

R

BỘ THƯƠNG MẠI
VIỆN NGHIÊN CỨU THƯƠNG MẠI

ĐỀ TÀI KHOA HỌC CẤP BỘ

Mã số: 2003-78-015

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC
HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU
HÀNG HOÁ CỦA VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP
KINH TẾ QUỐC TẾ**

(Báo cáo tổng hợp)

Chủ nhiệm đề tài: PGS.TS. Nguyễn Văn Nam

Các thành viên: ThS. Nguyễn Lương Thanh
ThS. Nguyễn Việt Hưng
CN. Lê Huy Khôi

HÀ NỘI, 12/2004

5323-Tk

16/5/05

2005-78-246/CC

MỤC LỤC	
Nội dung	Trang
PHẦN MỞ ĐẦU	1
Chương I: VAI TRÒ VÀ NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG CỦA HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG TRONG VIỆC THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU	3
I. Khái niệm, chức năng và hình thức tổ chức của các Hiệp hội ngành hàng	3
1. Khái niệm về Hiệp hội ngành hàng	3
1.1. Khái niệm về Hiệp hội	3
1.2. Khái niệm về Hiệp hội ngành hàng	6
2. Chức năng nhiệm vụ và phương thức hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng	9
2.1. Chức năng, nhiệm vụ của Hiệp hội ngành hàng	9
2.2. Phương thức hoạt động của Hiệp hội ngành hàng	11
3. Năng lực và tiêu chí đánh giá năng lực hoạt động của Hiệp hội	15
3.1. Về năng lực tài chính	15
3.2. Năng lực cán bộ và tổ chức, quản lý hoạt động của Hiệp hội	17
3.3. Quy mô hội viên của Hiệp hội	17
3.4. Tiêu chí và phương pháp đánh giá năng lực hoạt động của Hiệp hội	18
II. Vai trò của các Hiệp hội ngành hàng trong phát triển xuất khẩu của các doanh nghiệp hội viên	21
1. Tập hợp, liên kết các doanh nghiệp ngành hàng thuộc các thành phần kinh tế khác nhau, tạo ra sức mạnh của ngành trong hoạt động xuất khẩu	22
2. Hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin và xúc tiến xuất khẩu	24
3. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho doanh nghiệp	26
4. Hiệp hội ngành hàng là cầu nối giữa cộng đồng doanh nghiệp với các cơ quan quản lý nhà nước và các tổ chức kinh tế khác	27
5. Hiệp hội ngành hàng trong mối quan hệ giữa cộng đồng doanh nghiệp trong nước với các tổ chức quốc tế	29
III. Hội nhập kinh tế quốc tế và những vấn đề đặt ra đối với việc nâng cao năng lực hoạt động của Hiệp hội ngành hàng	30
1. Hội nhập kinh tế quốc tế và vai trò Hiệp hội ngành hàng trong thương mại quốc tế.	30
2. Hiệp hội ngành hàng là tổ chức tư vấn cho Chính phủ về những vấn đề liên quan đến hội nhập kinh tế quốc tế	32
3. Hiệp hội ngành hàng hỗ trợ nâng cao khả năng cạnh tranh và bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp trong quá trình hội nhập.	33
3.1. Đối với việc nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế	33

3.2. Bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp trong nước trước cộng đồng quốc tế trong quá trình hội nhập	35
IV. Kinh nghiệm quốc tế về phát triển Hiệp hội và bài học rút ra cho Việt Nam	36
<i>1. Hoạt động của một số Hiệp hội các nước châu Á (Trung Quốc, Đài Loan, Thái Lan)</i>	36
1.1. Hiệp hội giấy dếp Đài Loan	36
1.2. Hiệp hội Cao su Thái Lan	37
1.3. Hiệp hội Da Trung Quốc	38
2. Một số bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam	40
Chương II: THỰC TRẠNG NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG Ở VIỆT NAM TRONG VIỆC THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU	44
I. Thực trạng hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng ở Việt Nam hiện nay	44
1. Sự ra đời và phát triển của các Hiệp hội ngành hàng ở Việt Nam trong thời gian qua.	44
2. Thực trạng của các Hiệp hội ngành hàng ở nước ta hiện nay	46
2.1. Về số lượng các hiệp hội và quy mô hội viên	46
2.2. Hoạt động thực tế của một số Hiệp hội ngành hàng	49
a. Hiệp hội Cà phê và ca cao Việt Nam	53
b. Hiệp hội chế biến xuất khẩu thủy sản Việt Nam	53
3. Thực trạng năng lực tổ chức, tài chính, nhân sự của các Hiệp hội trong hoạt động thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá	55
3.1. Thực trạng về việc thực hiện chức năng của các Hiệp hội ngành hàng	57
3.2. Về năng lực tổ chức bộ máy	60
3.3. Về tài chính	65
II. Thực trạng các yếu tố tác động đến năng lực hoạt động của Hiệp hội ngành hàng ở nước ta	65
1. Nhận thức và tiềm lực kinh tế của cộng đồng doanh nghiệp	70
2. Khung khổ pháp lý	72
3. Vai trò của các cơ quan quản lý Nhà nước đối với hiệp hội	77
4. Vai trò của phòng thương mại công nghiệp Việt Nam	77
III. Đánh giá chung về hiệp hội ngành hàng nước ta	79
1. Những thành công đã đạt được	79
2. Những mặt còn hạn chế	82
3. Những vấn đề đặt ra đối với các Hiệp hội ngành hàng trong thời gian tới	82

Chương III: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CỦA CÁC HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG	82
I. Xu hướng phát triển của Hiệp hội và quan điểm phát triển các Hiệp hội ngành hàng trong thời gian tới	84
1. Xu hướng phát triển của Hiệp hội ngành hàng ở nước ta trong thời gian tới	90
2. Quan điểm của Đảng và nhà nước ta về phát triển kinh tế trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế	91
II. Các giải pháp đối với Hiệp hội ngành hàng	95
1. Nâng cao năng lực bộ máy lãnh đạo các Hiệp hội	96
2. Nâng cao năng lực hỗ trợ cho doanh nghiệp	
3. Quan hệ với chính quyền	
4. Quan hệ đối ngoại	96
III. Các giải pháp về quản lý nhà nước	97
1. Xây dựng khung pháp lý cho việc tổ chức, hoạt động và quản lý các Hiệp hội làm cơ sở nâng cao năng lực hoạt động, quản lý của các Hiệp hội ngành hàng.	98
2. Mở rộng thành phần hội viên, thể chế hoá các mối quan hệ	99
3. Tạo điều kiện thuận lợi để Hiệp hội phát triển các hoạt động dịch vụ	101
4. Một số giải pháp khác	101
IV. Một số Kiến nghị đối với chính phủ và các bộ, ngành	102
1. Đối với Chính phủ	105
2. Đối với các Bộ, Ngành	106
KẾT LUẬN	109

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

TNCs	Công ty xuyên quốc gia
CNH, HĐH	Công nghiệp hoá, hiện đại hoá
CIVILORGANIZATION	Tổ chức dân sự
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam á
NGO	Tổ chức phi chính phủ
ICO	Tổ chức cà phê thế giới
VASEP	Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản
THC	Phí dịch vụ Container
WTO	Tổ chức Thương mại thế giới
R & D	Nghiên cứu và phát triển
IRA	Hiệp hội cao su thế giới
CLIA	Hiệp hội da Trung Quốc
TT & TV	Thông tin và tư vấn
LDN	Luật doanh nghiệp
DNNN	Doanh nghiệp Nhà nước
VCCI	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
FDI	Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài
DN	Doanh nghiệp
VICOFA	Hiệp hội cà phê và ca cao Việt Nam
ICO	Tổ chức cà phê thế giới
ICC	Hội đồng cà phê thế giới
ACPC	Hiệp hội các nước sản xuất cà phê
FAO	Tổ chức nông lương thế giới

ICC	Phòng thương mại quốc tế
ASEAN CCI	Phòng thương mại ASEAN
CAPE	Liên đoàn các Phòng Thương mại công nghiệp châu Á-Thái Bình Dương
IOE	Tổ chức giới chủ thế giới
PECC	Hội đồng hợp tác kinh tế Thái Bình Dương
SIYB	Khởi sự và phát triển doanh nghiệp
IMF	Quỹ tiền tệ quốc tế
WB	Ngân hàng thế giới
ADB	Ngân hàng phát triển châu Á
NT	Nguyên tắc đối ngoại quốc gia

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết nghiên cứu của đề tài

Những thành tựu của khoa học và công nghệ hiện đại đã thúc đẩy lực lượng sản xuất của các quốc gia trên thế giới phát triển mạnh mẽ. Sự phát triển đó đã làm cho khả năng đáp ứng các yếu tố đầu vào cũng như đầu ra của sản xuất ở thị trường giới hạn trong phạm vi biên giới quốc gia của mỗi nước trở thành hạn hẹp. Các tập đoàn xuyên quốc gia (TCNs), các hiệp hội kinh tế và thương mại khu vực và quốc tế phát triển và trở thành những nhân tố thúc đẩy thiết lập một trật tự mới trong bức tranh kinh tế thế giới.

Trong xu thế toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế thì chỉ riêng có sự quản lý và điều hành của Chính phủ đối với nền kinh tế của mỗi quốc gia là không đủ, nhiều lúc bất cập. Bù đắp vào đó là sự tham gia ngày càng sâu rộng của các tổ chức kinh tế thế giới và khu vực vào việc kiểm soát và điều tiết hoạt động kinh tế trên phạm vi toàn cầu. Trong mỗi quốc gia là sự tham gia ngày càng sâu rộng của các tổ chức dân sự, các tổ chức Hội hoặc Hiệp hội mang tính chất phi Chính phủ. Như vậy, phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập kinh tế quốc tế đặt ra đòi hỏi khách quan cho quá trình xây dựng và phát triển các tổ chức dân sự, các tổ chức phi Chính phủ, các Hiệp hội ngành hàng kinh tế.

Hội nhập kinh tế quốc tế đặt ra cho các quốc gia cả cơ hội lẫn thách thức. Ngoài những cơ hội như thông qua quá trình hội nhập có thể tận dụng được các yếu tố từ bên ngoài để rút ngắn giai đoạn phát triển, thì thách thức đặt ra là phải làm thế nào để nâng cao năng lực cạnh tranh nhằm phát triển xuất khẩu. Đối với nước ta, hầu hết các doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh thấp, vì vậy để nâng cao khả năng cạnh tranh, phát triển xuất khẩu đòi hỏi các doanh nghiệp phải hợp tác, liên kết với nhau, hợp lực lẫn nhau theo nhiều hình thức khác nhau. Hiệp hội ngành hàng là một hình thức liên kết hiệu quả và trở thành mô hình phổ biến cho xu hướng liên kết trong nền kinh tế thị trường hiện đại.

Với tính chất đặc trưng là tự nguyện, phi chính phủ và phi lợi nhuận, nhằm thực hiện mục tiêu là tập hợp các doanh nghiệp để bảo vệ quyền lợi cho chính họ, nên các Hiệp hội ngành hàng đã thu hút sự quan tâm của cộng đồng doanh nghiệp. Các Hiệp hội ngành hàng là người hỗ trợ cho doanh nghiệp trong hoạt động kinh tế, là cầu nối giữa doanh nghiệp với chính quyền và là người đại diện cho quyền lợi của doanh nghiệp nước ta trước cộng đồng quốc tế.

Xuất phát từ bản chất ưu việt của hiệp hội trong việc bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp và nâng cao sức cạnh tranh, những năm gần đây ở nước ta số các Hiệp hội ngành hàng được thành lập ngày càng tăng lên. Hiện nay, hầu như trong tất cả các lĩnh vực đều đã thành lập các Hiệp hội ngành hàng và các hiệp

hội này ngày càng thể hiện được vai trò của mình trong việc phát triển sản xuất và đẩy mạnh xuất khẩu.

Tuy nhiên, do còn mới mẻ, kinh nghiệm quản lý và điều hành Hiệp hội còn ít, sự quan tâm chỉ đạo, hướng dẫn hoạt động từ phía Nhà nước còn bất cập; nên đã hạn chế không nhỏ đến năng lực hoạt động của hiệp hội. Để tăng cường vai trò định hướng và hỗ trợ doanh nghiệp của các Hiệp hội ngành hàng trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, nâng cao sức cạnh tranh, đẩy mạnh xuất khẩu, việc nghiên cứu, đánh giá thực trạng hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng, từ đó đề xuất các giải pháp nâng cao năng lực hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng là hết sức cần thiết.

2. Tình hình nghiên cứu trong và ngoài nước

Ở nước ngoài, trước yêu cầu đòi hỏi của quá trình phát triển kinh tế và xã hội, nên các tổ chức dân sự theo tính chất hiệp hội đã hình thành từ lâu. Hiện nay ở các nước phát triển, các hiệp hội đã phát triển rất mạnh và ngày càng thể hiện vai trò quan trọng trong đời sống xã hội. Vì vậy, đã có nhiều công trình nghiên cứu về hiệp hội. Các nghiên cứu đã khẳng định rằng, các tổ chức dân sự nói chung đang trở thành loại hình quyền lực thứ tư của xã hội và Hiệp hội ngành hàng là một tổ chức đặc trưng của các liên kết kinh tế đại diện cho xu hướng phát triển của nền kinh tế thị trường hiện đại.

Ở nước ta các tổ chức mang tính hiệp hội nói chung đã được tồn tại từ lâu, tuy nhiên các tổ chức mang tính chất hiệp hội kinh tế và đặc biệt là Hiệp hội ngành hàng nói riêng chỉ mới được hình thành trong khoảng thời gian gần đây. Do thời gian hình thành các Hiệp hội ngành hàng chưa lâu và chưa được quan tâm đúng mức nên chưa có các nghiên cứu một cách bài bản về vấn đề này. Hiện nay, được sự quan tâm của các cấp chính quyền và các Bộ, ngành nên mới có một số công trình nghiên cứu về hiệp hội đang trong giai đoạn triển khai. Trong đó, đáng chú ý là nghiên cứu của Viện Nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương thuộc Bộ Kế hoạch và Đầu tư, một số nghiên cứu điều tra của Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam... Đã có một số công trình công bố sau:

- Một số giải pháp nhằm nâng cao vai trò của Hiệp hội ngành hàng trong thúc đẩy hoạt động xuất khẩu cho các doanh nghiệp. Báo cáo tại Hội thảo Khoa học, 3-2004, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam;

- Giảm bàn tay Chính phủ vào hoạt động của các hiệp hội. Thông tin trên trang VietnamNet 28/05/2004

- Phát triển hiệp hội doanh nghiệp ngành hàng: góp phần nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp. Thời báo Tài chính ra ngày 13/2/2004.

- Vai trò của các hiệp hội đối với doanh nghiệp. Hội thảo Khoa học: Nâng cao vai trò của Hiệp hội ngành hàng. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 29/6/2004.

- Tổng hợp thực trạng hoạt động của các Hiệp hội. Báo cáo của Bộ Nội vụ, 12/2003.

- Tài liệu hội thảo “Đổi mới tổ chức và phương thức hoạt động của hiệp hội các tổ chức kinh tế trong thời kỳ đổi mới”. Hội thảo Khoa học liên Bộ, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và Bộ Nội vụ. Và nhiều báo cáo tổng kết hoạt động hàng năm của các hiệp hội.

Đề tài này là một trong những công trình kể trên và là đề tài nghiên cứu đầu tiên của Bộ Thương mại về Hiệp hội ngành hàng.

3. Mục tiêu nghiên cứu của đề tài:

- Làm rõ vai trò, nhiệm vụ và năng lực hoạt động của các Hiệp hội trong việc hỗ trợ các hội viên đẩy mạnh xuất khẩu trong bối cảnh hội nhập.

- Đánh giá thực trạng năng lực hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng trong việc hỗ trợ doanh nghiệp thành viên đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá.

- Đề xuất các giải pháp nâng cao năng lực hoạt động của các hiệp hội nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

Đối tượng: Những lĩnh vực và hình thức nâng cao năng lực hoạt động của Hiệp hội ngành hàng nhằm phát triển xuất khẩu của doanh nghiệp hội viên.

Phạm vi nghiên cứu:

- Không nghiên cứu các Hiệp hội nói chung mà nghiên cứu Hiệp hội các ngành hàng, tập trung chủ yếu vào Hiệp hội chuyên ngành.

- Các Hiệp hội ngành hàng xuất khẩu và có triển vọng phát triển xuất khẩu.

- Thực trạng hoạt động của các Hiệp hội từ 1996 đến nay và giải pháp cho triển vọng 5 - 10 năm tới.

5. Nội dung nghiên cứu:

Ngoài phần mở đầu và kết luận, nội dung của đề tài nghiên cứu được chia ra làm 3 phần như sau:

Chương I : Vai trò và năng lực hoạt động của Hiệp hội ngành hàng trong việc thúc đẩy xuất khẩu

Chương II: Thực trạng năng lực hoạt động của các hiệp hội ngành hàng ở Việt Nam trong việc thúc đẩy xuất khẩu

Chương III: Một số giải pháp nâng cao năng lực hoạt động đẩy mạnh xuất khẩu của các Hiệp hội ngành hàng

Chương I

VAI TRÒ VÀ NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG CỦA HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG TRONG VIỆC THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU

I. KHÁI NIỆM, CHỨC NĂNG VÀ HÌNH THỨC TỔ CHỨC CỦA CÁC HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG

1. Khái niệm về Hiệp hội ngành hàng

1.1. Khái niệm về Hiệp hội

Trong cuộc sống, các thành viên của xã hội không thể tồn tại một cách biệt lập riêng rẽ mà phải liên kết với nhau trong một tổ chức nhất định. Các tổ chức có thể được hình thành theo phạm vi địa lý, theo giai tầng xã hội, theo những lĩnh vực hoạt động nhất định, theo những đặc điểm riêng biệt cụ thể, hoặc cũng có thể là sự kết hợp của một số các yếu tố trên đây. Sự tham gia của các thành viên vào các tổ chức có thể là tự nguyện hoặc cũng có thể là bắt buộc.

Hội hay Hiệp hội là một tổ chức mà sự tham gia của các thành viên không mang tính áp đặt, bắt buộc mà hoàn toàn mang tính tự nguyện. Sở dĩ các thành viên tự nguyện tham gia vào Hội hay Hiệp hội trước hết vì tổ chức này thoả mãn một nhu cầu nào đó của các thành viên. Trong các nhu cầu đó nhiều khi không phải đơn thuần về mặt kinh tế mà còn các nhu cầu khác, rất đa dạng và phong phú.

Hội hay Hiệp hội là một dạng tổ chức nên nó phải bao hàm những tính chất đặc điểm của thể chế (institution), nghĩa là một hệ thống ý niệm áp dụng cho một tập thể hay một tổ chức bao gồm: phong tục, tập quán được áp dụng rộng rãi, hoặc luật chơi (luật lệ)... được một tổ chức xã hội chấp nhận. Cùng với việc đề ra luật chơi, tổ chức phải có hình thức cần thiết để thực thi luật chơi, để giải quyết tranh chấp khi có sự hiểu biết khác nhau về luật chơi, để xử lý khi có sự vi phạm.

Căn cứ vào mục tiêu của các thành viên khi tham gia Hội hay Hiệp hội, ta có thể phân chia Hội hay Hiệp hội thành các lĩnh vực khác nhau như xã hội, chính trị- xã hội, kinh tế, văn hoá, xã hội, đạo đức, tôn giáo, nghệ thuật... Trong các lĩnh vực này lại có thể phân Hội hay Hiệp hội với lĩnh vực nhỏ hơn. Chẳng hạn như trong lĩnh vực kinh tế - xã hội có thể tồn tại các Hiệp hội như Hội doanh nghiệp trẻ, hiệp hội vận tải, Hiệp hội mía đường... Trong lĩnh vực nghệ thuật có các hội như Hội nhà văn, Hội nhiếp ảnh, Hội điêu khắc, tạo hình...

Căn cứ vào cấp độ, phạm vi và quy mô, ta thấy có những Hội hay Hiệp hội mang tầm cỡ thế giới như Hội Chữ thập đỏ quốc tế, Hiệp hội lương thực thế giới, Hiệp hội cà phê thế giới... Và suy cho cùng kể cả các tổ chức quốc tế nổi tiếng như Liên hợp quốc, Tổ chức Thương mại thế giới... cũng có

thể xem là một tổ chức mang tính hiệp hội trên phạm vi thế giới. Sau cấp độ thế giới thì ở cấp độ khu vực cũng tồn tại các Hiệp hội như Hiệp hội các nước Đông Nam Á (ASEAN), Hiệp hội các nước Bắc Mỹ... và Hiệp hội than thép - Tổ chức tiền thân của liên minh châu Âu ngày nay. Trong các quốc gia có các hiệp hội mang tính toàn quốc như Hội cựu chiến binh Việt Nam, Hội chữ thập đỏ Việt Nam, Hội nhà văn Việt Nam, Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam, Hiệp hội Chè, Hiệp hội Dệt may... ở các vùng, địa phương (tỉnh, thành phố) và các cấp thấp hơn (quận huyện, xã, phường...) đều tồn tại những Hiệp hội hoạt động trong phạm vi của địa phương mình.

Vai trò của các Hiệp hội nói chung là bảo vệ quyền lợi của các thành viên, là cầu nối để phản ánh ý chí và nguyện vọng của các thành viên với các tổ chức chính quyền và toàn xã hội. Sự đảm bảo lợi ích của các thành viên phụ thuộc rất lớn vào môi trường xã hội mà Hiệp hội tồn tại. Một trong những biểu hiện quan trọng nhất là sự can thiệp của Nhà nước vào hoạt động của cá nhân cũng như vào sự hình thành và hoạt động của các tổ chức mang tính tự nguyện, như các Hiệp hội.

Hiệp hội là tổ chức giữ vai trò trung gian, nhằm giải quyết mối quan hệ giữa Nhà nước và cá nhân hoặc các đơn vị riêng rẽ.

Trong lịch sử, tại các nước có nền kinh tế phát triển thì xu hướng phổ biến là giảm vai trò của Nhà nước trong đời sống kinh tế - xã hội dựa trên triết lý bảo vệ quyền cá nhân trong các tập thể xã hội. Để tiến tới tự do cá nhân, họ giải quyết bằng cách tự nguyện tham gia vào các đoàn thể chính trị, tôn giáo xã hội, ngành nghề chuyên môn. Những tổ chức này xuất hiện dưới danh nghĩa các Công ty vô vị lợi (phi lợi nhuận), không phải đóng thuế và gọi là các tổ chức phi chính phủ. Họ tự giải quyết vấn đề với nhau hoặc thiết lập các định chế tự quản của các thành viên mà không cần đến biện pháp can thiệp của Nhà nước.

Trong các nước công nghiệp phát triển hình thức "tổ chức dân sự" (Civilorganization) như nghiệp đoàn lao động, hội ngành nghề, những hoạt động không vụ lợi như bệnh viện, trường học, trại trẻ mồ côi, người không nơi nương tựa, các loại hợp tác xã rất phổ biến... Nguyên tắc chung là vô vị lợi, tự nguyện tự quản, phát huy tinh thần tập thể, giúp đỡ lẫn nhau, giúp nhau đấu tranh cho những quyền lợi hợp pháp đã ghi trong hiến pháp và luật lệ. Thể chế dân sự bảo đảm đóng góp của nhân dân theo tinh thần tự nguyện, tự quản trong mọi hoạt động cần thiết xã hội. Tại Mỹ có đến hàng chục vạn hiệp hội khác nhau, ngay từ năm 1840, Tocqueville đã nhận xét: "Người Mỹ ở mọi lứa tuổi, mọi điều kiện, mọi khuynh hướng luôn luôn tìm cách liên kết để tạo thành hiệp hội. Họ không chỉ có Công ty mà còn có hàng ngàn loại hội đoàn như tôn giáo, đạo đức... bao gồm mọi người hoặc có phân biệt lớn hoặc nhỏ"

Ngược lại, ở phương Đông với triết lý coi trọng tư tưởng "trung quân" nhấn mạnh vai trò của Nhà nước, công nhận, thậm chí đòi hỏi Nhà nước can

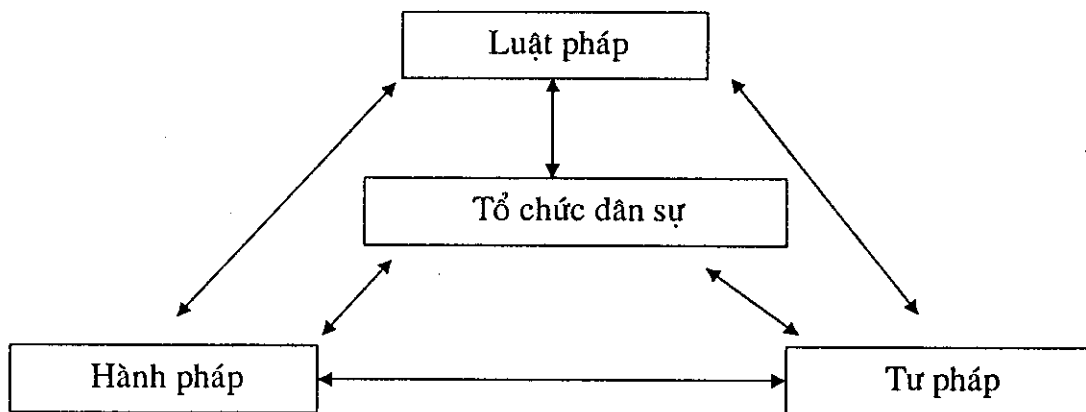
thiệp vào hầu hết các hoạt động kinh tế - xã hội không chỉ đối với tập thể mà nhiều khi còn đối với mỗi một cá nhân.

Bản chất của sự khác nhau trên đây được xuất phát từ truyền thống văn hoá. Nền tảng văn hoá phương Đông lấy *gia đình* làm nền tảng kinh tế - xã hội, trong khi phương Tây lấy *cá nhân* làm nền tảng. Các cá nhân ở phương Đông thường liên kết với nhau trong mối quan hệ gia đình, huyết thống, trong khi các cá nhân phương Tây có nhu cầu liên kết với nhau theo nhóm, sở thích, mối quan tâm lợi ích tinh thần và vật chất chung dưới các hình thức đa dạng như hội hay hiệp hội, câu lạc bộ... Cơ sở xã hội hình thành và phát triển các Hiệp hội không thoát ly nhận định của C.Mác: "Con người là tổng hoà các mối quan hệ xã hội". Nhiều nghiên cứu về mối quan hệ giữa hình thức tổ chức Nhà nước với phát triển Hiệp hội đã đi đến kết luận rằng, tính tập quyền của Nhà nước tỷ lệ nghịch với nhu cầu và khả năng phát triển của Hiệp hội.

Xét về mặt quyền lực, Hiệp hội là tổ chức không tư pháp, hành pháp hay lập pháp, nói cách khác là quyền lực của Hiệp hội không mang tính chất chính trị, hành chính mà là quyền lực có tính chất xã hội. Mâu thuẫn trong nội bộ Hiệp hội cũng như giữa Hiệp hội với các tổ chức khác không mang tính đối kháng, "một mất một còn", nên có thể giải quyết bằng thoả thuận và hợp tác. Gần đây, tại các nước kinh tế thị trường phát triển xuất hiện quan điểm cho rằng Hiệp hội là dạng quyền lực thứ tư đóng vai trò trung tâm cân bằng giữa 3 đỉnh của tam giác quyền lực là hành pháp, tư pháp và lập pháp. Hơn nữa, hình thức này sẽ đóng vai trò ngày càng quan trọng trong các nền kinh tế thị trường phát triển.

Qua những điều trình bày trên đây, ta có thể đi đến khái niệm *Hội hay hiệp hội là tổ chức xã hội, tập hợp các cá nhân hay tổ chức hoạt động tự nguyện tuân thủ tôn chỉ mục đích và các quy tắc chung đã thoả thuận, phù hợp với quy định của pháp luật, hoạt động theo nguyên tắc tự quản và không vì mục tiêu lợi nhuận.*

Sơ đồ 1: Vai trò của các tổ chức dân sự trong hệ thống quyền lực của nhà nước



Hiệp hội là một tổ chức phi chính phủ, Hiệp hội tồn tại và hoạt động trong các lĩnh vực khác nhau của đời sống xã hội như kinh tế, văn hoá, tôn giáo... Trên thế giới các Hiệp hội tồn tại với các phạm vi hoạt động theo các cấp độ khác nhau như thế giới, khu vực, quốc gia và các địa phương. Các thành viên (hội viên) của hội có thể là các cá nhân hoặc cũng có thể là các tổ chức. Sự hình thành và phát triển của Hiệp hội phụ thuộc rất lớn vào môi trường chính trị, kinh tế và xã hội của từng nước và từng giai đoạn phát triển khác nhau.

Ở nước ta, theo Nghị định 88 của Chính phủ ban hành ngày 30 tháng 7 năm 2003 thì Hiệp hội được hiểu là một tổ chức tự nguyện của công dân, hoặc các tổ chức hoạt động cùng ngành nghề, cùng sở thích, cùng giới, có chung mục đích là tập hợp, đoàn kết hội viên, hoạt động thường xuyên, không vụ lợi nhằm bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của hội viên; hỗ trợ nhau hoạt động có hiệu quả, Hiệp hội phải góp phần vào việc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, được tổ chức và hoạt động theo các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan.

1.2. Khái niệm về Hiệp hội ngành hàng

- Hiệp hội kinh tế.

Hiệp hội kinh tế là một Hiệp hội tập hợp các cá nhân hay các tổ chức hoạt động kinh tế, tự nguyện tuân thủ tôn chỉ mục đích và các quy tắc chung đã thoả thuận, phù hợp với quy định của pháp luật, hoạt động theo nguyên tắc tự quản và không vì mục tiêu lợi nhuận.

Xét về mặt lợi ích, Hiệp hội ra đời và phát triển được hay không phải căn cứ vào lợi ích kinh tế thiết thực mà Hiệp hội mang lại cho các hội viên. Hội viên chủ yếu của Hiệp hội kinh tế đại đa số là các doanh nghiệp (vì vậy, có thể hiểu Hiệp hội kinh tế là Hiệp hội doanh nghiệp), doanh nghiệp hoạt động với mục tiêu là lợi nhuận. Tuy nhiên, họ không phải tìm kiếm lợi nhuận trong Hiệp hội, đó chỉ là nơi giúp cho họ tìm kiếm lợi nhuận trên thương trường với kết quả tốt hơn.

Mục tiêu của Hiệp hội kinh tế là giúp doanh nghiệp hội viên trực tiếp và gián tiếp tăng thêm lợi nhuận trong hoạt động của họ. Hội phí phải được tính toán trên cơ sở "chi phí cận biên", theo đó mỗi đồng hội phí tăng thêm phải tạo ra lợi nhuận gia tăng theo cả nghĩa đen và nghĩa bóng của từ này. Hội phí không thể tăng thêm nếu không mang lại thêm lợi ích gì cho doanh nghiệp hội viên.

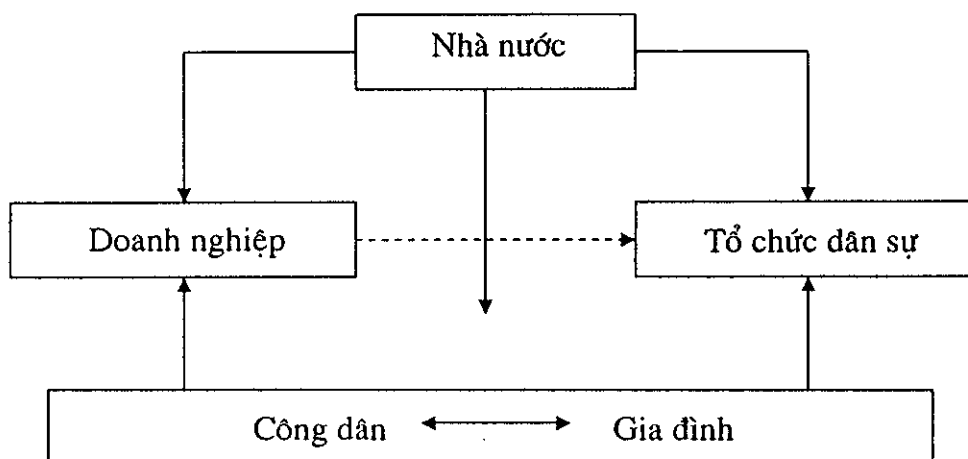
Vai trò, chức năng cơ bản của Hiệp hội nói chung và Hiệp hội doanh nghiệp nói riêng là tập hợp các doanh nghiệp trong tổ chức thống nhất, tạo ra sức mạnh mới cả về chất và lượng so với từng doanh nghiệp riêng lẻ. Hiệp hội bảo vệ quyền lợi chung của các doanh nghiệp hội viên, là cầu nối giữa doanh nghiệp với Nhà nước trong những vấn đề liên quan tới chính sách của nhà nước và với thị trường.

Hiệp hội là diễn đàn, tại đó các doanh nghiệp có thể giúp đỡ vật chất lẫn nhau, kể cả hỗ trợ kinh tế và tài chính, thoả thuận hợp tác xử lý bất đồng tranh

chấp nội bộ. Đồng thời, Hiệp hội cũng là nơi có các biện pháp mà các hội viên phối hợp hành động trừng phạt khi có một đối tác nào đó vi phạm quy chế, tiến hành những hoạt động cạnh tranh không lành mạnh làm ảnh hưởng đến lợi ích của các doanh nghiệp hội viên. Là môi trường thuận lợi để đào tạo, bồi dưỡng kiến thức tiếp cận thị trường, thoả thuận về giá, sản lượng, chiến tranh thương mại...

Hiệp hội còn tham gia vào hoạt động Nhà nước như hỗ trợ doanh nghiệp, phân bổ hạn ngạch xuất nhập khẩu đưa ra và thống nhất các quy tắc, tiêu chuẩn trong sản xuất kinh doanh hoặc đối với sản phẩm, hợp tác với các tổ chức xã hội, tổ chức dân sự tương ứng của các nước.

Sơ đồ 2: Mối quan hệ của hiệp hội ngành hàng với các tổ chức khác của xã hội



- Hiệp hội ngành hàng

Như đã trình bày ở trên, trong thuật ngữ Hiệp hội kinh tế, hay Hiệp hội doanh nghiệp, thực ra tham gia hiệp hội không chỉ có các doanh nghiệp (enterprise, corporation, company) mà còn có thể gồm một số tổ chức kinh tế - kỹ thuật khác có chung lợi ích cần liên kết để cùng nhau bảo vệ và phát triển (như hợp tác xã, trang trại, đơn vị dịch vụ khoa học - công nghệ, ngân hàng tín dụng...). Hơn nữa, cộng đồng doanh nghiệp lại có những tập hợp hẹp hơn gồm các doanh nghiệp cùng kinh doanh một số mặt hàng hay nhóm hàng, nên trong thực tế họ có mối quan hệ chặt chẽ với nhau hơn và họ dễ liên kết với nhau trong một tổ chức riêng để bảo vệ lợi ích của mình. Đó chính là cơ sở kinh tế để hình thành một loại Hiệp hội khác có tính phổ biến hơn trong cộng đồng các doanh nghiệp và thường được gọi là Hiệp hội ngành hàng.

Hiệp hội ngành hàng là một Hiệp hội doanh nghiệp mà các doanh nghiệp hội viên cùng kinh doanh một hoặc một số loại hình sản phẩm giống nhau. Chẳng hạn Hiệp hội Da giày hoặc Hiệp hội Dệt may là tổ chức tự nguyện của

các doanh nghiệp sản xuất và tiêu thụ các sản phẩm da giấy hoặc dệt may. Hiệp hội Cà phê-Cà cao là tổ chức của những doanh nghiệp sản xuất, chế biến và tiêu thụ loại hình sản phẩm này...

Việc các doanh nghiệp cùng kinh doanh một hoặc một số loại hình sản phẩm giống nhau thường dễ liên kết với nhau thành một Hiệp hội ngành hàng do các yếu tố sau đây:

Thông thường các nước hình thành các cơ quan quản lý Nhà nước theo các ngành (Bộ, ngành), vì vậy Hiệp hội ngành hàng để tạo lập kênh thông tin và đối thoại trực tiếp giữa các cơ quan nhà nước và doanh nghiệp. Cùng với các Bộ, ngành các Hiệp hội ngành hàng thường tham gia tích cực vào quá trình xây dựng luật pháp, chính sách kinh tế, tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi cho ngành hàng đó. Tổ chức các cuộc gặp gỡ đối thoại giữa lãnh đạo các cơ quan chính quyền với doanh nghiệp để trao đổi cụ thể về những vấn đề đang đặt ra trong từng ngành, lĩnh vực, như thuế, hải quan, xuất nhập khẩu, ngân hàng, thanh tra, kiểm tra...

Thông qua các hoạt động của mình, Hiệp hội ngành hàng thiết lập mối liên hệ với các hiệp hội khu vực và thế giới tạo ra một khung khổ hợp tác có hiệu quả trong điều kiện cạnh tranh và hội nhập. Đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp trên các diễn đàn quốc tế, đấu tranh cho quyền lợi chính đáng của các doanh nghiệp trong cùng một ngành hàng, chống áp đặt các điều kiện tiêu chuẩn quá cao của các nước phát triển về môi trường và trách nhiệm xã hội vào các quan hệ thương mại, tham gia ý kiến vào việc xây dựng một lộ trình hội nhập phù hợp với sức vươn lên của các doanh nghiệp và nền kinh tế

Tuy có liên hệ mật thiết với chính quyền, nhưng Hiệp hội ngành hàng bảo vệ quyền lợi chính đáng cho doanh nghiệp, từng nhóm doanh nghiệp để góp phần xây dựng môi trường kinh doanh lành mạnh và giải quyết kịp thời những mâu thuẫn nảy sinh, tạo nên lòng tin của nhân dân, của giới doanh nghiệp đối với môi trường kinh doanh. Việc đấu tranh chống các biểu hiện hình sự hoá các quan hệ kinh tế, dân sự, chống hiện tượng thực thi pháp luật, chính sách một cách tùy tiện trong các lĩnh vực thuế, hải quan, đất đai... đã đem lại kết quả tích cực, bảo vệ được lợi ích của doanh nghiệp.

Cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp bằng cách chủ động thu thập và cung cấp cho doanh nghiệp các thông tin về luật pháp, chính sách, về thị trường, về các đối tác... Đồng thời, với đội ngũ cán bộ, chuyên gia và cộng tác viên có khả năng, đầy mạnh tư vấn, hướng dẫn cho doanh nghiệp khai thác các cơ hội kinh doanh, thiết lập các quan hệ bạn hàng, nâng cao năng lực quản lý, giải quyết các tranh chấp phát sinh. Ngoài ra, Hiệp hội còn có thể hỗ trợ doanh nghiệp trong việc quảng bá, giới thiệu doanh nghiệp và sản phẩm tới khách hàng thông qua trang web, qua báo chí, bản tin và qua các hoạt động nghiệp vụ hằng ngày.

Tổ chức đào tạo cán bộ cho doanh nghiệp, góp phần xây dựng đội ngũ doanh nhân; tổ chức chấp mối giới thiệu bạn hàng và các hoạt động xúc tiến khác. Chấp mối giới thiệu bạn hàng. Hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc phòng tránh và giải quyết có hiệu quả các tranh chấp phát sinh trong kinh doanh, tư vấn và hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc thực hiện bảo hộ sở hữu thương hiệu, kiểu dáng công nghiệp và sáng chế của mình.

Ở nước ta, nhiều năm trước đây, khi chưa có kinh tế thị trường và hội nhập quốc tế, chúng ta chỉ có các tổ chức "đoàn thể quần chúng" gọi chung là Hội Đoàn nhằm tập hợp các tầng lớp nhân dân đóng góp vào sự nghiệp chung và bảo vệ quyền lợi từng giới. Thuật ngữ "Hiệp hội" hầu như chưa được sử dụng, hoặc được hiểu là các tổ chức rộng rãi bao trùm từng nhóm hội đoàn dưới hình thức Hội liên hiệp, Liên hiệp các hội, Tổng hội, Tổng liên đoàn (từ điển Việt Nam định nghĩa là "tổ chức quần chúng gồm nhiều tổ chức nhỏ hơn")

Sự xuất hiện thuật ngữ "Hiệp hội ngành hàng" là hệ quả của quá trình chuyển đổi sang kinh tế thị trường với sự ra đời các tổ chức nghề nghiệp theo từng ngành nghề. Tuy vậy, có một số tổ chức nghề nghiệp vẫn được gọi là Hội, Đoàn khiến có sự thiếu rõ ràng về vai trò, tính chất của tổ chức, có những trường hợp nhầm lẫn ảnh hưởng đến phương thức hoạt động và các mối quan hệ chức năng. Các thuật ngữ (tên gọi) chưa thể hiện đúng khái niệm, chưa nói lên đúng vai trò và tính chất của tổ chức, chưa phân biệt được thuật ngữ Hiệp hội cho các tổ chức nghề nghiệp với Hội, Đoàn là các tổ chức chính trị - xã hội hoặc văn hoá - xã hội.

Hiện nay, khái niệm "Hiệp hội ngành hàng" đã trở nên quen thuộc đối với cộng đồng các nhà doanh nghiệp và toàn bộ xã hội. Tuy nhiên, chúng ta vẫn chưa có định nghĩa rõ ràng về hội hiệp nói chung và Hiệp hội ngành hàng nói riêng một cách thống nhất. Vì vậy, cách tiếp cận khái niệm Hiệp hội ngành hàng trong phạm vi đề tài nghiên cứu này được xuất phát từ khái niệm về tổ chức. Tuy nhiên, sự khác biệt cơ bản giữa Hiệp hội với một số tổ chức khác chính là sự tham gia tự nguyện của các thành viên và tính phi lợi nhuận. Hiệp hội nói chung là một khái niệm rất bao trùm, trong đó có Hiệp hội kinh tế hay Hiệp hội doanh nghiệp và từ đó đi đến khái niệm về Hiệp hội ngành hàng.

2. Chức năng, nhiệm vụ và phương thức hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng

2.1. Chức năng, nhiệm vụ của Hiệp hội ngành hàng

Các Hiệp hội nói chung là các tổ chức dân sự đó là một hình thức dân chủ trực tiếp, đảm bảo các quyền lợi chính đáng và hợp pháp của các hội viên. Những quyền lợi đó rất đa dạng, không chỉ về chính trị mà còn về kinh tế, văn hoá, xã hội. Hoạt động của các tổ chức dân sự bảo đảm sự ổn định xã hội, do đáp ứng được các nhu cầu trong cuộc sống của mọi giới (về giới tính, dân tộc,

tín ngưỡng, nghề nghiệp...), hoá giải các tác nhân gây bất ổn trong xã hội, như một cái "van an toàn" thay vì chỉ dùng quyền lực Nhà nước.

Sự hiện diện các tổ chức phi Chính phủ như các Hiệp hội tạo ra đối tác cần thiết có hiệu quả đối với hoạt động của Nhà nước (không phải là đối lập), ngăn chặn các hành vi quan liêu, cửa quyền. Vai trò đối tác được thể hiện qua việc chia sẻ với chính phủ các dịch vụ công cộng, đáp ứng kịp thời và đầy đủ nhu cầu đời sống với hiệu quả cao, hoặc qua tham gia thực hiện các dự án phát triển kinh tế - xã hội với cách làm gọn nhẹ, tiết kiệm, thiết thực và được nhân dân trực tiếp kiểm tra.

Các tổ chức hiệp hội còn cung cấp cho Chính phủ các thông tin, những kiến nghị thiết thực của dân và doanh nghiệp, qua đó Chính phủ kịp thời xem xét, điều chỉnh chính sách và các chủ trương của mình cho sát đúng. Chính vì thế, chính phủ các nước đều khuyến khích, coi trọng và trợ giúp hoạt động của các tổ chức Phi chính phủ (NGO) và các NGO cũng được coi là đối tác quan trọng của nhiều tổ chức quốc tế (đặc biệt là các tổ chức thuộc Liên hiệp quốc và ngân hàng thế giới) trong các dự án tài trợ cho các nước đang phát triển. Sự kỳ thị, hoài nghi các NGO đã trở thành quá khứ ở hầu hết các nước.

Là một tổ chức mang tính hiệp hội, nên Hiệp hội ngành hàng cũng có vai trò như trên. Hơn nữa, Hiệp hội ngành hàng còn là một tổ chức kinh tế dân sự. Hiệp hội ngành hàng góp phần thúc đẩy kinh tế thị trường phát triển lành mạnh qua việc nâng cao sức cạnh tranh của các doanh nghiệp thành viên, giải quyết các tranh chấp hoặc chống lại các hành vi độc quyền, lũng đoạn. Chỉ có sự liên kết để yểm trợ lẫn nhau trong các Hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp mới đủ sức vươn lên mở rộng và trấn giữ thị trường, và đó là quan hệ "đồng minh" để đối phó với sự cạnh tranh quyết liệt trên thị trường.

Nhận thức được vai trò và các tác dụng quan trọng đó, ngay từ nghị quyết trung ương 4 (khoá VII) Đảng ta đã đưa ra tư tưởng chỉ đạo: "Phát triển các hình thức hợp tác giữa các doanh nghiệp Nhà nước với các Hợp tác xã, xây dựng các hiệp hội ngành nghề theo cơ chế dân chủ, tự quản". Hiệp hội ngành hàng là tổ chức hợp tác, liên kết "mềm" theo chiều ngang để phối hợp hoạt động bảo vệ lợi ích chung và giúp nhau nâng cao sức cạnh tranh; và đó là nhân tố thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội.

Xuất phát từ vai trò phát triển kinh tế nên chức năng, nhiệm vụ của Hiệp hội ngành hàng cũng có những nét đặc thù cơ bản như sau:

- Tổ chức điều tra thị trường (trong nước và thế giới), đánh giá thực lực, tiềm năng của các đơn vị thành viên, phân tích và sự báo để khuyến cáo các thành viên xác định quy mô và tiến độ kinh doanh hoặc điều chỉnh giá cả để phù hợp với quan hệ cung - cầu, đảm bảo phát triển cân đối, vững chắc. Tổ chức tìm thị trường mới, đối tác mới, nguồn lực mới.

- Trao đổi thông tin về công nghệ mới, thể chế mới và phương thức quản lý mới; tổ chức trao đổi kinh nghiệm về quản lý kinh doanh và đổi mới công nghệ để nâng cao sức cạnh tranh, mở rộng thị trường xuất khẩu hàng hoá.

- Phối hợp hành động trong việc đối phó với các tác nhân bất lợi cho hoạt động kinh doanh, chống các hành vi độc quyền và cạnh tranh không lành mạnh của các đối thủ.

- Điều hoà lợi ích trong nội bộ Hiệp hội ngành hàng, hoà giải các bất đồng. Bảo vệ lợi ích chính đáng của các đơn vị thành viên (trong quan hệ với chính sách của Nhà nước hoặc hành vi của các cơ quan công quyền). Thống nhất biện pháp giải quyết các bất đồng với người lao động (qua tổ chức công đoàn hoặc tự phát).

- Tìm và thu hút các nguồn tài trợ cho Hiệp hội ngành hàng; sử dụng đúng mục đích Quỹ kinh phí hoạt động của Hiệp hội ngành hàng, cân đối thu - chi và công khai hoá tài chính trong Hiệp hội.

- Phối hợp một số hoạt động đóng góp cho xã hội (như trợ giúp người nghèo khó, xây dựng kết cấu hạ tầng cho địa phương, tạo việc làm, khuyến học, phát triển văn hoá...).

- Tập hợp các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế cùng ngành tạo diễn đàn trao đổi, hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp trong Hiệp hội ngành hàng nhằm phát triển sản xuất, đẩy mạnh xuất khẩu.

- Đại diện cho các hội viên xử lý quan hệ đối nội, đối ngoại và bảo vệ quyền lợi hợp pháp của hội viên và của Hiệp hội.

