

# PHÂN TÍCH THỊ TRƯỜNG CỦA DOANH NGHIỆP NHỎ VÀ VỪA TỈNH ĐỒNG THÁP

Vũ Trọng Nghĩa\*, Lê Văn Tuấn\*\*, Nguyễn Bá Tường\*\*\*

Ngày nhận: 01/7/2015

Ngày nhận bản sửa: 18/7/2015

Ngày duyệt đăng: 25/7/2015

## Tóm tắt:

*Trong những năm qua, mặc dù số lượng không nhiều, nhưng các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp đã góp phần quan trọng vào việc thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của Tỉnh. Tuy nhiên, thị trường kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa vẫn còn bộc lộ nhiều hạn chế đáng chú ý. Trong khuôn khổ bài viết này, thông qua việc phân tích thực trạng thị trường của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp, nhóm tác giả đưa ra một số giải pháp nhằm giúp tăng cường phát triển thị trường của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp trong thời gian tới.*

**Từ khóa:** Thị trường, thị trường kinh doanh, Doanh nghiệp nhỏ và vừa

## Market analysis of small and medium-sized enterprises in Dong Thap Province

### Abstract

*In recent years, despite being low in quantity, small and medium-sized enterprises (SMEs) in Dong Thap province have significantly contributed to the development of the economy and society of the province. However, the business market of SMEs still reveals many limitations. Through the analysis of the SME market situation in Dong Thap province, the authors offer a number of solutions to help promote development of the SME market in Dong Thap Province in the coming time.*

*Keyword: market, business market, Small-medium sized enterprises*

## 1. Giới thiệu

Doanh nghiệp nhỏ và vừa là một loại hình doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường. Đây là một loại hình doanh nghiệp có quy mô nhỏ bé về vốn, lao động và doanh thu. Trong những năm vừa qua, các doanh nghiệp nhỏ và vừa của tỉnh Đồng Tháp về cơ bản đã phát triển về quy mô, số lượng và có sự biến đổi tiến bộ về chất. Các doanh nghiệp này giữ vai trò quan trọng trong nền kinh tế của tỉnh thông qua việc đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế (đóng góp tăng trưởng GDP nội tỉnh) của tỉnh mà còn tạo ra sự ổn định về mặt xã hội thông qua việc tạo việc làm cho lao động (đã thu hút hàng vạn lao động, giải quyết việc làm mới, góp phần ổn định trị an xã hội, cải thiện và đa dạng hóa các nguồn thu nhập cho dân cư) trong tỉnh, giảm khoảng cách giàu

nghèo và tệ nạn xã hội. Tuy vậy, trong quá trình đất nước hội nhập ngày càng sâu nền kinh tế thế giới, việc bộc lộ nhiều hạn chế cần chú ý trong thời gian qua về trình độ năng lực quản lý kém, nguồn vốn đầu tư còn thiếu chưa đáp ứng đủ nhu cầu phát triển, khả năng nắm bắt thông tin về thị trường sản xuất kinh doanh còn kém,...

Thực hiện quyết định của Thủ tướng Chính phủ (2012), Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Tháp đề ra kế hoạch phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2011-2015 với mục tiêu xây dựng môi trường đầu tư thân thiện; hỗ trợ và tạo mọi điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển cả về số lượng và chất lượng (Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Tháp, 2013). Để có thể phát huy vai trò của doanh nghiệp vào phát triển kinh tế của địa phương, cũng như tận dụng lợi

thể về những chính sách hỗ trợ của chính quyền địa phương và khắc phục những hạn chế còn yếu kém, các doanh nghiệp cần phải nghiên cứu thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp.

Bài viết này tập trung phân tích, đánh giá thực trạng thị trường của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp. Trên cơ sở đó, đề xuất những giải pháp nhằm giúp tăng cường phát triển thị trường của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp trong thời gian tới.

Trong quá trình nghiên cứu, để đạt được mục đích nghiên cứu nêu trên thì bài viết chủ yếu sử dụng các phương pháp nghiên cứu như:

*Phương pháp nghiên cứu lý thuyết và tổng kết thực tiễn:* bài viết nghiên cứu các lý thuyết liên quan đến đối tượng nghiên cứu để làm cơ sở lý luận kết hợp quan sát và tổng kết các lý thuyết liên quan đối tượng nghiên cứu từ thực tế.

*Phương pháp thống kê:* phương pháp này được sử dụng trong việc thu thập, xử lý, phân tích các số liệu thống kê dựa trên các mối tương quan thống kê như số bình quân, số tương đối, số tuyệt đối,... để xem xét các mối quan hệ giữa các mặt, các yếu tố, các mối quan hệ tác động có liên quan trực tiếp và gián tiếp đến đối tượng nghiên cứu. Nguồn số liệu thống kê được thu thập chủ yếu từ các cơ quan quản lý các cấp của Tỉnh như: Ủy ban nhân dân Tỉnh, Cục Thống kê,...

