BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI THƯƠNG
-----***-----

NGUYỄN THỊ HỒNG MINH

HOẠT ĐỘNG CỦA MỘT SỐ HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG KHÔNG TRÊN THẾ GIỚI VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM TRONB BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

LUẬN VĂN THẠC SỸ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:
PGS. TS. VŨ SỸ TUẤN

HÀ NỘI - 2008

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài:

Trong bối cảnh hiện nay, khi nền kinh tế Việt Nam đang ngày càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới, các doanh nghiệp hoạt động ở mọi lĩnh vực, mọi ngành nghề đang đứng trước rất nhiều cơ hội song đồng thời cũng phải đương đầu với không ít các thách thức. Để có thể tận dụng các cơ hội, vượt qua được các thách thức để tồn tại và phát triển trong thời kỳ hội nhập hiện nay, các doanh nghiệp cần phải đoàn kết nhau lại, phát huy tối đa vai trò của các hiệp hội ngành hàng. Đặc biệt là hiện nay, một trong những cam kết của Việt Nam khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) là nhà nước sẽ không can thiệp sâu vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, thì vai trò của các hiệp hội ngành hàng càng trở nên hết sức quan trọng, vừa định hướng lại vừa đại diện cho các doanh nghiệp thực hiện cam kết WTO. Tuy nhiên, một câu hỏi lớn đặt ra là liệu các hiệp hội đã thực sự đủ mạnh để làm chỗ dựa tin cậy cho các doanh nghiệp hay chưa? Trong thời gian đàm phán và thời kỳ đầu gia nhập WTO, khi Việt Nam đã phải đối mặt với rất nhiều vụ tranh chấp thương mại thì các hiệp hội lại tỏ ra hết sức lúng túng. Đó là do hoạt động của các hiệp hội Việt Nam còn rất nhiều bất cập, các hiệp hội này chưa thực sự phát huy được hiệu quả, chưa thể hiện được hết vai trò của mình. Đồng thời hiệp hội cũng chưa có được sự quan tâm và đánh giá đúng mức từ phía Chính phủ, từ phía doanh nghiệp cũng như từ phía các nhà nghiên cứu.

Xuất phát từ thực tiễn trên, yêu cầu cấp bách đặt ra là phải nghiên cứu hoạt động của một số hiệp hội ngành hàng thành công trên thế giới. Nghiên cứu các hiệp hội ngành hàng khác là để từ đó phát hiện ra những ưu điểm và nhược điểm của các tổ chức đó và rút ra được những bài học kinh nghiệm cho các hiệp hội trong nước, phát triển các hiệp hội, đảm bảo cho Việt Nam những bước tiến vững chắc trên con đường hội nhập.

Hiệp hội Thủy sản Mỹ, Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản và Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc đều là những hiệp hội hoạt động khá thành công trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp trong ngành phát triển các hoạt động sản xuất kinh doanh của mình ở cả trong và ngoài nước. Đồng thời cả ba Hiệp hội này đều là những Hiệp hội tiêu biểu và đóng góp rất lớn vào sự phát triển của ngành và của ba nền kinh tế quốc gia là Mỹ, Nhật và Hàn Quốc.

Chính vì các lý do trên mà tác giả chọn đề tài **"Hoạt động của một số hiệp hội ngành hàng trên thế giới và bài học kinh nghiệm cho Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế"** làm đề tài cho luận văn của mình.

2. Tình hình nghiên cứu:

Trước đây, vai trò của hiệp hội ngành hàng vẫn chưa được đánh giá đúng mức. Chỉ cho đến sau khi Việt Nam gia nhập WTO, việc phát triển hiệp hội ngành hàng mới được sự quan tâm chú ý. Hiện nay, mặc dù cũng đã có một số bài phân tích về một số hiệp hội nhưng số lượng rất ít và đó cũng chỉ là những bài phân tích đơn lẻ, chưa thành hệ thống. Chính vì vậy, Luận văn thạc sỹ này sẽ là một nghiên cứu mới, độc lập và chi tiết về vấn đề này.

3. Mục đích nghiên cứu:

- Hệ thống lại lý luận liên quan đến hiệp hội ngành hàng
- Phân tích thực trạng hoạt động của một số hiệp hội ngành hàng trên thế giới trong thời kỳ hiện nay
- Rút ra những bài học kinh nghiệm, từ đó đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động của các hiệp hội Việt nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế

4. Nhiệm vụ nghiên cứu:

Để đạt được mục đích nghiên cứu như trên, đề tài cần phải thực hiện các nhiệm vụ cụ thể sau:

- Tìm hiểu tổng quan về hiệp hội ngành hàng, vai trò của hiệp hội ngành hàng và những nhân tố tác động đến hiệp hội ngành hàng

- Tìm hiểu và phân tích thực trạng hoạt động của một số hiệp hội ngành hàng trên thế giới, cụ thể là Hiệp hội Thủy sản Mỹ, Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản và Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc trong giai đoạn hiện nay đặt trong bối cảnh nền kinh tế các quốc gia đó và đánh giá những thành công và hạn chế của những hiệp hội này.
- Khái quát toàn cảnh thực trạng hoạt động của các hiệp hội ngành hàng Việt Nam.
- Rút ra những bài học kinh nghiệm từ hoạt động của các hiệp hội nói trên và đề xuất một số kiến nghị giúp các hiệp hội ngành hàng của Việt nam có thể phát huy hơn nữa vai trò của mình trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp mở rộng hoạt động kinh doanh cũng như giúp Việt nam phát triển trong bối cảnh hiện nay.

5. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

5.1. Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu của Luận văn này là tình hình hoạt động của một số Hiệp hội ngành hàng trên thế giới trong giai đoạn hiện nay đặt trong bối cảnh ngành đó và nền kinh tế nước đó.

5.2. Phạm vi nghiên cứu:

- Thời gian nghiên cứu: nghiên cứu hoạt động của một số Hiệp hội ngành hàng trên thế giới trong giai đoạn hiện nay (từ năm 2000 trở lại đây).
- Trong giới hạn luận văn này, tác giả chỉ nghiên cứu ba Hiệp hội hoạt động thành công là, Hiệp hội Thủy sản Mỹ, Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản và Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc.

6. Phương pháp nghiên cứu:

Các phương pháp nghiên cứu được sử dụng để thực hiện luận văn này là phương pháp tổng hợp, so sánh, thống kê và phân tích. Nền tảng lý luận cho các phương pháp nghiên cứu trên là những quan điểm cơ bản của chủ nghĩa duy vật biện chứng.

7. Kết cấu của luận văn:

Ngoài phần **Lời mở đầu**, **Kết luận** và Tài liệu tham khảo, kết cấu luận văn có ba chương:

Chương 1: Tổng quan về hiệp hội

Chương 2: Khảo sát hoạt động của một số hiệp hội ngành hàng trên thế giới trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế

Chương 3: Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam

CHƯƠNG 1
TỔNG QUAN VỀ HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG

1.1. Khái niệm về hiệp hội ngành hàng

Để tìm hiểu một cách toàn diện và chính xác khái niệm về hiệp hội ngành hàng, trước hết chúng ta cần tìm hiểu về khái niệm của hội và hiệp hội.

1.1.1. Khái niệm về hội và hiệp hội

1.1.1.1. Khái niệm

Cho đến nay vẫn chưa có một định nghĩa thống nhất về Hội trên toàn thế giới mà mỗi quốc gia, mỗi vùng lãnh thổ đều có khái niệm về Hội của riêng mình.

Theo từ điển của Mỹ thì Hội là tập hợp một nhóm người gặp gỡ nhau vì những mục đích chung.

Từ điển Chủ nghĩa xã hội khoa học, Nhà xuất bản Tiến bộ Mátxcơva và Nhà xuất bản Sự thật Hà nội 1986 cho rằng Hội là những tổ chức liên hợp tự nguyện của công dân xây dựng theo nguyên tắc tự quản và chủ động nhằm bảo vệ lợi ích của những tập đoàn nhất định trong nhân dân như các tập đoàn xã hội – nghề nghiệp, xã hội – nhân khẩu hoặc các tập đoàn liên hợp lại với nhau chỉ cùng có chung những mục tiêu này hoặc những mục tiêu khác và những lợi ích như nhau.

Từ điển tiếng Việt thì định nghĩa Hội là tổ chức của những người cùng nghề nghiệp, cùng sở thích hay cùng chính kiến, tự nguyện và tập hợp lại để tiến hành các hoạt động kinh tế như buôn bán, sản xuất, kinh doanh hoặc các hoạt động văn hoá, xã hội hay chính trị được thành lập theo thể thức do pháp luật quy định. Các Hội như vậy đều có điều lệ, quy định tôn chỉ, mục đích, cơ cấu tổ chức và hoạt động của mình.

