

**NGHIÊN CỨU KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG DỊCH VỤ
HỖ TRỢ KINH DOANH - ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG
DỊCH VỤ HỖ TRỢ KINH DOANH ĐỐI VỚI DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA
Ở THỪA THIÊN HUẾ**

*Lê Quang Trục, Trần Văn Hòa, Nguyễn Việt Anh
Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế*

TÓM TẮT

Nhiều nghiên cứu đã cho thấy sự cần thiết của việc phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh (HTKD) đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa (DNNVV). Thực tế chứng minh rằng, dịch vụ HTKD có vai trò quan trọng đối với sự phát triển doanh nghiệp và nền kinh tế như góp phần giảm nghèo, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo công ăn việc làm và đóng góp vào các mục tiêu chung của xã hội. Hiện nay, số lượng DNNVV ở tỉnh Thừa Thiên Huế chiếm khoảng 96% nên việc phát triển thị trường dịch vụ HTKD sẽ có ý nghĩa to lớn trong việc phát triển kinh tế. Vì vậy, việc nghiên cứu kinh nghiệm phát triển thị trường dịch vụ HTKD ở các nước phát triển, các nước đang phát triển và các tỉnh thành khác ở Việt Nam, từ đó đề xuất định hướng phát triển thị trường dịch vụ HTKD ở Thừa Thiên Huế là việc làm cần thiết và cấp bách, nhằm góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của DNNVV trên địa bàn tỉnh Thừa Thiên Huế.

1. Mục tiêu và phương pháp nghiên cứu

Bài viết này được thực hiện nhằm cung cấp những hiểu biết cơ bản nhất về dịch vụ HTKD, kinh nghiệm của việc phát triển thị trường dịch vụ HTKD ở các nước và vận dụng vào trường hợp tỉnh Thừa Thiên Huế nhằm đề xuất định hướng phát triển thị trường dịch vụ HTKD đối với DNNVV trên địa bàn. Phương pháp nghiên cứu tài liệu được sử dụng chủ yếu thông qua việc tìm kiếm, chọn lọc, phân tích và tổng hợp các công trình nghiên cứu và bài viết liên quan. Bên cạnh đó, việc phỏng vấn ý kiến chuyên gia cũng được tiến hành nhằm bổ sung thông tin xác thực cho bài viết.

2. Giới thiệu chung về dịch vụ hỗ trợ kinh doanh

2.1. Định nghĩa dịch vụ hỗ trợ kinh doanh

Dịch vụ HTKD hay còn gọi là dịch vụ phát triển kinh doanh (BDS - Business Development Services). Hiện nay, trên thế giới tồn tại nhiều định nghĩa khác nhau về dịch vụ HTKD tùy thuộc vào điều kiện kinh tế - xã hội và mục đích phát triển thị trường. Mặc dù có sự khác biệt nhất định khi đề cập đến thuật ngữ dịch vụ HTKD, tuy nhiên

nhiều quan điểm đều khẳng định dịch vụ HTKD là những dịch vụ chuyên cung cấp những kỹ năng chuyên môn cần thiết để nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Dịch vụ này chiếm một vị trí quan trọng trong nền kinh tế và là dịch vụ đầu vào của các ngành công nghiệp, sản xuất và dịch vụ. Sự phát triển của dịch vụ HTKD sẽ tạo điều kiện cho doanh nghiệp giảm bớt chi phí thông qua việc chuyên môn hóa trong sản xuất kinh doanh.

Trong bài viết này, dịch vụ HTKD được hiểu theo cách phổ biến nhất, đó là *bất kỳ dịch vụ phi tài chính nào được cung cấp một cách chính thức hoặc không chính thức và được sử dụng để hỗ trợ doanh nghiệp nhằm thực hiện chức năng kinh doanh hoặc tăng trưởng*. Đồng thời, cụm từ “dịch vụ HTKD” cũng có khi được sử dụng để chỉ một nhóm dịch vụ nào đó hoặc một dịch vụ cụ thể.

