

Dịch vụ phát triển kinh doanh ở TP.HCM THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP

PGS.TS NGUYỄN ĐÔNG PHONG
& Thạc sĩ BÙI THANH TRẮNG



Tóm tắt

Mục đích của nghiên cứu này là tìm hiểu tình hình thực hiện dịch vụ phát triển kinh doanh (DVPTKD) ở TP.HCM thời gian qua, từ đó đề ra những giải pháp đẩy mạnh dịch vụ phát triển kinh doanh. Nghiên cứu này nhằm phân tích những hạn chế từ phía đơn vị cung ứng dịch vụ cũng như những hạn chế từ phía doanh nghiệp sử dụng và những giải pháp phát triển thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh. Quan điểm nghiên cứu của nhóm là kết hợp nghiên cứu cung - cầu dịch vụ, tạo điều kiện cho thị trường dịch vụ này phát triển và tạo điều kiện cho các công ty cung ứng dịch vụ phát triển bền vững.

Lĩnh vực DVPTKD rất rộng. Nhóm nghiên cứu chỉ tập trung vào những dịch vụ tiếp thị (quảng cáo, bán hàng, nghiên cứu thị trường...); pháp luật; dịch vụ kế toán, tài chính thuế; hướng dẫn thực hiện ISO, SA 8000, HACCP...; tư vấn nguồn nhân lực; đào tạo, huấn luyện; dịch vụ kỹ thuật, đầu tư; dịch vụ xuất nhập khẩu...

Kết quả nghiên cứu tìm ra những hạn chế từ phía doanh nghiệp cung ứng dịch vụ và doanh nghiệp sử dụng dịch vụ. Trên cơ sở hạn chế này, nhóm nghiên cứu đã đề ra những kiến nghị cho doanh nghiệp cung ứng dịch vụ, kiến nghị đối với doanh nghiệp sử dụng, kiến nghị cơ quan xúc tiến (Phòng thương mại và công nghiệp Việt Nam, Hiệp hội doanh nghiệp TP.HCM) và kiến nghị nhằm phát triển thị trường dịch vụ phát triển kinh doanh.

Tổng quan

Dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh gọi tắt là dịch vụ phát triển kinh doanh (DVPTKD) bao gồm các loại hình dịch vụ mà các doanh nghiệp thường sử dụng nhằm giúp doanh nghiệp phát triển hoạt động kinh doanh. Các loại DVPTKD như dịch vụ tiếp thị (nghiên cứu thị trường, quảng cáo, khuyến mãi, xây dựng thương hiệu); tư vấn pháp luật; dịch vụ kế toán, tài chính, thuế; quản trị nguồn nhân lực; đào tạo huấn

luyện; tư vấn kỹ thuật; dịch vụ đầu tư; dịch vụ xuất nhập khẩu; dịch vụ hướng dẫn thực hiện ISO, SA 8000, HACCP ở TP.HCM số lượng doanh nghiệp ngày càng tăng. Tính đến năm 2004, TP.HCM có 56.604 doanh nghiệp thuộc các loại hình: doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty hợp doanh trách nhiệm hữu hạn một thành viên, doanh nghiệp nhà nước. Các doanh nghiệp này đang có nhu cầu được cung ứng các loại hình DVPTKD. Trong thời gian qua, cung ứng DVPTKD được thực hiện bởi Phòng thương mại - công nghiệp Việt Nam, Hiệp hội doanh nghiệp TP.HCM và các công ty chuyên kinh doanh dịch vụ này.

Thị trường DVPTKD mới được hình thành, nên còn gặp những khó khăn nhất định từ phía bên cung (nhà cung ứng dịch vụ) và phía bên cầu (các doanh nghiệp vừa và nhỏ), cùng với những hạn chế khác. Xuất phát từ vấn đề trên chúng tôi thực hiện nhóm nghiên cứu nghiên cứu

“Dịch vụ hỗ trợ phát triển kinh doanh cho doanh nghiệp vừa và nhỏ ở TP.HCM - thực trạng và giải pháp”.

Mục tiêu nghiên cứu

- Đánh giá tình hình phát triển DVPTKD ở TP.HCM thời gian qua nhằm tìm ra những hạn chế ảnh hưởng đến sự phát triển thị trường DVPTKD.