Từ điển Chính trị do Nhà Xuất bản Sự thật, Hà Nội xuất bản năm 1991 giải thích: Hội có nghĩa liên tưởng về tâm lý, và chia ra nhiều loại hội cụ thể. Còn từ điển tiếng Việt do Viện Khoa học xã hội Việt Nam xuất bản năm 1992 nêu rõ, hội là tổ chức quần chúng rộng rãi của nhưng người cùng chung một nghề nghiệp, có chung một hoạt động.

Tại Nghị định của Chính phủ số 88/NĐ-CP/2003 có định nghĩa Hội là tổ chức tự nguyện của công dân, tổ chức Việt Nam cùng ngành nghề, cùng sở thích, cùng giới, có chung mục đích 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 [1].

Có thể hiểu về cơ bản, Hội là tổ chức tự nguyện của quần chúng tập hợp đông đảo người cùng ngành nghề, hoặc cùng giới, hoặc cùng sở thích... Họ cùng tự nguyện hoạt động theo tôn chỉ mục đích của những người sáng lập ra.

1.1.1.2. Phân loại Hội

Hiện nay, chúng ta có các rất nhiều loại hình Hội và không phải khi nào cũng dễ phân loại một cách rõ ràng.

Xét về tính chất thì chia Hội ra làm các hội như Hội chính trị - xã hội (như Hội Phụ nữ, Hội Liên hiệp thanh niên, Hội cựu chiến binh...), Hội chính trị - nghề nghiệp (như Hội Nhà văn, Hội Nhà báo...), Hội xã hội – nghề nghiệp (như các Hội thuộc Liên hiệp các hội khoa học kỹ thuật, Liên hiệp các hội Văn học nghệ thuật...), Hội nghề nghiệp (như Hội cá, chim cây cảnh...), các loại hình Hội hữu nghị, Hiệp hội ngành nghề (như Hiệp hội Chè Việt Nam, Hiệp hội Da giày Việt Nam, Hiệp hội các doanh nghiệp điện tử Việt Nam…)

Xét về phạm vi hoạt động, có thể chia thành Hội Trung ương, Hội địa phương, và Hội ngành.

Xét về đối tượng tham gia có Hội cá nhân và Hội doanh nghiệp. Hiệp hội doanh nghiệp có hội viên chủ yếu là các doanh nghiệp. Như vậy, theo các quy định hiện hành, chúng ta có thể tạm định nghĩa Hiệp hội doanh nghiệp như sau:” Hiệp hội doanh nghiệp là một loại hình tổ chức xã hội - nghề nghiệp, có hội viên là các doanh nghiệp, các tổ chức khác và cá nhân tự nguyện hoạt động theo tôn chỉ mục đích của Hiệp hội”.

Nếu chia theo lĩnh vực, ngành nghề thì các Hiệp hội doanh nghiệp có thể chia làm hai loại, các Hiệp hội doanh nghiệp đa ngành như Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Liên minh hợp tác xã Việt Nam, Hội đồng các doanh

nghiệp trẻ Việt Nam... còn Hiệp hội ngành hàng là những hiệp hội mà các hội viên chủ yếu là các doanh nghiệp hoạt động trong cùng ngành hàng hoặc một lĩnh vực như Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam, Hiệp hội Lương thực Việt Nam, Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam ...

1.1.2. Khái niệm Hiệp hội ngành hàng

Hiệp hội ngành hàng là một hình thức của Hội và là hình thức liên kết hẹp hơn Hội. Cũng giống như Hội, Hiệp hội ngành hàng chưa có một định nghĩa thống nhất mà cũng chỉ xuất hiện những khái niệm khác nhau của từng quốc gia, thậm chí từng Hiệp hội ngành hàng.

Mỹ định nghĩa các Hiệp hội ngành hàng là các tổ chức của các hội viên đại diện cho quyền lợi của một ngành nào đó.

Theo từ điển kinh doanh của Nhà xuất bản Oxford, Anh thì Hiệp hội ngành hàng là sự tập hợp của các doanh nghiệp trong cùng một ngành, được lập ra để thay mặt trong việc đàm phán với Chính phủ, các tổ chức công đoàn, các Hiệp hội ngành hàng khác… để đảm bảo cho các hội viên luôn được cung cấp thông tin mới nhất về sự phát triển của ngành hàng kinh doanh của họ. Các Hiệp hội ngành hàng cũng thường mang về các hợp đồng cho hội viên của họ và đưa ra các quy trình tố tụng để giải quyết tranh chấp giữa các hội viên.

Theo từ điển kinh tế kinh doanh của Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật thì Hiệp hội ngành hàng là một Hiệp hội của các nhà sản xuất và các thương gia trong cùng một ngành kinh doanh, được thành lập nhằm mục đích bảo vệ và phát triển quyền lợi của các thành viên và đại diện cho họ, chẳng hạn như trong các cuộc thương lượng với chính quyền hay với các nghiệp đoàn hay với các Hiệp hội ngành hàng khác.

Ở Việt Nam cho đến nay vẫn chưa có một tài liệu nào hay một nguồn luật nào đưa ra khái niệm cụ thể về Hiệp hội ngành hàng. Thuật ngữ này chỉ xuất hiện thoáng qua trong Nghị định 57/1998/NĐ – CP ngày 31/7/1998: “Thương nhân kinh doanh cùng ngành hàng, không phân biệt thành phần kinh tế, được phép thành lập Hiệp hội ngành hàng xuất khẩu, nhập khẩu trên cơ sở tự nguyện để phối

hợp hoạt động và nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của các hội viên, đồng thời bảo đảm lợi ích quốc gia".

Tuy nhiên, bản thân từng Hiệp hội ngành hàng Việt Nam cũng đưa ra các định nghĩa riêng cho mình.

Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam (VASEP) là tổ chức tự nguyện của các doanh nghiệp, các tổ chức sự nghiệp và các nhà quản lý hoạt động trong lĩnh vực chế biến và xuất nhập khẩu thuỷ sản của Việt Nam. Hiệp hội được thành lập nhằm mục đích phối hợp, liên kết hoạt động của các doanh nghiệp chế biến và xuất khẩu thuỷ sản, giúp nhau nâng cao giá trị, chất lượng, khả năng cạnh tranh của các sản phẩm thuỷ sản Việt Nam, phát triển tạo nguồn nguyên liệu cho chế biến xuất khẩu thủy sản, đại diện và bảo vệ lợi ích chính đáng, hợp pháp của các hội viên [28].

Hiệp hội Cà phê – Ca cao Việt Nam là tổ chức phi Chính phủ, phi lợi nhuận, 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 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, thống nhất nhận thức và hành động.

Hiệp hội Da – Giầy Việt Nam là tổ chức liên kết kinh tế – xã hội tự nguyện của các nhà sản xuất – kinh doanh, nghiên cứu khoa học kỹ thuật và dịch vụ Da – Giầy thuộc mọi thành phần kinh tế đang hoạt động tại Việt Nam. Mục tiêu của Hiệp hội Da – Giầy Việt Nam là tổ chức các hoạt động liên kết kinh tế, phân công và phối hợp thực hiện giữa các doanh nghiệp hội viên trong lĩnh vực sản xuất – kinh doanh, xuất nhập khẩu, cung ứng vật tư, tiêu thụ sản phẩm... trong ngành Da – Giầy nhằm khai thác tối đa tiềm năng hiện có, nâng cao chất lượng sản phẩm, hiệu quả kinh tế của các doanh nghiệp hội viên, tăng khả năng cạnh tranh của toàn ngành trên thị trường xuất khẩu và có tiếng nói đại diện quyền lợi của các doanh nghiệp hội viên.

Hiệp hội Thép Việt Nam là tổ chức tự nguyện của các doanh nghiệp sản xuất, gia công, kinh doanh các sản phẩm sắt thép và nguyên vật liệu có liên quan ở Việt Nam. Hiệp hội Thép được thành lập với mục tiêu là thúc đẩy hợp tác giữa các thành viên Hiệp hội trong việc xây dựng ngành công nghiệp thép phát triển ổn định và cùng có lợi[31].

