

BÁO CÁO TỔNG HỢP

Đề tài cấp cơ sở năm 2009

NGHIÊN CỨU VAI TRÒ CỦA HOẠT ĐỘNG NC&TK NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO CÁC DNNVV TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

Những người tham gia thực hiện:

Nguyễn Thị Minh Hạnh (Chủ nhiệm Đề tài)

Nguyễn Hồng Anh (Thư ký Đề tài)

Nguyễn Thị Minh Nga

Vũ Cảnh Toàn

8037

HÀ NỘI, THÁNG 12/2009

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ASEAN : Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á

AFTA : Khu vực thương mại tự do ASEAN

CGCN : Chuyển giao công nghệ

CIEM : Viện quản lý kinh tế Trung ương

DNNVV : Doanh nghiệp nhỏ và vừa

FDI : Đầu tư trực tiếp nước ngoài

GDP : Tổng sản phẩm quốc nội

KH&CN : Khoa học và Công nghệ

NC&TK : Nghiên cứu và triển khai

NISTPASS: Viện Chiến lược và Chính sách Khoa học và Công nghệ

OECD : Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế

VCCI : Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

WB : Ngân hàng thế giới

WTO : Tổ chức thương mại thế giới

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Đặt vấn đề

Hội nhập kinh tế quốc tế là xu thế khách quan của mọi nền kinh tế, trong hội nhập các nền kinh tế vừa hợp tác, cạnh tranh và phụ thuộc lẫn nhau. Trong hội nhập kinh tế quốc tế, nhiều cơ hội sẽ mở ra đối với các doanh nghiệp nhưng cũng không ít khó khăn, thách thức gay gắt được đặt ra. Để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, cần nhận thức đúng về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh trong tình hình mới. Năng lực cạnh tranh là kết quả tổng hợp của nhiều yếu tố và chịu tác động của nhiều nhân tố bên trong cũng như bên ngoài doanh nghiệp, là quá trình tích lũy lâu dài, phức tạp và liên tục, là vấn đề sống còn đối với mọi doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

Đối với Việt Nam - một quốc gia hiện đang trong quá trình đổi mới và phát triển đồng thời là thành viên chính thức của nhiều thể chế kinh tế mang tính khu vực và thế giới như ASEAN, AFEC, WTO thì năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp lại càng có ý nghĩa cấp bách, quyết định thành công trong hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Với đặc thù hệ thống doanh nghiệp của Việt Nam chủ yếu bao gồm các DNNVV thì một phần quan trọng của lời giải cho bài toán đó là Chính phủ Việt Nam phải làm gì để nâng cao năng lực cạnh tranh của khối các doanh nghiệp này.

Trong những năm qua, các DNNVV được hình thành và phát triển mạnh, vấn đề này đang là mối quan tâm của nhiều cấp, nhiều ngành. Tuy nhiên, các DNNVV được hình thành và phát triển còn nhiều lúng túng, thiếu chiến lược kinh doanh, thiếu thông tin thị trường và khó khăn về nhiều mặt như: công nghệ, vốn, nhân lực có trình độ, sự liên kết, ... Nếu Nhà nước không sớm có những giải pháp giúp nâng cao năng lực cạnh tranh thì nhóm doanh nghiệp này có khó thể tồn tại và phát triển trong thời gian tới.

Thời gian qua, hỗ trợ doanh nghiệp bằng các biện pháp trực tiếp, chủ yếu thông qua các khuyến khích về thuế, tín dụng từ phía Nhà nước đã bộc lộ nhiều điểm hạn chế. Trong khi đó việc hỗ trợ gián tiếp bằng tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng giữa các loại hình doanh nghiệp hay bằng các cơ chế để khuyến khích doanh nghiệp tăng đầu tư cho hoạt động KH&CN nói chung, hoạt động NC&TK nói riêng cũng như khuyến khích hình thành tại doanh nghiệp các tổ chức để thực hiện hoạt động này được nhiều quốc gia trên thế giới lựa chọn và áp dụng.

Hội nhập quốc tế vừa là thời cơ về mở rộng thị trường, vừa là thách thức lớn đối với chất lượng và giá thành sản phẩm của hàng hoá Việt Nam, trước sức ép của hội nhập các doanh nghiệp cần có một kế hoạch tổng thể bao gồm đổi mới công nghệ, đào tạo nhân lực, nâng cấp hệ thống thông tin và quản lý, đảm bảo chất lượng sản phẩm. Vậy nhu cầu nghiên cứu nhằm tìm ra những khuyến nghị cho các giải pháp về mặt chính sách thích hợp để các DNNVV có được năng lực cạnh tranh dựa vào hoạt động NC&TK, đáp ứng được yêu cầu thực tiễn đặt ra trong hội nhập là cần thiết trong giai đoạn hiện nay.

Trong điều kiện của Việt Nam, việc hình thành các tổ chức NC&TK tại doanh nghiệp là một trong những biện pháp nhằm gắn kết khoa học với sản xuất, đồng thời góp phần thúc đẩy đổi mới công nghệ của sản xuất. Tuy nhiên, với vai trò mờ nhạt của hoạt động NC&TK tại các doanh nghiệp. Việc nghiên cứu để hoạt động này có được những đóng góp thực sự đối với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp mang ý nghĩa quan trọng. Vì lý do này, vấn đề nghiên cứu *“Vai trò của hoạt động nghiên cứu và triển khai nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho các DNNVV trong bối cảnh hội nhập”* đã được đặt ra.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Nghiên cứu vai trò của hoạt động NC&TK như một yếu tố góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cho DNNVV và đề xuất một số biện pháp chính sách phát triển hoạt động NC&TK nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho DNNVV trong bối cảnh hội nhập.

3. Tổng quan các công trình nghiên cứu có liên quan đến chủ đề nghiên cứu

Liên quan tới chủ đề nghiên cứu về các giải pháp tăng cường năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp nói chung và DNNVV nói riêng khi bước vào hội nhập kinh tế, trong thời gian qua Viện Chiến lược và Chính sách KH&CN (Bộ KH&CN) đã tiến hành một số đề tài nghiên cứu:

3.1. Đề tài *Nghiên cứu một số giải pháp chính sách nâng cao năng lực cạnh tranh của các DNNVV đáp ứng yêu cầu hội nhập* (2004) của tác giả Tăng Thế Cường

Xuất phát từ luận điểm công nghệ và đổi mới công nghệ đóng vai trò quyết định đối với năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong hội nhập, nên hầu hết các nội dung nghiên cứu của đề tài đều hướng tới việc trả lời một vấn đề nghiên cứu là tìm kiếm/phát hiện những yếu tố cản trở và thúc đẩy quá trình đổi mới công nghệ để từ đó nâng cao năng lực cạnh

tranh của các DNNVV trong hội nhập. Tiếp đó, các giải pháp mà đề tài đưa ra cũng chỉ giới hạn vào nội dung làm thế nào để giúp doanh nghiệp khắc phục những rào cản khi thực hiện đổi mới công nghệ nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Ngoài ra, những giải pháp này được đề xuất chủ yếu trên cơ sở nghiên cứu trường hợp đổi mới công nghệ ở các DNNVV ngành gốm sứ thủ công nghiệp - một bộ phận nhỏ và mang tính đặc thù trong các DNNVV Việt Nam.

3.2. Đề tài *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động NC&TK của doanh nghiệp* (2007) của tác giả Hoàng Văn Tuyên đã đề xuất một khung phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động NC&TK của doanh nghiệp gồm 6 yếu tố bên trong (quy mô doanh nghiệp, nguồn lực của doanh nghiệp, sở hữu của doanh nghiệp, chiến lược và kế hoạch của doanh nghiệp, ban lãnh đạo doanh nghiệp và tập thể doanh nghiệp) và 14 yếu tố bên ngoài (chính sách vốn cho KH&CN, chính sách đối với trang thiết bị phục vụ NC&TK của doanh nghiệp, ưu đãi thuế, tín dụng, chính sách nhân lực KH&CN, sở hữu trí tuệ, cơ sở hạ tầng KH&CN quốc gia, ngành nghề hoạt động của doanh nghiệp, vị trí địa lý của doanh nghiệp, áp lực cạnh tranh, quản lý nhà nước về KH&CN, xu thế phát triển KH&CN, một số cơ chế khuyến khích khác của Nhà nước cho NC&TK doanh nghiệp và môi trường các thể chế chính sách). Trên cơ sở đó, tác giả đã phân tích sâu từng yếu tố này ảnh hưởng như thế nào đến hoạt động NC&TK của doanh nghiệp nói chung và các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng. Tuy nhiên, với 2 nghiên cứu trường hợp được lựa chọn là Công ty cổ phần dược phẩm (TRAPHACO) và Tổng công ty lắp máy Việt Nam (LILAMA) để phân tích 20 yếu tố trên, có thể nói nghiên cứu này mới dừng lại ở đối tượng là các doanh nghiệp lớn, các tổng công ty nhà nước. Đối với nhóm các DNNVV thì 20 yếu tố nêu trên có thực sự là những yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động NC&TK hay không, câu hỏi còn chưa được giải đáp.

Bên cạnh đó, với các kết luận có được từ nghiên cứu của Trần Ngọc Ca (2000) về *Nghiên cứu cơ sở khoa học cho việc xây dựng một số chính sách và biện pháp thúc đẩy hoạt động đổi mới công nghệ và NC&TK trong các cơ sở sản xuất ở Việt Nam* thì 14 yếu tố bên ngoài mà tác giả cho rằng có ảnh hưởng quan trọng đến hoạt động NC&TK của doanh nghiệp trong đó chủ yếu là các chính sách tài chính của Nhà nước (như chính sách thuế, tín dụng hay vốn cho hoạt động KH&CN) dường như chưa được thoả đáng trong bối cảnh hoạt động của các doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay.

3.3. Đề tài *Nghiên cứu sự hình thành và phát triển tổ chức và hoạt động NC&TK trong các DNNVV ở Việt Nam* của tác giả Nguyễn Thị Minh Hạnh (2008) với mục tiêu nghiên cứu là nghiên cứu quá trình hình thành và phát triển tổ chức và hoạt động NC&TK trong khu vực DNNVV- nhóm doanh nghiệp hiện chiếm một tỷ lệ khá lớn trong tổng số doanh nghiệp Việt Nam¹ đã khẳng định: (i) Chính nhu cầu về hoạt động NC&TK của các doanh nghiệp quyết định hình thức tổ chức NC&TK ở loại hình doanh nghiệp này, cụ thể là khi nào thì được tổ chức dưới dạng các phòng/ban phụ trách về NC&TK độc lập, khi nào thì được lồng ghép vào các phòng/ban chuyên môn khác trong doanh nghiệp và khi nào thì chỉ dừng lại ở mức độ có cán bộ kỹ thuật trong doanh nghiệp phụ trách hoạt động NC&TK. (ii) Bên cạnh đó nghiên cứu này cũng đã khẳng định: nghiên cứu hiện trạng về tổ chức và hoạt động NC&TK trong các DNNVV có thể thấy rằng đây là một quá trình “*động*”, đó là cùng với sự phát triển của hoạt động sản xuất, kinh doanh trong doanh nghiệp, các mô hình tổ chức hoạt động NC&TK sẽ vận động, biến đổi không ngừng và thay thế cho nhau. Có thể ban đầu hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp chỉ do một hoặc một nhóm cán bộ kỹ thuật phụ trách sau đó do nhu cầu phát triển doanh nghiệp, họ đã xây dựng một tổ chức độc lập với tên gọi phòng NC&TK trong doanh nghiệp. Vậy ở đây cũng không loại trừ tình huống ngược lại là có những DNNVV có phòng NC&TK trong cơ cấu tổ chức của mình ngay từ những ngày đầu thành lập doanh nghiệp nhưng bởi vai trò và sự đóng góp mờ nhạt của phòng này cho các hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp nên sau đó phòng này đã bị giải thể.

Qua các công trình nghiên cứu về hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp ở Việt Nam, đặc biệt là qua 3 công trình nghiên cứu nêu trên có thể thấy: (i) Hoạt động đổi mới công nghệ và NC&TK luôn được nhắc tới đồng thời trong các nghiên cứu này tuy nhiên giữa chúng có một số điểm khác biệt. Nếu coi đổi mới công nghệ là mục tiêu cho các hoạt động của doanh nghiệp thì hoạt động NC&TK chỉ là một trong những hoạt động (công cụ/phương tiện) phục vụ cho mục tiêu đó² bởi đổi mới công nghệ đòi hỏi nhiều loại hoạt động khác nhau, không chỉ là hoạt động NC&TK. Ngoài ra, nếu xét tới quá trình phát triển của từng doanh nghiệp thì hoạt động NC&TK, đổi mới công nghệ và những hoạt động khác

¹ Theo số liệu thống kê của Bộ Kế hoạch và Đầu tư năm 2008, hiện trong tổng số hơn 350.000 doanh nghiệp của Việt Nam, số lượng DNNVV chiếm tới 97%.

² Hoàng Xuân Long (2005): Hoạt động NC&TK được sử dụng như một công cụ nhằm khắc phục tính thụ động trong đổi mới công nghệ của DNNVV

cũng đều là các hoạt động hướng tới một mục tiêu cuối cùng là giúp doanh nghiệp tạo ra được các sản phẩm cạnh tranh, vậy hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp luôn có vai trò “kép” đó là phục vụ trực tiếp cho các hoạt động đổi mới công nghệ của doanh nghiệp xét tại một thời điểm cụ thể nào đó và nhằm nâng cao năng lực nội sinh phục vụ cho chiến lược phát triển lâu dài của doanh nghiệp. Với vai trò này, hoạt động NC&TK vẫn luôn cần trong doanh nghiệp dù là các doanh nghiệp lớn, vừa hay nhỏ. (ii) Từ nhiều nghiên cứu độc lập khác về thực trạng đổi mới công nghệ trong doanh nghiệp nói chung và DNNVV nói riêng có thể thấy trong quá trình đổi mới công nghệ của sản xuất, doanh nghiệp thường xuyên gặp phải những vấn đề mà nếu không có những năng lực NC&TK nhất định, không có sự đầu tư dài hơi trước đó cho các hoạt động hỗ trợ trước, trong và sau đổi mới như xây dựng chiến lược phát triển doanh nghiệp, hoạt động nghiên cứu thị trường, đào tạo nhân lực kỹ thuật, ... thì đổi mới không thể đem lại thành công như dự định ban đầu.³

4. Câu hỏi nghiên cứu

4.1. Trong bối cảnh hội nhập, năng lực cạnh tranh của DNNVV được đánh giá dựa trên những yếu tố nào?

4.2. Tại sao hoạt động NC&TK chưa trở thành công cụ nâng cao năng lực cạnh tranh của DNNVV ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập?

4.3. Nhà nước cần có những biện pháp chính sách nào nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho DNNVV thông qua hoạt động NC&TK?

5. Giả thuyết nghiên cứu

Để hoạt động NC&TK trở thành công cụ hữu hiệu giúp DNNVV nâng cao năng lực cạnh tranh khi bước vào hội nhập thì hoạt động này không chỉ mang tính chất xử lý “tình huống” hay tác nghiệp như trước đây đó là chủ yếu giải quyết những khó khăn, vướng mắc

³ Trong nghiên cứu về đặc điểm của quá trình đổi mới và xa hơn nữa là mối quan hệ giữa hoạt động đổi mới, hoạt động NC&TK và quy mô của doanh nghiệp đã được Đoàn chuyên gia quốc tế IDRC đề cập trong bản *Báo cáo đánh giá về chính sách khoa học, công nghệ và đổi mới của Việt Nam* (NISTPASS, 2000) cũng đã thừa nhận “Thông thường các nhà đổi mới thành công thường có năng lực NC&TK của chính họ, nhưng họ cũng sử dụng nhiều nguồn công nghệ khác” và “Một điều cần được khẳng định là quy mô của doanh nghiệp không quyết định thành công hay thất bại của dự án đổi mới. Tuy nhiên điều quan trọng hơn là quy mô của dự án NC&TK. Các đổi mới thất bại thường do có nguồn lực được đầu tư thấp hơn những đổi mới thành công và điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc đảm bảo tổng các nguồn lực và các quan hệ với các mạng lưới bên ngoài”.

của doanh nghiệp gặp phải trong giai đoạn cần đổi mới công nghệ của sản xuất. Nội dung hoạt động NC&TK phải được đưa vào ngay từ giai đoạn xây dựng chiến lược phát triển của mỗi doanh nghiệp cho đến các giai đoạn tổ chức thực thi chiến lược đó hay nói cách khác hoạt động NC&TK cần được hiện diện trong mọi giai đoạn, trong từng khâu, từng yếu tố tạo thành năng lực cạnh tranh cho mỗi doanh nghiệp.

6. Phương pháp nghiên cứu

Để trả lời cho các câu hỏi nghiên cứu đặt ra trong luận văn, các phương pháp nghiên cứu sau sẽ được sử dụng:

6.1. Phương pháp nghiên cứu tài liệu

Tổng quan nghiên cứu các tài liệu trong nước và nước ngoài liên quan đến vai trò của tổ chức NC&TK trong doanh nghiệp; đặc điểm về tổ chức và hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp; sự khác biệt về tổ chức và hoạt động NC&TK ở các tập đoàn sản xuất, các doanh nghiệp lớn và ở DNNVV; mối quan hệ giữa hoạt động NC&TK, hoạt động đổi mới công nghệ và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp; các chính sách vĩ mô định hướng doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh bằng hoạt động KH&CN nói chung và NC&TK nói riêng, ...

6.2. Phương pháp phân tích số liệu thống kê

Các loại số liệu thống kê sau sẽ được tập hợp, phân tích và so sánh trong quá trình thực hiện luận văn đó là các số liệu về mức đầu tư cho hoạt động KH&CN (NC&TK) trên doanh thu của doanh nghiệp; tỷ lệ doanh nghiệp có thành lập tổ chức NC&TK trong cơ cấu của doanh nghiệp; trình độ đào tạo của đội ngũ doanh nhân; trình độ đào tạo và số lượng cán bộ kỹ thuật trong doanh nghiệp; tỷ lệ cán bộ kỹ thuật trên tổng số lao động của doanh nghiệp; các hình thức hoạt động NC&TK và đổi mới công nghệ mà doanh nghiệp thực hiện, ...

6.3. Phương pháp xin ý kiến chuyên gia

Xin ý kiến các chuyên gia có kinh nghiệm trong lĩnh vực tổ chức hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp, trong các cơ quan quản lý và các cơ quan hoạch định chính sách phát triển doanh nghiệp phản biện các kết quả nghiên cứu của đề tài.

7. Kết cấu của báo cáo đề tài

Phần mở đầu

Chương 1: Những yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh cho DNNVV trong bối cảnh hội nhập;

Chương 2: Mối quan hệ giữa hoạt động NC&TK và năng lực cạnh tranh của DNNVV trong bối cảnh hội nhập;

Chương 3: Nghiên cứu trường hợp ở nhóm DNNVV ngành cơ khí Vĩnh Phúc ;

Kết luận và khuyến nghị

Cuối báo cáo là danh mục tài liệu tham khảo.

Chương 1

NHỮNG YẾU TỐ CẤU THÀNH NĂNG LỰC CẠNH TRANH CHO DNNVV TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

I. Tổng quan về DNNVV

1. Khái niệm và tiêu chí xác định DNNVV

Hiện theo quy định tại Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30 tháng 6 năm 2009 của Chính phủ về trợ giúp phát triển DNNVV thì DNNVV là cơ sở kinh doanh đã đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật, được chia thành 3 cấp: siêu nhỏ, nhỏ, vừa theo quy mô tổng nguồn vốn (tổng nguồn vốn tương đương tổng tài sản được xác định trong bảng cân đối kế toán của doanh nghiệp) hoặc số lao động bình quân năm (trong đó tổng nguồn vốn là tiêu chí ưu tiên), cụ thể như sau:

Quy mô Khu vực	DN siêu nhỏ	DN nhỏ		DN vừa	
	Số lao động	Tổng nguồn vốn	Số lao động	Tổng nguồn vốn	Số lao động
I.Nông, lâm nghiệp và thủy sản	10 người trở xuống	20 tỷ đồng trở xuống	từ trên 10 người đến 200 người	từ trên 20 tỷ đồng đến 100 tỷ đồng	từ trên 200 người đến 300 người
II.Công nghiệp và xây dựng	10 người trở xuống	20 tỷ đồng trở xuống	từ trên 10 người đến 200 người	từ trên 20 tỷ đồng đến 100 tỷ đồng	từ trên 200 người đến 300 người
III.Thương mại và dịch vụ	10 người trở xuống	10 tỷ đồng trở xuống	từ trên 10 người đến 50 người	từ trên 10 tỷ đồng đến 50 tỷ đồng	từ trên 50 người đến 100 người

Nghị định này có hiệu lực thi hành kể từ ngày 20 tháng 8 năm 2009 và thay thế cho Nghị định 90/2001/NĐ-CP ngày 23 tháng 11 năm 2001 của Chính phủ về trợ giúp phát triển DNNVV.

2. Đặc điểm của các DNNVV của Việt Nam

2.1. Theo thành phần kinh tế

Các DNNVV của Việt Nam hầu hết là các doanh nghiệp ngoài quốc doanh. Do những đặc thù trong lịch sử để lại, các doanh nghiệp ngoài quốc doanh đi lên từ hộ gia đình quy mô rất nhỏ. Phát triển từ bối cảnh không được thừa nhận, nhiều khi còn bị phân biệt đối xử so với doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác, các doanh nghiệp dân doanh thường có đặc điểm là hoạt động chưa mang tính chuyên nghiệp.

Tính chất dân doanh ở các DNNVV là một điểm hạn chế mà đến khi hội nhập vào nền kinh tế thế giới mới lộ diện đó là sự thiếu minh bạch, làm ăn theo lối “*gia đình trị*” và nguyên tắc thuận tiện là các hiện tượng thường xảy ra. (Hội thảo DNNVV – *Vai trò, thách thức và triển vọng*, 2007).

Tính chất dân doanh còn thể hiện ở quy mô vốn của doanh nghiệp: xét về quy mô vốn của doanh nghiệp thì theo kết quả điều tra năm 2006 của Tổng cục Thống kê và Ngân hàng thế giới, số DNNVV có số vốn dưới 1 tỷ đồng chiếm tới 41,8% số doanh nghiệp. Đây là một con số không bình thường, thể hiện sự chênh lệch về năng lực tài chính giữa các DNNVV với các doanh nghiệp lớn và doanh nghiệp FDI ở Việt Nam là rất đáng kể. Trong lĩnh vực sản xuất công nghiệp nếu chia tỷ lệ bình quân thì một doanh nghiệp chỉ có 31 lao động, 4 tỷ đồng vốn. Nếu đem so sánh với các doanh nghiệp nhà nước thì con số này là 421 lao động và 167 tỷ đồng vốn và với doanh nghiệp FDI là 299 lao động và 134 tỷ đồng vốn.

