sản phẩm, các chiến lược tiếp thị... Tăng cường công tác quan hệ công chúng nhằm tạo ra một mối thiện cảm và chiếm được lòng tin của người tiêu dùng đối với hàng hóa của

doanh nghiệp. Bên cạnh đó, để duy trì và phát triển thương hiệu, doanh nghiệp cần thường xuyên rà soát lại chính sách thương hiệu để bổ sung hoặc điều chỉnh cho phù hợp với từng thị trường và từng giai đoạn như xây dựng và bổ sung thương hiệu cá biệt cho những hàng hóa mới, điều chỉnh khẩu hiệu của thương hiệu...

### *7- Xây dựng chiến lược marketing*

Mở rộng tham gia vào mạng sản xuất và chuỗi kinh doanh toàn cầu của doanh nghiệp thông qua thực hiện hiệu quả chiến lược marketing và liên kết kinh tế, nhằm tăng sức cạnh tranh và gia tăng cơ hội tồn tại, thành công của mỗi doanh nghiệp. Hiện Việt Nam đã gia nhập WTO, hội nhập mạnh mẽ vào quá trình toàn cầu hóa, điều này đã tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp tham gia vào quá trình sản xuất, kinh doanh, thương mại và cung cấp dịch vụ trên phạm vi toàn cầu. Để hoạt động marketing hiệu quả trong giai đoạn hiện nay, doanh nghiệp cần thực hiện đồng bộ các phương pháp sau:

- Một là, phải nhận dạng, đánh giá và phân tích các cơ hội marketing thông qua việc nghiên cứu thị trường, vì nghiên cứu thị trường là hoạt động quan trọng của marketing. Nghiên cứu thị trường tập trung vào việc khảo sát khách hàng, đối thủ cạnh tranh và tình hình cung cầu trên thị trường. Một doanh nghiệp không thể khai thác hiệu quả tiềm năng của mình cũng như không thể thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng nếu không có đầy đủ thông tin chính xác về thị trường.

- Phân khúc thị trường, lựa chọn thị trường mục tiêu, nhóm khách hàng mục tiêu, định vị sản phẩm. Trong đó, doanh nghiệp cần chú trọng đến thị trường và khách hàng tiềm năng, đối thủ cạnh tranh tiềm năng và các nhu cầu mới,

các dòng sản phẩm lựa chọn cho công cuộc chinh phục khách hàng, cách thức, tốc độ xâm nhập tối ưu vào các thị trường. Nếu có thể, doanh nghiệp cần tạo lập mối quan hệ đối ngoại chặt chẽ, đối thoại cởi mở với từng nhóm khách hàng hoặc từng khách hàng riêng biệt để có thể đưa ra những dự đoán về thị trường trong tương lai và những ý tưởng, chiến lược doanh nghiệp có thể triển khai trên phạm vi toàn cầu.

- Doanh nghiệp cần tổ chức các nguồn lực marketing, cụ thể hóa các kế hoạch marketing thành những nhiệm vụ, hành động.

- Tiến hành kiểm tra và đánh giá hiệu quả hoạt động marketing, đặc biệt là khả năng sinh lời và hiệu suất của hoạt động marketing. Để phát triển thị trường và tăng doanh thu, các doanh nghiệp cần tăng cường các hoạt động trước, trong và sau bán hàng như: dịch vụ chào hàng, bảo hành, sửa chữa miễn phí, cung ứng đồng bộ có bảo đảm, vận chuyển đến tận tay người tiêu dùng một cách nhanh chóng, chính xác, chu đáo, theo yêu cầu của khách hàng với chất lượng cao hơn so với đối thủ cạnh tranh.

- Các doanh nghiệp cho dù nhỏ nên có một ban dịch vụ khách hàng để xử lý các khiếu nại và điều chỉnh, cung ứng các dịch vụ khách hàng một cách tốt nhất.

### *8- Nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới và đa dạng hóa sản phẩm*

Một trong những nguyên nhân làm cho hàng hóa Việt Nam chưa được thị trường thế giới biết đến nhiều là do chủng loại sản phẩm xuất khẩu còn khá đơn điệu, điều đó là kết quả tất yếu của việc xuất khẩu sản phẩm thô và sơ chế. Hiện nay, các mặt hàng dầu thô, gạo, cà phê, thủy sản, hàng may mặc, giày dép... của Việt Nam đang chiếm một thị phần

tương đối trên thị trường thế giới nhưng trong tương lai, để duy trì và gia tăng năng lực cạnh tranh cần phải tăng hàm lượng tri thức trong các sản phẩm này để nâng cao giá trị gia tăng, giảm dần xuất khẩu thô.

Doanh nghiệp cần thực hiện nghiên cứu, phát triển sản phẩm mới và đa dạng hóa chủng loại sản phẩm nhằm nâng cao khả năng đáp ứng các cấp độ nhu cầu khác nhau của khách hàng mục tiêu, đặc biệt cần phải tạo ra những sự khác biệt của sản phẩm, nhất là các sản phẩm từ các ngành nghề truyền thống. Bên cạnh việc đa dạng hóa mặt hàng, các doanh nghiệp cần có các sản phẩm có khả năng thay thế cho các sản phẩm chính. Các quyết định về sản phẩm được tung ra thị trường phải nắm chắc được thời cơ, nắm được lợi thế so sánh của sự khác biệt cũng như tính vượt trội của sản phẩm doanh nghiệp trên thị trường thế giới. Theo Michael Porter, một nền kinh tế chỉ thành công khi nó khai thác được những thuận lợi và nhờ đó nâng cấp được các lợi thế cạnh tranh của mình - một cách liên tục. Như vậy cũng có nghĩa là phải đổi mới liên tục. *“Các doanh nghiệp trong một quốc gia phải không ngừng cải thiện năng suất trong các ngành công nghiệp hiện có bằng cách nâng cao chất lượng sản phẩm, đưa thêm vào các tính năng mới, cải tiến công nghệ sản phẩm, hoặc nâng cao hiệu quả sản xuất”*.

Trên cơ sở xu hướng của thị trường nghiên cứu, phát triển các sản phẩm mới. Toàn bộ quá trình nghiên cứu và phát triển sản phẩm có thể chia thành bốn giai đoạn lớn, đó là: vạch chiến lược, triển khai khái niệm, triển khai kế hoạch và triển khai thương phẩm hóa (biến sản phẩm thành hàng hóa thương mại). Mỗi giai đoạn lại có thể chia thành nhiều bước như Bảng 3.1 dưới đây:

**Bảng 3.1: Các bước nghiên cứu và phát triển sản phẩm**

| <b>GIAI ĐOẠN TRIỂN KHAI</b>              | <b>CÁC BƯỚC</b>  | <b>MỤC ĐÍCH</b>   |
|--|--|---|
| <i>1</i>                                 | <i>2</i>   | <i>3</i>  |
| <b><i>Xây dựng chiến lược</i></b>        | Điều tra và thu thập thông tin   | Cung cấp cơ sở cho việc vạch chiến lược   |
|  | Phân tích môi trường   | Tìm cơ hội thị trường và nguồn lực nội bộ   |
|  | Đưa ra quyết sách về mục tiêu  | Vạch chiến lược mở rộng   |
| <b><i>Triển khai khái niệm</i></b>       | Đề xuất ý tưởng  | Thu thập nhiều ý tưởng  |
|  | Lựa chọn các ý tưởng   | Thông qua đánh giá chọn ra ý tưởng tốt  |
|  | Đề xuất cách thức và xây dựng phương án                                    | Tiến hành thử nghiệm và phân tích tính khả thi của khái niệm                      |
|  | Phương án quyết sách và soạn thảo văn bản triển khai nhiệm vụ              | Lựa chọn phương án và quyết sách cho việc triển khai thực tế                      |
| <b><i>Triển khai thực thể</i></b>        | Thiết kế thực thể sản phẩm mới   | Đưa phương án trở thành sản phẩm có thể chế tạo                                   |
|  | Xây dựng thực thể, thử nghiệm và kiểm định sản phẩm mới                    | Khảo sát tính chính xác của thiết kế, khảo nghiệm quy trình và thiết bị công nghệ |
| <b><i>Triển khai thương phẩm hóa</i></b> | Lựa chọn cụ thể về thị trường mục tiêu của sản phẩm mới và tổ hợp sản phẩm | Xác định cụ thể phương hướng mở rộng thương phẩm hóa                              |
|  | Lựa chọn bao bì, nhãn mác và các dịch vụ kèm theo của sản phẩm mới         | Hình thành một chỉnh thể bao gồm sản phẩm đó và những phụ kiện kèm theo           |
|  | Lựa chọn việc quảng cáo, đầu ra và định giá cho sản phẩm mới               | Xây dựng nhóm tiêu thụ thị trường   |



|  |  |  |
|--|--|--|
|  | Tiêu thụ thử và dự tính tiêu thụ sản phẩm mới  | Kiểm tra tính hiệu quả của sản phẩm mới, khảo nghiệm và điều chỉnh tổ hợp tiêu thụ |
|  | Sản xuất thử và đưa ra thị trường sản phẩm mới | Mở rộng thị trường để sản phẩm mới có thể bước vào giai đoạn phát triển            |

*9- Xây dựng chiến lược đào tạo và phát triển nguồn nhân lực:*

Doanh nghiệp liên kết với cơ sở đào tạo để cung ứng nguồn nhân lực cho doanh nghiệp mình. Trước mắt, các doanh nghiệp do hạn chế về vốn, nên không thể chủ động giải quyết nguồn nhân lực cho chính mình mà tìm lao động qua các Hội chợ việc làm. Tuy qua các Hội chợ việc làm được tổ chức gần đây cho thấy, mặc dù được tuyển chọn lao động trong điều kiện thị trường đầy áp nhân sự đang khát khao tìm việc nhưng các doanh nghiệp không dễ tìm được những lao động phù hợp với mình và nếu có tuyển được thì cũng phải bỏ thời gian, kinh phí để đào tạo lại cho phù hợp với yêu cầu công việc của doanh nghiệp. Trong điều kiện như vậy, các cơ sở đào tạo đảm bảo cung cấp những lao động đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp là điều tốt nhất. Muốn vậy, các cơ sở đào tạo, vì lợi ích của mình nên gắn kết với doanh nghiệp, đào tạo có địa chỉ, có bài bản. Còn các doanh nghiệp sẽ đóng vai trò là những nhà cung cấp thông tin để các cơ sở đào tạo nắm được nhu cầu lao động mà thị trường cần.