- Thực hiện chức năng cầu nối giữa hội viên và các cơ quan quản lý Nhà nước nhằm đổi mới cơ chế, chính sách của Nhà nước để phát triển sản xuất và xuất khẩu.

- Làm chức năng đối ngoại, hợp tác quốc tế, mở rộng quan hệ của Hiệp hội với các tổ chức tương ứng quốc tế. Đại diện lợi ích của các doanh nghiệp hội viên, tham gia xử lý tranh tụng quốc tế (các vụ kiện về kinh doanh quốc tế).

Chính từ những chức năng này, Hiệp hội ngành hàng có vai trò hết sức quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả hoạt động, khả năng cạnh tranh và vị thế của doanh nghiệp trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng khốc liệt. Bên cạnh đó, sự phát triển các Hiệp hội còn thúc đẩy việc xây dựng các thể chế kinh tế thị trường, góp phần đẩy mạnh quá trình đổi mới kinh tế và cải cách hành chính ở nước ta.

2.2. Phương thức hoạt động của Hiệp hội ngành hàng

Mục đích chính của các Hiệp hội ngành hàng là: (1) hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển xuất khẩu và mở rộng thị trường nội địa; cung cấp thông tin

thị trường và khách hàng trong các doanh nghiệp hội viên; phổ biến cho các thành viên những tiến bộ khoa học - công nghệ trong sản xuất kinh doanh. (2) Xác định phương hướng phát triển sản xuất kinh doanh của ngành hàng, các nội dung liên kết và hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm trên cơ sở tự nguyện của các thành viên. (3) Bảo vệ quyền lợi của các hội viên trong hoạt động thương mại quốc tế và trong nước, thay mặt các hội viên trong các tranh tụng quốc tế. Phản ánh chọn lọc ý kiến của các hội viên về quy hoạch và các chính sách phát triển sản xuất - kinh doanh ngành hàng lên các cơ quan Chính phủ. (4) Hợp tác với các tổ chức, các hiệp hội ngành hàng quốc tế nhằm nâng cao vị thế và uy tín của ngành hàng nước ta trong cộng đồng quốc tế.

Xuất phát từ mục tiêu trên nên phương thức hoạt động của Hiệp hội ngành hàng phải thể hiện đúng tính chất của tổ chức dân sự, tổ chức nghề nghiệp. Phương thức hoạt động và hình thức tổ chức thông thường tuân theo những nguyên tắc sau:

(a) Về phương thức hoạt động

- Hiệp hội ngành hàng không hoạt động như một cơ quan quản lý kinh doanh, không can thiệp vào các hoạt động tự chủ của các đơn vị thành viên. Bản thân Hiệp hội cũng không tổ chức hoạt động kinh doanh tìm kiếm lợi nhuận, mà chỉ có thể tổ chức một số dịch vụ phục vụ nội bộ Hiệp hội để gây quỹ hoạt động tự trang trải kinh phí hoặc tạo thêm phúc lợi tập thể.

- Mọi chủ trương của Hiệp hội ngành hàng đều thông qua thương lượng dân chủ, bình đẳng giữa các thành viên, phục vụ quyền lợi chung của các doanh nghiệp trong Hiệp hội, có sự nhất trí cao.

- Các hoạt động chung được huy động lực lượng từ các đơn vị thành viên với sự phân công hợp lý có sự điều phối của cơ quan điều hành Hiệp hội. Bộ máy giúp việc cơ quan điều hành Hiệp hội rất gọn nhẹ, chủ yếu là thuê theo hợp đồng (bao gồm chuyên gia, nhân viên)

- Tài chính (thu, chi kinh phí hoạt động) phải công khai, minh bạch, có chức danh kiểm soát và chế độ báo cáo. Phần kinh phí kết dư không được phân chia cho cá nhân, phải để lại quỹ để chi đúng mục đích. Kinh phí đóng góp của các đơn vị thành viên được quy định trong điều lệ, cũng có thể tự nguyện đóng góp thêm. Khi hợp nhất, chia tách hoặc giải thể chấm dứt hoạt động cần phải kiểm kê, đánh giá tài sản và thống nhất cách xử lý.

- Việc gia nhập hoặc rút ra khỏi Hiệp hội là hoàn toàn tự nguyện. Khi tham gia, mỗi đơn vị thành viên được đảm bảo quyền tự chủ và tự chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh, được bình đẳng về quyền lợi và nghĩa vụ; không hoạt động riêng rẽ trái với thoả thuận chung gây phương hại cho các thành viên khác. Các biện pháp cạnh tranh với đối tác bên ngoài cần được phối hợp.

- Đại diện đơn vị thành viên là giám đốc hoặc người được uỷ quyền. Cơ cấu thành viên Hiệp hội do điều lệ quy định.

- Cơ quan quyền lực cao nhất của Hiệp hội ngành hàng là Đại hội toàn thể đại diện các đơn vị thành viên với nhiệm kỳ 2 hoặc 3 năm. Đại hội lần đầu do các thành viên sáng lập (ban vận động thành lập) triệu tập và chủ trì. Đại hội bàn và quyết định điều lệ, các cơ chế, chương trình hoạt động từng nhiệm kỳ và các chủ trương lớn có ảnh hưởng sâu rộng.

- Ban điều hành Hiệp hội ngành hàng là cơ quan điều phối các hoạt động thường xuyên, chấp hành nghị quyết của Đại hội. Tùy quy mô Hiệp hội, có thể có Chủ tịch, Phó chủ tịch, Tổng thư ký... hoặc gọn hơn là Chủ tịch và một uỷ viên điều hành. Thành viên Ban điều hành nói chung là những giám đốc đơn vị thành viên kiêm nhiệm, chỉ trường hợp Hiệp hội ngành hàng quy mô toàn quốc mới cần có người chuyên trách (Tổng thư ký). Nói chung, mô hình tổ chức cơ quan điều hành thường gọn nhẹ với số cán bộ, nhân viên giúp việc tối thiểu.

- Tùy quy mô Hiệp hội, có thể có Ban Kiểm soát (tài chính) do Đại hội bầu ra (ngoài Ban điều hành), hoặc chỉ cần 1 uỷ viên kiểm soát. Khi cần thiết, có thể sử dụng cơ quan kiểm toán để xử lý.

- Các nguồn thu kinh phí của Hiệp hội ngành hàng bao gồm: Đóng góp vào Quỹ của các đơn vị thành viên (do Đại hội quy định), không nhất thiết bình quân mà tùy quy mô và thực lực của từng đơn vị thành viên. Tài trợ của các tổ chức và cá nhân (trong nước và nước ngoài). Hỗ trợ của Nhà nước do đóng góp có hiệu quả vào các nhiệm vụ của Nhà nước. Các nguồn thu khác hợp pháp như lãi gửi tiết kiệm, dịch vụ gây quỹ...

(b) Về hình thức tổ chức

Hiệp hội được thành lập và hoạt động sau khi Đại hội các hội viên nhất trí thông qua điều lệ và được Thủ tướng Chính phủ hoặc cơ quan quản lý Nhà nước được Thủ tướng Chính phủ uỷ quyền cho phép thành lập và phê chuẩn. Tổ chức hoạt động của Hiệp hội ngành hàng theo nguyên tắc tự nguyện và dân chủ được thể hiện ở các Nghị quyết của Đại hội, Nghị quyết của Hội đồng quản trị biểu quyết theo đa số, các cá nhân chịu trách nhiệm về nhiệm vụ mình được phân công.

- Tổ chức của hiệp hội ngành hàng bao gồm:

- (1) Đại hội toàn thể hoặc Đại hội đại biểu hội viên của hiệp hội
- (2) Hội đồng quản trị
- (3) Ban kiểm tra, ban điều phối và hoà giải
- (4) Cơ quan giúp việc hội đồng quản trị

- **Đại hội** là cơ quan lãnh đạo cao nhất của Hiệp hội được tổ chức 3 năm một lần và có các nhiệm vụ chủ yếu như sau:

(1) Thảo luận và thông qua các báo cáo về tình hình hoạt động của hiệp hội, thông qua chương trình và kế hoạch hoạt động của Hiệp hội;

(2) Xem xét và thông qua báo cáo tài chính của hiệp hội;

(3) Xem xét và quyết định các vấn đề có liên quan đến quyền lợi và trách nhiệm của các hội viên, các Quyết định của Hội đồng quản trị về việc kết nạp hoặc khai trừ hội viên;

(4) Xem xét và quyết định việc sửa đổi, bổ sung điều lệ của hiệp hội;

(5) Bầu Hội đồng quản trị;

(6) Trong trường hợp số hội viên lên đến 1000, Đại hội toàn thể có thể tiến hành theo hình thức Đại hội đại biểu, số lượng đại biểu sẽ do Hội đồng quản trị quy định căn cứ theo tỷ lệ hội viên.

- **Hội nghị Hội viên** được triệu tập mỗi năm một lần để bàn và quyết định công việc của hiệp hội.

- **Hội đồng quản trị:**

Hội đồng quản trị là cơ quan chấp hành của hiệp hội, điều hành hoạt động của hiệp hội giữa hai kỳ Đại hội. Thành viên của Hội đồng quản trị từ 15 đến 21 người. Số thành viên Hội đồng quản trị do Đại hội quyết định. Thành viên Hội đồng quản trị được phân bổ theo tỷ lệ hội viên trong khu vực, lãnh thổ;

Thành phần Hội đồng quản trị gồm:

+ Chủ tịch

+ Các phó chủ tịch và các Ủy viên

Chủ tịch và các Phó chủ tịch do hội đồng quản trị bầu ra. Nhiệm kỳ của Hội đồng quản trị là 3 năm, thành viên của Hội đồng quản trị được bầu với tư cách cá nhân và có thể bị miễn nhiệm trước thời hạn theo Quyết định của Đại hội bất thường hoặc theo đề nghị của đa số hội viên.

Trong trường hợp thành viên Hội đồng quản trị nghỉ hưu, bị đình chỉ công tác hoặc vì lý do khác không thể tiếp tục nhiệm vụ của Hội đồng quản trị thì hội viên là pháp nhân có thành viên đó được cử người khác thay thế và phải thông báo cho Chủ tịch Hội đồng quản trị trong vòng 30 ngày. Người được cử thay thế chỉ được công nhận là thành viên Hội đồng quản trị với sự chấp thuận của ít nhất 2/3 số thành viên Hội đồng quản trị.

Hội đồng quản trị họp thường kỳ 6 tháng một lần để xem xét và đánh giá tình hình hoạt động của Hiệp hội, bàn bạc và quyết định các biện pháp cần thiết để thực hiện Nghị quyết của Đại hội hiệp hội. Kỳ họp phải có trên 2/3 số Ủy viên Hội đồng quản trị tham gia.

Cơ quan thường trực Hội đồng quản trị gồm: Chủ tịch, Phó chủ tịch thường trực, Tổng thư ký và một số Ủy viên. Chủ tịch Hội đồng quản trị là người lãnh đạo hoạt động của Hội đồng quản trị, thay mặt Hội đồng quản trị và hiệp hội trong quan hệ với các cơ quan Nhà nước, các tổ chức kinh tế trong và ngoài nước và tổ chức quốc tế để giải quyết các vấn đề có liên quan đến hoạt động của hiệp hội; Tổng thư ký là người giúp việc cho Hội đồng quản trị để xử lý các công việc hàng ngày của cơ quan thường trực Hội đồng quản trị.

- **Ban kiểm tra** gồm một số thành viên của Hội đồng quản trị, do Hội đồng quản trị bầu với nhiệm kỳ 3 năm. Ban kiểm tra có 3 Ủy viên trong đó có 1 Trưởng ban thực hiện theo quy chế được Hội đồng quản trị thông qua. Ban kiểm tra có nhiệm vụ kiểm tra tư cách đại biểu tham dự đại hội; kiểm tra việc thực hiện Nghị quyết của Đại hội của Hội đồng quản trị; kiểm tra về tài chính và báo cáo kết quả kiểm tra trước Hội đồng quản trị, trước hội nghị hàng năm trước Đại hội.

- Để giúp việc cho Hội đồng quản trị, hiệp hội thành lập **Văn phòng của Hiệp hội** do Tổng thư ký hiệp hội phụ trách. Biên chế của cán bộ, nhân viên văn phòng của Hiệp hội do Chủ tịch Hội đồng quản trị đề xuất và phải được Hội đồng quản trị thông qua.

3. Năng lực và tiêu chí đánh giá năng lực hoạt động của hiệp hội

Năng lực hoạt động của Hiệp hội ngành hàng là toàn bộ các khả năng bên trong nhằm thực hiện chức năng nhiệm vụ của Hiệp hội. Các yếu tố cấu thành năng lực của hiệp hội có thể phân chia thành ba khả năng chủ yếu sau đây:

- Năng lực về tài chính của Hiệp hội
- Năng lực tổ chức quản lý của cán bộ Hiệp hội
- Quy mô (số lượng) hội viên của Hiệp hội (năng lực tập hợp)

3.1. Về năng lực tài chính

Bất cứ một tổ chức kinh tế - xã hội nào muốn ra đời, tồn tại và phát triển đều phải nắm trong tay một nguồn lực tài chính nhất định. Không có nguồn lực tài chính để tiến hành các hoạt động thì các tổ chức đó có điều kiện cơ bản để tồn tại và phát triển được. Do đó, yêu cầu hình thành quỹ tài chính trong các tổ chức chính trị, kinh tế xã hội là một tất yếu khách quan. Tuy nhiên, do tính chất hình thành và đặc điểm hoạt động của từng tổ chức khác nhau, nên việc hình

thành và quản lý các quỹ tài chính trong các tổ chức nói trên dựa trên những cơ sở khác nhau.

Các Hiệp hội ngành hàng cũng là một tổ chức kinh tế nhưng mang trong mình nó hai đặc điểm quan trọng. Một là tính chất tự nguyện và hai là hoạt động theo tính phi lợi nhuận. Chính hai đặc điểm này chi phối đến quá trình hình thành quỹ tài chính trong các hiệp hội kinh tế. Cơ sở hình thành quỹ tài chính trong các Hiệp hội ngành hàng không thể trông chờ vào sự bao cấp của Nhà nước hoặc dựa trên cơ sở quyền lực, bắt buộc đóng góp, cũng không thể dựa vào kết quả hoạt động kinh doanh. Cơ sở hình thành quỹ tài chính trong các Hiệp hội ngành hàng chủ yếu là sự đóng góp tự nguyện của hội viên tùy mức độ lợi ích mà các hoạt động của chúng mang lại cho các hội viên và cho xã hội. Uy tín hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng càng cao đối với mỗi hội viên, cũng như đối với toàn bộ hoạt động kinh tế của đất nước thì khả năng, mức độ hình thành quỹ càng lớn. Tính lợi ích, mức độ uy tín chính là cơ sở điều kiện để có được quỹ tài chính đối với từng Hiệp hội kinh tế nói chung và Hiệp hội ngành hàng nói riêng.

Những nguồn thu chủ yếu để hình thành quỹ tài chính trong các Hiệp hội ngành hàng có thể là sự đóng góp tự nguyện của các hội viên, nguồn hỗ trợ của NSNN, các khoản thu hợp pháp của Hiệp hội thông qua một số hoạt động dịch vụ, các khoản đóng góp tự nguyện và các khoản tài trợ của cá nhân, tổ chức trong và ngoài nước.

Để bảo tồn và phát triển quỹ này phục vụ cho hoạt động của Hiệp hội ngành hàng, nguyên tắc chung sử dụng quỹ tài chính là dựa theo những quy định nội bộ đã được đa số hội viên nhất trí, ngoài ra có tham khảo những quy định của Nhà nước về quản lý tài chính. Những quy định nội bộ về sử dụng quỹ tài chính của Hiệp hội ngành hàng cần quán triệt nguyên tắc có trọng tâm, trọng điểm, tiết kiệm và hiệu quả, bảo tồn và phát triển của quỹ. Yêu cầu cơ bản của quản lý thu chi của quỹ là minh bạch rõ ràng, có kiểm tra, kiểm soát, đảm bảo độ an toàn của quỹ, phát huy tính dân chủ trong quản lý quỹ tài chính của hiệp hội.

Tuy Hiệp hội ngành hàng là tổ chức phi chính phủ, song không hoàn toàn có nghĩa là hoạt động của các Hiệp hội không có sự hỗ trợ của Nhà nước về mặt tài chính. Sự hỗ trợ của Nhà nước đối với các tổ chức Hiệp hội không phải là ngân sách cấp trực tiếp mà tiền thu được từ việc thực hiện các hợp đồng nghiên cứu do Chính phủ đặt hàng hoặc thực hiện các dịch vụ cho cơ quan Nhà nước hoặc cho các doanh nghiệp. Các văn bản luật và các văn bản quy phạm pháp luật cần phải xem ý kiến đóng góp của các Hiệp hội như là ý kiến tham gia của một tổ chức chính trị, xã hội về vấn đề này. Vì nhiệm vụ điều tra xây dựng phục vụ các chương trình nghiên cứu kinh tế xây dựng và pháp luật là chức năng của các cơ quan chuyên môn của Nhà nước, tuy nhiên thông thường các nhà nghiên cứu vĩ mô có mối quan hệ với các tổ chức Hiệp hội để nắm bắt tình hình vì đó là một kênh thông tin vô cùng quan trọng của các cơ quan quản lý Nhà nước.

Mối quan hệ này nhất thiết phải được xây dựng trên cơ sở hợp đồng kinh tế như tư vấn, thông tin chứ không thể là sự chỉ đạo hành chính. Nguồn thu này để bổ sung tài chính cho các tổ chức Hiệp hội duy trì hoạt động thuê văn phòng, chi trả các chi phí và trả lương cho cán bộ.

3.2. Năng lực cán bộ và tổ chức, quản lý hoạt động của hiệp hội

Ngoài năng lực tài chính như đã nêu trên, sự tồn tại và phát triển của một Hiệp hội ngành hàng phụ thuộc rất lớn vào năng lực của cán bộ lãnh đạo. Trong bất kỳ một tổ chức nào, năng lực của cán bộ luôn là một yếu tố quyết định năng lực hoạt động của một tổ chức. Tuy nhiên, đối với loại hình tổ chức mang tính tự nguyện, phi lợi nhuận như Hiệp hội ngành hàng, thì vai trò của cán bộ lãnh đạo còn mang tính quyết định cao hơn. Một trong những năng lực cá nhân của cán bộ lãnh đạo Hiệp hội cần có là khả năng tổ chức công việc, khả năng tập hợp, lôi cuốn các hội viên, nhiệt tình công tác và không vụ lợi. Nhìn chung, cán bộ của các tổ chức xã hội, đặc biệt là các hiệp hội thì không thể vì lợi, vì danh mà chủ yếu phải là vì nghĩa, vì tình với nghề, với ngành mà suốt đời mình đã cống hiến.

Để hoạt động của Hiệp hội ngành hàng ngày càng có hiệu quả cao và mang tính chuyên nghiệp, một mặt, hiệp hội mà nòng cốt là cơ quan thường trực phải được sự ủng hộ, hỗ trợ mạnh mẽ về cả tinh thần lẫn vật chất của các cơ quan quản lý Nhà nước, mặt khác hiệp hội cũng cần có một bộ "tham mưu" đủ năng lực để thực hiện nhiệm vụ của hội đề ra, nhất là các chương trình gắn với nhiệm vụ của Nhà nước. Các thành viên hiệp hội cần đề cử vào bộ phận thường trực của hiệp hội những cán bộ có trình độ chuyên môn cao, ngoại ngữ tốt, năng động để hoàn thành nhiệm vụ.

Để có thể hoàn thành nhiệm vụ được giao, lãnh đạo các hiệp hội phải luôn xác định rõ những nhóm công việc định hướng mục tiêu trong một giai đoạn nhất định (thường xuyên, đột xuất, trung hạn và dài hạn). Trên cơ sở đó, phân công người chịu trách nhiệm chính tổ chức cho các bộ phận có liên quan tham gia. Hoạt động của Hiệp hội thể hiện chủ yếu dưới các dạng dịch vụ tư vấn nhằm phát triển ngành hàng, hỗ trợ và bảo vệ lợi ích hội viên và cộng đồng doanh nghiệp và duy trì hoạt động của bộ máy. Mục tiêu đó đòi hỏi cơ quan thường trực phải xác định rõ những nhóm chức năng công việc trong khuôn khổ điều lệ và luật pháp, từ đó hình thành những dịch vụ tương thích. Đó là các dịch vụ tư vấn; xúc tiến thương mại; thông tin và truyền thông; đào tạo và phát triển nguồn nhân lực... tăng cường các hoạt động hợp tác quốc tế. Một nhiệm vụ quan trọng khác của cơ quan thường trực là tiến hành trao đổi, phối hợp hoạt động giữa các Hiệp hội trong nước và với các Hiệp hội nước ngoài.

3.3. Quy mô hội viên của hiệp hội (năng lực tập hợp)

Ngoài năng lực tài chính, năng lực tổ chức quản lý và hoạt động của cán bộ lãnh đạo Hiệp hội một yếu tố khác góp phần ảnh hưởng trực tiếp đến năng lực của hiệp hội là khả năng tập hợp các doanh nghiệp cùng ngành hàng làm

tăng quy mô (số lượng) hội viên của hiệp hội. Trong Hiệp hội ngành hàng, các doanh nghiệp hội viên thông thường là các doanh nghiệp có lĩnh vực ngành hàng kinh doanh tương đối giống nhau. Chẳng hạn Hiệp hội vận tải thì hội viên là các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ vận tải, hiệp hội mía đường thì hội viên bao gồm các doanh nghiệp kinh doanh trong lĩnh vực sản xuất, chế biến hoặc tiêu thụ sản phẩm đường.

Do hội viên của Hiệp hội ngành hàng là những doanh nghiệp mà hoạt động của họ gắn liền với những công đoạn khác nhau từ sản xuất đến tiêu thụ một số loại sản phẩm hàng hoá nhất định, nên rõ ràng ngành hàng nào có quy mô lớn, chiếm tỷ trọng cao trong nền kinh tế, số lượng các đơn vị tham gia vào quá trình sản xuất và kinh doanh nhiều thì kết quả là hiệp hội ngành hàng đó mạnh hơn. Hiệp hội đó có số hội viên đông hơn và như vậy sẽ có đủ nguồn lực nhằm tăng cường hoạt động của hiệp hội đó tốt hơn.

Là một tổ chức mang tính dân sự, làm chỗ dựa cho các doanh nghiệp hội viên nâng cao năng lực quản lý, phát triển sản xuất kinh doanh, bảo vệ lợi ích kinh tế của mình, hiệp hội còn là một diễn đàn đáp ứng các nhu cầu khác của hội viên như giao lưu tình cảm, trao đổi kinh nghiệm và bày tỏ các nguyện vọng cá nhân... rõ ràng với số hội viên càng đông thì điều kiện để đáp ứng các nhu cầu trên càng tốt hơn. Tập hợp được đông đảo các doanh nghiệp trong ngành làm hội viên, tiếng nói của hiệp hội thực sự đại diện cho những doanh nghiệp hoạt động trong cùng một lĩnh vực ngành hàng. Số hội viên đông sẽ làm cho tiếng nói của hiệp hội trên diễn đàn trong nước cũng như quốc tế có trọng lượng hơn.

Như vậy, năng lực của Hiệp hội ngành hàng bao gồm năng lực tài chính và năng lực cán bộ và quy mô hội viên của hiệp hội. Đó là những yếu tố quyết định sự thành công trong việc thực hiện các chức năng của Hiệp hội. Tuy nhiên các yếu tố cấu thành năng lực trên đây của hiệp hội không tồn tại và tác động đến năng lực của hiệp hội một cách riêng rẽ mà mà quyện chặt với nhau tạo thành năng lực tổng hợp của hiệp hội.

Hơn nữa các yếu tố đó lại tác động lẫn nhau, yếu tố này có thể là nguyên nhân của yếu tố kia hoặc ngược lại. Chẳng hạn như số hội viên đông thì có thể năng lực tài chính mạnh và nhờ đó có thể chọn được một đội ngũ các nhà lãnh đạo hiệp hội có đủ năng lực. Ngược lại, một hiệp hội có số thành viên hạn chế nhưng nhờ năng lực của lãnh đạo hiệp hội nên các hoạt động của hiệp hội có chiều sâu nhờ đó có năng lực tài chính mạnh hơn và càng ngày càng thu hút được nhiều hội viên hơn... Đây là những căn cứ rất quan trọng để hình thành tiêu chí đánh giá năng lực của các hiệp hội ở nội dung tiếp theo.

3.4. Tiêu chí và phương pháp đánh giá năng lực hoạt động của hiệp hội

Năng lực về tài chính, cán bộ lãnh đạo và quy mô hội viên là những yếu tố cấu thành năng lực của Hiệp hội. Tuy nhiên, để đánh giá năng lực của một

hiệp hội có nhiều biện pháp khác nhau, các biện pháp này dựa trên một số các tiêu chí khác nhau. Về mặt lý thuyết, ta có thể căn cứ vào các tiêu chí như tài chính, năng lực hoạt động của cán bộ lãnh đạo và quy mô hội viên để đánh giá năng lực hoạt động của một Hiệp hội ngành hàng. Song trong điều kiện thực tế hoạt động của các hiệp hội ngành hàng nước ta hiện nay thường rất khó thực hiện bởi những lý do sau đây:

- Về mặt tài chính ta có thể so sánh được con số tuyệt đối giữa các quỹ của các hiệp hội khác nhau và từ đó dễ dàng đi đến kết luận là năng lực tài chính của hiệp hội này hơn hiệp hội kia. Và về nguyên tắc, do có quy mô tài chính lớn, nên ban lãnh đạo hiệp hội có thể triển khai các hoạt động nhằm đáp ứng được các nhu cầu của hội viên, từ đó có thể đánh giá đó là một hiệp hội có năng lực hoạt động tốt. Tuy nhiên, nếu một hiệp hội có quy mô tài chính lớn nhưng do cán bộ quản lý kém thì chưa hẳn đã phát huy được hiệu quả cuối cùng của yếu tố này, nhiều khi còn là nguyên nhân gây ra tham nhũng và làm giảm năng lực của hiệp hội.

- Khác với năng lực tài chính, việc so sánh năng lực của cán bộ lãnh đạo giữa các hiệp hội là rất phức tạp. Để đánh giá năng lực nói chung của Ban lãnh đạo hiệp hội, ta có thể căn cứ vào số lượng và chất lượng (năng lực cá nhân) của cán bộ lãnh đạo. Về mặt số lượng cán bộ ta có thể tiến hành một cách khá thuận lợi, song vấn đề là ở chỗ chất lượng hay năng lực cá nhân của từng cán bộ. Chất lượng, năng lực cán bộ là gì, là người am hiểu về ngành hàng của hiệp hội, là người hiểu rõ tình hình về thị trường trong nước và quốc tế, là người giỏi điều hành, giỏi ngoại ngữ, là người trước đây đã từng giữ các chức vụ quan trọng trong bộ máy nhà nước có liên quan đến ngành hàng, là người có phẩm chất đạo đức tốt... nói chung là rất khó xác định.

Hơn nữa, giả sử rằng ta có thể đánh giá được năng lực của từng cán bộ sau khi dựa vào các tiêu chí trên đây, thì năng lực của ban lãnh đạo, bộ máy lãnh đạo Hiệp hội ngành hàng lại còn phụ thuộc vào cách thức tổ chức sắp xếp từng cán bộ trong một cơ cấu tổ chức một cách hợp lý. Trong cơ cấu tổ chức đó từng cá nhân cán bộ phát huy được khả năng sẵn có của mình để tạo thành một động lực thúc đẩy hiệp hội phát triển. Thực tế đây cũng là một vấn đề không đơn giản...

- Số lượng hội viên là căn cứ xác đáng nhất để có thể đánh giá năng lực hoạt động của hiệp hội. Vì rằng đây không chỉ là một trong những yếu tố cấu thành năng lực của một hiệp hội, mà còn là yếu tố phản ánh kết quả của các yếu tố tài chính và năng lực tổ chức, cán bộ của ban lãnh đạo hiệp hội. Một hiệp hội có quy mô tài chính lớn, có bộ máy lãnh đạo với tổ chức hợp lý và cán bộ có năng lực thì có khả năng triển khai được nhiều hoạt động bổ ích đáp ứng được vai trò chức năng của hiệp hội như cầu nối với chính quyền với cộng đồng quốc tế và đảm bảo được lợi ích của hội viên, nhờ đó thu hút được sự tham gia của hội viên. Ngược lại, số hội viên có thể giảm dần nếu như hoạt động của hiệp hội không đáp ứng được nhu cầu cho họ.

Song trên thực tế, do tính đặc thù của mỗi ngành hàng và từ đó hình thành đặc thù các hiệp hội. Số lượng doanh nghiệp trong từng lĩnh vực ngành hàng có thể rất khác nhau dẫn đến số lượng hội viên khác nhau. Đây là yếu tố khách quan, vì vậy nếu căn cứ vào quy mô hội viên để so sánh năng lực của hiệp hội thì gặp những điều bất cập. Mặt khác, trong thực tế nhiều Hiệp hội ngành hàng của nước ta mới thành lập, đang trong quá trình xây dựng, sự ra đời và hoạt động còn mang nặng tính bao cấp của cơ chế cũ nên việc xây dựng tiêu chí đúng đắn là rất khó khăn.

Tóm lại, do sự đánh giá các yếu tố cấu thành năng lực hiệp hội ở nước ta hiện nay còn nhiều bất cập, nên chúng ta không thể đánh giá năng lực của hiệp hội bằng cách dựa vào các yếu tố như nguồn kinh phí, năng lực của ban lãnh đạo và quy mô của hội viên, lượng hoá chúng và hình thành các tiêu chí so sánh. Phương pháp đánh giá trên đây có thể gọi là phương pháp đánh giá dựa vào các đại lượng đầu vào, nó được dùng phổ biến trong lĩnh vực kỹ thuật, tuy nhiên trong lĩnh vực mang tính kinh tế - xã hội như hiệp hội nhiều khi có những bất cập nhất định.

Một phương pháp thường được áp dụng trong thực tế để đánh giá năng lực của các hiệp hội ngành hàng là đánh giá thông qua kết quả và hiệu quả hoạt động của hiệp hội. Phương pháp đánh giá này cho rằng các năng lực của hiệp hội như tài chính, lãnh đạo, số lượng hội viên là các yếu tố đầu vào tổng hợp các yếu tố đó tạo thành năng lực chung của hiệp hội và năng lực đó thể hiện bằng các kết quả hoạt động của hiệp hội mà kết quả này có thể xác định được.

Việc xác định hiệu quả hoạt động của một hiệp hội được tiến hành thông qua phương pháp điều tra, khảo sát. Phương thức điều tra có thể tiến hành qua phiếu, qua mạng, hoặc trực tiếp phỏng vấn. Đối tượng điều tra trước hết là các hội viên của hiệp hội, các doanh nghiệp thuộc ngành hàng nhưng không phải là hội viên, các đối tượng khác. Ngoài ra còn có thể tham khảo ý kiến của chính quyền và các tổ chức quốc tế.

Để tiến hành điều tra ý kiến của hội viên thuộc hiệp hội bằng các phiếu điều tra cần phải hình thành nội dung của phiếu điều tra. Nội dung này phải bao gồm những tiêu chí nhất định, qua sự tổng hợp các tiêu chí này có thể phản ánh được một cách tương đối chính xác hiệu quả hoạt động của Hiệp hội và qua đó có thể rút ra năng lực của hiệp hội. Bảng câu hỏi (phiếu điều tra) có thể bao hàm các nội dung như sau:

- Khả năng hỗ trợ doanh nghiệp phát triển thị trường xuất khẩu và mở rộng thị trường nội địa;
- Khả năng cung cấp thông tin thị trường và khách hàng cho các doanh nghiệp của hiệp hội;

- Khả năng xác định phương hướng liên kết và hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm trên cơ sở tự nguyện của các thành viên;

- Thực tế việc bảo vệ quyền lợi của các hội viên trong tranh chấp thương mại trong nước và quốc tế đối với các doanh nghiệp hội viên;

- Khả năng phản ánh ý kiến của các hội viên về quy hoạch và các chính sách phát triển sản xuất, kinh doanh ngành hàng cho các cơ quan Chính phủ.

- Khả năng của ban lãnh đạo hội trong việc:

+ Liên kết tập hợp các doanh nghiệp hội viên;

+ Bảo vệ lợi ích các doanh nghiệp hội viên;

+ Tham gia vào tranh tụng quốc tế bảo vệ quyền lợi cho các hội viên;

+ Xúc tiến xuất khẩu, mở rộng thị trường, nâng cao sức cạnh tranh cho doanh nghiệp hội viên;

+ Tham gia vào việc đóng góp ý kiến trong việc đưa ra các chính sách quản lý của cơ quan Nhà nước...

- Sự phát triển cả về số lượng và thành viên Hiệp hội ngành hàng

- Vấn đề nâng cao công tác tổ chức và đào tạo nguồn nhân lực cho bản thân Hiệp hội ngành hàng và các doanh nghiệp hội viên...

Sau mỗi câu hỏi cần có gợi ý để hướng người được điều tra tập trung vào những vấn đề cốt lõi, nếu bằng câu hỏi được chuẩn bị tốt có thể phân loại các tình huống để đối tượng phỏng vấn có thể tiến hành cho điểm hoặc tiến hành tự đánh giá theo mức độ như tốt, trung bình, yếu, rất yếu...

Phương pháp này được áp dụng khá phổ biến ở các nước phương tây trong điều tra đánh giá về xã hội học. Ở nước ta gần đây phương pháp này cũng đã được áp dụng, nhất là trong các dự án tài trợ nước ngoài có liên quan đến điều tra nhu cầu của khách hàng, thị trường, nhận thức... Hiện nay, nước ta chưa có hệ thống tiêu chí đánh giá năng lực hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng. Trong chương III chúng tôi sẽ mạnh dạn đề xuất một số tiêu chí đánh giá chủ yếu.

II. VAI TRÒ CỦA CÁC HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG TRONG PHÁT TRIỂN XUẤT KHẨU CỦA CÁC DOANH NGHIỆP HỘI VIÊN

Qua nghiên cứu các khái niệm, chức năng của hiệp hội ngành hàng chúng ta thấy rằng sở dĩ ở các nước có nền kinh tế phát triển theo cơ chế thị trường các doanh nghiệp tích cực tham gia hiệp hội, bởi vì họ nhìn nhận hiệp hội là một tổ chức bảo vệ và đưa lại lợi ích chính đáng cho họ. Phần lớn doanh

nghiệp khi mới thành lập họ chưa tham gia vào một hiệp hội nào, nhưng sau đó họ nhận thấy cần thiết và đều tham gia một hoặc một số hiệp hội.

Nhà nước cũng khuyến khích việc hình thành và phát triển của các Hiệp hội ngành hàng vì rằng đó chính là cầu nối giữa doanh nghiệp và Nhà nước. Khi tham gia hội nhập, vai trò của các hiệp hội càng được đề cao. Phần nhiều các trường hợp tranh chấp dần xếp trong thương mại quốc tế là do các hiệp hội đứng ra thực hiện. Chúng ta có thể thấy rõ điều này qua các vụ kiện cá tra, cá basa, vụ kiện bột lửa ga, giấy và đế giấy không thấm nước và hiện đang là vụ kiện tôm. Để hiểu rõ vai trò của Hiệp hội ngành hàng trong phát triển xuất khẩu của các doanh nghiệp hội viên cần tập trung vào các nhiệm vụ sau đây:

1. Tập hợp, liên kết các doanh nghiệp ngành hàng thuộc các thành phần kinh tế khác nhau, tạo ra sức mạnh của ngành trong hoạt động xuất khẩu

Để phát triển xuất khẩu trong bối cảnh hội nhập và cạnh tranh gay gắt của thương mại quốc tế hiện nay, hầu hết các doanh nghiệp ở các nước trên thế giới, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, cần phải được tập hợp và liên kết lại với nhau. Trong thực tế, có rất nhiều hình thức tập hợp, liên kết các doanh nghiệp mà không phải là mô hình hiệp hội. Chẳng hạn như Câu lạc bộ doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao do báo Sài Gòn tiếp thị tổ chức đã tạo ra một diễn đàn để các doanh nghiệp trao đổi kinh nghiệm, phương thức làm ăn và tổ chức cho các doanh nghiệp đi khảo sát thị trường, hỗ trợ xây dựng thương hiệu. Ngoài ra, còn có thể kể ra rất nhiều những hình thức liên kết đa dạng với nhiều mức độ khác nhau của các doanh nghiệp trong nền kinh tế nước ta.

Tuy nhiên, hình thức chủ đạo và hiệu quả nhất trong việc tập hợp và liên kết của các doanh nghiệp đang được khẳng định chính là Hiệp hội ngành hàng. Các Hiệp hội ngành hàng không chỉ tạo ra khung khổ chung cho các mối quan hệ liên kết tự nguyện trong nhiều nội dung và lĩnh vực hoạt động của các doanh nghiệp mà còn là cầu nối của quan hệ giữa các cơ quan chính quyền với các doanh nghiệp - đại diện cho một xu thế và yêu cầu của nền kinh tế thị trường hiện đại.

Vì vậy, một trong những vai trò quan trọng nhất của Hiệp hội ngành hàng là tăng cường liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp thông qua nhiều hình thức khác nhau nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong phát triển xuất khẩu.

Thông thường, những khó khăn mà các doanh nghiệp thường gặp phải trong sản xuất và xuất khẩu như: trình độ, kỹ năng quản lý thấp, nguồn tài chính hạn chế, khả năng tiếp cận thị trường hạn chế, công nghệ và thiết bị lạc hậu, khả năng tiếp cận thông tin kém... Do đó, nhu cầu được hỗ trợ nhằm hạn chế, khắc phục những khó khăn nêu trên của các doanh nghiệp là điều tất yếu. Và nhu cầu đó có thể được đáp ứng khi các doanh nghiệp được tập hợp và liên

kết với nhau trong một Hiệp hội ngành hàng. Theo kinh nghiệm các nước trên thế giới cho thấy, để khắc phục tình trạng yếu kém trên đây, bên cạnh vai trò hỗ trợ đắc lực của Nhà nước, thì vai trò của hiệp hội doanh nghiệp có ý nghĩa quyết định. Vì hơn ai hết, chính hiệp hội là sân chung để các doanh nghiệp sinh hoạt, giao lưu, trao đổi thông tin thường xuyên với các thành viên khác hiệu quả và thực tiễn hơn, nhất là các doanh nghiệp cùng tham gia sản xuất và xuất khẩu những mặt hàng giống nhau.

Nếu không liên kết được các doanh nghiệp của hiệp hội để hỗ trợ lẫn nhau thì các doanh nghiệp đơn lẻ có thể hạn chế lẫn nhau, cạnh tranh lẫn nhau một cách thiếu lành mạnh. Thực tế trong những năm gần đây, không ít doanh nghiệp đã từng là nạn nhân của sự cạnh tranh thiếu lành mạnh, mà một trong những lý do là ngành hàng chưa có hiệp hội hoặc vai trò của hiệp hội quá yếu. Minh chứng cho vấn đề này, Bà Nguyễn Thị Ngọc Sương, Giám đốc Nông trường Sông Hậu đã rất bức xúc khi kể lại một "kinh nghiệm đau thương" của bà như sau: "Hồi đó, chúng tôi thoả thuận được những hợp đồng bán gạo rất lớn với hai "đại gia" Tanzania. Ngay sau đó, một đầu mối khác của Việt Nam biết được và hạ giá thấp hơn giá bán của chúng tôi chỉ 2 USD/tấn, vậy là họ giành luôn khách của chúng tôi. Tuy nhiên, họ đã thuê phải một con tàu "ma" để chở hàng, mất cả chì lẫn chài. Khi tôi cùng lãnh đạo Bộ Thương mại sang ký hợp đồng mới, đối tác đã phản ứng rất dữ dội và nói rằng không bao giờ mua gạo Việt Nam nữa". Và bà Sương kết luận: " Nếu có một Hiệp hội ngành hàng mạnh thì không bao giờ có chuyện đó". Rõ ràng không có hiệp hội, khó chấm dứt cạnh tranh thiếu lành mạnh.

Hiệp hội ngành hàng hoàn toàn có khả năng liên kết các doanh nghiệp của mình để hỗ trợ lẫn nhau sản xuất kinh doanh cùng phát triển, vì sản phẩm đầu ra của doanh nghiệp này rất có thể là đầu vào của doanh nghiệp kia. Điều này được thể hiện rất rõ ở cộng đồng các dịch vụ người Nhật và người Hoa. Các doanh nghiệp người Hoa và Nhật bao giờ cũng ưu tiên sử dụng dịch vụ và sản phẩm của các doanh nghiệp trong cùng hiệp hội với giá cả và chất lượng tương đương.

Để thâm nhập thị trường quốc tế các doanh nghiệp thường phải đối đầu với nhiều khó khăn thách thức nhất là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Các hiệp hội chính là nơi các doanh nghiệp tập hợp lực lượng, đoàn kết lại, hình thành sức mạnh tổng hợp để thâm nhập thị trường quốc tế. Bên cạnh đó thông qua các hiệp hội, các hội viên sẽ nhận được sự trợ giúp đáng kể về thông tin thị trường, về tư vấn kinh doanh, về kinh nghiệm kinh doanh. Một hoạt động hết sức quan trọng của các hiệp hội đối với các doanh nghiệp là những chương trình xúc tiến thương mại tại các thị trường quốc tế, những chương trình về tuyên truyền quảng bá, xây dựng thương hiệu... Những chương trình này các doanh nghiệp nếu tiến hành đơn lẻ sẽ khá tốn kém và hiệu quả không cao bằng khi họ là thành viên trong hiệp hội.

Khi tham gia vào thương trường quốc tế, khó tránh được những tranh chấp xảy ra. Hơn ai hết, các hiệp hội chính là chỗ dựa trong giải quyết tranh chấp quốc tế cho các doanh nghiệp. Mặt khác, trên thương trường thì việc đàm phán trao đổi giữa các hiệp hội các nước trong từng lĩnh vực về phân định khu vực thị trường, về chính sách bảo hộ, về giá cả... có vai trò hết sức quan trọng. Hiệp hội sẽ thay mặt các hội viên đàm phán để bảo vệ quyền lợi của hội viên trên thương trường tăng hiệu quả xuất khẩu.

Hơn nữa, khi tham gia thương trường quốc tế nếu doanh nghiệp đứng đơn lẻ thì sẽ gặp nhiều khó khăn trong việc thuyết phục khách hàng so với việc họ đứng trong đội ngũ hùng hậu của một hiệp hội mạnh. Điều này gây ảnh hưởng tốt và lòng tin cho khách hàng, nếu có hiệp hội đứng sau sẽ góp phần hỗ trợ họ trong kinh doanh, các thành viên khác của hiệp hội sẵn sàng giúp cho họ giải quyết một số khó khăn như nguồn hàng, thời gian giao hàng, thanh toán... Trên thực tế, có rất nhiều vấn đề mà các doanh nghiệp không thể tự làm một cách đơn lẻ, mà phải hợp sức với nhau bằng cách tham gia vào hiệp hội.

Phát huy vai trò của các Hiệp hội ngành hàng là một giải pháp thúc đẩy liên kết giữa các doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh của nền kinh tế. Do vậy, việc tăng cường hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng và đảm bảo tạo lập môi trường thể chế thuận lợi hỗ trợ cho các doanh nghiệp phát triển, tăng cường liên kết.

Trong bối cảnh mở cửa, hội nhập hiện nay, do đặc điểm các doanh nghiệp Việt Nam quy mô nhỏ, thực lực yếu, kinh nghiệm kinh doanh quốc tế non nớt, cho nên nâng cao vai trò Hiệp hội ngành hàng là hết sức cần thiết. Hiệp hội ngành hàng với sự tập hợp lực lượng các doanh nghiệp tạo ra sức mạnh mới, thực lực mới của cộng đồng doanh nghiệp, tạo ra một thực thể kinh tế mạnh trong kinh doanh với các đối tác là các công ty, tập đoàn kinh tế nước ngoài, có thể ký kết những hợp đồng xuất khẩu có quy mô lớn, có tiếng nói nhất trí trong đàm phán, thương thảo. Mặt khác, Hiệp hội ngành hàng giúp đỡ, hỗ trợ cho từng doanh nghiệp lựa chọn chiến lược phát triển, hình thức kinh doanh cụ thể để đẩy mạnh xuất khẩu, nâng cao sức cạnh tranh của mình, vươn lên mở rộng thị trường xuất khẩu.

2. Hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin và xúc tiến xuất khẩu

Một vai trò khác của các Hiệp hội ngành hàng đối với doanh nghiệp trong phát triển xuất khẩu là hỗ trợ về việc cung cấp thông tin. Để đẩy mạnh xuất khẩu, các doanh nghiệp rất cần các thông tin liên quan. Trong điều kiện hiện nay các loại hình thông tin rất đa dạng. Tuy nhiên, các hiệp hội nên tập trung vào thu thập và cung cấp cho doanh nghiệp những thông tin cần thiết nhất.

Nguồn thu thập thông tin bao gồm ngoài nước và trong nước. Về các nguồn thông tin đầu vào từ nước ngoài có thể là các thông tin từ các tổ chức quốc tế có liên quan. Chẳng hạn như Hiệp hội Cà phê cao cao Việt Nam có liên

hệ với Tổ chức cà phê quốc tế (ICO) để thu thập thông tin về ngành hàng này. Các thông tin nhận được từ các hãng thông tấn, báo chí hoặc có thể trực tiếp từ các phóng viên nước ngoài: Các thông tin từ các cơ quan đại diện thương mại, đại diện ngoại giao của Việt Nam ở nước ngoài...

Các nguồn tin trong nước thường được hình thành từ việc tổng hợp các báo cáo của các hội viên; các tin tức, bài viết từ các báo, tạp chí, công trình nghiên cứu trong nước; các thông tin từ các Bộ, ngành liên quan, từ các dự án nghiên cứu của các cơ sở nghiên cứu...

Về nội dung thông tin, do đối tượng phục vụ là các doanh nghiệp hội viên, chuyên sản xuất xuất chế biến và xuất khẩu một số mặt hàng nhất định nên hiệp hội có thể tập trung hình thành những nội dung thông tin có chất lượng cao. Thông thường các thông tin của các hiệp hội thường có các nội dung cơ bản như tình hình thị trường, giá cả của ngành hàng trong nước và quốc tế. Những vấn đề liên quan đến thâm nhập và phát triển thị trường nước ngoài như các quy định về tiêu chuẩn đối với hàng hoá nhập khẩu, các quy định pháp luật liên quan đến xuất nhập khẩu của nước ngoài, các quy định pháp luật của nước ta liên quan đến các mặt hàng mà các doanh nghiệp của hiệp hội kinh doanh... Yêu cầu đối với nội dung thông tin là giúp các doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu có cơ hội để tìm kiếm bạn hàng, tranh thủ các điều kiện thuận lợi để thâm nhập và chiếm giữ các thị trường có mức tiêu thụ lớn.

Về phương thức cung cấp thông tin cho các hội viên có thể kết hợp giữa phương thức truyền thống và hiện đại. một trong những phương thức phổ biến là phát hành các ấn phẩm định kỳ nhằm cung cấp các số liệu về tiêu dùng và xuất khẩu, nhập khẩu của mặt hàng tại một hoặc một số thị trường nào đó trên thế giới. Hình thành một số Website của Hiệp hội, ngoài các thông tin chung, Website của hiệp hội phải một phần dành riêng cho hội viên. Bằng việc sử dụng mật khẩu riêng, hội viên có thể vào trang "Hội viên" để tìm kiếm những thông tin cần thiết có liên quan đến hoạt động của doanh nghiệp mình mà những thông tin này không được phổ biến ở phần thông tin chung. Phục vụ thông tin bằng hình thức hỏi - đáp, trong phạm vi quyền hạn của mình, cán bộ thông tin của hiệp hội có thể trả lời trực tiếp cho khách hàng, hoặc chuyển Chủ tịch Hiệp hội trả lời hoặc hướng dẫn khách hàng đến các địa chỉ cần thiết mà ở đó có khả năng đáp ứng yêu cầu của họ.