- Nghiên cứu nhu cầu đòi hỏi của doanh nghiệp vừa và nhỏ ở TP.HCM về DVPTKD.

- Kiến nghị những giải pháp phát triển thị trường DVPTKD, những giải pháp phát triển bền vững những nhà cung ứng DVPTKD ở TP.HCM và những giải pháp giúp doanh nghiệp vừa và nhỏ sử dụng hiệu quả DVPTKD và để phát triển hoạt động kinh doanh.

Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu được sử dụng các phương pháp sau:

- Phương pháp phân tích so sánh.

- Phương pháp chuyên gia: để tài sau khi thực hiện xong được các chuyên gia góp ý kiến nhằm đảm bảo tính khoa học và thực tiễn.

- Phương pháp điều tra phỏng vấn các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phát triển kinh doanh và các doanh nghiệp vừa và nhỏ sử dụng dịch vụ phát triển kinh doanh.

Phạm vi nghiên cứu

- Số liệu thứ cấp được thu thập phục vụ cho điều tra nghiên cứu từ năm 2002 đến nay tập trung ở TP.HCM.

- Đề tài giới hạn nghiên cứu DVPTKD ở TP.HCM một cách tổng quát, không chuyên sâu nghiên cứu loại dịch vụ nào.

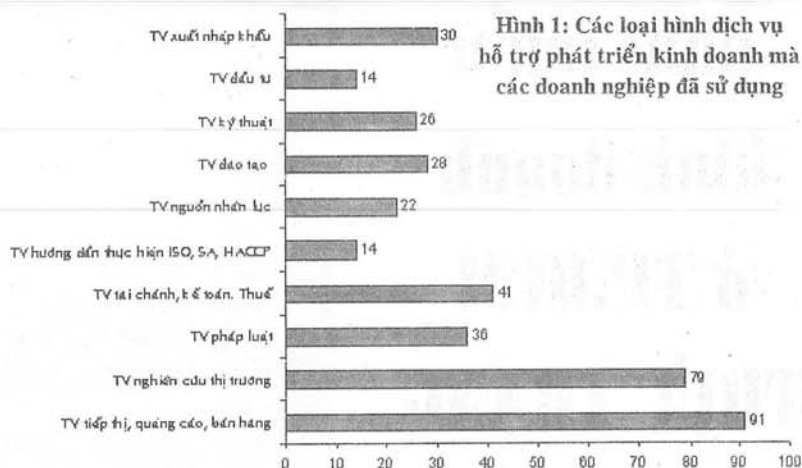
Mẫu nghiên cứu

- Mẫu nghiên cứu đã tiến hành điều tra khảo sát 100 doanh nghiệp vừa và nhỏ ở địa bàn TP.HCM – đây là các doanh nghiệp có sử dụng DVPTKD nhằm tìm ra các loại hình dịch vụ mà doanh nghiệp đã sử dụng, đánh giá kết quả sử dụng và những yêu cầu đối với nhà cung ứng DVPTKD.

- Song song đó, nhóm nghiên cứu đã khảo sát 40 doanh nghiệp

cung ứng DVPTKD ở TP.HCM. Trong đó, doanh nghiệp nhà nước chiếm 3,3%, doanh nghiệp có vốn

động này còn rất mờ nhạt và các doanh nghiệp chỉ thỉnh thoảng mới tiến hành.



đầu tư nước ngoài chiếm 10%, các doanh nghiệp ngoài nhà nước chiếm 86,7% mẫu nghiên cứu.

Kết quả

Sản phẩm dịch vụ cung ứng của các đơn vị không khác nhau nhiều. Phần lớn các đơn vị cung ứng dịch vụ đều đã phát triển thêm các dịch vụ khác kèm theo dịch vụ chính cung ứng cho khách hàng.

Về chất lượng dịch vụ: không có sự khác biệt đáng kể giữa các đơn vị cung cấp DVPTKD. Để đảm bảo chất lượng dịch vụ cung ứng cho khách hàng thì công việc các doanh nghiệp thường làm là đưa ra cam kết và quy định rõ quyền lợi và nghĩa vụ của các bên tham gia, có 70% số doanh nghiệp được hỏi đã xây dựng được hệ thống giải quyết các khiếu nại của khách hàng.