Tính chất dân doanh gây ảnh hưởng đáng kể đến khả năng vay vốn thực hiện các hoạt động NC&TK cũng như đổi mới công nghệ của DNNVV, việc khó tiếp cận các dịch vụ ngân hàng do xuất phát từ chính bản thân các DNNVV, đó là sự lẫn lộn giữa tài sản cá nhân và tài sản pháp nhân hay sổ sách kế toán thiếu minh bạch khiến ngân hàng rất khó thẩm định năng lực thực sự của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, phương án sản xuất, kinh doanh và đổi mới công nghệ được doanh nghiệp xây dựng một cách sơ sài thiếu tính thuyết phục và quản lý doanh nghiệp mang nặng tính “*gia đình trị*” (Nguyễn Kim Anh, 2007).

2.2. Theo cơ cấu ngành nghề

Cơ cấu ngành nghề của các DNNVV bị chi phối bởi địa bàn hoạt động của doanh nghiệp. Hoạt động chủ yếu của các DNNVV ở các thành phố, các đô thị lớn là buôn bán và sản xuất công nghiệp, chế biến và tiểu thủ công nghiệp. DNNVV có thể sản xuất nhiều loại hàng hoá đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và các loại máy móc, thiết bị, công cụ, các linh kiện cần thiết cho các ngành công nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng và các ngành tiểu thủ công nghiệp. Ngoài ra, DNNVV đóng vai trò quan trọng trong sản xuất hàng tiêu dùng và những mặt hàng là đầu vào hỗ trợ cho các ngành công nghiệp lớn, đồng thời tạo môi trường cần thiết để nâng cao tính cạnh tranh trên toàn quốc.

Ở các vùng nông thôn, các DNNVV có những đóng góp đáng kể vào việc duy trì và phát triển các nghề thủ công truyền thống nhằm sản xuất các loại hàng hoá truyền thống. Các DNNVV là nơi tạo công ăn việc làm chủ yếu ở Việt Nam, đóng góp vào việc phát triển đồng đều giữa các vùng dân cư khác nhau bằng việc sản xuất ra các mặt hàng tiêu dùng tại địa phương hoặc cho mục đích xuất khẩu tạo điều kiện gia tăng sản xuất hàng hoá ở nông thôn cũng như các vùng đô thị hay phụ cận, các DNNVV đóng vai trò động lực trong việc tạo việc làm cho số lượng lớn lao động nhờ tập trung vào các lĩnh vực sản xuất sử dụng nhiều lao động xã hội.

2.2. Theo địa bàn hoạt động

Tại hai thành phố lớn là Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh, số lượng DNNVV chiếm đến 42,46% tổng số DNNVV của cả nước. Riêng tại thành phố HCM trong năm 2007 đã có hơn 18.500 doanh nghiệp mới thành lập với tổng vốn đăng ký là 160.000 tỷ đồng. Chỉ trong 4 tháng đầu năm 2008, số DNNVV thành lập mới tại thành phố HCM vẫn tiếp tục tăng mạnh với 6.400 doanh nghiệp và tổng vốn là 90.000 tỷ đồng, chiếm hơn 50% tổng vốn năm 2007.

Bảng số 1

Địa phương có trên 3.000 doanh nghiệp đăng ký kinh doanh giai đoạn 2000-2007

Số TT	Địa phương	Số lượng DN	Số vốn
1	Thành phố Hồ Chí Minh	82,591	267,033,251
2	Hà Nội	53,339	222,068,899
3	Hải Phòng	9,852	47,392,428
4	Đà Nẵng	6,625	16,015,373

5	Bình Dương	5,564	21,756,697
6	Đồng Nai	5,290	25,002,736
7	Khánh Hòa	3,962	11,010,388
8	Cần Thơ	3,720	8,905,958
9	Quảng Ninh	3,708	25,152,616

Nguồn: Cục Phát triển doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), 2008

Số DNNVV còn lại phân bố ở hầu khắp các địa phương. Trong số đó có rất nhiều DNNVV tập trung ở các làng nghề truyền thống như làng gốm sứ, may mặc, thêu thùa, làm đồ gỗ, trạm khảm, mây tre, ... Những doanh nghiệp này đã có đóng góp đáng kể vào việc duy trì và phát triển các ngành nghề thủ công truyền thống nhằm sản xuất ra các loại hàng hoá mang bản sắc văn hoá dân tộc.

2.3. Theo tiêu chí sử dụng công nghệ

Các DNNVV của Việt Nam hiện sử dụng công nghệ rất lạc hậu so với trình độ của thế giới, chỉ có 8% trong tổng số 10.994 DNNVV trong sản xuất công nghiệp tự xác định công nghệ của mình là tiên tiến, trên 50% doanh nghiệp xác định công nghệ đang sử dụng là trung bình, có 41.9% doanh nghiệp thừa nhận mình đang sử dụng công nghệ lạc hậu (Theo kết quả điều tra của Trung tâm hỗ trợ kỹ thuật DNNVV tại *Hội nghị khảo sát nhu cầu DNNVV của 30 tỉnh, thành phố phía Bắc*). Trong một khảo sát khác của VCCI cho biết chỉ có 12,28% trong tổng số 32.225 DNNVV khi được hỏi về các khó khăn trong hoạt động sản xuất và kinh doanh là có nhắc đến những khó khăn trong tiếp cận công nghệ mới.

Hiện trạng này là hệ quả tất yếu của quá trình đổi mới công nghệ chậm chạp trong các doanh nghiệp. Theo báo cáo của WB (2005) tỷ lệ đổi mới trang thiết bị trung bình hàng năm của Việt Nam chỉ vào khoảng 5-7% trong khi con số này của thế giới là vào khoảng 20%.

Bảng số 2: Trình độ công nghệ của các DNNVV ở Tp Hồ Chí Minh

Hình thức sở hữu	Rất hiện đại	Hiện đại	Không hiện đại
1. Doanh nghiệp nhà nước	11.4	53.1	35.5
2. Doanh nghiệp ngoài NN	6.7	27.0	66.3
2.1. Công ty TNHH và cổ phần	19.4	54.8	25.8
2.2. Tư nhân	30.0	30.3	50.0
2.3. Hợp tác xã	16.7	33.3	50.0

2.4. Khác	7.8	22.8	70.6
-----------	-----	------	------

Nguồn: *Vietnam Economices Reviews*, 2002

Theo các báo cáo điều tra từ các nguồn khác nhau, các DNNVV đầu tư đổi mới công nghệ ở mức thấp: chi phí đổi mới công nghệ chỉ chiếm khoảng 0,2 - 0,3% doanh thu, so với mức 5% ở Ấn Độ hay 10% ở Hàn Quốc. Tại thành phố Hồ Chí Minh, các doanh nghiệp ngoài quốc doanh của thành phố chỉ đầu tư khoảng 10 triệu USD/năm so với doanh nghiệp quốc doanh đầu tư khoảng 150 - 200 triệu USD và doanh nghiệp đầu tư nước ngoài 1.200 triệu USD /năm. Trong số công nghệ mới được áp dụng thì có tới 95% là công nghệ nhập khẩu từ nước ngoài.⁴

Sức cạnh tranh sản phẩm của doanh nghiệp thấp do đó khó tiếp cận được các thị trường, kể cả thị trường trong nước cũng như thị trường thế giới do những nguyên nhân như quy mô sản xuất nhỏ, chất lượng nguồn nhân lực thấp, chi phí sản xuất cao, kiểu dáng đơn điệu, chất lượng sản phẩm không cao và thiếu mạng lưới phân phối, tiếp thị chuyên nghiệp. Theo Báo cáo của VCCI thì có tới 25% nhóm hàng của DNNVV là cạnh tranh có điều kiện, còn lại 20% nhóm hàng có tính cạnh tranh yếu.

2.4. Theo tiêu chí liên kết với các doanh nghiệp lớn, các doanh nghiệp FDI

Hợp tác giữa các DNNVV với các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp FDI là rất kém. Các DNNVV thường hoạt động tách rời các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp tư nhân tách rời doanh nghiệp nhà nước và bản thân các doanh nghiệp này hoạt động tách rời nhau. Điều này ảnh hưởng không tốt tới khả năng phát triển của các doanh nghiệp trong tiến trình hội nhập.

Một trong những khó khăn hàng đầu của các DNNVV trong lĩnh vực công nghiệp là đầu ra cho sản phẩm còn quá hẹp, nguyên nhân được xác định là do nhận thức về sự liên kết giữa các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp FDI, giữa các DNNVV với nhau còn quá lỏng lẻo. Bên cạnh đó sự thiếu thông tin cũng khiến các DNNVV đánh mất nhiều cơ hội của mình.

⁴ Trong Báo cáo đánh giá năng lực công nghệ của DNNVV Việt Nam của Cục phát triển doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) năm 2008 cho rằng:

- Hầu hết DNNVV hiện đang sử dụng công nghệ lạc hậu từ 3 - 4 thế hệ so với thế giới;
- Năng lực nghiên cứu đổi mới công nghệ rất hạn chế;
- Chỉ có 0,1 doanh thu hàng năm được dành cho đổi mới công nghệ thiết bị (theo Điều tra 1.200 doanh nghiệp của GTZ);
- 80% DNNVV không có chiến lược đầu tư cho KH&CN.

Tại diễn đàn DNNVV tổ chức ngày 20/11/2008 tại Tp HCM đại diện VCCI - Ông Vũ Tiến Lộc cho rằng hiện nay khi thực hiện các dự án, các chương trình những doanh nghiệp lớn thường không tìm thấy các linh kiện, phụ tùng cần cho hoạt động sản xuất kinh doanh ở thị trường nội địa. Cho nên dù muốn hay không họ buộc phải nhập khẩu hoặc tự tìm đến với nhau chứ không tìm đến DNNVV. Điều này đã tự phát hình thành nên thị trường nội bộ của các doanh nghiệp lớn. Trường hợp đó cũng xảy ra với các doanh nghiệp FDI, các doanh nghiệp này thường tìm đến những nguyên liệu, phụ tùng của các cơ sở trong mạng lưới của chính tập đoàn đó đặt tại các nước khác để nhập vào Việt Nam.

Một trong những mục tiêu của Kế hoạch phát triển DNNVV giai đoạn 2006-2010 theo Quyết định số 236/2006/QĐ-TTg là khuyến khích DNNVV tham gia vào các chương trình liên kết ngành, liên kết vùng và phát triển công nghiệp phụ trợ. Để triển khai thực hiện Kế hoạch này Tuần lễ quốc gia DNNVV năm 2008 diễn ra từ ngày 17/11/2008 đến ngày 21/11/2008 tại Hà Nội và Tp Hồ Chí Minh đã tập trung vào 2 chủ đề là DNNVV Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu và định hướng DNNVV trong phát triển công nghiệp phụ trợ.

II. Một số yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh cho DNNVV trong bối cảnh hội nhập

1. Khái niệm cạnh tranh

Trong một thời gian dài ở Việt Nam, cạnh tranh được nhìn nhận dưới góc độ tiêu cực: cạnh tranh gắn liền với phá sản, cạnh tranh là tiêu diệt lẫn nhau, là “cá lớn nuốt cá bé”. Từ nhận thức không đầy đủ về cạnh tranh đã dẫn tới việc không thừa nhận cạnh tranh, tạo ra sự độc quyền trong nền kinh tế. Cho đến nay, việc hạn chế cạnh tranh, duy trì độc quyền đối với một bộ phận thuộc nhóm doanh nghiệp Nhà nước trong một số ngành, lĩnh vực vẫn còn nặng nề.

Trong điều kiện kinh tế thị trường, cần có nhận thức đúng về cạnh tranh, ý nghĩa của cạnh tranh và việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Cụ thể là cần có nhận thức mới về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Cạnh tranh là động lực cho phát triển của mỗi doanh nghiệp cũng như toàn bộ nền kinh tế. Cạnh tranh thúc đẩy các doanh nghiệp nâng cao năng lực sản xuất - kinh doanh (bao gồm năng lực tổ chức quản lý, trình độ công nghệ của sản xuất, trình độ tay nghề của các kỹ sư, công nhân...), nâng cao năng suất lao động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực. Bên cạnh

đó, cạnh tranh còn mang lại lợi ích cho người tiêu dùng vì được sử dụng hàng hoá với chất lượng tốt.

Cạnh tranh không chỉ nhằm “tiêu diệt lẫn nhau”, “cá lớn nuốt cá bé”. Thực tế cho thấy, trong điều kiện kinh tế thị trường, các doanh nghiệp với đủ loại quy mô từ lớn, vừa, nhỏ và siêu nhỏ vẫn có thể cùng tồn tại và phát triển. Mỗi loại quy mô đều tìm thấy chỗ đứng của mình. Các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ vẫn tìm thấy “*thị trường ngách*” để tồn tại và phát triển, một số doanh nghiệp loại này đã và đang vươn lên thành các doanh nghiệp lớn. Như vậy, cạnh tranh không phải chỉ có tranh giành mà cạnh tranh luôn đi với hợp tác, cạnh tranh trong sự bổ sung, hỗ trợ cho nhau. Với xu hướng hợp tác, liên kết trong chuỗi sản xuất - kinh doanh các sản phẩm hàng hoá và dịch vụ mang tính toàn cầu, các DN NVV có thể thực hiện một khâu trong dây chuyền sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp lớn, trở thành đại lý, gia công hay hợp đồng thực hiện một số khâu trong dây chuyền đó.

Để bảo đảm cho cạnh tranh luôn được duy trì và phát huy được mặt tích cực Nhà nước cần phải tạo lập môi trường cạnh lành mạnh, tức là cạnh tranh phải đúng luật. Điều đó đòi hỏi phải tăng cường vai trò của Nhà nước trong việc tạo lập khung pháp luật để duy trì và khuyến khích cũng như kiểm soát cạnh tranh.

2. Năng lực cạnh tranh

Năng lực cạnh tranh là kết quả tổng hợp của nhiều yếu tố và chịu tác động của nhiều nhân tố bên trong và bên ngoài doanh nghiệp.

Theo mô hình “*kim cương*” về năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp do GS. Michael Porter - Đại học Harvard (Hoa Kỳ) đề xuất, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp phụ thuộc vào 4 nhóm yếu tố chủ yếu sau: 1) Các điều kiện về cầu; 2) Các điều kiện về yếu tố của sản xuất; 3) Chiến lược phát triển doanh nghiệp, cơ cấu và đối thủ cạnh tranh; 4) Các ngành liên quan và sự hỗ trợ vĩ mô.

Như vậy, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trước hết thể hiện khả năng của doanh nghiệp về quản lý, tiếp thị, trình độ công nghệ, ... Tuy nhiên, năng lực cạnh tranh không đơn thuần chỉ là con số cộng gộp đơn các năng lực đơn lẻ đó, mà còn là sự phù hợp của năng lực bên trong với nhu cầu thị trường và với điều kiện bên ngoài.

Do vậy, để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, bên cạnh việc nâng cao năng lực bên trong doanh nghiệp thì cũng cần tạo lập môi trường bên ngoài để doanh nghiệp hoạt động thuận lợi và quan trọng hơn là tạo động lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Nâng cao năng lực cạnh tranh là vấn đề sống còn đối với doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế. Hội nhập kinh tế quốc tế làm cho áp lực cạnh tranh tăng lên rất lớn. Các doanh nghiệp không chỉ phải cạnh tranh với hàng hoá từ bên ngoài, với các nhà đầu tư từ bên ngoài mà trên chính thị trường nội địa, giữa các doanh nghiệp với nhau. Trong bối cảnh đó, nếu không cạnh tranh được, doanh nghiệp sẽ bị phá sản.

Để nâng cao năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp đồng thời cũng đòi hỏi phải nâng cao năng lực quản lý, tiếp thị, nâng cao trình độ công nghệ của sản xuất, tay nghề của các kỹ sư, công nhân, ... Tất cả các yếu tố này không thể có được ngay trong “một sớm, một chiều” mà đây là quá trình đầu tư và tích lũy lâu dài. Ngoài ra, việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp không phải thực hiện một lần là xong mà đòi hỏi phải tiến hành thường xuyên, liên tục. Khi đạt được một mức độ nhất định về chất lượng hay mẫu mã sản phẩm, trình độ quản lý công nghệ, ... nếu doanh nghiệp hài lòng, tự mãn với kết quả đó thì cũng đồng nghĩa với việc bị loại ra khỏi cuộc chơi trong tương lai gần.

3. Mối quan hệ năng lực cạnh tranh doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh ngành và năng lực cạnh tranh quốc gia

Năng lực cạnh tranh được xem xét ở nhiều cấp độ khác nhau như năng lực cạnh tranh quốc gia, năng lực cạnh tranh doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh của sản phẩm và dịch vụ. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp thể hiện thực lực và lợi thế của doanh nghiệp so với đối thủ cạnh tranh trong việc thoả mãn tốt nhất các đòi hỏi của khách hàng để thu lợi ngày càng cao hơn. Như vậy, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trước hết phải được tạo ra từ thực lực của doanh nghiệp, năng lực này không chỉ đơn thuần được tính bằng các tiêu chí về sở hữu công nghệ, về vốn, về nhân lực mà còn là các tiêu chí về năng lực NC&TK, năng lực đổi mới, trình độ lao động, thị phần và tốc độ tăng trưởng thị phần của doanh nghiệp, năng lực tổ chức và quản trị doanh nghiệp. Trong đó, nhóm các tiêu chí sau, đặc biệt là các tiêu chí góp phần tạo nên giá trị gia tăng cho những sản phẩm và dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp như năng lực NC&TK hay năng lực đổi mới ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Ở từng doanh nghiệp, khả năng cạnh tranh của sản phẩm, hàng hoá là cơ sở tạo nên sức cạnh tranh của doanh nghiệp, của ngành và xét về tổng thể của nó góp phần tạo nên sức cạnh tranh của quốc gia, được biểu hiện tập trung ở 4 yếu tố bao gồm: giá cả, chất lượng, tổ chức tiêu thụ và uy tín của doanh nghiệp. Trên thực tế thì cấp độ cạnh tranh này thường được phân tích lồng ghép khi phân tích năng lực cạnh tranh của ngành hay doanh nghiệp.

Các yếu tố ảnh hưởng đến sức cạnh tranh sản phẩm/hàng hóa bao hàm các yếu tố thuộc phạm vi ngành hay doanh nghiệp và phạm vi quốc gia. Nhìn chung, các yếu tố ảnh hưởng tới sức cạnh tranh sản phẩm, hàng hóa có thể được tập hợp thành 4 nhóm cơ bản dưới đây (Báo cáo của Ủy ban Quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế, 2003):

- (1) Các yếu tố thuộc về lợi thế so sánh;
- (2) Các yếu tố thuộc về khả năng tăng trưởng kinh tế của đất nước;
- (3) Các yếu tố thuộc về môi trường kinh tế của doanh nghiệp;
- (4) Các yếu tố thuộc về hoạt động doanh nghiệp.

Ngoài các yếu tố về định tính nêu trên, để có thể lượng hoá mức độ cạnh tranh của sản phẩm/hàng hoá người ta thường sử dụng các chỉ số như: chỉ số so sánh hiển thị, hệ số khả năng cạnh tranh từ chất lượng và giá cả; mức độ bảo hộ hữu hiệu; chỉ số lợi thế so sánh dựa trên chi phí đầu vào, ...

Sức cạnh tranh của hàng hoá, sản phẩm chịu tác động của các yếu tố vĩ mô được thể hiện ở khả năng cạnh tranh quốc gia và các yếu tố vi mô là khả năng cạnh tranh của hàng hoá, sản phẩm trong một giai đoạn nhất định, cần kết hợp *phương pháp phân tích tĩnh* (mức độ cạnh tranh hiện tại) và *phương pháp phân tích động* (khả năng cạnh tranh trong tương lai). Điều này cũng có nghĩa là đánh giá sức cạnh tranh trong bối cảnh vận động của nền kinh tế trong nước, khu vực và thế giới, so sánh chúng với các sản phẩm cùng loại của các nước ở cùng thời điểm nhất định.

Trong khuôn khổ phạm vi đề tài này các nội dung phân tích sẽ tập trung vào xem xét các yếu tố liên quan đến hoạt động NC&TK đóng góp như thế nào vào việc nâng cao năng lực cạnh tranh của các DNNVV trong bối cảnh hội nhập.

4. Một số yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh cho DNNVV trong bối cảnh hội nhập⁵

Có nhiều quan điểm khác nhau về việc xác định các yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Một quan điểm phổ biến khi xem xét về khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp, đòi hỏi xem xét trên cơ sở 4 nhóm yếu tố cơ bản sau:

- (1) Chất lượng, khả năng cung ứng, mức độ chuyên môn hoá các đầu vào;
- (2) Công nghiệp và dịch vụ trợ giúp cho doanh nghiệp;
- (3) Nhu cầu đối với sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp đến yêu cầu của khách hàng về chất lượng của sản phẩm, dịch vụ;
- (4) Mức độ cạnh tranh trên lĩnh vực mà doanh nghiệp kinh doanh, vị thế của doanh nghiệp so với các doanh nghiệp tham gia cạnh tranh.

Nhóm yếu tố thứ nhất bao gồm các yếu tố liên quan đến chất lượng, khả năng cung ứng, mức độ chuyên môn hoá của các đầu vào của doanh nghiệp như: nguồn nhân lực; nguồn vốn; kết cấu hạ tầng kỹ thuật; hoạt động của bộ máy hành chính nhà nước; kết cấu hạ tầng về thông tin; các yếu tố về KH&CN; các nguồn tài nguyên thiên nhiên.

Nhóm yếu tố thứ hai liên quan tới công nghiệp và dịch vụ trợ giúp cho doanh nghiệp như cung ứng sản phẩm, dịch vụ có liên quan để doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả. Chẳng hạn như các dịch vụ vận tải, xây dựng, nhà ở hay các doanh nghiệp sản xuất các chi tiết lắp ráp thành một sản phẩm hoàn chỉnh như ô tô, xe máy, hay các sản phẩm điện tử.