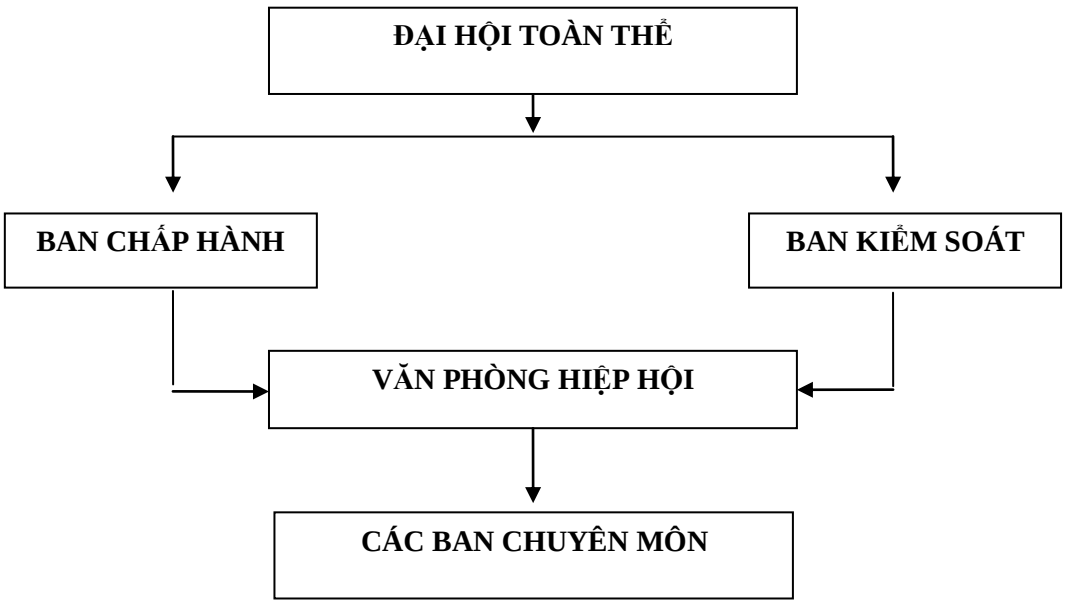
Từ các khái niệm trên cho thấy có một số điểm thống nhất về Hiệp hội ngành hàng như sau:

Hiệp hội ngành hàng là một tổ chức tập hợp và đại diện cho các cá nhân hay các tổ chức kinh tế cùng kinh doanh một hoặc một số mặt hàng nhất định hoạt động theo nguyên tắc tự nguyện tự quản dựa trên các quy tắc chung đã thoả thuận phù hợp các quy định của pháp luật và không vì mục tiêu lợi nhuận.

1.2. Mô hình tổ chức và phương thức hoạt động của Hiệp hội ngành hàng

1.2.1. Cơ cấu tổ chức Hiệp hội ngành hàng

Cơ cấu tổ chức của từng Hiệp hội ngành hàng có thể khác nhau tùy theo đặc điểm của ngành và quốc gia nhưng về cơ bản là theo mô hình Hiệp hội sau đây:



Nguồn: Models of Trade Association Co-operation by Mark Boleat

Hình 1.1: Cơ cấu tổ chức Hiệp hội ngành hàng

1.2.1.1. Đại hội toàn thể

Đây là cơ quan có thẩm quyền cao nhất của Hiệp hội và nhiệm kỳ từ 3-5 năm với nhiệm vụ chính như sau:

- Thảo luận Báo các tổng kết và phương hướng nhiệm vụ hoạt động Hiệp hội.
- Thảo luận góp ý báo cáo kiểm điểm nhiệm kỳ của Ban chấp hành và Ban kiểm tra.
- Thảo luận và phê duyệt báo cáo tài chính của Hiệp hội.
- Bầu cử Ban chấp hành và Ban kiểm soát
- Thông qua việc bổ sung, sửa đổi điều lệ (nếu có)
- Thảo luận thông qua nghị quyết của Đại hội
- 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 Ban chấp hành về việc kết nạp và khai trừ hội viên

Hàng năm, các Hiệp hội vẫn thường tổ chức Hội nghị toàn thể để bàn và quyết định các vấn đề của Hội, nhất là vào những năm không có đại hội. Trong hội nghị toàn thể, Hiệp hội sẽ thảo luận báo cáo tổng kết năm cũ và kế hoạch công tác năm mới của Hiệp hội. Đồng thời, Hiệp hội cũng thảo luận và phê duyệt quyết toán năm cũ và kế hoạch tài chính năm mới của Hiệp hội. Hiệp hội còn thảo luận và biểu quyết các vấn đề do Ban chấp hành, Ban kiểm tra và hội viên đề xuất cũng như bầu bổ sung uỷ viên Ban chấp hành và Uỷ viên Ban kiểm tra trong trường hợp các Uỷ viên này bị khuyết.

1.2.1.2. Ban chấp hành

Ban chấp hành là cơ quan chấp hành của Hiệp hội, điều hành hoạt động của Hiệp hội giữa hai kỳ đại hội. Thành viên của Ban chấp hành được phân bố theo tỷ lệ hội viên trong khu vực, lãnh thổ.

Thành phần Ban chấp hành gồm: chủ tịch và các phó chủ tịch và các Uỷ viên Ban chấp hành họp ít nhất hai lần trong một năm theo triệu tập của Chủ tịch Ban chấp hành. Các phiên họp ban chấp hành được coi là hợp lệ khi có mặt quá 2/3 tổng số uỷ viên Ban chấp hành.

Các quyết định và nghị quyết của Ban chấp hành được thông qua bằng biểu quyết và chỉ có giá trị hiệu lực khi có quá nửa tổng số uỷ viên Ban chấp hành dự họp tán thành.

Ban chấp hành có nhiệm vụ và quyền hạn:

- Quyết định các biện pháp thực hiện nghị quyết của đại hội
- Quyết định kế hoạch, chương trình công tác hàng năm hoặc giữa các kỳ họp của Ban chấp hành
- Thông qua kế hoạch và quyết toán tài chính nhiệm kỳ và hàng năm của Hiệp hội do Tổng thư ký đệ trình ra Hội nghị toàn thể hoặc Đại hội toàn thể
- Giải quyết các vấn đề phát sinh giữa các kỳ đại hội
- Chuẩn bị nội dung, chương trình nghị sự và các tài liệu trình cho Đại hội và Hội nghị toàn thể hàng năm
- Quy định các nguyên tắc, chế độ quản lý, quy chế sử dụng tài chính của Hiệp hội, quy chế tổ chức và hoạt động của Văn phòng Hiệp hội
- Bầu cử và bãi miễn các chức danh lãnh đạo Hiệp hội: Chủ tịch, các Phó Chủ tịch và Trưởng Ban kiểm tra
- Bầu thay thế số uỷ viên Ban chấp hành bị khuyết và bầu bổ sung số lượng uỷ viên Ban chấp hành do Đại hội bầu bị thiếu, nhưng tổng số uỷ viên không vượt quá số lượng đã được Đại hội quyết định
- Tuyển chọn, bổ nhiệm và miễn nhiệm các chức danh Tổng thư ký và lãnh đạo các cơ quan do Hiệp hội thành lập.
- Quyết định kết nạp, bãi miễn tư cách các hội viên
- Quyết định triệu tập Đại hội hoặc Hội nghị toàn thể

Chủ tịch Hiệp hội có quyền hạn và trách nhiệm:

- Đại diện pháp nhân của Hiệp hội trước pháp luật
- Tổ chức triển khai thực hiện các nghị quyết của Đại hội , của Hội nghị toàn thể và các quyết định của Ban chấp hành
- Chủ trì cuộc họp của Ban chấp hành Hiệp hội

- Ký quyết định bổ nhiệm, bãi miễn và trực tiếp chỉ đạo Tổng thư ký hiệp hội
- Chịu trách nhiệm trước Ban chấp hành và toàn thể Hội viên về các hoạt động của Hiệp hội
- Thành lập các tiểu Ban chuyên môn để tư vấn về các vấn đề cụ thể
- Chủ trì cuộc họp Ban chấp hành nhiệm kỳ tiếp cho đến khi bầu xong Chủ tịch mới

Các Phó Chủ tịch Hiệp hội và các Uỷ viên là người giúp việc cho Chủ tịch, được chủ tịch phân công giải quyết từng vấn đề cụ thể và có thể được uỷ quyền điều hành công việc của Ban chấp hành khi Chủ tịch vắng mặt.

