



Báo cáo điều tra

**Nhu cầu của doanh nghiệp đối với các hỗ trợ
từ các Trung tâm WTO trong hội nhập kinh tế quốc tế**



BÁO CÁO TỔNG HỢP

**KHẢO SÁT NHU CẦU CỦA DOANH NGHIỆP
ĐỐI VỚI CÁC HỖ TRỢ TỪ CÁC TRUNG TÂM WTO
TRONG HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ**

MỤC LỤC

Phần thứ nhất – CÁC VẤN ĐỀ CHUNG	1
I. Bối cảnh	1
II. Về kết cấu và nội dung của Khảo sát	3
III. Về các doanh nghiệp tham gia khảo sát	5
1. Ngành nghề của doanh nghiệp	5
2. Tính đại diện của các doanh nghiệp	6
3. Quy mô và Hoạt động của doanh nghiệp	9
Phần thứ hai – VỀ CÁC KẾT QUẢ KHẢO SÁT	12
I. Về hiện trạng cung cấp dịch vụ của các Trung tâm WTO với doanh nghiệp	12
1. Về số lượng doanh nghiệp thụ hưởng các dịch vụ cung cấp bởi các Trung tâm WTO	12
2. Về các chủ đề của các thông tin, tư vấn, đào tạo do các Trung tâm WTO cung cấp cho doanh nghiệp	17
3. Về chất lượng các dịch vụ/hoạt động hỗ trợ thông tin, tư vấn và đào tạo của các Trung tâm WTO	25
4. Về các phương thức cung cấp thông tin của các Trung tâm WTO	29
II. Về nhu cầu nhận hỗ trợ từ các Trung tâm WTO của doanh nghiệp trong tương lai	32
1. Về nhu cầu nhận hỗ trợ từ các Trung tâm WTO của doanh nghiệp	33
2. Về các chủ đề/nội dung cụ thể mà doanh nghiệp cần ở các dịch vụ hỗ trợ của các Trung tâm WTO	35
3. Các hình thức/phương thức cung cấp thông tin mà doanh nghiệp mong muốn các Trung tâm WTO thực hiện	38
4. Về nhu cầu của doanh nghiệp đối với loại đơn vị cung cấp dịch vụ và mức độ sẵn sàng trả phí cho các dịch vụ	42
KẾT LUẬN	46

Phần thứ nhất – CÁC VẤN ĐỀ CHUNG

I. Bối cảnh

Ngày 11/1/2007, Việt Nam chính thức trở thành thành viên Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), đánh dấu một bước quan trọng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta. Cũng trong giai đoạn này, Việt Nam đã tham gia đàm phán và ký kết một số Hiệp định thương mại tự do (FTA) quan trọng trong khu vực và trở thành thành viên của khu vực thương mại tự do ASEAN (AFTA), các khu vực thương mại tự do ASEAN và các đối tác (Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Úc-New Zealand, Ấn Độ). Sau đó là các nỗ lực tăng cường hội nhập kinh tế quốc tế theo chiều sâu thông qua việc đàm phán và ký kết các FTA song phương với Nhật Bản, Chi lê. Và hiện tại, Việt Nam đang trong quá trình đàm phán FTA với các đối tác thương mại lớn (như Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương TPP với 11 đối tác trong đó có Hoa Kỳ, FTA Việt Nam-EU, FTA Việt Nam – EFTA, FTA Việt Nam – Hàn Quốc, FTA Việt Nam – Liên minh Thuế quan Nga-Belarus-Kazakstan...).

Có thể nói, sau mốc son gia nhập WTO, Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu hơn vào nền kinh tế thế giới, tăng cường tự do hóa thương mại thông qua các cam kết mở cửa ở mức độ cao. Quá trình này đem lại những cơ hội được đánh giá là “không thể tốt hơn” cho các doanh nghiệp Việt Nam trong tiếp cận thị trường nước ngoài, đặc biệt là trong xuất khẩu nhiều loại hàng hóa mà Việt Nam có thế mạnh. Ở trong nước, hội nhập cũng tạo sức ép đưa tới những thay đổi cơ bản trong chính sách, pháp luật thương mại, góp phần tạo ra một môi trường kinh doanh thông thoáng, bình đẳng và minh bạch hơn cho các doanh nghiệp.

Tuy nhiên, một mặt các cơ hội mà WTO nói riêng hay quá trình hội nhập kinh tế quốc tế nói chung mang lại chỉ có thể là hiện thực nếu các doanh nghiệp được biết về các cơ hội này cũng như được trang bị năng lực hợp lý (về kiến thức, về kỹ năng) để tận dụng các cơ hội này, biến chúng thành các lợi ích cụ thể và thực sự. Mặt khác, các cơ hội này cũng đi kèm với những thách thức lớn cho doanh nghiệp Việt Nam trước sức ép phải cạnh tranh trong môi trường khắc nghiệt hơn, với các đối thủ mạnh hơn về tiềm lực và kỹ năng, trong một khuôn khổ pháp lý phức tạp, dựa trên quy tắc chặt chẽ mà không nhiều doanh nghiệp Việt Nam quen thuộc.

Từ góc độ các cơ quan Nhà nước, hội nhập cũng là thách thức lớn trong việc thay đổi các lề lối quản lý theo phương thức mới, minh bạch, mang tính phục vụ, ổn định và có thể dự đoán trước. Việc đảm bảo rằng các chính sách, quy định pháp luật nội địa được soạn thảo và thi hành đúng với các cam kết trong các hiệp định cũng là thách thức không nhỏ.

Trước tình hình này, các biện pháp hỗ trợ các chủ thể Nhà nước cũng như doanh nghiệp hiểu, nắm bắt được cơ hội và xử lý tốt các rủi ro từ hội nhập là đòi

hỏi hết sức cấp thiết. Trong số nhiều biện pháp, hành động được thực hiện cho mục tiêu này có việc thành lập các Trung tâm WTO theo nghĩa là các đơn vị được thành lập và hoạt động với chức năng cơ bản là hỗ trợ các doanh nghiệp, cơ quan Nhà nước cấp trung ương và địa phương... về các vấn đề liên quan đến WTO và các cam kết thương mại quốc tế khác ở tất cả các giai đoạn từ đàm phán đến thực thi các cam kết này.

Cho đến hết năm 2012, ở Việt Nam đã thành lập 04 Trung tâm WTO, bao gồm: Trung tâm WTO thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Trung tâm WTO thuộc Sở Công Thương TP. Đà Nẵng, Trung tâm hỗ trợ hội nhập WTO TP. Hồ Chí Minh thuộc Viện Nghiên cứu phát triển TP. Hồ Chí Minh, Trung tâm Tham vấn về Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) thuộc Viện nghiên cứu Thương mại - Bộ Công Thương.

Trong khi mục tiêu khá tương đồng (hỗ trợ về các vấn đề liên quan tới WTO và hội nhập), quy mô, cách thức hỗ trợ và đối tượng phục vụ của các Trung tâm WTO không giống nhau, tùy thuộc tính chất và nguồn gốc của các Trung tâm này.

Ngoài *Trung tâm tham vấn về WTO* trực thuộc Bộ Công thương – được thành lập theo mô hình sẵn có của Ban Thư ký WTO ở các nước đang phát triển¹, với mục tiêu cơ bản là cung cấp thông tin và các đào tạo thuần túy về các hiệp định, quy định của WTO, với sự hỗ trợ của Ban Thư ký WTO, các *Trung tâm WTO* khác đều được thành lập chủ yếu từ nhu cầu hỗ trợ cụ thể về các vấn đề phát sinh liên quan tới WTO và hội nhập của các chủ thể trong nước, với tính chất là các Trung tâm hỗ trợ, tư vấn thực sự.

Trung tâm WTO TP. Hồ Chí Minh và *Trung tâm WTO Đà Nẵng* là hai đơn vị được thành lập trong khuôn khổ các cơ quan Nhà nước, có chức năng tham mưu và tư vấn về các vấn đề hội nhập WTO và kinh tế quốc tế của các cơ quan Nhà nước tại địa phương là chủ yếu, sau đó mới là các chủ thể khác (trong đó có doanh nghiệp).

Trung tâm WTO của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) là Trung tâm duy nhất được thành lập theo sáng kiến của tổ chức đại diện doanh nghiệp, với trọng tâm là hỗ trợ về pháp luật WTO và các cam kết thương mại cho các doanh nghiệp.

Trong thời gian qua các Trung tâm WTO này đã có những nỗ lực nhất định trong việc hỗ trợ doanh nghiệp trong hội nhập, đặc biệt là Trung tâm WTO của VCCI. Mặc dù vậy, các nỗ lực này dường như vẫn còn là “muối bỏ bể” và vẫn còn là quá ít so với nhu cầu thực tế.

Nhằm giúp các Trung tâm WTO, đặc biệt là Trung tâm WTO - VCCI có sự điều chỉnh thích hợp trong định hướng hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp hội nhập của

¹ Theo mô hình này của Ban Thư ký WTO thì Trung tâm Tham vấn WTO tại Bộ Công thương là Trung tâm thứ 154 trên thế giới được thiết lập.

mình, trên cơ sở phối hợp với Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam (VASS), Trung tâm WTO – VCCI đã tiến hành khảo sát các doanh nghiệp ở quy mô tương đối lớn để đánh giá nhu cầu của doanh nghiệp đối với các hỗ trợ từ các Trung tâm WTO trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam, từ đó có giải pháp thích hợp nâng cao hiệu quả hoạt động của các trung tâm này, đáp ứng tốt hơn yêu cầu của doanh nghiệp.

“*Khảo sát Doanh nghiệp về nhu cầu hỗ trợ từ các Trung tâm WTO trong hội nhập kinh tế quốc tế*” (sau đây gọi tắt là Khảo sát) được thực hiện vào tháng 11/2012, kết hợp 03 hình thức: khảo sát qua thư, khảo sát qua email và phỏng vấn trực tiếp. Trong thời hạn khảo sát (từ 30/10/2012-30/11/2012), Khảo sát đã nhận được phản hồi từ 548 doanh nghiệp thuộc 10 ngành sản xuất xuất khẩu của 24 tỉnh thành phố trực thuộc trung ương.

Kết quả khảo sát đã cho thấy các thực tế thú vị về nhu cầu của doanh nghiệp trong vấn đề WTO và hội nhập và vì vậy là căn cứ rất có ý nghĩa cho các Trung tâm WTO cũng như các đơn vị thực hiện chức năng hỗ trợ doanh nghiệp trong các vấn đề liên quan.

II. Về kết cấu và nội dung của Khảo sát

Khảo sát được thực hiện theo hình thức thu thập thông tin từ các doanh nghiệp thông qua Phiếu Khảo sát.

Phiếu Khảo sát được thiết kế với 04 phần cơ bản, bao gồm:

- Phần thông tin chung về doanh nghiệp trả lời Khảo sát
- Phần khảo sát về nhu cầu của doanh nghiệp đối với các thông tin hội nhập do các Trung tâm WTO cung cấp
- Phần khảo sát về nhu cầu của doanh nghiệp đối với các tư vấn hội nhập do các Trung tâm WTO cung cấp
- Phần khảo sát về nhu cầu của doanh nghiệp đối với các hoạt động đào tạo về hội nhập các Trung tâm WTO cung cấp
- Ngoài ra, Khảo sát còn tìm hiểu thêm thông tin về nhu cầu của doanh nghiệp với một số hoạt động khác của các Trung tâm WTO ở tầm chung, vĩ mô mà doanh nghiệp đơn lẻ có thể không phải là đối tượng thụ hưởng trực tiếp (ví dụ xúc tiến thương mại, vận động chính sách thương mại trong nước, quốc tế...).

Trừ phần thứ nhất (thông tin chung về doanh nghiệp), các Phần nội dung chính của Phiếu khảo sát được thiết kế thành các Câu hỏi với các lựa chọn trả lời để tìm hiểu thông tin từ doanh nghiệp về các vấn đề phục vụ trực tiếp việc điều chỉnh, hoàn thiện hoạt động cung cấp dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp nói chung và Trung tâm WTO – VCCI nói riêng.

Cụ thể, Khảo sát tập trung tìm hiểu thông tin về nhu cầu doanh nghiệp từ các khía cạnh sau:

- *Tần suất các dịch vụ đã nhận được từ các Trung tâm WTO và lý do*

Các thông tin thu được từ các câu hỏi liên quan đến vấn đề này sẽ cho phép Trung tâm WTO xác định được mức độ bao phủ (đối với cộng đồng doanh nghiệp) của các dịch vụ cung cấp trong thời gian qua và một phần lý do của hiện trạng mức độ bao phủ đó.

Điều này giúp đánh giá được một phần quan trọng hiệu quả của các hoạt động của Trung tâm WTO trong quá khứ đối với cộng đồng doanh nghiệp nói chung, ít nhất từ góc độ khả năng tiếp cận các nhóm đối tượng mục tiêu. Đồng thời, các thông tin này cũng chỉ ra một phần nguyên nhân của hiện trạng này (bao gồm cả các nguyên nhân chủ quan từ phía các Trung tâm WTO hoặc nguyên nhân khách quan từ bên ngoài). Đây là những yếu tố quan trọng giúp các Trung tâm WTO nói chung và Trung tâm WTO – VCCI nói riêng điều chỉnh chiến lược phát triển phù hợp hơn, hướng tới phục vụ nhiều doanh nghiệp hơn.

- *Chất lượng các dịch vụ đã nhận được từ các Trung tâm WTO*

Thông tin thu được từ phần này của Khảo sát cho phép đánh giá thực chất, trực tiếp và khách quan về chất lượng hoạt động của các Trung tâm WTO từ góc nhìn của các đối tượng thụ hưởng.

Đây là yếu tố rất quan trọng để các Trung tâm WTO xác định được hiệu quả hoạt động của mình một cách chính xác nhất, thay vì những đánh giá chủ quan chung chung (ví dụ tự mình đánh giá mình) hoặc bị tác động bởi các yếu tố văn hóa – quan hệ (ví dụ các đánh giá trực tiếp của đối tượng thụ hưởng mà vì phép lịch sự hoặc giao tiếp không thể hiện chính xác, khách quan ý kiến thực sự của họ).

- *Các kênh/phương thức cung cấp dịch vụ: tần suất và hiệu quả*

Phương thức cung cấp dịch vụ góp một phần quan trọng vào hiệu quả dịch vụ cung cấp cũng như chất lượng cuối cùng của dịch vụ. Hơn thế nữa, phương thức này cũng đóng góp trực tiếp vào khả năng cải thiện hiệu quả và chất lượng dịch vụ trong tương lai.

Đây là lý do để Khảo sát tập trung làm rõ đánh giá của các doanh nghiệp về các phương thức cung cấp dịch vụ từ các Trung tâm WTO, sự phổ biến cũng như chất lượng dịch vụ thông qua từng phương thức. Những thông tin này là rất hữu ích cho các Trung tâm WTO trong định hướng phương thức cung cấp dịch vụ ưu tiên trong tương lai.

- *Nhu cầu đối với dịch vụ trong tương lai: các chủ đề cụ thể, kênh/phương thức cung cấp, chủ thể cung cấp*

Tiêu chí lớn nhất của Trung tâm WTO – VCCI là phục vụ, hỗ trợ hiệu quả cho doanh nghiệp trong hội nhập. Với các Trung tâm WTO khác, dù doanh nghiệp không phải đối tượng phục vụ chủ yếu, nhóm này vẫn là nhóm cần được quan tâm. Vì vậy, nhu cầu hỗ trợ trong tương lai của các đối tượng này được xem là một trong các nhân tố cơ bản trong các cân nhắc về định hướng hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp của Trung tâm này trong thời gian tới.

Khảo sát tìm hiểu nhu cầu trong tương lai này của các doanh nghiệp không chỉ ở các chủ đề, nội dung họ quan tâm mà còn cả các phương thức cung cấp mà doanh nghiệp cho rằng thuận tiện và hiệu quả đối với họ.

Một lưu ý chung là trong khi Khảo sát này cố gắng khai thác tối đa các thông tin từ doanh nghiệp về nhu cầu của họ đối với các hỗ trợ về hội nhập từ các Trung tâm WTO, các kết quả này chỉ phản ánh nhu cầu hỗ trợ của các doanh nghiệp, chưa bao gồm nhu cầu của các nhóm chủ thể khác (các hiệp hội doanh nghiệp, người lao động, các nhóm dễ bị tổn thương trong hội nhập...).

Vì vậy, kết quả Khảo sát này không bao quát toàn bộ các nhu cầu của xã hội đối với các dịch vụ hỗ trợ về hội nhập của các Trung tâm WTO. Và do đó, việc sử dụng các kết quả này để định hướng hoạt động của các Trung tâm WTO chỉ giới hạn ở các khía cạnh có liên quan tới doanh nghiệp.

III. Về các doanh nghiệp tham gia khảo sát

1. Ngành nghề của doanh nghiệp

Khảo sát được tiến hành với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trong lĩnh vực thương mại hàng hóa thuộc 10 ngành nghề:

- Linh kiện máy tính và thiết bị ngoại vi;
- Điện tử;
- Dây điện-cáp điện;
- Hàng may mặc và dệt;
- Giày dép và các sản phẩm từ da;
- Các sản phẩm nhựa;
- Đồ gỗ và sản phẩm từ gỗ/dăm gỗ;
- Cà phê;
- Thủy sản đông lạnh;
- Thủ công mỹ nghệ.

Đây là các ngành nghề thuộc nhóm sản phẩm có năng lực cạnh tranh tương đối cao của Việt Nam, cả trong lĩnh vực sản xuất hàng công nghiệp và nông sản và khu vực nông thôn.

Là một nền kinh tế định hướng xuất khẩu, những ngành này được suy đoán là có cơ hội để nhận lợi ích nhiều nhất, trực tiếp từ các đàm phán mở cửa thị trường trong WTO và các FTA của Việt Nam. Vì vậy, việc tìm hiểu xem các doanh nghiệp này có nhu cầu hỗ trợ như thế nào từ các Trung tâm WTO để tận dụng tốt nhất các cơ hội từ hội nhập này là rất có ý nghĩa trong việc điều chỉnh hoạt động và hoàn thành sứ mạng của các Trung tâm WTO, cho triển vọng kinh doanh của các doanh nghiệp liên quan cũng như hoạt động sản xuất kinh doanh nói chung.

2. Tính đại diện của các doanh nghiệp

Khảo sát tiến hành với các doanh nghiệp Việt Nam thuộc tất cả các loại hình doanh nghiệp (doanh nghiệp tư nhân, công ty TNHH, công ty cổ phần).

Doanh nghiệp được lựa chọn khảo sát không phân biệt nguồn gốc vốn chủ sở hữu của doanh nghiệp, tức là bao gồm cả doanh nghiệp dân doanh, doanh nghiệp có một phần hoặc toàn bộ vốn nhà nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

- *Đối với nhóm doanh nghiệp trong nước* (bao gồm doanh nghiệp 100% vốn tư nhân, doanh nghiệp mà Nhà nước có vốn chi phối, doanh nghiệp có vốn tư nhân chiếm đa số):

Đây là nhóm được xem là trọng tâm của Khảo sát, với suy đoán rằng nhóm này có ít kinh nghiệm, đặc biệt trong các vấn đề có liên quan tới chính sách, pháp luật thương mại quốc tế phức tạp và hầu như xa lạ và vì vậy có nhu cầu lớn đối với các hỗ trợ về WTO và các cam kết thương mại quốc tế.

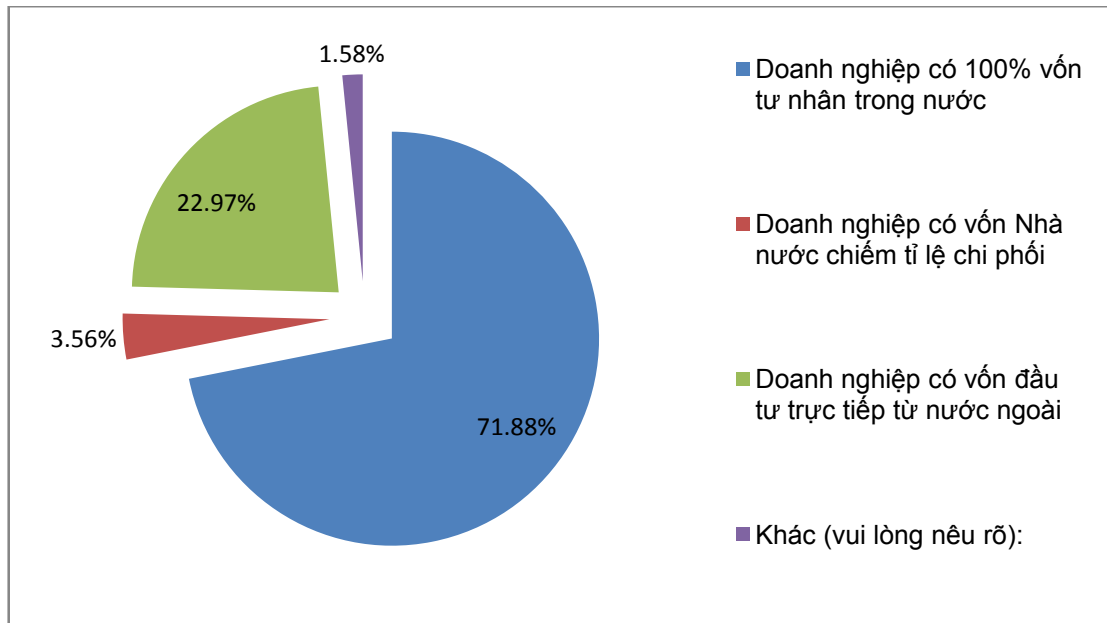
Tỷ lệ của nhóm này chiếm tới 77,03% trong tổng phản hồi của Khảo sát.