⁵ Trong nghiên cứu của Tăng Thế Cường (2004) cho rằng về bản chất hội nhập kinh tế quốc tế được thể hiện chủ yếu ở một số mặt sau:

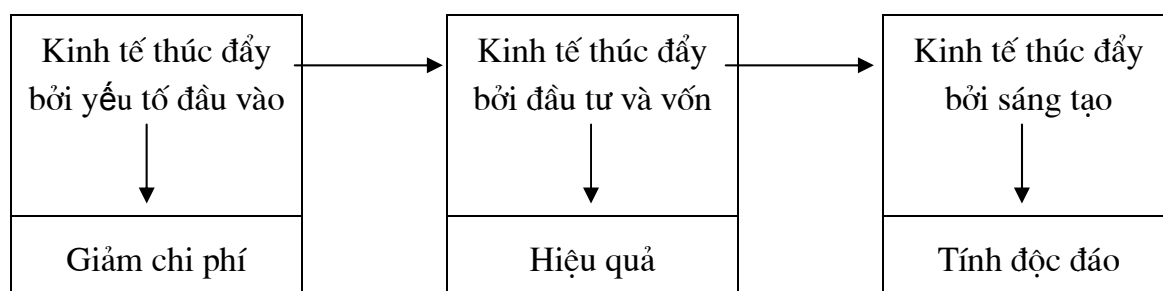
- Hội nhập kinh tế quốc tế là sự đan xen, gắn bó và phụ thuộc lẫn nhau giữa các nền kinh tế quốc gia và nền kinh tế thế giới. Nó là quá trình vừa hợp tác để phát triển đồng thời vừa là quá trình cạnh tranh phức tạp;
- Hội nhập kinh tế quốc tế là quá trình xóa bỏ từng bước và từng phần các rào cản về thương mại và đầu tư ở các quốc gia theo hướng tự do hóa kinh tế
- Hội nhập kinh tế quốc tế một mặt tạo điều kiện thuận lợi mới cho các doanh nghiệp trong sản xuất kinh doanh, mặt khác buộc các doanh nghiệp phải có những đổi mới để nâng cao sức cạnh tranh trên thương trường
- Hội nhập kinh tế quốc tế tạo thuận lợi cho việc thực hiện các công cuộc cải cách ở các quốc gia nhưng đồng thời cũng là yêu cầu, sức ép đối với các quốc gia trong việc đổi mới và hoàn thiện thể chế kinh tế, đặc biệt là các chính sách và phương thức quản lý vĩ mô
- Hội nhập kinh tế quốc tế chính là tạo dựng các nhân tố mới và điều kiện mới cho sự phát triển của từng quốc gia và cộng đồng quốc tế trên cơ sở trình độ phát triển ngày càng cao và hiện đại của lực lượng sản xuất
- Hội nhập kinh tế quốc tế chính là sự khơi thông các dòng chảy nguồn lực trong và ngoài nước, tạo điều kiện mở rộng thị trường, chuyên giao công nghệ và các kinh nghiệm quản lý.

Mỗi quốc gia có thể lựa chọn tham gia các hình thức thích hợp với điều kiện và định hướng phát triển của mình. Hơn nữa, mỗi quốc gia cần sử dụng đồng thời nhiều hình thức để khai thác tối đa các lợi thế, hạn chế thấp nhất các tác động trái chiều của hội nhập kinh tế quốc tế.

Nhóm yếu tố thứ ba liên quan đến nhu cầu đối với sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp, đến yêu cầu của khách hàng về chất lượng sản phẩm, dịch vụ mà doanh nghiệp sản xuất. Nhu cầu và sức mua có lớn không? thị trường hay cụ thể là khách hàng có đòi hỏi thay đổi sản phẩm thường xuyên không?

Nhóm yếu tố thứ tư liên quan đến mức độ cạnh tranh trên lĩnh vực mà doanh nghiệp kinh doanh, vị thế của doanh nghiệp so với các doanh nghiệp khác cùng tham gia cạnh tranh (về vốn, về công nghệ, hay nguồn nhân lực, ...). Trong đó, môi trường có tính cạnh tranh lành mạnh sẽ thúc đẩy doanh nghiệp nhiều hơn là một môi trường độc quyền.

Theo Michael Porter, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong mối tương quan với trình độ phát triển của nền kinh tế thể hiện ở doanh nghiệp theo 3 mức phát triển như sau:



Tuỳ thuộc vào từng trình độ phát triển, doanh nghiệp phải hướng/nỗ lực vào những yếu tố chính, đồng thời từng bước nâng trình độ phát triển lên mức cao hơn. Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp ngày nay không chỉ được quyết định ở khâu sản xuất ra sản phẩm mà phụ thuộc rất nhiều vào các khâu khác như tiêu thụ, khuyến mại, nghiên cứu thị trường, ...

Khi xem xét đến yếu tố cấu thành năng lực cạnh tranh bền vững cho cả quốc gia và doanh nghiệp, trong các tài liệu nghiên cứu của nhiều tổ chức quốc tế như (UNDP, WEF) có nhắc đến khái niệm “Lợi thế cạnh tranh động” của doanh nghiệp (*Dynamic Competitive Advantage*), vậy yếu tố nào sẽ đem lại lợi thế cạnh tranh động? đó chính là khả năng thực hiện cải tiến và đổi mới không ngừng của doanh nghiệp. Điều này cũng sẽ quyết định năng suất tổng hợp của một quốc gia phát triển không ngừng và theo đó là năng lực cạnh tranh động. Các quốc gia nếu chỉ dựa trên lợi thế so sánh tương đối (tĩnh) để có được vị thế cạnh tranh toàn cầu thì cần lưu ý vì các lợi thế về nhân công giá rẻ hay sở hữu một vài nguồn tài nguyên thiên nhiên, ... không có tính quyết định khi mà các nhân tố này được lưu chuyển

ngày càng dễ dàng hơn trong hoạt động kinh doanh quốc tế, các lợi thế này chỉ đem lại lợi thế cạnh tranh tĩnh cho quốc gia.

Yếu tố đưa năng suất của một doanh nghiệp hoặc năng suất tổng hợp của một nền kinh tế ngày càng cao, không gì khác hơn là hoạt động NC&TK trong lĩnh vực KH&CN. NC&TK đã được tập trung và đầu tư rất cao ở các nước phát triển và các nước công nghiệp mới (NICs), cụ thể Mỹ và Nhật Bản đã đầu tư cho hoạt động NC&TK lên tới 3% GDP, Pháp và Đức từ 2 - 3% GDP, Hàn Quốc 5% GDP, Singapore 1,1% GDP, các nước trong khu vực Châu Á đầu tư khoảng 2% GDP cho NC&TK, còn tại Việt Nam, ngân sách đầu tư cho NC&TK chỉ khoảng 0,4% GDP, phần chi tiêu cho NC&TK của các doanh nghiệp còn thấp hơn.⁶

Lý thuyết về nguồn lực của doanh nghiệp dựa vào tiền đề là các doanh nghiệp trong cùng một ngành thường sử dụng những chiến lược kinh doanh khác nhau. Hơn nữa, doanh nghiệp này không thể dễ dàng sao chép chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp khác vì chiến lược kinh doanh của một doanh nghiệp được xây dựng dựa vào chính nguồn lực của doanh nghiệp đó. Nguồn lực có thể trở thành năng lực động và tạo ra lợi thế cạnh tranh là những nguồn lực thoả mãn 4 đặc điểm sau: 1) có giá trị, 2) hiếm 3) khó thay thế 4) khó bị bắt chước, thường được gọi tắt là tiêu chí VRIN (*Valuable, Rare, Inimitable, Nonsubstitutable*) (Martin, 2000). Nguồn lực doanh nghiệp có thể ở dạng hữu hình (ví dụ như công nghệ sản xuất ra sản phẩm hoặc vô hình ví dụ như tri thức được tích lũy, nghệ thuật của người lãnh đạo doanh nghiệp, ... Nguồn lực vô hình này thường khó phát hiện và đánh giá nhưng chính chúng tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững và thoả mãn điều kiện VRIN nên còn được gọi là năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp.

Một số yếu tố tạo nên năng lực cạnh tranh động của doanh nghiệp thông thường bao gồm:

Nội hoá tri thức (knowledge internalization): là quá trình chuyển đổi dữ liệu và thông tin thành tri thức. Quá trình nội hóa tri thức trong mỗi doanh nghiệp được thực hiện thông qua việc thu thập, trao đổi, diễn giải nhiều dạng dữ liệu, thông tin và kinh nghiệm

⁶ Theo thống kê của Cục phát triển doanh nghiệp (Bộ Kế hoạch và Đầu tư) năm 2008, tỷ lệ doanh nghiệp Việt Nam thực hiện NC&TK không vượt quá 5%, các hoạt động NC&TK chủ yếu được thực hiện tại doanh nghiệp lớn.

khác nhau của các thành viên trong doanh nghiệp để biến chúng thành tri thức và sử dụng tri thức này để ra các quyết định kinh doanh.

Nhiều nghiên cứu đã cho thấy nội hoá tri thức doanh nghiệp tác động trực tiếp và gián tiếp vào kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Trong thời kỳ của công nghệ thông tin, đặc biệt là mạng thông tin toàn cầu, các doanh nghiệp có nhiều cơ hội để thu thập dữ liệu và thông tin kinh doanh một cách nhanh chóng và ít tốn kém. Tuy nhiên, không phải doanh nghiệp nào cũng hiểu biết và có khả năng nội hoá tri thức (chuyển đổi dữ liệu và thông tin thành kiến thức hữu ích cho việc ra quyết định kinh doanh (*hiếm*)). Hơn nữa, quá trình chuyển đổi tri thức không thể chuyển giao dễ dàng giữa các doanh nghiệp (*không thể bắt chước nhau*) và nó là một tài sản thuộc doanh nghiệp, quyết định đến việc thành công trong kinh doanh (*không thể thay thế được*), Vì vậy, nội hoá tri thức doanh nghiệp thoả mãn tiêu chí VRIN nên nó cũng là một yếu tố tạo nên năng lực động doanh nghiệp.

Đáp ứng thị trường (market responsiveness): Trên thực tế để tồn tại và phát triển, doanh nghiệp phải liên tục đáp ứng được với những thay đổi của thị trường, trong đó khách hàng và đối thủ cạnh tranh là hai yếu tố quan trọng. Đáp ứng thị trường bao gồm 3 thành phần chính sau:

Đáp ứng khách hàng: thể hiện sự đáp ứng của doanh nghiệp theo sự thay đổi về nhu cầu và mong muốn của khách hàng;

Phản ứng đối thủ cạnh tranh: thể hiện sự theo dõi các hoạt động kinh doanh của đối thủ cạnh tranh;

Thích ứng môi trường vĩ mô: theo dõi sự thay đổi của môi trường vĩ mô để nắm bắt các cơ hội và vượt qua các rào cản kinh doanh.

Lý thuyết về định hướng thị trường cũng chỉ ra rằng, đáp ứng với sự thay đổi của khách hàng và đối thủ cạnh tranh là điểm then chốt dẫn đến sự thành công của doanh nghiệp (*có giá trị*). Đáp ứng thị trường là một yếu tố văn hoá doanh nghiệp mà không phải tất cả doanh nghiệp đều có (*hiếm*) và mỗi doanh nghiệp dựa vào nguồn lực của mình có những cách thức đáp ứng thị trường khác nhau. Doanh nghiệp này không thể bắt chước doanh nghiệp khác được (*không dễ dàng bắt chước được*). Tuy nhiên, nếu không đáp ứng được sự thay đổi của thị trường thì doanh nghiệp sẽ bị đào thải (*không thể thay thế được*). Vì vậy,

tính đáp ứng thị trường thoả mãn các thuộc tính VRIN nên nó là một yếu tố của năng lực động doanh nghiệp.

Định hướng học hỏi (learning orientation)

Định hướng học hỏi doanh nghiệp cũng là một yếu tố thường được nghiên cứu. Định hướng học hỏi nói lên các hoạt động của tổ chức nhằm tạo ra tri thức và ứng dụng chúng trong hoạt động sản xuất kinh doanh để nâng cao lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Định hướng học hỏi bao gồm 3 thành phần chính:

Cam kết của doanh nghiệp với việc học hỏi của các thành viên: điều này phản ánh giá trị cơ bản của doanh nghiệp thông qua nỗ lực hình thành văn hoá học hỏi trong doanh nghiệp. Doanh nghiệp phải luôn quan niệm quá trình học hỏi của mỗi thành viên là một quá trình đầu tư và là một động lực tạo nên lợi thế cạnh tranh để doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

Chia sẻ tầm nhìn với các thành viên trong doanh nghiệp: các thành viên trong doanh nghiệp được lãnh đạo chia sẻ tầm nhìn và mục tiêu của doanh nghiệp và cùng nhau nỗ lực để đạt được chúng.

Định hướng kinh doanh (entrepreneurial orientation)

Định hướng kinh doanh của doanh nghiệp được tạo thành từ 5 yếu tố:

Tính độc lập: Khả năng hành động độc lập của cá nhân hoặc nhóm tạo ra ý tưởng mới cho doanh nghiệp và thực hiện thành công ý tưởng được đề ra.

Tính sáng tạo: khả năng của doanh nghiệp đề xuất quá trình sản xuất mới, sản phẩm mới hay là những ý tưởng mới để làm tăng lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp;

Tính mạo hiểm: các doanh nghiệp tham gia thị trường đều phải đương đầu với rủi ro, chấp nhận rủi ro thể hiện sự cam kết của nhà kinh doanh trong đầu tư một nguồn lực lớn trong các dự án kinh doanh có khả năng thu lợi cao.

Tính chủ động: là quá trình doanh nghiệp dự báo yêu cầu của thị trường (trong tương lai) và chủ động hành động đáp ứng với đòi hỏi này.

Tính tiến công trong cạnh tranh: khác với tính chủ động (chủ động hành động với cơ hội của thị trường), tính tiến công trong cạnh tranh nói lên tính kiên định tấn công đối thủ cạnh tranh (đồng hành với đối thủ cạnh tranh trong thị trường hiện tại).

Doanh nghiệp với định hướng kinh doanh cao luôn luôn theo dõi thị trường để phát hiện những cơ hội và khắc phục những rào cản kinh doanh, các doanh nghiệp này luôn chủ động và tiên phong trong đề xuất và thực hiện những ý tưởng, sản phẩm, quá trình sản xuất mới, dù là để đáp ứng cho môi trường bên trong và bên ngoài doanh nghiệp hay là để tạo ra lợi thế tiên phong. Định hướng kinh doanh là một yếu tố có giá trị, hiếm, không thể thay thế và không dễ dàng bắt chước được (thoả mãn tiêu chí VRIN), vì vậy định hướng kinh doanh là một yếu tố quan trọng để làm thay đổi năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Như vậy, các yếu tố vô hình tạo nên năng lực động của doanh nghiệp (thoả mãn tiêu chí VRIN) bao gồm: định hướng kinh doanh, định hướng học hỏi, đáp ứng thị trường, nội hoá tri thức.

III. Kết luận của Chương 1

1. Từ những phân tích trên đây cho thấy trong giai đoạn nền kinh tế Việt Nam hội nhập vào nền kinh tế thế giới, các DNNVV cần chú ý là để tạo nên lợi thế cạnh tranh bền vững đó là không những chỉ đầu tư vào các yếu tố hữu hình như công nghệ sản xuất và sản phẩm mà cần phải tập trung vào các yếu tố vô hình. Hơn nữa, các yếu tố vô hình sẽ là những yếu tố chính để tạo nên năng lực cạnh tranh động, hay nói cách khác là thoả mãn các tiêu chí VRIN.

2. Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp góp phần then chốt vào năng lực cạnh tranh quốc gia và cũng không chỉ dựa vào lợi thế cạnh tranh tĩnh trong dài hạn (nhân công rẻ và dồi dào, sở hữu một vài nguồn nguyên liệu, ...) mà chủ yếu dựa vào năng lực cạnh tranh động. Như vậy các doanh nghiệp Việt Nam cần đầu tư nhiều hơn cho NC&TK nhằm duy trì sự tồn tại và lợi thế cạnh tranh động trong dài hạn trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu.⁷

⁷ Để tạo sự chủ động cho các doanh nghiệp trong đầu tư nghiên cứu, đổi mới công nghệ, Bộ Khoa học và Công nghệ đang tiến hành xây dựng *Chương trình đổi mới công nghệ quốc gia*. Trọng tâm của Chương trình là nhằm nâng tỷ lệ doanh nghiệp có bộ phận NC&TK từ mức 1% lên mức 5%, Nhà nước sẽ không cấp tiền cho doanh nghiệp để “trang điểm”. Bởi chỉ có tự thân các doanh nghiệp đầu tư cho bộ phận NC&TK, có người giỏi và giữ được người giỏi mới mong phát triển bền vững. Doanh nghiệp có thể đi thuê nhưng trong doanh nghiệp phải có người giỏi để “ra đề” cho các đơn vị nghiên cứu. Doanh nghiệp cũng phải có nhân lực để tiếp nhận, vận hành công nghệ đặt hàng nghiên cứu.

Hoạt động NC&TK là một khâu then chốt trong việc giúp doanh nghiệp tạo ra sản phẩm mới, mang tính cạnh tranh. Gần đây người ta nói nhiều đến chiến lược “*Tập trung để khác biệt*” và coi đó như là chìa khoá thành công của doanh nghiệp. Rất tiếc điều đó ở doanh nghiệp Việt Nam chưa được coi trọng. Họ đa phần chỉ tập trung vào những sản phẩm mà thị trường đã làm và chỉ lo để “copy”. Theo thống kê không chính thức có tới 90% doanh nghiệp Việt không có bộ phận NC&TK trong cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp.

3. Việc nâng cao năng lực cạnh tranh cho DNNVV cần được thực hiện đồng bộ nhiều khâu, nhiều yếu tố, tuy nhiên cần chú trọng tập trung vào khâu then chốt, có tính quyết định.

Trong cơ chế thị trường, để nâng cao năng lực cạnh tranh cần nâng cao năng suất, chất lượng và hiệu quả. Điều này đòi hỏi nỗ lực rất lớn trên mọi mặt của doanh nghiệp: từ đổi mới công nghệ, đổi mới tổ chức, nâng cao tay nghề cho người lao động, nâng cao năng lực quản lý, có chiến lược marketing tốt, ... Tuy nhiên, tất cả các yếu tố đó đều không nằm ngoài vấn đề nâng cao năng lực của con người trong doanh nghiệp. Do đó, đầu tư vào con người, đào tạo đội ngũ nhân viên và quản lý là những khâu trung tâm trong chiến lược nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp bảo đảm tính vững chắc, tức là có thể duy trì khả năng lâu dài và liên tục cả trong hiện tại và tương lai. Để đảm bảo tính vững chắc, việc nâng cao năng lực cạnh tranh cần dựa trên lợi thế so sánh động, có giá trị gia tăng cao, không nên phụ thuộc quá lớn vào lợi thế lao động rẻ, tài nguyên sẵn có.

Nâng cao năng lực cạnh tranh không chỉ là nhiệm vụ của mỗi doanh nghiệp mà là nhiệm vụ quan trọng của tất cả các cơ quan chính quyền và của toàn xã hội, là một trong những giải pháp quan trọng nhất để thực hiện thành công sự nghiệp công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

Theo Báo cáo của Bộ Thương mại và Công nghiệp Anh (DTI) năm 2006 từ kết quả khảo sát tình hình đầu tư NC&TK của 2.050 công ty trên toàn thế giới cho thấy 82% các khoản đầu tư cho NC&TK thuộc về các tập đoàn lớn tại các quốc gia phát triển như Mỹ, Đức, Pháp và Anh. Năm nay, khảo sát cũng cho thấy thiết bị công nghệ, được phẩm và công nghệ thông tin là những ngành được đầu tư cho NC&TK nhiều nhất.

Chương 2

MỐI QUAN HỆ GIỮA HOẠT ĐỘNG NC&TK VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DNNVV TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP

I. Những vấn đề chung

1. Khái niệm hoạt động NC&TK

Trong tài liệu hướng dẫn FRASCATI 2002 (OECD)⁸ có giải thích NC&TK là hoạt động sáng tạo được thực hiện một cách hệ thống để tăng cường vốn tri thức, bao gồm tri thức về con người, văn hoá, xã hội và sử dụng vốn tri thức này để tìm ra các ứng dụng mới. Thuật ngữ NC&TK bao gồm 3 loại hoạt động: nghiên cứu cơ bản, nghiên cứu ứng dụng và triển khai thực nghiệm. Trong đó *nghiên cứu cơ bản* là công việc được thực nghiệm hoặc lý thuyết được thực hiện chủ yếu để nhận được tri thức mới về nền tảng nằm bên dưới hiện tượng hoặc sự việc quan sát được, không nhằm vào bất kỳ một ứng dụng hoặc sử dụng cụ thể nào. *Nghiên cứu ứng dụng* cũng là hoạt động nghiên cứu ban đầu để nhận được các tri thức mới, nhưng chủ yếu nhằm vào một mục đích hoặc mục tiêu thực tế cụ thể. *Triển khai thực nghiệm* là hoạt động mang tính hệ thống, dựa vào tri thức hiện có, được tiếp thu từ công việc mang tính nghiên cứu và/hoặc kinh nghiệm thực tiễn, nhằm tạo ra các vật liệu, sản phẩm và thiết bị mới, lập ra các quy trình, hệ thống và dịch vụ mới, hoặc cải tiến đáng kể những thứ đã được sản xuất hoặc lập ra. NC&TK bao gồm cả NC&TK chính thức do các đơn vị NC&TK thực hiện lẫn NC&TK phi chính thức hoặc xảy ra không thường xuyên ở các đơn vị khác.

2. Đặc điểm của hoạt động NC&TK trong DNNVV ở Việt Nam

Theo *Báo cáo đổi mới công nghệ tại các doanh nghiệp công nghiệp Việt Nam* (Viện Quản lý kinh tế trung ương, 2005), các doanh nghiệp thuộc diện điều tra cho thấy họ thường tiến hành một hoặc một số hoạt động NC&TK tùy vào khả năng tài chính và tình hình sản xuất kinh doanh của đơn vị mình như sau:

(1) Nghiên cứu cải tiến các quy trình sản xuất hiện có. Việc cải tiến các quy trình sản xuất bao gồm: cải tiến về công nghệ, cải tiến về máy móc, về phương pháp sản xuất, thay thế

⁸ Viện Chiến lược và Chính sách KH&CN (2004) *Khuyến nghị tiêu chuẩn thực tiễn cho điều tra NC&TK*-Tài liệu hướng dẫn FRASCATI 2002 của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD)-NXB Lao Động.

nguyên vật liệu, ... đây là những hoạt động nghiên cứu có tỷ lệ doanh nghiệp tiến hành nhiều nhất. Điều này có thể được giải thích là do đầu tư cho hoạt động nghiên cứu cải tiến quy trình sản xuất hiện có ít tốn kém hơn so với việc đầu tư mới máy móc thiết bị, dây chuyền công nghệ, trong khi vẫn có đóng góp tích cực trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm, nâng cao năng suất, sản xuất ra các sản phẩm cải tiến hoặc/và sản phẩm mới.