2.2. Vai trò của dịch vụ hỗ trợ kinh doanh đối với DNNVV

Dịch vụ HTKD có vai trò rất quan trọng đối với doanh nghiệp, đặc biệt là DNNVV. Trong điều kiện hội nhập kinh tế, vai trò của dịch vụ HTKD càng thể hiện rõ ở các điểm sau:

Thứ nhất, dịch vụ HTKD cung cấp các dịch vụ cần thiết cho doanh nghiệp với mức giá hợp lý và chất lượng tốt thay thế quá trình "tự cung tự cấp". Dorothy I. Riddle và Trần Vũ Hoài cho rằng: “Tất cả các tổ chức – dù là nhà nước hay tư nhân, dù lớn hay nhỏ - đều đòi hỏi phải có các chức năng hỗ trợ trọng yếu đối với sự tồn tại và khả năng cạnh tranh của nó, nhưng các chức năng này không phải là sự bắt buộc hay năng lực cốt lõi của tổ chức đó”. Dịch vụ HTKD đóng vai trò quan trọng đối với việc tăng cường hoạt động của doanh nghiệp, đặc biệt là các DNNVV. Ở hầu hết các quốc gia, nhu cầu về sự cần thiết của các chính sách phù hợp nhằm phát triển thị trường dịch vụ HTKD cũng như khuyến khích việc cung cấp và sử dụng các dịch vụ này đang tăng lên [7].

Thứ hai, trên bình diện quốc tế, dịch vụ HTKD được xem như là một nhân tố chủ chốt nhằm tăng cường hoạt động trong các lĩnh vực kinh doanh. Các nước công nghiệp công nhận rằng, dịch vụ HTKD là một lĩnh vực kinh tế quan trọng và đang phát triển nhanh. Ở các nước thuộc OECD, dịch vụ HTKD mang tính chiến lược có tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 10%/năm.

Thứ ba, dịch vụ HTKD thúc đẩy quá trình chuyên môn hoá của doanh nghiệp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động. Các doanh nghiệp sẽ tập trung vào một số hoạt động chính trong sản xuất kinh doanh chứ không cần phải đảm nhận tất cả các khâu, các công việc như trước đây. Trong môi trường kinh doanh ngày càng phức tạp và năng động ở các nước công nghiệp, doanh nghiệp phải tập trung vào sự khác biệt và lợi thế cạnh tranh. Điều này có nghĩa là phát triển mối quan hệ làm việc hiệu quả với các đơn vị cung cấp dịch vụ bên ngoài - những người có khả năng thực hiện những nhiệm vụ cụ thể tốt hơn, thành thạo hơn, chi phí thấp hơn, độ tin cậy cao hơn đối với các đối tượng bên trong chính tổ chức đó.

Thứ tư, tạo điều kiện cho DNNVV tập trung nguồn lực vào quá trình sản xuất kinh doanh, tránh sự phân tán nguồn lực dẫn đến hiệu quả thấp. DNNVV luôn được nhắc đến với một trong những đặc điểm là nguồn lực rất hạn chế, đặc biệt là vốn kinh doanh. Vì vậy, nếu để các doanh nghiệp này tự cung cấp dịch vụ HTKD thì nguồn lực sẽ bị phân tán và chi phí sẽ cao. Doanh nghiệp khó có thể tự tổ chức các lớp học cho người lao động cũng như các nhà quản lý và doanh nghiệp cũng không nên tổ chức một bộ phận kế toán với đầy đủ thành phần như các doanh nghiệp quy mô lớn. Trong nhiều trường hợp, việc sử dụng dịch vụ thuê ngoài sẽ hiệu quả hơn.

Thứ năm, dịch vụ HTKD là cầu nối trong quan hệ giữa doanh nghiệp và các cơ quan nghiên cứu, các trường đại học thông qua việc tư vấn của chuyên gia từ những tổ chức này. Dịch vụ HTKD chính là trung gian nhằm đưa các sản phẩm nghiên cứu của các viện nghiên cứu, trường đại học,... đến với doanh nghiệp, đặc biệt là các DNNVV - những người khó có thể tự thực hiện được chức năng này.

3. Kinh nghiệm phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa

3.1. Kinh nghiệm ở các nước phát triển

Ở các nước phát triển, việc phát triển thị trường dịch vụ HTKD đã có những thành công nhất định trong việc hỗ trợ phát triển DNNVV. Chẳng hạn, điển hình trong việc phát triển thị trường dịch vụ HTKD là Hoa Kỳ [10] với trường hợp của Công ty Phát triển Công nghệ cao (High Technology Development Corporation - HTDC). Hiện nay, HTDC đã đưa ra hai chương trình được các DNNVV rất ủng hộ, bao gồm: *Chương trình doanh nhân FastTrac* và *Chương trình mở rộng đối tác trong ngành sản xuất (MEP)*. Do các chương trình này được tài trợ từ các quỹ (quỹ Kauffmann, quỹ liên bang) nên HTDC đưa ra mức giá rất hợp lý đối với khách hàng của mình, đặc biệt là các DNNVV - những khách hàng có nguồn tài chính hạn chế. Bên cạnh đó, HTDC cũng phục vụ cộng đồng kinh doanh công nghệ thông qua các sáng kiến hay, chẳng hạn lập trang web công nghệ thông tin HiTechHawaii.com, sổ tay kinh doanh công nghệ Hawaii và quan hệ đối tác của HTDC với Công ty truyền thông Honolulu.