- *Đối với nhóm doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài* (100% vốn đầu tư nước ngoài hoặc doanh nghiệp liên doanh):

“Khối ngoại” này được suy đoán là có kinh nghiệm dày dặn trong thương mại – đầu tư quốc tế và có hiểu biết cũng như năng lực tận dụng các cơ hội từ các cam kết quốc tế cao hơn hẳn các doanh nghiệp Việt Nam² và do đó nhu cầu của nhóm này đối với các hỗ trợ của các Trung tâm WTO, nếu có, có thể không giống với nhu cầu của các doanh nghiệp nội địa.

²Theo Báo cáo đánh giá tác động các FTAs mà Việt Nam đã ký kết được thực hiện trong khuôn khổ Dự án MUTRAP III thì các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài là nhóm tận dụng được nhiều nhất các cơ hội từ các FTAs đã ký kết.

Hình: Tỷ lệ doanh nghiệp trả lời Khảo sát theo nguồn gốc vốn



Về địa bàn hoạt động của doanh nghiệp, Khảo sát được tiến hành với các doanh nghiệp tại 24 tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương, thuộc cả 4 khu vực kinh tế trong cả nước, với số mẫu được lựa chọn ngẫu nhiên tỷ lệ thuận với số lượng doanh nghiệp hoạt động trong 10 lĩnh vực ngành nghề tại từng địa phương.

Do đó, 548 doanh nghiệp tham gia trả lời Khảo sát có thể xem như có tính đại diện tương đối cho ý kiến của các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu Việt Nam. Và vì vậy, bức tranh về nhu cầu của doanh nghiệp xuất khẩu đối với các hỗ trợ phục vụ hội nhập nói chung và hỗ trợ từ các Trung tâm WTO nói riêng thu được từ kết quả Khảo sát cũng được suy đoán là khá toàn diện, phản ánh sát thực tế nhu cầu của các doanh nghiệp.

Bảng: Tổng hợp số lượng doanh nghiệp phản hồi Khảo sát theo tỉnh/thành phố và khu vực kinh tế tương ứng

STT	Tỉnh/Thành phố	Khu vực	Số lượng phản hồi	Tỷ lệ
1	Bắc Ninh	Đông bằng Bắc Bộ	18	31.20%
2	Hải Dương		29	
3	Hải Phòng		32	
4	Hà Nội		33	
5	Hung Yên		27	
6	Quảng Ninh		16	
7	Vĩnh Phúc		16	
8	Bình Định	Bắc và Trung Trung Bộ	11	14.23%
9	Đà Nẵng		38	
10	Huế		9	
11	Quảng Nam		13	
12	Quảng Ngãi		7	
13	Bình Dương	Đông Nam Bộ	54	42.15%
14	Bình Phước		9	
15	Đồng Nai		61	
16	HCM		71	
17	Long An		13	
18	Tây Ninh		5	
19	Tiền Giang		3	
20	Vũng Tàu		15	
21	An Giang	Tây Nam Bộ	12	12.41%
22	Cà Mau		13	
23	Cần Thơ		25	
24	Kiên Giang		18	
	Tổng cộng		548	100.00%

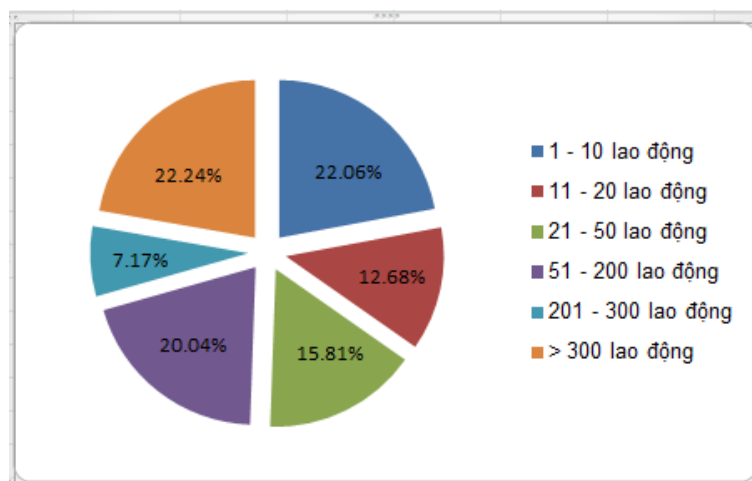
3. Quy mô và Hoạt động của doanh nghiệp

Như đã đề cập, do tính đại diện cao của các doanh nghiệp phản hồi Khảo sát, những thông tin thu được về quy mô và diễn tiến hoạt động của các doanh nghiệp này có thể cho thấy một phần tình hình hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp.

Về quy mô

Kết quả điều tra cho thấy các doanh nghiệp chủ yếu là ở quy mô vừa và nhỏ, thậm chí siêu nhỏ. Nhìn từ góc độ số lượng lao động, chỉ có 22,24% số doanh nghiệp có từ 300 lao động trở lên. Dữ liệu Khảo sát về tổng doanh thu (năm 2011) của các doanh nghiệp này tuy không thể hiện đầy đủ quy mô vốn của doanh nghiệp nhưng cũng cho thấy phần nào tính “vừa và nhỏ” của các doanh nghiệp. Cụ thể, số doanh nghiệp có doanh thu trên 200 tỷ vào năm 2011 chỉ chiếm 11,41%.

Hình: Tỷ lệ doanh nghiệp theo số lượng lao động thường xuyên



Về hoạt động

Với 10 ngành nghề lựa chọn, việc các doanh nghiệp phản hồi Khảo sát đa phần là các doanh nghiệp có sản xuất (chiếm 72,45%) là điều tương đối dễ hiểu. Số doanh nghiệp có hoạt động thương mại/dịch vụ (thương mại đơn thuần hoặc thương mại cùng với sản xuất) chiếm 49,09%.

Thị trường đầu vào

Kết quả khảo sát cho thấy với 397 doanh nghiệp có sản xuất, nguồn nguyên liệu phục vụ sản xuất phân nửa là từ nhập khẩu, phân nửa là từ thu mua trong nước.

Trong bối cảnh các ngành công nghiệp phụ trợ ở Việt Nam còn kém phát triển và có nhiều thông tin cho rằng doanh nghiệp Việt Nam đang phải nhập khẩu phần lớn (70-80%) nguyên liệu thì kết quả Khảo sát này cho thấy một tín hiệu đáng mừng, theo đó ít nhất đối với các doanh nghiệp tham gia Khảo sát, các nguyên liệu trong nước đã đáp ứng được khoảng một nửa nhu cầu sản xuất của doanh nghiệp.

Mặc dù vậy, trong xu hướng được nhấn mạnh ở một số FTA gần đây (đặc biệt là trong TPP), yêu cầu nội khối trong quy tắc xuất xứ đang được đòi hỏi ở mức cao, việc nguyên liệu trong nước mới đáp ứng được khoảng phân nửa nhu cầu vẫn là một thách thức rất lớn đối với các doanh nghiệp sản xuất xuất khẩu trong việc tận dụng các lợi thế về thuế quan trong các FTA này.

Thị trường đầu ra

Khảo sát về thị trường tiêu thụ sản phẩm của các doanh nghiệp này cho kết quả khá gần với các nhận định thông thường. Hoạt động trong 10 ngành có kim ngạch xuất khẩu hàng đầu của Việt Nam, các doanh nghiệp này được suy đoán sẽ tiêu thụ phần lớn sản phẩm thông qua xuất khẩu sang thị trường nước ngoài. Suy đoán này đã được khẳng định qua kết quả hơn 61% số doanh nghiệp được hỏi xuất khẩu phần lớn các sản phẩm mà mình sản xuất ra. Số doanh nghiệp còn lại tiêu thụ chủ yếu các sản phẩm mình sản xuất ra ở thị trường trong nước.

Diễn biến này cũng phù hợp với thực tế trong một vài năm trở lại đây, khi kinh tế thế giới khủng hoảng, nhu cầu nhập khẩu của nhiều thị trường lớn sa sút, các doanh nghiệp trong nhiều ngành xuất khẩu Việt Nam có xu hướng quay lại thị trường trong nước, quen thuộc và ổn định hơn.

Diễn tiến doanh thu

Liên quan tới các diễn tiến trong hoạt động của các doanh nghiệp được khảo sát, đặc biệt các thông tin về trong so sánh giữa hai mốc: vào thời điểm Việt Nam gia nhập WTO (hết 2006) và 5 năm sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức này (hết 2011), thông tin từ kết quả Khảo sát đã cho thấy phần nào tác động của việc Việt Nam gia nhập WTO và các FTA cùng thời kỳ tới hoạt động cụ thể của doanh nghiệp.

Cụ thể, nếu xét theo con số tuyệt đối (chưa tính đến lạm phát và bất kỳ yếu tố nào khác) thì vào thời điểm năm 2011, có tới 44,72% doanh nghiệp có doanh thu cao hơn năm 2006 và chỉ có 3,25% doanh nghiệp giảm doanh thu. Nếu chỉ xét riêng doanh thu từ xuất khẩu thì có 13,48% doanh nghiệp tăng doanh thu, và có 5,66% số doanh nghiệp có doanh thu giảm vào năm 2011 so với năm 2006.

- Trên bề mặt, đây có thể xem là một tín hiệu tích cực, khi doanh thu của gần nửa số doanh nghiệp tăng và số doanh nghiệp có doanh thu từ xuất khẩu tăng nhiều gấp đôi số có doanh thu giảm. Mặc dù vậy, rất có thể nếu xét một cách chi tiết³, có tính đến chỉ số lạm phát, diễn biến doanh thu trung bình của doanh nghiệp kể từ khi thành lập/trong giai đoạn 5 năm trước đó..., đây không phải con số lạc quan.

³Báo cáo này không làm được điều này do thiếu nhiều dữ liệu cơ bản, đặc biệt là dữ liệu về mức gia tăng doanh thu cụ thể, tốc độ gia tăng doanh thu trung bình của DN trong mọi giai đoạn...

- Đặc biệt là với doanh thu từ xuất khẩu, trong bối cảnh lợi ích được cho là trực tiếp và khả thi nhất của Việt Nam khi gia nhập WTO và ký kết các FTAs là xuất khẩu thì việc doanh thu từ xuất khẩu chỉ tăng với một số ít doanh nghiệp, thậm chí có một tỷ lệ nhất định doanh nghiệp giảm doanh thu từ xuất khẩu sau 5 năm là con số rất đáng lo ngại. Rõ ràng là các doanh nghiệp đã không tận dụng được các lợi thế xuất khẩu như kỳ vọng, nếu không nói là hầu như không tận dụng được các lợi thế này.
- Kết quả Khảo sát này khẳng định lại những phát hiện mà Báo cáo đánh giá tác động của các FTAs của Việt Nam đã đề cập cũng như những quan ngại của không ít các chuyên gia rằng dường như ngoài những tác động rất tích cực về thể chế, những lợi ích xuất khẩu tính được bằng tiền từ các cam kết của Việt Nam hầu như không đáng kể.

Có ý kiến cho rằng thực trạng này xuất phát từ việc các doanh nghiệp Việt Nam hầu như không biết về các ưu đãi thuế quan đem lại từ cam kết, và cũng chưa chủ động trong việc điều chỉnh, dịch chuyển sản xuất sang các lĩnh vực để có thể tận dụng các ưu đãi thuế quan khi xuất khẩu. Cũng có ý kiến cho rằng nguyên nhân nằm chủ yếu ở thực tế các doanh nghiệp Việt Nam trong một số ngành xuất khẩu mũi nhọn chủ yếu là gia công, lợi ích thuế quan rơi vào túi của khách hàng đặt gia công chứ không phải vào các doanh nghiệp Việt Nam, những người vẫn nhận mức phí gia công như cũ, có chăng chỉ là có thêm một số đơn hàng do khách hàng ưu tiên đặt ở Việt Nam để tận dụng lợi thế thuế quan.

Dù nguyên nhân thực chất là gì thì việc hiểu tìm các nguyên nhân đó để có cách thức khắc phục cũng là rất cần thiết để chúng ta có thể tận dụng được các cơ hội thuế quan mà để có được nó, chúng ta đã phải đánh đổi nhiều thứ, trong đó có mở cửa thị trường Việt Nam cho đối tác.

Phần thứ hai – VỀ CÁC KẾT QUẢ KHẢO SÁT

I. Về hiện trạng cung cấp dịch vụ của các Trung tâm WTO với doanh nghiệp

Khảo sát được thực hiện với 03 dịch vụ chính mà các Trung tâm WTO ở Việt Nam cung cấp cho doanh nghiệp, bao gồm cung cấp thông tin, tư vấn và đào tạo về các vấn đề liên quan tới hội nhập và thương mại quốc tế.

Kết quả Khảo sát cho thấy những phát hiện nhiều ý nghĩa về tần suất cung cấp các dịch vụ này trong thời gian qua cũng như các chủ đề/nội dung của các dịch vụ được cung cấp và mức độ quan tâm của các doanh nghiệp đối với các dịch vụ/chủ đề này.

1. Về số lượng doanh nghiệp thụ hưởng các dịch vụ cung cấp bởi các Trung tâm WTO

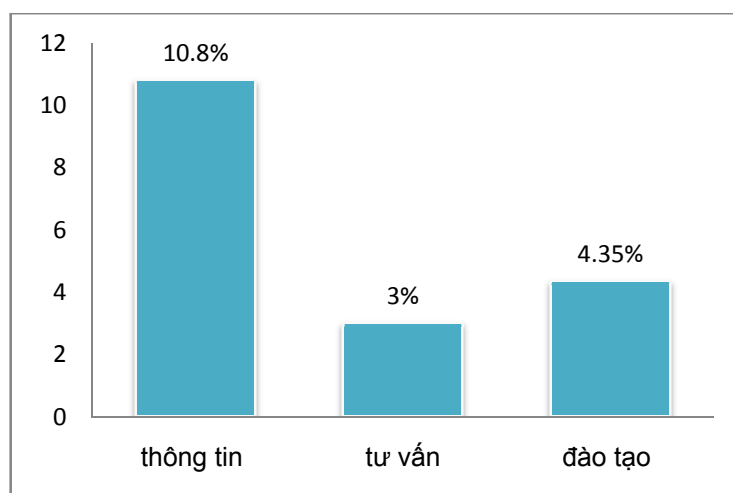
Thông thường, mức độ hữu ích của các Trung tâm WTO được xác định dựa trên thống kê đối tượng thụ hưởng từ hoạt động của các Trung tâm này. Những con số về lượt người truy cập website thông tin của các Trung tâm, hoặc số học viên tham dự các khóa đào tạo, số lượt tư vấn doanh nghiệp... phản ánh các kết quả hoạt động của các Trung tâm này và cũng là chỉ số thể hiện về lượng các đối tượng thụ hưởng dịch vụ, hỗ trợ. Mặc dù những con số này là rất có ý nghĩa, về bản chất đây thường vẫn chỉ là các kết quả hoạt động nhìn từ góc độ của các Trung tâm và chưa phản ánh đầy đủ về các đối tượng thụ hưởng. Ví dụ, hoạt động thông tin thực hiện qua website chỉ có thể đếm số lượng đối tượng thụ hưởng qua thống kê lượt truy cập, tuy nhiên, đối tượng truy cập là ai, bao nhiêu phần trăm nằm trong nhóm đối tượng phục vụ chính (các doanh nghiệp) lại không xác định được.

Với các Câu hỏi “*Doanh nghiệp của bạn đã từng nhận được từ các Trung tâm WTO những thông tin/tư vấn/đào tạo về hội nhập nào chưa?*”, Khảo sát hướng tới việc tìm kiếm các thông tin cụ thể hơn về kết quả hoạt động của các Trung tâm WTO nhìn từ góc độ đối tượng thụ hưởng là cộng đồng doanh nghiệp – nói cách khác là lượng dịch vụ cung cấp trong so sánh với số lượng các doanh nghiệp nói chung.

Kết quả Khảo sát cho thấy, dù có khác biệt chút ít giữa các loại dịch vụ (thông tin, tư vấn, đào tạo), bức tranh chung là số lượng các dịch vụ do Trung tâm WTO cung cấp mà doanh nghiệp được thụ hưởng còn quá thấp so với số lượng các doanh nghiệp.

Cụ thể, trong số các doanh nghiệp phản hồi, chỉ có khoảng 10,8% đã từng nhận được thông tin về hội nhập từ các Trung tâm WTO. Con số này với các dịch vụ tư vấn và đào tạo còn thấp hơn nữa, lần lượt chỉ là 3% và 4,35%.

Hình: Tỷ lệ doanh nghiệp thụ hưởng các dịch vụ từ Trung tâm WTO



Trong tương quan giữa các loại dịch vụ với nhau, các kết quả này được cho là tương đối hợp lý. Các dịch vụ cung cấp thông tin thường tiếp cận được nhiều đối tượng hơn do có thể sử dụng được các kênh viễn thông phổ cập (ví dụ Internet), cho phép đối tượng thụ hưởng truy cập không hạn chế về số lượng, thời gian và khoảng cách. Trong khi đó, các loại dịch vụ khác như đào tạo, tư vấn thường chỉ được thực hiện phục vụ một nhóm đối tượng cụ thể, với mức chi phí để triển khai cao hơn nhiều so với cung cấp thông tin và do đó số lượng hoạt động cũng kém thường xuyên hơn, và số lượng đối tượng thụ hưởng cũng sẽ ít hơn nhiều so với dịch vụ thông tin. Riêng trường hợp dịch vụ tư vấn, số đối tượng thụ hưởng ít nhất so với các dịch vụ khác cũng có thể được giải thích bởi việc tư vấn hướng tới từng đối tượng cụ thể, ko áp dụng chung cho cùng lúc nhiều đối tượng như dịch vụ thông tin hay đào tạo.

Về ý nghĩa của các kết quả này, nếu chỉ nhìn biểu hiện bề ngoài, có thể coi các số liệu này “gây sốc” (theo hướng tiêu cực): số lượng đối tượng thụ hưởng các dịch vụ từ các Trung tâm WTO là quá thấp - nói cách khác, chỉ một nhóm rất nhỏ các doanh nghiệp nhận được sự hỗ trợ trong hội nhập từ các Trung tâm này. Mặc dù vậy, xét một cách chi tiết, các số liệu này không phải là bất bình thường:

- Thứ nhất, xét về số lượng, quy mô, thời gian thành lập và các hoạt động của các Trung tâm WTO đã có ở Việt Nam (04 Trung tâm, sớm nhất là thành lập từ năm 2007, muộn nhất là từ 2011) (trong tương quan với số 448.393 doanh nghiệp⁴ các doanh nghiệp Việt Nam nói chung, 548 doanh nghiệp phản hồi điều tra nói riêng), các kết quả này cũng phần nào hợp lý.

Các Trung tâm WTO còn quá trẻ (về thời gian hoạt động), quá ít (về số lượng) và quá nhỏ (về quy mô, hoạt động)⁵, và vì vậy, số lượng các dịch vụ

⁴Theo Báo cáo Kết quả rà soát số lượng doanh nghiệp năm 2012 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư, thực hiện theo Quyết định 01/QĐ-BKH, công bố tháng 6/2012, với số liệu được xác minh vào thời điểm 1/1/2012.

⁵Trung tâm WTO của TP. HCM được thành lập năm 2007 (bắt đầu có trang web thông tin từ 2012). Trung tâm WTO của VCCI và Trung tâm WTO Đà Nẵng cùng được thành lập năm 2010 (trang web của Trung tâm WTO

cung cấp và số đơn vị thụ hưởng các dịch vụ từ các Trung tâm này thấp hơn nhiều so với số lượng chung các doanh nghiệp là điều dễ lý giải.

- Thứ hai, trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đặc biệt là sau khi Việt Nam gia nhập WTO năm 2007, nhiều đơn vị tham gia vào việc cung cấp các hỗ trợ liên quan tới hội nhập, trong đó đáng kể là các cơ quan Nhà nước (trong khuôn khổ các chương trình hỗ trợ kỹ thuật mà các nước cam kết dành cho Việt Nam khi đàm phán gia nhập WTO), các tổ chức phi Chính phủ, các tổ chức đại diện doanh nghiệp (Phòng Thương mại, Hiệp hội...), các Trung tâm WTO. Đối tượng thụ hưởng của các hỗ trợ này cũng khá đa dạng, trong đó hai nhóm nổi bật là các cơ quan Nhà nước chịu trách nhiệm thực thi và các doanh nghiệp.