*Phương pháp phân tích tổng hợp và tư duy logic:* từ những số liệu và tài liệu đã được xử lý, sử dụng phương pháp này để phân tích, tổng hợp các kết quả phân tích, lập luận phân tích các mối quan hệ các

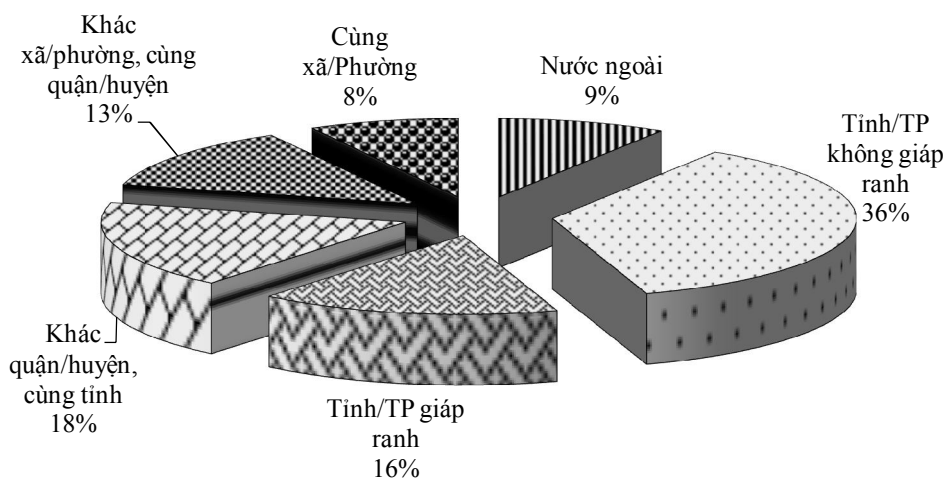
nhân tố, xu hướng phát triển của đối tượng nghiên cứu trong tương lai, từ đó đề xuất những giải pháp thích hợp và có hiệu quả.

## 2. Thị trường hoạt động của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp

Đồng Tháp là một tỉnh nghèo của vùng Đồng bằng sông Cửu Long, để có thể thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội theo sự chỉ đạo chung cả nước. Tỉnh cần đẩy nhanh tốc độ phát triển kinh tế hơn nữa, đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế, ưu tiên tập trung đầu tư cho sản xuất các mặt hàng có thế mạnh, có khả năng cạnh tranh, lấy thị trường làm định hướng. Mặt khác, tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, khuyến khích đầu tư, hạch toán chặt chẽ giữa sản xuất và kinh doanh trên thị trường trong và ngoài nước (Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Tháp, 2011).

Hình 1 cho thấy cơ cấu bán hàng của sản phẩm quan trọng nhất của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp là các tỉnh thành ở Việt Nam. Phần lớn các doanh nghiệp đều chú trọng thị trường nội địa là chính. Đặc biệt là những năm gần đây do ảnh hưởng không thuận lợi của khủng hoảng tài chính thế giới nên nhiều doanh nghiệp phát triển theo hướng khai thác, phục vụ thị trường nội địa. Thị trường trong nước tương đối ổn định nên giúp các doanh nghiệp hoạt động kinh doanh thuận lợi và hiệu quả hơn. Bên cạnh đó, về thị trường nước ngoài rất khó tính, tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm rất ngặt nghèo cũng như các hàng rào thuế quan và phi thuế quan,... đòi hỏi doanh nghiệp phải có ưu thế về các nguồn lực nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh như vốn, chất

**Hình 1: Thị trường của doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp năm 2014**



Nguồn: Tổng hợp số liệu của Cục Thống kê tỉnh Đồng Tháp

lượng lao động, năng lực quản lý, khả năng xúc tiến và mở rộng thị trường,...

Sản phẩm chủ lực của tỉnh chủ yếu là nông sản (lúa, cá, cây ăn trái) nên thị trường tiêu thụ sản phẩm hàng hóa chủ lực nói riêng, các loại hàng hóa khác nói chung của tỉnh trong thời gian qua, chưa có sự điều tra khảo sát cũng như đánh giá mang tính chất hệ thống và toàn diện. Nếu căn cứ vào trình độ sản xuất và nhu cầu chế biến, tiêu dùng của dân cư thì hàng hóa được tiêu thụ một phần tại các tỉnh thuộc Đồng bằng sông Cửu Long, một phần tiêu thụ tại các tỉnh phía Bắc và phần còn lại tiêu thụ tại Thành phố Hồ Chí Minh là chủ yếu.

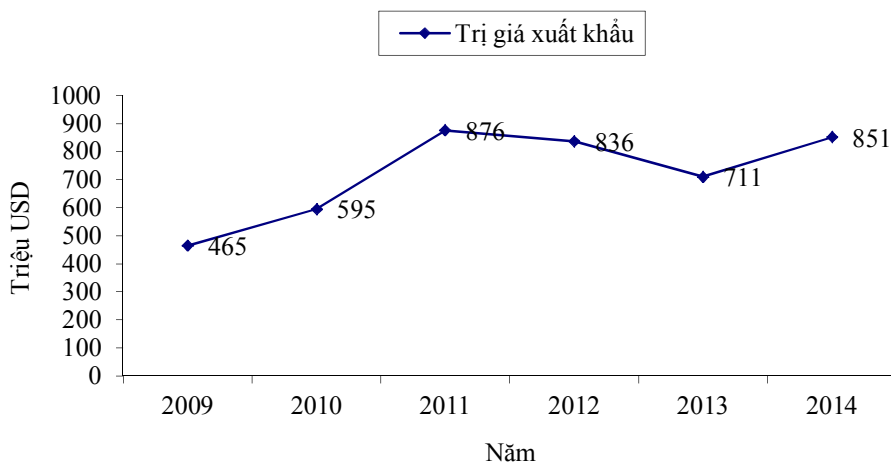
Trong thời gian qua, một số doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp đã thành công trong việc khai thác thị trường nội địa Việt Nam. Yếu tố thành công của các doanh nghiệp là đầu tư nghiên cứu thị trường rất kỹ lưỡng, xác định đúng thị trường mục tiêu, và có chiến lược thâm nhập thị trường hiệu quả. Các sản phẩm của họ thể hiện được sự khác biệt về chất lượng sản phẩm, chất lượng dịch vụ biết cách làm hài lòng người tiêu dùng trong nước. Có thể kể đến một số doanh nghiệp thành công như công ty Cổ phần thực phẩm Bích Chi và công ty xuất nhập khẩu Sa Giang.