Giúp việc cho Ban chấp hành là Ban thường trực đứng đầu là Tổng Thư ký. Tổng Thư ký đứng đầu Ban thường trực và xử lý các công việc hàng ngày tại Văn phòng Hiệp hội. Nhiệm vụ và quyền hạn của Tổng thư ký:

- Đại diện cho Văn phòng Hiệp hội trong quan hệ giao dịch hàng ngày
- Tổ chức, điều hành các hoạt động hàng ngày của Văn phòng Hiệp hội
- Quản lý giấy tờ, tài liệu giao dịch của Hiệp hội
- Xây dựng các quy chế hoạt động của Văn phòng, quy chế quản lý tài chính, tài sản của Hiệp hội trình Ban chấp hành phê duyệt
- Định kỳ báo cáo cho Ban chấp hành về hoạt động của Hiệp hội
- Được dự các kỳ họp của Ban chấp hành
- Lập các báo cáo hàng năm, báo cáo nhiệm kỳ của Ban chấp hành
- Chủ tài khoản, quản lý tài chính và tài sản của Hiệp hội
- Quản lý danh sách, hồ sơ và tài liệu về các hội viên và các tổ chức trực thuộc
- Chịu trách nhiệm trước Ban chấp hành và trước pháp luật về các hoạt động của Văn phòng Hiệp hội

1.2.1.3. Ban kiểm soát

Ban kiểm soát gồm một số thành viên của Ban chấp hành, do Ban chấp hành bầu với nhiệm kỳ từ 3 đến 5 năm. Ban kiểm soát có nhiệm vụ kiểm tra tư cách đại

biểu tham dự đại hội, kiểm tra việc thực hiện nghị quyết của đại hội của Ban chấp hành, kiểm tra về tài chính và báo cáo kết quả trước hội đồng quản trị, trước hội nghị hàng năm trước Đại hội.

1.2.1.4. Hội viên của Hiệp hội

Thường gặp bốn loại hội viên của hiệp hội:

Thứ nhất là hội viên chính thức. Đây là các tổ chức, cá nhân tự nguyện viết đơn gia nhập Hiệp hội, tán thành Điều lệ của Hiệp hội và đóng hội phí cho Hiệp hội. Hội viên chính thức có quyền bầu cử và ứng cử và được một phiếu bầu

Thứ hai là hội viên sáng lập. Hội viên sáng lập là thành viên của Ban vận động thành lập hội

Thứ ba là hội viên danh dự. Họ là những công dân hoặc pháp nhân có công lao đối với sự nghiệp phát triển chung của Hội và được Hiệp hội mời làm hội viên danh dự. Hội viên danh dự không phải đóng lệ phí và hội phí.

Thứ tư là hội viên liên kết. Hội viên liên kết được tham gia các hoạt động và tham dự Đại hội của Hiệp hội nhưng không tham gia bầu cử và ứng cử Ban lãnh đạo Hiệp hội, không biểu quyết các vấn đề của Hiệp hội.

1.2.2. Phương thức hoạt động của Hiệp hội ngành hàng

Hiệp hội ngành hàng vốn là một tổ chức phi chính phủ, phi lợi nhuận, hoạt động trên cơ sở tự nguyện và độc lập về mặt tài chính. Chính những đặc điểm này đã chi phối phương thức hoạt động của Hiệp hội ngành hàng.

Hiệp hội ngành hàng hoạt động dựa trên một số nguyên tắc cơ bản như nguyên tắc tự nguyện, nguyên tắc tương hỗ, nguyên tắc phối hợp cùng chỉ đạo, nguyên tắc phi doanh lợi và nguyên tắc độc lập về mặt tài chính.

1.2.2.1. Nguyên tắc tự nguyện và tương hỗ

Hiệp hội ngành hàng là loại hình tổ chức phi chính phủ do các pháp nhân kinh tế tự nguyện liên kết với nhau để điều hòa lợi ích nội bộ Hiệp hội, bảo vệ lợi ích chung, hỗ trợ lẫn nhau đối phó với các tác nhân bên ngoài, nâng cao hiệu quả kinh doanh và tăng lợi nhuận của các doanh nghiệp hội viên. Mọi đường lối chủ trương của Hiệp hội đều thông qua thương lượng dân chủ, có tính nhất trí cao và

đều phục vụ lợi ích chung của các hội viên. Các hội viên được phân công thực hiện công việc chung một cách rất hợp lý và có sự điều phối của cơ quan điều hành Hiệp hội. Các hội viên cũng có thể gia nhập hoặc rút khỏi Hiệp hội một cách hoàn toàn tự nguyện. Khi đã tham gia Hiệp hội, các hội viên đều được đảm bảo quyền tự chủ và tự chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh, bình đẳng về quyền lợi và nghĩa vụ nhưng không được hoạt động đi ngược lại với thỏa thuận chung, gây phương hại đến các hội viên khác.

Hiệp hội như một "mái nhà chung" tại đó các doanh nghiệp có thể giúp đỡ, hỗ trợ lẫn nhau trên nhiều mặt như nhân lực, công nghệ và cả kinh tế và tài chính, thoả thuận hợp tác xử lý bất đồng tranh chấp nội bộ. Khi tham gia vào thị trường quốc tế, tưng doanh nghiệp đơn lẻ sẽ rất khó khăn trong việc hợp tác với khách hàng thuyết phục khách hàng ký kết hợp đồng, tạo được hình ảnh tốt và lòng tin cho khách hàng. 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 và giành nhiều thị phần trên thị trường quốc tế.

1.2.2.2. Nguyên tắc phối hợp cùng chỉ đạo

Đây là nguyên tắc thể hiện sự liên kết, phối hợp giữa Hiệp hội và Chính phủ. Các Hiệp hội có thể cùng hiệp thương với các cơ quan chức năng của Chính phủ để xây dựng chính sách cho ngành. Do Hiệp hội là tập hợp của các doanh nghiệp trong cùng một ngành và có bộ máy thường trực khá ổn định nên có khả năng tổng kết thực tiễn, tiến hành các hoạt động nghiên cứu, đề xuất các kiến nghị với cơ quan chức năng. Đồng thời, Hiệp hội cũng phối hợp với Chính phủ trong việc chỉ đạo và hướng dẫn các doanh nghiệp thực hiện các chính sách đó. Nguyên tắc này giúp giới doanh nghiệp thông qua Hiệp hội trong quá trình hiệp thương với Chính phủ phản ánh được tâm tư nguyện vọng của mình đối với các chính sách và sự hỗ trợ từ phía Chính phủ.

1.2.2.3. Nguyên tắc phi doanh lợi và độc lập về mặt tài chính

Hiệp hội ngành hàng là một tổ chức có tư cách pháp nhân và hoạt động trong khuôn khổ pháp luật nhưng không phải là một tổ chức kinh doanh, không trực tiếp

hoạt động kinh doanh với sự góp vốn và điều hành chung, không can thiệp vào công việc kinh doanh của từng hội viên. Đây là tổ chức phi lợi nhuận và hoạt động trên cơ sở độc lập về mặt tài chính. Nguồn kinh phí của Hiệp hội ngành hàng chủ yếu là do sự đóng góp của các thành viên, không theo chế độ đóng bình quân mà có thể tùy theo quy mô, thực lực và mức độ tham gia của hội viên vào các hoạt động của Hiệp hội. Ngoài ra, Hiệp hội ngành hàng cũng có thể lấy kinh phí từ nguồn tài trợ của các tổ chức cá nhân, từ sự hỗ trợ của Nhà nước do Hiệp hội đã có đóng góp hiệu quả cho xã hội và cho các nhiệm vụ của Nhà nước và từ các nguồn thu hợp pháp khác như dịch vụ gây quỹ hay lãi gửi tiết kiệm… Các hiệp hội cũng có thể hoạt động doanh lợi theo ngành nghề có gắn liền với tôn chỉ, mục đích sự nghiệp của hiệp hội. Nhưng các hiệp hội đều phải tuân thủ nguyên tắc lấy phục vụ là trung tâm, phi doanh lợi là mục đích.

Các hoạt động của Hiệp hội là vì hội viên, cho hội viên và do các hội viên làm chủ. Các công việc, hoạt động của Hiệp hội chia ra làm 2 loại. Thứ nhất là công việc sự nghiệp như vận động chính sách, xây dựng hình ảnh chung, đối ngoại… Thứ hai là công việc dịch vụ như huấn luyện, đào tạo, hội chợ triển lãm, sự kiện, nghiên cứu thị trường… Công việc sự kiện được thực hiện chung cho cộng đồng hội viên, công việc dịch vụ thì thực hiện theo hợp đồng cho từng hội viên có nhu cầu và thu phí của người sử dụng. Công việc dịch vụ không chỉ nhắm tới các hội viên mà có thể kinh doanh với các đối tượng ngoài Hiệp hội. Tuy nhiên các hội viên không có đủ thời gian, động lực và chuyên môn để tham dự vào tất cả các hoạt động của các Hiệp hội một cách thành công. Vì vậy, hoạt động của Hiệp hội đòi hỏi phải do một đội ngũ chuyên nghiệp thực hiện.