Các đơn vị cung ứng dịch vụ chủ yếu tập trung vào dịch vụ tiếp thị, kể đến là tư vấn pháp luật, tư vấn tài chính, thuế.

Hầu hết các doanh nghiệp đều có địa điểm giao dịch và quy trình phục vụ khách hàng khá thuận lợi và các doanh nghiệp đều quan tâm đầu tư cho cơ sở vật chất để phục vụ khách hàng.

Hình thức quảng cáo về doanh nghiệp thường được sử dụng nhất là hình thức quảng cáo thông qua niên giám, mạng internet. Tuy nhiên hoạt

Hầu hết các doanh nghiệp đều đã xây dựng được cho mình chiến lược kinh doanh trung và dài hạn. Trong hoạt động trong kinh doanh, thông tin là vấn đề được các doanh nghiệp chú trọng hơn cả. Những hoạt động liên quan đến việc nắm bắt thông tin luôn được các doanh nghiệp chú trọng và tiến hành một cách thường xuyên và song song với nó là các hoạt động nhằm nâng cao trình độ cho nhân viên cũng như việc tìm kiếm và phục vụ khách hàng.

Ngoài các công ty kinh doanh trong lĩnh vực DVPTKD, còn có các trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ thuộc Phòng thương mại và công nghiệp VN, Hiệp hội doanh nghiệp TP.HCM... Các trung tâm này có phần dịch vụ thu phí, có phần dịch vụ miễn phí, chương trình tư vấn đa dạng phong phú. Tuy vậy hiện nay cũng gặp khó khăn trong việc thu hút khách hàng, vì vậy các trung tâm này rất cần được hỗ trợ từ phía cơ quan nhà nước và từ các nhà tài trợ thông qua các chương trình huấn luyện nhân lực, chương trình cung cấp thông tin, miễn giảm thuế...

Kết luận rút ra từ nghiên cứu các đơn vị sử dụng DVPTKD:

Hầu hết các doanh nghiệp được nghiên cứu đều có sử dụng dịch vụ DVPTKD trong nhiều lĩnh vực khác nhau nhằm thúc đẩy hoạt động kinh doanh của mình. Trên 90% doanh

ngành sử dụng dịch vụ tư vấn về tiếp thị mà trong đó tập trung chủ yếu là hoạt động in ấn, thiết kế, quảng cáo, xây dựng hệ thống bán hàng và các hoạt động khuyến mãi.

Dịch vụ tư vấn về nghiên cứu thị trường cũng được gần 80% doanh nghiệp sử dụng cho mục đích nghiên cứu tìm hiểu nhu cầu khách hàng trong việc phát triển sản phẩm mới và đánh giá chất lượng sản phẩm và dịch vụ mà doanh nghiệp cung cấp đến khách hàng. Điều này cho thấy rằng các doanh nghiệp hiện nay khi quyết định về chiến lược phát triển sản phẩm mới không chỉ đơn thuần dựa vào phương pháp định tính mà có xu hướng nghiên cứu định lượng để thu thập thông tin, ý kiến từ phía khách hàng. Đồng thời các doanh nghiệp cũng bắt đầu quan tâm đến hoạt động dịch vụ chăm sóc khách hàng thông qua hình thức đo lường sự thỏa mãn của khách hàng.

Các dịch vụ tư vấn về thuế, tài chính-kế toán và pháp luật cũng được gần 40% doanh nghiệp quan tâm và sử dụng loại hình dịch vụ này.

Các dịch vụ về tư vấn đào tạo, tư vấn nguồn nhân lực, và tư vấn về đầu tư chưa được các doanh nghiệp sử dụng ở mức độ cao. Riêng dịch vụ về tư vấn đầu tư, và hướng dẫn thực hiện ISO, SA, HACCP chưa được thật sự được các doanh nghiệp quan tâm sử dụng.

Nhìn chung các doanh nghiệp sử dụng DVPTKD chưa thường xuyên, gần 50% doanh nghiệp được phỏng vấn cho biết là thỉnh thoảng có sử dụng DVPTKD. Điều này cũng có nghĩa là chỉ sử dụng khi thật sự có nhu cầu, mang tính bộc phát, nhất thời và chưa có chiến lược đầu tư cho việc sử dụng DVPTKD, vì vậy chưa có kế hoạch cụ thể rõ ràng, mang tính thường xuyên.