Ngoài ra một lý do khiến số liệu thống kê về hoạt động này cao hơn so với các hoạt động khác là do một số doanh nghiệp quan niệm rằng bất cứ sự can thiệp nào đó dù lớn hay nhỏ vào máy móc thiết bị, vào quy trình công nghệ hiện có trong doanh nghiệp cũng được coi là nghiên cứu cải tiến, ngay cả việc thay thế một vài chi tiết rất nhỏ, đôi khi có tác động không đáng kể đến hiệu quả sản xuất kinh doanh, cũng được coi là hoạt động cải tiến. Thực tế này thường diễn ra ở các doanh nghiệp tư nhân có quy mô sản xuất nhỏ.

(2) Nghiên cứu cải tiến sản phẩm và thiết kế đưa ra sản phẩm mới:

Loại hoạt động có tỷ lệ doanh nghiệp tiến hành cao tiếp theo là nghiên cứu cải tiến sản phẩm và thiết kế đưa ra sản phẩm mới. Việc thường xuyên tiến hành cải tiến sản phẩm và đưa ra sản phẩm mới là một yêu cầu khách quan đối với các doanh nghiệp, đặc biệt các doanh nghiệp sản xuất hàng tiêu dùng như vải, hàng may mặc, hoá mỹ phẩm, sơn, ... nhằm đa dạng hoá sản phẩm, đáp ứng nhu cầu của khách hàng theo sự thay đổi của các yếu tố ngoại cảnh như môi trường, thời tiết, thời trang, ... Đây chính là lý do các doanh nghiệp thường xuyên tiến hành các hoạt động này.

(3) Nghiên cứu áp dụng các quy trình sản xuất mới

Một số doanh nghiệp việc nghiên cứu áp dụng các quy trình sản xuất mới thường được thực hiện với tính chất là mở rộng sản xuất kinh doanh nhiều hơn là đổi mới công nghệ. Có nghĩa là việc đầu tư mới các dây chuyền công nghệ ở doanh nghiệp hoặc nhằm nâng cao sản lượng của sản phẩm hiện có, hoặc phát triển các sản phẩm mới có thể cùng chủng loại với các sản phẩm hiện thời và cũng có thể là một mặt hàng hoàn toàn khác. Ít có sự áp dụng các quy trình sản xuất mới theo kiểu thay thế hoàn toàn các trang thiết bị, máy móc, dây chuyền công nghệ hiện có vì điều này đòi hỏi doanh nghiệp phải có vốn đầu tư rất lớn.

(4) Nghiên cứu và triển khai

NC&TK là hoạt động ít được doanh nghiệp tiến hành nhất nhằm đổi mới công nghệ của sản xuất. Điều này phản ánh năng lực NC&TK của các doanh nghiệp còn hạn chế. Về lý thuyết, hoạt động NC&TK được các doanh nghiệp thực hiện bao gồm nghiên cứu nhằm đổi mới sản phẩm/quy trình sản xuất; hay nghiên cứu để tạo ra công nghệ sản xuất sản phẩm hoặc nâng cấp công nghệ, quy trình sản xuất nhập ngoại cho phù hợp với điều kiện cụ thể. Tuy nhiên, trên thực tế hiện nay các doanh nghiệp tiến hành NC&TK đa phần phục vụ mục đích ứng dụng, vận hành công nghệ hơn là đổi mới công nghệ.

Kết quả của một cuộc điều tra khác trong khuôn khổ của *Đề án đánh giá tiềm lực KH&CN tỉnh Vĩnh Phúc* do Viện Chiến lược và Chính sách KH&CN thực hiện năm 2008 cũng cho những đánh giá tương tự. Điều đó được thể hiện khi yêu cầu các doanh nghiệp liệt kê các hoạt động NC&TK và đổi mới do doanh nghiệp đã thực hiện từ năm 2004 đến nay bao gồm: NC&TK, thiết kế sản phẩm mới, cải tiến sản phẩm đang có, thiết kế/áp dụng quy trình công nghệ mới, cải tiến quy trình công nghệ đang có. Kết quả thu được như sau.

Bảng số 3:

Tỷ lệ các hoạt động NC&TK và đổi mới công nghệ do doanh nghiệp thực hiện

Hoạt động	Tỷ lệ doanh nghiệp thực hiện (%)
Cải tiến sản phẩm đang có	98
Cải tiến quy trình công nghệ đang có	85
Thiết kế sản phẩm mới	45
Thiết kế/áp dụng quy trình công nghệ mới	30
NC&TK	8,5

Trong một nghiên cứu về chính sách đổi mới (Nguyễn Mạnh Quân, 2006) khi so sánh giữa hoạt động NC&TK chuyên môn hoá và hoạt động đổi mới đã cho rằng đổi mới có thể xem là một sự mở rộng phạm vi và ranh giới của khái niệm NC&TK và KH&CN theo kiểu truyền thống đi từ NC&TK → Thiết kế → Chế tạo → Sản xuất → Thương mại hoá → Trao đổi và tiêu dùng sản phẩm và dịch vụ mới.

Trong một nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động NC&TK của các doanh nghiệp lớn, các tổng công ty nhà nước (Hoàng Văn Tuyên, 2007) đã cụ thể hoá các hoạt động mà doanh nghiệp có thể tiến hành khi kể đến các hoạt động NC&TK đó là:

- Nghiên cứu cơ bản (tạo ra các lý thuyết) để mở rộng tri thức về các quá trình cơ bản có liên quan đến những gì doanh nghiệp sản xuất, nghiên cứu chiến lược (theo nghĩa là nghiên cứu phù hợp với ngành sản xuất của mình nhưng không có ứng dụng cụ thể) nhằm mở rộng phạm vi các dự án ứng dụng;
- Nghiên cứu ứng dụng (tạo ra các nguyên lý ứng dụng) nhằm cho ra những sáng chế cụ thể hoặc những cải tiến đối với các kỹ thuật hiện có;
- Triển khai: giai đoạn này gồm thiết kế mẫu, triển khai và thử nghiệm, nghiên cứu tiếp để cải tiến thiết kế hoặc chức năng kỹ thuật.

Ngoài các hoạt động NC&TK nêu trên, trong điều kiện của các doanh nghiệp ở Việt Nam hiện nay, đề tài còn quan tâm tới các hoạt động như:

- Các nghiên cứu nhằm làm chủ, cải tiến và phát triển công nghệ trong sản xuất.
- Các hoạt động nghiên cứu nhằm cải tiến về kết cấu, chất lượng và mẫu mã của sản phẩm.

II. Mối quan hệ giữa hoạt động NC&TK và năng lực cạnh tranh của DNNVV trong bối cảnh hội nhập

1. Vai trò của tổ chức hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp

NC&TK gắn bó mật thiết với việc tạo ra những sản phẩm và những công nghệ sản xuất mới có tác dụng trực tiếp đến tốc độ tăng trưởng của quốc gia và sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Các nguồn đầu tư cho NC&TK là từ nhà nước, doanh nghiệp và tài trợ bên ngoài. Ở những quốc gia phát triển, bình quân tỷ lệ đầu tư cho NC&TK từ ngân sách nhà nước so với khu vực ngoài nhà nước là khoảng 1:4, còn Việt Nam thì tỷ lệ này ước khoảng 5:1, nghĩa là hoạt động NC&TK ở Việt Nam hiện vẫn do Nhà nước đầu tư là chính.

Bảng số 4: Nguồn kinh phí thực hiện NC&TK ở một số quốc gia

	Chính phủ	Ngành c/nghiệp	Khác
Mỹ	9,1	68,9	22,1
Canada	28,7	61,2	10,1
Thụy Điển	3,5	74,1	22,4
Đức	31,3	36,7	26,7
Nga	24,5	69,9	5,6
Ba Lan	40,7	27,4	31,9
Hungary	31,3	36,7	26,7
Nhật Bản	9,3	75	15,8
Hàn Quốc	12,6	76,1	11,3
Trung Quốc	11,9	68,6	19,5

Trong mỗi doanh nghiệp, bộ phận NC&TK là một bộ phận không thể thiếu được, chúng có thể được tổ chức dưới hình thức cứng (cơ cấu cứng) như có phòng kỹ thuật, phòng công nghệ hay phòng NC&TK hay được tổ chức dưới hình thức “mềm” như có các dự án, chương trình nghiên cứu trong doanh nghiệp có sự phối hợp với các viện nghiên cứu, các trường đại học kỹ thuật. Dù được tổ chức dưới hình thức nào thì số người làm việc trong bộ phận NC&TK ở mỗi doanh nghiệp luôn là những kỹ sư và kỹ thuật viên tinh nhuệ nhất. Họ không chỉ là người có trình độ chuyên môn kỹ thuật cao, được đào tạo cơ bản mà họ còn là những người có khả năng kinh doanh và marketing rất tốt, đây cũng chính là điểm khác khi so sánh với các cán bộ nghiên cứu trong các viện nghiên cứu, các trường đại học.

Bên cạnh đó, xét về cơ cấu phân bổ đầu tư thì trong số các tổ chức trực thuộc doanh nghiệp thì phòng kỹ thuật là nơi có đội ngũ cán bộ tinh nhuệ nhất và là nơi được cấp nhiều nguồn kinh phí nhất so với các bộ phận khác. Nguồn kinh phí này không ngừng tăng qua các

năm hoạt động của doanh nghiệp. Có thể dẫn ra đây một ví dụ, theo số liệu công bố chính thức năm 1995 của Ericsson, kinh phí dành cho NC&TK của hãng này hằng năm dao động quanh con số 2,7 tỷ đô la Mỹ, gần bằng toàn bộ kinh phí NC&TK của Singapore (khoảng 3 tỷ đô la Mỹ) và bằng khoảng trên 50 lần tổng kinh phí mà ngân sách của Nhà nước ta đã dành cho toàn bộ hoạt động KH&CN trong đó có NC&TK.⁹

Trong nghiên cứu của Hoàng Văn Tuyên (2007) cho rằng hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp có 4 vai trò sau:

- Tăng cường năng lực công nghệ cho doanh nghiệp;
- Tăng vị thế của doanh nghiệp;
- Tăng cường hoạt động xuất khẩu cho doanh nghiệp;
- Tăng trưởng và phát triển cho doanh nghiệp.

Ở nhiều doanh nghiệp do đặc thù về quy mô doanh nghiệp, hoạt động NC&TK không có bộ phận chuyên trách đảm nhiệm mà thường được lồng vào một trong các bộ phận của doanh nghiệp như bộ phận sản xuất, hay bộ phận bán hàng, ... tuy nhiên việc quan tâm tới hoạt động này là luôn luôn được đặt ra trong chiến lược phát triển của doanh nghiệp.

2. Nội dung và định hướng hoạt động NC&TK nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho DNNVV trong bối cảnh hội nhập

Đối với quá trình đổi mới công nghệ của sản xuất, doanh nghiệp có thể phát sinh nhu cầu thực hiện NC&TK nhằm tìm kiếm ý tưởng đổi mới hoặc tìm kiếm giải pháp cho những vấn đề phát sinh khi thực hiện đổi mới. Có nhiều khả năng, doanh nghiệp có thể tự tiến hành NC&TK và doanh nghiệp cũng có thể thuê bên ngoài làm cho mình. Các doanh nghiệp cũng có thể đặt hàng các cơ quan (viện nghiên cứu, trường đại học,...) thực hiện NC&TK theo nhu cầu của doanh nghiệp. Trong thực tế thì hoạt động NC&TK được coi là cần thiết đối với các doanh nghiệp, đầu tư của Nhà nước cho NC&TK thường gây khoan ngại về sự lãng phí, cả vấn đề hiệu quả và thực tế. (Nguyễn Võ Hưng, 2003)

Hiện nay, theo nhiều đánh giá khác nhau đều cho rằng hoạt động NC&TK ở các DNVVN nước ta rất yếu. Đánh giá của VCCI qua kết quả điều tra trong năm 2003 cho thấy, gần một nửa số doanh nghiệp hiện nay chưa có bộ phận NC&TK để xúc tiến xuất khẩu (VietnamNet, ngày 6/10/2003). Ngoài ra, các doanh nghiệp nói chung và DNVVN nói riêng

⁹ Vũ Cao Đàm, 2007, *Suy nghĩ về khoa học và giáo dục trong xã hội đương đại Việt Nam*, NXB Khoa học và Kỹ thuật.

còn thụ động, không chịu liên kết hay tìm đến các tổ chức NC&TK. Mối liên kết giữa khu vực các tổ chức NC&TK với các nhà sản xuất, các doanh nghiệp ở nước ta hiện nay là rất yếu. Sự liên kết giữa các khu vực còn yếu do nhiều nguyên nhân, nhưng trong đó có sự yếu kém hay chưa phát triển của hình thức dịch vụ tư vấn hỗ trợ, môi giới công nghệ.

Các hình thức tư vấn, dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp phát triển mạnh ở các nước phát triển. Các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp ở nước ta nói chung không được thừa nhận một cách chính thức về tầm quan trọng của nó. Các văn bản pháp quy, hệ thống thống kê quốc gia không nhấn mạnh vào hình thức này. Điều quan trọng ở đây là nước ta hiện còn thiếu các dịch vụ tư vấn công nghệ để giúp các doanh nghiệp đổi mới công nghệ để thúc đẩy thị trường KH&CN và nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp.¹⁰ (Nguyễn Danh Sơn, 2003)

Tư vấn là yếu tố hạ tầng không trực tiếp tạo ra công nghệ nhưng có vai trò xúc tiến, hướng dẫn quan trọng. Dịch vụ tư vấn phát triển sẽ góp phần tạo ra môi trường lành mạnh cho các hoạt động sản xuất - kinh doanh, đầu tư và phát triển công nghệ. Ở nước ta, các hoạt động hỗ trợ kỹ thuật, tư vấn phát triển, chuyển giao công nghệ chỉ phát triển mạnh ở những nơi có các chương trình hợp tác quốc tế. Khi có dự án quốc tế, do đòi hỏi về yêu cầu của phía bạn nên hình thức dịch vụ, tư vấn kỹ thuật, công nghệ là không thể bỏ qua. Hơn nữa, trong các trường hợp này họ có điều kiện, khả năng kinh phí thực hiện.

Về dịch vụ hỗ trợ kinh doanh, trong khi ngành dịch vụ hỗ trợ cũng đòi hỏi trình độ cao của lực lượng lao động như nhiều ngành kinh tế khác thì mức thuế cao đã ép các công ty dịch vụ phải tồn tại và phát triển thông qua thu chi phí cao đối với khách hàng, tuy nhiên điều này đã dẫn đến tình trạng chất lượng không tương xứng với giá cả. Do vậy, mặc dù các doanh nghiệp rất coi trọng nhưng việc sử dụng dịch vụ từ bên ngoài là không thường xuyên và thông thường các doanh nghiệp thường tự tiến hành lấy.

Các dịch vụ kỹ thuật liên quan đến hoạt động sản xuất thường xuyên của doanh nghiệp (dịch vụ bảo dưỡng, duy trì, sửa chữa nhỏ các máy móc, thiết bị) thường được các doanh nghiệp tự tiến hành. Đối với các doanh nghiệp nhà nước, họ có đội ngũ cán bộ kỹ thuật được đào tạo chính quy, bài bản hơn các doanh nghiệp ngoài quốc doanh. Hơn nữa, các doanh nghiệp nhà nước thường có những hợp đồng ký kết với một tổ chức NC&TK để thực hiện tư vấn kỹ thuật phức tạp. Các doanh nghiệp tư nhân chỉ áp dụng theo cách mời cán bộ kỹ thuật ở các công ty lớn, thông qua các thoả thuận cá nhân trong các vấn đề về kỹ thuật. (Tăng Thế Cường, 2002).

Các DNVTN tư nhân do quy mô sản xuất nhỏ, thiếu chiến lược kinh doanh dài hạn nên họ không nghiên cứu tình hình thị trường sản phẩm. Các doanh nghiệp loại này hoạt động linh hoạt theo kiểu “đáp ứng thị trường”. Một số doanh nghiệp tư nhân quy mô nhỏ cho

¹⁰ Theo kết quả điều tra nghiên cứu khảo sát về thị trường KH&CN thuộc chương trình của UNDP&CIEM, 2003.

ràng, không cần một chiến lược kinh doanh dài hạn, vẫn có thể thay đổi lĩnh vực sản xuất kinh doanh nếu thấy cần thiết. Các doanh nghiệp nhà nước thường có các hoạt động đào tạo cán bộ, công nhân đáp ứng yêu cầu của sản xuất tốt hơn ở khu vực tư nhân. Các DNVVN tư nhân thường không có kế hoạch đào tạo cán bộ phục vụ yêu cầu sản xuất của doanh nghiệp trong tương lai, điều này một phần cũng do doanh nghiệp không có định hướng kinh doanh lâu dài. Hình thức đào tạo cán bộ ở các DNVVN khu vực tư nhân thường được thực hiện thông qua hình thức truyền nghề, truyền kinh nghiệm cho nhau.

Vai trò của các hình thức dịch vụ hỗ trợ xưa nay bị xem nhẹ là một trong những yếu tố làm khó khăn cho đổi mới công nghệ ở các DNVVN. Hiện nay, do nhiều lý do mà các hình thức hỗ trợ, các hoạt động dịch vụ ở nước ta chưa được phát triển, nhưng các nhóm hoạt động dịch vụ sau đây đang là nhu cầu của các doanh nghiệp nói chung và DNVVN nói riêng:

1. Thông tin công nghệ, quản lý công nghệ và chuyển giao công nghệ
2. Lắp ráp thiết kế thiết bị, dịch vụ bảo hành, bảo dưỡng
3. Quản lý môi trường, xây dựng và quản lý dự án môi trường, tư vấn ISO
4. Nghiên cứu thị trường, nguồn cung cấp vốn
5. Kế toán doanh nghiệp
6. Dịch vụ ngân hàng, xuất nhập khẩu
7. Thiết kế mẫu mã phù hợp thị trường, tiếp thị và quảng cáo
8. Dịch vụ thương mại điện tử
9. Dịch vụ tư vấn pháp lý
10. Dịch vụ bảo hiểm và khắc phục sự cố.

Về đánh giá mức độ ảnh hưởng của những yếu tố hạn chế hoạt động đổi mới sản phẩm, quy trình công nghệ của doanh nghiệp, được thể hiện qua kết quả của cuộc điều tra trình độ và năng lực công nghệ trong một số ngành kinh tế - kỹ thuật của Việt Nam. Trong bảng, thang điểm được thống nhất như sau: 1: không quan trọng; 2: ít có ý nghĩa; 3: có ý nghĩa; 4: rất có ý nghĩa; 5: có tính chất quyết định. Những điểm số trong bảng là điểm số trung bình qua kết quả điều tra các doanh nghiệp năm 1997 trong mỗi nhóm ngành.

Bảng số 5: Đánh giá mức độ ảnh hưởng của những yếu tố hạn chế hoạt động đổi mới sản phẩm, quy trình công nghệ của doanh nghiệp

Các yếu tố ảnh hưởng	Mức độ ảnh hưởng				
	ĐTư- THọc- VThông	Chế biến thủy sản	Chế biến cà phê	Xây dựng	Cơ khí nông nghiệp
A. Những yếu tố thuộc về doanh nghiệp					
Thiếu nhân lực có đủ trình độ chuyên môn	2,7	3,5	2,3	2,4	2,5

Thiếu thông tin công nghệ	2,7	3,6	3,3	2,4	3,5
Thiếu các dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật bên ngoài	2,3	3,1	3,1	2,6	3,5
Thiếu cơ hội hợp tác với tổ chức KH&CN bên ngoài	2,6	3,1	3,5	2,5	3,2
Khó giám sát được chi phí cho đổi mới	1,8	1,8	1,9	2,1	2,2
Tư tưởng bảo thủ, sợ đổi mới của DN	2,1	1,6	1,9	1,8	1,2
B. Những yếu tố khác					
Khó tiếp cận với các nguồn thông tin patent	1,9	3,1	-	2,5	2,7
Sợ rủi ro và phí tiền cho đổi mới	1,9	2,0	2,3	2,5	2,3
Thiếu nguồn tài trợ thích hợp	3,1	3,7	4,1	3,5	4,9
Thời gian hoàn vốn cho đổi mới quá dài	3,0	3,1	3,1	3,1	3,7
Thiếu cơ hội tiếp xúc công nghệ mới	2,2	3,3	3,4	2,6	3,4
Sợ các đổi mới dễ bị sao chép	2,4	-	-	1,8	2,3
Môi trường luật pháp không thuận lợi	3,2	2,9	3,6	2,6	2,6
Các tiêu chuẩn quy định không thích hợp	2,1	2,4	-	2,2	2,6
Chế độ thuế không khích lệ đổi mới	4,0	3,4	4,0	2,7	3,4
Tâm lý chuộng hàng ngoại của khách hàng	3,1	1,1	-	2,4	3,1

Nguồn: Báo cáo kết quả điều tra trình độ và năng lực công nghệ trong một số ngành kinh tế kỹ thuật của Việt Nam (NISTPASS, 1998).

Tóm lại, có thể thấy rõ trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay các DNVTN Việt Nam còn khó khăn về nhiều mặt, đặc biệt về công nghệ; trình độ quản lý và nhân lực; vốn đầu tư cho đổi mới công nghệ; thông tin công nghệ, thị trường và cả các dịch vụ hỗ trợ.