Để thu hút sức mua của người tiêu dùng, Công ty cổ phần thực phẩm Bích Chi đã làm tốt công tác lập kế hoạch, xây dựng chiến lược lâu dài đưa hàng Việt về vùng nông thôn, tổ chức các chương trình bán hàng bình ổn giá. Hàng hóa được bày bán tại các chợ đều có chất lượng tốt, đảm bảo vệ sinh an

toàn thực phẩm, có nguồn gốc rõ ràng và phù hợp với nhu cầu của thị trường. Vì vậy, thu hút được số đông người tiêu dùng tích cực tham gia mua sắm và hưởng ứng chương trình ủng hộ hàng Việt Nam chất lượng cao. Nhằm tăng cường hiệu quả chương trình, công ty còn tham gia các hội chợ thương mại giới thiệu hàng Việt Nam chất lượng cao do Sở Công Thương phối hợp tổ chức tại một số địa phương trong tỉnh. Kết quả, công ty đã góp phần quan trọng đưa nhiều thương hiệu hàng Việt Nam đến với người tiêu dùng nông thôn.

Đồng Tháp có nhiều điều kiện thuận lợi phát triển kinh tế, nhất là thế mạnh về các mặt hàng nông sản. Năm 2009 – 2011, kinh tế thế giới dần hồi phục, thoát khỏi khủng hoảng và tăng trưởng, giá cả hàng hóa đều ở mức khá cao, đây là một trong những điều kiện thuận lợi góp phần làm tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của cả nước, cũng như kim ngạch xuất khẩu tỉnh ở mức khá. Tuy nhiên, từ năm 2011 – 2014, tác động chung từ cuộc khủng hoảng nợ công, trực tiếp là nhu cầu nhập khẩu hàng hóa nông, thủy sản ở các nước Châu Âu sụt giảm. Thị trường tiêu thụ khó khăn, dẫn đến nhiều doanh nghiệp phải thu hẹp sản xuất, tạm ngưng hoạt động... vì vậy, kim ngạch xuất khẩu của tỉnh có xu hướng giảm. Dù tình hình xuất khẩu có nhiều khó khăn do sự cạnh tranh của các nước có cùng mặt hàng xuất khẩu và sự bảo hộ của nước nhập khẩu nhưng tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa trong năm 2014 của tỉnh ước tính vẫn đạt 851.163 ngàn USD, tăng 7,89% so với năm 2013. Mặt hàng xuất khẩu chủ lực vẫn là gạo và

**Hình 2: Kim ngạch xuất khẩu của tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2009 - 2014**



Nguồn: Tổng hợp số liệu của Cục Thống kê tỉnh Đồng Tháp

Thủy sản chế biến, cả hai mặt hàng đều tăng cả về sản lượng và giá trị xuất khẩu.

Cụ thể, thủy sản chế biến xuất khẩu ước tính đạt kim ngạch 541.140 ngàn USD và sản lượng xuất đạt 218.248 tấn, tăng 12,79% về giá trị và 18,40% về sản lượng so với năm 2013; Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng gạo ước đạt 94.169 ngàn USD và sản lượng ước đạt 219.114 tấn, tăng 14,48% về giá trị và 12,39% về sản lượng so với năm 2013; Mặt hàng Bán phồng tôm tuy kim ngạch xuất khẩu không lớn so với mặt hàng Gạo và Thủy sản chỉ đạt 11.593 ngàn USD nhưng có kim ngạch và sản lượng tăng trưởng khá cao so với năm 2013: tăng 27,97% về giá trị và 26,82% về khối lượng; Riêng mặt hàng may mặc có kim ngạch tăng trưởng rất cao tăng 46,65% so với năm 2013. Nhìn chung tình hình xuất khẩu trong năm 2014 tuy còn gặp nhiều khó khăn nhưng đã có nhiều dấu hiệu tích cực hơn năm 2013, biểu hiện rõ nét nhất là hầu hết các mặt hàng xuất khẩu trong năm đều có kim ngạch xuất khẩu tăng khá cao so với năm 2013 (Cục Thống kê Đồng Tháp, 2014).