Chương trình doanh nhân FastTrac cung cấp cho doanh nghiệp những hiểu biết về kinh doanh, kỹ năng lãnh đạo và những mối quan hệ để họ chuẩn bị khởi sự kinh doanh hoặc mở rộng quy mô kinh doanh. Bên cạnh đó, các chương trình FastTrac đã tổ chức thực hành kinh doanh cũng như hội thảo cho các doanh nhân hiện có và doanh nhân tiềm năng với những chương trình được viết ra và giảng dạy bởi các doanh nhân thành đạt. FastTrac đã giúp cho hơn 60.000 người trên toàn nước Mỹ khởi nghiệp hoặc phát triển công việc kinh doanh của mình. Chương trình FastTrac đang được thực hiện tại 150 thành phố của 38 bang và những người tốt nghiệp các chương trình đào tạo này có đủ tư cách để trở thành thành viên của Mạng lưới doanh nhân thế giới do Quỹ Kauffman tài trợ [10].

Chương trình mở rộng đối tác hợp tác sản xuất (MEP) được thành lập từ năm 1988 nhằm giúp các DNNVV trong lĩnh vực sản xuất có thể thành công trong hoạt động sản xuất của mình. MEP cung cấp các dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp cho bất cứ hoạt động kinh doanh nhỏ nào có tính giá trị dịch vụ tư vấn vào sản phẩm hoặc dịch vụ, bao gồm xây dựng, công nghệ, nông nghiệp nhiều ngành và các công ty sản xuất truyền thống trong các lĩnh vực cải thiện quá trình kinh doanh, tăng cường hiệu quả và năng suất và thương mại điện tử [10].

HTDC & MEP có thể giúp các doanh nghiệp về: (1) thay đổi quản lý một cách tổng thể; (2) tìm biện pháp marketing và sản xuất phù hợp; (3) áp dụng công nghệ thông tin nhằm giảm bớt thời gian tìm kiếm thị trường; (4) xúc tiến khả năng dựa vào sản xuất; (5) tăng sự tập trung vào chất lượng; (6) sử dụng toàn bộ nhân công nhằm tiếp tục sự tiến bộ; và (7) thu được lợi nhuận từ các quá trình không trực tiếp. Với phương châm như vậy MEP đã hỗ trợ cho trên 149.000 doanh nghiệp thông qua mạng lưới gồm trên 2.000 nhà tư vấn tại 400 địa điểm khác nhau [10].

Ngoài ra, tại Hoa Kỳ còn có *Chương trình phát triển doanh nghiệp quốc tế Counterpart* cũng nhằm cung cấp các dịch vụ HTKD cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp có quy mô nhỏ. Counterpart cung cấp dịch vụ HTKD ở ba cấp độ khác nhau. Cấp độ thứ nhất với tư cách là một nhà xúc tiến, Counterpart làm việc với các nhà cung cấp dịch vụ bản địa – bao gồm các nhà tư vấn, các công ty tư nhân, các tổ chức đào tạo và các hiệp hội ngành nghề - nhằm phát triển các sáng kiến, các chiến lược có tính thương mại nhằm mở rộng các dịch vụ tư vấn. Cấp độ thứ hai là Counterpart sẽ làm việc trực tiếp với các DNNVV để phát triển các dịch vụ kinh doanh cơ bản có lợi ích về mặt tài chính. Và cuối cùng Counterpart sẽ làm việc với các DNNVV để tăng cường sự hiểu biết đối với các nguồn dịch vụ HTKD tại địa phương đó nhằm tăng thị phần của DNNVV và tạo công ăn việc làm. Các hoạt động cụ thể của Counterpart bao gồm: Cung cấp dịch vụ quản lý và tư vấn kỹ thuật, phát triển kỹ năng của các doanh nhân và xây dựng khả năng hợp tác của các doanh nghiệp [10].

Những yếu tố dẫn đến sự thành công của thị trường dịch vụ HTKD ở các nước phát triển nói chung và Hoa Kỳ nói riêng thể hiện ở các điểm sau:

- Xây dựng các chương trình hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng và nhà cung cấp dịch vụ HTKD thông qua hỗ trợ kỹ thuật, hỗ trợ thông tin thị trường và thiết lập trang web cung cấp thông tin;
- Tập trung đào tạo kiến thức khởi sự kinh doanh cho doanh nghiệp trẻ và DNNVV. Giảng viên của lớp học là những chủ doanh nghiệp thành đạt;
- Tạo điều kiện để chủ doanh nghiệp thiết lập các mối quan hệ tiềm năng thông qua những lớp học hoặc chương trình giao lưu;
- Ưu tiên phát triển thị trường dịch vụ HTKD tại địa phương trước khi mở rộng phạm vi thị trường.