Đối với các Trung tâm WTO, tùy phạm vi chức năng hoạt động, doanh nghiệp có thể không phải là nhóm mục tiêu chính yếu. Ví dụ, trong khi các doanh nghiệp là nhóm mục tiêu hỗ trợ ưu tiên hàng đầu của Trung tâm WTO VCCI, họ chỉ là một trong số nhiều nhóm đối tượng hỗ trợ Trung tâm WTO TP.HCM, Trung tâm WTO Đà Nẵng hay Trung tâm tham vấn WTO đặt tại Bộ Công thương⁶. Vì vậy, nếu mới chỉ một số rất ít các doanh nghiệp nhận được các hỗ trợ từ các Trung tâm này thì cũng không phải điều quá bất ngờ.

- Thứ ba, trong tương quan về mức độ quan tâm của doanh nghiệp đối với các dịch vụ này, đây cũng không phải kết quả khó chấp nhận.

Cụ thể, trong số các doanh nghiệp phản hồi điều tra, không phải tất cả họ đều có nhu cầu đối với các dịch vụ mà các Trung tâm này cung cấp. Theo kết quả khảo sát, trong số những doanh nghiệp chưa được thụ hưởng các dịch vụ từ các Trung tâm WTO thì 27, 37% không có nhu cầu nhận các thông tin hội nhập, 33,94% không có nhu cầu tư vấn và 33,21% không có nhu cầu đào tạo về các vấn đề hội nhập).

Từ góc độ logic chung, điều này có thể là không bình thường: trong một môi trường kinh doanh mở cửa, liên thông với bên ngoài thông qua các hiệp định thương mại và đầu tư, cạnh tranh từ quy mô nội địa trở thành toàn cầu, các doanh nghiệp dù muốn hay không, dù có xuất khẩu hay không, dù có giao dịch với đối tác nước ngoài hay không đều bị ảnh hưởng bởi quá trình hội nhập này; và vì vậy, về logic, họ được suy đoán là cần các thông tin, các tư vấn cũng như cần được đào tạo kỹ năng về hội nhập. Mặc dù vậy, trong

VCCI hoạt động từ 2010, Trung tâm WTO Đà Nẵng tại thời điểm điều tra chưa có web, đã có web từ 2013). Trung tâm tham vấn WTO của Bộ Công thương thành lập năm 2011 (chưa có web).

⁶Ví dụ, Trung tâm WTO TP.HCM có chức năng “nghiên cứu, tham mưu, tư vấn cho Ủy ban nhân dân thành phố, các cấp chính quyền và các nhóm đối tượng khác về các vấn đề liên quan đến hội nhập WTO và kinh tế quốc tế” <http://hccwto.org.vn/vn/view/details/trung-tam-wto> (ngày truy cập 6/9/2013).

Trung tâm WTO Đà Nẵng có chức năng “Đầu mối để triển khai các hoạt động hội nhập kinh tế quốc tế và WTO của UBND Thành phố, Ủy ban quốc gia về Hội nhập kinh tế quốc tế cũng như đề hỗ trợ, giúp đỡ các đơn vị, các doanh nghiệp thực hiện chương trình, kế hoạch về hội nhập kinh tế và gia nhập WTO”.

thực tiễn Việt Nam, vòng luẩn quẩn “con gà - quả trứng” – vì không hiểu nên không quan tâm, vì không quan tâm nên không có nhu cầu tìm hiểu, và vì không tìm hiểu nên không hiểu – vẫn xảy ra khá thường xuyên: doanh nghiệp vì không biết rằng hội nhập ảnh hưởng đến triển vọng, tình hình kinh doanh của mình nên không có nhu cầu tìm hiểu về hội nhập, và vì không tìm hiểu nên họ càng không biết hội nhập thực sự tác động tới mình như thế nào.

Khi không có nhu cầu, những doanh nghiệp này có thể từ chối dịch vụ ngay cả khi các Trung tâm WTO tiếp cận và đưa ra cho họ. Trên thực tế, ở Trung tâm WTO VCCI, có nhiều khóa đào tạo hay hội thảo nâng cao nhận thức về những chủ đề nóng, thiết thân với doanh nghiệp, được tổ chức miễn phí, với trình bày của các chuyên gia đầu ngành, đối tượng doanh nghiệp được mời cũng nằm trong nhóm có liên quan mật thiết nhất tới chủ đề nhưng số doanh nghiệp cử đại diện tham gia thường chỉ khoảng 20% đến 30% số doanh nghiệp được mời.

- Thứ tư, đối với những doanh nghiệp có nhu cầu nhận được thông tin, tư vấn hoặc đào tạo về hội nhập, không phải doanh nghiệp nào cũng cần nhận dịch vụ do các Trung tâm WTO cung cấp.

Theo kết quả từ khảo sát, trong số các doanh nghiệp không nhận dịch vụ từ các Trung tâm WTO, 10,95% cho biết họ đã nhận được thông tin hội nhập từ các chủ thể khác, còn số này đối với các dịch vụ đào tạo và tư vấn lần lượt là 6,39% và 8,76%.

Như vậy, có thể thấy những số liệu về đối tượng thụ hưởng dịch vụ của các Trung tâm WTO từ khảo sát này hoàn toàn không bất thường. Các số liệu này cũng không thực sự “gây sốc” như một số nhận định khá bi quan về hiệu quả hoạt động của các Trung tâm WTO.

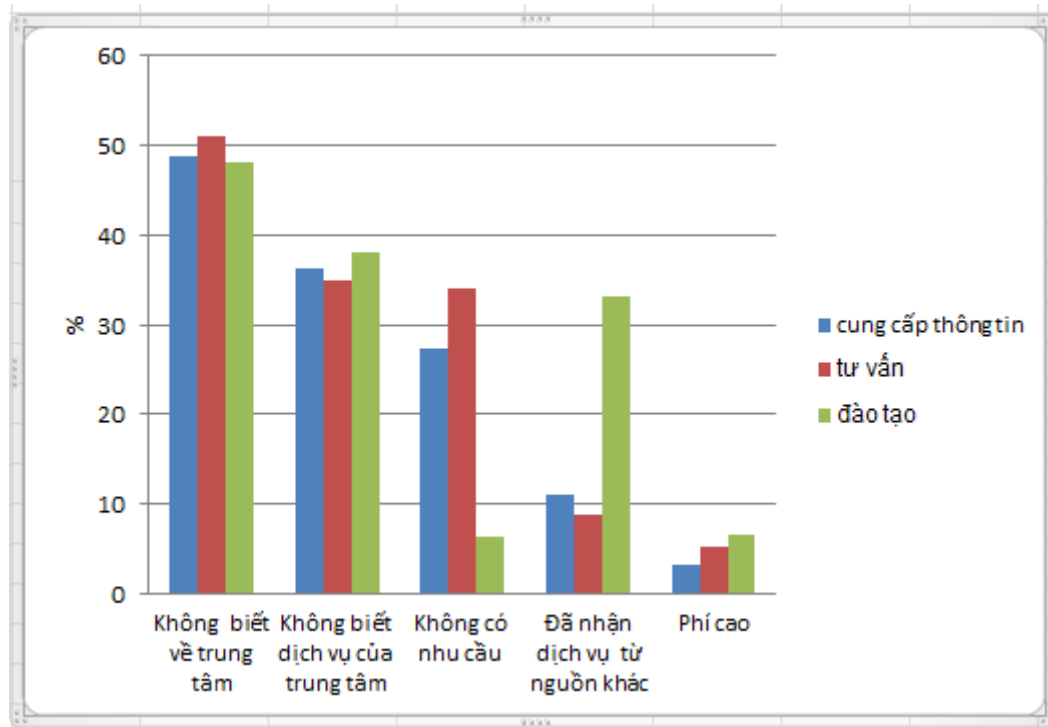
Dù vậy, tỷ lệ các doanh nghiệp được thụ hưởng thấp như vậy cho thấy các Trung tâm WTO này còn rất nhiều việc phải làm để các hỗ trợ của mình đến nhiều hơn với các doanh nghiệp, để các Trung tâm này thực sự kết nối với doanh nghiệp và trở thành một nguồn “hỗ trợ kỹ thuật” hiệu quả và ít tốn kém cho các đối tượng này, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng, và tình hình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp đang ở trong giai đoạn rất khó khăn như hiện nay.

Trong những việc phải làm để đạt được mục tiêu nói trên, có lẽ việc đầu tiên và cần thiết nhất là các Trung tâm WTO phải tích cực quảng bá về sự tồn tại của mình cũng như về các dịch vụ/hỗ trợ mà mình cung cấp. Đây là gợi ý quan trọng được rút ra từ chính kết quả Khảo sát.

Cụ thể, theo kết quả khảo sát, trong số những doanh nghiệp chưa nhận được hỗ trợ về đào tạo từ Trung tâm WTO, có tới 48,18% nói rằng nguyên nhân là do chưa biết về các Trung tâm này, 37,96% không biết là các Trung tâm có thực hiện

những khóa đào tạo như vậy. Đối với dịch vụ tư vấn hội nhập, con số này lần lượt là 50,91% và 34,85%. Đối với dịch vụ cung cấp thông tin, tỷ lệ cũng tương đương, với mức lần lượt là 48,72% và 36,31%.

Hình: Các lý do chưa nhận được dịch vụ từ các Trung tâm WTO



Có thể thấy là trong cả ba trường hợp, xấp xỉ phân nửa số doanh nghiệp phản hồi chưa từng biết tới các Trung tâm WTO. Con số tỷ lệ các doanh nghiệp không biết rằng các Trung tâm WTO có cung cấp các dịch vụ cụ thể (về thông tin, về tư vấn hoặc đào tạo) thấp hơn số hoàn toàn không biết về sự tồn tại của các Trung tâm này nhưng cũng vẫn là rất cao, xấp xỉ 1/3 số doanh nghiệp trả lời, một lần nữa nhấn mạnh mức độ được biết đến quá “khiêm tốn” của các Trung tâm này.

Hiệu quả hoạt động của các Trung tâm WTO phụ thuộc một phần quan trọng vào mức độ biết đến Trung tâm WTO trong cộng đồng doanh nghiệp. Khi không được doanh nghiệp biết tới, các Trung tâm này không thể hy vọng hỗ trợ trực tiếp cho những doanh nghiệp này⁷. Trong khi đó, khác với những tồn tại về cơ chế, về hiệu quả, về bộ máy (vốn đòi hỏi những nỗ lực và nguồn lực rất lớn để vượt qua/thay đổi), đây lại là việc không thực sự khó khăn và hoàn toàn có thể thực hiện được với chi phí không quá lớn và những nỗ lực trong tầm tay.

Công tác quảng bá, phổ biến, tuyên truyền về Trung tâm và các hỗ trợ mà Trung tâm có thể cung cấp dưới các hình thức khác nhau, vì vậy, cần là mảng công việc được nhấn mạnh trong hoạt động thời gian tới của các Trung tâm WTO. Tìm hiểu deskstudy của Nhóm Nghiên cứu cho thấy một số các hình thức quảng bá sau

⁷Ở đây không tính những hỗ trợ gián tiếp, thường là ở cấp độ vĩ mô, liên quan tới các hoạt động vận động chính sách mà các Trung tâm này thực hiện nhằm góp phần xây dựng các chính sách phù hợp hơn, có lợi hơn cho doanh nghiệp.

đây có thể là thích hợp với các Trung tâm WTO và có thể hữu ích trong các nỗ lực liên quan:

- Phát hành các tờ rơi giới thiệu;
- Tham gia giới thiệu/quảng cáo về hoạt động của Trung tâm trên các phương tiện thông tin đại chúng/website của Trung tâm;
- Quảng bá rộng rãi về các hoạt động/sự kiện mà Trung tâm chủ trì/phối hợp tổ chức;
- Kết hợp, hỗ trợ, hợp tác với các Hiệp hội trong các hoạt động với hội viên của họ, qua đó giới thiệu về Trung tâm và các dịch vụ mà Trung tâm cung cấp;
- Các hoạt động tạo điểm nhấn (viết báo, tham gia thuyết trình tại các sự kiện...) của các cán bộ/chuyên gia của Trung tâm, qua đó quảng bá cho hình ảnh, uy tín về chuyên môn cho Trung tâm.

2. Về các chủ đề của các thông tin, tư vấn, đào tạo do các Trung tâm WTO cung cấp cho doanh nghiệp

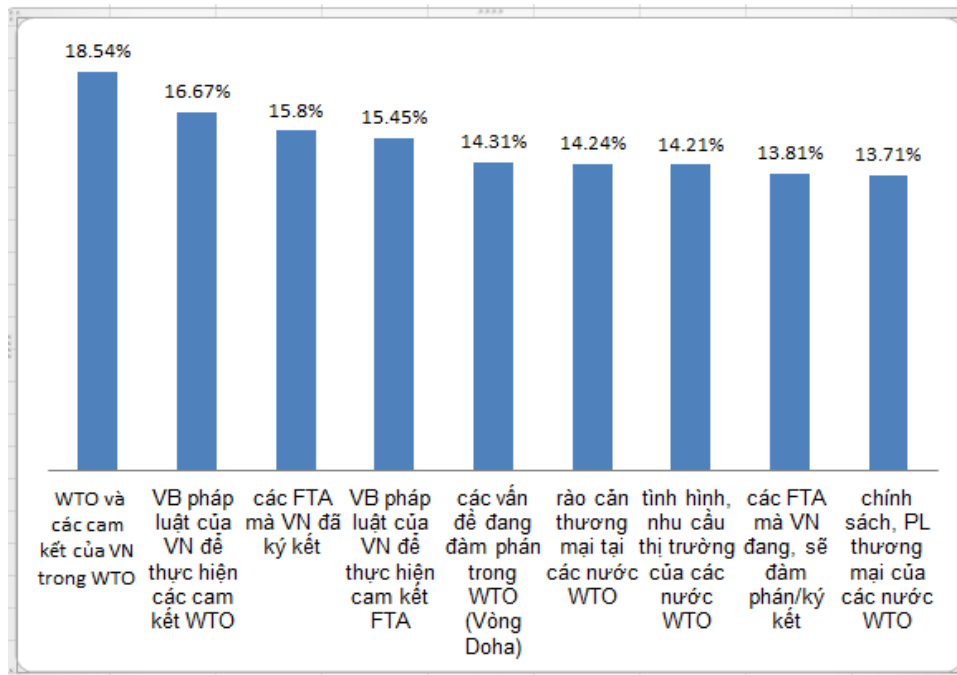
Với các chức năng và đối tượng phục vụ khác nhau, các Trung tâm WTO có hoạt động tập trung vào các chủ đề khác nhau và không phải khi nào cũng hướng vào các vấn đề có liên quan trực tiếp hoặc thuộc phạm vi quan tâm của doanh nghiệp.

Khảo sát này chỉ tập trung vào những nội dung hỗ trợ từ các Trung tâm WTO thuộc các chủ đề mà doanh nghiệp quan tâm hoặc có liên quan trực tiếp/gián tiếp tới hoạt động kinh doanh (và vì vậy suy đoán là doanh nghiệp sẽ/được cho là sẽ quan tâm). Những chủ đề được khảo sát, vì vậy, không phản ánh tất cả các lĩnh vực mà các Trung tâm WTO thực hiện.

Do chủ đề của các hỗ trợ về thông tin, tư vấn và đào tạo không hoàn toàn giống nhau (phụ thuộc vào tính chất của loại hoạt động hỗ trợ - ví dụ chủ đề của hoạt động cung cấp thông tin có thể là rất rộng, trong khi chủ đề của hoạt động đào tạo lại hẹp hơn), khảo sát không thiết kế tương đương giữa ba nhóm hoạt động (dịch vụ). Các chủ đề của từng nhóm được khảo sát riêng và không có giá trị so sánh.

Cụ thể, đối với **dịch vụ/hoạt động cung cấp thông tin**, kết quả khảo sát cho thấy loại thông tin hội nhập mà doanh nghiệp nhận được nhiều nhất từ các Trung tâm WTO là “*các hiệp định, quy tắc WTO và các cam kết gia nhập WTO của Việt Nam*” (đạt 18,54%, nếu xem việc thông tin cung cấp thường xuyên như mong muốn là 100%), và chủ đề thông tin mà doanh nghiệp ít được tiếp cận nhất từ các Trung tâm này là “*pháp luật về thương mại và đầu tư của các nước thành viên WTO*” (chiếm 13,71%). Và một điểm lưu ý quan trọng là khoảng cách về mức độ thường xuyên giữa các thông tin ở vị trí đầu và cuối không khá xa nhau bao nhiêu (dưới 4%).

Hình: Tần suất cung cấp thông tin hội nhập của các Trung tâm WTO



Kết quả này cho thấy một số thực tế rất đáng lưu ý trong trọng tâm hoạt động cung cấp thông tin về hội nhập của các Trung tâm WTO thời gian vừa qua nhìn từ góc độ của các doanh nghiệp.

Thực tế thứ nhất: dường như các thông tin chủ yếu được cung cấp bởi các Trung tâm WTO là nhóm các thông tin về các cam kết quốc tế của Việt Nam (WTO, các FTAs) và các văn bản pháp luật Việt Nam nội địa hóa những cam kết này. Ở đây, một số điểm có thể được làm rõ thêm:

- Từ góc độ logic, kết quả này cho thấy các Trung tâm WTO đã hướng trọng tâm đến chủ đề hợp lý trong hoạt động cung cấp thông tin của mình.

Một mặt, như được thể hiện rất rõ trong tên gọi của mình, các Trung tâm WTO được thành lập với mục tiêu phổ biến, tuyên truyền về các cam kết WTO cũng như những cam kết thương mại quốc tế của Việt Nam, vì vậy chủ đề đương nhiên được nhấn mạnh trong các hoạt động của Trung tâm nói chung cũng như trong hoạt động thông tin nói riêng phải là về những vấn đề này. Hơn nữa, không phải ngẫu nhiên khi chủ đề này cũng là trọng tâm trong hầu như tất cả các hoạt động phổ biến tuyên truyền trong khuôn khổ các hỗ trợ kỹ thuật hậu WTO cũng như chương trình hành động của Chính phủ và các đơn vị liên quan. Hiểu biết về các cam kết, về các quyền và nghĩa vụ từ các cam kết này là cơ sở để doanh nghiệp có thể tận dụng các cơ hội và vượt qua những thách thức từ WTO, các FTAs quan trọng này.

Mặt khác, các doanh nghiệp khi tiếp cận các Trung tâm WTO để tìm kiếm thông tin, nếu có, cũng suy đoán là sẽ tìm kiếm thông tin về các vấn đề này. Vì vậy, việc các Trung tâm tập trung vào việc cung cấp các thông tin trong lĩnh vực này là cần thiết và hợp lý.

- Từ góc độ thực tiễn, kết quả này cũng cho thấy các Trung tâm WTO đang đứng trước những thách thức trong việc thỏa mãn nhu cầu về thông tin của doanh nghiệp.

Nhìn bề ngoài, những thông tin về các cam kết WTO và FTAs cũng như các văn bản pháp luật nội địa hóa các cam kết này về nguyên tắc là sẵn có, hầu hết dưới dạng các văn bản pháp luật, hoặc tập hợp các quy định mà ở Việt Nam có thể tiếp cận được dễ dàng. Mặc dù một số trường hợp đòi hỏi các nỗ lực tập hợp (ví dụ các văn bản pháp luật nội địa chỉ bao gồm một phần nội dung nội luật hóa các cam kết, hoặc các cam kết nằm rải rác trong nhiều quy định pháp luật, thuộc các văn bản pháp luật ở các cấp độ khác nhau), về cơ bản đây là những thông tin mà cơ quan Nhà nước buộc phải công khai, ở nhiều hình thức khác nhau, bởi một hoặc một số cơ quan Nhà nước, và các doanh nghiệp đều có thể tiếp cận được.

Và vì vậy, nếu các Trung tâm WTO chỉ dừng lại ở việc cung cấp văn bản nguyên gốc về các cam kết và pháp luật nội địa hóa cam kết dài dặc, với những thuật ngữ/quy định chuyên môn, hàn lâm, khó hiểu thì có lẽ doanh nghiệp không cần phải tìm đến các Trung tâm để có các thông tin này. Việc họ tìm đến các Trung tâm WTO được suy đoán là họ mong chờ ở những thông tin được xử lý phù hợp với nhu cầu của họ (ví dụ được tóm tắt, được tập hợp thành các chủ đề sát với thực tiễn và quan tâm của doanh nghiệp, được tư vấn dưới các hình thức khác nhau, hoặc ít nhất cũng được viết lại theo ngôn ngữ ngắn gọn, đơn giản, phù hợp với doanh nghiệp). Điều này đặt ra thách thức đáng kể mà nếu các Trung tâm WTO không thể thực hiện được thì cũng đồng nghĩa với việc các Trung tâm sẽ mất dần ưu thế trong việc cung cấp thông tin cho doanh nghiệp, ít nhất trong lĩnh vực này.