Doanh nghiệp cần tự nhận thức một cách sâu sắc về trách nhiệm của mình trong việc tạo ra một lực lượng lao động phù hợp với nhu cầu. Liên kết hai nhà: nhà trường - nhà doanh nghiệp, sẽ rút ngắn được khoảng cách giữa đào tạo và sản xuất, người lao động vừa học vừa làm, tạo nguồn thu cho

doanh nghiệp và người lao động. Thực hiện tốt sự phối hợp này doanh nghiệp sẽ luôn chủ động được về số lượng và chất lượng của lực lượng lao động.

Doanh nghiệp cần đẩy mạnh công tác đào tạo và bồi dưỡng thường xuyên cho người lao động. Doanh nghiệp phải xây dựng được chiến lược đào tạo và thực hiện có kế hoạch một cách nhất quán và theo những định hướng được lựa chọn thận trọng, phù hợp với chiến lược phát triển chung của doanh nghiệp, thậm chí song hành với chiến lược chung của doanh nghiệp với tầm nhìn ít nhất 5-10 năm. Mức đầu tư cho hoạt động đào tạo và phát triển nguồn nhân lực phải đạt một tỉ lệ hợp lý trong quỹ tiền lương của doanh nghiệp.

Đẩy mạnh các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng là giải pháp quan trọng hàng đầu để tăng cường quản lý và khai thác có hiệu quả nguồn tri thức của doanh nghiệp. Quan điểm “học tập thường xuyên”, “tự học là chủ đạo” và “học tập suốt đời” cần được quán triệt trong việc xây dựng chiến lược, kế hoạch và các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng cho cán bộ, nhân viên của doanh nghiệp. Nội dung cần đào tạo, bồi dưỡng bao gồm cả các kỹ năng, tri thức chuyên môn, nghiệp vụ lẫn các kỹ năng nghiên cứu, khai thác, sử dụng tri thức vào các hoạt động của doanh nghiệp và chia sẻ các tri thức đó với các đồng nghiệp.

#### *10- Tăng cường hợp tác - liên kết giữa các doanh nghiệp*

Tăng cường hợp tác - liên kết giữa các doanh nghiệp trong quá trình thâm nhập thị trường để giảm thiểu rủi ro, phát huy thế mạnh, tăng cường năng lực cạnh tranh.

Việc liên kết nhằm để tạo sức mạnh cho ngành hàng, sản phẩm được tăng lên, là một cách để tăng năng lực cạnh tranh

cho toàn nhóm. Chẳng hạn, mô hình liên kết chuỗi có thiết kế nhóm gồm từ 5 doanh nghiệp trở lên, có tư cách pháp nhân và hạch toán độc lập, tự nguyện liên kết với nhau trên nhiều lĩnh vực như mua, cung cấp nguyên phụ liệu, gia công bán thành phẩm, xuất, nhập khẩu... Trong đó, có một trụ cột có thiết bị - công nghệ chi phối, có thị trường, khách hàng lớn.

Phát triển liên kết giữa các doanh nghiệp trong ngành và cả ngoài ngành đều nhằm nâng cao năng suất lao động và sức cạnh tranh. Đẩy mạnh đầu tư vào công nghệ, nghiên cứu, đào tạo cũng như phải xây dựng những thương hiệu sản phẩm đủ mạnh ở cấp độ khu vực và quốc tế. Đặc biệt phải xây dựng hệ thống tiêu thụ và phân phối sản phẩm nhằm phát triển và giữ vững thị phần trong nước và quốc tế.

Mọi doanh nghiệp đều phải hoạt động trong mối quan hệ ngang với các doanh nghiệp khác, đầu ra của doanh nghiệp này là đầu vào của doanh nghiệp khác và ngược lại. Do vậy, để nâng cao khả năng cạnh tranh các doanh nghiệp không thể không hợp tác chặt chẽ với nhau. Từ khi mở cửa, nước ta luôn diễn ra tình trạng tranh mua, tranh bán dẫn đến triệt tiêu khả năng cạnh tranh của nhau. Do vậy, các doanh nghiệp cần phải liên kết chặt chẽ với nhau theo ngành, theo nhóm hàng hoặc mặt hàng có quy mô lớn khi tham gia thị trường thế giới thông qua đó nắm bắt được đặc điểm của thị trường, nhu cầu thị hiếu của người tiêu dùng, kênh phân phối trên thị trường, từ đó phát huy thế mạnh mặt hàng, ổn định và nâng cao chất lượng sản phẩm.

Để hợp tác có hiệu quả, cần tăng cường vai trò của các Hiệp hội trong việc cập nhật tình hình thị trường, thành lập trung tâm giao dịch nguyên phụ liệu, phát triển mạnh công

ng nghiệp phụ trợ trong nước, xúc tiến thương mại... Đặc biệt, cần dựa vào cộng đồng người Việt đang sinh sống, kinh doanh ở nước ngoài để mở rộng thị trường, tranh thủ vốn, công nghệ hiện đại và kinh nghiệm thương trường. So với nhiều nước có nền kinh tế phát triển, vai trò của các Hiệp hội, các câu lạc bộ... ở nước ta trong việc giao lưu, xúc tiến thương mại, trao đổi thông tin và hỗ trợ phát triển chuyên môn còn hạn chế, mờ nhạt cả về số lượng, quy mô và nội dung hoạt động. Vì vậy cần chú trọng hơn nữa việc tổ chức các buổi sinh hoạt, giới thiệu kinh nghiệm trong nước và quốc tế, cập nhật thông tin về ngành và về hoạt động kinh doanh.

### *2.3.2. Giải pháp về phía quản lý Nhà nước*

Hiện các doanh nghiệp dù đã được Nhà nước quan tâm và có nhiều hỗ trợ, nhưng vẫn còn những khó khăn của chính doanh nghiệp và cả khách quan mang lại; trong đó có vô vàn những bất cập từ phía quản lý Nhà nước. Doanh nghiệp đang phải đối mặt với rất nhiều khó khăn trên tất cả các mặt: tài chính, mặt bằng sản xuất, phát triển thị trường, đổi mới công nghệ... Do vậy, chủ trương là tiếp tục triển khai các chính sách, các chương trình hỗ trợ cho các doanh nghiệp, nhất là đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ là hết sức cần thiết.

*Đề xuất, khuyến nghị một số chính sách cụ thể như sau:*

#### *1- Hỗ trợ tài chính*

Doanh nghiệp Việt Nam vẫn đang đối mặt với rất nhiều thách thức, trong đó tài chính - lãi suất - chi phí là những vấn đề khó khăn nhất đối với doanh nghiệp. Lãi suất cao và thủ tục phức tạp đang là rào cản chủ yếu hạn chế việc tiếp cận của các doanh nghiệp đối với các nguồn vốn tín dụng.

- Theo đó, trước mắt Chính phủ cần dành một số vốn đủ lớn cho các doanh nghiệp vay, tùy thuộc vào đóng góp của các doanh nghiệp, tập trung vào các doanh nghiệp đang có tiềm năng phát triển, sản phẩm tốt, thị trường tốt, với một mức lãi suất hợp lý.

- Chính phủ cần tiếp tục có những chỉ đạo và giải pháp để giảm lãi suất cho vay của ngân hàng, giúp doanh nghiệp tiếp cận được nguồn vốn trong điều kiện khó khăn hiện nay. Dựa trên tình hình thực tế của từng doanh nghiệp để có chính sách miễn, giảm lãi suất phù hợp đối với những doanh nghiệp thuộc một số ngành, lĩnh vực gặp nhiều khó khăn.

- Giảm thiểu các điều kiện và thủ tục liên quan đến bảo lãnh tín dụng, hỗ trợ tín dụng.

- Sớm triển khai xây dựng và đi vào hoạt động quỹ hỗ trợ tín dụng cho các doanh nghiệp. Chúng ta cần phải vừa hỗ trợ tín dụng đồng thời với bảo lãnh tín dụng, chứ không chỉ bảo lãnh tín dụng.

- Có chính sách hỗ trợ, điều chỉnh kỳ hạn nợ hay không phải trả lãi phạt do trễ hạn đối với các doanh nghiệp hoạt động lành mạnh nhưng hiện đang gặp khó khăn do tác động của khủng hoảng.

- Đặc điểm chung của doanh nghiệp Việt Nam là hệ thống kế toán còn đơn giản, không theo tiêu chuẩn hệ thống kế toán Nhà nước. Cần hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và hoàn thiện hệ thống kế toán theo tiêu chuẩn.

- Hỗ trợ, đào tạo doanh nghiệp trong việc xây dựng, chuẩn bị, nghiên cứu khả thi, xây dựng kế hoạch kinh doanh.

## *2- Hỗ trợ đổi mới công nghệ và bảo hộ sở hữu trí tuệ*

Các doanh nghiệp Việt Nam đa số có bước khởi đầu và trưởng thành với xuất phát điểm thấp, thậm chí có những doanh nghiệp trưởng thành từ hộ kinh doanh nhỏ lẻ. Do đặc điểm như vậy nên đa số các doanh nghiệp Việt Nam thường gặp nhiều khó khăn trong việc đổi mới công nghệ, nâng cao năng lực cạnh tranh. Trong khi đó, các doanh nghiệp lại không nhận thức và nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của công nghệ trong quá trình cạnh tranh. Khi được hỏi về những khó khăn, phần lớn các doanh nghiệp cho rằng họ thiếu vốn và khó khăn về thị trường. Tuy nhiên đằng sau những khó khăn đó là một loạt các vấn đề của doanh nghiệp, trong đó cốt yếu là vấn đề công nghệ không được thường xuyên cải tiến, đổi mới để nâng cao chất lượng sản phẩm, tạo ra uy tín cho thương hiệu và khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Có gần 70% doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc huy động kinh phí nghiên cứu đổi mới công nghệ và gần 55% doanh nghiệp gặp khó khăn trong thu thập thông tin về công nghệ.