3.2. Kinh nghiệm ở các nước đang phát triển

Phát triển doanh nghiệp trong cụm là phương pháp khá phổ biến trong việc thúc đẩy phát triển thị trường dịch vụ HTKD ở châu Á. Sự tập trung nhiều doanh nghiệp giống nhau trong cùng một khu vực địa lý nhất định sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho những can thiệp hỗ trợ từ phía nhà nước. Đây là phương pháp được UNIDO (United Nations Industrial Development Organization) hỗ trợ thực hiện tại Ấn Độ để xây dựng mô hình cho việc hỗ trợ đối với các DNNVV, trong đó có việc sử dụng dịch vụ HTKD [10].

Phát triển doanh nghiệp trong cụm sẽ giải quyết được sự thiếu hụt về kiến thức, thiếu sự hợp tác và cùng hành động giữa các doanh nghiệp. Điều này thể hiện ở các khía cạnh sau:

Thứ nhất, vấn đề chủ yếu không phải là tính hiệu quả của các thị trường dịch vụ HTKD mà là việc không có khả năng đạt được một định hướng cho các cụm một cách tổng thể do thiếu những dạng thị trường dịch vụ HTKD nhất định. Chẳng hạn, tư vấn xuất khẩu, công nghệ internet, marketing,... Đây chính là những lĩnh vực mà các nhà cung cấp tiềm năng thường không muốn đưa ra dịch vụ đáp ứng nhu cầu của DNNVV trong khi các khách hàng tiềm năng lại không rõ về nhu cầu của mình đối với dịch vụ này.

Thứ hai, vấn đề không chỉ là cung cấp các dịch vụ còn thiếu cho khách hàng mà mục tiêu là các can thiệp từ nhà nước phải tạo điều kiện cho khách hàng và nhà cung cấp dịch vụ có cơ hội tiếp xúc.

Thứ ba, nên cố gắng tránh việc bao cấp chi phí về các loại hình dịch vụ HTKD cho DNNVV để họ nhận thức được ý nghĩa kinh tế của việc sử dụng và cảm nhận được đầy đủ giá trị của những dịch vụ đó. Các khoản trợ cấp chỉ nên tập trung chủ yếu vào giai đoạn đầu cung cấp các dịch vụ HTKD. Chẳng hạn như tiếp cận công nghệ mới cần đến đào tạo, quản lý chất lượng,...

Qua đó, phương pháp này đã giúp cho các DNNVV trong cụm công nghiệp hoạt động hiệu quả hơn, nâng cao tỉ lệ tồn tại và phát triển của các DNNVV ở các cụm doanh nghiệp nhỏ ở Pune, Ludhiana, Jaipur tại nước Ấn Độ [10].

3.3. Kinh nghiệm ở Việt Nam

Qua quá trình tìm hiểu, chúng tôi nhận thấy trong giai đoạn từ năm 2000 đến nay, một số nghiên cứu và hội thảo về dịch vụ HTKD đã và đang được tiến hành tại Việt Nam, điển hình là:

Năm 2000, CIEM và MPDF đồng tổ chức *Hội thảo quốc tế về phát triển thị trường dịch vụ HTKD ở Việt Nam*.

Năm 2002, dự án phát triển DNNVV của GTZ và Chương trình Xúc tiến

DNNVV Swisscontact đã thực hiện *Dự án nghiên cứu về thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh ở Việt Nam*. Dự án này đã nghiên cứu thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh trong 1200 DNNVV tại sáu tỉnh thành gồm: Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Hải Phòng, Đồng Nai và Bình Dương. Nghiên cứu này đã thu được những thông tin rất thú vị về hiện trạng phát triển thị trường dịch vụ HTKD tại Việt Nam; những điểm mạnh chủ yếu của thị trường; các nhóm khách hàng, các dịch vụ và khu vực tiềm năng; đề xuất chính sách và chương trình nhằm phát triển thị trường.

Năm 2003 - 2004, với sự hỗ trợ của GTZ, Nguyễn Đình Cung, Trần Kim Hào và Trịnh Đức Chiêu (CIEM) đã thực hiện một *nghiên cứu về khung pháp lý cho việc phát triển dịch vụ HTKD* trong 3 lĩnh vực: sở hữu trí tuệ, kế toán kiểm toán và đào tạo.

