



LIÊN ĐOÀN THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN DOANH NGHIỆP VIỆT NAM 2022/2023

Năng lực động của doanh nghiệp Việt Nam: Hiện trạng, vị trí trong chuỗi giá trị toàn cầu

Chủ biên: **TS. Lương Minh Huân**, Viện trưởng, Viện Phát triển doanh nghiệp,
Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

Thành viên nhóm nghiên cứu

TS. Nguyễn Đình Hoan, Viện Phát triển doanh nghiệp, VCCI

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

ThS. Phạm Phương Nhi, Viện Phát triển doanh nghiệp, VCCI

ThS. Nguyễn Hoàng Duy, Viện Phát triển doanh nghiệp, VCCI

Thông tin trong Báo cáo nghiên cứu 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, không nhất thiết phản ánh quan điểm chính thức của Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) cũng như Viện Phát triển doanh nghiệp hay những cá nhân hoặc tổ chức chúng tôi nêu tên.

MỤC LỤC

MỤC LỤC	2
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	4
DANH MỤC BẢNG	5
DANH MỤC HÌNH	6
LỜI NÓI ĐẦU	9
TÓM TẮT	11
1. Kinh tế thế giới năm 2022	11
2. Kinh tế Việt Nam năm 2022	11
3. Phát triển doanh nghiệp năm 2022	11
4. Năng lực động của doanh nghiệp Việt Nam	11
5. Triển vọng kinh tế thế giới và Việt Nam năm 2023	12
6. Triển vọng phát triển doanh nghiệp năm 2023	12
PHẦN I KINH TẾ THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM NĂM 2022	15
1.1. BỐI CẢNH KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2022	17
1.1.1. Đặc điểm nổi bật kinh tế thế giới	17
1.1.2. Thực trạng kinh tế thế giới năm 2022	20
1.1.3. Kinh tế một số quốc gia và khu vực	23
1.2. TÌNH HÌNH KINH TẾ VIỆT NAM NĂM 2022	25
1.2.1. Tăng trưởng kinh tế	25
1.2.2. Thương mại	26
1.2.3. Giá cả và lạm phát	27
1.2.4. Tài chính và tiền tệ	28
1.2.5. Đầu tư	29
PHẦN II TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP VIỆT NAM NĂM 2022 VÀ GIAI ĐOẠN 2011-2022	35
2.1. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP NĂM 2022	37
2.1.1. Tình hình doanh nghiệp gia nhập thị trường năm 2022	37
2.1.2. Tình hình doanh nghiệp rút khỏi thị trường năm 2022	46
2.2. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP ĐANG HOẠT ĐỘNG GIAI ĐOẠN 2011-2022	53
2.2.1. Tình hình phát triển số lượng doanh nghiệp hoạt động	53
2.2.2. Cơ cấu doanh nghiệp đang hoạt động theo ngành kinh tế	56
2.2.3. Cơ cấu doanh nghiệp đang hoạt động theo vùng địa lý	58
2.2.4. Mật độ doanh nghiệp đang hoạt động	61
2.2.5. Tăng trưởng về lao động trong doanh nghiệp đang hoạt động	64
2.2.6. Tăng trưởng về nguồn vốn trong doanh nghiệp hoạt động	64

2.2.7. Tăng trưởng về doanh thu của doanh nghiệp hoạt động	66
2.2.8. Quy mô bình quân của doanh nghiệp hoạt động	67
PHẦN III NĂNG LỰC ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM: HIỆN TRẠNG, VỊ TRÍ TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU	73
3.1. KHUNG NGHIÊN CỨU VỀ NĂNG LỰC ĐỘNG	75
3.1.1. Khái niệm về năng lực động	75
3.1.2. Một số thành phần cơ bản của năng lực động	77
3.1.3. Đề xuất khung nghiên cứu năng lực động	83
3.2. THỰC TRẠNG NĂNG LỰC ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM	89
3.2.1. Đánh giá chung về năng lực động của doanh nghiệp	89
3.2.2. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực nhận thức	91
3.2.3. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực nắm bắt cơ hội	92
3.2.4. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực thích ứng	93
3.2.5. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực học hỏi và vận dụng	94
3.2.6. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực kết nối	95
3.2.7. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực đổi mới sáng tạo	96
3.2.8. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực quản trị rủi ro chuỗi cung ứng	97
3.2.9. Khó khăn của doanh nghiệp khi nâng cao năng lực động để tham gia chuỗi giá trị toàn cầu	98
3.3. ĐỊNH VỊ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU	99
3.3.1. Tổng quan mức độ tham gia của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu	99
3.3.2. Thực trạng tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của doanh nghiệp	107
3.3.3. Mục tiêu, chiến lược và kế hoạch tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của doanh nghiệp	110
3.3.4. Những khó khăn doanh nghiệp gặp phải khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu	113
3.3.5. Hỗ trợ doanh nghiệp nhận được khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu	115
3.3.6. Đánh giá chung	116
PHẦN IV ĐỀ XUẤT KHUYẾN NGHỊ	119
4.1. ĐỀ XUẤT VÀ KHUYẾN NGHỊ VỀ PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP	121
4.1.1. Đề xuất và khuyến nghị đối với Nhà nước	121
4.1.2. Đề xuất và khuyến nghị đối với doanh nghiệp	124
4.1.3. Đề xuất và khuyến nghị với các hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ khác	126
4.2. ĐỀ XUẤT VÀ KHUYẾN NGHỊ VỀ NÂNG CAO NĂNG LỰC ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP ĐỂ THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU	126
4.2.1. Đề xuất và khuyến nghị với Nhà nước	126
4.2.2. Đề xuất và khuyến nghị với các doanh nghiệp	129
4.2.3. Đề xuất và khuyến nghị với các hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ khác	131
TÀI LIỆU THAM KHẢO	133

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

ASEAN	Hiệp hội các nước Đông Nam Á
CMCN 4.0	Cách mạng công nghiệp lần thứ tư
CN&XD	Công nghiệp và Xây dựng
CPTPP	Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương
DN	Doanh nghiệp
DNNN	Doanh nghiệp Nhà nước
DNNVV	Doanh nghiệp nhỏ và vừa
DNTN	Doanh nghiệp tư nhân
TM&DV	Thương mại và Dịch vụ
EU	Liên minh châu Âu
FTA	Hiệp định thương mại tự do
IMF	Tổ chức tiền tệ quốc tế
ILO	Tổ chức Lao động quốc tế
GDP	Tổng sản phẩm quốc dân
NCIF	Trung tâm Thông tin và Dự báo kinh tế-xã hội quốc gia
NFSC	Ủy ban giám sát tài chính quốc gia
NLN&TS	Nông, lâm nghiệp và thủy sản
NSLĐ	Năng suất lao động
NSNN	Ngân sách Nhà nước
PMI	Chỉ số nhà quản trị mua hàng
SXKD	Sản xuất kinh doanh
TTCK	Thị trường chứng khoán
UN	Liên hiệp quốc
VCCI	Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
VEPR	Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách
WB	Ngân hàng thế giới
WTO	Tổ chức Thương mại thế giới

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1. Phân bổ số doanh nghiệp đang hoạt động theo ngành, 2017-2021	57
Bảng 2. Tổng hợp các khái niệm về năng lực động	75
Bảng 3. Đề xuất Khung đánh giá năng lực động của doanh nghiệp tại Việt Nam	85

DANH MỤC HÌNH

Hình 1. Tốc độ tăng GDP các quý năm 2022 (%)	25
Hình 2. Tổng vốn đầu tư thực hiện toàn xã hội phân theo loại hình kinh tế theo giá hiện hành các năm 2018-2022	30
Hình 3. Vốn đầu tư nước ngoài đăng ký vào Việt Nam tính đến ngày 20/12 các năm 2018-2022 (tỷ USD)	30
Hình 4. Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện 12 tháng các năm 2018-2022 (tỷ USD)	31
Hình 5. Tình hình phát triển doanh nghiệp thành lập mới theo tháng giai đoạn 2019 - 2022	38
Hình 6. Doanh nghiệp thành lập mới giai đoạn 2011-2022	38
Hình 7. Quy mô doanh nghiệp thành lập mới giai đoạn 2011-2022	39
Hình 8. Phân bổ doanh nghiệp thành lập mới năm 2022 theo vùng	40
Hình 9. Tăng trưởng về số doanh nghiệp thành lập mới năm 2022 theo vùng kinh tế-xã hội	41
Hình 10. Top 10 tỉnh có số doanh nghiệp thành lập mới nhiều nhất năm 2022	41
Hình 11. Top 10 tỉnh có số doanh nghiệp thành lập mới ít nhất năm 2022	42
Hình 12. Tình hình doanh nghiệp quay trở lại hoạt động giai đoạn 2014-2022	43
Hình 13. Phân bổ doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022 theo ngành nghề kinh doanh	43
Hình 14. Tăng trưởng về số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022 theo ngành nghề kinh doanh	44
Hình 15. Phân bổ doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022 theo vùng kinh tế-xã hội	45
Hình 16. Tăng trưởng về số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022 theo vùng kinh tế - xã hội	45
Hình 17. Doanh nghiệp rút khỏi thị trường năm 2022	46
Hình 18. Tình hình doanh nghiệp rút khỏi thị trường giai đoạn 2013-2022	47
Hình 19. Số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn giai đoạn 2013-2022	48
Hình 20. Phân bổ doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn năm 2022 theo vùng kinh tế-xã hội	49
Hình 21. Tăng trưởng về số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn năm 2022 theo vùng kinh tế - xã hội	49

Hình 22. Số doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể giai đoạn 2013-2021	50
Hình 23. Phân bổ doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể năm 2022 theo ngành nghề kinh doanh	51
Hình 24. Tăng trưởng về số doanh nghiệp ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể năm 2021 theo ngành nghề kinh doanh	52
Hình 25. Số doanh nghiệp giải thể giai đoạn 2011-2022	53
Hình 26. Số lượng doanh nghiệp hoạt động 2011-2022	54
Hình 27. Tăng trưởng về số lượng doanh nghiệp hoạt động, 2011-2022	55
Hình 28. Doanh nghiệp đang hoạt động theo khu vực kinh tế năm 2021	56
Hình 29. Phân bổ số doanh nghiệp đang hoạt động theo ngành năm 2021	56
Hình 30. Số doanh nghiệp đang hoạt động theo vùng địa lý năm 2021	58
Hình 31. Tỷ trọng doanh nghiệp đang hoạt động theo vùng địa lý giai đoạn 2017-2021	59
Hình 32. Phân bổ số doanh nghiệp đang hoạt động theo tỉnh năm 2021	60
Hình 33. Mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân năm 2021	61
Hình 34. Mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân năm 2021 tại các tỉnh	63
Hình 35. Lao động trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh giai đoạn 2011-2020	64
Hình 36. Vốn trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả SXKD, 2011-2020	65
Hình 37. Vốn trong doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh, 2011-2020	65
Hình 38. Doanh thu thuần của doanh nghiệp, 2011-2020	66
Hình 39. Doanh thu của doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả SXKD, 2011-2020	67
Hình 40. Quy mô lao động bình quân trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả SXKD, 2011-2020	68
Hình 41. Quy mô lao động bình quân trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả SXKD năm 2020	69
Hình 42. Quy mô bình quân vốn trong các doanh nghiệp hoạt động theo khu vực kinh tế, 2011-2020	70
Hình 43. Quy mô vốn bình quân trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả SXKD năm 2020	71
Hình 44. Cấu thành của năng lực động	84

Hình 45. Tổng hợp chung về năng lực động của doanh nghiệp	90
Hình 46. Tổng hợp chung về năng lực động của doanh nghiệp, so sánh theo quy mô doanh nghiệp	90
Hình 47. Tổng hợp chung về năng lực động của doanh nghiệp, so sánh theo loại hình doanh nghiệp	91
Hình 48. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực nhận thức	92
Hình 49. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực nắm bắt cơ hội	93
Hình 50. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực thích ứng	94
Hình 51. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực học hỏi và vận dụng	95
Hình 52. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực kết nối	96
Hình 53. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực đổi mới sáng tạo	97
Hình 54. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực quản trị rủi ro chuỗi cung ứng	98
Hình 55. Những khó khăn, thách thức doanh nghiệp gặp phải trong nâng cao năng lực để tham gia hiệu quả hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu	99
Hình 56. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam giai đoạn 2008-2021	100
Hình 57. Tình hình thu hút và thực hiện vốn FDI vào Việt Nam	103
Hình 58. Giá trị tham gia GVC Việt Nam giai đoạn 2010-2018	105
Hình 59. Tỷ lệ tham gia GVC Việt Nam giai đoạn 2010-2018	105
Hình 60. Tỷ lệ tham gia GVC của Việt Nam và một số quốc gia năm 2018	106
Hình 61. Mức độ tham gia hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp	107
Hình 62. Kinh nghiệm tham gia hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp	108
Hình 63. Thị trường xuất khẩu chủ yếu của doanh nghiệp Việt Nam	109
Hình 64. Công đoạn doanh nghiệp Việt Nam đảm nhận chủ yếu	110
Hình 65. Mục tiêu của doanh nghiệp khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu	111
Hình 66. Chiến lược và kế hoạch của doanh nghiệp khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu	112
Hình 67. Trọng tâm trong các kế hoạch của doanh nghiệp khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu	113
Hình 68. Khả năng của DN đáp ứng các yêu cầu của đối tác khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu	114
Hình 69. Các hỗ trợ doanh nghiệp nhận được khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu	115
Hình 70. Các hỗ trợ doanh nghiệp nhận được khi tham gia vào chuỗi giá trị	116

LỜI NÓI ĐẦU

Tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam năm 2022 diễn ra trong bối cảnh kinh tế thế giới đang phải đổi mới với những thách thức lớn, biến động nhanh, khó lường và tính bất ổn cao; lạm phát đã tăng lên mức cao nhất trong nhiều thập kỷ buộc các quốc gia phải thắt chặt chính sách tiền tệ. Cạnh tranh chiến lược, địa chính trị giữa các nước lớn, xung đột quân sự giữa Nga và U-crai-na; thiên tai, dịch bệnh, biến đổi khí hậu, mưa bão, hạn hán... đã làm gia tăng rủi ro đến thị trường tài chính, tiền tệ, an ninh năng lượng, an ninh lương thực toàn cầu. Tuy nhiên, một số điểm sáng đối với kinh tế thế giới trong năm 2022 có thể giúp giảm bớt áp lực đối với điều hành vĩ mô của nền kinh tế Việt Nam, bao gồm áp lực lạm phát có xu hướng giảm và Trung Quốc nới lỏng chính sách Zero-Covid.

Chuỗi giá trị toàn cầu (GVC) đang được coi là một nhân tố cách mạng, tái cấu trúc toàn bộ hoạt động sản xuất toàn cầu trên quy mô hội nhập cả chiều rộng và chiều sâu, từ các nước đang phát triển tới các nước phát triển. Trong môi trường kinh doanh thay đổi nhanh chóng thời gian gần đây thì lý thuyết về năng lực động được đề cập đến như cơ sở để tạo lợi thế cạnh tranh và đem lại kết quả kinh doanh của doanh nghiệp. Khi đánh giá doanh nghiệp thông qua năng lực động, có thể cho thấy 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. 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 nhiệm vụ trước mắt cũng chính là lời giải đầu tiên và quan trọng cần phải đi tìm để giải quyết bài toán khó khăn đang đặt ra cho Việt Nam trong giai đoạn phát triển mới.

Chuỗi Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam được Viện Phát triển doanh nghiệp - Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) thực hiện hàng năm, là một trong những tài liệu quan trọng, giúp các doanh nghiệp và các nhà hoạch định chính sách hiểu rõ về tình hình phát triển của doanh nghiệp Việt Nam, trên cơ sở đó xây dựng những hướng đi thích hợp phục vụ cho việc phát triển kinh doanh ở Việt Nam. Ngoài việc đánh giá môi trường kinh doanh, đánh giá năng lực của doanh nghiệp, Báo cáo còn đi sâu phân tích thực trạng hoạt động của doanh nghiệp theo chủ đề lựa chọn của mỗi năm.

Năm 2022, là năm thứ mười bảy VCCI xây dựng Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam với chủ đề năm là *Năng lực động của doanh nghiệp Việt Nam: Hiện trạng, vị trí trong chuỗi giá trị toàn cầu*. Báo cáo đã đưa ra bức tranh về thực trạng phát triển và năng lực của doanh nghiệp Việt Nam trong năm 2022, so sánh với giai đoạn 2011-2022, từ đó cho thấy những vấn đề cần cải thiện để nâng cao năng lực doanh nghiệp; đồng thời, Báo cáo cũng đánh giá tổng thể năng lực động cũng như xác định rõ ràng vị thế hiện tại của doanh nghiệp Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu. Trên cơ sở các đánh giá, phân tích, Báo cáo đã đưa ra các nhận định và khuyến nghị nhằm hỗ trợ phát triển doanh nghiệp, trong đó có việc nâng cao năng lực động của doanh nghiệp để thúc đẩy tham gia vào

chuỗi giá trị toàn cầu.

Nội dung Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam 2022/2023 gồm 4 phần chính:

Phần I. Kinh tế vĩ mô và môi trường kinh doanh Việt Nam năm 2022

Phần II. Phát triển doanh nghiệp Việt Nam năm 2022 và giai đoạn 2011-2022

Phần III. Năng lực động của doanh nghiệp Việt Nam: Hiện trạng, vị trí trong chuỗi giá trị toàn cầu

Phần IV. Đề xuất và khuyến nghị

Báo cáo thường niên doanh nghiệp Việt Nam năm 2022/2023 do Viện Phát triển doanh nghiệp thuộc Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chủ trì nghiên cứu, xây dựng trong khuôn khổ Chương trình hợp tác giữa Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và Bộ Khoa học và Công nghệ, với sự trợ giúp của Công ty TNHH Một thành viên Sở hữu trí tuệ VCCI trong việc xuất bản và công bố.

Do độ trễ của các số liệu thu thập và tính phức tạp của việc nghiên cứu về doanh nghiệp nên Báo cáo khó tránh khỏi có những thiếu sót, Viện Phát triển doanh nghiệp rất mong nhận được sự quan tâm, góp ý của bạn đọc.

VIỆN PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP
LIÊN ĐOÀN THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

TÓM TẮT

1. Kinh tế thế giới năm 2022

Những yếu tố nổi bật tác động đến kinh tế thế giới năm 2022 bao gồm: Đại dịch Covid-19, cuộc xung đột Nga-Ukraine, khủng hoảng năng lượng toàn cầu, biến đổi khí hậu. Thực trạng chung của kinh tế thế giới năm 2022 có những diễn biến phức tạp và những áp lực đè nặng lên hầu hết quốc gia. Nền kinh tế toàn cầu đang tiến gần hơn tới suy thoái, thể hiện qua việc sụt giảm sản lượng xuống tới mức đáy, đứt gãy chuỗi thương mại toàn cầu, rủi ro gia tăng khiến các yếu tố tài chính trở nên bất ổn, khủng hoảng về lao động và thất nghiệp diễn ra trên phạm vi rộng, nợ chính phủ tăng cao kỷ lục đe dọa an ninh tài chính quốc gia.

2. Kinh tế Việt Nam năm 2022

Kinh tế Việt Nam năm 2022 đã đạt được một số thành tựu nhất định như: Tăng trưởng GDP đạt 8,02%, thuộc nhóm nước có tốc độ tăng trưởng cao nhất trong khu vực và trên thế giới; xuất nhập khẩu trở thành điểm nhấn trong tăng trưởng, xuất khẩu duy trì tăng trưởng dương, xuất siêu đạt mức cao kỷ lục; kinh tế vĩ mô được duy trì ổn định, lạm phát ở mức thấp. Bên cạnh đó vẫn còn một số những hạn chế nhất định mà Việt Nam cần tìm cách cải thiện trong thời gian tới, bao gồm: tốc độ tăng trưởng xuất khẩu giảm dần qua từng tháng kể từ tháng 9/2022; phương thức tăng trưởng thay đổi chưa rõ rệt, vẫn còn dựa vào gia tăng số lượng vốn đầu tư, lao động và các nguồn lực đầu vào khác; cán cân thương mại vẫn phụ thuộc phần lớn vào khu vực nước ngoài; lãi suất trong nước tăng mạnh trong những tháng cuối năm 2022; đầu tư công triển khai chậm so với kế hoạch.

3. Phát triển doanh nghiệp năm 2022

Tình hình phát triển doanh nghiệp năm 2022 đã có nhiều tín hiệu khả quan, đánh dấu sự phục hồi của khu vực doanh nghiệp. Cả nước có 148,5 nghìn doanh nghiệp đăng ký thành lập mới, tăng 27,1% so với năm 2021. Bên cạnh đó, còn có 59,8 nghìn doanh nghiệp quay trở lại hoạt động, tăng 38,8% so với năm 2021, nâng tổng số doanh nghiệp thành lập mới và doanh nghiệp quay trở lại hoạt động trong năm 2022 lên 208,3 nghìn doanh nghiệp, tăng 30,3% so với năm 2021. Tuy nhiên sự phục hồi này vẫn còn chưa bền vững khi mà số doanh nghiệp rút khỏi thị trường vẫn tăng cao. Số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn là 73,8 nghìn doanh nghiệp, tăng 34,3% so với năm 2021; gần 50,8 nghìn doanh nghiệp ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể, tăng 5,5%; 18,6 nghìn doanh nghiệp hoàn tất thủ tục giải thể, tăng 11,2%. Điều này cho thấy bên cạnh những khó khăn do bối cảnh kinh tế thế giới, kinh tế trong nước, thì năng lực của các doanh nghiệp, nhất là DNNVV và doanh nghiệp mới thành lập còn hạn chế, dẫn đến khả năng sống sót và phát triển thấp. Đây chính là khu vực cần sự hỗ trợ nhiều nhất để xây dựng cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam phát triển trong thời gian tới.

4. Năng lực động của doanh nghiệp Việt Nam

Nhìn chung kết quả tự đánh giá của doanh nghiệp là khả quan với hầu hết các tiêu chí thuộc 7 nhóm trong khung đánh giá năng lực động của doanh nghiệp theo thang điểm 5 Likert 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 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 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. Xét theo loại hình doanh nghiệp, khu vực doanh nghiệp FDI có năng lực động trội hơn khu vực doanh nghiệp tư nhân.

5. Triển vọng kinh tế thế giới và Việt Nam năm 2023

Bối cảnh thế giới hiện tại vẫn chưa đựng vô số rủi ro. Nhiều tổ chức quốc tế nhận định rằng tốc độ tăng giá sẽ vẫn ở mức cao, ít nhất là trong thời gian đầu của năm khiến các điều kiện tài chính vẫn chưa thể thả lỏng; Kinh tế thương mại vẫn tiếp tục bị gián đoạn do xung đột giữa Nga và Ukraine; Niềm tin kinh doanh đang ở mức suy yếu nhất kể từ sau cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu;.... Dự báo cho năm 2023, các tổ chức quốc tế lần lượt đưa ra các mức tăng trưởng từ 1,7-2,9% cho năm 2023 và từ 2,4-2,7% cho năm 2024 tùy theo quan điểm giả định của từng tổ chức.

Việt Nam bước sang năm 2023 với khó khăn, thách thức nhiều hơn là thuận lợi. Dự báo của các tổ chức uy tín trong nước và quốc tế về tốc độ tăng trưởng của Việt Nam trong năm 2023 sẽ đạt từ 6-6,7%. Đa phần các dự báo đều khẳng định rằng, trong các kịch bản cơ sở thì Việt Nam đang thể hiện khả năng phục hồi và tăng trưởng mạnh mẽ hơn hầu hết các nền kinh tế tương đương, và triển vọng của nền kinh tế trong trung và dài hạn vẫn tích cực. Tuy vậy, Việt Nam cũng không thể chủ quan trước những diễn biến khó lường và rủi ro của kinh tế toàn cầu có thể cản trở và kéo chậm đà tăng trưởng.

6. Triển vọng phát triển doanh nghiệp năm 2023

Theo dự đoán, số doanh nghiệp đăng ký thành lập mới tiếp tục tăng lên tuy nhiên mức tăng sẽ thấp hơn trong năm 2022, tuy vậy vốn trong các doanh nghiệp đăng ký thành lập mới cũng như quy mô doanh nghiệp theo vốn tiếp tục có xu hướng giảm đi nhưng không nhiều như năm 2022; số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động cũng là tỷ lệ dương, nhưng không nhiều như năm 2022; số doanh nghiệp ngừng hoạt động nói chung cũng giảm tốc so với năm 2022, trong đó số doanh nghiệp giải thể có khả năng tăng tốc so với mức 5,5% của năm 2022, còn số doanh nghiệp ngừng hoạt động giảm tốc so với năm 2022.



CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN SỞ HỮU TRÍ TUỆ VCCI

Tầng 8, tòa nhà VCCI, số 9 Đào Duy Anh, Hà Nội.

Tel. (024) 3577 1365 ♦ Fax. (024) 3577 1563, 3577 2595, 3577 2596, 3577 2629

E-mail: patent@vcci-ip.com; trademark@vcci-ip.com ♦ Website: www.vcci-ip.com

Người đại diện: Luật sư TRẦN HUY PHƯƠNG - Chủ tịch kiêm Giám đốc

Công ty TNHH một thành viên Sở hữu trí tuệ VCCI (tên giao dịch: VCCI-IP CO., LTD) là công ty trực thuộc Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực đại diện sở hữu trí tuệ. VCCI-IP được thành lập năm 1984 (ngay sau khi Cục Sở hữu Trí tuệ được thành lập năm 1982), tiền thân là Ban Sở hữu công nghiệp của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam thực hiện nhiệm vụ của Chính phủ giao trong nhiều năm là đại diện độc quyền đăng ký quyền sở hữu trí tuệ cho doanh nghiệp nước ngoài tại Việt Nam. Cùng với sự đổi mới của nền kinh tế và hội nhập kinh tế toàn cầu, hơn 30 năm qua, VCCI-IP liên tục phát triển và nâng cao tính chuyên nghiệp, khẳng định vị trí là một trong những đại diện sở hữu trí tuệ lớn nhất và có uy tín nhất Việt Nam. VCCI-IP hàng năm được các tạp chí chuyên ngành về sở hữu trí tuệ như Managing IP Magazine, Asia IP Magazine đánh giá và xếp loại là một trong những đại diện sở hữu trí tuệ hàng đầu Việt Nam.

Hiện nay, VCCI-IP hợp tác với khoảng 500 văn phòng luật trên toàn thế giới và đại diện cho hơn 1000 khách hàng trong nước và nước ngoài, trong đó có nhiều tập đoàn công nghiệp, các công ty đa quốc gia hàng đầu thế giới như Sony, Sharp, Panasonic, LG, Toshiba, GlaxoSmithKline, NTT Docomo, Sanyo, Hitachi v.v.. VCCI-IP là thành viên của các hiệp hội nghề nghiệp quốc tế như Hiệp hội Quốc tế về Bảo hộ quyền Sở hữu trí tuệ (AIPPI), Hiệp hội Nhãn hiệu Quốc tế (INTA), Hiệp hội Luật sư sáng chế châu Á (APAA)... Với đội ngũ hơn 70 cán bộ gồm luật sư, luật gia, kỹ sư, chuyên viên kỹ thuật trong nhiều lĩnh vực, tận tâm với công việc, VCCI - IP luôn đảm bảo cung cấp chất lượng dịch vụ tốt nhất trên cơ sở hợp tác chặt chẽ, kịp thời với khách hàng trong việc xác lập và bảo vệ hiệu quả các quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam và nước ngoài.

Lĩnh vực hoạt động của VCCI-IP như sau

- ① Cung cấp thông tin về môi trường pháp lý, kinh tế kỹ thuật của Việt Nam và nước ngoài liên quan đến sở hữu trí tuệ cho các cá nhân, doanh nghiệp trong và ngoài nước;
- ② Dịch vụ tra cứu thông tin về tình trạng kỹ thuật, khả năng bảo hộ, tình trạng bảo hộ của sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu, v.v.;
- ③ Tư vấn và đại diện để đăng ký bảo hộ cho các sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu, bản quyền tác giả v.v. của các cá nhân, tổ chức trong nước và nước ngoài tại Việt Nam và nước ngoài;
- ④ Tư vấn và nộp đơn đăng ký sáng chế quốc tế theo Hiệp ước PCT;
- ⑤ Tư vấn và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu Việt Nam ra nước ngoài theo hệ thống đăng ký nhãn hiệu quốc tế Madrid và Nhãn hiệu Cộng đồng châu Âu;
- ⑥ Tư vấn và đại diện giải quyết khiếu nại, khiếu kiện, tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ;
- ⑦ Chống vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và chống hàng giả tại Việt Nam và các thị trường nước ngoài;
- ⑧ Tư vấn chuyển nhượng, chuyển giao li-xăng quyền sở hữu trí tuệ và chuyển giao công nghệ.



LIÊN ĐOÀN THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

PHẦN I:
KINH TẾ THẾ GIỚI VÀ VIỆT NAM NĂM 2022

1.1. BỐI CẢNH KINH TẾ THẾ GIỚI NĂM 2022

1.1.1. Đặc điểm nổi bật kinh tế thế giới

Đại dịch Covid-19 trong năm 2022 tiếp tục gây khó khăn cho nền kinh tế toàn cầu

Đại dịch Covid-19 đã gây ra những thiệt hại về con người và kinh tế nghiêm trọng trên phạm vi toàn cầu, theo thống kê đến 31/12/2022 (Worldometer), ước tính có tới trên 680 triệu ca mắc bệnh và cướp đi sinh mạng của hơn 6,8 triệu người trên toàn thế giới trong 3 năm qua. Tuy vậy, nhờ vaccine được bao phủ rộng khắp, căn bệnh này cho tới thời điểm cuối năm 2022 đã được kiểm soát rất nhiều và không còn gây ra những khung hoảng như trong hai năm 2020 và 2021.

Kể từ khi COVID-19 xuất hiện, Mỹ là quốc gia chịu ảnh hưởng nặng nề nhất. Tính tới năm 2022, hơn 100 triệu người Mỹ (tương đương gần 1/3 dân số Mỹ) từng mắc COVID-19, hơn 1,1 triệu trường hợp tử vong. Sau 3 năm đại dịch, châu Âu có hơn 240 triệu ca mắc, hơn 2 triệu trường hợp tử vong. Châu Á chứng kiến trên 200 triệu ca mắc, trên 1,5 triệu ca tử vong.

Làn sóng Omicron trong năm 2022 khiến số ca mắc tăng vọt, số ca nhập viện tăng (dù tỷ lệ thấp hơn Delta), chủ yếu ở người chưa được tiêm vaccine. Biến thể mới này gây ra triệu chứng nhẹ hơn so với Delta. Một số nguyên nhân đã dẫn đến sự thay đổi này, đó là virus chủ yếu nhân lên và gây ra các triệu chứng ở đường hô hấp trên nên ít nguy hiểm hơn. Hơn nữa, khả năng miễn dịch của các nhóm dân số đã tăng lên nhờ tiêm chủng vaccine và miễn dịch có được từ lần mắc trước đó. Đến tháng 3/2022, WHO ước tính gần 90% dân số toàn cầu có kháng thể chống lại virus COVID-19 thông qua tiêm chủng hay đã từng mắc COVID-19 trước đó.

Triển vọng của hầu hết các khu vực, bao gồm Châu Âu và Bắc Mỹ, vẫn tương đối thuận lợi trong năm 2023. Mặc dù chưa xuất hiện thêm biến thể mới đáng quan ngại nào, nhưng vẫn chưa thể lường trước tình huống xuất hiện biến thể mới có thể lật ngược tình thế. Nếu không tiếp tục tiêm chủng, khả năng miễn dịch với các biến thể hiện tại, bao gồm cả Omicron sẽ suy giảm dần theo thời gian. Các vaccine được thiết kế riêng để trúng đích Omicron (đặc biệt đối với biến thể BA.4 và BA.5) nâng cao hiệu quả đáng kể đối với các biến thể chiếm chủ đạo hiện nay.

Cuộc xung đột Nga-Ukraine

Cuộc xung đột Nga-Ukraine xảy ra vào thời điểm thế giới vừa trải qua hai năm điêu đứng vì COVID-19 và đang kỳ vọng vào giai đoạn phục hồi hậu đại dịch. Tình hình càng khó khăn hơn khi Nga-nước xuất khẩu khí đốt tự nhiên lớn nhất, dầu mỏ lớn thứ hai và than đá lớn thứ ba thế giới đã tiến hành chiến dịch quân sự đặc biệt ở Ukraine vào ngày 24/2/2022. Sự kiện này đã châm ngòi cho một loạt lệnh trừng phạt từ phương Tây, trong đó có lệnh cấm của Liên minh châu Âu (EU) đối với hầu hết nguồn dầu nhập khẩu từ Nga. Lạm phát đang hoành hành trên toàn thế giới và ngay cả các nước giàu cũng đang phải hứng chịu tác động từ cuộc xung đột này.

Một trong những hệ lụy chính trị của cuộc xung đột là nó đang tạo ra "Chiến tranh

Lạnh 2.0" và thế giới một lần nữa sẽ trở thành nạn nhân giữa hai khối với mức độ cạnh tranh ngày càng leo thang. Do đó, xung đột đã tạo ra thế tiến thoái lưỡng nan về an ninh giữa các quốc gia và nhiều nước đang tăng ngân sách quốc phòng sau cuộc khủng hoảng. Hơn nữa, cuộc xung đột đã khiến nhiều nước phải đổi mặt với những thách thức kinh tế liên quan, cùng với đó là nhiều cuộc biểu tình, tạo ra bất ổn chính trị và kinh tế, khiến các chính phủ càng khó khăn trong giải quyết các vấn đề trong nước. Về mặt xã hội, cuộc xung đột đã tạo ra cuộc khủng hoảng nhân đạo lớn nhất ở châu Âu kể từ Thế chiến thứ hai. Nhiều người đã thiệt mạng, mất việc làm, nhà cửa bị phá hủy. Phân biệt chủng tộc cũng nổi lên liên quan đến việc tiếp nhận người tị nạn và sơ tán.

Khủng hoảng năng lượng toàn cầu

Ngay từ những tháng đầu năm 2022, chiến dịch quân sự của Nga ở Ukraine và loạt lệnh trừng phạt chưa từng có từ phương Tây với Moskva đã tạo ra áp lực mới đối với nguồn cung dầu khí vốn đã căng thẳng vì quá trình phục hồi kinh tế hậu đại dịch. Các công ty năng lượng hàng đầu thế giới đã nhanh chóng rút khỏi Nga, từ bỏ số tài sản trị giá hàng chục tỷ USD mà họ đã đầu tư ở quốc gia này. Nga đáp trả lệnh trừng phạt từ phương Tây bằng cách giảm dần nguồn cung khí đốt, dầu mỏ tới "các quốc gia không thân thiện", đồng thời yêu cầu thanh toán các hợp đồng năng lượng bằng đồng ruble. Nhằm cắt giảm nguồn thu của Nga từ năng lượng cũng như giảm phụ thuộc vào Moskva, châu Âu đã hướng tới các nhà cung cấp khác, đồng thời áp trần giá dầu Nga và đang thảo luận về biện pháp tương tự với khí đốt. Tuy nhiên, điều đó cũng khiến các nước châu Âu phải chạy đua để đảm bảo có đủ nguồn cung năng lượng, giúp người dân có thể vượt qua mùa đông khắc nghiệt. Trong thời kỳ cao điểm của cuộc khủng hoảng, giá khí đốt tự nhiên bị đẩy lên mức cao nhất trong nhiều năm, trong khi giá dầu cũng gần chạm ngưỡng 140 USD/thùng, xấp xỉ mức kỷ lục mọi thời đại. Chiến dịch quân sự của Nga ở Ukraine đã khiến các nước châu Âu phải đánh giá lại mối quan hệ của họ với Moskva, từ lâu được xem là nhà cung cấp khí đốt chính cho lục địa. Điều này đã dẫn tới những đổ vỡ trong các mối quan hệ cung cấp năng lượng vốn đã được xây dựng và duy trì suốt nhiều thập kỷ. Cuộc khủng hoảng chưa dừng lại. Các ngành công nghiệp lớn ở châu Âu đang chuẩn bị ứng phó với tình trạng nguồn cung năng lượng bị thắt chặt trong năm 2023 và có thể là nhiều năm sau đó.

Các nước châu Âu cũng chấp nhận chuyển sang mua khí đốt hóa lỏng từ Mỹ, dù với chi phí cao hơn nhiều so với Nga, đồng thời tăng cường sử dụng các gói viện trợ và thuế để phát triển các nguồn năng lượng hạt nhân, năng lượng mặt trời, gió và hydro. Các động thái của họ không chỉ nhằm đối phó với Nga, mà dường như còn ngăn kịch bản Trung Quốc thống trị lĩnh vực sản xuất pin mặt trời và khai thác nguyên liệu chính cho sản xuất pin.

Lãi suất tăng cao và nền kinh tế toàn cầu đang tiến gần hơn tới suy thoái.

Nền kinh tế toàn cầu đang tiến gần hơn tới suy thoái, giữa bối cảnh các ngân hàng trung ương lớn tiếp tục tăng lãi suất để đẩy lùi đà tăng cao của lạm phát. Theo cảnh báo mới đây của Ngân hàng Thế giới (WB), việc các Ngân hàng Trung ương trên khắp thế giới đồng loạt tăng lãi suất sẽ gây nhiều rủi ro cho nền kinh tế toàn cầu. Theo thống kê của

hãng tin Bloomberg, khoảng 90 Ngân hàng Trung ương trên thế giới đã nâng lãi suất trong năm 2022 và một nửa trong số đó tăng lãi suất ít nhất là 75 điểm cơ bản mỗi lần. Nhiều ngân hàng hơn một lần tăng lãi suất ở mức này. Việc chống lại lạm phát có thể mang tới “một số đau đớn” đối với nền kinh tế toàn cầu, khi lãi suất cao hơn khiến thị trường việc làm tăng trưởng chậm hơn, chi phí vay mượn đắt đỏ hơn và có thể dẫn tới làn sóng giảm nhân sự. Việc tăng lãi suất ở nước phát triển sẽ luôn tác động đến các nước có thu nhập thấp và có thể thắt chặt những điều kiện tài chính bên ngoài đối với những thị trường mới nổi và các nước đang phát triển.

Sau khi chậm trễ trong việc khống chế lạm phát, các ngân hàng trung ương toàn cầu đã dành phần lớn thời gian trong năm 2022 để tăng lãi suất nhằm hạn chế đà leo thang của lạm phát. Hầu hết các nhà kinh tế và ngân hàng trung ương đều cho rằng sẽ còn rất nhiều việc cần phải làm trong năm 2023.

Biến đổi khí hậu vẫn tiếp tục là mối đe dọa an nguy toàn cầu

Trong một năm 2022 như nhìn nhận của hãng thông tấn Pháp AFP- một năm “đa khung hoảng”, thì cuộc khủng hoảng được xem là tồi tệ nhất, nan giải khó tìm ra lối thoát nhất lại không phải là cuộc xung đột dai dẳng tại Ukraine, cũng không phải là khủng hoảng năng lượng hay lạm phát tăng vọt với tốc độ tên lửa ở châu Âu mà là vấn nạn biến đổi khí hậu toàn cầu.

Chính vấn nạn này đã biến năm 2022 thành năm của thiên tai và những hiện tượng thời tiết cực đoan chưa từng có. Theo báo cáo của tổ chức nghiên cứu khoa học Climate Central, trong năm nay, có 7,6 tỷ người, tương đương 96% dân số thế giới, chịu ảnh hưởng bởi biến đổi khí hậu, từ nắng nóng, hạn hán cho tới lũ lụt. Còn theo Tổ chức Khí tượng thế giới (WMO), số vụ thiên tai như hạn hán, lũ lụt, lở đất đã tăng vọt ở châu Á và châu Âu trong năm 2022 với hơn 100 vụ, trong đó 82% là lũ lụt và mưa bão.

Các đợt nắng nóng kỷ lục tàn phá mùa màng từ châu Á đến châu Âu, Mỹ trong khi hạn hán khiến hàng triệu người tại Vùng Sừng châu Phi rơi vào cảnh đói ăn. Lũ lụt do biến đổi khí hậu gây ra đã khiến hơn 30% diện tích Pakistan ngập trong nước, ảnh hưởng đến 33 triệu người và gây thiệt hại kinh tế khoảng 30 tỷ USD. Những trận bão dữ dội tấn công Philippine, Mỹ; Thủ đô Seoul của Hàn Quốc bị ngập lụt... Tất cả đã cho thấy năm 2022 là năm của thiên tai hoành hành. Điều đáng chú ý là nhiệt độ toàn cầu trong năm 2022 ở mức cao hơn 1,15 độ C so với trung bình thời tiền công nghiệp.

Thiệt hại vật chất gây nên bởi thiên tai trong năm 2022 cũng được cho là lớn chưa từng có. Theo tập đoàn Swiss Re (Thụy Sĩ), tính từ đầu năm 2022 đến nay, các thảm họa tự nhiên và nhân tạo đã gây ra thiệt hại kinh tế 268 tỷ USD. Chỉ riêng cơn bão lan đã gây thiệt hại vào khoảng 50 - 65 tỷ USD. Lũ lụt tại Pakistan dẫn đến thiệt hại 30 tỷ USD trong năm nay. Thiệt hại do hạn hán gây ra đối với riêng khu vực châu Âu được cho là lên tới hơn 20 tỷ USD.

Nhưng trên cả những thiệt hại to lớn về vật chất, những hệ lụy khủng khiếp, những sự mất mát không gì bù đắp nổi về người từ biến đổi khí hậu mới thực sự kinh hoàng. Theo Báo cáo hồi đầu tháng 12/2022 của Chương trình Phát triển Liên hợp quốc (UNDP),

số người buộc phải rời bỏ nhà cửa vì biến đổi khí hậu đã vượt qua con số 100 triệu người trong năm 2022. Cho tới những ngày cuối cùng của năm 2022, Pakistan vẫn chưa thể khắc phục được hậu quả trận lũ lụt lịch sử hồi giữa năm khiến hơn 1/3 diện tích đất nước bị ngập trong nước, khiến ít nhất 1.700 người dân nước này thiệt mạng và 33 triệu người chịu ảnh hưởng, trong đó có 7,9 triệu người bỏ nơi cư trú và khoảng 6 triệu người đối mặt với khủng hoảng lương thực. Quỹ Nhi đồng LHQ cảnh báo khoảng 3 triệu trẻ em tại Pakistan cần hỗ trợ nhân đạo khẩn cấp do nguy cơ gia tăng các bệnh lây truyền qua đường nước, đuối nước và suy dinh dưỡng. Tại lục địa già, những đợt nắng nóng cực đoan đã khiến hơn 15.000 người ở châu Âu tử vong...

Mặc dù các hội nghị khí hậu đã kéo dài nhiều thập kỷ và tới năm 2022 đã là COP lần thứ 27 nhưng những tiến bộ đạt được trong tiến trình này không đủ cứu Trái Đất thoát khỏi tình trạng nóng lên quá mức khi mà các quốc gia hành động quá chậm hoặc còn lưỡng lự. Cùng với đó, giới chuyên gia cũng cho biết các trận lũ lụt, hạn hán và nắng nóng kéo dài trong năm nay cho thấy những cảnh báo về hệ lụy của tình trạng biến đổi khí hậu đã rất khủng khiếp nhưng đây mới chỉ là "sự khởi đầu". Tổ chức Y tế thế giới (WHO) cảnh báo, trong những thập kỷ tiếp theo, sóng nhiệt và các dạng thời tiết cực đoan sẽ đe dọa sức khỏe và tính mạng cư dân trừ khi các quốc gia thực hiện các biện pháp giảm thiểu và thích ứng thực sự quyết liệt để giải quyết biến đổi khí hậu.

1.1.2. Thực trạng kinh tế thế giới năm 2022

GDP toàn cầu. Tại thời điểm tháng 12/2022, hầu hết các tổ chức quốc tế đều điều chỉnh tăng trưởng kinh tế toàn cầu năm 2022 so với các dự báo đưa ra trước đó. Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) giữ nguyên dự báo tăng trưởng kinh tế toàn cầu ở mức 3,2% trong năm 2022 so với thời điểm tháng 7/2022, nhưng giảm 0,2 điểm phần trăm dự báo tăng trưởng năm 2023, đạt mức 2,7%. Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) dự báo tăng trưởng kinh tế thế giới năm 2022 đạt 3,1%, tăng 0,1 điểm phần trăm so với dự báo trong tháng 9/2022 và sẽ chậm lại ở mức 2,2% vào năm 2023. Fitch Ratings (FR) điều chỉnh tăng 0,2 điểm phần trăm dự báo tăng trưởng kinh tế năm 2022 so với dự báo trong tháng 9/2022, đạt 2,6% trước khi giảm xuống còn 1,4% trong năm 2023.

Báo cáo bổ sung Triển vọng phát triển kinh tế tháng 12/2022 của Ngân hàng Phát triển châu Á điều chỉnh tăng dự báo tăng trưởng kinh tế của một số nền kinh tế lớn so với dự báo đưa ra trong tháng 9/2022. Cụ thể, dự báo tăng trưởng GDP của Hoa Kỳ tăng 0,1 điểm phần trăm, đạt 1,7% trong năm 2022; khu vực đồng Euro tăng 0,5 điểm phần trăm lên mức 3%; giữ nguyên dự báo tăng trưởng của Nhật Bản ở mức 1,4%; Trung Quốc giảm 0,3 điểm phần trăm xuống còn 3%.

Thương mại thế giới. Thước đo thương mại hàng hóa của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) cho thấy tăng trưởng thương mại có thể sẽ chậm lại trong những tháng cuối năm 2022 và sang năm 2023. Chỉ số hiện tại là 96,2, thấp hơn giá trị cơ sở (100), phản ánh nhu cầu đối với hàng hóa giao dịch đang hạ nhiệt. Chỉ số thành phần trong Thước đo thương mại hàng hóa đại diện cho đơn hàng xuất khẩu (91,7), vận tải hàng không (93,3) và linh kiện điện tử (91,0) cho thấy sự suy giảm. Theo đó, niềm tin kinh doanh đang giảm dần và nhu cầu nhập khẩu toàn cầu yếu hơn dẫn tới các chỉ số vận chuyển công-ten-nơ

(99,3) và nguyên liệu thô (97,6) thấp hơn mức cơ sở. Tuy nhiên, chỉ số sản phẩm ô tô tăng (103,8) do doanh số bán xe mạnh hơn ở Hoa Kỳ và tăng xuất khẩu từ Nhật Bản khi nguồn cung được cải thiện và đồng Yên tiếp tục giảm giá. Theo WTO, thương mại thế giới đã giảm tốc trong nửa cuối năm 2022 và sẽ giảm tốc hơn nữa trong năm 2023 trước một số cú sốc như xung đột ở U-crai-na, giá năng lượng cao, lạm phát và thắt chặt tiền tệ tại các nền kinh tế lớn.

WB cũng đồng quan điểm khi cho rằng thương mại toàn cầu suy thoái trên diện rộng. Sau khi thương mại hàng hóa và dịch vụ toàn cầu tăng trong Quý II/2022, tăng trưởng thương mại toàn cầu chậm lại trong nửa cuối năm 2022. Chỉ số đơn đặt hàng xuất khẩu mới PMI cho thương mại dịch vụ và chế biến chế tạo giảm sâu hơn trong tháng 10. Dữ liệu ngắn hạn cũng chỉ ra sự điều tiết trong hoạt động đi lại vì các ngành liên quan phải đổi mặt với tình trạng thiếu lao động trong khi chi tiêu cho du lịch giảm do giá năng lượng cao, lạm phát và điều kiện tài chính thắt chặt hơn.

Tài chính. Theo Ngân hàng thế giới, điều kiện tài chính toàn cầu có xu hướng ổn định. Lợi suất trái phiếu kho bạc Hoa Kỳ kỳ hạn 2 năm và 10 năm tăng vào đầu tháng 11/2022 do lãi suất chính sách của Hoa Kỳ tăng thêm 0,75 điểm phần trăm, nhưng sau đó giảm do lạm phát yếu hơn dự kiến. Giá cổ phiếu toàn cầu đồng loạt tăng, đạt mức cao nhất kể từ đầu tháng 9/2022. Đối với các nền kinh tế đang phát triển và các thị trường mới nổi, điều kiện tài chính phần nào ổn định từ cuối tháng 10/2022 đến giữa tháng 11/2022. Đồng đô la Mỹ yếu đi, trong khi chênh lệch lãi suất đi vay trong các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi và phí bảo hiểm hoán đổi rủi ro tín dụng cũng giảm. Việc nới lỏng các hạn chế liên quan đến Covid-19 khiến chứng khoán Trung Quốc đã tăng mạnh trong tháng 11/2022.

Theo IMF, để ngăn lạm phát tăng cao, các ngân hàng trung ương đã nhanh chóng nâng lãi suất chính sách danh nghĩa. Cục Dự trữ Liên bang Hoa Kỳ (Fed) đã tăng lãi suất mục tiêu thêm 3 điểm phần trăm kể từ đầu năm 2022 và đã thông báo về khả năng sẽ tăng thêm. Ngân hàng Trung ương Anh tăng lãi suất chính sách thêm 2 điểm phần trăm kể từ đầu năm 2022. Ngân hàng Trung ương châu Âu đã tăng lãi suất chính sách thêm 1,25 điểm phần trăm trong năm 2022.

Hoa Kỳ ghi nhận mức tăng đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI) vào nước này lớn nhất so với tất cả các nền kinh tế trong năm 2021, tăng thêm 506 tỷ USD, tương đương 11,3%. Hoa Kỳ hiện là điểm đến hàng đầu của FDI trên thế giới, Hà Lan chiếm vị trí thứ hai, trong khi Trung Quốc đã tăng lên vị trí thứ ba.

Lao động và việc làm. Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) trong thông cáo báo chí thế giới việc làm (ILO Monitor on the world of work) ngày 31/10/2022 cho biết đã có dữ liệu cho thấy thị trường lao động đang suy thoái mạnh; điều kiện thị trường lao động ngày càng xấu đi đang ảnh hưởng đến cả việc tạo việc làm và chất lượng việc làm.

Theo tổ chức này, một loạt khủng hoảng chồng chéo, trong đó có cuộc xung đột ở Ukraine và các tác động tiêu cực sau đó, đã và đang tác động sâu sắc đến thế giới việc làm. Những tác động này đang được cảm nhận thông qua lạm phát, giá lương thực và

năng lượng tăng, tiền lương thực tế giảm, bất bình đẳng ngày càng tăng. Tăng trưởng kinh tế và tổng cầu chậm lại cũng sẽ ảnh hưởng đến việc tuyển dụng.

Thống kê của ILO cho thấy vào đầu năm 2022, số giờ làm việc trên toàn cầu phục hồi mạnh mẽ, nhất là ở các ngành nghề đòi hỏi kỹ năng cao và ở phụ nữ. Tuy nhiên, tình hình trở nên xấu đi và trong quý III/2022, ILO ước tính mức độ giờ làm việc thấp hơn 1,5% so với mức trước đại dịch (quý IV/2019), dẫn đến thâm hụt 40 triệu việc làm toàn thời gian.

Để giải quyết tình trạng đáng lo ngại này, ILO khuyến cáo cần thực hiện một loạt các công cụ chính sách, bao gồm các biện pháp can thiệp vào giá hàng hóa công; thu hồi lợi nhuận thu được; hỗ trợ tăng thu nhập và các biện pháp có mục tiêu để hỗ trợ những người và doanh nghiệp dễ bị tổn thương nhất.

Giá cả và lạm phát. Ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, sự gián đoạn chuỗi cung ứng toàn cầu, cuộc xung đột Nga - Ukraine... đã đẩy giá năng lượng và hàng hóa cơ bản tăng cao, làm cho lạm phát không ngừng leo thang trong năm 2022. Lạm phát tăng và có xu hướng tiếp tục tăng nhanh, lập kỷ lục trong nhiều thập niên ở nhiều nước trong năm 2022, đặc biệt tại các nền kinh tế lớn trên thế giới.

Tại Hoa Kỳ, nền kinh tế đang phải đối mặt với tình trạng lạm phát tăng cao nhất trong 40 năm qua trong bối cảnh mới bắt đầu phục hồi sau đại dịch Covid-19, giá nhiên liệu cùng một số hàng hóa gia tăng. Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) trong tháng 9/2022 tiếp tục duy trì ở mức cao, tăng 8,2% so với cùng kỳ năm 2021 do giá thực phẩm và năng lượng tăng, trước khi hạ nhiệt còn 7,4% trong tháng 10/2022 và 7,6% trong tháng 11/2022.

Tại châu Âu, hậu quả tiêu cực từ cuộc xung đột Nga - Ukraine, cùng giá năng lượng, giá lương thực và nhiều mặt hàng tăng cao, tiếp tục gây tổn thất nặng nề cho các nền kinh tế châu Âu. Giá tiêu dùng tại châu Âu bắt đầu tăng mạnh kể từ khi xung đột Nga - Ukraine bắt đầu, với việc Nga siết dần nguồn cung cấp khí đốt (đến giữa tháng 9/2022, khí đốt Nga đã giảm 80% so với đầu năm 2022) trong bối cảnh châu Âu tăng cường cấm vận Nga.

Theo Cơ quan thống kê Liên minh châu Âu (Eurostat), lạm phát tháng 10/2022 ở châu Âu đạt mức 2 con số và lập kỷ lục mới ở mức 10,7%, tốc độ nhanh nhất kể từ năm 1997. Lạm phát ở nhiều quốc gia Khu vực đồng tiền chung châu Âu đã tăng lên hai con số. Có 11/19 nước ghi nhận lạm phát ở mức hai con số (11 - 22%), cao nhất là Estonia (22,4%), Lithuania (22%) và Latvia (21,8%). Tại Đức, lạm phát đã tăng cao nhất trong hơn 50 năm khi lập mức kỷ lục 11,6% trong tháng 10/2022, chủ yếu do giá năng lượng và thực phẩm tăng. Giá cả tiếp tục tăng cao đang làm xói mòn sức mua của người tiêu dùng và có thể gây nên suy thoái kinh tế trong những tháng tới.

Tại châu Á, lạm phát hiện vượt quá mục tiêu của các ngân hàng trung ương ở hầu hết các nền kinh tế châu Á, do giá thực phẩm và năng lượng toàn cầu cao hơn, sự giảm giá của các đồng tiền so với USD và hoạt động kinh tế đang trong quá trình phục hồi khó khăn. Hầu hết các đồng tiền của các thị trường mới nổi ở châu Á đã mất giá từ 5 - 10% so với đồng USD trong năm nay, trong khi đồng JPY mất giá hơn 20%. Những đợt mất giá gần đây đã bắt đầu tác động đến lạm phát cơ bản trong toàn khu vực và điều này có thể

giữ cho lạm phát ở mức cao trong thời gian dài hơn dự kiến trước đây.

IMF nhận định lạm phát toàn cầu đạt đỉnh trong năm 2022. Dự báo lạm phát chung toàn cầu tăng từ 4,7% năm 2021 lên 8,8% năm 2022 và giảm xuống 6,5% năm 2023. Lạm phát dự kiến giảm vào năm 2023 ở hầu hết các nền kinh tế nhưng rõ rệt nhất ở các nền kinh tế phát triển. Đối với các nền kinh tế phát triển lạm phát dự kiến sẽ tăng từ 3,1% năm 2021 lên 7,2% năm 2022 trước khi giảm xuống 4,4% vào năm 2023. Đối với các nền kinh tế đang phát triển và thị trường mới nổi, lạm phát dự kiến sẽ tăng từ 5,9% năm 2021 lên 9,9% năm 2022, trước khi giảm xuống 8,1% vào năm 2023.

1.1.3. Kinh tế một số quốc gia và khu vực

Kinh tế Mỹ. Theo báo cáo Tình hình và triển vọng kinh tế thế giới ngày 01/9/2022 của Cơ quan kinh tế- xã hội của Liên Hiệp quốc (UNDESA), tăng trưởng kinh tế Hoa Kỳ được dự báo chỉ đạt 1,5% trong năm 2022, điều chỉnh giảm 1,1 điểm phần trăm so với dự báo đưa ra vào tháng 6/2022 trong bối cảnh lạm phát cao, các điều kiện thị trường lao động khó khăn và Cục dự trữ liên bang Hoa Kỳ (Fed) thắt chặt chính sách tiền tệ. Mặc dù chi tiêu dùng đóng góp khoảng 70% hoạt động kinh tế nhưng dự kiến sẽ yếu đi. Trong bối cảnh thị trường lao động ngày càng khó khăn, thu nhập bình quân theo giờ của khu vực tư nhân tăng 5,4% trong 6 tháng đầu năm 2022 nhưng bình quân lạm phát trong giai đoạn này ở mức 8,3% nên đã khiến cho sức mua của hộ gia đình suy giảm. Trong khi đó, đồng đô la tăng giá tiếp tục làm tăng thâm hụt thương mại của Hoa Kỳ. Thị trường nhà ở đạt ngưỡng cao đỉnh điểm do lãi suất trả góp tăng cao và chi phí xây dựng tăng đột biến trong khi đầu tư vào bất động sản và doanh số bán nhà giảm. Fed đã nâng lãi suất chính sách chủ yếu từ 0 – 0,25% trong tháng 3/2022 lên 2,25 – 2,5% vào tháng 8/2022. Ngày 21/9/2022, Fed thông báo tăng lãi suất cơ bản thêm 0,75 điểm phần trăm, lên biên độ 3% – 3,25%. Đây là lần tăng lãi suất thứ 5 trong năm nay và là lần thứ 3 liên tiếp Fed tăng lãi suất 0,75 điểm phần trăm. Các quan chức của Fed dự báo lãi suất có thể lên đến 4,4% trong năm 2022.

Kinh tế Châu Âu. Theo báo cáo cập nhật Triển vọng phát triển kinh tế phát hành ngày 21/9/2022, ADB điều chỉnh giảm dự báo tăng trưởng cho khu vực đồng Euro năm 2022 xuống còn 2,5%, giảm 0,8 điểm phần trăm so với dự báo đưa ra vào tháng 4/2022. Dự báo lạm phát của khu vực đồng Euro ở mức 7,9% trong năm 2022. Mặc dù triển vọng tăng trưởng xấu đi nhưng ECB dự kiến sẽ thắt chặt chính sách tiền tệ trong 12 tháng tới để hạn chế áp lực lạm phát. Triển vọng tăng trưởng của khu vực đồng Euro vẫn chịu nhiều rủi ro. Cuộc chiến leo thang ở U-crai-na, đặc biệt là bế tắc chính trị ngày càng tồi tệ giữa EU và Liên bang Nga có thể làm gián đoạn thêm nguồn cung năng lượng và làm chệch hướng sự phục hồi của khu vực đồng Euro. Chiến tranh cũng có thể khiến giá năng lượng và lương thực cao hơn dự kiến trong thời gian dài, do đó khiến lạm phát tăng cao và đè nặng lên tăng trưởng. Chính sách tiền tệ thắt chặt hơn, các điều kiện thanh khoản và căng thẳng gia tăng trên thị trường trái phiếu chính phủ cũng có thể làm giảm tăng trưởng.

Kinh tế Trung Quốc. IMF nhận định nền kinh tế Trung Quốc tiếp tục suy giảm mặc dù đã phục hồi sau các đợt phong tỏa vào nửa cuối năm 2022, theo đó tăng trưởng GDP của quốc gia này được dự báo đạt 3,3% năm 2022. Còn theo dự báo của ADB, tăng trưởng

GDP của Trung Quốc năm 2022 đạt 3,3%, điều chỉnh giảm 1,7 điểm phần trăm so với dự báo đưa ra hồi tháng 4/2022. Đây là lần đầu tiên trong hơn 3 thập kỷ dự báo tăng trưởng của Trung Quốc tăng chậm hơn dự báo tăng trưởng chung của các nước châu Á đang phát triển. Theo Fitch Ratings, sự phục hồi của nền kinh tế Trung Quốc bị kìm hãm bởi những biện pháp phòng chống lây lan đại dịch Covid-19 và khủng hoảng bất động sản kéo dài. Theo đó, Fitch Ratings dự báo tăng trưởng GDP của Trung Quốc đạt 2,8% năm 2022, điều chỉnh giảm 0,9 điểm phần trăm so với dự báo đưa ra trong tháng 6/2022.