Sở dĩ các doanh nghiệp chưa quan tâm đến việc sử dụng các DVPTKD vì các nguyên nhân sau đây:

- Xuất phát từ sự nhận thức của các doanh nghiệp sử dụng dịch vụ chưa thấy được tính quan trọng của dịch vụ này đối với việc hỗ trợ cho hoạt động phát triển kinh doanh của mình, tỉ lệ này chiếm hơn 30% doanh

ngành trong mẫu nghiên cứu.

- Trên 55% doanh nghiệp sử dụng dịch vụ cho rằng kết quả của việc sử dụng DVPTKD chỉ ở mức trung bình. Điều này chứng tỏ rằng chất lượng của dịch vụ do các đơn vị cung cấp chưa mang tính chuyên nghiệp và chưa thật sự hiệu quả, vì vậy mà các doanh nghiệp chưa tin tưởng vào khả năng của các tổ chức cung ứng DVPTKD.

- Một trong những nhân tố đóng vai trò quan trọng mà các doanh nghiệp chưa sử dụng dịch vụ này là do hạn chế về ngân sách.

- Gần 30% doanh nghiệp cho rằng các DVPTKD có trả tiền thì mức chi phí cao nên phần nào cũng đã hạn chế khả năng sử dụng dịch vụ này.

- Thiếu thông tin từ các đơn vị cung ứng dịch vụ cũng là một nguyên nhân của việc hạn chế sử dụng DVPTKD. Theo nhận định chung của các doanh nghiệp sử dụng DVPTKD thì hiện tại đang thiếu thông tin về các tổ chức cung ứng dịch vụ. Doanh nghiệp sử dụng dịch vụ tự tìm hiểu các tổ chức cung ứng chiếm tỉ lệ cao nhất, kế đến là thông qua nguồn quảng cáo.

- Từ các nguyên nhân trên mà các doanh nghiệp thay vì thuê các tổ chức cung DVPTKD thì họ tự thực hiện, tỉ lệ này chiếm gần 50% số doanh nghiệp được phỏng vấn.

Đối với các doanh nghiệp có sử dụng DVPTKD thì nguồn mà họ sử dụng chủ yếu là từ các công ty tư nhân cung cấp dịch vụ này, kế đến là sử dụng từ nguồn của các hiệp hội. Sử dụng dịch vụ tư vấn kinh doanh từ các công ty nước ngoài cung cấp vẫn còn ở mức hạn chế do chi phí cao. Về dịch vụ tư vấn do các công ty nhà nước cung cấp không được các công ty sử dụng nhiều do chất lượng thấp.

Đánh giá chất lượng các tổ chức cung ứng DVPTKD được xếp loại theo thứ tự cao nhất là các tổ chức nước ngoài, kế đến là các doanh nghiệp tư nhân, hiệp hội, cuối cùng là các doanh nghiệp nhà nước.

Theo xu hướng hiện tại, gần 80% doanh nghiệp sử dụng DVPTKD cho biết rằng trong điều kiện hội nhập họ cần các đơn vị cung

ứng dịch vụ có chất lượng cao, thiết thực trong việc mang lại kết quả kinh doanh.

Về ngân sách dành cho DVPTKD của các doanh nghiệp vẫn còn ở mức rất thấp chỉ ở mức 3% so với doanh thu. Điều này chứng tỏ rằng các doanh nghiệp chưa thực sự đầu tư cho hoạt động này và thiếu kế hoạch phát triển hoạt động kinh doanh mang tính chiến lược lâu dài.

Các tổ chức cung cấp dịch vụ hiện tại chỉ tập trung vào một số lĩnh vực như in ấn, quảng cáo, tài chính, kế toán và chỉ dừng lại ở mức độ trung bình về chất lượng cung cấp. Do vậy thị trường này đang là tiềm năng nếu đầu tư đúng hướng sẽ thu được lợi ích rất lớn từ cả hai phía doanh nghiệp cung ứng và doanh nghiệp sử dụng dịch vụ.