Mặc dù cho đến nay, Nhà nước đã ban hành nhiều văn bản pháp luật liên quan đến khoa học và công nghệ như: Luật Khoa học và Công nghệ, Luật Chuyển giao công nghệ, Luật Sở hữu trí tuệ, Luật Công nghệ cao, Nghị định 119/1999/NĐ-CP về một số chính sách và cơ chế tài chính khuyến khích các doanh nghiệp đầu tư vào khoa học và công nghệ quốc gia, Nghị định 115/2005/NĐ-CP về tăng cường quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm của các tổ chức nghiên cứu khoa học và công nghệ... Nhưng trên thực tế các cơ chế, chính sách đặc thù cho việc khuyến khích, đổi mới công nghệ trong các doanh nghiệp vẫn chưa chưa có. Do vậy, Chính phủ, Bộ Khoa học và Công nghệ cần sớm có các giải pháp hỗ trợ doanh nghiệp sau đây:

- Xây dựng chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp đổi mới công nghệ, nhất là đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Hỗ trợ các hoạt động chuyển giao theo chiều dọc, theo đó lấy các yêu cầu cải tiến chất lượng sản phẩm và giảm tiêu hao nguyên nhiên vật liệu sản xuất làm trọng tâm. Khuyến khích huy động tiềm năng của các Viện, các trường đại học trong nước vào nghiên cứu, ứng dụng và phát triển công nghệ ở các doanh nghiệp.

- Tổ chức hệ thống thông tin công nghệ, cung cấp định kỳ các thông tin liên quan đến các lĩnh vực công nghệ phù hợp với điều kiện Việt Nam, tạo dựng các cơ sở dữ liệu quốc gia về nguồn cung công nghệ. Tạo lập và phát triển thị trường công nghệ, tạo điều kiện để các doanh nghiệp tăng cường năng lực cạnh tranh về công nghệ. Tổ chức các chợ công nghệ để giới thiệu, triển lãm các thiết bị và công nghệ. Các nhà cung cấp công nghệ và người cần mua công nghệ có thể thương thảo và ký kết hợp đồng mua bán ngay tại chợ.

- Nâng cao năng lực của trung tâm thông tin công nghệ quốc gia. Đây có thể coi như “chợ công nghệ thường xuyên” hay “siêu thị công nghệ”. Trung tâm sẽ cung cấp thông tin chào bán công nghệ được thu thập từ các doanh nghiệp, các tổ chức nghiên cứu khoa học. Thông qua mạng thông tin khoa học và công nghệ người mua và người bán công nghệ khi có nhu cầu có thể trực tiếp tìm đến nhau để tìm hiểu và thương thảo mua, bán. Hệ thống thông tin trên mạng không những đưa các công nghệ trong nước mà cả nước ngoài muốn chuyển giao chào bán tại Việt Nam.

- Mở rộng chương trình hỗ trợ bảo hộ sở hữu trí tuệ ở cả cấp Trung ương lẫn cấp tỉnh.

- Hỗ trợ cho các cơ sở sản xuất, các vùng cây con trong việc xây dựng chỉ dẫn địa lý, tên gọi xuất xứ và bảo hộ quyền sở hữu công nghiệp cho các đối tượng đặc biệt trong khu vực nông nghiệp và nông thôn. Chương trình này đã được triển khai trong 5 năm vừa qua và được đánh giá là có hiệu quả và thiết thực đối với doanh nghiệp. Tuy nhiên số lượng các doanh nghiệp được thụ hưởng còn quá ít ỏi.

- Hỗ trợ tư vấn về thiết bị, công nghệ mới hiện đại, thích hợp và cung cấp thông tin công nghệ, thị trường cho các doanh nghiệp, chuyển giao công nghệ, giám định và đánh giá chất lượng công nghệ để giúp doanh nghiệp tiếp cận được với đúng chủng loại công nghệ.

- Tăng cường hoạt động của Quỹ Phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia theo hướng thực tiễn hơn và thân thiện hơn đối với các doanh nghiệp. Có thể đề xuất thí điểm thành lập quỹ hỗ trợ đổi mới công nghệ cho các doanh nghiệp ở các địa phương có số lượng doanh nghiệp lớn.

- Thành lập quỹ đầu tư mạo hiểm để giúp các doanh nghiệp yên tâm khi quyết định đầu tư. Nhiều doanh nghiệp có tiềm lực tài chính yếu thường lo ngại khi đầu tư một khoản tiền lớn để mua sắm thiết bị - công nghệ, nên nếu gặp phải rủi ro như mua phải thiết bị - công nghệ giả, công năng không phù hợp với thực tế sản xuất... thì sẽ rất khó khăn.

- Chính phủ cần thành lập một số tổ chức hỗ trợ tư vấn (bằng những hình thức đa dạng) trong các lĩnh vực, ngành nghề khác nhau, giúp các doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng suất lao động, hạ giá thành sản phẩm, gia tăng năng lực cạnh tranh trong hội nhập kinh tế quốc tế.



### *3- Giúp các doanh nghiệp bảo vệ thương hiệu*

- Cần có chiến lược cũng như biện pháp tuyên truyền tác động mạnh mẽ tới doanh nghiệp hiểu rõ tầm quan trọng cũng như lợi ích của việc đăng ký thương hiệu.

- Phổ biến các vấn đề chung về sở hữu công nghiệp cho các doanh nghiệp như phương pháp, thủ tục đăng ký bảo hộ sở hữu công nghiệp, vấn đề quản trị sở hữu công nghiệp.

- Phát động chương trình xây dựng, quảng bá, bảo vệ thương hiệu trên mạng, phối hợp với các ngành và địa phương để xây dựng danh mục sản phẩm có chỉ dẫn địa lý.

- Hỗ trợ doanh nghiệp đào tạo, huấn luyện, cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp về xây dựng và quảng bá thương hiệu.

- Hỗ trợ doanh nghiệp đăng ký, quản lý và bảo vệ thương hiệu ở thị trường trong nước và ngoài nước, trước hết là đối với những thương hiệu đã có vị trí trên thị trường.

### *4- Về hoạt động xúc tiến mở rộng thị trường*

- Tiếp tục triển khai với quy mô rộng hơn các hoạt động hỗ trợ các doanh nghiệp mở rộng thị trường, đặc biệt thị trường ngoài nước. Kết quả khảo sát cho thấy nhu cầu này là rất cấp bách đối với hầu hết doanh nghiệp, nhưng tỉ lệ các doanh nghiệp nhận được hỗ trợ từ Nhà nước còn rất thấp.

- Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng cho thấy mối lo ngại sâu sắc về những ảnh hưởng nghiêm trọng của hàng hóa nhập lậu, hàng nhái, hàng giả... Chính phủ cần có những biện pháp quyết liệt, chỉ đạo các cơ quan có liên quan ngăn chặn một cách hữu hiệu tình trạng trên.

- Tổ chức hệ thống thông tin và định kỳ cung cấp thông tin cho một số lượng lớn các doanh nghiệp về thị trường, trong đó ưu tiên thông tin về thị trường nước ngoài (do việc mua và cập nhật các thông tin này thường vượt ra khỏi khả năng tài chính của các doanh nghiệp). Có thể hỗ trợ phương tiện và kinh phí để các hội doanh nghiệp, các Hiệp hội ngành nghề thực hiện các hoạt động này.

*5- Để các doanh nghiệp nhỏ và vừa cung ứng hàng hóa, dịch vụ cho các cơ quan Nhà nước*

Để trợ giúp cho các doanh nghiệp, Chính phủ, các tỉnh và các tổ chức của Nhà nước đã dành một tỷ lệ nhất định để các doanh nghiệp nhỏ và vừa cung cấp hàng hóa, dịch vụ công. Tuy nhiên, qua khảo sát số các doanh nghiệp nhỏ và vừa tham gia cung ứng hàng hóa, dịch vụ cho các cơ quan Nhà nước là không cao. Số doanh nghiệp chưa từng tham gia hoặc không biết thông tin là rất lớn. Phần lớn các doanh nghiệp nhỏ và vừa đã từng tham gia là do các mối quan hệ, trong quá trình cung cấp thường gặp phải một số tiêu cực về đấu thầu, triển khai và thanh lý hợp đồng. Ngoài các doanh nghiệp không có thông tin thì số doanh nghiệp biết thông tin nhưng chưa từng tham gia là do tâm lý e ngại về các vấn đề tiêu cực, thủ tục phức tạp, không đáp ứng được chất lượng hàng hóa và dịch vụ...

Nhằm phát triển chính sách hỗ trợ này trong thời gian tới, để tất cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa được thụ hưởng, cần thiết phải thực hiện một số giải pháp sau:

- Minh bạch hóa các mua sắm Nhà nước: các thông tin mua sắm Nhà nước cần được minh bạch hóa, công bố rộng rãi cho các doanh nghiệp được biết để có điều kiện tham gia.

- Hoàn thiện các luật lệ về đấu thầu để khuyến khích khu vực tư nhân tham gia cung ứng dịch vụ cho mua sắm Nhà nước.

- Chuyển giao một số các dịch vụ công ích cho các hội, Hiệp hội và các doanh nghiệp thực hiện. Tạo dựng cơ sở pháp lý cần thiết để hình thành các doanh nghiệp (công ty) ngoài Nhà nước nhưng thực hiện các dịch vụ công.