Kinh tế Nhật Bản. Theo Văn phòng Nội các Nhật Bản, trong quý 4/2022, Tổng sản phẩm quốc nội (GDP) thực tế của nước này tăng 0,6% so với cùng kỳ năm ngoái và tăng 0,2% so với quý trước đó. Đây là mức tăng trưởng thấp hơn nhiều so với kỳ vọng của các chuyên gia kinh tế. Cụ thể, trong kỳ báo cáo, chi tiêu dùng cá nhân, vốn chiếm hơn 50% quy mô nền kinh tế Nhật Bản, tăng 0,5%, chủ yếu nhờ nhu cầu đối với hàng hóa lâu bền vẫn khá mạnh, trong khi dịch COVID-19 đã lắng dịu, khiến người dân đi du lịch và ăn ngoài nhiều hơn. Đây là quý thứ ba liên tiếp chỉ số này tăng. Ở chiều ngược lại, chi tiêu vốn lại giảm 0,5% sau hai quý liên tiếp tăng mạnh do các khoản đầu tư cho lĩnh vực bán dẫn đã giảm. Bên cạnh đó, đầu tư công cũng giảm 0,5%.

Tính chung cả năm 2022, GDP thực tế của Nhật Bản ước đạt khoảng 546.000 tỷ yen (tương đương 4.100 tỷ USD với tỷ giá hiện tại), tăng 1,1% so với năm 2021, đánh dấu năm tăng trưởng thứ 2 của nền kinh tế Nhật Bản. Tuy nhiên, so với tốc độ tăng trưởng lên tới 2,1% trong năm 2021, mức tăng trưởng trong năm ngoái khá thấp. Văn phòng Nội các Nhật Bản cho biết một trong những nhân tố quan trọng giúp nền kinh tế Nhật Bản tăng trưởng trong năm 2022 là việc nhu cầu tiêu dùng cá nhân tăng 2,4%, chủ yếu nhờ việc Chính phủ Nhật Bản dỡ bỏ nhiều biện pháp hạn chế sau dịch COVID-19. Tuy nhiên, việc giá cả nhiên liệu tăng cao do tác động của xung đột quân sự Nga-Ukraine và sự mất giá của đồng yen đã khiến thặng dư thương mại của Nhật Bản giảm, từ đó tác động tới đà tăng trưởng chung của nền kinh tế.

Kinh tế châu Á và ASEAN. ADB nhận định nhu cầu trong nước mạnh hơn do mở cửa lại thị trường, biên giới và nhu cầu bên ngoài giảm do rủi ro toàn cầu tăng đang định hình tăng trưởng của khu vực Đông Nam Á. ADB điều chỉnh tăng nhẹ dự báo tăng trưởng của khu vực Đông Nam Á trong năm 2022 so với dự báo trong tháng 4/2022. Tuy nhiên, có những khó khăn nhất định đối với khu vực này khi nguồn cung tiếp tục bị gián đoạn vì cuộc xung đột ở U-crai-na, giá hàng hóa và thực phẩm tăng, lãi suất toàn cầu cao hơn sẽ đẩy nhanh lạm phát, thu hẹp thặng dư tài khoản vãng lai trong thời gian tới.

Theo ADB, tăng trưởng năm 2022 khu vực Đông Nam Á được điều chỉnh tăng, lên 5,1% so với dự báo 4,9% trong tháng 4/2022 do tăng trưởng mạnh tại In-đô-nê-xi-a, Mi-an-ma và Phi-li-pin. Chi tiêu dùng ở các nền kinh tế trên đã tăng nhanh sau khi mở cửa lại biên giới. Tăng trưởng của In-đô-nê-xi-a được hưởng lợi từ thặng dư thương mại. Đầu tư vào Phi-li-pin cũng đang tăng lên. Dự báo tăng trưởng năm 2022 của Thái Lan được điều chỉnh giảm nhẹ từ mức 3% (dự báo trong tháng 4/2022) xuống 2,9%. Giá hàng hóa toàn cầu được dự báo sẽ tăng do xung đột tại U-crai-na, tăng trưởng yếu hơn ở nền kinh tế của các đối tác thương mại của Thái Lan, đầu tư trong nước thấp hơn và lạm phát cao hơn làm

suy giảm sức mua của người tiêu dùng Thái Lan trong những tháng còn lại của năm 2022. Xuất khẩu dịch vụ dự kiến sẽ tiếp tục tăng do lượng khách du lịch quốc tế trong năm 2022 được điều chỉnh lên 6 triệu (tăng 1 triệu du khách so với dự báo trong tháng 4/2022). Sản lượng nông nghiệp năm 2022 dự báo tăng 4,5% khi sản xuất lúa, mía, đậu tương, ngô và cây ăn quả được hỗ trợ bởi thời tiết thuận lợi. Dự báo tăng trưởng của Phi-li-pin năm 2022 được nâng từ mức 6,0% (dự báo trong tháng 4/2022) lên 6,5% do giá trị sản xuất cao hơn dự kiến, được cung cấp bởi sự phục hồi của đầu tư và tiêu dùng hộ gia đình. Một số hoạt động kinh doanh và giải trí hiện đã trở lại mức trước đại dịch. Các dự án cơ sở hạ tầng công cộng lớn đang được tiến hành và các chỉ số của khu vực tư nhân, chẳng hạn như PMI, sản xuất công nghiệp và nhập khẩu, tiếp tục mở rộng.

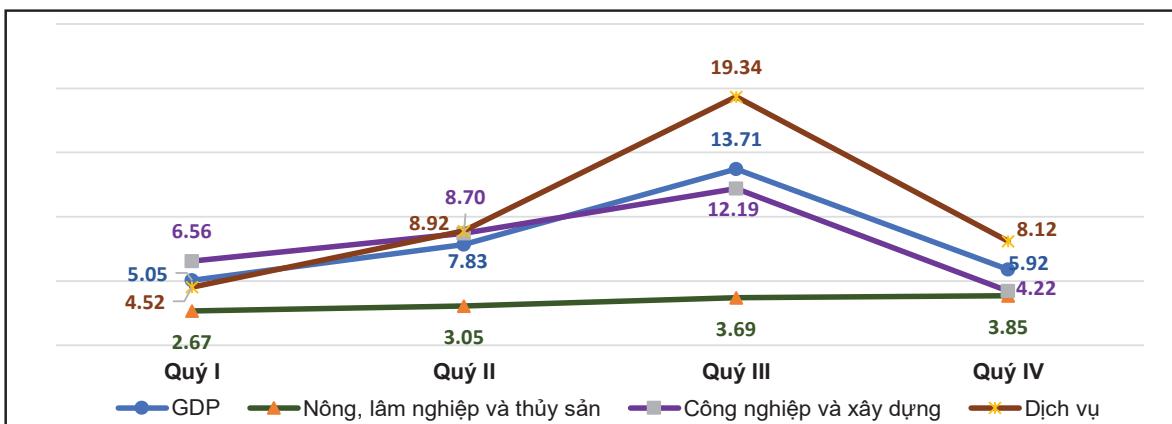
WB nhận định tăng trưởng tại hầu hết các quốc gia đang phát triển khu vực Đông Á và Thái Bình Dương đã phục hồi trong năm 2022 nhờ nhu cầu trong nước phục hồi, nói lỏng các biện pháp hạn chế liên quan đến dịch Covid-19 và tăng trưởng xuất khẩu.

1.2. TÌNH HÌNH KINH TẾ VIỆT NAM NĂM 2022

1.2.1. Tăng trưởng kinh tế

Ước tính tổng sản phẩm trong nước (GDP) năm 2022 của Việt Nam tăng 8,02%¹ so với năm trước, đạt mức tăng cao nhất trong giai đoạn 2011-2022² do nền kinh tế khôi phục trở lại. Trong mức tăng của tổng giá trị tăng thêm toàn nền kinh tế, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tăng 3,36%, đóng góp 5,11%; khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 7,78%, đóng góp 38,24%; khu vực dịch vụ tăng 9,99%, đóng góp 56,65%.

Hình 1. Tốc độ tăng GDP các quý năm 2022 (%)



Nguồn: Tổng cục thống kê

Khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản tiếp tục thể hiện vai trò bệ đỡ của nền kinh tế, trong đó sản lượng một số cây công nghiệp lâu năm tăng cao, chăn nuôi phát triển ổn

¹ GDP quý I tăng 5,05% so với cùng kỳ năm trước; quý II tăng 7,83%; quý III tăng 13,71%; quý IV tăng 5,92%.

² Tốc độ tăng GDP các năm 2011-2022 lần lượt là: 6,41%; 5,50%; 5,55%; 6,42%; 6,99%; 6,69%; 6,94%; 7,47%; 7,36%; 2,87%; 2,56%; 8,02%.

định, xuất khẩu nông sản đạt kết quả ấn tượng do nâng cao chất lượng sản phẩm, đẩy mạnh xúc tiến thương mại và đa dạng hóa thị trường xuất khẩu. Ngành nông nghiệp tăng 2,88%, đóng góp 0,27 điểm phần trăm vào tốc độ tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế; ngành lâm nghiệp tăng 6,13%, đóng góp 0,03 điểm phần trăm; ngành thủy sản tăng 4,43%, đóng góp 0,12 điểm phần trăm.

Trong khu vực công nghiệp và xây dựng, các doanh nghiệp đã chủ động hơn về lao động và kế hoạch sản xuất kinh doanh, khắc phục khó khăn để phục hồi, mở rộng sản xuất. Ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tiếp tục là động lực tăng trưởng của toàn nền kinh tế với tốc độ tăng 8,10%, đóng góp 2,09 điểm phần trăm vào tốc độ tăng tổng giá trị tăng thêm của toàn nền kinh tế. Ngành cung cấp nước, quản lý và xử lý rác thải, nước thải tăng 7,45%, đóng góp 0,04% điểm phần trăm. Ngành sản xuất và phân phối điện tăng 7,05%, đóng góp 0,26 điểm phần trăm. Ngành khai khoáng tăng 5,19%, đóng góp 0,17 điểm phần trăm. Ngành xây dựng tăng 8,17%, đóng góp 0,59 điểm phần trăm.

Khu vực dịch vụ được khôi phục và tăng trưởng mạnh mẽ với tốc độ tăng năm 2022 đạt 9,99%, cao nhất trong giai đoạn 2011-2022³. Một số ngành dịch vụ thị trường tăng cao, đóng góp nhiều vào tốc độ tăng tổng giá trị tăng thêm toàn nền kinh tế như sau: Ngành bán buôn, bán lẻ tăng 10,15% so với năm trước, đóng góp 0,97 điểm phần trăm; ngành vận tải kho bãi tăng 11,93%, đóng góp 0,69 điểm phần trăm; ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống tăng cao nhất trong khu vực dịch vụ⁴ với mức tăng 40,61%, đóng góp 0,79 điểm phần trăm; hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm tăng 9,03%, đóng góp 0,53 điểm phần trăm; ngành thông tin và truyền thông tăng 7,80%, đóng góp 0,5 điểm phần trăm. Riêng ngành y tế và hoạt động trợ giúp xã hội giảm 7,6%, làm giảm 0,13 điểm phần trăm do dịch Covid-19 đã được kiểm soát⁵ nên chi cho phòng, chống dịch bệnh giảm so với năm 2021.

1.2.2. Thương mại

Tính chung cả năm 2022, tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa ước đạt 732,5 tỷ USD, tăng 9,5% so với năm trước, trong đó xuất khẩu tăng 10,6%; nhập khẩu tăng 8,4%. Cán cân thương mại hàng hóa năm 2022 ước tính xuất siêu 11,2 tỷ USD. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa ước đạt 371,85 tỷ USD, tăng 10,6% so với năm trước. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt 95,09 tỷ USD, tăng 6,5%, chiếm 25,6% tổng kim ngạch xuất khẩu; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (kể cả dầu thô) đạt 276,76 tỷ USD, tăng 12,1%, chiếm 74,4%. Trong năm 2022 có 36 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD, chiếm 94% tổng kim ngạch xuất khẩu (có 08 mặt hàng xuất khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm 70,1%).

Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa ước đạt 360,65 tỷ USD, tăng 8,4% so với năm trước, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 125,79 tỷ USD, tăng 10%; khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 234,86 tỷ USD, tăng 7,5%. Trong năm 2022 có 46 mặt hàng nhập khẩu đạt

³ Tốc độ tăng giá trị tăng thêm khu vực dịch vụ các năm 2011-2022 so với năm trước lần lượt là: 7,65%; 7,03%; 6,82%; 7,31%; 7,05%; 7,46%; 7,12%; 7,46%; 8,08%; 2,01%; 1,57%; 9,99%.

⁴ Giá trị tăng thêm ngành dịch vụ lưu trú và ăn uống năm 2021 so với năm trước giảm 20,21%.

⁵ Giá trị tăng thêm ngành y tế và hoạt động trợ giúp xã hội năm 2021 so với năm trước tăng 41,01%.

trị giá trên 1 tỷ USD, chiếm tỷ trọng 93,3% tổng kim ngạch nhập khẩu (có 06 mặt hàng nhập khẩu trên 10 tỷ USD, chiếm 52,1%).

Về thị trường xuất, nhập khẩu hàng hóa năm 2022, Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch ước đạt 109,1 tỷ USD. Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch ước đạt 119,3 tỷ USD. Trong năm 2022, xuất siêu sang EU ước đạt 31,8 tỷ USD, tăng 36,8% so với năm trước; xuất siêu sang Nhật Bản 836 triệu USD (năm trước nhập siêu 2,7 tỷ USD); nhập siêu từ Trung Quốc 60,9 tỷ USD, tăng 11,5%; nhập siêu từ Hàn Quốc 38,3 tỷ USD, tăng 11,5%; nhập siêu từ ASEAN 13,6 tỷ USD, tăng 10,6%.

Tính chung cả năm 2022, kim ngạch xuất khẩu dịch vụ ước đạt 12,9 tỷ USD, tăng 145,2% so với năm 2021, trong đó dịch vụ du lịch đạt 3,8 tỷ USD (chiếm 29,8% tổng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ), tăng gần 25 lần so với năm trước; dịch vụ vận tải đạt 5,6 tỷ USD (chiếm 43,4%), tăng 165,4%.

Kim ngạch nhập khẩu dịch vụ năm 2022 ước đạt 25,5 tỷ USD, tăng 23,6% so với năm trước, trong đó dịch vụ vận tải đạt 12,4 tỷ USD (chiếm 48,7% tổng kim ngạch nhập khẩu dịch vụ), tăng 18,3%; dịch vụ du lịch đạt 6,5 tỷ USD (chiếm 25,6%), tăng 70,8%. Nhập siêu dịch vụ năm 2022 là 12,6 tỷ USD (trong đó đã tính trong phí dịch vụ vận tải và bảo hiểm của hàng hóa nhập khẩu là 9 tỷ USD).

1.2.3. Giá cả và lạm phát

Tính chung cả năm 2022, CPI tăng 3,15% so với năm 2021, đạt mục tiêu Quốc hội đề ra. CPI bình quân năm 2022 tăng do một số nguyên nhân chủ yếu sau: (i) Giá xăng dầu trong nước tăng 28,01% so với năm trước (làm CPI chung tăng 1,01 điểm phần trăm), giá gas tăng 11,49% (làm CPI chung tăng 0,17 điểm phần trăm); (ii) Giá gạo tăng 1,22% so với năm 2021 (làm CPI chung tăng 0,03 điểm phần trăm) do giá gạo trong nước tăng theo giá gạo xuất khẩu, nhu cầu tiêu dùng gạo nếp và gạo tẻ ngon tăng trong dịp Lễ, Tết. (iii) Giá các mặt hàng thực phẩm tăng 1,62% so với năm 2021 (làm CPI tăng 0,35 điểm phần trăm); (iv) Giá nhà ở và vật liệu xây dựng tăng 3,11% so với năm trước do giá xi măng, sắt, thép, cát tăng theo giá nguyên nhiên vật liệu đầu vào (làm CPI chung tăng 0,59 điểm phần trăm); (v) Giá dịch vụ giáo dục tăng 1,44% so với năm 2021 (làm CPI chung tăng 0,08 điểm phần trăm) do một số tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tăng học phí năm học 2022-2023; (vi) Ảnh hưởng của việc tăng giá xăng dầu, theo đó giá vé máy bay năm 2022 tăng 27,58% so với năm trước; giá vé tàu hỏa tăng 10,96%; giá vé ô tô khách tăng 12,15%; giá du lịch trọn gói tăng 8,27%.

Bên cạnh đó, có một số yếu tố góp phần kiềm chế tốc độ tăng CPI năm 2022: (i) Giá thịt lợn giảm 10,68% so với năm trước (làm CPI chung giảm 0,36 điểm phần trăm); (ii) Giá nhà ở thuê giảm 1,83% so với năm trước (làm CPI chung giảm 0,01 điểm phần trăm), giá giảm chủ yếu trong các tháng đầu năm do ảnh hưởng của dịch Covid-19; (iii) Giá bưu chính viễn thông giảm 0,37% so với năm trước do giá điện thoại di động giảm; (iv) Để chủ động ứng phó với những thách thức trước áp lực lạm phát gia tăng, trong thời gian qua Chính phủ đã chỉ đạo quyết liệt các bộ, ngành, địa phương thực hiện đồng bộ các giải pháp bình ổn giá, hạn chế những tác động tiêu cực đến phát triển kinh tế - xã hội và qua

đó giúp kiềm chế lạm phát của năm 2022.

Bình quân năm 2022, lạm phát cơ bản tăng 2,59% so với năm 2021, thấp hơn mức CPI bình quân chung (tăng 3,15%), điều này phản ánh biến động giá tiêu dùng chủ yếu do giá lương thực, xăng, dầu và gas tăng.

Về chỉ số giá sản xuất: thị trường hàng hóa thế giới năm 2022 phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức. Chuỗi cung ứng sản xuất, tiêu dùng bị đứt gãy; cảng thẳng nồng lượng làm lạm phát tại nhiều nước tăng cao, các quốc gia đẩy mạnh chính sách thắt chặt tiền tệ; hiện tượng thời tiết cực đoan, thiên tai, biến đổi khí hậu diễn biến phức tạp, khó lường. Trong nước, nền kinh tế phục hồi nhanh, nhu cầu sản xuất hàng hóa phục vụ tiêu dùng và xuất khẩu tăng cao, cùng với tác động của giá nguyên nhiên vật liệu trên thị trường thế giới đã đẩy giá sản xuất hàng hóa và dịch vụ trong nước tăng. Chỉ số giá sản xuất, chỉ số giá nguyên nhiên vật liệu dùng cho sản xuất, chỉ số giá xuất khẩu, nhập khẩu quý IV và năm 2022 đều tăng so với cùng kỳ năm 2021.

1.2.4. Tài chính và tiền tệ

Thu chi ngân sách nhà nước: Theo số liệu vừa được Bộ Tài chính công bố, tổng thu ngân sách nhà nước năm 2022 ước đạt 1.803,6 nghìn tỷ đồng, bằng 127,8% dự toán, tăng 15% so với năm 2021. Trong đó, thu nội địa vượt 21,8% dự toán, tăng 9,9%; thu từ dầu thô vượt 176% dự toán dựa trên cơ sở giá dầu bình quân khoảng 105 USD/thùng, tăng 45 USD/thùng so dự toán, tăng 74,3% so với cùng kỳ; thu cân đối ngân sách từ hoạt động xuất nhập khẩu vượt 43,9% dự toán, tăng 32,7% so với cùng kỳ năm 2021. Thu ngân sách nhà nước năm 2022 vượt dự toán chủ yếu do hoạt động kinh tế tiếp tục duy trì đà phục hồi và tăng trưởng khả quan (GDP tăng 8,02%); tổng mức bán lẻ tăng 19,8%; chỉ số sản xuất công nghiệp (IIP) tăng 7,8%, xuất khẩu tăng 10,6%, nhập khẩu tăng 8,4%, xuất siêu 11,2 tỷ USD. Bên cạnh đó, giá dầu và một số hàng hóa, nguyên liệu đầu vào tăng cao đã góp phần tăng thu từ dầu thô và từ hoạt động xuất nhập khẩu. Cùng với đó, cơ quan thuế, hải quan cũng tăng cường quản lý thuế, xây dựng cơ sở dữ liệu lớn từ hóa đơn điện tử để truy dấu gian lận, rà soát những nguồn thu có tiềm năng nhưng còn thất thu để đưa vào quản lý; quyết liệt chống thất thu, khai thác tăng thu từ hoạt động thương mại điện tử và hoạt động chuyển nhượng bất động sản.

Thu hồi vốn, thu cổ tức, lợi nhuận, lợi nhuận sau thuế, chênh lệch thu chi của ngân sách nhà nước tăng 17% chủ yếu do tình hình sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp năm 2022 đã có sự hồi phục; đồng thời, phát sinh khoản thu tiền cổ tức năm 2020 được chia trong năm 2022 của 2 ngân hàng Vietcombank và Vietinbank khoảng 5,8 nghìn tỷ đồng, qua đó góp phần tăng thu ngân sách cho lĩnh vực này. Đáng kể, các khoản thu trực tiếp từ hoạt động sản xuất kinh doanh ở 3 khu vực kinh tế như thu từ khu vực doanh nghiệp nhà nước đạt 114,3% dự toán, tăng 7,4% so với năm trước; thu từ khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đạt 117,6% dự toán, tăng 11,5%; thu từ khu vực kinh tế ngoài quốc doanh đạt 121,5% dự toán, tăng 5,9%...

Thị trường tín dụng ngân hàng. Tính đến ngày 21/12/2022, tín dụng toàn nền kinh tế đạt trên 11,78 triệu tỷ đồng, tăng 12,87% so với cuối năm 2021, tăng 13,96% so với cùng kỳ năm 2021. Cơ cấu tín dụng tiếp tục tập trung vốn cho lĩnh vực sản xuất kinh doanh. Tín dụng đối với các lĩnh vực tiềm ẩn rủi ro được kiểm soát. Dư nợ tín dụng đối với

23 chương trình tín dụng chính sách của NHCSXH đến 30/11/2022 đạt khoảng 279.732 tỷ đồng, tăng 12,81% so với năm 2021 với hơn 6,4 triệu khách hàng còn dư nợ. Đối với việc triển khai chính sách hỗ trợ lãi suất 2%/năm trong 2 năm 2022 - 2023 thông qua hệ thống các ngân hàng thương mại: Ngay sau khi Chính phủ ban hành Nghị định 31/2022/NĐ-CP, ngành ngân hàng đã rất tích cực triển khai nhiều giải pháp để đẩy nhanh thực hiện chính sách này. Tuy nhiên, kết quả hỗ trợ lãi suất còn thấp, chưa như kỳ vọng do nhiều nguyên nhân. Hiện nay, Ngân hàng Nhà nước đã rà soát, đề xuất nội dung sửa đổi Nghị định 31 và đang lấy ý kiến các bộ, ngành trước khi báo cáo Chính phủ xem xét, quyết định. Hoạt động thanh toán không tiền mặt trong 11 tháng đầu năm 2022 đạt mức tăng trưởng cao so với cùng kỳ năm 2021. Giao dịch thanh toán không tiền mặt tăng 85,6% về số lượng và 31,39% về giá trị; qua kênh Internet tăng tương ứng 89,36% và 40,55%; qua kênh điện thoại di động tăng tương ứng 116,1% và 92,3%; qua phương thức QR code tăng tương ứng 182,5% và 210,6%; giao dịch qua POS tăng tương ứng 53,57% và 48,78%; giao dịch qua ATM tăng tương ứng 13,28% và 14,04%.

Mặt bằng lãi suất. Theo số liệu từ Ngân hàng Nhà nước, tính đến cuối tháng 11/2022, tổng tiền gửi của khách hàng tổ chức và dân cư tại các tổ chức tín dụng đạt hơn 11,5 triệu tỷ đồng, tăng 126.938 tỷ đồng so với tháng 10. Trong đó, tiền gửi của dân cư tiếp tục tăng gần 84.600 tỷ đồng so với tháng trước lên hơn 5,74 triệu tỷ đồng. Tiền gửi của các tổ chức kinh tế cũng tăng 42.341 tỷ đồng trong tháng 11 lên 5,8 triệu tỷ đồng. So với đầu năm, tổng tiền gửi của toàn hệ thống tăng 5,5%, tương đương tăng hơn 607.700 tỷ đồng. Trong đó, tiền gửi dân cư tăng 8,38%, tiền gửi của tổ chức kinh tế tăng 2,9%. Nguyên nhân khiến người dân tăng tiền gửi ngân hàng là mức lãi suất huy động tại nhiều ngân hàng ở mức cao. Cụ thể, mặt bằng lãi suất huy động của ngân hàng phổ biến từ 9% đến 10%/năm với kỳ hạn trên 12 tháng.

1.2.5. Đầu tư

Vốn đầu tư phát triển toàn xã hội theo giá hiện hành năm 2022 ước đạt 3.219,8 nghìn tỷ đồng, tăng 11,2% so với năm trước, mức tăng này phản ánh đà phục hồi mạnh mẽ của hoạt động sản xuất kinh doanh. Trong đó, vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện tại Việt Nam đạt gần 22,4 tỷ USD, tăng 13,5% so với năm trước, đạt mức cao nhất từ năm 2018 đến nay.

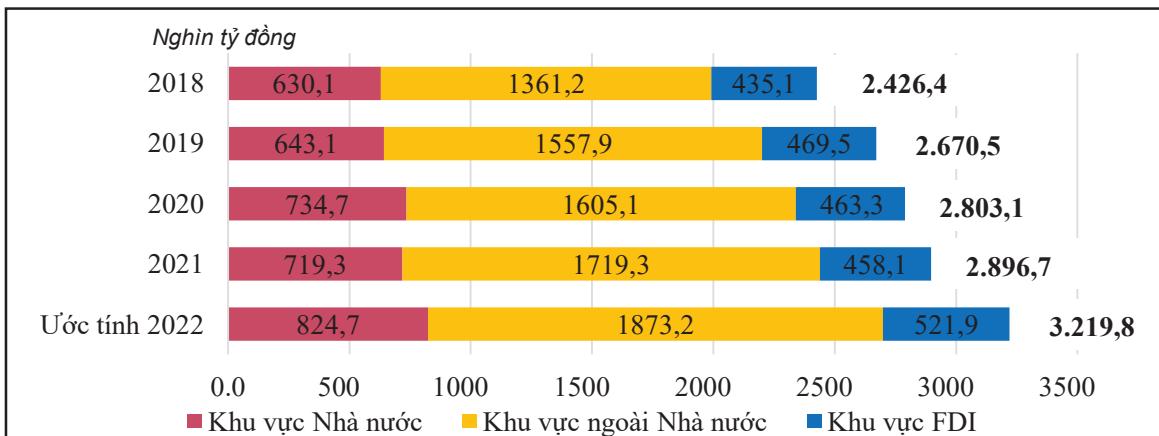
Ước tính năm 2022, vốn đầu tư thực hiện toàn xã hội theo giá hiện hành đạt 3.219,8 nghìn tỷ đồng, tăng 11,2% so với năm trước, bao gồm: Vốn khu vực Nhà nước đạt 824,7 nghìn tỷ đồng, chiếm 25,6% tổng vốn và tăng 14,6% so với năm trước; khu vực ngoài Nhà nước đạt 1.873,2 nghìn tỷ đồng, bằng 58,2% và tăng 8,9%; khu vực có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đạt 521,9 nghìn tỷ đồng, bằng 16,2% và tăng 13,9%⁶.

Trong vốn đầu tư của khu vực Nhà nước, vốn thực hiện từ nguồn ngân sách Nhà nước năm 2022 ước đạt 511,6 nghìn tỷ đồng, bằng 85,2% kế hoạch năm và tăng 18,8% so với năm trước (năm 2021 bằng 85,7% và giảm 7,1%), gồm có: Vốn trung ương quản lý đạt 91,7 nghìn tỷ đồng, bằng 78,9% kế hoạch năm và tăng 23,4% so với năm trước; vốn địa

⁶Tốc độ tăng tính theo VNĐ.

phương quản lý đạt 419,9 nghìn tỷ đồng, bằng 86,7% và tăng 17,9%. Trong đó, vốn ngân sách Nhà nước cấp tỉnh đạt 277,6 nghìn tỷ đồng, bằng 82,5% và tăng 16,4%; vốn ngân sách Nhà nước cấp huyện đạt 122,1 nghìn tỷ đồng, bằng 94,4% và tăng 22,8%; vốn ngân sách Nhà nước cấp xã đạt 20,2 nghìn tỷ đồng, bằng 108,7% và tăng 9,4%.

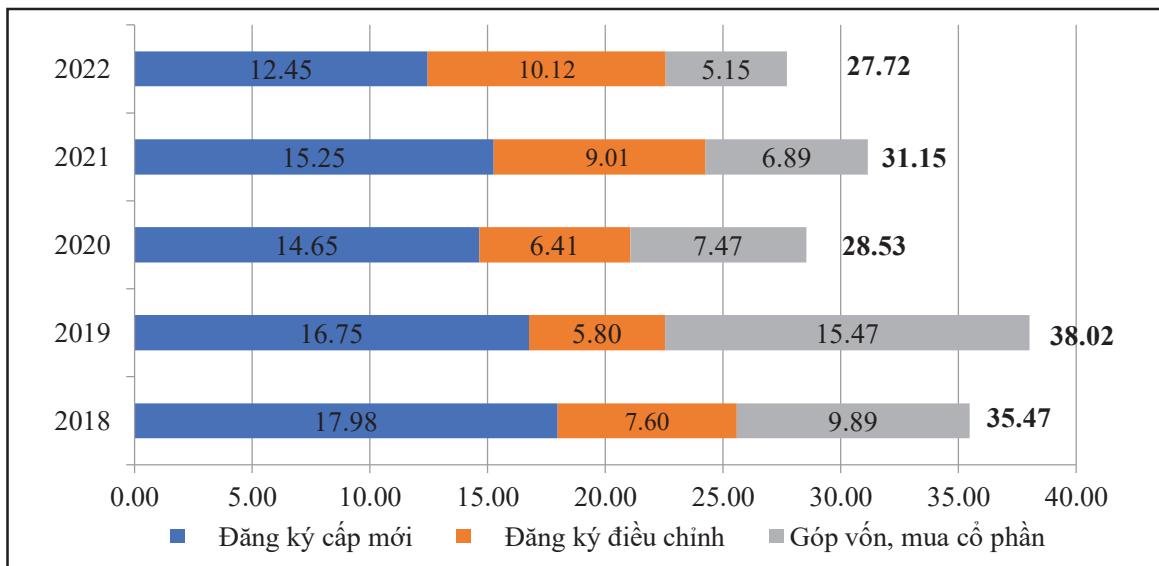
Hình 2. Tổng vốn đầu tư thực hiện toàn xã hội phân theo loại hình kinh tế theo giá hiện hành các năm 2018-2022



Nguồn: Tổng cục thống kê.

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài, Tính đến ngày 20/12/2022 bao gồm vốn đăng ký cấp mới, vốn đăng ký điều chỉnh và giá trị góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài ước đạt gần 27,72 tỷ USD, giảm 11% so với năm trước.

Hình 3. Vốn đầu tư nước ngoài đăng ký vào Việt Nam tính đến ngày 20/12 các năm 2018-2022 (tỷ USD)



Nguồn: Tổng cục thống kê.

- *Vốn đăng ký cấp mới* có 2.036 dự án được cấp phép với số vốn đăng ký đạt 12,45 tỷ USD, tăng 17,1% so với năm trước về số dự án và giảm 18,4% về số vốn đăng ký. Trong đó, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo được cấp phép mới đầu tư trực tiếp nước ngoài lớn nhất với số vốn đăng ký đạt 7,21 tỷ USD, chiếm 57,9% tổng vốn đăng ký cấp mới; sản xuất, phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí đạt 2,1 tỷ USD, chiếm 16,9%; các ngành còn lại đạt 3,13 tỷ USD, chiếm 25,2%.

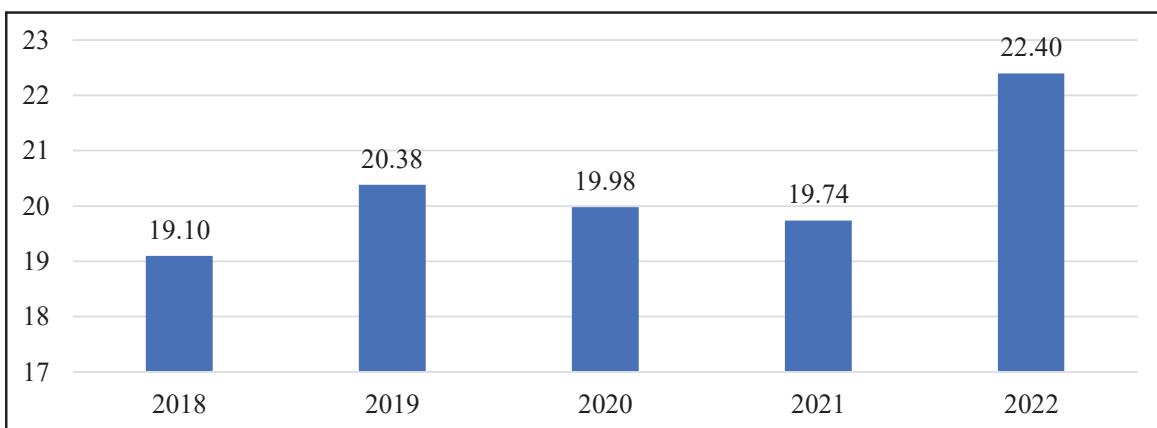
Trong số 73 quốc gia và vùng lãnh thổ có dự án đầu tư được cấp phép mới tại Việt Nam trong năm 2022, Nhật Bản là nhà đầu tư lớn nhất với 3,39 tỷ USD, chiếm 27,2% tổng vốn đăng ký cấp mới; tiếp đến là Xin-ga-po 2,12 tỷ USD, chiếm 17%; Trung Quốc 1,36 tỷ USD, chiếm 10,9%; Đan Mạch 1,32 tỷ USD, chiếm 10,6%; Hàn Quốc 1,12 tỷ USD, chiếm 9%; Đặc khu hành chính Hồng Công (Trung Quốc) 1,1 tỷ USD, chiếm 8,8%.

- *Vốn đăng ký điều chỉnh* có 1.107 lượt dự án đã cấp phép từ các năm trước đăng ký điều chỉnh vốn đầu tư tăng thêm 10,12 tỷ USD, tăng 12,2% so với năm trước.

Nếu tính cả vốn đăng ký mới và vốn đăng ký điều chỉnh của các dự án đã cấp phép từ các năm trước thì vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài đăng ký vào ngành công nghiệp chế biến, chế tạo đạt 15,19 tỷ USD, chiếm 67,3% tổng vốn đăng ký cấp mới và tăng thêm; hoạt động kinh doanh bất động sản đạt 2,87 tỷ USD, chiếm 12,7%; các ngành còn lại đạt 4,5 tỷ USD, chiếm 20%.

- *Vốn đăng ký góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài* có 3.566 lượt với tổng giá trị góp vốn 5,15 tỷ USD, giảm 25,2% so với năm trước. Trong đó, có 1.561 lượt góp vốn, mua cổ phần làm tăng vốn điều lệ của doanh nghiệp với giá trị góp vốn là 2,42 tỷ USD và 2.005 lượt nhà đầu tư nước ngoài mua lại cổ phần trong nước mà không làm tăng vốn điều lệ với giá trị gần 2,73 tỷ USD. Đối với hình thức góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài, vốn đầu tư vào ngành công nghiệp chế biến, chế tạo đạt 1,61 tỷ USD, chiếm 31,3% giá trị góp vốn; hoạt động kinh doanh bất động sản đạt 1,58 tỷ USD, chiếm 30,5%; ngành còn lại 1,97 tỷ USD, chiếm 38,2%.

Hình 4. Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện 12 tháng các năm 2018-2022 (tỷ USD)



Nguồn: Tổng cục thống kê.

Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện tại Việt Nam năm 2022 ước đạt gần 22,4 tỷ USD, tăng 13,5% so với năm trước. Đây là số vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện cao nhất trong 5 năm qua. Trong đó, công nghiệp chế biến, chế tạo đạt 17,81 tỷ USD, chiếm 79,5% tổng vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện; sản xuất, phân phối điện, khí đốt, nước nóng, hơi nước và điều hòa không khí đạt 1,49 tỷ USD, chiếm 6,7%; hoạt động kinh doanh bất động sản đạt 1,46 tỷ USD, chiếm 6,5%.

Đầu tư của Việt Nam ra nước ngoài năm 2022 có 109 dự án được cấp mới giấy chứng nhận đầu tư với tổng số vốn của phía Việt Nam là 426,6 triệu USD, tăng 4,3% so với năm trước; có 26 lượt dự án điều chỉnh vốn với số vốn điều chỉnh tăng 107,4 triệu USD (năm 2021 điều chỉnh giảm 776 triệu USD).

Tính chung tổng vốn đầu tư của Việt Nam ra nước ngoài (vốn cấp mới và điều chỉnh) đạt gần 534 triệu USD (năm 2021 điều chỉnh giảm 367 triệu USD⁷) so với năm trước. Trong đó, lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo đạt 251,9 triệu USD, chiếm 47,2% tổng vốn đầu tư; hoạt động kinh doanh bất động sản đạt 76,8 triệu USD, chiếm 14,4%; bán buôn, bán lẻ, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác đạt 46,3 triệu USD, chiếm 8,7%.

Trong năm 2022 có 29 quốc gia và vùng lãnh thổ nhận đầu tư của Việt Nam, trong đó: Xin-ga-po là nước dẫn đầu với 79,5 triệu USD, chiếm 14,9% tổng vốn đầu tư; Lào 70,5 triệu USD, chiếm 13,2%; Ôx-trây-li-a 54 triệu USD, chiếm 10,1%; Hoa Kỳ 48,2 triệu USD, chiếm 9%; Đức, Hà Lan, Pháp cùng đạt 34,7 triệu USD, cùng chiếm 6,5%.

⁷ Do Tập đoàn Dầu khí Việt Nam giảm gần 1,2 tỷ USD vốn đầu tư của dự án thăm dò phát triển và khai thác dầu khí tại Nga.



CÔNG TY TNHH MỘT THÀNH VIÊN SỞ HỮU TRÍ TUỆ VCCI

TÊN GIAO DỊCH: VCCI-IP CO., LTD.

Công ty TNHH một thành viên Sở hữu trí tuệ VCCI thuộc Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam là tổ chức đại diện sở hữu trí tuệ đầu tiên và có uy tín hàng đầu tại Việt Nam.

VCCI-IP CO., LTD chuyên cung cấp các dịch vụ sau:

- ①. Cung cấp thông tin về môi trường pháp lý, kinh tế kỹ thuật của Việt Nam và nước ngoài liên quan đến sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước;
- ②. Dịch vụ tra cứu thông tin về tình trạng kỹ thuật, khả năng bảo hộ, tình trạng bảo hộ của sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu, v.v.;
- ③. Tư vấn và đại diện để đăng ký bảo hộ cho các sáng chế, kiểu dáng công nghiệp, nhãn hiệu, bản quyền tác giả v.v. của các tổ chức trong nước và nước ngoài tại Việt Nam và nước ngoài;
- ④. Tư vấn và nộp đơn đăng ký sáng chế quốc tế theo Hiệp ước PCT;
- ⑤. Tư vấn và đăng ký bảo hộ nhãn hiệu Việt Nam ra nước ngoài theo hệ thống đăng ký nhãn hiệu quốc tế Madrid và Nhãn hiệu Cộng đồng châu Âu;
- ⑥. Tư vấn và đại diện giải quyết khiếu nại, khiếu kiện, tranh chấp về quyền sở hữu trí tuệ; chống vi phạm quyền sở hữu trí tuệ và chống hàng giả tại Việt Nam và các thị trường nước ngoài;
- ⑦. Tư vấn chuyển nhượng, chuyển giao li-xăng quyền sở hữu trí tuệ và chuyển giao công nghệ.

Với uy tín cùng kinh nghiệm nhiều năm của đội ngũ hơn 70 cán bộ gồm các luật sư, kỹ sư, chuyên viên pháp lý, kỹ thuật trong nhiều lĩnh vực, VCCI-IP đã đại diện cho nhiều khách hàng trong và ngoài nước đăng ký bảo hộ các đối tượng sở hữu trí tuệ tại Việt Nam và nước ngoài. VCCI-IP luôn cam kết đáp ứng các yêu cầu của khách hàng về các dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp với chất lượng và độ tin cậy cao.

Trụ sở chính

Tầng 8, tòa nhà VCCI, số 9 Đào Duy Anh, Hà Nội.

P.O.Box. 608, 1 Lê Thạch, Hà Nội.

Tel. (84-24) 3577 1365 ♦ Fax. (84-24) 3577 1563, 3577 2569, 3577 2595, 3577 2629

E.mail: patent@vcci-ip.com; trademark@vcci-ip.com ♦ Website: www.vcci-ip.com

Người đại diện: Luật sư **TRẦN HUY PHƯƠNG** - Chủ tịch kiêm Giám đốc

Chi nhánh Hồ Chí Minh

171 Võ Thị Sáu, Quận 3, thành phố Hồ Chí Minh

Tel: (84-28) 9300608 ♦ Fax: (84-28) 9301239



LIÊN ĐOÀN THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

PHẦN II:

**TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP
VIỆT NAM NĂM 2022 VÀ GIAI ĐOẠN 2011-2022**

2.1. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP NĂM 2022

2.1.1. Tình hình doanh nghiệp gia nhập thị trường năm 2022

Cùng với sự phục hồi của nền kinh tế và những nỗ lực của Chính phủ trong việc ưu tiên ổn định kinh tế vĩ mô, kiểm soát lạm phát, số doanh nghiệp gia nhập thị trường (gồm doanh nghiệp đăng ký thành lập mới và quay trở lại hoạt động) trong năm 2022 tiếp tục ghi nhận những cột mốc mới, mức cao nhất từ trước đến nay với 208.300 doanh nghiệp, tăng 30,3% so với năm 2021. Trong đó, số doanh nghiệp thành lập mới là 148.500 DN, tăng 27,1%, số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động đạt 59.800 doanh nghiệp, tăng 38,8%. Như vậy, trung bình mỗi tháng trong năm 2022, Việt Nam đón nhận thêm gần 17,4 nghìn doanh nghiệp thành lập mới và quay trở lại hoạt động, cao hơn nhiều so với các năm trước đây (2019, 2020 và 2021 lần lượt là 14,8 nghìn, 14,9 nghìn và 13,3 nghìn DN). Đây là tín hiệu rất đáng mừng cho thấy các chính sách của Chính phủ trong thời gian qua đã phát huy hiệu quả, tạo niềm tin cũng như cơ hội cho cộng đồng doanh nghiệp.

2.1.1.1. Doanh nghiệp thành lập mới năm 2022

Sau 2 năm 2020-2021 chịu tác động của đại dịch Covid-19 khiến số lượng doanh nghiệp thành lập mới suy giảm, năm 2022 đã chứng kiến sự phục hồi mạnh mẽ của nền kinh tế, kéo theo sự tăng trưởng mạnh về số lượng doanh nghiệp thành lập mới. Còn nhớ năm 2021, số doanh nghiệp thành lập mới chỉ đạt 116,8 nghìn doanh nghiệp (mức thấp nhất kể từ năm 2017), giảm đến 13,4% so với cùng kỳ năm 2020 (mức giảm nghiêm trọng nhất trong 20 năm trở lại đây), cộng với mức sụt giảm đã có của năm 2020 thì số doanh nghiệp đăng ký thành lập mới thiếu hụt đến 15,4% so với năm 2019, mức trước đại dịch. Tuy nhiên, năm 2022, số doanh nghiệp thành lập mới đã tăng mạnh trở lại, đạt 148.533 doanh nghiệp, tăng 27,1% so với năm 2021, tăng 7,5% so với năm 2019, năm trước đại dịch Covid-19. Số doanh nghiệp thành lập mới năm 2021 gấp 1,1 lần mức bình quân giai đoạn 2017-2021 (129.611 doanh nghiệp). Điều này là minh chứng rõ nhất cho việc phục hồi của nền kinh tế Việt Nam sau 2 năm chịu ảnh hưởng của đại dịch Covid-19.

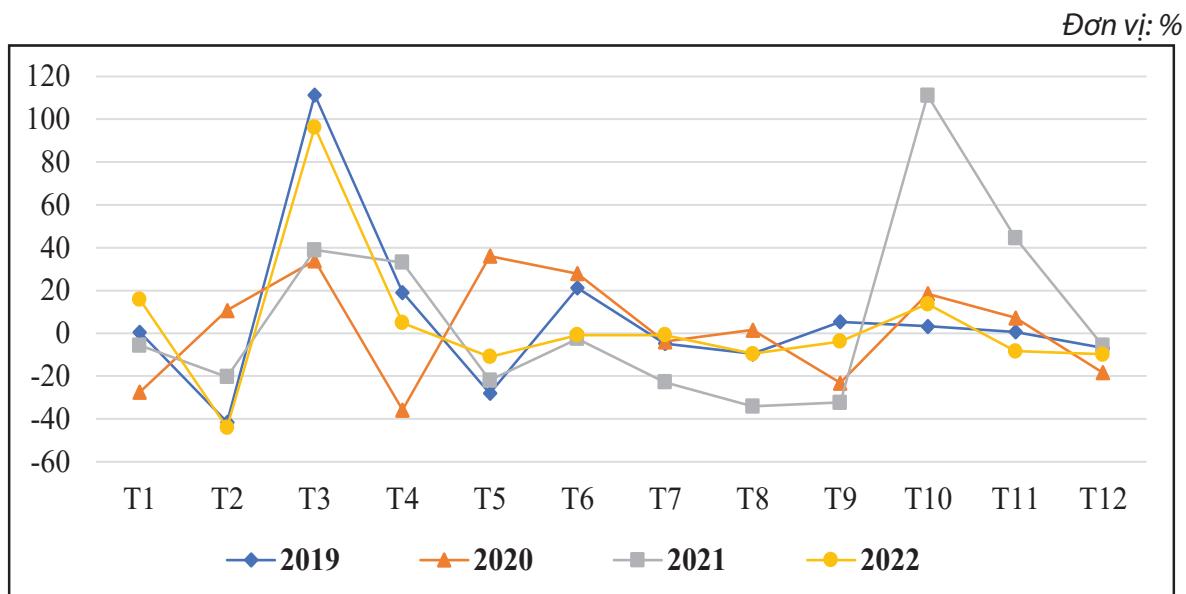
Xét chi tiết theo các tháng của năm 2022, có thể thấy tình hình đăng ký thành lập doanh nghiệp năm 2022 đã có nhiều điểm tương đồng với năm 2019, thời điểm trước khi xảy ra đại dịch Covid-19. Số lượng doanh nghiệp thành lập mới trong các tháng tương đối ổn định, trừ việc giảm mạnh 44% vào tháng 2 trùng với Tết âm lịch, rồi phục hồi tăng mạnh vào tháng 3 với 96%. Sự ổn định này khác hoàn toàn so với những biến động mạnh trong 2 năm 2020-2021 do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19.

Xét trong giai đoạn 2011-2022, số lượng doanh nghiệp thành lập mới năm 2022 đã phục hồi rõ rệt sau hai năm 2020-2021 suy giảm bởi đại dịch Covid-19. Số doanh nghiệp thành lập mới năm 2022 đã tăng mạnh so với năm 2021 và lập kỷ lục mới về số doanh nghiệp thành lập với gần 150 nghìn DN. Nếu so với năm 2019, số doanh nghiệp thành lập mới năm 2022 tăng 7,5%, tương đương với mức tăng trưởng DN hàng năm trong giai đoạn 2018-2019. Điều này càng khẳng định sự phục hồi của năm 2022 đã giúp lấy lại những gì đã mất trong 2 năm 2020-2021.

Tổng số doanh nghiệp đăng ký thành lập mới trong giai đoạn 2011-2022 là hơn 1,3 triệu doanh nghiệp, trong đó giai đoạn 2016-2020 đạt 641.314 doanh nghiệp, với tốc độ

tăng trưởng bình quân đạt 7,6%/năm, tăng 1,63 lần so với số doanh nghiệp thành lập mới giai đoạn 2011-2015. Nhờ sự phát triển mạnh số lượng doanh nghiệp thành lập mới trong giai đoạn 2011-2022 đã giúp số lượng doanh nghiệp đăng ký thành lập tính từ khi có luật doanh nghiệp đạt hơn 1,8 triệu doanh nghiệp.

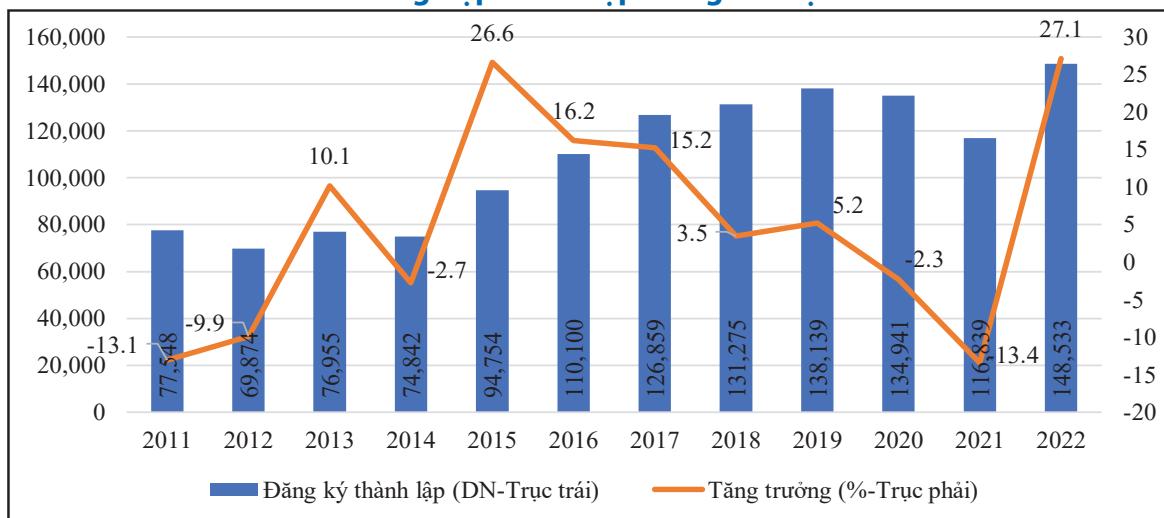
Hình 5. Tình hình phát triển doanh nghiệp thành lập mới theo tháng giai đoạn 2019 - 2022



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Tuy số lượng doanh nghiệp thành lập mới tăng mạnh và vượt thời điểm trước đại dịch, nhưng số vốn và số lao động của các doanh nghiệp đăng ký thành lập vẫn thấp hơn so với thời điểm trước đại dịch.

Hình 6. Doanh nghiệp thành lập mới giai đoạn 2011-2022

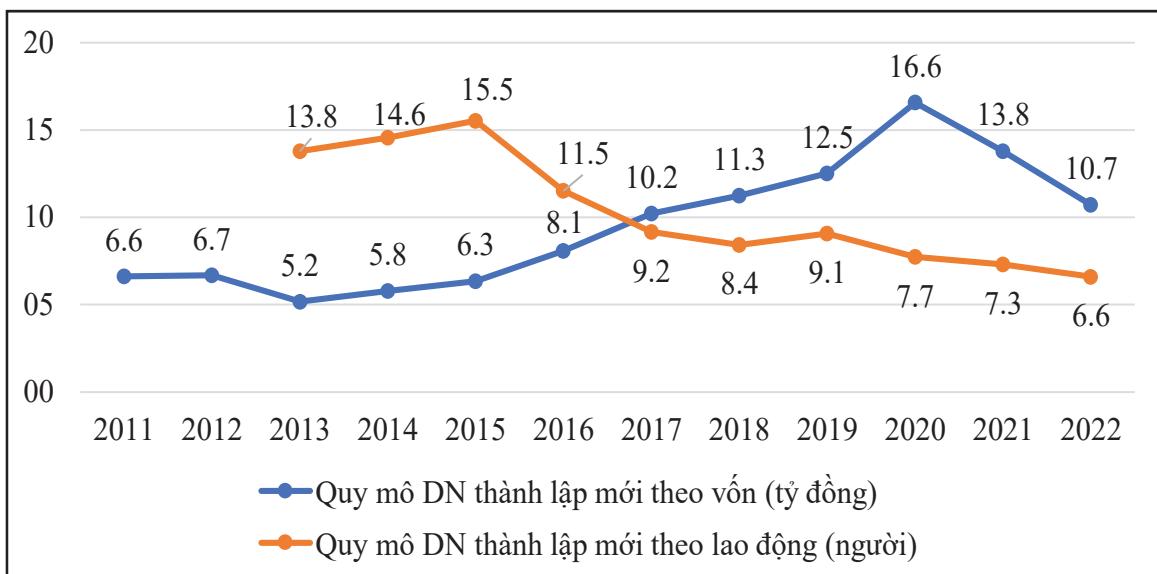


Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Doanh nghiệp thành lập mới đa phần có quy mô nhỏ (từ 0 - 10 tỷ đồng) với 133.367 doanh nghiệp (chiếm 89,8%, tăng 30,2% so với năm 2021). Tổng số vốn của các doanh nghiệp đăng ký thành lập trong năm 2022 đạt 1.590.860 tỷ đồng, giảm 1,3% so với năm 2021, giảm 8,1% so với năm 2019.

Có 50.386 doanh nghiệp đang hoạt động đăng ký tăng vốn trong năm 2022 (tăng 15,8% so với năm 2021), số vốn đăng ký tăng thêm của các doanh nghiệp đang hoạt động đạt 3.172.676 tỷ đồng (tăng 25,7% so với năm 2021). Vốn đăng ký bình quân trên một doanh nghiệp trong năm 2022 đạt 10,7 tỷ đồng, giảm 22,3% so với năm 2021. Như vậy đây là năm thứ 2 liên tiếp quy mô vốn bình quân của doanh nghiệp đăng ký thành lập giảm, sau khi đã liên tục tăng từ năm 2014 đến 2020. Điều này cho thấy những khó khăn liên quan đến huy động nguồn vốn của doanh nghiệp trong năm 2022, dù đại dịch Covid-19 đã ít ảnh hưởng đến.

Hình 7. Quy mô doanh nghiệp thành lập mới giai đoạn 2011-2022



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

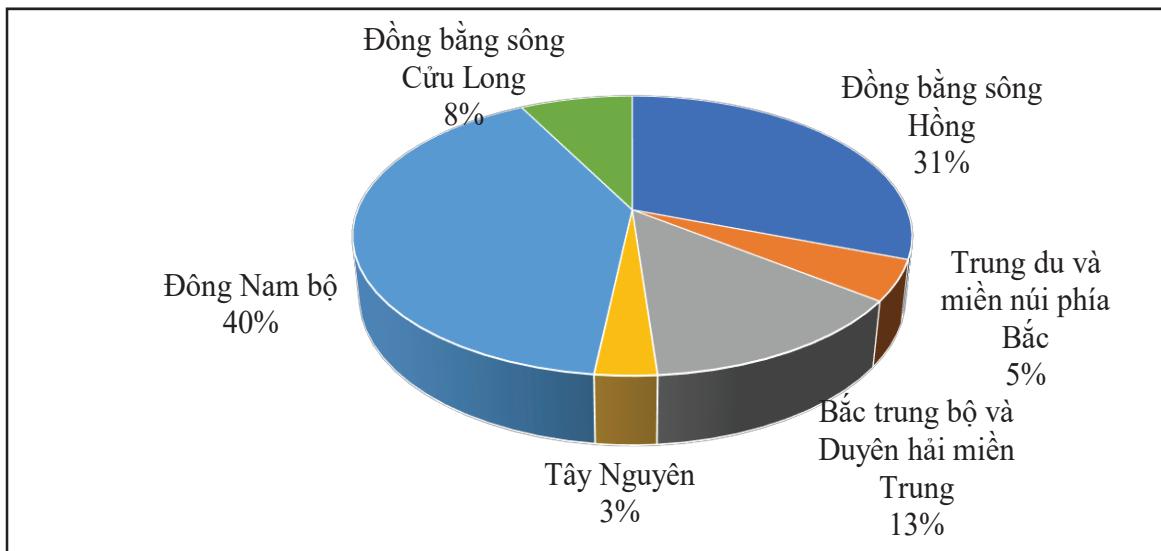
Tổng số lao động đăng ký của các doanh nghiệp thành lập mới trong năm 2022 là 981.332 lao động, tăng 14,9% so với năm 2021, tuy nhiên nếu so với năm 2019 thì vẫn giảm gần 20%. Đây là mức thấp thứ 2 về tổng số lao động đăng ký của các doanh nghiệp thành lập mới kể từ năm 2013 đến nay. Lao động đăng ký bình quân của một doanh nghiệp chỉ đạt 6,6 người/DN, tiếp tục xu hướng giảm liên tục từ năm 2016. Điều này cho thấy xu hướng các doanh nghiệp thành lập mới ngày càng sử dụng ít lao động, chủ yếu trong các lĩnh vực ít thâm dụng lao động và ứng dụng công nghệ để dần thay thế lao động thủ công.

2.1.1.2. Doanh nghiệp thành lập mới theo vùng năm 2022

Năm 2022, Đông Nam Bộ vẫn là khu vực có số doanh nghiệp thành lập mới nhiều nhất, với 60.043 doanh nghiệp, chiếm 40,4% cả nước, tiếp đến là đồng bằng Sông Hồng

với 45.472 doanh nghiệp, chiếm 30,6% và Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung 20.080 doanh nghiệp, chiếm 13,5%. Như vậy là chỉ 3 vùng này đã chiếm đến 84,6% tổng số doanh nghiệp thành lập mới. Ba vùng còn lại chỉ chiếm 15,4% số doanh nghiệp thành lập mới, chỉ bằng một nửa so với vùng đồng bằng Sông Hồng. Cụ thể: Đồng bằng Sông Cửu Long (11.536 doanh nghiệp, chiếm 7,8%), Trung du và miền núi phía Bắc (6.932 doanh nghiệp, chiếm 4,7%); Tây Nguyên (4.470 doanh nghiệp, chiếm 3%).

Hình 8. Phân bổ doanh nghiệp thành lập mới năm 2022 theo vùng



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

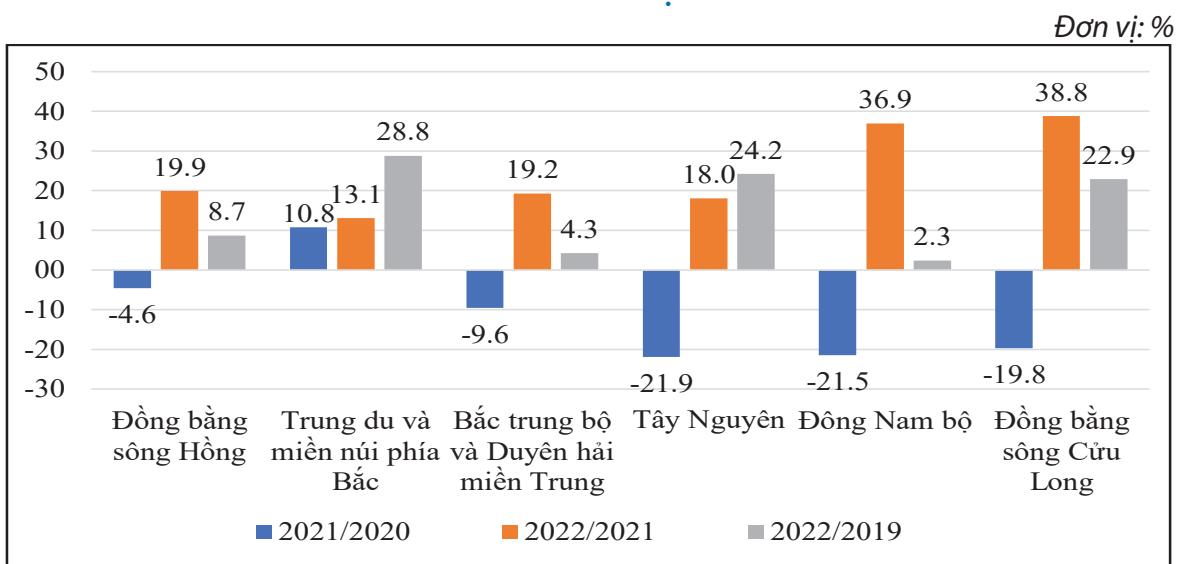
Nếu năm 2021 có đến 5/6 vùng có số lượng doanh nghiệp thành lập mới giảm thì năm 2022, cả 06 khu vực trên cả nước đều có số doanh nghiệp đăng ký thành lập tăng so với năm 2021. Tăng mạnh nhất là đồng bằng Sông Cửu Long, tăng 38,8% (trong khi năm 2021 giảm 19,8%), tiếp đến là vùng Đồng Nam Bộ, tăng 36,9% (năm 2021 giảm 21,5%). Điều này cho thấy sự phục hồi của các vùng sau hai năm chịu ảnh hưởng của Covid-19, nhất là các vùng chịu ảnh hưởng nặng nề như Đồng Nam Bộ và đồng bằng Sông Cửu Long. Các vùng khác cũng có sự phục hồi rõ rệt là đồng bằng Sông Hồng (tăng 19,9%), Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung (tăng 19,2%), Tây Nguyên (tăng 18%) và Trung du và miền núi phía Bắc (tăng 13,1%).

