

Chuyển giao công nghệ ở cấp độ doanh nghiệp tại Việt Nam

TS NGUYỄN THỊ TUỆ ANH

Phó Viện trưởng Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương

Thành công của nỗ lực hay chính sách chuyển giao công nghệ (CGCN) cần phải đánh giá qua lợi ích thực tế về cải tiến công nghệ mà doanh nghiệp (DN) nhận được. Bởi lẽ, công nghệ là yếu tố làm tăng năng suất bền vững, giúp cho DN duy trì được năng lực cạnh tranh trong dài hạn. Bài viết đánh giá thực trạng CGCN ở cấp độ DN tại Việt Nam thông qua kết quả của Điều tra công nghệ được thực hiện liên tục trong 5 năm 2010-2014 do Tổng cục Thống kê tiến hành. Kết quả cuộc điều tra cho thấy, thực tế các kênh CGCN tại DN là khá đa dạng, tuy nhiên kết quả CGCN mà DN nhận được còn nhiều vấn đề đáng quan tâm.

Các kênh CGCN thực tế tại DN

Đối với các nước đang phát triển, CGCN được coi là một giải pháp quan trọng để DN có thể cải tiến công nghệ và tạo ra sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn, nhờ đó nâng cao năng lực cạnh tranh. Theo đó, CGCN có thể thu được dưới nhiều hình thức: thông qua chuyển giao kiến thức về quy trình sản xuất tốt hơn hay thông qua mua sắm máy móc, thiết bị tiên tiến hơn. Công nghệ có thể được chuyển giao qua nhiều kênh: trực tiếp qua mua máy móc, thiết bị để được chuyển giao quy trình sản xuất hay gián tiếp qua liên kết ngang, liên kết xuôi, liên kết ngược và qua lan tỏa kỹ năng nhờ di chuyển lao động giữa các DN. CGCN gián tiếp thường được kỳ vọng đến từ sự tương tác với các DN có vốn nước ngoài hay khách hàng quốc tế, qua đó khuyến khích CGCN tới các DN trong nước. CGCN gián tiếp còn được gọi là lan tỏa công nghệ.

Bảng 1: các kênh CGCN gián tiếp

Loại hình tương tác	Cơ chế tương tác
Liên kết xuôi	DN có trụ sở tại Việt Nam là khách hàng. Công nghệ được chuyển giao từ các nhà cung cấp trong và ngoài nước.
Liên kết ngược	DN có trụ sở tại Việt Nam là nhà cung cấp. Công nghệ được chuyển giao từ các khách hàng.
Liên kết ngang	DN có trụ sở tại Việt Nam là đối thủ cạnh tranh. Công nghệ được chuyển giao từ DN nước ngoài hoặc đối thủ cạnh tranh trong nước tới DN tại Việt Nam.



Hội thảo công bố Báo cáo "Năng lực cạnh tranh và công nghệ ở cấp độ DN tại Việt Nam: kết quả điều tra từ các năm 2010-2014"

CGCN thông qua liên kết xuôi thường đến từ sự tương tác giữa DN ở trong nước với các nhà cung cấp đầu vào, hàng hóa trung gian nước ngoài. Bằng việc mua đầu vào từ DN nước ngoài có trình độ công nghệ cao hơn và kèm theo dịch vụ hoặc các hình thức hỗ trợ khác, các DN trong nước sẽ được chuyển giao kiến thức, quy trình và công nghệ.

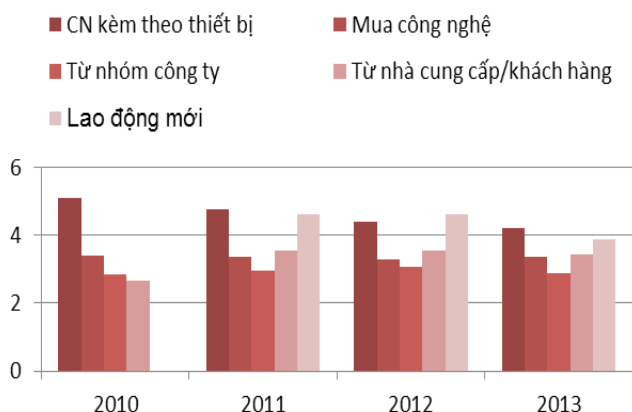
CGCN thông qua liên kết ngược luôn được các nước đang phát triển rất quan tâm và là một mục tiêu quan trọng của chính sách thu hút vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài mà Việt Nam không phải là ngoại lệ. Qua liên kết ngược, DN trong nước kỳ vọng sẽ được chuyển giao kiến thức, quy trình và công nghệ mới để nâng cao tiêu chuẩn chất lượng đầu vào, hàng hóa trung gian cung cấp cho khách hàng.