1.3. Vai trò của Hiệp hội ngành hàng

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng hiện nay, các hiệp hội ngành hàng ngày càng khẳng định rõ ràng và chắc chắn vai trò của mình trong việc đại diện, hỗ trợ cũng như định hướng doanh nghiệp hoạt động kinh doanh theo thông lệ và luật pháp quốc tế. Thông qua đó, hiệp hội cũng đã góp

phần không nhỏ vào việc thúc đẩy sự phát triển của nền kinh tế quốc gia nói chung và sự phát triển của ngành hàng nói riêng.

1.3.1. Vai trò của Hiệp hội ngành hàng đối với doanh nghiệp

Giữa doanh nghiệp và hiệp hội có mối quan hệ mật thiết với nhau, có doanh nghiệp mới có hiệp hội, và đến lượt mình, sự ra đời và phát triển của hiệp hội lại có tác động tích cực tới sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Bên cạnh đó, hiệp hội còn có vai trò rất lớn trong việc góp phần cải thiện môi trường kinh doanh và phát triển doanh nghiệp. Hiệp hội tập hợp các doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế, phối hợp hoạt động của các thành viên, lập diễn đàn trao đổi, cung cấp thông tin về các mặt sản xuất, kinh doanh, dịch vụ, khoa học, công nghệ, thị trường, chính sách… giữa các doanh nghiệp và giữa các doanh nghiệp với các cơ quan Nhà nước, các tổ chức và các doanh nghiệp khác ở trong và ngoài nước.

1.3.1.1. Đại diện cho quyền lợi của doanh nghiệp

Các doanh nghiệp trong quá trình phát triển thường gặp không ít khó khăn do chịu sự tác động nhiều mặt từ xã hội như sức ép của quy luật cạnh tranh, từ thủ tục hành chính, do đó, tâm lý chung của doanh nghiệp thường tìm đến Hiệp hội – mái nhà chung để nương tựa về mặt tinh thần. Hiệp hội là người bạn đồng hành, là chỗ dựa và đặc biệt là đại diện cho doanh nghiệp. Hiệp hội đại diện cho doanh nghiệp để bảo vệ lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp đối với các quan hệ trong nước và quốc tế. Đây là chức năng chính của đa số các Hiệp hội ngành hàng, nhất là những Hiệp hội lớn.

Thứ nhất, Hiệp hội là tổ chức đại diện hợp pháp của hội viên trong mỗi ngành hàng. Hiệp hội thường xuyên theo sát các hoạt động sản xuất, kinh doanh của hội viên, nắm bắt kịp thời những vướng mắc, tâm tư, nguyện vọng của hội viên để tham gia phản ánh đúng đắn và chính xác vào các văn bản luật có liên quan đến ngành hàng đó. Vì vậy, Hiệp hội thường kết hợp 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. Ngoài ra, Hiệp hội cũng tham gia góp ý, tư vấn, phản biện các cơ chế, chính sách sao cho

phù hợp với sự phát triển của các doanh nghiệp. Cụ thể như Hiệp hội thường xuyên đóng góp ý kiến tham vấn cho các cơ quan hoạch định chính sách, xây dựng quy hoạch chính sách, xây dựng quy hoạch kế hoạch phát triển ngành nghề nhằm thúc đẩy phát triển ngành nghề phù hợp với yêu cầu thực tế. Đặc biệt trong lĩnh vực thương mại, việc gắn kết giữa sản xuất và lưu thông hàng hoá ngày nay đã trở thành mối quan tâm của toàn xã hội. Trong thời kỳ hiện nay, các hiệp hội giữ vai trò quan trọng trong việc thiết lập một thị trường phân phối trong nước theo xu hướng văn minh hiện đại trong đó phải gắn sản xuất, bảo quản, chế biến và tiêu thụ sản phẩm sản xuất trong nước cùng với tổ chức hệ thống bán buôn, bán lẻ hàng nhập khẩu trong điều kiện mở cửa thị trường phân phối phù hợp với các cam kết quốc tế.

Hiệp hội giữ vai trò phản biện trong các cuộc thảo luận, nghiên cứu đề án, dự án của các cơ quan nhà nước liên quan đến lĩnh vực của hiệp hội kể cả từ các dự luật, các quy định, các quyết định của các cơ quan quản lý. Những ý kiến đóng góp của hiệp hội phản ánh những nội dung sâu sát, có tính thực thi mang lại hiệu lực của các văn bản quy phạm pháp luật về lĩnh vực đó. Ngày nay trong lĩnh vực thương mại có rất nhiều văn bản quy phạm pháp luật cần được sửa đổi, bổ sung cho phù hợp với cam kết quốc tế và thực tế sau hai năm Việt Nam trở thành thành viên chính thức WTO. Đó là luật thương mại, luật cạnh tranh, pháp lệnh chống bán phá giá, pháp lệnh bảo vệ người tiêu dùng…đồng thời cần có những bộ luật mới để đáp ứng những đòi hỏi yêu cầu của nền kinh tế thị trường theo hướng tự do hoá thương mại cao hơn như luật bảo vệ người tiêu dùng, luật bán buôn, bán lẻ… Nếu tất cả các Hiệp hội đều tham gia cho ý kiến những văn bản pháp luật này thì chắc chắn sẽ tạo ra một hệ thống pháp luật hoàn thiện hơn.

Thứ hai, Hiệp hội chính là đầu mối đại diện các doanh nghiệp hội viên tham gia vào các diễn đàn khu vực và thế giới bằng việc tạo được mối quan hệ hợp tác với các hiệp hội tương ứng ở các nước khác, Hiệp hội hỗ trợ các doanh nghiệp hội viên xây dựng và phát triển chiến lược cạnh tranh để tăng sức cạnh tranh khi thâm nhập vào thị trường mới. Đồng thời, hiệp hội cũng tham gia vào các tổ chức quốc

tế liên quan đến hiệp hội của mình trong đó có hiệp hội ngành hàng quốc tế để có thể tiếp cận thị trường thế giới nhanh chóng và dễ dàng hơn.

Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng, khi thực hiện cam kết WTO, những biện pháp hành chính trong điều hành thị trường của các cơ quan quản lý sẽ giảm bớt và không còn phát huy tác dụng thì hiệp hội chính là người giữ vai trò điều hoà các quan hệ nói chung và quan hệ thương mại nói riêng theo pháp luật quy định và theo thông lệ quốc tế. Đặc biệt hiện nay, khi hoạt động thương mại diễn ra rất sôi nổi trên phạm vi toàn cầu thì ngày càng có nhiều vụ kiện thương mại đối với các doanh nghiệp. Trong các tranh chấp thương mại trong một quốc gia, giữa các quốc gia, giữa các doanh nghiệp sẽ phát sinh những vụ kiện thì hiệp hội sẽ đóng vai trò là người khởi kiện hoặc có thể là người đứng ra bảo vệ quyền lợi hợp pháp của ngành hàng hoặc cá thể một thành viên của hiệp hội trong các vụ kiện đó.

Bên cạnh đó, khi các doanh nghiệp thành viên xuất khẩu sang những nước phát triển, Hiệp hội còn đại diện cho doanh nghiệp đấu tranh chống lại sự áp đặt các điều kiện tiêu chuẩn quá cao của các nước này đối với hàng hóa nhập khẩu của các doanh nghiệp hội viên, cụ thể như các điều kiện tiêu chuẩn về môi trường và trách nhiệm xã hội vào các quan hệ thương mại.