Từ nghiên cứu kinh nghiệm quốc tế cho thấy dù được tổ chức dưới hình thức nào thì bộ phận NC&TK trong mỗi doanh nghiệp có nhiệm vụ chính là nghiên cứu để tạo ra những sản phẩm mới, những sản phẩm mang tính cạnh tranh nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường và thực hiện chiến lược phát triển của doanh nghiệp. Tuy nhiên, cũng chính vì sự “áp đặt” nhiệm vụ khá hạn hẹp này mà nhiều phòng NC&TK của doanh nghiệp, đặc biệt trong trường hợp của các doanh nghiệp có quy mô vừa và nhỏ chưa làm hết chức năng cần có của một đơn vị NC&TK theo đúng nghĩa, dẫn đến doanh nghiệp bị hạn chế, bó hẹp trong khuôn khổ sản phẩm truyền thống, gây lãng phí tài nguyên và các nguồn lực khác của doanh nghiệp.

Trên thế giới, chức năng NC&TK trong doanh nghiệp không chỉ giới hạn ở việc cho ra đời sản phẩm mới. Một bộ phận NC&TK chuyên nghiệp trong một doanh nghiệp thường “mở rộng” đồng thời một hay nhiều hoạt động dưới đây:

(i) *NC&TK sản phẩm (product R&D)*: đây là chức năng NC&TK thuần túy về mặt sản phẩm nhằm cho ra đời những sản phẩm có thiết kế, chất liệu, đặc tính, công dụng mới. Chẳng hạn, nghiên cứu sản phẩm loại nước mắm làm từ cá hồi, sản phẩm bột nêm làm từ rong biển, hay trà thảo mộc đóng chai, ... Doanh nghiệp thực hiện các hoạt động NC&TK này thường chú trọng nhiều đến công thức sản phẩm, thành phần, cấu tạo, màu sắc, hương vị, chất liệu, kiểu dáng của sản phẩm, ... Ngoài ra, hoạt động NC&TK sản phẩm còn bao gồm cả việc nghiên cứu để cải tiến, nâng cao chất lượng sản phẩm doanh nghiệp hiện có.

(ii) *NC&TK bao bì (packaging R&D)*: ngoài việc NC&TK sản phẩm mới, đối với một số doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh các loại hàng tiêu dùng nhanh, bộ phận NC&TK còn có chức năng nghiên cứu, ứng dụng các loại chất liệu bao bì mới (khác với thiết kế kiểu dáng, màu sắc, trang trí, in ấn bao bì - công việc thường do bộ phận marketing đảm nhiệm). Chẳng hạn một doanh nghiệp trong ngành nước giải khát tung ra các sản phẩm trà xanh đóng chai, được chiết rót ở nhiệt độ cao, buộc phải có một loại chai nhựa làm bằng chất liệu chịu nhiệt mà không bị biến dạng, không độc hại. Bộ phận NC&TK của doanh nghiệp phải nghiên cứu để sản xuất một loại chất liệu phù hợp với chi phí hợp lý nhất cho sản phẩm mới này. Còn phần kiểu dáng sản phẩm, nhãn mác, việc trang trí gian hàng trưng bày đẹp, bắt mắt là do bộ phận tiếp thị đảm nhiệm. Đôi khi, việc NC&TK bao bì còn nghiên cứu luôn cả các kiểu dáng đặc biệt của bao bì (ví dụ hộp sữa có hình chóp, ...) cũng như cách thức đóng gói bao bì tối ưu.

Việc nghiên cứu bao bì đóng gói sản phẩm đóng vai trò rất lớn vào thành công trong việc tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp. Trên thực tế nhiều khi, chỉ cần thay đổi chất liệu bao bì, trong khi vẫn giữ nguyên thành phần, chất lượng, số lượng sản phẩm bên trong, mức tiêu thụ sản phẩm đã có thể tăng lên nhiều lần. Bao bì cho các sản phẩm mì ăn liền ở Việt Nam hiện nay là một ví dụ trong trường hợp này. Khi chuyển từ bao bì giấy sang bao bì nhựa, các sản phẩm mì gói của doanh nghiệp Việt Nam, vốn được định vị là bình dân, đã có thể cạnh tranh ngang ngửa với các sản phẩm của nước ngoài, mặc dù chất lượng bên trong chưa thay đổi nhiều.

(iii) *NC&TK công nghệ (technology R&D)*: hoạt động nghiên cứu, tìm kiếm công nghệ sản xuất, chế biến tối ưu để cho ra đời sản phẩm (cả cũ lẫn mới) với chất lượng và giá thành tối ưu cũng là một trong những chức năng quan trọng của bộ phận NC&TK. Ví dụ,

công nghệ lên men tự nhiên khác với công nghệ thủy phân bằng axit trong sản xuất nước tương, hay công nghệ sản xuất bia tươi khác với bia “luộc”, công nghệ pha chế hương liệu trong doanh nghiệp ngành chế biến thực phẩm, ...

NC&TK công nghệ bao gồm cả hoạt động “tinh báo công nghệ” nghiên cứu bí quyết công nghệ của đối thủ để bắt chước hoặc phát triển công nghệ mới cho mình.

(iv) *NC&TK quy trình (process R&D)*: Bản chất của chức năng này là nghiên cứu, tìm kiếm các quá trình sản xuất, chế biến, lắp ráp, vận hành, phối hợp, ... tối ưu, được thể hiện bằng các quy trình cụ thể mang tính ứng dụng cao, đem lại hiệu suất và hiệu quả thiết thực cho doanh nghiệp. Diễn hình cho hoạt động này là việc nghiên cứu để cải tiến, phát triển các quy trình sản xuất (đối với sản phẩm), quy trình phục vụ (đối với dịch vụ), quy trình vận hành (đối với máy móc), ... Hoạt động này có thể được xem là hoạt động NC&TK “phần mềm” của sản phẩm, khác với “phần cứng” là chất liệu, công thức, bao bì sản phẩm, công nghệ sản xuất, chế biến, ... Trên thực tế công tác NC&TK “phần mềm” này thường bị xem nhẹ hoặc bỏ qua, trong khi hiệu quả mang lại có khi còn cao hơn cả “phần cứng”. Đặc biệt, đối với các loại hình dịch vụ, việc nghiên cứu, phát triển các quy trình phục vụ mang ý nghĩa hết sức quan trọng, nếu không muốn nói là có tính quyết định trong sự thành công hay thất bại của loại hình dịch vụ đó.

Ngoài ra, để thực hiện tốt nhiệm vụ của mình, bộ phận NC&TK trong doanh nghiệp không thể không chú trọng đến một quy trình thật khoa học, thật hợp lý cho hoạt động NC&TK, thường được đặt cho một tên gọi rất rõ ràng là “quy trình NC&TK”. Quy trình này quy định trình tự các bước thực hiện trong hoạt động NC&TK, mô tả sự phối hợp giữa các bộ phận NC&TK với các bộ phận khác trong doanh nghiệp như marketing, sản xuất, kiểm soát chất lượng, tài chính, ... từ việc tiếp nhận yêu cầu, nghiên cứu, phân tích, sản xuất thử, đến sản xuất hàng loạt.

Như vậy hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp không chỉ giới hạn trong khuôn khổ thuần túy và cứng nhắc vào mục tiêu đưa ra sản phẩm hoặc dịch vụ mới. Với cách hiểu này,

chức năng của một phòng NC&TK sẽ được mở rộng, tạo điều kiện cho việc mở rộng phạm vi NC&TK để nhờ đó doanh nghiệp tận dụng được nguồn lực và tiết kiệm chi phí¹¹.

Trong tất cả chức năng kinh doanh của doanh nghiệp, việc đầu tư vào NC&TK thường thu được những kết quả ngoạn mục nhất, cụ thể:

- Chiến lược đổi mới sản phẩm: chiến lược này được các doanh nghiệp thực hiện nhằm phát triển toàn bộ sản phẩm mới trước các đối thủ cạnh tranh. Nó đòi hỏi nhiều kỹ năng NC&TK nhất. Trước hết, các doanh nghiệp loại này phải có khả năng thực hiện nghiên cứu cơ bản, khai thác những kết quả nghiên cứu từ phòng thí nghiệm để triển khai tạo ra những sản phẩm mới.
- Chiến lược phát triển sản phẩm: mục tiêu của chiến lược này là cải thiện chất lượng hoặc đặc tính của những sản phẩm doanh nghiệp hiện có. Với chiến lược này, doanh nghiệp không nhất thiết phải tiến hành NC&TK cơ bản vì mục tiêu của chiến lược không nhằm tung ra một sản phẩm hoàn toàn mới, mà chỉ cải thiện sản phẩm hiện có với nhu cầu đã được biết. Tuy nhiên, cần lưu ý để không bị coi là một công ty bất chước khi theo đuổi chiến lược này.
- Chiến lược đổi mới quy trình: doanh nghiệp áp dụng chiến lược này để hoàn thiện các quy trình chế tạo sản phẩm với mục đích giảm chi phí sản xuất hoặc nâng cao chất lượng sản phẩm cho doanh nghiệp. Ở đây, doanh nghiệp cũng không nhất thiết phải tiến hành NC&TK cơ bản giống như chiến lược nêu

¹¹ Trong bài viết về *Những đặc điểm trong R&D của các doanh nghiệp Nhật Bản* cho rằng hoạt động R&D ở các DNNVV có nhiều khác biệt so với các doanh nghiệp lớn về nội dung hoạt động R&D, về thời hạn và chi phí cho nghiên cứu và về tổ chức hoạt động, cụ thể:

- *Về nội dung hoạt động R&D*: các doanh nghiệp lớn chủ yếu thực hiện các nghiên cứu cơ bản, phát triển sản phẩm và công nghệ mới, nghiên cứu công nghệ tổng hợp, hoàn thiện các phương pháp sản xuất. Còn các DNNVV chủ yếu thực hiện các nghiên cứu áp dụng, chỉ phát triển một vài loại sản phẩm mới nhỏ, hoàn thiện các sản phẩm và phương pháp sản xuất hiện đang lưu hành. Trên thực tế, khoảng $\frac{3}{4}$ số doanh nghiệp lớn ở Nhật Bản tiến hành các nghiên cứu cơ bản, trong khi đó chỉ có $\frac{1}{5}$ các DNNVV tiến hành loại hình nghiên cứu này. Đại bộ phận các DNNVV tập trung vào nghiên cứu cải thiện giá trị sử dụng và chất lượng sản phẩm, hoàn thiện trang bị và công nghệ hiện có ở doanh nghiệp.
- *Về thời hạn và chi phí cho nghiên cứu*: thời hạn tiến hành các đề tài nghiên cứu và chi phí nghiên cứu ở các DNNVV ngắn và ít hơn rất nhiều so với ở các doanh nghiệp lớn. Số đề tài nghiên cứu với thời hạn dưới 1 năm phần lớn ($\frac{2}{3}$) là do các DNNVV thực hiện, $\frac{1}{3}$ còn lại do doanh nghiệp lớn đảm nhiệm. Ngược lại, với loại đề tài có thời hạn nghiên cứu trên 5 năm do các DNNVV chủ trì chỉ chiếm tỷ trọng rất khiêm tốn (11%). Các DNNVV là chủ đầu tư của 58% số dự án có giá trị dưới 5 triệu yên, 9% số dự án có giá trị trên 100 triệu yên. Con số tương ứng đối với các doanh nghiệp lớn ở Nhật Bản là 16% và 37%.
- *Về tổ chức hoạt động R&D*: 90% số doanh nghiệp lớn có bộ phận chuyên trách quản lý hoạt động R&D, so với 40% ở các DNNVV.

trên. Động cơ thúc đẩy đổi mới quá trình hoàn toàn khác với động cơ thúc đẩy cải tiến hoặc phát triển sản phẩm. Nếu trong hai trường hợp sau, việc mở rộng thị trường là mục tiêu, thì ở trường hợp đầu tiên giảm chi phí sản xuất hoặc tăng chất lượng sản phẩm lại là mục tiêu chính.

Ngoài ra, những chiến lược NC&TK trong doanh nghiệp còn phụ thuộc nhiều vào các giai đoạn trong vòng đời hoặc chu kỳ sống của công nghệ để có thể xác định phương thức phát triển và đổi mới một cách phù hợp. Những khả năng đặc biệt tạo ưu thế cạnh tranh cho doanh nghiệp thường do sự kết hợp mật thiết giữa chiến lược và các kỹ năng NC&TK như: kỹ năng hợp nhất NC&TK với khâu tiếp thị, khâu sản xuất, kỹ năng thiết kế và phát triển nguyên mẫu sản phẩm trong tiến trình sản xuất.

3. Một số giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của DNNVV trong bối cảnh hội nhập

a. Nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm

Về nguyên tắc, mọi sản phẩm bất kỳ chỉ có thể tồn tại trên thị trường khi có cầu về sản phẩm đó. Muốn sản phẩm tiêu thụ được, doanh nghiệp phải nghiên cứu thị trường để đưa ra những sản phẩm mà người tiêu dùng ưa chuộng, ở đây cần lưu ý:

Thứ nhất, ngày nay các sản phẩm nói chung có vòng đời tương đối ngắn, kể cả các vật phẩm tiêu dùng có tính lâu bền như các đồ dùng làm từ gỗ, thiết bị điện tử, phương tiện đi lại, ... Người tiêu dùng luôn đòi hỏi sản phẩm phải có thêm nhiều chức năng mới, hình dáng, mẫu mã đẹp hơn và thay đổi theo thị hiếu, mức thu nhập, điều kiện sống, ... Do đó, doanh nghiệp phải có sản phẩm mới để cung cấp, cũng như phải thường xuyên cải tiến sản phẩm cũ cho phù hợp với yêu cầu mới của người tiêu dùng. Để làm được, doanh nghiệp phải chi phí nhiều tiền của, thời gian và công sức để nắm bắt xu hướng thay đổi nhu cầu của thị trường. Công đoạn này trong doanh nghiệp thường được gọi là giai đoạn thiết kế và nó cũng góp phần tạo ra nhiều giá trị gia tăng cho doanh nghiệp. Ngày nay, ở các nước lạc hậu, khả năng thiết kế còn ở trình độ thấp, các doanh nghiệp có thể mua, thuê bản quyền thiết kế của các doanh nghiệp tiên tiến hơn theo các hình thức chuyển giao công nghệ hoặc gia công. Để góp phần tạo nên sức cạnh tranh cho sản phẩm, việc mua bản quyền thiết kế có lợi hơn thuê, nhất là khi doanh nghiệp có khả năng cải tiến thiết kế đó để mang lại bản sắc riêng có của

doanh nghiệp. Những sáng tạo thêm sẽ tạo cho sản phẩm của doanh nghiệp một thị trường độc quyền nhờ tính khác biệt của sản phẩm.

Thứ hai là áp dụng các công nghệ phù hợp, vừa bảo đảm tạo ra các sản phẩm có chất lượng đáp ứng nhu cầu của thị trường, vừa có chi phí sản xuất thấp. Cách thức để doanh nghiệp có thể làm chủ loại công nghệ đó là: (1) Doanh nghiệp luôn là đơn vị đi đầu trong nghiên cứu, phát minh công nghệ của ngành. Muốn vậy, doanh nghiệp phải có các cơ sở nghiên cứu mạnh về thiết bị, về nhân lực có trình độ phát minh cao và triển khai nghiên cứu hiệu quả. Hoạt động phát minh đòi hỏi chi phí tốn kém và có độ rủi ro cao nên các doanh nghiệp có quy mô lớn và tiềm lực tài chính mạnh mới có tính khả thi cao; (2) Doanh nghiệp có khả năng nhận chuyển giao công nghệ từ các doanh nghiệp khác, từ viện nghiên cứu, trường đại học và cải tiến để nó trở thành công nghệ đứng đầu. Đây là con đường thích hợp với mọi loại hình doanh nghiệp. Tuy nhiên, để chuyển giao công nghệ hiệu quả, doanh nghiệp phải có kinh nghiệm và kỹ năng hoạt động trên thị trường công nghệ thế giới, có đội ngũ người lao động sáng tạo và có môi trường hoạt động khuyến khích sáng tạo.

Thứ ba là cách thức bao gói sản phẩm thuận tiện và khả năng giao hàng linh hoạt, đúng hạn. Trong môi trường cạnh tranh hiện đại, mức độ tiện lợi trong mua, bảo quản, sử dụng sản phẩm trở thành tiêu chuẩn rất quan trọng để người tiêu dùng lựa chọn sản phẩm của doanh nghiệp. Vì thế, nghiên cứu tìm ra quy mô bao gói thuận tiện trong quá trình sử dụng, tìm ra cách thức bao gói không những đáp ứng yêu cầu vệ sinh mà còn có giá trị thẩm mỹ cao, phù hợp với thị hiếu của khách hàng. Ngoài ra, trong xã hội hiện đại, thời gian là vốn quý của người tiêu dùng, nếu được thỏa mãn đúng lúc thì lợi ích thu được từ sản phẩm sẽ lớn hơn, sức hấp dẫn của sản phẩm tăng lên. Ngày nay, các doanh nghiệp đều tìm các phương thức giao hàng tiện lợi, thoải mái, tốn ít thời gian và đặc biệt là đúng hẹn cho sản phẩm của mình. Thương mại điện tử, hệ thống giao hàng tại nhà theo đặt hàng điện thoại, thiết lập mạng lưới tiêu thụ hiệu quả, ... là những cách thức giúp doanh nghiệp phục vụ và giữ khách hàng hiệu quả.

b. Mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm

Thị trường tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp phụ thuộc trước hết vào sức cạnh tranh của sản phẩm. Nếu sản phẩm của doanh nghiệp có chất lượng cao hơn, giá cả thấp hơn, dịch vụ bán hàng tiện lợi hơn so với các đối thủ khác thì doanh nghiệp sẽ giành được thị

phần xứng đáng. Tuy nhiên, trong đời sống xã hội, khách hàng có thể thích mua hàng hóa ở cửa hàng gần nhà, thích tiêu dùng sản phẩm mà họ đã trải nghiệm là phù hợp, tiêu dùng loại sản phẩm mà họ hiểu biết nhiều, hoặc ưu tiên mua hàng ở các cửa hàng sang trọng, ... Để tiêu thụ hết số lượng sản phẩm tối ưu của mình, các doanh nghiệp phải tìm cách tận dụng các sở thích tiêu dùng của khách hàng thông qua hoạt động chiếm lĩnh các điểm bán hàng tối ưu, thông qua quảng cáo sản phẩm đến nhiều người tiêu dùng nhất, giới thiệu sản phẩm để khách hàng dùng thử, đa dạng hóa chất lượng, mẫu mã, giá cả sản phẩm và chi phí bán hàng để tận dụng hết các phân đoạn thị trường. Ngoài ra, doanh nghiệp còn kết hợp với các doanh nghiệp khác thông qua hệ thống đại lý, liên doanh, mở chi nhánh, văn phòng đại diện ở những nơi có nhu cầu để mở rộng tối đa thị phần cho sản phẩm của mình.

c. Tăng năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trên các phương diện tài chính, công nghệ, nhân lực, quản lý

Sức cạnh tranh của doanh nghiệp do chính sức mạnh về tài chính, công nghệ, nhân lực và khả năng quyết sách đúng, linh hoạt của doanh nghiệp quy định. Ngày nay, sức mạnh tài chính của doanh nghiệp không chỉ do tiềm lực tài chính của chủ sở hữu doanh nghiệp quy định mà ở mức độ lớn hơn, do uy tín của doanh nghiệp đối với các tổ chức tài chính, ngân hàng quy định. Nếu có uy tín, doanh nghiệp có thể tìm kiếm các nguồn tài chính lớn tài trợ cho các dự án hiệu quả của mình. Nếu không có uy tín, để vay được vốn, doanh nghiệp phải đáp ứng các điều kiện khắt khe, hoặc huy động được ít, hoặc lãi suất huy động cao. Trên thị trường tài chính, uy tín của doanh nghiệp do quy mô tài sản, do truyền thống làm ăn đúng đắn và hiệu quả, do các quan hệ đối tác lành mạnh, ... quy định. Để nâng cao năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp phải xây dựng chiến lược sản xuất kinh doanh chân chính, hiệu quả, lâu dài và luôn giữ gìn uy tín doanh nghiệp như tài sản vô giá của doanh nghiệp.

Để có đội ngũ người lao động có tay nghề cao, doanh nghiệp phải có chiến lược đào tạo và giữ người tài. Trong xã hội hiện đại đào tạo nguồn nhân lực, nhà nước và người lao động có vai trò quyết định. Để nâng cao năng suất lao động và tạo điều kiện cho người lao động sáng tạo mỗi doanh nghiệp phải có chiến lược đào tạo nghiệp vụ chuyên sâu, phù hợp với yêu cầu của mình. Do đó, chương trình đào tạo, kế hoạch đào tạo hiệu quả chính là một trong những phương thức mà doanh nghiệp sử dụng để nâng cao năng lực cạnh tranh. Đồng

thời, doanh nghiệp cần chú trọng xây dựng chính sách đãi ngộ như chính sách lương, thưởng hợp lý để giữ ổn định lực lượng lao động của mình, nhất là những lao động giỏi.

Về phần công nghệ, nếu doanh nghiệp giữ bản quyền sáng chế hoặc có bí quyết riêng thì thị trường sản phẩm của doanh nghiệp sẽ có tính độc quyền hợp pháp. Do đó, năng lực nghiên cứu phát minh và các phương thức giữ gìn bí quyết là yếu tố quan trọng tăng khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp. Ngày nay, các doanh nghiệp đều có xu hướng thành lập các phòng thí nghiệm, nghiên cứu ngay tại doanh nghiệp; đề ra các chính sách hấp dẫn để thu hút người tài làm việc cho doanh nghiệp. Ngoài ra, doanh nghiệp tạo môi trường thuận lợi cho từng người lao động phát huy sáng kiến cá nhân trong công việc của họ.

Ngày nay, thị trường cán bộ quản lý cao cấp đã hình thành, nhưng số cán bộ quản lý giỏi có tình trạng cung ít hơn cầu. Vì thế, bản thân doanh nghiệp phải tự tìm kiếm và đào tạo cán bộ quản lý cho chính mình. Muốn có được đội ngũ cán bộ quản lý tài giỏi và trung thành, ngoài yếu tố chính sách đãi ngộ, doanh nghiệp phải định hình rõ triết lý dùng người, phải trao quyền chủ động cho cán bộ và phải thiết lập được cơ cấu tổ chức đủ độ linh hoạt, thích nghi cao với sự thay đổi. Tổng hợp các năng lực tài chính, nhân sự và công nghệ là tỷ lệ và quy mô sinh lợi của doanh nghiệp. Nếu cả hai tiêu chí tỷ suất và khối lượng lợi nhuận đều khả quan thì doanh nghiệp có thêm sức mạnh tiềm tàng để hạ giá, chia sẻ lợi nhuận cho đối tác, đầu tư cho nghiên cứu, tiếp thị, ... và sẽ gián tiếp làm tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

III. Kết luận của Chương 2

Như vậy, cạnh tranh là một tất yếu khách quan. Xét về ích lợi mang lại, cạnh tranh là động lực buộc doanh nghiệp phải nỗ lực tìm kiếm sản phẩm phù hợp với thị hiếu người tiêu dùng, phải tìm ra cách thức sản xuất có chi phí hợp lý được xã hội chấp nhận. Xét về thách thức, cạnh tranh là một áp lực mà doanh nghiệp, nếu không có đủ sức mạnh vượt qua, thì sẽ phải gánh chịu các hậu quả như mất chỗ đứng trên thương trường, hàng hóa ế đọng, thua lỗ, mất vốn, thậm chí có thể phá sản. Trong bối cảnh hội nhập vào nền kinh tế thế giới hiện nay, năng lực cạnh tranh chính là điều kiện đầu tiên để doanh nghiệp tồn tại và phát triển.