Ngay cả khi so sánh với năm 2019, thời điểm trước khi có đại dịch Covid-19, cũng cho thấy là năm 2022 tất cả các vùng đều đã có sự tăng trưởng về số doanh nghiệp thành lập mới, trong đó mạnh nhất là những vùng có ít doanh nghiệp thành lập mới và ít bị ảnh hưởng bởi Covid-19 như Trung du và miền núi phía Bắc (tăng 28,8%), Tây Nguyên (tăng 24,2%), đồng bằng Sông Cửu Long (tăng 22,9%).

TP Hồ Chí Minh, nơi có thể coi là chịu ảnh hưởng nặng nề nhất của đại dịch Covid-19 cũng phục hồi mạnh với tốc độ tăng trưởng đạt 40,4%, đứng thứ 11 về tốc độ nhưng thứ nhất về số lượng với 45.425 DN thành lập mới trong năm 2022 (chiếm 30,6%). Đứng thứ 2 về số lượng doanh nghiệp thành lập mới là Hà Nội với 29.720 DN, chiếm 20%. Như vậy 2

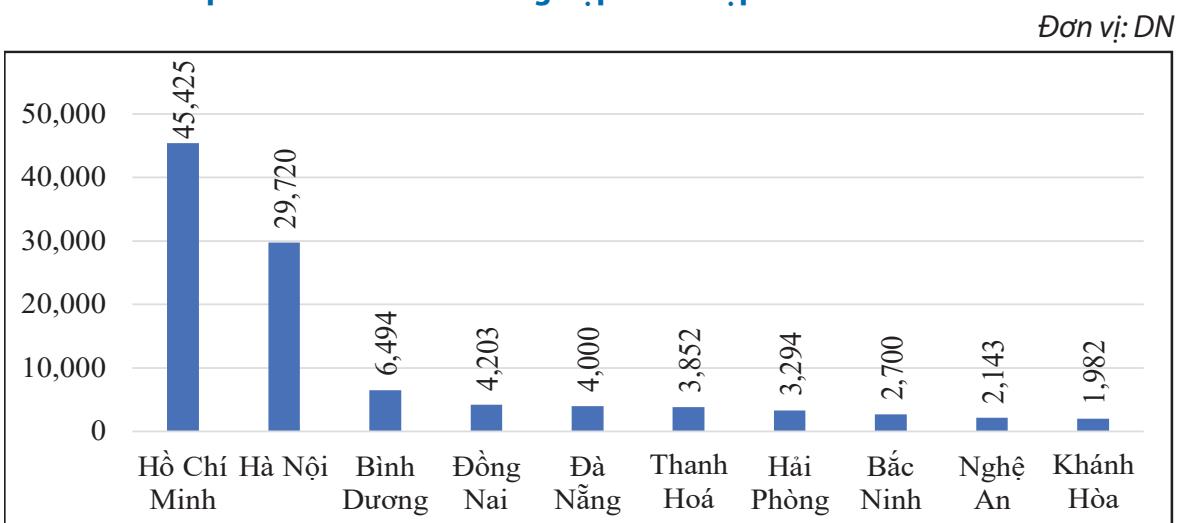
địa phương này đã chiếm trên một nửa số doanh nghiệp thành lập mới trong năm 2022. Bình Dương và Đồng Nai, hai địa phương thường thu hút nhiều DN hoạt động đứng thứ 3 và thứ 4 nhưng cách xa 2 địa phương đứng đầu về số DN thành lập mới, lần lượt đạt 6.494 DN và 4.203 DN. Trong Top 10 tỉnh có số lượng doanh nghiệp thành lập mới nhiều nhất năm 2022 còn có sự tham gia của Đà Nẵng, Thanh Hoá, Hải Phòng, Bắc Ninh, Nghệ An, Khánh Hòa, những địa phương có nhiều doanh nghiệp hoạt động. Các tỉnh khác đều có số lượng doanh nghiệp thành lập mới dưới 2000 DN, trong đó có 36 tỉnh có số lượng doanh nghiệp thành lập mới dưới 1000 DN.

Hình 9. Tăng trưởng về số doanh nghiệp thành lập mới năm 2022 theo vùng kinh tế-xã hội



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Hình 10. Top 10 tỉnh có số doanh nghiệp thành lập mới nhiều nhất năm 2022

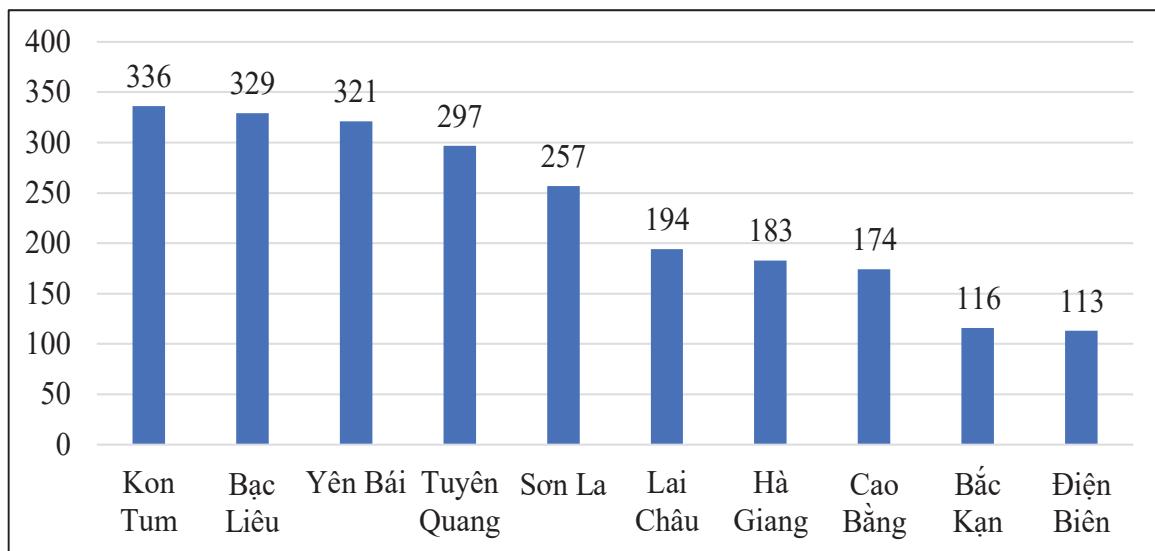


Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Trong nhóm 10 tỉnh có số lượng doanh nghiệp thành lập mới ít nhất, có đến 8 tỉnh thuộc vùng Trung du và miền núi phía Bắc gồm Yên Bai, Tuyên Quang, Sơn La, Lai Châu, Hà Giang, Cao Bằng, Bắc Kạn, Điện Biên. Rõ ràng, đây vẫn là vùng trũng về phát triển doanh nghiệp do điều kiện tự nhiên không thuận lợi, điều kiện hạ tầng và trình độ phát triển kinh tế còn thấp. Hai tỉnh khác góp mặt trong nhóm này là Kom Tum và Bạc Liêu.

Hình 11. Top 10 tỉnh có số doanh nghiệp thành lập mới ít nhất năm 2022

Đơn vị: DN



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

2.1.1.3. Doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022

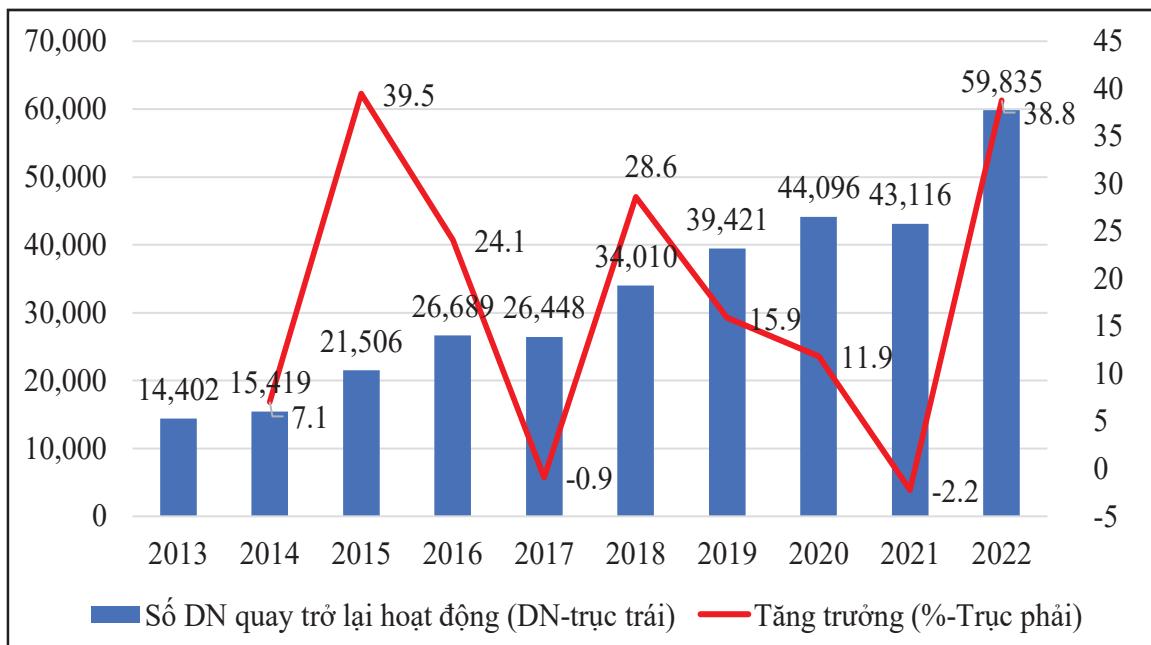
Số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động trong năm 2022 là 59.835 doanh nghiệp, tăng 38,8% so với năm 2021, gấp 1,6 lần mức bình quân giai đoạn 2017-2021 (37.418 doanh nghiệp). Điều này cho thấy rõ sự phục hồi của doanh nghiệp và nền kinh tế sau 2 năm đại dịch Covid-19.

Xét trong giai đoạn 2014-2022, cùng với việc số doanh nghiệp đăng ký tạm ngừng tăng cao, kéo theo số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động có xu hướng ngày càng tăng cao, với tốc độ tăng trung bình đạt khoảng 17,1%/năm. Đáng chú ý, số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động của năm sau luôn cao hơn nhiều so với số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn của năm trước liền kề, điều này cho thấy là sẽ có cả những doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể và doanh nghiệp không hoạt động tại địa chỉ đã đăng ký của những năm trước quay trở lại hoạt động. Đây cũng là một tín hiệu tốt cho sự phát triển doanh nghiệp, vì việc phục hồi lại một doanh nghiệp đã có thường tốn ít chi phí (cả về thời gian, tiền bạc) hơn việc thành lập một doanh nghiệp mới hoàn toàn.

Phân theo ngành nghề kinh doanh, thương mại là lĩnh vực có số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động cao nhất, với 22.103 DN, chiếm 36,9%, tiếp đến là lĩnh vực dịch vụ với

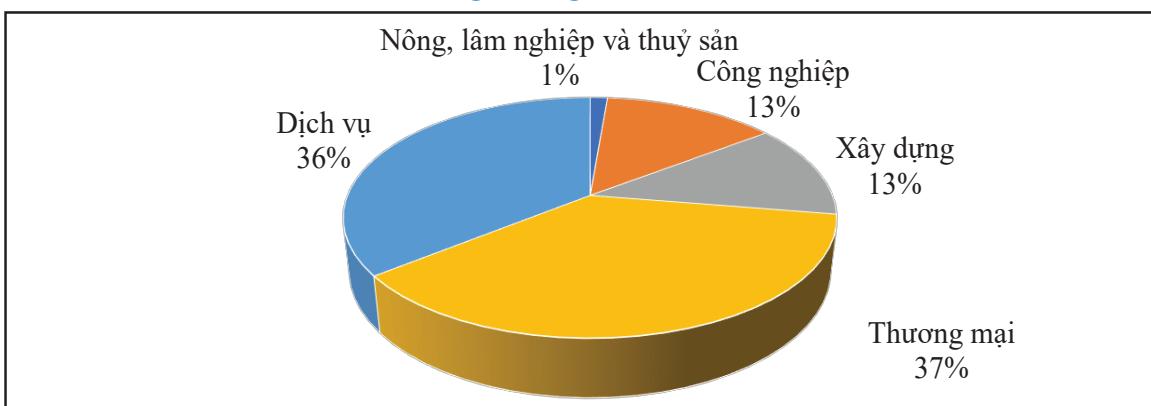
21.271 DN, chiếm 35,5%. Như vậy, riêng lĩnh vực thương mại – dịch vụ đã chiếm đến gần $\frac{3}{4}$ số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động trong năm 2022, đánh dấu sự phục hồi mạnh mẽ của lĩnh vực này sau 2 năm chịu tác động nặng nề từ đại dịch Covid-19. Khu vực công nghiệp và xây dựng lần lượt có 8.066 DN (chiếm 13,5%) và 7.584 DN (chiếm 12,7%) quay trở lại hoạt động.

Hình 12: Tình hình doanh nghiệp quay trở lại hoạt động giai đoạn 2014-2022



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Hình 13. Phân bổ doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022 theo ngành nghề kinh doanh

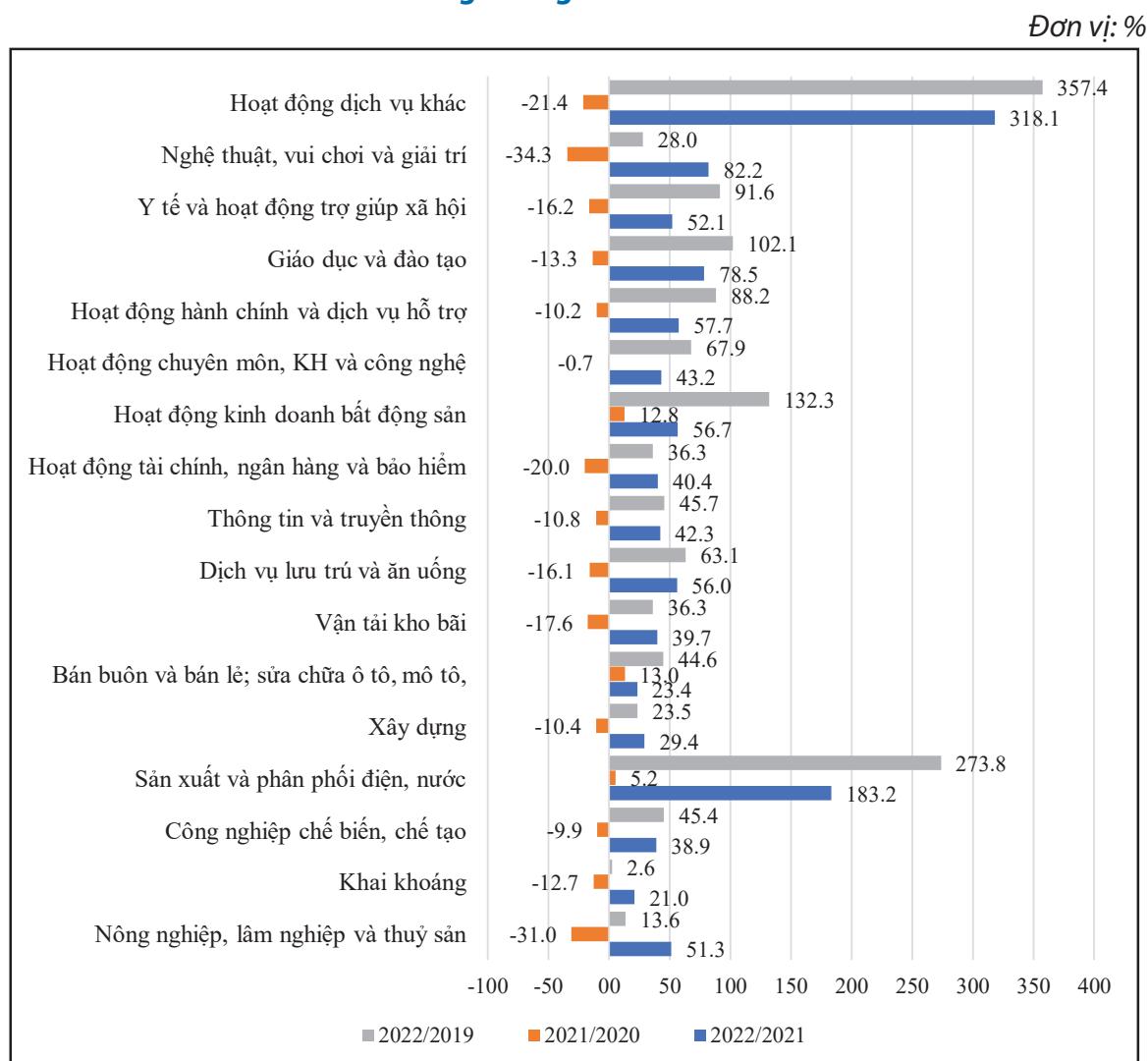


Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động tăng ở tất cả 17 lĩnh vực, trong đó phải kể đến một số lĩnh vực chịu nhiều tác động bởi dịch bệnh Covid-19 trong thời gian qua đã có sự phục hồi tích cực: Hoạt động dịch vụ khác (1.752 doanh nghiệp, tăng 318,1%); Sản

xuất phân phối, điện, nước, gas (912 doanh nghiệp, tăng 183,2%); Nghệ thuật, vui chơi và giải trí (512 doanh nghiệp, tăng 82,2%); Giáo dục và đào tạo (1.473 doanh nghiệp, tăng 78,5%); Dịch vụ việc làm; du lịch; cho thuê máy móc thiết bị, đồ dùng và các dịch vụ hỗ trợ khác (3.338 doanh nghiệp, tăng 57,7%) và Kinh doanh bất động sản (2.081 doanh nghiệp, tăng 56,7%)... Kết quả này hoàn toàn trái ngược với năm 2021 khi mà có đến 14/17 lĩnh vực có sự sụt giảm về số lượng doanh nghiệp quay trở lại hoạt động so với năm 2020. Ngay cả khi so sánh với thời điểm 2019, năm trước khi xảy ra đại dịch Covid-19, số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động của năm 2022 cũng nhiều hơn ở tất cả 17 ngành. Điều này cho thấy thực sự các ngành đã phục hồi lại thời điểm trước khi đại dịch xảy ra.

Hình 14. Tăng trưởng về số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022 theo ngành nghề kinh doanh

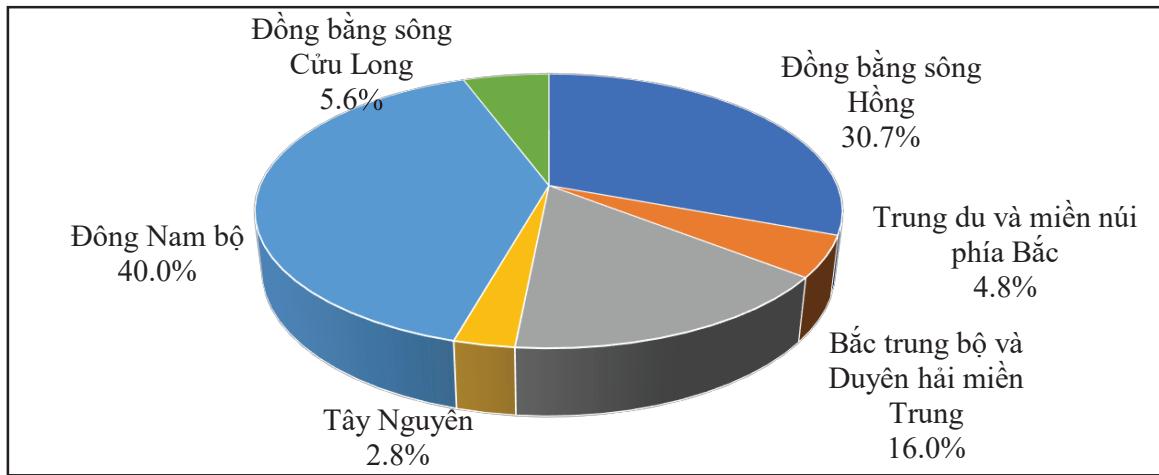


Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Xét theo vùng địa lý, Đông Nam bộ là vùng có số doanh nghiệp quay lại hoạt động nhiều nhất với 23.935DN, chiếm 40,0%, tiếp đến là Đồng bằng sông Hồng với 18.382

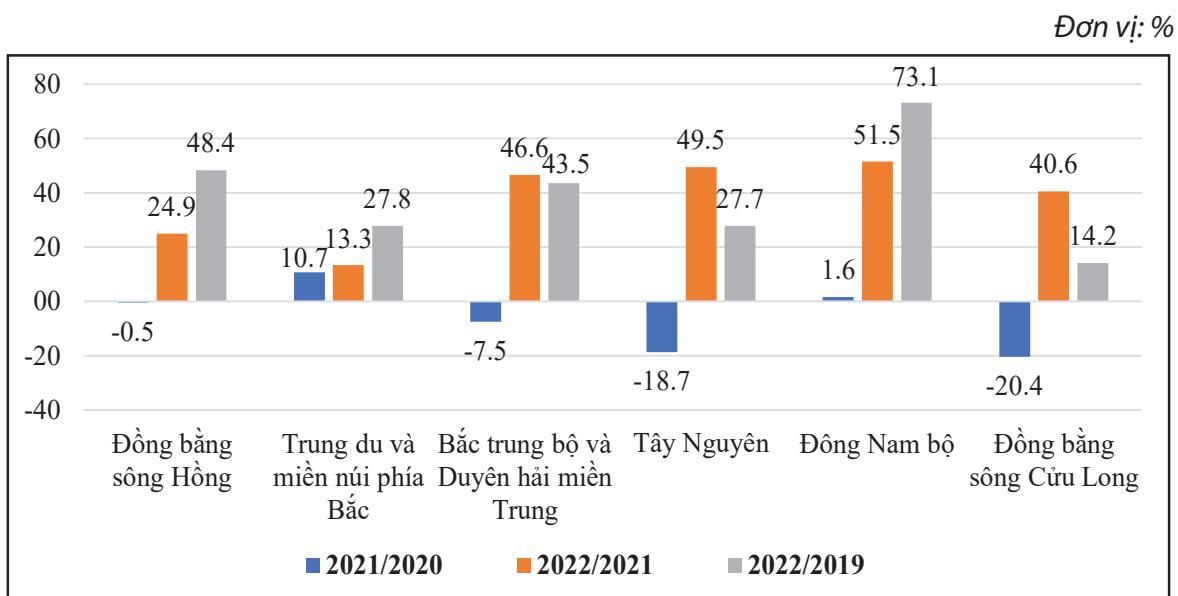
DN, chiếm 30,7%. Như vậy, cũng như việc thành lập doanh nghiệp mới, tỷ lệ các doanh nghiệp quay trở lại hoạt động cũng chủ yếu thuộc về hai vùng Đồng Nam bộ và Đồng bằng sông Hồng. Bắc trung bộ và Duyên hải miền Trung có 9.554 DN quay trở lại hoạt động, chiếm 16,0%. Ba vùng còn lại số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động chiếm tỷ lệ thấp, lần lượt là Đồng bằng sông Cửu Long (5,6%), Trung du và miền núi phía Bắc (4,8%) và Tây Nguyên (2,8%). Điều này cũng phù hợp với tỷ trọng các doanh nghiệp đang hoạt động tại các vùng này.

Hình 15. Phân bổ doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022 theo vùng kinh tế-xã hội



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Hình 16. Tăng trưởng về số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động năm 2022 theo vùng kinh tế - xã hội



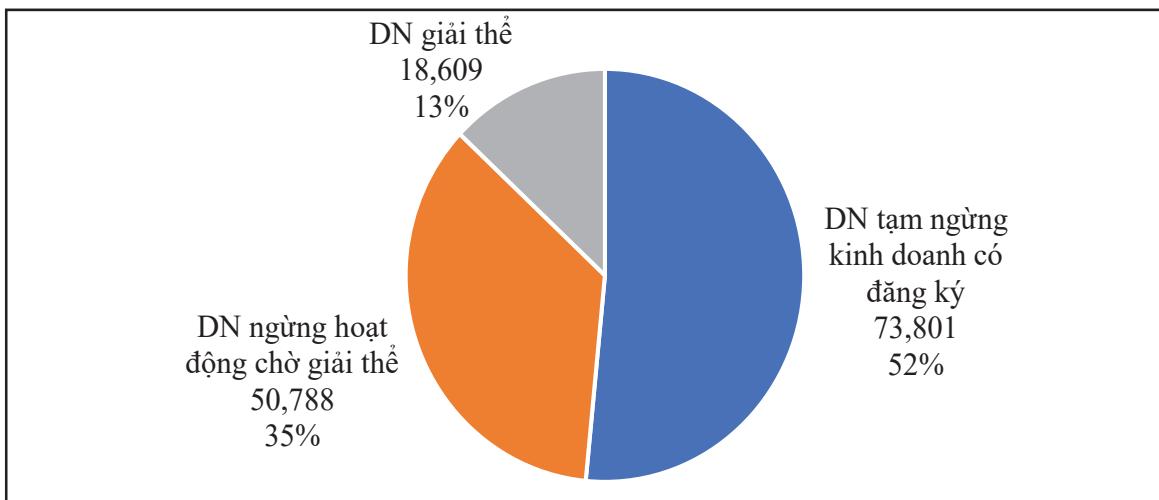
Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

So với năm 2021, cả 6 vùng đều có số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động tăng trong năm 2022, khác với tình trạng năm 2021 khi chỉ có 2/6 vùng. Đông Nam Bộ tiếp tục là vùng có sự tăng trưởng mạnh về số doanh nghiệp quay trở lại hoạt động, đạt 51,5%, tiếp đến là Tây Nguyên (49,5%). Hai vùng khác cũng có sự tăng trưởng ấn tượng là Bắc trung bộ và Duyên hải miền Trung (46,6%) và Đồng bằng sông Cửu Long (40,6%). Tuy nhiên, nếu so với thời điểm năm 2019, trước khi có đại dịch Covid-19, thì Đông Nam bộ và đồng bằng sông Hồng là 2 vùng có tỷ lệ tăng trưởng cao nhất.

2.1.2. Tình hình doanh nghiệp rút khỏi thị trường năm 2022

Doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường (gồm các doanh nghiệp: đăng ký tạm ngừng kinh doanh có thời hạn; tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể; và hoàn tất thủ tục giải thể).

Hình 17. Doanh nghiệp rút khỏi thị trường năm 2022



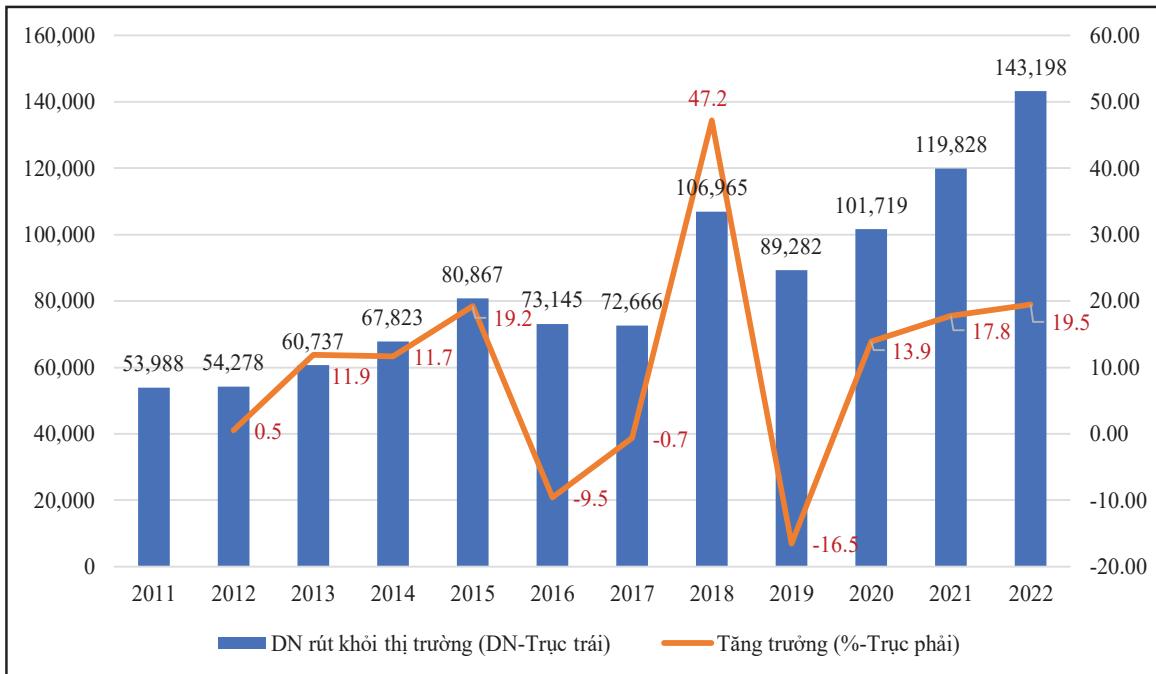
Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Năm 2022, dù kinh tế đã có sự phục hồi, số lượng doanh nghiệp gia nhập thị trường tăng mạnh, tuy nhiên số doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường vẫn chưa có dấu hiệu giảm đi. Trong năm 2022 có 143.198 doanh nghiệp rút lui khỏi thị trường, con số cao kỷ lục từ trước đến nay, tăng 19,5% so với năm 2021, cao hơn mức tăng của 2 năm chịu ảnh hưởng của đại dịch Covid-19 là 2020-2021. Trong đó, phần lớn là các doanh nghiệp lựa chọn hình thức tạm ngừng kinh doanh trong ngắn hạn (chiếm 51,5%). Điều này cho thấy khu vực doanh nghiệp vẫn còn gặp nhiều khó khăn trong năm 2022, nhất là các DNNVV, dù đã có những chính sách hỗ trợ phục hồi của nhà nước.

Xét trong giai đoạn 2011-2022, số lượng doanh nghiệp rút khỏi thị trường có xu hướng tăng lên nhưng ở mức vừa phải, trừ năm 2018 tăng đột biến do công tác rà soát dữ liệu của cơ quan quản lý. Tuy nhiên, nếu so với tốc độ tăng của số doanh nghiệp thành lập mới, tốc độ rút khỏi thị trường đang có xu hướng tăng nhanh hơn, đặc biệt là trong năm 2020-2021. Điều này cho thấy cần có các giải pháp và chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp, nhất là các DNNVV, các doanh nghiệp mới thành lập để có thể tồn tại và phát

triển bền vững hơn.

Hình 18: Tình hình doanh nghiệp rút khỏi thị trường giai đoạn 2013-2022



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

2.1.2.1. Doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn năm 2022

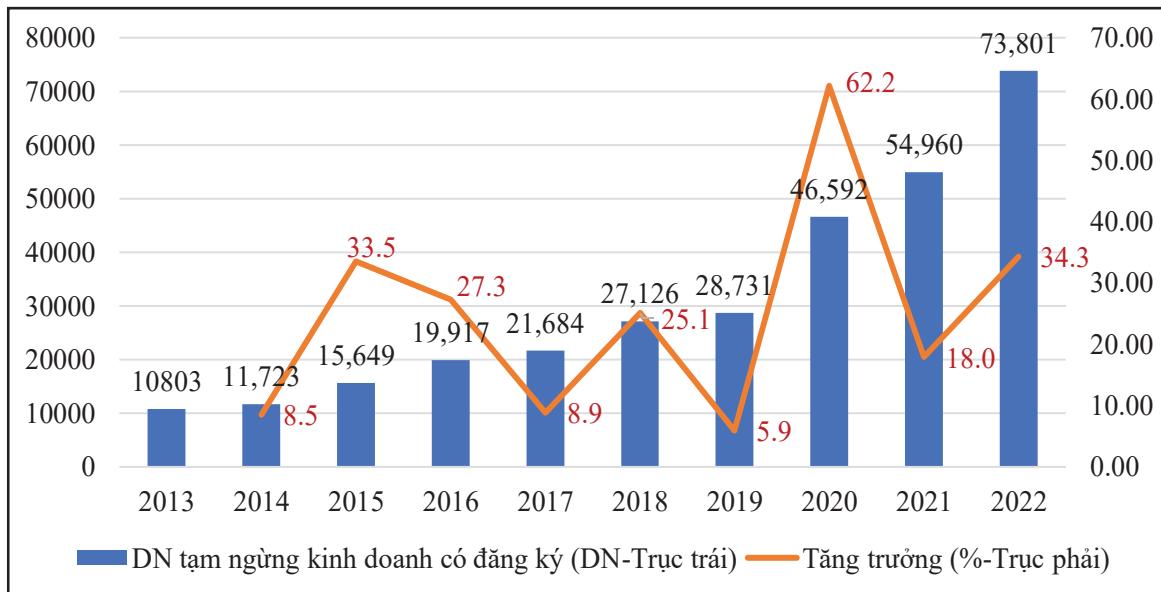
Số lượng doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh trong năm 2022 là 73.801 doanh nghiệp, tăng 34,3% so với năm 2021. Phần lớn doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh trong năm 2022 có thời gian hoạt động ngắn, dưới 5 năm với 34.720 doanh nghiệp (chiếm 47%); tập trung chủ yếu ở quy mô nhỏ (dưới 10 tỷ đồng) với 65.502 doanh nghiệp (chiếm 88,8%, tăng 32,2% so với năm 2021).

Như vậy, dù nền kinh tế đã phục hồi trong năm 2022, nhưng nhiều doanh nghiệp vẫn chọn giải pháp tiếp tục chờ đợi, tạm ngừng hoạt động, tức là chưa rời khỏi thị trường để nghe ngóng, xem xét diễn biến của thị trường, chờ đợi thời điểm thích hợp tìm kiếm những ý tưởng, cơ hội kinh doanh mới hoặc chờ đợi triển khai các chính sách hỗ trợ từ Nhà nước, rồi mới quyết định tiếp tục kinh doanh hay giải thể doanh nghiệp, chưa “đóng cửa” doanh nghiệp hoàn toàn ở thời điểm này. Nếu so sánh với thời điểm trước đại dịch, con số này đã tăng lên gần gấp đôi trong giai đoạn 2020-2021 và gấp ba trong năm 2022, đủ để thấy sức tàn phá của dịch bệnh trong thời gian vừa qua qua đến doanh nghiệp.

Xét cả giai đoạn 2013-2022 có thể thấy rõ sự tăng đột biến về số lượng doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn ba năm 2020-2022, khi mà tốc độ tăng trưởng của trung bình của giai đoạn này là 38%/năm, gấp hơn hai lần so với tốc độ tăng trưởng trung bình của các năm trước (khoảng 18%/năm). Số lượng doanh nghiệp đăng ký tạm ngừng hoạt động trong ba năm 2020-2022 gấp 1,3 lần tổng số doanh nghiệp đăng ký tạm ngừng trong 7 năm từ 2013-2019. Riêng năm 2022 số doanh nghiệp phải tạm ngừng

kinh doanh gần bằng tổng của 5 năm 2013-2017. Điều này cho thấy sự ảnh hưởng sâu rộng và lâu dài của dịch bệnh Covid-19 đến tình hình hoạt động của doanh nghiệp trong những năm vừa qua.

Hình 19: Số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn giai đoạn 2013-2022

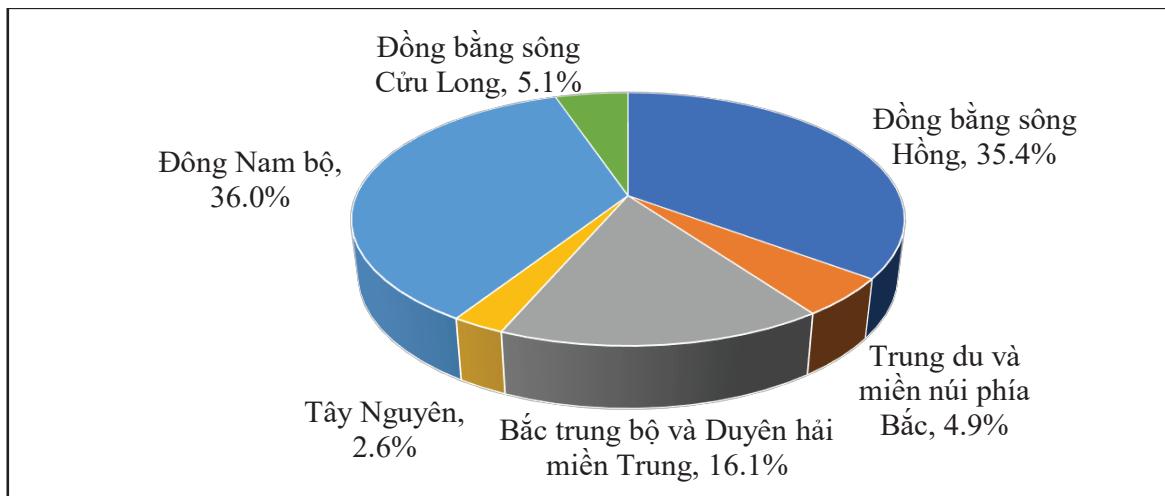


Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Phân theo địa bàn, Đồng Nam Bộ và đồng bằng sông Hồng vẫn là 2 vùng có số lượng doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn nhiều nhất, tuy nhiên khoảng cách giữa hai vùng này là không chênh lệch nhiều, lần lượt chiếm tỷ trọng 36% và 35,4%. Tiếp đến là vùng Bắc trung bộ và Duyên hải miền Trung với 16,1%. Ba vùng còn lại chiếm tỷ trọng thấp, từ 5,1% đến 2,6%. Đáng chú ý, tất cả các vùng lanh thổ đều tăng về số lượng doanh nghiệp đăng ký tạm ngừng kinh doanh. So với năm 2021, Đồng bằng Sông Cửu Long có số lượng doanh nghiệp đăng ký tạm ngừng kinh doanh tăng cao nhất với 41,1%; tiếp đến là Trung du và miền núi phía Bắc, tăng đến 36,1%. Đồng Bằng sông Hồng và Bắc Trung bộ và Duyên hải miền Trung lần lượt xếp thứ ba và bốn về mức tăng số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh, lần lượt tăng 34,3% và 31,3% so với năm 2021. Đồng Nam Bộ và Tây Nguyên có mức tăng thấp nhất, tương ứng với 25,1% và 18%.

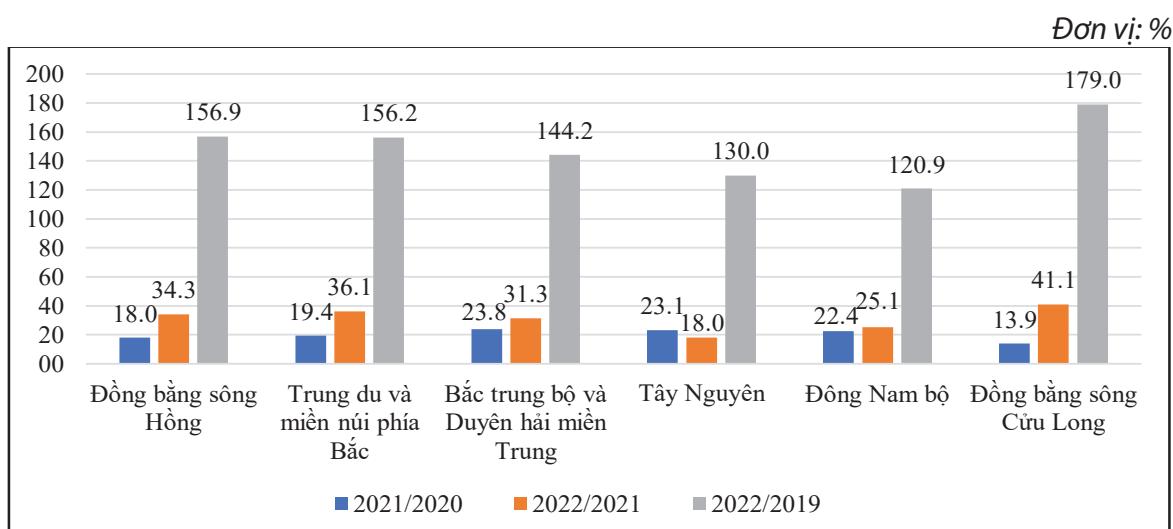
Tuy nhiên, nếu so với năm 2019, thời điểm trước khi xảy ra đại dịch Covid-19, số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn của cả 6 vùng đều tăng rất cao, trong đó cao nhất là vùng Đồng bằng Sông Cửu Long với gần 2,8 lần; tiếp đến là Đồng Bằng sông Hồng và Trung du và miền núi phía Bắc tăng gần 2,6 lần. Đồng Nam Bộ có mức tăng thấp nhất nhưng cũng lên đến, 2,2 lần. Điều này cho thấy những tác động tiêu cực và kéo dài của đại dịch Covid-19 đến sức khỏe của cộng đồng doanh nghiệp, khiến nhiều doanh nghiệp phải tạm ngừng kinh doanh.

Hình 20. Phân bổ doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn năm 2022 theo vùng kinh tế-xã hội



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Hình 21. Tăng trưởng về số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh có thời hạn năm 2022 theo vùng kinh tế - xã hội



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

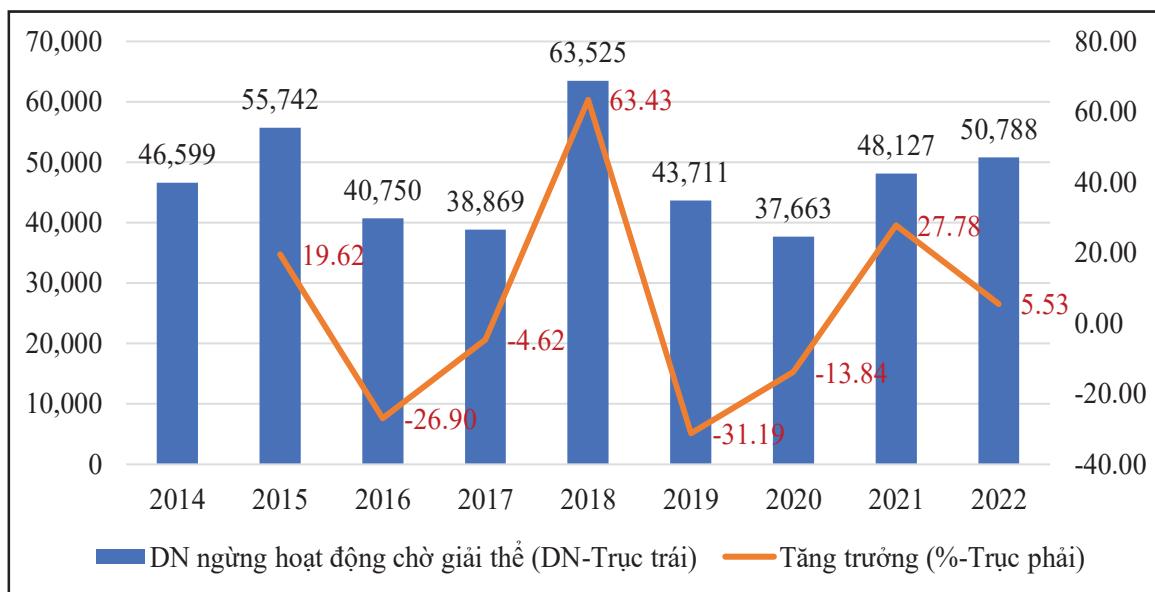
2.1.2.2. Doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể năm 2022

Dù đại dịch Covid-19 đã ít tác động đến Việt Nam trong năm 2022, tuy nhiên, các tác động tiêu cực từ thị trường thế giới do xung đột vũ trang Nga-Ucraina, lạm phát tăng cao và sự suy giảm tăng trưởng ở nhiều nước, khiến sức chống chịu của doanh nghiệp vốn đã bị bào mòn sau 2 năm gồng mình với đại dịch Covid-19 dẫn đến nhiều doanh nghiệp phải ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể. Số doanh nghiệp chờ làm thủ tục giải thể là 50.788 doanh nghiệp, tăng 5,5% so với năm 2021. Các doanh nghiệp chờ làm thủ tục giải thể tập trung chủ yếu ở quy mô vốn dưới 10 tỷ đồng với 44.508 doanh nghiệp (chiếm

87,6%, tăng 2,5% so với năm 2021).

Xét trong giai đoạn 2013-2022, ngoại trừ năm 2018 tăng đột biến do công tác rà soát dữ liệu của cơ quan quản lý, thì số doanh nghiệp phải tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể đã có xu hướng giảm đi trong giai đoạn 2016-2020, so với những năm 2013-2015. Tuy nhiên, tác động của đại dịch Covid-19 cùng với những diễn biến bất lợi của kinh tế thế giới đã khiến con số này tăng mạnh vào năm 2021, và tiếp tục tăng lên trong năm 2022, đạt mức cao thứ 3 với hơn 50 nghìn DN, chỉ đứng sau năm 2018 (63,5 nghìn DN) và 2015 (55,7 nghìn doanh nghiệp). Đáng chú ý, đây là lần đầu tiên số doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể tăng 2 năm liên tiếp trong giai đoạn 2014-2022.

**Hình 22. Số doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể
giai đoạn 2013-2021**



50

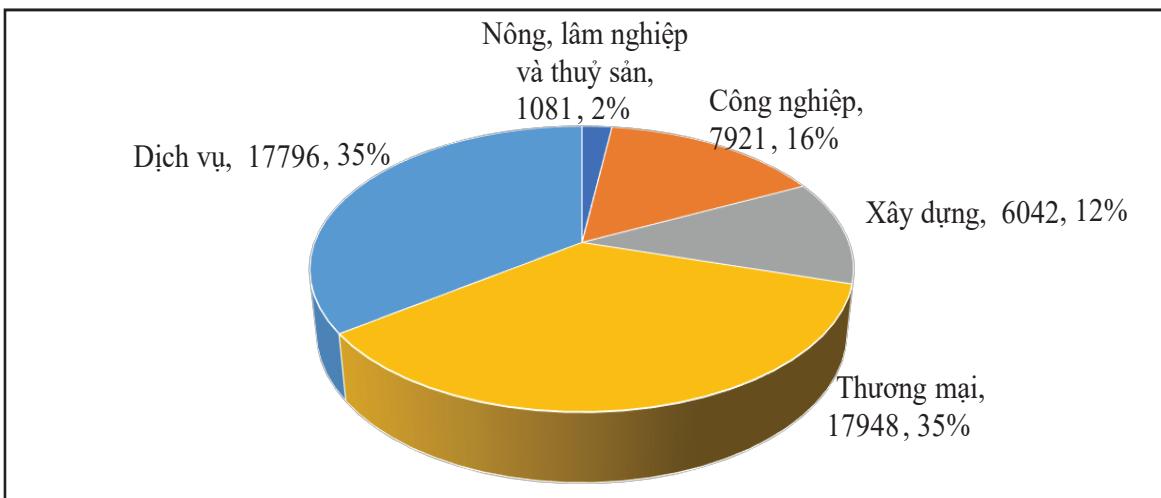
Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh.

Phân theo ngành nghề kinh doanh, thương mại là lĩnh vực có số doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể cao nhất, với 17.948 DN, chiếm 35,3%, tiếp đến là lĩnh vực dịch vụ với 17.796 DN, chiếm 35,0%. Như vậy, riêng lĩnh vực thương mại - dịch vụ đã chiếm đến hơn 70% số doanh nghiệp phải tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể trong năm 2022. Khu vực công nghiệp và xây dựng lần lượt có 7.921 DN (chiếm 15,6%) và 6.042 DN (chiếm 11,9%) tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể. Nông, lâm nghiệp và thuỷ sản có 1.081 DN tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể (chiếm 2,13%).

Các ngành kinh doanh có số lượng doanh nghiệp chờ giải thể lớn nhất là: Bán buôn, bán lẻ, sửa chữa ô tô, xe máy (17.948 doanh nghiệp, chiếm 35,3%); Công nghiệp chế biến, chế tạo (6.693 doanh nghiệp, chiếm 13,2%); Xây dựng (6.042 doanh nghiệp, chiếm 11,9%). Đây cũng là những ngành đứng đầu về số lượng doanh nghiệp chờ giải thể trong những năm trở lại đây.

So với năm 2021, số lượng các doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ giải thể tăng ở 10/17 lĩnh vực. Ngành có tốc độ tăng về số doanh nghiệp ngừng hoạt động cao nhất năm 2022 là Hoạt động kinh doanh bất động sản (tăng 36,8%), tiếp đến là Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm (tăng 28,1%), Giáo dục và đào tạo (tăng 23,7%). Các ngành cũng có số doanh nghiệp ngừng hoạt động tăng trên 10% là: Thông tin và truyền thông (tăng 18,1%), Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ (tăng 17,0%), Công nghiệp chế biến, chế tạo (tăng 15,5%), Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội (tăng 15,2%), Sản xuất và phân phối điện, nước (tăng 11,8%).

Hình 23: Phân bổ doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể năm 2022 theo ngành nghề kinh doanh

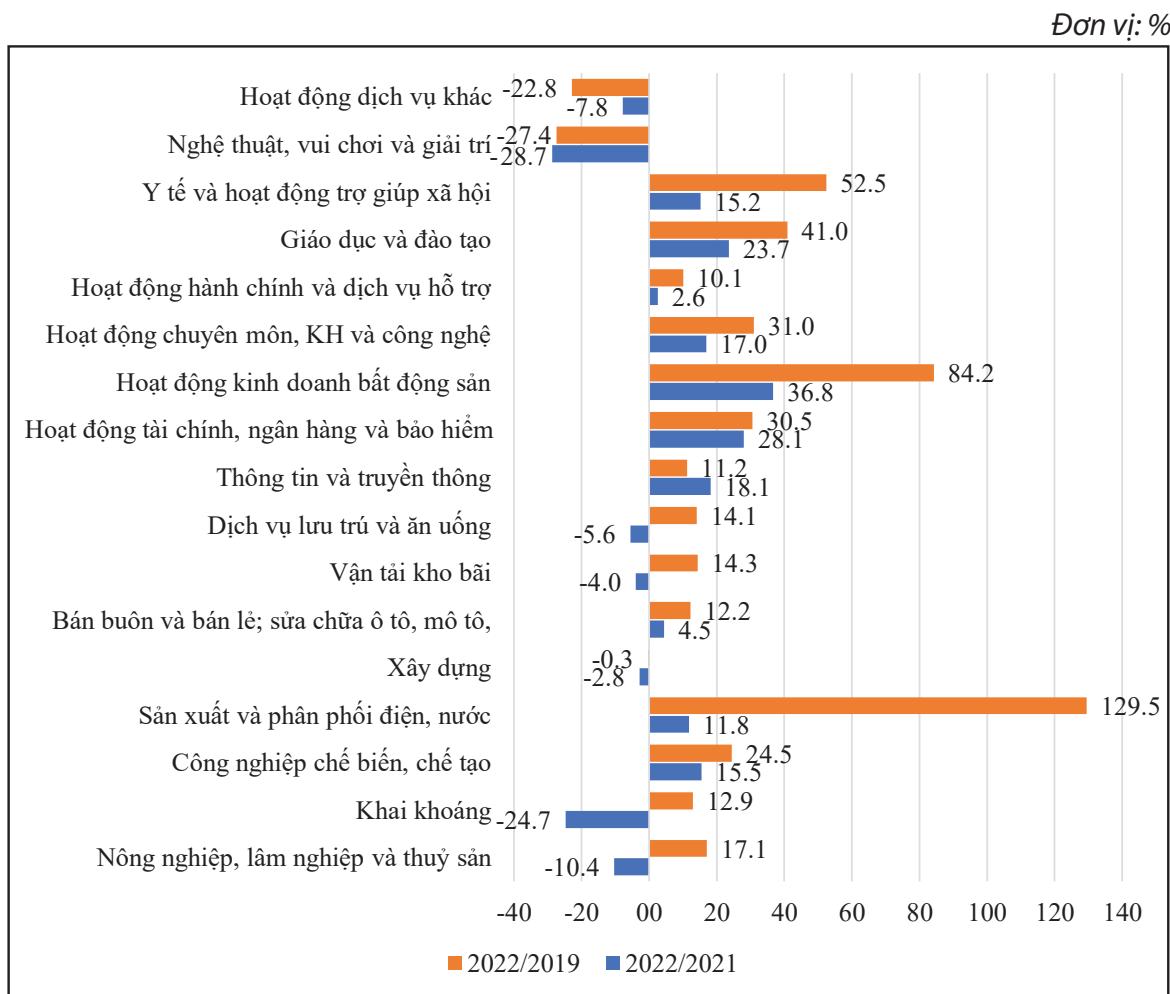


Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh

Ở chiều ngược lại, trong số 7/17 lĩnh vực có số lượng các doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ giải thể giảm trong năm 2022, trong đó giảm mạnh nhất là Nghệ thuật, vui chơi và giải trí (giảm 28,7%), tiếp đến là Khai khoáng (giảm 24,7%) và Nông nghiệp, lâm nghiệp và thuỷ sản (giảm 10,4%).

Nếu so với năm 2019, có đến 14/17 ngành có số lượng các doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ giải thể tăng, trong đó mạnh nhất là Sản xuất và phân phối điện, nước (tăng 129,5%), tiếp đến là Hoạt động kinh doanh bất động sản (tăng 84,2%) và Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội (tăng 52,5%). Một số ngành khác cũng có sự tăng mạnh về số lượng các doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ giải thể năm 2022 so với 2019 là: Giáo dục và đào tạo (tăng 41%), Hoạt động chuyên môn, khoa học và công nghệ (tăng 31%), Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm (tăng 30,5%), Công nghiệp chế biến, chế tạo (tăng 24,5%). Chỉ có 3 ngành có sự giảm về số lượng các doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động chờ giải thể là: Nghệ thuật, vui chơi và giải trí (giảm 27,4%), Hoạt động dịch vụ khác (giảm 22,8%) và Xây dựng (giảm 0,3%).

Hình 24. Tăng trưởng về số doanh nghiệp ngừng hoạt động chờ làm thủ tục giải thể năm 2021 theo ngành nghề kinh doanh



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh

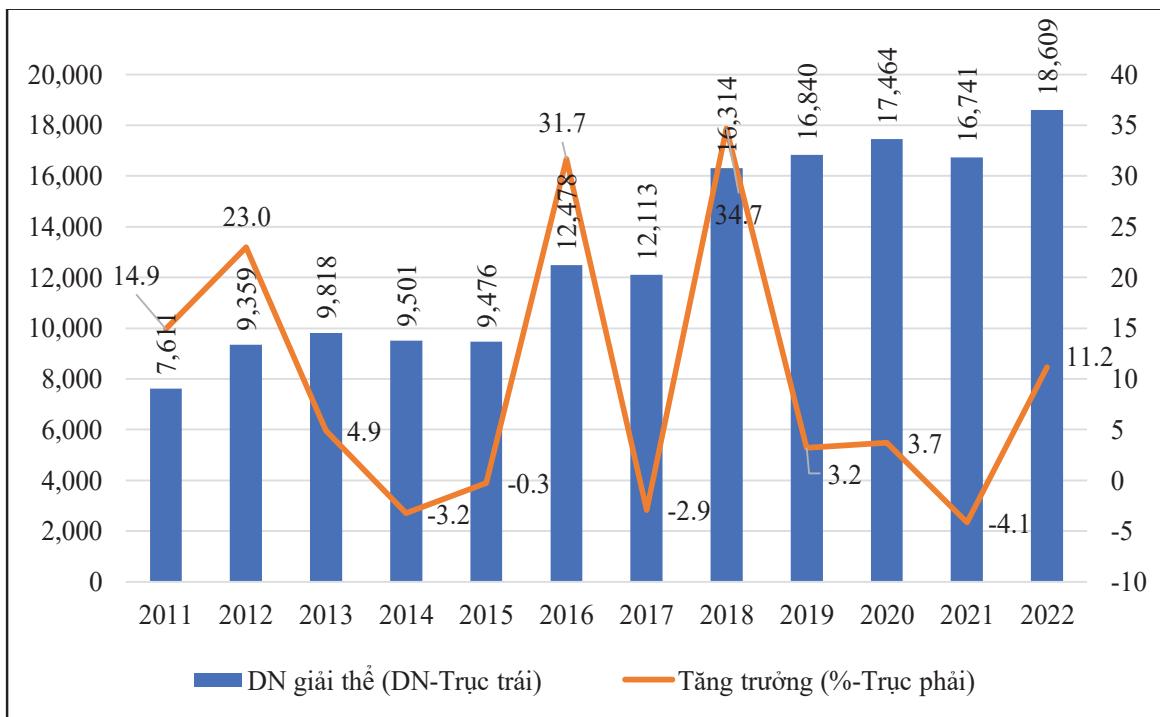
2.1.2.3. Doanh nghiệp giải thể năm 2022

Số doanh nghiệp giải thể trong năm 2022 là 18.609 doanh nghiệp, tăng 11,2% so với năm 2021. Đây là con số doanh nghiệp giải thể cao nhất trong năm kể từ năm 2011 đến nay. Như vậy, mặc dù năm 2022 tình hình của nền kinh tế đã phục hồi, nhưng số doanh nghiệp giải thể vẫn tăng lên, chủ yếu là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ và mới thành lập. Phần lớn doanh nghiệp giải thể trong năm 2022 có thời gian hoạt động ngắn (dưới 5 năm) với 12.552 doanh nghiệp (chiếm 67,5%) và tập trung chủ yếu ở quy mô vốn từ 0 - 10 tỷ đồng với 16.160 doanh nghiệp (chiếm 86,8%, tăng 9% so với năm 2021).

Xét trong cả giai đoạn 2011-2021, tổng số doanh nghiệp đã hoàn tất thủ tục giải thể là hơn 156 nghìn doanh nghiệp, bằng 12% tổng số doanh nghiệp đăng ký thành lập trong cùng giai đoạn. Đáng chú ý, số doanh nghiệp bình quân hoàn thành thủ tục giải thể

trong giai đoạn 2018-2022 cao hơn gấp 1,7 lần so với giai đoạn 2011-2017.

Hình 25. Số doanh nghiệp giải thể giai đoạn 2011-2022



Nguồn: Cục Quản lý đăng ký kinh doanh

Số doanh nghiệp giải thể nằm chủ yếu trong lĩnh vực dịch vụ (với 7.140 DN, chiếm 38,4%), tiếp đến là thương mại (6.553 DN, chiếm 35,2%). Như vậy khu vực thương mại – dịch vụ chiếm đến gần ¾ tổng số doanh nghiệp giải thể trong năm 2022. Khu vực Công nghiệp có 2.796 DN giải thể (chiếm 15%), còn Xây dựng cũng có 1.658 DN giải thể (chiếm 8,9%). Nông, lâm nghiệp và thuỷ sản là khu vực có ít số doanh nghiệp giải thể nhất, với 462 DN, chiếm 2,5%.