Kiến nghị các giải pháp

• Giải pháp phát triển thị trường DVPTKD:

Để thực hiện giải pháp phát triển thị trường DVPTKD, cần thực hiện một số nội dung sau đây:

- rà soát và chỉnh sửa lại các văn bản về lĩnh vực định vụ phát triển kinh doanh theo định hướng hỗ trợ hoạt động này phát triển.

- Hỗ trợ các nhà cung ứng DVPTKD về miễn giảm thuế, hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường, hỗ trợ huấn luyện nghiệp vụ chuyên môn, hỗ trợ thông qua phát triển sản phẩm dịch vụ DVPTKD, nâng cao chất lượng và đẩy mạnh hoạt động tiếp thị của các tổ chức cung ứng DVPTKD.

- Thông qua các hiệp hội doanh nghiệp, Phòng thương mại công nghiệp Việt Nam - chi nhánh TP.HCM, Trung tâm xúc tiến thương mại đầu tư TP.HCM và các tổ chức khác tuyên truyền quảng bá về vai trò của DVPTKD đối với sự phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- Tạo môi trường cạnh tranh giữa các nhà cung ứng DVPTKD. Chỉ có trên cơ sở cạnh tranh, các nhà cung ứng DVPTKD mới vươn lên nâng cao trình độ nghiệp vụ của mình thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của doanh nghiệp, thể hiện hết trách nhiệm của mình trong quá

trình cung ứng DVPTKD.

- Thúc đẩy thị trường DVPTKD phát triển thông qua các chính sách nhằm thu hút nhiều công ty tham gia vào lĩnh vực cung ứng DVPTKD, tăng cường thu hút vốn đầu tư nước ngoài vào dịch vụ cần thiết, tạo điều kiện thuận lợi cho việc lựa chọn dịch vụ của các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

- Các nhà tài trợ và Chính phủ thực hiện hỗ trợ cho những hoạt động trước và sau cung ứng dịch vụ. Hạn chế và đi đến loại bỏ hình thức hỗ trợ ở cấp độ giao dịch (trực tiếp cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp vừa và nhỏ, hoặc bao cấp thường xuyên cho các dịch vụ)

• Giải pháp từ phía đơn vị cung ứng DVPTKD:

- Mỗi đơn vị cung ứng phải thường xuyên nâng cao chất lượng dịch vụ cung ứng, đồng thời mỗi đơn vị cần tạo ra tính dị biệt cho sản phẩm cung ứng của mình. Có thể là bổ sung dịch vụ sau cung ứng, hoặc dị biệt thông qua tính chuyên nghiệp trong quá trình cung ứng dịch vụ, hoặc thông qua tinh thần trách nhiệm và sự nhiệt tình của nhân viên trong công ty cung ứng trong quá trình làm việc với khách hàng.

- Gắn liền với quá trình phát triển công ty mà bổ sung nhân lực đã được đào tạo chuyên môn nhằm đáp ứng nhu cầu dịch vụ đa dạng của khách hàng.

- Tổ chức học tập chuyên môn thường xuyên cho đội ngũ nhân viên trong công ty.

- Việc đưa ra các cam kết với khách hàng và quy định rõ trách nhiệm của mỗi bên khi tham gia vào quá trình cung ứng dịch vụ một phần sẽ tạo dựng lòng tin của khách hàng.

- Bảo mật thông tin cho khách hàng.

- Tăng cường quảng cáo sản phẩm của công ty đến với doanh nghiệp vừa và nhỏ thông qua các phương tiện thông tin đại chúng.

- Theo dõi tranh thủ các chương trình hỗ trợ của các tổ chức chính phủ, phi chính phủ cho các công ty cung ứng. Đó có thể là chương trình hỗ trợ huấn luyện các nhà cung ứng, chương trình hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường, chương trình hỗ trợ tài

chính.

• Xây dựng tính chuyên nghiệp của hoạt động cung ứng DVPTKD:

Các doanh nghiệp cung ứng dịch vụ nên thay đổi cách tiếp cận đến doanh nghiệp sử dụng dịch vụ. Cần hoạch định chương trình tiếp thị đến các doanh nghiệp vừa và nhỏ, dành ra một khoảng ngân sách cần thiết để thực hiện chương trình tiếp thị độ.