### *6- Đào tạo và phát triển nhân lực*

Đào tạo và phát triển nhân lực luôn được các doanh nghiệp rất quan tâm. Đây cũng là lĩnh vực các doanh nghiệp được hỗ trợ nhiều từ các cơ quan Nhà nước các cấp (trên 60% số nhân lực được đào tạo). Số lượng người được đào tạo qua các lớp liên quan đến quản trị và khởi sự doanh nghiệp. Các lớp đào tạo nhìn chung được đánh giá là hữu ích, thiết thực đối với các doanh nghiệp.

Tuy nhiên, hiện có khoảng 60% doanh nghiệp Việt Nam đang gặp khó khăn về thiếu lao động có trình độ kỹ thuật, cũng như khó khăn trong tuyển dụng cán bộ quản lý cấp cao và cấp trung. Nhu cầu đào tạo, nâng cao năng lực quản lý và đào tạo nghề cho các doanh nghiệp trong những năm tới là rất lớn. Theo đó, kiến nghị một số giải pháp như sau:

- Tiếp tục triển khai các chương trình đào tạo, bồi dưỡng liên quan đến quản trị doanh nghiệp.

- Mở rộng các phương thức đào tạo, giao cho các hội, Hiệp hội thiết kế tổ chức triển khai các lớp đào tạo, bồi dưỡng để đảm bảo phù hợp với năng lực, sự quan tâm của từng đối tượng học viên và nhu cầu của doanh nghiệp.

- Hỗ trợ cho các cơ sở đào tạo, các Hiệp hội ứng dụng các công nghệ truyền thông, ví dụ đào tạo từ xa, e-training, nhằm giúp cho một số lượng lớn các cán bộ quản lý tự nâng cao kiến thức và đào tạo theo các model được thiết kế phù hợp với yêu cầu và quỹ thời gian.

- Giảng viên đào tạo phải thực sự là những người có kinh nghiệm về giảng dạy, kinh nghiệm thực tiễn về chuyên môn, trên cơ sở có chế độ ưu đãi thỏa đáng và thu hút.

### *2.3.3. Định hướng một số giải pháp đến năm 2025*

Cùng với sự tăng trưởng mạnh mẽ của các doanh nghiệp Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh diễn ra không chỉ trên cấp độ thị trường quốc gia mà cả trên thị trường quốc tế, trong khi năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam vẫn còn khá yếu. Thời gian qua, Nhà nước tuy đã có nhiều nỗ lực về tạo cơ chế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ cho các doanh nghiệp song dường như vẫn chưa đạt được kết quả như mong muốn.

Môi trường kinh doanh, môi trường pháp lý và các nhân tố xã hội có ảnh hưởng rất lớn đến các doanh nghiệp và nền kinh tế của đất nước. Chính phủ và các cơ quan Nhà nước cần thiết thực và mạnh mẽ hơn trong việc hỗ trợ, phát triển các doanh nghiệp Việt Nam. Các công cụ chính sách và sự hỗ trợ trên các mặt khác nhau của Nhà nước đối với các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp nhỏ và vừa là rất cần thiết. Thông qua các chủ trương, chính sách cụ thể Nhà nước cần tạo điều kiện thuận lợi hơn cho hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp, qua đó hình thành hệ thống các doanh nghiệp Việt Nam có khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững.

Từ thực tế những khó khăn của các các doanh nghiệp và những hạn chế trong hoạt động quản lý Nhà nước, có thể nhận thấy rằng còn rất nhiều việc phải làm trên con đường hoàn thiện hệ thống chính sách và cơ chế quản lý vĩ mô nhằm tăng cường sức cạnh tranh, thúc đẩy sự phát triển năng động và có hiệu quả của các doanh nghiệp Việt Nam. Câu hỏi đặt ra hiện nay là Nhà nước phải làm gì? Bằng cách nào để phát triển khu vực doanh nghiệp? Nhà nước có thực sự đóng vai trò như một “bà đỡ” hay không?

Nhà nước có thể hỗ trợ để nâng đỡ khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp hoặc ngược lại. Nhưng cần lưu ý là nhiều cách mà Nhà nước thực hiện để “giúp đỡ” doanh nghiệp đôi khi lại làm hại doanh nghiệp trong dài hạn (ví dụ trợ cấp, phá giá nội tệ...). Do vậy, với bối cảnh như hiện nay và trong những năm tới, Nhà nước sẽ phải tiếp tục hoàn thiện quản lý như thế nào? Một số định hướng giải pháp kiến nghị như sau:

*1- Tiếp tục xây dựng và hoàn thiện hệ thống pháp luật liên quan đến doanh nghiệp*

Xây dựng và hoàn thiện chính sách liên quan đến doanh nghiệp cần phải dựa trên nền tảng nhận thức đổi mới tư duy, những chính sách đó phải đồng bộ, phù hợp với kinh tế thị trường, phù hợp với xu thế mở cửa hội nhập và tạo dựng môi trường kinh doanh bình đẳng cho tất cả các doanh nghiệp.

- *Ban hành và hoàn thiện các văn bản liên quan đến Luật Doanh nghiệp* phù hợp với tình hình hiện nay, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ có nhiều cơ hội hơn nữa trong việc chuyển đổi loại hình doanh nghiệp.

- *Bổ sung và hoàn thiện hệ thống pháp luật về sở hữu công nghiệp và thương hiệu, cần quyết liệt trong việc nghiêm trị đối với những trường hợp xâm phạm tới quyền sở hữu trí tuệ.*

- *Hoàn thiện chính sách phát triển doanh nghiệp theo hướng mô hình công ty mẹ - con, tập đoàn kinh tế lớn trong tất cả các thành phần kinh tế nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp có đủ sức cạnh tranh trên cơ sở tôn trọng nguyên tắc tự nguyện, thực chất và hiệu quả. Điều lo ngại trong hoạt động của các Tập đoàn kinh tế Việt Nam hiện nay là sự độc quyền; do vậy, cần phải có chính sách để kiểm soát và tạo môi trường cạnh tranh bình đẳng hơn giữa các loại hình doanh nghiệp và thành phần kinh tế.*

- *Có chính sách khuyến khích sự hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp. Hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay là doanh nghiệp nhỏ và vừa, là nền tảng chủ yếu thúc đẩy tăng trưởng, phát triển kinh tế. Tuy nhiên, hiện các doanh nghiệp vẫn đang tự cô lập mình, tự làm tất cả mọi công đoạn của sản xuất kinh doanh, tự đảm bảo nguyên liệu đầu vào, tự sản xuất, tự bán, trong khi hợp tác, liên kết đang là xu hướng tất yếu để hỗ trợ, gia tăng sức mạnh của các doanh nghiệp. Chúng ta cũng đã có những mô hình liên kết thành công như các doanh nghiệp trong ngành may mặc, giày da trong việc hợp tác, chia sẻ, chuyển đổi sản phẩm... đã thực sự có hiệu quả. Tuy nhiên, sự liên kết ở đây mới chỉ mang tính tự phát, chưa có sự định hướng từ phía Nhà nước. Để tạo điều kiện cho việc hình thành và đa dạng hóa các hình thức hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành, liên ngành... Chính phủ cần có cơ chế chính sách khuyến khích các chủ doanh nghiệp ngồi lại với nhau, cùng hướng đến những lợi ích chung, để có sự phối hợp, hợp tác cùng phát triển. Khuyến*

khích phát triển “cụm nhóm”; thực hiện phương châm “chiếc đũa và bó đũa” - sự yếu ớt của một chiếc đũa đơn lẻ với sức mạnh hợp lại của cả bó đũa. Sự phát triển cụm nhóm sẽ tạo ra sức mạnh, nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam.

- *Triển khai hiệu quả Luật Cạnh tranh* và từng bước hoàn thiện chính sách cạnh tranh phù hợp với thông lệ quốc tế và điều kiện của Việt Nam.

- *Hoàn thiện chính sách tín dụng*; cần chú trọng hỗ trợ vốn với lãi suất ưu đãi cho những mặt hàng, công nghệ, quy trình sản xuất mới, có tính đột phá đối với nền kinh tế.

- *Hoàn thiện chính sách thuế* theo hướng đảm bảo kết cấu phân phối thu nhập trong các doanh nghiệp một cách công bằng, hiệu quả; hài hòa giữa lợi ích xã hội, tiền lương cho người lao động và lợi nhuận của doanh nghiệp, vừa đảm bảo khuyến khích phát triển sản xuất kinh doanh. Phát triển thị trường thuê mua tài chính để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp ít vốn, thiếu vốn hoặc không có tài sản thế chấp dễ dàng có được tài sản để tiến hành sản xuất kinh doanh.

- *Đổi mới chính sách khoa học công nghệ*. Theo đó, cần có chính sách phát triển các công ty đầu tư mạo hiểm (công ty đầu tư vào các doanh nghiệp mang tính đột phá về công nghệ cao, mô hình kinh doanh sản phẩm tri thức cao...), khuyến khích hoạt động của hệ thống dịch vụ khoa học, công nghệ, nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận được với các công nghệ hiện đại.

- *Hoàn thiện chính sách giáo dục, đào tạo* nhằm phát triển nguồn nhân lực chuyên môn kỹ thuật trình độ cao, có cơ cấu hợp lý về cấp trình độ và ngành nghề, nâng cao tính

chuyên nghiệp và các phẩm chất mới của người lao động. Nhà nước cần có chính sách tạo môi trường bình đẳng, minh bạch, cạnh tranh để phát triển hệ thống các cơ sở đào tạo tư thực, cơ sở đào tạo có nguồn vốn từ nước ngoài. Xây dựng, ban hành các cơ chế, chính sách phát triển hệ thống cung ứng nguồn nhân lực chuyên môn kỹ thuật trình độ cao cho các ngành công nghệ cao, ngành kinh tế tri thức theo chuẩn quốc tế. Tạo mở chính sách cho phát triển phân khúc thị trường lao động chuyên môn kỹ thuật cao thông qua cải tổ hệ thống đào tạo, hệ thống môi giới và tư vấn việc làm, hệ thống chính sách tiền lương, tiền công, bảo hiểm và phúc lợi xã hội đối với người lao động.