2.2. TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP ĐANG HOẠT ĐỘNG GIAI ĐOẠN 2011-2022

2.2.1. Tình hình phát triển số lượng doanh nghiệp hoạt động

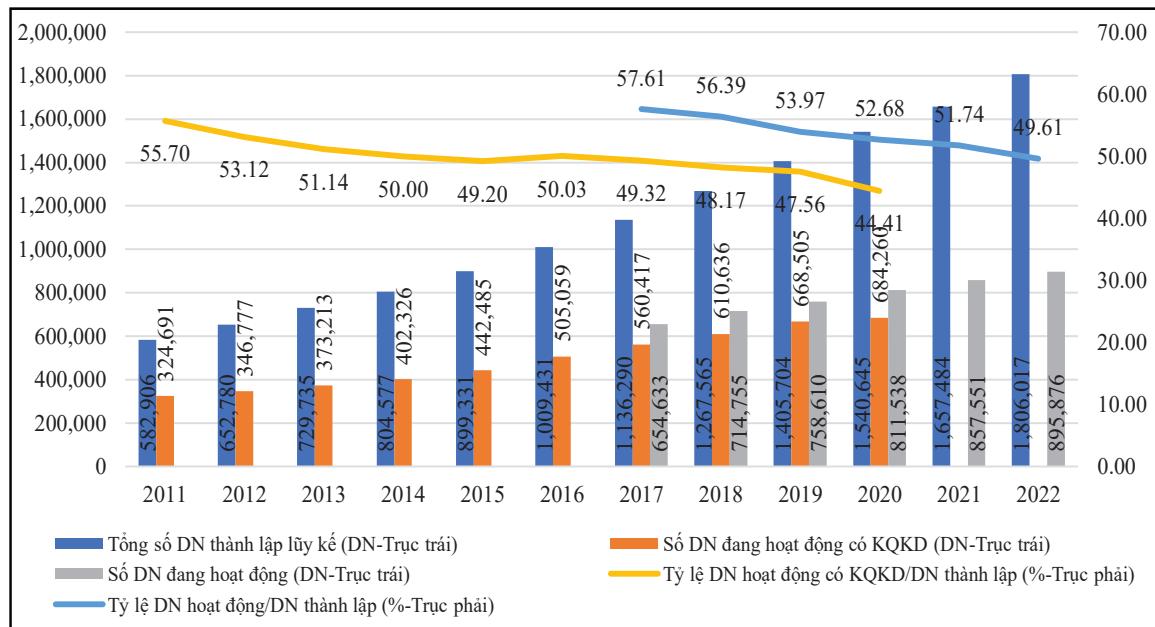
Thông tin về số lượng doanh nghiệp đang hoạt động hiện nay ở Việt Nam được Tổng cục Thống kê phân ra làm 2 loại, bao gồm số doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả kinh doanh và số doanh nghiệp đang hoạt động. Số doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả kinh doanh là số liệu thu thập được qua các cuộc điều tra doanh nghiệp hàng năm của Tổng cục Thống kê từ những năm 2000 đến nay. Trước đây Tổng cục Thống kê thường công bố số này là số doanh nghiệp hoạt động, tuy nhiên kể từ năm 2019, khi tiến hành công bố Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam, với việc bổ sung thêm nguồn số liệu doanh nghiệp hoạt động từ Cục Quản lý đăng ký kinh doanh hàng năm, số liệu này được định nghĩa lại là số doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả kinh doanh.

Vì là dựa trên số liệu khảo sát hàng năm, nên số liệu liên quan đến doanh nghiệp

đang hoạt động có kết quả kinh doanh khá đầy đủ, bao gồm không chỉ những chỉ tiêu về số lượng doanh nghiệp, số lao động, nguồn vốn mà cả những chỉ tiêu phản ánh kết quả kinh doanh của doanh nghiệp như cơ cấu tài sản, nguồn vốn, báo cáo tài chính,... Trong khi đó, số liệu doanh nghiệp đang hoạt động theo công bố của Cục Quản lý đăng ký kinh doanh được Tổng cục Thống kê sử dụng từ năm 2019 trong Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2019 là con số phản ánh số doanh nghiệp đang hoạt động từ năm 2017. Con số này thông thường cao hơn số doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả kinh doanh từ 80-100 nghìn doanh nghiệp. Tuy nhiên con số này chỉ bao gồm chỉ tiêu về số lượng doanh nghiệp đang hoạt động, chứ không có các thông tin khác liên quan đến lao động, nguồn vốn và nhất là kết quả hoạt động của doanh nghiệp.

Theo số liệu của Cục Quản lý đăng ký kinh doanh, số doanh nghiệp đang hoạt động trong nền kinh tế tính đến thời điểm 31/12/2022 là 895.876 doanh nghiệp, gấp gần 1,37 lần và tăng hơn 241 nghìn doanh nghiệp so với năm 2017. Tuy nhiên nếu so với gần 1,66 triệu doanh nghiệp đã đăng ký thành lập từ trước đến hết năm 2022, số doanh nghiệp hoạt động chỉ bằng 49,61% tổng số doanh nghiệp đã đăng ký thành lập. Còn nếu tính số liệu doanh nghiệp hoạt động có kết quả kinh doanh, thì đến hết năm 2020, chỉ còn 684.260 doanh nghiệp, gấp hơn 2,1 lần và tăng gần 360 nghìn doanh nghiệp so với năm 2011. Tuy nhiên nếu so với số doanh nghiệp thành lập lũy kế đến hết năm 2020, số doanh nghiệp hoạt động có kết quả kinh doanh chỉ bằng 44,41% so với tổng số doanh nghiệp đã đăng ký thành lập.

Hình 26: Số lượng doanh nghiệp hoạt động 2011-2022



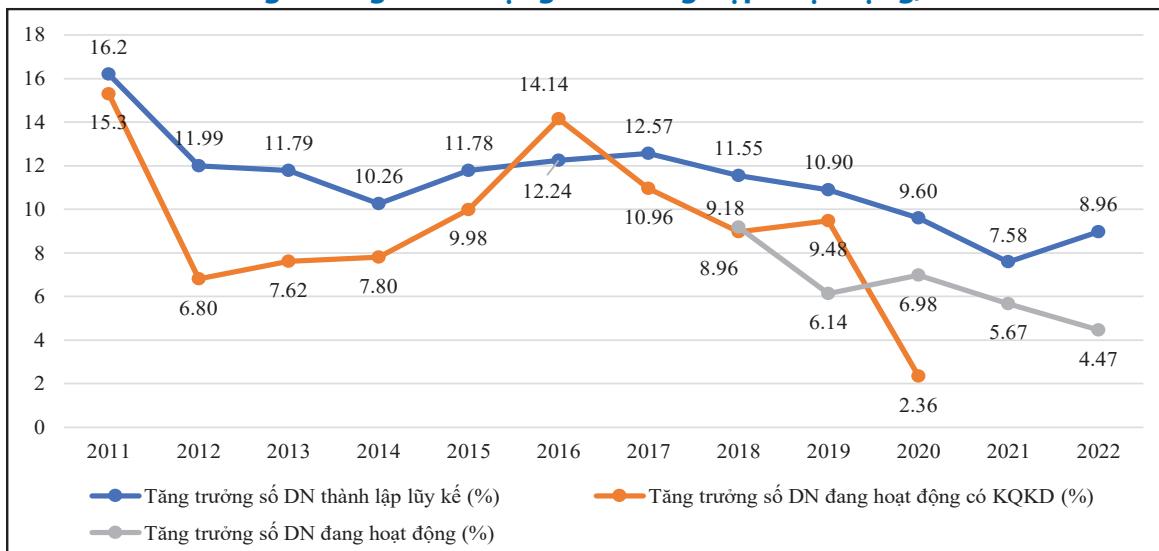
Nguồn: Niên giám thống kê hàng năm và Sách trắng Doanh nghiệp, Tổng cục Thống kê.

Một điểm đáng chú ý là, dù có xét theo tiêu chí nào thì có thể thấy tỷ lệ doanh nghiệp sống sót đang có xu hướng giảm đi. Tỷ lệ doanh nghiệp sống sót tính theo số doanh

nghiệp đang hoạt động có kết quả kinh doanh đã giảm mạnh từ 55,70% năm 2011 xuống còn 44,41% năm 2020. Tỷ lệ doanh nghiệp sống sót tính theo số doanh nghiệp hoạt động cũng giảm từ 57,61% năm 2017 xuống còn 49,61% năm 2022. Mặc dù việc suy giảm về tỷ lệ doanh nghiệp sống sót trong 2 năm 2020-2021 bị giảm một phần do tác động của đại dịch Covid-19, nhưng đây cũng chỉ là một nguyên nhân vì đại dịch Covid-19 cũng khiến tăng trưởng về số doanh nghiệp thành lập mới giảm. Điều này cho thấy các doanh nghiệp thành lập mới có sức chống chịu ngày càng kém hơn trước những biến động của môi trường kinh doanh và cần có sự quan tâm hỗ trợ nhiều hơn cho các doanh nghiệp khởi nghiệp và mới thành lập.

Tốc độ tăng trưởng về số doanh nghiệp hoạt động thường thấp hơn so với tốc độ tăng trưởng về số lũy kế doanh nghiệp đăng ký thành lập, dù cả hai chỉ số này đều có xu hướng ngày càng giảm đi. Tốc độ tăng trưởng bình quân về số lượng doanh nghiệp thành lập mới trong giai đoạn 2017-2022 là 9,7%/năm. Trong khi tốc độ tăng trưởng bình quân của số doanh nghiệp đang hoạt động là 6,5%. Điều này cho thấy trong những năm qua, dường như chúng ta chú trọng nhiều hơn các chính sách khuyến khích hỗ trợ khởi nghiệp để đẩy nhanh số lượng doanh nghiệp thành lập mới, trong khi các chính sách hỗ trợ để doanh nghiệp sau khi thành lập có thể duy trì tồn tại và phát triển lại chưa được quan tâm đúng mức. Chính vì thế mà bên cạnh số lượng doanh nghiệp thành lập mới ngày càng tăng, số lượng doanh nghiệp rút khỏi thị trường cũng tăng mạnh, khiến số doanh nghiệp còn lại đang hoạt động tăng chậm hơn và không đạt được mục tiêu 1 triệu doanh nghiệp hoạt động dù nay đã là 2022, trong khi mục tiêu là năm 2020. Điều này cho thấy mục tiêu đạt được 1,5 triệu doanh nghiệp hoạt động vào năm 2025 là cực kỳ thách thức và gần như không khả thi nếu theo tốc độ hiện nay.

Hình 27: Tăng trưởng về số lượng doanh nghiệp hoạt động, 2011-2022

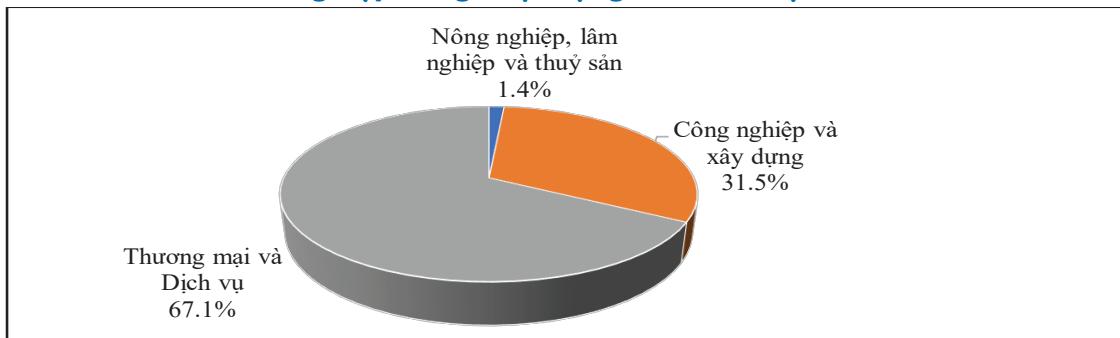


Nguồn: Niên giám thống kê hàng năm và Sách trắng Doanh nghiệp, Tổng cục Thống kê.

2.2.2. Cơ cấu doanh nghiệp đang hoạt động theo ngành kinh tế

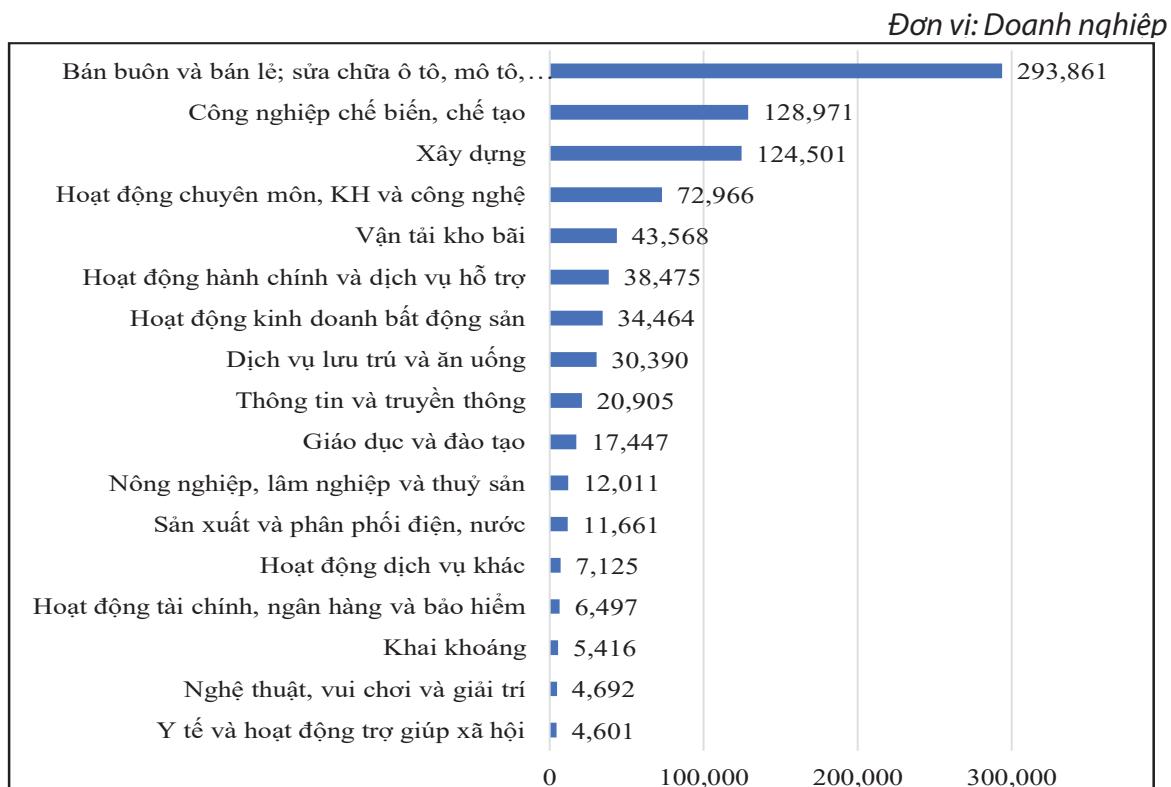
Xét về cơ cấu doanh nghiệp đang hoạt động theo ngành kinh tế năm 2021, khu vực thương mại và dịch vụ có số doanh nghiệp đang hoạt động cao nhất, với 574.991 DN, chiếm 67,1%, tiếp đến là khu vực Công nghiệp và xây dựng với 270.549 DN, chiếm 31,5%. Khu vực Nông nghiệp, lâm nghiệp và thuỷ sản chỉ thu hút được 12.011 DN, chiếm 1,40% trong tổng số doanh nghiệp đang hoạt động.

Hình 28. Doanh nghiệp đang hoạt động theo khu vực kinh tế năm 2021



Nguồn: Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam 2022, Tổng cục Thống kê.

Hình 29. Phân bổ số doanh nghiệp đang hoạt động theo ngành năm 2021



Nguồn: Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam năm 2022, Tổng cục Thống kê. Xét về cơ cấu

Xét chi tiết theo ngành cấp 1, ngành “Bán buôn và bán lẻ, sửa chữa ô tô” luôn là ngành có nhiều doanh nghiệp đang hoạt động nhất trong giai đoạn 2017-2021, số lượng tuyệt đối tiếp tục tăng nhưng bắt đầu có xu hướng giảm tỷ trọng qua các năm, năm 2021 có 293.861 doanh nghiệp, chiếm 34,27%; từ năm 2019 ngành “Công nghiệp chế biến chế tạo” đã vượt qua ngành “Xây dựng” để trở thành ngành có số doanh nghiệp hoạt động nhiều thứ hai, năm 2021 có 128.971 doanh nghiệp, chiếm 15,04%, trong khi ngành “Xây dựng” có 124.501 doanh nghiệp, chiếm 14,52%. Như vậy, ba ngành này đã chiếm đến gần 2/3 số doanh nghiệp đang hoạt động của nền kinh tế, bỏ xa các ngành còn lại. Ngành có số lượng doanh nghiệp đang hoạt động nhiều thứ 4 là “Hoạt động chuyên môn, KH&CN” với 72.966 doanh nghiệp, chiếm 8,51%, gần bằng 1/4 số doanh nghiệp đang hoạt động trong ngành “Bán buôn và bán lẻ, sửa chữa ô tô”.

Chỉ còn 5/17 ngành có số lượng doanh nghiệp hoạt động dưới 10 nghìn và 3/17 ngành có số doanh nghiệp hoạt động trong khoảng 10-20 nghìn. Đáng chú ý, dù là lĩnh vực có nhiều tiềm năng và có nhiều chính sách khuyến khích đầu tư, nhưng ngành “Nông nghiệp, lâm nghiệp và thuỷ sản” chỉ thu hút được 12.011 doanh nghiệp, chiếm 1,40% trong tổng số doanh nghiệp đang hoạt động của cả nước năm 2021.

Bảng 1. Phân bổ số doanh nghiệp đang hoạt động theo ngành, 2017-2021

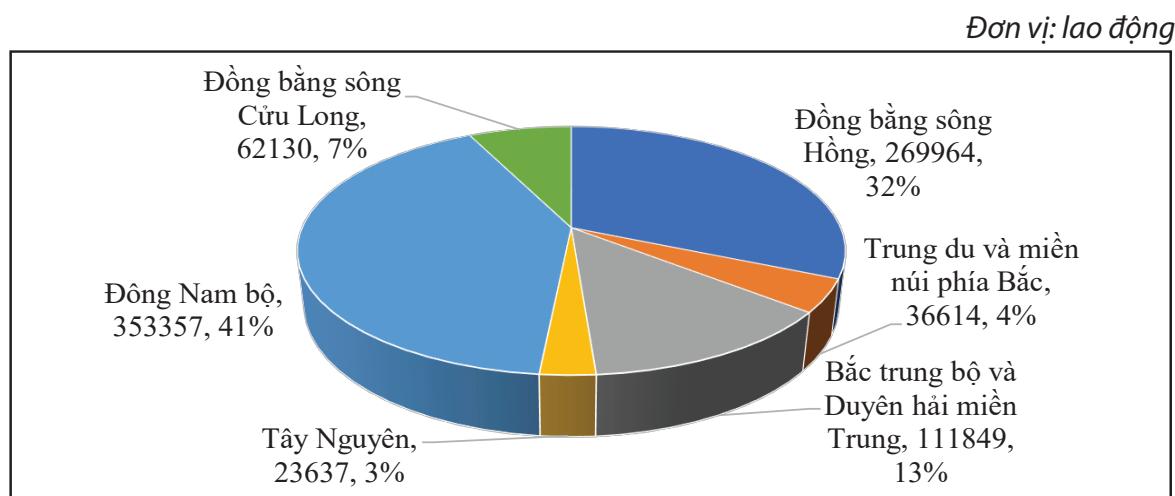
Ngành kinh tế	2017	2018	2019	2020	2021	Đơn vị: %
Tổng cộng	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thuỷ sản	1,52	1,51	1,33	1,40	1,40	
Khai khoáng	0,79	0,78	0,67	0,65	0,63	
Công nghiệp chế biến, chế tạo	15,36	15,19	15,23	15,07	15,04	
Sản xuất và phân phối điện, nước	0,74	0,75	0,88	1,43	1,36	
Xây dựng	15,53	15,20	14,82	14,69	14,52	
Bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô,	35,49	36,47	34,64	34,27	34,27	
Vận tải kho bãi	5,69	5,52	5,24	5,08	5,08	
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	3,86	3,85	3,93	3,75	3,54	
Thông tin và truyền thông	2,21	2,16	2,28	2,32	2,44	
Hoạt động tài chính, NH và bảo hiểm	0,69	0,70	0,76	0,74	0,76	
Hoạt động kinh doanh bất động sản	2,29	2,30	3,43	3,65	4,02	
Hoạt động chuyên môn, KH và CN	7,14	6,98	7,90	8,26	8,51	
Hoạt động hành chính và dịch vụ hỗ trợ	4,80	4,72	4,81	4,66	4,49	
Giáo dục và đào tạo	1,61	1,62	1,98	2,05	2,03	
Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	0,38	0,38	0,47	0,50	0,54	
Nghệ thuật, vui chơi và giải trí	0,64	0,65	0,63	0,58	0,55	
Hoạt động dịch vụ khác	1,26	1,22	1,00	0,90	0,83	

Nguồn: Niên giám thống kê hàng năm và Sách trắng Doanh nghiệp, Tổng cục Thống kê.

2.2.3. Cơ cấu doanh nghiệp đang hoạt động theo vùng địa lý.

Phân bổ doanh nghiệp theo vùng địa lý, Đông Nam bộ là vùng tập trung nhiều nhất số lượng doanh nghiệp đang hoạt động với hơn 353 nghìn doanh nghiệp năm 2021, chiếm 41% trong tổng số doanh nghiệp cả nước. Đồng bằng sông Hồng là vùng có số doanh nghiệp đang hoạt động nhiều thứ hai với gần 270 nghìn doanh nghiệp, chiếm 32%. Như vậy, chỉ riêng hai vùng này đã chiếm gần $\frac{3}{4}$ số doanh nghiệp đang hoạt động trong cả nước. Trong 4 vùng kinh tế-xã hội còn lại, chỉ có vùng Bắc trung bộ và Duyên hải miền Trung có số lượng doanh nghiệp đang hoạt động gần 112 nghìn DN, ba vùng còn lại có số doanh nghiệp đang hoạt động thấp: đồng bằng sông Cửu Long là 62 nghìn DN, Trung du miền núi phía Bắc là gần 37 nghìn DN và Tây Nguyên là gần 24 nghìn DN.

Hình 30. Số doanh nghiệp đang hoạt động theo vùng địa lý năm 2021



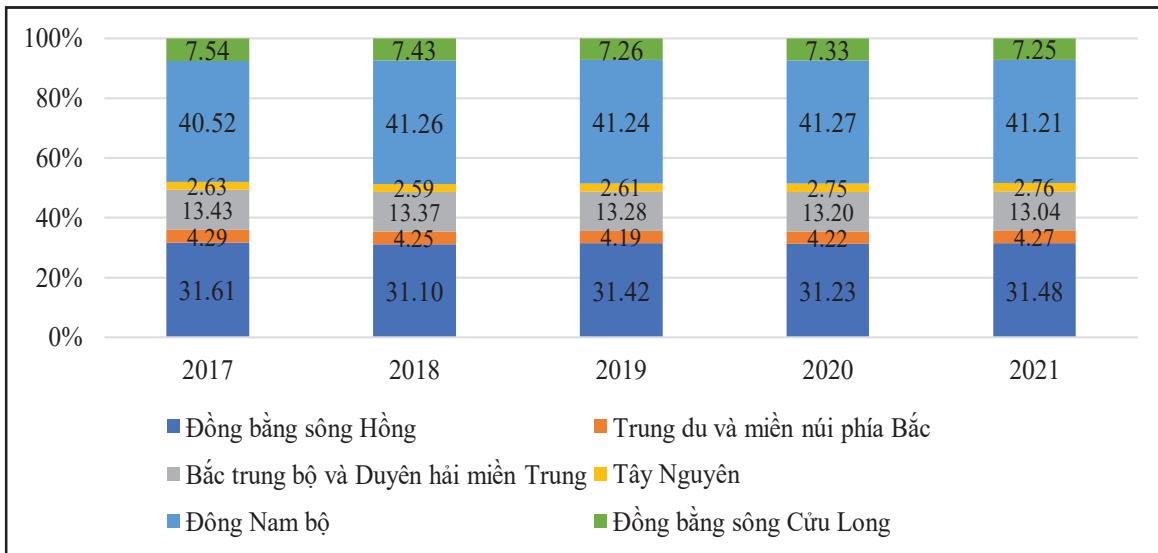
Nguồn: Niên giám thống kê và Sách trắng doanh nghiệp, TCTK.

Xét trong giai đoạn 2017-2021, tỷ trọng doanh nghiệp tại 6 vùng ít có sự thay đổi, trong đó vùng Đông Nam bộ tiếp tục có xu hướng tăng nhẹ lên về tỷ trọng, ngược với vùng đồng bằng sông Cửu Long và Bắc trung bộ và Duyên hải miền Trung.

Xét chi tiết theo tỉnh, TP. Hồ Chí Minh, trung tâm kinh tế lớn nhất cả nước là nơi có số doanh nghiệp đang hoạt động cao nhất, với hơn 268 nghìn DN năm 2021, chiếm 31,3% tổng số doanh nghiệp cả nước. Như vậy chỉ riêng TP. HCM đã chiếm số lượng doanh nghiệp đang hoạt động cao gần bằng vùng đồng bằng sông Hồng và cao hơn 4 vùng kinh tế-xã hội còn lại. Điều này cho thấy sự phát triển và khả năng thu hút doanh nghiệp của TP. Hồ Chí Minh. Thủ đô Hà Nội là nơi có số doanh nghiệp đang hoạt động nhiều thứ 2 với hơn 178 nghìn doanh nghiệp, chiếm 20,8% cả nước. Chỉ riêng 2 thành phố này đã chiếm hơn một nửa số doanh nghiệp đang hoạt động trên cả nước.

Bình Dương là tỉnh đứng thứ 3 về số lượng doanh nghiệp đang hoạt động, nhưng cách khá xa hai tỉnh đứng đầu, với gần 37,7 nghìn DN, chiếm 4,39%, bằng 1/5 của Hà Nội và 1/7 của TP. HCM. Hai tỉnh kế tiếp là Đà Nẵng, Đồng Nai là hai tỉnh kế tiếp có số doanh nghiệp hoạt động khoảng 25 nghìn doanh nghiệp. Như vậy chỉ có 5 tỉnh này có số doanh nghiệp đang hoạt động trên 20 nghìn doanh nghiệp.

Hình 31. Tỷ trọng doanh nghiệp đang hoạt động theo vùng địa lý giai đoạn 2017-2021



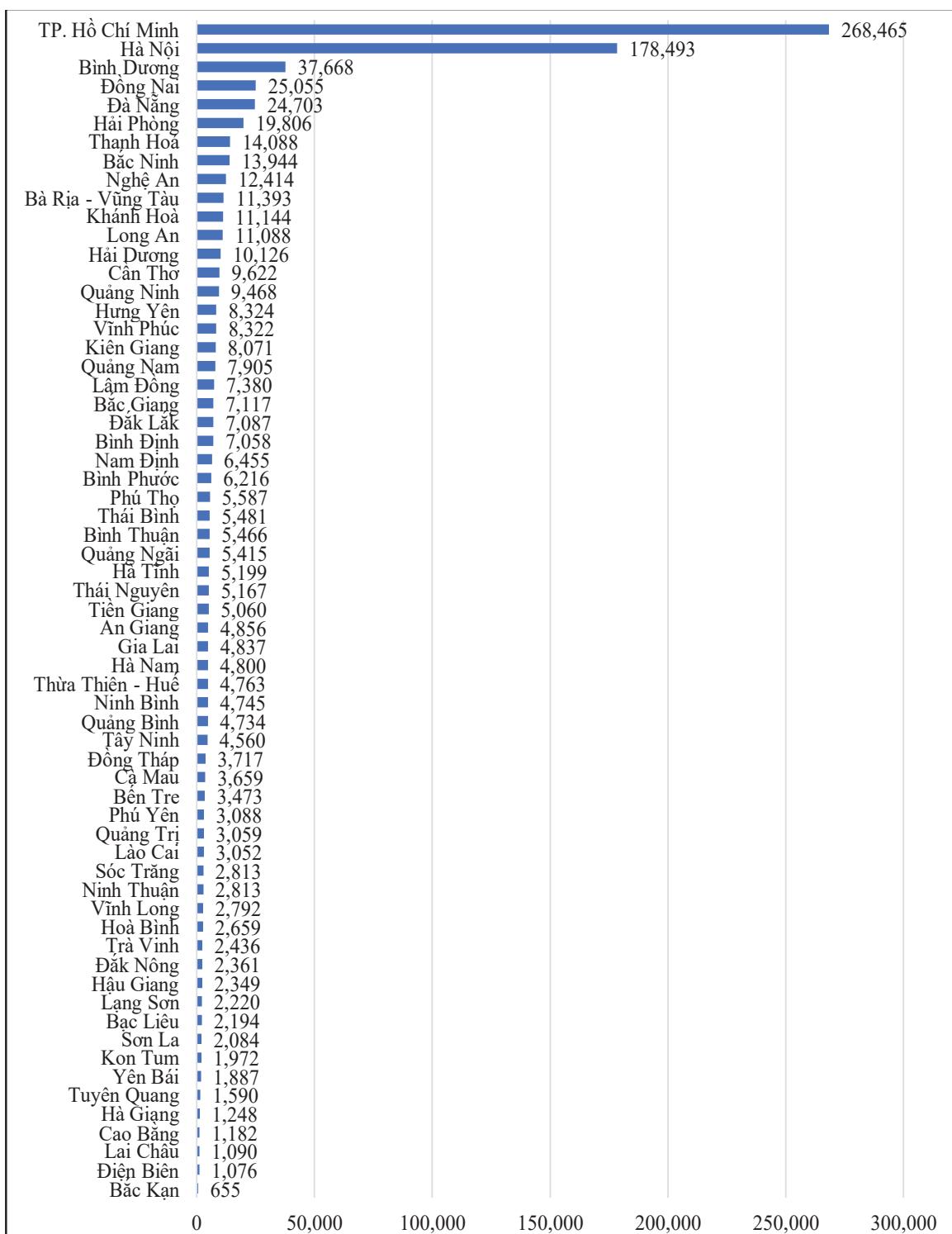
Nguồn: Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam năm 2022, TCTK.

Có 8 tỉnh có số doanh nghiệp nằm trong khoảng từ 10-20 nghìn gồm: Hải Phòng (19.806 DN), Thanh Hoá (14.088 DN), Bắc Ninh (13.944 DN), Nghệ An (12.414 DN), Bà Rịa - Vũng Tàu (11.393 DN), Khánh Hoà (11.144 DN) và Long An (11.088 DN). 50 tỉnh còn lại có số doanh nghiệp dưới 10 nghìn, tương ứng với dưới 1,2% tổng số doanh nghiệp. Đáng chú ý, các vùng Trung Du miền núi phía Bắc và Tây Nguyên đều không có tỉnh nào có nhiều hơn 10 nghìn doanh nghiệp, vùng Đồng bằng sông Cửu Long có duy nhất Long An.

Có 31 tỉnh có dưới 5 nghìn doanh nghiệp và 8 tỉnh có dưới 2 nghìn doanh nghiệp. Trong số 8 tỉnh này, chỉ có Kon Tum thuộc Tây Nguyên, còn lại đều là các tỉnh vùng Trung Du miền núi phía Bắc. Bắc Kạn là nơi có ít doanh nghiệp hoạt động nhất, với chỉ 655 DN năm 2021. Điều này cho thấy đây là vùng trũng nhất về phát triển doanh nghiệp

Hình 32. Phân bổ số doanh nghiệp đang hoạt động theo tỉnh năm 2021

Đơn vị: Doanh nghiệp

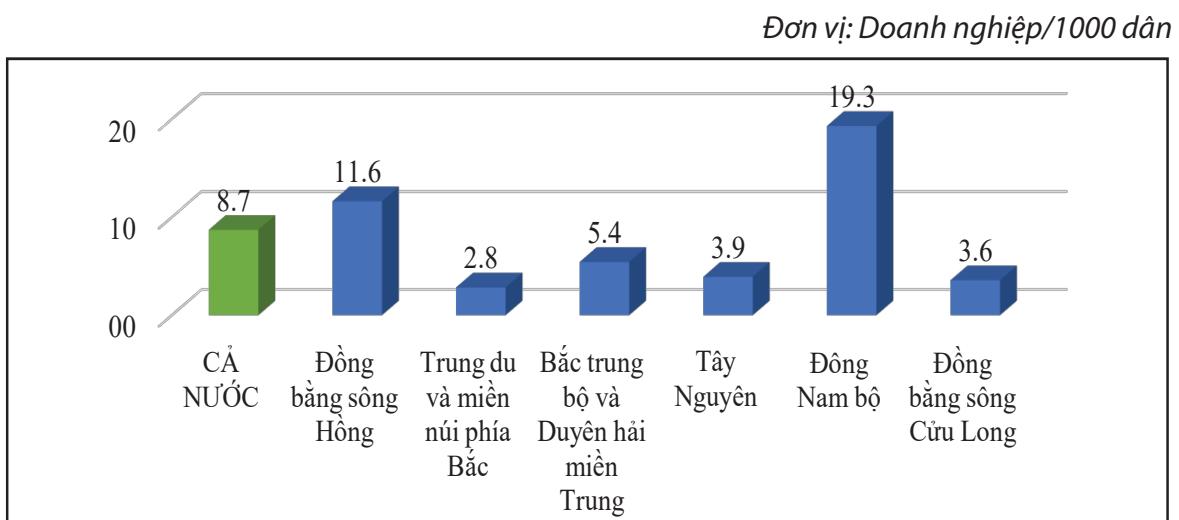


Nguồn: Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam 2022, Tổng cục Thống kê.

2.2.4. Mật độ doanh nghiệp đang hoạt động

Năm 2021, bình quân cả nước có 8,7 doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân. Xét theo vùng, Đông Nam bộ là nơi có mật độ doanh nghiệp đang hoạt động cao nhất, đạt 19,3 DN/1000 người, gấp hơn 2,2 lần so với mặt bằng chung cả nước, tiếp đến là vùng đồng bằng sông Hồng với 11,6 DN/1000 người. Bốn vùng còn lại đều có mật độ doanh nghiệp đang hoạt động thấp hơn mặt bằng trung, trong đó thấp nhất là Trung du miền núi phía Bắc với chỉ 2,8 DN/1000 người, gần bằng 1/3 mức trung bình của cả nước.

Hình 33. Mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân năm 2021



Nguồn: Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam 2022, Tổng cục Thống kê.

Xét chi tiết từng tỉnh, có 8/63 địa phương, mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân cao hơn bình quân cả nước gồm: Thành phố Hồ Chí Minh có 29,3 doanh nghiệp; Hà Nội có 21,4 doanh nghiệp; Đà Nẵng có 20,7 doanh nghiệp; Bình Dương có 14,5 doanh nghiệp; Bà Rịa - Vũng Tàu có 9,7 doanh nghiệp; Hải Phòng có 9,6 doanh nghiệp; Bắc Ninh có 9,5 doanh nghiệp và Khánh Hòa có 8,9 doanh nghiệp. Tại 55/63 địa phương, mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân thấp hơn bình quân cả nước, trong đó những địa phương có mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân thấp nhất cả nước gồm: Hà Giang có 1,4 doanh nghiệp; Sơn La có 1,6 doanh nghiệp; Điện Biên có 1,7 doanh nghiệp; Tuyên Quang và Bắc Kạn cùng có 2,0 doanh nghiệp; Yên Bái và Cao Bằng có 2,2 doanh nghiệp; Lai Châu, Đồng Tháp và Sóc Trăng cùng có 2,3 doanh nghiệp.

So với năm 2020, những địa phương có tốc độ tăng mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân cao nhất: Lạng Sơn 9%; Yên Bái 7,9%; Tuyên Quang 7,7%; Bình Dương 7,5%; Hưng Yên 7,2%; Bắc Giang 6,7%; Thái Nguyên và Hòa Bình 6,6%; Hà Nội 6,5%; Bắc Kạn 6,4%; Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Tĩnh và Thái Bình 6,1%. Những địa phương giảm

mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân: Hải Phòng giảm 2,8%; Lai Châu giảm 1,4%; Khánh Hòa giảm 1,2%; Điện Biên giảm 1,1%. So với bình quân năm của giai đoạn 2017-2020, những địa phương có tốc độ tăng mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân cao nhất: Ninh Thuận 25,4%; Trà Vinh và Bình Phước 23,8%; Sóc Trăng 23,6%; Hậu Giang 21,2%; Đắk Lăk 20,7%; Lạng Sơn 20,4%; Tuyên Quang và Gia Lai 19,2%; Thanh Hóa 19%; Lâm Đồng 18,9%; Bắc Giang 18,2%; Bắc Ninh, Bạc Liêu và Cần Thơ 18,1%. Những địa phương giảm mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân: Hải Phòng giảm 5,8%; Lai Châu giảm 4,5%; Điện Biên giảm 1,5%.

Mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên lực lượng lao động năm 2021

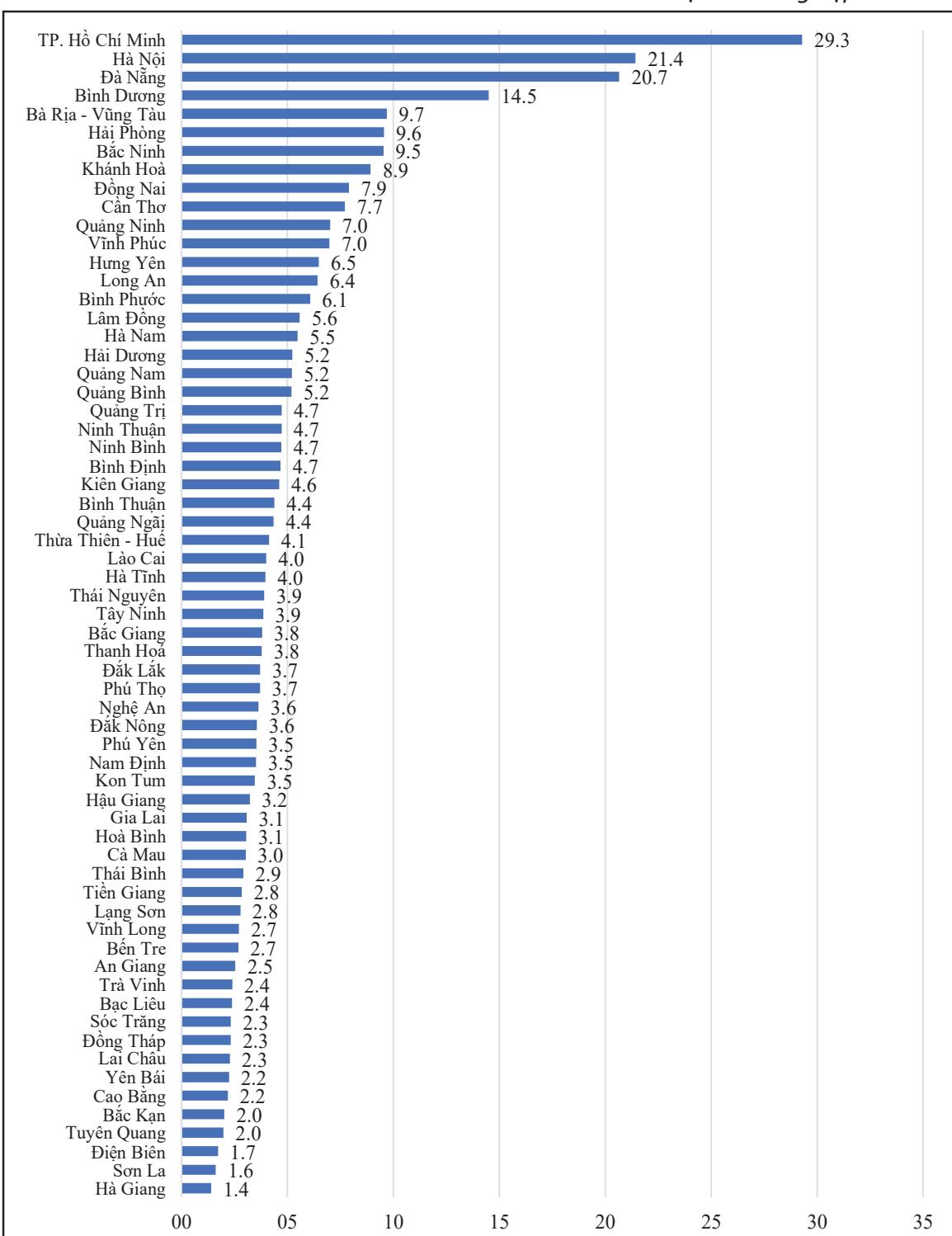
Năm 2021, bình quân cả nước có 19,2 doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 lao động thuộc lực lượng lao động. Tại 8/63 địa phương, mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 lao động thuộc lực lượng lao động cao hơn bình quân cả nước gồm: Thành phố Hồ Chí Minh có 61,9 doanh nghiệp; Hà Nội có 49,8 doanh nghiệp; Đà Nẵng có 45,4 doanh nghiệp; Bình Dương có 23,2 doanh nghiệp; Hải Phòng có 22 doanh nghiệp; Bà Rịa - Vũng Tàu có 20,1 doanh nghiệp; Bắc Ninh có 19,5 doanh nghiệp; Khánh Hòa có 19,3 doanh nghiệp. Tại 55/63 địa phương, mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 lao động thuộc lực lượng lao động thấp hơn bình quân cả nước, trong đó 4/63 địa phương có mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 lao động thuộc lực lượng lao động thấp hơn 5 doanh nghiệp gồm: Điện Biên có 3,9 doanh nghiệp; Hà Giang có 4 doanh nghiệp; Sơn La có 4,1 doanh nghiệp; Tuyên Quang có 4,7 doanh nghiệp.

So với năm 2020, nhóm địa phương có tốc độ tăng mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 lao động thuộc lực lượng lao động cao nhất gồm: Lai Châu 149%; Cao Bằng 128,6%; Bắc Kạn 68,9%; Lạng Sơn 57,7%; Hà Giang 56,5%; Sơn La 47,8%; Yên Bái 47,7%. Những địa phương có tốc độ tăng mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 lao động thuộc lực lượng lao động thấp nhất: Thừa Thiên - Huế 0,2%; Hải Phòng 3%; Đà Nẵng 3,4%; Đắk Nông và Kiên Giang 3,5%; Đắk Lăk 4,2%; Quảng Ninh 4,9%. Duy nhất 1 địa phương có mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 lao động thuộc lực lượng lao động giảm: Bà Rịa - Vũng Tàu giảm 0,4%.

So với bình quân giai đoạn 2017-2020, những địa phương có tốc độ tăng mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 lao động thuộc lực lượng lao động cao nhất: Cao Bằng 155,4%; Lai Châu 143,4%; Lạng Sơn 86,6%; Bắc Kạn 75,1%; Hà Giang 69,3%; Yên Bái 62,5%; Sơn La 61,2%. Những địa phương có tốc độ tăng mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 lao động thuộc lực lượng lao động thấp nhất: Hải Phòng 3,0%; Bình Dương 11,1%; Bà Rịa - Vũng Tàu 12,8%; Đồng Nai 13,0%; Thừa Thiên - Huế 13,9%; Đà Nẵng 15,0%.

Hình 34. Mật độ doanh nghiệp đang hoạt động trên 1000 dân năm 2021 tại các tỉnh

Đơn vị: Doanh nghiệp/1000 dân

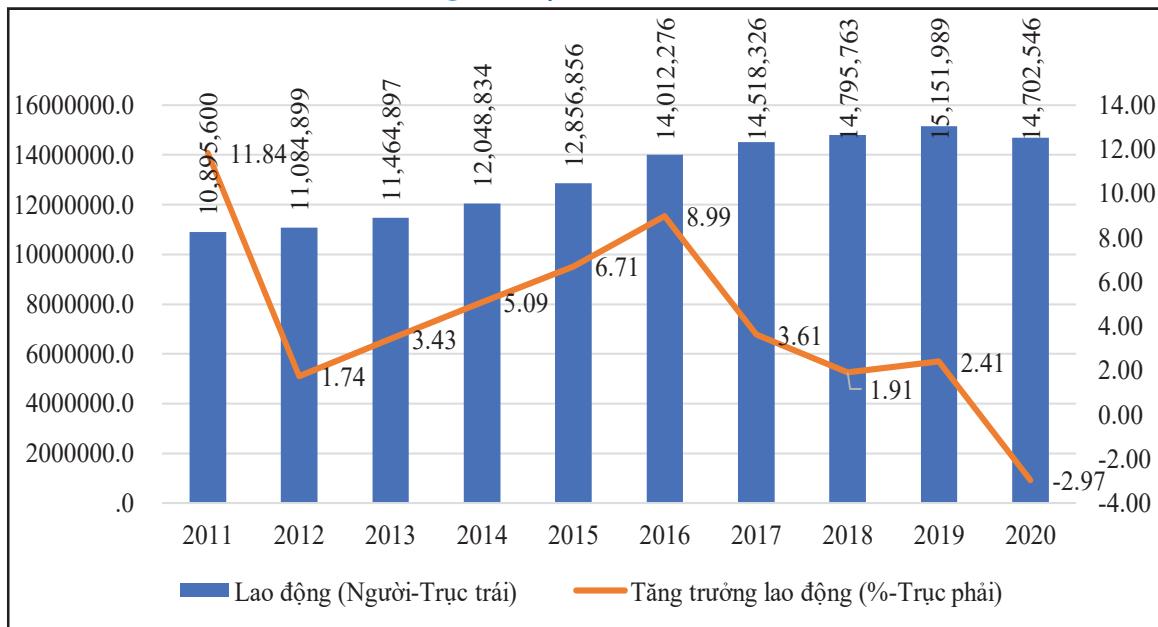


Nguồn: Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam 2022, Tổng cục Thống kê

2.2.5. Tăng trưởng về lao động trong doanh nghiệp đang hoạt động

Trong những năm qua, với việc môi trường kinh doanh ngày một thông thoáng đã khiến cho lượng doanh nghiệp thành lập mới ngày càng tăng lên, điều này giúp thị trường có thêm nhiều việc làm cho người lao động.

**Hình 35. Lao động trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh
 giai đoạn 2011-2020**



Nguồn: Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam 2022, Tổng cục Thống kê

Trong giai đoạn từ 2011-2020, lượng lao động đã tăng gần 1,35 lần từ 10.895.600 lao động lên 14.702.546 lao động. Trong cả giai đoạn này, tốc độ tăng trưởng lao động bình quân rơi vào khoảng 3,39%/năm, trong đó: giai đoạn 2011-2015, tốc độ tăng trưởng số lượng lao động khoảng 3,78%/năm, năm 2012 mức tăng số lượng lao động giảm tốc mạnh so với các năm trước đó và thấp hơn so với các năm trong giai đoạn này, chỉ tăng 1,74%; giai đoạn 2016-2020, mức tăng số lao động có sự giảm tốc, chỉ còn đạt 1,21%/năm, cụ thể: năm 2016, tăng 8,99% giảm xuống còn 3,61% vào năm 2017, giảm tiếp xuống với mức 1,91% vào năm 2018 trước khi có dấu hiệu tăng trở lại vào năm 2019, đạt mức 2,41%.

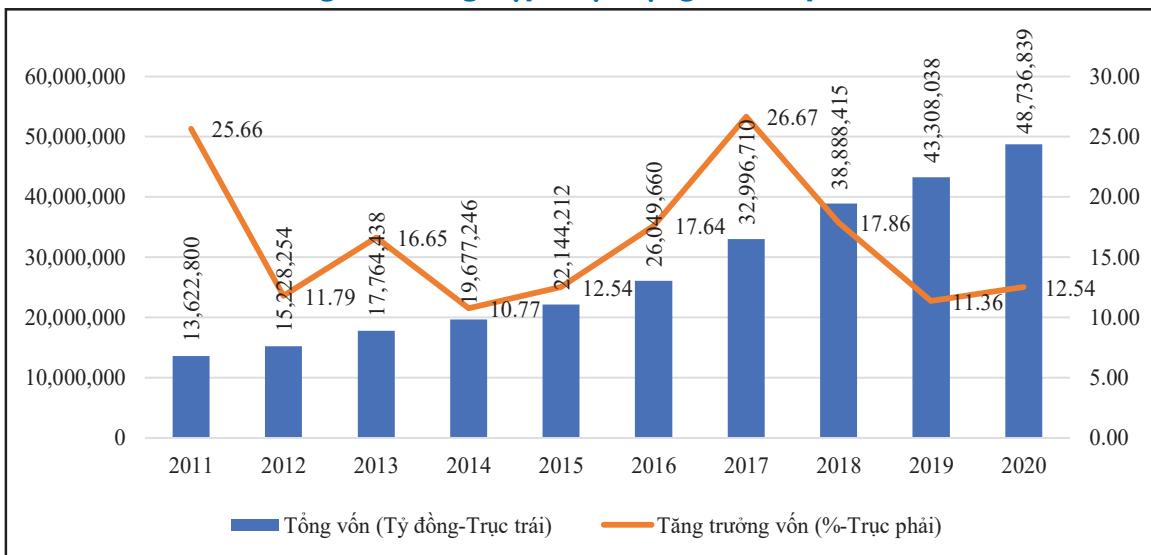
Năm 2020 lần đầu tiên có sự sụt giảm về số lao động trong doanh nghiệp đang hoạt động, giảm 2,97%. Điều này chủ yếu do tác động của đại dịch Covid-19 khiến nhiều doanh nghiệp phải đóng cửa hoặc thu hẹp hoạt động. Tuy nhiên, cùng với xu hướng giảm tăng trưởng về lao động trong giai đoạn 2016-2020, sự sụt giảm này đáng báo động trong những năm tới nếu chính phủ không kịp thời có những chính sách tạo điều kiện cho doanh nghiệp hoạt động cũng như làm thông thoáng và trong sạch môi trường kinh doanh.

2.2.6. Tăng trưởng về nguồn vốn trong doanh nghiệp hoạt động

Trong giai đoạn 2011-2020, tổng nguồn vốn của các doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả kinh doanh trong nền kinh tế đã tăng gần 3,6 lần, từ 13.622.800 tỷ đồng năm

2011 lên hơn 48.736.839 tỷ đồng năm 2020, với tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 15,2%/năm, trong đó: giai đoạn 2011-2015, khi nền kinh tế gặp khó khăn, tăng trưởng tín dụng giảm, tăng trưởng vốn trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả SXKD bình quân đạt 12,9%/năm; sang giai đoạn 2016-2020, tốc độ tăng trưởng vốn có diễn biến tăng tốc, đạt 17,1%/năm.

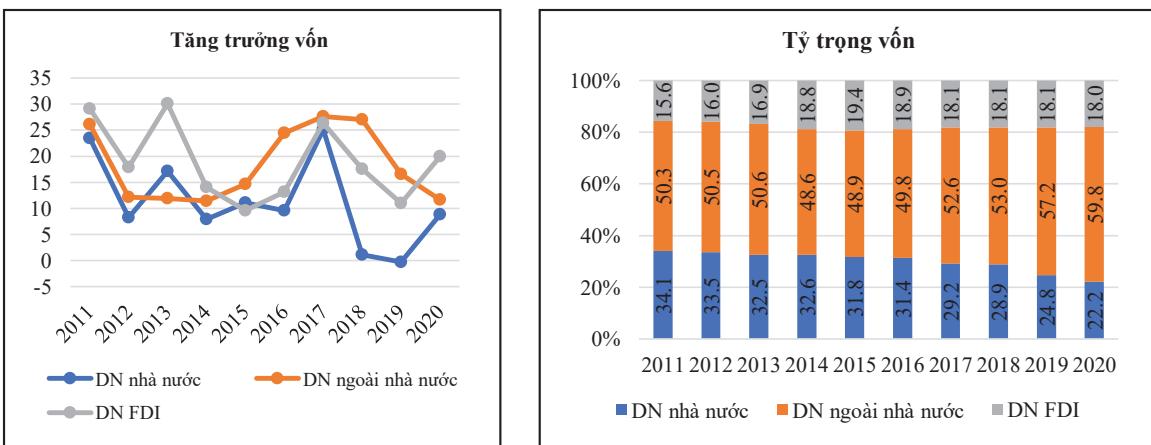
Hình 36. Vốn trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả SXKD, 2011-2020



Nguồn: Niên giám thống kê và Sách trắng doanh nghiệp của Tổng cục Thống kê.

Theo khu vực doanh nghiệp, xét về tốc độ tăng trưởng bình quân vốn, thì vốn trong các doanh nghiệp của cả ba khu vực đều đạt mức tăng trưởng bình quân dương và khá cao trong giai đoạn 2011-2020, trong đó: vốn khu vực doanh nghiệp nhà nước có mức tăng trưởng bình quân thấp nhất, đạt 9,6%/năm; của doanh nghiệp ngoài nhà nước tăng 17,3%/năm, trong khi của doanh nghiệp FDI là 17,6%/năm, đạt mức cao nhất.

Hình 37. Vốn trong doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả sản xuất kinh doanh, 2011-2020



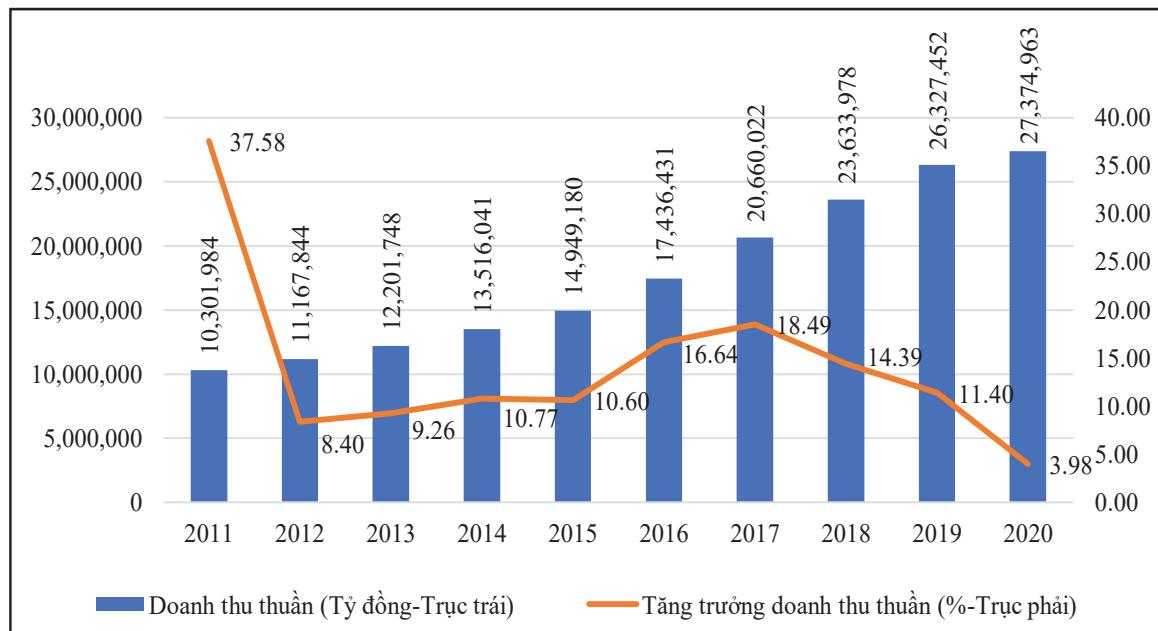
Nguồn: Niên giám thống kê và Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam của TCTK.

Xét về tỷ trọng vốn, vốn của doanh nghiệp ngoài nhà nước chiếm tỷ trọng cao nhất và có xu hướng tăng lên trong cả giai đoạn, đến năm 2020 chiếm đến 59,8% tổng vốn trong doanh nghiệp, tăng khoảng 9,5 điểm phần trăm so với năm 2011; đứng sau là vốn của doanh nghiệp nhà nước, dù vẫn giữ ở vị trí thứ hai nhưng tỷ trọng vốn của khu vực doanh nghiệp này có xu hướng giảm xuống, đến năm 2020 chỉ chiếm 22,2%, giảm khoảng 11,9 điểm phần trăm so với năm 2011; ngược lại, dù chỉ đứng sau cùng về tỷ trọng vốn, nhưng vốn trong doanh nghiệp FDI có xu hướng tăng lên, đến năm 2020 chiếm 18,0%, tăng 2,4 điểm phần trăm so với năm 2011.

2.2.7. Tăng trưởng về doanh thu của doanh nghiệp hoạt động

Tổng doanh thu thuần của các doanh nghiệp đã tăng khoảng 2,66 lần, từ khoảng 10.302.000 tỷ đồng năm 2011 lên 27.374.963 tỷ đồng năm 2020. Tốc độ tăng trưởng bình quân doanh thu thuần của toàn bộ khu vực doanh nghiệp đạt 13,84%/năm, cao hơn tốc độ tăng trưởng bình quân về doanh nghiệp và về lao động trong cùng thời kỳ. Mặc dù tăng trưởng về doanh thu bị ảnh hưởng nhiều từ cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới (2008-2009), nhưng tốc độ tăng trưởng doanh thu thuần của năm 2011 vẫn ở mức rất cao, đạt 37,59%. Tuy nhiên, sang đến giai đoạn 2012-2015, nền kinh tế Việt Nam phục hồi chậm chạp và đang trong giai đoạn tái cấu trúc, do vậy tốc độ tăng trưởng về doanh thu thuần chỉ đạt mức khoảng 10,21%/năm. Sang đến năm 2016 và 2017, tốc độ tăng trưởng doanh thu đã có sự tăng mạnh, từ 10,77% năm 2015 lần lượt lên mức 16,64% và 18,49%. Tuy vậy, sau đó giảm tốc, chỉ còn 14,39%, 11,40% và 3,98% vào năm 2018, 2019 và 2020. Tính trung bình, tăng trưởng doanh thu của giai đoạn 2011-2015 đạt 14,83%/năm, còn mức trung bình của giai đoạn 2016-2020 chỉ là 12,86%/năm.

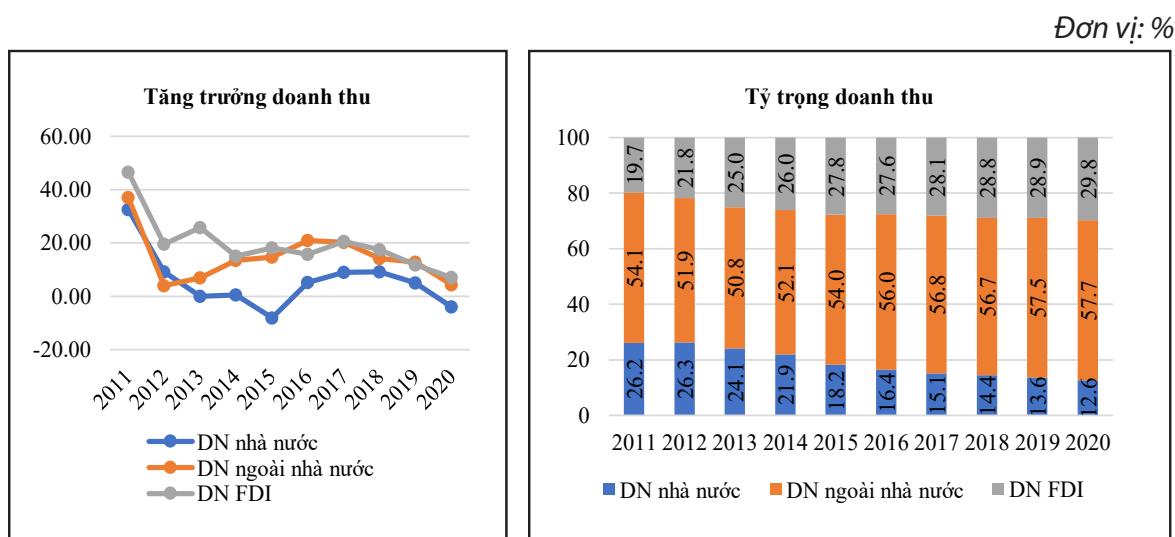
Hình 38. Doanh thu thuần của doanh nghiệp, 2011-2020



Nguồn: Niên giám thống kê và Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam của TCTK.

Theo khu vực doanh nghiệp, trong giai đoạn 2011-2020 cả ba khu vực doanh nghiệp đều có tốc độ tăng trưởng doanh thu thuần bình quân giai đoạn dương, trong đó: khu vực doanh nghiệp FDI đạt tốc độ tăng bình quân doanh thu thuần cao nhất (19,4%/năm), tiếp đến là khu vực doanh nghiệp ngoài nhà nước (tăng 14,5%/năm) và cuối cùng là doanh nghiệp nhà nước (chỉ tăng 5,4%/năm).

Hình 39. Doanh thu của doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả SXKD, 2011-2020



Nguồn: Niên giám thống kê và Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam của TCTK

Tốc độ tăng trưởng bình quân cao, đã góp phần giúp khu vực doanh nghiệp ngoài nhà nước chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng doanh thu thuần (chiếm 57,7%) vào năm 2020, nhưng nếu xét theo tỷ trọng số doanh nghiệp, thì tỷ trọng doanh thu đạt được của khu vực doanh nghiệp này là còn rất khiêm tốn. Tỷ trọng doanh thu của khu vực doanh nghiệp FDI đứng thứ hai với 29,8% trong khu của khu vực doanh nghiệp nhà nước là 12,6%. Đây là tỷ trọng tương đối tích cực của hai khu vực doanh nghiệp này nếu xét tham chiếu với tỷ trọng số doanh nghiệp.