Theo báo cáo của Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Tháp, qua 3 năm thực hiện Nghị quyết Đại hội lần thứ IX Đảng bộ tỉnh Đồng Tháp, trong 3 năm 2012-2014, đã khai thác thêm được 48 thị trường xuất khẩu, nâng tổng số thị trường xuất khẩu của tỉnh lên 140 quốc gia và vùng lãnh thổ.

### 3. Thị phần và tốc độ tăng doanh thu

Do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới và khủng hoảng nợ công ở các nước Châu Âu kéo dài nên sản xuất công nghiệp của tỉnh đã gặp nhiều khó khăn ngay từ đầu năm, sản phẩm tiêu thụ khó khăn, hàng tồn kho tăng cao đặc biệt là các mặt hàng chủ lực trong sản xuất công nghiệp của tỉnh như thủy sản chế biến, Thức ăn gia súc, thủy sản, gạo xay xát. Mặc dù trong năm 2014 giá nguyên liệu không biến động nhiều, lãi suất ngân hàng đã giảm nhiều so với năm 2013 và năm 2012 nhưng một số nhà máy phải giảm sản lượng sản xuất hoặc chỉ chế biến gia công cho các đơn vị khác, có nhà máy phải tạm thời ngừng sản xuất... Tình hình thêm khó khăn khi Chính phủ Hoa Kỳ tiếp tục áp thuế chống bán phá giá đối với cá tra, cá ba sa Việt Nam xuất khẩu vào Hoa Kỳ. Vượt lên những khó khăn các doanh nghiệp và người dân trong tỉnh với sự hỗ trợ tích cực của các cấp, các ngành, đặc biệt là sự linh hoạt sử dụng, phát huy hiệu quả các nguồn lực, kịp thời tháo gỡ khó khăn, vướng mắc để duy trì, phát triển

sản xuất theo hướng nâng cao chất lượng, hiệu quả, tăng tính cạnh tranh của sản phẩm theo chuỗi giá trị ngành hàng, phát triển sản phẩm mới như: chế biến các sản phẩm từ bột gạo, bột nếp, tinh luyện dầu cá, dầu cá, chế biến gạo xuất khẩu... đã tăng thêm động lực cho ngành công nghiệp vượt qua khó khăn, duy trì phát triển.

Giá trị sản xuất toàn ngành công nghiệp năm 2014 là 16.651 tỷ đồng (theo giá cố định 1994), tăng 10,13% so với năm 2013 (năm 2013 tăng 8,34% so với năm 2011); Trong đó, hai loại sản phẩm có giá trị sản xuất chiếm tỷ trọng lớn trong giá trị sản xuất toàn ngành công nghiệp là thủy sản đông lạnh có mức tăng trưởng ước đạt 6,34% (tăng 13.020 tấn); sản phẩm thức ăn thủy sản ước đạt 1.352.581 tấn, tăng 6,72%.

Giá trị sản xuất toàn ngành công nghiệp năm 2014 tính theo giá 2010 là 45.731 tỷ đồng, tăng 8,19% so với năm 2013; tính theo giá thực tế đạt 56.814 tỷ đồng tăng 8,83% so với năm 2013.

Nguyên nhân chính làm cho tăng trưởng sản xuất công nghiệp của tỉnh tăng không cao trong năm 2014 là do sản phẩm sản xuất khó tiêu thụ, hàng tồn kho nhiều nhất là sản phẩm thức ăn gia súc, thủy sản; nhiều doanh nghiệp do gặp khó khăn kéo dài đã phải sản xuất cầm chừng hoặc tạm ngưng hoạt động. Ngoài ra trong năm 2014 không có doanh nghiệp nào có qui mô lớn được đầu tư đi vào hoạt động.

Chỉ số phát triển sản xuất công nghiệp của tỉnh cả năm 2014 tăng 9,20%; Trong đó ngành khai khoáng tăng 28,46%, ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tăng 8,37%, ngành sản xuất và phân phối điện, khí đốt tăng 11,70%, ngành cung cấp nước, hoạt động quản lý và xử lý rác thải, nước thải tăng 7,48%.

Trong năm 2014 có 250 doanh nghiệp thành lập mới, giảm 56% so với năm trước (do năm 2013 các hộ kinh doanh vàng chuyển sang doanh nghiệp theo Nghị định số 24/2012/NĐ-CP của Chính phủ về hoạt động kinh doanh vàng (Chính phủ, 2012)) và có 4.336 hộ đăng ký kinh doanh, tăng 12,2%. Có 257 doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động, bỏ địa chỉ kinh doanh hoặc giải thể, có 2.006 hộ kinh doanh ngưng hoạt động và có 31 doanh nghiệp tái hoạt động (Cục Thống kê Đồng Tháp, 2014).

Mặc dù luôn chiếm tỷ trọng cao (trên 98%) trong giá trị sản xuất nhưng ngành công nghiệp chế biến, đặc biệt hai sản phẩm chủ lực của tỉnh là thủy sản chế biến và thức ăn gia súc, thủy sản có mức tăng

thấp, thậm chí giảm sản lượng.

Trong lĩnh vực kinh doanh chính của các doanh nghiệp thì 92,85% các doanh nghiệp nhỏ và vừa gặp áp lực cạnh tranh, 97,56% doanh nghiệp nhỏ và vừa là bên chấp nhận giá hoặc được quyết định mức giá nhưng mức độ quyết định ít. Ngoài ra, số lượng đối thủ cạnh tranh của doanh nghiệp cũng khác nhau tùy vào lĩnh vực hoạt động và quy mô của doanh nghiệp.