Để nâng cao kỹ năng và chất lượng lao động, trước hết đòi hỏi phải có sự định hướng và chính sách hỗ trợ từ phía Nhà nước. Chính sách giáo dục đào tạo phải hướng tới xây dựng một nền giáo dục hiện đại với cơ cấu ngành nghề hợp lý và nâng cao trình độ kiến thức, tay nghề của người lao động. Muốn vậy cần phải đổi mới đồng bộ hệ thống giáo dục từ phổ thông tới đại học và sau đại học, trong đó căn bản là đổi mới tư duy ngành nghề của người học, nội dung, phương pháp giảng dạy và đội ngũ giáo viên, cần đặc biệt chú trọng đầu tư cho các phòng thí nghiệm, xưởng thực hành hoặc gắn chặt học lý thuyết với thực hành ở tất cả các ngành nghề. Nâng cấp cơ sở vật chất cho các cơ sở dạy nghề, bồi dưỡng và đào tạo giáo viên dạy nghề. Nghiên cứu hoàn thiện nội dung, chương trình và giáo trình giảng dạy. Đổi mới khâu tuyển sinh và quản lý học sinh, hình thành hệ thống đào tạo kỹ thuật thực hành, liên thông giữa các trình độ đào tạo và các bậc đào tạo trong hệ thống giáo dục quốc gia. Dạy nghề trình độ sơ cấp nhằm tạo cho người lao động kỹ năng thực hành một số các nhiệm vụ cơ bản của nghề; dạy nghề trình độ trung cấp nhằm



tạo cho người lao động kỹ năng thực hành tất cả các nhiệm vụ của nghề, có khả năng làm việc độc lập; dạy nghề trình độ cao đẳng nhằm tạo cho người lao động kỹ năng thực hành các nhiệm vụ và công việc của nghề, có tính sáng tạo, có khả năng làm việc độc lập và ứng dụng kỹ thuật, công nghệ vào công việc. Hệ thống dạy nghề theo ba cấp trình độ nhằm phát triển một đội ngũ công nhân có sự thay đổi về chất, đặc biệt là trình độ công nhân có trình độ cao, được trang bị kiến thức chuyên môn, kỹ năng nghề thành thạo, có tư duy sáng tạo.

Nhà nước cần khuyến khích các trường đại học, trung tâm đào tạo liên kết với các doanh nghiệp. Giải pháp mà hầu hết các quốc gia thường áp dụng là miễn giảm thuế để các doanh nghiệp dành vốn cho hoạt động đào tạo.

- *Có chính sách thúc đẩy phát triển ngành công nghệ thông tin* theo kịp trình độ hiện đại của quốc tế, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp khai thác có hiệu quả các tiện ích của công nghệ thông tin vào nâng cao năng lực quản trị kinh doanh, cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ, phát triển thị phần, tạo ra các cơ hội kinh doanh mới cho doanh nghiệp. Đồng thời, sử dụng công nghệ thông tin trong xây dựng hệ thống thông tin đăng ký doanh nghiệp, đăng ký thuế, thông tin pháp lý kinh doanh, tạo môi trường công nghệ thông tin hiện đại cho phát triển marketing và kinh doanh theo mạng trên phạm vi toàn cầu.

## *2- Phát triển cơ sở hạ tầng hỗ trợ sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp*

Phát triển hạ tầng kinh tế không những là điều kiện quan trọng để doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận được với các yếu tố đầu vào phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh,

mà còn giúp các doanh nghiệp giảm được chi phí sản xuất, nâng cao năng lực và rút ngắn được thời gian vận chuyển, đẩy nhanh tiến độ giao hàng... Theo đó, Nhà nước cần quy hoạch và đầu tư phát triển hạ tầng một cách khoa học và hiệu quả; nhất là trong xây dựng các cảng biển, hệ thống giao thông kết nối vùng, khu công nghiệp, sân bay... Khuyến khích các doanh nghiệp cùng với Nhà nước đầu tư, phát triển hạ tầng. Tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp, nhà đầu tư tiếp cận với mặt bằng, đất đai để tổ chức sản xuất.

Về hạ tầng “mềm”; cần tạo lập và hoàn thiện các thị trường, đặc biệt là thị trường vốn, lao động, khoa học công nghệ... vừa tạo điều kiện cho các doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận với các thị trường, vừa giúp cho các doanh nghiệp giảm được chi phí giao dịch, có nhiều cơ hội lựa chọn hơn đối với các yếu tố đầu vào.

### *3- Tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng*

Cần khuyến khích và mở rộng cạnh tranh theo nguyên tắc bình đẳng, không phân biệt đối xử. Cần có luật pháp kiểm soát hướng tới xóa bỏ độc quyền, mở rộng cạnh tranh. Tiến hành rà soát và loại bỏ các yếu tố, các khâu độc quyền, tạo điều kiện cho cạnh tranh phát triển. Giữ vững quan điểm phát triển nền kinh tế nhiều thành phần, tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng, không có tình trạng phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế, không phân biệt đối xử trong luật pháp, chính sách và cả thái độ ứng xử của công chức trong thừa hành công vụ.

### *4- Phát huy vai trò của các doanh nghiệp vừa và nhỏ*

Hỗ trợ doanh nghiệp chủ yếu bằng chính sách tạo thuận lợi, tối thiểu hóa những chính sách ưu tiên, ưu đãi. Bởi nếu

như ban hành những chính sách ưu đãi sẽ tạo ra môi trường không công bằng, sẽ tạo ra tình trạng “xin cho”, tình trạng “thân quen”, “chạy chọt”. Doanh nghiệp thuộc đối tượng ưu đãi lại không được hưởng, trong khi doanh nghiệp không thuộc đối tượng ưu đãi lại được hưởng. Dẫn đến khó khăn của các doanh nghiệp vẫn còn đó, trong khi tình hình trạng tiêu cực, tham nhũng phát triển, làm hao tổn nguồn lực đất nước và rối loạn xã hội. Mặt khác, quản lý Nhà nước cần nhanh chóng thấy được những vướng mắc, cản trở đối với doanh nghiệp để kịp thời tháo gỡ, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp sản xuất kinh doanh. Chỉ có những chính sách hỗ trợ, giống như công cụ “đỡ” chứ không phải là “bế”, sẽ tạo thuận lợi cho doanh nghiệp hoạt động, và cũng chính là chính sách hiệu quả, thành công của Nhà nước.

### *5-Tiếp tục cải cách hành chính*

- *Về cải cách thủ tục hành chính:* Hiện chi phí chính thức (ngoài luật) mà các doanh nghiệp Việt Nam đang phải chi trả là rất lớn. Đây là hậu quả của hệ thống hành chính rườm rà, thiếu minh bạch. Để thay đổi tình trạng trên, Chính phủ cần đẩy mạnh và quyết liệt hơn nữa trong cải cách hành chính, trên cơ sở tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp nhưng không buông lỏng, bỏ trống. Đơn giản hóa, minh bạch hóa và ban hành quy trình rõ ràng về các thủ tục hành chính, đầu tư để giảm bớt thời gian và chi phí cho doanh nghiệp, đồng thời các quy định này phải phù hợp với quy trình, chuẩn mực quốc tế. Duy trì số lượng đầu mối cơ quan giải quyết các yêu cầu của sản xuất kinh doanh ít nhất, đảm bảo chi phí thấp nhất, thời gian ngắn nhất. Trước mắt, cải cách hành chính cần tập trung thực hiện trong các khâu như thuế, hải quan, quản lý hạn ngạch, thủ tục xuất nhập khẩu, đất đai, xây dựng, công

chúng... là những lĩnh vực đang ảnh hưởng trực tiếp tới năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Chính phủ cần rà soát và chỉnh sửa các văn bản có liên quan đến chính sách thương mại, hải quan cho phù hợp. Cần đơn giản hóa và thống nhất các quy định về hồ sơ, thủ tục trong xuất nhập khẩu và thanh toán trong xuất nhập khẩu. Cần công khai hóa quy trình kê khai, kiểm định, quyền hạn và trách nhiệm của cán bộ hải quan, cán bộ quản lý thị trường, công an... Xóa bỏ cơ chế xin cho trong các cơ quan Nhà nước, cập nhật hệ thống quản lý mới và thông tin để hội nhập với quốc tế.

- *Tiếp tục đổi mới tổ chức bộ máy quản lý Nhà nước:* Mặc dù hiện nay, chức năng nhiệm vụ phân công trong các cơ quan quản lý Nhà nước đối với doanh nghiệp đã khá rõ ràng, việc sáp nhập một số Bộ đã mang lại những lợi ích nhất định; tuy nhiên, để phù hợp với yêu cầu phát triển và hội nhập kinh tế quốc tế cần tiếp tục tinh giản biên chế, phân công chức năng, nhiệm vụ một cách cụ thể hơn nhằm nâng cao chất lượng quản lý, đồng thời giảm bớt sự chồng chéo. Ví dụ: Tổng cục Biển và Hải đảo Việt Nam thuộc Bộ Tài nguyên - Môi trường. Bên cạnh đó, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn có chức năng quản lý Nhà nước về thủy sản. Ngoài ra, nói về kinh tế biển còn có dầu khí, hàng hải, du lịch... thuộc lĩnh vực quản lý Nhà nước của nhiều Bộ ngành khác. Do vậy, nếu không phân công chức năng, nhiệm vụ một cách rõ ràng sẽ gây khó khăn cho các doanh nghiệp khi hoạt động sản xuất kinh doanh có liên quan đến nhiều cơ quan, đầu mối.

- *Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát việc tuân thủ pháp luật của các doanh nghiệp và các cơ quan, cán bộ công chức quản lý Nhà nước:* Theo đó, cần:

+ Kiểm tra tính hợp pháp của các doanh nghiệp khi thành lập, trong quá trình hoạt động và cả khi doanh nghiệp phá sản.

+ Thanh tra, kiểm tra khi phát hiện có dấu hiệu vi phạm pháp luật của các doanh nghiệp như làm giả, làm nhái, gian lận thương mại...