Tóm lại, trong điều kiện hiện nay để đẩy mạnh xuất khẩu cần phải có thông tin. Do nhiều hạn chế nên các doanh nghiệp không thể tự mình thu thập, xử lý các nguồn thông tin trong nước và đặc biệt là ngoài nước. Vì vậy, các Hiệp hội ngành hàng phải hỗ trợ các doanh nghiệp hội viên về thông tin, nhằm giúp cho hội viên nâng cao hiệu quả sản xuất và xuất khẩu chính là vai trò quan trọng của Hiệp hội trong phát triển xuất khẩu.

Cùng với việc hỗ trợ về thông tin là hỗ trợ về xúc tiến thương mại. Hiệp hội ngành hàng là một tổ chức tiến hành các hoạt động xúc tiến thương mại cùng với các cơ quan xúc tiến thương mại của chính phủ và các tổ chức xúc tiến

thương mại khác. Chẳng hạn, ở nước ta hoạt động xúc tiến thương mại phục vụ cho xuất nhập khẩu hiện nay được thực hiện qua các tổ chức: Thương vụ của sứ quán Việt Nam ở nước ngoài, Hiệp hội ngành hàng; Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam; Các tổ chức xúc tiến thương mại thuộc Bộ, ngành: Phòng xúc tiến thương mại của các Tổng công ty ngành hàng, các doanh nghiệp... Tuy nhiên, đối với các doanh nghiệp hội viên thì hiệp hội chính là tổ chức trực tiếp giúp họ trong công tác xúc tiến thương mại nói chung và xúc tiến xuất khẩu nói riêng.

Để đảm nhận vai trò đó, Hiệp hội ngành hàng cần tập hợp các nhà sản xuất, xuất khẩu lớn theo từng ngành hàng, cung cấp thông tin trong nước và quốc tế, dự báo cho doanh nghiệp tham khảo chống rủi ro vì thiếu thông tin. Hiệp hội phải tư vấn cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh mạnh dạn đầu tư chiều sâu và đầu tư thiết bị đổi mới công nghệ, tìm hiểu thị trường, từ đó giúp đỡ, hỗ trợ cho các thành viên trong giao dịch, đàm phán, ổn định và mở rộng quy mô sản xuất. Giúp các doanh nghiệp hội viên tham gia hội chợ, triển lãm quốc tế kết hợp khảo sát thị trường, đồng thời, chú trọng việc xây dựng Website giới thiệu về ngành, quảng bá sản phẩm và tuyên truyền xuất khẩu, cũng như thành lập văn phòng đại diện và phòng giới thiệu sản phẩm tại nước ngoài.

Các Hiệp hội ngành hàng nên có một bộ phận chuyên trách về xúc tiến thương mại. Bộ phận này sẽ nghiên cứu sâu về thị trường xuất khẩu, phát hiện những rào cản mới và hướng giải quyết, nghiên cứu các hình thức xúc tiến thương mại mới như phát triển thương hiệu, tiếp cận những sàn giao dịch hiện đại...

3. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho doanh nghiệp

Để đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của doanh nghiệp về phát triển xuất khẩu các Hiệp hội ngành hàng phải triển khai các hoạt động đào tạo với phạm vi rộng và mức độ chuyên sâu.

Về nội dung đào tạo ngoài việc tập trung đào tạo cho doanh nghiệp về kỹ năng quản trị, quản lý kinh doanh, phát triển thị trường, Hiệp hội ngành hàng cần đưa thêm một số vấn đề mới vào nội dung đào tạo như cổ phần hoá, chuẩn mực kế toán, tiếp cận thị trường chứng khoán... Đồng thời để giúp doanh nghiệp hiểu biết về hội nhập kinh tế, nâng cao kỹ năng xuất nhập khẩu, tổ chức tuyên truyền phổ biến về lộ trình hội nhập, tìm hiểu quy chế xuất xứ đối với hàng hoá, giải quyết tranh chấp, tìm hiểu thủ tục hải quan, phí dịch vụ container (THC), thanh toán quốc tế, vận tải hàng hải quốc tế, các rào cản pháp luật trong thương mại quốc tế, các thay đổi trong chính sách kiểm soát nhập khẩu các nước... Để nâng cao chất lượng đào tạo cho doanh nghiệp hội viên, các Hiệp hội ngành hàng cần chủ động hợp tác với nhiều tổ chức đào tạo có uy tín trong và ngoài nước để thực hiện các khoá đào tạo nhân lực cho bộ máy lãnh đạo Hiệp hội.

Về hình thức tổ chức đào tạo, Hiệp hội ngành hàng cần kết hợp trong khuôn khổ của các chương trình, dự án theo các chuyên đề cụ thể. Cần chú trọng phát triển đội ngũ giảng viên cả về số lượng lẫn chất lượng. Đa dạng hoá các hình thức đào tạo như đào tạo trực tiếp, đào tạo gián tiếp qua sóng phát thanh, tài liệu hướng dẫn.

Về chương trình đào tạo, cần căn cứ vào đối tượng học viên để tiến hành các chương trình đào tạo cho phù hợp như chương trình chuyên sâu, nâng cao, chương trình cơ bản... Trước hết, đối với những doanh nghiệp lớn, có tiềm lực về tài chính và nguồn nhân lực, đã có kinh nghiệm thương trường thì chương trình đào tạo phải là chuyên sâu, nâng cao. để có những chương trình này, Hiệp hội ngành hàng cần quan hệ với các cơ quan nghiên cứu khoa học nhằm trang bị những kiến thức chuyên sâu về những tiến bộ khoa học, công nghệ trong sản xuất kinh doanh; xác định phương hướng phát triển sản xuất kinh doanh, các loại hình thị trường mới, các phương thức tiến hành thương mại hiện đại. các nội dung mới nhất liên quan đến thị trường và mặt hàng xuất khẩu...

Đối với những doanh nghiệp nhỏ, ít kinh nghiệm thì cần đào tạo theo chương trình cơ bản nhằm trang bị những kiến thức cơ bản về thị trường xuất khẩu, phương thức tiếp cận thị trường, ngoại ngữ, tin học...

Vì vậy muốn, hỗ trợ cho doanh nghiệp một cách tốt nhất, lãnh đạo hiệp hội phải quan tâm và tìm hiểu hội viên, nắm bắt nhu cầu của hội viên để tiến hành công tác đào tạo phù hợp về nội dung chương trình, về hình thức đào tạo. Nhằm trang bị cho hội viên những cái mà họ còn thiếu chứ không phải những cái mà lãnh đạo hiệp hội có.

4. Hiệp hội ngành hàng là cầu nối giữa cộng đồng doanh nghiệp với các cơ quan quản lý Nhà nước và các tổ chức kinh tế khác

Với vai trò là cầu nối quan trọng giữa Nhà nước và doanh nghiệp. Hiệp hội có nhiệm vụ tuyên truyền, phổ biến những đường lối, chính sách của Nhà nước đến các doanh nghiệp, giúp doanh nghiệp hiểu đúng và tuân thủ pháp luật của Nhà nước. Đồng thời thông qua các hiệp hội Nhà nước sẽ thu thập được các ý kiến đóng góp để sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện hệ thống pháp luật của Nhà nước, đáp ứng yêu cầu phát triển kinh doanh và hội nhập. Thực tế thời gian qua đã có nhiều kiến nghị của các hiệp hội đã được Chính phủ xem xét, sửa đổi theo hướng tạo thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển. Để phát triển nền kinh tế nhanh chóng và bền vững thì công tác định hướng chiến lược phát triển có vai trò hết sức quan trọng. Hiệp hội chính là cơ quan tư vấn, phản biện, trong xây dựng các chiến lược phát triển cho nền kinh tế trên cơ sở chiến lược phát triển ngành hàng, mặt hàng và sản phẩm.

Doanh nghiệp là bộ phận quan trọng và có quan hệ chặt chẽ với các bộ phận khác của nền kinh tế như các viện nghiên cứu, trường đại học, các đơn vị văn hoá, y tế, giáo dục... Hiệp hội cũng chính là cầu nối quan trọng giữa các doanh nghiệp với các tổ chức này để đạt được mục đích phát triển kinh tế văn hoá, xã hội cho đất nước. Ví dụ hiệp hội được có vai trò cầu nối trong việc phát

triển y tế, sức khoẻ cộng đồng hoặc thông qua các hiệp hội thì những thành tựu nghiên cứu khoa học của các viện nghiên cứu, các trường Đại học được áp dụng vào thực tế đem lại năng suất và hiệu quả cao hơn.

Với vai trò là cầu nối với các cơ quan nhà nước hiệp hội phải cùng với các cơ quan chính quyền tổ chức các cuộc đối thoại giữa doanh nghiệp và chính quyền nhằm tháo gỡ những vướng mắc và tạo thuận lợi cho hoạt động của các doanh nghiệp. Chẳng hạn, ở Trung ương, hàng năm cần tổ chức cuộc gặp của Thủ tướng với doanh nghiệp, ở địa phương, lãnh đạo các tỉnh cũng cần tổ chức các cuộc đối thoại như vậy với doanh nghiệp. Cơ chế tham khảo ý kiến của các doanh nghiệp thông qua các hiệp hội doanh nghiệp đang ngày càng được mở rộng. Các kiến nghị và tác động của các hiệp hội doanh nghiệp cũng đã tích cực thúc đẩy quá trình đổi mới thủ tục hành chính của các cơ quan quản lý nhà nước, để nhận thấy nhất đó là việc đổi mới trong khâu đăng ký thành lập doanh nghiệp, thủ tục hải quan, thuế...

Với vai trò là cầu nối với các tổ chức nghiên cứu và các tổ chức kinh tế khác hiệp hội phải có chương trình hợp tác với các tổ chức này nhằm phối hợp, trao đổi thông tin, tư vấn, đào tạo, tiến hành các hoạt động xúc tiến thương mại... tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Nội dung chủ yếu để Hiệp hội phản ánh với các cơ quan chính quyền là những vấn đề đang đặt ra trong từng ngành, lĩnh vực, địa phương như thuế, hải quan, xuất nhập khẩu, ngân hàng, thanh tra, kiểm tra... Chẳng hạn như những vướng mắc liên quan đến việc thanh tra kiểm tra chéo hay việc hình sự hoá các quan hệ kinh tế dân sự ...

Hình thức phản ánh thường rất đa dạng, trong đó đáng chú ý là *diễn đàn đối thoại giữa chính quyền và doanh nghiệp*. Đây là cách làm việc dân chủ và thiết thực, hợp tác góp phần thu hẹp khoảng cách giữa chính quyền và doanh nghiệp, tạo lập sự đồng thuận vì mục tiêu phát triển kinh tế đất nước. Cùng với diễn đàn kinh tế tư nhân và hội nghị tư vấn các nhà tài trợ cho Việt Nam, vừa qua các diễn đàn đã góp sức hình thành các định hướng và giải pháp đổi mới kinh tế ở nước ta.

Một hình thức khác là các Hiệp hội ngành hàng trực tiếp cử cán bộ của mình tham gia các nhóm nghiên cứu, tổ chức cho các doanh nghiệp tham gia góp ý vào các dự thảo nghị quyết của Đảng, văn bản pháp luật, chính sách của Quốc hội, Chính phủ. Sự tham gia Hiệp hội và đại diện các doanh nghiệp vào quá trình xây dựng luật pháp, chính sách góp phần bảo đảm cho các văn bản đó sâu sát, đúng với thực tiễn và có tính khả thi.

Để tạo dựng một môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp, vừa qua Chính phủ đã quy định các văn bản, chính sách, chế độ liên quan đến doanh nghiệp, trước khi ban hành phải lấy ý kiến của các doanh nghiệp thông qua Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và các Hiệp hội. Các Hiệp hội

cũng sẽ tham gia vào cả quá trình dự thảo một số luật, chính sách, chế độ. Đây là những điều kiện thuận lợi để Hiệp hội phát huy vai trò của mình. Xu hướng xã hội hoá, chuyển một số dịch vụ công từ cơ quan Nhà nước sang các Hiệp hội chuyên ngành cũng sẽ là điều kiện tốt để các Hiệp hội nâng cao vai trò, uy tín của mình. Tất nhiên, các Hiệp hội cần phải cải tiến hoạt động để đáp ứng được yêu cầu này của nền kinh tế.

Chúng ta đang trong quá trình chuyển từ nền kinh tế tập trung sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. Bên cạnh việc xây dựng các thị trường nhân tố sản xuất như thị trường vốn, thị trường lao động, thị trường bất động sản, thị trường khoa học công nghệ..., thì việc tạo lập quan hệ hợp tác giữa chính chủ và doanh nghiệp là hết sức cần thiết. Kinh nghiệm từ các nước chịu tác động của cuộc khủng hoảng châu Á cho thấy để nhanh chóng vượt qua khủng hoảng, thì yếu tố tạo sự thống nhất cao trong xã hội, hạn chế sự lo lắng trong dân chúng, huy động được sự đóng góp và đồng cam cộng khổ của từng người dân và chính quyền để vượt qua khủng hoảng có ý nghĩa quan trọng không kém các biện pháp kinh tế vĩ mô. Chính một cơ chế hợp tác, sự đồng thuận của xã hội đối với những tình huống nhất định không chỉ làm giảm biên độ và cường độ tác động tiêu cực khi nền kinh tế rơi vào khủng hoảng mà còn là giải pháp thu hút các nguồn lực thoát khỏi khủng hoảng và phát triển.

5. Hiệp hội ngành hàng trong mối quan hệ giữa cộng đồng doanh nghiệp nước ta với các tổ chức quốc tế

Một vai trò khác của Hiệp hội ngành hàng là mở rộng và phát triển các mối quan hệ hợp tác quốc tế, tham gia vào các tổ chức, diễn đàn quốc tế và khu vực để đẩy mạnh tuyên truyền về đất nước, doanh nghiệp Việt Nam với cộng đồng quốc tế nhằm tăng cường khả năng tiếp cận thị trường của doanh nghiệp trong nước, thúc đẩy quan hệ giao lưu thương mại giữa Việt Nam và các nước.

Với vai trò cầu nối của các doanh nghiệp trong nước với cộng đồng quốc tế, lãnh đạo hiệp hội phải tiến hành các thủ tục cần thiết để có thể trở thành thành viên của các tổ chức quốc tế liên quan đến hiệp hội của mình. Đồng thời, phải hiểu rõ chức năng nhiệm vụ của các tổ chức đó để có thể tranh thủ các ý kiến ủng hộ cũng như sự giúp đỡ về thông tin, tư vấn mỗi khi quyền lợi của doanh nghiệp hội viên bị xâm phạm trên thị trường quốc tế.

Là đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp trên các diễn đàn quốc tế, Các hiệp hội đấu tranh cho quyền lợi chính đáng của các doanh nghiệp Việt Nam, chống áp đặt các điều kiện tiêu chuẩn quá cao của các nước phát triển về môi trường và trách nhiệm xã hội vào các quan hệ thương mại, tham gia ý kiến vào việc xây dựng một lộ trình hội nhập phù hợp với sức vươn lên của các doanh nghiệp và nền kinh tế.

Hiệp hội phải tổng hợp được ý kiến và nguyện vọng của các doanh nghiệp hội viên để phản ánh các nguyện vọng đó trên các diễn đàn quan trọng

cũng như với các tổ chức quốc tế để tranh thủ sự ủng hộ của cộng đồng quốc tế đối với hoạt động của doanh nghiệp hội viên. Mối quan hệ tốt đẹp của hiệp hội ngành hàng của một nước đối với hiệp hội ngành hàng của một nước khác, nhất là nước giữa nước xuất khẩu và nước nhập khẩu, có thể hạn chế những xung đột có thể xảy ra.

Thông qua mối quan hệ giữa các hiệp hội của nước xuất khẩu và nước nhập khẩu, các doanh nghiệp hai bên có thể trao đổi kinh nghiệm làm ăn, đặc biệt là hình thành các liên doanh có vốn đầu tư nước ngoài. Chẳng hạn do lợi thế về mặt tự nhiên, nên năng suất nuôi cá Basa ở nước ta cao hơn ở Mỹ, thì các doanh nghiệp nuôi cá ở Mỹ có thể đầu tư vốn vào liên doanh với các doanh nghiệp nuôi cá ở Việt Nam hoặc cũng có thể thành lập doanh nghiệp với 100% vốn đầu tư nước ngoài ở Việt Nam sau đó xuất khẩu sang Mỹ hoặc thị trường khác. Nhờ vậy, mà có thể tránh được hiện tượng tranh chấp, phân biệt đối xử, làm dịu những căng thẳng có thể xuất hiện giữa những nhà sản xuất trong nước với các nhà sản xuất nước ngoài.

Hiệp hội phải đấu tranh nhằm bảo vệ thương hiệu của hội viên trên thị trường quốc tế mỗi khi có sự xâm phạm thương hiệu xảy ra. Đồng thời ủng hộ doanh nghiệp không chỉ về thông tin tư vấn mà có thể về cả tài chính, kỹ thuật trong các vụ kiện về bản quyền khi bị xâm phạm. Tránh tình trạng lãnh đạo một số doanh nghiệp phải tự mình chèo chống khiếu kiện trong khi đó lãnh đạo hiệp hội lại không có động tĩnh gì.

Ngoài việc bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp trên các diễn đàn quốc tế, Hiệp hội ngành hàng còn làm nhiệm vụ cầu nối, chấp mối cho các quan hệ làm ăn kinh doanh của các doanh nghiệp. Hoạt động chấp mối chủ yếu thực hiện thông qua tiếp xúc trực tiếp, qua điện thoại, qua hộp thư điện tử, qua thư giới thiệu...

Là người đại diện, bảo vệ và ủng hộ doanh nghiệp trong cộng đồng quốc tế hiệp hội phải hình thành các ấn phẩm không chỉ xuất bản ở trong nước mà trên thị trường quốc tế. Các ấn phẩm đó một mặt khuyếch trương hình ảnh của ngành hàng, hình ảnh của các doanh nghiệp hội viên, mà đây là cơ hội để các doanh nghiệp nước ngoài tìm đến với các doanh nghiệp hội viên.

Thông qua các diễn đàn quốc tế hoặc các cuộc tiếp xúc cá nhân lãnh đạo hiệp hội có thể phối hợp tổ chức các cuộc đón tiếp các đoàn doanh nghiệp nước ngoài và tổ chức cho đoàn doanh nhân Việt Nam ra nước ngoài để tham gia hội nghị, hội chợ triển lãm, khảo sát thị trường tìm cơ hội làm ăn kinh doanh... Tất cả những hoạt động trên đây chứng tỏ rằng Hiệp hội ngành hàng là cầu nối giữa doanh nghiệp trong nước với cộng đồng quốc tế.

III. HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA ĐỐI VỚI VIỆC NÂNG CAO NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG CỦA HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG

1. Hội nhập kinh tế quốc tế và vai trò Hiệp hội ngành hàng trong thương mại quốc tế

Hội nhập kinh tế quốc tế là một xu thế khách quan trong thế giới ngày nay. Dưới sự phát triển của khoa học và công nghệ đã làm cho lực lượng sản xuất phát triển với tốc độ nhanh chóng. Sự phát triển đó đòi hỏi phải có một thị trường đầu vào và thị trường đầu ra rộng lớn hơn, phạm vi địa lý của quốc gia đã trở thành nhỏ hẹp, không đáp ứng được tính chất và trình độ của lực lượng sản xuất mới. Các công ty xuyên quốc gia ra đời trên cơ sở liên kết, sát nhập với nhau trở thành các công ty lớn hơn, có khả năng thu tóm một hoặc một số lĩnh vực của nền kinh tế thế giới. Mặt khác, với sự phát triển của công nghệ, đặc biệt là công nghệ thông tin cho phép lãnh đạo công ty có thể kiểm soát được tình hình hoạt động của công ty trên phạm vi toàn cầu... tất cả các yếu tố này đã làm cho xu thế toàn cầu hoá nền kinh tế thế giới như một tất yếu khách quan.

Do tính chất và phạm vi của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế nên vai trò can thiệp của các quốc gia riêng biệt vào kinh tế giảm dần. Vì rằng: thứ nhất, các chính phủ không đủ thẩm quyền và năng lực để điều hành những hoạt động kinh tế ngoài phạm vi lãnh thổ của mình; thứ hai ngay cả trên lãnh thổ của mình, các chính phủ không được áp đặt các chính sách kinh tế theo ý muốn chủ quan mà các chính sách đó phải phù hợp với các điều ước và thông lệ quốc tế, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; và thứ ba là sự bảo hộ của chính phủ đối với các doanh nghiệp trong nước sẽ giảm dần theo sự phát triển của hội nhập kinh tế quốc tế.

Vậy, vai trò của chính phủ đối với kinh tế trong điều kiện hội nhập là gì? Câu hỏi này có thể có nhiều cách trả lời khác nhau, theo chúng tôi trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay các chính phủ thường đảm nhận các vai trò sau đây:

- Đối với các nước đã là thành viên đầy đủ của các tổ chức kinh tế và khu vực phải có nhiệm vụ nâng cao khả năng cạnh tranh của nền kinh tế, của ngành/ doanh nghiệp và của các sản phẩm hàng hoá và dịch vụ. Tiến hành các hoạt động đầu tư và xúc tiến thương mại để phát triển và chiếm lĩnh thị trường. Đồng thời, tận dụng những điều khoản còn được phép bảo lưu trong các quy định của các tổ chức kinh tế quốc tế, để hình thành những chính sách bảo hộ hợp lý, tạo ra những rào cản ở mức độ tinh vi hơn...

- Đối với các nước đang đàm phán gia nhập hoặc đang tiến hành chuyển đổi nền kinh tế như nước ta, thì nhiệm vụ của chính phủ còn nặng nề hơn. Để tiến hành hội nhập nhằm đạt được mục tiêu cao nhất, thông thường các chính phủ phải thực hiện các nhiệm vụ là tiến hành đàm phán gia nhập, bổ sung và

hoàn thiện cơ chế chính sách theo yêu cầu của hội nhập và vấn đề cốt lõi vẫn là phải nâng cao khả năng cạnh tranh của nền kinh tế, của ngành/doanh nghiệp hay của mỗi sản phẩm hàng hoá và dịch vụ. Tuy nhiên, sự khác biệt là ở chỗ hầu hết các nước này thường có một xuất phát điểm thấp hơn...

Xuất phát từ nhiệm vụ trên của các chính phủ, vai trò của các hiệp hội ngành hàng trong quá trình hội nhập được thể hiện như sau:

Tư vấn cho chính phủ về các vấn đề đàm phán gia nhập, hoặc có thể trực tiếp tham gia trong các phái đoàn của chính phủ để tiến hành đàm phán gia nhập.

Tư vấn cho chính phủ trong việc bổ sung và hoàn thiện chính sách theo yêu cầu của hội nhập về những vấn đề liên quan đến ngành hàng.

Tư vấn cho chính phủ về chiến lược nâng cao khả năng của ngành hàng thuộc lĩnh vực của hiệp hội. Hơn nữa, Hiệp hội ngành hàng lại cùng với doanh nghiệp để thực hiện các chiến lược đã vạch ra.

Như vậy, vai trò của các Hiệp hội ngành hàng của các quốc gia sẽ ngày càng tăng tăng lên theo quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Thực tế trong những năm gần đây ở các nước phát triển, Hiệp hội ngành hàng đóng vai trò rất quan trọng trên thương trường quốc tế, các chính phủ chỉ đóng vai trò hậu thuẫn hoặc trong những trường hợp cần thiết mới trực tiếp can thiệp. Những vụ kiện gần đây trong thương mại quốc tế, người khởi kiện thường là các Hiệp hội ngành hàng, đó là một trong những minh chứng cụ thể nói lên vai trò quan trọng của Hiệp hội ngành hàng trên thương trường trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

2. Hiệp hội ngành hàng là tổ chức tư vấn cho Chính phủ về những vấn đề liên quan đến hội nhập kinh tế quốc tế

Như đã trình bày trên đây, nhiệm vụ thứ nhất của các chính phủ các nước đang trong quá trình tham gia hội nhập kinh tế quốc tế là phải tiến hành rất nhiều các cuộc đàm phán gia nhập. Trong đó, bao gồm cả các cuộc đàm phán đa phương và song phương. Nội dung của các cuộc đàm phán gia nhập kể cả đa phương lẫn song phương bao giờ cũng tập trung giải quyết mâu thuẫn giữa một bên là yêu cầu đối tác chấp thuận việc mở cửa thị trường đối với những ngành hàng mà mình có lợi thế cạnh tranh và hạn chế đến mức cần thiết việc mở cửa thị trường đối với những mặt hàng mà các doanh nghiệp trong nước còn có khả năng cạnh tranh thấp. Ngoài ra, có một số ngành mang tính nhạy cảm, liên quan đến các vấn đề như tôn giáo, xã hội, an ninh quốc gia... đặc biệt là lĩnh vực dịch vụ. Đây là những vấn đề động chạm mạnh đến khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp hội viên của hiệp hội.

Vì lẽ đó, cho nên trong thực tế ở các nước cũng như ở nước ta, thái độ chủ quan của các Hiệp hội ngành hàng về tham gia hội nhập là rất khác nhau. Đối với những ngành hàng mà các doanh nghiệp của Hiệp hội có khả năng cạnh tranh cao và Hiệp hội nhận thấy rằng việc mở cửa hội nhập sẽ tạo điều kiện cho cộng

đồng các doanh nghiệp của mình cơ hội phát triển tốt hơn, thì các Hiệp hội ngành hàng đó thường ủng hộ các chủ trương hội nhập của Chính phủ. Trong điều kiện đó nếu các chính phủ không tiến hành tham gia hội nhập thì sẽ hạn chế rất lớn đến sự phát triển của các doanh nghiệp. Vì hội nhập thực chất là tạo ra một quy mô thị trường rộng lớn hơn để cho các ngành hàng, các doanh nghiệp phát huy được lợi thế cạnh tranh sẵn có của mình. Ngược lại, đối với những ngành hàng mà khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong ngành còn thấp, thì các Hiệp hội lại chính là người đề chùng với chủ trương hội nhập của chính phủ. Thậm chí trong một số trường hợp còn phản đối chủ trương hội nhập của chính phủ.

Do đó, để đảm bảo lợi ích một cách tổng thể, các chính phủ phải có chiến lược mở cửa thị trường, xác định lộ trình mở cửa đối với từng ngành hàng tùy theo năng lực cạnh tranh của hàng hoá và doanh nghiệp. Đó là một thực tế và yêu cầu các hiệp hội chủ động tham gia xây dựng lộ trình hội nhập trong đàm phán. Vấn đề là ở chỗ, muốn tồn tại và phát triển trong điều kiện hội nhập các hiệp hội phải tìm cách nâng dần khả năng cạnh tranh của ngành mình. Tuy nhiên, cùng với các Hiệp hội ngành hàng các chính phủ cũng có chiến lược bảo hộ thích hợp đối với các ngành hàng còn yếu kém.

Với chức năng tư vấn cho chính phủ trong quá trình đàm phán hội nhập, Hiệp hội ngành hàng phải cung cấp các thông tin cần thiết liên quan đến thực trạng của ngành hàng mình, kể cả thực trạng trong nước lẫn thực trạng của phía đối tác mà hiệp hội nắm được. Vì rằng, hiệp hội là những người đại diện cho cộng đồng các doanh nghiệp, các Hiệp hội ngành hàng là người hiểu rõ thực trạng về khả năng của ngành mình và các đối tác trên thương trường quốc tế.

Cùng với việc cung cấp các thông tin, các hiệp hội phải đề xuất với chính phủ về mức độ và lộ trình mở cửa thích hợp để chính phủ có căn cứ và quyết định phương án đàm phán nhằm đưa lại hiệu quả cao nhất. Bản chất của đàm phán là sự cân nhắc, so sánh các lợi ích của mình và đối tác, vì vậy khi có các thông tin chính xác về thực trạng, nhất là khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong nước và của đối tác thì các đoàn đàm phán mới đưa ra được phương án tối ưu.

Trước yêu cầu của hội nhập kinh tế, đòi hỏi các Chính phủ phải có sự thay đổi hoàn thiện đáng kể về cơ chế chính sách pháp luật... theo những cam kết song phương và đa phương. Đặc biệt đối với những nước tham gia tiến hành hội nhập đồng thời với việc chuyển nền kinh tế từ cơ chế kế hoạch hoá tập trung bao cấp sang cơ chế thị trường như nước ta, việc hoàn thiện, bổ sung hệ thống chính sách pháp luật để phù hợp với những yêu cầu của quá trình hội nhập là một vấn đề không dễ dàng. Trong quá trình hoạch định những chính sách đó bao giờ Chính phủ cũng tham khảo ý kiến của các Hiệp hội ngành hàng. Vì vậy, các hiệp hội phải đề xuất với chính phủ những kiến nghị sát thực để nhằm nâng cao khả năng của doanh nghiệp, đáp ứng yêu cầu hội nhập và phù hợp với các cam kết quốc tế.

Để thực hiện các chức năng trên đây, các hiệp hội phải củng cố và phát triển bộ máy tổ chức của mình. Lựa chọn những người có năng lực vào các vị trí

thích hợp. Tổ chức công tác nghiên cứu nhằm nghiên cứu về bản chất của hội nhập kinh tế quốc tế và chính sách pháp luật trong và ngoài nước. Tổng kết thực tiễn hoạt động của doanh nghiệp, từ đó hình thành những kiến nghị đối với chính phủ, giúp cho chính phủ ban hành các chính sách sát với thực tế hoạt động của doanh nghiệp.

Ngoài công tác nghiên cứu, tìm hiểu, các Hiệp hội phải tiến hành điều tra, tổng hợp và phân tích tình hình kinh tế và doanh nghiệp hội viên, các tác động của chính sách và môi trường kinh doanh đối với sự phát triển của nền kinh tế và doanh nghiệp, xây dựng báo cáo doanh nghiệp... Thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư hỗ trợ các doanh nghiệp tìm kiếm bạn hàng - đối tác, mở rộng thị trường xuất khẩu... các hiệp hội tiến hành điều tra khảo sát xác định lợi thế cạnh tranh của hàng Việt Nam so với một số hàng hoá tương ứng của các nước khác, qua đó làm cơ sở khoa học cho các kiến nghị của Hiệp hội đối với chính phủ.

3. Hiệp hội ngành hàng hỗ trợ nâng cao khả năng cạnh tranh và bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp trong quá trình hội nhập

3.1. Đối với việc nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế

Cùng với việc đề xuất các kiến nghị về đàm phán hội nhập và ban hành các chính sách là việc tìm biện pháp thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp của mình để không ngừng nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập. Đây là chức năng quan trọng nhất của hiệp hội để đảm bảo sự tồn tại và phát triển của doanh nghiệp trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Để làm được việc đó trước hết phải nâng cao nhận thức cho doanh nghiệp về mọi mặt mà trước hết là nhận thức về xu thế khách quan của toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế. Những thuận lợi và khó khăn của quá trình của toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế đối với doanh nghiệp. Khuyến khích các doanh nghiệp nâng cao khả năng cạnh tranh bằng việc áp dụng kỹ thuật mới, cải tiến mẫu mã hàng hoá. Áp dụng quy trình quản lý mới vào sản xuất như hệ thống quản lý chất lượng theo Bộ tiêu chuẩn ISO 9000, ISO 14000... để nâng cao chất lượng sản phẩm, tiết kiệm nguyên nhiên vật liệu, tăng năng suất lao động, hạ giá thành... Nhằm nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp.

Ngoài các chức năng như tư vấn thông tin, hỗ trợ các doanh nghiệp thành viên, Hiệp hội ngành hàng còn phải giúp các doanh nghiệp trong việc định hướng từ sản xuất, chế biến, phân phối và xuất khẩu... Để có thể thực hiện được tốt nhiệm vụ này các Hiệp hội ngành hàng cần phải xây dựng chiến lược phát triển cho ngành hàng của mình nhằm định hướng hoạt động cho các doanh nghiệp trong Hiệp hội.

Bài học của một số nhà máy sản xuất đường, nhà máy chế biến dứa cho thấy nếu thiếu chức năng định hướng chiến lược thiếu chức năng hướng dẫn sẽ

dẫn đến kém hiệu quả đối với các doanh nghiệp. Hiệp hội không chỉ xây dựng các chiến lược, quy hoạch phát triển cũng như chương trình phát triển mà Hiệp hội còn phải là người hướng dẫn các doanh nghiệp thực hiện đúng các chiến lược, quy hoạch đó. Thông qua những chương trình hoạt động phong phú, các Hiệp hội khuyến khích doanh nghiệp thành viên đầu tư phát triển theo định hướng chính sách của Nhà nước, đúng quy hoạch của từng ngành hàng.

Các hiệp hội cũng chú trọng đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển thị trường trong nước, đẩy mạnh xuất khẩu. Hiệp hội ngành hàng còn là người đóng vai trò trung gian giúp các doanh nghiệp trong Hiệp hội phát triển xuất khẩu một cách có hiệu quả, chống các hành vi gian lận, cửa quyền, tranh mua tranh bán trong kinh doanh xuất khẩu.

Thực tế cho thấy rất nhiều hàng hoá của Việt Nam chất lượng không thua kém gì hàng hoá của nước ngoài nhưng thường có giá thấp hơn nhiều so với một số nước trong khu vực và trên thế giới. Nguyên nhân một phần là do tình trạng tranh mua, tranh bán đang diễn ra phổ biến, các doanh nghiệp thường hoạt động đơn lẻ trong quá trình chào hàng, bán hàng cho các công ty nước ngoài, các doanh nghiệp vô hình chung đã tự phá giá hàng hoá của chính mình. Hơn nữa, các công ty nước ngoài thường lợi dụng tình trạng này nhằm ép giá đối với các công ty Việt Nam làm giảm hiệu quả xuất khẩu của Việt Nam.

3.2. Bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp trong nước trước những rủi ro kinh doanh trên thị trường trong quá trình hội nhập quốc tế.

Với vai trò là người bảo vệ lợi ích cho doanh nghiệp trong nước trước các rủi ro kinh doanh trên thị trường thế giới, Hiệp hội phải cùng với nhà nước để có các biện pháp bảo hộ thích hợp. Cùng với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế các nước thường sử dụng các công cụ bảo hộ nhằm bảo vệ các doanh nghiệp trong nước của mình. Hiện nay nhiều công cụ kỹ thuật được sử dụng để bảo hộ các doanh nghiệp yếu kém, một trong những công cụ như vậy là thuế chống bán phá giá.

Theo như các quy định của WTO bất kỳ hàng hoá nào được bán phá giá với biên độ phá giá lớn hơn hoặc bằng 2% giá xuất khẩu và khối lượng hàng nhập khẩu từ mỗi nước lớn hơn hoặc bằng 3 % đều có thể bị xem xét điều tra xem có chống bán phá giá hay không. Vì vậy, nếu như các doanh nghiệp ô ạt bán hàng hoá của mình vào một thị trường nào đó rất có thể sẽ bị đánh thuế chống bán phá giá. Muốn bảo vệ lợi ích chung cho toàn bộ ngành hàng thì doanh nghiệp phải thông qua Hiệp hội để phối hợp hành động nhằm hạn chế xuất khẩu quá mức vào các thị trường, tránh bị đánh thuế chống bán phá giá của nước nhập khẩu. Đây là một trong những biện pháp hữu hiệu giúp các doanh nghiệp chủ động đối phó với các chính sách bảo hộ của các nước nhập khẩu.

Hiệp hội ngành hàng là người đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp trong công tác đối ngoại của ngành, trong việc hợp tác với các Tổ chức quốc tế. Hiệp hội là người tham gia tranh tụng nhằm bảo vệ lợi ích và nâng cao vị thế của

ngành trong cộng đồng quốc tế, xúc tiến các dự án hỗ trợ kỹ thuật, hỗ trợ sản xuất của các tổ chức quốc tế dành cho Việt Nam.

Ở hầu hết các nước, việc khởi kiện và kháng kiện đều do các Hiệp hội ngành hàng chủ động phát động chứ không phải là do các cơ quan quản lý Nhà nước. Vấn đề khởi kiện và kháng kiện trong các vụ tranh chấp thương mại quốc tế không phải vấn đề là để phán xử ai thắng, ai thua mà là để đòi hỏi các quyền đối xử bình đẳng theo nguyên tắc không phân biệt đối xử. Lâu nay, các Hiệp hội ngành hàng của chúng ta mới chỉ tập trung vào việc đi hầu kiện mà chưa chủ động trong việc khởi kiện và kháng kiện. Vì vậy, trong thời gian tới các Hiệp hội ngành hàng tùy theo điều kiện của mình mà cần thiết thì sẵn sàng khởi kiện và kháng kiện.

Tóm lại: Hiệp hội ngành hàng là cầu nối giữa doanh nghiệp của một ngành hàng với chính phủ và cộng đồng quốc tế, đồng thời bảo vệ lợi ích cho các doanh nghiệp hội viên. Trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, hiệp hội phải hiểu rõ bản chất và tính tất yếu của quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Từ đó hiệp hội ngành hàng phải tham gia hoặc kiến nghị với chính phủ về chiến lược hội nhập, về công tác hoạch định các chính sách phù hợp với những yêu cầu, cam kết của quá trình hội nhập. Đối với cộng đồng quốc tế, hiệp hội phải tập hợp lực lượng của các hội viên nhằm đấu tranh vì lợi ích chính đáng của mình trên thương trường quốc tế. Cuối cùng và quan trọng nhất là Hiệp hội ngành hàng phải tiến hành các hoạt động để hỗ trợ doanh nghiệp, không ngừng nâng cao khả năng cạnh tranh của mình đó chính là biện pháp bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp một cách bền vững lâu dài.

IV. KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ PHÁT TRIỂN HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG VÀ BÀI HỌC RÚT RA CHO VIỆT NAM

1. Hoạt động của một số Hiệp hội các nước châu Á (Trung Quốc, Đài Loan, Thái Lan)

1.1. Hiệp hội giấy dép Đài Loan

Tiền thân của Hiệp hội là Hội những người sản xuất dép nhựa di trong nhà, có 300 thành viên, được thành lập vào năm 1978, bao gồm các doanh nghiệp sản xuất cao su và giày dép. Vài năm sau đó Hiệp hội đã có hơn 1000 hội viên, doanh số của Hiệp hội cũng tăng với mức nhảy vọt.

Bộ máy tổ chức của Hiệp hội gồm nhiều bộ phận, trong đó bộ phận dịch vụ là quan trọng nhất bao gồm các lĩnh vực đầu tư nước ngoài, thuế, lao động, marketing quốc tế, quản lý, nghiên cứu và phát triển (R&D). Để giúp triển khai kỹ thuật trong sản xuất giấy dép, Hiệp hội đã thành lập Trung tâm đào tạo tại Đài Trung với diện tích 2000 pings. Trung tâm này bao gồm một nhà máy được trang bị các thiết bị máy móc mới nhất, có các khoá đào tạo chuyên môn cao, tổ

chức các khoá học hiện đại để bổ túc cho các thành viên luôn có các kiến thức mới của công nghệ giấy.

Chức năng của Hiệp hội là duy trì sự hài hoà giữa các hội viên, cùng chia sẻ doanh lợi bình đẳng trong hợp tác kinh doanh, nâng cấp và phát triển công nghiệp giấy dếp, góp phần phát triển nền kinh tế quốc dân... Ngoài ra, Hiệp hội còn giúp chính phủ trong công tác định hướng quản lý giá, tài trợ và tham gia các cuộc hội thảo quốc tế, khuyến khích hợp tác quốc tế và trao đổi thông tin công nghệ, tổ chức các đoàn ra nước ngoài tìm hiểu, học tập để tiến kịp sự phát triển mới nhất, cùng phát triển mới nhất, cùng phát triển mối quan hệ trong cộng đồng giày dếp quốc tế...

Một số hoạt động của hiệp hội là: (1) Trợ giúp và hướng dẫn việc thành lập Trung tâm đào tạo công nghệ giày dếp, đào tạo các nhà kỹ thuật chuyên môn hoá cao và nâng cao trình độ công nghệ giày dếp; (2) Tổ chức các triển lãm kiểu mẫu để giới thiệu thiết bị kiểm tra chất lượng và hệ thống quản lý cho các hội viên; (3) Thành lập Trung tâm thông tin và lưu trữ thông tin hiện có về công nghệ giấy trong nước và nước ngoài để phục vụ các hội viên và khách hàng ngoài nước; (4) Kiểm tra, theo dõi nguyên vật liệu cho các nhà máy và các nhà kinh doanh giấy dếp trong và ngoài nước; (5) Tài trợ cho công việc nâng cao uy tín về chất lượng giày dếp; ban hành giấy chứng nhận cho các nhà kỹ thuật cấp quốc gia trong công nghiệp giày dếp trong và ngoài nước; (6) Tiến hành các hoạt động cung cấp dịch vụ như: xuất bản tin tức hàng tháng, quảng cáo giày dếp...

Với chức năng trên, Hiệp hội đã liên tục tham gia các hội thảo quốc tế, gây dựng được nhiều cơ sở sản xuất kinh doanh giấy dếp ở nước ngoài; cử nhiều đoàn đến các nước thích hợp để thăm dò môi trường đầu tư. đã tiến hành gặp gỡ bàn bạc với các tổ chức hội chợ giày dếp quốc tế (Shoe tech Taipei) để các hội viên và khách nước ngoài ký kết những đơn hàng lớn và nhờ đó các thành viên Hiệp hội có thể nắm được các tri thức mới nhất của kỹ nghệ giày dếp.

1.2. Hiệp hội Cao su Thái Lan

Được thành lập vào tháng 5 năm 1951 với tên gọi là “Hiệp hội các nhà buôn bán cao su Thái Lan”, Hiệp hội hoạt động như là một diễn đàn của các công ty sản xuất và các công ty buôn bán cao su. Hiệp hội là cơ quan đại diện cho các nhà sản xuất, các công ty buôn bán cao su trong đàm phán với chính phủ hoặc các tổ chức nước ngoài về lợi ích chung của các bên. Ban đầu Hiệp hội chỉ có 15 thành viên và hiện nay đã có đến 49 thành viên. Hiệp hội cao su Thái Lan là thành viên thường xuyên của phòng thương mại Thái Lan.

Mục đích ban đầu của Hiệp hội là giải quyết các vấn đề về việc buôn bán cao su khi chưa có các quy định về buôn bán sản phẩm này nhằm hạn chế việc chạy theo mục tiêu riêng ảnh hưởng xấu đến toàn bộ ngành sản xuất. Thông thường một số công ty không thực hiện hợp đồng một cách đầy đủ và xảy ra tranh chấp kéo dài, gây ảnh hưởng đến ngành cao su.

Một số hoạt động chính của Hiệp hội cao su Thái Lan như sau:

Cung cấp dịch vụ cho các thành viên: Hiệp hội đóng vai trò là người thu thập thông tin từ nhiều nguồn khác nhau và cung cấp lại cho các thành viên thông qua nhiều hình thức khác nhau. Ngoài thông tin, Hiệp hội còn cung cấp kiến thức kỹ năng về công nghệ chế biến cao su thông qua các cuộc hội thảo. Hiệp hội tổ chức các đoàn khảo sát, các khoá đào tạo cho thành viên, mời các chuyên gia nước ngoài để học tập kinh nghiệm.

Một trong những dịch vụ khác là hoạt động marketing cho sản phẩm cao su của các thành viên. Hiệp hội mở rất nhiều các văn phòng tiêu thụ ở các nước nhằm mục đích khuyến khích tiêu thụ cao su của Thái Lan, nhờ vậy, đã làm tăng lòng tin đối với sản phẩm cao su của Thái Lan... Hàng năm, Hiệp hội còn sắp xếp cho các thành viên của mình tham gia vào các bữa tiệc thường niên của Tổ chức cao su quốc tế nhằm tăng cường mối quan hệ với đối tác, đặc biệt là đối với các nước láng giềng.

Phối hợp với chính phủ: Hiệp hội cao su Thái Lan đã phối hợp với các cơ quan của Chính phủ thực hiện rất nhiều hoạt động nhằm phát triển ngành công nghiệp này. Năm 1991 Viện nghiên cứu cao su đã thành lập chợ giao dịch cao su ở tỉnh Songkhala của Thái Lan, đây là chợ đấu giá chính cho những nhà buôn bán nhỏ, ngoài ra chính phủ cũng thành lập Hội đồng kiểm soát chất lượng cao su của Thái Lan, nhằm đáp ứng được yêu cầu của thế giới. Hiệp hội cũng phối hợp với Viện nghiên cứu cao su để tiến hành nghiên cứu các lĩnh vực ưu tiên, từ những kết quả nghiên cứu đó Hiệp hội tổ chức các cuộc hội thảo để phổ biến những kiến thức đó cho các thành viên.

Hợp tác với các tổ chức cao su quốc tế: Hiệp hội là người đóng vai trò quan trọng và là đầu mối để hợp tác với các tổ chức bên ngoài. Hiện nay, Hiệp hội là thành viên thường trực của Hiệp hội cao su quốc tế (IRA). Năm 1968 Tổ chức quốc tế về chất lượng và đóng gói sản phẩm cao su đã phát hành “Sách xanh” về sản phẩm cao su và Hiệp hội cao su Thái Lan cũng là một trong những nước đầu tiên ký kết Hiệp định này. Hiệp hội cao su Thái Lan còn là thành viên của câu lạc bộ buôn bán cao su ASEAN. Vào năm 1992 Viện nghiên cứu cao su của các nước Indônêxia, Malaysia, Singapore và Thái Lan đã cùng thành lập câu lạc bộ buôn bán cao su nhằm củng cố mối quan hệ và thống nhất quan điểm về buôn bán cao su quốc tế.

Mục tiêu trong thời gian tới của Hiệp hội cao su Thái Lan là: (1). Không ngừng tăng cường chất lượng và đưa sản phẩm cao su của Thái Lan ra thế giới. (2). Phối với khu vực chính phủ, người trồng cao su, những người tiêu dùng trong nước nhằm quản lý chất lượng và đảm bảo thương mại công bằng. (3). Xây dựng hệ thống tiêu thụ cao su trên khắp thế giới bằng cách phối hợp với các tổ chức cao su quốc tế cũng như những nhà tiêu dùng cao su trên thế giới để phát triển chất lượng nhằm đáp ứng những yêu cầu ngày càng cao của thị trường.

1.3. Hiệp hội Da Trung Quốc

Hiệp hội da Trung Quốc (CLIA) được thành lập năm 1988, bao gồm 1300 thành viên. Các thành viên của Hiệp hội bao gồm các nhà sản xuất, các tổ chức, các viện nghiên cứu, các công ty thương mại cũng như các cá nhân tham gia sản xuất, chế biến đồ da, lông thú, hoá chất dùng trong ngành da, máy sản xuất đồ da, các đồ dùng bằng da và vật liệu để sản xuất giấy. CLIA cung cấp dịch vụ cho mọi thành phần trong khu vực sản xuất da.

(1) Về chức năng nhiệm vụ

a. Đối với doanh nghiệp thành viên

- Bảo vệ quyền lợi và lợi ích hợp pháp của các thành viên, giải quyết tranh chấp giữa các thành viên, điều phối các mối quan hệ trong lĩnh vực da.

- Giải quyết các yêu cầu của các doanh nghiệp và giúp các doanh nghiệp giải quyết những vấn đề gặp phải trong kinh doanh.

- Thực hiện các liên kết đa phương theo ngành dọc giữa các doanh nghiệp nhằm tìm hiểu và điều phối các vấn đề có liên quan đến cung cấp nguyên liệu, công nghệ và buôn bán giữa các thành viên nhằm xúc tiến hợp tác phát triển công nghệ và giải quyết những vấn đề tồn tại, đặc biệt là các vấn đề giữa các thành viên.