Các công ty cung ứng DVPTKD hình thành cơ sở dữ liệu về thị trường, về khách hàng, về hệ thống pháp luật... Đó là điều kiện không thể thiếu để tư vấn cho doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Thực hiện liên doanh với các tổ chức cung ứng DVPTKD nước ngoài. Thông qua liên doanh mà học tập kỹ năng tư vấn DVPTKD.

Từng công ty cung ứng DVPTKD có chính sách thu hút chuyên gia giỏi đến làm việc, hoặc cử nhân viên đi nghiên cứu, thực tập ở nước ngoài. Đây là con đường cơ bản để nâng cao chất lượng sản phẩm cung ứng và tính chuyên nghiệp của dịch vụ cung ứng.

• Giải pháp từ phía doanh nghiệp vừa và nhỏ:

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ cần nhận thức đầy đủ về vai trò của DVPTKD trong phát triển kinh doanh của doanh nghiệp, không chỉ tìm đến hoạt động DVPTKD khi có những vấn đề rắc rối xảy ra. Có những hoạt động ngoài khả năng của nhân viên công ty hiện có thì nên sử dụng DVPTKD.

Thông qua các phương tiện thông tin đại chúng: tivi, radio, trang web ... hoặc thông qua sự giới thiệu của hiệp hội, phòng thương mại công nghiệp... mà tìm đến các công ty cung ứng DVPTKD phù hợp với nhu cầu doanh nghiệp.

Cung cấp thông tin chính xác, đầy đủ cho công ty cung ứng DVPTKD và cùng với công ty cung ứng tổ chức thực hiện ý kiến tư vấn.

Các doanh nghiệp vừa và nhỏ nên xây dựng chiến lược phát triển kinh doanh cho một thời kỳ dài, trên cơ sở đó hoạch định kế hoạch đầu tư

cho các hoạt động tư vấn kinh doanh để sử dụng dịch vụ mà mang tính thường xuyên nhằm giúp cho doanh nghiệp đảm bảo được hiệu quả và mang tính chuyên nghiệp.

Doanh nghiệp cần đầu tư ngân sách vào việc sử dụng dịch vụ tư vấn đào tạo, tư vấn nguồn nhân lực vì muốn phát triển được hoạt động kinh doanh thì yếu tố con người là vấn đề cơ bản.

Khi sử dụng DVPTKD, doanh nghiệp vừa và nhỏ cần nghiên cứu lựa chọn nguồn cung ứng để đảm bảo được chất lượng cung ứng.

Doanh nghiệp cần dành một khoản ngân sách thích hợp để thuê các công ty tư vấn cung ứng DVPTKD. Trong tổng ngân sách nên phân bổ theo thứ tự ưu tiên cho mỗi loại dịch vụ tư vấn. Trường hợp doanh nghiệp còn hạn chế về ngân sách thì nên khai thác hoạt động dịch vụ này từ các tổ chức hiệp hội, các nhà tài trợ, và Chính phủ.

Trong điều kiện hội nhập các doanh nghiệp cần nâng cao tính chuyên nghiệp trong mọi hoạt động. Do vậy doanh nghiệp sử dụng dịch vụ từ các công ty cung ứng DVPTKD sẽ mang lại hiệu quả cao hơn so với tự doanh nghiệp thực hiện.

• Giải pháp từ các đơn vị xúc tiến: Phòng công nghiệp và thương mại Việt Nam, Hiệp hội doanh nghiệp TP.HCM...

Tích cực tìm kiếm nguồn tài trợ từ các tổ chức quốc tế để hỗ trợ công ty cung ứng DVPTKD. Đó có thể là hỗ trợ đào tạo nhân lực cho công ty cung ứng DVPTKD, hỗ trợ cung cấp thông tin, văn bản pháp luật mới.

Tách biệt vai trò xúc tiến (tức là khách lệ tạo điều kiện cho các cá nhân và những công ty cung ứng DVPTKD) và vai trò cung ứng DVPTKD. Có những chương trình hỗ trợ nhà cung ứng DVPTKD, góp phần phát triển thị trường DVPTKD.

Hệ thống hóa các vấn đề trong sản xuất kinh doanh mà các doanh nghiệp vừa và nhỏ hay gặp phải và hỗ trợ các nhà cung ứng DVPTKD cách giải quyết những vấn đề khó khăn trên ■