+ Thanh tra, kiểm tra định kỳ các doanh nghiệp để các doanh nghiệp có ý thức chấp hành pháp luật; như việc thực hiện chế độ bảo hiểm cho người lao động, an toàn lao động và quyền lợi của người lao động được hưởng trong doanh nghiệp..., kiểm tra việc bảo vệ môi trường, tài nguyên thiên nhiên, chất lượng sản phẩm của doanh nghiệp...

+ Thanh kiểm tra khi có đơn thư tố cáo của công dân, của các doanh nghiệp khác để đảm bảo quyền lợi cho các bên.

+ Kiểm tra, giám sát các cán bộ, công chức làm công tác quản lý Nhà nước đối với doanh nghiệp, đảm bảo làm đúng chức năng, nhiệm vụ trong thực thi công vụ. Xử lý nghiêm minh, kịp thời nếu cán bộ, công chức có sai phạm...

*5- Minh bạch hóa thông tin ở tất cả các lĩnh vực, đồng thời có sự tư vấn đối với doanh nghiệp khi cần thiết*

Kết quả khảo sát cho thấy, nhu cầu thông tin của các doanh nghiệp là rất lớn, tuy nhiên những thông tin mà các doanh nghiệp có được chưa thật sự như mong muốn. Phần lớn các doanh nghiệp có được thông tin thông qua các phương tiện thông tin đại chúng (truyền hình, truyền thanh, báo chí...), website, qua các buổi phổ biến của các cơ quan Nhà nước hoặc thông qua bạn bè, người thân. Bên cạnh đó, phần lớn các doanh nghiệp đều cho rằng dịch vụ

tư vấn nhận được hiện nay là chưa đáp ứng tốt được nhu cầu của doanh nghiệp.

Việc hạn chế tiếp cận thông tin, tư vấn của doanh nghiệp xuất phát từ hai khía cạnh. Một mặt, do kênh thông tin của các cơ quan Nhà nước chưa rộng khắp đến tất cả các doanh nghiệp để có thể nắm bắt. Mặt khác, các doanh nghiệp cũng chưa thật chủ động trong việc tìm kiếm, tiếp cận các nguồn thông tin, tư vấn (nguyên nhân này cũng xuất phát từ việc chủ doanh nghiệp không biết được doanh nghiệp của mình thuộc diện được hỗ trợ như thế nào nên không chủ động tìm kiếm thông tin). Việc thiếu thông tin, không nhận được nhiều tư vấn nên hầu hết các doanh nghiệp ít nhận được sự hỗ trợ từ phía Nhà nước, dẫn đến việc tiếp cận để mở rộng thị trường, tăng cường khả năng cạnh tranh cho sản phẩm bị hạn chế... Để khắc phục tình trạng trên:

- Các cấp, ngành cần phổ biến chính sách trực tiếp đến các đối tượng được thụ hưởng, để các doanh nghiệp biết được mình có thể nhận được những ưu đãi gì, qua đó tạo sự bình đẳng trong tiếp cận thông tin của các doanh nghiệp, đồng thời quy định rõ trách nhiệm của các cơ quan giải quyết các vấn đề về doanh nghiệp.

- Cần mở rộng mạng lưới các tổ chức, cơ quan tư vấn để trợ giúp cho các doanh nghiệp trong hoạt động sản xuất kinh doanh; bao gồm các trung tâm, cơ quan Nhà nước có liên quan và xem đây là nhiệm vụ quan trọng, là trách nhiệm phải thực hiện.

- Ban hành các quy chế liên quan đến tư vấn, trong đó quy định rõ trách nhiệm của các tổ chức, cơ quan có liên quan.

- Xây dựng danh mục các dữ liệu về tư vấn phục vụ cho doanh nghiệp.

Các cơ quan chức năng của Nhà nước cần có hành động cụ thể hơn nữa trong việc tuyên truyền, phổ biến cơ chế, chính sách, chế độ, thông tin về thị trường giá cả, công nghệ, lao động... cho các doanh nghiệp; đặc biệt là thông tin hỗ trợ cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hiệp hội Doanh nghiệp Nhỏ và Vừa Việt Nam cần phát huy hơn nữa vai trò của mình trong hoạt động cung cấp thông tin, làm cầu nối cho doanh nghiệp với thị trường trong nước và ngoài nước.

Để thực hiện tuyên truyền, phổ biến và chia sẻ thông tin, cần có các giải pháp sau:

- Tập trung đầu mối thông tin liên quan đến tất cả các chương trình hỗ trợ của Chính phủ do các Bộ, ngành khác nhau thực hiện vào Cục Phát triển Doanh nghiệp - (Bộ Kế hoạch và Đầu tư). Nội dung chi tiết của từng chương trình, ngân sách dành cho chương trình, các tiêu chí phân bổ, lựa chọn, các thủ tục và điều kiện để đề xuất, thẩm định và phê chuẩn, thời gian thực hiện của từng hoạt động... luôn được cập nhật và đầy đủ tại Cục.

- Cục Phát triển Doanh nghiệp cần xây dựng một kế hoạch truyền thông cho các chương trình và chính sách hỗ trợ của Chính phủ đối với doanh nghiệp. Kế hoạch này phải đảm bảo ít nhất 70% số doanh nghiệp nhỏ và vừa được thông tin đầy đủ về các chính sách và chương trình hỗ trợ.

- Sử dụng tối đa các phương tiện thông tin đại chúng, báo đài, truyền hình Trung ương và địa phương, các trang website của Cục Phát triển Doanh nghiệp, các Sở Kế hoạch và

đầu tư tỉnh, thành phố, các Hiệp hội, các trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp để tuyên truyền, phổ biến đến các doanh nghiệp.

- Thu hút rộng rãi sự tham gia của các Hội nghề nghiệp và các Hiệp hội doanh nghiệp trong việc truyền bá các thông tin về hỗ trợ của Chính phủ.

- Định kỳ phát hành các bản tin ngắn với số lượng lớn, giới thiệu và cập nhật tình hình thực hiện các chương trình hỗ trợ của Chính phủ trực tiếp cho doanh nghiệp mới thành lập thông qua các phòng đăng ký kinh doanh và gửi đến các doanh nghiệp thông qua các Hội, Hiệp hội.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- 1 Vũ Thành Tụ Anh (2010), *Doanh nghiệp nhà nước không đủ năng lực đóng vai trò chủ đạo*, Chương trình Giảng dạy kinh tế Fulbright
- 2 Bộ Công Thương, *Bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế*, NXB Công Thương - Hà Nội 2010
- 3 Bộ Thương mại, *Cơ sở khoa học áp dụng thuế chống bán phá giá đối với hàng nhập khẩu ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ, Hà Nội, 2002
- 4 Hoàng Thị Chính, Nguyễn Phú Tụ, Nguyễn Hữu Lộc, *Giáo trình Kinh tế Quốc tế*, NXB Giáo dục, 1998
- 5 Mai Thế Cường, *Hoàn thiện chính sách thương mại quốc tế của Việt Nam trong điều kiện hội nhập quốc tế*, Luận án TS, 2006
- 6 TS. Bùi Hữu Đạo, Vai trò của thương hiệu đối với doanh nghiệp, <http://www.luatsu.net.vn>
- 7 Thomas L. Friedman, *Chiếc Lexus và cây ô liu (The Lexus and the olive tree)*, Dịch giả: Lê Minh. NXB Khoa học Xã hội, 2005
- 8 ThS. Kim Thị Hạnh - Phòng Công tác Đại biểu, Đoàn Đại biểu Quốc hội tỉnh Tây Ninh (2013), *Hoàn thiện pháp luật chống bán phá giá*
- 9 Dương Phú Hiệp và các tác giả, *Toàn cầu hóa kinh tế*, NXB Khoa học Xã hội, 2001
- 10 Hoàng Xuân Hòa, *Một số vấn đề về chính sách thương mại và hàng rào thương mại của Liên minh châu Âu*, Tạp chí Nghiên cứu châu Âu, số 3/2003
- 11 John H. Jackson, *Hệ thống thương mại thế giới - Luật và chính sách về các quan hệ kinh tế quốc tế*, Dịch giả: Phạm Viêm Phương, Huỳnh Văn Thanh, NXB Thanh Niên, 2001
- 12 TS. Nguyễn Hữu Khải, *Hàng rào Phi thuế quan trong chính sách thương mại quốc tế*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội, 2005

- 13 Paul R. Krugman, Maurice Obstfeld, *Kinh tế học quốc tế - Lý thuyết và chính sách, tập I (Những vấn đề về thương mại quốc tế) - bản dịch*, NXB Chính trị quốc gia, 1996
- 14 TS. Trần Du Lịch (2014), *Nhìn nhận lại vai trò doanh nghiệp nhà nước*, Diễn đàn Doanh nghiệp
- 15 G.S. T.S. Bùi Xuân Lưu (chủ biên), *Bảo hộ hợp lý nông nghiệp Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Thống kê, Hà Nội, 2004
- 16 Trần Thanh Long (2010), *Thực trạng và giải pháp để doanh nghiệp Việt Nam vượt rào cản thương mại quốc tế*, Tạp chí Doanh nghiệp và Thương mại quốc tế - Số 4, Tháng 4/2010
- 17 Lưu Hương Ly, *Địa vị nền kinh tế thị trường và tác động đối với doanh nghiệp Việt Nam trong các cuộc điều tra chống bán phá giá*, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp số 91, tháng 2 năm 2007
- 18 Từ Ninh, *Pháp luật chống bán phá giá của WTO và một số nước trên thế giới*, Tạp chí Dân chủ và Pháp luật (số chuyên đề), 2004
- 19 Trần Thị Ngọc (2007), *Vượt qua rào cản thương mại trong hội nhập kinh tế quốc tế*, Trường Đại học Kinh tế TP. Hồ Chí Minh
- 20 Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - VCCI, *Tăng cường vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam trong giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế liên quan đến nhà nước*, Dự án Hỗ trợ thương mại đa biên - MUTRAP
- 21 TS. Nguyễn Như Quỳnh (2012), *Cơ chế hết quyền sở hữu trí tuệ trong Hiệp định TRIPS và một số gợi ý cho các quốc gia thành viên WTO*, Trường Đại học Luật Hà Nội
- 22 TS. Nguyễn Như Quỳnh (2013), *Tổng quan về Hiệp định TRIPS*, Bộ Khoa học và Công nghệ
- 23 Nguyễn Ngọc Sơn, *Quyền và nghĩa vụ của doanh nghiệp theo Luật Doanh nghiệp năm 2005*, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp - Số 101, Tháng 7 năm 2005