Chính vì lẽ đó, các DNNVV Việt Nam phải xây dựng chiến lược cạnh tranh của mình trên cơ sở lợi thế cạnh tranh xét ở quy mô thị trường thế giới. Sản xuất sản phẩm gì, tập trung chuyên môn hóa vào khâu nào để bảo đảm chất lượng và giảm chi phí. Các doanh

ngành phải xử lý những vấn đề này phù hợp với đặc thù hoạt động sản xuất kinh doanh của mình. Tuy nhiên trên thực tế, DNNVV Việt Nam trừ sản xuất hay kinh doanh các sản phẩm có tính đặc sản, còn lại đối với các sản phẩm khác hiện đứng ở khoảng cách rất xa so các doanh nghiệp thế giới về kỹ thuật và chất lượng sản phẩm. Vì vậy, chiến lược phát triển doanh nghiệp chỉ nên lựa chọn một trong hai cách: Chuyên môn hóa sản phẩm hẹp trong mạng sản xuất toàn cầu của các công ty đa quốc gia; Liên doanh, liên kết để sử dụng ưu thế của doanh nghiệp khác. Nếu tự mình làm mọi việc và đi từ đầu thì làm cho quãng đường đuổi kịp đối thủ cạnh tranh sẽ càng dài thêm. Do đó, nên thu hút vốn đầu tư nước ngoài vào tất cả các lĩnh vực Việt Nam có lợi thế cạnh tranh. Song lợi thế cạnh tranh của một đất nước cũng như của một doanh nghiệp có tính biến động rất lớn theo đà phát triển của tiến bộ khoa học - kỹ thuật, công nghệ và của nhu cầu tiêu dùng. Chính vì thế, DNNVV Việt Nam cần phát hiện, khai thác mọi lợi thế so sánh để đẩy nhanh tăng trưởng kinh tế.

Lợi ích khác mà cạnh tranh đem đến đó là thông qua tăng cường năng lực cạnh tranh để tổ chức lại các doanh nghiệp trong nền kinh tế. Trong tương quan thị trường, một doanh nghiệp tăng trưởng mạnh hơn thì sẽ lấy mất thị trường đã có hoặc sẽ có của doanh nghiệp khác. Nhờ đó, các doanh nghiệp có cách tổ chức mới, hiệu quả sẽ được thiết lập trên thị trường, các doanh nghiệp không thể thay đổi buộc phải rút khỏi thị trường làm cho nền kinh tế liên tục tiến về mục tiêu ngày càng hiệu quả hơn.

Việc nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp, về cơ bản phụ thuộc vào chiến lược của từng doanh nghiệp cụ thể. Trong thực trạng của DNNVV hiện nay có một số điểm chung cần lưu ý như: Để nâng cao năng lực cạnh tranh, doanh nghiệp Việt Nam phải nâng cao năng suất lao động, tăng thu nhập cho công nhân, đồng thời giảm chi phí lương trong sản phẩm. Đặc biệt, cần có chiến lược thu hút và sử dụng nhân tài làm việc trong công ty. Có đội ngũ cán bộ quản lý đầy năng lực, tích cực, năng động và tận tụy là lợi thế so sánh lớn nhất của doanh nghiệp trong cạnh tranh.

DNNVV cần chủ động mở cửa liên doanh, liên kết với doanh nghiệp khác, kể cả doanh nghiệp nước ngoài. Kinh nghiệm của các doanh nghiệp thành công thế giới cho thấy: không có doanh nghiệp nào đủ sức bao trùm mọi thế mạnh của ngành. Đợi chờ sự tích tụ năng lực trong từng doanh nghiệp ngày nay thì rất chậm. Tăng quy mô sản xuất bằng vốn vay cũng chỉ giải quyết được những lợi thế hạn hẹp của một doanh nghiệp, còn liên doanh,

liên kết, thậm chí sát nhập để trở thành các tập đoàn kinh tế lớn sẽ ngay lập tức hội tụ được các lợi thế mà từng doanh nghiệp đã tích lũy được theo những con đường khác nhau. Trong nền kinh tế thị trường hiện đại, các doanh nghiệp còn cần đến cả những liên kết xã hội mang tính ngành nghề nhằm hỗ trợ nhau về mặt tổ chức và pháp lý trong môi trường cạnh tranh quốc tế.

Chương 3

NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP TẠI NHÓM DNNVV CƠ KHÍ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH VĨNH PHÚC

I. Một số mô hình tổ chức hoạt động NC&TK trong DNNVV ở Việt Nam

NC&TK là một bộ phận hợp thành của doanh nghiệp nên nó phải được xây dựng dựa trên chiến lược phát triển của doanh nghiệp để có được chiến lược nghiên cứu. Riêng đối với DNNVV, chiến lược nghiên cứu đầu tiên là làm thế nào để loại bỏ các nghiên cứu không có thể mạnh, không có cơ hội hay chưa hấp dẫn mà tập trung vào các vấn đề thiết thực, đem lại lợi nhuận cao và có lợi thế so sánh. Điều đặc biệt là tổ chức và hoạt động NC&TK trong các DNNVV phải phù hợp với điều kiện hoạt động của họ. Đây chính là một trong những nhân tố quyết định sự thành công của doanh nghiệp

Những phân tích dưới đây được rút ra từ việc xử lý bộ phiếu điều tra DNNVV thuộc 3 loại hình doanh nghiệp là doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp tư nhân và doanh nghiệp FDI tại tỉnh Vĩnh Phúc¹².

Tổ chức hoạt động NC&TK trong DNNVV thường ở một trong các dạng sau:

1. Phòng chuyên trách về NC&TK

Các phòng chuyên trách này có thể mang các tên gọi khác nhau như phòng NC&TK, phòng kỹ thuật, phòng quản lý khoa học, phòng thử nghiệm hay phòng kiểm tra chất lượng sản phẩm (KCS), ... (sau đây gọi chung là phòng NC&TK). Về vị trí, một mặt phòng NC&TK mang tính tổ chức độc lập tương đối, mặt khác phòng NC&TK này có mối liên kết chặt chẽ với các bộ phận còn lại trong doanh nghiệp.

¹² Đề án đánh giá tiềm lực KH&CN tỉnh Vĩnh Phúc giai đoạn 2004-2008, do Viện Chiến lược và Chính sách KH&CN chủ trì thực hiện trong năm 2008 đã tiến hành điều tra hiện trạng và đánh giá tiềm lực KH&CN của Tỉnh theo 4 mặt cắt: nguồn nhân lực KH&CN, nguồn tài lực KH&CN, nguồn vật lực KH&CN và nguồn tin lực KH&CN. Việc đánh giá tiềm lực được thực hiện ở các khối cơ quan là các cơ quan quản lý KH&CN, các tổ chức KH&CN (viện nghiên cứu, trường đại học/cao đẳng) và khu vực doanh nghiệp. Mẫu phiếu điều tra tiềm lực KH&CN tỉnh Vĩnh Phúc (mẫu dùng cho doanh nghiệp) xin được xem chi tiết tại phần Phụ lục ở cuối Báo cáo)

Mẫu phiếu điều tra khối doanh nghiệp được thiết kế nhằm đánh giá năng lực sử dụng các hoạt động NC&TK và đổi mới công nghệ như một trong những công cụ nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp này trong bối cảnh hội nhập. Ngoài các thông tin chung về doanh nghiệp thì thông qua các thống kê về số lượng cán bộ, kỹ sư, kỹ thuật viên làm việc trong doanh nghiệp, tỷ lệ nhóm này trên tổng số lao động của doanh nghiệp, về trình độ đào tạo của lực lượng lao động ở doanh nghiệp, trong đó đặc biệt coi trọng thống kê về trình độ của đội ngũ cán bộ, kỹ sư thuộc phòng kỹ thuật trong doanh nghiệp (nếu có). Thống kê các hoạt động NC&TK và đổi mới mà doanh nghiệp đã thực hiện từ năm 2004 đến nay là một nguồn thông tin quan trọng khác trong mẫu phiếu này.

Kết quả điều tra cho thấy mô hình tổ chức hoạt động nghiên cứu mang tính chất tập trung dưới hình thức phòng NC&TK này xuất hiện chủ yếu ở các doanh nghiệp có quy mô vừa, các doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh các mặt hàng phục vụ xuất khẩu và trong một số DNNVV sản xuất, kinh doanh ở những lĩnh vực đặc thù như dược phẩm hay thiết bị y tế. Ưu điểm của mô hình tổ chức hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp dưới hình thức tổ chức phòng NC&TK này là: doanh nghiệp chủ động và định hướng được các hoạt động nghiên cứu vào phục vụ cho chính hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Với mô hình tổ chức chuyên trách doanh nghiệp sẽ tập hợp được đội ngũ cán bộ kỹ thuật tinh nhuệ nhất trong doanh nghiệp tham gia vào hoạt động NC&TK và hoạt động nghiên cứu đã trở thành một trong những hoạt động mang tính thường xuyên, chủ động của doanh nghiệp. Ở một số doanh nghiệp loại này, chúng ta thấy có chức danh phó giám đốc doanh nghiệp phụ trách kỹ thuật, thường đồng thời là người phụ trách phòng NC&TK của doanh nghiệp.

Ở một vài doanh nghiệp, qua điều tra cho thấy, không phải ngay khi hình thành doanh nghiệp đã có phòng NC&TK trong cơ cấu của doanh nghiệp, mà phải trải qua một quá trình hoạt động của doanh nghiệp xuất phát từ nhu cầu phát triển hoạt động sản xuất của doanh nghiệp, từ sức ép của cạnh tranh và từ nhận thức của giám đốc doanh nghiệp về vai trò của KH&CN trong sản xuất nên sau đó phòng này mới được thành lập. Vì vậy, về mặt lịch sử thì phòng NC&TK trong các doanh nghiệp thường là một trong những tổ chức trẻ nhất so với các tổ chức còn lại. Với những ưu thế về việc tập trung nguồn lực chất lượng cao cũng như trong việc đầu tư từ doanh nghiệp, mô hình phòng NC&TK chuyên trách thường mang lại hiệu quả cao cho doanh nghiệp.

Từ kết quả điều tra cũng cho thấy có sự liên hệ giữa hình thức tổ chức hoạt động NC&TK với loại hình hoạt động NC&TK và đổi mới công nghệ mà các doanh nghiệp thường thực hiện. Nghiên cứu thống kê 5 loại hình hoạt động NC&TK và đổi mới mà doanh nghiệp thực hiện từ 2004 đến nay (NC&TK; Thiết kế sản phẩm mới; Cải tiến sản phẩm đang có; Thiết kế/áp dụng quy trình công nghệ mới; Cải tiến quy trình công nghệ đang có) cho thấy số các doanh nghiệp thực hiện đầy đủ 5 hoạt động nghiên cứu nêu trên thì cũng đồng thời là các doanh nghiệp đã xây dựng tổ chức NC&TK chuyên trách trong cơ cấu của doanh nghiệp của mình.

2. Cán bộ chuyên trách hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp

Những cán bộ chuyên trách hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp này có thể đồng thời là chủ doanh nghiệp (đặc biệt trong trường hợp của các doanh nghiệp tư nhân) hoặc cán bộ của các bộ phận khác nhau trong doanh nghiệp như phòng quản lý thị trường, phòng tổng hợp và kế hoạch, phòng marketing, phòng dịch vụ, phòng hỗ trợ khách hàng,...

Mô hình cán bộ chuyên trách hoạt động NC&TK xuất hiện khá phổ biến trong các doanh nghiệp cả quy mô vừa lẫn nhỏ trong nhiều lĩnh vực hoạt động khác nhau. Khi xuất hiện nhu cầu NC&TK, giám đốc doanh nghiệp sẽ yêu cầu thành lập một nhóm cán bộ kỹ thuật cùng xem xét giải quyết công việc vụ thể đó. Đôi khi yêu cầu công việc vượt quá khả năng của nhóm kỹ thuật này thì họ sẽ mời các chuyên gia kỹ thuật từ các viện nghiên cứu, trường đại học tới giúp họ giải quyết công việc này trên cơ sở hợp đồng nghiên cứu. Giải thích cho hiện tượng này, giám đốc của một doanh nghiệp sản xuất ống nhựa ở Vĩnh Phúc cho rằng nhu cầu nghiên cứu của doanh nghiệp không có, dây chuyền sản xuất được nhập khẩu từ nước ngoài, việc vận hành đã có chuyên gia giúp đỡ trong thời gian đầu, còn sau đó các kỹ sư trong doanh nghiệp chỉ học cách vận hành theo đúng quy trình của nhà sản xuất đặt ra. Họ cũng không có nhu cầu cải tiến hay điều chỉnh một số chi tiết nào đó cho phù hợp với điều kiện sản xuất của doanh nghiệp vì tất cả đã được tính toán chi tiết trước khi đặt hàng mua máy móc, thiết bị rồi.

Vậy nhiệm vụ chính của các cán bộ kỹ thuật trong doanh nghiệp là gì? Thông thường nhiệm vụ của các cán bộ kỹ thuật trong doanh nghiệp là đảm bảo sự vận hành thông suốt của hệ thống máy móc trong doanh nghiệp; Xử lý/khắc phục các sự cố kỹ thuật nếu có trong quá trình vận hành các hệ thống kỹ thuật; Đề xuất thay thế hay thực hiện những cải tiến nhỏ cho phù hợp với tình hình thực tế và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp.

Như vậy hoạt động của các cán bộ kỹ thuật trong doanh nghiệp nếu có vẫn chủ yếu dành cho những nghiên cứu nhằm hỗ trợ việc tiếp thu và vận hành những công nghệ nhập khẩu hơn là các nghiên cứu liên quan đến cải tiến nâng cấp hay sáng tạo ra các công nghệ mới, nhưng đây có thể coi là những tín hiệu tích cực của các doanh nghiệp trong quá trình tìm đến những công nghệ mới, nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất. Tuy nhiên trong quá trình phát triển của các doanh nghiệp dưới sức ép của cạnh tranh và ý thức về vai trò của hoạt động này trong doanh nghiệp thì việc hình thành một tổ chức với tên gọi phòng NC&TK

đảm nhiệm các hoạt động nghiên cứu phục vụ đổi mới công nghệ trong doanh nghiệp là điều có thể xảy ra.

3. Phòng NC&TK chuyên trách đồng thời với các nhóm cán bộ kỹ thuật thuộc các đơn vị chuyên môn khác trong doanh nghiệp

Trong quá trình tìm hiểu bộ phiếu điều tra doanh nghiệp ở Vĩnh Phúc chúng tôi thấy đã xuất hiện trường hợp hoạt động NC&TK được thực hiện không những tại các phòng NC&TK mà còn tại các đơn vị khác trong doanh nghiệp thông qua lực lượng cán bộ, kỹ sư ở các đơn vị này.

Trường hợp trên xuất hiện ở các doanh nghiệp quy mô lớn, nhất là các doanh nghiệp nằm trong mạng lưới gia công cho các doanh nghiệp FDI, đây là điều mà chính sách thúc đẩy doanh nghiệp nói chung và DNNVV nói riêng ở Việt Nam tham gia phát triển công nghiệp phụ trợ trong thời gian tới cần đặc biệt lưu ý. Khi đó phòng NC&TK, ngoài chức năng thực hiện các hoạt động nghiên cứu phục vụ các nhu cầu cụ thể về đổi mới công nghệ cho doanh nghiệp còn xây dựng các định hướng chiến lược phát triển cho doanh nghiệp dựa trên KH&CN.

Ở những doanh nghiệp loại này đặc điểm khá ấn tượng đó là trong cơ cấu nhân lực của doanh nghiệp thì số lượng kỹ sư/cử nhân chiếm một tỷ lệ rất cao. Ví dụ, Công ty TNHH Piaggio Vietnam với nhiệm vụ chính là sản xuất và lắp ráp các chi tiết cho xe máy Piaggio trong toàn doanh nghiệp này có 65 cán bộ công nhân viên, nếu phân theo trình độ đào tạo thì công ty có 07 thạc sỹ, 39 kỹ sư/cử nhân và số còn lại là công nhân kỹ thuật (chỉ riêng phòng kỹ thuật của công ty đã chiếm tới 5 thạc sỹ, 9 kỹ sư/ cử nhân).

Với một lực lượng kỹ sư và công nhân kỹ thuật có trình độ dồi dào như vậy nên các hoạt động NC&TK và đổi mới công nghệ mà Công ty Piaggio Việt Nam tiến hành rất đa dạng từ các hoạt động thiết kế áp dụng quy trình công nghệ mới đến các hoạt động cải tiến quy trình công nghệ hiện có.

4. Liên kết với các tổ chức ngoài doanh nghiệp

Mô hình này xuất hiện trong các doanh nghiệp quy mô nhỏ và siêu nhỏ; các DNNVV hoạt động sản xuất, kinh doanh các mặt hàng truyền thống, kỹ thuật sản xuất giản đơn, mang tính kinh nghiệm chủ yếu do được truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác, không có nhu cầu

đổi mới; những DNNVV hoạt động trong ngành may mặc và da giày với nhiệm vụ chủ yếu là làm gia công cho các hãng nước ngoài có tên tuổi. Doanh nghiệp làm gia công này không có thương hiệu, kiểu dáng riêng.

Doanh nghiệp trong nhóm này có nguồn gốc thường bắt đầu bằng việc tự tạo công ăn việc làm cho bản thân và gia đình mình, họ thường sản xuất cái mình có thể mạnh chứ không phải cái thị trường cần (VCCI, 2007).

Khi xuất hiện nhu cầu NC&TK họ sẽ tự liên hệ với các doanh nghiệp khác, các viện nghiên cứu, trường đại học để đặt hàng thực hiện các nghiên cứu. Các doanh nghiệp trong tình huống này thường có tỷ lệ cán bộ tiến sỹ, thạc sỹ hay kỹ sư/cử nhân trên tổng số cán bộ công nhân viên của doanh nghiệp rất chênh lệch, ví dụ trong một doanh nghiệp sản xuất vật liệu xây dựng Tam Đảo chỉ có 01 người có trình độ kỹ sư, cử nhân trên tổng số 230 cán bộ công nhân viên của doanh nghiệp.

II. Tổng quan về ngành cơ khí Việt Nam

Từ năm 2002 đến nay, thực hiện Nghị quyết của Chính phủ về phát triển ngành cơ khí Việt Nam, đặc biệt là việc tổ chức thực hiện Quyết định 186/2002/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược phát triển ngành cơ khí Việt Nam¹³ với 8 nhóm sản phẩm cơ khí trọng điểm, các doanh nghiệp cơ khí đã có những bước đi phù hợp, đạt được nhiều thành tựu, khẳng định nội lực trước ngưỡng cửa hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế. Báo cáo tại Hội nghị thường niên của Hiệp hội Doanh nghiệp Cơ khí Việt Nam diễn ra vào đầu năm 2006 cho thấy: mặc dù chịu áp lực của việc tăng chi phí đầu vào, nhưng giá trị sản xuất công nghiệp của nhiều doanh nghiệp cơ khí chủ chốt vẫn từng bước vươn lên, khẳng định vị trí và gia tăng năng lực cạnh tranh. Năm 2005, giá trị sản xuất công nghiệp của nhóm doanh nghiệp cơ khí chủ chốt đạt gần 4 nghìn tỷ đồng, tăng 27% so với cùng kỳ năm 2004 (3.108.419 triệu đồng) và tăng 222,5% so với năm 2001. Trong đó, nhóm sản phẩm cơ khí thiết bị đồng bộ và phụ tùng công nghiệp, đóng mới - sửa chữa tàu thủy, lắp ráp ô tô, chế tạo

¹³ Trong Chiến lược đã khẳng định: Phát triển ngành cơ khí để công nghiệp hóa và hiện đại hóa đất nước một cách tự lực, toàn diện, hiệu quả và bền vững. Ngành cơ khí phải gắn với tăng cường an ninh quốc phòng. Khuyến khích mọi thành phần kinh tế, đặc biệt là các DNNVV tham gia phát triển ngành. Đi thẳng vào công nghệ tiên tiến, đồng thời tận dụng phát huy các công nghệ thích hợp sử dụng nhiều lao động. Cần có các chính sách bảo hộ hợp lý có thời hạn để ngành cơ khí chủ động hội nhập với khu vực và thế giới.

máy động lực và máy nông nghiệp, sản xuất thiết bị điện đã có những tiến bộ nhất định đáp ứng cho nhu cầu trong nước và từng bước tiến ra thị trường nước ngoài.

Trên thực tế, xét về quy mô ngành cơ khí Việt Nam hiện có khoảng nửa triệu lao động (con số này không thua kém các nước trong khu vực). Hơn thế, Việt Nam lại có gần 2 vạn cán bộ kỹ thuật được đào tạo chính quy và 12 viện nghiên cứu khoa học, nghiên cứu thiết kế về cơ khí. Đây là những nguồn lực hết sức quý và quan trọng để phát triển ngành này. Nhưng lực lượng này từ khi đất nước chuyển hẳn sang cơ chế thị trường không được đầu tư đổi mới thiết bị, công nghệ tiên tiến, hiện đại đúng mức, hoạt động phân tán nhỏ lẻ, chưa được tổ chức, sắp xếp lại đúng với yêu cầu mới, nên cả thể và lực chưa được nâng cao đúng tầm. Do đó, cả về trí tuệ của đội ngũ cán bộ, công nhân lành nghề, giàu kinh nghiệm và nhiều thiết bị, công nghệ hiện có chưa được khai thác và phát huy.