2.2.8. Quy mô bình quân của doanh nghiệp hoạt động

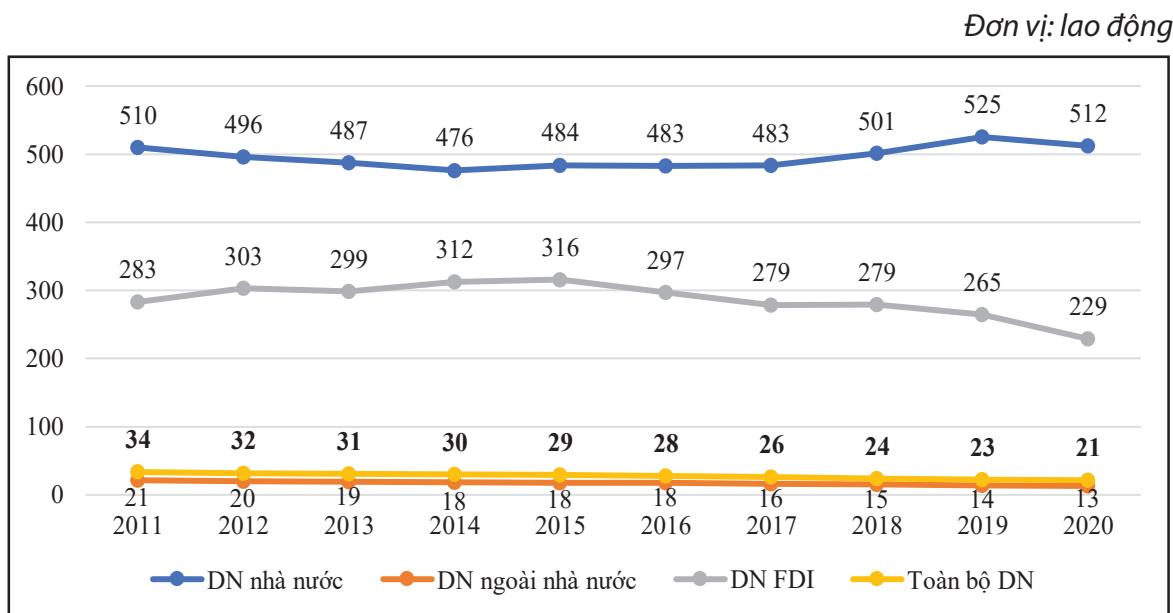
Giai đoạn 2011-2020, tiếp tục có sự tăng trưởng về số lượng doanh nghiệp đang hoạt động có kết quả SXKD, số lượng lao động và vốn. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng của 3 yếu tố này là khác nhau dẫn đến sự thay đổi về quy mô doanh nghiệp xét theo tiêu chí lao động và tiêu chí nguồn vốn.

Quy mô doanh nghiệp theo yếu tố lao động: Số lượng doanh nghiệp tăng mạnh hơn so với số lượng lao động đã dẫn đến sự thu hẹp quy mô doanh nghiệp về lao động. Lao động bình quân trong doanh nghiệp đã giảm từ 34 lao động năm 2011 xuống chỉ còn 21 lao động năm 2020, tương ứng với quy mô của một doanh nghiệp nhỏ. Với lượng lao động bình quân trong doanh nghiệp ngày càng thu nhỏ quy mô cho thấy các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ của Việt Nam đang ngày càng gia tăng về số lượng. Điều này cũng cho thấy Việt Nam tiếp tục thiếu hụt lượng doanh nghiệp có quy mô vừa. Đây là một nguy

cơ mà Việt Nam cần giải quyết trong những năm tới. Đến năm 2020, số doanh nghiệp quy mô siêu nhỏ chiếm 69,9%, doanh nghiệp quy mô nhỏ chiếm 23,9%, chỉ có 3,5% doanh nghiệp quy mô vừa và 2,6% doanh nghiệp quy mô lớn.

Theo khu vực kinh tế: các doanh nghiệp nhà nước có quy mô bình quân lớn nhất, sau khi giảm đi từ 501 lao động/DN năm 2011 xuống 476 lao động/DN năm 2014 đã liên tục tăng lên đạt lên 512 lao động/DN năm 2020, tương ứng với quy mô của doanh nghiệp lớn, gấp hơn 39 lần quy mô bình quân của doanh nghiệp khu vực ngoài nhà nước, hơn 2 lần doanh nghiệp khu vực FDI. Quy mô lao động bình quân của các doanh nghiệp khu vực ngoài nhà nước luôn nhỏ nhất và có xu hướng giảm mạnh nhất, từ 21 lao động năm 2011 xuống còn 13 lao động trong năm 2020, bình quân giai đoạn giảm 5,35%/năm; quy mô lao động của các doanh nghiệp FDI giảm từ 283 lao động năm 2011 xuống còn 229 lao động vào năm 2020, bình quân giai đoạn giảm 2,34%/năm. Đáng chú ý, quy mô bình quân các doanh nghiệp FDI sau khi tăng từ năm 2011-2015 đã liên tục giảm trong giai đoạn 2016-2020, đỉnh điểm là năm 2020, một phần do tác động của đại dịch Covid-19. Tuy nhiên việc các doanh nghiệp FDI ngày càng có xu hướng giảm quy mô lao động cho thấy ngày càng nhiều các doanh nghiệp FDI quy mô nhỏ đầu tư vào Việt Nam, cạnh tranh với các doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Việt Nam.

Hình 40. Quy mô lao động bình quân trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả SXKD, 2011-2020



Nguồn: Niên giám thống kê và Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam của TCTK.

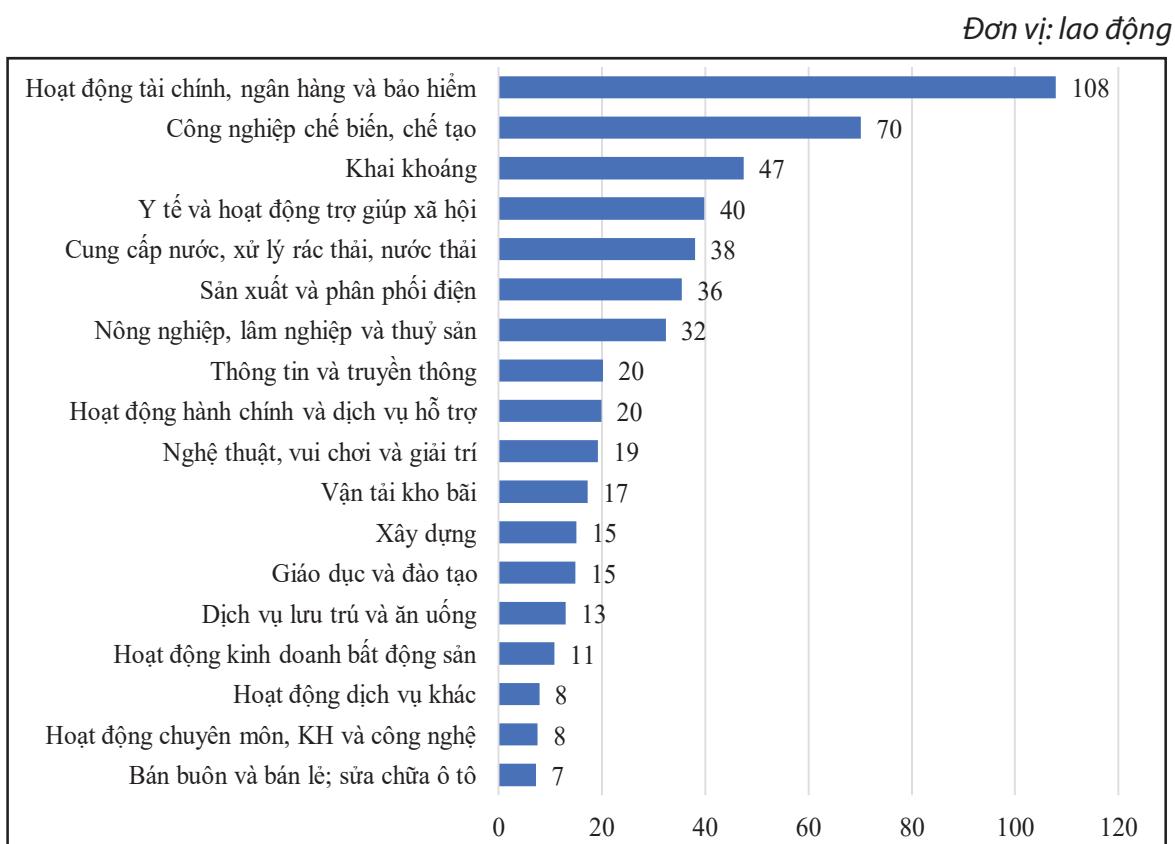
Theo ngành kinh tế, năm 2020, Hoạt động tài chính, NH và bảo hiểm là ngành có quy mô lao động bình quân cao nhất, đạt 108 người/DN, tiếp đến là công nghiệp chế biến, chế tạo với 70 người/DN. Đây là 2 ngành duy nhất có lao động bình quân mỗi doanh nghiệp trên 50 người, còn lại có 5 ngành khác có lao động bình quân từ trên 20-50 người gồm: Khai khoáng (47 người/DN), Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội (40 người/DN), Cung

cấp nước, xử lý rác thải, nước thải (38 người/DN), Sản xuất và phân phối điện (36 người/DN), Nông nghiệp, lâm nghiệp và thuỷ sản (32 người/DN).

Có 3/18 ngành có quy mô lao động bình quân tương ứng với doanh nghiệp siêu nhỏ là "Bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô", "Hoạt động chuyên môn, KH và CN" và ngành "Hoạt động dịch vụ khác" đều có 8 lao động/doanh nghiệp.

Trong giai đoạn 2011-2020 có 17/18 ngành mà quy mô lao động bình quân của các doanh nghiệp suy giảm, trong đó giảm mạnh nhất là trong ngành "Sản xuất và phân phối điện", từ 190 lao động năm 2011 xuống còn 73 lao động, bình quân giảm 17%/năm; đứng thứ hai về mức suy giảm là ở ngành "Xây dựng" từ 40 lao động xuống còn 15 lao động, bình quân giảm 10,2%/năm; đứng thứ ba là ngành Nông nghiệp, lâm nghiệp và thuỷ sản, từ 76 lao động xuống còn 32 lao động. Ngành duy nhất có quy mô lao động bình quân tăng là "Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội", tăng từ 34 lao động lên 40 lao động trong giai đoạn 2011-2020, bình quân tăng 1,73%/năm.

Hình 41. Quy mô lao động bình quân trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả SXKD năm 2020



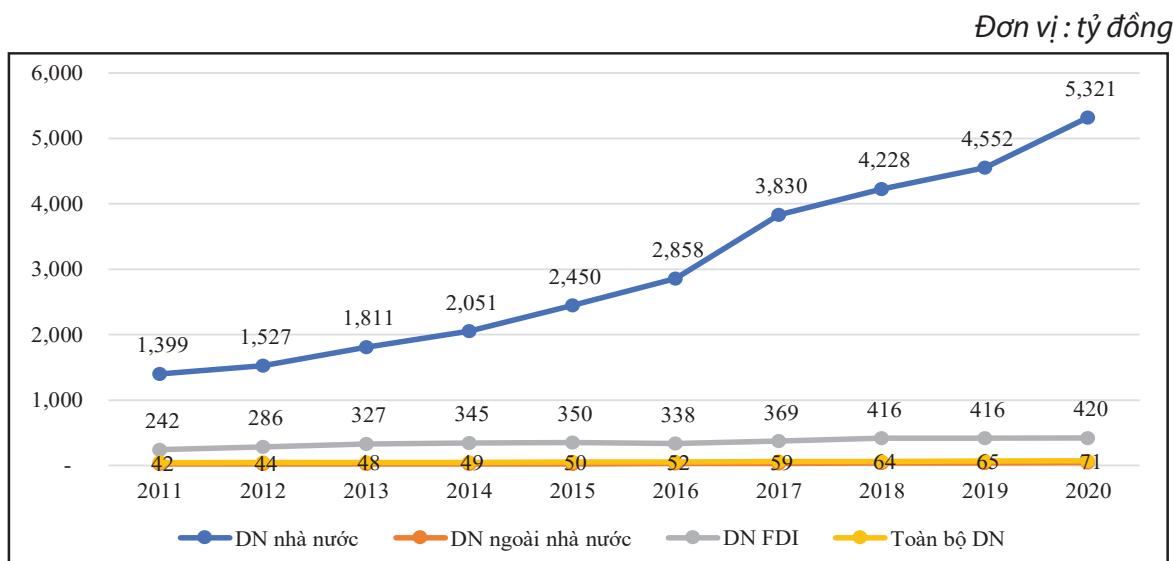
Nguồn: Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam, TCTK.

Quy mô doanh nghiệp theo yếu tố vốn: quy mô bình quân vốn có xu hướng diễn ra ngược chiều với quy mô lao động. Vốn bình quân của doanh nghiệp đã tăng 1,7 lần; từ

42 tỷ đồng năm 2011 lên 71 tỷ đồng năm 2020, tương ứng với quy mô của doanh nghiệp vừa phân theo tiêu chí nguồn vốn, bình quân giai đoạn tăng 6,1%/năm.

Theo khu vực kinh tế, quy mô vốn trong doanh nghiệp tăng ở cả ba khu vực kinh tế, trong đó mạnh nhất là ở doanh nghiệp nhà nước. Quy mô vốn bình quân của các doanh nghiệp nhà nước tăng khoảng 3,8 lần, từ 1.128 tỷ đồng năm 2011 lên 5.321 tỷ đồng năm 2020. Đây là kết quả của quá trình sắp xếp, cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước, nhà nước chỉ giữ lại các tập đoàn, tổng công ty lớn và tiến hành cổ phần hóa, huy động thêm nguồn vốn từ khu vực tư nhân. Các doanh nghiệp nhà nước tiếp tục có quy mô vốn bình quân cao nhất, cao gấp hơn gần 12,65 lần so với quy mô vốn bình quân của các doanh nghiệp FDI và gấp 121 lần quy mô vốn bình quân của các doanh nghiệp ngoài nhà nước. Quy mô vốn bình quân của các doanh nghiệp ngoài nhà nước đã tăng 2 lần, từ 22 tỷ đồng năm 2011 lên 44 tỷ đồng năm 2020, bình quân tăng 7,96%/năm; trong khi đối với các doanh nghiệp FDI, con số này là 1,74 lần, từ 42 tỷ đồng lên 420 tỷ đồng, bình quân tăng 6,3%/năm.

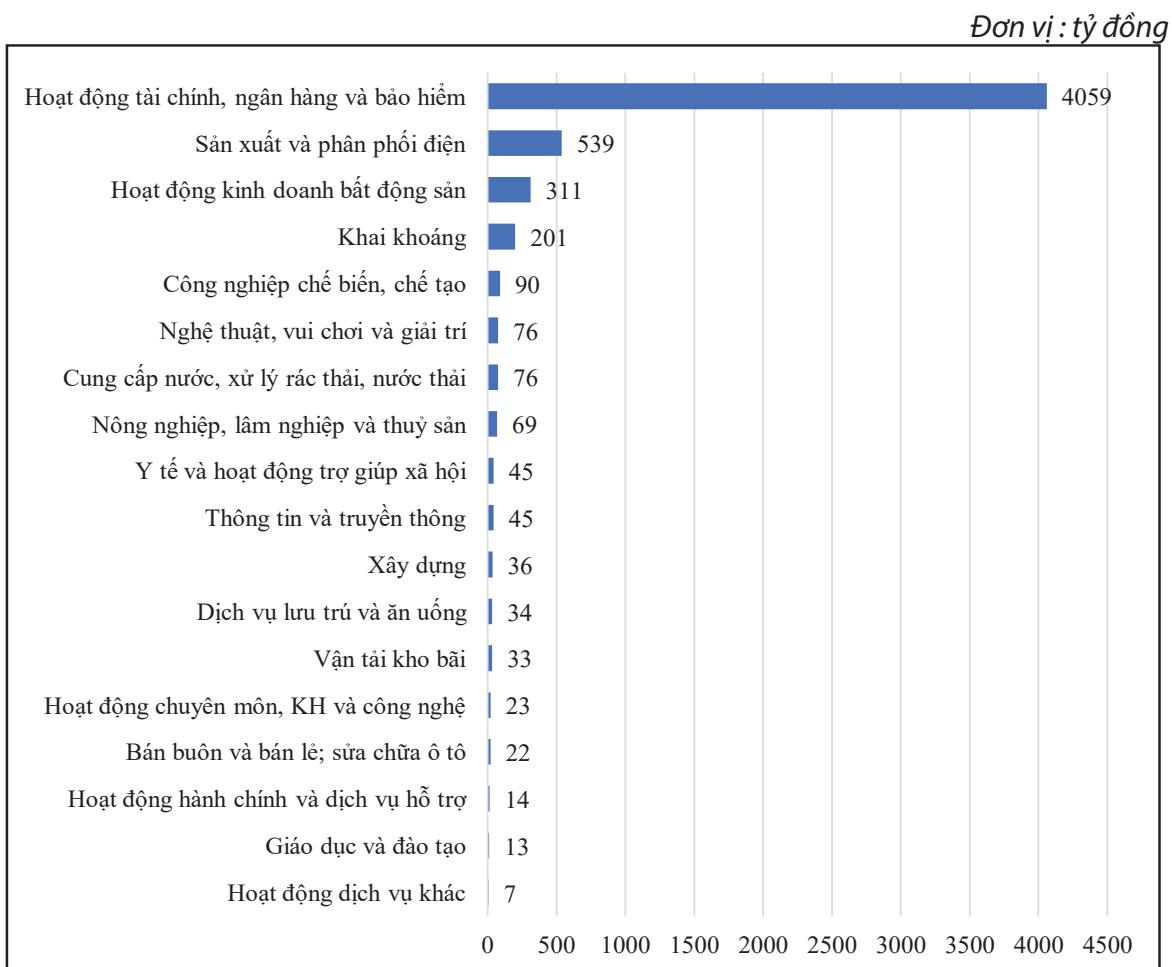
Hình 42. Quy mô bình quân vốn trong các doanh nghiệp hoạt động theo khu vực kinh tế, 2011-2020



Nguồn: Niên giám thống kê và Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam của TCTK.

Theo ngành kinh tế, trong số 18 ngành, có quy mô lớn nhất năm 2020 và cùng trong cả giai đoạn là doanh nghiệp của ngành “Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm” (bình quân 4.059 tỷ đồng/doanh nghiệp), đứng thứ hai là của ngành “Sản xuất và phân phối điện (539 tỷ đồng/doanh nghiệp), tiếp đến là Hoạt động kinh doanh bất động sản (311 tỷ đồng/doanh nghiệp), Khai khoáng (201 tỷ đồng/doanh nghiệp). Các ngành còn lại đều có nguồn vốn trung bình/doanh nghiệp dưới 100 tỷ đồng. Có 10/18 ngành có quy mô vốn bình quân trên một doanh nghiệp dưới 50 tỷ đồng. Ngành có quy mô vốn bình quân thấp nhất là “Hoạt động dịch vụ khác” (đạt 7 tỷ đồng/doanh nghiệp).

Hình 43. Quy mô vốn bình quân trong doanh nghiệp hoạt động có kết quả SXKD năm 2020



Nguồn: Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam năm 2022 của TCTK.K

Hầu hết các ngành đều có sự tăng trưởng bình quân giai đoạn 2011-2020 về quy mô vốn bình quân của doanh nghiệp (16/18 ngành), trừ hai ngành "Thông tin và Truyền thông" (giảm 0,58%/năm) và "Sản xuất và phân phối điện nước" (giảm 1,93%/năm). Có đến 6/16 ngành đạt mức tăng trưởng mạnh, bình quân giai đoạn lớn hơn tăng trưởng bình quân của khu vực doanh nghiệp nói chung (tăng 6,06%/năm), nhưng chỉ có 3/16 ngành có mức tăng trên 10%/năm về quy mô vốn bình quân của doanh nghiệp như: "Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội" (tăng 13,45%/năm); "Hoạt động dịch vụ khác" (tăng 11,31%/năm); "Hoạt động kinh doanh bất động sản" (tăng 10,41%/năm); và "Dịch vụ lưu trú và ăn uống" (tăng 10,04%/năm). Còn lại 13/16 ngành có quy mô vốn bình quân giai đoạn đạt mức tăng trưởng dương nhưng thấp hơn mức tăng trưởng chung. Ngành có mức tăng bình quân dương thấp nhất là của "Cung cấp nước, xử lý rác thải, nước thải" (chỉ tăng 1,76%/năm). Nhờ sự tăng trưởng về vốn mà trong giai đoạn 2011-2020, không còn ngành nào có quy mô doanh nghiệp bình quân ứng với doanh nghiệp siêu nhỏ, có 9/18 ngành

có quy mô vốn bình quân doanh nghiệp tương ứng với doanh nghiệp nhỏ, đều là những ngành dịch vụ, 5/18 ngành có quy mô tương ứng với doanh nghiệp vừa và 4/18 ngành có quy mô tương ứng với doanh nghiệp lớn gồm Khai khoáng, Sản xuất và phân phối điện, Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm, Hoạt động kinh doanh bất động sản, Nghệ thuật, vui chơi và giải trí.



LIÊN ĐOÀN THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

PHẦN III:

**NĂNG LỰC ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM:
HIỆN TRẠNG, VỊ TRÍ TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU**

3.1. KHUNG NGHIÊN CỨU VỀ NĂNG LỰC ĐỘNG

3.1.1. Khái niệm về năng lực động

Theo từ điển tiếng Việt: *Năng lực là khả năng, điều kiện chủ quan hoặc tự nhiên sẵn có để thực hiện một hành động nào đó. Năng lực là phẩm chất tâm lý và sinh lý tạo cho con người khả năng hoàn thành một loại hoạt động nào đó với chất lượng cao.*

Từ điển năng lực của Đại học Harvard cho rằng, năng lực là những thứ mà một người phải chứng minh có hiệu quả trong: Việc làm, Vai trò, Chức năng, Công việc, Nhiệm vụ.

Theo Bộ Nội vụ: *Năng lực của tổ chức là khả năng, điều kiện để tổ chức đạt được mục tiêu, yêu cầu theo chức năng, nhiệm vụ của tổ chức, qua đó cho thấy mức độ xác định và đạt được mục tiêu là cơ sở cao nhất để đánh giá năng lực của tổ chức. Các yếu tố khác là điều kiện đảm bảo để tổ chức đạt được mục tiêu.*

Còn theo từ điển tâm lý học, năng lực là tập hợp các tính chất hay phẩm chất của tâm lý cá nhân, đóng vai trò là điều kiện bên trong tạo thuận lợi cho việc thực hiện tốt một dạng hoạt động nhất định. Theo từ điển này, năng lực thì không phải là một thuộc tính tâm lý duy nhất nào đó (ví dụ như khả năng tri giác, trí nhớ...) mà là sự tổng hợp các thuộc tính tâm lý cá nhân. Đó là sự thống nhất hữu cơ đáp ứng được những yêu cầu hoạt động và đảm bảo hoạt động đó đạt được kết quả mong muốn.

Khái niệm về năng lực động thời gian qua đã chỉ ra khá nhiều cách tiếp cận khác nhau như năng lực động là: hoạt động, khả năng, nguồn lực, quy trình, năng lực và nguồn của lợi thế cạnh tranh trong DN. Các định nghĩa, khái niệm về năng lực động được hệ thống hóa trong bảng

Bảng 2. Tổng hợp các khái niệm về năng lực động

Tác giả	Khái niệm về năng lực động
Collis (1994)	"Năng lực động là khả năng để phát triển các năng lực đổi mới, cải tiến nhanh hơn (hoặc tốt hơn)"
Helfat (1997)	"Năng lực động là tập hợp các năng lực/khả năng cho phép DN sáng tạo các sản phẩm mới và các quy trình mới, và phúc đáp lại với những điều kiện thay đổi của thị trường"
Teece & cộng sự (1997)	"Năng lực động là khả năng tích hợp, xây dựng và cấu hình lại các năng lực bên trong và bên ngoài để thích ứng với sự thay đổi nhanh chóng của môi trường kinh doanh"
Eisenhardt & Martin (2000)	"Năng lực động được hiểu là quá trình mà DN sử dụng, tích hợp và tái định dạng, thu nhận và giải phóng các năng lực để thích ứng với những thay đổi từ môi trường"
Griffith & Harvey (2001)	"Năng lực động là khả năng DN tạo ra những khó khăn cho các đối thủ trong việc bắt chước sự kết hợp các nguồn lực, bao gồm sự phối hợp hiệu quả các mối quan hệ giữa các tổ chức trên cơ sở toàn cầu và tạo lợi thế cạnh tranh cho DN"

Lee & cộng sự (2002)	"Năng lực động là được hiểu là một nguồn lực mới của lợi thế cạnh tranh cho phép DN đổi mới với những thay đổi từ môi trường"
Zollo & Winter (2002)	"Năng lực động được hiểu như là một mô hình học tập và ổn định của các hoạt động tập thể trong DN mà thông qua đó, DN có thể tập hợp và thay đổi một cách có hệ thống các hoạt động vận hành thường nhật nhằm cải thiện hiệu quả như DN mong muốn"
Winter (2003)	"Năng lực động là sự mở rộng, thay đổi và sáng tạo các năng lực thông thường của DN"
Zahra và cộng sự (2006)	"Năng lực động là khả năng để tái định dạng các nguồn lực và thói quen của DN theo cách thức phù hợp và được thực hiện bởi những người ra quyết định chính trong DN"
Wang & Ahmed (2007)	"Năng lực động là một cách thức định hướng hành vi của DN để từ đó, DN có thể tích hợp, tái định dạng, làm mới, tái sáng tạo liên tục các nguồn lực và năng lực của DN; trong đó tập trung vào việc nâng cấp và tái cấu trúc các năng lực cốt lõi để đáp ứng với tính động và sự thay đổi của môi trường, từ đó giúp DN tạo dựng và duy trì lợi thế cạnh tranh"
Helfat & cộng sự (2007)	"Năng lực động là năng lực của DN để sáng tạo, mở rộng và thay đổi các nền tảng nguồn lực DN một cách có mục đích"
Barreto (2010)	"Năng lực động là tiềm năng và khả năng của DN để giải quyết vấn đề một cách có hệ thống, được hình thành bởi xu hướng nhận diện cơ hội và rủi ro, ra quyết định đúng thời điểm theo định hướng thị trường và thay đổi cơ sở nguồn lực của nó"
Banjongprasert (2013)	"Năng lực động là các khả năng để nhận dạng, đánh giá và phúc đáp với những thị trường thay đổi; để tích hợp các tri thức/thông tin mới và hiện tại; để tái định dạng (làm mới hoặc tái sáng tạo) các nguồn lực; và để quản trị các mối quan hệ phụ thuộc giữa các hoạt động bao gồm tích hợp các nguồn lực đầu vào cũng như đạt được sự đồng đú với môi trường thay đổi"
Menon & Yao (2017)	"Năng lực động là khả năng của DN để sử dụng một cách có mục đích các nguồn lực nhằm đạt được sự cộng tác với môi trường kinh doanh thay đổi một cách hiệu quả"

Nguồn: Tổng hợp từ nhóm nghiên cứu

Từ các khái niệm về năng lực động được đưa ra, có thể thấy năng lực động là một dạng năng lực quan trọng của DN, được hình thành thông qua cả hai hình thức: nuôi dưỡng, phát triển các năng lực hiện thời và sáng tạo ra các năng lực mới cho DN. Năng lực động có thể được tạo lập nhằm phúc đáp với những thay đổi từ bên ngoài hoặc từ chính những yêu cầu thay đổi từ nội bộ của doanh nghiệp. Theo đó: "Năng lực động được coi là một dạng năng lực đặc biệt của doanh nghiệp mà khó có thể bị đối thủ cạnh tranh bắt chước, cho phép doanh nghiệp học hỏi và ứng dụng các tri thức mới nhằm tái định dạng, làm mới

và sáng tạo các nguồn lực, năng lực để thích nghi với những yêu cầu thay đổi từ nội bộ doanh nghiệp cũng như những tác động khác quan từ bên ngoài."

3.1.2. Một số thành phần cơ bản của năng lực động

Tổng quan nghiên cứu về năng lực động cho thấy, năng lực động gồm nhiều thành tố khác nhau. Mặc dù các tên gọi là khác nhau nhưng tổng hợp lại có ba thành tố năng lực động được nhiều nghiên cứu thừa nhận và coi đây là những thành tố năng lực động tổng quát, được áp dụng cho nhiều loại hình DN khác nhau là năng lực học hỏi, năng lực đổi mới sáng tạo và năng lực phối tích hợp. Ngoài ra, trong một số nghiên cứu gần đây về chủ đề năng lực động đã cho thấy vai trò và sự ảnh hưởng của các thành tố năng lực động tổng quát tới các năng lực tác nghiệp, hay còn được gọi là năng lực thông thường, năng lực vận hành. Dưới sự tác động của các thành tố năng lực động, các năng lực tác nghiệp có thể thay đổi, cải tiến và phát triển để thích nghi nhanh hơn với các biến động từ môi trường; từ đó, biến các năng lực tác nghiệp này thành các năng lực động. Do vậy, xét về vai trò và mối quan hệ, các năng lực động tổng quát được xem là những năng lực tiên đề giúp hình thành và phát triển một số năng lực tác nghiệp đặc biệt và biến chúng thành các năng lực động cụ thể (Banjongprasert, 2013; Frasquet & cộng sự, 2018). Tổng quan tình hình nghiên cứu có liên quan đã chỉ ra một số năng lực tác nghiệp có thể được tác động bởi các năng lực động tổng quát và trở thành các thành tố năng lực động cụ thể như: Năng lực marketing, Năng lực quản trị chuỗi cung ứng, Năng lực thích ứng,....

Năng lực học hỏi

Năng lực học hỏi được xem là một trong các năng lực đầu tiên cấu thành năng lực động. Năng lực học hỏi đề cập đến khả năng và cách thức mà một tổ chức có thể tiếp thu và tận dụng các thông tin, tri thức và nguồn lực từ bên ngoài. Các nghiên cứu đã đưa ra các định nghĩa về năng lực học hỏi, cụ thể:

Cohen & Levinthal (1990) coi năng lực học hỏi là "khả năng của doanh nghiệp trong việc xác định giá trị tri thức, đồng hóa tri thức và ứng dụng các tri thức từ bên ngoài để đạt được các mục tiêu của doanh nghiệp".

Đồng quan điểm đó, Zahra & George (2002) coi năng lực học hỏi như là "một tập hợp các thói quen và các quy trình mang tính chiến lược của tổ chức mà thông qua đó, tổ chức có thể thu nhận, đồng hóa, chuyển đổi và ứng dụng các tri thức với mục đích tạo ra các năng lực cho tổ chức".

Camisón & Forés (2010) trong nghiên cứu của mình đã thừa nhận năng lực học hỏi là một nhóm thành tố năng lực động, nó được thể hiện thông qua những nỗ lực nhận dạng, thu nhận, đồng hóa các tri thức mới từ bên ngoài; và chuyển đổi, ứng dụng các tri thức đó với các tri thức nội bộ hiện thời để sáng tạo các năng lực mới cho doanh nghiệp.

Từ các phân tích ở trên, có thể đưa ra định nghĩa và cách tiếp cận về năng lực học hỏi như sau: "Năng lực học hỏi là năng lực của doanh nghiệp, cho phép doanh nghiệp linh hoạt (thu nhận), đồng hóa các tri thức từ bên ngoài, chuyển đổi chúng thành các tri thức mới

phù hợp với điều kiện hiện tại của doanh nghiệp và sử dụng các tri thức này nhằm thích ứng với sự biến đổi của môi trường bên ngoài và đạt được các mục tiêu xác định của doanh nghiệp”.

Từ khái niệm đã được chỉ ra, năng lực học hỏi trong nghiên cứu này có một số đặc điểm như sau: (1) Năng lực học hỏi giúp doanh nghiệp nhận dạng, tiếp cận, thích nghi hiệu quả các tri thức mới từ bên ngoài và biến chúng thành các tri thức của chính doanh nghiệp; (2) Năng lực học hỏi có được thông qua quá trình học hỏi của doanh nghiệp bao gồm nhận dạng và hiểu rõ các tri thức từ bên ngoài; đồng hóa các tri thức bên ngoài thông qua việc chuyển đổi tri thức; và sử dụng các tri thức mới để sáng tạo ra các tri thức mới của doanh nghiệp thông qua việc học hỏi cách thức khai thác tri thức; (3) Năng lực học hỏi giúp doanh nghiệp có thể chọn lọc, nhận dạng các nguồn thông tin từ bên ngoài để từ đó thu nhận, tiếp thu các tri thức mới có giá trị và phù hợp với doanh nghiệp.

Năng lực đổi mới sáng tạo

Năng lực đổi mới sáng tạo được định nghĩa là “*khả năng DN tạo ra, kế thừa và sử dụng một cái mới mà mang lại giá trị gia tăng trong lĩnh vực kinh tế và xã hội; khả năng làm mới và mở rộng sản phẩm, dịch vụ và thị trường kinh doanh; khả năng phát triển các phương thức sản xuất mới; và khả năng thiết lập các hệ thống quản trị mới*”.

Terziovski (2010) cho rằng năng lực đổi mới sáng tạo “*là các hoạt động mang tính kỹ thuật công nghệ, thiết kế, sản xuất, quản trị và thương mại mà có liên quan đến việc marketing cho một sản phẩm mới (hoặc cải tiến) hoặc liên quan đến việc lần đầu tiên ứng dụng các hoạt động thương mại cho một quy trình hay một trang thiết bị mới (hoặc cải tiến)*”.

Như vậy, có thể thấy năng lực đổi mới sáng tạo liên quan đến việc cải tiến và/hoặc tạo ra những điều mới cho DN và có khả năng cải thiện kết quả hoạt động kinh doanh của DN trên thị trường. Đặt trong bối cảnh của các DN kinh doanh dịch vụ, năng lực đổi mới sáng tạo được xem như là khả năng sử dụng tối ưu các nguồn lực của DN để sáng tạo, đổi mới và cải tiến các quy trình kinh doanh và các sản phẩm dịch vụ cung ứng. Theo đó, năng lực đổi mới sáng tạo được định nghĩa như sau: “*Năng lực đổi mới sáng tạo là khả năng làm mới, cải tiến, sáng tạo và tái sáng tạo các hoạt động, quy trình, sản phẩm mới nhằm thích ứng với sự thay đổi của môi trường và yêu cầu thay đổi trong nội bộ của doanh nghiệp. Năng lực đổi mới sáng tạo được thực hiện dựa trên việc đổi mới sáng tạo các quy trình kinh doanh và đổi mới sáng tạo các dịch vụ cung ứng*”.

Như vậy, năng lực đổi mới sáng tạo được tiếp cận có một số đặc điểm sau: (1) Năng lực đổi mới sáng tạo là khả năng giúp doanh nghiệp thay đổi, cải tiến hoặc tạo ra những điều mới cho doanh nghiệp, giúp thích ứng với những thay đổi của môi trường; (2) Năng lực đổi mới sáng tạo có thể được gộp vào thành hai nhóm: Một là nhóm năng lực đổi mới sáng tạo các quy trình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp và nhóm năng lực đổi mới sáng tạo các dịch vụ cung ứng;

Xét về vai trò của năng lực đổi mới sáng tạo: Năng lực ĐMST là phương tiện làm

thay đổi doanh nghiệp, giúp đạt được sự cải tiến và những phát minh cho doanh nghiệp; Năng lực ĐMST giúp doanh nghiệp kiến tạo giá trị mới thông qua sáng tạo sản phẩm, sáng tạo thị trường, sáng tạo quá trình và cải tiến hành vi; Năng lực ĐMST cho phép doanh nghiệp làm mới và tái định dạng các nguồn lực của doanh nghiệp. Do vậy, năng lực đổi mới sáng tạo ảnh hưởng đến việc tạo lập và nuôi dưỡng năng lực động của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp có năng lực đổi mới sáng tạo cao hơn đối thủ cạnh tranh thì sẽ hoạt động tốt hơn, lợi nhuận cao hơn, giá trị thị trường lớn hơn, xếp hạng tín dụng cao hơn và có khả năng tồn tại cao hơn.

Năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu

Theo O'Cass & Ngo (2011), năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu được hiểu "là khả năng của doanh nghiệp trong việc sắp xếp một nhóm các hoạt động có liên quan để thực hiện các chương trình marketing và các hoạt động truyền thông nhằm truyền tải ý nghĩa của thương hiệu đến với khách hàng".

Xét trên khía cạnh về hiệu suất kinh doanh, Ewing & Napoli (2005) cho rằng "Năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu bao gồm một loạt các quy trình hoạt động của doanh nghiệp để sáng tạo và duy trì các cảm nhận chung về ý nghĩa thương hiệu, giúp mang lại giá trị vượt trội cho các bên liên quan và hiệu suất kinh doanh vượt trội hơn cho doanh nghiệp". Quan điểm này đề cập đến việc tạo lập thái độ, tình cảm và nhận thức đối với thương hiệu của khách hàng và của tất cả các bên liên quan đến doanh nghiệp từ cả môi trường nội bộ và môi trường bên ngoài.

Ni & Wan (2008) lại cho rằng năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu có thể được hiểu theo các hướng khác nhau, căn cứ vào cách tiếp cận từ các hoạt động có liên quan đến nội bộ doanh nghiệp (bao gồm các năng lực có liên quan đến tài sản và kiến thức) và tiếp cận từ định hướng bên ngoài (bao gồm các nhân tố thị trường và các yếu tố thể chế vĩ mô).

Từ các quan điểm và định nghĩa được phân tích, có thể thấy năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu cần phải được tiếp cận trên cơ sở tạo lập và phát triển các giá trị thương hiệu của doanh nghiệp và mang lại lợi ích cũng như giá trị gia tăng cho khách hàng và các bên liên quan tới doanh nghiệp. Từ đó, khái niệm về năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu được kế thừa và tổng hợp, nghĩa là "Năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu là khả năng sáng tạo, nuôi dưỡng và truyền thông các giá trị thương hiệu dựa trên các nguồn lực bên trong và các điều kiện bên ngoài, mang lại giá trị vượt trội cho khách hàng và các đối tượng có liên quan đến DN và góp phần cải thiện kết quả hoạt động kinh doanh của DN". Trong điều kiện môi trường cạnh tranh biến động, việc chú trọng xây dựng & phát triển thương hiệu cần được thực hiện trong suốt mọi khâu của quá trình vận hành và kinh doanh của doanh nghiệp, trong đó đặc biệt chú trọng đến các hoạt động tiếp xúc với khách hàng và các đối tác kinh doanh.

Năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu được xem là tài sản giá trị nhất mà một DN cần phải sở hữu và nuôi dưỡng được. Đồng thời, xây dựng & phát triển thương hiệu giúp doanh nghiệp tạo ra và duy trì được thái độ, tình cảm và nhận thức chung về ý nghĩa

thương hiệu, từ đó góp phần mang lại giá trị vượt trội cho khách hàng và các bên liên quan. Với ý nghĩa như vậy, năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu được xem là có tính giá trị với các doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp sẽ có những cách thức và định hướng xây dựng & phát triển thương hiệu khác nhau mà các đối thủ không dễ dàng bắt chước và sao chép. Như vậy, việc sáng tạo, nuôi dưỡng năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu đảm bảo tính hiếm, khó bắt chước và không thể thay thế. Từ những phân tích và nhận định trên, có thể thấy năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu là một dạng năng lực có khả năng mang lại giá trị cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp thích ứng với các điều kiện và sự kiện của môi trường; đồng thời cũng là một dạng năng lực đặc biệt, mang lại sự khác biệt và đảm bảo tính duy nhất trên thị trường mà các đối thủ cạnh tranh khó có thể sao chép hoặc bắt chước. Gắn với tính bất ổn và biến động của thị trường, để tạo ra một thương hiệu tốt, doanh nghiệp cần lưu ý xem xét nuôi dưỡng và tận dụng tối ưu đồng thời cả hai nhóm năng lực xây dựng & phát triển thương hiệu từ nội bộ doanh nghiệp và từ bên ngoài – các đối tác kinh doanh của doanh nghiệp.

Năng lực cảm nhận thị trường

Một số nhà nghiên cứu kết luận rằng: “*Năng lực cảm nhận thị trường là một quá trình khai quật hóa kiến thức về thị trường, trong đó thông tin được sử dụng vào quá trình ra quyết định của doanh nghiệp*” (Day, 1994; Lankinen và cộng sự, 2007; Olavarrieta & Friedmann, 2008).

Theo Rasmussen, Mosey và Wright, 2011: “*Khả năng cảm nhận thị trường có thể được hiểu là khả năng cho phép công ty theo dõi nhu cầu và xu hướng thị trường trước các đối thủ cạnh tranh. Khả năng này nhấn mạnh đến tầm quan trọng của việc nhận biết và sàng lọc cơ hội, làm cơ sở để khởi động dự án kinh doanh mới*”

“*Khả năng cảm nhận thị trường cho phép doanh nghiệp theo dõi thị trường liên tục, tìm kiếm chính xác cơ hội từ thị trường, từ đó hiểu về các rủi ro và mối đe dọa từ thị trường*” (Fang và cộng sự, 2014).

“*Khả năng cảm nhận thị trường là một phần quan trọng của quá trình tìm hiểu về người tiêu dùng, đối thủ cạnh tranh và các bên khác trong môi trường kinh doanh*” (Day, 2002; Olavarrieta & Friedmann, 2008).

Từ các khái niệm trên, có thể hiểu năng lực cảm nhận/ nắm bắt thị trường mô tả quy trình của một tổ chức nhằm nâng cao hiểu biết về môi trường bên ngoài nói chung. Nhìn chung, năng lực nắm bắt thị trường có thể được hiểu là: “*Khả năng của tổ chức trong việc quan sát, tìm kiếm, tương tác và thích ứng với những thay đổi của thị trường, thông qua việc thu thập và xử lý các thông tin thu nhận được có thể ra quyết định ứng phó với tình hình thị trường nhằm duy trì khách hàng, nâng cao chất lượng kênh phân phối, vượt lên trên đối thủ cạnh tranh, tăng lợi nhuận và tăng hiệu quả hoạt động của công ty*”

Olavarrieta và Friedmann (2008) nhận thấy rằng năng lực cảm nhận thị trường bao gồm các khía cạnh: (1) xác định thị trường (xác định các nhu cầu và phân khúc cụ thể); (2) giám sát cạnh tranh (phân tích đối thủ cạnh tranh và đo lường hiệu suất); (3) đánh giá

giá trị khách hàng (các phương pháp đánh giá giá trị và xây dựng mô hình giá trị); và (4) thu thập phản hồi của khách hàng (đánh giá sự hài lòng của khách hàng, nhận thức về chất lượng mang lại và các hình thức đầu vào khác từ các bên liên quan khác nhau). Day (2002) chia cảm nhận thị trường thành ba hoạt động: (1) Hoạt động cảm nhận; (2) Hoạt động giải thích bất kỳ thông tin nào được tìm thấy từ hoạt động cảm nhận và (3) Đánh giá hoạt động.

Khả năng cảm nhận thị trường thông qua việc tìm hiểu về thị trường, theo dõi chiến lược của đối thủ cạnh tranh, hiểu xu hướng thị trường và phản ứng nhanh sẽ gián tiếp cải thiện hiệu suất của DN, cho phép các doanh nghiệp thâm nhập thị trường nhanh hơn so với các đối thủ cạnh tranh.

Năng lực nắm bắt cơ hội

Theo Teece (2007), bản chất của khả năng nắm bắt cơ hội là “*khả năng giải quyết các cơ hội thị trường thông qua việc tạo ra các sản phẩm/quy trình/dịch vụ mới, lựa chọn hoặc phát minh ra các mô hình kinh doanh, xác định chiến lược thương mại hóa và đầu tư cũng như quyết định khi nào, ở đâu và làm thế nào để đầu tư, từ đó tận dụng được kịp thời các yếu tố thuận lợi mà hoàn cảnh đem lại*”

“*Khả năng nắm bắt cơ hội để cập đến tần suất và tốc độ thích ứng của các quy trình tổ chức nhằm đáp ứng các cơ hội và các mối đe dọa. Chúng cho phép các công ty xây dựng khả năng đáp ứng nhu cầu của thị trường hoặc khách hàng thông qua việc thu thập kiến thức, tạo ra và giải thích các thông tin thu thập được để lọc ra những thông tin hữu ích và phù hợp. Bằng cách đó, tất cả các cơ hội được xác định ở giai đoạn khả năng cảm biến sẽ được sử dụng nhanh chóng và được sử dụng để cải thiện hiệu suất của công ty*”

Quá trình nhận biết và nắm bắt cơ hội là sự khởi đầu cho một kế hoạch kinh doanh. Quá trình đó đòi hỏi ở doanh nghiệp cả về kiến thức (kiến thức về thị trường, khách hàng...) và năng lực (năng lực thu thập, xử lý thông tin; năng lực ra quyết định; khả năng nhạy bén, sáng tạo...)

Năng lực kết nối mạng lưới

Snehota & Hakansson (1995) đưa ra định nghĩa: “*Mạng lưới trong kinh doanh là một hình thức tổ chức kết nối những mối quan hệ kinh doanh với những đặc điểm đặc thù*”. Nghiên cứu của Kumon (1992) cho rằng “*Mạng lưới kinh doanh là một tập thể, nơi những người tham gia chia sẻ thông tin, tri thức hữu ích với các thành viên khác, và phát triển DN dựa trên niềm tin lẫn nhau, dẫn đến sự cộng tác để đạt được những mục tiêu cá nhân và mục tiêu tập thể*”.

Snehota & Hakansson (1995) xác định ba lớp vai trò của mạng lưới kinh doanh, bao gồm: (1) Lớp hoạt động: Các mối quan hệ giúp duy trì và phát triển hoạt động nội bộ lẫn hoạt động tương tác qua lại giữa các thành viên; (2) Lớp tài nguyên: Thông qua mạng lưới, các tài nguyên được kết nối và chia sẻ; (3) Lớp chủ thể: Mạng lưới giúp kết nối các bên và tác động lên hành vi của mỗi chủ thể trong mạng lưới.

Do đó, “*Năng lực kết nối đại diện cho một năng lực quan trọng trong doanh nghiệp, cho phép một doanh nghiệp xây dựng, xử lý và khai thác các cơ hội một cách hiệu quả thông qua các mối quan hệ bên trong và bên ngoài trong khuôn khổ mạng lưới kinh doanh*”. (Vesalainen và Hakala 2014).

Walter, Auer và Ritter (2006, 542) đã định nghĩa khả năng kết nối mạng lưới là “*khả năng phát triển và sử dụng các mối quan hệ liên tổ chức của công ty để tiếp cận các nguồn lực khác nhau do các tác nhân khác nắm giữ*”.

Tổng hợp lại, năng lực kết nối mạng lưới là khả năng một doanh nghiệp hay tổ chức có thể xác định chiến lược các đối tác, sau đó duy trì mối quan hệ chặt chẽ và có lợi với các đối tác đó. Hơn nữa, năng lực này nhấn mạnh rằng các công ty cần phải phát triển và tận dụng các mối quan hệ để đạt được và phát triển các nguồn lực của tổ chức với các tác nhân khác. Từ đó, năng lực kết nối được định nghĩa là “*khả năng của công ty trong việc phát triển và sử dụng mạng lưới các mối quan hệ liên tổ chức thực tế và tiềm năng để tiếp cận các nguồn lực do các tác nhân khác nắm giữ và khả năng phát triển các nguồn lực này bằng cách tích hợp các bộ phận của tổ chức, chẳng hạn như các đơn vị và nhân sự, để điều phối các tài nguyên từ mạng lưới và tạo ra giá trị từ kiến thức của đối tác*.”

Một nghiên cứu tập trung của Kale và các đồng nghiệp (2002) đã lưu ý rằng việc có các mối quan hệ mạng lưới tiềm năng là chưa đủ. Thay vào đó, điều quan trọng đối với các công ty là đạt được thành công trong mạng lưới bằng cách tích hợp tư duy chiến lược và hoạt động, đồng thời đảm bảo các mối quan hệ lâu dài mà không bỏ qua việc phát triển các mối quan hệ mới.

Năng lực thích ứng

Theo Marc Immanuel G.Isip (2022): “*Khả năng thích ứng là khái niệm để diễn giải khả năng phản ứng của doanh nghiệp đối với những thay đổi trong quy định và chính sách thương mại.*”

Theo Starr, Newfrock và Delurey (2003): “*Khả năng thích ứng của một tổ chức để cập đến khả năng thay đổi chiến lược, hoạt động, hệ thống quản lý, quản trị của nó. cấu trúc và khả năng hỗ trợ ra quyết định để điều chỉnh theo sự giàn đoạn hoặc thay đổi trong môi trường bên ngoài của nó.*”

Theo Aagaard (2012) và Holbeche (2019), khả năng thích ứng quyết định đến sự sống còn của một tổ chức. Chryssochoidis, Dousios và Tzokas (2016) cho rằng khả năng thích ứng nằm ở đầu hệ thống phân cấp của lý thuyết năng lực động; điều này cho thấy rằng khả năng thích ứng vốn có ngay cả ở những công ty nhỏ nhất (Kelly, Kelliher, Power, & Lynch, 2020), có thể được vận dụng thêm để tác động đến các mối quan hệ hiệu suất- chiến lược cạnh tranh của công ty (Wilke, Costa, Freire, & Ferreira, 2019). Hơn nữa, Wei và Lau (2010) cũng nhận định khả năng thích ứng là một khía cạnh nhỏ trong năng lực động, liên quan đến khả năng đáp ứng của doanh nghiệp đối với các cơ hội và hạn chế của thị trường.

Các biểu hiện khác nhau của năng lực thích ứng bao gồm: năng lực sửa đổi các thuộc

tính của sản phẩm hiện có để đáp ứng những thay đổi về nhu cầu của khách hàng hiện tại, điều chỉnh các sản phẩm hiện có để nắm bắt thị trường mới, nâng cấp sản phẩm nhanh chóng để đáp ứng các cơ hội thị trường và nói chung là đầu tư vào các hoạt động tiếp thị để đáp ứng với các điều kiện thị trường thay đổi (Chakravarthy , 1982 , Lu và cộng sự, 2010). Ngoài ra, Ahn (2017) cho rằng khả năng thích ứng được vận hành thành ba chỉ số chung: thích ứng sản phẩm, thích ứng giá cả và phản ứng nhanh nhạy. Akgün, Keskin và Byrne (2012) đã sử dụng các chỉ số về khả năng thích ứng của hệ thống quản lý của Gibson và Birkinshaw (2004) , khả năng thích ứng với thị trường của Oktemgil và Greenley (1997) và khả năng thích ứng với công nghệ của Wong, Shaw và Sher (1998). Chryssochoidis và các tác giả (2016) đã sử dụng các chỉ số do Hughes, Hughes và Morgan (2007) tạo ra , đó là: khả năng thích ứng với những thay đổi của môi trường kinh doanh, phản ứng nhanh chóng và thỏa đáng trước những thay đổi của thị trường và môi trường, và phản ứng kịp thời với các cơ hội thị trường mới.

Năng lực quản trị rủi ro chuỗi cung ứng

Bằng cách kết hợp các định nghĩa khác nhau do những người khác phát triển (Christopher (1992), Hội đồng Chuyên gia Quản lý Chuỗi Cung ứng (www.cscmp.org), Ritchie và Brindley (2001), v.v.) định nghĩa quản lý chuỗi cung ứng là “việc quản lý các luồng nguyên vật liệu, thông tin và tài chính thông qua một mạng lưới các tổ chức (nhà cung cấp, nhà sản xuất, nhà cung cấp hậu cần, nhà bán buôn/nhà phân phối, nhà bán lẻ) nhằm mục đích sản xuất và cung cấp các sản phẩm hoặc dịch vụ cho người tiêu dùng”. Nó bao gồm sự phối hợp các quy trình và hoạt động giữa các chức năng khác nhau như tiếp thị, bán hàng, sản xuất, thiết kế sản phẩm, mua sắm, hậu cần, tài chính và công nghệ thông tin trong mạng lưới các tổ chức. Bằng cách kết hợp các định nghĩa được phát triển bởi những các nhà nghiên cứu trước đây, báo cáo này định nghĩa quản trị rủi ro chuỗi cung ứng là “*việc quản lý những nguy cơ và yếu tố tiêu cực tác động làm giảm hiệu suất của chuỗi cung ứng thông qua sự phối hợp hoặc hợp tác giữa các đối tác trong chuỗi cung ứng, đảm bảo lợi nhuận và tính liên tục.*”

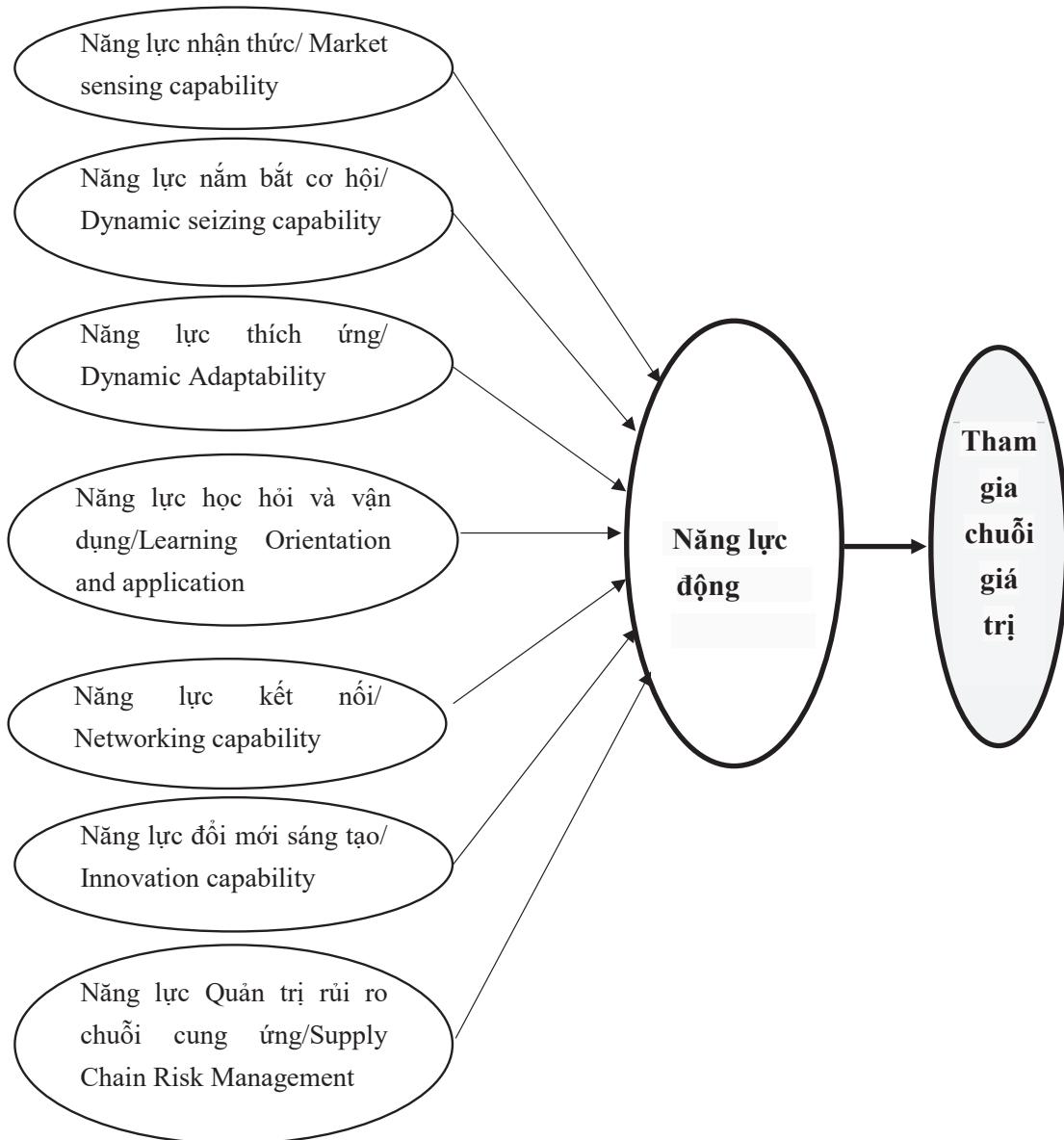
Nghiên cứu của McKinsey về quản trị rủi ro chuỗi cung ứng ở các nước Mỹ Latinh cho thấy, thách thức lớn nhất đối với các nhà quản lý doanh nghiệp các nước đang phát triển là làm thế nào giảm thiểu rủi ro trong mạng lưới cung ứng (Krishnan, Parente và Shulman, 2006). Một số nghiên cứu của Ketchen và Hult (2007), Wu và cộng sự (2006), Phạm và Phan (2012), Trần và Phạm (2009) cũng chỉ ra việc quản trị rủi ro chuỗi cung ứng cần có sự tổng hòa của nhiều yếu tố, trong đó ba yếu tố quan trọng là nguồn lực, quan hệ và hiệu suất vận hành doanh nghiệp

3.1.3. Đề xuất khung nghiên cứu năng lực động

Đề xuất khung nghiên cứu

Như vậy, qua nghiên cứu tổng quan và cơ sở lý luận, có thể thấy năng lực động đã được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm và ngày càng bổ sung hoàn thiện các nội hàm cấu thành của năng lực động. Có thể tổng hợp các cấu thành của năng lực động và mối quan hệ với khả năng tham gia chuỗi giá trị như hình sau:

Hình 44. Cấu thành của năng lực động



Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu

Đề xuất tiêu chí đánh giá

Các nhà nghiên cứu cũng sử dụng khoảng gần 180 tiêu chí để đo lường các thành phần cấu thành nên năng lực động/năng lực đổi mới sáng tạo và kết nối mạng lưới. Trong nghiên cứu này, khái niệm năng lực động sẽ bao hàm cả năng lực đổi mới và kết nối mạng lưới. Hơn nữa, để phù hợp với bối cảnh của Việt Nam cũng khung khổ nghiên cứu, dựa trên khung cấu thành năng lực động nêu trên và các tiêu chí đánh giá, nhóm nghiên cứu đề xuất Khung đánh giá năng lực động cho các doanh nghiệp Việt Nam gồm các thành phần và tiêu chí như bảng sau:

Bảng 3. Đề xuất Khung đánh giá năng lực động của doanh nghiệp tại Việt Nam

Thành phần	Chỉ số/Thang đo	Nghiên cứu
Năng lực nhận thức /Market sensing capability	Nhận thức về ảnh hưởng của những thay đổi trong môi trường kinh doanh của doanh nghiệp đối với khách hàng	Zahra & George, 2002
	Nhận thức về rà soát môi trường để tìm kiếm các cơ hội kinh doanh mới	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Nhận thức về cơ hội và mối đe dọa trong chuỗi cung ứng	De Moura & cộng sự, 2021
	Nhận thức về sự thay đổi trong nhu cầu khách hàng	De Moura & cộng sự, 2021
	Nhận thức về nỗ lực phát triển sản phẩm để đảm bảo phù hợp với mong muốn của khách hàng	Day, 1994
	Nhận thức về các hoạt động của đối thủ cạnh tranh.	Kump và các cộng sự, 2019
	Nhận thức về quản trị thông tin trong chuỗi cung ứng	De Moura & cộng sự, 2021
	Nhận thức về triển khai các ý tưởng sản phẩm mới và cải tiến các sản phẩm hiện có của doanh nghiệp	Jaworski & Kohli, 1993
Năng lực nắm bắt cơ hội/ Dynamic seizing capability	Khả năng đưa ra quyết định kịp thời và nhanh chóng để giải quyết các vấn đề trong chuỗi cung ứng	De Moura & cộng sự, 2021
	Năng lực đáp độ tin cậy trong việc cung cấp sản phẩm/dịch vụ	De Moura & cộng sự, 2021
	Năng lực giảm thời gian thực hiện sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ để đáp ứng nhu cầu khách hàng	De Moura & cộng sự, 2021
	Năng lực hành động nhanh chóng để nắm bắt cơ hội mới/hoặc đang được hình thành	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Năng lực đầu tư linh hoạt cho các dự án mới nổi/tiềm năng	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Năng lực cung cấp và điều chỉnh sản phẩm dịch vụ phù hợp nhu cầu khách hàng	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Năng lực phản ứng với sự tăng/giảm của nhu cầu một cách nhanh chóng	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Năng lực điều chỉnh cơ cấu sản phẩm đáp ứng thị trường	Wei Jiang & cộng sự, 2020

Năng lực nhận thức / Market sensing capability	Nhận thức về ảnh hưởng của những thay đổi trong môi trường kinh doanh của doanh nghiệp đối với khách hàng	Zahra & George, 2002
	Nhận thức về rà soát môi trường để tìm kiếm các cơ hội kinh doanh mới	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Nhận thức về cơ hội và mối đe dọa trong chuỗi cung ứng	De Moura & cộng sự, 2021
	Nhận thức về sự thay đổi trong nhu cầu khách hàng	De Moura & cộng sự, 2021
	Nhận thức về nỗ lực phát triển sản phẩm để đảm bảo phù hợp với mong muốn của khách hàng	Day, 1994
	Nhận thức về các hoạt động của đối thủ cạnh tranh.	Kump và các cộng sự, 2019
	Nhận thức về quản trị thông tin trong chuỗi cung ứng	De Moura & cộng sự, 2021
	Nhận thức về triển khai các ý tưởng sản phẩm mới và cải tiến các sản phẩm hiện có của doanh nghiệp	Jaworski & Kohli, 1993
Năng lực nắm bắt cơ hội/ Dynamic seizing capability	Khả năng đưa ra quyết định kịp thời và nhanh chóng để giải quyết các vấn đề trong chuỗi cung ứng	De Moura & cộng sự, 2021
	Năng lực đáp độ tin cậy trong việc cung cấp sản phẩm/dịch vụ	De Moura & cộng sự, 2021
	Năng lực giảm thời gian thực hiện sản xuất hoặc cung cấp dịch vụ để đáp ứng nhu cầu khách hàng	De Moura & cộng sự, 2021
	Năng lực hành động nhanh chóng để nắm bắt cơ hội mới/hoặc đang được hình thành	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Năng lực đầu tư linh hoạt cho các dự án mới nổi/tiềm năng	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Năng lực cung cấp và điều chỉnh sản phẩm dịch vụ phù hợp nhu cầu khách hàng	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Năng lực phản ứng với sự tăng/giảm của nhu cầu một cách nhanh chóng	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Năng lực điều chỉnh cơ cấu sản phẩm đáp ứng thị trường	Wei Jiang & cộng sự, 2020

Năng lực thích ứng/ Dynamic Adaptability	Khả năng sử dụng có hiệu quả các biện pháp ứng phó với sự biến động trên thị trường	De Moura & cộng sự, 2021
	Khả năng đánh giá và phản ứng đối với sự thay đổi về chiến lược kinh doanh của đối thủ cạnh tranh	De Moura & cộng sự, 2021
	Khả năng điều chỉnh và phân phối lại kỹ năng đáp ứng nhu cầu chuỗi cung ứng	De Moura & cộng sự, 2021
	Khả năng kết hợp nguồn lực hiện có thành lợi thế cạnh tranh mới để tham gia chuỗi cung ứng	De Moura & cộng sự, 2021
	Khả năng tái phối hợp nguồn lực để thực hiện với các mục tiêu được điều chỉnh	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Khả năng xác định được các thị trường hoặc cơ sở cung ứng mới trên toàn cầu	Aslam & cộng sự, 2020
	Khả năng xác định vị thế của sản phẩm của doanh nghiệp về mặt vòng đời công nghệ và vòng đời sản phẩm	Aslam & cộng sự, 2020
Năng lực học hỏi và vận dụng/Learning Orientation and application	Khả năng phát triển liên tục và cấu trúc lại các tài sản có giá trị	Augier và Teece, 2008
	Cam kết học hỏi	
	Đánh giá cao tầm quan trọng của học tập đối với nâng cao lợi thế cạnh tranh và thúc đẩy phát triển tổ chức	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Coi chi trả cho việc học tập của người lao động là khoản đầu tư, không phải chi phí	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Chia sẻ tầm nhìn	
	Lãnh đạo chia sẻ tầm nhìn của tổ chức cho nhân viên bộ phận mình	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Toàn bộ nhân viên cam kết thực hiện các mục tiêu của tổ chức	Wei Jiang & cộng sự, 2020
Thái độ cởi mở		
	Đánh giá cao nhân viên/người lao động có thái độ cởi mở	Wei Jiang & cộng sự, 2020
	Người lao động được khích lệ đóng góp các ý tưởng, ý kiến cải tiến công việc	Wei Jiang & cộng sự, 2020

<i>Nội dung và phương thức học hỏi</i>		
Năng lực kết nối/ Networking capability	Liên tục học hỏi các cách thức vận hành và phục vụ khách hàng/đối tác tốt hơn	Wei Jiang & cộng sự , 2020
	Chia sẻ học hỏi/hiểu biết về thị trường và khách hàng giữa các đối tác trong chuỗi cung ứng	Wei Jiang & cộng sự , 2020
	Có các phương thức thích hợp để đồng bộ hóa thông tin và kiến thức mới	Zahra & George, 2002
	Có hiệu quả trong việc sử dụng kiến thức vào các sản phẩm mới	Zahra & George, 2002
Năng lực chủ động/ Proactive capability	<i>Độ rộng của quan hệ hợp tác</i>	
	Đảm bảo xây dựng và định kỳ cập nhật cơ sở dữ liệu hồ sơ khách hàng	Wei Jiang & cộng sự , 2020
	Năng lực chủ động tìm kiếm cơ hội hợp tác mới	Wei Jiang & cộng sự , 2020
	Năng lực duy trì và phát triển mạng lưới đối tác đa dạng thuộc nhiều lĩnh vực	Wei Jiang & cộng sự , 2020
	<i>Độ sâu của quan hệ hợp tác</i>	
	Đảm bảo thiết lập được các mối quan hệ tin cậy với đối tác	Wei Jiang & cộng sự , 2020
	Khả năng tiếp cận, trao đổi và khai thác các nguồn lực chuyên biệt của đối tác	Wei Jiang & cộng sự , 2020
	Năng lực trao đổi nguồn lực thường xuyên với các đối tác	Wei Jiang & cộng sự , 2020
	<i>Năng lực thấu hiểu đối tác</i>	
	Khả năng tìm hiểu những cách tốt hơn để vận hành kết nối với nhà cung cấp và khách hàng, loại bỏ công ty trung gian	Wei Jiang & cộng sự , 2020
Năng lực đổi mới sáng tạo/ Innovative capability	Khả năng thay đổi hành vi và quy trình một cách thích hợp nhờ hiểu biết về khách hàng	Wei Jiang & cộng sự , 2020
	Việc tạo ra các đổi mới là một yếu tố quan trọng trong chiến lược doanh nghiệp	Quinn, 1988
	Nhân viên của doanh nghiệp phát hiện ra sai sót càng sớm, phần thưởng càng cao	Manso, 2011
	Các bộ phận phát triển sản phẩm của doanh nghiệp thường xuyên hợp tác với các cơ sở bên ngoài để chia sẻ kiến thức	Schmidt, 2012
Năng lực đổi mới sáng tạo/ Innovative capability	Doanh nghiệp sẵn sàng chấp nhận rủi ro để tạo ra những ý tưởng và sáng kiến mới	Prather & Gundry, 1995

	Phòng/ban phát triển sản phẩm được đặc trưng bởi hệ thống phân cấp phẳng giúp nhân viên ở bất kỳ cấp nào cũng được khuyến khích để xuất ý tưởng mới và thực hiện	Pavlou và El Sawy, 2011
	Phòng/ban chuyên phụ trách về đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp hoạt động luôn hiệu quả	Pavlou và El Sawy, 2011
	Người lao động trong doanh nghiệp được khuyến khích đưa ra các ý tưởng đổi mới	Pavlou và El Sawy, 2011
Năng lực quản trị rủi ro chuỗi cung ứng /Supply Chain Risk Management Capability	Khả năng phối hợp với khách hàng và nhà cung cấp để chia sẻ cởi mở các thông tin liên quan đến rủi ro trong chuỗi cung ứng	Wagner and Bode, 2008
	Năng lực xây dựng các kế hoạch kinh doanh liên tục hoặc dự phòng để đối phó với các rủi ro trong chuỗi cung ứng	Wagner and Bode, 2008
	Thường xuyên theo dõi nguồn cung cấp để nắm được các rủi ro có thể xảy ra trong chuỗi cung ứng	Wagner and Bode, 2008
	Có biện pháp giảm thiểu rủi ro từ phía cầu nhờ những đưa ra khác biệt sản phẩm mới nhất	Wagner and Bode, 2008

Nguồn: Tổng hợp của nhóm nghiên cứu

3.2. THỰC TRẠNG NĂNG LỰC ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP VIỆT NAM

3.2.1. Đánh giá chung về năng lực động của doanh nghiệp

Kết quả khảo sát 400 doanh nghiệp trong phạm vi cả nước cho thấy, nhìn chung năng lực động của doanh nghiệp là khả quan với hầu hết các tiêu chí thuộc 7 nhóm trong khung đánh giá năng lực động của doanh nghiệp theo thang điểm 5 Likert 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. Theo điểm trung vị, có thể thấy năng lực đổi mới sáng tạo và năng lực thích ứng có mức điểm thấp hơn so với 5 năng lực còn lại, lần lượt 3,46 điểm và 3,49 điểm. Ở chiều ngược lại, năng lực học hỏi và vận dụng được các doanh nghiệp tự đánh giá ở mức cao nhất với điểm trung vị 3,70 điểm.