Năm 2005, TS. Trần Kim Hào và cộng sự đã hoàn thành đề tài *nghiên cứu về thực trạng, các vấn đề và giải pháp cho thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh cho các DNNVV ở Việt Nam* bao gồm 8 dịch vụ: dịch vụ cung cấp thông tin, dịch vụ tư vấn, dịch vụ marketing, hỗ trợ về tin học và hệ thống quản trị thông tin, dịch vụ tài chính kế toán, dịch vụ đào tạo, dịch vụ tư vấn pháp luật và dịch vụ hỗ trợ kỹ thuật. Theo đó, đề tài đã cung cấp những thông tin hữu ích về những nguyên nhân chủ yếu hạn chế việc phát triển thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh, cả từ phía cung và phía cầu và những kiến nghị giải pháp cụ thể nhằm thúc đẩy sự phát triển của thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh ở Việt Nam.

Ngoài ra, còn có một số nghiên cứu về dịch vụ HTKD ở các địa phương như: *"Dịch vụ phát triển kinh doanh ở TP. HCM - thực trạng và giải pháp"* của GS.TS Nguyễn Đông Phong và TS. Bùi Thanh Tráng, *"Thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh ở Đà Nẵng"* của VCCI (2009), *"Phát triển các dịch vụ HTKD trên địa bàn Hà Nội trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế"* (2005-2007) của TS. Hoàng Văn Hải, *"Phát triển dịch vụ HTKD ở Thừa Thiên Huế"* do TS. Nguyễn Văn Phát và cộng sự (2008) thực hiện,...

Các nghiên cứu trên đã chỉ ra một số kinh nghiệm quan trọng để phát triển thị trường dịch vụ HTKD tại các địa phương nói riêng và ở Việt Nam nói chung. Trong nghiên cứu này, chúng tôi giới thiệu một số kinh nghiệm trong việc phát triển thị trường dịch vụ HTKD ở Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.

Kinh nghiệm của Hà Nội cho thấy việc phát triển thị trường dịch vụ HTKD trong điều kiện hội nhập cần chú trọng đến các điểm sau [9]:

- Phát triển các dịch vụ HTKD phải nhằm *hình thành và phát triển đồng bộ thị trường* bao gồm các nhà cung cấp cạnh tranh nhau và được hỗ trợ để cung ứng các dịch vụ có chất lượng. Thành phố sẽ giữ vai trò là người điều tiết khuyến khích phát triển thị trường;

- Bên cạnh đó, phát triển thị trường dịch vụ HTKD phải dựa trên cơ sở *phát huy vai trò của thành phần kinh tế tư nhân*;

- Hỗ trợ của chính quyền nên tập trung hơn vào hỗ trợ kỹ thuật và khích lệ các nhà cung cấp tham gia vào thị trường mới và mở rộng các dịch vụ cung ứng chứ không nên đi sâu vào hỗ trợ tài chính và trợ giá. Bên cạnh đó Hà Nội cần có những chiến dịch quảng bá làm thay đổi thói quen tự làm thay vì đi mua dịch vụ ngoài của các doanh nghiệp Việt Nam. Trợ cấp trực tiếp làm giảm chi phí và giá thành dịch vụ thường đi ngược lại với cơ chế thị trường và làm bóp méo thị trường.

Các giải pháp phát triển thị trường dịch vụ HTKD tại Hà Nội tập trung vào việc nâng cao nhận thức đối với việc sử dụng dịch vụ HTKD, xây dựng cơ chế quản lý nhà nước đối với dịch vụ HTKD và thành lập tổ chức xúc tiến phát triển thị trường dịch vụ HTKD.

Đối với thành phố Hồ Chí Minh: thị trường dịch vụ HTKD năng động nhất cả nước, theo Nguyễn Đông Phong và Bùi Thanh Tráng, kinh nghiệm cho thấy cần thực hiện đồng bộ các giải pháp sau [18], [19]:

- Rà soát lại các văn bản về lĩnh vực dịch vụ HTKD theo định hướng hỗ trợ hoạt động này phát triển;

- Hỗ trợ các nhà cung cấp dịch vụ HTKD như miễn giảm thuế, hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường, hỗ trợ huấn luyện nghiệp vụ chuyên môn, nâng cao chất lượng và đẩy mạnh công tác chào hàng, marketing tới khách hàng;

- Thông qua các hiệp hội để tăng cường công tác tuyên truyền, quảng bá về vai trò của dịch vụ HTKD đối với sự phát triển của DNNVV;

- Tạo ra môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các nhà cung cấp trong thị trường HTKD.