- Đào tạo nhân viên cho các doanh nghiệp bằng nhiều phương pháp khác nhau nhằm nâng cao khả năng của các doanh nghiệp. Hướng dẫn và giúp đỡ các doanh nghiệp trong sản xuất và quản trị nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế.

- Thực hiện các dịch vụ tư vấn, cung cấp các thông tin về kinh tế, thị trường và công nghệ trong và ngoài nước cho các thành viên. Ngoài ra Hiệp hội còn thu thập thông tin trong lĩnh vực của mình và xuất bản những thông tin này theo định kỳ để phục vụ các doanh nghiệp.

- Giải quyết những vấn đề liên quan đến sự phát triển và quản lý các thành viên.

b. Đối với chính phủ

- Thực hiện các điều tra, tìm hiểu, thu thập những thông tin cơ bản, đưa ra những xu thế phát triển của ngành, xây dựng dự thảo chương trình phát triển ngành (bao gồm việc xây dựng cơ sở hạ tầng, cập nhật và sửa đổi kế hoạch sản xuất, xuất khẩu và phát triển công nghệ...)

- Trợ giúp chính phủ trong thực thi các chính sách kinh tế và công nghệ, đưa ra dự thảo về chính sách phát triển ngành.

- Gợi ý những đề xuất về kế hoạch và phát triển công nghệ mới, quy trình mới, sản phẩm mới và vật liệu mới.

- Đưa ra những quan điểm về những sản phẩm nhập khẩu trong lĩnh vực này.

- Tổ chức các sự kiện do các cơ quan và các ban ngành có liên quan của Chính phủ giao phó.

- Chính phủ giao cho Hiệp hội áp dụng các tiêu chuẩn kỹ thuật cũng như giám sát và kiểm tra chất lượng sản phẩm của các nhà sản xuất.

c. Đối với sự phát triển của ngành

- Thiết lập hệ thống tự điều hành giữa các doanh nghiệp trong khu vực sản phẩm da, áp dụng những quy định và những hạn chế nhằm tăng cường năng lực của ngành này.

- Xây dựng hình ảnh và thương hiệu của các doanh nghiệp đáp ứng yêu cầu thị trường nhằm tăng khả năng cạnh tranh. “Thực hiện Hiệp ước về tính trung thực và uy tín của Hiệp hội da Trung Quốc” trên toàn quốc.

- Đảm bảo đồ da của Trung Quốc đáp ứng được các tiêu chuẩn về sức khoẻ theo tiêu chuẩn của Trung Quốc. Thực thi chiến lược phát triển cho một số thương hiệu nổi tiếng của Trung Quốc. Giám sát và chứng nhận các thương hiệu nổi tiếng trên toàn quốc.

- Tổ chức các cuộc hội chợ trong và ngoài nước, khai thác thị trường ngoài nước. Mở rộng các liên kết với các tổ chức có liên quan của nước ngoài, phát triển các trao đổi và hợp tác.

- Được giao nhiệm vụ tham gia các phái đoàn và các đoàn đàm phán quốc tế.

- Tổ chức và thực hiện các hoạt động về dịch vụ cộng đồng và các hoạt động khác nhằm trợ giúp và nâng cao khả năng của các doanh nghiệp.

(2) Về cơ cấu tổ chức:

Thành viên của quốc hội có thể giữ vị trí cao nhất trong Hiệp hội, thành viên hội đồng quản trị phải là đại biểu Quốc hội, những người này sẽ giám sát các hoạt động của Hiệp hội và những người này phải chịu trách nhiệm trước quốc hội.

Hiệp hội da Trung Quốc hoạt động theo kiểu các giám đốc phải chịu trách nhiệm trước hội đồng quản trị. Một phó giám đốc làm việc chuyên trách chịu trách nhiệm về toàn bộ các hoạt động hàng ngày của Hiệp hội. Ngoài ra, còn có 29 phó giám đốc làm việc bán thời gian, đó là những nhà quản lý doanh

ngiệp hoạt động trong lĩnh vực da, giấy dép, quần áo da, đồ da, hoá chất cho ngành da và doanh nghiệp thương mại trong ngành da.

Trong cơ cấu tổ chức của CLIA, có 10 ban chức năng, các phó giám đốc phụ trách các ban này. Những nhân viên trong Hiệp hội đều có thể làm việc ở các ban khác nhau bởi vì không phải ban nào cũng có tổ chức chính thức. Với kiểu cơ cấu tổ chức này các ban có thể hỗ trợ cho nhau một cách tương đối hiệu quả.

CLIA có một bộ phận thư ký giải quyết các công việc văn phòng dưới sự lãnh đạo của tổng thư ký.

2. Một số bài học kinh nghiệm rút ra cho Việt Nam

Qua kinh nghiệm của các Hiệp hội của một số nước ở trên có thể rút ra một số bài học cho Việt Nam như sau:

- Với chức năng là tổ chức đại diện cho các doanh nghiệp

Đối nội: Hiệp hội ngành hàng của các nước đóng vai trò là người đại diện thực sự cho các doanh nghiệp, là người trung gian giải quyết các vấn đề tranh chấp về quyền lợi của các doanh nghiệp. Thông qua việc thiết lập hệ thống tự điều hành giữa các doanh nghiệp, Hiệp hội áp dụng những quy định và những hạn chế nhằm tăng cường năng lực của ngành hàng.

Thực hiện các liên kết đa phương theo ngành dọc giữa các doanh nghiệp nhằm tìm hiểu và điều phối các vấn đề có liên quan đến cung cấp nguyên liệu, công nghệ và buôn bán giữa các thành viên nhằm xúc tiến hợp tác phát triển công nghệ. Xây dựng hình ảnh và thương hiệu cho ngành nhằm tăng khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp. Chẳng hạn, Hiệp hội da Trung Quốc đã có một chính sách rất hiệu quả “Thực hiện Hiệp ước về tính trung thực và uy tín của Hiệp hội Da Trung Quốc” đây là một trong những kinh nghiệm tốt mà các Hiệp hội ngành hàng của Việt Nam cần phải học tập nhằm tạo uy tín cho sản phẩm cũng như tạo mối liên kết của các doanh nghiệp.

Hiệp hội còn là đại diện cho doanh nghiệp trong việc thực hiện các hoạt động nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, thực thi chiến lược phát triển cho một số thương hiệu nổi tiếng. Hiện nay ở Việt Nam đã thành lập “Hiệp hội thương hiệu nông sản” đã và bắt đầu có hiệu quả, tuy nhiên vẫn hoạt động chưa thực sự có hiệu quả vì chưa có một quy chế hợp lý mà chỉ đơn thuần là các doanh nghiệp tập hợp lại với nhau và tìm cách bảo vệ thương hiệu của mình, khâu phát triển thương hiệu còn tương đối yếu.

- Tổ chức và thực hiện các hoạt động về dịch vụ cộng đồng nhằm trợ giúp và nâng cao khả năng của các doanh nghiệp. Ngoài ra, Hiệp hội ngành hàng còn có thể thực hiện các chiến lược “phát triển nguồn nhân lực” “Xây dựng các quỹ học bổng cho ngành”... để giúp các doanh nghiệp ngành hàng nâng cao năng lực của mình. Giải quyết tranh chấp giữa các thành viên, xây dựng môi trường

buôn bán bình đẳng và thống nhất nhằm đảm bảo quyền lợi cho các thành viên khi tham gia buôn bán với thế giới.

Đối ngoại: Hiệp hội ngành hàng là cơ quan đại diện cho toàn bộ các thành viên, là người đại diện cho các doanh nghiệp tham gia vào quá trình đàm phán, ký kết các hiệp định về buôn bán và kinh doanh với các Hiệp hội của nước ngoài cũng như các hiệp hội ngành hàng quốc tế, là đối tượng tham gia Hiệp hội ngành hàng quốc tế.

Hiệp hội ngành hàng tổ chức các triển lãm, hội chợ hàng hoá ở nước ngoài để giúp các doanh nghiệp tham gia nhằm đẩy mạnh trao đổi, buôn bán giữa doanh nghiệp trong và ngoài nước. Khai thác thị trường nước ngoài, nghiên cứu thị trường quốc tế và tổ chức các đoàn khảo sát thị trường thế giới hoặc tổ chức cho hội viên tham gia các cuộc triển lãm quốc tế. Mở rộng các liên kết với các tổ chức có liên quan của nước ngoài, phát triển các trao đổi và hợp tác về kinh tế, công nghệ và quản lý doanh nghiệp. Hiệp hội còn đại diện cho các doanh nghiệp ngành hàng trong việc xây dựng mối quan hệ với các cơ quan có thẩm quyền, các tổ chức quốc tế và các Hiệp hội ngành hàng trên thế giới.

Đại diện cho các doanh nghiệp giải quyết các tranh chấp (kiện chống bán phá giá, xuất xứ hàng hoá, bảo hộ và trợ cấp...) trực tiếp tham gia các vụ kiện này và là cơ quan đại diện chính thức của các doanh nghiệp.

- Hỗ trợ các doanh nghiệp

+ *Cung cấp thông tin và tư vấn:* Hiệp hội ngành hàng không chỉ đóng vai trò là một câu lạc bộ sinh hoạt mà nó còn là một tổ chức liên kết kinh tế nghiêm túc. Trong đó, chức năng thông tin và tư vấn (TT&TV) được đặt lên hàng đầu. Giúp đỡ hoặc cung cấp dịch vụ cho các thành viên giành được các hợp đồng, các dự án bằng cách đưa ra được những ý kiến, những điều kiện sát đúng có sức thuyết phục, có tính khả thi. Đảm bảo được những tiêu chuẩn chung và cao nhất của lĩnh vực TT&TV.

Để thực hiện được điều đó các đối tượng tham gia vào lĩnh vực TT&TV ngành hàng phải luôn luôn thoả mãn yêu cầu cao nhất của khách hàng, của các thành viên; Xác lập các mối quan hệ và niềm tin lẫn nhau giữa các cộng sự, giữa các doanh nghiệp thành viên, với các cơ quan chức năng của Chính phủ, với các bạn hàng quốc tế.

+ *Thông tin tuyên truyền vận động:* Cần phải xây dựng Hiệp hội ngành nghề thành một tổ chức chuyên ngành chuẩn mực và tạo ra nề nếp cung cấp các thông tin tiếp thị chính xác. Hiệp hội phải có tiếng nói trọng lượng với các cơ quan Nhà nước và các đối tác khác. Thông qua đối thoại và các phương tiện thông tin đại chúng để dành nhiều thì giờ thông tin tuyên truyền cho các thành viên. Trong đó, ít nhất mỗi năm 2 kỳ phát hành rộng rãi tạp chí chuyên ngành, trường hợp đặc biệt có thể phát hành thêm các đặc san; thường xuyên phải viết bài cho các báo chí và tạp san khác để tuyên truyền vận động cho Hiệp hội,

phát hành danh bạ các thành viên, in ấn cẩn thận đẹp đẽ, làm nổi rõ khả năng của từng thành viên.

Thông qua các ấn phẩm, qua mạng Internet hoặc các phương tiện thông tin khác cung cấp thông tin cho các thành viên một cách đầy đủ kịp thời; phản ánh những thay đổi hoặc ban hành các chính sách mới của Nhà nước những hội nghị quan trọng có liên quan, giới thiệu chi tiết các thành viên mới. Đây là phương tiện quan trọng cho việc quảng cáo các thành viên trong nước và thế giới. Do vậy, các thành viên phải thường xuyên đọc các loại ấn phẩm của Hiệp hội để có thông tin.

- *Về phát triển thị trường:* Ngoài những nhiệm vụ truyền thống của các Hiệp hội ngành hàng, Hiệp hội còn có thể mở rộng thị trường cho các thành viên của mình thông qua nhiều hoạt động phát triển thị trường như: (1) Mở các văn phòng đại diện ở nước ngoài; (2) Xây dựng hệ thống tiêu thụ hàng hoá trên khắp thế giới bằng cách phối hợp với các tổ chức quốc tế cũng như những nhà tiêu dùng hàng hoá lớn trên thế giới nhằm đáp ứng những yêu cầu ngày càng cao của thị trường; (3) Giúp các doanh nghiệp trong nước tiếp xúc với các doanh nghiệp của các Hiệp hội ngành hàng quốc tế... (như tham gia hội thảo, các cuộc gặp gỡ, dự tiệc,...)

- *Về nghiên cứu và triển khai:* Hoạt động nghiên cứu triển khai là một trong những hoạt động chứa đựng nhiều rủi ro mà một doanh nghiệp đơn lẻ khó thực hiện được. Vì vậy, Hiệp hội có thể là người thay các doanh nghiệp thực hiện những công trình nghiên cứu triển khai nhằm mang lại lợi ích cho tất cả các doanh nghiệp cũng như chia sẻ những rủi ro giữa các doanh nghiệp. Bằng cách lập ra một quỹ nhằm nghiên cứu triển khai kỹ thuật và công nghệ nhằm phổ biến kiến thức này cho tất cả các thành viên của Hiệp hội sẽ mang lại hiệu quả rất lớn. Hoạt động này nếu làm tốt không những sẽ không ngừng nâng cao khả năng của toàn bộ các thành viên trong Hiệp hội mà còn nâng cao vai trò của chính Hiệp hội đối với các thành viên.

- *Về cơ cấu tổ chức:* Cơ cấu tổ chức của Hiệp hội các nước thường có Hội đồng quản trị có vai trò cao nhất đối với đường hướng hoạt động của Hiệp hội. Thành viên hội đồng quản trị do các thành viên bầu ra. Tuy nhiên, Hội đồng quản trị không trực tiếp điều hành mà thường uỷ quyền cho Tổng Thư ký Hiệp hội điều hành. Thư ký Hiệp hội có thể là một Phó giám đốc làm việc hàng ngày tại Hiệp hội. Ngoài thư ký còn có các thành viên giúp việc khác là lãnh đạo các doanh nghiệp thành viên của Hiệp hội.

Tổng thư ký của Hiệp hội là người được tuyển chọn trên cơ sở năng lực công tác chứ không phải là người do các cơ quan, tổ chức Nhà nước cử sang. Tổng thư ký phải là người am hiểu công việc của Hiệp hội và có khả năng giải quyết các công việc hàng ngày, tổng thư ký không nhất thiết phải là thành viên của Hiệp hội.

Phần lớn cơ cấu tổ chức của các Hiệp hội là cơ cấu tổ chức theo kiểu trực tuyến chức năng. Tuy nhiên, ngoài mối quan hệ theo kiểu trực tuyến các Hiệp

hội thường có sự linh hoạt trong hoạt động nhằm hỗ trợ cho nhau một cách hiệu quả, đặc biệt khi phát sinh những công việc cần phải có nhiều người tham gia và nhiều các thủ tục phức tạp như tổ chức hội chợ ở nước ngoài, tổ chức hội thảo quốc tế...

Qua việc tìm hiểu nhận thức, quan niệm, điều kiện hình thành, vai trò, chức năng, hình thức hoạt động... những yếu tố cấu thành năng lực của hiệp hội, phương thức đánh giá năng lực và kinh nghiệm của các nước về phát triển các Hiệp hội ngành hàng... chúng ta thấy rằng, các hiệp hội ngành hàng ngày càng thể hiện tầm quan trọng trong việc phát triển xuất khẩu, mở rộng thị trường và nâng cao khả năng cạnh tranh trên các cấp độ khác nhau của một quốc gia. Trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế, việc củng cố và phát triển các Hiệp hội ngành hàng ngày càng thu hút sự quan tâm, chú trọng của các quốc gia.

Tuy nhiên, về tính chất và hình thức hoạt động các hiệp hội tương đối giống nhau, song về mô hình tổ chức hoạt động lại có những điểm khác nhau. Điều đó phụ thuộc vào điều kiện của mỗi nước như tình hình phát triển kinh tế, đặc điểm xã hội, vào sự quan tâm của các cấp chính quyền ... nhưng yếu tố quan trọng nhất đó là mức độ phát triển của cơ chế thị trường của nền kinh tế. Ở những nước mà tính điều tiết của cơ chế thị trường cao thì các hiệp hội phát triển cả về số lượng lẫn chất lượng và ngược lại nếu sự can thiệp của Nhà nước vào thị trường lớn sẽ làm giảm vai trò của hiệp hội.

Để các hiệp hội tồn tại phát triển và ngày càng phát huy vai trò của mình, cần phải tiến hành nghiên cứu đánh giá thực trạng, xác định các yếu tố tác động đến năng lực, đề ra các giải pháp nhằm nâng cao năng lực của hiệp hội. Chỉ có như vậy, các hiệp hội mới có thể đảm nhận được vai trò chức năng của mình đối với doanh nghiệp, đối với chính quyền, xã hội và cộng đồng quốc tế trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế hiện nay.

Chương II

THỰC TRẠNG NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG Ở VIỆT NAM TRONG VIỆC THÚC ĐẨY XUẤT KHẨU

I. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG Ở VIỆT NAM HIỆN NAY

1. Sự ra đời và phát triển của các Hiệp hội ngành hàng ở Việt Nam trong thời gian qua

Tư tưởng hình thành các Hiệp hội nói chung và Hiệp hội ngành nghề nói riêng ở Việt Nam đã có từ những thời xa xưa trong lịch sử. Truyền thống liên kết thành các hội nghề nghiệp, cùng thờ chung ông tổ nghề nhằm tôn vinh, khuyến khích, hỗ trợ thông tin nghề nghiệp, thị trường, bảo vệ bí mật nghề nghiệp, hình thành các phường hội, chuyên doanh theo ngành nghề còn tồn tại cho đến ngày nay. Tuy nhiên, với triết lý dân gian "buôn có bạn, bán có phường", quan niệm của các phường hội đó là quá đơn giản, chỉ dựa trên nền tảng sự tin cậy lẫn nhau giữa các thành viên trong gia đình, trong dòng họ, cùng lắm là trong làng xã với điểm chung là huyết thống hay gắn gũi về địa lý.

Sau cách mạng Tháng Tám, giới công thương được tập hợp lại trong "Công thương cứu quốc đoàn", ngày 13 tháng 10 năm 1945, ngay sau khi mới giành được độc lập, Bác Hồ đã viết thư gửi các nhà công thương. Trong đó Bác đã biểu hiện sự vui mừng và sự giúp đỡ giới công thương trong công cuộc kiến thiết đất nước.

Ngày 20 tháng 5 năm 1957, tức là sau 3 năm hoà bình lập lại, Chủ tịch Hồ Chí Minh ra sắc lệnh 120/SL/1004 quy định quyền lập hội của công dân. Điều 2 quy định: "mọi người đều có quyền lập hội trừ những người mất quyền công dân hoặc đang bị truy tố trước pháp luật". Đây là một trong những văn bản pháp luật dưới chính thể mới của Nhà nước ta.

Trong nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung, vai trò của Nhà nước được khẳng định trong tất cả các lĩnh vực, từ chính trị, kinh tế đến xã hội, nên các tổ chức mang tính chất phi chính phủ như hiệp hội ngành hàng hầu như không có môi trường và điều kiện để tồn tại và phát triển. Nhà nước đảm bảo quản lý và trực tiếp giải quyết đại đa số các vấn đề xã hội. Quan niệm về xã hội dân sự, trong nhiều trường hợp, không còn được hiểu như ý nghĩa bình thường của nó mà được hiểu như những vấn đề chứng tỏ sự quan tâm của Nhà nước dành cho các tầng lớp yếu thế trong xã hội (từ đó hình thành một số tổ chức xã hội mang tính chất cứu tế, trợ giúp, khuyến khích...) hay liên quan tới những người vi phạm đạo đức hoặc vi phạm pháp luật (từ đó hình thành một số tổ chức xã

hội mang tính chất hỗ trợ cơ quan công quyền cải tạo và phòng ngừa tội phạm). Nhìn chung, các hiệp hội kinh tế không phát triển vì các DNNN chiếm vai trò tuyệt đối trong nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung bao cấp, các doanh nghiệp này không có nhu cầu thành lập và tham gia Hiệp hội ngành hàng.

Đại hội Đảng VI đã thừa nhận 5 thành phần kinh tế cùng tồn tại và phát triển đã làm tiền đề cho sự ra đời của Luật Công ty. Kết quả là lần đầu tiên trong lĩnh vực kinh tế xuất hiện các doanh nghiệp thực sự ngoài quốc doanh. Nhờ đó đã giải phóng một lực lượng sản xuất vô cùng to lớn đang tiềm ẩn trong dân. Tiếp đến, sự phát triển của kinh tế thị trường yêu cầu phải tiếp tục hoàn chỉnh hệ thống pháp luật để thực hiện từng bước sự phù hợp giữa hình thức của quan hệ sản xuất với tính chất và trình độ của lực lượng sản xuất. Và kết quả là Luật doanh nghiệp (LDN) ra đời thay thế cho Luật Công ty, tạo điều kiện cho hàng chục vạn doanh nghiệp ngoài quốc doanh ra đời và hoạt động.

Những năm gần đây, trong tiến trình "Đổi mới" nhằm giảm bớt sự can thiệp bằng các biện pháp hành chính của Nhà nước đối với các hoạt động kinh tế, phù hợp với xu thế hội nhập kinh tế quốc tế, Đảng và Nhà nước đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách khuyến khích thành lập các Hiệp hội ngành hàng và tạo điều kiện thuận lợi để các hiệp hội hoạt động có hiệu quả. Nhiều chính sách mới đã góp phần thiết thực nhằm hỗ trợ phát triển sản xuất kinh doanh, bảo vệ lợi ích chính đáng, hợp pháp của hội viên vừa đóng góp vào sự nghiệp phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Bắt đầu từ đây, Hiệp hội ngành hàng ở nước ta hình thành và phát triển theo đúng bản chất của nó nhằm thực hiện tốt vai trò tập hợp các doanh nghiệp cùng ngành hàng lại với nhau, làm cầu nối giữa doanh nghiệp với cơ quan quản lý Nhà nước, giữa doanh nghiệp với các tổ chức nghề nghiệp và doanh nhân quốc tế.

Nhiều hiệp hội ngành hàng đã có những đóng góp tích cực và quan trọng vào việc xây dựng chiến lược phát triển ngành, xây dựng cơ chế quản lý, tham gia chuẩn bị hoặc hỗ trợ cho các cuộc đàm phán thương mại cũng như giải quyết các tranh chấp quốc tế, thực hiện nhiều chương trình xúc tiến thương mại, tổ chức hội thảo, tập huấn giúp cho các doanh nghiệp tiếp cận và hiểu biết thêm những yêu cầu mới của thị trường thế giới về môi trường, trách nhiệm xã hội, an toàn lao động, sức khoẻ... Hoạt động của các hiệp hội ngành hàng ngày càng có hiệu quả và được Nhà nước khuyến khích, đề cao. Nghị định 88/2003/NĐ-CP ngày 30/7/2003 của Chính phủ là một minh chứng thể hiện sự quan tâm và đánh giá trên đây.

Về số lượng các Hiệp hội ta thấy rằng: năm 1963 chỉ có Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) mới được thành lập, với tư cách là cơ quan xúc tiến thị trường trực thuộc sự điều hành quản lý của Bộ Ngoại thương. Tuy nhiên suốt một thời gian dài tổ chức mang tính vừa Chính phủ vừa phi Chính phủ này hầu như không phát huy được vai trò của nó, do hạn chế về nhiều mặt. Mãi tới đầu những năm 1990, đất nước bước vào thời kỳ đổi mới VCCI chuyển đổi trở thành ngôi nhà chung của cộng đồng các doanh nghiệp

(DN) và hoạt động như là một tổ chức phi Chính phủ duy nhất của các doanh nghiệp Việt Nam. Cùng với sự phát triển của cộng đồng DN, VCCI lớn mạnh dần. Hội viên của VCCI là những doanh nghiệp hoạt động kinh doanh trên lãnh thổ Việt Nam không phân biệt quy mô chủ sở hữu, địa bàn hoạt động và ngành nghề kinh doanh. Có thể coi VCCI như là một tổ chức cao nhất của các hiệp hội (HH) doanh nghiệp Việt Nam.

Chỉ trong 3 năm thi hành Luật doanh nghiệp, số doanh nghiệp mới thành lập trong cả nước là trên 5 vạn, trong đó doanh nghiệp dân doanh (DNDD) chiếm 95% thu hút được 70% số lao động xã hội, dự tính khoảng 2,3 triệu người, đã huy động một lượng vốn đáng kể thậm chí có thể nói là tương đối với lượng vốn FDI đầu tư nước ngoài Việt Nam trong 10 năm qua. Đến năm 2003 ngoài VCCI đã có trên 80 tổ chức Hiệp hội kinh tế hoạt động trong mọi lĩnh vực đời sống kinh tế xã hội. Đến nay, chúng ta có thể khẳng định rằng, việc nâng cao hiệu quả và vai trò của Hiệp hội ngành nghề trong cộng đồng các doanh nghiệp là điều rất cần thiết. Kết quả đó, không chỉ biểu hiện sự cố gắng nỗ lực của các nhà lãnh đạo hiệp hội mà còn là kết quả của sự trợ giúp của khung khổ pháp lý và chính sách hỗ trợ tạo điều kiện cho tổ chức Hiệp hội doanh nghiệp hoạt động.

Về hình thức, sự phát triển các Hiệp hội ngành hàng ở nước ta trong thời gian qua hoàn toàn phù hợp với những hình thức hình thành hiệp hội trên thế giới. Qua tìm hiểu kinh nghiệm tổ chức Hiệp hội ngành hàng ở một số nước trên đây cho thấy theo phạm vi hành chính, các hiệp hội được tổ chức theo 2 cấp Trung ương-địa phương. Theo nội dung hoạt động có hiệp hội chuyên ngành như: Hiệp hội Thủy sản, Hiệp hội Da giấy, Hiệp hội Gốm sứ, Hiệp hội Cơ khí, Hiệp hội Giao nhận, Hiệp hội Dệt may... và cũng có thể có các hiệp hội chung như Hiệp hội các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam, Hiệp hội Công thương nhưng phải được tổ chức giới hạn theo địa bàn hoặc giới hạn theo quy mô vốn hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp hội viên.

2. Thực trạng của các Hiệp hội ngành hàng ở nước ta hiện nay

2.1. Về số lượng các hiệp hội và quy mô hội viên

Hiệp hội ngành hàng mới chỉ thực sự bắt đầu khi nước ta chuyển đổi nền kinh tế theo cơ chế thị trường và mở cửa hội nhập, tuy với một thời gian tương đối ngắn nhưng nhìn chung các Hiệp hội ngành hàng đã trở thành nơi tập hợp các doanh nghiệp thúc đẩy sản xuất và xuất khẩu. Qua quá trình hoạt động, các Hiệp hội ngành hàng đã và đang ngày càng nâng cao được vai trò của mình đối với các doanh nghiệp hội viên, chính vì vậy, số hội viên tham gia vào các Hiệp hội ngành hàng đang ngày càng gia tăng.

Về số lượng hiệp hội, hiện nay cả nước ta có khoảng 200 hiệp hội hoạt động trên các phạm vi và các lĩnh vực khác nhau. Trong số 200 hiệp hội nói trên có khoảng trên 80 hiệp hội trong lĩnh vực kinh tế và thường được gọi là Hiệp hội kinh tế. Trong số các Hiệp hội kinh tế chỉ có khoảng trên 30 Hiệp hội

ngành hàng, còn lại khoảng 50 Hiệp hội khác cũng là Hiệp hội kinh tế nhưng không phải là hiệp hội ngành hàng chẳng hạn như Hội Doanh nghiệp trẻ, Hiệp hội Nữ doanh nhân...

Các Hiệp hội ngành hàng đã hình thành và hoạt động rộng khắp trên tất cả các lĩnh vực kinh tế như nông-lâm-thủy sản, công nghiệp - xây dựng và dịch vụ. Tuy nhiên, số lượng của các hiệp hội trong các lĩnh vực kinh tế trên đây rất khác nhau. Theo bảng 1 dưới đây ta thấy, số hiệp hội thuộc lĩnh vực công nghiệp, xây dựng là lớn nhất gồm 17 trong số 31 hiệp hội ngành hàng, chiếm trên 55%. Ngược lại số Hiệp hội ngành hàng thuộc lĩnh vực nông-lâm-thủy sản lại rất ít, chỉ có 6 Hiệp hội chiếm khoảng gần 20%. Nhiều ngành hàng thuộc lĩnh vực này chưa thành lập được hiệp hội...

Về quy mô hội viên: Số hội viên ở trong các hiệp hội cũng rất khác nhau. Ở những ngành phát triển xuất khẩu rộng rãi, tính cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành gay gắt, thời gian thành lập đã được lâu hơn thì số hội viên thường đông hơn. Sự phát triển của nền kinh tế và xu thế hội nhập kinh tế quốc tế đã làm cho cạnh tranh diễn ra ngày càng gay gắt không chỉ trên thị trường quốc tế mà ngay cả trong nước chính là điều kiện cần thiết để hình thành các hiệp hội ngành hàng. Nhu cầu về liên kết giữa các doanh nghiệp nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh đang ngày càng được các doanh nghiệp quan tâm. Chính vì vậy, hiện nay có rất nhiều Hiệp hội ngành hàng đang vận động thành lập.

Số hội viên của các hiệp hội rất khác nhau, có hiệp hội hơn 500 hội viên, bên cạnh đó có Hiệp hội chỉ vài chục hội viên. Chẳng hạn, Hiệp hội dệt may Việt Nam có 544 hội viên, đây là Hiệp hội ngành hàng có số hội viên đông nhất, hơn cả tổng số hội viên của lĩnh vực nông- lâm- thủy sản, còn hiệp hội có số thành viên ít nhất là Bảo hiểm Việt Nam (18 hội viên), Thép Việt Nam (21 hội viên).

Ở những ngành hàng xuất khẩu chủ lực của nước ta đều đã thành lập các hiệp hội ngành hàng với số hội viên tương đối đông, chẳng hạn như; Hiệp hội Dệt may với trên 544 hội viên, Hiệp hội Cà phê-Cao su có 110 hội viên, Hiệp hội Thủy sản có 178 hội viên, Hiệp hội Lương thực có 71 hội viên, Hiệp hội Chè có trên 200 thành viên, Hiệp hội vận tải ô tô có 388 thành viên, Hiệp hội nhà thầu xây dựng có 365 thành viên... Nhiều hiệp hội ngành hàng còn thành lập chi nhánh, câu lạc bộ để mở rộng phạm vi hoạt động.

Tổng số hội viên của tất cả các Hiệp hội ngành hàng trong cả nước là 4106 hội viên. Đây là một tỷ lệ quá nhỏ, vì rằng hiện nay cả nước ta có khoảng gần 160.000 doanh nghiệp hoạt động trên tất cả các lĩnh vực của nền kinh tế mà chỉ có 4106 doanh nghiệp tham gia vào các tổ chức hiệp hội ngành hàng chỉ chiếm khoảng hơn 20% số doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế là một tỷ lệ rất thấp. Nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là các doanh nghiệp chưa hiểu hết tầm quan trọng của việc tham gia hiệp hội, các Hiệp hội ngành hàng hoạt động kém hiệu quả vì vậy chưa thu hút được doanh nghiệp, một số ngành hàng chưa thành lập được hiệp hội...

Bảng 1: Số hội viên của các Hiệp hội ngành hàng nước ta (năm 2002)

STT	Tên hiệp hội	Số hội viên
I	Lĩnh vực nông- lâm - thủy sản	485
1	Cây điều Việt Nam	93
2	Chè	94
3	Lương thực	73
4	Trái cây Việt Nam	78
5	Cà phê ca cao	110
6	Mía đường Việt Nam	37
II	Lĩnh vực công nghiệp, xây dựng	2614
1	Gỗ lâm sản Việt Nam	171
2	Nhà thầu xây dựng	365
3	Công nghiệp kỹ thuật điện	47
4	Chủ tàu Việt Nam	25
5	Tinh dầu - hương liệu mỹ phẩm Việt Nam	80
6	Doanh nghiệp cơ khí Việt Nam	180
7	Dệt may Việt Nam	544
8	Nhựa Việt Nam	236
9	Giấy Việt Nam	89
10	Xe đạp - xe máy Việt Nam	142
11	Rượu bia - nước giải khát	148
12	Xi măng Việt Nam	101
13	Thép Việt Nam	21
14	Da giày	115
15	Thức ăn chăn nuôi	60
16	Chế biến thủy sản	178
17	Doanh nghiệp điện tử	92
III	Lĩnh vực dịch vụ	1007
1	Du lịch	186
2	Bảo hiểm Việt Nam	18
3	Vận tải Ô tô	388
4	Quảng cáo Việt Nam	145
5	Tư vấn xây dựng Việt Nam	150
6	Ngân hàng Việt Nam	38
7	Đại lý môi giới hàng hải Việt Nam	57
8	Chủ tàu Việt nam	25
	Tổng cộng (I + II + III)	4106

Nguồn: Báo cáo của các hiệp hội - Bộ Nội vụ (2003)

Tóm lại, nếu tính cả những hiệp hội được tổ chức ở nhiều cấp độ và hình thức khác nhau, hiện nay chúng ta có khoảng hơn 200 hiệp hội doanh nghiệp. Có những hiệp hội ngành nghề ở cấp quốc gia như Hiệp hội da giày Việt Nam, Hiệp hội Dệt May Việt Nam, Hiệp hội cà phê, Ca cao Việt Nam, Hiệp hội thủy sản Việt Nam... Có những hiệp hội đa ngành ở cấp địa phương như Hiệp hội Công thương Hà Nội, Hiệp hội Công thương thành phố Hồ Chí Minh và các hiệp hội ngành nghề ở cấp địa phương như Hiệp hội may thêu đan, Hiệp hội nhựa thành phố Hồ Chí Minh... Cũng có hiệp hội của các doanh nghiệp nước ngoài ở Việt Nam như Hiệp hội doanh nghiệp Nhật Bản, Hiệp hội doanh nghiệp Mỹ, Hiệp hội doanh nghiệp Hàn Quốc...

2.2. Về việc thực hiện chức năng của các Hiệp hội ngành hàng

- Về chức năng xúc tiến thương mại và đầu tư

Qua điều tra phỏng vấn ý kiến của các doanh nghiệp đối với hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng của Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam cho thấy: Về chức năng xúc tiến thương mại và đầu tư thì có 92% số ý kiến của các doanh nghiệp cho rằng các Hiệp hội có thực hiện chức năng này. Khác với thời gian trước đây thông thường doanh nghiệp tự tìm tòi là chính, không có sự hỗ trợ từ phía các hiệp hội. Song, so với yêu cầu của doanh nghiệp hội viên thì kết quả thực tế của hoạt động này chưa cao, chỉ mới đạt mức độ trung bình. Điều này chứng tỏ, một mặt trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và cạnh tranh đang ngày càng gay gắt như hiện nay thì các hiệp hội đã bắt đầu thực hiện đúng các chức năng của mình, mặt khác các doanh nghiệp cũng đã bắt đầu đặt niềm tin vào hiệp hội, sẵn sàng nhận sự hỗ trợ đó kể cả trong một số trường hợp hoạt động có thu phí.

Một số Hiệp hội ngành hàng đã làm được vai trò cầu nối không những giữa các cơ quan chính quyền với các doanh nghiệp mà còn giữa các doanh nghiệp với các nhà khoa học, các cơ sở nghiên cứu, các trường đào tạo để đưa công nghệ mới vào sản xuất kinh doanh, đào tạo phát triển nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp. Một số hiệp hội đang thử nghiệm thực hiện vai trò điều phối các mối quan hệ hợp tác liên kết, hỗ trợ lẫn nhau trong sản xuất-kinh doanh, chia sẻ cơ hội và rủi ro, hợp tác tiến hành những chương trình, dự án lớn giữa các doanh nghiệp.

Thông qua các Hiệp hội ngành hàng, hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư hỗ trợ các doanh nghiệp tìm kiếm bạn hàng - đối tác, mở rộng thị trường xuất khẩu đã được thực hiện có hiệu quả. Có hiệp hội đã tiến hành điều tra khảo sát xác định lợi thế cạnh tranh của hàng Việt Nam so với một số hàng hoá tương ứng của các nước khác, qua đó khuyến nghị các hội viên phát triển chiến lược cạnh tranh và chuẩn bị tích cực để thâm nhập vào thị trường mới, đồng thời cùng các hội viên, các cơ quan nhà nước tích cực xây dựng các cơ sở hạ tầng kỹ thuật và xã hội để thực hiện những chiến lược đầu tư và xuất khẩu mang tính cơ bản, lâu dài.

Nhiều Hiệp hội ngành hàng đã thực sự là đầu mối đại diện tham gia vào các diễn đàn thế giới và trong khu vực, là cầu nối giữa các doanh nghiệp Việt Nam với cộng đồng doanh nghiệp quốc tế. Một dấu hiệu đáng mừng là các hiệp hội trong các lĩnh vực kinh tế trọng điểm của Việt Nam đều đã thiết lập quan hệ hợp tác với các hiệp hội tương ứng của các nước và trong khu vực và các hiệp hội ngành hàng này đã tích cực nói lên tiếng nói của các doanh nghiệp, các nhà sản xuất Việt Nam, tích cực bảo vệ lợi ích thương mại của các doanh nghiệp Việt Nam trong các mối quan hệ thương mại song phương và đa phương.

Một số Hiệp hội ngành hàng đã tiến hành các hoạt động xã hội, từ thiện như quyên góp trợ giúp các khu vực bị thiên tai, giúp đỡ các gia đình có công với cách mạng, các bà mẹ Việt Nam Anh hùng... Các hoạt động xã hội này là hết sức cần thiết nhằm nâng cao hình ảnh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam.

- Về việc bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp

Theo kết quả điều tra ý kiến của doanh nghiệp thấy rằng, trong thời gian qua các hiệp hội đã đóng góp tích cực vào quá trình xây dựng thể chế kinh tế thị trường, chính sách phát triển ngành hàng, thể hiện tích cực vai trò đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp nhằm phát triển kinh tế - xã hội của đất nước:

Các hiệp hội đã bước đầu thể hiện được vai trò đại diện, nói lên tiếng nói của doanh nghiệp từng ngành, từng lĩnh vực và của cả cộng đồng doanh nghiệp qua đó góp phần tích cực hình thành các văn bản pháp luật tạo thuận lợi hơn cho doanh nghiệp như Luật Đầu tư trong nước, Luật Thuế giá trị gia tăng, Luật Doanh nghiệp, Bộ luật lao động, Nghị định 90 về doanh nghiệp nhỏ và vừa... Đối với những ngành kinh tế kỹ thuật quan trọng như ngành thủy sản, dệt may, da giày, xây dựng, nhựa... các Hiệp hội ngành hàng cũng tích cực không chỉ tham gia vào quá trình xây dựng chiến lược tăng tốc của ngành mà còn thể hiện được vai trò người đại diện, bảo vệ cho lợi ích của các doanh nghiệp của ngành mình trong quan hệ quốc tế đặc biệt là việc thâm nhập vào các thị trường mới.

Vai trò đại diện cho các doanh nghiệp còn được các Hiệp hội ngành hàng thực hiện thông qua việc cùng với các cơ quan chính quyền tổ chức các cuộc đối thoại giữa doanh nghiệp và chính quyền nhằm tháo gỡ những vướng mắc và tạo thuận lợi cho hoạt động của các doanh nghiệp. Ở Trung ương, hàng năm, các Hiệp hội ngành hàng đã tích cực tham gia cùng Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam tổ chức cuộc gặp của Thủ tướng với doanh nghiệp. Ở địa phương, lãnh đạo của nhiều tỉnh cũng thường xuyên phối hợp với chi nhánh Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và các Hiệp hội ngành hàng tổ chức các cuộc đối thoại giữa chính quyền với doanh nghiệp. Các cơ chế tham khảo ý kiến của các doanh nghiệp thông qua Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và các Hiệp hội ngành hàng đang ngày càng được mở rộng. Các kiến nghị và tác động của các Hiệp hội ngành hàng cũng đã tích cực thúc đẩy quá trình đổi mới thủ tục hành chính của các cơ quan quản lý nhà nước, để

nhận thấy nhất đó là việc đổi mới trong khâu đăng ký thành lập doanh nghiệp, thủ tục hải quan, thuế...

Nhằm thúc đẩy cơ chế hỗ trợ cho các doanh nghiệp, gần đây nhiều Hiệp hội ngành hàng cũng đã có chương trình hợp tác với các ngân hàng thương mại nhằm tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ kinh tế gia đình tiếp cận được tốt hơn đối với các nguồn vốn tín dụng chính thức.

Các Hiệp hội ngành hàng không chỉ thực hiện vai trò đại diện bảo vệ quyền lợi cho toàn thể cộng đồng doanh nghiệp mà bước đầu đã quan tâm chú ý đến việc bảo vệ quyền chính đáng của từng doanh nghiệp riêng lẻ. Một số vụ việc liên quan đến những vướng mắc cụ thể của các doanh nghiệp, liên quan đến việc thanh tra kiểm tra chồng chéo hay việc hình sự hoá các quan hệ kinh tế dân sự đã được các hiệp hội tích cực tác động, cùng các cơ quan chính quyền tham gia tháo gỡ cho doanh nghiệp.

- Về vấn đề cung cấp thông tin cho doanh nghiệp

Theo ý kiến của các doanh nghiệp, các Hiệp hội đã thực hiện được chức năng này. Trong thời gian gần đây các hoạt động cung cấp thông tin cho các doanh nghiệp hội viên đang được các Hiệp hội ngành hàng thực hiện ngày một tốt hơn.

Bảng 2: Ý kiến đánh giá của các doanh nghiệp về hoạt động của Hiệp hội ngành hàng (Cho điểm theo thang 1- ít tiến triển, 5- thực hiện rất tốt)

Hình thức hoạt động	Có hoạt động		Không hoạt động (%)
	Điểm	%	
Xúc tiến thương mại và đầu tư	2,5	92	8
Bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp	2,6	89	11
Cụ thể:			
Cung cấp thông tin	2,9	93	7
Tổ chức tham gia hội chợ triển lãm	2,7	92	8
Công tác đào tạo	2,7	91	9
Phản ánh kiến nghị của doanh nghiệp	2,7	90	10
Góp ý các văn bản gây khó khăn cho hoạt động của doanh nghiệp	2,5	84	16
Tư vấn kinh doanh và đầu tư	2,2	83	17
Bảo vệ doanh nghiệp bị oan sai	2,4	79	21
Công tác điều phối ngành hàng	1,6	65	35

Nguồn: Báo cáo kết quả điều tra của VCCI năm 2003

Nhìn chung qua kết quả điều tra thì đến nay việc thực hiện chức năng này của các Hiệp hội ngành hàng cũng mới chỉ ở mức có tiến triển.

- Về tổ chức hội chợ triển lãm

Các doanh nghiệp cho rằng, Hiệp hội ngành hàng đã thực hiện được chức năng này. Trên thực tế thì việc thực hiện chức năng này của các Hiệp hội có tiến triển, song chưa thể đáp ứng được yêu cầu của doanh nghiệp. Các hiệp hội cần có hình thức tổ chức tốt hơn để các cuộc hội chợ triển lãm đạt kết quả cao hơn.

Tổng hợp các hoạt động của Hiệp hội ngành hàng, được được các doanh nghiệp đánh giá cụ thể trong bảng 2 trên đây.

Tóm lại, Hiệp hội ngành hàng đã tập hợp được các nhà sản xuất, xuất khẩu lớn của nước ta theo từng ngành hàng. Một số hiệp hội đã xây dựng được những tổ chức trực thuộc như các chi hội, chi nhánh câu lạc bộ trực thuộc tại một số địa phương.

Hiệp hội ngành hàng thực hiện chức năng cầu nối giữa doanh nghiệp với Nhà nước, bằng việc tổng hợp những kiến nghị của các hội viên về cơ chế, chính sách của Nhà nước để từ đó kiến nghị lên Chính phủ và các Bộ, ngành kịp thời tháo gỡ những khó khăn cho ngành hoặc để xây dựng các chính sách quản lý phù hợp với thực tiễn.

Bên cạnh đó, Hiệp hội ngành hàng đã đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại thông qua việc tập hợp được hầu hết các nhà sản xuất, xuất khẩu lớn theo từng ngành hàng. Bước đầu, một số hiệp hội đã có những kinh nghiệm làm xúc tiến thương mại, nhất là các hiệp hội lớn như dệt may, da giày, thủy sản, lương thực, cà phê... Hiệp hội thủy sản đã tổ chức cho hội viên tham gia các hội chợ thủy sản lớn trên thế giới và tập hợp các doanh nghiệp đấu tranh bảo vệ quyền lợi khi có tranh chấp thương mại xảy ra như vụ kiện cá ba sa và mới đây là vụ kiện tôm.

Các Hiệp hội ngành hàng hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển xuất khẩu và mở rộng thị trường nội địa cung cấp thông tin thị trường và khách hàng cho các doanh nghiệp hội viên phổ biến cho các thành viên những tiến bộ khoa học, công nghệ trong sản xuất kinh doanh; xác định phương hướng phát triển sản xuất kinh doanh của các ngành hàng, các nội dung liên kết và hợp tác trong sản xuất, tiêu thụ sản phẩm trên cơ sở tự nguyện của các thành viên. Khi xuất khẩu hàng hoá thì rất cần tổ chức để bảo vệ quyền lợi của mình ở nước ngoài nếu tự một mình doanh nghiệp thì rất khó khăn. Các liên kết đó mới nổi bật ở một số lĩnh vực như Hiệp hội thủy sản. Doanh nghiệp có hiệp hội để hợp tác bán hàng với giá cả hợp lý và chia sẻ các thông tin cần thiết về thị trường nước ngoài và bảo vệ nhau khi có tranh chấp thương mại. Nhưng làm sao hiệp hội phải là nơi mà doanh nghiệp tìm ra được nhiều cơ hội nâng cao năng lực quản lý kinh doanh.

Thông qua những chương trình hoạt động phong phú, các hiệp hội đã khuyến khích doanh nghiệp thành viên đầu tư phát triển theo định hướng chính sách của Nhà nước, đúng quy hoạch của từng ngành hàng. Các hiệp hội cũng chú trọng đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển thị trường trong nước, đẩy mạnh xuất khẩu. Thời gian gần đây, hiệp hội ngành hàng đóng vai trò quan trọng trong việc khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất, đầu tư cho việc xây dựng thương hiệu, quảng bá ngành hàng, nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng Việt Nam. Hầu hết các hiệp hội ngành hàng đều có trang Web riêng để cung cấp thông tin cho doanh nghiệp thành viên và quảng bá sản phẩm của doanh nghiệp.

Hiệp hội ngành hàng cũng đã tham gia tích cực vào việc bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp hội viên trong điều kiện ngày càng có nhiều tranh chấp thương mại trên thị trường quốc tế. Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam (VASEP) là một điển hình với nhiều hoạt động tích cực và hiệu quả trong việc tham gia vụ kiện bán phá giá cá Basa, cá Tra tại thị trường Hoa Kỳ. Hiệp hội Da giày cũng đã nỗ lực tham gia giải quyết vụ kiện giày và đế giày không thấm nước ở Canada. Trước tình hình giá thu mua chè búp tươi giảm mạnh, Hiệp hội chè Việt Nam đã có văn bản đề nghị các nhà máy chè giữ mức giá sàn ổn định tránh thiệt hại cho nông dân.

Một số đơn vị hiệp hội ngành hàng đã tham gia vào các tổ chức hiệp hội trên thế giới, mở rộng quan hệ hợp tác với cộng đồng doanh nghiệp quốc tế, thiết thực góp phần bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế.

2.3 . Về một số Hiệp hội ngành hàng của nước ta

Do trong khuôn khổ hạn hẹp của Đề tài, chúng tôi xin giới thiệu hoạt động cụ thể của Hiệp hội Cà phê-Ca cao và Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản.

