

BÁO CÁO TÓM TẮT

NĂNG LỰC ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM: HIỆN TRẠNG, VỊ TRÍ TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ HÀM Ý CHO HỢP TÁC ĐA PHƯƠNG

MSF 2022 SERIES



BÁO CÁO TÓM TẮT

**Năng lực động của doanh nghiệp Việt Nam:
Hiện trạng, vị trí trong chuỗi giá trị và hàm ý
cho hợp tác đa phương**

MSF 2022 SERIES

Hà Nội, 10/2022

Báo cáo tóm tắt này tóm lược các phát hiện và khuyến nghị chính của Báo cáo nghiên cứu đầy đủ, được thực hiện bởi Viện Phát triển doanh nghiệp trong khuôn khổ Chuỗi hoạt động Diễn đàn đa phương Samsung MSF 2022:

“Cải thiện vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu cho Việt Nam: Hợp tác đa phương trong nâng cao năng lực và trách nhiệm tra soát”, tổ chức tháng 10 năm 2022, tại Hà Nội, Việt Nam.

**VIỆN PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP
PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM**

Chủ biên

TS. Lương Minh Huân, Viện trưởng, Viện Phát triển doanh nghiệp,
Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Thành viên ban biên soạn

ThS. Lê Quang Việt, Viện Phát triển doanh nghiệp, VCCI

Phạm Phương Nhi, Viện Phát triển doanh nghiệp, VCCI

ThS. Bùi Phương Lan, Trưởng phòng Hợp tác và Kết nối, Samsung Việt Nam

Viện Phát triển doanh nghiệp trân trọng cảm ơn sự góp ý của các chuyên gia:

ThS. Trần Thị Lan Anh, Tổng thư ký, VCCI

TS. Lê Duy Bình, Giám đốc điều hành Economica Việt Nam

PGS.TS Hà Văn Hội, Chủ nhiệm Khoa Kinh tế và Kinh doanh Quốc tế, Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội

PGS.TS Nguyễn Ngọc Sơn, Trưởng Khoa Kế hoạch và Phát triển, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

ThS. Phạm Ngọc Thạch, Phó Trưởng ban, Ban pháp chế VCCI

Thông tin trong Báo cáo này chỉ phục vụ mục đích tham khảo. Mọi quan điểm, nhận định, giải thích và kết luận trong Báo cáo này là của nhóm nghiên cứu, và không nhất thiết phản ánh quan điểm chính thức của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), Samsung Việt Nam hay những cá nhân hoặc tổ chức chúng tôi nêu tên.

GIỚI THIỆU VỀ NGHIÊN CỨU

I. Bối cảnh nghiên cứu

Cùng với sự phát triển của khoa học kỹ thuật và xu thế hội nhập, các chuỗi giá trị toàn cầu (GVC) đã hình thành và chiếm lĩnh hầu hết hoạt động thương mại. Điều này mang lại cả cơ hội cũng như thách thức cho tất cả các quốc gia, đòi hỏi sự vận động theo hướng phát triển, tạo dựng lợi thế thương mại của mỗi nước. Trong môi trường kinh doanh thay đổi nhanh chóng như hiện nay thì lý thuyết về năng lực động được đề cập đến như cơ sở để tạo lợi thế cạnh tranh và đem lại hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Thời gian qua, đại dịch Covid 19 và nhiều biến cố lớn trong kinh tế - chính trị toàn cầu đang tạo động lực mới để đẩy nhanh xu hướng tái cấu trúc các GVC, đặt ra yêu cầu cấp thiết đối với doanh nghiệp Việt Nam trong việc phải nâng cao năng lực cạnh tranh lâu dài và bền vững để nắm bắt cơ hội và chiếm lĩnh những vị thế cao hơn trong GVC. Trong bối cảnh đó, lý thuyết về năng lực động – phản ánh khả năng của doanh nghiệp trong việc thay đổi, điều phối và định dạng lại các nguồn lực để thích ứng với sự biến động đang trở thành yếu tố quan trọng hàng đầu. Do đó, việc đánh giá tổng thể và toàn diện năng lực động cũng như xác định rõ ràng vị thế hiện tại của doanh nghiệp Việt Nam trong GVC là vô cùng cần thiết cho Việt Nam trong giai đoạn phát triển mới.