1.3.1.2. Hỗ trợ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Hỗ trợ doanh nghiệp cũng là một vai trò rất quan trọng của hiệp hội. Việc hỗ trợ kinh doanh bao gồm tất cả những dịch vụ mà doanh nghiệp có thể có nhu cầu như đào tạo, tư vấn kỹ thuật, tổ chức hội chợ thương mại, hội thảo, hội nghị chuyên đề, mở rộng giao lưu, quan hệ kinh doanh, thu thập và cung cấp thông tin về những vấn đề có tác động đến hội viên…

Thứ nhất, việc hỗ trợ doanh nghiệp thể hiện qua việc *hiệp hội hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực*. Hiện nay, có được nguồn nhân lực có trình độ vẫn là vấn đề được đông đảo các doanh nghiệp quan tâm. Nắm bắt được yêu cầu đó, các hiệp hội ngành hàng thường xuyên giúp đỡ các doanh nghiệp thành viên học tập, nâng cao nghiệp vụ, tri thức và đạo đức kinh doanh. Hiệp hội

tổ chức các khóa đào tạo phát triển doanh nghiệp, nghệ thuật kinh doanh, tổ chức hội nghị phân tích và đúc kết kinh nghiệm trong quá trình sản xuất kinh doanh, tổ chức các đợt thăm quan khảo sát thực tế trong và ngoài nước. Hiệp hội thường xuyên tổ chức các loại hình đào tạo thích hợp nhằm nâng cao kiến thức, nghiệp vụ, năng lực quản lý, khoa học, công nghệ… cho các doanh nghiệp, khuyến khích giúp đỡ phát triển các tài năng kinh doanh, sản xuất. Ngoài ra, hiệp hội thường xuyên có chương trình hợp tác với nhiều tổ chức đào tạo uy tín trong và ngoài nước để thực hiện các khoá đào tạo nhân lực cho doanh nghiệp hội viên. Các chương trình đào tạo có thể là đào tạo cơ bản, đào tạo chuyên sâu, đào tạo nâng cao hoặc đào tạo từ xa tùy vào từng đối tượng học viên. Các học viên được đào tạo về chuyên môn nghiệp vụ, về kỹ năng thương mại, về tổ chức quản lý sản xuất và nhiều nội dung khác.

Hiệp hội ngành hàng không chỉ hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực mà còn hỗ trợ rất nhiều cho việc phát triển các doanh nhân. Hiệp hội chính là nơi để các doanh nhân trao đổi kinh nghiệm quản trị, kinh nghiệm kinh doanh. Hiệp hội tổ chức các cuộc thi tài năng thể hiện bản lĩnh của doanh nhân. Thông qua các hoạt động này, doanh nhân sẽ có điều kiện cọ xát, rèn luyện bản thân để trưởng thành hơn, xây dựng phong cách kinh doanh chuyên nghiệp, văn minh và tiến bộ mà thực chất là văn hóa doanh nghiệp.

Thứ hai, *hiệp hội hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường cho hội viên*. Bản thân các doanh nghiệp riêng lẻ, đặc biệt là các doanh nghiệp vừa và nhỏ gặp rất nhiều khó khăn trong việc thu thập, xử lý các nguồn thông tin trong nước và quốc tế. Vì vậy, vai trò của các Hiệp hội ngành hàng càng được thể hiện rõ nét trong hoạt động này. Hiệp hội cung cấp thông tin rất đa dạng và có chất lượng về giá cả, thị trường trong và ngoài nước, các nghiên cứu, đánh giá, dự báo về thị trường, về thuế suất, hải quan, chính sách pháp luật, cơ hội giao thương và những vấn đề liên quan đến thâm nhập và phát triển thị trường nước ngoài.

Những thông tin này thường được cung cấp thông qua các báo cáo, ấn phẩm định kỳ hay website của Hiệp hội. Website của Hiệp hội ngoài cung cấp các thông

tin bổ ích chung còn có một phần thông tin dành riêng cho các hội viên với mật mã riêng. Hiệp hội còn 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 cho Chủ tịch Hiệp hội trả lời hoặc hướng dẫn khách hàng các địa chỉ cần thiết mà ở đó có khả năng đáp ứng yêu cầu của họ.

Ngoài việc cung cấp thông tin đơn thuần, Hiệp hội còn có những dự báo, cảnh báo về thị trường, về sản xuất kinh doanh, về những thuận lợi, khó khăn trong từng thời kỳ giúp các doanh nghiệp doanh nhân điều chỉnh kịp thời việc tăng, giảm quy mô sản xuất kinh doanh, tìm kiếm thị trường, kiểm tra chất lượng hàng hoá. Đồng thời, Hiệp hội cũng cảnh báo kịp thời những biến động của thị trường trong và ngoài nước, tác động tích cực, hay tiêu cực đến lĩnh vực ngành nghề của hiệp hội làm cho doanh nghiệp tránh được rủi ro chuyển đổi kịp thời sản xuất kinh doanh của mình.

Thứ ba, *hiệp hội hỗ trợ doanh nghiệp hội viên tiếp cận các nguồn vốn.* Việc đảm bảo về tín chấp cũng như thế chấp của các hiệp hội ngành hàng trong lĩnh vực mà doanh nghiệp hoạt động sản xuất kinh doanh đã được thực hiện khá thành công ở một số nước như Mỹ, các nước EU… Khi doanh nghiệp gặp khó khăn trong khâu vay vốn để sản xuất kinh doanh, các hiệp hội có thể đứng ra bảo đảm về thế chấp hoặc tín chấp đối với ngân hàng thương mại nhằm hỗ trợ doanh nghiệp có thể kịp thời huy động được vốn phục vụ kế hoạch kinh doanh.

Nhiều Hiệp hội 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 vừa và nhỏ tiếp cận được tốt hơn với các nguồn vốn chính thức.

Thứ tư, *hiệp hội hỗ trợ các doanh nghiệp về công nghệ*. Hiệp hội luôn tạo điều kiện tốt để các doanh nghiệp hội viên tiếp cận với công nghệ và thiết bị tiên tiến trên thế giới thông qua các cuộc hội thảo quốc tế. Ngoài ra, Hiệp hội sẽ tư vấn về công nghệ và kỹ thuật cũng như tổ chức chuyển giao công nghệ mới nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp hội viên trên thị trường quốc tế.

Thứ năm, *hiệp hội còn có vai trò tổ chức xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp thành viên, có chức năng điều phối để nâng cao sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường quốc tế*. Hiệp hội tổ chức các hoạt động hỗ trợ, hợp tác, thiết lập và phát triển mối quan hệ kinh tế giữa các doanh nghiệp với các đối tác trong và ngoài nước. Ngoài ra, hiệp hội cũng thường xuyên tổ chức các chuyến đi tham quan, tìm hiểu, phát triển thị trường ở nước ngoài, đồng thời tổ chức và tham gia các hội chợ, triển lãm ở trong và ngoài nước. Thông qua đó, các doanh nghiệp có điều kiện giới thiệu năng lực sản xuất kinh doanh và quảng bá thương hiệu của mình với khách hàng, đối tác và nhiều hợp đồng kinh tế sẽ được ký kết, nhiều doanh nghiệp sẽ tìm được đối tác kinh doanh, nhất là những doanh nghiệp quy mô còn nhỏ, ít cơ hội.

Hiệp hội thường phối hợp với các cơ quan xúc tiến thương mại của Chính phủ tham gia vào các phái đoàn chuyên trách của Chính phủ gặp gỡ, tìm hiểu cơ hội làm ăn và đầu tư ở thị trường nước ngoài. Bên cạnh đó các 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. Ngoài ra, hiệp hội còn tư vấn cho doanh nghiệp các cơ hội kinh doanh với các bạn hàng nước ngoài.

Hiệp hội chính là nơi tập hợp doanh nghiệp, đoàn kết để tạo nên sức mạnh tổng hợp đủ khả năng thâm nhập vào thị trường quốc tế. Hiệp hội giúp đỡ doanh nghiệp bằng cách tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại tại thị trường quốc tế, tuyên truyền quảng bá ngành hàng, đồng thời tích cực tư vấn việc xây dựng và bảo vệ thương hiệu. Mặt khác, trong quá trình hội nhập, vai trò to lớn của hiệp hội đã và đang được thể hiện thông qua các hoạt động bảo vệ quyền lợi của các doanh nghiệp trong kinh doanh thương mại.

1.3.1.3. Cầu nối giữa doanh nghiệp và Nhà nước

Đây là vai trò rất quan trọng của các hiệp hội ngành hàng. Ngay từ khi thành lập, các hiệp hội đã xác định việc thiết lập và duy trì quan hệ mật thiết với các cơ quan quản lý Nhà nước là một trong những vai trò quan trọng của mình.

Là cầu nối giữa doanh nghiệp và Nhà nước, các hiệp hội tuyên truyền, phổ biến các 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 hiệp hội cũng tìm hiểu, quan tâm đến những vướng mắc của doanh nghiệp để phản ánh, đề đạt lên các cơ quan quản lý Nhà nước để thực hiện việc ban hành, sửa đổi, bổ sung các chính sách pháp luật tạo thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp.

Chính phủ có thể nắm bắt được tình hình các doanh nghiệp thông qua hiệp hội ngành hàng, qua đó có thể theo dõi sát sao diễn biến của nền kinh tế. Đặc biệt là hiện nay, khi nền kinh tế các nước đang hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế thế giới, Chính phủ không thể can thiệp sâu vào hoạt động của các doanh nghiệp mà phải thông qua cầu nối là các hiệp hội để quản lý doanh nghiệp.