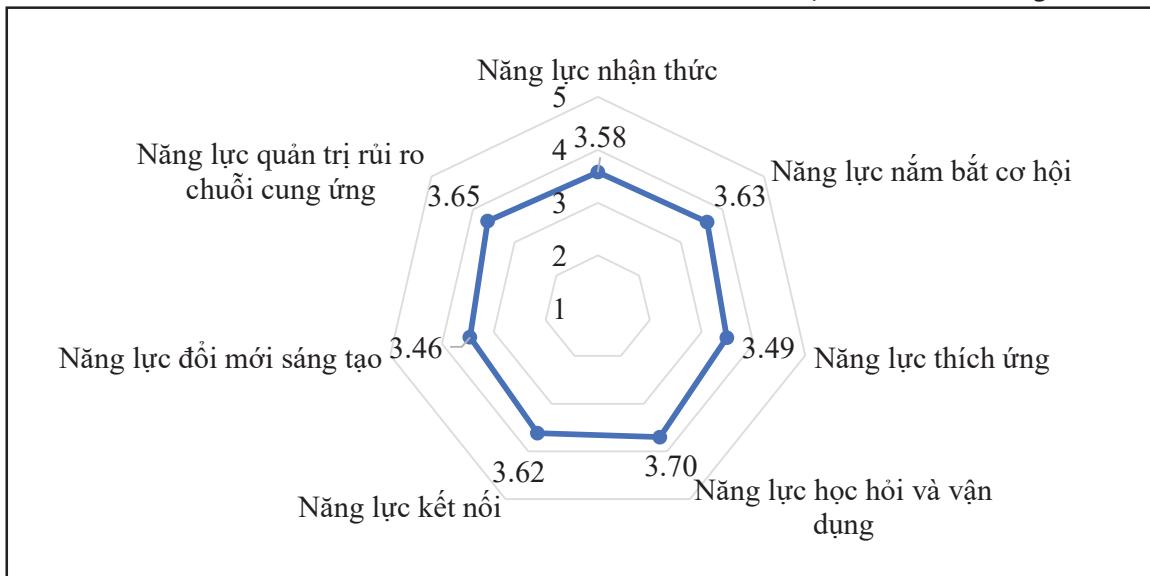
Phân theo quy mô doanh nghiệp theo lao động, có thể thấy quy mô doanh nghiệp tỷ lệ thuận với năng lực động của doanh nghiệp khi kết quả nghiên cứu cho thấy doanh nghiệp lớn có kết quả trội hơn doanh nghiệp vừa và nhỏ trong tất cả 7 nhóm năng lực trong khung nghiên cứu năng lực động của doanh nghiệp.

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. Nguyên nhân có thể bởi khu vực FDI có nhiều doanh nghiệp tham gia vào khâu gia công, chế tạo nên hàm lượng về đổi mới sáng tạo trong sản phẩm, dịch vụ không bằng khu vực tư nhân. Tuy nhiên, khu vực doanh

nghiệp FDI vẫn có nguồn lực vượt trội nên 6 nhóm năng lực còn lại đều cao hơn tương đối so với khu vực doanh nghiệp tư nhân.

Hình 45. Tổng hợp chung về năng lực động của doanh nghiệp

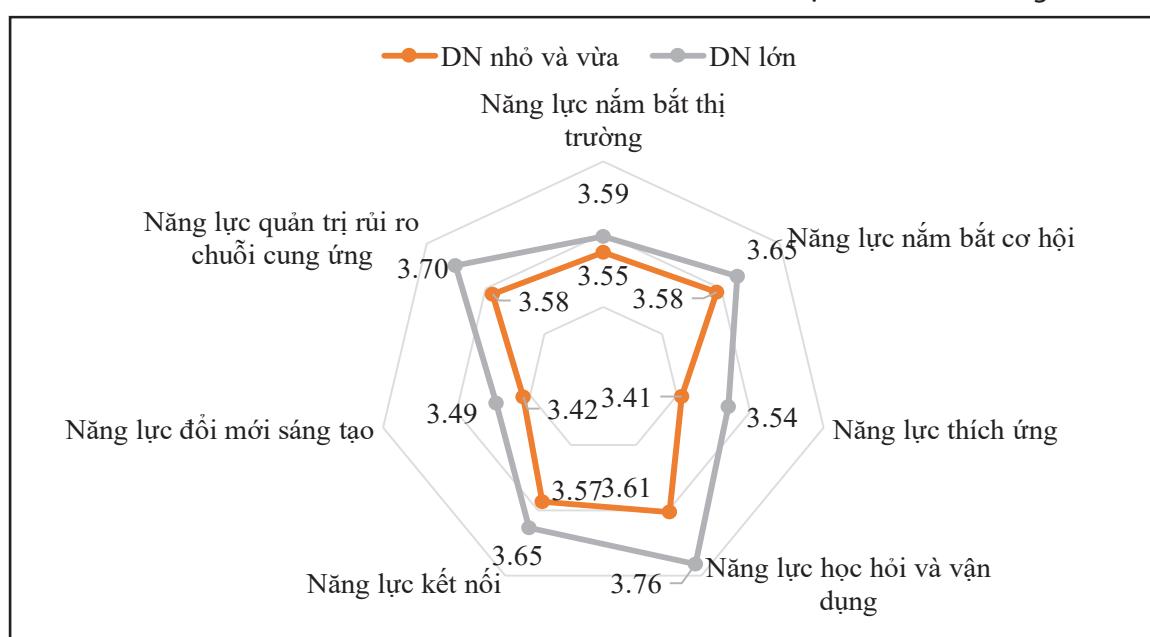
Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Hình 46. Tổng hợp chung về năng lực động của doanh nghiệp, so sánh theo quy mô doanh nghiệp

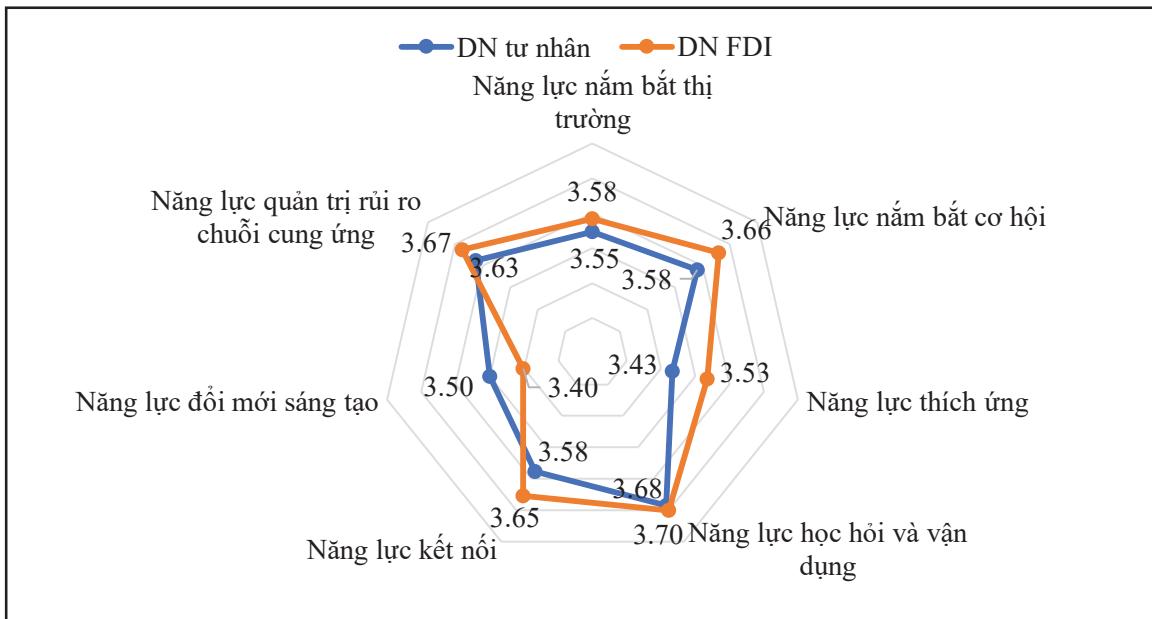
Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Hình 47. Tổng hợp chung về năng lực động của doanh nghiệp, so sánh theo loại hình doanh nghiệp

Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

3.2.2. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực nhận thức

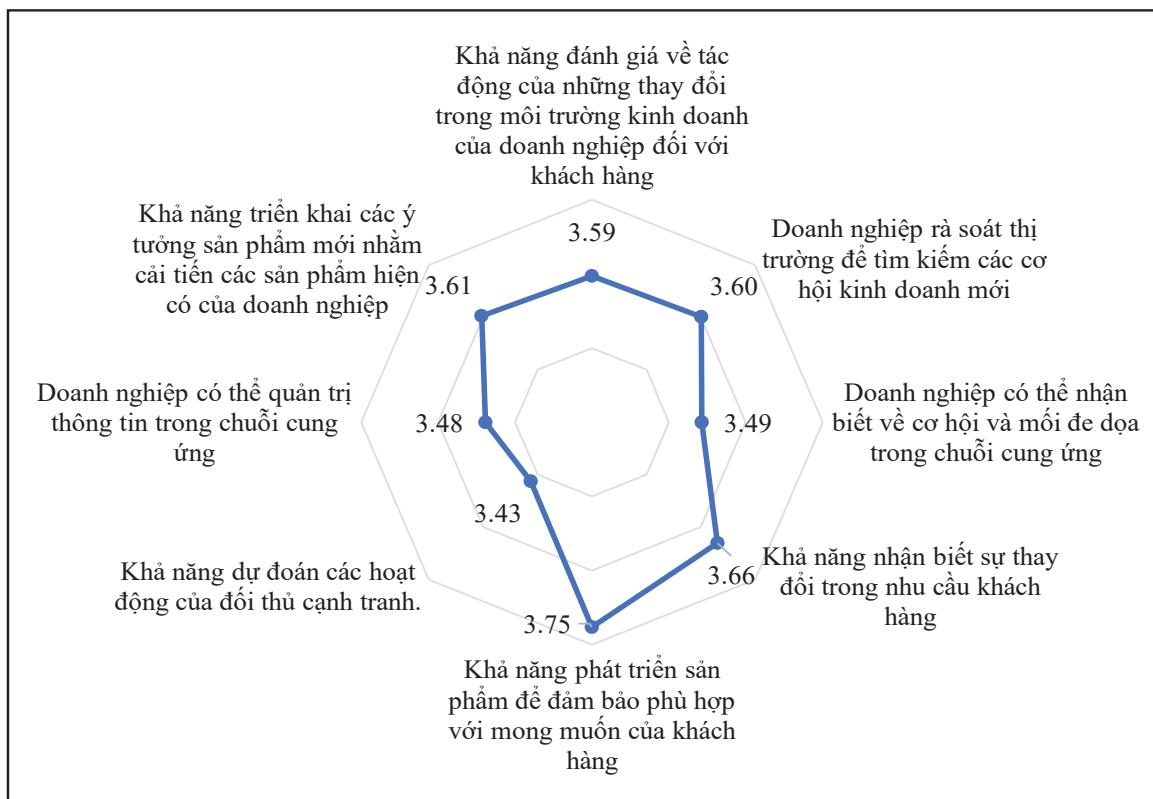
Kết quả khảo sát cho thấy phần lớn doanh nghiệp tham gia khảo sát tự đánh giá năng lực nhận thức của doanh nghiệp ở mức tốt khi theo thang điểm 5 Likert thì các tiêu chí dao động từ 3,43 đến 3,75 điểm, cho thấy các doanh nghiệp hầu hết tự đánh giá ở mức trung bình (3) và tốt (4), trong đó mức tự đánh giá tốt là trội hơn. Trong đó, tiêu chí "Khả năng phát triển sản phẩm để đảm bảo phù hợp với mong muốn của khách hàng" có số điểm cao nhất là 3,75 điểm, theo tỷ lệ % thì đây là tiêu chí có mức tự đánh giá "tốt" và "rất tốt" là cao nhất so với các tiêu chí còn lại với lần lượt 61,9% và 6,9%.

Như vậy, trong năng lực nhận thức, phần lớn doanh nghiệp đều tự đánh giá khả năng cao nhất là về sản phẩm của doanh nghiệp phù hợp với mong muốn của khách hàng, điều này hợp lý bởi với nhu cầu thường thay đổi nhanh chóng của khách hàng thì sản phẩm của doanh nghiệp cũng luôn phải phát triển để theo kịp. Tiếp theo là "Khả năng nhận biết sự thay đổi trong nhu cầu khách hàng"; "Khả năng triển khai các ý tưởng sản phẩm mới nhằm cải tiến các sản phẩm hiện có của doanh nghiệp" và "Doanh nghiệp rà soát thị trường để tìm kiếm các cơ hội kinh doanh mới" với số điểm lần lượt là 3,66; 3,61 và 3,6 điểm. Ở chiều ngược lại, "Khả năng dự đoán các hoạt động của đối thủ cạnh tranh"; "Doanh nghiệp có thể quản trị thông tin trong chuỗi cung ứng" và "Doanh nghiệp có thể nhận biết về cơ hội và mối đe dọa trong chuỗi cung ứng" là ba tiêu chí có số điểm thấp hơn tương đối so với các tiêu chí còn lại, lần lượt đạt 3,43; 3,48 và 3,49 điểm. Điều này cho

thấy một số doanh nghiệp gặp vấn đề về khả năng nhận biết, quản trị trong chuỗi cung ứng cũng như khó dự đoán được đối thủ cạnh tranh. Hầu như không có doanh nghiệp nào tự đánh giá các tiêu chí về năng lực nhận thức ở mức “rất kém” và chỉ có tỷ lệ nhỏ dao động từ 1% đến 3,6% đánh giá ở mức kém.

Hình 48. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực nhận thức

Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5



92

Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

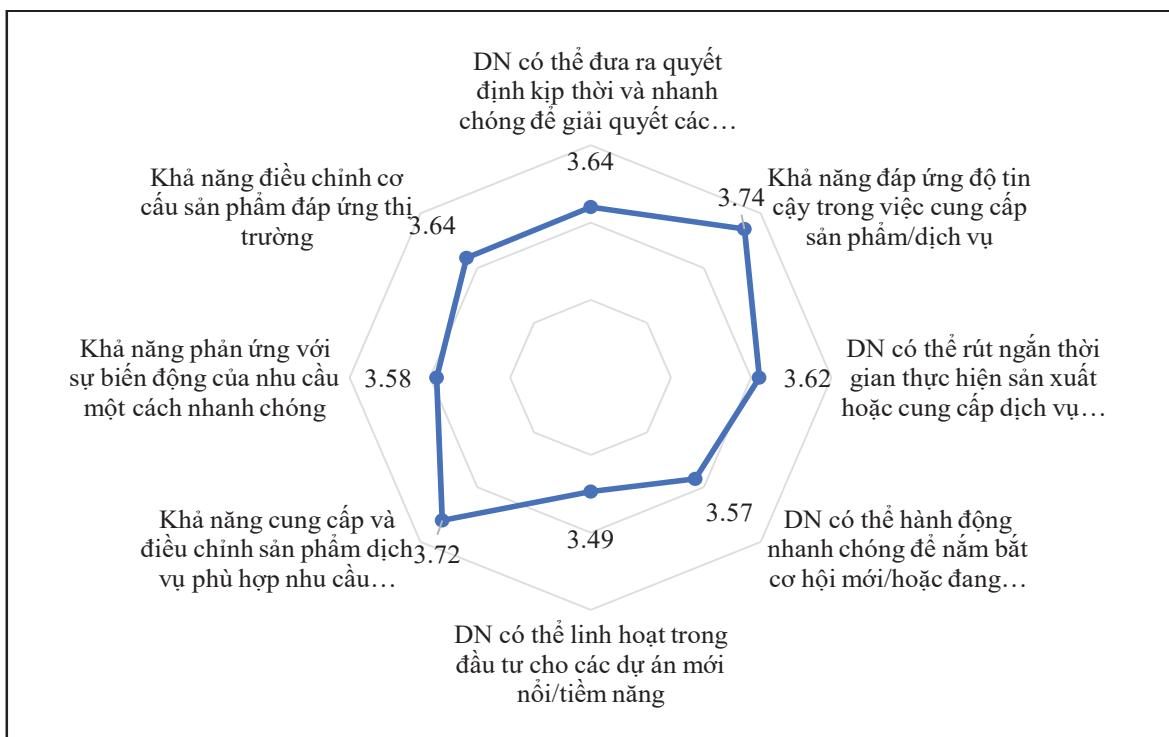
3.2.3. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực nắm bắt cơ hội

Doanh nghiệp tham gia khảo sát tự đánh giá các tiêu chí thuộc năng lực nắm bắt cơ hội ở mức khá cao khi chỉ có tiêu chí “DN có thể linh hoạt trong đầu tư cho các dự án mới nổi/tiềm năng” đạt điểm trung vị theo thang điểm 5 Likert là 3,49 điểm; các tiêu chí còn lại đều ở mức điểm từ 3,58 tới 3,74 điểm.

Trong đó, “Khả năng đáp ứng độ tin cậy trong việc cung cấp sản phẩm/dịch vụ” và “Khả năng cung cấp và điều chỉnh sản phẩm dịch vụ phù hợp nhu cầu khách hàng” là hai tiêu chí được các doanh nghiệp tự đánh giá ở mức cao nhất với lần lượt 3,74 điểm và 3,72 điểm. Như vậy, doanh nghiệp tự tin nhất trong cung cấp, đảm bảo độ tin cậy trong cung cấp cũng như điều chỉnh theo nhu cầu khách hàng và gặp khó khăn hơn trong đầu tư các dự án mới nổi/đầu tư, có thể do quy trình đánh giá để đưa ra quyết định đầu tư mất nhiều

thời gian và chi phí hơn. Hầu như không có doanh nghiệp nào tự đánh giá các tiêu chí về năng lực nắm bắt cơ hội ở mức “rất kém” và chỉ có tỷ lệ dao động nhỏ dao động từ 0,7% đến 3% đánh giá ở mức kém. Tuy vậy, cũng không nhiều doanh nghiệp tự đánh giá ở mức “rất tốt” và cũng có một tỷ lệ tương đối các doanh nghiệp tự đánh giá các tiêu chí về năng lực nắm bắt thị trường ở mức trung bình, dao động từ 28,8% đến 47,5%.

Hình 49. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực nắm bắt cơ hội



Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5

Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

3.2.4. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực thích ứng

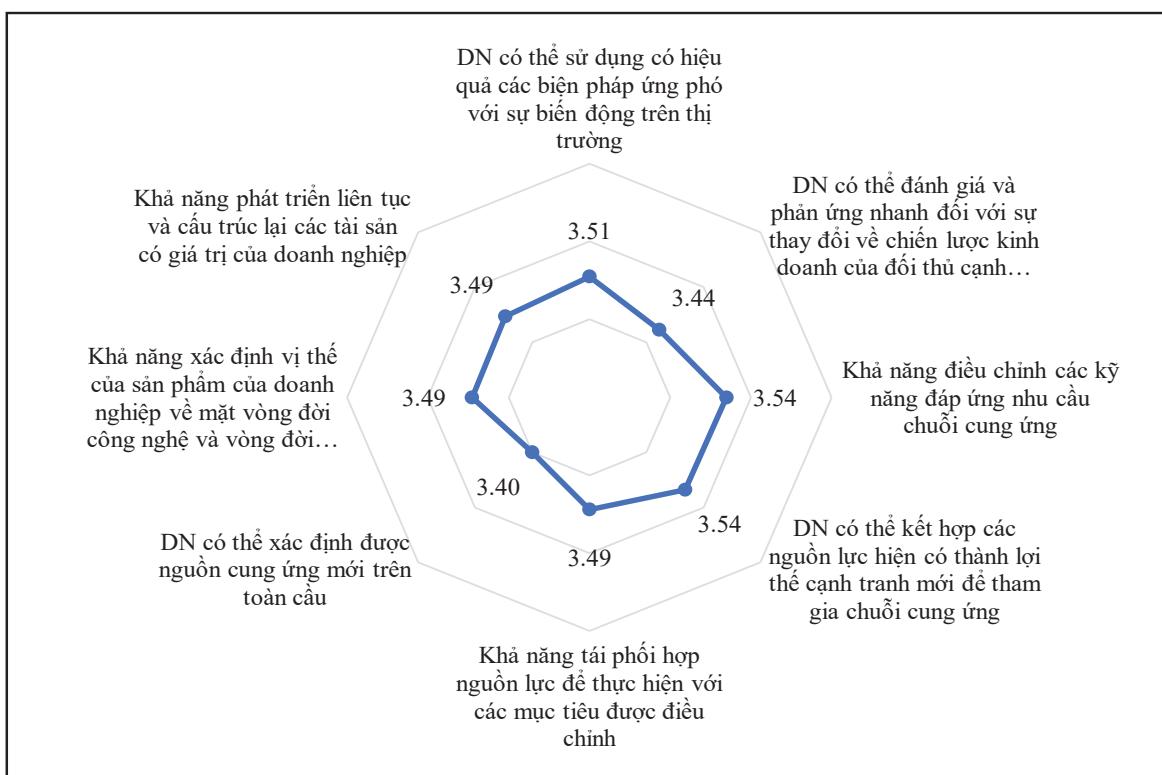
Đối với năng lực thích ứng, có thể thấy doanh nghiệp tự đánh giá các tiêu chí theo thang điểm 5 Likert là tương đối thấp so với các năng lực còn lại, dao động chỉ từ 3,40 đến 3,54 điểm.

Như vậy, nhìn chung năng lực thích ứng của doanh nghiệp còn tồn tại nhiều vấn đề, trong đó “DN có thể xác định được nguồn cung ứng mới trên toàn cầu” được nhiều doanh nghiệp đánh giá gặp khó khăn nhất, với 3,4 điểm. Điều này chủ yếu do tác động tiêu cực của Covid 19 đến chuỗi cung ứng toàn cầu, trong đó có Việt Nam, đã khiến một số doanh nghiệp gặp khó khăn trong duy trì nguồn cung cũ cũng như tìm kiếm nguồn cung mới thay thế. “Khả năng điều chỉnh các kỹ năng đáp ứng nhu cầu chuỗi cung ứng” và “DN có thể kết hợp các nguồn lực hiện có thành lợi thế cạnh tranh mới để tham gia chuỗi cung ứng” là hai tiêu chí có mức điểm cao nhất so với các tiêu chí còn lại, nhưng cũng chỉ đạt 3,54 điểm. Điều đó cho thấy, năng lực thích ứng được các doanh nghiệp tự đánh giá

ở mức thấp so với các tiêu chí còn lại, như vậy Nhà nước cần phải có những chính sách, chương trình nhằm hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực thích ứng, nhất là trong bối cảnh thế giới thay đổi khó lường gần đây do Covid 19 và gia tăng xung đột trên toàn cầu.

Hình 50. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực thích ứng

Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

3.2.5. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực học hỏi và vận dụng

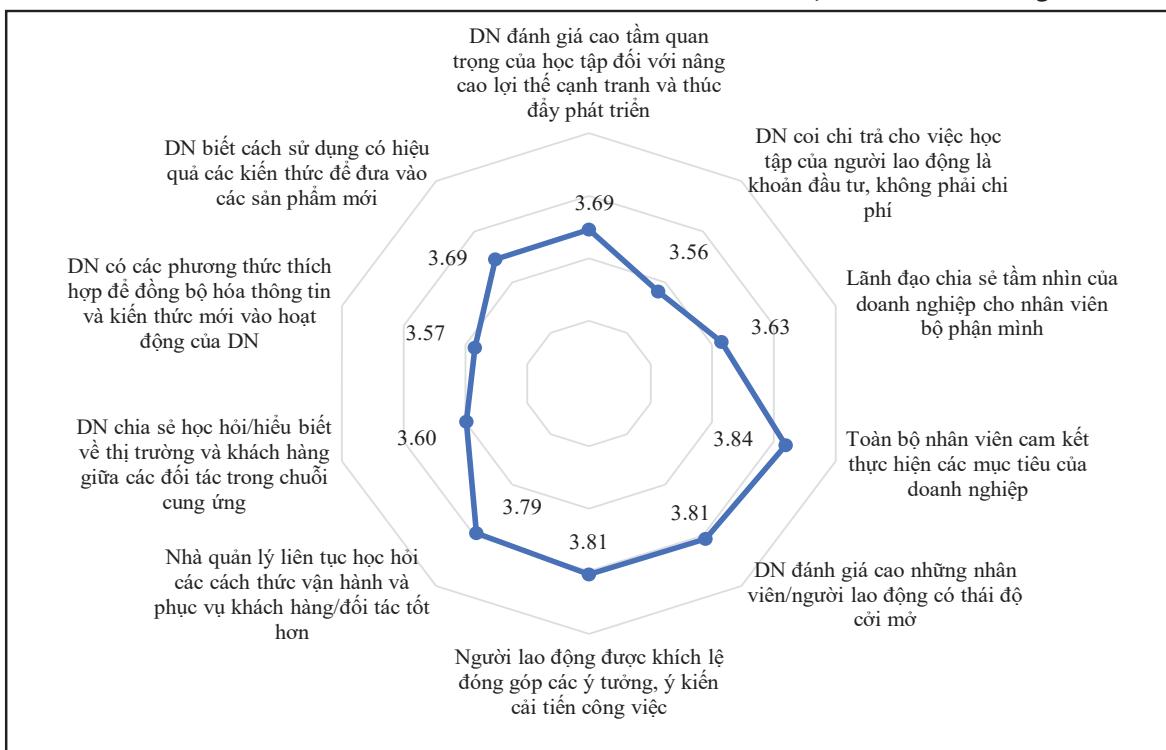
Trong các tiêu chí liên quan đến năng lực học hỏi và vận dụng, có thể thấy doanh nghiệp tự đánh giá ở mức cao hơn tương đối so với các năng lực còn lại với số điểm dao động từ 3,56 đến 3,84 điểm. Trong đó, “Toàn bộ nhân viên cam kết thực hiện các mục tiêu của doanh nghiệp” cao nhất với 3,84 điểm; tiếp theo là “Người lao động được khích lệ đóng góp các ý tưởng, ý kiến cải tiến công việc” và “DN đánh giá cao những nhân viên/người lao động có thái độ cởi mở” với cùng 3,81 điểm.

Như vậy, những tiêu chí liên quan người lao động trong cam kết với doanh nghiệp cũng như đóng góp ý tưởng mới, cởi mở với công việc được doanh nghiệp tự đánh giá ở mức tốt nhất so với các tiêu chí còn lại. Ở chiều ngược lại, “DN coi chi trả cho việc học tập của người lao động là khoản đầu tư, không phải chi phí” và “DN có các phương thức thích hợp để đồng bộ hóa thông tin và kiến thức mới vào hoạt động của DN” là hai tiêu chí có mức điểm thấp hơn tương đối các tiêu chí còn lại, lần lượt 3,56 và 3,57 điểm. Như

vậy, một số doanh nghiệp gặp vấn đề trong chi phí đào tạo cho người lao động cũng như có phương thức phù hợp trong tổng hợp, đồng bộ thông tin vào quá trình sản xuất kinh doanh.

Hình 51. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực học hỏi và vận dụng

Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

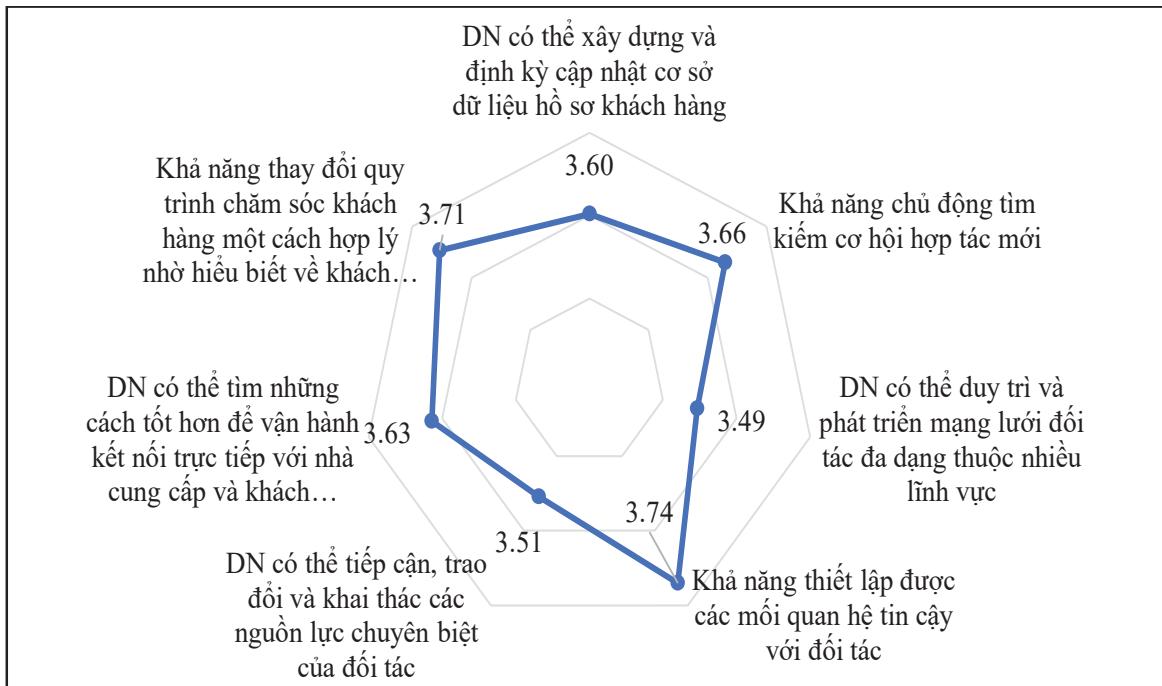
3.2.6. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực kết nối

Kết quả khảo sát cho thấy phần lớn doanh nghiệp tham gia khảo sát tự đánh giá năng lực nắm bắt kết nối của doanh nghiệp ở mức tốt khi chỉ có hai tiêu chí “DN có thể duy trì và phát triển mạng lưới đối tác đa dạng thuộc nhiều lĩnh vực” và “DN có thể tiếp cận, trao đổi và khai thác các nguồn lực chuyên biệt của đối tác” có điểm trung vị theo thang điểm Likert ở mức 3,49 và 3,51 điểm; các tiêu chí còn lại đều trên 3,6 điểm, dao động từ 3,60 đến 3,74 điểm.

Trong đó tiêu chí được các doanh nghiệp tự đánh giá cao nhất là “Khả năng thiết lập được các mối quan hệ tin cậy với đối tác” với 3,74 điểm; tiếp theo là “Khả năng thay đổi quy trình chăm sóc khách hàng một cách hợp lý nhờ hiểu biết về khách hàng” và “Khả năng chủ động tìm kiếm cơ hội hợp tác mới” với lần lượt 3,71 và 3,66 điểm. Hầu như không có doanh nghiệp nào tự đánh giá các tiêu chí về năng lực nắm bắt thị trường ở mức “rất kém” và chỉ có tỷ lệ nhỏ dao động từ 1% đến 4,3% tự đánh giá ở mức kém. Như vậy, trong năng lực kết nối, doanh nghiệp tự đánh giá cao hơn trong mối quan hệ tin cậy

với đối tác cũng như chăm sóc khách hàng và tìm kiếm cơ hội hợp tác mới, trong khi việc phát triển mạng lưới đối tác đa dạng và tiếp cận, trao đổi các nguồn lực chuyên biệt của đối tác là các vấn đề khó khăn hơn cho doanh nghiệp.

Hình 52. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực kết nối



Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5

Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

3.2.7. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực đổi mới sáng tạo

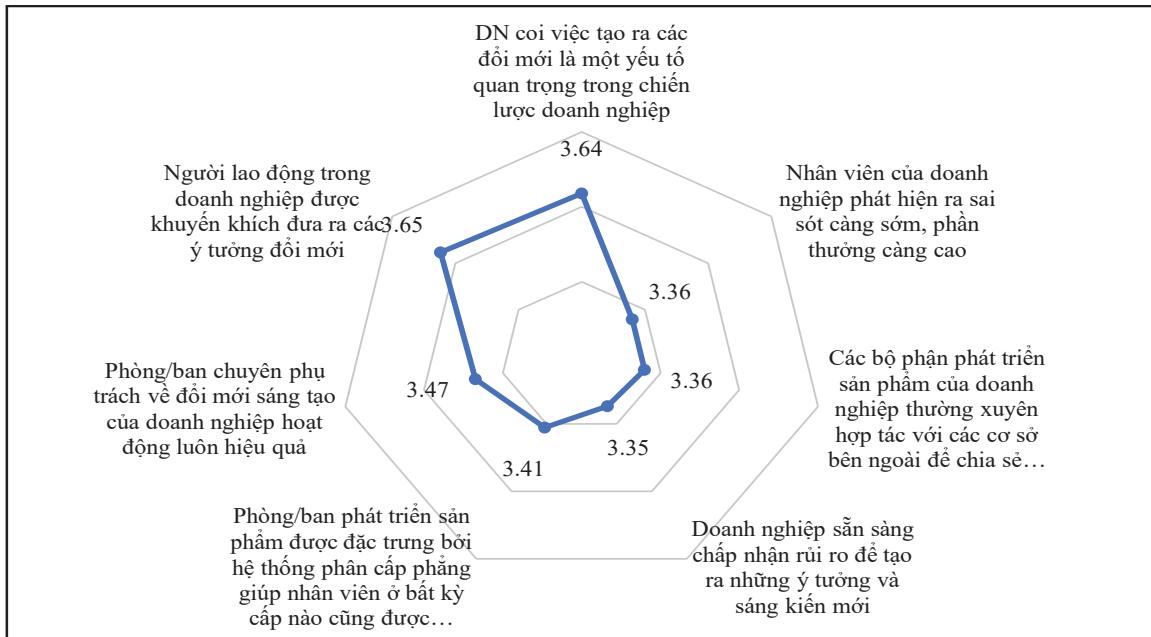
Trong các tiêu chí về năng lực đổi mới sáng tạo, có thể thấy doanh nghiệp tự đánh giá các tiêu chí theo thang điểm 5 Likert là tương đối thấp so với các năng lực còn lại. Trong đó, hai tiêu chí “DN coi việc tạo ra các đổi mới là một yếu tố quan trọng trong chiến lược doanh nghiệp” và “Người lao động trong doanh nghiệp được khuyến khích đưa ra các ý tưởng đổi mới” được các doanh nghiệp tự đánh giá ở mức cao nhất, lần lượt 3,64 và 3,65 điểm theo thang điểm 5 Likert.

Như vậy phần lớn các doanh nghiệp đều coi trọng đổi mới sáng tạo và khuyến khích người lao động đưa ra các sáng kiến đổi mới. Tuy vậy, khi đi vào triển khai thì nhiều doanh nghiệp gặp khó khăn, nhất là “Doanh nghiệp sẵn sàng chấp nhận rủi ro để tạo ra những ý tưởng và sáng kiến mới” với chỉ 3,35 điểm. Các tiêu chí còn lại thì đều được đánh giá ở mức tương đối thấp, chỉ từ 3,36 đến 3,47 điểm. Như vậy, mặc dù nhận thức được tầm quan trọng của đổi mới sáng tạo, nhưng một số doanh nghiệp gặp rào cản và lo ngại rủi

ro với sản phẩm dịch vụ mới cũng như hợp tác với các đối tác bên ngoài, có thể do vấn đề về chi phí hoặc bí mật kinh doanh của doanh nghiệp.

Hình 53. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực đổi mới sáng tạo

Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

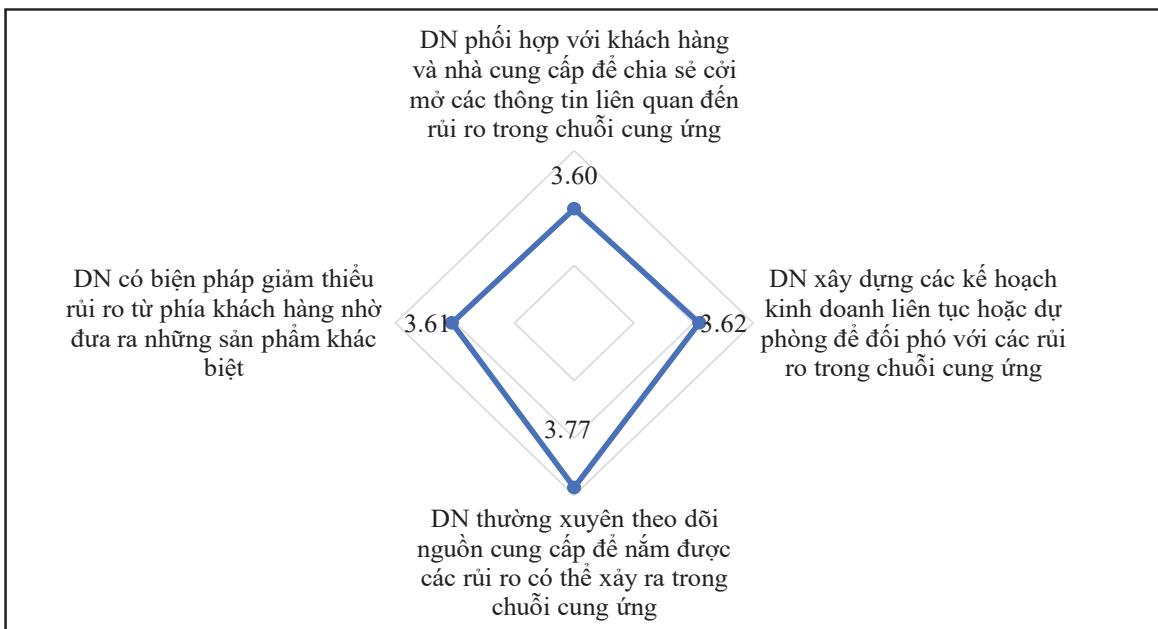
3.2.8. Đánh giá của doanh nghiệp về năng lực quản trị rủi ro chuỗi cung ứng

Nhìn chung, phần lớn các doanh nghiệp tham gia khảo sát đánh giá các tiêu chí thuộc quản trị rủi ro chuỗi cung ứng ở mức cao, với số điểm từ 3,6 đến 3,77 theo thang điểm 5 Likert. Trong đó cao nhất là "DN thường xuyên theo dõi nguồn cung cấp để nắm được các rủi ro có thể xảy ra trong chuỗi cung ứng" với 3,77 điểm do phần lớn doanh nghiệp đều lo ngại các vấn đề có thể xảy ra với nguồn cung, nhất là trong bối cảnh Covid 19 vừa qua cũng như xung đột quốc tế xảy ra gần đây.

Các tiêu chí còn lại liên quan đến kế hoạch kinh doanh dự phòng để đối phó rủi ro hay phối hợp với khách hàng và nhà cung cấp để chia sẻ thông tin liên quan đến rủi ro cũng được phần lớn doanh nghiệp tham gia khảo sát tự đánh giá ở mức tốt.

Hình 54. Doanh nghiệp tự đánh giá về năng lực quản trị rủi ro chuỗi cung ứng

Đơn vị: điểm, theo thang điểm 1-5



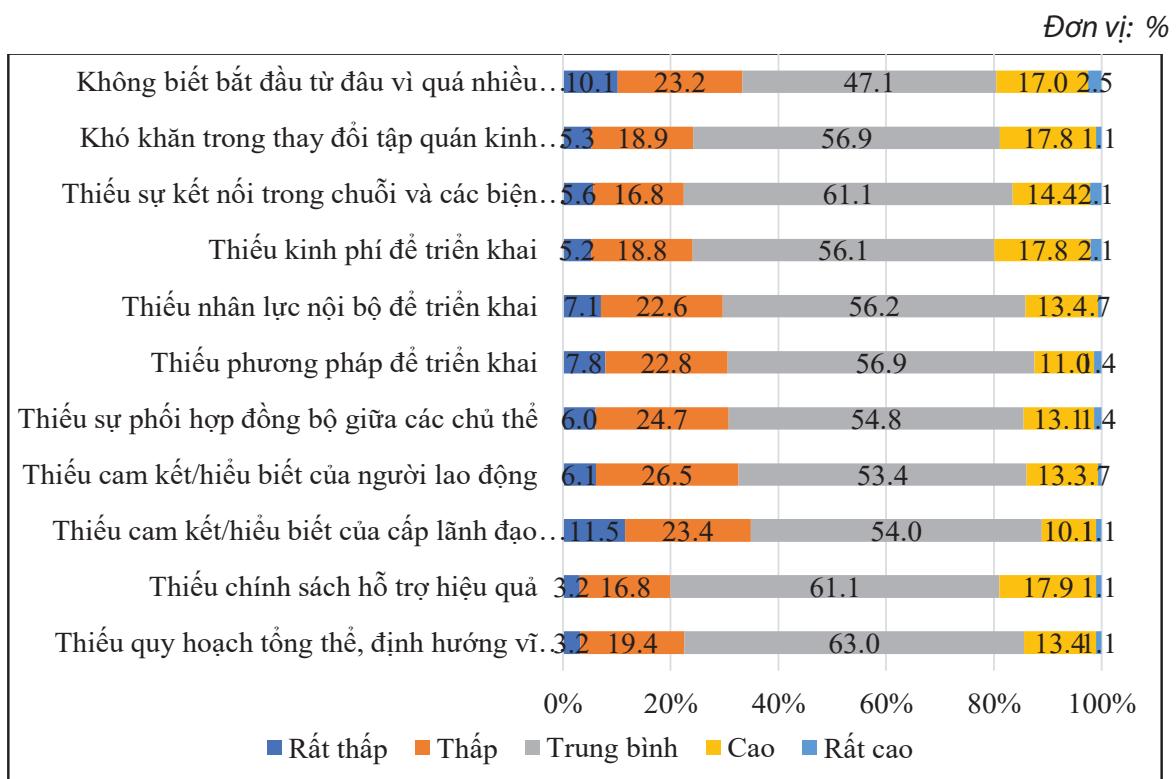
Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

3.2.9. Khó khăn của doanh nghiệp khi nâng cao năng lực động để tham gia chuỗi giá trị toàn cầu

Phần lớn các doanh nghiệp tham gia khảo sát đánh giá những khó khăn, thách thức doanh nghiệp gặp phải trong nâng cao năng lực để tham gia hiệu quả hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu thường chỉ ở mức trung bình, dao động từ 47,1% đến 63%.

Đồng thời, tổng tỷ lệ doanh nghiệp tự đánh giá ở mức “thấp” và “rất thấp” là nhiều hơn tương đối so với tổng tỷ lệ tự đánh giá ở mức “cao” và “rất cao”. Trong đó, tiêu biểu là “Thiếu cam kết/hiểu biết của cấp lãnh đạo doanh nghiệp” với tỷ lệ ở mức “thấp” là 23,4%, “rất thấp” là 11,5%; tổng tỷ lệ là 34,9%; cao hơn nhiều so với tỷ lệ ở mức “cao” là 10,1% và “rất cao” là 1,1%, tổng tỷ lệ là 11,2%. Như vậy, trong những khó khăn mà doanh nghiệp gặp phải khi nâng cao năng lực để tham gia hiệu quả hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu thì tiêu chí về thiếu hiểu biết/cam kết từ cấp lãnh đạo doanh nghiệp được các doanh nghiệp đánh giá là thấp nhất so với các tiêu chí còn lại. Ba tiêu chí tiếp theo cũng có sự chênh lệch lớn trong tổng tỷ lệ “thấp” và “rất thấp” so với “cao” và “rất cao” là “Thiếu cam kết/hiểu biết của người lao động”; “Thiếu phương pháp để triển khai” và “Thiếu sự phối hợp đồng bộ giữa các chủ thể” với chênh lệch lần lượt là 18,6%; 18,1% và 16,3%. Các tiêu chí còn lại cũng có sự chênh lệch nhưng không nhiều.

Hình 55. Những khó khăn, thách thức doanh nghiệp gặp phải trong nâng cao năng lực để tham gia hiệu quả hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

3.3. ĐỊNH VỊ DOANH NGHIỆP VIỆT NAM TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU

3.3.1. Tổng quan mức độ tham gia của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu

Kể từ khi tiến hành công cuộc Đổi mới năm 1986, Việt Nam đã từ một quốc gia nghèo nhất thế giới chuyển sang mô hình mở, nền kinh tế đi theo định hướng thị trường và từng bước hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế toàn cầu. Trên tiến trình ấy, Việt Nam đã đạt được một số các dấu mốc quan trọng như: (i) Ngày 28 tháng 7 năm 1995, Việt Nam gia nhập ASEAN với tư cách là thành viên thứ bảy; (ii) Ngày 11 tháng 1 năm 2007, Việt Nam trở thành thành viên thứ 150 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO); (iii) Cuối năm 2015, Cộng đồng Kinh tế ASEAN được thành lập theo thỏa thuận giữa các nước ASEAN trong đó có Việt Nam. Trong suốt những năm qua, tiến trình hội nhập kinh tế đã ghi nhận nhiều dấu ấn đậm nét, nổi bật là công tác đàm phán, ký kết các FTA và các nhiệm vụ liên quan đến công tác hội nhập kinh tế quốc tế. Hiện, Việt Nam đã đàm phán, ký kết và thực thi 17 FTA, đặc biệt các Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới gồm: Hiệp định Đổi tác toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), FTA giữa Việt Nam - EU (EVFTA), FTA giữa Việt Nam và Liên hiệp Vương quốc Anh và Bắc Ai-len (UKVFTA); và Hiệp định Đổi tác Kinh tế toàn diện khu vực (RCEP). Chính những FTA này đã tạo cơ sở vững chắc cho việc

tăng cường và thúc đẩy trao đổi thương mại - đầu tư song phương, cũng như tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế trong khu vực và trên toàn cầu.

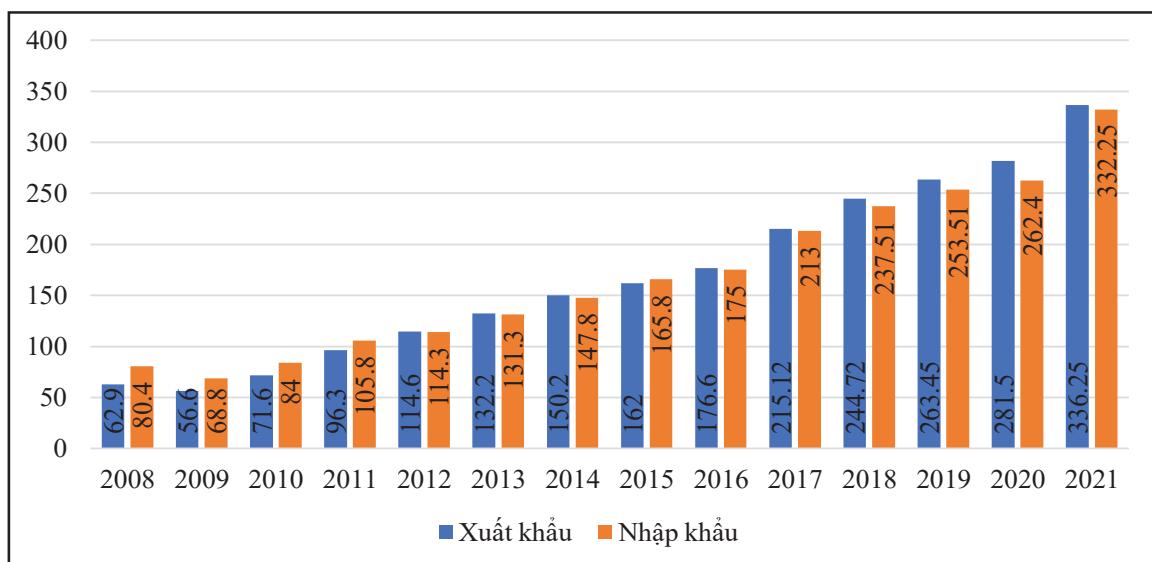
Trong hơn 30 năm, Việt Nam đã từng bước mở cửa nền kinh tế từ nền kinh tế đóng trở thành một trong những nền kinh tế hội nhập nhất thế giới. Trong báo cáo Rủi ro thương mại và đầu tư Việt Nam của Fitch Solutions cho quý III năm 2022, Việt Nam đạt 74,6 trên 100 điểm về độ mở kinh tế, cao hơn mức trung bình của châu Á là 46 và mức trung bình toàn cầu là 49,5 điểm. Trên toàn cầu, Việt Nam đứng thứ 20 trong số 201 thị trường được tổ chức này đánh giá. Fitch Solutions nhận xét Việt Nam đang nổi lên như một trung tâm sản xuất quan trọng ở khu vực Đông Nam Á, được hỗ trợ bởi nỗ lực tự do hóa kinh tế của Chính phủ và quá trình hội nhập vào chuỗi cung ứng toàn cầu, thông qua các hiệp định thương mại.

3.3.1.1. Thực trạng xuất, nhập khẩu

Việt Nam đã nỗ lực từng bước chuyển mình và duy trì vị thế là một nền kinh tế có năng lực xuất khẩu và nhập khẩu hàng đầu khu vực và thế giới. Trong giai đoạn 2016 - 2021, kinh tế thế giới có nhiều khó khăn, thách thức, ảnh hưởng mạnh mẽ đến hoạt động xuất nhập khẩu.

Hình 56. Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu Việt Nam giai đoạn 2008-2021

Đơn vị: Tỷ USD



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Xung đột thương mại Mỹ - Trung bắt đầu từ tháng 4 năm 2018 và diễn biến leo thang căng thẳng, cùng với đó là từ đầu năm 2020, dịch Covid-19 bùng phát đã cộng hưởng gây nên những tác động nặng nề đến kinh tế, thương mại toàn cầu, trong đó Việt Nam là một nền kinh tế có độ mở cao phải gánh chịu không ít thiệt hại. Tuy nhiên, trước bối cảnh giảm sút trong tổng cầu của kinh tế thế giới, hoạt động thương mại và đầu tư thế giới suy giảm, song xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam vẫn duy trì tốc độ tăng trưởng

dương hàng năm thể hiện sự nỗ lực rất lớn của Chính phủ, các Bộ, ngành và đặc biệt là cộng đồng doanh nghiệp. Hoạt động xuất nhập khẩu trong cả giai đoạn 2016-2021 đã đạt những kết quả tích cực, đáng khích lệ. Kim ngạch XNK bình quân hàng năm trong giai đoạn 2016-2021 đạt 252,94 tỷ USD/năm, tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm trong giai đoạn đạt 13,71%/năm. 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, cũng là năm thứ 6 liên tiếp Việt Nam ghi nhận trạng thái xuất siêu.

(i) Về xuất khẩu: Năm 2020 và 2021, trong bối cảnh kinh tế thế giới chịu ảnh hưởng nặng nề từ Covid-19, xuất khẩu của các nước trong khu vực đều giảm so với năm trước, xuất khẩu của Việt Nam vẫn đạt được mức tăng trưởng dương, kim ngạch xuất khẩu năm 2021 ước đạt gần 336,25 tỷ USD, tăng 19,45% so với năm 2020. Như vậy, kim ngạch xuất khẩu giai đoạn 2016 - 2021 tăng lên gần 2 lần, tốc độ tăng trưởng đạt bình quân 13,74%/năm, trong đó tăng trưởng xuất khẩu giai đoạn 2016 -2020 đạt trung bình khoảng 11,7%/năm, cao hơn mục tiêu 10% đề ra tại Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII.

Cơ cấu hàng hóa xuất khẩu tiếp tục cải thiện theo chiều hướng tích cực, giảm hàm lượng xuất khẩu thô, tăng xuất khẩu sản phẩm chế biến, sản phẩm công nghiệp, phù hợp với lộ trình thực hiện Chiến lược phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011 - 2020, định hướng đến năm 2030, tạo điều kiện cho hàng hóa Việt Nam tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu. Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, trong giai đoạn 2016 – 2020, kim ngạch xuất khẩu máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng khác của Việt Nam tăng mạnh, với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 28,1%/ năm.

Thị trường xuất khẩu, nhập khẩu được mở rộng, không chỉ tăng cường ở các thị trường truyền thống mà còn khai thác được các thị trường mới, tiềm năng và tận dụng hiệu quả các FTA. Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đã vươn tới hầu hết các thị trường trên thế giới, nhiều sản phẩm đã dần có chỗ đứng vững chắc và nâng cao được khả năng cạnh tranh trên nhiều thị trường có yêu cầu cao về chất lượng như EU, Nhật Bản, Mỹ, Úc...