Dựa trên nghiên cứu tổng quan và khảo sát khoảng 500 doanh nghiệp sản xuất, chế biến chế tạo và có các hoạt động xuất nhập khẩu, nghiên cứu này đã tổng hợp được khung đánh giá năng lực động cho doanh nghiệp, đánh giá thực trạng năng lực động trong doanh nghiệp Việt Nam, định vị doanh nghiệp Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu, từ đó rà soát chính sách, và đề xuất giải pháp thúc đẩy doanh nghiệp Việt Nam nâng cao năng lực động và cải thiện vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

II. Khung đánh giá năng lực động

Qua nghiên cứu tổng quan có thể tổng hợp các cấu thành của năng lực động của doanh nghiệp bao gồm 7 thành tố: Năng lực nhận thức (Market sensing capability); Năng lực nắm bắt cơ hội (Dynamic seizing capability); Năng lực thích ứng (Dynamic Adaptability); Năng lực học hỏi và vận dụng (Learning Orientation and application); Năng lực kết nối (Networking capability); Năng lực đổi mới sáng tạo (Innovation capability); Năng lực Quản trị rủi ro chuỗi cung ứng (Supply Chain Risk Management).

III. Thực trạng năng lực động của doanh nghiệp Việt Nam

Đánh giá doanh nghiệp thông qua năng lực động giúp xác định *khả năng của doanh nghiệp trong việc thay đổi, điều phối và định dạng lại các nguồn lực bên trong và bên ngoài doanh nghiệp để không chỉ thích ứng với sự biến động của môi trường kinh doanh và còn có thể tận dụng được những cơ hội thị trường để tăng cường hiệu quả kinh doanh, nâng cao vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp.*

Qua khảo sát khoảng 500 doanh nghiệp sản xuất, chế biến chế tạo và có các hoạt động xuất nhập khẩu, cho thấy kết quả lạc quan với hầu hết các tiêu chí thuộc 7 nhóm trong khung đánh giá năng lực động của doanh nghiệp. Kết quả khảo sát theo thang điểm 5 Likert cho thấy phần lớn doanh nghiệp tự đánh giá ở mức độ trung bình (3) hoặc tốt (4), trong đó mức độ tốt là trội hơn, rất ít doanh nghiệp ở mức độ thấp hoặc rất thấp. *Các nhóm tiêu chí thuộc năng lực học hỏi và vận dụng được các doanh nghiệp tự đánh giá ở mức cao nhất so với các năng lực còn lại, với điểm trung vị theo*

thang điểm 5 Likert đạt 3,70 điểm. Ở chiều ngược lại, các tiêu chí thuộc nhóm năng lực về đổi mới sáng tạo được các doanh nghiệp tự đánh giá ở mức thấp hơn tương đối so với 6 nhóm năng lực còn lại, với điểm trung vị theo thang điểm 5 Likert đạt 3,46 điểm. Bên cạnh đó, kết quả khảo sát cũng cho thấy năng lực động của doanh nghiệp có xu hướng tỷ lệ thuận với quy mô doanh nghiệp khi tất cả 7 nhóm năng lực theo khung nghiên cứu năng lực động của doanh nghiệp lớn đều cao hơn doanh nghiệp nhỏ và vừa. Xét theo loại hình doanh nghiệp, khu vực doanh nghiệp FDI có năng lực động trội hơn khu vực doanh nghiệp tư nhân khi trong 7 nhóm năng lực trong khung nghiên cứu thì doanh nghiệp FDI có tới 6 nhóm năng lực vượt doanh nghiệp khu vực tư nhân, chỉ có duy nhất năng lực đổi mới sáng tạo là thấp hơn.

IV. Định vị doanh nghiệp Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu

Trong hơn 30 năm, Việt Nam đã từng bước mở cửa, từ nền kinh tế đóng trở thành một trong những nền kinh tế hội nhập nhất thế giới, nổi lên là một nền kinh tế có năng lực xuất khẩu và nhập khẩu hàng đầu khu vực và thế giới với tổng kim ngạch xuất nhập khẩu năm 2021 đạt kỷ lục 668,5 tỷ USD, tăng 22,6% so với năm trước, đưa Việt Nam vào nhóm 20 nền kinh tế hàng đầu về thương mại quốc tế, ghi nhận năm thứ 6 liên tục thành công duy trì trạng thái xuất siêu của nền kinh tế.