- 
- 24 Nguyễn Ngọc Sơn - Đại học Luật TP. Hồ Chí Minh & Nguyễn Phi Thăng - Sở Nội vụ Lâm Đồng (2007), *Những yếu tố làm giảm khả năng ứng phó của Việt Nam trong các vụ kiện bán phá giá*, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp - Số 112, Tháng 12 năm 2007
- 25 Joseph E. Stiglitz, *Vận hành toàn cầu hóa (Making Globalization Work)*, Dịch giả: Lê Nguyễn, NXB Trẻ, 2008
- 26 Tài liệu - Ebook, *Đề án Biện pháp phòng vệ chính đáng đối với hàng hoá sản xuất trong nước phù hợp với các quy định của Tổ chức thương mại quốc tế và các cam kết quốc tế mà Việt Nam đã ký kết*, Google.com
- 27 Nguyễn Vĩnh Thanh, Lê Thị Hà (2006), *Các nước đang phát triển với cơ chế giải quyết tranh chấp của Tổ chức Thương mại Thế giới*, NXB Lao động Xã hội, Hà Nội, 2006
- 28 *Ths - Luật sư Phạm Văn Thành, Giải quyết tranh chấp theo cơ chế giải quyết tranh chấp WTO đối với những nước đang phát triển*
- 29 TS. Nguyễn Thị Thu Trang, *Cơ chế giải quyết tranh chấp trong WTO*, Ban Pháp chế, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
- 30 Nguyễn Thanh Tú, *Pháp luật cạnh tranh trong WTO và kinh nghiệm cho Việt Nam*, Tạp chí Nghiên cứu lập pháp số 91, tháng 2 năm 2007
- 31 Trung tâm Trọng tài Quốc tế Việt Nam (VIAC), *50 phán quyết trọng tài quốc tế chọn lọc*, Hà Nội, 2002
- 32 Trường Đại học Luật Hà Nội, *Giáo trình Quan hệ kinh tế quốc tế*, NXB Công an nhân dân, Hà Nội, 2004
- 33 Trường Đại học Luật Hà Nội, *Giáo trình Luật quốc tế*, NXB Công an nhân dân, Hà Nội, 2004
- 34 Trường Đại học Ngoại thương, *Tác động của tự do hóa thương mại đối với sự phát triển của pháp luật thương mại và hàng hải Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu Khoa học cấp Nhà nước, Hà Nội, 2000

- 35 Walter Goode, *Từ điển Chính sách thương mại quốc tế*, NXB Lao động, Hà Nội, 2003
- 36 Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế, *Đàm phán thuế trong WTO*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2002
- 37 Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế, *Tìm hiểu Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO)*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2004
- 38 Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế, *Hỏi đáp về Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO)*, Hà Nội, 2004
- 39 Ủy ban Quốc gia về Hợp tác Kinh tế Quốc tế, *Tổ chức Thương mại Thế giới và các hàng rào kỹ thuật trong thương mại*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội, 2004
- 40 PGS. TS. Hoàng Thọ Xuân, TS. Từ Thanh Thủy, *Một số quan điểm hoàn thiện chính sách thương mại quốc tế trong quá trình hội nhập kinh tế*, Bộ Thương mại
- 41 David A.Aaker, *Developing Business Strategies*, Published by John Wiley & Sons, Inc, 1998
- 42 Forestry Sector Enterprise in Vietnam - Status & Challenges GTZ German-Vietnam Forestry Programme 2007
- 43 Michael E. Porter (1984), *On Competition*, A Harvard Business Review Book
- 44 Michael E. Porter (1985), *Competitive advantage*, New York Press

## Mục lục

|   |    |
|---|----|
| LỜI NÓI ĐẦU   | 5  |
| <b>Chương 1: MỘT SỐ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ</b>   |    |
| <b>I. KHÁI NIỆM CẠNH TRANH, LỢI THẾ CẠNH TRANH VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP</b>  | 7  |
| 1. Khái niệm về cạnh tranh  | 7  |
| 2. Lợi thế cạnh tranh   | 8  |
| 3. Năng lực cạnh tranh  | 10 |
| 3.1. Một số loại hình cạnh tranh chủ yếu  | 10 |
| 3.1.1. Năng lực cạnh tranh của sản phẩm   | 10 |
| 3.1.2. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp   | 11 |
| 3.2. Các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp  | 12 |
| 3.2.1. Các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp theo quan điểm của Michael E. Porter   | 13 |
| 3.2.2. Các nhân tố tác động đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp theo phương pháp đánh giá của Diễn đàn Kinh tế thế giới - WEF (World Economic Forum) | 15 |
| 3.3. Tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp   | 21 |
| 3.4. Các công cụ để xây dựng và lựa chọn giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh   | 23 |
| 3.4.1. Ma trận các yếu tố bên ngoài<br>(External Factor Evaluation Matrix - EFE)  | 23 |
| 3.4.2. Ma trận hình ảnh cạnh tranh  | 25 |
| 3.4.3. Ma trận các yếu tố nội bộ (Internal Factor Evaluation Matrix - IFE)  | 26 |

|  |    |
|--|----|
| 3.4.4. Ma trận Điểm mạnh - Điểm yếu, Cơ hội - Nguy cơ (SWOT)         | 28 |
| <b>II. MỘT SỐ NỘI DUNG CƠ BẢN VỀ THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ</b>              | 30 |
| 1. Khái niệm về thương mại quốc tế và chính sách thương mại quốc tế  | 30 |
| 2. Vai trò của chính sách thương mại quốc tế                         | 31 |
| 3. Nội dung và các xu hướng cơ bản của chính sách thương mại quốc tế | 32 |
| 3.1. Nội dung của chính sách thương mại quốc tế                      | 32 |
| 3.2. Các xu hướng cơ bản của chính sách thương mại quốc tế           | 33 |
| 4. Các công cụ chủ yếu của chính sách thương mại quốc tế             | 37 |
| 4.1. Thuế quan   | 37 |
| 4.2. Hạn ngạch (Quota)   | 41 |
| 4.3. Hạn chế xuất khẩu tự nguyện (Voluntary Export Restraint - VER)  | 43 |
| 4.4. Những quy định về tiêu chuẩn kỹ thuật (các hàng rào kỹ thuật)   | 44 |
| 4.5. Trợ cấp xuất khẩu   | 45 |
| 4.6. Tín dụng tài trợ xuất nhập khẩu                                 | 46 |
| 4.7. Bán phá giá   | 48 |
| 4.8. Phá giá tiền tệ   | 52 |
| 5. Một số dạng chính sách thương mại quốc tế điển hình               | 52 |
| 5.1. Các chính sách hướng nội ban đầu                                | 52 |
| 5.2. Các chính sách hướng ngoại ban đầu                              | 53 |
| 5.3. Các chính sách hướng nội tiếp theo                              | 53 |
| 5.4. Các chính sách hướng ngoại tiếp theo                            | 54 |
|  |    |

|   |    |
|---|----|
| <b>Chương 2: TRANH CHẤP THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ VÀ TÁC ĐỘNG CỦA TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ ĐẾN DOANH NGHIỆP VIỆT NAM</b> |    |
| <b>I. TRANH CHẤP TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ</b>   | 55 |
| 1. Mục tiêu của chế định giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế   | 55 |
| 1.1. Khái niệm tranh chấp thương mại quốc tế  | 55 |
| 1.2. Mục tiêu của chế định giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế   | 56 |
| 1.2.1. Bảo đảm sự an toàn và tính dự báo trước cho hệ thống thương mại đa phương                              | 56 |
| 1.2.2. Bảo toàn các quyền và nghĩa vụ của các thành viên WTO  | 57 |
| 1.2.3. Làm rõ quyền lợi và nghĩa vụ thông qua giải thích  | 58 |
| 1.2.4. Giải pháp ưu tiên là “Thỏa thuận”  | 61 |
| 1.2.5. Giải quyết tranh chấp nhanh chóng  | 61 |
| 1.2.6. Cấm quyết định đơn phương  | 62 |
| 1.2.7. Tính chất bắt buộc   | 64 |
| 2. Phạm vi điều chỉnh và các nguyên tắc của chế định giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế                 | 64 |
| 2.1. Phạm vi điều chỉnh của chế định giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế                                 | 64 |
| 2.2. Các nguyên tắc của chế định giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế                                     | 66 |
| 3. Các phương pháp và trình tự giải quyết trong tranh chấp thương mại quốc tế                                 | 66 |
| 3.1. Các phương pháp giải quyết trong tranh chấp thương mại quốc tế   | 66 |
| 3.2. Trình tự giải quyết trong tranh chấp thương mại quốc tế  | 70 |
| 3.2.1. Tham vấn (Consultation)  | 70 |