Xét về thị phần, nhìn chung nhiều doanh nghiệp có thị phần trung bình khá trong nước, trong tỉnh, thành phố. Những doanh nghiệp này chủ yếu có ngành nghề kinh doanh các sản phẩm chủ lực của tỉnh như: Lúa gạo, thủy sản, dược,...

#### **4. Hoạt động xúc tiến hỗn hợp và nghiên cứu thị trường**

Theo nghiên cứu của các chuyên gia trong và ngoài ngành, tình hình kinh tế vẫn còn tiếp tục khó khăn, vì vậy đối với các doanh nghiệp nhỏ và vừa Đồng Tháp cần phải tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại, du lịch ngày càng mạnh hơn và mang lại hiệu quả cao hơn.

Trong thời gian qua, Tỉnh đã xây dựng và cập nhật tài liệu xúc tiến đầu tư, ngân hàng dữ liệu về môi trường đầu tư của Tỉnh; cơ chế, chính sách ưu đãi, hỗ trợ đầu tư; thông qua quy hoạch các dự án kêu gọi đầu tư, các dự án khuyến khích đầu tư. Tỉnh đã quan tâm xây dựng và triển khai thực hiện các đề án như: Định hướng thu hút, sử dụng nguồn vốn phát triển chính thức (ODA) và viện trợ phi chính phủ (NGO) giai đoạn 2006 – 2010; Đề án cải thiện môi trường đầu tư tỉnh Đồng Tháp, Đề án nâng cao chỉ số năng lực cạnh tranh cấp Tỉnh (PCI),... Tỉnh đã tổ chức nhiều hội nghị thu hút đầu tư để các doanh nghiệp tại các địa phương có thể giao lưu, mở rộng hợp tác, liên kết tạo hiệu quả cao trong sản xuất và kinh doanh như thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, làm việc và liên kết hợp tác phát triển kinh tế - xã hội với các địa phương có tiềm năng trong nước (thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, Đà Nẵng,...) và ngoài nước (tỉnh Prey Veng, Banteay Meanchey - Campuchia, tỉnh Hà Nam - Trung Quốc, Sanavan - Lào, một vài tỉnh ở Myanmar). Kể từ lần đầu công bố PCI đến nay, Đồng Tháp chưa bao giờ xếp hạng dưới 11 và đã từng đạt thành tích cao nhất là vị trí số 1 vào năm 2012. Môi trường đầu tư tiếp tục được cải thiện, tạo sự thân thiện, thuận lợi cho các doanh nghiệp trong đầu tư mới, đầu tư mở rộng quy mô sản xuất. Năm 2014, Đồng Tháp được xếp thứ 2

trong cả nước về chỉ số năng lực cạnh tranh và liên tiếp trong 5 năm liền xếp trong top 5 của cả nước đã tạo thêm cơ hội phát triển cho những năm sau. Nhiều tổ chức, doanh nghiệp trong và ngoài nước đến tìm hiểu môi trường đầu tư tại tỉnh. Qua đó, các doanh nghiệp có cơ hội tiếp xúc với các đối tác, tạo ra những cơ hội hợp tác làm ăn mới cho các sản phẩm thế mạnh của doanh nghiệp cũng như các sản phẩm chủ lực của tỉnh như: gạo, thủy sản, thực phẩm chế biến,...

#### **5. Khả năng liên kết hợp tác của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp**

Tình hình liên kết hợp tác giữa các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp và người nuôi trồng cũng có nhiều tiến triển tốt.

Nếu như trước năm 2008, giữa các doanh nghiệp chế biến thủy sản và người nuôi cá hầu như chẳng có sự ràng buộc nào với nhau thì hiện nay, mối quan hệ đó đã được chuyển biến tốt hơn. Hình thức hợp tác có ràng buộc giữa người nuôi và doanh nghiệp được chú trọng, được xem là “nhất cử lưỡng tiện” khi cả hai bên đều đạt được những hiệu quả mong muốn. Có thể thấy, với nhà chế biến, đó chính là sự chủ động về sản lượng và đảm bảo chất lượng nguồn nguyên liệu ngay từ đầu. Còn đối với những người nuôi trồng, đó là một sự đảm bảo đầu ra với giá thỏa thuận có thể chấp nhận được và an toàn. Ví dụ, trường hợp của công ty TNHH Hùng Cá tại huyện Thanh Bình, tỉnh Đồng Tháp. Công ty thiết lập một vùng nuôi cá cho nhà máy trên diện tích hơn 300 ha. Căn cứ vào sản lượng cá đạt được sau mỗi đợt thu hoạch, công ty sẽ chia cho người nuôi gia công 25% lợi nhuận thu được, trong quá trình nuôi, người nuôi không phải bỏ vốn đầu tư mà chỉ góp bằng cơ sở vật chất ao nuôi và công quản lý. Mô hình này có thể mang lại lợi thế kép cho chuỗi sản xuất con cá tra. Bởi với người nuôi cá, mặt hạn chế lớn nhất là tài chính và thông tin thị trường. Khi được công ty hỗ trợ về chi phí, kỹ thuật và nhất là có thể sản xuất theo nhu cầu chất lượng mà công ty đặt ra, người nuôi cá không phải bận tâm nhiều về đầu ra cũng như có thể yên tâm hơn về lợi nhuận mang lại sau quá trình sản xuất.