1.3.2. Vai trò của hiệp hội ngành hàng đối với nền kinh tế

Không chỉ có vai trò quan trọng đối với cộng đồng doanh nghiệp, hiệp hội còn giữ một vai trò không nhỏ đối với sự phát triển kinh tế của một quốc gia nói chung và của ngành hàng nói riêng.

1.3.2.1. Góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngành

Với việc hỗ trợ và thúc đẩy các doanh nghiệp hội viên phát triển, hiệp hội đã góp phần không nhỏ làm nâng cao năng lực cạnh tranh và xây dựng thương hiệu quảng bá cho các ngành hàng. Hiệp hội đóng vai trò rất quan trọng trong việc điều tiết và phát triển ngành hàng đặc biệt trong giai đoạn hiện nay khi Chính phủ chỉ ra chính sách chứ không can thiệp vào hoạt động của ngành. Thông qua hiệp hội, Chính phủ hỗ trợ các nguồn lực cần thiết để phát triển ngành. Hiệp hội cũng chính là cầu nối giữa các ngành với Chính phủ.

Hiệp hội giữ vai trò điều hoà quy mô sản xuất và xuất khẩu, giá cả và chất lượng sản phẩm. Trong cơ chế thị trường, cạnh tranh là cần thiết và là động lực để phát triển nhưng cạnh tranh không lành mạnh, tranh mua, tranh bán sẽ làm tổn hại đến lợi ích của quốc gia. Nếu ngành không được sự điều tiết của hiệp hội thì sẽ gây thiệt hại không nhỏ cho sản xuất của cả ngành.

1.3.2.2. Tạo điều kiện cho khu vực kinh tế tư nhân phát triển

Ngày nay, khu vực kinh tế tư nhân, trong đó có các hộ kinh doanh thương mại, các công ty tư nhân đã có vị trí, tiếng nói trong hệ thống doanh nghiệp, doanh nhân Việt Nam. Theo thống kê, hiện có khoảng 3 triệu hộ sản xuất kinh doanh, hơn 23 vạn công ty tư nhân so với vài ba ngàn tổ hợp công ty tư nhân cách đây gần 20 năm về trước, từ thành phần kinh tế nhỏ bé đóng góp vào GDP không đáng kể ngày nay khu vực này đóng góp trên 40% tổng sản phẩm quốc nội (GDP).

Khu vực kinh tế tư nhân ngày nay đã trở thành lực lượng quan trọng trong việc thực hiện các chủ trương chính sách của Đảng, Nhà nước đồng thời khu vực kinh tế tư nhân cũng là môi trường khách quan, phản ánh trung thực tính thực thi, hiệu quả, hiệu lực của các chủ trương, chính sách kinh tế Việt Nam trong mỗi giai đoạn cụ thể. Từ đó các cơ quan hoạch định chính sách rút ra những kết luận để thay đổi, điều chỉnh, bổ sung chính sách của mình cho phù hợp với thực tế, nhằm ngày càng tạo ra hành lang pháp lý tốt hơn giúp khu vực kinh tế tư nhân phát triển nhanh hơn, hoạt động có hiệu quả hơn, đóng góp lớn hơn cho chủ trương xây dựng Việt Nam thành quốc gia dân giàu nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh.

Khu vực kinh tế tư nhân nói chung trong đó có các doanh nghiệp thương mại nói riêng rất linh hoạt trong sản xuất, dịch vụ kinh doanh, đáp ứng nhanh nhạy nhu cầu của thị trường, góp phần rất quan trọng bảo đảm cung cầu hàng hóa trên thị trường làm cho thị trường đa dạng hơn, phong phú hơn. Các chủ doanh nghiệp tư nhân đa phần là trẻ, có trình độ, có kiến thức, tiếp cận với thị trường nhanh, tiếp thu công nghệ, kinh nghiệm nghề nghiệp để lập nghiệp tốt, nhiều doanh nghiệp tư nhân đã thành đạt trong kinh doanh, trong hoạt động sản xuất nhập khẩu, và đã mạnh dạn có ý kiến đóng góp cho các cơ quan hoạch định chính sách liên quan đến lĩnh vực dịch vụ thương mại như luật thương mại sửa đổi, pháp lệnh chống bán phá giá, luật cạnh tranh, luật doanh nghiệp ... và những nghị định, quyết định của Chính Phủ điều hành hoạt động thương mại trong thời kỳ thực thi các cam kết trong WTO đặc biệt là những quyết định liên quan đến cơ chế thủ tục hành chính,

các lĩnh vực thuế quan liên quan đến từng lĩnh vực cụ thể trong hoạt động thương mại dịch vụ trong thời gian vừa qua.

Khu vực kinh tế tư nhân nói chung và các doanh nghiệp thương mại nói riêng ngày nay đã trở thành đối tác quan trọng trong liên doanh, liên kết, hợp tác kinh doanh dịch vụ của hệ thống doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp nước ngoài, là cầu nối giữa sản xuất với thị trường trong và ngoài nước, thực hiện hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực. Quan trọng hơn khu vực này nói chung và các doanh nghiệp thương mại thực sự là cầu nối nền kinh tế Việt Nam với nền kinh tế thế giới và khu vực. Khi tổng kim ngạch xuất nhập khẩu vào Việt Nam đạt đến từ 1,3 đến 1,5 lần tổng sản phẩm quốc nội (GDP) thì vai trò hệ thống khu vực kinh tế tư nhân nói chung và các doanh nghiệp thương mại nói riêng cũng giữ một vị trí quan trọng nó quyết định tốc độ tăng trưởng GDP và là nhân tố quan trọng bình ổn thị trường kiềm chế lạm phát như giai đoạn hiện nay.

Các doanh nghiệp tham gia hiệp hội phần đông là các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Các doanh nghiệp này không có năng lực và nhiều điều kiện thuận lợi như các doanh nghiệp lớn và tổng công ty nên thường tham gia vào các hiệp hội để nâng cao tính cạnh tranh của mình. Vì vậy, hiệp hội có vai trò rất lớn trong việc thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp hội viên thì cũng đồng thời tạo điều kiện thuận lợi cho khu vực kinh tế tư nhân phát triển. Bên cạnh đó, một số hiệp hội tham gia đóng góp ý kiến và một số ít trường hợp còn tự mình tham gia soạn thảo luật đã có rất nhiều ảnh hưởng tích cực rõ rệt đến những chính sách đối với khu vực kinh tế tư nhân

1.3.2.3. Góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội

Trong thời đại hiện nay, vai trò này ngày càng quan trọng. Hiệp hội tập hợp rộng rãi các tổ chức kinh tế thuộc các thành phần kinh tế, các cơ quan khoa học kỹ thuật và đào tạo trong ngành và các ngành có liên quan, tạo ra mối liên hệ liên kết kinh tế ổn định. Thông qua việc phát triển hoạt động của các doanh nghiệp thành viên và hoạt động của ngành hàng, hiệp hội đã góp phần thúc đẩy phát triển nền kinh tế các quốc gia. Ngoài ra, một số hiệp hội còn tham gia vào các hoạt động

đóng góp xã hội và nhân đạo như quyên tiền ủng hộ đồng bào bão lụt, gặp nạn đói hay người tàn tật. Đồng thời, các hiệp hội cũng có rất nhiều hoạt động tích cực đồng thời khuyến khích các doanh nghiệp hội viên tham gia bảo vệ môi trường.

Tóm lại, chương 1 đã trình bày khái niệm của Hội, của Hiệp hội ngành hàng cùng với phương thức hoạt động, mô hình tổ chức, vai trò và một số nhân tố ảnh hưởng tới Hiệp hội ngành hàng. Những tìm hiểu trên đây đã cung cấp một cơ sở lý luận cơ bản và toàn diện để ta có thể nghiên cứu, tìm hiểu và đánh giá được hoạt động của một số Hiệp hội ngành hàng tiêu biểu trên thế giới cũng như nghiên cứu những điều kiện thuận lợi và những vai trò quan trọng của những Hiệp hội này trong Chương 2 “Khảo sát hoạt động của một số Hiệp hội ngành hàng trên thế giới hiện nay”.

CHƯƠNG 2
KHẢO SÁT HOẠT ĐỘNG CỦA MỘT SỐ HIỆP HỘI NGÀNH HÀNG TRÊN THẾ GIỚI TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ

Nghiên cứu hoạt động của bất kỳ một hiệp hội ngành hàng nào chúng ta cũng cần đặt trong bối cảnh nền kinh tế – chính trị – xã hội quốc gia cũng như bối cảnh ngành hàng đó để có thể đánh giá chính xác, toàn diện những cố gắng, những thành công hay những hạn chế của hoạt động này. Vì vậy, đối với từng Hiệp hội, chúng ta sẽ nghiên cứu:

- Tổng quan kinh tế của quốc gia đó;
- Khái quát về ngành hàng đó trong bối cảnh ngành hàng toàn thế giới;
- Hoạt động của Hiệp hội ngành hàng với mô hình tổ chức và các hoạt động trong giai đoạn hiện nay để từ đó đánh giá những thành công và hạn chế của hoạt động này.