|   |     |
|---|-----|
| 3.2.2. <i>Trung gian, hòa giải</i>  | 71  |
| 3.2.3. <i>Thành lập Ban Hội thẩm (Panel Establishment)</i>  | 72  |
| 3.2.4. <i>Hoạt động của Ban Hội thẩm (Panel Procedures)</i>   | 73  |
| 3.2.5. <i>Thông qua Báo cáo của Ban Hội thẩm (Adoption of Panel Report)</i>                                     | 75  |
| 3.2.6. <i>Trình tự Phúc thẩm (Appellate Review)</i>   | 76  |
| 3.2.7. <i>Khuyến nghị các giải pháp (Recommended Remedies)</i>  | 76  |
| 3.2.8. <i>Thi hành (Implementation)</i>   | 77  |
| 3.2.9. <i>Bồi thường và trả đũa</i>   | 77  |
| 3.2.10. <i>Trọng tài</i>  | 79  |
| 4. <i>Giải quyết tranh chấp thương mại đối với các nước đang phát triển trong WTO</i>                           | 80  |
| 4.1. <i>Những khó khăn, thách thức trong tranh chấp thương mại quốc tế đối với các quốc gia đang phát triển</i> | 80  |
| 4.2. <i>Các qui định về giải quyết tranh chấp thương mại áp dụng cho các nước đang phát triển trong WTO</i>     | 89  |
| <b>II. TÁC ĐỘNG CỦA TOÀN CẦU HÓA KINH TẾ ĐẾN DOANH NGHIỆP VIỆT NAM</b>  | 93  |
| 1. <i>Khái niệm, vai trò và những nội dung cơ bản của toàn cầu hóa</i>  | 93  |
| 1.1. <i>Toàn cầu hóa kinh tế</i>  | 93  |
| 1.2. <i>Khu vực hóa kinh tế</i>   | 95  |
| 1.3. <i>Hội nhập kinh tế quốc tế</i>  | 97  |
| 2. <i>Các cấp độ của toàn cầu hóa kinh tế quốc tế</i>   | 100 |
| 2.1. <i>Khu vực Mậu dịch tự do (Free Trade Area/FTA)</i>  | 102 |
| 2.2. <i>Liên minh Thuế quan (Custom Union/CU)</i>   | 102 |



|   |     |
|---|-----|
| 2.3. Thị trường Chung (Common Market/CM)  | 103 |
| 2.4. Liên minh Tiền tệ (Monetary Union/MU)  | 103 |
| 2.5. Liên minh Kinh tế (Economic Union/EU)  | 103 |
| 3. Tính tất yếu của toàn cầu hóa và khu vực hóa kinh tế quốc tế   | 105 |
| 4. Các định chế hợp tác kinh tế phổ biến trên thế giới và quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam | 108 |
| 4.1. Các định chế hợp tác kinh tế phổ biến trên thế giới  | 108 |
| 4.1.1. Hiệp định thương mại song phương (Bilateral Trade Agreements - BTA)                                | 108 |
| 4.1.2. Hiệp định thương mại khu vực (Regional Trade Agreements - RTA)                                     | 109 |
| 4.1.3. Liên minh thương mại khu vực   | 113 |
| 4.1.4. Liên minh thương mại đa phương - GATT/WTO  | 115 |
| 4.2. Quá trình hội nhập kinh tế thế giới của Việt Nam   | 118 |
| 5. Tác động của toàn cầu hóa đến nền kinh tế và các doanh nghiệp Việt Nam                                 | 120 |
| 5.1. Tác động của toàn cầu hóa đến nền kinh tế  | 120 |
| 5.2. Tác động của toàn cầu hóa đến các doanh nghiệp Việt Nam  | 124 |
| 5.2.1. Thực trạng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong thương mại quốc tế                  | 124 |
| 5.2.2. Cơ hội và thách thức đặt ra đối với các doanh nghiệp trong hội nhập kinh tế quốc tế                | 148 |
| 5.2.3. Vấn đề nền kinh tế phi thị trường ở Việt Nam và những ảnh hưởng của nó                             | 155 |
| 5.2.4. Vấn đề xung đột lợi ích nhóm trong doanh nghiệp  | 166 |
|   |     |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Chương 3: CHÍNH SÁCH, GIẢI PHÁP NHẪM BẢO VỆ VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ</b>                      |     |
| <b>I. MỘT SỐ CHÍNH SÁCH NHẪM BẢO VỆ VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ</b>  | 175 |
| 1. Sự cần thiết khách quan của chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế   | 175 |
| 1.1. Tác động tiêu cực của tự do hóa thương mại và hội nhập kinh tế quốc tế  | 175 |
| 1.2. Những tác động tích cực của chính sách bảo vệ doanh nghiệp (bảo hộ mậu dịch hợp lý) trong thương mại toàn cầu   | 180 |
| 2. Các chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế   | 182 |
| 2.1. Hàng rào kỹ thuật thương mại và các biện pháp vệ sinh dịch tễ   | 182 |
| 2.1.1. Hàng rào kỹ thuật thương mại (Technical Barriers to Trade)  | 182 |
| 2.1.2. Các biện pháp vệ sinh dịch tễ (Sanitary and Phytosanitary Measures)   | 184 |
| 2.2. Trợ cấp và chống trợ cấp trong thương mại quốc tế   | 184 |
| 2.2.1. Về trợ cấp và trợ cấp riêng   | 185 |
| 2.2.2. Hiệp định của WTO về các loại trợ cấp và các biện pháp đối kháng áp dụng cho mỗi loại trợ cấp SCM (Subsidies and Countervailing Measures Agreement) | 186 |
| 2.3. Biện pháp chống bán phá giá (Anti-dumping Practices)  | 191 |
| 2.3.1. Các biện pháp chống bán phá giá tạm thời  | 192 |
| 2.3.2. Cam kết về giá  | 192 |
| 2.3.3. Thuế chống bán phá giá chính thức   | 193 |
| 2.3.4. Thuế đối kháng  | 193 |
| 2.4. Tự vệ trong thương mại  | 194 |

|  |     |
|--|-----|
| 3. Tình hình thực hiện chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam                      | 196 |
| 3.1. Hàng rào kỹ thuật   | 196 |
| 3.1.1. Các quy định kỹ thuật, tiêu chuẩn   | 196 |
| 3.1.2. Vấn đề vệ sinh dịch tễ và kiểm dịch động vật và thực vật  | 196 |
| 3.1.3. Yêu cầu về ghi nhãn hàng hóa  | 197 |
| 3.2. Các biện pháp bảo vệ thương mại tạm thời  | 198 |
| 3.2.1. Chống bán phá giá   | 198 |
| 3.2.2. Các biện pháp tự vệ   | 199 |
| 3.2.3. Trợ cấp   | 200 |
| 3.2.4. Quy tắc xuất xứ   | 203 |
| 4. Đánh giá chung về chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam thời gian qua          | 204 |
| 4.1. Những thành công  | 204 |
| 4.2. Những hạn chế, bất cập  | 205 |
| 5. Định hướng hoàn thiện chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế của Việt Nam                    | 206 |
| 5.1. Các biện pháp kỹ thuật và kiểm dịch động thực vật   | 207 |
| 5.2. Các biện pháp chống bán phá giá   | 209 |
| 5.3. Tự vệ   | 212 |
| 5.4. Trợ cấp   | 213 |
| 5.5. Thuế thời vụ  | 215 |
| 5.6. Các biện pháp liên quan đến môi trường  | 215 |
| 5.7. Tăng cường năng lực cho đội ngũ cán bộ thực thi các chính sách bảo vệ doanh nghiệp trong thương mại quốc tế | 216 |

|   |     |
|---|-----|
| <i>5.8. Tham gia Công ước Viên của Liên hiệp quốc về Hợp đồng mua bán hàng hóa quốc tế (CISG)</i>                                     | 218 |
| <i>5.9. Nâng cao khả năng tham gia và thành công trong tranh chấp thương mại quốc tế</i>  | 219 |
| <b>II. MỘT SỐ GIẢI PHÁP, KIẾN NGHỊ NHẪM BẢO VỆ VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG THƯƠNG MẠI QUỐC TẾ</b> | 220 |
| 1. Đối với các doanh nghiệp và Hiệp hội ngành hàng  | 220 |
| 1.1. Nghiên cứu thị trường quốc tế  | 220 |
| 1.2. Đánh giá thực trạng, tiềm năng của doanh nghiệp  | 223 |
| 1.3. Điều tra nắm bắt thông tin   | 225 |
| 1.4. Xác định chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp  | 226 |
| 1.5. Chính sách bảo vệ và phát triển doanh nghiệp trong thương mại quốc tế  | 228 |
| 1.6. Đào tạo và xây dựng đội ngũ kinh doanh   | 228 |
| 2. Đối với các cơ quan quản lý Nhà nước   | 229 |
| 2.1. Sự cần thiết phải quản lý Nhà nước đối với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp  | 229 |
| 2.2. Nội dung quản lý Nhà nước nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp   | 234 |
| 2.2.1. Quản lý bằng pháp luật   | 234 |
| 2.2.2. Quản lý bằng chính sách  | 235 |
| 2.3. Giải pháp, kiến nghị nhằm bảo vệ và nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong thương mại quốc tế              | 236 |
| 2.3.1. Giải pháp cho các doanh nghiệp   | 236 |
| 2.3.2. Giải pháp về phía quản lý Nhà nước   | 258 |
| 2.3.3. Định hướng một số giải pháp đến năm 2025   | 266 |
| <b>Tài liệu tham khảo</b>   | 279 |

*Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp  
trong thương mại quốc tế*

**Chịu trách nhiệm xuất bản:**

Phó Giám đốc phụ trách

**Nguyễn Minh Huệ**

Biên tập: Nguyễn Văn Thắng

Thanh Bình

Chế bản: Nguyễn Chí Sinh

Trình bày bìa: Minh Vương

**Nhà xuất bản Công Thương**

**Trụ sở:** 46 Ngô Quyền, Hoàn Kiếm, Hà Nội

**Điện Thoại:** (04) 3 826 0835      **Fax:** (04) 3 938 7164

**Email:** [nxbct@moit.gov.vn](mailto:nxbct@moit.gov.vn)

---

In 1.500 cuốn, khổ 16x24cm tại Công ty Cổ phần In Viễn Đông  
Số xác nhận đăng kí xuất bản: 632 - 2014/CXB/02 - 447/CT.  
Số quyết định xuất bản: 102/QĐ-NXBCT cấp ngày 15/12/2014.  
In xong và nộp lưu chiểu quý 4 năm 2014.  
Mã số ISBN: 978-604-931-044-7.