Thực tế thứ hai: nhóm thông tin mang tính thực tiễn, gắn liền với quan tâm của doanh nghiệp trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế chưa được cung cấp nhiều bởi các Trung tâm WTO. Thực tế này không gây ngạc nhiên, mặc dù vậy lại cho thấy những hạn chế và là những thách thức trong tương lai đối với các Trung tâm WTO trong hoạt động này (Xem thêm các phân tích liên quan tại phần sau của Báo cáo này).

Thực tế thứ ba: Các thông tin liên quan đến tiến trình và xu hướng đàm phán các cam kết thương mại quốc tế trong tương lai cũng nằm trong nhóm ít được cung cấp nhất bởi các Trung tâm WTO.

- Kết quả này phản ánh thực tế dễ nhận thấy, nếu rà soát kênh thông tin thường xuyên nhất (website) của các Trung tâm WTO: Chỉ có của Trung tâm WTO – VCCI là đưa các thông tin có tính chuyên đề tập trung, cập nhật về những đàm phán thương mại đang diễn ra (các Trung tâm WTO khác

hoặc là không đưa tin, hoặc có đưa tin nhưng rất ít, rải rác và phụ thuộc vào những sự kiện có liên quan ở Việt Nam⁸.

- Hạn chế này một phần gắn với các loại hoạt động của các Trung tâm: trong số 04 Trung tâm WTO ở Việt Nam, chỉ có Trung tâm WTO – VCCI là có mảng hoạt động vận động chính sách, tham vấn cho các đàm phán đang/sẽ diễn ra, và vì vậy được suy đoán là tập hợp được nguồn thông tin phong phú và tập trung về mảng này.

Hơn nữa, thực tế này cũng có lý do: các thông tin dạng này ở Việt Nam không phải là thông tin sẵn có. Trong bối cảnh quá trình xây dựng chính sách, pháp luật ở Việt Nam còn thiếu minh bạch (các cơ quan hoạch định chính sách chưa có thói quen cung cấp thông tin), cộng thêm với các thỏa thuận về việc bảo mật thông tin đàm phán (mà các cơ quan phía Việt Nam thường tuân thủ rất nghiêm túc những thỏa thuận như vậy, kể cả khi phía đối tác bằng cách này hay cách khác tiết lộ thông tin đàm phán ra bên ngoài, tạo điều kiện cho thảo luận và lấy ý kiến công chúng cho các đàm phán), những thông tin về nội dung, diễn tiến và xu hướng đàm phán các hiệp định mở cửa thương mại ở Việt Nam hầu như rất ít, thậm chí không có.

Do đó công tác tổng hợp, biên tập để cung cấp các thông tin dạng này của các Trung tâm WTO khó khăn hơn nhiều, đòi hỏi những nỗ lực đáng kể trong tìm kiếm các nguồn từ nước ngoài, công tác xử lý/loại thông tin (để đảm bảo thông tin đáng tin cậy, phù hợp với lợi ích Việt Nam) cũng như yêu cầu dịch thuật. Và rõ ràng là không phải Trung tâm nào cũng có thể làm được việc này trong điều kiện nguồn lực hầu hết rất eo hẹp.

Ngoài ra, trong một chừng mực nhất định, đánh giá này của doanh nghiệp cũng có thể xuất phát từ một thực tế khác: chưa có nhiều doanh nghiệp Việt Nam quan tâm tới các đàm phán thương mại đang diễn ra (doanh nghiệp phần lớn vẫn chỉ quan tâm tới các quy định, chính sách có ảnh hưởng trực tiếp, tức thời và hàng ngày tới hoạt động kinh doanh hiện tại của mình, ít khi nào để ý hay thực sự quan tâm tới các vấn đề vĩ mô, chỉ ảnh hưởng tới mình trong tương lai). Vì ít quan tâm nên ngay cả khi thông tin được cung cấp (ví dụ trên website, qua các bản tin được phát hành miễn phí tới doanh nghiệp...), các doanh nghiệp có thể vẫn không biết đến sự tồn tại của các thông tin này cũng như việc cung cấp các thông tin này của các Trung tâm WTO liên quan.

- Trong bối cảnh Chính phủ đang đàm phán cấp tập nhiều hiệp định thương mại tự do quan trọng, với những đối tác thương mại hàng đầu của Việt Nam (Hoa Kỳ, EU, Hàn Quốc, Nga...), việc doanh nghiệp tích cực tìm hiểu thông tin về đàm phán, để tham gia ý kiến với Chính phủ trong quá trình đàm phán

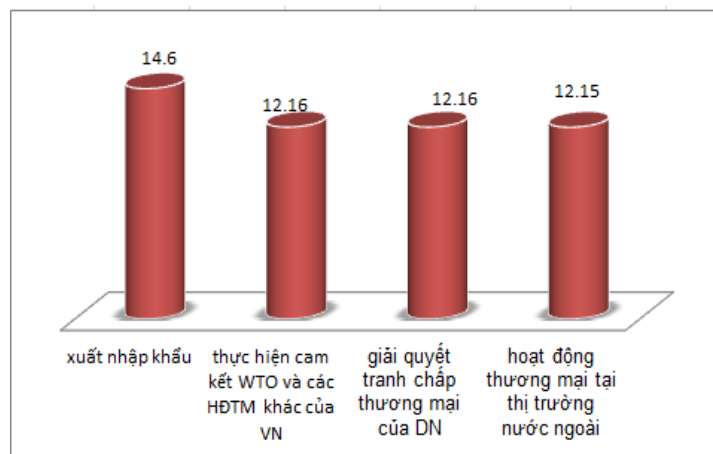
⁸Ví dụ khi có một Tọa đàm về một đàm phán nào đó, thì các websites này có thể đưa tin về Tọa đàm hoặc đưa lại tin của báo chí về nội dung Tọa đàm đó.

(từ đó hy vọng có được các cam kết phù hợp nhất với lợi ích của mình) hoặc chuẩn bị sẵn cho quá trình thực thi sau khi các hiệp định này được ký kết và có hiệu lực là rất quan trọng. Đây là vấn đề cốt lõi và đặc biệt quan trọng đối với sự phát triển của doanh nghiệp dù rằng chưa nhiều doanh nghiệp nhận thức được điều này.

Và vì vậy, với kết quả điều tra này, các Trung tâm WTO sẽ còn phải nỗ lực nhiều hơn nữa trong việc cung cấp các thông tin dạng này, không phải vì đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp, mà là để tạo điều kiện cho doanh nghiệp hiểu, từ đó có nhu cầu.

Đối với **dịch vụ/hoạt động tư vấn của các Trung tâm WTO**, 04 nhóm tư vấn được lựa chọn để điều tra, bao gồm các tư vấn liên quan tới quy định/thủ tục xuất nhập khẩu, giải thích và hiểu về nội dung các cam kết WTO và FTAs, tư vấn giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế và tư vấn pháp lý cho hoạt động thương mại nói chung tại thị trường nước xuất khẩu. Đối với cả 4 nhóm chủ đề này, doanh nghiệp đều đánh giá rằng họ ít được các Trung tâm WTO cung cấp các tư vấn liên quan, với mức thấp hơn hẳn so với việc cung cấp thông tin và tất cả đều chỉ xấp xỉ quanh mức 12-14% (nếu coi là việc được cung cấp tư vấn thường xuyên như mong muốn là 100%).

Hình: Tần suất hoạt động tư vấn của các Trung tâm WTO



Kết quả này cho thấy một số điểm đáng lưu ý sau:

- Các doanh nghiệp hiện được tư vấn quá ít về các vấn đề liên quan tới thương mại quốc tế từ các Trung tâm WTO. Trên thực tế, nếu việc được cung cấp thông tin còn ở mức thấp (như phân tích trong kết quả điều tra phần trên) thì việc được cung cấp các tư vấn ở mức thấp hơn nữa không phải là điều gì gây bất ngờ. Trong khi các thông tin có thể được cung cấp cho nhóm đối tượng không xác định, phổ biến và rộng khắp, các tư vấn thường chỉ hướng tới một số nhóm đối tượng cụ thể, khi họ có nhu cầu cần được tư vấn về những vấn đề cụ thể. Do đó, mức độ thường xuyên của các hoạt động tư vấn cũng sẽ thấp hơn, xét trên tổng thể chung.

Hơn nữa, các chủ đề tư vấn thường tập trung vào những vấn đề mà doanh nghiệp quan tâm, cần tư vấn, vì vậy việc cung cấp tư vấn về vấn đề gì, ở mức độ nào cũng tùy thuộc phần lớn vào nhu cầu và yêu cầu chủ động của đơn vị cần tư vấn chứ không chỉ phụ thuộc vào lựa chọn chủ quan (về chủ đề và tần suất tư vấn) của các Trung tâm WTO.

Ngoài ra, trong chừng mực nhất định, các Trung tâm WTO khó có thể tư vấn để giải quyết triệt để cho từng trường hợp vướng mắc, yêu cầu cụ thể của từng doanh nghiệp (trừ khi các tư vấn được thực hiện có thu phí, do các chuyên gia có chuyên môn thích hợp thực hiện mà Trung tâm WTO chỉ là đầu mối, không làm thay công việc chuyên gia). Trên thực tế, những tư vấn này, nếu có, thường chỉ có thể dừng lại ở các tư vấn ban đầu (về định hướng và khuyến nghị hành động thích hợp) hoặc hướng dẫn doanh nghiệp tìm đến các địa chỉ thích hợp (ví dụ các Trung tâm WTO không có thẩm quyền/chức năng giải thích nội dung các cam kết WTO, FTAs, vì vậy nếu được doanh nghiệp yêu cầu tư vấn, các Trung tâm này chỉ có thể đưa ra tư vấn về cách hiểu chung nhất mà không thể xác định một cách giải thích chính thức và được chấp nhận bởi các cơ quan thực thi cho doanh nghiệp).

- Tuy nhiên, khác với các doanh nghiệp tiếp cận các thông tin do các Trung tâm WTO cung cấp, các trường hợp tìm đến các Trung tâm WTO để được tư vấn suy đoán không phải là chỉ để tìm hiểu cho biết hay nâng cao kiến thức về pháp luật thương mại quốc tế mà thường là để giải quyết một vấn đề cụ thể mà họ gặp phải trong quá trình kinh doanh quốc tế. Vì vậy, việc cung cấp các tư vấn đáp ứng yêu cầu trong trường hợp này có ý nghĩa thực tiễn lớn trong hỗ trợ doanh nghiệp hội nhập trên thực tế.

Cũng vì lý do này mà mặc dù đối tượng thụ hưởng của các dịch vụ tư vấn này thường khá hẹp (thường chỉ liên quan trực tiếp tới một số doanh nghiệp cụ thể, trong trường hợp cụ thể) nhưng lại có tác động trực tiếp tới vai trò cũng như uy tín thực chất của các Trung tâm WTO trong mắt các doanh nghiệp liên quan. Ngoài ra, kết quả tư vấn, nếu có, trong một số trường hợp còn có thể được công khai, để nhiều doanh nghiệp khác có thể tham khảo, học tập trong trường hợp của mình, và do đó đối tượng thụ hưởng của các hỗ trợ này cũng sẽ nhiều hơn.

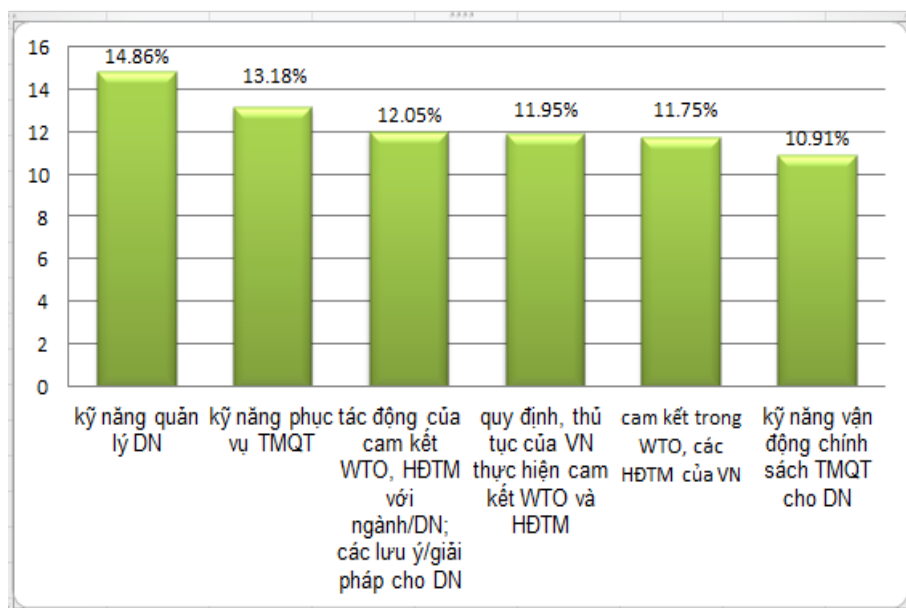
Bởi vậy, đây cũng là một mảng hoạt động có ý nghĩa mà các Trung tâm WTO có thể cân nhắc và có hướng phát triển phù hợp trong tương lai.

Liên quan tới **dịch vụ đào tạo** do các Trung tâm WTO cung cấp, kết quả khảo sát cho thấy tần suất tham gia vào các khóa đào tạo này của doanh nghiệp thấp hơn hẳn so với hai loại dịch vụ cung cấp thông tin, tư vấn của các Trung tâm này.

Đối với các chủ đề đào tạo khác nhau, tần suất tham gia của doanh nghiệp cũng khác nhau. Có vẻ như các doanh nghiệp quan tâm và tham gia thường xuyên hơn vào các khóa đào tạo có chủ đề hướng tới việc nâng cao năng lực của doanh

nghiệp trong hoạt động kinh doanh thường nhật (kỹ năng quản trị, kỹ năng thực hiện hoạt động thương mại quốc tế). Nhóm các chủ đề liên quan tới khung khổ pháp lý cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp (tác động của các cam kết, quy định pháp luật nội địa, cam kết trong WTO và các FTAs) thu hút sự tham gia của doanh nghiệp ở mức thấp hơn. Chủ đề mà doanh nghiệp ít đề tâm tham gia nhất là về các kỹ năng vận động chính sách thương mại quốc tế. Nói cách khác, kết quả này cho thấy các doanh nghiệp ít tham gia các khóa đào tạo của các Trung tâm WTO về những vấn đề chính sách vĩ mô, chung hoặc chưa bị gặp phải vướng mắc trong quá trình hoạt động kinh doanh.

Hình: Tần suất hoạt động đào tạo của các Trung tâm WTO



Một số bình luận đối với kết quả khảo sát này:

- Khác với các loại hỗ trợ khác như cung cấp thông tin hoặc tư vấn, hoạt động đào tạo do các Trung tâm WTO tổ chức đòi hỏi sự tham gia phối hợp tích cực hơn từ phía các doanh nghiệp bên cạnh sáng kiến chủ động của các Trung tâm thông qua việc cử cán bộ nhân viên của doanh nghiệp tham gia các khóa đào tạo. Vì vậy, kết quả khảo sát về tần suất (mức độ thường xuyên) tham gia các khóa đào tạo do các Trung tâm WTO tổ chức cùng lúc cho thấy 02 khía cạnh.

Một mặt, kết quả này cho thấy tần suất thực hiện các hoạt động đào tạo của các Trung tâm WTO là rất khiêm tốn so với yêu cầu về xây dựng/nâng cao năng lực trong vấn đề này.

Mặt khác, kết quả này có thể cũng phản ánh một thực tế theo chiều ngược lại là doanh nghiệp ít tham gia/hưởng ứng các khóa đào tạo do các Trung tâm WTO cung cấp. Tất nhiên, từ kết quả này không thể suy đoán được về lý do của sự ít quan tâm của doanh nghiệp đối với các khóa đào tạo này. Mặc dù vậy, từ thực tế hoạt động của các Trung tâm WTO, có thể có một số lý do giải thích cho hiện tượng này. Đó có thể là do chất lượng của các khóa

đào tạo chưa thật sự đáp ứng nhu cầu doanh nghiệp (về nội dung, phương thức đào tạo, trình độ và phương pháp của giảng viên...)⁹. Nhưng đó cũng có thể là do nhiều doanh nghiệp chưa quan tâm tới ảnh hưởng của các cam kết thương mại quốc tế tới hoạt động của mình¹⁰ và vì vậy chưa nhận thấy nhu cầu cần đào tạo nâng cao năng lực của cán bộ nhân viên trong vấn đề này. Đây là tình trạng chung ở nhiều doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ, với mối quan tâm là những vấn đề hàng ngày (ví dụ kỹ năng soạn thảo hợp đồng, kê khai quyết toán thuế, thực hiện thủ tục hải quan...) chứ chưa tính đến các vấn đề lớn hơn về chính sách hay pháp luật thương mại quốc tế (kết quả khảo sát cũng ủng hộ nhận định này, khi mà tần suất tham gia các khóa đào tạo về các chủ đề như kỹ năng quản trị hay giao dịch thương mại quốc tế cao hơn hẳn so với tần suất tham gia các khóa đào tạo về các cam kết thương mại quốc tế đã ký kết hoặc đang đàm phán).

- Thông thường, với một hoạt động còn được đánh giá là có tần suất thấp, khuyến nghị nếu có sẽ là cần chú trọng tập trung cho mảng hoạt động này, tăng cường số lượng, chất lượng cũng như diện hoạt động.

Mặc dù vậy, với những phân tích phía trên về mức độ tích cực (và quan tâm) trong tham gia của doanh nghiệp cùng với thực tế là các Trung tâm WTO hầu hết đều hạn chế về nguồn lực (trong khi chi phí để tổ chức các khóa đào tạo trực tiếp¹¹ là khá lớn trong so sánh với số lượng đối tượng thụ hưởng), có lẽ các Trung tâm WTO cần cân nhắc về cách thức tiến hành hoạt động này.

Một mặt, đào tạo là phương pháp không thể thiếu và có hiệu quả cao trong nâng cao năng lực, và vì vậy là hoạt động không thể bỏ qua của các Trung tâm WTO trong hỗ trợ doanh nghiệp có hiểu biết, và từ đó có hành động thích hợp, về các cam kết thương mại quốc tế. Vì vậy, các Trung tâm WTO vẫn cần thiết phải dành nguồn lực và có kế hoạch cho hoạt động này.

Mặt khác, do chi phí tổ chức cao, mức độ quan tâm của doanh nghiệp hiện còn thấp và số lượng đối tượng thụ hưởng từ hoạt động này khá hạn chế¹², cần có những biện pháp khác để nâng cao hiệu quả (ít nhất từ góc độ chi phí của hoạt động này).

Ví dụ, thay vì tổ chức nhiều khóa đào tạo về cùng một chủ đề, có thể tính tới việc tổ chức một khóa đào tạo cho mỗi chủ đề, sau đó đăng tải tài liệu, băng ghi âm/ghi hình của khóa đào tạo trên website thông tin của Trung tâm để

⁹Vấn đề này sẽ được phân tích sâu hơn khi xem xét kết quả khảo sát liên quan tới chất lượng các dịch vụ được cung cấp bởi các Trung tâm WTO ở phần sau của Báo cáo này.

¹⁰Liên quan tới vấn đề này, lý do về tài chính (phí đào tạo mà doanh nghiệp phải trả khi tham gia đào tạo) không được tính tới bởi theo rà soát thì cho đến nay các khóa đào tạo do các Trung tâm WTO ở Việt Nam cung cấp đều miễn phí.

¹¹Rà soát cho thấy chưa có Trung tâm WTO nào ở Việt Nam cung cấp dịch vụ đào tạo từ xa.

¹²Theo tính toán của IDLO (Tổ chức luật phát triển quốc tế, chuyên thực hiện các khóa đào tạo về pháp luật thương mại quốc tế) thì đào tạo kỹ năng chuyên sâu không thể có nhiều hơn 25 học viên, một khóa đào tạo kiến thức chung cũng không nên quá 50 học viên.