Bên cạnh đó, Việt Nam cũng được đánh giá là đang nổi lên như một trung tâm sản xuất quan trọng ở khu vực Đông Nam Á. Theo OECD, trong giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2018, tổng giá trị gia tăng trong hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu của Việt Nam đã tăng gấp 3 lần, trong đó, phần giá trị Việt Nam đóng góp vào GVC tăng 3,4 lần. Giá trị tiêu thụ sản phẩm từ GVC (FVA) của Việt Nam tăng gấp 3,6 lần và giá trị cung cấp sản phẩm cho GVC (giá trị DVX) của Việt Nam gấp 2,7 lần trong giai đoạn 2010-2018.

Tỷ lệ tham gia GVC của Việt Nam tăng từ 52,1% lên 62,1% phản ánh sự gia tăng trong mức độ tham gia GVC trong giai đoạn 2010-2018, được hỗ trợ bởi sự tăng lên của tỷ lệ FVA từ 42,8% lên 51,1%, bù đắp cho sự giảm sút của tỷ lệ DVX, từ 12,3% xuống 11%. Với kết quả của năm 2018, Việt Nam có tỷ lệ tham gia GVC thuộc nhóm cao nhất khu vực ASEAN, chỉ đứng sau Singapore và Brunei, thậm chí cao hơn cả Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Mỹ, Brazil. Tuy vậy, tỷ lệ của FVA trong tổng xuất khẩu đang cao hơn rất nhiều tỷ lệ DVX, cho thấy Việt Nam đang ngày càng tham gia nhiều hơn vào GVC dưới vai trò bên sử dụng sản phẩm từ GVC (liên kết ngược) hơn là vai trò cung ứng (liên kết xuôi). Tỷ lệ tham gia liên kết xuôi của GVC chỉ bằng xấp xỉ 0,6 lần Trung Quốc, bằng 0,5 lần Hàn Quốc, bằng 0,4 lần của Mỹ và Nhật Bản. Ngược lại, tỷ lệ tham gia liên kết ngược vào GVC của Việt Nam lại gấp 5,4 lần Mỹ, gấp 3 lần Trung Quốc và Nhật Bản, gấp 1,6 lần Hàn Quốc.

Trong số các công đoạn của chuỗi sản xuất sản phẩm, kết quả khảo sát cho thấy doanh nghiệp tập trung chủ yếu vào các khâu phân phối (35,3%), sản xuất nguyên phụ liệu (34,5%), nghiên cứu và phát triển (33,2%) và gia công lắp ráp (30%), trong đó, sản xuất nguyên phụ liệu, gia công lắp ráp và phân phối là các công đoạn trung nguồn, đem lại giá trị gia tăng thấp nhất trong chuỗi giá trị. Doanh nghiệp ít đảm nhận nhất với những công đoạn như marketing và tạo thương hiệu (lần lượt chiếm 17,4% và 16,8%), là nguyên nhân dẫn đến tình trạng doanh nghiệp chưa có nhiều thương hiệu toàn cầu, chỗ đứng còn thấp trong chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị trong thị trường khu vực và thị trường thế giới.

Có khoảng 1/2 số doanh nghiệp tham gia khảo sát đặt mục tiêu khi tham gia vào GVC, trong đó chủ yếu kỳ vọng vào việc tạo được dấu ấn thương hiệu của doanh nghiệp trên thị trường (66,7%),

trở thành nhà cung ứng cấp cao trong chuỗi giá trị (60,1%) hoặc thu về nhiều giá trị gia tăng hơn từ chuỗi giá trị (55,1%). Tuy nhiên, những mục tiêu doanh nghiệp đặt ra phần lớn mới chỉ nằm ở mức ý tưởng và mong muốn chứ chưa đi vào thực thi. *Có đến 64,7% doanh nghiệp chưa có sự chuẩn bị gì khi tham gia vào GVC và 15,3% mới chỉ đưa ra chiến lược định hướng tổng thể trong dài hạn trên 5 năm, chỉ dưới 5% số doanh nghiệp đã bắt tay vào triển khai các hành động cụ thể.* Với thực tế khảo sát cho thấy trạng thái thiếu chủ động và thiếu sự chuẩn bị của doanh nghiệp Việt Nam như hiện nay, việc tận dụng được các cơ hội trong GVC để tạo ra các bước nhảy vọt là điều rất khó khăn.