Từ khi có Luật Đầu tư đến nay, cả nước mới có 127 dự án có vốn đầu tư nước ngoài vào một số lĩnh vực cơ khí được cấp phép hoạt động với tổng số vốn đăng ký 1,88 tỷ USD. Trong đó, phần lớn đầu tư vào sản xuất, lắp ráp ô tô, xe máy, chế tạo linh kiện điện tử, sản xuất thiết bị kỹ thuật điện, dây và cáp điện, ... nhưng chưa có một dự án nào đầu tư trực tiếp vào lĩnh vực chế tạo máy.

Nhóm xuất khẩu sản phẩm cơ khí, thiết bị kỹ thuật điện, tàu biển, thiết bị, máy công cụ, hàng kim khí tiêu dùng của Việt Nam trong những năm gần đây được ghi nhận tăng trưởng khá, nhưng nếu so sánh thì con số này lại chưa bằng 30% so với hàng nhập khẩu. Điều đó, chứng tỏ rằng thị trường hàng cơ khí tại Việt Nam hiện có tiềm năng lớn, nhất là đối với các thiết bị kỹ thuật, công nghệ cao và thiết bị toàn bộ cho các dự án lớn. Vì vậy, xuất khẩu không những tạo đầu ra mà còn góp phần quan trọng để chủ động tăng sức cạnh tranh và khẳng định vị thế của sản phẩm cơ khí ngay tại thị trường trong nước.

Theo nhiều chuyên gia, những khó khăn mà ngành cơ khí Việt Nam phải đương đầu khi bước vào hội nhập là: (1) Năng lực cạnh tranh của ngành cơ khí Việt Nam được đánh giá là không cao. Khi Việt Nam hội nhập kinh tế quốc tế, các hàng rào bảo hộ bị bãi bỏ thì ngành cơ khí sẽ gặp phải nhiều khó khăn. Theo Báo cáo của Viện Chiến lược và Chính sách Công nghiệp (2005) trong bảng xếp loại về khả năng cạnh tranh, chia làm 3 nhóm gồm: nhóm có khả năng cạnh tranh, nhóm có khả năng cạnh tranh có điều kiện và nhóm có khả năng cạnh tranh thấp, thì ngành cơ khí Việt Nam được xếp vào vị trí thứ 6 trong số 19 ngành hàng

thuộc nhóm có khả năng cạnh tranh có điều kiện. Ngay trong các chuyên ngành có khả năng cạnh tranh được như là chế tạo thiết bị phi tiêu chuẩn, máy động lực cỡ nhỏ dưới 30 mã lực, chế tạo thiết bị toàn bộ, động cơ điện, dây và cáp điện, ... cũng đòi hỏi phải được hỗ trợ đầu tư đổi mới trang thiết bị công nghệ, tăng cường tiếp nhận và mở rộng thị trường nhiều nữa thì mới có khả năng hội nhập hiệu quả. (2) Ngành cơ khí vốn đòi hỏi chất lượng lao động cao, trong khi hiện nay Việt Nam chỉ có 19% số lao động được đào tạo. Số lao động có trình độ đại học và cao hơn chỉ chiếm 15%. Đây là một thách thức lớn cần nhiều thời gian và nỗ lực mới khắc phục được.

Mục tiêu đặt ra của ngành cơ khí Việt Nam đến 2010 là đáp ứng được 45% - 50% nhu cầu sản phẩm trong nước, trong đó xuất khẩu đạt 30% giá trị sản lượng. Nói về vấn đề này các chuyên gia cơ khí cho rằng nếu không có một chương trình tổng thể với những nội dung và lộ trình hợp lý thì ngành cơ khí khó có thể đạt được mục tiêu đề ra. Những nội dung đó là phải đầu tư cho nghiên cứu KH&CN trong lĩnh vực cơ khí để có khả năng nâng cao trình độ thiết kế, tiếp thu kỹ thuật tiên tiến, thực hiện phương châm đi tắt, đón đầu để đạt được trình độ hiện đại; phát triển mạnh công nghiệp phụ trợ; tập trung vào các sản phẩm cơ khí trọng điểm, tức là các nhóm hàng có khả năng cạnh tranh nhằm chuyển dịch cơ cấu sản phẩm sản xuất và xuất khẩu, ... có như vậy ngành cơ khí mới tăng sức cạnh tranh khi hội nhập.

Nhìn chung, có thể nêu ra một số yếu kém¹⁴ mà ngành cơ khí cần vượt qua là công nghệ lạc hậu, thiếu nhân lực, thiếu hợp tác giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành và chưa chủ động được nguồn nguyên liệu đầu vào, cụ thể:

Thứ nhất, hệ thống thiết bị công nghệ vạn năng lạc hậu khoảng 30-40 năm so với khu vực và khoảng 50-60 năm so với thế giới. Cơ khí tuy được coi là ngành công nghiệp quan trọng, nhưng vốn đầu tư cho ngành trong nhiều năm qua tăng không đáng kể, phần lớn các thiết bị được đầu tư từ thời bao cấp. Trong số đó hầu hết là các thiết bị nhỏ lẻ, không đồng bộ và đã hết khấu hao. Trong khi đó các doanh nghiệp lại rất khó khăn về vốn đầu tư đổi mới thiết bị và công nghệ.

Thứ hai, nguồn nhân lực cơ khí còn thiếu và yếu cả về số lượng lẫn chất lượng. Nguồn nhân lực được đào tạo yếu, định hướng đào tạo cũng chưa thật chính xác. Số thợ cơ khí có tay nghề cao cũng giảm sút nhiều. Chúng ta vẫn chưa có sự khuyến khích đội ngũ kỹ thuật

¹⁴ Đào Đình Long, Tổng thư ký Hiệp hội cơ khí Việt Nam “Báo cáo hoạt động ngành cơ khí Việt Nam”, 2005

ngành cơ khí. Đến nay trong ngành cơ khí vẫn chưa có các chức danh như: kỹ sư trưởng, công trình sư, tổng công trình sư.

Thứ ba, trong khi bản chất của ngành cơ khí là chuyên môn hoá rộng và hợp tác sâu thì các doanh nghiệp cơ khí Việt Nam vẫn thiếu sự hợp tác với nhau. Việc tổ chức sản xuất còn khép kín, không sử dụng hết năng lực của thiết bị máy móc hiện có.

Thứ tư, nguồn nguyên liệu chủ yếu như thép hợp kim, thép không gỉ và các kim loại màu cho chế tạo máy đều phải nhập ngoại. Các ngành công nghiệp phụ trợ vẫn kém phát triển, ảnh hưởng rất nhiều đến chất lượng sản phẩm cơ khí.

Ngoài ra công tác NC&TK của ngành cơ khí chưa phát huy hết tác dụng. Công tác tư vấn thiết kế còn yếu cũng hạn chế đến khả năng làm chủ trong việc chế tạo các sản phẩm cơ khí phức tạp. Do đó, chất lượng sản phẩm cơ khí Việt Nam vẫn thấp, trong khi đó giá thành lại cao làm cho sức cạnh tranh bị giảm sút.

III. Hoạt động NC&TK trong các doanh nghiệp cơ khí trên địa bàn Vĩnh Phúc

Vĩnh Phúc là một tỉnh thuộc vùng đồng bằng Sông Hồng, nằm ở khu vực tiếp giáp giữa vùng đồng bằng Sông Hồng và vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc với các tỉnh trung du miền núi phía Bắc, đây là đặc điểm địa lý tạo cho Vĩnh Phúc có một thị trường rộng lớn cho việc phát triển sản xuất công nghiệp qua đó góp phần phát triển kinh tế - xã hội. Vĩnh Phúc nằm trên trục quốc lộ số 2 và đường sắt Hà Nội - Lào Cai, liền kề với cảng Hàng không quốc tế Nội Bài (đang được nâng cấp và mở rộng lên quy mô 9 triệu hành khách và 10 vạn tấn hàng vào năm 2010), nằm ở điểm đầu trục giao thông đường sắt và đường bộ Đông - Tây từ trung tâm miền Bắc thông ra cảng nước sâu Cái Lân (trục đường 18 sẽ được xây dựng lại thành đường cao tốc, trước mắt 4 làn xe, có dự trữ đất mở rộng cho 6-8 làn xe). Vị trí này rất tiện lợi về giao thông với thủ đô Hà Nội và từ đó có nhiều tuyến giao thông tỏa đi khắp mọi miền của đất nước, tạo điều kiện thuận lợi để Vĩnh Phúc phát triển kinh tế. Khi phát triển các khu công nghiệp và các ngành công nghiệp hướng về xuất khẩu của Vĩnh Phúc sẽ có lối ra biển qua cảng nước sâu Cái Lân và cảng Hải Phòng đều tiện lợi.

Chính phủ cũng đã phê duyệt quy hoạch phát triển vùng kinh tế trọng điểm phía Bắc, với hành lang phát triển kinh tế - xã hội đường 18 trong đó có nhiều khu công nghiệp tập

trung, khu công nghiệp kỹ thuật cao¹⁵, nhiều trung tâm tài chính, thương mại, du lịch sẽ có tác động kích thích và hỗ trợ cho phát triển kinh tế của tỉnh Vĩnh Phúc nói chung và phát triển sản xuất công nghiệp nói riêng.

Về phát triển KH&CN, Chính phủ đã đặt nhiệm vụ nghiên cứu cơ sở khoa học và điều kiện thực tiễn để hình thành khu công nghệ và Trung tâm đào tạo nghề trình độ cao đặt tại tỉnh Vĩnh Phúc, phục vụ các tỉnh vùng Đồng bằng sông Hồng. Đây sẽ là một khu công nghệ cao làm trung tâm phát triển cho cả vùng kèm theo một trung tâm đào tạo nghề trình độ cao để phục vụ cho cả khu vực đồng bằng sông Hồng. Vĩnh phúc đã tận dụng được lợi thế phân bố để phát triển công nghiệp làm thay đổi cơ cấu ngành kinh tế theo hướng phát triển tăng tỷ trọng công nghiệp, dịch vụ và giảm dần tỷ trọng nông nghiệp trong GDP.

Trên đà phát triển chung của công nghiệp tỉnh Vĩnh Phúc, trong thời gian qua ngành công nghiệp cơ khí là một trong những ngành phát triển mạnh nhất đóng góp tỷ trọng lớn trong giá trị sản xuất công nghiệp của tỉnh. Đã hình thành đội ngũ cán bộ kỹ thuật, quản lý tiên tiến và một thể hệ công nhân có tay nghề cao. Góp phần giải quyết việc làm cho một số lượng lớn lao động trong tỉnh.

Bảng số 6: Giá trị sản xuất ngành cơ khí trên địa bàn theo giá trị thực tế, phân theo ngành công nghiệp cấp II¹⁶

Đơn vị tính : Triệu đồng

	1998	1999	2000	2001	2002
Giá trị sản xuất công nghiệp	3.254.187	3.891.475	6.802.215	7.177.273	9.067.733
Giá trị sản xuất ngành cơ khí	2.934.561	3.629.887	6.362.933	6.569.560	8.232.295

¹⁵ Thời gian vừa qua, các khu công nghiệp đã trở thành điểm quan trọng trong việc thu hút các nguồn vốn đầu tư, góp phần quan trọng vào việc phân công lao động theo hướng hội nhập kinh tế quốc tế, thúc đẩy tăng trưởng công nghiệp, chuyển dịch cơ cấu kinh tế, hoàn thành các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Vĩnh Phúc. Theo Ban quản lý các Khu công nghiệp và thu hút đầu tư Vĩnh Phúc tính đến hết tháng 11 năm 2007, toàn tỉnh đã thu hút được 491 dự án (gồm 361 dự án trong nước, giá trị trên 22 tỷ đồng và 130 dự án nước ngoài, trị giá gần 1,7 tỷ USD), Vĩnh Phúc đứng thứ 7 cả nước về thu hút vốn đầu tư nước ngoài. 6 tháng đầu năm 2007, mức tăng trưởng công nghiệp của Vĩnh Phúc dẫn đầu cả nước với tỷ lệ 55,7%. Tỉnh đã quy hoạch được 29 khu công nghiệp và cụm công nghiệp, trong đó có một số khu công nghiệp lớn như: Kim Hoa, Khai Quang, Quang Minh, Bình Xuyên, Tền Phong, Tân Tiến, Hương Canh, Lai Sơn, Xuân Hòa, ...

¹⁶ Không tính công nghiệp an ninh, quốc phòng, điện lực và chi nhánh doanh nghiệp Nhà nước

Sản xuất các sản phẩm bằng kim loại	116.182	101.960	193.490	495.213	786.773
Sản xuất máy móc thiết bị	1.714	1.890	1.463	1.015	2.200
Sản xuất thiết bị điện, điện tử	10.992	35.763	32.563	33.681	33.930
Sản xuất, sửa chữa xe có động cơ	640.719	816.731	1.908.538	2.235.635	2.790.653
Sản xuất phương tiện vận tải	2.164.954	2.673.543	4.226.879	3.804.016	4.618.739

Nguồn : Niên giám thống kê Vĩnh Phúc năm 2002

Hoạt động NC&TK trong nhóm DNNVV ngành cơ khí ở Vĩnh Phúc (theo kết quả điều tra số doanh nghiệp cơ khí trên địa bàn tỉnh cho thấy):

(1) Về lĩnh vực sản xuất chính

Ngành cơ khí của tỉnh tập trung chủ yếu vào lĩnh vực lắp ráp, sửa chữa ô tô, xe máy. Đây là nhóm ngành phát triển mạnh, chiếm hơn 80% trong tổng giá trị của ngành công nghiệp. Dẫn đầu là các doanh nghiệp liên doanh có vốn đầu tư nước ngoài và một số doanh nghiệp nhà nước, còn các thành phần kinh tế khác chiếm một số lượng không lớn.

Bảng số 7: Cơ cấu đầu tư từ khu vực dân doanh trong ngành cơ khí

Số TT	Ngành nghề đăng ký kinh doanh	Số lượng	Vốn đăng ký
1	Sửa chữa, bảo dưỡng xe có động cơ	24	37.000
2	Đúc cán kéo thép từ phế liệu	12	4.800
3	Sản xuất lắp ráp ổn áp, điện tử	1	500
4	Sản xuất, lắp ráp, đóng mới phương tiện vận tải	1	1.000
5	Sản xuất cơ khí	3	7.000

6	Sản xuất máy nông nghiệp, máy xây dựng	2	1.800
7	Sửa chữa dụng cụ điện, điện tử	3	2.200
8	Sửa chữa, đóng mới phương tiện thuỷ	1	1.500
9	Gia công sản phẩm thuỷ lợi (van cánh cổng)	1	800
10	Sửa chữa máy móc, thiết bị nông ngư	2	1.250
	Tổng	50	57.850

Theo số liệu của Sở Kế hoạch và Đầu tư Vĩnh Phúc, trong vòng 10 năm từ 1994 đến 2004 số lượng công ty trách nhiệm hữu hạn 2 thành viên trở lên và công ty cổ phần hoạt động theo Luật doanh nghiệp đăng ký trên toàn tỉnh là 434 công ty với số vốn đăng ký là 820.962 triệu đồng, trong đó loại hình công ty trách nhiệm hữu hạn là 416 công ty với số vốn đăng ký là 769.072 triệu đồng. Loại hình công ty cổ phần là 18 công ty với số vốn đăng ký là 61.890 triệu đồng. Các doanh nghiệp trong ngành cơ khí chiếm tỷ lệ là 11,52%. Cơ cấu trong nội bộ ngành cơ khí có sự chênh lệch, hoạt động tập trung chủ yếu vào lĩnh vực bảo dưỡng, sửa chữa xe có động cơ (chiếm tới 48%) trong khi đó những nhóm ngành có ý nghĩa quan trọng đối với phát triển công nghiệp địa phương như: chế tạo thiết bị toàn bộ, sửa chữa máy nông nghiệp lại có tỷ trọng thấp.

Bảng số 8: Danh sách các doanh nghiệp cơ khí thuộc diện điều tra

Số TT	Tên doanh nghiệp	Năm thành lập	Địa chỉ	Loại hình DN	L/vực hoạt động	Sản phẩm chính
1	Công ty Xuân Hoà	1980	Thị trấn Xuân Hoà, Mê Linh	Nhà nước	Sản xuất hàng tiêu dùng	Bàn, ghế, tủ, hàng nội thất
2	Xí nghiệp cơ khí Tam Canh	1992	Hương Canh, Bình Xuyên	Nhà nước	Cơ khí, nhựa	Băng dính sản phẩm cơ khí
3	Công ty cơ điện nông nghiệp và thuỷ lợi	1993	Hoàng Lâu, Tam Dương	Nhà nước	Phụ tùng cơ khí nông nghiệp	Phụ tùng cơ khí nông nghiệp; Sửa chữa máy và

						thiết bị
4	Xí nghiệp bê tông cơ khí - mạ	2003	Tiền Phong, Mê Linh	Nhà nước	Sản xuất vật tư, thiết bị điện	Cột bê tông, Cột thép mạ
5	Nhà máy ống thép Việt Đức	2002	Cụm công nghiệp Bình Xuyên	TNHH	Ống thép đen và mạ	Ống thép định hình
6	Công ty TNHH Trường Biện	2000	Đồng Văn, Yên Lạc	TNHH	Phôi sắt thép	Phôi thép
7	Công ty TNHH thương mại Soạn Hà	2002	Thị xã Vĩnh Yên	TNHH	Phôi sắt thép	Phôi thép
8	Công ty TNHH thương mại Khánh Dư	2000	Đồng Văn, Yên Lạc	TNHH	Phôi sắt thép	Phôi thép
9	Doanh nghiệp tư nhân Minh Thuận	2002	Đồng Văn, Yên Lạc	DNTN	Phôi sắt thép	Phôi thép
10	Doanh nghiệp tư nhân Á Châu	2001	Yên Lập, Vĩnh Tường	DNTN	Phôi sắt thép	Phôi thép
11	Doanh nghiệp tư nhân Đức Giang	2001	Thị trấn Yên Lạc	DNTN	Phôi sắt thép	Phôi thép
12	Xí nghiệp cơ khí và sửa chữa ô tô Anh Tuấn	1996	Đồng Tâm, Vĩnh Yên	DNTN	Cơ khí và dịch vụ sửa chữa	Gia công cơ khí và sửa chữa ô tô
13	Công ty sản xuất phanh NISSIN Việt	1996	Quất Lưu, Bình Xuyên	FDI	Sản xuất phanh	Phanh xe máy

	Nam					
14	Công ty TNHH công nghiệp chính xác Việt Nam	2001	Khai Quang, Vĩnh Yên	FDI	Sản xuất cơ khí	Linh kiện, phụ tùng xe máy

(2) Đặc điểm về trình độ sản phẩm của doanh nghiệp:

Đối với nhóm doanh nghiệp nhà nước, doanh nghiệp liên doanh và doanh nghiệp FDI thì chất lượng sản phẩm được doanh nghiệp từng bước quản lý theo quy chuẩn tương đối chặt chẽ, có đăng ký hợp chuẩn đối với từng loại sản phẩm nhờ đó chất lượng sản phẩm hầu hết đạt tiêu chuẩn Việt Nam¹⁷. Bên cạnh đó, trước sự cạnh tranh gay gắt của thương trường đã buộc các doanh nghiệp phải có sự cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm. Các sản phẩm của một số doanh nghiệp trong nhóm này đã thay thế được hàng nhập khẩu. Một vài doanh nghiệp đã xây dựng được chiến lược đưa sản phẩm vươn ra thị trường nước ngoài. Đây là cũng là nhóm doanh nghiệp chủ động đầu tư về nghiên cứu khoa học và công nghệ nhằm đổi mới công nghệ của sản xuất.

Ở nhóm doanh nghiệp cơ khí dân doanh (được thành lập chủ yếu dưới hình thức là công ty trách nhiệm hữu hạn và doanh nghiệp tư nhân) thì hầu hết sản phẩm của doanh nghiệp không có đăng ký. Sản phẩm sản xuất ra nhằm đáp ứng cho nhu cầu của nhóm khách hàng không có đòi hỏi cao về chất lượng. Cá biệt trong nhóm này có những công ty đã đầu tư nghiên cứu đổi mới quy trình sản xuất để sản xuất các sản phẩm có chất lượng cao như Công ty ông thép Việt Đức, tuy nhiên số lượng các doanh nghiệp loại này không nhiều.

(3) Đặc điểm về hoạt động NC&TK của các doanh nghiệp cơ khí:

Hoạt động NC&TK ở các DNNVV có sự khác biệt với các doanh nghiệp lớn. Công tác NC&TK ở các DNNVV ngành cơ khí phần lớn là nhằm giải quyết những vấn đề khó khăn nảy sinh trong quá trình sản xuất hoặc do những đơn đặt hàng đòi hỏi có chất lượng, mẫu mã khác với dây chuyền quen thuộc của doanh nghiệp. Các đề tài nghiên cứu trong lĩnh vực này chủ yếu tập trung vào giải quyết việc tận dụng nguồn nguyên liệu phế thải để sản xuất đồng thời giảm tải ô nhiễm môi trường, bảo vệ sức khỏe người lao động. Việc nghiên cứu nhằm tìm ra các hướng thay thế nguyên liệu nhập khẩu, cải tiến, đổi mới dây chuyền công nghệ sản xuất ít được chú ý. Điều này do nhiều lý do, trong đó có sự thiếu gắn kết giữa các cơ quan nghiên cứu với các DNNVV cơ khí. Mặc dù về số lượng các cơ sở nghiên cứu trong lĩnh vực này là tương đối nhiều.