Đối với tỉnh Thừa Thiên Huế: đã có một nghiên cứu về thị trường dịch vụ HTKD của TS. Nguyễn Văn Phát và cộng sự thực hiện năm 2008. Nghiên cứu này đánh giá tình hình sử dụng dịch vụ HTKD đối với 6 loại hình dịch vụ: nghiên cứu thị trường, đào tạo, hạch toán kế toán, tư vấn, thiết kế bao bì và phân phối của 60 doanh nghiệp trên địa bàn. Qua đó, nghiên cứu đã chỉ ra những kết luận quan trọng về thị trường dịch vụ HTKD tại Thừa Thiên Huế.

4. Định hướng phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa ở Thừa Thiên Huế

Xuất phát từ những đặc thù kinh tế xã hội của tỉnh Thừa Thiên Huế cũng như kinh nghiệm quốc tế và Việt Nam trong phát triển thị trường dịch vụ HTKD đối với DNNVV, bài viết này đề xuất các định hướng cơ bản nhằm phát triển thị trường này trên địa bàn tỉnh như sau:

Một là, phát triển dịch vụ HTKD phải thông qua xúc tiến thị trường dịch vụ HTKD một cách đồng bộ ở ba khía cạnh: khách hàng, nhà cung cấp và cơ chế hoạt động.

Ở các nước có dịch vụ HTKD phát triển như Mỹ, Ý, Đài Loan [5, 20] thì thị trường dịch vụ HTKD hoạt động dựa trên nguyên tắc thương mại hóa kết hợp nguồn tài chính công. Thật vậy, ở Việt Nam, quan điểm phát triển dịch vụ HTKD truyền thống trước đây cho rằng, nhà nước phải hỗ trợ mạnh mẽ và lâu dài về tài chính cho các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ HTKD (hỗ trợ nhà cung cấp) hoặc nỗ lực thành lập các trung tâm và đơn vị cung cấp dịch vụ miễn phí hoặc giá rẻ cho thị trường (hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng). Điều này chỉ hợp lí trong ngắn hạn, lúc đó, chi phí dịch vụ sẽ thấp và phù hợp khả năng thanh toán của khách hàng. Tuy nhiên, về lâu dài thì rất khó duy trì sự trợ cấp này, nhất là khi chúng ta đã mở cửa thị trường dịch vụ theo cam kết WTO. Hơn nữa, nếu cơ quan nhà nước và nhà tài trợ thay thế thị trường để cung cấp dịch vụ HTKD trực tiếp đến DNNVV sẽ làm mất đi tính cạnh tranh và sự năng động cần thiết của nền kinh tế. Vì vậy, định hướng đề xuất là phải phát triển thị trường dịch vụ HTKD một cách đồng bộ và bền vững. Trong thời gian đầu, tỉnh Thừa Thiên Huế đóng vai trò là điều tiết thị trường, hỗ trợ cung cầu. Những hỗ trợ này tập trung vào các nhóm dịch vụ cần thiết và cấp bách. Sau đó, hỗ trợ phải giảm dần cùng với sự phát triển của thị trường. Trên quan điểm này, chúng ta cần tách bạch vai trò của nhà cung cấp và người xúc tiến trên thị trường dịch vụ HTKD. Kinh nghiệm của nhiều quốc gia trong phát triển thị trường các dịch vụ này là không được đánh đồng vai trò của tổ chức xúc tiến với nhà cung cấp vì điều này thường gây ra mâu thuẫn quyền lợi cho các nhà cung cấp cạnh tranh. Tổ chức xúc tiến thường có chương trình phát triển trong khi nhà cung cấp có chương trình kinh doanh. Nhập hai vai trò này làm một thường dẫn đến những chương trình kém hiệu quả và gây lãng phí trong việc sử dụng nguồn lực.

Hai là, phát triển thị trường dịch vụ HTKD phải dựa trên cơ sở phát huy vai trò của thành phần kinh tế tư nhân và tăng cường năng lực cạnh tranh cho DNTN. Thực tế cho thấy, DNNVV ngoài quốc doanh ở Thừa Thiên Huế chiếm tỉ trọng rất cao, chiếm 54%, tương ứng 1.898 trong tổng số 3.524 doanh nghiệp. Hơn nữa, thị trường này đang phát triển ban đầu và vẫn còn manh mún và gặp nhiều hạn chế trong việc cung ứng và sử dụng dịch vụ. Vì vậy, tập trung vào hỗ trợ các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh sẽ góp phần tạo ra một thị trường năng động hơn. Kinh nghiệm quốc tế cũng chỉ ra rằng các chương trình hỗ trợ truyền thống thường làm việc với các đơn vị nhà nước hoặc các cơ quan phi lợi nhuận, nhưng hiệu quả mang lại không cao khi chương trình kết thúc.