Có thể thấy, áp dụng các mô hình liên kết hợp tác giữa doanh nghiệp và người nuôi, các doanh nghiệp chế biến thủy sản ở Đồng Tháp đã có thể chủ động được từ 30 đến 50% nguyên liệu chế biến cho các nhà máy của mình. Với kết quả của việc các doanh nghiệp đã chủ động xây dựng và áp dụng các mô

hình liên kết hợp tác, kết nối những mắt xích với nhau, góp phần rất lớn để ngành công nghiệp chế biến thủy sản – lĩnh vực được xem là thế mạnh kinh tế thứ hai của tỉnh trong phát triển kinh tế. Bên cạnh đó, hiệu quả bước đầu của mô hình cánh đồng mẫu lớn cũng là một trong những điểm sáng trong phát triển kinh tế xã hội của tỉnh.

Tuy nhiên, bên cạnh hiệu quả mang lại thì mặt hạn chế trong sự liên kết giữa các nhà sản xuất, các doanh nghiệp chế biến với các nhà xuất khẩu tự phát và lỏng lẻo nên chưa hình thành được chuỗi cung ứng xuất khẩu hàng hóa hiệu quả, vừa không nâng cao được giá trị gia tăng sau sản xuất, vừa khó khăn trong đáp ứng nhu cầu thị trường tiêu thụ, không nâng cao được sức mạnh đàm phán với khách hàng... dẫn đến thiệt hại chung về kinh tế cho cả ngành sản xuất ở địa phương.

## 6. Xây dựng thương hiệu

Thương hiệu là tài sản vô hình có ý nghĩa cực kỳ quan trọng đối với mọi doanh nghiệp. Thương hiệu của doanh nghiệp là kết quả của quá trình nỗ lực phấn đấu lâu dài của doanh nghiệp nhằm khắc sâu hình ảnh doanh nghiệp vào trong tâm trí của khách hàng.

Xây dựng thương hiệu là đề ra và gây dựng được những trông đợi gắn với trải nghiệm thương hiệu, tạo ra được ấn tượng rằng thương hiệu đó gắn với một sản phẩm hoặc dịch vụ với những chất lượng hoặc đặc tính nhất định khiến sản phẩm/dịch vụ đó trở nên độc đáo hoặc duy nhất. Vì thế thương hiệu là một trong những thành tố có giá trị nhất trong chủ đề quảng cáo, vì nó cho thấy nhà sản xuất có thể đem lại gì cho thị trường.

Vấn đề xây dựng và phát triển thương hiệu của các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam nói chung, các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp nói riêng, rất cần thiết trong xu thế quốc tế hóa và toàn cầu hóa đời sống kinh tế. Thương hiệu doanh nghiệp không chỉ đơn thuần là dấu hiệu để nhận biết và phân biệt các sản phẩm của doanh nghiệp, mà còn là tài sản rất có giá trị, là uy tín của các doanh nghiệp và thể hiện sự tin tưởng của người tiêu dùng đối với các sản phẩm của doanh nghiệp. Một hạn chế trong xây dựng thương hiệu không chỉ riêng các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp, mà còn tất cả các doanh nghiệp nhỏ và vừa Việt Nam, đó là lãnh đạo có tầm nhìn kém, thiếu ý thức xây dựng và phát triển thương hiệu. Nguyên nhân do chi phí tốn kém, nếu có thì hoạt động đầu tư rất mờ nhạt.

Với xu hướng tương lai, áp lực cạnh tranh sống còn của các công ty, nên với các phương pháp quản lý linh hoạt và sáng tạo, thương hiệu Việt với thị trường khiêm tốn vẫn có cơ hội để giành lấy thị phần. Để làm được điều đó, các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp cần xác định được sức ảnh hưởng của thương hiệu Việt ở phân khúc thị trường đã được xác định, khu vực địa lý xác định. Ngoài ra, việc vượt qua sự tự ti và khẳng định mình bằng cách thức mới mẻ và sáng tạo... cũng là yếu tố tạo nên sự thành công cho thương hiệu.

Các thương hiệu của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp đã thành công và phát triển bền vững phải kể đến một số điển hình như: công ty cổ phần thực phẩm Bích Chi, hơn 40 năm hình thành và phát triển. Đến nay, các sản phẩm của công ty đã từng bước khẳng định được vị thế và thương hiệu trên thị trường trong và ngoài nước. Ngoài ra, còn có nhiều doanh nghiệp khác như: Sa Giang, Domesco, Vĩnh Hoàn,... cũng khẳng định được vị thế và thương hiệu trên thị trường trong và ngoài nước.

## 7. Thuận lợi và tồn tại về thị trường của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp

### 7.1. Thuận lợi

Thị trường tiêu thụ hàng hóa của Đồng Tháp trong thời gian qua đã có bước phát triển đáng kể, góp phần thúc đẩy sản xuất phát triển và từng bước chuyển dịch theo hướng tích cực phù hợp với nhu cầu thị trường tiêu thụ vốn ngày càng khó khăn.