¹⁷ Một số doanh nghiệp FDI áp dụng các tiêu chuẩn sản phẩm theo quy định của công ty mẹ ở nước ngoài

Bảng số 9. Các loại hình hoạt động NC&TK ở doanh nghiệp

Số TT	Nội dung	DNNN	Cty liên doanh	Cty TNHH	DNTN	DN 100% vốn NN
1	Doanh nghiệp có tiến hành NC&TK	74%	100%	0%	0%	100%
2	Doanh nghiệp có cải tiến hoặc đưa ra sản phẩm mới	75%	100%	0%	0%	100%
3	Doanh nghiệp có cải tiến hoặc áp dụng quy trình sản xuất mới	50%	100%	0%	50%	100%
4	Doanh nghiệp có thiết kế sản phẩm mới	50%	67%	0%	0%	100%
5	Doanh nghiệp có đơn vị chuyên phát triển sản phẩm, quy trình sản xuất mới	100%	100%	0%	0%	100%
6	Doanh nghiệp có tổ chức nghiên cứu thị trường	75%	100%	25%	0%	100%

Các loại hình hoạt động NC&TK ở nhóm DNNVV cơ khí trên địa bàn Vĩnh Phúc trên đây đã phản ánh đúng những đặc thù trong tổ chức và hoạt động NC&TK của các DNNVV ở Việt Nam nói chung đã được phân tích ở các phần trước của báo cáo. Để phát triển các hoạt động NC&TK ở khu vực này thì cần có một số giải pháp hỗ trợ. Thứ nhất, cần khuyến khích các DNNVV thực hiện các hoạt động NC&TK nếu điều kiện của doanh nghiệp cho phép. Thứ hai, tạo điều kiện và có cơ chế khuyến khích tăng cường mối liên kết giữa các DNNVV với các cơ quan NC&TK bao gồm viện nghiên cứu, trường đại học, ... Các doanh nghiệp có thể đặt hàng cơ quan NC&TK theo nhu cầu của doanh nghiệp. Bên cạnh đó Nhà nước cũng cần có chính sách phát triển các cơ quan, tổ chức dịch vụ tư vấn hỗ trợ, môi giới công nghệ. Chúng ta cần có thêm nhiều tổ chức hoạt động dịch vụ tư vấn công nghệ và thương mại có đủ khả năng cung cấp cho các DNNVV các dịch vụ và tư vấn chuyên môn công nghệ và thương mại có chất lượng cao theo yêu cầu. Các tổ chức dịch vụ, tư vấn này có thể tham gia vào bất kỳ một chương trình hỗ trợ khu vực DNNVV nào được phát

động. Đào tạo, tư vấn quản lý doanh nghiệp, giảm chi phí thông tin liên lạc và hỗ trợ trong việc thành lập các hiệp hội ngành sẽ giúp các doanh nghiệp này phát triển và thành công.

Theo báo cáo của Bộ Công thương (2006) thì mặc dù các kết quả nghiên cứu của các viện nghiên cứu, trường đại học về kỹ thuật được đánh giá là xuất sắc thì việc ứng dụng các kết quả này vào thực tiễn lại có những khoảng cách nhất định do những nguyên nhân chủ yếu sau:

- Các doanh nghiệp vốn đã quen với công nghệ và nguyên liệu truyền thống, ngại cải tiến. Các giám đốc doanh nghiệp quốc doanh còn e ngại việc đổi mới nếu không thành công, chất lượng và số lượng sản phẩm cung cấp không ổn định sẽ ảnh hưởng đến uy tín của doanh nghiệp.
- Các cơ sở NC&TK nghiên cứu ra công nghệ nhưng không có khả năng về vốn đầu tư để có được các xưởng sản xuất pilot, do vậy mà các kết quả của đề tài thường không được áp dụng vào sản xuất.
- Trình độ đội ngũ cán bộ kỹ thuật, công nhân lành nghề ở các DNNVV ngành cơ khí đặc biệt là đối với nhóm DNNVV ngoài quốc doanh còn rất thấp, giám đốc các doanh nghiệp này chưa có những chiến lược cụ thể trong việc đào tạo đội ngũ nhân lực kỹ thuật cho cơ sở sản xuất của mình.

Bảng số 10: Nguồn thông tin doanh nghiệp sử dụng cho hoạt động đổi mới

Số TT	Nguồn thông tin cho đổi mới	DNNN	Cty liên doanh	Cty TNHH	DNTN	DN 100% vốn NN
1	Từ hoạt động NC&TK nội bộ	50%	100%	0%	0%	100%
2	Hợp tác với các cơ quan khoa học khác	25%	0%	25%	0%	100%
3	Mua công nghệ từ bên ngoài	75%	66%	25%	75%	50%
4	Liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp khác	50%	66%	50%	50%	50%

Nhóm doanh nghiệp cơ khí thuộc loại hình công ty trách nhiệm hữu hạn và doanh nghiệp tư nhân do quy mô hoạt động nhỏ, đơn độc nên các hoạt động đổi mới thường qua kênh mua công nghệ từ bên ngoài về sau đó thực hiện các cải tiến cần thiết cho phù hợp với điều kiện và nhu cầu sản xuất của doanh nghiệp.

Theo đánh giá của nghiên cứu về cơ chế, chính sách phát triển thị trường công nghệ ở Việt Nam (Nguyễn Võ Hưng, 2003) thì trong thực tế hoạt động chuyển giao công nghệ vào Việt Nam và ở Việt Nam là khá đa dạng. Đối với các DNNVV, nhu cầu nhập máy móc thiết bị của nước ngoài đáp ứng mục tiêu đổi mới được đánh giá là rất quan trọng, xu hướng sẽ tiếp tục gia tăng trong những năm gần đây. Có không ít các hợp đồng máy móc, thiết bị của các dự án sản xuất gia công cho nước ngoài kèm theo một số dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo tay nghề. Theo đánh giá của nhiều đối tác trong nước, các dịch vụ đi kèm như vậy đóng vai trò rất quan trọng để đảm bảo chất lượng sản phẩm gia công trong nước đáp ứng đúng yêu cầu đề ra của các nhà thầu nước ngoài. Quy định hiện hành về chuyển giao công nghệ đòi hỏi các đối tác phải lập hợp đồng chuyên gia công nghệ cho các hoạt động đào tạo, tư vấn đi kèm. Trong quá trình thực thi chính sách còn nhiều bất cập ở nước ta, các thủ tục pháp lý luôn là nỗi ám ảnh đối với nhiều đối tác nước ngoài.

4) Đặc điểm về nhân lực NC&TK trong các DNNVV ngành cơ khí

Nhân lực được đào tạo chính quy hàng năm từ các trường đại học kỹ thuật như Đại học Bách khoa Hà Nội, Đại học Công nghiệp Hà Nội, ... đã bổ sung cho các doanh nghiệp này ở Vĩnh Phúc một lực lượng đáng kể. Ngoài ra trên địa bàn thị trường Cao đẳng Công nghiệp Vĩnh Phúc đóng một vai trò quan trọng trong việc giúp doanh nghiệp đào tạo được đội ngũ công nhân kỹ thuật lành nghề

III. Kết luận của chương 3

1. Hiện trạng tổ chức NC&TK trong các DNNN ngành cơ khí trình bày trên đây một lần nữa đã khẳng định chính nhu cầu hoạt động NC&TK của doanh nghiệp quyết định hình thức tổ chức hoạt động NC&TK trong các doanh nghiệp ở Việt Nam. Cụ thể, hoạt động nghiên cứu ở các doanh nghiệp hiện chủ yếu là các nghiên cứu cải tiến các quy trình sản xuất hiện có, nghiên cứu cải tiến mẫu mã của sản phẩm và nghiên cứu áp dụng các quy trình sản xuất mới nên hình thức tổ chức phổ biến là có các kỹ sư, cán bộ kỹ thuật thuộc các bộ phận khác

nhau phụ trách hoạt động nghiên cứu trong doanh nghiệp. Trường hợp khi các nhiệm vụ nghiên cứu vượt quá khả năng chuyên môn của đội ngũ cán bộ kỹ thuật, doanh nghiệp sẽ có những hợp tác với các viện nghiên cứu, trường đại học yêu cầu trợ giúp để giải quyết.

2. Khi tham gia hội nhập kinh tế quốc tế các DNNVV ngành cơ khí Vĩnh Phúc hiện còn có các hạn chế chủ yếu như quy mô doanh nghiệp nhỏ, công nghệ sản xuất lạc hậu, nhân lực và năng lực đổi mới công nghệ còn yếu, thiếu chiến lược kinh doanh, sản phẩm còn chưa phong phú, sản phẩm có thương hiệu chưa nhiều, việc tiếp cận thông tin và vươn ra thị trường nước ngoài chưa được chú ý đúng mức.

3. Nhóm DNNVN có vốn đầu tư nước ngoài hầu hết tập trung vào ngành lắp ráp ô tô, xe máy và phụ tùng. Các doanh nghiệp loại này hiện đều do các hãng có bề dày kinh nghiệm, nổi tiếng đầu tư vào tỉnh Vĩnh Phúc, thiết bị được nhập đồng bộ, công nghệ chuyển giao đều là các công nghệ tiên tiến ở thời điểm đầu tư.

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

I. Kết luận

Kết luận thứ nhất, trong giai đoạn nền kinh tế Việt Nam hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới, các DNNVV cần chú ý là để tạo nên lợi thế cạnh tranh bền vững không những chỉ đầu tư vào các yếu tố hữu hình như công nghệ sản xuất ra sản phẩm mà cần phải tập trung vào các yếu tố vô hình. Hơn nữa, các yếu tố vô hình sẽ là những yếu tố chính để tạo nên năng lực cạnh tranh động, hay nói cách khác là thoả mãn các tiêu chí VRIN như đã phân tích ở Chương 1 của Báo cáo.

Kết luận thứ hai, năng lực cạnh tranh của mỗi doanh nghiệp góp phần quan trọng vào năng lực cạnh tranh quốc gia và bản thân năng lực này cũng không chỉ dựa vào lợi thế cạnh tranh tĩnh trong dài hạn (nhân công rẻ và dồi dào, sở hữu một vài nguồn tài nguyên là nguyên liệu chính trong quá trình sản xuất, ...) mà phải dựa vào năng lực cạnh tranh động. Như vậy, các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và DNNVV nói riêng cần đầu tư nhiều hơn cho hoạt động NC&TK nhằm duy trì sự tồn tại và lợi thế từ cạnh tranh động, mang tính dài hạn trong bối cảnh hội nhập.

Kết luận thứ ba, hoạt động NC&TK là một khâu then chốt trong việc giúp doanh nghiệp tạo ra sản phẩm mới, mang tính cạnh tranh. Tổ chức và hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp gắn với đổi mới công nghệ, cải tiến kết cấu, chất lượng cũng như mẫu mã của sản phẩm từ đó góp phần nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường là nhu cầu của mọi loại hình doanh nghiệp không phân biệt hình thức sở hữu hay quy mô hoạt động là lớn, nhỏ hay vừa. Trong thực tiễn hoạt động, nhiều doanh nghiệp Việt Nam đã rất coi trọng hoạt động NC&TK nhằm tạo ra những sản phẩm thoả mãn nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng. Sự khác biệt giữa hoạt động NC&TK trong các loại hình doanh nghiệp khác nhau là nội dung hoạt động NC&TK và hình thức tổ chức hoạt động này sao cho đảm bảo phát huy hiệu quả cao nhất cho doanh nghiệp.

Kết luận thứ tư, hoạt động NC&TK hiện chưa trở thành công cụ nâng cao năng lực cạnh tranh của DNNVV ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập có nhiều nguyên nhân, có nguyên nhân thuộc về bản thân doanh nghiệp, có nguyên nhân thuộc về thể chế quản lý vĩ mô của nhà nước, thuộc về môi trường mà trong đó doanh nghiệp tiến hành các hoạt động sản

xuất kinh doanh, ... nhưng một nguyên nhân mang tính quyết định đó là doanh nghiệp chưa thực sự có nhu cầu về hoạt động NC&TK, vậy Nhà nước cần làm gì để tạo nên nhu cầu này sẽ được đề cập ở phần khuyến nghị chính sách dưới đây.

II. Khuyến nghị chính sách

Năng lực cạnh tranh của các DNNVV trong thời gian qua đã có những tiến bộ nhưng chưa thực sự vững mạnh, nhất là trong cạnh tranh với các doanh nghiệp và các sản phẩm đến từ các quốc gia trên thế giới.

Thách thức gay gắt nhất đối với Việt Nam và đối với các DNNVV là nguồn nhân lực và đổi mới công nghệ. Đó là những yếu tố tạo nên sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

Để khắc phục những hạn chế, yếu kém và tiếp tục đà phát triển doanh nghiệp nhanh, bền vững trong những năm tới, Nhà nước cần thực hiện một số giải pháp sau đây:

1. Nhóm giải pháp liên quan đến tạo lập môi trường hoạt động bình đẳng và tích cực cho các DNNVV Việt Nam

- Xoá bỏ bao cấp đối với các tổng công ty nhà nước, các doanh nghiệp nhà nước độc quyền để tạo sân chơi bình đẳng giữa các loại hình doanh nghiệp; đảm bảo cạnh tranh lành mạnh trên nguyên tắc thị trường.
- Công khai, đơn giản hoá cơ chế, chính sách hỗ trợ của nhà nước đối với các hoạt động KH&CN và NC&TK trong doanh nghiệp.
- Tiến hành cổ phần hoá các doanh nghiệp nhà nước để gây áp lực đòi hỏi doanh nghiệp phải đẩy mạnh hoạt động NC&TK;
- Đổi mới cơ chế quản lý KH&CN, trong đó chú trọng cơ chế khuyến khích hoạt động NC&TK và đổi mới công nghệ ở doanh nghiệp;

2. Nhóm giải pháp liên quan trực tiếp đến các yếu tố hỗ trợ DNNVV nâng cao năng lực cạnh tranh bằng hoạt động NC&TK

2.1. Về định hướng phát triển DNNVV

- Quy hoạch nhóm DNNVV như một lực lượng chủ đạo trong phát triển công nghiệp phụ trợ. Đây là "*đội quân*" làm công nghiệp phụ trợ cho các tập đoàn,

các tổng công ty lớn của Nhà nước. Để thực hiện nhiệm vụ này đội ngũ làm khoa học tại các DNNVV cần được quan tâm và đầu tư hơn trong thời gian tới.

- Khuyến khích hoạt động ươm tạo doanh nghiệp KH&CN ở các trường đại học, đặc biệt ở các đại học kỹ thuật.
- Khuyến khích và hỗ trợ cán bộ nghiên cứu thuộc các trường đại học, các viện nghiên cứu làm việc theo dự án tại các doanh nghiệp.

2.2. Về dạy nghề và học nghề của đội ngũ lao động ở DNNVV

Các trường dạy nghề hoạt động hiệu quả sẽ là nguồn cung cấp lao động có kỹ năng quan trọng cho doanh nghiệp, đây là tiền đề của hoạt động NC&TK và đổi mới. Tuy nhiên việc dạy nghề, học nghề ở các trường dạy nghề chính quy ở Việt Nam hiện còn yếu và thiếu sự linh hoạt cần thiết. Giải pháp cho hoạt động này là:

- Phát triển các trường dạy nghề với sự tham gia của các doanh nghiệp ở địa phương nhằm đào tạo ngắn hạn đến trung hạn các nghề có nhu cầu ở địa phương đó.
- Một kênh học nghề quan trọng nữa cần được khuyến khích là học nghề ở các doanh nghiệp FDI. Nhà nước cần sớm ban hành chính sách khuyến khích doanh nghiệp FDI đào tạo và chuyển giao cho lao động Việt Nam trong liên doanh những kiến thức và kỹ thuật mới, có độ phức tạp cao.
- Xem xét sửa đổi một số quy định liên quan đến hợp đồng lao động theo hướng đảm bảo lợi ích của người sử dụng lao động (chủ doanh nghiệp) trong việc đào tạo nghề cho người lao động, đặc biệt trong trường hợp người lao động được đào tạo chuyển đi làm cho doanh nghiệp khác.
- Khuyến khích chuyên gia nước ngoài làm việc ngay tại doanh nghiệp, cùng với lao động của doanh nghiệp giải quyết những vấn đề thực tiễn của sản xuất.

2.3. Về cơ chế tài chính khuyến khích hoạt động NC&TK tại DNNVV:

- Theo quan điểm của chính sách đổi mới, thực hiện hỗ trợ tài chính xuyên suốt quá trình từ NC&TK đến giai đoạn ra đời sản phẩm cạnh tranh. Do vậy, cần cơ

cấu lại ngân sách nhà nước dành cho hoạt động KH&CN theo hướng tăng tỷ lệ đầu tư cho các hoạt động phát triển và hoàn thiện công nghệ, sản xuất thử nghiệm, ươm tạo công nghệ, ươm tạo doanh nghiệp dựa trên công nghệ, nghiên cứu nhu cầu công nghệ và tiếp thị công nghệ. Việc cơ cấu lại ngân sách theo hướng trên cũng đồng thời sẽ hạn chế tình trạng các kết quả nghiên cứu của các cơ quan KH&CN chỉ dừng lại ở dạng công nghệ trong phòng thí nghiệm.

- Nghiên cứu hoàn thiện cơ chế hỗ trợ về tài chính cho hoạt động đổi mới công nghệ của doanh nghiệp theo quy định của Nghị định 119/CP nhằm mở rộng đối tượng được thụ hưởng từ chính sách này không chỉ dừng lại ở những doanh nghiệp nhà nước lớn, doanh nghiệp có tiềm lực kinh tế, có khả năng đảm bảo vốn đối ứng, ... như hiện nay.
- Thí điểm áp dụng cơ chế cấp tài chính cho doanh nghiệp để NC&TK các sản phẩm trọng điểm, các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh. Trong trường hợp này, doanh nghiệp có thể tự thực hiện các hoạt động NC&TK bằng chính lực lượng của mình hay hợp tác với các viện nghiên cứu, trường đại học kỹ thuật trên cả nước. Mô hình cấp tài chính trực tiếp cho nhóm doanh nghiệp sản xuất sản phẩm trọng điểm đã được áp dụng thành công ở Hungary vào những năm 1960 và hiện vẫn tiếp tục thực hiện.
- Ở những nước có nền khoa học phát triển, tính cạnh tranh lớn buộc các doanh nghiệp phải đầu tư cho nghiên cứu khoa học để tồn tại. Những tập đoàn kinh tế lớn đầu tư rất nhiều cho hoạt động NC&TK, thậm chí những doanh nghiệp lớn còn có các viện nghiên cứu riêng của mình, tuy nhiên ở Việt Nam do đa số là các DNNVV, chưa đủ tầm và lực nên hoạt động NC&TK hầu như không đáng kể. Quỹ phát triển khoa học và công nghệ Quốc gia hiện là một kênh mới hỗ trợ các dự án nghiên cứu của nhóm DNNVV ở Việt Nam.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Mai Văn Bảo, *Kinh nghiệm quốc tế về thúc đẩy nhân lực khoa học và công nghệ tham gia đổi mới công nghệ của các doanh nghiệp*, Tạp chí Những vấn đề Kinh tế và Chính trị thế giới số 5/2008.
2. Chính phủ (2009), *Nghị định số 56/2009/NĐ-CP ngày 30/06/2009 của Chính phủ về trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa*;
3. Lê Anh Cường, Nguyễn Lệ Huyền, Nguyễn Kim Chi “*Nghiên cứu và phát triển sản phẩm mới*”, Nhà xuất bản Lao động - Xã hội, 2005.
4. *Công nghiệp Việt Nam - 20 năm đổi mới và phát triển*, NXB Thống kê, 2005.
5. Trần Ngọc Ca, Báo cáo tổng hợp ĐTCB “*Nghiên cứu cơ sở khoa học cho việc xây dựng một số chính sách và biện pháp thúc đẩy hoạt động đổi mới công nghệ và nghiên cứu triển khai trong các cơ sở sản xuất ở Việt Nam*”, NISTPASS, 1999.
6. Vũ Cao Đàm, “*Đổi mới cơ chế chính sách tài chính cho hoạt động KH&CN*”, tài liệu trình bày tại Hội thảo “*Đổi mới cơ chế quản lý hoạt động KH&CN*”, NISTPASS, 2003.
7. Trần Chí Đức (2005), Báo cáo “*Điều tra đánh giá trình độ công nghệ của các doanh nghiệp công nghiệp cơ khí trên địa bàn tỉnh Vĩnh Phúc*”.
8. Nguyễn Thị Minh Hạnh, Báo cáo tổng hợp ĐTCS “*Nghiên cứu sự hình thành và phát triển tổ chức và hoạt động nghiên cứu và triển khai trong các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam*”, NISTPASS, 2008.
9. Vũ Quế Hương, *Quản lý đổi mới và phát triển sản phẩm mới*, Nhà xuất bản khoa học và kỹ thuật, 2007.
10. Nguyễn Hữu Long, *Cần hiểu đúng về chức năng NC&TK*, Thời báo Kinh tế Sài Gòn, tháng 6/2009.
11. Kỷ yếu hội thảo “*Doanh nghiệp nhỏ và vừa: Vai trò, thách thức và triển vọng*” diễn ra tại Hà Nội, ngày 10/10/2008”.

12. NISTPASS, *Khuyến nghị tiêu chuẩn thực tiễn cho điều tra NC&TK - Tài liệu hướng dẫn Frascati 2002 của OECD*, Nhà xuất bản Lao động, 2004.
13. NISTPASS, *Khuyến nghị các nguyên tắc chỉ đạo trong thu thập và diễn giải số liệu về đổi mới công nghệ - Tài liệu hướng dẫn OSLO của OECD*, Nhà xuất bản lao động, 2005.
14. NISTPASS (2008), Bộ phiếu điều tra hoạt động NC&TK trong doanh nghiệp thuộc Đề án Đánh giá tiềm lực khoa học và công nghệ tỉnh Vĩnh Phúc.
15. Nguyễn Hữu Thắng (2009), *Năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp Việt Nam trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia
16. Nguyễn Văn Thu (2007), *Về chính sách hỗ trợ đổi mới công nghệ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ*, Tạp chí Hoạt động Khoa học số 2/2007.
17. Lê Văn Thụ, Luận văn thạc sỹ “*Nghiên cứu chính sách đổi mới công nghệ đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa của Việt Nam trong giai đoạn từ 2001 đến nay*”, NISTPASS, 2007.
18. Tổng cục thống kê, “*Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2005, 2006, 2007*”, NXB Thống kê, 2008.
19. Hoàng Văn Tuyên, Báo cáo tổng hợp ĐTCS “*Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng tới hoạt động NC&TK của doanh nghiệp*”, NISTPASS, 2007.
20. Phạm Chí Trung, *Đẩy mạnh NC&TK - Yếu tố sống còn của doanh nghiệp Việt Nam trong tiến trình hội nhập*, Tạp chí Hoạt động khoa học số tháng 2/2007.
21. Tổng cục thống kê, *Thực trạng doanh nghiệp qua kết quả điều tra năm 2005, 2006, 2007*, NXB Thống kê, Hà Nội -2008.
22. Viện quản lý Kinh tế Trung ương, *Báo cáo kết quả khảo sát về đổi mới công nghệ tại các doanh nghiệp công nghiệp Việt Nam*, Dự án VIE/01/2005 (2001-2005).
23. Lê Thành Ý, *Hoạt động khoa học và công nghệ trong doanh nghiệp công nghiệp*, Tạp chí Hoạt động khoa học số tháng 8/2006.