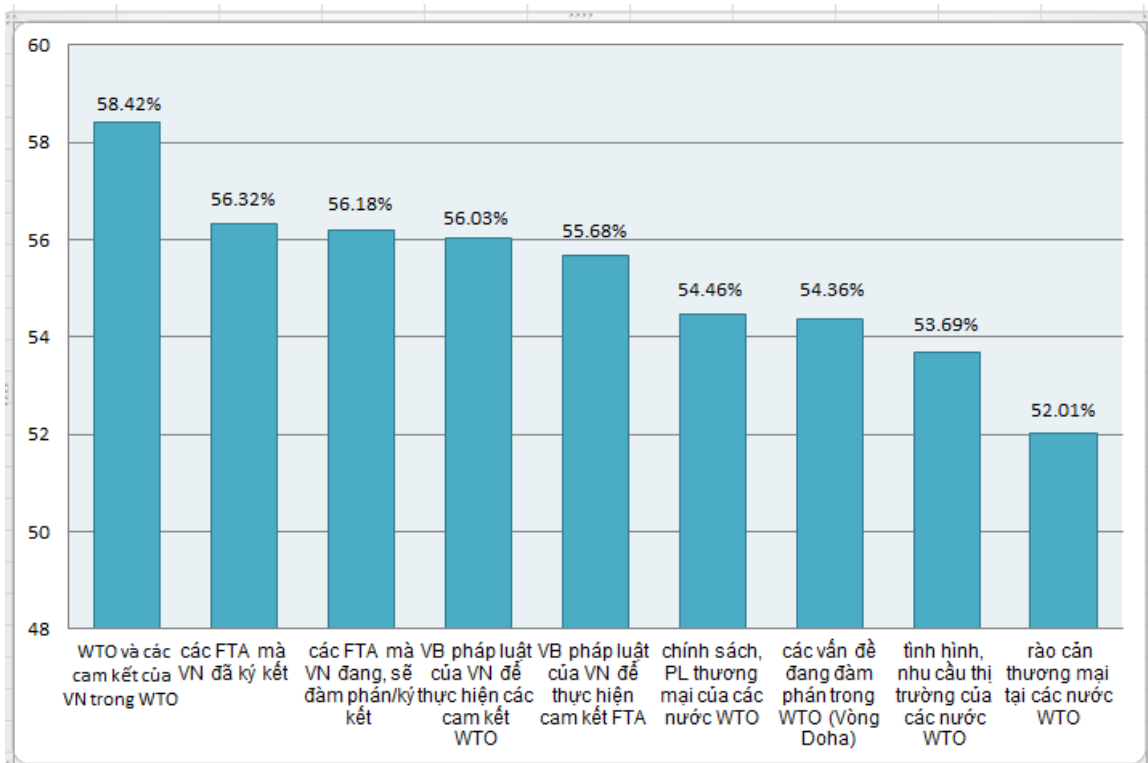
nhiều doanh nghiệp không có điều kiện tham dự các khóa đào tạo (đặc biệt là doanh nghiệp ở vùng sâu/xa hoặc các tỉnh xa trung tâm/thành phố lớn) vẫn có thể “được đào tạo” gián tiếp thông qua các tài liệu này. Theo cách này, tổng chi phí cho các hoạt động đào tạo sẽ giảm mạnh, trong khi số lượng đối tượng thụ hưởng các khóa đào tạo này có thể tăng lên gấp nhiều lần, và không chỉ giới hạn ở các doanh nghiệp mà ở bất kỳ chủ thể nào có quan tâm tới vấn đề này. Đây là cách thức mà Trung tâm WTO – VCCI hiện đang áp dụng đối với một số khóa đào tạo có dung lượng đào tạo thích hợp (riêng đối với việc đăng tải tài liệu viết thì Trung tâm đã áp dụng đối với toàn bộ các khóa đào tạo).

3. Về chất lượng các dịch vụ/hoạt động hỗ trợ thông tin, tư vấn và đào tạo của các Trung tâm WTO

Với các Câu hỏi “Doanh nghiệp của bạn có hài lòng về những thông tin/tư vấn/nội dung đã nhận được từ các Trung tâm WTO không?”, thông tin từ Khảo sát sẽ cho biết mức độ hiệu quả của các hoạt động này trong đánh giá của các doanh nghiệp là đối tượng thụ hưởng, từ đó cho thấy chất lượng của các hoạt động này.

Nhìn chung, kết quả thu được cho thấy các dịch vụ/hoạt động này mới chỉ được thực hiện với chất lượng ở mức trung bình. Cụ thể, đối với **hoạt động cung cấp thông tin**, điểm số về mức độ hài lòng của doanh nghiệp đối với tất cả các loại thông tin liên quan tới hội nhập mà các Trung tâm này cung cấp đều ở mức trung bình (thấp nhất là các thông tin về các loại rào cản thương mại vi phạm WTO ở thị trường nước đối tác - 52,01%, và cao nhất là các thông tin về các hiệp định WTO và các cam kết của Việt Nam trong WTO – 58,42%, nếu xem 100% là mức độ hài lòng tuyệt đối).

Hình: Mức độ hài lòng đối với từng loại thông tin cung cấp



Kết quả này cho thấy một số điểm đáng lưu ý:

- Thứ nhất, điểm tích cực là chất lượng các thông tin cung cấp cho doanh nghiệp không bị đánh giá kém, nhưng rõ ràng là còn rất xa so với kỳ vọng của doanh nghiệp. Nếu như điều này có thể giải thích được đối với các thông tin được cho là khó tập hợp, xử lý và cung cấp rộng rãi (như thông tin về các loại rào cản ở thị trường nước đối tác, thông tin về tình hình, nhu cầu tại thị trường xuất khẩu) thì việc các thông tin thuộc nhóm dễ cung cấp như các cam kết WTO hay các hiệp định thương mại khác mà Việt Nam đã ký kết được cung cấp cũng chỉ đạt chất lượng trung bình là điều không khỏi gây băn khoăn.

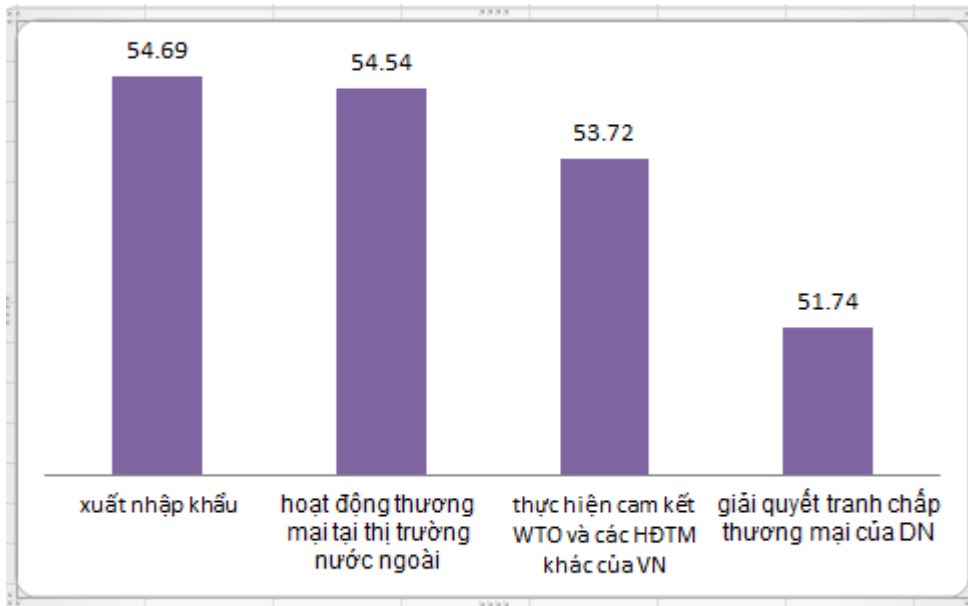
Thậm chí có ý kiến cho rằng, với hiện trạng cung cấp thông tin (ít nhất là qua các websites) của các Trung tâm WTO như hiện nay, kết quả này đã là “rất may mắn”. Bởi với những doanh nghiệp thực sự muốn tìm hiểu thông tin về các chủ đề liên quan phục vụ cho một công việc cụ thể, những thông tin chỉ mang tính “điểm báo/điểm tin” rời rạc, theo sự kiện phát sinh hàng ngày, hầu như không được tập hợp theo các chủ đề, và thiếu các phân tích/xử lý phù hợp...như hiện có trên hầu hết các websites của các Trung tâm WTO ở Việt Nam không thực sự giúp ích được nhiều. Và vì vậy, việc cho rằng các chất lượng thông tin ở mức trung bình cũng là rất “nuông tay” rồi.

Từ kết quả này, rất cần thiết phải có cách tiếp cận phù hợp hơn trong từng nỗ lực cung cấp thông tin của các Trung tâm WTO: Đối với các thông tin khó tập hợp, các nỗ lực cần tập trung vào việc tìm kiếm và tổng hợp để cung cấp cho doanh nghiệp; đối với các thông tin về các cam kết và các văn bản pháp luật có sẵn, các nỗ lực này cần đi theo hướng khác – cụ thể là tăng cường mức độ xử lý thông tin (hoạt động “dịch/chuyển thể” các văn bản quy định hàn lâm, khó hiểu với những từ ngữ chuyên ngành phức tạp sang “ngôn ngữ” thích hợp với doanh nghiệp, dưới dạng các tóm tắt đơn giản, logic, ngắn gọn và dễ hiểu).

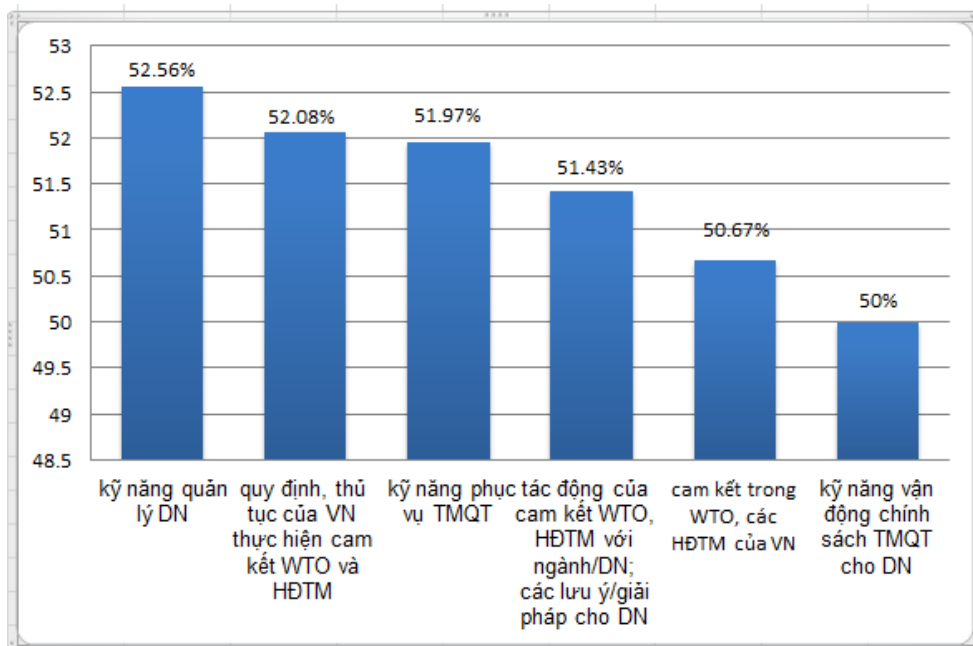
- Thứ hai, có một sự trùng hợp tương đối giữa các thông tin được đánh giá là có chất lượng cao hơn với các thông tin được cung cấp thường xuyên hơn (nhóm văn bản cam kết WTO, FTAs, pháp luật Việt Nam) và cũng như vậy, những thông tin ít được cung cấp cũng có chất lượng thấp hơn (thông tin về rào cản thương mại tại thị trường nước ngoài, quy định pháp luật nước ngoài...). Rất có thể, sự trùng hợp này cho thấy có mối liên hệ nào đó giữa việc chú ý tập trung cung cấp càng nhiều một loại thông tin, thì các kỹ năng để lọc, xử lý và cung cấp thông tin càng hiệu quả hơn. Nếu suy đoán này là đúng, đây là một gợi ý để các Trung tâm WTO coi việc cung cấp thông tin là việc hàng ngày, cần được thực hiện thường xuyên, ổn định, để chất lượng thông tin cung cấp cũng từ đó mà tốt hơn.

Đối với *các hoạt động tư vấn pháp lý và đào tạo về hội nhập*, các Trung tâm WTO cũng được đánh giá là thực hiện với chất lượng trung bình, gần như vừa đủ để không bị xem là kém. Cụ thể, điểm số chất lượng của các nhóm sản phẩm tư vấn dao động từ 51,74% (đối với các tư vấn về giải quyết tranh chấp thương mại của doanh nghiệp) và 54,69% (cho các tư vấn về xuất nhập khẩu), trong so sánh với mức 100% là rất hài lòng. Các con số tương ứng liên quan tới chất lượng đào tạo lần lượt là 50% (đào tạo về các kỹ năng vận động chính sách thương mại quốc tế) và 52,56% (đào tạo về kỹ năng quản trị trong bối cảnh hội nhập).

Hình: Mức độ hài lòng về dịch vụ tư vấn



Hình: Mức độ hài lòng về các khóa đào tạo



Kết quả không gây ngạc nhiên này dù vậy cũng mang đến một số gợi ý có ý nghĩa:

- Ít nhất đối với hoạt động đào tạo, dường như có một khoảng cách khá xa trong đánh giá về chất lượng các dịch vụ mà các Trung tâm WTO cung cấp theo khảo sát gián tiếp này với các khảo sát trực tiếp khi tiến hành các hoạt động trên thực tế.

Tại các khóa đào tạo mà các Trung tâm WTO tổ chức, thường thì Phiếu đánh giá về chất lượng khóa học được phát cho học viên vào cuối khóa học. Và kết quả từ những Phiếu đánh giá trực tiếp này thường là rất khả quan, với chất lượng được đánh đa số là từ “Tốt” đến “Rất tốt” (cả về giảng viên, tài liệu, nội dung...). Trong khi đó, những đánh giá được cho là gián tiếp, chung (không nhằm vào một khóa đào tạo cụ thể nào) như tại Khảo sát này, lại cho kết quả hầu như là khác hẳn.

Sự khác biệt này không khó giải thích với các thói quen và văn hóa ứng xử của người Việt, nhưng cho một lưu ý quan trọng: Đánh giá chất lượng của một hoạt động đang tiến hành, với các đối tượng hưởng lợi trực tiếp sẽ khó mang lại kết quả thực sự khách quan. Vì vậy, các Trung tâm WTO nói riêng và các đơn vị thực hiện hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp nói chung, khi muốn đánh giá thực chất chất lượng các hoạt động, cần tiến hành những khảo sát độc lập với các hoạt động đó – chỉ như vậy mới hy vọng có thể có những đánh giá thực chất hơn, từ đó có định hướng phù hợp hơn trong cải thiện chất lượng các hoạt động của mình.

- Mặc dù khoảng cách giữa nhóm sản phẩm tư vấn/đào tạo nhận được sự hài lòng nhiều hơn của các doanh nghiệp và nhóm còn lại hầu như không đáng kể (2-4%), và vì vậy ít có ý nghĩa thống kê, có thể thấy là các chủ đề mang tính thực tiễn, đã được hệ thống từ lâu, chỉ cần cập nhật thêm (ví dụ các kỹ năng quản trị - thương mại, các quy định pháp luật nội địa) được đánh giá là có chất lượng hơn những chủ đề phức tạp, đi vào những tình huống cụ thể của doanh nghiệp (ví dụ tư vấn giải quyết tranh chấp) hoặc trong lĩnh vực không quen thuộc, không nằm trong diện quan tâm ưu tiên của họ (ví dụ đào tạo về kỹ năng vận động chính sách).

Điều này đặt ra những thách thức đáng kể cho các Trung tâm WTO: Những chủ đề tư vấn/đào tạo được cho là dễ, có thể cung cấp với chất lượng tốt hơn lại không phải những chủ đề tư vấn/đào tạo thế mạnh của các Trung tâm (bởi các Trường, Viện, các cơ sở đào tạo kinh tế - thương mại sẽ có chuyên môn hơn các Trung tâm WTO trong đào tạo về các vấn đề này), cũng không phải là trọng tâm của các Trung tâm này. Những chủ đề tư vấn/đào tạo hiện được cung cấp với chất lượng thấp hơn lại là những chủ đề vốn thuộc chức năng, nhiệm vụ chính của các Trung tâm này, và về mặt nguyên tắc phải là những chủ đề chính trong hoạt động của họ trong hiện tại cũng như tương lai. Từ góc độ kỹ thuật, đây lại là những chủ đề không dễ tư vấn/đào tạo do

hoặc là có nội dung rất phức tạp, hàn lâm (ví dụ các cam kết WTO, FTAs, các kỹ năng vận động chính sách), hoặc là không có giải pháp chung hiệu quả hoàn toàn cho tất cả các trường hợp thực tế (ví dụ giải quyết tranh chấp). Cũng từ đó, yêu cầu đặt ra đối với các Trung tâm WTO là phải tập trung nhiều hơn nữa các nỗ lực nâng cao chất lượng của các tư vấn/đào tạo về những vấn đề liên quan trực tiếp/gián tiếp tới các cam kết WTO, hội nhập và những vấn đề pháp lý liên quan.

4. Về các phương thức cung cấp thông tin của các Trung tâm WTO

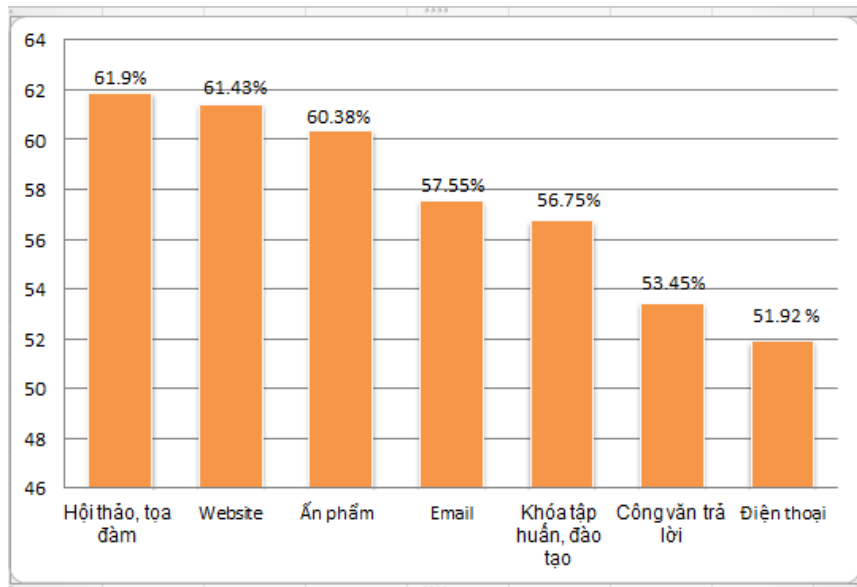
Trong khi Khảo sát được tiến hành đồng thời về 03 nhóm hoạt động điển hình của các Trung tâm WTO ở Việt Nam hiện nay (là cung cấp thông tin, tư vấn và đào tạo), phần Khảo sát về các phương thức cung cấp dịch vụ của các Trung tâm WTO chỉ áp dụng đối với hoạt động cung cấp thông tin. Lựa chọn này được thực hiện sau khi Nhóm nghiên cứu rà soát sơ bộ thực tiễn các phương thức triển khai hoạt động của các Trung tâm và thấy rằng hoạt động tư vấn và đào tạo hầu hết chỉ được triển khai theo một hình thức (đối với tư vấn là trao đổi trực tiếp bằng văn bản; đối với đào tạo là tổ chức các khóa đào tạo trực tiếp) và chỉ có hoạt động cung cấp thông tin là được thực hiện với nhiều hình thức khác nhau.

Khảo sát về phương thức cung cấp thông tin được thực hiện nhằm xác định tính hiệu quả của từng phương thức trong đánh giá của doanh nghiệp, từ đó có khuyến nghị hợp lý về những phương thức ưu tiên trong thời gian tới cho các Trung tâm WTO.

Kết quả Khảo sát cho thấy, với 07 phương thức cung cấp thông tin được liệt kê¹³ (bao gồm Hội thảo/Tọa đàm, Khóa đào tạo, Trang thông tin điện tử - websites, Ấn phẩm – sách báo, tài liệu, tờ rơi, bản tin..., Thư điện tử - email, Điện thoại, Công văn), doanh nghiệp đều đánh giá mức độ hiệu quả trung bình, tuy nhiên khoảng cách giữa các phương thức được đánh giá cao nhất (hội thảo/tọa đàm, websites – 61%, trong so sánh với 100% là mức rất hài lòng) với các phương thức bị đánh giá thấp nhất (điện thoại) là lớn nhất trong toàn bộ Phiếu Khảo sát (10%). Điều này chứng tỏ có sự khác biệt rõ rệt về hiệu quả giữa các hình thức cung cấp thông tin.

¹³Phiếu Khảo sát có đề câu hỏi mở để doanh nghiệp bổ sung và nêu đánh giá về những phương thức cung cấp thông tin khác ngoài các phương thức được Nhóm Nghiên cứu liệt kê sẵn. Tuy nhiên, thống kê kết quả phản hồi cho thấy không có phương thức nào được doanh nghiệp bổ sung thêm, vì vậy suy đoán là trên thực tế chỉ có 07 phương thức cung cấp thông tin (như liệt kê trong Phiếu Khảo sát) được sử dụng.