*Đối với thị trường trong nước:* đây là thị trường rất quan trọng để giúp tiêu thụ hàng hóa Việt nói chung và hàng hóa của Đồng Tháp nói riêng. Thông qua việc đầu tư phát triển hệ thống phân phối hiện nay như nâng cấp hệ thống các chợ các tuyến từ nông thôn đến thành thị, đặc biệt các chợ chuyên doanh, chợ đầu mối, các siêu thị, các trung tâm, cửa hàng... trong cả nước mà hàng hóa Đồng Tháp đã đến tận tay người tiêu dùng cuối cùng. Bên cạnh đó, cũng giúp cho người sản xuất có điều kiện nắm bắt kịp thời các thông tin về nhu cầu và thị hiếu người tiêu dùng, để từ đó ngày càng tăng cường cải tiến mẫu mã, nâng cao sản phẩm, chất lượng hàng hóa.

*Đối với thị trường nước ngoài:* thị trường mở rộng đáng kể, hàng hóa của Đồng Tháp đã xuất khẩu được vào thêm trên 54 nước và khu vực.

### 7.2. Những tồn tại và nguyên nhân tồn tại

Bên cạnh kết quả đạt được mang nhiều thuận lợi,

tuy nhiên việc tổ chức phát triển thị trường tiêu thụ trong và ngoài nước cho các hàng hóa của Đồng Tháp vẫn còn bộc lộ nhiều hạn chế.

*Thị trường trong nước có sự mở rộng, nhưng phát triển tự phát thiếu bền vững, chưa thật sự tạo được điều kiện phát triển ổn định của các ngành sản xuất.*

Một là, Các doanh nghiệp chưa xác định được thị trường mục tiêu cho hàng hóa chủ lực của Đồng Tháp, làm cơ sở xây dựng chiến lược và các biện pháp nhằm xúc tiến thương mại hiệu quả.

Hai là, Các doanh nghiệp chưa xây dựng được hệ thống thị trường hàng hóa theo hướng hiện đại và phát triển một cách bền vững để tạo điều kiện và yếu tố hành thành các hệ thống phân phối hàng hóa hiệu quả như tổng đại lý thu mua và phân phối chính hay doanh nghiệp bán buôn, bán lẻ có qui mô lớn, có khả năng nghiên cứu thị trường,... Các kênh phân phối hàng hóa chủ yếu là truyền thống, mang tính tự phát thiếu chuyên nghiệp và chủ yếu thông qua các hệ thống chợ, cửa hàng bán lẻ hay nhà sản xuất bán trực tiếp,...

Ba là, Sự liên kết theo chiều dọc và phối hợp ngang giữa các nhà sản xuất, các doanh nghiệp thương mại trong và ngoài tỉnh chưa được định hình và phát triển theo hướng bền vững và hiệu quả. Do vậy, chưa tạo ra được chuỗi cung ứng hàng hóa, các chuỗi giá trị sản phẩm có giá trị gia tăng cao để mở rộng thị trường tiêu thụ cho các sản phẩm thế mạnh của tỉnh.

Bốn là, Vai trò tổ chức thị trường của Chính quyền địa phương trong việc định hướng phát triển, tạo lập các điều kiện yếu tố cần thiết cho việc hình thành và vận hành các hệ thống thị trường cũng chưa thật sự phát huy mạnh mẽ.

*Thị trường ngoài nước có sự phát triển, hàng hóa chủ lực của tỉnh đã xuất khẩu vào được các Châu lục, góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất và tăng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh. Tuy nhiên, sự phát triển của thị trường nước ngoài còn mang tính tự phát, thiếu bền vững.*

Một là, chưa lựa chọn và xác định được thị trường xuất khẩu mục tiêu cho từng sản phẩm chủ lực của tỉnh để có chiến lược thâm nhập vào thị trường phù hợp và hiệu quả cao.

Hai là, Việc hàng hóa của tỉnh thâm nhập vào một số thị trường tiềm năng thường bị cản trở bởi các rào cản phi thuế quan và không đáp ứng được yêu

cầu về khối lượng của nhà nhập khẩu.

Ba là, Qui mô hoạt động của các doanh nghiệp chủ yếu nhỏ và vừa, năng lực cạnh tranh còn yếu, lại chưa có sự liên kết chặt chẽ, chưa có chiến lược kinh doanh xuất khẩu lâu dài và phù hợp theo từng thị trường xuất khẩu mục tiêu,... do vậy, khả năng thâm nhập và tiếp cận đến khách hàng bị hạn chế, không thích ứng kịp với nhu cầu của thị trường xuất khẩu.

Bốn là, Hệ thống phân phối, chuỗi cung ứng hàng hóa xuất khẩu của các doanh nghiệp chưa được đầu tư mạnh mẽ, thậm chí chưa xây dựng, nên khả năng mở rộng và phát triển thị trường xuất khẩu cũng bị hạn chế.

Hiệu quả từ hỗ trợ của Nhà nước để mở rộng thị trường xuất khẩu các sản phẩm thế mạnh của tỉnh như xúc tiến thương mại, xây dựng và phát triển thương hiệu, nghiên cứu thị trường, tham gia vào chuỗi cung ứng hàng hóa xuyên biên giới,... vẫn còn nhiều hạn chế, mức tập trung chưa cao.