2.3.1. Hiệp hội Cà phê và Ca cao Việt Nam

Hiệp hội Cà phê-Ca cao Việt Nam (VietNam Coffee and Cocoa Association: VICOFA) được thành lập ngày 4/1/1990 và được công nhận theo Quyết định số 28/KTĐN-TCCB ngày 22/1/1990 của Bộ trưởng Bộ KTĐN (nay là Bộ Thương mại).

VICOFA là tổ chức phi Chính phủ được tổ chức và hoạt động theo pháp luật Việt Nam và theo Điều lệ của Hiệp hội được hội viên thông qua và được cơ quan có thẩm quyền của Nhà nước phê duyệt. Đây là tổ chức tập hợp và đại diện cho các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế và thể nhân sản xuất, chế biến, kinh doanh, cung ứng dịch vụ xuất khẩu, nghiên cứu khoa học công nghệ và đào tạo thuộc ngành Cà phê - Ca cao ở Việt Nam.

VICOFA được thành lập trên cơ sở tự nguyện nhằm phối hợp có hiệu quả và đẩy mạnh các hoạt động sản xuất-kinh doanh, nghiên cứu khoa học và thúc

đẩy các quan hệ hợp tác với cộng đồng quốc tế. Cũng như các Hiệp hội ngành hàng khác, sự hình thành và phát triển của VICOFA nhằm thực hiện vai trò là cầu nối của các mối “liên kết ngang” giữa các doanh nghiệp thuộc Ngành hàng Cà phê-Ca cao trong cả nước.

Mục đích hoạt động của Hiệp hội là tạo được mối liên kết giữa các doanh nghiệp cùng ngành nghề trong việc tìm kiếm thị trường, xúc tiến thương mại, hỗ trợ phát triển sản xuất - kinh doanh và bảo vệ quyền lợi cho hội viên.

Chức năng của Hiệp hội Cà phê-Ca cao Việt Nam là tập hợp và đại diện cho các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế và thể nhân sản xuất, chế biến, kinh doanh dịch vụ cung ứng xuất khẩu, nghiên cứu khoa học-công nghệ và đào tạo thuộc ngành cà phê. Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam được thành lập trên cơ sở tự nguyện nhằm phối hợp có hiệu quả các hoạt động sản xuất kinh doanh trên thị trường trong nước và ngoài nước. Hiệp hội thống nhất ý chí và hành động, tránh việc tranh mua, tranh bán, đầu cơ gây tổn hại đến lợi ích chung. Hiệp hội bảo vệ quyền lợi của hội viên, chống những hành vi độc quyền, tranh chấp thị trường, xâm phạm lợi ích của doanh nghiệp. Hiệp hội là diễn đàn nhằm giúp đỡ nhau trong các vấn đề vốn, đào tạo, môi giới, tư vấn kỹ năng quản lý doanh nghiệp và áp dụng công nghệ mới...

Kể từ khi thành lập (năm 1990) đến nay, hiệp hội đã có những hoạt động tích cực nhằm bảo vệ quyền lợi cho hội viên và góp phần phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Tập hợp và phát triển tổ chức, bước đầu làm quen với hoạt động của Hiệp hội.

- Năm 1992 giá cà phê xuống mức thấp nhất, Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam đã bảo vệ lợi ích của ngành qua các cạnh tranh về hợp đồng Ngoại thương. Năm 1994-1995, khi giá cà phê lên cao, Hiệp hội đã cùng Ban vật giá Chính phủ phối hợp thực hiện chính sách phụ thu lập quỹ bình ổn giá.

Về đối ngoại, Hiệp hội Cà phê-Ca cao Việt Nam đã xây dựng quan hệ tốt với Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO). Ngày 26/3/1991, Việt Nam chính thức gia nhập Tổ chức Cà phê Quốc tế (ICO) và được cử đại diện của mình làm thành viên đoàn đại biểu của Nhà nước Việt Nam dự các kỳ họp của Hội đồng Cà phê Quốc tế (ICC) cũng như các tổ chức quốc tế khác về cà phê.

Vào thời kỳ năm 1994 - 1997, ở nước ta tiến hành điều hành xuất khẩu cà phê theo chế độ đấu mới, Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam cùng với Bộ Thương mại phối hợp trong việc xem xét đấu mới xuất khẩu và tổ chức tổng kết công tác xuất khẩu cà phê hàng năm.

Tại Hội nghị Bộ trưởng Nông lâm nghiệp ASEAN lần thứ 19 ở Thái Lan tháng 9/1997, Việt Nam được cử là nước chủ trì mặt hàng cà phê, VICOFA là cơ quan thường trực.

Vào những năm 1998 - 2001, diễn biến giá cả thị trường phức tạp từ đầu năm 1999, giá xuống liên tục. Hoạt động của Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam là phối hợp với Bộ Thương mại điều hành, chỉ đạo xuất khẩu. Thông qua các hội nghị Hội đồng quản trị và hội nghị các nhà xuất khẩu cà phê lớn hàng đầu của cả nước để đưa ra những quyết sách phù hợp.

- Tham gia phối hợp hành động với Hiệp hội các nước xuất khẩu Cà phê (ACPC) dự các cuộc họp với tư cách quan sát viên. Tổ chức hội nghị các nhóm công tác quốc gia về cà phê của các nước ASEAN tại Hà Nội dưới sự chỉ đạo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

Ngày 19/11/1999, Hiệp hội Cà phê-Ca cao Việt Nam được Nhà nước tặng thưởng Huân chương Lao động hạng 3.

Từ năm 2001, trước tình hình diện tích, sản lượng cà phê trong nước tăng quá nhanh ngoài sự kiểm soát của các cấp quản lý, góp phần gia tăng nguồn cung, đây là một trong những nguyên nhân dẫn đến giá cà phê trên thị trường thế giới giảm mạnh, các hoạt động của Hiệp hội đã tập trung vào hai nội dung lớn như sau:

(1) Trong nước

- Tháo gỡ khó khăn trước mắt, nhằm tăng giá xuất khẩu, hạn chế thiệt hại cho người trồng và các doanh nghiệp xuất khẩu cà phê;

- Trước tình hình giá cà phê trên đà giảm mạnh, Hội đồng quản trị triệu tập các cuộc họp bất thường mở rộng đến các công ty xuất khẩu cà phê chủ lực để ra biện pháp liên kết trong kinh doanh như tạm dừng bán cà phê ở thời điểm nhất định để tăng giá xuất khẩu, quy định giá sàn xuất khẩu. Những giải pháp này đã có tác dụng tích cực đẩy giá xuất khẩu lên trong thời gian nhất định (tháng 12/2000- 1/2001);

- Phối hợp với Bộ Thương mại đề ra thông tư quy định mức chênh lệch giá XK so với giá tại thị trường Luân Đôn, hạn chế tình trạng bán ồ ạt, đẩy giá xuống thấp;

- Tham gia với Bộ Nông nghiệp & PTNT, Bộ Thương mại về kế hoạch lưu trữ và tiêu thụ 150.000 tấn cà phê tạm trữ;

- Phối hợp với các Bộ, ngành xác định kế hoạch phát triển ngành cà phê Việt Nam trong tương lai đảm bảo tính bền vững, cân đối ở trong nước và trên thế giới nhằm khắc phục những tồn tại;

- Tham gia xây dựng Tiêu chuẩn quốc gia về cà phê Việt Nam, đã được phê duyệt và áp dụng trong xuất khẩu cà phê thay cho các tiêu chuẩn trước kia;

- Xác định kế hoạch phát triển cân đối của ngành cà phê Việt Nam đến 2010;

- Tham gia xây dựng kế hoạch phát triển 100.000 ha cà phê chè (Arabica), trước mắt là 40.000 ha;

- Tham gia xây dựng chương trình về Công nghệ chế biến, cải tiến chất lượng sản phẩm đối với cà phê;

- Xây dựng chiến lược thị trường đối với cà phê Việt Nam.

(2) Ngoài nước

Các hoạt động quốc tế của Hiệp hội Cà phê - Cacao Việt Nam trong thời gian qua đã góp phần tích cực xác định vị trí, uy tín của ngành cà phê Việt Nam trên trường quốc tế.

- Thiết lập mối liên hệ với Tổ chức cà phê quốc tế (ICO), là cơ quan thường trực của Việt Nam trong quan hệ với ICO, đây là nhiệm vụ được nhà nước giao.

- Duy trì và hoàn thành đầy đủ các hoạt động trong giao dịch với ICO như chấp hành chế độ báo cáo, nộp niên liễm, sinh hoạt...

- Tư vấn cho Chính phủ ký Hiệp định quốc tế cà phê 2001. Việt Nam tiếp tục được Hội đồng cà phê quốc tế chấp nhận là thành viên của Ban Tư vấn Cà phê trong ICO (gồm 8 nước). Với Hiệp hội các nước sản xuất cà phê (ACPC) và các Hiệp hội cà phê các nước bạn Việt Nam đã ủng hộ và phối hợp với ACPC thực hiện chương trình lưu trữ cà phê nhân nhằm giữ giá, bảo vệ quyền lợi của người trồng cà phê.

- Quan hệ chặt chẽ với Hiệp hội Cà phê Indônêxia, Ấn Độ, Brazil, Côlômbia; phối hợp các biện pháp hạn chế việc giảm giá cà phê trên thế giới và khu vực; đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến xây dựng các chương trình, dự án để cải tiến, nâng cao chất lượng cà phê, nâng cao trình độ cho cán bộ trong ngành, tìm nguồn vốn thực hiện các dự án đó.

- Tổ chức lớp bồi dưỡng về thị trường kỳ hạn cà phê với sự trợ giúp của Sở giao dịch SICOM Singapore.

- Xây dựng dự án án nâng cao chất lượng cà phê Việt Nam, ngăn ngừa sự hình thành nấm mốc bằng nguồn vốn của FAO. Dự án đang chờ quyết định cuối cùng của FAO ở Rome; tham gia dự án nâng cao chất lượng cà phê Robusta ở Quảng Trị (hợp tác giữa tổ chức GTZ của Đức và 2 tập đoàn cà phê lớn tại Công ty Hồ tiêu Tân Lâm)

2.3.2. Hiệp hội Chế biến xuất khẩu Thủy sản Việt Nam

Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (Vietnam Association of Seafood Exporters and Producers - VASEP) là tổ chức tự nguyện

của các doanh nghiệp Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực chế biến, xuất nhập khẩu thủy sản.

Hiệp hội được thành lập nhằm mục đích phối hợp, liên kết hoạt động của các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, không phân biệt qui mô sản xuất kinh doanh, giúp nhau nâng cao giá trị, chất lượng, khả năng cạnh tranh của sản phẩm thủy sản Việt Nam. Các doanh nghiệp là Hội viên chính thức của VASEP hoàn toàn bình đẳng về quyền lợi và nghĩa vụ. Hiệp hội hoạt động trong khuôn khổ pháp luật Việt Nam và Điều lệ hiệp hội, được sự bảo trợ của Bộ Thủy sản và các cơ quan Nhà nước hữu quan. Với gần 200 hội viên, tổng doanh số của các Hội viên VASEP chiếm gần 90% kim ngạch xuất khẩu thủy sản của cả nước.

VASEP đại diện và bảo vệ quyền lợi hợp pháp, chính đáng của các Hội viên và của ngành công nghiệp chế biến và xuất khẩu thủy sản Việt Nam. VASEP tham gia thúc đẩy các hoạt động khai thác và nuôi trồng thủy sản nhằm phát triển nguồn nguyên liệu, bảo vệ uy tín các sản phẩm của ngành trước công luận và người tiêu dùng.

VASEP cung cấp miễn phí cho các Hội viên chính thức thông tin cập nhật nhất bằng các bản tin Thương mại Thủy sản hàng tuần và hàng tháng, các báo cáo đặc biệt, các ấn phẩm, và thông qua các khoá đào tạo đa dạng.

Trong khuôn khổ VASEP còn có các Câu lạc bộ sản phẩm, như Câu lạc bộ Tôm sú, Câu lạc bộ Cá nước ngọt philê,... nhằm giúp các hội viên cùng sản xuất kinh doanh một nhóm sản phẩm hợp tác với nhau về nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh.

Trung tâm dịch vụ tư vấn chế biến xuất khẩu thủy sản là tổ chức kinh tế trực thuộc Hiệp hội, có một đội ngũ chuyên gia lành nghề, đủ năng lực tư vấn các hội viên VASEP trong việc xác định và giải quyết các vấn đề khoa học công nghệ, marketing, quản trị kinh doanh và các vấn đề về luật pháp. VASEP hỗ trợ các hội viên đạt được mục tiêu và kết quả cao nhất trong kinh doanh trên thị trường thủy sản thế giới.

Số hội viên của Hiệp hội đã không ngừng phát triển, từ 155 hội viên (đến tháng 11/2002) đến nay đã có tới 178 hội viên. Hiệp hội đã chú ý tới việc thu hút các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Trong 178 hội viên, có 145 hội viên chính thức và 33 hội viên liên kết.

(*) Các hoạt động của Hiệp hội thủy sản:

Thông qua các hoạt động của Hiệp hội, quan hệ giữa các doanh nghiệp hội viên đã thay đổi đáng kể, từ chỗ cạnh tranh không lành mạnh, phân tán, manh mún, bị khách hàng nước ngoài lợi dụng chia cắt đến nay đã từng bước xây dựng quan hệ hợp tác và hỗ trợ lẫn nhau, tạo nền tảng cho việc cạnh tranh

lành mạnh, hình thành sức mạnh chung của ngành hàng thuỷ sản Việt Nam trên thị trường thế giới.

Hiệp hội đã thành lập Ủy ban Tôm và dự kiến tiếp tục thành lập các Ủy ban ngành hàng khác nhằm tập hợp lực lượng và chỉ đạo hoạt động cho doanh nghiệp sản xuất ngành hàng.

Ngoài ra, Ban chấp hành còn chủ trương thành lập 2 câu lạc bộ: Câu lạc bộ doanh nghiệp vừa và nhỏ (năm 2004) và Câu lạc bộ Giám đốc nữ.

Bảng 3: Danh sách các Ủy ban cần thành lập và thời gian thành lập

Ủy ban Ba sa	2003
Ủy ban Nhuyễn thể	2004
Ủy ban Cá biển	2004
Ủy ban Đồ hộp	2005
Ủy ban Hàng khô	2005
Ủy ban Hoá chất	2005
Ủy ban Thiết bị chế biến	2006

Nguồn: Hiệp hội Chế biến xuất khẩu Thủy sản Việt Nam

Mối quan hệ giữa Hiệp hội với các doanh nghiệp hội viên đã được xây dựng và ngày càng phát triển tốt đẹp theo nguyên tắc hoàn toàn tự nguyện, công khai, bình đẳng, không phân biệt. Hiệp hội đã trở thành tổ chức tập hợp, đại diện và bảo vệ cho quyền lợi chính đáng và hợp pháp của các hội viên, tạo được lòng tin của hội viên và từng bước xây dựng tinh thần cộng đồng của các doanh nghiệp, đặc biệt trong những thời điểm khó khăn.

Với vai trò làm cầu nối giữa doanh nghiệp với Nhà nước: Hiệp hội đã thường xuyên tập hợp các ý kiến, nguyện vọng của hội viên đề xuất và kiến nghị với các cơ quan quản lý Nhà nước. Phần lớn các kiến nghị của Hiệp hội đã được các cơ quan chức năng tiếp thu và từng bước giải quyết, giảm khó khăn, tạo thêm thuận lợi cho các doanh nghiệp hội viên hoạt động sản xuất kinh doanh. Hiệp hội ngành hàng cũng đã tích cực tham gia góp ý xây dựng các văn bản quản lý của Bộ Thủy sản và các Bộ, ngành khác.

Thông qua hệ thống thông tin của mình, Hiệp hội ngành hàng đã chủ động phổ biến và hướng dẫn hội viên thực hiện tốt các chủ trương, chính sách của Đảng và Nhà nước. Hiệp hội ngành hàng đã chuẩn bị và tích cực phối hợp với các doanh nghiệp địa phương triển khai thực hiện Chỉ thị của Thủ tướng

Chính phủ và Bộ Thủy sản cấm đưa tạp chất vào nguyên liệu thủy sản, thông qua các cam kết tập thể của doanh nghiệp, chủ nậu vừa và ngư dân.

- Cung cấp thông tin thương mại cho doanh nghiệp:

Bằng việc phát hành đều đặn các Bản tin Thương mại thủy sản hàng ngày, Bản tin Thương mại thủy sản hàng tuần và Tạp chí Thương mại thủy sản hàng tháng, Hiệp hội ngành hàng đã cung cấp thường xuyên các thông tin cập nhật cho hội viên về tình hình giá cả, thị trường, xuất khẩu, các văn bản quy định mới của Nhà nước và quốc tế, thiết bị công nghệ, các mặt hàng mới...

Để cung cấp thông tin cho các khách hàng nước ngoài, Hiệp hội đã phối hợp với các tạp chí chuyên ngành thủy sản có uy tín tại các thị trường trọng điểm để quảng cáo, giới thiệu hình ảnh của thủy sản Việt Nam: phát hành trên các tạp chí SEAFOOD BUSINESS (Mỹ), SEAFOOD INTERNATIONAL (EU), THE SUI SAN TIME (Nhật Bản), PRODUCT DE LA MER (Pháp), EUROFISH (Đông Âu) và INFOFISH (châu Á), tên tuổi của thủy sản Việt Nam đã được giới thiệu rộng rãi trên các thị trường trọng điểm thế giới.

Bên cạnh việc đăng quảng cáo trên các tạp chí chuyên ngành, Hiệp hội còn biên soạn và in ấn các ấn phẩm chuyên ngành, chất lượng cao, trình bày đẹp bằng tiếng nước ngoài để phát hành tại các hội chợ quốc tế và cung cấp cho các khách hàng nước ngoài.

- Đẩy mạnh xúc tiến thương mại và chủ động phát triển thị trường:

Hiệp hội Thủy sản đã tổ chức cho hội viên tham gia các hội chợ thủy sản lớn trên thế giới (hội chợ Brussels, Los Angeles, Boston). Hiệp hội cũng đã tổ chức cho hội viên đi khảo sát học tập kinh nghiệm các nước lớn trên thế giới. Tổ chức nhiều hội thảo chuyên đề, các lớp đào tạo, tổ chức đoàn đi khảo sát thị trường nước ngoài...

Thực hiện công tác xúc tiến thương mại hàng năm Hiệp hội tổ chức cho các doanh nghiệp Việt Nam tham dự các hội chợ quốc tế tại các thị trường trọng điểm như: Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc... Đến nay Hiệp hội đã có gian hàng thường xuyên tại tất cả các hội chợ thủy sản lớn nhất thế giới, khẳng định hình ảnh tốt đẹp và tạo vị thế vững chắc cho ngành thủy sản Việt Nam. Thông qua các hội chợ triển lãm quốc tế, doanh nghiệp đã từng bước nâng cao được tính chuyên nghiệp trong hoạt động tiếp thị của đơn vị, thiết lập được mối quan hệ hợp tác lâu dài với các khách hàng nước ngoài.

Để hỗ trợ cho các doanh nghiệp tham gia hội chợ, Hiệp hội đã chủ động tìm kiếm, huy động các nguồn tài trợ từ ngân sách Nhà nước, các dự án và tổ chức quốc tế, như: SEAQIP, SIPPO, JETRO... Các nguồn tài trợ này đã góp phần tiết kiệm cho hội viên hàng trăm ngàn USD mỗi năm.

Hiệp hội đã tổ chức cho các đoàn doanh nghiệp đi tìm hiểu và khảo sát mở rộng thị trường. Ngoài ra Hiệp hội cũng đã tổ chức nhiều đoàn đi tìm hiểu hình thức tổ chức chợ cá và công nghệ sản xuất thủy sản của các nước.

Để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp xúc với khách hàng, giới thiệu sản phẩm và tiếp xúc với công nghệ tiên tiến của thế giới ngay tại Việt Nam, Hiệp hội đã tổ chức thành công Hội chợ quốc tế Thủy sản Việt Nam năm 2003. Đầu năm 2003, thực hiện chủ trương mở rộng thị trường nội địa, Hiệp hội đã tổ chức thành công Hội chợ Thủy sản Hà Nội, Hội chợ đã mang lại cho người tiêu dùng phía Bắc nhiều sự lựa chọn cho tiêu dùng các sản phẩm thủy sản của Việt Nam.

- Chủ động tham gia giải quyết các hàng rào thương mại:

Hiện nay, chúng ta đang ngày càng phải đối phó với những rào cản kỹ thuật do các nước nhập khẩu đưa ra. Những rào cản điển hình hiện nay do các nước nhập khẩu khối lượng hàng hoá lớn của Việt Nam đưa ra bao gồm: vệ sinh an toàn thực phẩm, các tiêu chuẩn về môi trường, sử dụng lao động ngoài giờ...

Để đối phó được với tình trạng này, các hiệp hội không còn cách nào khác là phải nhanh chóng đào tạo cho mình một đội ngũ luật sư để có thể “bảo vệ lợi ích hợp pháp của hiệp hội trên thị trường thế giới”. Vấn đề khó khăn nhất mà chúng ta đang gặp phải là “không có một luật sư nào hiểu biết đến mức có thể tranh luận với luật sư của các hiệp hội nước khác trong việc bảo vệ quyền lợi cho doanh nghiệp Việt Nam”.

Một vấn đề nữa mà các hiệp hội của Việt Nam cần làm là phải bảo đảm được chất lượng hàng hoá của các doanh nghiệp, nhất là vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm, từ hàng thủy sản đến các nông sản. Trong bối cảnh bùng nổ thông tin hiện nay, chỉ một lô hàng của một doanh nghiệp vào một thị trường vi phạm các điều khoản về an toàn thực phẩm, có thể sẽ dẫn đến sự phản ứng gay gắt của toàn bộ các bạn hàng nước ngoài và ảnh hưởng đến việc làm ăn của tất cả các doanh nghiệp khác. Để làm được điều này, các hiệp hội ngoài việc nâng cao khả năng quản lý, còn cần tranh thủ sự hợp tác của các đối tác nhằm nâng cao khả năng kiểm tra.

Trong vụ tranh chấp cá ba sa, Hiệp hội đã tập hợp, thống nhất ý chí các doanh nghiệp hội viên, tổ chức nhiều hoạt động kịp thời và kiên quyết để đấu tranh với phía Mỹ. Câu lạc bộ Ba sa Việt Nam thường xuyên đưa ra các giải pháp phối hợp về giá, chất lượng, tên gọi. Đã tích cực vận động các tổ chức của Mỹ ủng hộ cho Việt Nam, đòi Bộ Thương mại Mỹ phải xử lý vụ kiện công bằng và khách quan. Đã chủ động phối hợp với các phương tiện thông tin đại chúng để thường xuyên cập nhật thông tin, thông báo diễn biến tình hình cho các doanh nghiệp và cơ quan Chính phủ.

Trong việc chuẩn bị đối phó với vụ kiện tôm, Hiệp hội ngành hàng đã thành lập Ủy ban Tôm trực thuộc Hiệp hội. Ủy ban có trách nhiệm thay mặt ban

chấp hành Hiệp hội trong việc xây dựng và tổ chức thực hiện thống nhất các chiến lược, sách lược, giải pháp và hoạt động của các thành viên hiệp hội liên quan đến sản xuất, chế biến và xuất khẩu sản phẩm tôm.

Trong việc đối phó với chính sách dư lượng kháng sinh của EU, Hiệp hội ngành hàng luôn theo sát diễn biến tình hình, thường xuyên cập nhật thông tin cho doanh nghiệp và Nhà nước. Hiệp hội ngành hàng cũng đã đề xuất với Chính phủ, Bộ Thủy sản và các cơ quan chức năng các chính sách, biện pháp tổng thể để giải quyết tận gốc vấn đề dư lượng kháng sinh.

- Tổ chức hoạt động đào tạo cho doanh nghiệp:

Hiệp hội đã phối hợp với các Dự án và tổ chức quốc tế tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng và đào tạo chuyên môn nghiệp vụ cho các cán bộ của các hội viên về các lĩnh vực quản lý doanh nghiệp, quản lý nguồn nhân lực cho các cán bộ lãnh đạo, quản lý sản xuất cho các giám đốc, quản lý môi trường, tiếp thị chuyên nghiệp và đối ngoại, tài chính, công nghệ môi trường cho các cán bộ kỹ thuật...

Đồng thời đã tổ chức kịp thời các hội nghị chuyên đề bàn biện pháp giải quyết vấn đề dư lượng kháng sinh trong sản phẩm thủy sản xuất khẩu, tọa đàm về luật chống bán phá giá của Mỹ...

- Phát triển quan hệ quốc tế:

Hiệp hội ngành hàng đã chủ động tham gia các hoạt động khu vực và quốc tế. Hiệp hội đã cử cán bộ tham dự các hội nghị, hội thảo quốc tế như: diễn đàn chiến lược xuất khẩu quốc gia tại Can Cun (Mêhicô), Hội nghị tôm toàn cầu ở Mêhicô, Diễn đàn hợp tác Á - Âu lần thứ 8 tại Hàn Quốc, Hội thảo khu vực châu Á về xây dựng năng lực thương mại và phát triển kinh tế tư nhân tổ chức tại Campuchia, Hội nghị tư vấn chuyên gia công nghiệp về thương mại thủy sản quốc tế tổ chức tại Brazil... Phối hợp với chương trình xúc tiến nhập khẩu Thủy Sản (SIPPO) tổ chức hội thảo "Xúc tiến xuất khẩu thủy sản vào thị trường châu Âu và các tiêu chuẩn thương mại thủy sản tại diễn đàn này, báo cáo của VASEP đã giới thiệu về thủy sản Việt Nam góp phần giúp thế giới hiểu thêm, làm thay đổi những đánh giá sai lệch về ngành thủy sản Việt Nam, chống lại các quy định bảo hộ hoặc phòng vệ quá mức của các nước nhập khẩu.

Hiệp hội đã chủ động thiết lập mối quan hệ với tổ chức, cá nhân và doanh nghiệp nước ngoài nhằm thu hút các nguồn ngoại lực phục vụ cho mở rộng thị trường xuất khẩu và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

3. Thực trạng năng lực tổ chức và tài chính của các hiệp hội trong hoạt động thúc đẩy xuất khẩu hàng hoá

3.1. Về năng lực tổ chức bộ máy

Như đã trình bày trong chương I, Hiệp hội là loại hình tổ chức đặc thù với sự tham gia tự nguyện của các thành viên, hoạt động không vì mục tiêu lợi nhuận và là một tổ chức kinh tế xã hội phi chính phủ. Vì vậy, để có một hiệp hội mạnh, phát huy được vai trò của mình thì điều cốt lõi là bộ máy lãnh đạo hiệp hội phải có khả năng hay năng lực tổ chức tốt.

Năng lực tổ chức bộ máy thường phụ thuộc vào hai yếu tố là bên trong và bên ngoài hiệp hội. Yếu tố bên trong lại được thể hiện ở hai khía cạnh là (1) bộ máy lãnh đạo hiệp hội cần phải có một cơ cấu tổ chức hợp lý và (2) cần phải có những cán bộ có đủ năng lực đảm nhận các bộ phận trong cơ cấu tổ chức đó. Đây là yếu tố quan trọng không chỉ đối với một tổ chức như hiệp hội mà trở thành phổ biến đối với tất cả các tổ chức khác và thường được gọi là công tác tổ chức và cán bộ. Yếu tố bên ngoài chính là môi trường kinh tế xã hội, văn hoá... trong đó quan trọng nhất là môi trường pháp lý, hay cụ thể hơn là các quy định pháp lý đối với sự ra đời và hoạt động của hiệp hội.

Về cơ cấu tổ chức của các hiệp hội ngành hàng ở nước ta đến nay vẫn chưa có mô hình thống nhất. Đối với một số hiệp hội mạnh thì đã hình thành các phòng, ban chức năng rất rõ ràng và các phòng ban chức năng đó có nhiệm vụ rất cụ thể sát với tình hình thực tế, nhờ đó hiệu quả hoạt động của hiệp hội rất cao. Chẳng hạn, trong cơ cấu tổ chức của Hiệp hội du lịch Việt Nam có những ban như Ban chấp hành, Ban kiểm tra, Ban tài chính và Bộ phận Văn phòng, sau một thời gian hoạt động đã hình thành thêm một số ban chuyên môn như Ban tổ chức và phát triển hội viên, ban tài chính, Ban đào tạo, ban đối ngoại quảng bá và hội nhập... số cán bộ của hiệp hội đến hàng chục người. Các phòng, ban, bộ phận đều có quy chế cụ thể dựa trên điều lệ của hiệp hội. Trong khi đó nhiều hiệp hội khác số cán bộ chỉ có khoảng vài ba người và tất nhiên là không thể hình thành được các phòng ban một cách quy củ. Qua kết quả điều tra cho thấy hiện nay ở nước ta trên 80% số hiệp hội có số cán bộ nhân viên cơ quan ít hơn 10 người (phổ biến là dưới 5 người), có hiệp hội, thậm chí không có cán bộ, nhân viên chuyên trách.

Cơ cấu tổ chức bộ máy gắn liền với mô hình của hiệp hội, ở nước ta hiện nay do chưa có một mô hình thống nhất nên cơ cấu tổ chức bộ máy của các hiệp hội rất khác nhau và thường phụ thuộc vào thực trạng của nguồn kinh phí và năng lực cụ thể của từng cán bộ chứ không phải xuất phát từ chức năng nhiệm vụ của Hiệp hội.

Nhiều ban lãnh đạo Hiệp hội không chỉ có số thành viên quá ít mà năng lực tổ chức, các hoạt động rất yếu. Một số cán bộ chủ chốt còn kiêm nhiệm hoặc còn tham gia các hoạt động khác chưa chú trọng vào công việc của hiệp hội. Thực tế hiện nay ở nước ta tình trạng các Hiệp hội ngành hàng thiếu cán bộ có năng lực, cán bộ chuyên trách là phổ biến. Rất ít người quan niệm hoạt động hội là một nghề, đòi hỏi tính chuyên nghiệp cao không kém gì các nghề khác. Các hiệp hội nhỏ và hiệp hội cấp tỉnh thường không có cán bộ chuyên trách. Nhiều lãnh đạo các hiệp hội là các doanh nhân hoặc các quan chức, họ có

ít thời gian để gắn bó với công việc của hiệp hội. Đa số cán bộ, nhân viên của các hiệp hội không được trang bị chuyên môn để tổ chức, quản lý hiệp hội và cung cấp dịch vụ cho hội viên.

Hầu hết chức danh Tổng thư ký, Chủ tịch hiệp hội đều kiêm nhiệm hoặc là các giám đốc đã về hưu đảm nhiệm. Các nhân viên của Hiệp hội ngành hàng thì ít, đồng thời về chuyên môn thì chưa cao, chính vì vậy làm hạn chế rất nhiều đến hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng. Do cơ chế hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng hiện nay là cơ chế lấy thu bù chi, tài chính cho hoạt động của Hiệp hội chủ yếu là do đóng góp của các hội viên, vì vậy lương trả cho nhân viên của Hiệp hội thường thấp, điều này hạn chế việc thu hút những nhân viên có trình độ, có thâm niên công tác làm việc cho Hiệp hội.

Theo đánh giá của nhiều Hiệp hội ngành hàng, chủ trương của Nhà nước trong việc ủng hộ sự phát triển của các Hiệp hội ngành hàng thường chậm được cụ thể hoá thành các biện pháp hỗ trợ. Trong khi đó, bản thân các Hiệp hội ngành hàng cũng còn kém năng động, nên đang làm hạn chế khả năng, vai trò của mình đối với các thành viên.

Thực trạng trên đây đã ảnh hưởng đến năng lực tổ chức và triển khai mọi hoạt động của hiệp hội nhằm thực hiện các chức năng của mình. Điều đó được thể hiện qua số lượng và chất lượng của các hoạt động cụ thể như xúc tiến thương mại, tư vấn, cung cấp thông tin, đào tạo, phát triển thị trường, tập hợp doanh nghiệp hội viên, tư vấn chính sách, chiến lược cho chính phủ...

Có hiệp hội một thời gian dài không tổ chức được một hoạt động gì đáng kể, thậm chí ngay cả sinh hoạt Ban chấp hành hội cũng không được thường xuyên theo đúng định kỳ đã quy định trong điều lệ. Nhiều năm trời không tổ chức được hội nghị toàn thể hội viên.

Tóm lại, năng lực tổ chức hoạt động của hiệp hội có vai trò quan trọng đối với sự tồn tại và phát triển của hiệp hội. Do hiện nay chúng ta chưa tìm ra được mô hình hoạt động nói chung cho các Hiệp hội ngành hàng nên công tác tổ chức hiệp hội còn rất khó khăn. Sự yếu kém trong công tác tổ chức cán bộ và những bất cập từ khung khổ pháp lý... đã hạn chế rất lớn đến sự phát triển của các hiệp hội trong thời gian qua.

3.2. Về tài chính

Sự hình thành các Hiệp hội ngành hàng là do các tổ chức kinh tế mà cụ thể là doanh nghiệp cùng quan tâm, tự nguyện, hoàn toàn không có cơ chế bắt buộc. Mục đích hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng vừa là bảo vệ quyền lợi chính đáng của các hội viên, vừa là trao đổi học hỏi kinh nghiệm hoạt động kinh tế giữa các hội viên.

Chính hai đặc điểm này chi phối đến quá trình hình thành quỹ tài chính trong các Hiệp hội ngành hàng. Cơ sở hình thành quỹ tài chính trong các Hiệp

hội ngành hàng, không thể dựa trên cơ sở quyền lực, cũng không thể dựa vào kết quả hoạt động kinh doanh, mà chỉ có thể là mức độ lợi ích từ các hoạt động của chúng mang lại cho các hội viên và cho xã hội. Uy tín hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng càng cao đối với hội viên, cũng như đối với toàn bộ hoạt động kinh tế của đất nước thì khả năng, mức độ hình thành quỹ càng lớn. Tính lợi ích, mức độ uy tín chính là cơ sở điều kiện để có được quỹ tài chính đối với từng Hiệp hội ngành hàng.

Như đã trình bày, nguồn hình thành quỹ tài chính trong các Hiệp hội ngành hàng có thể là các hội viên thông qua các khoản lệ phí và hội phí, nguồn hỗ trợ từ ngân sách nhà nước thường thông qua các hoạt động mang tính dịch vụ công, các dự án và đề tài nghiên cứu, từ các dự án tài trợ của các tổ chức nước ngoài và quốc tế.

Về thu lệ phí và hội phí: Tình trạng phổ biến đối với các hiệp hội hiện nay là thường không thu được lệ phí từ hội viên, do nhiều nguyên nhân khác nhau. Nhiều Hiệp hội ngành hàng lấy mức thu hội phí của hội viên làm mục tiêu tài chính cho hàng năm chẳng hạn hiệp hội du lịch đặt ra chỉ tiêu thu lệ phí và hội phí của các hội viên của năm 2004 là 80%. Hiệp hội vận tải ô tô Việt Nam đặt chỉ tiêu mức thu hội phí là 100.000đồng/tháng đồng đều đối với các doanh nghiệp hội viên nhưng chỉ đạt khoảng 40% chỉ tiêu đã đề ra.

Về các hoạt động dịch vụ có thu, đây là một trong những nguồn thu đáng kể của hiệp hội, nếu như lãnh đạo hiệp hội biết cách tổ chức triển khai. Các hoạt động dịch vụ có thu thông thường là cung cấp thông tin, tư vấn kinh doanh, xuất bản ấn phẩm, đào tạo... Tuy nhiên, trong thời gian qua một mặt do mới thành lập, mặt khác chất lượng cung cấp dịch vụ chưa cao, hơn nữa có một số hiệp hội lại đề ra mức phí quá cao nên không thu hút được khách hàng trong việc sử dụng các dịch vụ của Hiệp hội... dẫn đến nguồn thu từ các hoạt động này còn rất hạn chế.

Việc tiến hành các dịch vụ công thông qua các hợp đồng kinh tế với chính quyền hoặc các tổ chức kinh tế khác còn gặp nhiều khó khăn. Thông thường, để thực hiện các dịch vụ này đòi hỏi lãnh đạo Hiệp hội phải có đủ năng lực để thực hiện các dự án như tham gia xây dựng chính sách pháp luật, chiến lược phát triển ngành hàng... Nhưng ở nước ta một mặt, do năng lực của các hiệp hội, mặt khác các cơ quan quản lý nhà nước còn ít quan tâm đến hiệp hội và thường tự mình đảm trách các công việc này, hoặc phối hợp với các tổ chức sự nghiệp như các Viện nghiên cứu, các Trường đại học để tiến hành nên kết quả là nguồn thu từ các hoạt động này của các hiệp hội thường rất ít ỏi.

Một số hiệp hội đã có mối quan hệ với các tổ chức nước ngoài và đã tiến hành thực hiện được một số dự án từ các tổ chức đó. Thông thường đó là các dự án điều tra về tình hình thị trường và mặt hàng ở nước ta để cung cấp các căn cứ cho tổ chức đó quyết định phương án đầu tư, kinh doanh tại Việt Nam. Trong các trường hợp đó, hiệp hội ngành hàng thường được phía nước ngoài chọn làm

đối tác. Tuy nhiên, để thực hiện được các dự án này cũng yêu cầu phía hiệp hội phải có những năng lực chuyên môn nhất định và đặc biệt là phải có mối quan hệ tốt với các tổ chức kinh tế nước ngoài. Vào những năm gần đây, nguồn thu từ các hoạt động này không đáng kể, nhiều hiệp hội chưa thiết lập được mối quan hệ với các tổ chức kinh tế liên quan ở nước ngoài.

Nguồn hỗ trợ từ ngân sách nhà nước, nói chung rất hạn hẹp, cho đến nay trong luật ngân sách Nhà nước của ta không quy định khoản hỗ trợ này cho các Hiệp hội ngành hàng, chỉ trừ một số các hiệp hội có Bộ chủ quản. Tuy nhiên, việc hỗ trợ vẫn theo kiểu “xin cho”, là một trong những nguyên nhân hình thành tiêu cực giữa cơ quan chủ quản và một số cán bộ của Hiệp hội...

Qua những gì trên đây ta thấy rằng, tình trạng tài chính của các hiệp hội hiện nay phổ biến là yếu kém. Theo kết quả khảo sát của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam cho thấy nhiều hiệp hội chưa tạo được nguồn thu thường xuyên bảo đảm cho các hoạt động của hiệp hội, kể cả các nguồn chi cho bộ máy thường trực hiệp hội. Nhiều Hiệp hội phải tiến hành vay nợ để trang trải cho các hoạt động tối thiểu thường xuyên.

Do những mặt yếu kém về tài chính nên không ít các hiệp hội chất lượng hoạt động không cao, không những không hấp dẫn được thêm hội viên mới, mà còn làm cho hội viên cũ chán nản không tham gia vào hoạt động của hiệp hội, không đóng hội phí, từ đó hoạt động của hiệp hội co hẹp, nguồn thu giảm sút, hiệp hội không đủ khả năng giải quyết dứt điểm những khó khăn của mình. Một số hiệp hội thừa nhận họ đang trong tình trạng bế tắc, không có lối ra.

Tóm lại, năng lực tổ chức và tình trạng tài chính trong các Hiệp hội ngành hàng đã và đang gặp phải những khó khăn rất lớn. Điều đó đã ảnh hưởng nặng nề đến hoạt động của Hiệp hội, đến việc thực hiện vai trò và chức năng của các Hiệp hội ngành hàng nước ta hiện nay.

II. THỰC TRẠNG CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG CỦA HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG Ở NƯỚC TA

1. Nhận thức và tiềm lực kinh tế của cộng đồng doanh nghiệp

1.1. Nhận thức

Yếu tố nhận thức có vai trò rất lớn đối với sự hình thành và phát triển của các Hiệp hội ngành hàng. Như chúng ta đã biết, các hiệp hội là các tổ chức dân sự, hoạt động theo nguyên tắc vô lợi nhuận, phi chính phủ, sự tham gia của các thành viên vào tổ chức này là tự nguyện. Tuy các Hiệp hội ngành hàng có điều lệ, có quy chế hoạt động và các ràng buộc nhất định, song nhìn chung là dựa trên cơ sở tự giác nhận thức của các doanh nghiệp. Vì vậy, để các Hiệp hội hình thành và phát triển, trước hết cần phải nhận thức đúng vai trò, chức năng và tính chất của hiệp hội.

Đối với doanh nghiệp là những người trực tiếp sản xuất, kinh doanh và tự nguyện đứng trong hàng ngũ của hiệp hội. Hơn ai hết họ phải hiểu được rằng hiệp hội chính là người bảo vệ quyền lợi cho họ, là người phản ánh tâm tư nguyện vọng của họ đối với chính quyền các cấp và đứng ra đấu tranh vì quyền lợi của họ trước cộng đồng quốc tế. Để hiệp hội mạnh và đảm nhận được các chức năng này họ phải có nghĩa vụ đối với hiệp hội. Nghĩa vụ đó được thể hiện ở chỗ phải có trách nhiệm xây dựng hiệp hội, chọn những người có năng lực đứng vào hàng ngũ lãnh đạo của hiệp hội, phải tích cực tham gia thực thi các quyết định của hội, mạnh dạn đề xuất những sáng kiến để củng cố và phát triển hiệp hội và phải đóng các hội phí, lệ phí đầy đủ để góp phần xây dựng hội ngày càng lớn mạnh. Tuyệt đối tránh tình trạng chỉ ghi tên để được trở thành hội viên của hiệp hội, sau đó tự mình hành động một cách đơn lẻ, không tham gia vào các hoạt động của hội và khi có những bất trắc xảy ra thì lại yêu cầu sự can thiệp của hiệp hội.

Do yêu cầu của quá trình hội nhập quốc tế, vai trò can thiệp của nhà nước vào quá trình sản xuất kinh doanh của từng doanh nghiệp giảm dần và cùng với nó sự bảo hộ ưu ái của nhà nước đối với doanh nghiệp sẽ giảm dần kể cả doanh nghiệp nhà nước. Hơn nữa, trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế các doanh nghiệp phải đương đầu với một môi trường cạnh tranh ngày càng khốc liệt hơn ngay cả trên thị trường nội địa. Để có thể đảm bảo một môi trường cạnh tranh công bằng lành mạnh cho các doanh nghiệp làm ăn chính đáng thì hiệp hội chính là một thế lực đứng ra duy trì trật tự đó. Trên thương trường quốc tế, các doanh nghiệp không phải chỉ cạnh tranh với từng doanh nghiệp đơn lẻ của các nước khác, mà chính là phải đối đầu với cả một cộng đồng doanh nghiệp của họ hay với chính hiệp hội ngành hàng của các nước, vì vậy nếu doanh nghiệp không đứng trong hàng ngũ của một tổ chức hiệp hội của nước mình để nâng cao sức cạnh của cả ngành, thì rõ ràng rất bất lợi và thường là bị thua thiệt. Trong thực tế hội nhập hiện nay, Hiệp hội ngành hàng của một quốc gia chính là một tổ chức trong phạm vi ngành hàng của một quốc gia nhằm cạnh tranh với các hiệp hội cùng ngành hàng của các quốc gia khác.

Đối với các doanh nghiệp, ngoài việc kinh doanh tìm kiếm lợi nhuận để duy trì và phát triển, thì các doanh nghiệp còn có nhiệm vụ đối với xã hội là môi trường đào tạo con người và tiến hành các hoạt động xã hội, bảo vệ môi trường, thực hiện văn hoá và đạo đức kinh doanh. Hiệp hội chính là môi trường chung để các doanh nghiệp trong cùng một ngành hàng thực hiện mục tiêu này. Vì rằng, để thực hiện mục tiêu đó các doanh nghiệp đơn lẻ sẽ rất khó thực hiện. Trong một số trường hợp nếu một doanh nghiệp tiến hành thì có thể nâng cao chi phí, làm tăng giá thành và sẽ giảm khả năng cạnh tranh so với các doanh nghiệp cùng ngành trong một quốc gia, nếu hiệp hội đề ra một hành động nào đó vì cộng đồng (chẳng hạn hiệp hội những người buôn bán thực phẩm của một thành phố có thể đề ra khẩu hiệu là tháng an toàn vệ sinh thực phẩm vì sức khoẻ cộng đồng) thì tất cả các doanh nghiệp đều phải thực hiện và như vậy những doanh nghiệp thực hiện tốt sẽ không bị thua thiệt.

Ở nước ta hiện nay, nhiều hội viên chưa nhận thức đúng tầm quan trọng của hiệp hội ngành hàng đối với họ, nhiều doanh nghiệp tham gia hiệp hội theo kiểu phong trào. Không chỉ nhận thức sai lệch về động cơ gia nhập hội mà còn rất mơ hồ về các vấn đề như hội nhập kinh tế quốc tế. Thiếu các kiến thức cơ bản về kinh doanh quốc tế, nhiều doanh nghiệp làm ăn thiếu bài bản không có tầm chiến lược chỉ quen với tính phi vụ chớp dật...

Tóm lại: Nhận thức của doanh nghiệp về tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, về vai trò của hiệp hội trong quá trình đó là một trong những yếu tố quan trọng nhất đối với sự tồn tại và phát triển của hiệp hội.

1.2. Tiềm lực kinh tế của các doanh nghiệp thành viên

Ngoài nhận thức không thể phủ nhận vai trò thực lực kinh tế của các doanh nghiệp thành viên và của hiệp hội. Khi bàn về lý luận hiệp hội một số người cho rằng một hiệp hội mạnh là một hiệp hội có nhiều doanh nghiệp hội viên mạnh. Trong hiệp hội ngành hàng, hội viên mạnh là hội viên có tiềm lực kinh tế mạnh. Nhận định này có thể thiếu chính xác, vì rằng trong thực tế nếu chỉ vài ba tập đoàn kinh tế lớn của một ngành hàng nào đó hợp lại với nhau thì tiềm lực kinh tế có thể lớn hơn tất cả các doanh nghiệp còn lại và trong thực tế đã xuất hiện những hình thức như vậy. Tuy nhiên, chỉ vài ba doanh nghiệp không thể đại diện được cho quyền lợi của cả cộng đồng doanh nghiệp trong cùng một ngành hàng và không thể thay mặt cho họ để đạt ý chí nguyện vọng chung đối với chính quyền như hiệp hội.

Mặc dầu vậy, một hiệp hội thực thụ mà các doanh nghiệp hội viên đều làm ăn phát đạt, đều có tiềm lực kinh tế tốt thì hiệp hội đó sẽ gặp rất nhiều thuận lợi trong hành động của mình. Giả sử ở nước ta hiện nay, một hiệp hội mà các thành viên đều là các doanh nghiệp có doanh thu hàng ngàn tỷ đồng trong một năm thì vấn đề hội phí, lệ phí khoảng 1-2 triệu đồng sẽ không phải là khó khăn. Ngược lại đối với các doanh nghiệp mới thành lập, chưa có kinh nghiệm thương trường, làm ăn kém hiệu quả, tham gia hiệp hội với mục đích là phong trào thì đó là cả một vấn đề.

Một hiệp hội có nhiều doanh nghiệp hội viên mạnh thì sẽ gặp thuận lợi rất lớn trong việc tổ chức triển khai các chương trình hành động của mình. Chẳng hạn hiệp hội đó dễ dàng trong việc triển khai các đoàn doanh nghiệp đi khảo sát thị trường nước ngoài, sẽ có đủ thành viên để tiến hành các cuộc tổ chức hội chợ triển lãm trong nước và quốc tế...

Các doanh nghiệp lớn bao giờ cũng có các bộ phận tiến hành các hoạt động Marketing, xúc tiến thương mại, thông tin... đây cũng là những nhiệm vụ quan trọng của hiệp hội, vì vậy giữa ban lãnh đạo hiệp hội và các doanh nghiệp hội viên có thể hợp tác với nhau.