Hình: Mức độ hài lòng về các phương thức cung cấp thông tin



Kết quả này mang đến một số lưu ý cho các Trung tâm WTO trong hoạt động rất cơ bản này:

- Là một trong hai phương thức nhận được đánh giá cao nhất từ các doanh nghiệp, website đang chứng tỏ lợi thế về hiệu quả trong so sánh với các phương thức khác trong cung cấp thông tin của các Trung tâm WTO.

Đây là điều mà các Trung tâm WTO ở Việt Nam rất cần chú ý cải thiện để có thể tận dụng tối đa hiệu quả của phương thức này trong hoạt động cung cấp thông tin của Trung tâm.

- Các hội thảo, tọa đàm cũng được các doanh nghiệp đánh giá là có mức độ hiệu quả cao nhất, dù chưa đạt được mức khá. Có vẻ như hình thức tuyên truyền, phổ biến thông tin khá truyền thống này vẫn tiếp tục phát huy hiệu quả trong môi trường kỹ thuật số trong thời gian vừa qua ở Việt Nam.

Từ góc độ kỹ thuật, có thể lý giải điều này bằng nhiều lý do khác nhau. Trong so sánh với website, các hội thảo/tọa đàm có số lượng đối tượng thụ hưởng ít hơn nhiều (chỉ bao gồm các đại biểu tham gia sự kiện liên quan), chi phí tổ chức cũng cao hơn nhiều lần, nhưng lại có ưu thế là có sự tương tác giữa người cung cấp thông tin (diễn giả) và người tiếp nhận thông tin, vì thế nó cho phép thông tin được phân tích sâu hơn theo quan tâm của người tiếp nhận thông tin. Ngoài ra, với sự cộng hưởng của báo chí (đưa tin về hội thảo/tọa đàm), mức độ tác động và diện bao phủ của phương thức cung cấp thông tin này vì thế cũng được nhân lên nhiều lần.

Từ góc độ hiệu quả, mặc dù so với các website, hiệu quả của các hội thảo/tọa đàm thấp hơn về mức độ chi tiết/chính xác của thông tin (do thông tin ít được phổ biến qua văn bản, và tài liệu hội thảo/tọa đàm, nếu có, thường rất ngắn, báo chí trích dẫn lời của diễn giả/chuyên gia không phải lúc nào cũng hoàn toàn chính xác) nhưng lại cao hơn về mức độ lan tỏa và khả năng tác động tới các chủ thể trong xã hội.

- Xuất bản ấn phẩm là phương thức cung cấp thông tin nhận được đánh giá hài lòng của doanh nghiệp liền ngay sau website và các hội thảo/tọa đàm (60%).

Trong so sánh với hai phương thức nói trên, xuất bản ấn phẩm mặc dù không có lợi thế về chi phí (tốn kém nhân lực lớn cho biên soạn nội dung, nguồn lực cho in ấn, phát hành), về mức độ bao phủ (chỉ một số doanh nghiệp nhận được ấn phẩm), tuy nhiên, các ấn phẩm lại tiếp cận trực tiếp tới các đối tượng liên quan, và vì vậy có giá trị như một nguồn tham khảo sẵn có và được biết đến, phục vụ cho doanh nghiệp khi cần thiết.

Đây là ưu thế rất lớn của các ấn phẩm bởi các phương thức như website hay hội thảo/tọa đàm đều cần sự chủ động nhất định của doanh nghiệp trong việc tiếp nhận thông tin (với website là chủ động tìm kiếm, với hội thảo/tọa đàm là chủ động cử đại diện tham gia), còn với các ấn phẩm được gửi trực tiếp tới các đơn vị, dù thụ động họ vẫn được cung cấp thông tin. Trong bối cảnh phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, thậm chí siêu nhỏ, thiếu nguồn lực và thiếu cả sự chủ động trong việc tìm hiểu về các vấn đề pháp lý liên quan tới hội nhập, đây có lẽ là một phương thức cung cấp thông tin cần thiết, ít nhất là trong tương lai gần, cho cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam.

- Đứng ở nhóm giữa về mức độ hiệu quả là các phương thức cung cấp thông tin qua email và qua các khóa đào tạo.

Về hoạt động đào tạo, mặc dù đã có phần khảo sát riêng về mức độ hài lòng của các doanh nghiệp đối với từng chủ đề đào tạo, kết quả khảo sát ở đây cho thấy tính hiệu quả của phương thức đào tạo trong so sánh với các phương thức khác trong việc cung cấp thông tin (nâng cao nhận thức, xây dựng năng lực). Từ góc độ này, khảo sát cho thấy các khóa đào tạo không phải phương thức có hiệu quả nhất, và cùng với phân tích ở phía trên (về mức độ thường xuyên, hiệu quả ở từng chủ đề của các khóa đào tạo), các Trung tâm WTO cần có cân nhắc nhất định trong cách thức tổ chức, chủ đề cũng như tần suất thực hiện các khóa đào tạo.

Về việc cung cấp thông tin qua email, mặc dù phương thức này có những lợi thế về tốc độ và chi phí, thường chỉ hiệu quả nếu áp dụng trong từng trường hợp cụ thể (ví dụ khi doanh nghiệp có yêu cầu thông tin cụ thể, hoặc khi các doanh nghiệp đã đăng ký nhận thông tin cập nhật qua email), không thích hợp để sử dụng rộng rãi (quá dễ bị xem là thư rác). Vì vậy kết quả đánh giá về hiệu quả của phương thức này cũng là dễ hiểu, và các Trung tâm WTO cũng cần chú ý điều này.

- Nhóm phương thức cung cấp thông tin bị đánh giá là có hiệu quả thấp nhất là điện thoại và công văn. Kết quả này phản ánh khá sát thực tế khi mà thông tin cung cấp qua điện thoại thường khó đảm bảo tính chính xác, khó có thể trích dẫn và không toàn vẹn khi chuyển tải cho chủ thể khác; trong

khi đó việc sử dụng công văn lại tốn thời gian, chỉ có thể thực hiện với từng doanh nghiệp có yêu cầu thông tin và trong trường hợp thông tin cần cung cấp khẩn.

Vì vậy, có lẽ đây không phải là phương thức cung cấp thông tin phổ biến được khuyến khích sử dụng. Và các Trung tâm WTO chỉ nên sử dụng các phương thức này trong những trường hợp cụ thể thích hợp.

Tóm lại

Kết quả khảo sát về hiện trạng các dịch vụ thông tin, tư vấn, đào tạo cung cấp bởi các Trung tâm WTO ở Việt Nam cho thấy một bức tranh không mấy sáng sủa. Trong đó, số doanh nghiệp đã nhận được các hỗ trợ này chiếm một tỷ lệ rất nhỏ trong cộng đồng doanh nghiệp mà các Trung tâm này cần hỗ trợ, mà lý do chủ yếu nằm ở thực tế là các doanh nghiệp chưa biết tới sự tồn tại của các Trung tâm và/hoặc các dịch vụ/hỗ trợ mà các Trung tâm này cung cấp. Đối với nhóm nhỏ doanh nghiệp đã nhận được các hỗ trợ này, đa số cho rằng những hỗ trợ này còn quá ít, không thường xuyên. Chất lượng của các hỗ trợ từ các Trung tâm WTO tuy được cho là ở mức chấp nhận được (trung bình) nhưng còn một khoảng cách khá xa so với trông đợi của doanh nghiệp.

Các kết quả này, dù không khó lý giải, và cũng không phải quá tiêu cực đối với hình ảnh của các Trung tâm WTO trong hoàn cảnh các Trung tâm đều mới thành lập, hạn chế về nguồn nhân lực và vật lực, nhưng cho thấy các Trung tâm WTO đang đứng trước những thách thức đáng kể trong việc cải thiện hiệu quả các hoạt động của mình, đáp ứng tốt hơn nhu cầu của các doanh nghiệp, và qua đó chứng minh sự cần thiết tồn tại của mình.

Kết quả từ Khảo sát cũng mang đến nhiều gợi ý có ý nghĩa cho các Trung tâm WTO trong định hướng và lựa chọn cách thức để khắc phục các bất cập và tăng cường hiệu quả phục vụ của mình, trong từng loại hoạt động (thông tin, tư vấn, đào tạo) cũng như từng khía cạnh của mỗi hoạt động (nội dung, phương thức, thời điểm).

II. Về nhu cầu nhận hỗ trợ từ các Trung tâm WTO của doanh nghiệp trong tương lai

Khảo sát về nhu cầu trong tương lai đối với các hỗ trợ do các Trung tâm WTO cung cấp tiếp tục được thực hiện đối 03 loại dịch vụ của các Trung tâm này (bao gồm cung cấp thông tin, tư vấn và đào tạo) từ các góc độ:

- Nhu cầu nhận hỗ trợ: Khảo sát về vấn đề này cho thông tin về sự tồn tại của nhu cầu trong tương lai cũng như lý do của các trường hợp không có nhu cầu.
- Các chủ đề/nội dung cần hỗ trợ cụ thể: Khảo sát tìm kiếm thông tin về các lĩnh vực cụ thể về nội dung mà các doanh nghiệp quan tâm.
- Các hình thức/phương thức cung cấp hỗ trợ: Khảo sát sẽ cho thông tin về các kênh, cách thức hỗ trợ được doanh nghiệp đánh giá cao về tính hiệu quả.

- Các đơn vị hỗ trợ được ưa chuộng và mức độ sẵn sàng trả phí: Khảo sát về các vấn đề này cho thông tin về mức độ quan tâm tới các hỗ trợ của doanh nghiệp đối với các dịch vụ do các Trung tâm WTO cung cấp trong mối liên hệ với các dịch vụ tương tự do các chủ thể khác cung cấp.

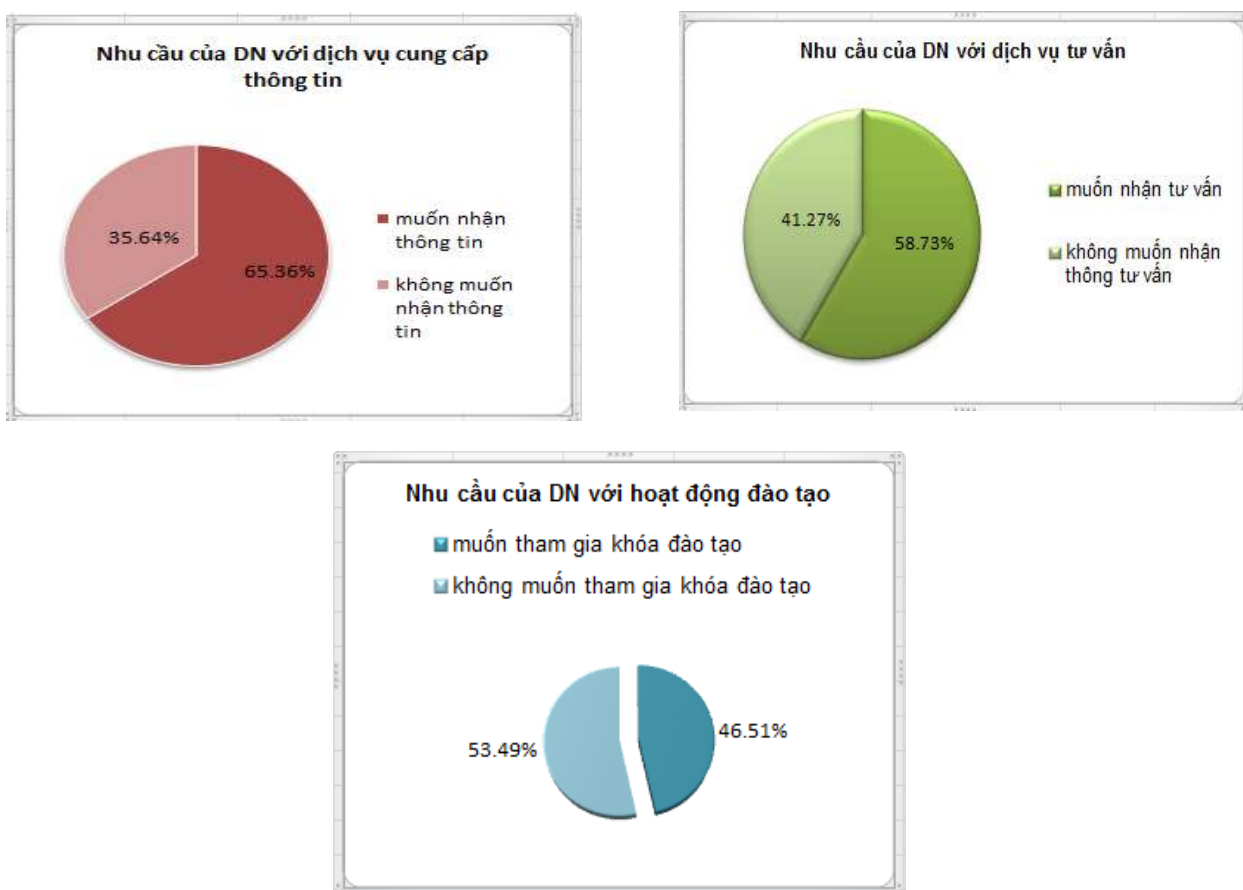
Các thông tin thu được từ phần này của Khảo sát làm rõ thêm những nhu cầu thực tế của doanh nghiệp trong tương lai. Cùng với các kết quả phân tích từ hiện trạng cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp trong thời gian trước đây, những thông tin này là rất có ý nghĩa trong việc đưa ra các gợi ý về định hướng cũng như cách thức hoạt động của các Trung tâm WTO trong tương lai nhằm đảm bảo hiệu quả thực chất cũng như sự phát triển bền vững của các Trung tâm này.

1. Về nhu cầu nhận hỗ trợ từ các Trung tâm WTO của doanh nghiệp

Trong so sánh với kết quả khảo sát về hiện trạng việc cung cấp các dịch vụ từ các Trung tâm WTO, kết quả khảo sát về nhu cầu trong tương lai cho một bức tranh về cơ bản là lạc quan hơn và cũng đóng góp vào việc khẳng định quan hệ logic và tính đáng tin cậy của các thông tin thu được từ Khảo sát.

Cụ thể, theo Khảo sát thì có tới 63,36% số doanh nghiệp được hỏi trả lời trong tương lai muốn nhận được các thông tin hội nhập từ các Trung tâm WTO. Con số này với các dịch vụ tư vấn và đào tạo lần lượt là 58,73% và 46,51%.

Hình: Nhu cầu của doanh nghiệp đối với dịch vụ cung cấp thông tin hội nhập, dịch vụ tư vấn, hoạt động đào tạo từ Trung tâm WTO



Một số quan sát sau đây từ kết quả khảo sát có thể có ý nghĩa:

- Thứ nhất, việc đa số doanh nghiệp có nhu cầu đối với các dịch vụ mà các Trung tâm WTO (có mong muốn nhận được các hỗ trợ này) là tín hiệu rất đáng mừng, chứng tỏ các doanh nghiệp đã có sự quan tâm nhất định đối với các vấn đề pháp lý trong hội nhập, điều mà chúng ta đang nỗ lực để đạt được nhằm khắc phục tình trạng chỉ kinh doanh theo thói quen, chỉ tập trung vào các vấn đề pháp lý thường nhật, không/ít quan tâm tới chính sách vĩ mô, càng ít để ý tới các chính sách quốc tế - hệ quả của nền kinh tế kế hoạch hóa và tập quán kinh doanh theo thói quen).

Đây cũng là cơ sở để không chỉ các Trung tâm WTO mà cả các chủ thể khác xúc tiến hơn nữa các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp về các vấn đề hội nhập để đáp ứng tốt hơn nhu cầu có thực và rất lớn của các doanh nghiệp trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

- Thứ hai, kết quả này cũng là sự xác thực về sự cần thiết và ý nghĩa tồn tại của các Trung tâm WTO trong quan hệ với cộng đồng doanh nghiệp. Chỉ khi có cầu thì sự tồn tại của cung mới có cơ hội để duy trì bền vững và hiệu quả.

Đáng lưu ý là đối với nhóm “không có nhu cầu nhận dịch vụ/hỗ trợ từ Trung tâm WTO”, tỷ lệ cho rằng lý do là vì “chất lượng dịch vụ/hỗ trợ của các Trung tâm WTO kém” chỉ chiếm từ 1,28% đến 3,35% (tùy loại dịch vụ/hỗ trợ), và với lý do “cách thức cung cấp dịch vụ/hỗ trợ của các Trung tâm WTO không hiệu quả”, tỷ lệ này chỉ là 0,5%. Phần lớn nhóm doanh nghiệp không có nhu cầu từ trung tâm WTO là vì lý do “sẽ nhận được dịch vụ/hỗ trợ từ các đơn vị khác” hoặc “hoàn toàn không có nhu cầu. Nói cách khác, việc doanh nghiệp không có nhu cầu trong tương lai hoàn toàn không phải vì chất lượng và hiệu quả của các Trung tâm.

Vì vậy nếu các Trung tâm WTO tập trung để đáp ứng các nhu cầu này của doanh nghiệp, không những có thể khẳng định sự tồn tại có ý nghĩa của mình mà còn có triển vọng phát triển mạnh mẽ hơn trong thời gian tới.

- Thứ ba, trong so sánh giữa các dịch vụ mà các Trung tâm WTO cung cấp trong tương lai, doanh nghiệp cần nhiều nhất là thông tin, nhu cầu đối với tư vấn và đào tạo là có nhưng thấp hơn. “Thứ bậc” trong nhu cầu tương lai này của các doanh nghiệp hoàn toàn phù hợp với kết quả khảo sát về đánh giá của doanh nghiệp đối với chất lượng của các loại dịch vụ đã được cung cấp trong quá khứ (xem các hình Mức độ hài lòng đối với từng loại thông tin cung cấp; Mức độ hài lòng về dịch vụ tư vấn và Mức độ hài lòng về các khóa đào tạo) cũng như câu trả lời “không có nhu cầu” của doanh nghiệp khi giải thích về việc tại sao chưa nhận được dịch vụ hỗ trợ trong quá khứ. Sự phù hợp về logic giữa các kết quả này càng nhấn mạnh tính tin cậy của các thông tin thu được từ Khảo sát.

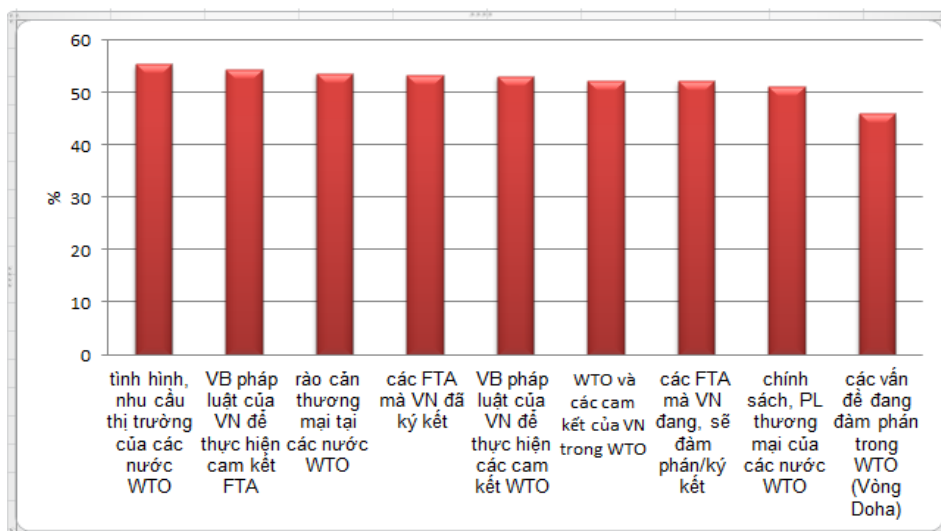
Thông điệp từ đây là khá rõ ràng: Để đáp ứng nhu cầu và kỳ vọng của doanh nghiệp, trong định hướng hoạt động tương lai của các Trung tâm WTO, việc cung cấp thông tin cần là nhóm hoạt động được đầu tư nguồn lực (nhân lực, vật lực) nhiều nhất trong số các dịch vụ từ các Trung tâm WTO cho doanh nghiệp. Cũng như vậy, cung cấp thông tin cũng cần là hoạt động được triển khai với tần suất cao nhất, với nỗ lực cao nhất để nâng cao chất lượng cũng như đa dạng hóa hình thức cung cấp thông tin (bởi đây sẽ là yếu tố quyết định nhu cầu trong tương lai sau nữa).