Bên cạnh đó, môi trường cạnh tranh không bình đẳng giữa DNTN và DNNN đã tạo ra những cản trở lớn đối với sự phát triển của khu vực tư nhân, yếu tố cần thiết cho việc hình thành một lĩnh vực dịch vụ mang tính cạnh tranh ở Thừa Thiên Huế. Tuy nhiên, ngay cả khi thực hiện các biện pháp trên quy mô rộng để tạo ra môi trường bình đẳng, khu vực tư nhân non trẻ vốn chỉ dựa vào DNNVV vẫn chưa thể cạnh tranh trong nhiều ngành sử dụng kĩ năng cao và vẫn bị chi phối bởi DNNN và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Do đó, để tận dụng tối đa tiềm năng tăng trưởng của khu vực tư nhân, cần phải củng cố khả năng cạnh tranh của các DNTN.

Ba là, nên tập trung hỗ trợ kỹ thuật và khích lệ các nhà cung cấp tham gia vào thị trường mới và mở rộng các dịch vụ cung ứng thay vì tập trung hỗ trợ tài chính và trợ giá. Trợ cấp có thể làm giảm giá thành dịch vụ nhưng lại đi ngược lại cơ chế thị trường và làm thị trường dịch vụ HTKD phát triển méo mó. Các hỗ trợ kỹ thuật nên tập trung vào giai đoạn trước khi mua và sau khi mua, gồm các đầu việc cụ thể như: hỗ trợ để phát triển sản phẩm dịch vụ, sử dụng thử, xây dựng năng lực, nâng cao nhận thức, thu nhận những phản hồi của người sử dụng,...

Bốn là, khẩn trương tiến hành khảo sát thị trường dịch vụ HTKD ở Thừa Thiên Huế nhằm nắm bắt thông tin kịp thời để từ đó tiến hành hoạch định chiến lược phát triển dịch vụ HTKD dài hạn đến năm 2020. Hiện nay, ở Thừa Thiên Huế chưa có chiến lược phát triển thị trường dịch vụ HTKD mang tính dài hạn lẫn ngắn hạn. Qua đó cho thấy, thị trường trọng yếu này chưa nhận được sự quan tâm thích đáng từ chính quyền địa phương tỉnh Thừa Thiên Huế. Do đó, việc thay đổi nhận thức của xã hội nói chung và các cơ quan ban ngành nói riêng là thật sự cần thiết để có những bước đi đúng đắn trong sự phát triển chung của thị trường dịch vụ HTKD đối với DNNVV. Theo đó, bước đầu cần thành lập Trung tâm Xúc tiến Thị trường nhằm thực hiện những chức năng cơ bản như khảo sát thị trường (cung, cầu, cơ chế hoạt động), hoạch định chiến lược phát triển, tư vấn chính sách cho các cơ quan chức năng có thẩm quyền của tỉnh Thừa Thiên Huế. Đó cũng chính là sự định hướng của cơ chế trong việc phát triển thị trường này.

5. Kết luận

Dịch vụ HTKD có vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế và phát triển DNNVV [2, 3, 5, 9]. Vì vậy, nghiên cứu kinh nghiệm phát triển thị trường dịch vụ HTKD ở các nước trên thế giới có ý nghĩa sâu sắc đối với Việt Nam nói chung và Thừa Thiên Huế nói riêng trong việc phát triển thị trường này. Do đó, việc tập trung nguồn lực nhằm thay đổi nhận thức của xã hội nói chung và DNNVV nói riêng về vai trò của dịch vụ HTKD là việc làm cần thiết và cấp bách trong giai đoạn hiện nay ở Thừa Thiên Huế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Trang Anh. *Thị trường dịch vụ pháp lý: nhỏ nhưng trọng yếu*. Tinmoi.vn, [internet], ngày 22/01/2010, có tại: <http://www.tinmoi.vn/Thi-truong-dich-vu-phap-ly-Nho-nhung-trong-yeu-01111075.html>, [Truy cập ngày 07/6/2010], 2010.
- [2]. Bộ Kế hoạch Đầu tư & Chương trình phát triển Liên hiệp quốc UNDP. *Phát triển khu vực dịch vụ ở Việt Nam - chìa khóa cho tăng trưởng bền vững*, Hà Nội, Việt Nam, 2005.
- [3]. Chính phủ. *Nghị định 56/2009/NĐ-CP về trợ giúp phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa*, Hà Nội, Việt Nam, 2009.
- [4]. Chính phủ. *Nghị quyết 22/2010/NĐ-CP về việc triển khai Nghị định 56/2009/NĐ-CP về*

trợ giúp phát triển DNNVV, Hà Nội, Việt Nam, 2010.