Chính các doanh nghiệp lớn mới thực sự có nhu cầu thực sự về đào tạo, tư vấn và các nhu cầu khác phù hợp với chức năng của hiệp hội. Vì vậy khi hiệp

hội tiến hành tổ chức một hoạt động nào đó thì sẽ lôi kéo đông đảo các doanh nghiệp hội viên tham gia và như vậy trên cơ sở đó, các hoạt động dịch vụ có thu của hiệp hội mới phát triển.

Thực tế ở nước ta hiện nay, tham gia hiệp hội cũng có những doanh nghiệp có tiềm lực kinh tế lớn như các doanh nghiệp Nhà nước hoặc doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, nhưng các loại hình doanh nghiệp này lại chưa mặn mà với các tổ chức hiệp hội. Còn lại phần lớn vẫn là doanh nghiệp nhỏ và vừa. Nhiều doanh nghiệp như các công ty trách nhiệm hữu hạn tiềm lực tài chính bị hạn chế, hơn nữa đứng đầu doanh nghiệp là những người thân hoặc có quan hệ huyết thống, tính xã hội không cao, chưa có nhiều kinh nghiệm kinh doanh trên thương trường vận động theo các quy luật kinh tế... điều đó đã ảnh hưởng rất lớn đến năng lực của hiệp hội.

2. Khung khổ pháp lý

Ngoài yếu tố nói trên, một yếu tố khác có ảnh hưởng rất lớn đến năng lực hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng là chính sách pháp luật.

Khung khổ pháp luật chính là sự cụ thể hoá sự thừa nhận và sự quan tâm của nhà nước và xã hội đối với sự tồn tại và phát triển của hiệp hội ngành hàng. Ở nước ta suốt một thời gian dài nhìn chung các hiệp hội ngành hàng chưa được pháp luật thừa nhận. Gần đây, nhằm đáp ứng yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế, cũng như nhằm nâng cao sức cạnh tranh của nền kinh tế, của ngành/doanh nghiệp và của các sản phẩm hàng hoá và dịch vụ, vai trò của các hiệp hội ngành hàng mới được củng cố và phát huy. Một số văn bản pháp lý về hiệp hội ngành hàng bắt đầu được ban hành, nhờ đó mà các hiệp hội ngành hàng có cơ sở pháp lý để tồn tại và phát triển. Tuy nhiên, cũng như trong các lĩnh vực khác của đời sống xã hội, khung khổ pháp lý về hội và hiệp hội ở nước ta hiện nay vẫn còn nhiều bất cập.

Thứ nhất, Luật về hội ban hành từ năm 1957, trên thực tế không còn phù hợp với các điều kiện hiện nay. Bộ Luật dân sự năm 1996, mặc dù qui định các hình thức pháp nhân tạo nền tảng pháp lý cho việc xác định quyền và nghĩa vụ dân sự của các Hiệp hội ngành hàng, nhưng đây chỉ là các quyền về mặt dân sự, chưa xác định được quan hệ hợp tác giữa chính quyền và doanh nghiệp thông qua các Hiệp hội ngành hàng. Văn bản điều chỉnh trực tiếp nhất đến tổ chức và hoạt động Hiệp hội ngành hàng là Quyết định 38-HĐBT năm 1989 của Hội đồng Bộ trưởng - nay là Chính phủ về liên kết kinh tế. Tuy nhiên, do những hạn chế của hoàn cảnh và nhận thức của chúng ta lúc đó, mô hình tổ chức và hoạt động của các hiệp hội theo quyết định này còn rất đơn giản và không còn phù hợp với yêu cầu hiện nay, đặc biệt là những qui định liên quan đến bộ máy thường trực của hiệp hội.

Đến tháng 7/2003 chính phủ đã ban hành nghị định 88/2003/NĐ-CP quy định về tổ chức hoạt động và quản lý hội và tháng 1/2004, Bộ Nội vụ ban hành

Thông tư hướng dẫn số 01/2004/TT-BNV việc ban hành hai văn bản này mặc dù quá chậm trễ nhưng vẫn đánh dấu một bước tiến quan trọng cho việc tạo dựng một khung pháp lý cho việc phát triển các hiệp hội. Tuy nhiên, các thủ tục đăng ký, thành lập còn phức tạp, nhiều bước, nhiều giấy tờ, có thể làm nản lòng những ai muốn thành lập mới các hiệp hội và không thu hút được những người có năng lực tham gia vào hàng ngũ các nhà lãnh đạo của hiệp hội.

Thứ hai, cơ chế tổ chức và quản lý doanh nghiệp hiện nay cũng chưa tạo điều kiện cho hiệp hội phát huy hết vai trò của mình. Vẫn còn hiện tượng cơ quan nhà nước can thiệp vào hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp. Chế độ cơ quan chủ quản doanh nghiệp Nhà nước vẫn chưa được xóa bỏ và các cơ quan này trong nhiều trường hợp đã không chỉ đóng vai trò cơ quan quản lý Nhà nước mà còn đảm nhiệm luôn cả chức năng điều hành, thực hiện trực tiếp các hoạt động điều phối, liên kết hoạt động của doanh nghiệp, mà vai trò này, như chúng ta đều biết, trong điều kiện của một nền kinh tế thị trường là thuộc về các Hiệp hội ngành hàng. Điều này hạn chế vai trò và sức thu hút của các Hiệp hội ngành hàng đối với khu vực doanh nghiệp nhà nước. Làm hạn chế tính chủ động và năng lực hoạt động của Ban lãnh đạo các Hiệp hội ngành hàng.

Thứ ba, tổ chức hệ thống thông tin kinh tế ở nước ta còn yếu. Vẫn còn nhiều trở ngại cho lãnh đạo các Hiệp hội ngành hàng trong việc tiếp cận các thông tin thống kê, thông tin pháp luật, chính sách, thông tin thị trường từ các cơ quan của Nhà nước. Cho tới nay, chúng ta vẫn chưa thiết lập được một cơ chế trao đổi thông tin hữu hiệu giữa các cơ quan chính quyền và các Hiệp hội ngành hàng chưa có chính sách biện pháp hỗ trợ các Hiệp hội ngành hàng trong việc tiếp cận các nguồn thông tin và xây dựng cơ sở dữ liệu thông tin cho chính mình. Tình trạng Hiệp hội ngành hàng "chân không đến đất, cật không đến trời", không nắm được tình hình sản xuất, tình hình thị trường, không nắm được những thông tin vĩ mô, cũng không nắm được những thông tin của cơ sở, không có những thông tin dự báo tin cậy để định hướng hỗ trợ doanh nghiệp còn là phổ biến.

- *Thứ tư*, Nhà nước còn chưa quan tâm đúng mức đến việc tham gia của các Hiệp hội ngành hàng vào các chương trình, dự án hỗ trợ doanh nghiệp có nguồn kinh phí từ Chính phủ, từ các nhà tài trợ quốc tế. Trên hầu hết các lĩnh vực liên quan đến hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp như hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, xúc tiến du lịch, xúc tiến thương mại và đầu tư hay việc thực hiện chiến lược xuất khẩu đối với từng ngành hàng cụ thể. Nguồn lực này hầu hết được phân bổ cho các cơ quan Nhà nước, cho các tổng công ty. Điều này là cần thiết, nhưng khi thực hiện trên thực tế đã không chỉ gây ra ảnh hưởng đến việc hình thành các thị trường dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp, hạn chế việc mở ra các hoạt động tạo nguồn thu của các hiệp hội mà còn hạn chế khả năng hấp dẫn các doanh nghiệp tham gia hiệp hội. Hiệu quả của các chương trình dự án này cũng thường không cao do không có sự tham gia của các Hiệp hội ngành hàng, không tận dụng được các nguồn lực của Hiệp hội ngành hàng trong việc triển khai.

Ngoài các yếu tố trên, thực trạng của nền kinh tế như trình độ phát triển kinh tế, cơ sở hạ tầng kỹ thuật như công nghệ thông tin, các cơ sở tổ chức các cuộc hội chợ triển lãm... của xã hội có ảnh hưởng rất lớn đến năng lực của hiệp hội.

3. Vai trò của các cơ quan quản lý Nhà nước đối với hiệp hội

Hiệp hội ngành hàng ra đời và hoạt động tương đối độc lập theo những nguyên tắc riêng của nó như tự chủ, tự quản, tự chịu trách nhiệm. Tuy nhiên, trong quá trình hoạt động các hiệp hội vẫn có mối quan hệ với các cơ quan chính quyền, song đó là mối quan hệ hợp tác và hỗ trợ, các hiệp hội không chịu sự áp đặt từ phía chính quyền.

Trên thế giới, ở các quốc gia phát triển, vai trò của tổ chức hiệp hội được khẳng định trên cơ sở của một nền kinh tế thị trường bền vững từ hàng trăm năm qua. Các tổ chức Hiệp hội ngành nghề được coi như là một tất yếu khách quan của nền kinh tế xã hội. Thông qua hiệp hội, chính phủ có thể sớm nhận biết, sớm nắm bắt được các diễn biến của nền kinh tế xã hội mà hoạch định các chính sách vĩ mô phù hợp với từng thời kỳ. Kinh nghiệm ở một số quốc gia phát triển người ta coi các tổ chức hiệp hội như một "vườn ươm các doanh nghiệp" có quốc gia đánh giá cao tầm quan trọng của các Hiệp hội doanh nghiệp, coi tổ chức hiệp hội là: "Lồng ấp các doanh nghiệp" công bằng mà nói hiệp hội có một tầm quan trọng rất lớn trong việc thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội và trong một tương lai không xa nữa hiệp hội sẽ trở thành một lực lượng xã hội có vai trò chính trị mang tính chiến lược, cánh tay nối dài của chính phủ trong sự nghiệp CNH, HĐH đất nước.

Vai trò của chính quyền đối với các hiệp hội được thể hiện qua việc định ra các cơ chế chính sách, một khung khổ pháp lý để trên cơ sở đó, các hiệp hội được hình thành và phát triển. Hơn nữa, các cơ quan quản lý nhà nước là đầu mối của các chương trình, dự án và các hoạt động khác cho nên đó là nơi phát nguồn các công việc cụ thể. Do đó những công việc nào có nội dung phù hợp với tính chất và chức năng hoạt động của hiệp hội, các cơ quan chính quyền có thể dành phần cho hiệp hội thực hiện nhằm tăng thêm nguồn lực tài chính cho hiệp hội. Tuy nhiên, điều đó phải được thực hiện thông qua các hợp đồng kinh tế tránh tình trạng bao cấp xin-cho.

Ở nước ta, vai trò của nhà nước đối với Hiệp hội còn thể hiện ở chỗ, trong mối quan hệ này nhà nước là người quản lý. Đầu mối quản lý các hiệp hội là vụ tổ chức phi chính phủ - Bộ Nội vụ, điều này là cần thiết và hợp lý. Điểm cần đặc biệt lưu ý là việc quản lý Nhà nước đối với tổ chức xã hội rất nhạy cảm, mỗi quyết định cần phải được cân nhắc kỹ lưỡng, mức độ can thiệp và điều phối sự cần thiết của Bộ, Ngành liên quan có tác động rộng lớn. Vì vậy, cơ quan quản lý cũng như các cơ quan chức năng khác không nên can thiệp vào tổ chức nhân sự, bộ máy, quy chế tài chính, mà chỉ giới hạn trong việc cho phép thành lập, chế độ giám sát, quyết định hạn chế hay cấm hoạt động. Quản lý Nhà nước đối

với hiệp hội trong nền kinh tế thị trường đang phát triển ở nước ta cần quan tâm tới chống liên kết độc quyền dưới hình thức hiệp hội căn cứ vào các quy định pháp lý về chống độc quyền. Ví dụ điển hình là liên kết độc quyền nhập khẩu và phân phối thuốc tân dược ở Việt Nam những năm qua hay lợi dụng tăng giá thép sản xuất trong nước cuối 2003, đầu 2004. Đồng thời, cần chống những mưu toan biến hiệp hội thành một tổ chức phường, hội, chỉ vun vén lợi ích cục bộ, chống âm mưu lợi dụng hiệp hội của những thế lực phản động trong và ngoài nước.

Vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước đối với các hiệp hội ngành hàng ở các nước cũng rất khác nhau. Đối với những nước có nền kinh tế thị trường phát triển, họ đã hình thành được cơ chế tách khối các doanh nghiệp ra khỏi các cơ quan quản lý nhà nước theo nguyên tắc “Chính xí phân khai” nên từ việc hình thành và quá trình hoạt động, các doanh nghiệp chỉ tuân theo các quy định của pháp luật. Do không có Bộ chủ quản nên các doanh nghiệp phải tham gia hiệp hội vì đó là cầu nối thích hợp nhất của cộng đồng doanh nghiệp đối với chính quyền. Ở nước ta hiện nay đang tồn tại một thực tế, những Hiệp hội ngành hàng có Bộ chủ quản như Hiệp hội Da giấy, Hiệp hội Thủy sản và một số hiệp hội khác nhờ sự giúp đỡ của Bộ chủ quản nên hoạt động tương đối tốt, có cơ sở vật chất: Nhà cửa, văn phòng tương đối đảm bảo còn lại các hiệp hội khác thì cơ sở vật chất còn đang rất nhiều nan giải.

Hơn nữa, ở nước ta phần lớn các doanh nghiệp lớn khi tham gia hiệp hội thì vẫn là doanh nghiệp nhà nước. Các doanh nghiệp này tham gia hiệp hội nhưng không thể toàn quyền quyết định được các vấn đề liên quan đến doanh nghiệp, vì các doanh nghiệp còn có Bộ chủ quản. Muốn đề xuất một vấn đề nào đó ngoài việc đề xuất qua hiệp hội họ có thể đề xuất trực tiếp với Bộ chủ quản, trong thực tế việc đề xuất qua bộ chủ quản lại nhanh nhạy và hiệu quả hơn. Vì vậy, trong trường hợp này hiệp hội không còn là cầu nối nữa. Điều đó đã làm hạn chế đến sự phát triển của các Hiệp hội ngành hàng.

Ngoài cơ quan quản lý các hiệp hội nói chung và Hiệp hội ngành hàng nói riêng là Bộ Nội vụ mà cụ thể là Vụ các tổ chức phi chính phủ, các hội viên là doanh nghiệp nhà nước lại còn chịu sự quản lý của bộ chủ quản, trong hiệp hội hình thành hai loại hội viên khác nhau, không bình đẳng với nhau. Điều đó đã dẫn đến một số vấn đề bất cập, chẳng hạn như một hội viên là doanh nghiệp tư nhân khi đi khảo sát nước ngoài không được cấp Hộ chiếu Công vụ do không có sự đề nghị của Bộ chủ quản...

Trong điều kiện hiện nay, do hầu hết các hiệp hội vừa mới được hình thành, một mặt các hiệp hội vẫn chưa thể tiến hành hoạt động theo các nguyên tắc vốn có của nó, mặt khác hầu hết các hiệp hội được hình thành dưới sự giúp đỡ của các cơ quan nhà nước nên vai trò của các cơ quan quản lý nhà nước đối với các hiệp hội thường là rất lớn. Nhiều cán bộ lãnh đạo của hiệp hội là do các Bộ chuyên ngành cử sang, như vậy, lãnh đạo hiệp hội thực chất vẫn là người của nhà nước. Trước mắt, trong chừng mực nào đó thì đây lại là vấn đề có lợi cho

các hiệp hội, song về lâu dài, điều đó sẽ hạn chế năng lực hoạt động của hiệp hội và có khả năng dẫn đến việc “hành chính hoá” các hiệp hội.

Cần chống khuynh hướng biến tổ chức hiệp hội thành một bộ máy hành chính, hoạt động bằng sự bao cấp của Nhà nước. Tuy nhiên, cần phải nhìn nhận một cách đầy đủ về ý nghĩa của vấn đề; tổ chức phi chính phủ không hoàn toàn có nghĩa là hoạt động của các hiệp hội không có sự hỗ trợ của Nhà nước về mặt tài chính. Sự hỗ trợ của Nhà nước đối với các tổ chức hiệp hội là cần thiết, được thực hiện dưới những hình thức thích hợp mà không phải là bao cấp. Các văn bản luật và các văn bản quy phạm pháp luật cần phải xem ý kiến đóng góp của các hiệp hội như là ý kiến tham gia của một tổ chức chính trị xã hội về vấn đề này. Vì nhiệm vụ điều tra xây dựng phục vụ các chương trình nghiên cứu kinh tế, xây dựng pháp luật là chức năng của các cơ quan chuyên môn của Nhà nước. Tuy nhiên, thông thường các hiệp hội là tổ chức hiểu biết tình hình thực tế, nắm bắt yêu cầu nguyện vọng của doanh nghiệp nên đó là một kênh thông tin vô cùng quan trọng của các cơ quan quản lý Nhà nước.

4. Vai trò của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI)

4.1. Chức năng và các hoạt động chính

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam không phải là một hiệp hội ngành hàng, về thực chất là một tổ chức phi chính phủ, tính chất và nguyên tắc hoạt động như một hiệp hội doanh nghiệp. Tuy nhiên, ở nước ta Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam có vai trò tác động rất lớn đến hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng.

Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) là một trong những tổ chức có vai trò hàng đầu về hỗ trợ phát triển doanh nghiệp. Được thành lập năm 1963, với chức năng "xúc tiến mậu dịch giữa Việt Nam với các nước trên thế giới", VCCI đã trở thành tổ chức xúc tiến thương mại đầu tiên ở nước ta. Cùng với quá trình phát triển, chức năng của VCCI ngày càng được mở rộng. Từ chỗ chỉ bó hẹp trong phạm vi xúc tiến mậu dịch quốc tế (xúc tiến ngoại thương) đến xúc tiến thương mại - đầu tư; rồi xúc tiến kinh doanh nói chung. Từ 1990, trước yêu cầu của giai đoạn phát triển mới, VCCI trở thành tổ chức độc lập, phi chính phủ và được bổ sung thêm chức năng. VCCI đã thực sự trở thành tổ chức của cộng đồng doanh nghiệp - một thể chế quan trọng trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam.

Được thành lập từ lâu, tuy nhiên Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam chỉ thực sự phát triển và thể hiện vai trò của mình từ khi nước ta chuyển sang cơ chế thị trường và tiến hành hội nhập kinh tế quốc tế. Số thành viên của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam hiện nay trên 5.500 đơn vị với mạng lưới chi nhánh tại hầu hết các tỉnh thành trong cả nước và nhiều chi nhánh ở nước ngoài.

Điều lệ của VCCI xác định: VCCI là tổ chức quốc gia tập hợp và đại diện cho các hiệp hội doanh nghiệp và các doanh nghiệp mọi thành phần kinh tế đồng thời là tổ chức xúc tiến thương mại, đầu tư. Chức năng hỗ trợ phát triển doanh nghiệp của VCCI được thể hiện ở một số nội dung dưới đây.

(1)- Đại diện để bảo vệ quyền lợi của cộng đồng doanh nghiệp

Cũng như của bất cứ Phòng thương mại quốc gia nào trên thế giới, chức năng đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp là chức năng quan trọng hàng đầu của VCCI. Phòng Thương mại quốc tế (ICC) khẳng định: Trong một nền kinh tế thị trường, Phòng Thương mại đại diện cho toàn bộ các hoạt động công nghiệp và thương mại, *nhân danh cả cộng đồng kinh tế để nói lên tiếng nói có uy tín và độc lập; là đối tác của các cơ quan chính phủ và các tổ chức xã hội.* Với chức năng nói trên, thời gian qua, VCCI đã *triển khai các hoạt động chủ yếu sau :*

Một là, tạo lập kênh thông tin và đối thoại trực tiếp giữa các cơ quan chính quyền và doanh nghiệp; tham gia tích cực vào quá trình xây dựng luật pháp, chính sách kinh tế, tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi ở Việt Nam. Hằng năm, VCCI phối hợp với Văn phòng Chính phủ tổ chức các cuộc gặp của Thủ tướng với doanh nghiệp. Đây chính là một trong những diễn đàn kinh tế lớn có ảnh hưởng sâu sắc đến môi trường đầu tư kinh doanh ở Việt Nam. Bên cạnh đó, VCCI cùng với các bộ, ngành hữu quan và các địa phương tổ chức các cuộc gặp gỡ đối thoại giữa lãnh đạo các cơ quan chính quyền với doanh nghiệp để trao đổi cụ thể về những vấn đề đang đặt ra trong từng ngành, lĩnh vực, địa phương như thuế, hải quan, xuất nhập khẩu, ngân hàng, thanh tra, kiểm tra... Có thể nói, *diễn đàn đối thoại giữa chính quyền và doanh nghiệp đã đi vào lịch sử đổi mới kinh tế ở Việt Nam như một điển hình của phong cách làm việc dân chủ và thiết thực, hợp tác góp phần thu hẹp khoảng cách giữa chính quyền và doanh nghiệp, tạo lập sự đồng thuận vì mục tiêu phát triển kinh tế đất nước.* Cùng với diễn đàn kinh tế tư nhân và hội nghị tư vấn các nhà tài trợ cho Việt Nam, diễn đàn này đã góp sức hình thành các định hướng và giải pháp đổi mới kinh tế ở nước ta trong những năm qua.

Bên cạnh đó, VCCI còn trực tiếp cử cán bộ của mình tham gia các nhóm nghiên cứu, tổ chức cho các doanh nghiệp tham gia góp ý vào các dự thảo nghị quyết của Đảng, văn bản pháp luật, chính sách của Quốc hội, Chính phủ. Sự tham gia của VCCI và đại diện các doanh nghiệp vào quá trình xây dựng luật pháp, chính sách đã góp phần bảo đảm cho các văn bản đó sát, đúng với thực tiễn và có tính khả thi. Ghi nhận vai trò tích cực của VCCI trong lĩnh vực này, Thủ tướng Chính phủ Phan Văn Khải đã chỉ thị: *Đối với các văn bản pháp quy có liên quan tới doanh nghiệp trước khi ban hành hoặc trình Thủ tướng ban hành, cơ quan soạn thảo nhất thiết phải lấy ý kiến doanh nghiệp thông qua VCCI.*

Hai là, mở rộng liên kết, tập hợp các hiệp hội doanh nghiệp, các doanh nghiệp lớn, doanh nghiệp nhỏ và vừa trong nền kinh tế, xây dựng cộng đồng

doanh nghiệp Việt Nam thống nhất, tham gia tích cực vào quá trình chủ động hội nhập kinh tế quốc tế. Đến nay, hầu hết các hiệp hội doanh nghiệp và doanh nghiệp lớn đều là hội viên của VCCI. VCCI còn chú trọng việc tập hợp các hội viên là doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, các văn phòng đại diện của doanh nghiệp nước ngoài tại Việt Nam. Thông qua các hoạt động của mình, VCCI cố gắng thiết lập mối liên kết tự nguyện giữa các hiệp hội và các khu vực doanh nghiệp khác nhau trong nền kinh tế, để qua đó, không chỉ hình thành một tiếng nói chung mà còn tạo ra một khung khổ hợp tác có hiệu quả trong điều kiện cạnh tranh và hội nhập. Là đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam trên các diễn đàn quốc tế, VCCI đã đấu tranh cho quyền lợi chính đáng của các doanh nghiệp Việt Nam, chống áp đặt các điều kiện tiêu chuẩn quá cao của các nước phát triển về môi trường và trách nhiệm xã hội vào các quan hệ thương mại, tham gia ý kiến vào việc xây dựng một lộ trình hội nhập phù hợp với sức vươn lên của các doanh nghiệp và nền kinh tế Việt Nam. Với chức năng của mình, VCCI chủ động tham gia và có tiếng nói mạnh mẽ trong các hoạt động của Phòng Thương mại Quốc tế (ICC), Tổ chức giới chủ thế giới (IOE), Liên đoàn các Phòng Thương mại Công nghiệp châu Á - Thái Bình Dương (CACCI), Liên đoàn giới chủ châu Á - Thái Bình Dương (CAPE), Phòng Thương mại ASEAN (ASEAN CCI), Hội đồng hợp tác kinh tế Thái Bình Dương (PECC) và một số uỷ ban hỗn hợp về hợp tác kinh tế giữa Việt Nam với nước ngoài.

Ba là, bảo vệ quyền lợi chính đáng của từng doanh nghiệp, từng nhóm doanh nghiệp để góp phần quan trọng xây dựng môi trường kinh doanh lành mạnh. Cùng với các cơ quan hữu quan, VCCI đã có tiếng nói trong những trường hợp cụ thể để bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp, giải quyết kịp thời những mâu thuẫn nảy sinh, tạo nên lòng tin của nhân dân, của giới doanh nghiệp đối với môi trường kinh doanh ở Việt Nam. Việc đấu tranh chống các biểu hiện hình sự hoá các quan hệ kinh tế dân sự, chống hiện tượng thực thi pháp luật, chính sách một cách tùy tiện trong các lĩnh vực thuế, hải quan, đất đai... đã đem lại kết quả tích cực, bảo vệ được lợi ích của doanh nghiệp.

(2) Xúc tiến hỗ trợ kinh doanh và đầu tư

Các biện pháp xúc tiến hỗ trợ đầu tư kinh doanh có thể được thực hiện bởi cơ quan nhà nước, nhưng kinh nghiệm của nhiều nước trên thế giới đã chứng minh rằng, chúng sẽ được thực hiện có hiệu quả hơn nếu thông qua các tổ chức của giới doanh nghiệp. VCCI và các Hiệp hội doanh nghiệp là thể chế thích hợp, đã cung ứng các dịch vụ xúc tiến hỗ trợ này.

Ngay từ khi mới ra đời, VCCI đã được giao nhiệm vụ tổ chức xúc tiến hỗ trợ thương mại, đầu tư; sau gần 40 năm xây dựng và phát triển, chức năng này của VCCI ngày càng được mở rộng :

Thứ nhất, cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp. Do có mối quan hệ mật thiết với các cơ quan của Chính phủ và cộng đồng doanh nghiệp

trong và ngoài nước, VCCI chủ động thu thập và cung cấp cho doanh nghiệp các thông tin về luật pháp, chính sách, về thị trường, về các đối tác... Đồng thời, với đội ngũ cán bộ, chuyên gia và cộng tác viên có khả năng, VCCI đẩy mạnh tư vấn, hướng dẫn cho doanh nghiệp khai thác các cơ hội kinh doanh, thiết lập các quan hệ bạn hàng, nâng cao năng lực quản lý, giải quyết các tranh chấp phát sinh. VCCI còn có thể hỗ trợ doanh nghiệp trong việc quảng bá, giới thiệu doanh nghiệp và sản phẩm tới khách hàng thông qua trang web, qua báo chí, bản tin và qua các hoạt động nghiệp vụ hằng ngày.

Thứ hai, tổ chức đào tạo cán bộ cho doanh nghiệp, góp phần xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực và đội ngũ doanh nhân Việt Nam là một nhân tố quyết định đối với sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam. Nhận thức được nhiệm vụ quan trọng này, trong chương trình công tác hằng năm, VCCI đã dành một nguồn lực đáng kể cho việc tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng. Trung bình, mỗi năm VCCI tổ chức từ 500 - 600 lớp học cho trên 25000 học viên từ các doanh nghiệp tham dự. Tới nay, các lớp học này đã và đang được triển khai ở nhiều tỉnh thành phố, một số lớp đã được mở tại các vùng biên giới, hải đảo, gần các lớp học về khởi sự và phát triển doanh nghiệp (SIYB).

Ngoài ra, VCCI còn tổ chức một số chương trình đào tạo cho đội ngũ công nhân kỹ thuật, đội ngũ lao động lành nghề cho một số ngành kinh tế quan trọng của Việt Nam.

Thứ ba, tổ chức chấp mối giới thiệu bạn hàng và các hoạt động xúc tiến khác. Chấp mối giới thiệu bạn hàng là một hoạt động tương đối đặc trưng cho thế mạnh của một Phòng Thương mại. Do có mối quan hệ rộng khắp với các hội viên của mình với các hiệp hội doanh nghiệp và với mạng lưới Phòng Thương mại thế giới, VCCI đã phát huy lợi thế của mình để làm nhiệm vụ cầu nối, chấp mối cho các quan hệ làm ăn kinh doanh của các doanh nghiệp. Hoạt động chấp mối chủ yếu thực hiện thông qua tiếp xúc trực tiếp, qua điện thoại, qua hộp thư điện tử, qua thư giới thiệu... Mỗi năm, VCCI đón tiếp trên dưới 3.000 đoàn doanh nghiệp nước ngoài vào Việt Nam và tổ chức cho hàng trăm đoàn doanh nhân Việt Nam ra nước ngoài để tham gia hội nghị, hội chợ triển lãm, khảo sát thị trường tìm cơ hội làm ăn kinh doanh. VCCI cũng là địa chỉ tin cậy để hỗ trợ các doanh nghiệp xác minh và kiểm tra đối tác của mình trước khi ký hợp đồng buôn bán, đầu tư, chuyển giao công nghệ... Các sự kiện văn hoá, giao lưu doanh nghiệp, các câu lạc bộ do VCCI tổ chức cũng là một hình thức để các doanh nghiệp làm quen, xây dựng quan hệ đối tác, xây dựng tính cộng đồng.

Ngoài ra, thông qua Trung tâm Trọng tài quốc tế Việt Nam, VCCI đã hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc phòng tránh và giải quyết có hiệu quả các tranh chấp phát sinh trong kinh doanh; thông qua Văn phòng Sở hữu công nghiệp và Chuyển giao công nghệ, VCCI cũng tư vấn và hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc thực hiện bảo hộ sở hữu thương hiệu, kiểu dáng công nghiệp và sáng chế

của mình. VCCI cũng cung cấp một số lượng lớn C/O và các giấy tờ cần thiết khác trong thương mại quốc tế tạo thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp...

4.2. Phương hướng phát triển trong thời gian tới

Với những hoạt động tích cực đa dạng, VCCI đã và đang thực hiện tốt các chức năng của mình, xứng đáng là người bảo vệ và hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, vai trò thúc đẩy hỗ trợ các Hiệp hội doanh nghiệp của VCCI mới đang còn ở bước khởi đầu, chưa đáp ứng kịp thời yêu cầu của các doanh nghiệp. Chẳng hạn, do các nguồn tài lực và nhân lực còn hạn chế, VCCI chưa thể trải rộng diện phục vụ trực tiếp của mình tới toàn thể cộng đồng doanh nghiệp. Hoạt động của VCCI tại các vùng xa, vùng sâu còn yếu. Với tư cách là người đại diện cho doanh nghiệp, vai trò của VCCI mới chỉ thực hiện rõ nét trong việc tham gia xây dựng luật pháp, thực hiện chính sách. Tư vấn để chuyển đổi cơ cấu, xác định chiến lược và quy hoạch ngành vùng và trong chính sách công nghiệp nói chung còn mờ nhạt.

Yêu cầu bao trùm đối với VCCI trong thời gian tới, là góp phần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở Việt Nam, tăng cường thế và lực của cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam, bảo đảm hội nhập thắng lợi vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Để thực hiện được yêu cầu này, VCCI tiếp tục hoàn thiện tổ chức, đẩy mạnh các hoạt động nhằm thực hiện tốt các chức năng đại diện và hỗ trợ thúc đẩy sự phát triển của cộng đồng doanh nghiệp. Về tổ chức, bên cạnh việc tiếp tục phát triển hội viên là các doanh nghiệp nhỏ và vừa với số lượng hợp lý, VCCI cần đặc biệt chú trọng hỗ trợ phát triển và tập hợp các hiệp hội doanh nghiệp, các tập đoàn doanh nghiệp và các tổng công ty lớn vào tổ chức của mình để tăng cường tính đại diện và mở rộng các hoạt động xúc tiến hỗ trợ doanh nghiệp một cách gián tiếp thông qua các hội viên tập thể và các tổ chức xúc tiến khác của doanh nghiệp. Hoạt động của VCCI cần tập trung vào việc hỗ trợ phát triển cộng đồng, bên cạnh việc coi trọng hoạt động hỗ trợ cụ thể từng doanh nghiệp. Đây là một sự chuyển hướng quan trọng cần thiết của VCCI trong tầm nhìn 10 năm tới. Định hướng này khác biệt với chủ trương hỗ trợ trực tiếp cho từng doanh nghiệp, vừa tập hợp và hỗ trợ phát triển hội viên là doanh nghiệp nhỏ và vừa như những năm trước đây, khi mà các hiệp hội doanh nghiệp và các tổ chức xúc tiến hỗ trợ doanh nghiệp hình thành chưa nhiều.

Rõ ràng với chức năng nhiệm vụ, kết quả hoạt động trong thời gian qua và phương hướng hoạt động trong thời gian tới, Phòng Thương mại và công nghiệp Việt Nam có vai trò rất lớn đối với các hiệp hội ngành hàng. Nếu như các hiệp hội ngành hàng là tổ chức đoàn kết và tập trung lực lượng trong một ngành hàng, thì VCCI là một tổ chức liên kết các tổ chức hiệp hội ngành hàng nói trên hay là tổ chức tập hợp tất cả cộng đồng doanh nghiệp của nước ta. Nhằm nâng cao sức cạnh tranh trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế.

III. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG NƯỚC TA

1. Những thành công đã đạt được

Phân tích điều lệ của các hiệp hội, có thể thấy các hiệp hội đều có tính chất chung là tổ chức phi chính phủ, phi lợi nhuận và tự chủ về ngân sách với hai chức năng cơ bản là đại diện để bảo vệ quyền lợi của hội viên và thực hiện các hoạt động thúc đẩy hợp tác, hỗ trợ các doanh nghiệp và cầu nối giữa doanh nghiệp với chính quyền và cộng đồng quốc tế.

Trên lĩnh vực đại diện cho lợi ích của các doanh nghiệp, thực tế cho thấy các hiệp hội đã đóng góp tích cực vào quá trình xây dựng thể chế kinh tế thị trường, chính sách phát triển ngành, thể hiện tích cực vai trò đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp nhằm phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Với vai trò đại diện cho các doanh nghiệp, các hiệp hội đã thông qua việc cùng với các cơ quan chính quyền tổ chức các cuộc đối thoại giữa doanh nghiệp và chính quyền nhằm tháo gỡ những vướng mắc và tạo thuận lợi cho hoạt động của các doanh nghiệp. Ở Trung ương, hàng năm các hiệp hội ngành hàng đã tham gia cùng Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam phối hợp với văn phòng Chính phủ tổ chức cuộc gặp của Thủ tướng với doanh nghiệp. Ở địa phương, lãnh đạo của nhiều tỉnh cũng thường xuyên phối hợp với chi nhánh của các Hiệp hội ngành hàng và các hiệp hội doanh nghiệp khác tổ chức các cuộc đối thoại giữa chính quyền với doanh nghiệp. Các cơ chế tham khảo ý kiến của các doanh nghiệp thông qua các Hiệp hội ngành hàng và các hiệp hội doanh nghiệp đang ngày càng được mở rộng. Các kiến nghị và tác động của các hiệp hội doanh nghiệp cũng đã tích cực thúc đẩy quá trình đổi mới thủ tục hành chính của các cơ quan quản lý nhà nước, dễ nhận thấy nhất đó là việc đổi mới trong khâu đăng ký thành lập doanh nghiệp, thủ tục hải quan, thuế...

Nhằm thúc đẩy cơ chế hỗ trợ cho các doanh nghiệp, gần đây nhiều hiệp hội cũng đã có chương trình hợp tác với các ngân hàng thương mại nhằm tạo điều kiện thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ kinh tế gia đình tiếp cận được tốt hơn đối với các nguồn vốn chính thức.

Các hiệp hội doanh nghiệp không chỉ thực hiện vai trò đại diện bảo vệ quyền lợi cho toàn thể cộng đồng doanh nghiệp mà bước đầu đã quan tâm chú ý đến việc bảo vệ quyền chính đáng của từng doanh nghiệp riêng lẻ. Một số vụ việc liên quan đến những vướng mắc cụ thể của các doanh nghiệp, liên quan đến việc thanh tra kiểm tra chồng chéo hay việc hình sự hoá các quan hệ kinh tế dân sự đã được các hiệp hội tích cực tác động, cùng các cơ quan chính quyền tham gia tháo gỡ cho doanh nghiệp.

Mặc dù còn gặp nhiều khó khăn do nguồn lực hạn chế, nhưng trên lĩnh vực xúc tiến thương mại đầu tư hỗ trợ doanh nghiệp, các hiệp hội doanh nghiệp cũng đã có những bước tiến đáng kể. Một số hiệp hội đã tiến hành các hoạt động xã hội, từ thiện như quyên góp trợ giúp các khu vực bị thiên tai, giúp đỡ các gia đình có công với cách mạng, các bà mẹ Việt Nam anh hùng... Các hoạt động xã hội này là hết sức cần thiết nhằm nâng cao hình ảnh và trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp Việt Nam.

Về việc xây dựng chính sách, pháp luật trong thời gian gần đây cho thấy, các hiệp hội đã bước đầu thể hiện được vai trò đại diện, nói lên tiếng nói của từng ngành, từng lĩnh vực và của cả cộng đồng doanh nghiệp qua đó góp phần tích cực hình thành các văn bản pháp luật tạo thuận lợi nhiều hơn cho doanh nghiệp như Luật Đầu tư trong nước, luật Thuế giá trị gia tăng, Luật Doanh nghiệp. Bộ luật lao động, Nghị định 90 về doanh nghiệp nhỏ và vừa... Đối với những ngành kinh tế kỹ thuật quan trọng như ngành thuỷ sản, dệt may, da giày, xây dựng, nhựa... các hiệp hội doanh nghiệp không chỉ tham gia vào quá trình xây dựng chiến lược tăng tốc của ngành mà còn thể hiện được vai trò người đại diện, bảo vệ cho lợi ích của các doanh nghiệp của ngành mình trong các quan hệ quốc tế đặc biệt là việc thâm nhập vào các thị trường mới.

Một số hiệp hội đã làm được vai trò cầu nối không những giữa các cơ quan chính quyền với các doanh nghiệp mà còn giữa các doanh nghiệp với các nhà khoa học, các cơ sở nghiên cứu, các trường đào tạo để đưa công nghệ mới vào sản xuất kinh doanh, đào tạo phát triển nguồn nhân lực cho các doanh nghiệp. Một số hiệp hội đang thử nghiệm thực hiện vai trò điều phối các mối quan hệ hợp tác liên kết, hỗ trợ lẫn nhau trong sản xuất - kinh doanh, chia sẻ cơ hội và rủi ro, hợp tác tiến hành những chương trình, dự án lớn giữa các doanh nghiệp.

Thông qua các hiệp hội, hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư hỗ trợ các doanh nghiệp tìm kiếm bạn hàng - đối tác, mở rộng thị trường xuất khẩu đã được thực hiện có hiệu quả. Có hiệp hội đã tiến hành điều tra khảo sát xác định lợi thế cạnh tranh của hàng Việt Nam so với một số hàng hoá tương ứng của các nước khác, qua đó khuyến nghị các hội viên phát triển chiến lược cạnh tranh và chuẩn bị tích cực để thâm nhập vào thị trường mới, đồng thời cùng các hội viên, các cơ quan nhà nước tích cực xây dựng các cơ sở hạ tầng kỹ thuật và xã hội để thực hiện những chiến lược đầu tư và xuất khẩu mang tính cơ bản, lâu dài.

- Nhiều hiệp hội đã thực sự là đầu mối đại diện tham gia vào các diễn đàn thế giới và trong khu vực, là cầu nối giữa các doanh nghiệp Việt Nam với cộng đồng doanh nghiệp quốc tế. Một dấu hiệu đáng mừng là các hiệp hội trong các lĩnh vực kinh tế trọng điểm của Việt Nam đều đã thiết lập quan hệ hợp tác với các hiệp hội tương ứng của các nước và trong khu vực và các hiệp hội doanh nghiệp này đã tích cực nói lên tiếng nói của các doanh nghiệp, các nhà sản xuất Việt Nam, tích cực bảo vệ lợi ích thương mại của các doanh nghiệp Việt Nam trong các mối quan hệ thương mại song phương và đa phương.

2. Những mặt còn hạn chế

Bên cạnh những thành công trên đây, các Hiệp hội ngành hàng cũng còn bộc lộ những yếu kém nhất định. Kết quả khảo sát ban đầu cho thấy: ở những lĩnh vực, những địa bàn mà nhu cầu liên kết giữa các doanh nghiệp là có thật và bộ máy lãnh đạo nói chung cũng như thường trực hiệp hội nói riêng năng động, nhiệt tình, biết cách điều hành tổ chức hoạt động, các cơ quan chính quyền quan tâm hỗ trợ thì ở đó hiệp hội lành mạnh, phát triển và có sức thu hút đối với hội viên. Ngược lại, ở một số lĩnh vực, việc lập hiệp hội vội vàng và chưa chín muồi các điều kiện khách quan, trùng lặp, chồng chéo với các hiệp hội khác, ban lãnh đạo và bộ máy thiếu năng lực và kém nhiệt tình thì ở đó hiệp hội tồn tại lay lắt, không có ảnh hưởng gì đến doanh nghiệp. Những mặt yếu kém của các hiệp hội thuộc loại này có thể kể ra như sau:

Thứ nhất, chưa thực hiện được chức năng đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp hội viên, tiếng nói của hiệp hội trong lĩnh vực tham mưu tư vấn cho các cơ quan chính quyền yếu ớt, ít sức thuyết phục, thậm chí thiên lệch không tính đến lợi ích lâu dài của hội viên và cộng đồng doanh nghiệp. Có hiệp hội doanh nghiệp chưa thoát khỏi tư duy bao cấp, do vậy trong xu thế đẩy mạnh tiến trình đổi mới và hội nhập thay vì tập trung kiến nghị những giải pháp hỗ trợ nâng cao sức cạnh tranh, họ vẫn còn đưa ra những kiến nghị nặng về bảo hộ, củng cố và tăng cường vị thế độc quyền của các doanh nghiệp hội viên (trong một số trường hợp chỉ là một số ít hội viên lớn), làm phương hại đến lợi ích của khối doanh nghiệp nhỏ và vừa và cả nền kinh tế.

Thứ hai, trong lĩnh vực xúc tiến hỗ trợ kinh doanh, những hiệp hội thuộc loại này thường tỏ ra bị động, lúng túng, không đưa ra được những dịch vụ mang lại lợi ích thiết thực cho hội viên. Cơ sở thông tin của họ quá nghèo nàn chưa tiếp cận được các công nghệ thông tin hiện đại; chất lượng các hoạt động đào tạo, tư vấn thấp, thiếu các hoạt động hỗ trợ xúc tiến đa dạng và hiệu quả. Hoạt động của một vài Hiệp hội còn mang nặng tính chất mặt trận - bảo trợ xã hội, chưa thực sự phát huy được vai trò của một tổ chức xã hội - nghề nghiệp của giới doanh nghiệp.

Thứ ba, do những mặt yếu kém và khó khăn về tài chính và nhân sự nêu trên tạo nên một vòng luẩn quẩn của không ít các hiệp hội: ảnh hưởng xã hội, uy tín và chất lượng hoạt động không cao, không những không hấp dẫn được thêm hội viên mới, mà còn làm cho hội viên cũ chán nản không tham gia vào hoạt động của hiệp hội, không đóng hội phí, từ đó hoạt động của hiệp hội co hẹp, nguồn thu giảm sút, hiệp hội không đủ khả năng giải quyết dứt điểm những khó khăn của mình. Một số hiệp hội thừa nhận họ đang trong tình trạng bế tắc, lúng túng, chưa có lối ra.

3. Những vấn đề đặt ra đối với các Hiệp hội ngành hàng trong thời gian tới

- Về việc nâng cao năng lực thu thập và xử lý thông tin

Các Hiệp hội ngành hàng phải thành lập hoặc củng cố bộ phận thông tin của Hiệp hội ngành hàng để thu thập và xử lý thông tin có tính chất chuyên ngành về các thị trường xuất khẩu chủ yếu. Một điều đơn giản là muốn cho các doanh nghiệp của ngành hàng vượt qua được các rào cản trong thương mại quốc tế thì phải biết được rào cản đó là gì, như thế nào và biện pháp khắc phục hay đối phó ra sao? Tuy vậy, phần lớn các Hiệp hội của chúng ta mới chỉ có được các thông tin về thị trường trong nước và các chính sách thương mại nội địa chứ chưa tiếp cận được với các thông tin chuyên sâu phục vụ cho xuất khẩu nói chung và đối phó với các rào cản thương mại nói riêng. Hiện nay, chúng ta còn chưa được công nhận là một nước có nền kinh tế thị trường mà chỉ được công nhận là một nước đang phát triển ở trình độ thấp. Các Hiệp hội cần phải chủ động thu thập thông tin về tình hình thị trường và giá cả ở các nước, có trình độ tương đương với chúng ta để có thể chủ động trong việc hấu kiện với các vụ kiện chống bán phá giá và chống trợ cấp sao cho có lợi cho doanh nghiệp Việt Nam. Đồng thời, cần thu thập đầy đủ thông tin để đấu tranh đòi được hưởng chế độ GSP đối với các nước đang phát triển ở trình độ thấp.

- Về xử lý tranh chấp trong thương mại quốc tế

Ở hầu hết các nước, việc khởi kiện và kháng kiện đều do các Hiệp hội chủ động phát động chứ không phải là do các cơ quan quản lý Nhà nước. Hiệp hội cũng như các doanh nghiệp nước ta còn rất ít kinh nghiệm hoạt động trong lĩnh vực này. Tuy nhiên, hội nhập vào thị trường thế giới thì cạnh tranh gay gắt, tranh chấp xảy ra thường xuyên. Trong khi các doanh nghiệp còn non yếu thì hiệp hội cần tăng cường năng lực về lĩnh vực này để hỗ trợ doanh nghiệp, đương đầu trong các vụ tranh chấp để tích lũy kiến thức, đúc rút kinh nghiệm, bài học cho cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam. Hiệp hội cần làm gì để nâng cao năng lực trong việc tham gia xử lý tranh chấp thương mại trên thị trường thế giới.

- Về phát huy vai trò điều hoà quy mô sản xuất và xuất khẩu

Cơ chế thị trường thì lợi nhuận là động lực hoạt động của doanh nghiệp và cạnh tranh là phương thức hoạt động. Tuy nhiên, nhiều khi doanh nghiệp phấn đấu nâng cao năng lực cạnh tranh của mình mà mục tiêu lợi nhuận lại không đạt được, thậm chí sa vào tình cảnh thua lỗ vì thị trường trong nước còn phụ thuộc vào quy mô của cung-cầu, còn thị trường ngoài nước bên cạnh cung-cầu còn các yếu tố luật pháp, thể chế, chính sách xuất nhập khẩu của từng nước. Nỗ lực tăng trưởng của doanh nghiệp làm thay đổi quan hệ cung-cầu trên thị trường, nỗ lực xuất nhập khẩu hàng hoá của doanh nghiệp đụng vào rào cản thương mại của các nước. Những vấn đề đó đặt ra nhiệm vụ cho hiệp hội. Việc điều hoà, điều tiết sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp cùng ngành hàng

để bảo đảm cân đối cung-cầu của thị trường không ai làm tốt hơn là hiệp hội. Việc điều hoà, điều tiết khối lượng và tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của các doanh nghiệp ngành hàng vào thị trường một nước nào đó cũng chỉ có hiệp hội là có khả năng thực hiện tốt nhất. Vì vậy, vấn đề đặt ra là hiệp hội phải nâng cao những năng lực gì để thực hiện tốt chức năng điều hoà, điều tiết quy mô sản xuất kinh doanh và xuất khẩu hàng hoá của các doanh nghiệp cùng ngành hàng.