2. Về các chủ đề/nội dung cụ thể mà doanh nghiệp cần ở các dịch vụ hỗ trợ của các Trung tâm WTO

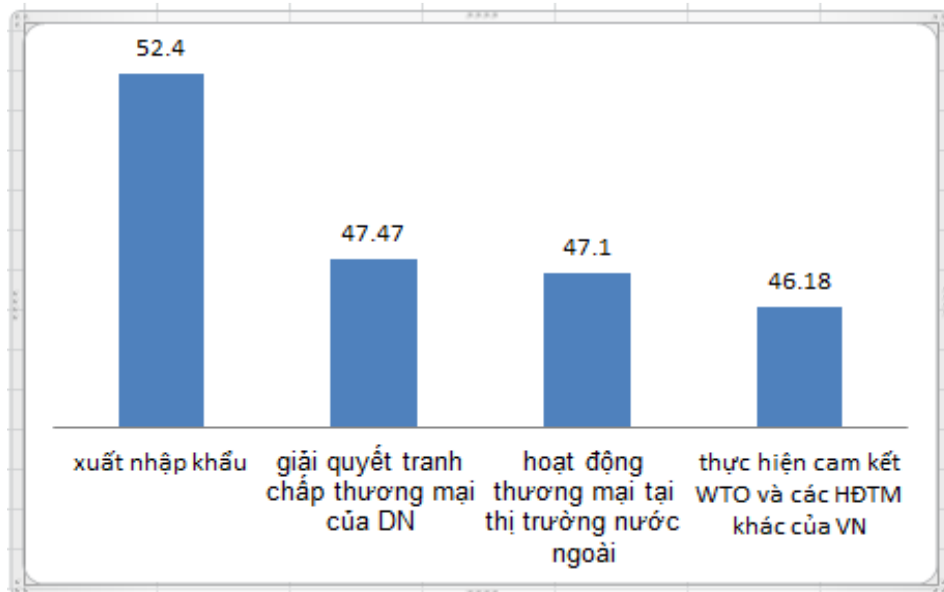
Tương tự như phần đánh giá về mức độ thường xuyên của từng chủ đề/nội dung dịch vụ hỗ trợ mà các Trung tâm WTO đã thực hiện, phần Khảo sát về các chủ đề/nội dung cụ thể mà doanh nghiệp cần ở các dịch vụ hỗ trợ của các Trung tâm WTO cũng tập trung vào một số chủ đề mà doanh nghiệp quan tâm hoặc có liên quan trực tiếp/gián tiếp tới hoạt động kinh doanh (mà không đề cập tới các chủ đề mà các nhóm đối tượng khác như cơ quan Nhà nước, các tổ chức dân sự quan tâm có trong hoạt động của các Trung tâm WTO).

Kết quả của Khảo sát một lần nữa khẳng định các chủ đề/nội dung mà doanh nghiệp có nhu cầu nhiều nhất là thuộc các vấn đề có liên quan mật thiết, hàng ngày tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Với hỗ trợ về thông tin, đó là nhu cầu thông tin về tình hình và nhu cầu thị trường xuất khẩu; với dịch tư vấn, đó là nhu cầu tư vấn về xuất nhập khẩu và giải quyết tranh chấp; với đào tạo, đó là nhu cầu đào tạo về các kỹ năng thực hiện các hoạt động kinh doanh/thương mại quốc tế. Các chủ đề/nội dung về các vấn đề pháp lý, chính sách vĩ mô thu hút ít sự quan tâm hơn của các doanh nghiệp, tuy vậy, cũng ở mức độ gần tương tự.

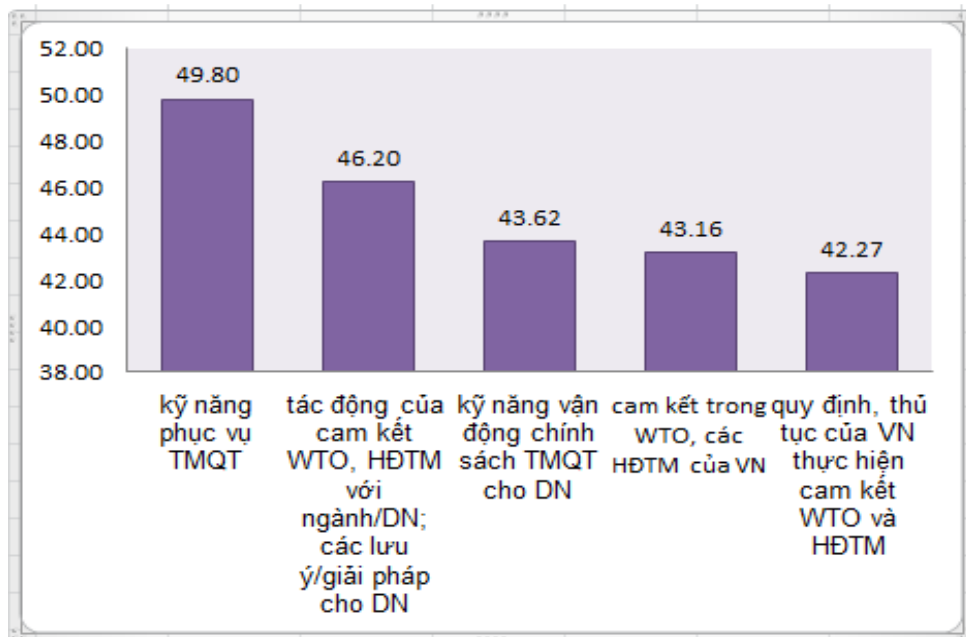
Hình: Nhu cầu của doanh nghiệp đối với các loại thông tin hội nhập



Hình: Nhu cầu của doanh nghiệp đối với các nội dung tư vấn



Hình: Nhu cầu của doanh nghiệp với các nội dung đào tạo



Liên quan tới việc *cung cấp thông tin về tình hình và đặc điểm của thị trường xuất khẩu*, việc triển khai hoạt động về chủ đề này trong tương lai của các Trung tâm WTO, nếu có, cần lưu ý một số vấn đề sau:

- Khác với nhóm thông tin hầu như chỉ liên quan tới các văn bản cam kết, pháp luật mà các Trung tâm WTO thường cung cấp, nhóm thông tin có tính “thực tiễn”, lại liên quan tới thị trường nước ngoài này không phải nhóm có thể dễ dàng tập hợp hay xử lý.

Mỗi thị trường xuất khẩu có một hệ thống pháp luật thương mại áp dụng trong nội địa và tại biên giới khác nhau. Thị trường các phát triển, càng lớn thì hệ thống pháp luật càng phức tạp, tinh vi. Cũng như vậy, các thông tin về nhu cầu cũng như đặc điểm tiêu dùng của các thị trường này cũng đa dạng và khó phân tích. Việc tập hợp, xử lý và cung cấp những thông tin như vậy rõ ràng không phải điều dễ dàng, hoặc ít nhất cũng không dễ như việc cung cấp thông tin thuộc các văn bản có sẵn. Với đội ngũ cán bộ làm chuyên môn còn hạn chế (theo rà soát thì cán bộ thường trực của các Trung tâm WTO hiện chủ yếu làm công tác hành chính, số chuyên gia nghiên cứu và xử lý nội dung chuyên môn hoặc là rất ít, hoặc là không có), không khó lý giải tại sao các Trung tâm WTO tỏ ra còn rất hạn chế trong việc cung cấp các thông tin quan trọng này.

Hơn nữa, từ góc độ kỹ thuật, việc cung cấp các thông tin này không phải khi nào cũng khả thi và hiệu quả. Ví dụ, đối với các thông tin về tình hình và nhu cầu thị trường, trên thực tế, chưa ai có thể thiết lập được hệ thống cơ sở dữ liệu về vấn đề này cho tất cả các mặt hàng (bởi số lượng quá lớn), và ngay cả khi có thể thì không ít trong số này là những thông tin mang đặc tính của các “bí mật thương mại” và thường chỉ được cung cấp theo hợp đồng thông tin cá biệt với từng doanh nghiệp có nhu cầu. Hay đối với các thông tin pháp luật của nước sở tại, những thông tin chung thường chỉ có ý nghĩa ban đầu, khi vướng phải những vấn đề pháp lý cụ thể, thông tin pháp lý thôi là chưa đủ, cần thiết phải có phân tích của chuyên gia về việc áp dụng pháp luật cho trường hợp cụ thể (mà những phân tích/tư vấn này thường không thể trông chờ vào các dịch vụ miễn phí của Trung tâm WTO).

- Thông tin về các rào cản ở thị trường nước ngoài, về pháp luật nước sở tại ảnh hưởng tới hoạt động xuất khẩu của doanh nghiệp, về các cam kết quốc tế riêng giữa Việt Nam và nước đối tác liên quan hay xa hơn nữa, thông tin về nhu cầu và đặc điểm của thị trường xuất khẩu vốn là những những thông tin gắn liền và có tác động trực tiếp, tức thời tới hoạt động xuất nhập khẩu hàng ngày của doanh nghiệp. Vì vậy, xét từ góc độ “thực dụng”, đây là những thông tin mà doanh nghiệp cần nhất (chứ không phải là những cam kết có tính hàn lâm hay quy định nghĩa vụ của Chính phủ mà doanh nghiệp chỉ bị tác động gián tiếp). Trong tương lai gần, các thông tin này thậm chí sẽ phải là nhóm mục tiêu trong hoạt động cung cấp thông tin của các Trung tâm WTO, khi mà các cam kết WTO và các hiệp định thương mại lớn khác đã đi vào triển khai ổn định, và nhu cầu đối với các thông tin liên quan tới các cam kết WTO, FTA... giảm dần, nhường chỗ cho nhu cầu thông tin phục vụ hoạt động xuất nhập khẩu thực tế của doanh nghiệp.

Liên quan tới việc *tư vấn về xuất nhập khẩu và giải quyết tranh chấp* của các Trung tâm WTO, những lưu ý sau đây có thể là hữu ích:

- Các hỗ trợ tư vấn từ các Trung tâm WTO không nên và không thể thay thế cho các dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp từ các đơn vị tư vấn (văn phòng/công ty tư vấn luật, các đơn vị tư vấn tiếp cận thị trường, xúc tiến thương mại...). Các Trung tâm này không thể có chuyên môn sâu về tất cả các vấn đề, cũng không thể phục vụ cho tất cả các doanh nghiệp. Hơn nữa, điều này cũng không phù hợp với nguyên lý kinh tế thị trường trong đó các tư vấn pháp luật và thị trường phục vụ trực tiếp cho hoạt động kinh doanh được cung cấp bởi các đơn vị chuyên nghiệp, cạnh tranh, với khoản phí tương ứng với giá trị thị trường của dịch vụ tư vấn mà các đơn vị này cung cấp.
- Mặc dù vậy, trong một số trường hợp, đặc biệt khi vụ việc liên quan tới một nhóm doanh nghiệp hoặc một ngành kinh tế (ví dụ các vụ kiện phòng vệ thương mại, các khiếu nại liên quan tới hàng rào kỹ thuật TBT, vệ sinh dịch tễ SPS ở thị trường nước ngoài...), tư vấn đến từ các đơn vị hỗ trợ chung như các Trung tâm WTO là rất cần thiết để nhóm doanh nghiệp, ngành có định hướng về cách phản ứng/đổi phó/xử lý chung thích hợp, bảo vệ tốt hơn lợi ích của ngành cũng như của nền kinh tế, trong vụ việc cụ thể cũng như trong tương lai lâu dài.

Về cơ bản, những chủ đề thực tiễn này những thách thức rất đáng kể, đòi hỏi các Trung tâm phải có những nỗ lực quan trọng để thực hiện được điều này không chỉ ở các nguồn lực vật chất (tìm kiếm những thông tin/chuyên môn để cung cấp, tư vấn, đào tạo đòi hỏi chi phí đáng kể, trong đó có thể có cả những chi phí để mua thông tin/tư vấn chuyên môn từ các nguồn đặc thù ở mỗi thị trường) và nguồn nhân lực (cán bộ, chuyên gia có đủ năng lực chuyên môn để xử lý các thông tin tập hợp/tìm kiếm được theo cách thức phù hợp để cung cấp cho doanh nghiệp).

Nhìn chung, kết quả Khảo sát này cho những gợi ý có nghĩa với các Trung tâm WTO trong quá trình lựa chọn các chủ đề/nội dung thông tin, tư vấn hay đào tạo cho doanh nghiệp để đáp ứng tốt hơn yêu cầu của doanh nghiệp, từ đó hỗ trợ họ tốt hơn trong hội nhập, cũng như góp phần vào việc tăng cường chất lượng hoạt động và phục vụ của Trung tâm. Tất nhiên, trong các lựa chọn vẫn luôn cần lưu ý kết hợp nhu cầu của doanh nghiệp với những lưu ý về những chủ đề/nội dung thuộc thế mạnh chuyên môn của các Trung tâm WTO (như đã phân tích ở các phần trên) để từ đó có lựa chọn thích hợp về chủ đề cũng như về phương pháp thực hiện (ví dụ phối hợp với các đơn vị cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp trong các chủ đề doanh nghiệp quan tâm nhưng Trung tâm không có thế mạnh hoặc không có chuyên gia thực hiện...).

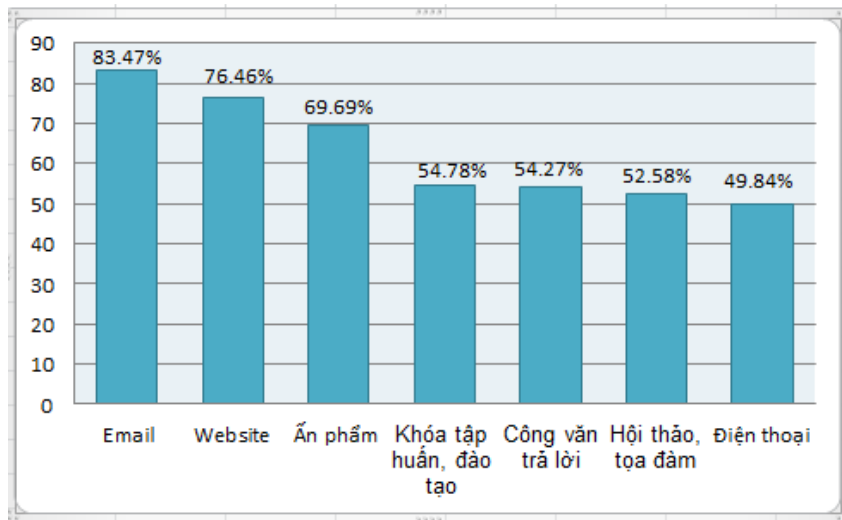
3. Các hình thức/phương thức cung cấp thông tin mà doanh nghiệp mong muốn các Trung tâm WTO thực hiện

Như đã đề cập ở phần trên, do hoạt động cung cấp thông tin có thể được thực hiện theo nhiều phương thức, nhiều kênh khác nhau nên Khảo sát có câu hỏi

riêng về nhu cầu của doanh nghiệp đối với các kênh cung cấp thông tin trong tương lai.

Kết quả Khảo sát cho thấy doanh nghiệp đánh giá cao việc cung cấp thông tin qua các kênh thông tin điện tử hiện đại, có diện tiếp nhận rộng (email, website) hoặc kênh thông tin có tính tham khảo lâu dài (các ấn phẩm) trong khi không chú ý lắm tới các hình thức truyền thống, mang tính cá biệt (Công văn, điện thoại). Kết quả này cũng phù hợp với các đánh giá của doanh nghiệp về tính hiệu quả giữa các kênh cung cấp thông tin mà các Trung tâm WTO đã sử dụng trong quá khứ.

Hình: Nhu cầu của doanh nghiệp đối với các hình thức cung cấp thông tin



Thông điệp từ kết quả này tất nhiên sẽ là: Các Trung tâm WTO nên tập trung hơn vào các hình thức cung cấp thông tin sử dụng phương tiện truyền thông điện tử hoặc các kênh có khả năng lưu giữ và cho phép tham khảo thông tin lâu dài.

Tuy nhiên, trong triển khai thực hiện, có một số điểm cần lưu ý thêm:

- *Liên quan tới hình thức trang tin điện tử (websites):*

Với độ bao phủ không hạn chế (do đó cũng không hạn chế về số lượng đối tượng thụ hưởng), tốc độ truyền tải nhanh (ngay khi thông tin được cập nhật là các doanh nghiệp và các đối tượng khác đã có thể tiếp cận ngay, nếu cần), chi phí thấp (tất cả các thông tin đăng tải trên các websites của các Trung tâm đều là miễn phí, thao tác tìm kiếm đơn giản, chi phí kết nối thấp), hiệu quả lưu giữ và sử dụng lâu dài (cho phép tìm kiếm, tham khảo lại bất kỳ khi nào), không có gì ngạc nhiên khi website đang trở thành phương thức cung cấp thông tin phổ biến và hiệu quả và được doanh nghiệp đánh giá cao cho việc cung cấp thông tin trong thời gian tới.

Tuy nhiên, cũng từ đây, thách thức được đặt ra với các Trung tâm WTO: Việc cung cấp thông tin qua website chỉ thực sự đạt hiệu quả nếu tất cả các ưu thế nói trên của website thông tin được đảm bảo. Điều này đồng nghĩa với việc website phải được cập nhật thường xuyên, thông tin đăng tải phải

ổn định và được sắp xếp khoa học, thiết kế giao diện phải thân thiện và có các công cụ cho phép tìm kiếm thông tin dễ dàng.

Vượt qua các thách thức này không phải đơn giản khi mà, theo rà soát của Nhóm Nghiên cứu thì trong 04 Trung tâm WTO ở Việt Nam hiện nay, mức độ đầu tư về chuyên môn cho hoạt động websites của các Trung tâm WTO ở Việt Nam vẫn còn rất hạn chế: Hiện có 01 Trung tâm chưa có websites, websites của 02 Trung tâm không có thông tin chuyên sâu về từng chủ đề, cũng không có thông tin đã được xử lý (thường là thông tin dẫn lại toàn bộ từ các nguồn, không có tóm tắt/tổng hợp/dịch...), 01 website có tần suất cập nhật rất thấp.

- *Liên quan tới hình thức thư điện tử (emails):*

Với ưu thế nhanh, chính xác, tiếp cận tới trực tiếp từng đối tượng thụ hưởng (thậm chí không đòi hỏi các nỗ lực chủ động tìm kiếm thông tin của các chủ thể này như trường hợp thông tin cung cấp trên website), có thể dễ dàng hiểu tại sao doanh nghiệp mong muốn được cung cấp thông tin qua email.

Mặc dù vậy, như đã đề cập ở phân tích phần trên, bất lợi của phương thức email khi sử dụng để cung cấp thông tin là thông tin cung cấp có thể dễ bị nhầm lẫn với các thông tin quảng cáo, thông tin rác (email rác) và doanh nghiệp có thể không chú ý tới. Đây có lẽ cũng là lý do giải thích vì sao khi được hỏi về hiệu quả của các phương thức cung cấp thông tin đã sử dụng trong quá khứ, doanh nghiệp không đánh giá cao hình thức email.

Vì vậy, khi sử dụng phương thức cung cấp thông tin qua, các Trung tâm WTO nên chú ý đến các biện pháp kỹ thuật để hạn chế khả năng nhầm lẫn nói trên (ví dụ: có thêm bước đề nghị doanh nghiệp đăng ký nhận thông tin qua email,...)

- *Liên quan tới hình thức xuất bản ấn phẩm:*

Lợi thế trong khả năng tiếp cận các đối tượng không có điều kiện sử dụng phương tiện truyền thông điện tử (ví dụ doanh nghiệp vùng sâu, vùng xa, địa bàn khó khăn chưa có mạng internet...) cũng như giá trị tham khảo lâu dài có thể là điểm khiến các doanh nghiệp mong muốn nhận được thông tin qua phương thức này. Và vì vậy các Trung tâm WTO cũng cần chú ý tới phương thức này trong các hoạt động cung cấp thông tin của mình.

Điểm bất lợi lớn nhất của phương thức này có lẽ là ở chi phí (cả chi phí về chuyên môn, thời gian và tiền bạc). Trong khi đó, các doanh nghiệp Việt Nam hiện hầu như không sẵn sàng trả phí (một phần/toàn bộ) cho các ấn phẩm này¹⁴. Vì vậy, việc sử dụng phương thức cung cấp thông tin này tuy hiệu quả nhưng thường là có điều kiện (ví dụ có dự án đủ để đảm bảo các

¹⁴Xem phân tích kết quả Khảo sát về vấn đề này ở phần sau.

chi phí này, có chuyên gia để biên soạn nội dung theo hướng tốt nhất/lựa chọn các ấn phẩm thích hợp để xuất bản...) và do đó không phải lúc nào cũng thực hiện được.

Ngoài ra, việc sử dụng ấn phẩm để cung cấp thông tin cũng cần đặc biệt chú ý tới chất lượng thông tin được cung cấp qua ấn phẩm. Cũng như với mọi thông tin khác cung cấp cho doanh nghiệp, những ấn phẩm này cần có nội dung được thiết kế bằng “ngôn ngữ” đơn giản, ngắn gọn, logic, phù hợp với sự quan tâm của doanh nghiệp. Cần tránh tuyệt đối việc tranh thủ các dự án tài trợ chỉ để dịch và xuất bản nhiều ấn phẩm tuy hay về lý thuyết nhưng không phục vụ cho doanh nghiệp hoặc tuy có nội dung hữu ích cho doanh nghiệp nhưng lại được trình bày theo cách thức hàn lâm... Chỉ khi những thông tin trong ấn phẩm là hữu ích thì ấn phẩm mới có thể làm hài lòng các doanh nghiệp.