Các kế hoạch của doanh nghiệp tập trung cao nhất vào cải thiện chất lượng sản phẩm (99%), tăng cường mở rộng thị trường (97,1%), nâng cao hiểu biết về chuỗi giá trị (95,2%), trong khi dành trọng tâm ít hơn cho các hoạt động chuẩn bị nguồn nhân lực chất lượng cao (85,6%), cải tiến trình độ khoa học công nghệ (84,6%) và chuẩn bị nguồn lực tài chính (78,8%). Như vậy, dường như doanh nghiệp đang tập trung vào những khía cạnh thuộc “phần ngọn” của vấn đề, hơn là tập trung giải quyết các khía cạnh tiền đề, các khía cạnh thuộc về năng lực nền tảng.

Nhìn chung, doanh nghiệp tự đánh giá khả năng đáp ứng các yêu cầu của đối tác trong GVC ở ngưỡng trung bình với xấp xỉ từ 57-60% doanh nghiệp đáp ứng mức “Bình thường”. Trong đó, doanh nghiệp thể hiện khả năng vượt trội hơn khi đáp ứng các quy định về nhân quyền, lao động, việc làm, quy định về trách nhiệm xã hội, quy định về an toàn vệ sinh môi trường và khối lượng đơn hàng, trong khi gặp khó khăn hơn ở yêu cầu về thời gian giao hàng và yêu cầu về tiêu chuẩn, kỹ thuật.

Trong quá trình tham gia vào GVC, doanh nghiệp đã và đang nhận được hỗ trợ dưới nhiều hình thức. Nhìn tổng thể, đối với các doanh nghiệp được nhận hỗ trợ thì sự hỗ trợ đến nhiều nhất từ các hiệp hội doanh nghiệp và các doanh nghiệp đối tác trong chuỗi, trong khi vai trò của cơ quan nhà nước thì mờ nhạt hơn và đứng cuối là các tổ chức quốc tế. Tuy nhiên, xét về khía cạnh tài chính thì cơ quan nhà nước lại đóng vai trò quan trọng nhất khi trong số các doanh nghiệp được nhận hỗ trợ tài chính thì có tới 34,6% từ nguồn nhà nước, cao hơn nhiều so với các nguồn khác. Các hiệp hội tỏ ra vượt trội hơn trong vai trò giúp doanh nghiệp kết nối mạng lưới kinh doanh và phát triển thị trường, đã tiếp cận và hỗ trợ được với xấp xỉ 35-38%. Đối với khía cạnh ứng dụng và chuyển giao công nghệ cũng như nghiên cứu và phát triển thì các tổ chức quốc tế lại chứng tỏ vai trò của mình tốt hơn, góp phần hỗ trợ cho khoảng 22-24% số doanh nghiệp được nhận hỗ trợ.

V. Đánh giá những chính sách, chương trình của Nhà nước nâng cao năng lực, hỗ trợ doanh nghiệp tham gia chuỗi giá trị toàn cầu

Trong thời gian qua các chính sách, chương trình của Nhà nước đã bao phủ khá đầy đủ các khía cạnh khác nhau cần được hỗ trợ của doanh nghiệp trong việc nâng cao năng lực động và cải thiện vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu. Các hình thức hỗ trợ được đa dạng hóa hơn về phương thức, đối tượng và đối tác thực hiện. Nhiều chính sách đã tiếp cận và hỗ trợ được doanh nghiệp, trong đó nhà nước, hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức quốc tế có thể mạnh riêng đối với từng khía cạnh hỗ trợ cụ thể. Tuy nhiên, hệ thống cơ chế chính sách của Việt Nam thời gian qua còn vướng phải một số hạn chế như: thiếu sự phối kết hợp giữa các bên trong việc xây dựng và ban hành chính sách; công tác đánh giá tác động của chính sách chưa được thực hiện tốt; nhiều chính sách chậm được ban hành hoặc ban hành nhưng chưa tiếp cận được đến với doanh nghiệp. Gần một nửa doanh nghiệp tham gia khảo sát cho biết gặp khó khăn trong tiếp cận chính sách do thiếu thông

tin, hơn 1/3 doanh nghiệp cho rằng thủ tục thụ hưởng phức tạp, gần ¼ doanh nghiệp cho rằng các chính sách hỗ trợ chưa phù hợp với nhu cầu của doanh nghiệp.