CGCN theo liên kết ngang về bản chất là sự học

hỏi kiến thức, quy trình, công nghệ từ đối thủ cạnh tranh đến từ trong và ngoài nước, phần lớn đối với DN trong nước cùng ngành. Trước áp lực cạnh tranh, các DN trong nước phải cải tiến công nghệ qua học hỏi từ đối thủ và đổi mới công nghệ.

Để đánh giá các kênh CGCN của DN, cuộc điều tra công nghệ đã đưa ra câu hỏi về tính phổ biến và tầm quan trọng của 5 kênh CGCN khác nhau ở Việt Nam, được đánh giá theo thang 10 điểm.

Hình 1 cho thấy, DN nhận CGCN thông qua cả kênh trực tiếp và lan tỏa công nghệ nhờ liên kết ngang và liên kết dọc để cải thiện năng suất. Tuy nhiên, điểm lưu ý là các nguồn CGCN thay đổi không đáng kể về tương đối từ năm 2010-2013. Hai hình thức chủ yếu là công nghệ kèm mua thiết bị và thông qua kỹ năng, kinh nghiệm được chuyển giao nhờ tuyển dụng lao động kỹ thuật, quản lý đã tích lũy được kỹ năng, kiến thức trong quá trình làm việc cho các DN khác, nhất là DN có vốn đầu tư nước ngoài. Ban đầu, kênh CGCN qua lao động đóng vai trò lớn nhất, nhưng đã giảm xuống, đứng sau hình thức công nghệ kèm thiết bị. Chuyển giao từ khách hàng hoặc nhà cung ứng gần như không thay đổi theo các năm, chứng tỏ mức độ tương tác giữa các DN yếu và hệ quả là không thu được tác động lan tỏa công nghệ, nhất là từ DN có vốn đầu tư nước ngoài như mong đợi.



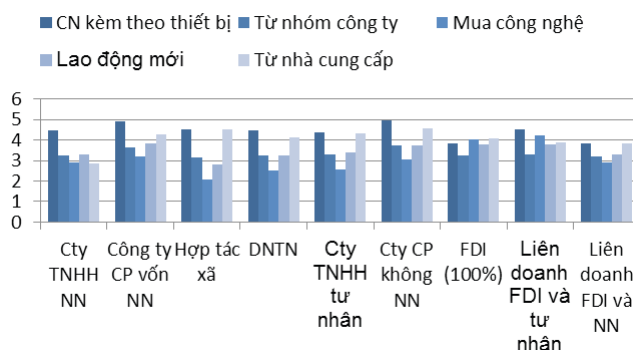
Hình 1: đánh giá kênh CGCN theo năm

Nguồn: kết quả điều tra công nghệ 2009-2013 (Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Tổng cục Thống kê, Đại học Copenhagen, 2010-2014). Lưu ý: các câu hỏi về CGCN

nhờ lao động mới/di chuyển lao động được bổ sung từ năm 2011, nên dữ liệu không có cho năm 2009. Điểm trong hình là tỷ lệ trả lời tính trung bình cho 5 kênh CGCN. CGCN từ nhóm DN có nghĩa là công nghệ bắt nguồn từ một DN và lan tỏa sang các DN trong nhóm

Tầm quan trọng của mỗi kênh CGCN cũng khác nhau theo quy mô DN. Đối với các DN nhỏ và siêu nhỏ, CGCN chủ yếu đến từ mua thiết bị kèm theo công nghệ và lan tỏa công nghệ từ một DN trong nhóm, các kênh khác không có ảnh hưởng nhiều. Đối với các DN quy mô vừa và lớn, rõ nhất là DN lớn, kênh CGCN đa dạng hơn. Các DN này không chỉ có được công nghệ nhờ mua thiết bị, mua công nghệ và nhờ lao động có kỹ năng di chuyển đến, mà còn có khả năng thu được công nghệ từ các nhà cung cấp và khách hàng.