(ii) Về nhập khẩu: Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đã tăng từ 174,8 tỷ USD năm 2016 lên 262,4 tỷ USD năm 2020 và đạt khoảng 332,25 tỷ USD vào năm 2021, tăng 26,6%. Tăng trưởng nhập khẩu giai đoạn 2016-2021 đạt trung bình 13,68%/năm.

Về cơ cấu mặt hàng nhập khẩu: Kiểm soát nhập khẩu được thực hiện tốt. Theo đó, nhóm hàng cần hạn chế nhập khẩu đã tăng trưởng chậm lại. Nhập khẩu tập trung chủ yếu ở nhóm hàng cần thiết phục vụ sản xuất, xuất khẩu và phục vụ các dự án đầu tư trong nước. Nhập khẩu của nhóm hàng hóa phục vụ sản xuất để xuất khẩu và hàng hóa thiết yếu luôn chiếm gần 89%; nhập khẩu của nhóm hàng không khuyến khích nhập khẩu chỉ chiếm dưới 6,27%.

(iii) Cán cân thương mại: Cán cân thương mại hàng hóa đạt thặng dư trong toàn bộ thời kỳ 2016 - 2021 với mức xuất siêu năm sau tăng cao hơn năm trước, qua đó đóng góp lớn vào tăng trưởng GDP, tạo công ăn việc làm, tiêu thụ hàng hóa, đặc biệt là nông sản hàng hóa cho người nông dân. Xuất siêu giúp nâng cao dự trữ ngoại hối, ổn định tỷ giá

và ổn định kinh tế vĩ mô. Năm 2020, xuất siêu ghi nhận mức kỷ lục gần 19,1 tỷ USD. Mức thặng dư năm 2020 cao hơn mức thặng dư năm 2019 (10,87 tỷ USD), cao hơn mức thặng dư năm 2018 (6,83 tỷ USD), gấp hơn 9 lần so với mức thặng dư năm 2017 (2,11 tỷ USD) và gấp gần 11 lần so với mức thặng dư năm 2016 (1,78 tỷ USD).

Tuy nhiên, theo báo cáo của Bộ Công thương, mặc dù đạt được nhiều thành tích nhưng hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam vẫn còn có nhiều điểm yếu cần phải cải thiện. Cụ thể:

- Một số ngành trong nhiều năm là động lực tăng trưởng xuất khẩu như sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học, đặc biệt là điện thoại di động không còn duy trì được tốc độ tăng trưởng ấn tượng như giai đoạn trước.

- Mặc dù Việt Nam đã và đang rất tích cực, chủ động xử lý có hiệu quả các vấn đề trong tranh chấp thương mại, xử lý các biện pháp phòng vệ thương mại, vượt qua các rào cản thương mại của các thị trường nhập khẩu nhưng tình hình thế giới đang có những diễn biến hết sức phức tạp, khó lường, các nước ngày càng gia tăng các biện pháp hạn chế thương mại, bảo hộ sản xuất trong nước.

- Việc đàm phán, ký kết các Hiệp định thương mại tự do đã mang lại nhiều thuận lợi trong cắt giảm thuế quan, mở cửa thị trường. Tuy nhiên, năng lực cạnh tranh, hoạt động thu hút đầu tư trong nước và nước ngoài, phát triển công nghiệp hỗ trợ, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực chưa có sự cải thiện rõ rệt để tận dụng tối đa lợi ích mang lại. Vẫn còn nhiều doanh nghiệp chưa có nhận thức đúng về tầm quan trọng của công tác quản trị rủi ro, ứng dụng công nghệ thông tin, cải tiến mẫu mã sản phẩm, phương thức marketing trong thương mại quốc tế cũng như chưa chủ động kết nối với các doanh nghiệp trong nước và các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài để nâng cao năng lực cạnh tranh.

- Xuất khẩu vẫn còn phụ thuộc nhiều vào khối doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI). Mặc dù tỷ trọng giá trị xuất khẩu của khối FDI đã giảm trong thời gian qua nhưng vẫn chiếm trên 64% tổng giá trị xuất khẩu cả nước. Do sản xuất và xuất khẩu của khối này phụ thuộc rất mạnh vào chuỗi cung ứng khu vực và toàn cầu nên mỗi khi có biến động xảy ra đối với chuỗi cung ứng, xuất khẩu của ta sẽ chịu tác động mạnh.

3.3.1.2. Thực trạng thu hút vốn đầu tư nước ngoài

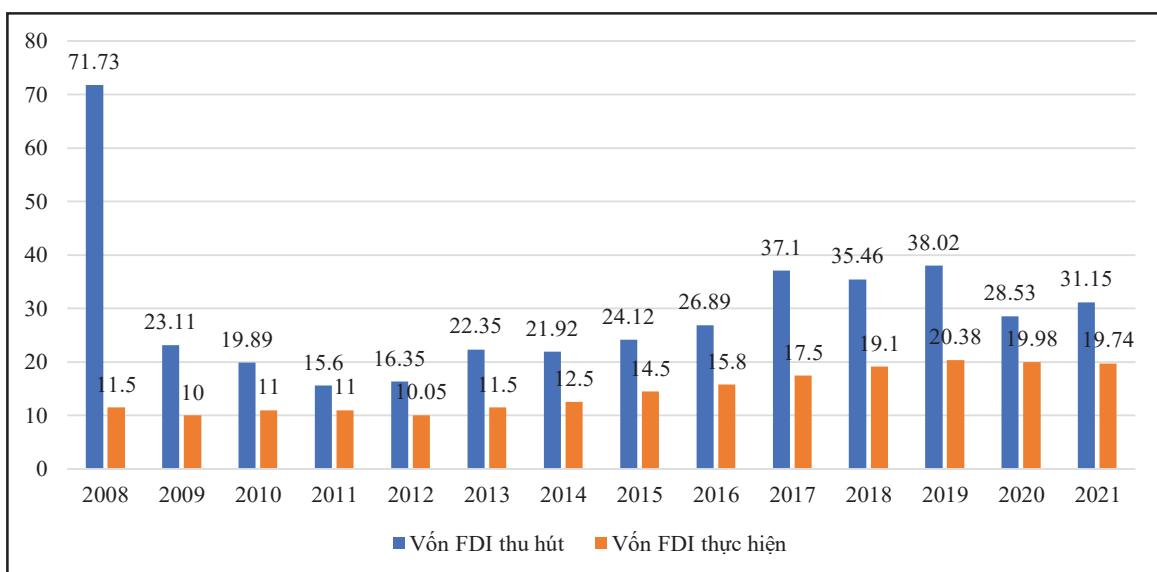
Kể từ khi đổi mới từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung sang mô hình nền kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa, có sự quản lý và điều tiết của Nhà nước, Việt Nam đã trở thành điểm đến tiềm năng của các nhà đầu tư nước ngoài do ổn định về chính trị, nguồn nhân lực dồi dào với giá lao động rẻ. Theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ KH&ĐT), trong giai đoạn 2016-2021, Việt Nam thu hút được bình quân 32,86 tỷ USD vốn FDI mới mỗi năm, gấp 1,64 lần so với giai đoạn 2010-2015 (20,03 tỷ USD), tốc độ tăng trưởng đạt bình quân 3%/năm.

Hai năm gần đây, dòng vốn đầu tư toàn cầu bị ảnh hưởng tiêu cực từ bối cảnh kinh tế - chính trị - xã hội có nhiều biến động gây ra bởi dịch bệnh Covid 19 và các xung đột, chiến sự quy mô quốc tế, nền kinh tế Việt Nam có độ mở lớn, hội nhập quốc tế sâu rộng cũng không nằm ngoài xu thế chung. Tuy nhiên, với việc kiểm soát tương đối tốt dịch

Covid 19, đồng thời tận dụng được các Hiệp định thương mại tự do (FTA), đặc biệt là các FTA thế hệ mới đã ký kết và cơ hội đến từ xu hướng dịch chuyển chuỗi cung ứng toàn cầu, Việt Nam vẫn duy trì được vị thế là điểm đến hàng đầu của dòng vốn đầu tư FDI của khu vực và quốc tế. Nhờ vậy, kết quả thu hút FDI năm 2021 kết quả rất đáng khích lệ. Theo Tổng cục Thống kê (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), tổng số vốn FDI đăng ký vào Việt năm 2021 (bao gồm vốn đăng ký cấp mới, vốn đăng ký điều chỉnh và giá trị góp vốn, mua cổ phần của nhà đầu tư nước ngoài) đạt 31,15 tỷ USD, tăng 9,2% so với năm 2020. Trong đó, vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài thực hiện tại Việt Nam đạt 19,74 tỷ USD, giảm 1,2% so với năm 2020. Tuy nhiên, khi so sánh trong tương quan với các nền kinh tế khác, đây là thành quả quan trọng. Vốn FDI thực hiện chỉ giảm 1,2%, là mức giảm thấp nhất trong khu vực ASEAN và Việt Nam lần đầu tiên lọt vào Top 20 quốc gia thu hút FDI nhiều nhất thế giới (UNCTAD, 2021). Như vậy, tính lũy kế đến ngày 20/12/2021, cả nước có 34.527 dự án còn hiệu lực với tổng vốn đăng ký gần 408,1 tỷ USD. Vốn thực hiện lũy kế của các dự án đầu tư nước ngoài ước đạt 251,6 tỷ USD, bằng 61,7% tổng vốn đầu tư đăng ký còn hiệu lực.

Hình 57. Tình hình thu hút và thực hiện vốn FDI vào Việt Nam giai đoạn 2008-2021

Đơn vị: Tỷ USD



Nguồn: Tổng cục Thống kê

Theo đánh giá của Cục Đầu tư nước ngoài, Việt Nam có một số điểm mạnh trong thu hút FDI, được các nhà đầu tư nước ngoài đánh giá cao: (i) Thứ nhất, tình hình an ninh, chính trị ổn định là điều kiện quan trọng để quyết định đặt nền móng hoạt động đầu tư lâu dài tại Việt Nam; (ii) Thứ hai, Việt Nam có một vị trí địa lý thuận lợi giao thương với thế giới vừa là trung tâm kết nối của khu vực, vừa là cửa ngõ để thâm nhập các nền kinh tế ở khu vực phía tây Bán đảo Đông Dương; (iii) Thứ ba, với việc ký kết các Hiệp định Thương mại tự do thế hệ mới, là cơ hội tốt để kết nối Việt Nam với thị trường khu vực và thị trường thế giới; (iv) Thứ tư, thể chế, luật pháp và sự minh bạch của Việt Nam dần được hoàn thiện gắn với hội nhập, không những tạo điều kiện cho các nhà đầu tư yên tâm hoạt động lâu

dài mà còn giúp các doanh nghiệp tham gia chuỗi cung ứng, chuỗi giá trị toàn cầu một cách thuận lợi.

Lĩnh vực mà nhà đầu tư nước ngoài xem là thế mạnh của Việt Nam là lĩnh vực công nghiệp chế biến, chế tạo. Tính đến nay, lĩnh vực này thu hút nhiều nhất nhà đầu tư nước ngoài với 15.592 dự án đầu tư với tổng vốn đầu tư đăng ký đạt trên 241,9 tỷ USD (chiếm 45,2% tổng số dự án và 59,3% tổng vốn đăng ký đầu tư tại Việt Nam). Cơ cấu đầu tư như vậy được đánh giá là đang đi theo hướng tích cực, và có tác động mạnh đến sự phát triển các ngành công nghiệp của Việt Nam, phù hợp với chủ trương công nghiệp hóa – hiện đại hóa của nước ta, đồng thời chính là nền tảng căn bản để Việt Nam dần đặt chân được vào chuỗi giá trị toàn cầu. Việt Nam vẫn đang tiếp tục ưu tiên thu hút các dự án đầu tư vào các lĩnh vực công nghiệp hỗ trợ, các dự án có công nghệ tiên tiến hiện đại, thân thiện với môi trường, sử dụng có hiệu quả các nguồn tài nguyên, khoáng sản, đất đai, tạo điều kiện và tăng cường liên kết với các doanh nghiệp trong nước.

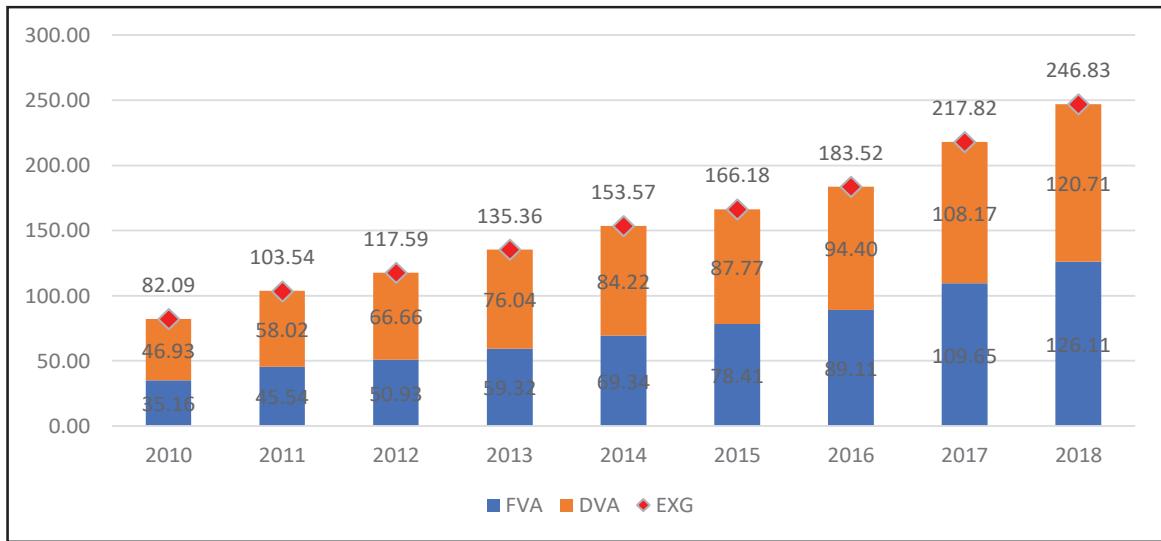
Trong thời gian qua, bên cạnh những thành tựu đạt được thì thu hút FDI vào Việt Nam vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế và thách thức. Một trong các hạn chế lớn nhất là khả năng lan tỏa của khối doanh nghiệp FDI với doanh nghiệp trong nước chưa cao, chưa đưa được doanh nghiệp trong nước trở thành một mắt xích trong chuỗi giá trị toàn cầu. Các doanh nghiệp lớn và FDI khi vào Việt Nam hay khi quyết định dự án thường đã có sẵn chuỗi cung ứng sẵn sàng đi theo hoặc tự phát triển chuỗi khép kín, do đó cơ hội tham gia của doanh nghiệp Việt Nam còn rất khó khăn. Ngoài ra, thu hút và chuyển giao công nghệ từ FDI đến khu vực đầu tư trong nước vẫn chưa đạt kỳ vọng. Bên cạnh đó, thu hút FDI vào một số ngành, lĩnh vực ưu tiên và từ các tập đoàn đa quốc gia còn hạn chế. Cùng với đó là vẫn còn hiện tượng một số doanh nghiệp chưa thực hiện nghiêm túc quy định pháp luật về đầu tư hoặc chưa nghiêm túc thực hiện quy định về bảo vệ môi trường...

3.3.1.3. Thực trạng tham gia chuỗi sản xuất

Theo Cơ sở dữ liệu của OECD về Thương mại và giá trị gia tăng, trong giai đoạn từ năm 2010 đến năm 2018 (dữ liệu sẵn có mới nhất), tổng giá trị gia tăng trong hàng hóa và dịch vụ xuất khẩu của Việt Nam đã liên tục tăng từ mức 82,1 tỷ USD lên mức 246,8 tỷ USD. Trong đó, phần giá trị Việt Nam đóng góp vào GVC tăng từ 45,3 tỷ USD lên mức 153,3 tỷ USD. Giá trị này bao gồm hai phần: (i) FVA (Foreign origin Value Added) thể hiện giá trị gia tăng do khu vực nước ngoài tạo ra để tham gia vào xuất khẩu của Việt Nam và (ii) DVX (Indirect Domestic Value added) thể hiện giá trị gia tăng mà Việt Nam tạo ra để cấu thành vào xuất khẩu của các nước khác trên thế giới. Như vậy, nếu lấy Việt Nam làm mốc tham chiếu, thì giá trị FVA cho thấy khả năng của Việt Nam dưới vai trò là bên mua/ sử dụng sản phẩm từ GVC để làm đầu vào (liên kết ngược), còn giá trị DVX cho thấy khả năng của Việt Nam dưới vai trò là bên bán/cung cấp sản phẩm cho chuỗi GVC (liên kết xuôi). Trong suốt thời gian qua, Việt Nam đang tham gia GVC rất tích cực với cả hai vai trò, vừa là bên mua vừa là bên bán. Theo đó, giá trị FVA của Việt Nam cũng có xu hướng gia tăng từ 35,16 tỷ USD lên 126,11 tỷ USD (gấp 3,6 lần) và giá trị DVX của Việt Nam tăng từ 10,1 tỷ USD lên 27,15 tỷ USD (gấp 2,7 lần).

Hình 58. Giá trị tham gia GVC Việt Nam giai đoạn 2010-2018

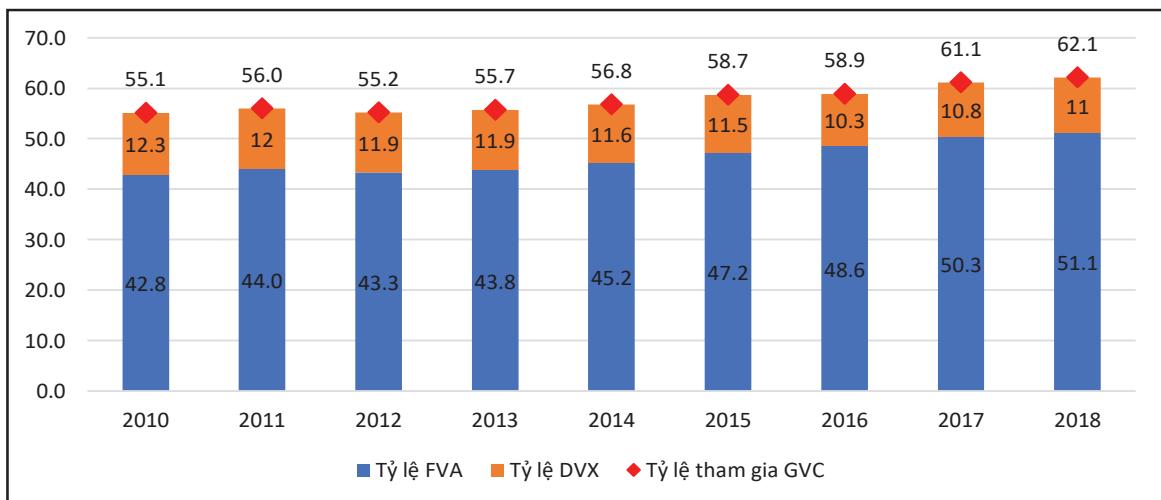
Đơn vị: Tỷ USD



Nguồn: Cơ sở dữ liệu của OECD về Thương mại và giá trị gia tăng

Hình 59. Tỷ lệ tham gia GVC Việt Nam giai đoạn 2010-2018

Đơn vị: %



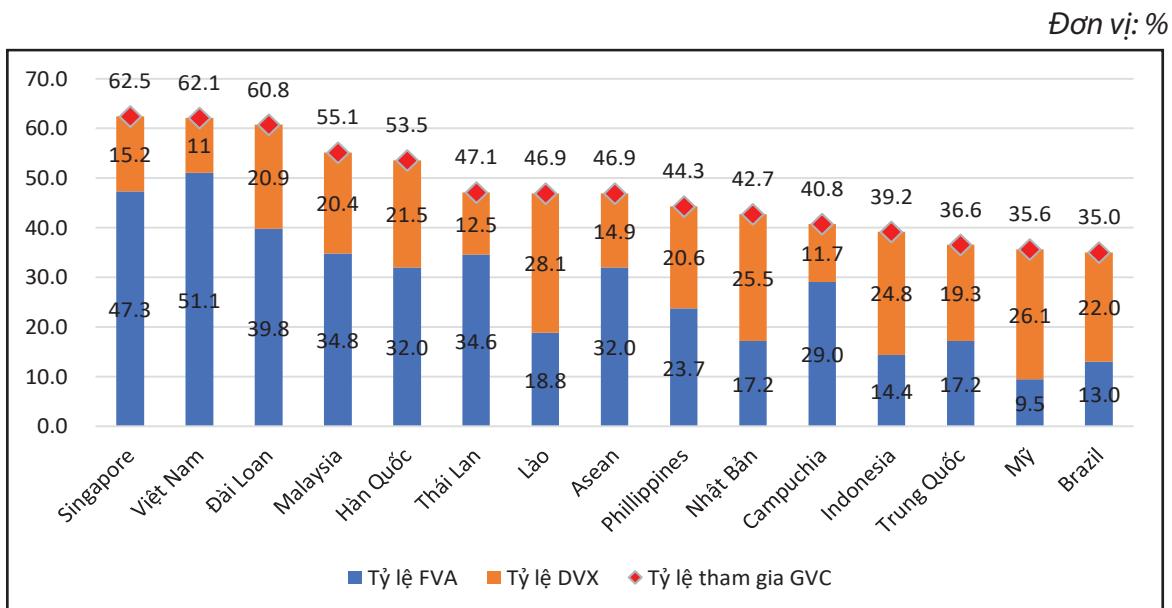
Nguồn: Cơ sở dữ liệu của OECD về Thương mại và giá trị gia tăng

Tính chung lại, giá trị hàng hóa của Việt Nam tham gia vào GVC (FVA + DVX) trong năm 2018 chiếm 62,1% trong tổng giá trị hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam (tỷ lệ này vào năm 2010 là 55,1%). Giá trị này tỷ lệ thuận với mức độ tham gia GVC của một quốc gia. Xu thế gia tăng này 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%, cho thấy Việt Nam đang ngày càng tham gia nhiều hơn vào GVC nhưng là tham gia dưới vai trò bên sử dụng sản phẩm từ GVC hơn là vai trò cung ứng. Như vậy, giá trị của nước ngoài nằm trong hàng hóa xuất khẩu

của Việt Nam đang cao hơn rất nhiều giá trị của Việt Nam nằm trong hàng hóa xuất khẩu của nước ngoài. Sự chênh lệch áp đảo giữa tỷ lệ FVA và DVX trong tổng xuất khẩu cũng là những dấu hiệu cho thấy sự phụ thuộc vào hàng hóa và nguyên vật liệu đầu vào nhập khẩu của Việt Nam đang ngày càng tăng.

So sánh với một số quốc gia khác trên thế giới, dễ dàng nhận thấy khả năng của Việt Nam khi tham gia vào các liên kết ngược trong GVC vượt trội hơn nhiều so với bình quân chung của khu vực và toàn cầu, trong khi đó lại tỏ ra yếu thế hơn đối với các liên kết xuôi. Việt Nam tuy có mức độ tham gia GVC cao hơn nhiều quốc gia vốn được xem là đang chiếm lĩnh phần lớn chuỗi giá trị như Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản nhưng tỷ lệ tham gia liên kết xuôi của GVC thì chỉ bằng xấp xỉ 0,6 lần của Trung Quốc; 0,5 lần của Hàn Quốc; 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; 3 lần của Trung Quốc và Nhật Bản; 1,6 lần Hàn Quốc.

Hình 60. Tỷ lệ tham gia GVC của Việt Nam và một số quốc gia năm 2018



Nguồn: Cơ sở dữ liệu của OECD về Thương mại và giá trị gia tăng

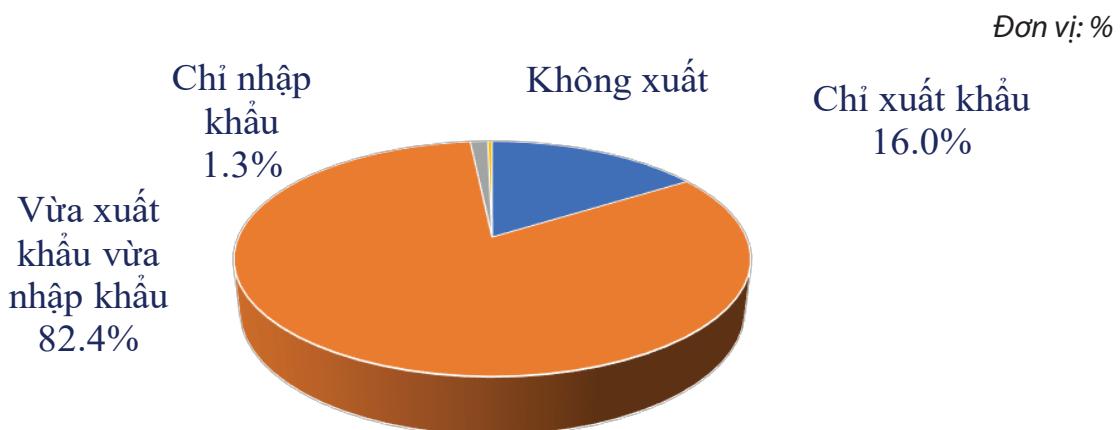
Ngoài ra, vị thế của Việt Nam trong GVC hiện nay đang phải đổi mới với nhiều điểm yếu: (i) Thứ nhất, theo báo cáo VPE500 2021 (công bố tháng 8/2022), Việt Nam chỉ có 2,6% là doanh nghiệp lớn (có thể đáp ứng tiêu chuẩn là vendor cấp 1 của các FDI), chỉ có 3,4% là doanh nghiệp vừa (có thể đáp ứng tiêu chuẩn là vendor cấp 2 hoặc 3 của chuỗi cung ứng) còn lại 94% là doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, không đủ tiêu chuẩn tham gia chuỗi sản xuất toàn cầu; (ii) Thứ hai, các ngành công nghiệp của Việt Nam nhìn chung mới chỉ tham gia được vào các khâu trung gian có giá trị gia tăng thấp (là các khâu gia công, lắp ráp), chưa chiếm lĩnh được các phân khúc có giá trị gia tăng cao như các khâu thương nguồn (như nghiên cứu phát triển, thiết kế sản phẩm; quảng bá sản phẩm, phân phối, chăm sóc khách hàng) hoặc cung ứng các sản phẩm dịch vụ và các khâu hạ nguồn (như nguyên, nhiên vật liệu, máy móc thiết bị sản xuất); (iii) Thứ ba, chi phí lao động ở Việt Nam

ngày càng tăng, do đó lợi thế khi tham gia vào công đoạn lắp ráp của chuỗi giá trị do chi phí lao động thấp so với Trung Quốc và các nước ASEAN khác sẽ mất dần và dần biến mất; (iv) Thứ tư, công nghiệp hỗ trợ chưa phát triển mạnh. Ví dụ, trong ngành công nghiệp ô tô, Việt Nam có ít hơn 100 nhà cung cấp cấp một (Thái Lan là 690) và ít hơn 150 nhà cung cấp cấp hai và ba (Thái Lan là 1.700 và Indonesia có khoảng 1.570); (v) Thứ năm, chi phí tài chính cao do thủ tục cho vay rườm rà, yêu cầu tài sản thế chấp nghiêm ngặt cũng như khả năng tiếp cận các nguồn tài chính hạn chế là gánh nặng cho các doanh nghiệp địa phương (UNCTAD, 2020)

3.3.2. Thực trạng tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của doanh nghiệp

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

Hình 61. Mức độ tham gia hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp

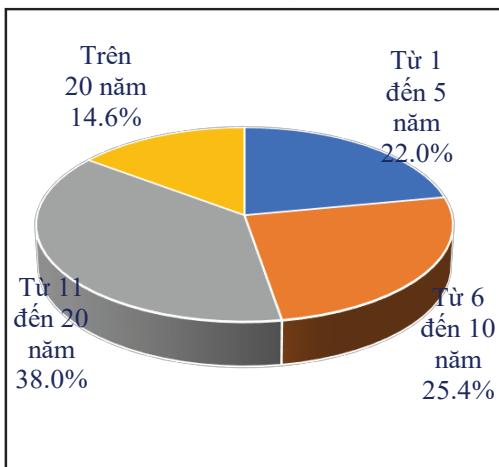


Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

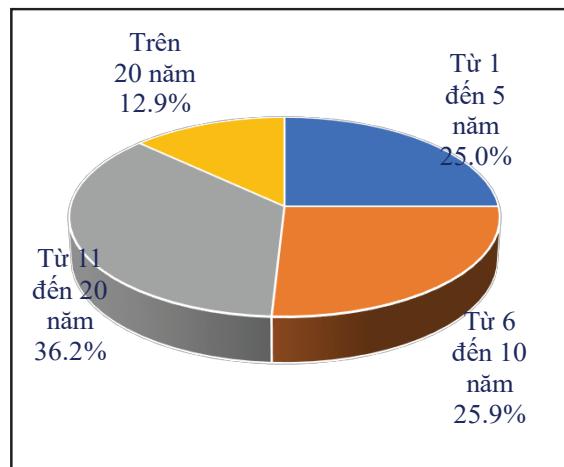
Có thể thấy, chiến lược mở cửa và thúc đẩy hội nhập kinh tế, quốc tế của Việt Nam trong thời gian qua đã phát huy tác dụng mạnh mẽ trong việc khuyến khích hoạt động thương mại và tham gia chuỗi giá trị của doanh nghiệp Việt Nam. Doanh nghiệp được khảo sát cho thấy kinh nghiệm khá lâu năm trong hoạt động xuất nhập khẩu, với xấp xỉ trên 1/2 số doanh nghiệp sở hữu kinh nghiệm từ 11 năm trở lên trong mạng lưới thương mại toàn cầu, trong đó thậm chí có đến gần 13-15% số doanh nghiệp có kinh nghiệm trên 20 năm. Thực tế cho thấy, Việt Nam đã chủ động và tích cực tham gia vào các thiết chế kinh tế đa phương và khu vực từ rất sớm như gia nhập Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) năm 1995; là thành viên của APEC (Diễn đàn Hợp tác kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương) năm 1996; là thành viên sáng lập của Diễn đàn kinh tế Á-Âu (ASEM) năm

1998; Năm 2000, ký kết Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ; Tháng 1/2007 là thành viên chính thức của WTO (Tổ chức Thương mại Thế giới);... điều này đã tạo động lực mạnh mẽ cho khối doanh nghiệp thực hiện các hoạt động giao thương hàng hóa xuyên biên giới. Có trên ¼ số doanh nghiệp có kinh nghiệm xuất/ nhập khẩu từ 6-10 năm và phần còn lại có kinh nghiệm dưới 6 năm. Đây cũng là những doanh nghiệp đã chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ việc ký kết các hiệp định thương mại song phương và đa phương, đặc biệt là các FTA thế hệ mới như EVFTA, RCEP, CPTPP.

Hình 62. Kinh nghiệm tham gia hoạt động xuất nhập khẩu của doanh nghiệp



Hình 62.1. Kinh nghiệm xuất khẩu



Hình 62.2. Kinh nghiệm nhập khẩu

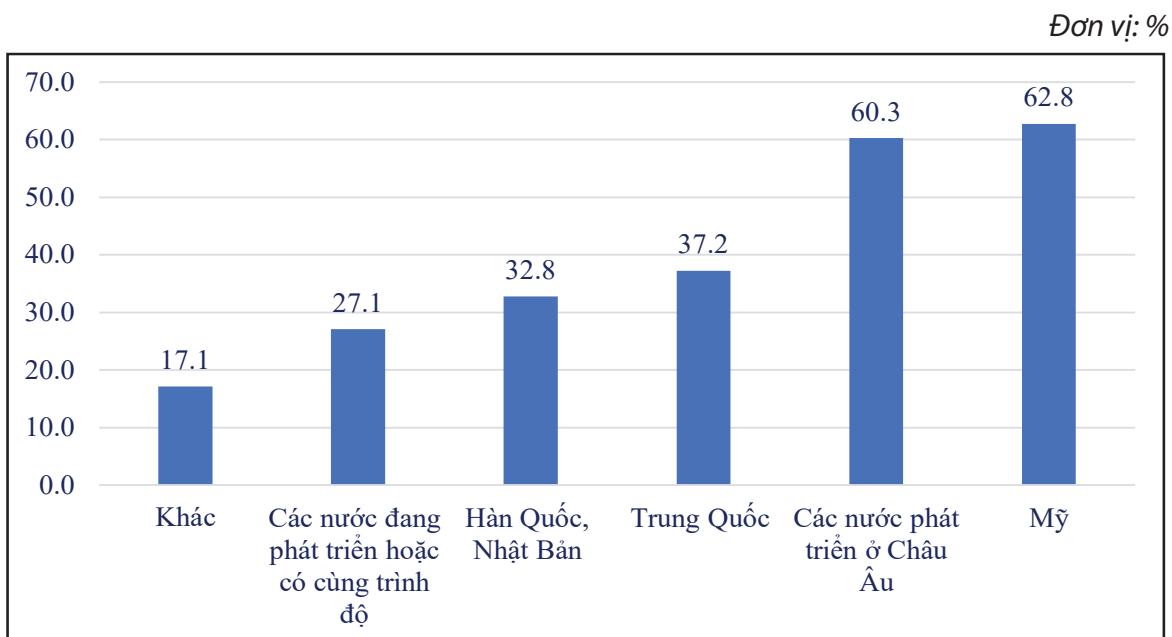
Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Có thể thấy, chiến lược mở cửa và thúc đẩy hội nhập kinh tế, quốc tế của Việt Nam trong thời gian qua đã phát huy tác dụng mạnh mẽ trong việc khuyến khích hoạt động thương mại và tham gia chuỗi giá trị của doanh nghiệp Việt Nam. Doanh nghiệp được khảo sát cho thấy kinh nghiệm khá lâu năm trong hoạt động xuất nhập khẩu, với xấp xỉ trên 1/2 số doanh nghiệp sở hữu kinh nghiệm từ 11 năm trở lên trong mạng lưới thương mại toàn cầu, trong đó thậm chí có đến gần 13-15% số doanh nghiệp có kinh nghiệm trên 20 năm. Thực tế cho thấy, Việt Nam đã chủ động và tích cực tham gia vào các thiết chế kinh tế đa phương và khu vực từ rất sớm như gia nhập Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) năm 1995; là thành viên của APEC (Diễn đàn Hợp tác kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương) năm 1996; là thành viên sáng lập của Diễn đàn kinh tế Á-Âu (ASEM) năm 1998; Năm 2000, ký kết Hiệp định Thương mại song phương Việt Nam - Hoa Kỳ; Tháng 1/2007 là thành viên chính thức của WTO (Tổ chức Thương mại Thế giới);... điều này đã tạo động lực mạnh mẽ cho khối doanh nghiệp thực hiện các hoạt động giao thương hàng hóa xuyên biên giới. Có trên ¼ số doanh nghiệp có kinh nghiệm xuất/ nhập khẩu từ 6-10 năm và phần còn lại có kinh nghiệm dưới 6 năm. Đây cũng là những doanh nghiệp đã chịu ảnh hưởng mạnh mẽ từ việc ký kết các hiệp định thương mại song phương và đa phương, đặc biệt là các FTA thế hệ mới như EVFTA, RCEP, CPTPP.

Hiện nay, số lượng lớn doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hóa sang các quốc gia phát triển như Mỹ (62,8%), Châu Âu (60,3%), Trung Quốc (37,2%). Đây đều là những quốc

gia đối tác truyền thống của Việt Nam trong nhiều năm qua, đóng góp lượng lớn giá trị cho kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam. Năm 2021, Mỹ là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch đạt 96,29 tỷ USD, tiếp đến là Trung Quốc đạt 55,95 tỷ USD, thị trường EU đạt khoảng 40,06 tỷ USD. Đặc biệt, từ sau khi Hiệp định EVFTA đi vào thực thi, châu Âu đã vươn lên trở thành thị trường trọng điểm được nhiều doanh nghiệp Việt Nam hướng đến khai thác. Nhật Bản, Hàn Quốc và ASEAN cũng là những đối tác xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam thời gian qua.

Hình 63. Thị trường xuất khẩu chủ yếu của doanh nghiệp Việt Nam

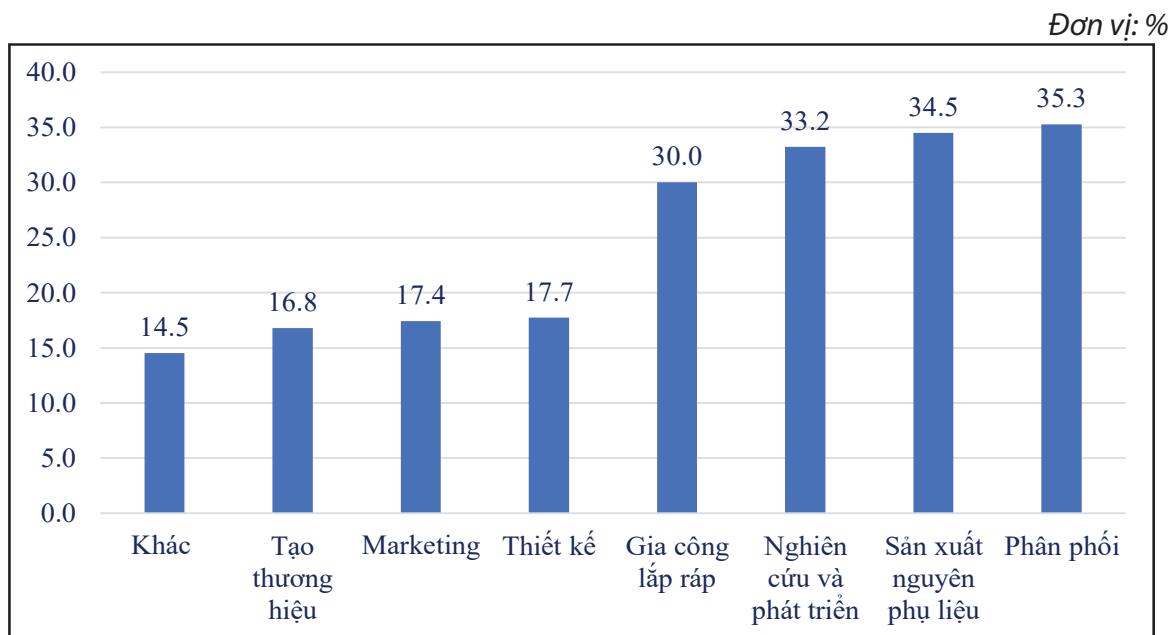


Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

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

và 16,8% số doanh nghiệp được khảo sát. Điều này là nguyên nhân dẫn đến tình trạng doanh nghiệp Việt Nam chưa có thương hiệu toàn cầu, chưa có nhiều sản phẩm, hàng hóa có sức cạnh tranh cao và có chỗ đứng trong chuỗi cung ứng và chuỗi giá trị trong thị trường khu vực và thị trường thế giới (Cấn Văn Lực, 2022).

Hình 64. Công đoạn doanh nghiệp Việt Nam đảm nhận chủ yếu



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

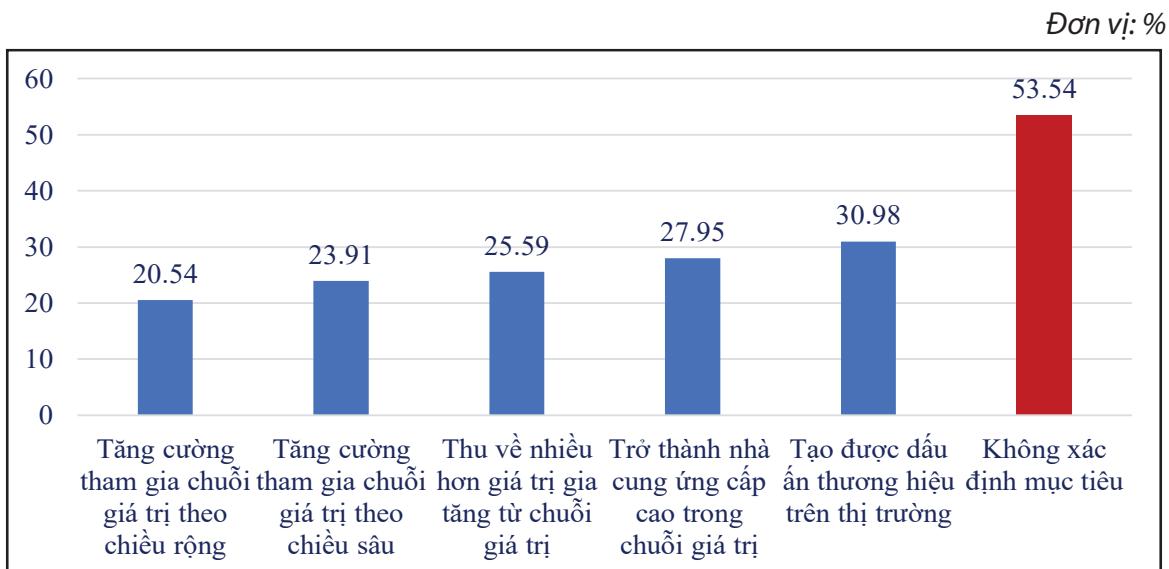
3.3.3. Mục tiêu, chiến lược và kế hoạch tham gia chuỗi giá trị toàn cầu của doanh nghiệp

Ngay cả khi đã tham gia tích cực vào GVC, vẫn có đến hơn một nửa số doanh nghiệp trả lời khảo sát (53,5%) cho biết họ không đặt mục tiêu gì khi tham gia vào GVC. Như vậy, có thể thấy phần lớn doanh nghiệp Việt Nam hiện nay đang hoạt động trong GVC mà thiếu đi sự định hướng rõ ràng. Đây cũng là điểm yếu thường thấy ở các DNNVV, nơi chủ doanh nghiệp có chuyên môn kỹ thuật rất tốt, nhưng chưa được đào tạo bài bản về quản trị (Lê Mạnh Hùng, 2022). Do thiếu kiến thức về quản trị doanh nghiệp, cũng như thiếu tự duy và khả năng hoạch định chiến lược, nhiều DNNVV theo đuổi những cơ hội kinh doanh ngắn hạn, nhất thời, chưa thực sự chú trọng đến xây dựng chiến lược phát triển lâu dài và bền vững với những mục tiêu, sứ mệnh được xác định rõ ràng.

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

đã nhận thức được về những yếu điểm này và mong muốn có thể cải thiện chúng trong tương lai, đây là điều rất quan trọng. Có nhận thức và quyết tâm đúng hướng, chỉ cần sự trợ giúp phù hợp từ bên ngoài thì việc khắc phục những điểm yếu nói trên của doanh nghiệp không phải là điều khó khăn. Hai mục tiêu là Tăng cường tham gia GVC theo chiều sâu và Tăng cường tham gia GVC theo chiều rộng tuy có tỷ lệ doanh nghiệp lựa chọn thấp nhất nhưng cũng không chênh lệch quá nhiều so với các mục tiêu khác với tỷ lệ lần lượt là 51,4% và 44,2%.

Hình 65. Mục tiêu của doanh nghiệp khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu



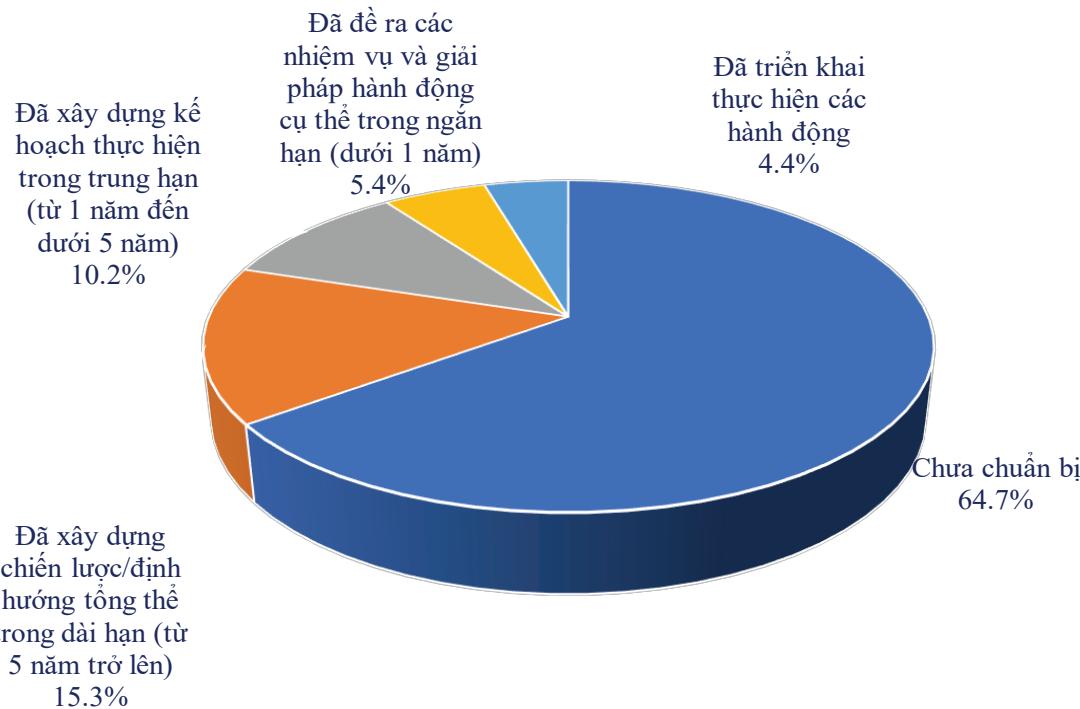
Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Tuy nhiên, kết quả khảo sát cũng cho thấy thực tế không hề khả quan, khi mà 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. Đồng nghĩa với đó là mới có xấp xỉ 15% số doanh nghiệp đã xây dựng được cho mình kế hoạch và giải pháp hành động trong ngắn và trung hạn, chỉ dưới 5% số doanh nghiệp đã bắt tay vào triển khai các hành động cụ thể.

Kinh nghiệm từ những quốc gia có vị thế cao trong GVC như Hàn Quốc, Trung Quốc hay Nhật Bản đều cho thấy rằng để có nền công nghiệp phát triển và đội ngũ doanh nghiệp đủ năng lực tham gia vào những mắt xích quan trọng, họ đã phải xác định chiến lược rõ ràng; chuyển hóa chúng trở thành những kế hoạch 5 năm, kế hoạch 10 năm; mất nhiều thập kỷ để xây dựng, củng cố nền tảng và nhất là luôn trong trạng thái sẵn sàng để tận dụng được tốt nhất cơ hội đến từ những biến động thị trường. Trong khi đó tại thời điểm này, xu thế hội nhập kinh tế quốc tế đã bao phủ toàn cầu, hình thành nên những chuỗi giá trị có quy mô vô cùng lớn và tác động sâu rộng đến toàn bộ hoạt động thương mại, hầu hết các quốc gia đều đang nỗ lực cạnh tranh để tìm kiếm lợi ích từ đó. Hơn thế nữa, đại dịch Covid 19 cùng những biến động kinh tế, chính trị, xã hội diễn ra trong thời

gian qua đã và đang khiến chuỗi giá trị toàn cầu dịch chuyển theo những xu hướng nhất định, được cho là mang lại lợi thế cho nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. Với mức độ mở cửa lớn và hội nhập sâu rộng, kinh nghiệm tham gia xuất nhập khẩu lâu năm, đáng lẽ doanh nghiệp Việt Nam phải trong trạng thái sẵn sàng để đón đầu các làn sóng dịch chuyển. Nhưng 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 này để tạo ra các bước nhảy vọt là điều rất khó khăn.

Hình 66. Chiến lược và kế hoạch của doanh nghiệp khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu



112

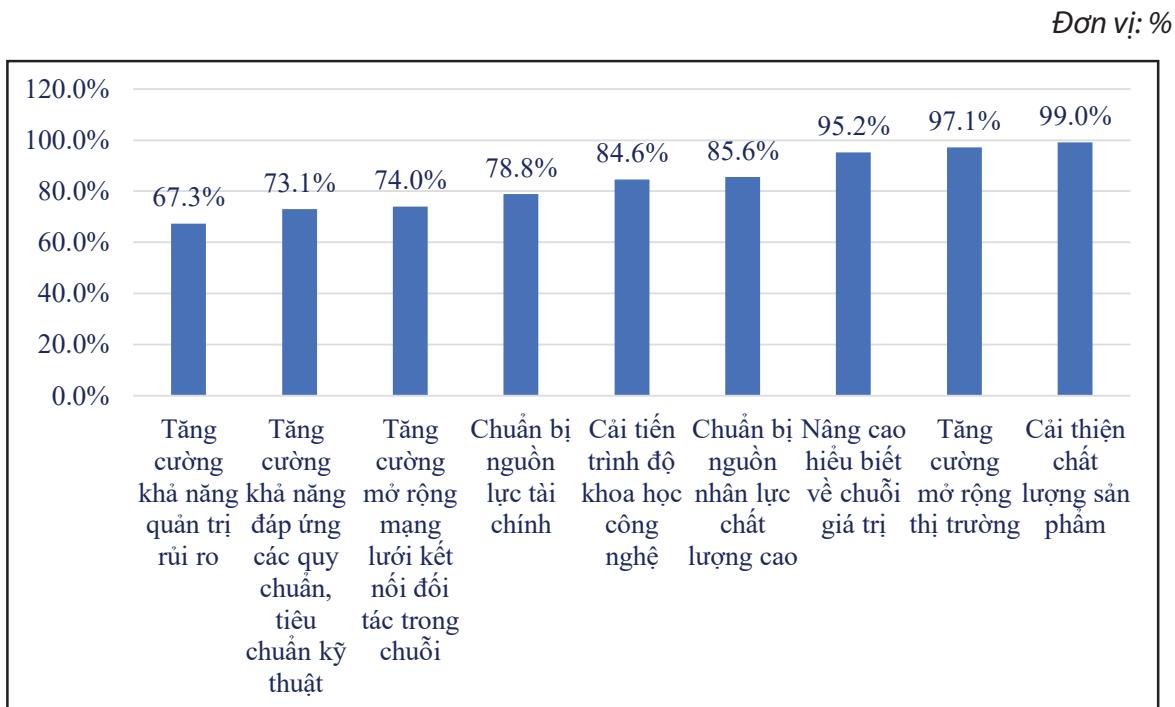
Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Có thể thấy rằng, cùng với việc có rất ít doanh nghiệp dành sự quan tâm và chuẩn bị khi tham gia GVC, kế hoạch của doanh nghiệp hiện đang khá dàn trải trên nhiều khía cạnh.

Trong đó, 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 Việt Nam 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. Bởi doanh nghiệp cần có tài chính ổn định, trình độ khoa học công nghệ tốt và nguồn nhân lực có trình độ và năng suất cao, mới có thể tạo ra các sản phẩm có chất lượng tốt hơn, mới xâm nhập được vào các thị trường mới để từ đó bước chân vào chuỗi giá trị toàn cầu. Ngoài ra, doanh nghiệp cũng thể hiện sự thiếu

quan tâm hơn đối với việc mở rộng mạng lưới kết nối, tăng cường khả năng đáp ứng các quy chuẩn, tiêu chuẩn kỹ thuật và tăng cường khả năng quản trị rủi ro.

Hình 67. Trọng tâm trong các kế hoạch của doanh nghiệp khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

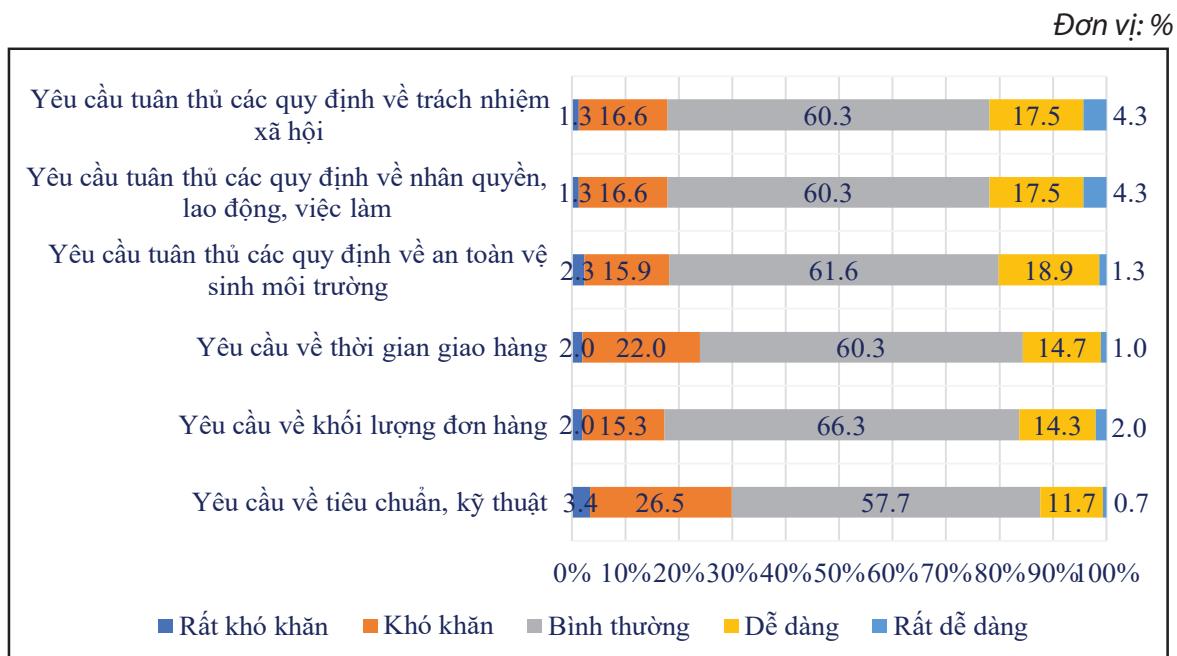
3.3.4. Những khó khăn doanh nghiệp gặp phải khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu

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 đánh giá là bình thường trên hầu hết các khía cạnh.

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, với xấp xỉ 15-20% doanh nghiệp cho rằng có thể đáp ứng các yêu cầu này một cách dễ dàng và rất dễ dàng. Ngược lại, thời gian giao hàng và các yêu cầu về tiêu chuẩn, kỹ thuật là hai khía cạnh gây ra nhiều khó khăn hơn cho doanh nghiệp trong việc đáp ứng yêu cầu của đối tác khi có lần lượt 24% và 30% số doanh nghiệp bày tỏ ở mức khó khăn cho đến rất khó khăn. Thực tế cho thấy, thời gian giao hàng của doanh nghiệp là yếu tố mà bên cạnh sự kiểm soát của doanh nghiệp thì đôi khi còn bị phụ thuộc vào nhiều yếu tố ngoại cảnh, đặc biệt là năng lực logistics của quốc gia. Trong khi đó, việc đáp ứng các yêu cầu về tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật vốn là điểm yếu lớn của doanh nghiệp Việt Nam trong nhiều năm. Các nền kinh tế đối tác ngày càng áp dụng những yêu cầu khắt khe hơn trong nhập khẩu hàng hóa, vì vậy mà nhiều

lần doanh nghiệp Việt Nam bị thị trường đối tác từ chối tiếp nhận hàng hóa do vi phạm các tiêu chuẩn kỹ thuật mà nước sở tại đặt ra.

Hình 68. Khả năng của DN đáp ứng các yêu cầu của đối tác khi tham gia chuỗi giá trị toàn cầu



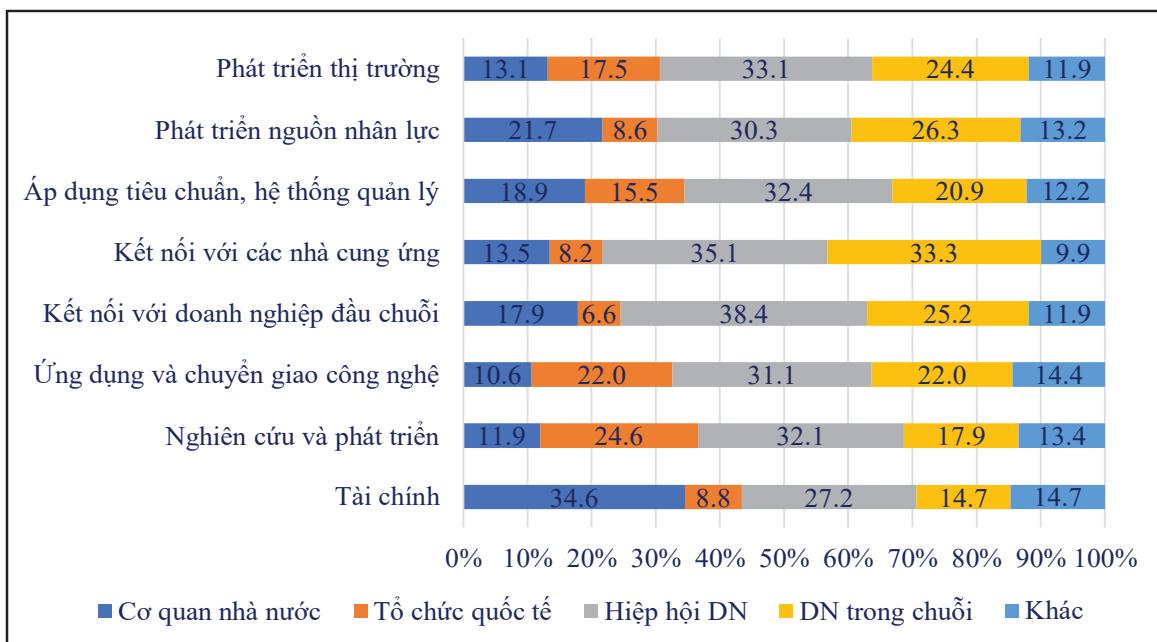
Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Trước những khó khăn gặp phải, trong quá trình tham gia vào GVC, doanh nghiệp Việt Nam đã và đang nhận được hỗ trợ dưới nhiều hình thức như: chính sách pháp luật, chương trình, dự án,..., đến từ nhiều bên liên quan như cơ quan nhà nước, các tổ chức, hiệp hội, đối tác,...

Nhìn tổng thể, sự hỗ trợ mà doanh nghiệp nhận được nhiều nhất đến 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 một chút 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 trong việc hỗ trợ cho doanh nghiệp với 34,6% doanh nghiệp được nhận hỗ trợ. Nhiều chính sách vay vốn, bảo lãnh tín dụng, giảm lãi suất đã được chính phủ ban hành trong những năm qua, tạo điều kiện thuận lợi để thúc đẩy doanh nghiệp phát triển và tiến sâu hơn vào GVC, đặc biệt là các DNNVV. 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% doanh nghiệp. Đặc biệt, dù tổng thể sự hỗ trợ không mấy nổi bật, tuy nhiên riêng 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 xấp xỉ 22-24% số doanh nghiệp.