## **8. Giải pháp phát triển thị trường của các doanh nghiệp nhỏ và vừa Đồng Tháp**

Để giúp tăng cường năng lực cạnh tranh và phát triển thị trường của các doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp, cần chú ý một số giải pháp như sau:

### **8.1. Đối với chính quyền địa phương**

Tăng cường đầu tư nâng cao năng lực cạnh tranh của tỉnh, cải tạo môi trường kinh doanh hấp dẫn, cải cách thủ tục hành chính, tạo thuận lợi cho phát triển mạnh các loại hình doanh nghiệp.

Về tổ chức thực hiện, thường xuyên tổ chức các cuộc gặp mặt, đối thoại giữa ủy ban nhân dân tỉnh, các cấp, các ngành tỉnh với các doanh nghiệp, nhằm kịp thời giải quyết những “điểm nghẽn” giúp doanh nghiệp phát triển.

Tăng cường liên kết, hợp tác với tỉnh, thành phố trọng điểm như Thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Cần Thơ và các tỉnh trong vùng trọng điểm (An Giang, Kiên Giang,...), phối hợp các Bộ, ngành Trung ương, các hiệp hội thực hiện có hiệu quả các chính sách hỗ trợ doanh nghiệp. Đẩy mạnh các chương trình xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm hình ảnh của tỉnh.

Tăng cường thực hiện có hiệu quả các chủ trương chính sách về ổn định và phát triển bền vững thị trường nội địa, đa dạng hóa thị trường xuất khẩu, đẩy mạnh khai thác thị trường truyền thống, thị

trường tiềm năng, mở rộng thị trường mới,... Tập trung đầu tư phát triển các ngành mũi nhọn của tỉnh để làm nền tảng thúc đẩy các ngành khác phát triển.

## **8.2. Đối với doanh nghiệp nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp**

Tăng cường đổi mới tổ chức, nâng cao năng lực quản lý doanh nghiệp, phát triển năng lực quản trị chiến lược của cán bộ quản lý trong các doanh nghiệp. Chú trọng các kỹ năng: phân tích kinh doanh, dự đoán và định hướng chiến lược, quản trị rủi ro và tính nhạy cảm trong quản lý,...

Tăng cường bồi dưỡng nâng cao khả năng làm việc và giao tiếp quốc tế, tiếp cận các tiêu chuẩn, các thông lệ của thế giới.

Nâng cao hiệu quả sử dụng công nghệ, máy móc thiết bị, đổi mới công nghệ nhằm tăng cường năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Nâng cao năng lực marketing của doanh nghiệp về chiến lược sản phẩm, chiến lược giá, chiến lược thị trường, chiến lược xúc tiến thương mại, phát triển kênh phân phối, xây dựng và quản bá thương hiệu,...

### **Tài liệu tham khảo:**

Cục Thống kê Đồng Tháp (2014), *Báo cáo tình hình phát triển kinh tế xã hội năm 2014*, Đồng Tháp.

Chính phủ (2012), *Nghị định số 24/2012/NĐ-CP của Chính phủ về quản lý hoạt động kinh doanh vàng*, ban hành ngày 3 tháng 4 năm 2012.

Thủ tướng Chính phủ (2012), *Quyết định số 1231/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Kế hoạch phát triển doanh nghiệp nhỏ và vừa giai đoạn 2011-2015*, ban hành ngày 07 tháng 09 năm 2012.

Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Tháp (2011), *Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Đồng Tháp đến năm 2020*, Đồng Tháp.

Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Tháp (2013), *Kế hoạch số 02/KH-UBND ngày 5/1/2013 về kế hoạch phát triển DNNVV nhỏ và vừa tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2011 – 2015*, Đồng Tháp.

---

### **Thông tin tác giả:**

**\* Vũ Trọng Nghĩa**, Tiến sỹ kinh tế

- Tổ chức tác giả công tác: Phòng CTCT và QLSV/Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

- Lĩnh vực nghiên cứu: Kinh tế, Quản trị kinh doanh

- Một số tạp chí tiêu biểu đã đăng tải công trình nghiên cứu: *Tạp chí Công nghiệp, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, Tạp chí Quản lý nhà nước, Tạp chí Nghiên cứu kinh tế, Tạp chí Quản lý kinh tế*

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: TrongnghiaVu76@gmail.com

**\*\* Lê Văn Tuấn**, Thạc sỹ kinh tế

- Tổ chức tác giả công tác: Khoa Kinh tế & Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Đồng Tháp

- Lĩnh vực nghiên cứu: Quản trị kinh doanh, Kinh tế đầu tư

- Một số tạp chí tiêu biểu đã đăng tải công trình nghiên cứu: *Quản lý kinh tế, tạp chí Kinh tế và dự báo, tạp chí Kinh tế và Phát triển,*

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: lvtuan2004@gmail.com

**\*\*\* Nguyễn Bá Tường**

- Tổ chức tác giả công tác: Phòng Kế hoạch – tài chính, Trường Đại học Đồng Tháp

- Lĩnh vực nghiên cứu: kế toán tổng hợp.

- Địa chỉ liên hệ: Địa chỉ Email: batuongdhdtd@gmail.com;