Nếu xem xét hình thức pháp lý, các DN cổ phần dẫn đầu về CGCN kèm thiết bị. Những DN này cùng với hợp tác xã, các DN tư nhân và DN 100% vốn nước ngoài có xu hướng CGCN nguồn từ các nhà cung cấp ở một mức độ lớn hơn so với các loại hình DN khác. Các liên doanh giữa nhà đầu tư nước ngoài và nhà nước chủ yếu dựa vào mua công nghệ hơn các loại hình DN khác (hình 2).



Hình 2: đánh giá kênh CGCN theo hình thức pháp lý

Nguồn: kết quả điều tra công nghệ 2009-2013 (Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Tổng cục Thống kê, Đại học Copenhagen, 2010-2014). Ghi chú: hình dựa trên dữ liệu bảng chưa cân đối.

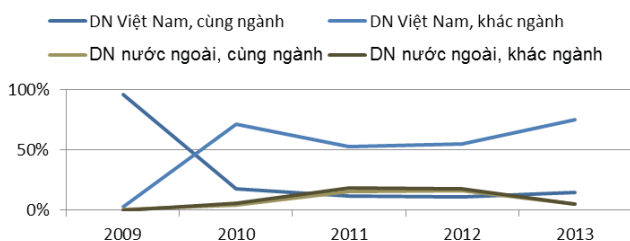
Mối quan hệ này cũng giữ nguyên cho bảng cân đối

Lan tỏa công nghệ theo chiều ngang

Sự hiện diện của các DN nước ngoài có thể tạo tác động lan tỏa công nghệ sang khu vực DN trong nước hoạt động trong cùng lĩnh vực, thường thông qua 3 kênh: hiệu ứng cạnh tranh, hiệu ứng mô phỏng (bắt chước) và hiệu ứng lao động. Hiệu ứng cạnh tranh đến từ áp lực cạnh tranh của các DN có vốn nước ngoài, buộc DN trong nước phải sử dụng đầu vào hiệu quả hơn, dẫn đến tăng năng suất. Hiệu ứng mô phỏng xuất hiện khi DN nước ngoài đưa vào công nghệ tiên tiến hơn và được các DN trong nước bắt chước hay ứng dụng. Cuối cùng, hiệu ứng lao động phát sinh từ sự tương tác giữa các

DN nước ngoài với lực lượng lao động trong nước thông qua đào tạo và chia sẻ kinh nghiệm về công nghệ hiện đại sau này có thể chuyển giao cho các DN trong nước. Tuy nhiên, nhiều nghiên cứu cho rằng, tác động lan tỏa theo chiều ngang còn hạn chế (Newman và cộng sự, 2015). Điều này một phần là do cạnh tranh trực tiếp giữa DN nước ngoài với DN trong nước, tạo lực cản đối với lợi thế công nghệ của đối thủ cạnh tranh trong nước.

Kết quả điều tra khoảng 7.700 DN cho thấy, hơn 80% CGCN đã diễn ra giữa các DN trong nước từ 2009-2013, tuy nhiên phần lớn đến từ các DN trong nước khác ngành (hình 3). Các DN nước ngoài cùng và khác lĩnh vực chiếm dưới 20% CGCN cho các DN trong nước trong cùng kỳ quan sát. Xu hướng CGCN không ổn định: năm 2009 chỉ có 1% công nghệ chuyển giao từ các DN nước ngoài, thì tỷ lệ này là 35% trong năm 2011-2012, nhưng sau đó giảm, còn 10% trong năm 2013. Xu hướng này có thể do bản chất cạnh tranh giữa DN trong và ngoài nước, dẫn đến hiện tượng lẫn át các DN trong nước. Đáng lo ngại là chiến lược của DN trong nước thường dựa trên việc sao chép và thích ứng kinh nghiệm của các DN đầu tư nước ngoài, trong khi DN nước ngoài lại không dễ dàng tiết lộ các bí quyết công nghệ. Điều đó có nghĩa chính sách ưu đãi đầu tư (chủ yếu là giảm thuế) nhằm thu được tác động lan tỏa công nghệ của khu vực DN có vốn nước ngoài ít phát huy tác dụng trong suốt thời gian qua.