VI. Hàm ý chính sách khuyến nghị với các bên

Khuyến nghị chính sách với Nhà nước: Cần có sự phối kết hợp đồng bộ giữa các bên trong việc xây dựng và triển khai chính sách hỗ trợ doanh nghiệp tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp cũng mong muốn nhà nước thực thi một cách đầy đủ và kịp thời các các giải pháp về nâng cao năng lực, hỗ trợ doanh nghiệp tham gia hiệu quả hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu. Đồng thời, Nhà nước cũng cần làm tốt hơn công tác đánh giá tác động của chính sách, phải xác định và thực hiện công tác đánh giá chính sách là một nội dung và yêu cầu bắt buộc trong chu trình chính sách đối với tất cả chính sách. Cuối cùng, các doanh nghiệp cũng mong muốn nhà nước tiếp tục xây dựng và phát triển nền tảng để giúp các doanh nghiệp tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, bao gồm các hỗ trợ doanh nghiệp để dàng tiếp cận các kênh thông tin về chính sách, pháp luật, thị trường.. cũng như tiếp cận và tích tụ các nguồn vốn, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và tăng cường liên kết, tham gia chuỗi giá trị.

Khuyến nghị với các doanh nghiệp: Doanh nghiệp cần chủ động hơn và cần có kế hoạch phân bổ nguồn lực hợp lý cho nâng cao năng lực, tham gia hiệu quả hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu. Đồng thời, các doanh nghiệp dẫn dắt trong chuỗi cần phát huy vai trò trong hỗ trợ doanh nghiệp khác về công nghệ, đào tạo lao động để giúp tham gia được vào chuỗi giá trị.

Khuyến nghị với các các hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ khác: Các hiệp hội phải tích cực và sáng tạo trong việc xây dựng hoạt động kết nối các doanh nghiệp quy mô lớn, các doanh nghiệp FDI với các doanh nghiệp hội viên, và giữa các hội viên với nhau để tăng cơ hội kinh doanh, hợp tác, liên kết để phát triển. Đồng thời, cần tập trung vào việc bồi dưỡng nâng cao kiến thức, kỹ năng, phương pháp hoạt động phù hợp với đặc điểm, tính chất của một tổ chức xã hội nghề nghiệp. Bên cạnh đó, các các hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ khác cũng cần phát huy vai trò cầu nối để thúc đẩy hợp tác đa phương để nâng cao năng lực, hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam cải thiện vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

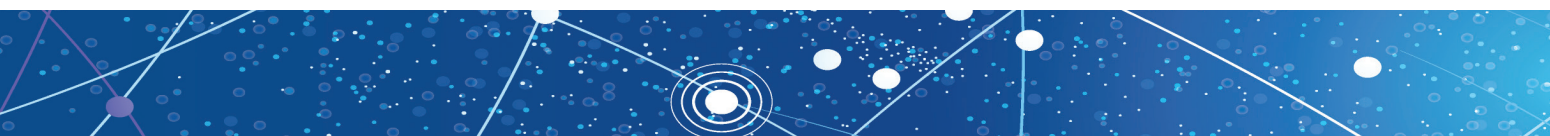
Đơn vị thực hiện khảo sát và xây dựng báo cáo
VIỆN PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP -
PHÒNG THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM (VCCI)

Địa chỉ : Số 9 Đào Duy Anh, Đống Đa, Hà Nội

Điện thoại: 024.3577.2373 - 024.3577.1076

Website : vienptdn-vcci.vn

Email : vienptdn@vcci.com.vn



BÁO CÁO TÓM TẮT

NĂNG LỰC ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM: HIỆN TRẠNG, VỊ TRÍ TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ VÀ HÀM Ý CHO HỢP TÁC ĐA PHƯƠNG

MSF 2022 SERIES