- [5]. Chương trình Phát triển các Doanh nghiệp Nhỏ của ILO. *Tài liệu hội thảo quốc tế về Phát triển các thị trường thương mại cho BDS*, Turin, Italia, 2003.
- [6]. *Chương trình Phát triển dự án Mekong và Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương*. Tài liệu hội thảo quốc tế về các dịch vụ phát triển kinh doanh tại Việt Nam, Hà Nội, Việt Nam, 2000.
- [7]. Dorothy I. Riddle và Trần Vũ Hoài. *Chúng ta biết gì về thị trường Dịch vụ HTKD?*, Tài liệu hội thảo quốc tế về các dịch vụ phát triển kinh doanh tại Việt Nam, Hà Nội, Việt Nam, 2000.
- [8]. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên. *Chiến lược tổng thể phát triển ngành dịch vụ tới năm 2020 và tầm nhìn tới năm 2025*, Hà Nội, Việt Nam, 2009.
- [9]. Hoàng Văn Hải. *Phát triển các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh trên địa bàn Hà Nội trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Hà Nội, Việt Nam, 2007.
- [10]. Trần Kim Hào. *Thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ ở Việt Nam*, Hà Nội, Việt Nam, 2005.
- [11]. Hiệp hội Kế toán công chứng Anh quốc, CLB Doanh nhân Sài Gòn và Báo Doanh nhân Sài Gòn. *Tài liệu hội thảo về chiến lược cho các DNVVN Việt Nam vượt qua khủng hoảng*, TP.HCM, Việt Nam, 2010.
- [12]. Mark Saunders, Philip Lewis và Adrian Thornhill. *Phương pháp nghiên cứu trong kinh doanh*, dịch giả: Nguyễn Văn Dung, NXB Tài Chính, TP.HCM, Việt Nam, 2010.
- [13]. Nguyễn Văn Phát. *Phát triển dịch vụ hỗ trợ kinh doanh ở Thừa Thiên Huế*, Báo cáo tổng kết đề tài cấp bộ B2006-ĐHH.06-08, Huế, Việt Nam, 2008.
- [14]. Philip Kotler. *Quản trị marketing*, dịch giả: Phan Thăng và Phan Đình Quyền, NXB Thống Kê, Hà Nội, Việt Nam, 2002.
- [15]. Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam - chi nhánh Đà Nẵng. *Chuyên đề về thị trường BDS tại Đà Nẵng*, Đà Nẵng, Việt Nam, 2009.
- [16]. Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung ương và Tổ chức Hợp tác Kỹ thuật Đức. *Môi trường pháp lý cho dịch vụ phát triển kinh doanh tại Việt Nam*, Hà Nội, Việt Nam, 2003.
- [17]. Phòng Thương mại & Công nghiệp Việt Nam. *Cam kết WTO về các dịch vụ kinh doanh*, Hà Nội, Việt Nam, 2007.
- [18]. Nguyễn Đông Phong và Bùi Thanh Tráng. *Dịch vụ phát triển kinh doanh ở TP. HCM- thực trạng và giải pháp*. Tạp chí Phát triển kinh tế, 173, (2005), 9 - 12.
- [19]. Nguyễn Đông Phong và Bùi Thanh Tráng. *Hoạt động quảng cáo tại thành phố HCM-*

thực trạng và giải pháp. Tạp chí Nghiên cứu và Phát triển, 199, (2007), 29 - 33.

[20]. Vũ Việt Quang. *Phát triển thị trường dịch vụ hỗ trợ kinh doanh*. Tạp chí Phát triển kinh tế. 173, (2005), 5 - 8.

**A STUDY ON BUSINESS SUPPORT SERVICES MARKET DEVELOPMENT
EXPERIENCE- APPLY TO PROPOSE DEVELOPMENT ORIENTATION OF
BUSINESS SUPPORT SERVICES MARKET FOR SMALL AND MEDIUM
SIZED ENTERPRISES IN THUA THIEN HUE**

*Le Quang Truc, Tran Van Hoa, Nguyen Viet Anh
Hue College of Economics, Hue University*

SUMMARY

Many studies have shown the necessity of business support service market development for small and medium enterprises (SMEs). The fact proved that business support services plays an important role in the development businesses and the economy as poverty reduction, economic growth, creating jobs and contributing to the overall social objectives. Currently, the number of SMEs in Thua Thien Hue province accounts for about 96% so the business support market development will have great significance in economic development. Hence, the study on business support services market development experience in developed countries, developing countries and other provinces in Vietnam, from which recommendations for business support services market development in Thua Thien Hue is necessary and urgent in order to contribute to the improving of the competitiveness of SMEs in Thua Thien Hue province.