Hình 3: nguồn cung cấp công nghệ chính
 Nguồn: kết quả điều tra công nghệ 2009-2013 (Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Tổng cục Thống kê, Đại học Copenhagen, 2010-2014)

Nếu coi sự chuyển giao kiến thức, kỹ năng thông qua người lao động là một kênh CGCN mới thì kết quả điều tra cũng không khác biệt so với kênh cạnh tranh. Tức là, lan tỏa công nghệ không phải đến từ nguồn lao động nước ngoài, mà là từ các DN trong nước. Trong số các DN cho rằng kỹ năng và kinh nghiệm của nhân viên mới tuyển dụng là một nguồn quan trọng của CGCN, có tới 84% trong số mới đến

là công dân Việt Nam, 15,5% là người nước ngoài làm việc tại Việt Nam và 0,5% còn lại là người hồi hương, trong tổng số quan sát giai đoạn 2009-2013.

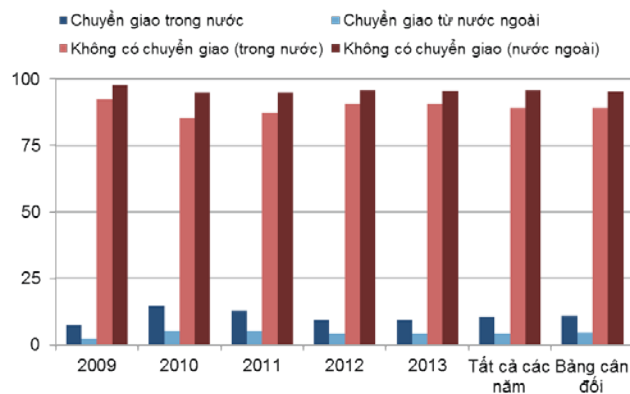
Lan tỏa công nghệ nhờ liên kết ngược: CGCN từ khách hàng

DN có thể nhận tác động lan tỏa công nghệ thông qua liên kết ngược, tức là tác động lan tỏa thu được từ nhà cung cấp đầu vào trung gian cho DN qua mối quan hệ với khách hàng. Nếu có được hợp đồng cung cấp đầu vào cho DN có vốn nước ngoài hoạt động tại Việt Nam (thị trường nội địa) hay trên thế giới (thị trường thế giới qua xuất khẩu), các nhà cung cấp trong nước sẽ được hưởng lợi từ việc chuyển giao kiến thức hoặc cải tiến công nghệ từ chính các DN đặt hàng đó. Thông thường, các DN nước ngoài sẽ yêu cầu DN trong nước cung cấp sản phẩm với chất lượng, tiêu chuẩn cao hơn, qua đó tạo động lực hoặc buộc DN cung ứng phải cải tiến quy trình công nghệ để đáp ứng yêu cầu của khách hàng. Tác động lan tỏa từ liên kết ngược cũng có thể đến nhờ lợi ích kinh tế theo quy mô tăng dần, tức là khi quy mô sản xuất của DN nước ngoài tăng lên sẽ kéo theo tăng nhu cầu đầu vào trung gian. Lúc đó không phải một DN, mà nhiều DN trong nước sẽ có thể tham gia chuỗi giá trị của DN nước ngoài, qua đó thúc đẩy cạnh tranh trong một thị trường sản phẩm cụ thể.

Theo kết quả điều tra mẫu khoảng 7.700 DN, có tới trên 80% DN sản xuất sản phẩm cuối cùng, trong số đó gần 20% sản xuất đồng thời cả sản phẩm trung gian và sản phẩm cuối cùng và 18% số DN trong mẫu chỉ sản xuất sản phẩm trung gian. Đó chính là các DN có khả năng thu được lan tỏa công nghệ từ liên kết ngược với DN có vốn nước ngoài. Con số này cho thấy, DN sản xuất sản phẩm trung gian vừa ít, lại không thay đổi theo thời gian, chứng tỏ công nghiệp hỗ trợ, sản xuất đầu vào trung gian vẫn kém phát triển và ít cải thiện trong vòng 5 năm (2009-2013).