Hình 69. Các hỗ trợ doanh nghiệp nhận được khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Đơn vị: %

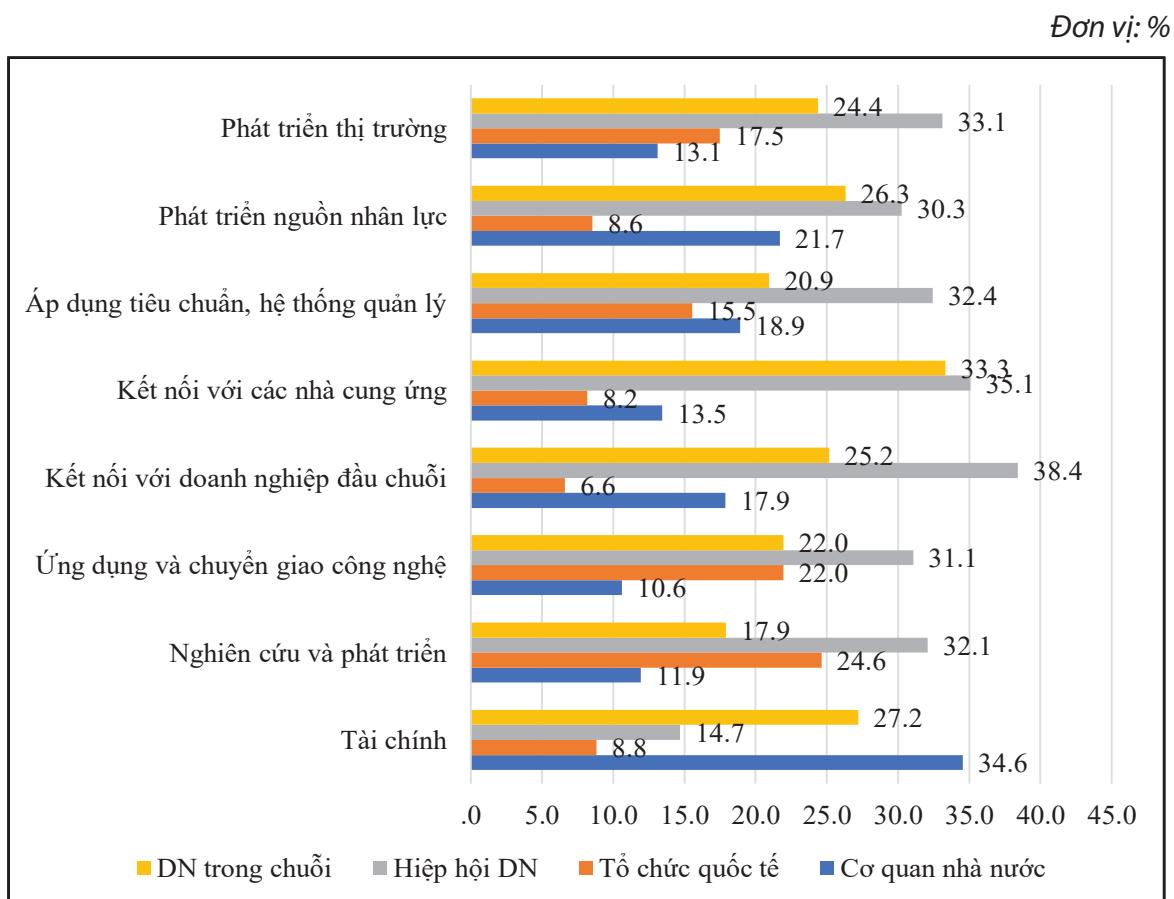


Nguồn: VCCI (2022), *Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu*

3.3.5. Hỗ trợ doanh nghiệp nhận được khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

Kết quả khảo sát cho thấy về tổng thể, đối với các doanh nghiệp tham gia khảo sát nhận được hỗ trợ thì nhiều nhất là 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 một chút 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 với tỷ lệ khoảng 34,6% doanh nghiệp được nhận hỗ trợ. Nhiều chính sách vay vốn, bảo lãnh tín dụng, giảm lãi suất đã được chính phủ ban hành trong những năm qua, tạo điều kiện thuận lợi để thúc đẩy doanh nghiệp phát triển và tiến sâu hơn vào GVC, đặc biệt là các DNNVV. 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, với tỷ lệ xấp xỉ 35-38%. Đặc biệt, dù tổng thể sự hỗ trợ không mấy nổi bật, tuy nhiên riêng 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% trong tổng số doanh nghiệp được nhận các hỗ trợ này.

Hình 70. Các hỗ trợ doanh nghiệp nhận được khi tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu



Nguồn: VCCI (2022), Khảo sát năng lực của DN để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu

3.3.6. Đánh giá chung

3.3.6.1. Những kết quả đạt được

- Về xuất nhập khẩu: Việt Nam từng bước chuyển mình và duy trì vị thế là một nền kinh tế có năng lực xuất nhập khẩu hàng đầu khu vực và thế giới, kim ngạch XNK bình quân hàng năm trong giai đoạn 2016-2021 đạt 252,94 tỷ USD/năm, tốc độ tăng trưởng bình quân hàng năm trong giai đoạn đạt 13,71%/năm, nằm trong nhóm 20 nền kinh tế hàng đầu về thương mại quốc tế năm 2021;

- Về thu hút FDI: Việt Nam đã trở thành điểm đến tiềm năng của các nhà đầu tư nước ngoài do ổn định về chính trị, nguồn nhân lực dồi dào với giá lao động rẻ, thu hút được bình quân 32,86 tỷ USD vốn FDI mới mỗi năm trong giai đoạn 2016-2021, gấp 1,64 lần so với giai đoạn 2010-2015 (20,03 tỷ USD), tốc độ tăng trưởng đạt bình quân 3%/năm;

- Về tham gia chuỗi sản xuất: Việt Nam đang tham gia GVC rất tích cực với cả hai vai trò, vừa là bên mua vừa là bên bán, tỷ lệ tham gia GVC đạt 62,1%, cao hơn nhiều quốc gia vốn được xem là đang chiếm lĩnh phần lớn GVC như Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản.

- Về sự tham gia của doanh nghiệp: Doanh nghiệp Việt Nam đã tận dụng tốt các cơ hội để hội nhập kinh tế quốc tế một cách mạnh mẽ và tích lũy được kinh nghiệm dày dặn; kết nối và chinh phục được đa dạng hóa các thị trường, trong đó bao gồm cả những thị trường khó tính như Mỹ, EU, Nhật Bản; Các doanh nghiệp đã chủ động được trong hầu hết các công đoạn sản xuất ra sản phẩm; năng lực đáp ứng yêu cầu từ phía đối tác được đánh giá ở mức trung bình.

3.3.6.2. Những hạn chế còn tồn tại

- Về xuất nhập khẩu: (i) Một số ngành như sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học, đặc biệt là điện thoại di động không còn duy trì được tốc độ tăng trưởng ấn tượng như giai đoạn trước; (ii) Xuất khẩu vẫn còn phụ thuộc nhiều vào khối doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI), mặc dù tỷ trọng giá trị xuất khẩu của khối FDI đã giảm trong thời gian qua nhưng vẫn chiếm trên 64% tổng giá trị xuất khẩu cả nước, gây ra sự phụ thuộc của nền kinh tế vào bên ngoài; (iii) Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước còn nhiều hạn chế, tiềm lực tài chính yếu, khả năng áp dụng khoa học công nghệ vào nghiên cứu phát triển sản phẩm còn lạc hậu,...do vậy mà hàng hóa Việt Nam có giá trị gia tăng thấp và thiếu chỗ đứng trên thị trường quốc tế.

- Về thu hút FDI: (i) Khả năng lan tỏa của khối doanh nghiệp FDI với doanh nghiệp trong nước chưa cao, chưa đưa được doanh nghiệp trong nước trở thành một mắt xích trong chuỗi giá trị toàn cầu. Các doanh nghiệp lớn và FDI khi vào Việt Nam hay khi quyết định dự án thường đã có sẵn chuỗi cung ứng sẵn sàng đi theo hoặc tự phát triển chuỗi khép kín, do đó cơ hội tham gia của doanh nghiệp Việt Nam còn rất khó khăn. Ngoài ra, thu hút và chuyển giao công nghệ từ FDI đến khu vực đầu tư trong nước vẫn chưa đạt kỳ vọng; (ii) Bên cạnh đó, thu hút FDI vào một số ngành, lĩnh vực ưu tiên và từ các tập đoàn đa quốc gia còn hạn chế; (iii) Cùng với đó là vẫn còn hiện tượng một số doanh nghiệp chưa thực hiện nghiêm túc quy định pháp luật về đầu tư hoặc chưa nghiêm túc thực hiện quy định về bảo vệ môi trường...

- Về tham gia chuỗi sản xuất: (i) Việt Nam đang ngày càng tham gia nhiều hơn vào GVC nhưng là dưới vai trò bên sử dụng sản phẩm từ GVC hơn là vai trò cung ứng, là những dấu hiệu cho thấy sự phụ thuộc vào hàng hóa và nguyên vật liệu đầu vào nhập khẩu của Việt Nam đang ngày càng tăng; (ii) Việt Nam nhìn chung mới chỉ tham gia được vào các khâu trung gian có giá trị gia tăng thấp (là các khâu gia công, lắp ráp), chưa chiếm lĩnh được các phân khúc có giá trị gia tăng cao; (iii) Công nghiệp hỗ trợ trong nước chưa phát triển, chưa tạo ra nguồn cung nguyên vật liệu vững chắc cho các ngành công nghiệp hạ nguồn

- Về sự tham gia của doanh nghiệp vào GVC: (i) Phần lớn doanh nghiệp Việt Nam tham gia vào GVC mà thiếu đi mục tiêu và định hướng rõ ràng; (ii) Các mục tiêu nếu như được xây dựng thì cũng không được cụ thể hóa thành chiến lược và kế hoạch, chưa đi vào thực thi; (iii) Doanh nghiệp Việt Nam 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.



LIÊN ĐOÀN THƯƠNG MẠI VÀ CÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

PHẦN IV:
ĐỀ XUẤT KHUYẾN NGHỊ!

4.1. ĐỀ XUẤT VÀ KHUYẾN NGHỊ VỀ PHÁT TRIỂN DOANH NGHIỆP

4.1.1. Đề xuất và khuyến nghị đối với Nhà nước

Trong quá trình phục hồi, phát triển sản xuất, kinh doanh thời gian qua, doanh nghiệp tiếp tục phản ánh về tình trạng khó nhận được hỗ trợ từ những chính sách hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi sau đại dịch COVID-19. Bên cạnh đó, vẫn còn tồn tại mâu thuẫn, chồng chéo giữa một số văn bản pháp luật về đầu tư kinh doanh, tạo ra “điểm nghẽn” cho hoạt động đầu tư. Để tiếp tục tạo thuận lợi cho quá trình phục hồi và phát triển của doanh nghiệp trong năm 2023, báo cáo đưa ra kiến nghị các giải pháp lớn cần thực hiện:

-*Thứ nhất: Tập trung hoàn thiện khung khổ pháp lý về đầu tư kinh doanh.*

Thời gian qua, doanh nghiệp còn tiếp tục phản ánh về tình trạng mâu thuẫn, chồng chéo giữa một số văn bản pháp luật về đầu tư kinh doanh, tạo ra “điểm nghẽn” cho hoạt động đầu tư.

Hiện nay, một số dự thảo luật quan trọng, tác động đến hoạt động đầu tư kinh doanh của nước ta đang được soạn thảo, như Luật Đất đai, Luật Đấu thầu, Luật Nhà ở, Luật Kinh doanh bất động sản.

Đây là cơ hội tốt để nhìn hệ thống pháp luật kinh doanh một cách tổng thể, khắc phục những mâu thuẫn, chồng chéo đang tồn tại ở pháp luật hiện hành, cũng như là cơ hội lắng nghe ý kiến phản ánh của các doanh nghiệp – đối tượng thụ hưởng, thực thi các chính sách.

Vì vậy, đề nghị quá trình xây dựng các dự thảo cần tiếp tục tham vấn rộng rãi, công khai cộng đồng doanh nghiệp và hoạt động tiếp thu, giải trình các ý kiến góp ý cần được minh bạch để tạo niềm tin cho cộng đồng kinh doanh.

-*Thứ hai: Tiếp tục có các giải pháp giảm chi phí cho doanh nghiệp, tăng cường khả năng tiếp cận các gói hỗ trợ của Nhà nước.*

Không gian để Nhà nước thực hiện các giải pháp này vẫn còn khá lớn, ví dụ: Lập phương án giảm thuế giá trị gia tăng và thuế tiêu thụ đặc biệt đối với xăng dầu; Tiếp tục nghiên cứu để giảm mức thuế suất ưu đãi thuế nhập khẩu xăng; khẩn trương nghiên cứu xây dựng phương án giảm tiền điện – một trong những chi phí đầu vào quan trọng của nhiều ngành sản xuất kinh doanh.

-*Thứ ba: Nâng cao hiệu quả triển khai các chính sách hỗ trợ phục hồi sau đại dịch COVID-19 cho doanh nghiệp.*

Theo phản ánh, các gói hỗ trợ đã được triển khai tuy nhiên tốc độ giải ngân vẫn còn thấp. Tình trạng doanh nghiệp kêu khó khi tiếp cận các nguồn vốn vay ưu đãi cho thấy các điều kiện để vay vốn dường như chưa phù hợp với doanh nghiệp, nhất là các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ.

Vì vậy cần có biện pháp để tháo gỡ những vướng mắc trong điều kiện tiếp cận các khoản vốn vay ưu đãi của doanh nghiệp để các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp phục hồi thực sự phát huy hiệu quả.

Thứ tư: Cần có giải pháp kịp thời hỗ trợ một số ngành đang phục hồi mạnh mẽ như du lịch, dịch vụ hiện đang đối mặt với khó khăn về thiếu hụt nhân lực.

Do vậy, Quốc hội có thể triển khai các chương trình giám sát việc thực hiện các chương trình đào tạo nghề, nâng cao chất lượng nhân lực trong thời gian tới.

Thứ năm: Xây dựng và hoàn thiện khung khổ pháp lý tạo thuận lợi cho sự ra đời và phát triển của các mô hình kinh doanh dựa trên đổi mới, sáng tạo, thúc đẩy chuyển đổi số

Có cơ chế phù hợp khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào các hoạt động đổi mới, sáng tạo, đồng thời cân bằng, hài hòa lợi ích của các bên trong nền kinh tế.

Bên cạnh đó, nhằm theo kịp xu hướng phát triển xanh của thế giới và thực hiện kinh tế tuần hoàn tại Việt Nam, đề nghị xây dựng, ban hành luật riêng về kinh tế tuần hoàn, gắn với các hoạt động đổi mới sáng tạo phát triển mô hình kinh tế tuần hoàn, thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế bền vững.

Tiếp tục hoàn thiện khung khổ pháp lý cho nền kinh tế số: cùng với hạ tầng và nguồn nhân lực, thể chế là một trong ba trụ cột của quá trình chuyển đổi số. Khung khổ thể chế hiện nay đa phần được thiết kế và tối ưu hóa cho các tương tác trong môi trường vật lý. Khi chính quyền chuyển thành chính quyền số, kinh tế thành kinh tế số và xã hội thành xã hội số, rất nhiều tương tác, giao dịch chuyển lên môi trường số thì thể chế cần được thiết kế lại để điều chỉnh các giao dịch trên môi trường mới này, nhất là các quy định liên quan đến việc không sử dụng giấy tờ, bảo vệ và quản lý dữ liệu cá nhân/doanh nghiệp,... Bên cạnh đó, chuyển đổi số sẽ thúc đẩy sự ra đời của các mô hình kinh doanh mới tiên tiến nhưng chưa có tiền lệ. Điều này dẫn đến nghịch lý là các mô hình kinh tế hiệu quả như kinh tế chia sẻ, kinh tế tuần hoàn, kinh tế lao động tự do sẽ gặp rủi ro pháp lý rất lớn. Việc gò ép các mô hình kinh tế mới vào các khái niệm pháp lý cũ để quản lý sẽ triệt tiêu hiệu quả của các mô hình kinh tế mới và về bản chất là cản trở chuyển đổi số.

Xây dựng đồng bộ hệ sinh thái hỗ trợ doanh nghiệp chuyển đổi số: Chuyển đổi số không chỉ đơn thuần là việc ứng dụng các công nghệ số vào hoạt động kinh doanh mà cần phải thay đổi từ mô hình kinh doanh, đến các vấn đề về hạ tầng công nghệ thông tin, nguồn nhân lực và nhất là tài chính. Chính vì vậy, để hỗ trợ và thúc đẩy quá trình chuyển đổi số của các doanh nghiệp, cần phải xây dựng hệ sinh thái hỗ trợ chuyển đổi số trong đó có sự tham gia của các bên như các hiệp hội doanh nghiệp, các ngân hàng, các công ty cung ứng các giải pháp số, các cơ sở đào tạo nguồn nhân lực phục vụ cho chuyển đổi số,...

- *Thứ sáu: Đẩy mạnh chương trình cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia.*

Trọng tâm là cải cách thủ tục hành chính, điều kiện kinh doanh, cắt giảm chi phí cho doanh nghiệp.

Tập trung cải cách một số lĩnh vực thủ tục hành chính có tác động lớn đến doanh nghiệp và còn nhiều phiền hà theo phản ánh từ các doanh nghiệp như đất đai, thuế, bảo hiểm xã hội, xây dựng, quản lý thị trường, giao thông, phòng cháy, môi trường, kho bạc

và lao động...

Hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc tìm kiếm nguồn cung nguyên vật liệu thay thế với giá cả phù hợp để đảm bảo đủ nguyên, nhiên, vật liệu phục vụ cho sản xuất. Tổ chức mạnh mẽ việc kết nối các doanh nghiệp trong nước tham gia vào chuỗi giá trị của doanh nghiệp FDI và các tập đoàn đa quốc gia.

- Thứ bảy: *Nâng cao khả năng tận dụng ưu đãi thuế quan FTA, khơi thông các chính sách liên quan đến quy tắc xuất xứ.*

Việt Nam hiện có 15 FTA đang có hiệu lực trong đó có nhiều thị trường lợi thế khi các quốc gia cạnh tranh chính của Việt Nam chưa có FTA. Đề nghị cần có chương trình hành động cụ thể và thiết thực nhằm nâng cao khả năng tận dụng ưu đãi thuế quan FTA để xuất khẩu, nhập khẩu hàng hoá và xử lý các vướng mắc về chính sách liên quan tới quy tắc xuất xứ trong các FTA.

- Thứ tám: *Nâng cao hơn nữa hiệu quả thực thi của bộ máy chính quyền các cấp.*

Cần có giải pháp kiểm tra quá trình triển khai thực hiện, quan tâm nâng cao hiệu quả thực thi của các bộ, ngành và chính quyền các địa phương.

Đề cao trách nhiệm cá nhân của người đứng đầu; kịp thời động viên, khen thưởng những người dám nghĩ, dám làm, dám chịu trách nhiệm, chủ động đổi mới, sáng tạo, linh hoạt trong thực hiện các biện pháp phòng, chống dịch bệnh, kết hợp tháo gỡ các điểm nghẽn cản trở hoạt động sản xuất, kinh doanh của doanh nghiệp.

- Thứ chín, hoàn thiện chính sách tài chính

Trên quan điểm tiếp tục ưu tiên các biện pháp phòng, chống và kiểm soát dịch Covid-19 để tạo sự ổn định trong hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp; Bộ Tài chính và các bộ ngành cần chú trọng công tác phân tích, dự báo tình hình kinh tế, chính trị, tài chính trên thế giới và trong nước để có những đề xuất, tham mưu chính sách tài chính kịp thời nhằm hỗ trợ doanh nghiệp phát triển, cũng như tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp.

Cụ thể, với các cơ chế hiện hành, phần lớn DNNVV không thuộc đối tượng được Chính phủ bảo lãnh theo quy định tại Luật Quản lý nợ công và các quy định pháp luật có liên quan. Để có thể áp dụng các biện pháp hỗ trợ của Chính phủ tương tự như các nước đã triển khai, cần nghiên cứu sửa đổi, bổ sung quy định cụ thể tại Luật Quản lý nợ công và các quy định pháp luật có liên quan, bổ sung DNNVV thuộc đối tượng bảo lãnh của Chính phủ.

- Thứ mười, hỗ trợ khoa học và công nghệ

Hệ sinh thái khởi nghiệp ĐMST cần được phát triển bền vững, không chỉ là khâu hiệu theo phong trào, mà cần có môi trường, tổ chức hoạt động bài bản, thường xuyên, để thúc đẩy sự phát triển doanh nghiệp.

Hiện đại hóa trung tâm thông tin, tư vấn hiện có của Nhà nước, có tiêu chuẩn cụ thể về kỹ thuật, cơ sở vật chất, chuyên môn trong thiết lập mới các trung tâm thông tin tư

vấn. Các trung tâm này phải có đội ngũ chuyên gia giỏi, đủ khả năng tư vấn công nghệ, trả lời được các câu hỏi “Đầu tư cái gì? Mua thiết bị công nghệ ở đâu?”, đảm bảo nguồn tiêu thụ khi doanh nghiệp đổi mới công nghệ theo tư vấn của mình và hưởng phần trăm hoa hồng từ các dịch vụ đó.

Tăng cường hợp tác quốc tế về KH&CN, nhập khẩu công nghệ tiên tiến từ nước ngoài, nhằm đáp ứng yêu cầu sản xuất, nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm sản xuất trong nước. Để thực hiện có hiệu quả giải pháp này, cần có chính sách thông thoáng nhằm khuyến khích phát triển thị trường chuyển giao KH&CN giữa trong nước và nước ngoài.

4.1.2. Đề xuất và khuyến nghị đối với doanh nghiệp

Các doanh nghiệp sớm hoàn thiện cơ chế quản lý, kế hoạch kinh doanh, tài chính, đầu tư công nghệ, nâng cao trình độ quản lý để tăng khả năng cạnh tranh của sản phẩm; Lựa chọn các phương án kinh doanh hiệu quả, tập trung vào các lĩnh vực sản xuất kinh doanh chủ chốt, có thế mạnh, có khả năng tạo ra dòng tiền bền vững không đầu tư dàn trải, mạo hiểm; Thực hiện nghiêm túc chế độ kế toán cho doanh nghiệp. Đặc biệt, các doanh nghiệp cũng cần quan tâm đến công tác phân tích, lập kế hoạch, chiến lược kinh doanh, tăng cường quản lý tài chính... vừa chủ động tìm kiếm, nắm bắt, hiện thực hóa cơ hội, đồng thời cung cấp các điều kiện để tiếp cận các nguồn vốn vay.

Một số giải pháp cụ thể:

Một là, thực hiện tái cấu trúc doanh nghiệp. Đây là biện pháp dài hạn và thực hiện thường xuyên, tuy nhiên khi xảy ra dịch bệnh thì yêu cầu tái cấu trúc doanh nghiệp trở nên cấp bách, đồng thời cũng là cơ hội để doanh nghiệp thực hiện tái cấu trúc nhanh hơn, quyết liệt hơn, trong đó, tập trung vào tái cấu trúc chiến lược kinh doanh và tái cấu trúc vốn và nguồn vốn. Tuy nhiên, thực hiện tái cấu trúc như thế nào tùy thuộc vào quy mô, phạm vi, lĩnh vực hoạt động của doanh nghiệp.

Hai là, thực hiện chuyển đổi số trong doanh nghiệp. Thực hiện chuyển đổi số trong các doanh nghiệp Việt Nam còn khá chậm do nhiều nguyên nhân, trong đó nguyên nhân chính là do các doanh nghiệp Việt Nam đa số là các doanh nghiệp nhỏ và vừa kinh doanh theo phương thức truyền thống, hạn chế nguồn lực và kênh phân phối, nhận thức và quyết tâm của lãnh đạo doanh nghiệp chưa cao.

Ba là, sử dụng các công cụ quản lý doanh nghiệp hiện đại. Có rất nhiều công cụ đã được doanh nghiệp trên thế giới sử dụng hiệu quả để các doanh nghiệp Việt Nam có thể áp dụng trong việc quản lý doanh nghiệp, quản lý kinh doanh như Strategic Planning, Customer Relationship Management, Benchmarking, Balanced Scorecard,... Chẳng hạn, để quản trị mục tiêu chiến lược và hiệu quả công việc doanh nghiệp có thể sử dụng bộ đôi công cụ BSC và KPI.

Thẻ điểm cân bằng (Balance Scorecard - BSC) là một hệ thống quản lý chiến lược qua 4 khía cạnh tài chính, khách hàng, hoạt động nội bộ và hoạt động nghiên cứu phát triển. BSC cho biết để có thể đạt được các mục tiêu chiến lược, doanh nghiệp cần ưu tiên phát triển những nguồn lực nào để tạo ra sự khác biệt, doanh nghiệp cần có năng lực cốt

lõi gì, từ đó tạo ra lợi thế cạnh tranh.

Chỉ số đánh giá thực hiện công việc (Key Performance Indicator - KPI) là công cụ đo lường hiệu suất làm việc, giúp doanh nghiệp có thể tính toán trước được kết quả và từ đó theo dõi quá trình tăng trưởng so với mục tiêu đã đề ra.

Bốn là, tìm hướng đi mới, thay đổi cách thức marketing và bán hàng. Khi xảy ra dịch bệnh, khách hàng sẽ không đi mua sắm trực tiếp tại cửa hàng, lúc này doanh nghiệp cần thay đổi phương thức kinh doanh chuyển từ phục vụ tại cửa hàng sang phục vụ tại nhà, chuyển từ bán hàng trực tiếp sang bán hàng online. Đối với các startup đang hoạt động mà thị trường bão hòa thì đây cũng là thời điểm để tập trung vào các hoạt động nghiên cứu phát triển (R&D), hoạt động cốt lõi để tìm ra những hướng đi mới hoặc nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, hiệu quả tổ chức.

Năm là, chú trọng khai thác thị trường nội địa. Tác động của việc “đứt gãy” nguồn cung ứng nguyên phụ liệu và thị trường tiêu thụ sản phẩm là rất lớn, đặc biệt đối với các doanh nghiệp xuất khẩu sang các thị trường Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn Quốc, ASEAN. Để giải quyết vấn đề này, các doanh nghiệp cần chủ động khai thác thị trường nội địa, kể cả ở khía cạnh tìm kiếm nguồn cung ứng nguyên, phụ liệu thay thế và thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Khai thác thị trường nội địa Việt Nam với quy mô trên 90 triệu dân và là thị trường nhập khẩu hàng tiêu dùng lớn trong bối cảnh các nước ngừng hoặc giãn tiến độ nhập khẩu hàng hóa Việt Nam có thể coi là biện pháp “cứu cánh” của các doanh nghiệp xuất khẩu hiện nay. Ngoài ra, các doanh nghiệp cần tận dụng tối đa lợi thế của các Hiệp định Thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam đã ký với các nước, nhất là các Hiệp định tự do thương mại mới như EVFTA, CPTPP để đa dạng hóa thị trường xuất khẩu và nguồn cung ứng thay thế.

Sáu là, thực hiện tiết kiệm, cắt giảm chi phí. Đây là biện pháp rất “cổ điển” nhưng rất hữu ích và bắt buộc doanh nghiệp phải thực hiện khi đối mặt với khó khăn về nguồn cung và thị trường, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp siêu nhỏ, hộ kinh doanh. Doanh nghiệp cần rà soát lại toàn bộ các chi phí và thực hiện giảm, cắt giảm các chi phí đến mức tối đa như chi phí thuê văn phòng, chi phí hành chính, chi phí quảng cáo...

Tuy nhiên, nguy cơ thiếu hụt lực lượng lao động, nhất là lao động chất lượng cao sau khi hết dịch là vấn đề cần quan tâm. Đặc biệt, trong các ngành sử dụng nhiều lao động như dệt may, da giày rất khó tuyển dụng lao động thì việc lựa chọn cách thức cắt giảm chi phí lao động cần được tính toán kỹ lưỡng. Ngoài ra, doanh nghiệp cần tận dụng tối đa các chính sách về lao động việc làm của Chính phủ như trợ cấp thất nghiệp hoặc trực tiếp trợ cấp cho người lao động trong điều kiện ngân sách cho phép để giữ chân người lao động.

Bảy là, đào tạo và đào tạo lại nhân viên. Ngoài việc thực hiện các chính sách về lao động như trên, các doanh nghiệp thực hiện việc đào tạo và đào tạo lại lao động để đáp ứng tốt hơn yêu cầu phát triển doanh nghiệp trong hiện tại và tương lai.

Tám là, thúc đẩy xây dựng thử nghiệm các nền tảng dùng chung: Nhu cầu chuyển đổi số của các doanh nghiệp hiện đang rất nhiều, nhưng nhiều doanh nghiệp, nhất là các

doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn chưa biết cần bắt đầu từ đâu và sử dụng các công nghệ số nào. Chính vì vậy, bên cạnh việc tăng cường công tác nghiên cứu thị trường, nghiên cứu các vấn đề doanh nghiệp đang gặp phải trong chuyển đổi số, từ đó có những giải pháp, sản phẩm số phù hợp với từng giai đoạn trong chuyển đổi số của doanh nghiệp, các doanh nghiệp cung ứng các phẩm số cần phối hợp với các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề để phát triển các phẩm mềm, nền tảng dùng chung cho các doanh nghiệp. Chính từ việc sử dụng các nền tảng dùng chung này, các doanh nghiệp sẽ có những trải nghiệm, học hỏi và tự đánh giá năng lực và lựa chọn xây dựng con đường chuyển đổi số phù hợp cho mình.

4.1.3. Đề xuất và khuyến nghị với các hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ khác

- Cần tích cực tuyên truyền và nâng cao nhận thức về việc minh bạch thông tin cho các doanh nghiệp. VCCI và các hiệp hội doanh nghiệp cần thường xuyên thực hiện các giải pháp nhằm khuyến khích doanh nghiệp, nhất là các DNNVV từng bước công bố thông tin, áp dụng mô hình quản trị của các công ty đại chúng. Vấn đề minh bạch thông tin được cải thiện sẽ là tiền đề quan trọng giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa từng bước tiếp cận với thị trường trái phiếu doanh nghiệp trong tương lai.

- Thường xuyên tổ chức các buổi hội thảo, các lớp đào tạo chuyên môn về thị trường tài chính để giới thiệu về vai trò, lợi ích, cách thức khai thác các kênh huy động vốn khác trên thị trường tài chính, qua đó giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa giảm bớt sự phụ thuộc vào nguồn vốn vay của các tổ chức tín dụng.

- Tăng cường vai trò của các tổ chức trung gian, nhất là các hiệp hội doanh nghiệp trong việc kết nối doanh nghiệp: Kết nối luôn quan trọng trong quá trình kinh doanh và càng trở nên quan trọng và quyết định trong nền kinh tế số. Để chuyển đổi số, các doanh nghiệp không chỉ cần kết nối đến với các doanh nghiệp đối tác, các nhà cung cấp giải pháp kỹ thuật số dựa trên nhu cầu về công nghệ mà cả các ngân hàng, các cơ sở đào tạo,... Ngoài ra, chuyển đổi số cũng chỉ là công cụ phục vụ mục tiêu và chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp, vì thế các doanh nghiệp cũng cần kết nối với thị trường, nhà cung ứng,... Để hỗ trợ các doanh nghiệp kết nối các đối tác này, không tổ chức nào phù hợp hơn là các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề mà đại diện là VCCI. VCCI và các hiệp hội doanh nghiệp, ngành nghề cần tiếp tục được tạo điều kiện để phát huy tốt vai trò cầu nối, hỗ trợ kết nối giữa các doanh nghiệp, không chỉ trong nước và cả với quốc tế.

4.2. ĐỀ XUẤT VÀ KHUYẾN NGHỊ VỀ NÂNG CAO NĂNG LỰC ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP ĐỂ THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ TOÀN CẦU

4.2.1. Đề xuất và khuyến nghị với Nhà nước

Thứ nhất, Cần có sự phối kết hợp đồng bộ giữa các bên trong việc xây dựng và triển khai chính sách hỗ trợ DN tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Trước hết, sự phối hợp giữa các cơ quan phải là mô hình mang tính quốc gia, ra đời và hoạt động trên cơ sở văn bản quy phạm pháp luật, cụ thể là Quyết định do Thủ tướng

Chính phủ ban hành. Hiện tại có thể không cần thành lập Ban chỉ đạo quốc gia mới mà chỉ cần tích hợp chức năng và nhiệm vụ về nâng cao vị thế chuỗi giá trị/ chuỗi cung ứng vào hoạt động của Ban chỉ đạo quốc gia về hội nhập quốc tế với đầu mối phụ trách là Bộ Công Thương.

- Ban chỉ đạo xây dựng kế hoạch, chương trình phối hợp cho từng giai đoạn và từng năm với những mục tiêu rõ ràng, cụ thể; Hình thành cơ chế phối hợp mang tính pháp lý chặt chẽ, trong đó, quy định rõ các vấn đề cụ thể như trách nhiệm, quyền hạn của các cơ quan chủ trì, cơ quan tham gia, cơ quan đôn đốc, phương thức thực hiện, điều kiện bảo đảm cho công tác phối hợp,...; Hoạt động phối hợp phải được tiến hành toàn diện như: xây dựng chính sách, văn bản pháp luật, thanh tra, kiểm tra, đào tạo, nâng cao năng lực cho cán bộ của các cơ quan thực thi ...; Thiết lập được hệ thống cơ sở dữ liệu và chia sẻ thông tin thực sự hữu hiệu giữa các cơ quan thực thi; Tổng kết, đánh giá, rút kinh nghiệm thường xuyên và định kỳ về công tác hỗ trợ doanh nghiệp tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

- Về phía các cơ quan chủ trì và cơ quan tham gia cần đề cao trách nhiệm cá nhân của lãnh đạo đơn vị; nâng cao khả năng tổ chức hoạt động phối hợp trong nội bộ; đào tạo, bồi dưỡng để nâng cao chất lượng, kỹ năng tham mưu, hoạch định chính sách, kiểm tra thực hiện chính sách và tinh thần phối hợp của cán bộ, công chức.

Thứ hai, Thực thi một cách đầy đủ và kịp thời các giải pháp về nâng cao năng lực, hỗ trợ doanh nghiệp tham gia hiệu quả hơn vào chuỗi giá trị toàn cầu.

- Sớm hoàn thiện, khai thác hiệu quả Cổng Thông tin quốc gia về doanh nghiệp để tổng hợp, chia sẻ miễn phí thông tin về các chương trình, chính sách, mạng lưới tư vấn viên hỗ trợ. Thực hiện tuyên truyền phổ biến chính sách phù hợp với từng đối tượng, đa dạng hóa các hình thức tuyên truyền.

- Các chính sách đã ban hành cần được cụ thể hóa bằng những chương trình hành động, kế hoạch thực hiện, ban hành văn bản hướng dẫn. Rà soát thường xuyên, định kỳ các chính sách, thông tư, nghị định sắp hết hiệu lực để có kế hoạch công bố và hoặc xây dựng các văn bản kế nhiệm.

- Đẩy mạnh đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ, công chức làm công tác thực thi chính sách, chuẩn bị chu đáo các nguồn lực, cả nhân lực và vật lực khi thực thi chính sách. Các địa phương ưu tiên bố trí nguồn lực để đẩy mạnh triển khai có hiệu quả các nội dung, chương trình, kế hoạch, đề án hỗ trợ DN đã được phê duyệt theo quy định. Các tổ chức chính trị - xã hội, tổ chức xã hội, Hiệp hội doanh nghiệp phối hợp triển khai các nội dung hỗ trợ của Nhà nước theo quy định.

Thứ ba, 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. Cần có kế hoạch đánh giá chính sách và xây dựng lịch trình, lộ trình đánh giá cụ thể đối với từng chính sách. Trong kế hoạch đánh giá phải xác định rõ, đầy đủ mục tiêu, phạm vi, chủ thể, đối tượng, nội dung, phương pháp và tiêu chí đánh giá. Xây dựng các tiêu chí đánh giá đảm bảo khoa học, đầy đủ và phù hợp.

- Xây dựng đội ngũ đánh giá chính sách đủ năng lực, đồng thời có cơ chế kiểm soát, giám sát và nguồn lực cho hoạt động đánh giá chính sách.

- Quan tâm đến dư luận xã hội, đóng góp của chuyên gia, ý kiến phản hồi, nguyện vọng của doanh nghiệp để nhận biết các hạn chế, bất cập trong quá trình hoạch định, thực thi chính sách nhằm đảm bảo tính khách quan trong đánh giá chính sách, từ đó xác định và điều chỉnh các nội dung chính sách cũng như đề xuất các chương trình cải cách trong tương lai.

Thứ tư, Xây dựng nền tảng để giúp các doanh nghiệp tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu, bao gồm:

- Hỗ trợ doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận các kênh thông tin về chính sách, pháp luật, thị trường, quản trị, tư vấn, bồi dưỡng cho doanh nghiệp kiến thức về kinh doanh, hội nhập, phát triển chuỗi giá trị, các kỹ năng đàm phán, nghiên cứu thị trường.

- Hỗ trợ DN tiếp cận và tích tụ các nguồn vốn thông qua: Rà soát và nâng cao hiệu quả hoạt động của các quỹ bảo lãnh tín dụng; Khuyến khích tăng cường các hoạt động cho vay, giảm lãi suất tại các tổ chức tín dụng; Phát triển và đa dạng hóa các kênh huy động vốn mới cho doanh nghiệp.

- Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao chất lượng nguồn nhân lực: Hình thành quỹ phát triển nguồn nhân lực; Triển khai các chương trình trợ giúp đào tạo nguồn nhân lực và đa dạng hóa các hoạt động hỗ trợ DN; Đẩy mạnh công tác đào tạo nghề đảm bảo cung cấp nguồn nhân lực có kỹ năng cho doanh nghiệp, chú trọng đào tạo nghề các ngành, lĩnh vực sử dụng công nghệ cao, đáp ứng yêu cầu phát triển của doanh nghiệp và CMCN 4.0; Khuyến khích doanh nghiệp thành lập hoặc liên kết với cơ sở dạy nghề trong đào tạo và giải quyết việc làm; Phát triển đồng bộ thị trường lao động, hệ thống cơ sở dữ liệu về thị trường lao động, các hình thức thông tin thị trường lao động nhằm kết nối cung cầu lao động.

- Hỗ trợ doanh nghiệp tăng cường liên kết, tham gia chuỗi giá trị: Có giải pháp đồng bộ giúp doanh nghiệp trong nước, đặc biệt là DNNVV, trở thành nhà cung cấp đầu vào cho doanh nghiệp FDI; Hỗ trợ kết nối với các doanh nghiệp đầu, tiếp cận với quy trình, thủ tục đấu thầu, mua sắm của doanh nghiệp đầu chuỗi và hỗ trợ kỹ thuật để nâng cao năng lực, đáp ứng yêu cầu của các doanh nghiệp đầu chuỗi; Khuyến khích, tạo điều kiện để thu hút đầu tư vào sản xuất nguyên phụ liệu; xây dựng cơ chế thúc đẩy sự liên kết giữa doanh nghiệp sản xuất nguyên phụ liệu với các doanh nghiệp sản xuất sản phẩm tạo thành chuỗi liên kết khép kín, đáp ứng yêu cầu về quy tắc xuất xứ; Hình thành các cụm công nghiệp liên kết theo ngành/lĩnh vực ở các khu công nghiệp, khu chế xuất nhằm hình thành hệ sinh thái công nghiệp;

- Hỗ trợ phát triển các ngành Công nghiệp hỗ trợ: Sớm nghiên cứu và ban hành Luật Công nghiệp hỗ trợ; Xây dựng, hoàn thiện và triển khai hiệu quả, đồng bộ các cơ chế, chính sách đặc thù phát triển công nghiệp hỗ trợ; Bố trí, đảm bảo và huy động nguồn lực hiệu quả để triển khai thực hiện chính sách đầu tư phát triển công nghiệp hỗ trợ; Thúc đẩy xây dựng và thực thi các chính sách ưu đãi đối với doanh nghiệp công nghiệp hỗ

trợ; phát triển các ngành công nghiệp vật liệu nhằm tăng cường tính tự chủ về nguyên vật liệu đầu vào cho sản xuất, giảm sự phụ thuộc vào nguồn nhập khẩu, nâng cao giá trị gia tăng nội địa, sức cạnh tranh của sản phẩm và vị trí của doanh nghiệp Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu; Nâng cao năng lực doanh nghiệp công nghiệp hỗ trợ

4.2.2. Đề xuất và khuyến nghị với các doanh nghiệp

Thứ nhất, Doanh nghiệp cần chủ động hơn trong quá trình tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

- Doanh nghiệp cần chủ động học hỏi, tìm hiểu thông tin và tích lũy kiến thức về chuỗi giá trị toàn cầu bao gồm các vấn đề pháp lý về thương mại quốc tế; quy định trong các Hiệp định thương mại; cơ chế chính sách pháp luật của quốc gia, ngành và địa phương và đối tác; xu thế biến động; thông tin thị trường; kinh nghiệm quốc tế;...;

- Doanh nghiệp cần sớm xác định chiến lược, mục tiêu hoạt động rõ ràng về việc tham gia chuỗi giá trị trên cơ sở nắm bắt tốt bối cảnh kinh tế toàn cầu và các xu hướng trong tương lai gần, kèm với phân tích các khía cạnh năng lực của bản thân, cụ thể hóa chúng thành các kế hoạch trong từng giai đoạn và trong từng năm với tuân thủ các bước thực hiện, bên cạnh đó xây dựng sẵn biện pháp dự phòng để hạn chế rủi ro.

Thứ hai, 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.

- Bên cạnh việc tập trung cải thiện các khía cạnh năng lực truyền thống như năng lực quản trị của người sáng lập và các thành viên quản lý cao cấp, năng lực về tài chính, chất lượng nguồn nhân lực, trình độ khoa học công nghệ thông tin,..., thì trong bối cảnh mới, doanh nghiệp cần tập trung trau dồi thêm các khía cạnh năng lực động để thích ứng tốt hơn với môi trường kinh doanh. Theo đó, doanh nghiệp cần có:

(i) Khả năng nhận thức tốt về các cơ hội và thách thức của môi trường kinh doanh có thể tác động đến bản thân, đối tác và khách hàng: Các yếu tố, điều kiện tác động đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp không cố định một cách tĩnh tại, mà thường xuyên vận động, biến đổi. Bởi vậy, để nâng cao hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp, các nhà quản lý phải nhận biết một cách nhạy bén và dự báo đúng được sự thay đổi của môi trường kinh doanh.

(ii) Khả năng điều chỉnh, định dạng và tái cấu trúc lại các nguồn lực để có thể đón nhận những cơ hội mới hoặc thích nghi với các thay đổi xung quanh: Tái cấu trúc doanh nghiệp là quá trình khảo sát, đánh giá lại cấu trúc hiện tại và đề xuất giải pháp cho mô hình cấu trúc mới nhằm tạo ra “trạng thái” tốt hơn cho doanh nghiệp để thực hiện những mục tiêu trong những điều kiện, hoàn cảnh luôn thay đổi. Thế giới vẫn đang thay đổi từng giờ với tốc độ phát triển nhanh chóng. Chính nhờ sự khảo sát và đánh giá liên tục, lãnh đạo có thể nhạy bén phát hiện ra sự không tương thích giữa nhu cầu của thị trường với sự cung ứng của doanh nghiệp, kịp thời cập nhật những công cụ quản trị tân tiến, liên tục làm mới tư duy lãnh đạo trong môi trường mới và hoàn cảnh mới. Kết hợp với sự thay đổi từ bên trong, tận dụng được những nguồn lực mà doanh nghiệp đang có, tất cả làm nên sức bật cho doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp đẩy mạnh lợi thế cạnh tranh của mình

so với những doanh nghiệp khác.

(iii) **Khả năng học hỏi kiến thức và tiếp thu ý kiến một cách cởi mở** đồng thời vận dụng tốt các kiến thức đó vào thực tiễn hoạt động: Văn hóa học tập được đặc trưng bởi sự học hỏi, cởi mở và sáng tạo, là môi trường luôn có sẵn cơ hội khơi dậy ý tưởng mới và khám phá sự thay thế hiệu quả. Những doanh nghiệp có nhiều chương trình đào tạo sẽ là động lực cho nhân viên làm việc ngày càng tốt hơn. Chính vì thế mà văn hóa học tập và phát triển luôn chiếm một vị thế rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Đối với một cá nhân, học tập thường là một hoạt động độc lập. Còn với một doanh nghiệp, học tập là một khái niệm mang tính chất tương hỗ – phụ thuộc lẫn nhau, được tăng cường bởi môi trường giao tiếp cởi mở, thói quen cộng tác, hiệu ứng đến từ các đội nhóm khác nhau và sự so sánh với các lựa chọn thay thế.

(iv) **Khả năng tăng cường mạng lưới mối quan hệ** theo cả chiều rộng và chiều sâu, khai thác được các giá trị từ mạng lưới đó để phục vụ cho sự phát triển: Trong môi trường kinh doanh hiện nay, việc thiết lập và xây dựng các mối quan hệ trong kinh doanh là một trong những chiến lược hiệu quả, một yếu tố quan trọng cần thiết để doanh nghiệp tồn tại. Một doanh nghiệp thành công, một doanh nhân thành đạt phải luôn luôn có tầm nhìn chiến lược trong việc xây dựng và phát triển các mối quan hệ rộng khắp và khả năng giao tiếp tốt khi tìm kiếm, duy trì, phát triển các mối quan hệ.

(v) **Khả năng đổi mới sáng tạo** để tạo ra các tri thức, quy trình và sản phẩm có tính mới: đổi mới sáng tạo là việc tạo ra và ứng dụng các thành tựu, giải pháp kỹ thuật, công nghệ, giải pháp quản lý để nâng cao hiệu quả phát triển kinh tế – xã hội, nâng cao năng suất, chất lượng, giá trị gia tăng của sản phẩm, hàng hóa. Đổi mới sáng tạo không chỉ nằm trong tư duy, mà còn bao gồm cả việc ứng dụng tư duy đó vào thực tế. Đổi mới sáng tạo đóng vai trò rất quan trọng trong quá trình tồn tại và phát triển của doanh nghiệp trên thị trường, vì chúng tạo ra những thay đổi khác biệt và hỗ trợ doanh nghiệp hiệu quả trong việc giải quyết những vấn đề của khách hàng.

(vi) **Khả năng dự báo và nắm bắt các rủi ro, đồng thời xây dựng được các biện pháp dự phòng để đối phó:** Trong hoạt động kinh doanh, doanh nghiệp phải đổi mới với rất nhiều loại rủi ro. Mỗi loại rủi ro mang đến những thiệt hại khác nhau, phụ thuộc vào nhiều yếu tố như: tính chất, nguồn gốc, lĩnh vực,... Mục đích của quản trị rủi ro doanh nghiệp không chỉ để giảm thiểu các rủi ro, mà còn là quản lý rủi ro đó một cách hiệu quả, và có khả năng biến rủi ro thành cơ hội để phát triển. Quản trị tốt được rủi ro doanh nghiệp còn giúp các nhà lãnh đạo tự tin hơn trong các quyết định kinh doanh, từ đó có thể đạt được các mục tiêu đã đề ra. Có thể thấy rằng, quản trị rủi ro doanh nghiệp có một tầm quan trọng vô cùng to lớn, và được thể hiện ở 05 điểm sau:

Thứ ba, Ngoài sự hỗ trợ của nhà nước, cần tận dụng nhiều hơn các hỗ trợ từ các đối tác khác nhau: DN doanh nghiệp, hiệp hội doanh nghiệp, các tổ chức quốc tế.

- Các doanh nghiệp cần có các biện pháp để tiếp cận đa dạng các hình thức hỗ trợ như: chủ động tìm kiếm những nguồn tài trợ khác nhau từ các tổ chức tài chính trong nước và quốc tế để bổ sung vốn cho hoạt động sản xuất - kinh doanh; thu hút đầu tư, đặc

biệt là đầu tư trực tiếp nước ngoài đi kèm với học hỏi và chuyển giao công nghệ;

- Chủ động tham gia các hiệp hội DN, hiệp hội ngành nghề để mở rộng mạng lưới kết nối, tìm kiếm đối tác và khách hàng, học hỏi kinh nghiệm; tích cực tham gia các triển lãm, hội chợ trong và ngoài nước để tiếp cận đối tác và khách hàng đồng thời gia tăng độ nhận diện của thương hiệu và sản phẩm;...

Thứ tư, 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 toàn cầu.

Thay vì vận hành theo phương thức khép kín, thực hiện toàn bộ các khâu của quá trình sản xuất – kinh doanh để tạo thành chuỗi sản xuất khép kín nội bộ, các doanh nghiệp dẫn dắt chuỗi đặc biệt là các doanh nghiệp nhà nước cần cởi mở hơn trong việc tạo điều kiện để các thành phần kinh tế khác, nhất là các DNNVV tham gia vào các quá trình hay chu trình sản xuất ở những công đoạn nhỏ. Đây cũng là một cách để các doanh nghiệp lớn phân tán rủi ro, mở rộng mạng lưới kết nối trong sản xuất và tập trung nguồn lực để chuyên tâm vào phát triển một số công đoạn có thể mạnh.

4.2.3. Đề xuất và khuyến nghị với các hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức hỗ trợ khác

Thứ nhất, 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. Hiệp hội cần chú trọng thúc đẩy các dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh; hỗ trợ doanh nghiệp phát triển quan hệ kinh doanh và đầu tư ở trong và ngoài nước thông qua các biện pháp như chắp mối và giới thiệu bạn hàng, tạo điều kiện thuận lợi cho các hội viên có nhiều cơ hội trong việc giao lưu, trưng bày, giới thiệu, quảng bá sản phẩm, dịch vụ, mở rộng thị trường, đối tác kinh doanh. Bên cạnh đó, cần làm tốt vai trò là cầu nối chia sẻ thông tin, kết nối doanh nghiệp với chính quyền địa phương và các cơ quan chức năng, phát huy thông qua các buổi đối thoại doanh nghiệp, tọa đàm, hội thảo kết nối doanh nhân, các chương trình xúc tiến đầu tư...

Thứ hai, Các hiệp hội 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, quan tâm đến các vấn đề như: phương pháp xúc tiến thương mại, cung cấp thông tin về luật pháp và thị trường cho doanh nghiệp, về hội nhập thị trường khu vực và quốc tế... Các hiệp hội có lợi thế về mạng lưới quan hệ và đội ngũ nhân sự có nhiều chuyên môn và kinh nghiệm, nên chủ động trong việc nghiên cứu khảo sát thị trường, dự báo xu hướng để cung cấp thông tin về ngành, công nghệ cho các doanh nghiệp.

Thứ ba, Các hiệp hội cần chủ động phối hợp với các cơ quan nhà nước, các tổ chức hỗ trợ, các cơ quan có chuyên môn để tư vấn pháp luật và nghiệp vụ kinh doanh; tổ chức đào tạo, bồi dưỡng bằng những hình thức thích hợp để phát triển nguồn lực cho các doanh nghiệp, giúp các doanh nhân nâng cao kiến thức chuyên môn, năng lực quản lý và kinh doanh tiếp cận thị trường, chuyển đổi số,... nhất là tập huấn nâng cao các khía cạnh năng lực động; tổ chức các chương trình đào tạo tập huấn giúp nâng cao năng lực cho doanh

nghiệp trong tham gia chuỗi giá trị như tập huấn về pháp lý, thủ tục hải quan, thương mại điện tử, tài chính kế toán, tiêu chuẩn – quy chuẩn kỹ thuật, hỗ trợ doanh nghiệp đổi phó hiệu quả với các rào cản thương mại quốc tế phát sinh, đặc biệt là các vụ kiện phòng vệ thương mại.

Thứ tư, 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. Tích cực tham gia vào các cơ chế song phương và đa phương quan trọng trong khu vực và trên thế giới, các bộ, ban ngành, tổ chức xúc tiến Trung ương và địa phương để tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, đầu tư. Tổ chức các đoàn khảo sát thị trường, các dự án, chương trình xúc tiến hiệu quả, thúc đẩy việc chia sẻ thông tin, trao đổi kinh nghiệm và cơ hội hợp tác góp phần nâng cao năng lực hội nhập của Việt Nam với thế giới và thu hút đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Tổ chức cho các doanh nghiệp tham gia các đoàn công tác cùng lãnh đạo tỉnh hoặc các ngành trong các chuyến công tác nước ngoài nhằm giới thiệu hàng hoá, sản phẩm thúc đẩy quan hệ với các tổ chức, doanh nghiệp quốc tế, ký kết, hợp tác kinh tế quốc tế, phát triển kinh doanh của doanh nghiệp. Tiến hành các hoạt động hỗ trợ xây dựng, quảng bá, nâng cao uy tín doanh nghiệp, doanh nhân và các sản phẩm hàng hoá, dịch vụ của các doanh nghiệp hội viên.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG ANH

ADB (2022), Asian Development Outlook, ADB publishing.

Amit R., Choemaker P.(1993), "Strategic assets and organizational rent", Strategic Management Journal, 14 (1), pp. 33-46.

Atuahene-Gima, K., & Ko, A. (2001). An empirical investigation of the effect of market orientation and entrepreneurship orientation alignment on product innovation. Organization Science, 12(1), 54-74.

Baker, W. E., & Sinkula, J. M. (1999). The synergistic effect of market orientation and learning orientation. Journal of the Academy of Marketing Science, 27(4), 411-27

Barney J. B, Wright M., Ketchen D. Jr.(2001), "The resource-based view of the firm: ten years after 1991", Journal of Management, 27 (6), p.p.625-641.

Barney J.B(1991), "Firm resources and sustained competitive advantage", Journal of Management, 17(1), p.p.99-120.

Barney J.B(2001a), "Is the resource-based 'view' a useful perspective for strategic management research? Yes", Academy of Management Review, 26 (1), 41-56.

Barney J.B(2001b), "Resource-based theories of competitive advantage: a ten-year retrospective on the resource-based view", Journal of Management, 27 (6), 643-650.

Bhuiana, S. N., Menguc, B., & Bell, S. (2005). Just entrepreneurial enough: the moderating effect of entrepreneurship on the relationship between market orientation and performance. Journal of Business Research, 58(1), 9-17.

Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). Alternative Ways of Assessing Model Fit.. Newbury Park: Sage Publications.

Cohen M.D, Levinthal D.A(1990), "Absorptive capacity: a new perspective on learning and innovation", Administrative Science Quarterly, 35, p.p.128-152.

Collis D.J(1994), "Research note: how valuable are organizational capabilities?", Strategic Management Journal, 15, p.p.143-152.

Day, G. S. (2002). Managing the market learning process. Journal of Business & Industrial Marketing, 17(4), 240-252.

Day, G. S., & Wensley, R. (1988). Assessing Advantage: A Framework for Diagnosing Competitive Superiority. Journal of Marketing, 52(2), 1-20.

Day, G. S. (1994). The Capabilities of Market-Driven Organizations. Journal of Marketing, 58(4), 37-52.

Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. (2000). Introducing Lisrel: A Guide for the Uninitiated. London: SAGE.

- Eisenhardt K.M, Martin J.A (2000), "Dynamic capabilities: what are they?", *Strategic Management Journal*, 21, p.p.1105-1121.
- Fahy J., & Smithee A. (1999). Strategic marketing and the resource-based view of the firm. *Academy of Marketing Science Review (Online)*, 10, from: <http://www.amsreview.org/articles/fahy10-1999.pdf>
- Farrell, M. A., & Oczkowski, E. (2002). Are market orientation and learning orientation necessary for superior organisational performance? *Journal of Market-Focused Management*, 5, 197-217.
- Foley, A., & Fahy, J. (2004). Towards a further understanding of the development of market orientation in the firm: a conceptual framework based on the market-sensing capability. *Journal of Strategic Marketing*, 12, 219-230.
- Gibson C.B, Birkinshaw J.(2004), "The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity", *Academy of Management Journal*, 47(2), p.p.209-226.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis*. New Jersey: Prentice Hall.
- Huber, G. (1991). Organizational learning: contributing processes and the literatures. *Organizational Science*, 2(1), 88-115.
- Hult GTM, Hurley RF & Knight GA.(2004), "Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance", *Industrial Marketing Management*, 33, 429-438.
- Hult, G. T., & Ketchen Jr., D. J. (2001). Does market orientation matter? A test of the relationship between positional advantage and performance. *Strategic Management Journal*, 22(9), 899-906.
- IMF (2022), *World Economic Outlook*, IMF publishing.
- Jaworski, B. J., & Kohli, A. (1993). Market orientation: Antecedents and consequences. *Journal of Marketing*, 57(3), 53-71.
- Jöreskog, Karl, & Sörbom, D. (2001). *LISREL 8: User's Reference Guide*. Lincolnwood: SSI (Scientific Software International).
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard — measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market Orientation: The Construct, Research Propositions, and Managerial Implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1-18.
- Leonard, Barton D.(1992), "Core capabilities and core rigidities: a paradox in managing new product development", *Strategic Management Journal*, Summer Special Issue, 13, p.p.111- 125.
- Lindblom, A. (2006). Arvoa tuottava kauppiasyrityjyys ketjuliiketoiminnassa [The Market-sensing capabilities of K-food retailers]. Helsinki: Publications of Helsinki School of Economics.

- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power Analysis and Determination of Sample Size for Covariance Structure Modelling. *Psychological Methods*, 1(2), 130-149.
- Oktemgil M., Gordon G.(1997), "Consequences of high and low adaptive capability in UK Companie", *European Journal of Marketing*, 31(7), p.p.445-466.
- Teece D.J, Gary Pisano, Amy Shuen (1997), "Dynamic Capabilities and Strategic Management", *Strategic Management Journal*, 18(7), p.p.509-533.
- Teece D.J.(1986b), "Proiting from technological innovation", *Research Policy*, 15 (6),
- The Heritage Foundation (2011-2022), Index of Economic Freedom.
- UN (2021), *World Economic Situation & Prospect*, UN publishing.
- Wang C.L. (2007), "Dynamic Capabilities: A Review and Research Agenda", *The International Journal of Management Reviews*, 9(1), p.p.31-51.
- WIPO (2022), *Global Innovation Index*.
- World Bank (2022), *Global Economic Prospects*, WB publishing.
- Zahra S.A., George G.(2002), "Absorptive capacity: a review, reconceptualization, and extension", *Academy of Management Review*, 27 (2), p.p.185-203.

TIẾNG VIỆT

Ban chấp hành Trung ương (2020), Báo cáo tổng kết thực hiện Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2011 - 2020, xây dựng chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021 – 2030.

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2022), Báo cáo tình hình phát triển DN năm 2022 EuroCham (2022), Sách trắng 2022.

Nghị định số 31/2022/NĐ-CP của Chính phủ: Về hỗ trợ lãi suất từ ngân sách nhà nước đối với khoản vay của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh.

Nghị định số 32/2022/NĐ-CP của Chính phủ: Gia hạn thời hạn nộp thuế tiêu thụ đặc biệt đối với ô tô sản xuất hoặc lắp ráp trong nước.

Nghị định số 34/2022/NĐ-CP của Chính phủ: Gia hạn thời hạn nộp thuế giá trị gia tăng, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân và tiền thuê đất trong năm 2022.

Nghị định số 36/2022/NĐ-CP của Chính phủ: Về hỗ trợ lãi suất đối với các khoản vay tại Ngân hàng Chính sách xã hội, nguồn vốn cho vay, cấp bù lãi suất và phí quản lý để Ngân hàng Chính sách xã hội cho vay theo Nghị quyết số 43/2022/QH15 ngày 11 tháng 01 năm 2022 của Quốc hội về chính sách tài khóa, tiền tệ hỗ trợ Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội.

Nghị định số 38/2022/NĐ-CP của Chính phủ: Quy định mức lương tối thiểu đối với người lao động làm việc theo hợp đồng lao động.

Nghị định số 51/2022/NĐ-CP của Chính phủ: Sửa đổi mức thuế suất thuế nhập khẩu ưu đãi đối với mặt hàng xăng thuộc nhóm 27.10 tại Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi theo Danh mục mặt hàng chịu thuế kèm theo Nghị định 57/2020/NĐ-CP do Chính phủ ban hành.

Nghị quyết số 43/2022/QH15 của Quốc hội: Về chính sách tài khóa, tiền tệ hỗ trợ Chương trình phục hồi và phát triển kinh tế - xã hội.

Quyết định 08/2022/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ quy định về việc thực hiện chính sách hỗ trợ tiền thuê nhà cho người lao động.

Quyết định số 206/QĐ-BTC của Bộ Tài chính: Về việc triển khai áp dụng hóa đơn điện tử tại 57 tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương.

Tổng cục Thống kê (2019) Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam năm 2019, Nhà xuất bản Thống kê

Tổng cục Thống kê (2020) Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam năm 2020, Nhà xuất bản Thống kê

Tổng cục Thống kê (2021) Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam năm 2021, Nhà xuất bản Thống kê

Tổng cục Thống kê (2022) Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam năm 2022, Nhà xuất bản Thống kê

Tổng cục Thống kê (2022), Tình hình kinh tế - xã hội quý IV và năm 2022.

Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê các năm từ 2011 đến 2021, Nhà xuất bản Thống kê

Thông tư số 03/2022/TT-NHNN của Ngân hàng Nhà nước Việt Nam: Hướng dẫn ngân hàng thương mại thực hiện hỗ trợ lãi suất theo Nghị định số 31/2022/NĐ-CP.

VCCI (2006-2021), Báo cáo Thường niên doanh nghiệp Việt Nam.

VCCI (2012-2022), Chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh PCI (hằng năm).

WEBSITE

<https://www.wto.org/english/>

<https://www.trademap.org/>

<https://www.bloomberg.com/>

<https://tradingeconomics.com/>

<https://www.gso.gov.vn/>

<https://dangkykinhdoanh.gov.vn/>

<https://dautunuocngoai.gov.vn/>

<https://ncif.gov.vn/Pages/>

<https://www.ilo.org>

<https://statisticstimes.com/economy/>

<https://worldinvestmentreport.unctad.org/downloads/>

<https://www.ftserussell.com/analytics/factsheets/home/search>

<https://www.economy.com/>

<http://thitruongtaichinhhtiente.vn/>

<http://tapchิงanhhang.gov.vn/>

PHẦN IV

ĐỀ XUẤT KHUYẾN NGHỊ

**BÁO CÁO THƯỜNG NIÊN
DOANH NGHIỆP VIỆT NAM 2022/2023**