- *Liên quan tới hình thức tổ chức hội thảo, tọa đàm:*

Liên quan tới nhóm các hình thức cung cấp thông tin “ít được mong chờ”, trong khi việc doanh nghiệp không có nhu cầu lớn trong việc nhận thông tin qua Công văn hay Điện thoại không có gì khó hiểu (trong phần Khảo sát về hiệu quả, các doanh nghiệp cũng đã đánh giá rất thấp hiệu quả của các phương thức này), việc doanh nghiệp không thật mong muốn nhận được thông tin qua các hội thảo, tọa đàm trong tương lai là điều khá bất ngờ.

Trong khảo sát về các hình thức cung cấp thông tin đã từng sử dụng bởi các Trung tâm WTO, hội thảo, tọa đàm là hình thức được doanh nghiệp đánh giá là có hiệu quả cao nhất. Theo logic bình thường, doanh nghiệp được suy đoán là sẽ mong muốn các Trung tâm WTO sử dụng hình thức này trong tương lai, và do đó kết quả này gây ngạc nhiên.

Mặc dù vậy, nếu xem xét một cách chi tiết, vẫn có thể giải thích điều này ở một số góc độ. Một phương thức hiệu quả trong quá khứ không có nghĩa là phương thức đó sẽ hiệu quả trong tương lai khi các điều kiện thay đổi. Trong trường hợp này, như đã phân tích ở trên hội thảo, tọa đàm có một số ưu thế (trao đổi thông tin trực tiếp với chuyên gia, được biết đến rộng rãi qua báo chí...) và vì vậy có thể hữu ích trong thời gian vừa qua. Tuy nhiên, cùng với sự phổ biến của các công cụ truyền thông (internet, máy tính...) trong thời gian tới, những ưu thế của hội thảo, tọa đàm có thể sẽ không át nổi những bất lợi của hình thức này (chi phí tổ chức cao, số lượng đối tượng thụ hưởng hạn chế, thông tin thiếu chính xác và khó sử dụng tham khảo khi cần thiết...). Và vì vậy, doanh nghiệp cho rằng hội thảo, tọa đàm không phải là hình thức cung cấp thông tin tốt nhất, dù có thể vẫn hiệu quả từ một góc độ nào đó (xem phân tích ở phần I).

Kết quả Khảo sát này, vì vậy, là một gợi ý để các Trung tâm WTO tiếp tục sử dụng phương pháp tổ chức hội thảo/tọa đàm khi điều kiện nguồn lực cho

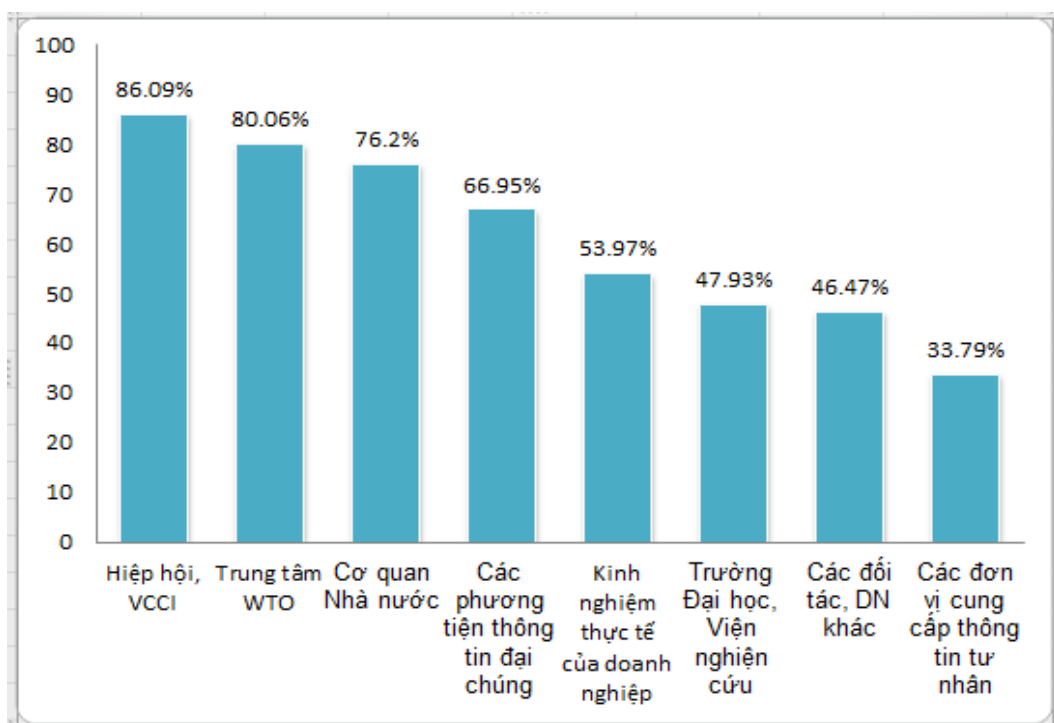
phép, và ưu tiên các hội thảo/tọa đàm về các chủ đề có tính chính sách/định hướng cao, cần sự trao đổi, thảo luận rộng rãi trong xã hội. Trong những hội thảo/tọa đàm này, các Trung tâm WTO cần chú trọng tăng cường sự tham gia của báo chí và tạo điều kiện thuận lợi để báo chí có thể đưa tin rộng rãi về nội dung của hội thảo/tọa đàm, từ đó nâng cao hiệu quả cộng hưởng của các sự kiện này. Ngoài ra, hiệu quả cộng hưởng từ các hội thảo/tọa đàm sẽ được tăng cường hơn nữa nếu các tài liệu, thông tin tại hội thảo/tọa đàm được đăng tải kết hợp trên website của Trung tâm.

4. Về nhu cầu của doanh nghiệp đối với loại đơn vị cung cấp dịch vụ và mức độ sẵn sàng trả phí cho các dịch vụ

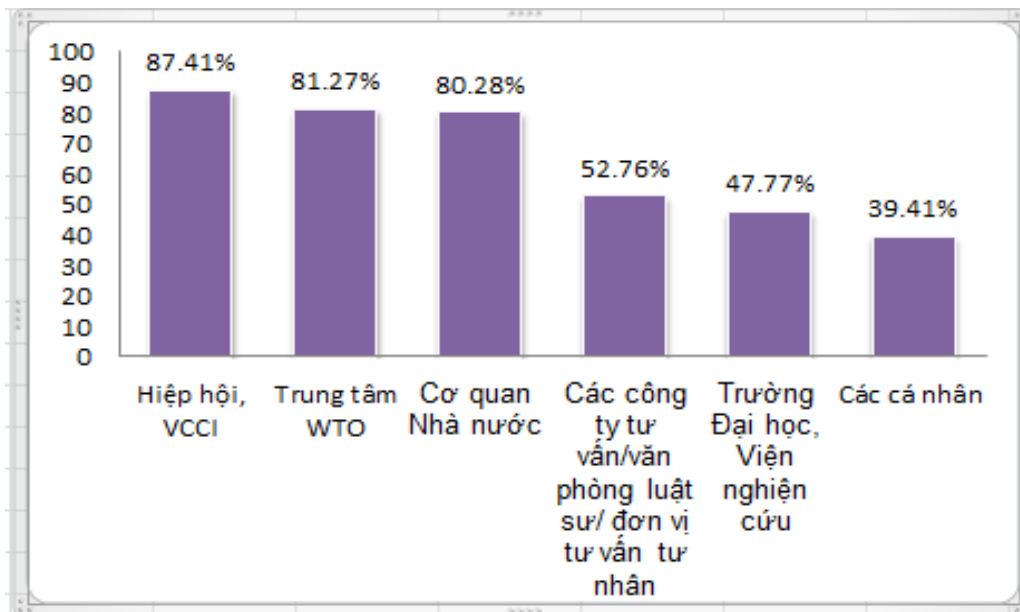
Cũng liên quan tới các phương thức cung cấp dịch vụ mà doanh nghiệp mong muốn trong tương lai, các thông tin thu được từ Khảo sát về đánh giá của doanh nghiệp đối với loại đơn vị cung cấp dịch vụ và mức độ sẵn sàng trả phí làm sáng tỏ hơn bức tranh về nhu cầu của doanh nghiệp đối với các dịch vụ/hỗ trợ từ các Trung tâm WTO trong tương lai.

Kết quả Khảo sát cho thấy một xu hướng rất rõ ràng trong các doanh nghiệp Việt Nam hiện nay: Mặc dù đã bắt đầu quan tâm hơn tới các chính sách thương mại quốc tế và những vấn đề pháp lý trong hội nhập, các doanh nghiệp Việt Nam vẫn trông chờ vào việc tiếp nhận thông tin, tư vấn, đào tạo từ các nguồn truyền thống (gắn với doanh nghiệp), có tính “hỗ trợ cộng đồng” và miễn phí (các Hiệp hội, Phòng Thương mại, các Trung tâm WTO, các cơ quan Nhà nước); dịch vụ/hỗ trợ từ những nguồn gián tiếp, hàn lâm (các Trường Đại học, Viện nghiên cứu) hoặc nguồn chuyên nghiệp, mất phí (các công ty cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp, các chuyên gia độc lập) hầu như rất ít được quan tâm.

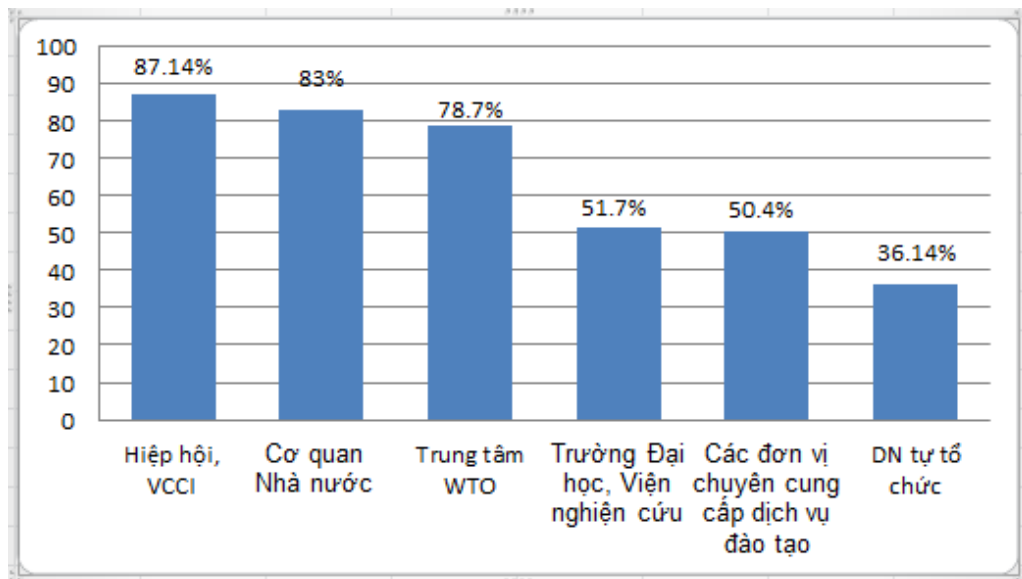
Hình: Nhu cầu của doanh nghiệp đối với các nguồn cung cấp thông tin



Hình: Nhu cầu của doanh nghiệp đối với các đơn vị cung cấp dịch vụ tư vấn

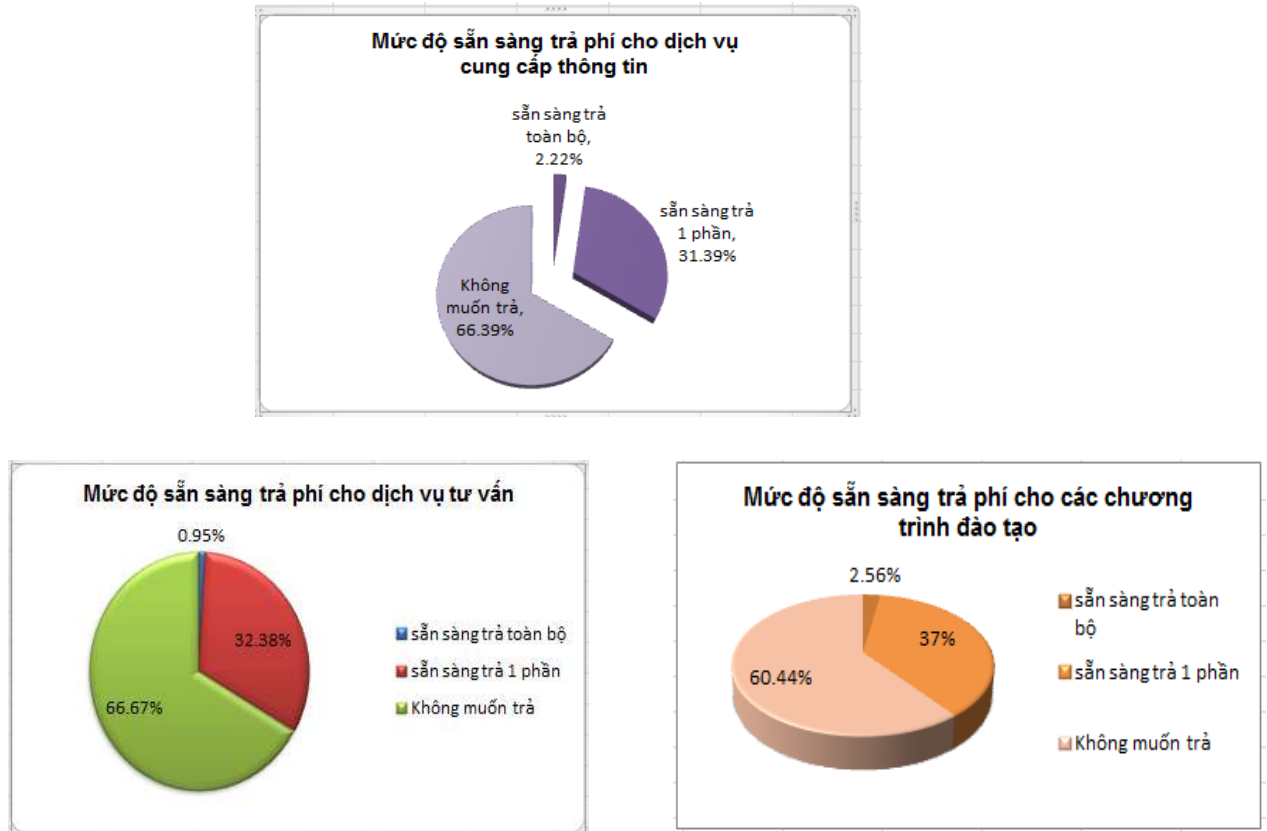


Hình: Nhu cầu của doanh nghiệp đối với đơn vị đào tạo



Kết quả này khá phù hợp với kết quả thu được từ câu hỏi “doanh nghiệp có sẵn sàng trả phí cho các dịch vụ được cung cấp bởi các Trung tâm WTO không?”. Theo đó, đối với dịch vụ đào tạo, có tới 60,44% không sẵn sàng trả phí, và chỉ có 2,56% sẵn sàng trả phí toàn bộ. Con số tương ứng với các dịch vụ tư vấn và cung cấp thông tin lần lượt là 66,67% - 0,95% và 66,39% - 2,22%. Nói cách khác, hầu như doanh nghiệp không muốn trả phí cho các hỗ trợ của các Trung tâm WTO về vấn đề này và vẫn trông chờ vào các nguồn công cộng miễn phí hoặc hỗ trợ một phần phí.

Hình: Mức độ sẵn sàng trả phí cho dịch vụ cung cấp thông tin, dịch vụ tư vấn, các chương trình đào tạo từ trung tâm WTO



Từ các kết quả này, có thể thấy:

- Tin tốt là các Trung tâm WTO nằm trong nhóm các đơn vị mà doanh nghiệp trông chờ nhất về các hỗ trợ về thông tin, tư vấn và đào tạo về hội nhập. Điều này, cùng với các kết quả khảo sát nói trên, một lần nữa khẳng định sự cần thiết và triển vọng phát triển của các Trung tâm WTO này với tính chất người đồng hành cùng doanh nghiệp trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.
- Tin bất lợi là các doanh nghiệp chưa sẵn sàng để trả phí cho các hoạt động/hỗ trợ của các Trung tâm WTO, ít nhất là trong tương lai gần. Trong bối cảnh phần lớn các doanh nghiệp Việt Nam là SMEs với nguồn lực rất hạn chế (và không có khoản dự kiến nào cho những chi phí dạng này), xuất phát điểm từ nền kinh tế bao cấp (và hầu như chưa quen với việc bỏ tiền cho thông tin, cho tư vấn hay cho đào tạo nâng cao năng lực) và đang rất khó khăn (trong khủng hoảng kinh tế kéo dài), đây không phải là thực tế đáng ngạc nhiên.

Tuy nhiên, thực tế này đồng nghĩa với việc nỗ lực để duy trì hoạt động hiệu quả và bền vững của các Trung tâm WTO (đặc biệt là Trung tâm WTO không dựa trên ngân sách của Nhà nước) sẽ phải lớn hơn nhiều lần, bởi các

Trung tâm trước mắt sẽ không thể hy vọng vào việc dựa vào nguồn lực tự thân (thu từ các hoạt động) để chủ động thực hiện các hoạt động cần thiết. Trong khi đó, như đã nêu trong các gợi ý/khuyến nghị về hoạt động của các Trung tâm WTO trong tương lai ở các mục trước, hầu hết đều cần được tăng cường/cải thiện về chất lượng, cần được thực hiện với chuyên môn cao, và vì vậy cần rất nhiều nguồn lực (để tiến hành và để tìm kiếm nhân lực có chất lượng cao đủ đáp ứng các yêu cầu chuyên môn về chất lượng).

Tóm lại

Kết quả điều tra về nhu cầu được hỗ trợ về thông tin, tư vấn, đào tạo về các vấn đề hội nhập của doanh nghiệp từ các Trung tâm WTO mang đến một số điểm sáng cho bức tranh tương lai của các Trung tâm này. Đa số doanh nghiệp khẳng định nhu cầu cần các hỗ trợ từ các Trung tâm WTO, số này cũng nhấn mạnh rằng trong số nhiều loại đơn vị có thể cung cấp các hỗ trợ này, các Trung tâm WTO thuộc nhóm có thể mạnh. Những thông tin thu được về các chủ đề/nội dung mà các doanh nghiệp quan tâm trong các hỗ trợ của Trung tâm WTO trong tương lai cũng như phương thức thực hiện mà doanh nghiệp mong muốn là những gợi ý trực tiếp và có ý nghĩa thực tiễn đối với hoạt động trong tương lai của các Trung tâm này.

KẾT LUẬN

Được thực hiện với mục tiêu giúp các Trung tâm WTO ở Việt Nam, đặc biệt là Trung tâm WTO – VCCI, cải thiện hiệu quả và chất lượng hoạt động trên cơ sở xác định được các định hướng thích hợp trong hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp hội nhập của mình, “*Khảo sát Doanh nghiệp về nhu cầu hỗ trợ từ các Trung tâm WTO trong hội nhập kinh tế quốc tế*” mà Trung tâm WTO – VCCI phối hợp với Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam (VASS) lần đầu tiên thực hiện ở Việt Nam về vấn đề này đã mang lại những kết quả nhiều ý nghĩa.

Khảo sát cho thấy một bức tranh không mấy sáng sủa về hiện trạng các dịch vụ thông tin, tư vấn, đào tạo cung cấp bởi các Trung tâm WTO ở Việt Nam với việc chỉ có một số rất ít doanh nghiệp nhận được các hỗ trợ từ các Trung tâm này (trong so sánh với tổng số doanh nghiệp ở Việt Nam). Các hỗ trợ mà các Trung tâm này đã thực hiện cũng được đánh giá là còn quá ít, không thường xuyên. Chất lượng của các hỗ trợ từ các Trung tâm WTO tuy được cho là ở mức chấp nhận được (trung bình) nhưng còn một khoảng cách khá xa so với trông đợi của doanh nghiệp.

Mặc dù vậy, Khảo sát cũng đồng thời cho thấy doanh nghiệp có nhu cầu, và trông đợi đáng kể vào sự hỗ trợ về thông tin, tư vấn và đào tạo từ các Trung tâm WTO trong thời gian tới. Đây có thể được xem là một điểm sáng có ý nghĩa, cho thấy sự cần thiết và triển vọng phát triển lâu dài của các Trung tâm WTO ở Việt Nam nếu các Trung tâm này có những định hướng đúng trong việc xác định các chủ đề đáp ứng đúng nhu cầu của doanh nghiệp cũng như nâng cao chất lượng của các hoạt động này.

Các kết quả Khảo sát, vì vậy, là căn cứ rất có ý nghĩa cho các Trung tâm WTO cũng như các đơn vị thực hiện tốt hơn, hiệu quả hơn chức năng hỗ trợ doanh nghiệp trong các vấn đề liên quan trong tương lai.