Theo hình 4, DN báo cáo nhận được CGCN từ khách hàng rất thấp và không có xu hướng tăng ổn định từ năm 2009 đến 2013. Trong số nhận được CGCN, thì chủ yếu đến từ DN trong nước (chiếm 11% trong tổng số DN trả lời). Chỉ có 4,5% nhận được lợi ích công nghệ qua liên kết ngược với DN nước ngoài tại Việt Nam hoặc ở nước ngoài (qua xuất khẩu), số này chủ yếu là các DN quy mô lớn và một số DN quy mô vừa. Kết quả này chứng tỏ CGCN từ khách hàng lại chủ yếu thông qua quan hệ

kinh doanh với các DN trong nước hơn là với các DN nước ngoài hoạt động ở Việt Nam hay ở nước ngoài.



Hình 4: CGCN từ khách hàng

Các DN nhận được lan tỏa công nghệ cho rằng, CGCN được quy định trong hợp đồng kinh doanh. Thông thường, các hợp đồng dài hạn thể hiện sự tín nhiệm và tin cậy của khách hàng đối với chất lượng sản phẩm do DN cung ứng cung cấp. Do đó, thời hạn hợp đồng được coi là biến số đại diện cho chất lượng hàng hóa và quy trình sản xuất tốt hơn. Xét theo khía cạnh này thì thời hạn hợp đồng càng dài sẽ hứa hẹn càng thu được nhiều lợi ích về CGCN từ khách hàng hơn cho DN cung cấp sản phẩm trung gian và ngược lại. Nó được áp dụng cho cả khách hàng trong nước và khách hàng nước ngoài. Tuy nhiên, theo kết quả điều tra, khoảng 72% DN nhận được CGCN từ khách hàng trong nước, 76% nhận CGCN từ các khách hàng nước ngoài được quy định trong hợp đồng và ở cả hai trường hợp, thời hạn hợp đồng đều ngắn, chỉ dưới 1 năm. Điều này phản ánh các DN thu được lợi ích CGCN từ liên kết ngược ở mức rất khiêm tốn.

Kết quả điều tra cho thấy, các DN vừa và lớn, nhất là quy mô lớn có nhiều khả năng nhận được CGCN từ khách hàng hơn DN nhỏ đến vừa. Đây là vấn đề lớn đặt ra cho xây dựng chính sách CGCN bởi phần lớn DN trong nước có quy mô nhỏ và vừa.

Theo hình thức pháp lý, các DN nhận được lan tỏa nhiều nhất cả từ trong và ngoài nước là các DN nhà nước, các DN cổ phần, DN trách nhiệm hữu hạn và liên doanh có hoặc không có sự tham gia của Nhà nước. Trong khi đó, DN nước ngoài được hưởng lợi nhiều nhất từ khách hàng nước ngoài. Trái lại, DN tư nhân ít thu được lợi ích nhất của việc CGCN từ khách hàng ở trong hay ngoài nước, phần lớn là DN quy mô siêu nhỏ, nhỏ và vừa.

Lan tỏa công nghệ nhờ liên kết xuôi: CGCN từ nhà cung cấp

Liên kết xuôi là sự CGCN giữa DN nước ngoài cung cấp đầu vào trung gian đang hoạt động ở Việt Nam và ở nước ngoài (qua nhập khẩu) cho DN trong nước sản xuất sản phẩm cuối cùng hay ngành hạ nguồn. Thông qua liên kết xuôi, các tiêu chuẩn cao hơn sẽ được DN nước ngoài chuyển giao cho DN trong nước, nhờ đó giúp cải thiện hiệu quả và năng suất của các DN trong nước.

Dữ liệu của cuộc điều tra công nghệ 2009-2013 cho thấy, 70% DN trong nước tìm nguồn đầu vào cung ứng ngay tại thị trường Việt Nam, chỉ có 5% DN nhập khẩu hoàn toàn nguyên liệu đầu vào, số còn lại tìm nguồn cung ứng đầu vào từ cả thị trường trong nước và nước ngoài. Kết quả điều tra cho thấy, 60% DN trong nước mua nguyên liệu thô chính là từ địa phương nơi DN sản xuất, 44% DN tìm nguồn cung ứng từ các tỉnh lân cận, 22% DN báo cáo tìm nguồn cung ứng từ các tỉnh khác và 20% DN báo cáo nhập khẩu nguyên liệu thô. Điều này chỉ ra rằng, liên kết xuôi cũng chủ yếu đến từ các DN trong nước hoặc các DN nước ngoài đặt tại Việt Nam. Các DN hạ nguồn của Việt Nam ít tìm nguồn cung ứng đầu vào thông qua liên hệ trực tiếp với các nhà cung cấp nước ngoài có trụ sở ở nước ngoài.