- Về nâng cao năng bộ máy của các Hiệp hội ngành hàng

Thông qua việc tăng cường nguồn nhân lực có trình độ cao về pháp luật quốc tế và kinh doanh quốc tế, đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật cho Hiệp hội cho tương xứng với sự phát triển sản xuất kinh doanh và xuất khẩu của ngành hàng, tạo điều kiện thuận lợi để các Hiệp hội tham gia vào các tổ chức hoặc Hiệp hội ngành hàng quốc tế. Đồng thời cần hỗ trợ cho các Hiệp hội trong việc xây dựng và thực hiện các chương trình xúc tiến thương mại. Năng lực bộ máy của Hiệp hội có được tăng cường và củng cố vững mạnh thì Hiệp hội mới có thể phát huy tốt vai trò định hướng và hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc chủ động đối phó với các rào cản trong thương mại quốc tế nhằm đẩy mạnh xuất khẩu.

Qua việc nghiên cứu và đánh giá thực trạng năng lực bộ máy của các hiệp hội ngành hàng ở nước ta hiện nay, ta thấy rằng, do có nhiều mặt còn hạn chế, hầu hết các hiệp hội vừa mới được thành lập, đất nước đang trong quá trình phát triển hoàn thiện cơ chế thị trường, phát triển xuất khẩu là nhiệm vụ quan trọng của các doanh nghiệp, nhưng thị trường thế giới là sân chơi mới mẻ, các doanh nghiệp còn nhiều ngỡ ngàng. Thực tế đó đòi hỏi bộ máy hiệp hội phải mạnh, cán bộ hiệp hội phải giỏi mới có thể hỗ trợ doanh nghiệp thúc đẩy xuất khẩu và thành công trong hội nhập kinh tế quốc tế.

Qua việc nghiên cứu đánh giá thực trạng năng lực bộ máy của các Hiệp hội ngành hàng của nước ta, có thể kết luận rằng năng lực đó nhìn chung còn rất hạn chế. Khắc phục hạn chế, tìm ra những giải pháp để Hiệp hội không ngừng phát triển trong thời gian tới không chỉ là nhiệm vụ quan trọng của hiệp hội hiện nay mà có lẽ là trong nhiều năm tới. Với mục đích đó, xuất phát từ xu hướng phát triển của hiệp hội ngành hàng, từ quan điểm của Đảng về hội nhập kinh tế quốc tế về phát triển xuất khẩu... Trong chương III tiếp theo, đề tài đề xuất một số giải pháp và kiến nghị nhằm góp phần phát triển các Hiệp hội ngành hàng ở nước ta.

Chương III

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO NĂNG LỰC HOẠT ĐỘNG NHẪM ĐẨY MẠNH XUẤT KHẨU CỦA CÁC HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG

I. XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CỦA HIỆP HỘI VÀ QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN CÁC HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG TRONG THỜI GIAN TỚI

1. Xu hướng phát triển của Hiệp hội ngành hàng ở nước ta trong thời gian tới

Việt Nam chuyển từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung sang kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa và đang trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Các hiệp hội đang trở thành một trong những bộ phận không thể thiếu nhằm vận hành nền kinh tế thị trường gồm Nhà nước, doanh nghiệp và hiệp hội. Theo sự phát triển của nền kinh tế, các hiệp hội sẽ phát triển cả về số lượng, chất lượng và vai trò của hiệp hội sẽ ngày càng được nâng cao. Đây là một xu hướng phát triển tất yếu của các hiệp hội trong tương lai.

- Số lượng các Hiệp hội ngành hàng sẽ tăng lên nhanh chóng

Do nền kinh tế phát triển, môi trường kinh doanh được cải thiện không ngừng, mọi người dân và các nhà đầu tư yên tâm bỏ vốn vào sản xuất kinh doanh. Số lượng các doanh nghiệp đang ngày càng tăng lên một cách nhanh chóng, ngành nghề kinh doanh sẽ ngày càng một đa dạng hơn. Khi số lượng doanh nghiệp tăng lên, ngành nghề đa dạng và phong phú hơn thì bên cạnh các hiệp hội lớn, quy mô bao trùm sẽ hình thành những hiệp hội chuyên ngành sâu hơn. Sẽ có những hiệp hội được thành lập theo vị trí địa lý, theo đối tượng kinh doanh hoặc theo khu vực thị trường. Các hiệp hội này sẽ tập trung vào các vấn đề chuyên ngành và hoạt động sâu sát hơn, với chất lượng tốt hơn thì mới có khả năng thu hút và hỗ trợ hội viên. Chính xu hướng này sẽ làm cho số lượng Hiệp hội ngành hàng cũng sẽ ngày một tăng lên.

Phần lớn các doanh nghiệp trong nền kinh tế là các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Các doanh nghiệp này hạn chế về quy mô, về nguồn lực, về khả năng cạnh tranh và phát triển, vì vậy để nâng cao sức mạnh cạnh tranh thì nhu cầu tất yếu của các doanh nghiệp này là hướng vào cộng đồng tìm sự liên kết để qua đó có thể hỗ trợ phát triển, bảo vệ quyền lợi. Trên thực tế ngay cả bản thân các doanh nghiệp lớn cũng gặp bất lợi khi một mình tự giải quyết các vấn đề nảy sinh mà vẫn muốn thông qua các hiệp hội nhằm bảo vệ quyền lợi của mình và tận dụng sức mạnh tập thể cộng đồng để phát triển.

Xu hướng phi chủ quản hoá và các thành phần kinh tế đều bình đẳng trước pháp luật đã được khẳng định làm cho nhu cầu phát triển và gắn bó với các hiệp hội ngày càng tăng. Chủ trương cổ phần hoá đã được Đảng và Chính phủ quyết tâm thực hiện. Số lượng các doanh nghiệp Nhà nước sẽ giảm đi. Cơ chế cơ quan chủ quản sẽ không còn nữa, mọi doanh nghiệp sẽ bình đẳng trước pháp luật do vậy nhu cầu dựa vào các hiệp hội để tăng cường sức mạnh cộng đồng, có người đại diện xứng đáng, tìm nguồn hỗ trợ và bảo vệ quyền lợi sẽ tăng lên.

Trong quá trình phát triển kinh tế theo cơ chế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế, các doanh nghiệp Việt Nam (nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa) sẽ bị cạnh tranh mạnh. Trong khi đó năng lực cạnh tranh còn thấp thể hiện ở các hạn chế về tài chính, nhân lực, công nghệ, thông tin, kỹ năng quản lý... và tất yếu là các doanh nghiệp này sẽ phải tập hợp lại theo các hiệp hội doanh nghiệp để có điều kiện tiếp cận được thị trường rộng lớn hơn, được hưởng các dịch vụ tốt hơn, được bảo vệ và hỗ trợ phát triển tốt hơn, tránh lãng phí các nguồn lực.

Khi tham gia vào thị trường quốc tế sẽ có những thoả thuận, đàm phán giữa các khu vực thị trường về chính sách khuyến mại, bảo hộ... Đây là lúc các hiệp hội thể hiện vai trò của mình, đấu tranh cho các hội viên của mình và cũng chỉ có các hiệp hội mới làm được điều này. Doanh nghiệp đứng ngoài hiệp hội vừa bị thiếu thông tin, vừa bị thua thiệt, vừa không có tiếng nói và ảnh hưởng đến uy tín trên thương trường.

- Chất lượng hoạt động của các hiệp hội sẽ được nâng cao

Thời gian qua nhiều hiệp hội hoạt động kém hiệu quả do mới thành lập, còn gặp khó khăn về kinh phí hoạt động, thiếu cán bộ chuyên nghiệp, thiếu kinh nghiệm, thiếu các điều kiện về cơ sở vật chất kỹ thuật, về thông tin... Tuy nhiên do yêu cầu thực tế nhiều hiệp hội đã phải tích cực đổi mới hoạt động, gắn kết hơn với doanh nghiệp. Một số hiệp hội đã hoạt động khá và khẳng định được vai trò, vị thế của mình cả trong nước và quốc tế. Các hiệp hội đứng trước một thách thức là nếu không thể hiện được vai trò đại diện sẽ bị mất uy tín và có khả năng các doanh nghiệp sẽ lập ra hiệp hội khác hiệu quả hơn.

Khi số lượng doanh nghiệp tăng lên, ngành nghề đa dạng và phong phú hơn, thị trường cạnh tranh quyết liệt hơn thì sẽ hình thành những hiệp hội chuyên ngành sâu hơn, cụ thể theo từng mặt hàng, ngành nghề kinh doanh, đồng thời sẽ có những hiệp hội được thành lập theo phạm vi địa phương, theo đối tượng cụ thể như: hội doanh nghiệp trẻ, doanh nghiệp ngành nghề nông thôn. Lúc đó lại xuất hiện sự cạnh tranh hoạt động giữa các hiệp hội. Các doanh nghiệp có cơ hội lựa chọn tham gia vào những hiệp hội hoạt động tích cực và hiệu quả hơn. Đây là yếu tố thuận lợi để nâng cao chất lượng hoạt động của hiệp hội trong thời gian tới.

Qua một thời gian hoạt động, phần lớn các hiệp hội đã nhận thức được sự yếu kém của mình và đang trong quá trình cải tổ, nâng cao chất lượng hoạt

động. Nhiều hiệp hội mới ra đời đã nhìn thấy rõ hạn chế của những hiệp hội đi trước như: thiếu bộ máy chuyên trách và chuyên nghiệp, hạn chế về nguồn lực và phải đổi mới hoạt động thì mới có thể tồn tại và phát triển.

- Vai trò của các hiệp hội ngày càng được nâng cao

Nhà nước đánh giá cao vai trò của các hiệp hội và hỗ trợ để các hiệp hội được thành lập và phát triển. Chính phủ đã ban hành nghị định về hiệp hội và đã ban hành một số chính sách nhằm tạo điều kiện cho các hiệp hội được thành lập và phát triển. Đây là điều kiện tiên quyết giúp cho các hiệp hội có được vị trí và vai trò trong nền kinh tế.

Vai trò của hiệp hội được nâng cao bắt nguồn từ những xu hướng sau:

- Chuyển sang kinh tế thị trường vai trò, chức năng quản lý Nhà nước về kinh tế đổi mới triệt để. Từ chỗ Nhà nước quản lý trực tiếp cụ thể các doanh nghiệp, tham gia điều hành sản xuất kinh doanh,... chuyển sang trao quyền tự chủ cho doanh nghiệp. Tách quản lý sản xuất kinh doanh ra khỏi quản lý Nhà nước. Tình huống đó bên cạnh tạo ra yếu tố tích cực là Nhà nước chỉ tập trung quản lý những lĩnh vực kinh tế vĩ mô và doanh nghiệp được trao quyền chủ động sáng tạo trong quá trình quản lý vi mô. Tuy nhiên, lại tạo ra một khoảng trống mới có nguy cơ cho cả hai phía. Nhà nước thì có nguy cơ không nắm bắt và thấu hiểu được tình hình sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp. Còn các doanh nghiệp thì không có cơ hội để đề đạt ý kiến, nguyện vọng của mình với cơ quan quản lý Nhà nước. Bù đắp cho khoảng trống đó là vai trò của hiệp hội. Hiệp hội là cầu nối, là mối liên hệ chặt chẽ giữa doanh nghiệp với Chính phủ.

- Phát triển nền kinh tế thị trường là tạo lập môi trường bình đẳng cho các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần cạnh tranh, khẳng định vị thế của mình. Từng doanh nghiệp được trao quyền tự chủ cũng có nghĩa là tự chịu trách nhiệm về lỗ, lãi về hưng thịnh hoặc phá sản. Cuộc đua tranh cam go đó không thể đơn thương độc mã được, phải có hội, có phường, có tập hợp các doanh nghiệp cùng ngành hàng, cùng hoàn cảnh. Đó là nhu cầu khách quan của các doanh nghiệp, là lý do khách quan tạo ra sự xuất hiện hiệp hội ngành hàng, tạo ra sức mạnh cộng đồng doanh nghiệp để đương đầu với sóng gió thị trường, đương đầu với tệ nạn xã hội, đương đầu với bộ máy quản lý quan liêu, tham nhũng chưa thể dẹp bỏ được.

- Nền kinh tế thị trường mở cửa, hội nhập đẩy cuộc cạnh tranh sống còn của doanh nghiệp vượt ra khỏi biên giới, tại các thị trường khu vực và thế giới. Đó là những thị trường phát triển cao nên cạnh tranh lại càng quyết liệt hơn, tuân thủ những luật lệ còn xa lạ với chúng ta. Không những thế, hội nhập kinh tế quốc tế còn mở cửa thị trường nước ta cho các doanh nghiệp và công ty nước ngoài trực tiếp kinh doanh trên thị trường trong nước. Cuộc cạnh tranh không cân sức đó, các doanh nghiệp nhỏ yếu của Việt Nam không thể thiếu những điểm tựa vững chắc. Nhà nước là chỗ dựa tốt, nhưng theo thông lệ của thương trường quốc tế thì cạnh tranh trong kinh doanh là việc của các doanh nghiệp,

Nhà nước ít có vai trò trong lĩnh vực này. Trong khi đó, doanh nghiệp các nước rất coi trọng vai trò hiệp hội. Hiệp hội là tổ chức dân sự của các doanh nghiệp, hoạt động vì lợi ích của doanh nghiệp nên có vai trò đầy đủ để đấu tranh cho lợi ích của doanh nghiệp trên thương trường. Đây là lý do quan trọng nữa nói lên vai trò quan trọng của Hiệp hội ngành hàng.

Với thực tiễn hiện nay, có thể khẳng định xu hướng phát triển của các hiệp hội sẽ là điều tất yếu. Các hiệp hội sẽ phát triển cả về số lượng, chất lượng và ngày càng có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội của đất nước.

2. Quan điểm phát triển

2.1. Về phát triển xuất khẩu trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế

Những bước đi quan trọng của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế đều được sự chỉ đạo chặt chẽ và kịp thời của Ban Chấp hành Trung ương Đảng và Bộ Chính trị. Từ Đại hội Đảng lần thứ VI, với đường lối đổi mới Đảng ta đã có chủ trương khuyến khích nước ngoài đầu tư vào nước ta dưới nhiều hình thức, nhất là đối với các ngành và cơ sở đòi hỏi kỹ thuật cao, làm hàng xuất khẩu. Đến Đại hội VII, Đảng ta tiếp tục chủ trương mở rộng hợp tác, bình đẳng và cùng có lợi với tất cả các nước, các tổ chức quốc tế, không phân biệt chế độ chính trị - xã hội khác nhau trên cơ sở các nguyên tắc cùng tồn tại hoà bình. Để từng bước hội nhập vào nền kinh tế thế giới, tăng cường thu hút nguồn vốn từ nước ngoài phục vụ cho sự nghiệp CNH, HĐH đất nước, Đảng ta chủ trương khai thông quan hệ giữa các tổ chức tài chính, tiền tệ quốc tế như Quỹ tiền tệ quốc tế (IMF), Ngân hàng thế giới (WB), Ngân hàng phát triển châu Á (ADB)... mở rộng quan hệ với các tổ chức hợp tác khu vực, trước hết ở châu Á - Thái Bình Dương.

Trước những diễn biến phức tạp của tình hình kinh tế, chính trị thế giới, với tầm nhìn chiến lược, Đại hội VIII của Đảng đã khẳng định: "xây dựng một nền kinh tế mở", "đẩy nhanh quá trình hội nhập kinh tế khu vực và thế giới". Nghị quyết 04 của Ban chấp hành TW khoá VIII đã nêu rõ: "tích cực và chủ động thâm nhập và mở rộng thị trường quốc tế", "tiến hành khẩn trương, vững chắc việc đàm phán hiệp định thương mại với Mỹ, gia nhập APEC và WTO. Có kế hoạch cụ thể để chủ động thực hiện các cam kết trong khuôn khổ AFTA". Tiếp đó, trong Báo cáo Chính trị Đại hội Đảng lần thứ IX đã nêu rõ quan điểm của Đảng: "Chủ động hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực theo tinh thần phát huy tối đa nội lực, nâng cao hiệu quả hợp tác quốc tế, đảm bảo độc lập tự chủ và định hướng xã hội chủ nghĩa, bảo vệ lợi ích dân tộc, an ninh quốc gia, giữ gìn bản sắc dân tộc, bảo vệ môi trường". Theo quan điểm này hội nhập kinh tế quốc tế trong điều kiện toàn cầu hoá kinh tế là một quá trình mà trọng tâm là chủ động mở cửa kinh tế, tham gia sâu vào phân công hợp tác quốc tế, tạo điều kiện để kết hợp có hiệu quả mọi nguồn lực trong nước và nước ngoài, mở rộng

không gian và môi trường để phát triển, nâng cao thế và lực của nước ta trong quan hệ kinh tế quốc tế.

Khẳng định tầm quan trọng của hội nhập kinh tế quốc tế, Nghị quyết 07-NT/TW của Bộ Chính trị, ngày 27/11/2001 về hội nhập kinh tế quốc tế đã đề ra các quan điểm chỉ đạo và nhiều chính sách, biện pháp đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế của nước ta trong thời kỳ mới.

Trên cơ sở chỉ đạo của Bộ Chính trị và Chính phủ, Bộ Thương mại, cùng với các bộ ngành khác tiến hành xây dựng chương trình nhiệm vụ mở rộng thị trường, phát triển xuất khẩu với mục tiêu và quan điểm sau đây:

Về mục tiêu: hoạt động xuất-nhập khẩu cần phục vụ trực tiếp cho mục tiêu chung đã được thông qua tại Đại hội lần thứ IX của Đảng. Nỗ lực gia tăng tốc độ tăng trưởng xuất nhập khẩu, bảo đảm nhu cầu sản xuất và tiêu dùng trong nước, góp phần đẩy mạnh CNH, HĐH, chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, gia tăng sản phẩm chế biến và chế tạo, áp dụng công nghệ mới để tăng sản phẩm chế biến và chế tạo, áp dụng công nghệ mới để tăng sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ. Mở rộng và đa dạng hoá thị trường và phương thức kinh doanh, hội nhập thẳng lợi vào kinh tế khu vực và thế giới. Chớp thời cơ thuận lợi tạo ra sự phát triển đột biến, nhanh chóng rút ngắn khoảng cách giữa kinh tế nước ta và các nước trong khu vực.

Để đạt các mục tiêu trên, cần nắm vững các quan điểm chỉ đạo sau:

Một là tiếp tục kiên trì chủ trương dành ưu tiên cao cho xuất khẩu để, thúc đẩy tăng trưởng GDP, phát triển sản xuất, thu hút lao động; chủ động hội nhập vào kinh tế khu vực và thế giới trên cơ sở giữ vững độc lập tự chủ và định hướng XHCN.

Hai là, gắn kết thị trường trong nước với thị trường ngoài nước; gắn thị trường với sản xuất, vừa chú trọng thị trường trong nước, vừa ra sức mở rộng và đa dạng hoá thị trường ngoài nước.

Ba là, kiên trì chủ trương đa dạng hoá các thành phần kinh tế tham gia hoạt động xuất - nhập khẩu với kinh tế Nhà nước giữ vai trò chủ đạo;

Những năm vừa qua, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương, chính sách, tạo môi trường thuận lợi để doanh nghiệp nâng cao hiệu quả sản xuất, kinh doanh và khả năng cạnh tranh trên thị trường đáp ứng đòi hỏi của thị trường và yêu cầu hội nhập với kinh tế khu vực và thế giới. Tuy nhiên, sức cạnh tranh của các doanh nghiệp vẫn còn yếu kém, hội nhập kinh tế vẫn đặt ra nhiều thách thức. Tình hình này có nhiều nguyên nhân nhưng có một yếu tố quan trọng là vai trò các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng chưa được coi trọng và hoạt động của hiệp hội còn nhiều hạn chế.

2.2. Quan điểm phát triển các hiệp hội ngành hàng

Về Hiệp hội, Nghị quyết Trung ương 4 (khoá VII) của Đảng đã đưa ra tư tưởng chỉ đạo là: "Phát triển các hình thức hợp tác giữa các doanh nghiệp Nhà nước với các Hợp tác xã, xây dựng các hiệp hội ngành nghề theo cơ chế dân chủ, tự quản". Hiệp hội ngành hàng là tổ chức hợp tác, liên kết "mềm" theo chiều ngang để phối hợp hoạt động bảo vệ lợi ích chung và giúp nhau nâng cao sức cạnh tranh; và đó là nhân tố thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội.

Theo tư tưởng chỉ đạo trên đây, Nghị định 88 của Chính phủ ban hành ngày 30 tháng 7 năm 2003 xác định Hiệp hội là một tổ chức tự nguyện của công dân, hoặc các tổ chức hoạt động cùng ngành nghề, cùng sở thích, cùng giới, có chung mục đích là tập hợp, đoàn kết hội viên, hoạt động thường xuyên, không vụ lợi nhằm bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của hội viên; hỗ trợ nhau hoạt động có hiệu quả, góp phần vào việc phát triển kinh tế - xã hội của đất nước, được tổ chức và hoạt động theo các văn bản quy phạm pháp luật có liên quan.

Quán triệt quan điểm về hội nhập kinh tế quốc tế và phát triển xuất khẩu, đồng thời căn cứ vào tư tưởng chỉ đạo trên đây của Đảng và Nghị định 88 của chính phủ, chúng ta có thể hình thành quan điểm về phát triển Hiệp hội ngành hàng nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế như sau:

- *Hiệp hội ngành hàng là một tổ chức tập hợp doanh nghiệp theo nguyên tắc dân chủ và tự quản.* Hiệp hội là tổ chức dân sự, phi chính phủ do cộng đồng các doanh nghiệp tự nguyện lập ra cho nên nguyên tắc tổ chức và hoạt động của hiệp hội là dân chủ và là loại hình dân chủ trực tiếp, do các doanh nghiệp hội viên thảo luận bàn bạc và quyết định từ tổ chức đến chương trình kế hoạch hoạt động. Hiệp hội phải hoạt động theo nguyên tắc tự quản, tự chủ không có cấp trên chỉ đạo, không có cơ quan chủ quản đỡ đầu, bao cấp. Hoạt động của hiệp hội phải tuân thủ pháp luật và thực hiện theo điều lệ và quy chế của hiệp hội. Hiệp hội phải tự quản từ nhiệm vụ chuyên môn đến nhân sự, tài chính và các mặt hoạt động khác.

- *Hiệp hội ngành hàng là tổ chức hoạt động vì doanh nghiệp, gắn bó với lợi ích của doanh nghiệp.* Nếu không vì lợi ích doanh nghiệp thì không có lý do để tồn tại hiệp hội. Hiệp hội do các doanh nghiệp lập ra để đại diện cho họ, hoạt động vì lợi ích của họ. Bản thân hiệp hội không kinh doanh, không vì mục tiêu lợi nhuận nhưng hoạt động của hiệp hội là hỗ trợ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, trợ giúp doanh nghiệp phát triển kinh doanh, nâng cao hiệu quả, tăng trưởng doanh thu và doanh lợi. Doanh nghiệp và hiệp hội đều cần có nhau, gắn bó lợi ích với nhau hợp tác chặt chẽ với nhau để phát triển ngành hàng, nâng cao sức cạnh tranh của ngành hàng góp phần xứng đáng vào sự nghiệp xây dựng và phát triển kinh tế đất nước. Vì vậy, hiệp hội hoạt động tốt, năng lực cao sẽ thu hút tập hợp được đông đảo doanh nghiệp trong ngành hàng, không phân biệt thành phần, không phân biệt lớn, nhỏ, cần thiết mở rộng cho cả các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tham gia hiệp hội.

- Hiệp hội là tổ chức dân sự có địa vị pháp lý, tích cực phối hợp, tư vấn, hỗ trợ cho nhà nước trong soạn thảo, ban hành và thực thi chính sách và cơ chế quản lý kinh tế nói chung và quản lý Nhà nước đối với ngành hàng nói riêng. Các cơ quan Nhà nước không trực tiếp chỉ đạo hoạt động của hiệp hội mà tôn trọng vai trò tự quản của hiệp hội cũng như tôn trọng vai trò tự chủ hoạt động của các doanh nghiệp. Hiệp hội muốn mang lại lợi ích cho doanh nghiệp thì phải phối hợp và hỗ trợ hoạt động quản lý kinh tế của Nhà nước. Phối hợp chặt chẽ với các cơ quan Chính phủ, cơ quan chính quyền các cấp, tư vấn cho các cơ quan quản lý Nhà nước trong soạn thảo và ban hành cơ chế chính, luật pháp về kinh tế. Chủ động theo dõi, hướng dẫn các doanh nghiệp, tích cực vận động các doanh nghiệp thực thi luật pháp, chính sách do Nhà nước ban hành. Hiệp hội còn có vai trò quan trọng trong đóng góp ý kiến xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển ngành hàng. Như vậy, hiệp hội là một tổ chức đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp, tiếng nói của hiệp hội hết sức cần thiết và bổ ích cho các cơ quan quản lý Nhà nước, trợ thủ đắc lực cho quản lý Nhà nước trong vai trò là cầu nối giữa Chính phủ với doanh nghiệp.

- Hiệp hội ngành hàng có vai trò cực kỳ quan trọng trong hội nhập kinh tế quốc tế của các doanh nghiệp. Xuất khẩu hàng hoá của doanh nghiệp trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế là bước vào một thị trường cạnh tranh gay gắt. Doanh nghiệp Việt Nam với quy mô nhỏ yếu, chưa hiểu biết luật lệ quốc tế, thiếu kinh nghiệm thương trường thì yếu tố hiệp hội trở nên cực kỳ quan trọng. Hiệp hội vừa là đại diện cho doanh nghiệp, vừa hỗ trợ doanh nghiệp hoạt động trên thị trường thế giới, từ Marketing, tiếp cận thị trường, nắm bắt luật lệ đến xử lý tranh chấp. Có thể nói, trên thương trường quốc tế thì hiệp hội vừa là người bạn, người thầy, vừa là trợ thủ đắc lực cho doanh nghiệp thâm nhập thị trường, phát triển kinh doanh, xử lý khi có tranh chấp, bảo vệ khi bị xâm phạm lợi ích.

Tóm lại, Hiệp hội ngành hàng là một tổ chức rất hữu ích cho doanh nghiệp, rất cần cho các cơ quan quản lý Nhà nước và là một đối tác quan trọng trên thương trường quốc tế. Phát triển kinh tế thị trường mở cửa, hội nhập theo định hướng xã hội chủ nghĩa đòi hỏi phát triển doanh nghiệp thuộc các thành phần và cũng tất yếu khách quan đòi hỏi phải xây dựng một hệ thống các Hiệp hội ngành hàng hoạt động mạnh, đủ năng lực thực hiện chức năng nhiệm vụ của mình.

Như vậy, Đảng và Nhà nước ta đánh giá cao vai trò của các hiệp hội trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, đã có quan điểm đúng đắn trong việc đề ra một số biện pháp nhằm hỗ trợ để các hiệp hội phát triển. Để tạo dựng môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp, Chính phủ đã quy định các văn bản, chính sách, chế độ liên quan đến doanh nghiệp, trước khi ban hành phải lấy ý kiến các doanh nghiệp thông qua Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam cũng như các hiệp hội. Xu hướng xã hội hoá chuyển một số chức năng công quyền từ cơ quan Nhà nước sang các hiệp hội và các tổ chức dân sự, phi Chính phủ cũng sẽ là điều kiện tốt để các hiệp hội mở rộng hoạt động của mình. Tất nhiên các hiệp hội cần phải nâng cao năng lực hoạt động để đáp ứng được yêu cầu này của nền kinh tế.

Phát triển xuất khẩu đang là một trong hai động lực tăng trưởng kinh tế. Để các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu cần nhận thức đúng đắn vai trò hiệp hội trong điều kiện mới, tích cực xây dựng và phát triển các Hiệp hội ngành hàng. Nâng cao năng lực hoạt động của Hiệp hội ngành hàng nhằm đáp ứng những yêu cầu đòi hỏi phát triển xuất khẩu trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, cần phải có những giải pháp thích hợp kể cả từ phía các cơ quan quản lý nhà nước lẫn các Hiệp hội ngành hàng.

II. CÁC GIẢI PHÁP ĐỐI VỚI HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG

1. Nâng cao năng lực bộ máy lãnh đạo các hiệp hội

Một trong những nguyên nhân làm hạn chế năng lực hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng ở nước ta hiện nay là năng lực của ban lãnh đạo hiệp hội còn yếu, vì vậy để phát huy vai trò của các hiệp hội nhằm thực hiện tốt các chức năng của mình, trước hết cần phải hoàn thiện bộ máy tổ chức của các Hiệp hội ngành hàng trên cơ sở xác định rõ chức năng, nhiệm vụ. Hình thành cơ chế hoạt động và quản lý của Hiệp hội bảo đảm dân chủ, bình đẳng với các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần, mang lại lợi ích thiết thực cho các doanh nghiệp thành viên.

Việc hoàn chỉnh mô hình tổ chức và phương thức hoạt động của bộ máy lãnh đạo Hiệp hội ngành hàng cần thực hiện theo hướng hình thành các tổ chức chuyên trách của Hiệp hội ngành hàng, nghiên cứu giúp đỡ các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu, tăng cường hội nhập quốc tế, nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá xuất khẩu Việt Nam. Năng lực hoạt động còn phụ thuộc vào đội ngũ cán bộ của hiệp hội. Hiệp hội phải chủ động trong công tác cán bộ. Tập thể lựa chọn những cán bộ am hiểu công việc, có uy tín, có nhiệt tình với công tác hội. Chủ tịch Hiệp hội phải là người trưởng thành từ đội ngũ quản lý kinh doanh trong ngành hàng được tập thể tín nhiệm bầu ra, tránh tình trạng là một quan chức kiêm nhiệm hoặc hết nhiệm kỳ công tác ở cơ quan chính quyền thì chuyển sang công tác hiệp hội để kéo dài cuộc sống quan chức thêm mấy năm nữa. Cần khắc phục xu hướng chọn quan chức về hưu làm Chủ tịch Hiệp hội.

Lãnh đạo của mỗi Hiệp hội ngành hàng cần có những liên kết với các hiệp hội thuộc các lĩnh vực khác nhưng có liên quan đến ngành hàng xuất khẩu của hiệp hội để tạo ra sự phối hợp giữa các ngành trong việc nâng cao hiệu quả xuất khẩu. Nên thành lập câu lạc bộ hiệp hội các tổ chức kinh tế để tạo môi trường hoạt động giao lưu giữa các hiệp hội.

Để tăng cường hiệu quả của công tác xúc tiến thương mại, các Hiệp hội ngành hàng nên có bộ phận chuyên trách với các cán bộ có năng lực đảm nhận công tác này. Cải tiến công tác tổ chức bộ máy, sắp xếp, tổ chức lại các bộ phận của lãnh đạo hiệp hội, loại bỏ tính hình thức, bảo đảm tính "Chuyên nghiệp hoá" của cán bộ. Các thành viên hiệp hội cần để cử vào bộ phận văn phòng hiệp hội những cán bộ có trình độ chuyên môn cao, ngoại ngữ tốt, năng động để hoàn thành nhiệm vụ của hiệp hội.

Tổ chức thường kỳ các cuộc gặp doanh nghiệp để đối thoại trực tiếp, công khai, giải quyết kịp thời các vướng mắc, khiếu nại của doanh nghiệp. Tăng cường làm việc với các hiệp hội và cùng hiệp hội tổ chức những cuộc đối thoại thẳng thắn về những vấn đề liên quan đến sản xuất, kinh doanh, chấn chỉnh công tác thanh tra, kiểm tra doanh nghiệp theo đúng các quy định hiện hành của pháp luật, bảo đảm sự quản lý chặt chẽ của Nhà nước và không cản trở hoạt động bình thường của doanh nghiệp.

Các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng cần đổi mới phương thức hoạt động, tập hợp rộng rãi các thành viên, mở rộng hợp tác quốc tế; tiếp tục nâng cao vai trò đại diện cho các doanh nghiệp, làm đầu mối phối hợp hành động giữa các doanh nghiệp, thúc đẩy liên doanh, liên kết cùng có lợi, hỗ trợ các doanh nghiệp trong chuyển giao bí quyết công nghệ, kinh nghiệm quản lý, trong xúc tiến thương mại, bảo vệ quyền lợi hợp pháp của các thành viên trong tranh chấp thương mại và xử lý tốt mối quan hệ kinh tế giữa các hội viên.

Công tác hiệp hội còn mới mẻ, hoạt động của hiệp hội các tổ chức kinh tế có nhiều điểm chung nên việc tổ chức thường xuyên các cuộc trao đổi về nghiệp vụ, thông tin sẽ rất bổ ích. Cần tổ chức tập huấn cho cán bộ hoạt động chuyên trách của hiệp hội, có thể mời các chuyên gia trong nước và nước ngoài thuyết trình về nội dung phương thức, kinh nghiệm hoạt động của hiệp hội. Tăng cường trao đổi kinh nghiệm công tác với các hiệp hội quốc tế và hiệp hội các nước khác.

Tóm lại, muốn các Hiệp hội ngành hàng phát triển thực hiện tốt vai trò chức năng của mình, đối với nước ta hiện nay trước hết cần phải nâng cao năng lực của Ban lãnh đạo các hiệp hội. Để thực hiện được điều này cần phải chọn những người có năng lực tham gia vào ban lãnh đạo của hiệp hội. Bộ máy lãnh đạo phải được tổ chức hợp lý theo hướng tăng cường các bộ phận chuyên trách. Phải có các hình thức liên kết học hỏi kinh nghiệm lẫn nhau giữ lãnh đạo các hiệp hội và có kế hoạch đào tạo bồi dưỡng cán bộ, tạo mọi điều kiện để cán bộ không ngừng nâng cao khả năng hoàn thành nhiệm vụ của mình

2. Nâng cao năng lực hỗ trợ cho doanh nghiệp

Một trong những chức năng quan trọng nhất của các Hiệp hội ngành hàng là hỗ trợ cho doanh nghiệp thành viên. Vì vậy, các hiệp hội cần xây dựng chương trình hoạt động cụ thể để nâng cao năng lực hỗ trợ cho doanh nghiệp. Nội dung của chương trình cần tập trung vào kỹ năng tập hợp, phân tích thông tin, kỹ năng đánh giá nhu cầu và phát triển các hình thức dịch vụ nhằm tạo sự cân đối về nguồn thu, nâng cao khả năng phát triển bền vững của các hiệp hội...

Tiến hành đánh giá, nghiên cứu những hình thức liên kết, hợp tác của các doanh nghiệp để một mặt hạn chế những hình thức liên kết tạo độc quyền và cạnh tranh không bình đẳng giữa các doanh nghiệp; mặt khác cũng tổng kết những mô hình liên kết tốt để hỗ trợ và phát triển các hình thức liên kết này.

Không ngừng phát triển hội viên, chú trọng việc tập hợp các hội viên là doanh nghiệp nhỏ và vừa, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, các văn phòng đại diện của doanh nghiệp nước ngoài tại Việt Nam. Thông qua các hoạt động của mình, hiệp hội cần thiết lập mối hệ với các doanh nghiệp trong ngành thuộc các khu vực kinh tế khác nhau trong nền kinh tế, để qua đó kết nạp thêm các doanh nghiệp có nguyện vọng gia nhập hiệp hội và được pháp luật cho phép, đồng thời tạo ra một khung khổ hợp tác có hiệu quả với cộng đồng doanh nghiệp trong cả nước.

Các doanh nghiệp Việt Nam phần lớn là quy mô nhỏ và vừa. Vì vậy, cần thực hiện các biện pháp xúc tiến hỗ trợ kinh doanh và đầu tư cho doanh nghiệp. Các biện pháp xúc tiến hỗ trợ đầu tư kinh doanh có thể được thực hiện bởi cơ quan nhà nước, nhưng kinh nghiệm của nhiều nước trên thế giới đã chứng minh rằng, chúng sẽ được thực hiện có hiệu quả hơn nếu thông qua các tổ chức của giới doanh nghiệp, các Hiệp hội doanh nghiệp là thể chế thích hợp, để cung ứng các dịch vụ xúc tiến hỗ trợ này.

- Về công tác thông tin

Cung cấp thông tin, tư vấn cho doanh nghiệp là một trong những hoạt động quan trọng của Hiệp hội ngành hàng. Do có mối quan hệ mật thiết với các cơ quan của Chính phủ và cộng đồng doanh nghiệp trong và ngoài nước, Hiệp hội ngành hàng cần chủ động thu thập và cung cấp cho doanh nghiệp các thông tin về luật pháp, chính sách, về thị trường, về các đối tác...

Trên cơ sở hình thành các bộ phận chuyên trách trong ban lãnh đạo của hiệp hội, bộ phận phụ trách công tác thông tin nên chú trọng việc thu thập thông tin. Các nguồn thông tin có thể thu thập được bao gồm các nguồn tin từ nước ngoài và trong nước. Tuy nhiên, để có thể có được các nguồn tin đó các hiệp hội cần chú trọng các hình thức thu thập thông tin. Chẳng hạn đối với các nguồn tin ngoài nước có thể tiến hành khai thác qua sách, báo, tạp chí, qua các trang Website...

Một nguồn tin ngoài nước đáng chú ý mà Hiệp hội có thể khai thác được là các Tài liệu của Tổ chức ngành hàng quốc tế. Đó là các báo cáo có liên quan đến tình hình sản xuất, tiêu dùng, xuất nhập khẩu của các nước thành viên (theo tháng, quý hay theo niên vụ), các biến động về chất lượng và giá cả các mặt hàng ở một số thị trường chủ yếu.

Phối hợp với các hiệp hội doanh nghiệp, xây dựng hồ sơ ngành hàng, thị trường, chuyên nghiệp hoá đội ngũ cán bộ và xây dựng đội ngũ chuyên gia, cộng tác viên, tình nguyện viên ở trong nước và ngoài nước để tăng cường khả năng tư vấn của hiệp hội.

Phải hình thành được các nội dung thông tin có chất lượng, thiết thực cho doanh nghiệp như những diễn biến mới nhất về tình hình thị trường mặt hàng của ngành, các thông tin liên quan đến thuế quan, hạn ngạch. Sự thay đổi các chính sách liên quan đến mặt hàng của hiệp hội cả trong và ngoài nước.

Cùng với việc nâng cao năng lực thu thập và xử lý thông tin, cần đẩy mạnh hoạt động phổ biến thông tin dưới nhiều hình thức khác nhau. Phổ biến thông tin nhanh nhạy, kịp thời với nhiều hình thức phong phú, với nội dung thiết thực, bổ ích cho doanh nghiệp. Thời đại kinh tế tri thức thông tin là tiền của, cung cấp thông tin cho doanh nghiệp là cung cấp cơ hội kinh doanh, cung cấp cơ hội kiếm lời, tránh thua lỗ. Vì vậy, hiệp hội phải tập trung nâng cao năng lực thông tin của mình.

Về đào tạo

Tổ chức đào tạo cán bộ cho doanh nghiệp, góp phần xây dựng đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Đào tạo, phát triển nguồn nhân lực và đội ngũ doanh nhân Việt Nam là một nhân tố quyết định đối với sự phát triển của nền kinh tế Việt Nam. Trong chương trình công tác hằng năm, Hiệp hội ngành hàng cần dành một nguồn lực đáng kể cho việc tổ chức các chương trình đào tạo, bồi dưỡng. Ngoài ra, cần tổ chức một số chương trình đào tạo cho đội ngũ công nhân kỹ thuật, đội ngũ lao động lành nghề phục vụ cho yêu cầu phát triển của ngành hàng.

Để kết quả đào tạo đạt hiệu quả chất lượng cao các Hiệp hội phải có hình thức tổ chức và nội dung phù hợp. Về hình thức nên tổ chức các khoá học ngắn hạn để thuận tiện cho việc tham gia của học viên. Ngoài hình thức đào tạo tập trung có thể kết hợp các phương thức đào tạo khác như đào tạo từ xa.

Về chương trình, nội dung đào tạo phải thiết thực. Tuyệt đối tránh theo kiểu phong trào, cung cấp cho người học những kiến thức chung chung không phù hợp với trình độ nhận thức của học viên và không phục vụ trực tiếp cho công việc hằng ngày của họ.

Các khoá học, sau khi kết thúc phải tiến hành kiểm tra đánh giá một cách nghiêm túc, tránh tình trạng học viên chỉ ghi tên và nhận chứng chỉ.

Do kinh phí có hạn nên tận dụng sự hỗ trợ của các tổ chức quốc tế, lồng ghép với các hoạt động đào tạo trong khuôn khổ của các dự án hỗ trợ nâng cao năng lực, đào tạo nguồn nhân lực. Đẩy mạnh hoạt động đào tạo không chỉ có nghĩa hiệp hội phải tự mình tổ chức đào tạo, mà cần tận dụng mọi cơ hội, phối hợp với nhiều cơ sở đào tạo, thu hút mọi nguồn lực trong và ngoài nước để hỗ trợ các doanh nghiệp tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ, công nhân của mình.

Về công tác xây dựng quỹ

Như phần trên đã trình bày, hầu hết các Hiệp hội ngành hàng của ta hiện nay quy mô quỹ rất hạn chế. Nhiều Hiệp hội thậm chí không đủ kinh phí trả lương cho cán bộ chuyên trách. Nguồn thu từ hội phí, từ sự hỗ trợ của Nhà nước và các tổ chức quốc tế không đủ trang trải cho các hoạt động của hiệp hội.

Tuy nhiên bên cạnh đó, có một số hiệp hội nhờ hội viên đông, có sự hỗ trợ của nhà nước thông qua các Bộ chủ quản, hoặc có quan hệ rộng với các tổ chức quốc tế nên nguồn kinh phí tương đối khá giả.

Một trong những biện pháp để tăng cường nguồn thu cho các hiệp hội là tăng cường các hoạt động dịch vụ như cung cấp thông tin, tư vấn, đào tạo... Khi các dịch vụ này phát triển một mặt có thể cung cấp cho hội viên với giá ưu tiên hoặc miễn phí nhưng thay vào đó là mức hội phí có thể cao hơn theo quyết định của hội nghị ban lãnh đạo hoặc toàn thể hội viên. Mặt khác có thể cung cấp thông tin cho các cơ quan khác với mức giá thị trường. Ngoài ra, các Hiệp hội có thể tham gia vào các chương trình, dự án của Chính phủ hoặc của các tổ chức quốc tế để tạo nguồn thu cho mình.

Cần xây dựng quy chế cụ thể quản lý thu chi tài chính của hiệp hội. Chấn chỉnh nguồn thu từ hội phí, mở rộng nguồn thu từ các hoạt động dịch vụ, tăng cường vận động sự hỗ trợ của Chính phủ và các tổ chức quốc tế. Bên cạnh đó, quản lý chi tiêu chặt chẽ, đúng mục tiêu, có hiệu quả. Đây là những biện pháp tốt nhất để tăng cường năng lực tài chính của hiệp hội.

Xúc tiến thương mại

Tổ chức chấp môi giới thiệu bạn hàng và các hoạt động xúc tiến khác. Chấp môi giới thiệu bạn hàng là một hoạt động tương đối đặc trưng cho thế mạnh của các Hiệp hội ngành hàng. Do có mối quan hệ rộng khắp với các hội viên của mình với các hiệp hội khác, Hiệp hội ngành hàng phải làm nhiệm vụ cầu nối, chấp môi cho các quan hệ làm ăn kinh doanh của các doanh nghiệp. Hoạt động chấp môi có thể thực hiện thông qua tiếp xúc trực tiếp, qua điện thoại, qua hộp thư điện tử, qua thư giới thiệu...

Tổ chức cho doanh nghiệp ra nước ngoài để tham gia hội nghị, hội chợ triển lãm, khảo sát thị trường tìm cơ hội làm ăn kinh doanh. Hỗ trợ các doanh nghiệp xác minh và kiểm tra đối tác của mình trước khi ký hợp đồng buôn bán, đầu tư, chuyển giao công nghệ... Hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc phòng tránh và giải quyết có hiệu quả các tranh chấp phát sinh trong kinh doanh; tư vấn và hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc thực hiện bảo hộ sở hữu thương hiệu, kiểu dáng công nghiệp và sáng chế của mình. cung cấp các thông tin cần thiết về thị trường, mặt hàng và pháp luật cần thiết trong thương mại quốc tế tạo thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp,...

Phát triển các dịch vụ xúc tiến, hỗ trợ doanh nghiệp thâm nhập thị trường theo nguyên tắc có sự phối hợp với các hiệp hội và các tổ chức xúc tiến khác. Tích cực thúc đẩy sự hình thành của thị trường các dịch vụ hỗ trợ kinh doanh ở Việt Nam. Tập trung nguồn lực của hiệp hội vào các hoạt động có lợi thế cao, những hoạt động xúc tiến ở tầm quốc gia; tổ chức các hội nghị, hội thảo, hội chợ triển lãm, lễ hội; xây dựng mạng lưới tiếp thị tập thể, các chiến dịch xây dựng hình ảnh quốc gia, chiến lược phát triển và bảo vệ thương hiệu Việt Nam, các dự án hỗ trợ tái cơ cấu và chuyển giao công nghệ lớn.

Hiện nay công tác xúc tiến thương mại ở Việt Nam tuy nhiều tổ chức tiến hành nhưng chất lượng chưa cao, thiếu hiểu biết về thị trường, thiếu kỹ năng lập và tổ chức kế hoạch, thiếu nguồn tài chính cần thiết. Trong lĩnh vực thông tin thương mại đang xảy ra tình trạng vừa thừa, vừa thiếu thông tin (thừa thông tin chung chung, thiếu thông tin cụ thể). Trong lĩnh vực hội chợ triển lãm thương mại có tình trạng lạm phát. Nhiều hội chợ triển lãm có nội dung khá giống nhau được tổ chức trên cùng một địa bàn. Ngoài ra, không ít doanh nghiệp chưa nhận thấy tầm quan trọng của hoạt động xúc tiến thương mại vì muốn tiết kiệm chi phí hoặc thiếu sự phối hợp giữa các doanh nghiệp trong việc triển khai hoạt động xúc tiến thương mại...

Để hoạt động xúc tiến thương mại thực sự đóng vai trò hỗ trợ hiệu quả đối với hoạt động xuất nhập khẩu, thì những hạn chế bất cập hiện nay trong hoạt động xúc tiến thương mại cần phải được tháo gỡ kịp thời. Đẩy mạnh hoạt động xây dựng và quảng bá thương hiệu hàng hoá; Chú ý phát triển hệ thống thương mại điện tử nhằm đảm bảo kết nối các kênh xúc tiến thương mại một cách đầy đủ cập nhật và hiệu quả cao; Đầu tư đào tạo và phát triển đội ngũ cán bộ có trình độ chuyên môn cao nhằm đáp ứng yêu cầu nhiệm vụ xúc tiến thương mại trong tình hình mới. Tích cực đóng góp ý kiến nhằm hoàn thiện một hệ thống các văn bản, quy định tạo một hành lang pháp lý thuận lợi, bình đẳng trong hoạt động xúc tiến thương mại...

Các lĩnh vực khác

Nâng cao vai trò của các hiệp hội ngành hàng doanh nghiệp trong lĩnh vực quan hệ lao động và bảo vệ môi trường. Thực hiện trợ giúp về đào tạo, thông tin, tư vấn cho người sử dụng lao động nhằm xây dựng mối quan hệ lao động đúng pháp luật và thuận hoà tại doanh nghiệp. Mở rộng các dự án, chương trình về phát triển bền vững, nâng cao kiến thức và trách nhiệm của doanh nghiệp trong lĩnh vực bảo vệ môi trường. Hướng dẫn các doanh nghiệp áp dụng các quy định, các tiêu chuẩn của pháp luật Việt Nam và quốc tế về trách nhiệm xã hội đối với bảo vệ môi trường để nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.