Quy mô DN có ảnh hưởng đến khả năng CGCN qua liên kết xuôi, theo đó các DN lớn có nhiều cơ hội nhận CGCN từ tất cả các loại hình nhà cung cấp và tỷ trọng bình quân đầu vào được mua không cùng một tỉnh có xu hướng tăng theo quy mô của DN. Trong khi các DN quy mô lớn nhập khẩu 68% nguyên liệu đầu vào, các DN siêu nhỏ và nhỏ nhập khẩu tương ứng là 6% và 14%. Các DN lớn không ưu tiên nguồn cung ứng đầu vào duy nhất nào mà họ kết hợp giữa đầu vào trong nước và nhập khẩu, trong khi các DN nhỏ đều thể hiện sự phụ thuộc rõ ràng vào đầu vào địa phương.

Xét về thị trường cung ứng đầu vào cho DN trong nước, Trung Quốc vẫn là nước cung cấp đầu vào quan trọng nhất (cho 25% DN trong mẫu điều tra). Kết quả này không ngạc nhiên bởi Trung Quốc nổi tiếng là quốc gia cung cấp nguyên liệu đầu vào với giá cả phải chăng. Một số DN cũng nhập khẩu đầu vào từ các quốc gia có chi phí cao như Nhật Bản, Hàn Quốc và Mỹ. Điều này cho thấy, một số DN trong nước nhập khẩu đầu vào giá trị cao để sản xuất ra sản phẩm đầu ra chất lượng cao, qua đó cũng nhận được CGCN từ nhà cung cấp và làm tăng giá trị sản phẩm. Xét đặc điểm của các DN nhập khẩu, các DN siêu nhỏ và nhỏ ít có cơ hội nhập khẩu đầu vào hơn so với số còn lại và DN có vốn

nước ngoài có nhiều cơ hội nhập khẩu hơn so với DN trong nước. Điều đó có nghĩa là DN trong nước hưởng lợi từ các liên kết xuôi ít hơn so với các DN nước ngoài.

Cũng giống như trong trường hợp của liên kết ngược, thời hạn hợp đồng được sử dụng để đo lường tác động CGCN qua liên kết xuôi. Một mối quan hệ bền chặt với một hợp đồng dài hạn được trông đợi sẽ mang lại nhiều lợi ích chung cho các bên tham gia hợp đồng, chẳng hạn như sự lan tỏa nằm ngoài dự tính hoặc các thỏa thuận chung thông qua thương lượng với các nhà cung cấp có thể mang lại sự lan tỏa có chủ đích được quy định chính thức trong hợp đồng. Tuy vậy, thời hạn hợp đồng trung bình trong mẫu các DN ký kết cũng chỉ khoảng 7 tháng đối với các hợp đồng trong nước và 6 tháng đối với các hợp đồng với các nhà cung cấp nước ngoài, điều này làm giảm cơ hội CGCN từ khách hàng và các đối tác thương mại.

Một số nhận xét và hàm ý chính sách

Kết quả của cuộc điều tra công nghệ 2009-2013 cung cấp một cách bao quát các kênh CGCN ở cấp độ DN tại Việt Nam. Qua thực tế 5 năm có thể rút ra một số nhận xét sau đây:

Một là, DN đã nhận được CGCN qua nhiều kênh khác nhau, nhưng chủ yếu vẫn qua con đường trực tiếp (thông qua mua thiết bị, máy móc), trong khi CGCN gián tiếp qua cạnh tranh (liên kết ngang), từ khách hàng (liên kết ngược), từ nhà cung cấp (liên kết xuôi) và chuyển giao kỹ năng còn ít, lại diễn ra chủ yếu giữa các DN trong nước.

Hai là, CGCN từ DN có vốn nước ngoài được coi là một nguồn cung ứng các giải pháp công nghệ tiên tiến hơn cho DN trong nước. Tuy nhiên, kênh chuyển giao này chưa thu được nhiều kết quả như mong đợi và xu hướng này ít cải thiện theo các năm. Một nguyên nhân rút ra từ cuộc điều tra là sự tương tác giữa DN trong nước với DN nước ngoài tại Việt Nam và ở nước ngoài còn rất hạn chế.

Ba là, khả năng nhận được lan tỏa công nghệ tích cực từ khách hàng và nhà cung cấp tỷ lệ thuận với quy mô của DN. Theo đó, các DN quy mô nhỏ đến vừa thường bất lợi hơn so với DN quy mô lớn, khó tiếp cận được khách hàng và nhà cung ứng nước ngoài, nên cơ hội để tiếp thu công nghệ qua liên kết DN bị hạn chế. Đây là một vấn đề đáng chú ý đối với Việt Nam bởi trên 80% DN Việt Nam có quy mô vừa và nhỏ, chưa đủ năng lực để tham gia vào chuỗi giá trị của các DN lớn.

Bốn là, phần lớn CGCN được thỏa thuận trong hợp đồng kinh doanh và lan tỏa công nghệ tỷ lệ thuận với thời hạn của hợp đồng. Vì vậy, thực tế các hợp đồng cung ứng sản phẩm chỉ ký được trong thời hạn dưới 1 năm cũng là một rào cản đối với CGCN của DN, đặc biệt đối với DN nhỏ và vừa. Việc không ký được hợp đồng có thời hạn dài chứng tỏ mối quan hệ kinh doanh chưa vững chắc, một lý do có thể do chất lượng hàng hóa chưa thực sự đáp ứng yêu cầu của khách hàng hoặc/và DN không có năng lực sản xuất đa dạng hóa sản phẩm.

Nhìn chung, tỷ lệ DN trong nước liên kết xuôi và ngược với DN nước ngoài còn thấp trong khoảng thời gian 5 năm quan sát đồng nghĩa với việc DN đã bỏ lỡ cơ hội cải tiến năng suất nhờ lan tỏa công nghệ. Tuy nhiên, liên kết với DN nước ngoài không phải lúc nào cũng giúp DN trong nước cải thiện năng suất nếu như sự liên kết đó không gắn liền với cải tiến quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng sản phẩm và đổi mới công nghệ.

Từ các nhận xét trên đây hàm ý rằng, cần có sự đồng bộ hơn giữa chính sách CGCN và chính sách đầu tư nước ngoài. Trọng tâm của các chính sách này là cần tạo môi trường thuận lợi và hệ thống động lực để khuyến khích sự tương tác giữa DN trong nước với DN nước ngoài. Một hàm ý chính sách tiếp theo là cần đẩy mạnh ưu tiên thu hút đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực thượng nguồn và sản xuất sản phẩm trung gian để cung cấp đầu vào cho các DN hạ nguồn của Việt Nam. Cuối cùng, nhưng quan trọng nhất đó là hỗ trợ DN trong nước từng bước cải tiến công nghệ, nâng cao trình độ lao động để tăng cơ hội liên kết với DN nước ngoài. Việc DN quy mô nhỏ đến vừa bất lợi trong nhận được CGCN cũng đặt ra vấn đề cần xem xét lại mục tiêu của chính sách phát triển DN vừa và nhỏ. Bên cạnh chính sách chung, có thể trong một vài ngành chiến lược quan trọng, cần tạo điều kiện, khuyến khích phát triển các DN có quy mô vừa đến lớn, đủ năng lực để hấp thu công nghệ tiên tiến và sẵn sàng liên kết với DN nước ngoài.

Tài liệu tham khảo

1. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Tổng cục Thống kê và Đại học Copenhagen: Báo cáo Năng lực cạnh tranh và công nghệ ở cấp độ DN tại Việt Nam: kết quả điều tra các năm 2011, 2012, 2013 và 2014. Nhà xuất bản Tài chính. Hà Nội.
2. Viện Nghiên cứu quản lý kinh tế Trung ương, Tổng cục Thống kê và Đại học Copenhagen: Công nghệ và năng lực cạnh tranh ở cấp độ DN tại Việt Nam: Bằng chứng từ các cuộc điều tra DN từ năm 2010-2014. Nhà xuất bản Tài chính. Hà Nội.