Phối hợp với các hiệp hội khác triển khai chương trình xây dựng văn hoá kinh doanh và văn hoá doanh nghiệp Việt Nam. Xây dựng đạo đức và tập quán kinh doanh mang đậm bản sắc dân tộc và thích ứng với điều kiện hội nhập, phát huy khả năng sáng tạo, và hợp tác của các doanh nhân. Tiến hành các hoạt động quảng bá phát triển hình ảnh doanh nghiệp, doanh nhân trong ngành và trong toàn xã hội. Tổ chức bình xét, tôn vinh doanh nghiệp và doanh nhân. Tham gia bình chọn danh sách những doanh nhân tiêu biểu hằng năm. Đề nghị khen thưởng hoặc tặng huy chương vì sự nghiệp phát triển của ngành cho các cá nhân và tổ chức có công lao trong hiệp hội.

3. Quan hệ với chính quyền

Tạo lập kênh thông tin và đối thoại trực tiếp với các cơ quan chính quyền; tham gia tích cực vào quá trình xây dựng luật pháp, chính sách kinh tế, tạo lập môi trường kinh doanh thuận lợi cho doanh nghiệp. Tổ chức các cuộc gặp gỡ đối thoại giữa lãnh đạo các cơ quan chính quyền với doanh nghiệp để trao đổi cụ thể về những vấn đề đang đặt ra trong từng ngành, lĩnh vực, địa phương như thuế, hải quan, xuất nhập khẩu, ngân hàng, thanh tra, kiểm tra... góp phần tăng cường sự hiểu biết giữa chính quyền và doanh nghiệp, tạo lập sự đồng thuận vì mục tiêu phát triển kinh tế đất nước.

Trực tiếp cử cán bộ của mình tham gia các nhóm nghiên cứu, tổ chức cho các doanh nghiệp tham gia góp ý vào các dự thảo nghị quyết của Đảng, văn bản pháp luật, chính sách của Quốc hội, Chính phủ. Hiệp hội ngành hàng phải tham gia đóng góp vào quá trình xây dựng luật pháp, chính sách góp phần bảo đảm cho các văn bản đó sát, đúng với thực tiễn và có tính khả thi. Đề xuất với Nhà nước xây dựng và hoàn thiện hệ thống chính sách đối với các Hiệp hội ngành hàng cũng như đối với các doanh nghiệp. Từ đó, xây dựng và triển khai chương trình trợ giúp nâng cao năng lực hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng.

Để góp phần đẩy nhanh quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cải thiện môi trường kinh doanh, hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường; Hiệp hội ngành hàng cần tham gia góp ý vào các phương án cơ cấu lại hệ thống doanh nghiệp, kể cả doanh nghiệp Nhà nước. Tham gia xây dựng chiến lược, quy hoạch phát triển ngành, vùng. Nhất là, tham gia tích cực vào quá trình hoàn thiện hệ thống luật pháp kinh tế phù hợp với thực tiễn nền kinh tế nước ta và các cam kết hội nhập. Trước mắt, góp phần tích cực vào quá trình hoàn thiện các luật: Luật Thuế, Luật Doanh nghiệp, Luật Phá sản doanh nghiệp, Luật Thương mại, Luật Đất đai, Luật Đầu tư theo hướng thông thoáng, thuận lợi, bảo đảm bình đẳng giữa các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế; đồng thời, đẩy mạnh hoạt động trong lĩnh vực thúc đẩy triển khai thực hiện luật pháp, thực hiện cải cách thủ tục hành chính...

Trong bối cảnh nước ta đang tiến hành đàm phán gia nhập mở cửa thị trường, hơn ai hết, các Hiệp hội ngành hàng phải tham vấn cho chính phủ những vấn đề liên quan đến ngành mình. Đảm bảo điều kiện để các doanh nghiệp hội viên có thể tồn tại và phát triển. Tuy nhiên, bên cạnh tham vấn cho chính phủ những nội dung cam kết thích hợp, Hiệp hội ngành hàng phải tìm biện pháp nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành, của doanh nghiệp để đảm bảo thành công trong quá trình hội nhập.

4. Quan hệ đối ngoại

Là người đại diện cho cộng đồng doanh nghiệp trong ngành trên các diễn đàn quốc tế, các Hiệp hội ngành hàng phải đấu tranh cho quyền lợi chính đáng của các doanh nghiệp, chống áp đặt các điều kiện tiêu chuẩn quá cao của các nước. Chủ động tham gia và có tiếng nói mạnh mẽ trong các hoạt động của các

tổ chức quốc tế. Tham gia có hiệu quả vào các tổ chức kinh tế thế giới và khu vực, bảo vệ quyền lợi của giới doanh nghiệp và nền kinh tế Việt Nam

Để có thể bảo vệ được quyền lợi chính đáng cho doanh nghiệp nước ta trên thương trường quốc tế, đòi hỏi các hiệp hội phải có tầm hiểu biết về kiến thức pháp luật và thông lệ quốc tế về thương mại. Vì vậy đòi hỏi các cán bộ của Hiệp hội phải không ngừng học hỏi nâng cao nhận thức, trình độ về thương mại quốc tế.

Tích cực liên hệ với các Hiệp hội ngành hàng của các nước nhất là các nước tương đồng để phối hợp hành động khi một nước khác có phân biệt đối xử hoặc áp dụng các biện pháp chống bán phá giá. Chẳng hạn, hoa kỳ áp dụng phân biệt đối xử với mặt hàng tôm xuất khẩu của Thái Lan và Việt Nam. Xây dựng mối quan hệ tốt với các Hiệp hội ngành hàng quốc tế để tranh thủ sự ủng hộ về mặt tài chính, đào tạo, thông tin... và khi có các vụ kiện xảy ra.

III. CÁC GIẢI PHÁP VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC

1. Xây dựng khung pháp lý cho việc tổ chức và quản lý hoạt động các hiệp hội làm cơ sở nâng cao năng lực tổ chức, quản lý của các Hiệp hội ngành hàng

Xác lập hành lang pháp lý chung đối với việc tổ chức và quản lý hội. Những quy định này cụ thể hoá quyền lập hội được Hiến pháp qui định, xác định cụ thể hơn thủ tục thành lập, sáp nhập, giải thể hội, quyền và nghĩa vụ pháp lý của hiệp hội và qui định biện pháp quản lý nhà nước đối với hội. Cần nhanh chóng soạn thảo và ban hành luật về hội và hiệp hội.

Nhằm nâng cao vai trò và hoạt động của Hiệp hội ngành hàng cần có sự thống nhất giữa các Bộ, ngành liên quan xây dựng quy chế quản lý hiệp hội toàn diện và đồng bộ, để trên cơ sở đó xác định phạm vi hoạt động của từng loại hội và đề xuất các chính sách hỗ trợ phù hợp với chủ trương phát triển từng ngành, phục vụ cho sự nghiệp phát triển lâu dài và bền vững của toàn bộ nền kinh tế. Phương thức hoạt động của các hiệp hội ngành hàng hiện nay rất phong phú và đa dạng, đặc biệt là trong giai đoạn hội nhập sâu vào nền kinh tế quốc tế. Vấn đề bức xúc hiện nay là cơ chế quản lý còn bất cập và điều kiện cần thiết để hoạt động của hiệp hội có hiệu quả còn thiếu. Những vấn đề đó thuộc về các cơ quan quản lý Nhà nước có thẩm quyền.

Về cơ chế quản lý các hiệp hội, Bộ Nội vụ xây dựng các quy định pháp luật về thành lập các Hội, Hiệp hội, ra quyết định thành lập các tổ chức chính trị - xã hội, các tổ chức xã hội; các Bộ quản lý ngành quyết định thành lập các Hiệp hội nghề nghiệp; Bộ Thương mại quản lý các Hiệp hội ngành hàng xuất khẩu. Trong giai đoạn đầu các Bộ, ngành cần tích cực hỗ trợ việc thành lập và hoạt động của các hiệp hội, tạo điều kiện cho các Hiệp hội ngành hàng hoạt động có hiệu quả. Trong điều kiện hội nhập hiện nay chỉ có hiệp hội các doanh nghiệp mới làm tốt vai trò liên kết đấu tranh chống lại rào cản thương mại ở

nước ngoài, hợp tác quốc tế, để ổn định cung cầu, phát triển các phương thức kinh doanh mới, đấu tranh chống lại tình trạng tranh mua tranh bán... Để Nhà nước phải can thiệp như hiện nay là không hiệu quả, có lúc lại phản tác dụng.

Nguyên tắc hoạt động của tất cả các hiệp hội phải là nguyên tắc mở, tránh đồng thời cả hai biểu hiện: “quốc doanh hoá” hoặc “Nhà nước hoá” hiệp hội. Việc phát triển các hội viên mới cần chú ý tới các DN dân doanh và xem xét cả việc kết nạp các DN có vốn đầu tư nước ngoài cùng ngành nghề sản xuất, kinh doanh vào hiệp hội. Cơ quan điều hành hiệp hội cần mang tính chuyên nghiệp và chuyên trách, không nên cho thành lập các hiệp hội không có trụ sở riêng và không có bộ phận chuyên trách riêng. Tổng thư ký của tất cả các hiệp hội đều phải là cán bộ chuyên trách, không nên cử cán bộ kiêm nhiệm.

Để có cơ sở đánh giá năng lực hoạt động của các hiệp hội, cần thiết xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá năng lực hoạt động của hiệp hội, giúp cơ quan quản lý thuộc Bộ Nội vụ và các Bộ, ngành có tiêu chí thống nhất đánh giá. Trong điều kiện thực tế hiện nay của các hiệp hội, chúng tôi nhận thấy có thể đề ra một số tiêu chí đánh giá tối thiểu như sau:

(1) Về năng lực tài chính:

a. Về thu: Tổng thu hàng năm, trong đó:

- + Thu từ đóng góp của hội viên
- + Thu từ hoạt động dịch vụ tư vấn
- + Thu từ nguồn hỗ trợ của ngân sách, của các tổ chức trong và ngoài nước.

b. Về chi: Tổng chi phí hàng năm, trong đó:

- + Chi hành chính văn phòng
- + Chi hoạt động chuyên môn, nghiệp vụ thực hiện chức năng, nhiệm vụ của hiệp hội

(2) Về tổ chức bộ máy và cán bộ:

a. Về bộ máy:

- + Số lượng đơn vị chuyên môn
- + Kết quả hoạt động

b. Về cán bộ:

- + Số lượng cán bộ

+ Chất lượng cán bộ

(3) Về quy mô

- Số lượng hội viên

- Tỷ lệ số hội viên so với tổng các doanh nghiệp trong ngành hàng đang hoạt động.

(4) Chỉ tiêu đánh giá chung (điều tra, khảo sát ý kiến của doanh nghiệp hội viên và các cơ quan, tổ chức liên quan). Tùy theo từng thời kỳ đặt ra những câu hỏi điều tra theo 3 mặt chủ yếu:

- Kết quả hoạt động của hiệp hội từ tổng thể đến từng chức năng, nhiệm vụ.

- Về lợi ích mà hiệp hội mang lại cho doanh nghiệp hội viên trên từng lĩnh vực và đánh giá chung.

- Về sự đóng góp của cán bộ và bộ máy hiệp hội cho hoạt động chung cũng như các lĩnh vực chủ yếu trong ngành hàng.

2. Mở rộng thành phần hội viên, thể chế hoá các mối quan hệ

- Đa dạng hoá thành phần của doanh nghiệp trong hiệp hội, Phần lớn thành viên của các hiệp hội hiện là doanh nghiệp nhà nước, nhiều người gọi đó là tình trạng "quốc doanh hoá hiệp hội". Dự thảo nghị định về hiệp hội lại không cho phép các DN có vốn đầu tư nước ngoài trở thành hội viên chính thức mà chỉ là hội viên liên kết của hiệp hội. Quy định như trên là chưa phù hợp với chính sách khuyến khích của Nhà nước đối với thành phần kinh tế này, cũng như bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

Việc cho phép các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tham gia vào các Hiệp hội ngành hàng vì những lý do sau đây:

Chức năng của hiệp hội ngành hàng là đoàn kết các doanh nghiệp trong cùng một ngành hàng không phân biệt thành phần kinh tế nhằm thúc đẩy xuất khẩu. Trong kim ngạch xuất khẩu của nước ta hiện nay khu vực doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm một tỷ trọng rất lớn và đang gia tăng với một tốc độ rất nhanh. Trong 10 tháng đầu năm 2004, kim ngạch xuất khẩu hàng hoá của cả nước đạt 21.331 triệu USD, thì trong đó các doanh nghiệp 100% vốn trong nước chỉ đạt 9.604 triệu USD và chỉ tăng 15% so với cùng kỳ năm 2003. Trong khi đó, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đạt 11.727 triệu USD và tăng 40,9% so với 10 tháng đầu năm 2003. Như vậy, với chức năng là phát triển xuất khẩu mà các hiệp hội không cho phép các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tham gia thì sẽ là một thiệt thòi không chỉ cho DN có vốn đầu tư nước ngoài mà cho chính cả Hiệp hội.

Theo chúng tôi, bản chất kinh tế của vấn đề là ở chỗ, các sản phẩm hàng hoá và dịch vụ được sản xuất trên lãnh thổ Việt Nam, do lao động của công nhân Việt Nam làm ra, một phần nguyên liệu cũng có nguồn gốc từ Việt Nam, khi xuất khẩu ra nước ngoài đều có nguồn gốc xuất xứ từ Việt Nam... Điều này không phụ thuộc vào đó là vốn nước ngoài hay vốn trong nước. Trong tiến trình toàn cầu hoá và hội nhập kinh tế quốc tế đồng vốn không có quốc tịch.

Các doanh nghiệp nước ngoài thông thạo thị trường xuất khẩu và pháp luật quốc tế hơn ta, vì vậy khi hàng hoá của ta nếu có bị kiện tụng thì trước hết sẽ đụng ngay đến các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Trong trường hợp này họ sẽ đứng về phía các doanh nghiệp Việt Nam, bảo vệ cho hàng Việt Nam. Hơn nữa, do nắm bắt tình hình thị trường và quan hệ tốt, nên nhiều khi có thể tránh được những vụ kiện nói trên.

Nước ta đang trong quá trình đàm phán gia nhập và sớm muộn cũng sẽ được gia nhập vào WTO. Theo các điều khoản của tổ chức này, thì việc không cho các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tham gia vào các Hiệp hội ngành hàng thì phía nước ngoài có thể cho rằng ta phân biệt đối xử và như vậy có thể vi phạm nguyên tắc đãi ngộ quốc gia (NT) của WTO. Qua đó, sẽ hạn chế rất lớn đến việc thu hút đầu tư nước ngoài vào Việt Nam, trong lúc ta đang dùng mọi biện pháp để kêu gọi đầu tư nước ngoài.

Các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài có thể là những người có kinh nghiệm xây dựng hiệp hội, qua đây kể cả lãnh đạo hiệp hội lẫn hội viên có thể học hỏi thêm nhiều kinh nghiệm. Đây là những người sẽ tham gia tích cực vào các hoạt động của hội như tham gia hội chợ triển lãm, thông tin tư vấn... Và cuối cùng họ sẽ tham gia đóng hội phí đầy đủ, ngoài ra còn có thể tự nguyện ủng hộ cho hiệp hội trong những trường hợp nhất định. Ở nhiều nước người ta cho phép các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tham gia hiệp hội

Vì vậy, nên có chính sách để cho các DN có vốn đầu tư nước ngoài cũng được tham gia một cách bình đẳng vào hiệp hội nhằm đóng góp vào sự phát triển kinh tế nói chung và xuất khẩu nói riêng của nước ta. Bên cạnh đó, cũng cần tính tới các doanh nghiệp vừa và nhỏ, các hội làng nghề cũng có thể trở thành hội viên của Hiệp hội ngành hàng.

- Thể chế hoá các mối quan hệ phối hợp công tác giữa Hiệp hội ngành hàng với các cơ quan chính quyền, thúc đẩy các hình thức liên kết doanh nghiệp, cung cấp các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp thâm nhập, phát triển thị trường, đồng thời bảo đảm để các doanh nghiệp thông qua các Hiệp hội ngành hàng tham gia xây dựng và hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở Việt Nam. Nói cách khác, bên cạnh một văn bản pháp luật qui định về tổ chức, thủ tục thành lập, giải thể... cho các loại hình hiệp hội, cần có một văn bản riêng thể chế hoá những quan điểm, chính sách của Đảng và Nhà nước đối với các Hiệp hội ngành hàng (hai văn bản này có vai trò tương tự như Luật Doanh nghiệp và

Nghị định 90/2001/CP về doanh nghiệp nhỏ và vừa đối với sự phát triển doanh nghiệp).

Không nên để hiệp hội trực thuộc các bộ chủ quản, như ý kiến của một số các nhà khoa học hoặc nhà quản lý nêu lên. Trước mắt, việc trực thuộc Bộ chủ quản có thể có một số lợi ích trước mắt nhất định cho hiệp hội, song về lâu dài đó chính là yếu tố kìm hãm sự phát triển của hiệp hội. Điều đó làm thiên lệch bản chất, chức năng của các hiệp hội, là yếu tố làm hành chính hoá các hiệp hội, giảm quyền tự chủ, tự quản của hiệp hội.

3. Tạo điều kiện thuận lợi để Hiệp hội thực hiện các hoạt động dịch vụ, tư vấn, đào tạo.

Hiệp hội là tổ chức phi Chính phủ, không hoạt động kinh doanh, nên việc bảo đảm tài chính cho hoạt động của hiệp hội là nhiệm vụ quan trọng. Trong ba nguồn thu của hiệp hội thì nguồn thu từ hội phí là quan trọng nhất, chính đáng nhất. Tuy nhiên, trong điều kiện các doanh nghiệp còn khó khăn, hoạt động trong thời kỳ đầu của hiệp hội lại chưa có nhiều tác động tích cực đến doanh nghiệp thì chưa thể là nguồn thu chủ yếu để bảo đảm hoạt động cho hiệp hội. Nguồn thu từ hỗ trợ của Chính phủ hay các tổ chức quốc tế thì không ổn định, không thể lâu dài được, mặc dù trong thời kỳ xây dựng ban đầu của hiệp hội thì sự hỗ trợ này là rất quan trọng. Thực tế vừa qua, sự hỗ trợ này nhiều ít tùy thuộc nhận thức và thiện chí của các ngành, các cấp. Trong hoàn cảnh hiện nay thì phương châm quan trọng là hiệp hội phải tự nuôi sống mình bằng lao động của mình. Bằng cách phát triển các hoạt động dịch vụ, tư vấn, đào tạo mà tạo nguồn thu cho hiệp hội.

Nếu hiệp hội có bộ máy tổ chức tinh gọn, có đội ngũ cán bộ chuyên nghiệp, chuyên môn, lại triển khai những hoạt động thiết thực, bổ ích cho cộng đồng doanh nghiệp, hỗ trợ đắc lực cho các cơ quan quản lý Nhà nước thì việc tạo nguồn thu từ chính hoạt động của mình là có thể thực hiện được. Đối với các cơ quan Nhà nước (gồm cơ quan quản lý đến các viện nghiên cứu, trường đại học) thì hiệp hội có thể đăng ký hoặc nhận thầu các đề tài, dự án, các hoạt động điều tra, khảo sát ngành hàng. Đối với các doanh nghiệp thì thực hiện các dịch vụ tư vấn, đào tạo, cung cấp thông tin, tổ chức hội chợ, triển lãm, quảng cáo chào hàng, khảo sát thị trường nước ngoài... Đối với các tổ chức quốc tế và doanh nghiệp nước ngoài cũng có thể thực hiện nhiều dịch vụ nghiên cứu, thâm nhập thị trường Việt Nam hoặc khảo sát tiềm năng sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp Việt Nam. Đó là những hoạt động không vượt quá khả năng của hiệp hội, bổ ích cho hoạt động của chính hiệp hội, lại đáp ứng yêu cầu các đối tác, tạo nguồn thu cho hiệp hội.

Vấn đề là ở chỗ Nhà nước phải có cơ chế, chính sách tạo điều kiện thuận lợi cho hiệp hội triển khai các hoạt động như vậy, khuyến khích các cơ quan chấp nhận sự tham gia của hiệp hội vào việc nghiên cứu các dự án, đề tài.

Không coi hiệp hội như một doanh nghiệp, hay một tổ chức kinh tế có thu để đánh thuế các loại.

Trong tiến trình đổi mới, các cơ quan Nhà nước đang đẩy mạnh cải cách hành chính, chuyển dần các dịch vụ công mà trước đây cơ quan Nhà nước tự làm sang cho các tổ chức kinh tế, dân sự thực hiện. Trong đó có nhiều hoạt động dịch vụ công có thể chuyển cho các hiệp hội thực hiện. Nhiều chương trình, dự án hỗ trợ doanh nghiệp Chính phủ có thể giao cho hiệp hội tổ chức triển khai.

4. Một số giải pháp khác

- Cần phải hình thành một cơ quan của Nhà nước làm đầu mối giải quyết những vấn đề của hiệp hội.

Nước ta chuyển từ cơ chế quan liêu bao cấp sang nền kinh tế thị trường đã gần hai mươi năm nhưng về cơ bản bộ máy Nhà nước vẫn chưa có những thay đổi tương xứng. Doanh nghiệp, hiệp hội cần việc gì phải chạy hết bộ này đến bộ khác tốn không biết bao nhiêu tiền của, công sức của cơ sở.

Số lượng hiệp hội ra đời ngày càng đông, hoạt động tăng lên, nhiều vấn đề mới phát sinh, cả doanh nghiệp và hiệp hội đều chưa có kinh nghiệm, nhiều vướng mắc không giải quyết được, lại không biết trông cậy vào đâu. Đó là tình trạng phổ biến. Hiện nay, Vụ Các tổ chức phi Chính phủ thuộc Bộ Nội vụ là cơ quan Nhà nước làm nhiệm vụ theo dõi, quản lý các hiệp hội, nhưng cũng chỉ là nghiên cứu, ban hành văn bản pháp quy là chính. Qua nghiên cứu chúng tôi nhận thấy, đưa các Hiệp hội ngành hàng về cho các Bộ chuyên ngành quản lý với tư cách là Bộ chủ quản là không hợp lý và không nên làm. Tuy nhiên, nếu giữ chức năng của Vụ Tổ chức phi Chính phủ thuộc Bộ Nội vụ trong khuôn khổ như hiện nay thì việc quản lý còn yếu ớt, lỏng lẻo. Cho nên cần thêm chức năng cho Vụ Các tổ chức phi Chính phủ để mở rộng việc quản lý các Hiệp hội ngành hàng, theo dõi, giám sát hoạt động các hiệp hội, tập hợp xử lý các ý kiến đề đạt, các vướng mắc cho các hiệp hội, thông qua Bộ trưởng Bộ Nội vụ chỉ đạo và hướng dẫn các Bộ, ngành, chính quyền các cấp, các cơ quan Nhà nước hỗ trợ và phối hợp hoạt động với các hiệp hội. Trong điều kiện hiện nay lập ra một cơ quan mới là không cần thiết, giao cho Bộ chủ quản cũng không nên, mà nên mở rộng chức năng cho bộ Nội vụ là hợp lý nhất. Bộ có thể phân cấp một số nhiệm vụ quản lý cho các cơ sở thuộc tỉnh và thành phố.

- Hỗ trợ kinh phí cho hoạt động hiệp hội ngành hàng:

Hiện nay đang tồn tại một thực tế, những Hiệp hội ngành hàng có Bộ chủ quản như Hiệp hội Da giấy, Hiệp hội Thủy sản và một số Hiệp hội ngành hàng khác nhờ sự giúp đỡ của Bộ chủ quản nên điều kiện hoạt động tương đối tốt, có cơ sở vật chất, nhà cửa, văn phòng tương đối đảm bảo, còn lại các Hiệp hội khác thì cơ sở vật chất còn đang là vấn đề nan giải. Nguồn tài chính thu chủ yếu là hội phí của các doanh nghiệp hội viên, nhưng trong thực tế hiện nay, các

doanh nghiệp cũng gặp rất nhiều khó khăn nên thậm chí có nhiều doanh nghiệp cũng không đóng hội phí vấn đề này có 2 lý do; một là, hội phí cao quá sức đóng góp của doanh nghiệp và hai là, sau khi vào Hiệp hội, doanh nghiệp thất vọng vì chưa tìm thấy lợi ích thiết thực mà mình mong muốn.

Nguồn thu từ dịch vụ thì hiệp hội chưa đủ điều kiện năng lực để triển khai hoạt động. Như vậy, trong giai đoạn đầu, đang trong quá trình xây dựng, hiệp hội rất cần sự hỗ trợ từ phía Chính phủ và các cơ quan Nhà nước, từ cơ sở vật chất đến tài chính. Sự hỗ trợ này giới hạn trong giai đoạn đầu, tạo điều kiện cơ bản cho hiệp hội triển khai hoạt động, hình thành bộ máy và nhân sự. Tránh khuynh hướng bao cấp hành chính, nhưng sự hỗ trợ trong thời kỳ trứng nước thì rất quan trọng. Dần dần chuyển từ hỗ trợ trực tiếp sang các hình thức hỗ trợ phù hợp theo cơ chế thị trường bằng cách thực hiện đơn đặt hàng, hợp đồng triển khai dự án, đề án, đề tài nghiên cứu.

Sự hỗ trợ của Nhà nước không phải là bao cấp và cũng không nên xem là một cử chỉ mang tính "từ thiện", mà xuất phát từ vai trò, chức năng của hiệp hội, Nhà nước coi hiệp hội là trợ thủ của mình, là tổ chức dân sự chung vai gánh vác nhiệm vụ quản lý kinh tế, quản lý ngành hàng. Theo tinh thần đó, điều 4 trong Nghị định 88/2003/NĐ-Chính phủ, đã quy định trách nhiệm của cơ quan Nhà nước đối với hội: "(1) Cơ quan Nhà nước, trong phạm vi chức năng, nhiệm vụ của mình có trách nhiệm tạo điều kiện thuận lợi để hội hoạt động theo điều lệ, có hiệu quả. (2) Hội được công nhận là tổ chức chính trị - xã hội nghề nghiệp, hội có hoạt động gắn với nhiệm vụ của Nhà nước được ngân sách Nhà nước hỗ trợ theo quy định của Thủ tướng Chính phủ". Theo quy định này các Hiệp hội ngành hàng "gắn với nhiệm vụ Nhà nước" để phát triển kinh tế trong xuất khẩu hàng hoá, xúc tiến thương mại... đều có thể được ngân sách Nhà nước hỗ trợ kinh phí. Đề nghị điều này được cụ thể hoá tạo điều kiện cho các hiệp hội phát triển.

Chúng ta đang trong quá trình chuyển từ nền kinh tế tập trung sang nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa và hội nhập quốc tế. Bên cạnh việc xây dựng thị trường các yếu tố sản xuất như thị trường vốn, thị trường lao động, thị trường bất động sản, thị trường khoa học công nghệ..., thì việc tạo lập quan hệ hợp tác chia sẻ giữa Chính chủ và doanh nghiệp là hết sức cần thiết. Kinh nghiệm từ các nước chịu tác động của cuộc khủng hoảng châu Á cho thấy để nhanh chóng vượt qua khủng hoảng, thì yếu tố tạo sự thống nhất cao trong xã hội, hạn chế sự phân ly, đối đầu trong dân chúng, huy động được sự đóng góp và đồng cảm cộng khổ của từng người dân với chính quyền để vượt qua khủng hoảng có ý nghĩa quan trọng không kém các biện pháp kinh tế vĩ mô. Chính một cơ chế hợp tác, sự đồng thuận của xã hội đối với những tình huống nhất định không chỉ làm giảm biên độ và cường độ tác động tiêu cực khi nền kinh tế rơi vào khủng hoảng mà còn là giải pháp thu hút các nguồn lực thoát khỏi khủng hoảng và phát triển.

IV. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ ĐỐI VỚI CHÍNH PHỦ VÀ CÁC BỘ, NGÀNH

1. Đối với Chính phủ

Trong khi chờ ban hành luật về các hội và hiệp hội cần tiếp tục cải thiện môi trường pháp lý cho hoạt động của Hiệp hội ngành hàng, nghị định 88 và thông tư 01 điều chỉnh chung cho các hội và hiệp hội. Đối với Hiệp hội ngành hàng, do có những đặc thù riêng nên cần có ít nhất một thông tư hướng dẫn chuyên biệt. Trong đó, cụ thể hoá mối quan hệ giữa các cơ quan chính phủ và Hiệp hội ngành hàng trong từng bước, từng khâu của quá trình ra các quyết định chính sách liên quan đến cộng đồng doanh nghiệp, bảo đảm mỗi Hiệp hội ngành hàng là người đại diện đủ thẩm quyền của các doanh nghiệp trong ngành.

Chính phủ xem xét và sớm uỷ thác những nhiệm vụ hoạt động hỗ trợ và phát triển các doanh nghiệp vừa và nhỏ cho các Hiệp hội ngành hàng kèm theo ngân sách để thực hiện coi đây là một loại dịch vụ công, không nên lập thêm ra các trung tâm "quốc doanh" để làm việc này, vừa chồng chéo, vừa ít hiệu quả.

Nhà nước cần phát huy hơn nữa vai trò "bà đỡ", hỗ trợ đối với các doanh nghiệp; mở rộng hơn khả năng để các Hiệp hội ngành hàng có thể tham gia vào các chương trình, dự án hỗ trợ doanh nghiệp của Chính phủ. Chuyển một số dịch vụ công từ cơ quan Nhà nước sang các Hiệp hội chuyên ngành đây cũng sẽ là điều kiện tốt để các Hiệp hội nâng cao vai trò, uy tín của mình.

Hỗ trợ cho các Hiệp hội tài chính phục vụ cho nhu cầu đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý và các chuyên viên trong Hiệp hội ngành hàng. Đào tạo ở đây không chỉ đào tạo trong nước mà Nhà nước có thể hỗ trợ cho các Hiệp hội ngành hàng kinh phí đào tạo và học tập kinh nghiệm các hiệp hội của nước ngoài, nhằm nâng cao trình độ cho đội ngũ cán bộ quản lý và các chuyên viên có trình độ đáp ứng được với yêu cầu của các doanh nghiệp và yêu cầu hội nhập kinh tế quốc tế.

Hình thành các chương trình trợ giúp nâng cao năng lực của các Hiệp hội ngành hàng đào tạo cán bộ lãnh đạo và quản lý, nâng cao năng lực cung cấp thông tin và tư vấn của hiệp hội hỗ trợ thiết lập mạng lưới quan hệ giữa các Hiệp hội ngành hàng của Việt Nam và các tổ chức tương tự ở nước ngoài.

Chính phủ cần tiến hành các hoạt động nâng cao hiểu biết và nhận thức cho cán bộ, cho các Bộ, ngành, chính quyền các cấp về vai trò, vị trí của các hiệp hội, các tổ chức dân sự trong nền kinh tế thị trường hiện đại, tạo sự chuyển biến thực sự trong quan hệ công tác, trong phối hợp hoạt động, phát huy sự đóng góp của hiệp hội vào sự nghiệp xây dựng và phát triển kinh tế.

2. Đối với các Bộ, Ngành

Trước hết, đối với Bộ nội vụ: Cơ quan cho phép thành lập, giải thể hội phải là cơ quan quản lý toàn diện nhất đối với các hoạt động của hội kể cả vấn đề tổ chức nhân sự, xử lý các mối quan hệ giữa hội với các cơ quan quản lý Nhà nước khác, xác định chức năng nhiệm vụ, quy mô, phạm vi hoạt động của từng loại hội để đề xuất cơ chế chính sách phù hợp. Tổ chức hội và con dấu của hội phải được các cơ quan quản lý thừa nhận là bằng chứng pháp lý để giải quyết những quyết định, kiến nghị liên quan đến hoạt động của hội. Cán bộ chuyên trách của hội, đặc biệt là cán bộ lãnh đạo hội phải được tạo điều kiện thuận lợi trong các hoạt động đối nội và đối ngoại, nhất là đối với các hội có hoạt động gắn với nhiệm vụ của Nhà nước.

Sớm hoàn chỉnh dự thảo Nghị định về tổ chức hoạt động của Hội, trong đó có các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng theo hướng: quy định rõ chức năng, nhiệm vụ của hiệp hội, mối quan hệ giữa hiệp hội với cơ quan nhà nước; hiệp hội hoạt động theo nguyên tắc tự trang trải kinh phí; Nghiên cứu trình Chính phủ phân công một cơ quan thống nhất làm đầu mối quản lý nhà nước về hội và hiệp hội.

Đối với Bộ quản lý ngành: Là cơ quan nắm rõ phạm vi, quy mô hoạt động và đóng góp của hiệp hội với sự phát triển của ngành, đánh giá chính xác các chứng trình hoạt động của hội gắn với nhiệm vụ của Nhà nước, cần có sự ủng hộ tích cực cả về tinh thần và vật chất, can thiệp với các cơ quan quản lý có thẩm quyền khác giải quyết nhanh các thủ tục để hiệp hội tham gia hoặc triển khai kịp thời các chương trình đối nội, đối ngoại đã đăng ký. Đối với các hiệp hội lớn, có nhiều chương trình gắn với nhiệm vụ của Nhà nước, bộ quản lý ngành cần hỗ trợ hoặc kiến nghị Nhà nước hỗ trợ ban đầu cho việc xây dựng cơ sở vật chất và phương tiện làm việc của hiệp hội, đặc biệt là trụ sở.

Bộ thương mại cần phối hợp với các Bộ, các địa phương, các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề, các doanh nghiệp, chủ động tổ chức xúc tiến thương mại trong nước và ngoài nước nhằm mở rộng thị trường xuất khẩu hàng hoá. Cải tiến công tác thông tin thị trường, dự báo tình hình để doanh nghiệp chủ động hơn trong sản xuất kinh doanh và xuất khẩu hàng hoá. Bộ Thương mại đã hợp tác chặt chẽ với Hiệp hội Dệt may trong nhiệm vụ quản lý việc phân bổ Cota dệt may, đã phối hợp chặt chẽ với Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản trong các vụ kiện chống bán phá giá cá da trơn và tôm của Hoa Kỳ. Tuy nhiên, xuất khẩu còn là nhiệm vụ nặng nề và lâu dài, nên cần tạo mối quan hệ tốt, các hình thức hợp tác chặt chẽ giữa Bộ Thương mại với các Hiệp hội ngành hàng trong quản lý hoạt động xuất khẩu của các doanh nghiệp Việt Nam, thông qua các chương trình xúc tiến xuất khẩu, nghiên cứu khảo sát thị trường nước ngoài, xây dựng thương hiệu và nâng cao sức cạnh tranh của hàng hoá Việt Nam, mở rộng quan hệ với các tổ chức quốc tế và các Hiệp hội ngành hàng các nước đối tác của Việt Nam, tham gia xử lý tranh chấp và kiện tụng trên thị trường các nước.

Tóm lại, nhiệm vụ tăng trưởng và phát triển xuất khẩu phải được phối hợp gánh vác giữa Bộ Thương mại, các Hiệp hội ngành hàng và các doanh nghiệp. Đó là mô hình hợp tác, cộng tác đáng mong mỏi trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa.

Đối với Bộ Lao động Thương binh và Xã hội, Bộ Y tế cần hướng dẫn và tạo điều kiện thuận lợi cho cán bộ nhân viên công tác chuyên trách tại hiệp hội được thực hiện nghĩa vụ bảo hiểm xã hội, bảo hiểm y tế và được hưởng quyền lợi như những công dân khác làm việc trong các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế.

Bộ tài chính: Hoạt động của các hiệp hội các tổ chức kinh tế liên quan rất nhiều đến công tác tài chính, nhiều chương trình sử dụng ngân sách Nhà nước theo quyết định của chính phủ, mặc dù có nhiều cố gắng và cải tiến, song việc giải ngân, thủ tục, quyết toán còn chậm, cần tạo điều kiện thuận lợi hơn nữa để các hiệp hội có thể triển khai các chương trình đúng tiến độ và đạt hiệu quả cao.

Bộ Ngoại giao, Bộ Công an cần tạo điều kiện thuận lợi để lãnh đạo các hội thực hiện nhiệm vụ đối ngoại của hội, phục vụ đường lối đối ngoại nói chung của Đảng và Nhà nước trong tiến trình hội nhập khu vực và quốc tế.

Bộ Nội vụ cần xin ý kiến các Ban của Đảng để xây dựng quy chế hoạt động của tổ chức Đảng trong hiệp hội, trước hết là tại Văn phòng hiệp hội để nâng cao tinh thần trách nhiệm của tổ chức hội và mỗi cá nhân, đặc biệt là mỗi đảng viên trong các hoạt động của hội.

Phòng thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Liên minh Các hợp tác xã Việt Nam phối hợp với các cơ quan của Chính phủ và các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng thực hiện công tác xúc tiến thương mại, đầu tư, thúc đẩy xây dựng quan hệ lao động hài hoà tại doanh nghiệp. Hợp tác với các hiệp hội doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng trong công tác đại diện, bảo vệ quyền lợi của doanh nghiệp và trợ giúp phát triển doanh nghiệp. Tập hợp ý kiến của các doanh nghiệp tham gia xây dựng pháp luật và các chính sách kinh tế - xã hội của Nhà nước.v.v.

Tóm lại, phát triển các Hiệp hội ngành hàng và xây dựng quan hệ hợp tác giữa các Hiệp hội ngành hàng với các tổ chức khác là một trong những giải pháp quan trọng nhằm góp phần hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường ở Việt Nam. Để phát triển các Hiệp hội ngành hàng cần phải xuất phát từ những vấn đề do thực tế đặt ra. Trên cơ sở đó tiến hành đồng thời hai nhóm giải pháp lớn nêu trên. Đây là những giải pháp mang tính chất chiến lược lâu dài, đòi hỏi phải có thời gian triển khai thực hiện nghiêm túc và khẩn trương, nhằm giải quyết yêu cầu bức xúc hiện nay và để tạo điều kiện về mặt thể chế cho nền kinh tế chúng ta phát triển một cách bền vững trong tương lai.

Việc thực hiện các giải pháp trên đây sẽ tạo ra sức mạnh tổng hợp nhằm nâng cao năng lực của Hiệp hội ngành hàng về mặt tài chính, về công tác tổ

chức lãnh đạo cũng như trong việc phát triển các doanh nghiệp hội viên. Trên cơ sở đó, các hiệp hội sẽ từng bước nâng cao hiệu quả hoạt động của mình, góp phần đắc lực vào việc nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành, doanh nghiệp cũng như của mỗi sản phẩm hàng hoá và dịch vụ và của cả nền kinh tế đáp ứng được mục tiêu chiến lược phát triển kinh tế mà Đảng ta đã chỉ ra trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

KẾT LUẬN

Xuất phát từ tìm hiểu khái niệm, vai trò, chức năng, nhiệm vụ của các hội và hiệp đề tài đã nghiên cứu phân tích những tính chất đặc trưng và tiếp cận đến khái niệm về Hiệp hội ngành hàng-đối tượng nghiên cứu của đề tài. Như vậy, về bản chất Hiệp hội ngành hàng là một trong những mô hình tổ chức biểu thị mối liên kết trong hoạt động kinh tế của một ngành hàng cụ thể. Hiệp hội ngành hàng mang đầy đủ các tính chất của tổ chức hiệp hội nói chung và hiệp hội kinh tế nói riêng.

Đề tài đã tiến hành nghiên cứu về vai trò, nội dung hoạt động của Hiệp hội ngành hàng nhằm thúc đẩy xuất khẩu trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Phân tích, đánh giá thực trạng về sự hình thành và phát triển của Hiệp hội ngành hàng ở nước ta trong thời gian qua; nhận định về xu hướng phát triển và những vấn đề đặt ra đối với Hiệp hội ngành hàng ở nước ta trong thời gian tới. Đồng thời, đề tài cũng đã tiến hành nghiên cứu thực trạng của sự hình thành và phát triển của một số Hiệp hội ngành hàng ở một số nước trong khu vực nhằm rút ra những bài học bổ ích cho Việt Nam và cho việc đề xuất các giải pháp, kiến nghị nhằm phát triển Hiệp hội ngành hàng ở Việt Nam trong giai đoạn tiếp theo.

Việt Nam chuyển từ nền kinh tế kế hoạch hoá tập trung sang kinh tế thị trường theo định hướng xã hội chủ nghĩa và đang trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Các hiệp hội đang trở thành một trong những bộ phận cấu thành của thể chế kinh tế thị trường gồm Nhà nước, doanh nghiệp và hiệp hội... Theo sự phát triển của nền kinh tế, các hiệp hội tại Việt Nam sẽ phát triển cả về số lượng, chất lượng và vai trò của hiệp hội sẽ ngày càng được nâng cao.

Do nền kinh tế phát triển, môi trường kinh doanh được cải thiện không ngừng, các nhà đầu tư yên tâm bỏ vốn vào đầu tư kinh doanh. Số lượng các doanh nghiệp đang ngày càng tăng lên một cách nhanh chóng, ngành nghề kinh doanh sẽ ngày càng một đa dạng hơn. Khi số lượng doanh nghiệp tăng lên, ngành nghề đa dạng và phong phú hơn thì bên cạnh các Hiệp hội lớn, quy mô bao trùm sẽ xuất hiện những hiệp hội chuyên ngành sâu với từng ngành hàng, mặt hàng.

Trong quá trình phát triển và hội nhập các doanh nghiệp Việt Nam (nhất là doanh nghiệp nhỏ và vừa) sẽ bị cạnh tranh mạnh. Trong khi đó năng lực cạnh tranh còn thấp thể hiện ở các hạn chế về tài chính, nhân lực, công nghệ, thông tin, kỹ năng quản lý ... và tất yếu là các doanh nghiệp này sẽ đoàn kết tập hợp lại theo các Hiệp hội ngành hàng. Trong môi trường đó, doanh nghiệp có điều kiện tiếp cận được thị trường rộng lớn hơn, được hưởng các dịch vụ tốt hơn, được bảo vệ và hỗ trợ phát triển tốt hơn, tránh lãng phí các nguồn lực.

Thời gian qua nhiều hiệp hội hoạt động chưa hiệu quả do mới thành lập, còn gặp khó khăn về kinh phí hoạt động, thiếu cán bộ chuyên nghiệp, thiếu kinh

nghiệm, thiếu các điều kiện về cơ sở vật chất kỹ thuật, về thông tin... Tuy nhiên do yêu cầu thực tế nhiều hiệp hội đã phải tích cực đổi mới hoạt động, gắn kết hơn với doanh nghiệp. Trong thời gian tới, các hiệp hội phải đứng trước một thách thức là nếu không thể hiện được vai trò đại diện sẽ bị mất uy tín và có khả năng các doanh nghiệp sẽ tìm kiếm những mối liên kết, hợp tác khác hiệu quả hơn.

Nhà nước đánh giá cao vai trò của các hiệp hội và hỗ trợ để các hiệp hội được thành lập và phát triển. Chính phủ đã ban hành nghị định về hiệp hội và đã ban hành một số chính sách nhằm tạo điều kiện cho các hiệp hội được thành lập và phát triển. Đây là điều kiện tiên quyết giúp cho các hiệp hội có được vị trí và vai trò trong nền kinh tế của nước ta.

Với thực tiễn hiện nay, có thể khẳng định xu hướng phát triển của các hiệp hội sẽ là điều tất yếu. Các hiệp hội sẽ phát triển cả về số lượng, chất lượng và ngày càng có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế-xã hội của đất nước.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Quyết định số 35/2002/QĐ-TTg ngày 12/03/2002 của Thủ tướng Chính phủ
2. Quyết định số 21/2003/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc ngân sách Nhà nước hỗ trợ cho các tổ chức chính trị-xã hội nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội-ngề nghiệp đối với những hoạt động gắn với nhiệm vụ của Nhà nước.
3. Quyết định số 908/TTg của Thủ tướng Chính phủ
4. Quyết định số 80/2002/TTg của Thủ tướng Chính phủ
5. Pháp lệnh của uỷ ban Thường vụ Quốc hội số 20/2004/PL-UBTVQH ngày 29 tháng 4 năm 2004
6. Chỉ thị của Thủ tướng số 08/2003/CT-TTg về nâng cao hiệu quả về sức cạnh tranh của doanh nghiệp
7. Thông tư số 123/2003/TT-BTC hướng dẫn việc hỗ trợ kinh phí từ ngân sách Nhà nước cho các tổ chức chính trị xã hội- nghề nghiệp, tổ chức xã hội, tổ chức xã hội-ngề nghiệp đối với những hoạt động gắn với nhiệm vụ của Nhà nước.
8. Dự thảo Chỉ thị của Thủ tướng Chính phủ ngày 24-25/3/2003
9. Thông tư số 01/2004/TT-BNV hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 88/2003/NĐ-CP ngày 30 tháng 7 năm 2003 của Chính phủ quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý Hội.
10. Quyết định số 110/2002/QĐ-TTg ngày 21/8/2002 của Thủ tướng Chính phủ về việc lập, sử dụng và quản lý Quỹ bảo hiểm XK ngành hàng.
11. Nghị định số 88 của Chính phủ
12. Quyết định của Bộ trưởng Bộ Nội vụ số 22/2004/QDD-BNV ngày 29/3/2004 về việc cho phép thành lập Hiệp hội chống hàng giả và bảo vệ thương hiệu Việt Nam.
13. Chỉ thị số 08/2003/CT-TTg ngày 04/4/2003 về nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của các doanh nghiệp
14. Thời báo kinh tế sài gòn 16/7/2004
15. Một số giải pháp nhằm nâng cao vai trò của Hiệp hội ngành hàng trong thúc đẩy hoạt động xuất khẩu cho các doanh nghiệp, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
16. Báo Nhân dân 13/02/2004
17. Giám bản tay Chính phủ vào hoạt động của các hiệp hội-VietNamNet

18. Phát triển hiệp hội doanh nghiệp ngành hàng: Góp phần nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp, Thời báo Tài chính 13/02/2004

19. Vai trò của các Hiệp hội đối với doanh nghiệp, Hội thảo Nâng cao vai trò của Hiệp hội ngành hàng-Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI), ngày 29/6/2004

20. Tiếng nói chung của các doanh nghiệp ngành thức ăn chăn nuôi - Cử nhân Kinh tế. Nguyễn Như So - Giám đốc công ty DABACO - Phó Chủ tịch Hiệp hội thức ăn chăn nuôi Việt Nam

21. Báo điện tử, thời báo kinh tế, 16/7/2004

22. Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam đổi mới hoạt động hỗ trợ phát triển doanh nghiệp, Vũ Tiến Lộc - Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

23. Tổng hợp báo cáo thực trạng hoạt động của các Hiệp hội, Bộ Nội vụ 2003 và các báo cáo tổng kết năm của của 30 hiệp hội trong nước.

24. Đổi mới, hỗ trợ doanh nghiệp của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

25. Tài liệu hội nghị “Đổi mới tổ chức và phương thức hoạt động của hiệp hội các tổ chức kinh tế trong thời kỳ đổi mới” của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam và Bộ Nội vụ

26. Phát triển các Hiệp hội doanh nghiệp, thực trạng và giải pháp, Hàn Mạnh Tiến, Viện Nghiên cứu và Đào tạo về quản lý

27. Các giải pháp hoàn chỉnh mô hình tổ chức và phương thức hoạt động của Hiệp hội, Lê Văn Đạo, Tổng Thư ký Hiệp hội Dệt may Việt Nam

28. Hiệp hội doanh nghiệp giúp các doanh nghiệp phát triển kinh doanh như thế nào, Nguyễn Thị Thanh Loan, Vụ Tổ chức phi chính phủ, Bộ Nội vụ

29. Các hiệp hội doanh nghiệp - thực trạng và giải pháp phát triển, Phòng thương mại và Công nghiệp Việt Nam

30. Thời báo Tài chính 16/7/2004

31. Hiệp hội Da giấy Trung Quốc

32. Hiệp hội Giấy dếp Đài Loan

33. Hiệp hội Cao su Đài Loan

34. Hiệp hội Cao su Thái Lan

35. Hiệp hội Đồ da Thái Lan

36. Hiệp hội Dệt quốc gia Trung Quốc (CNGA)