2.1. Hiệp hội Thủy sản Mỹ (NFI – National Fisheries Institute)

2.1.1. Tổng quan về kinh tế Mỹ

2.1.1.1. Vài nét về nước Mỹ

Mỹ là liên bang cộng hòa lập hiến, có tổng diện tích lớn thứ tư trên thế giới, sau Liên bang Nga, Canada và Trung Quốc với 9,364 triệu km^2 và có dân số đứng thứ 3 thế giới sau Trung Quốc và Ấn Độ với 302 triệu người. Mỹ gồm có 50 tiểu bang và một quận liên bang. Quốc gia này nằm gần như hoàn toàn trong tây bán cầu: 48 tiểu bang lục địa và Thủ đô Washington, D.C. nằm giữa Bắc Mỹ, giáp Thái Bình Dương ở phía tây, Đại Tây Dương ở phía đông, Canada ở phía bắc và Mexico ở phía nam. Tiểu bang Alaska nằm trong vùng tây bắc của lục địa Bắc Mỹ, giáp với Canada ở phía đông. Tiểu bang Hawaii nằm giữa Thái Bình Dương. Mỹ cũng có 14 lãnh thổ hay còn được gọi là vùng quốc hải rải rác trong vùng biển Caribbe và Thái Bình Dương. Với vị trí địa lý như vậy, Mỹ rất thuận tiện trong

việc giao lưu kinh tế với các nước qua hệ thống hải cảng, thuận lợi cho sản xuất và sinh sống đồng thời phát triển được kinh tế biển.

2.1.1.2. Kinh tế Mỹ

Mỹ là cường quốc lớn nhất thế giới về kinh tế. Mỹ có một nền kinh tế hỗn hợp tư bản chủ nghĩa được kích thích bởi tài nguyên thiên nhiên phong phú, một cơ sở hạ tầng phát triển tốt và hiệu suất cao.

Hiện ở Mỹ, các ngành không trực tiếp sản xuất ra hàng hóa gồm thương mại, giao thông vận tải, ngân hàng đã tạo ra đến 70% GDP, trong khi tỷ trọng của các ngành như nông nghiệp còn khoảng 3%.

Trong gần hai thập kỷ qua, kinh tế Mỹ đã phát triển khả quan, trải qua ba chu kỳ rưỡi lên xuống, ngoại trừ năm 1991 là GDP âm 0,2%, còn lại đều có chỉ số tăng dương. Đầu thế kỷ XXI, nền kinh tế Mỹ đã trải qua những biến động lớn lao. Một làn sóng đổi mới công nghệ trong tin học, truyền thông và sinh học đã tác động sâu sắc đến cách thức làm việc và nghỉ ngơi của người Mỹ. Cùng lúc đó, sự sụp đổ của chủ nghĩa cộng sản ở Liên Xô và Đông Âu, sự gia tăng tiềm lực kinh tế của Tây Âu, sự nổi lên của các nền kinh tế đầy tiềm năng ở châu á, sự mở rộng các cơ hội phát triển kinh tế ở Mỹ Latinh và châu Phi và sự hội nhập toàn cầu đang tăng lên về kinh tế và tài chính đã tạo ra những cơ hội cũng như thách thức mới. Tuy nhiên, nước Mỹ đã bước vào thế kỷ XXI với một nền kinh tế lớn hơn bao giờ hết và cùng với nhiều số liệu đánh giá là thành công chưa từng có.

Từ năm 2002-2006, kinh tế Mỹ luôn tăng trưởng hơn 3%/năm (xem bảng 2.1), góp phần quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế toàn cầu. Kinh tế tăng trưởng nhờ những chuyển biến tích cực trên thị trường việc làm, trong khi thu nhập của người lao động tăng góp phần kích thích sức mua và tỷ lệ lạm phát vẫn được Mỹ khống chế chặt chẽ, nhằm khống chế giá tiêu dùng ổn định. Mặc dù chiếm chưa đến 5% dân số thế giới, nhưng nước Mỹ lại chiếm tới hơn 25% sản lượng kinh tế toàn thế giới. Nhật Bản, nước có nền kinh tế đứng thứ hai thế giới, cũng chỉ tạo ra gần một nửa sản lượng trên.

Bằng nhiều biện pháp, Mỹ đã duy trì được vị thế là một nền kinh tế có tính cạnh tranh cao, sản lượng lớn và có tầm ảnh hưởng rộng lớn nhất trên thế giới. Tuy nhiên, càng ngày kinh tế Mỹ càng chịu nhiều tác động từ các nền kinh tế năng động khác. Hiện nay, nước Mỹ vẫn đang phải đối mặt với cả các thách thức đến từ bên trong lẫn những thách thức đến từ bên ngoài. Năm 2007 và 2008 là hai năm nền kinh tế Mỹ biểu hiện những dấu hiệu suy thoái với tốc độ tăng trưởng giảm mạnh xuống còn 1,31% và 1,6%.

Bảng 2.1: GDP của Mỹ giai đoạn 2000-2007

Năm	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**
GDP (nghìn tỷ USD)	10,418	10,908	11,657	12,398	13,164	13,336
Tốc độ tăng GDP (%)	3,39	4,7	3,6	3,2	3,0	1,31

Nguồn: http://www.gso.gov.vn

Nói tóm lại, kinh tế Mỹ luôn đứng cao nhất hoặc cận cao nhất trong hàng loạt các xếp hạng quốc tế, trong đó có một số chỉ tiêu cơ bản như xếp thứ nhất về sản lượng kinh tế, còn gọi là tổng sản phẩm quốc nội (GDP). Với ít hơn 5% dân số thế giới, khoảng 302 triệu người, nước Mỹ chiếm 20 đến 30% tổng GDP của toàn thế giới. Mỹ cũng là địa điểm thu hút nhiều đầu tư trực tiếp nước ngoài nhất – trong lĩnh vực kinh doanh và bất động sản - đạt khoảng 177,3 tỷ USD trong năm 2007. Đồng thời, Mỹ đứng đầu về địa điểm rót vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài của 100 tập đoàn đa quốc gia lớn nhất thế giới, bao gồm cả các tập đoàn từ những nước đang phát triển, đứng thứ 3 về môi trường kinh doanh thông thoáng trong năm 2007, sau Singapore và New Zealand và đứng thứ 20 trên 163, cùng với Bỉ và Chilê về các chỉ số Minh bạch quốc tế năm 2007 nhằm đo lường mức độ tham nhũng (các nền kinh tế có xếp hạng thấp được xem là ít tham nhũng hơn).

2.1.2. Khái quát về ngành thủy sản Mỹ

2.1.2.1. Vài nét về thủy sản thế giới

Năm 2006, năm gần nhất có số liệu cập nhật, sản lượng thuỷ sản khai thác và nuôi trồng thương mại của thế giới đạt 143,6 triệu tấn, tăng 0,9 triệu tấn so với một năm trước đó.

Trung Quốc là nước đứng đầu, chiếm 35,9% tổng khối lượng thủy sản được đánh bắt, tiếp đến là Pêru và ấn Độ với 4,9%. Inđônêxia đứng thứ tư với 4,2% và Mỹ đứng thứ năm với 3,7%.

Năm 2007, mậu dịch thuỷ sản thế giới đang tăng trưởng rất nhanh với 38% sản lượng thuỷ sản được giao dịch quốc tế. Kim ngạch xuất khẩu toàn cầu tăng 9,5% vào năm 2006, 7% năm 2007, lên đến con số kỉ lục 92 tỉ USD. Các nước đang phát triển tiếp tục khẳng định vị trí của mình trong ngành thuỷ sản, chiếm 50% sản lượng thương mại thuỷ sản toàn cầu, chiếm 27% giá trị, tương đương 25 tỉ USD. Các nước phát triển chiếm 80% tổng nhập khẩu thuỷ sản toàn cầu.

Tính theo khu vực thì EU vẫn là thị trường thuỷ sản lớn nhất, bởi EU đã mở rộng đến 27 quốc gia và tiêu thụ thủy sản ngày càng tăng. Không kể thương mại thuỷ sản nội khối, năm 2007, EU đã nhập khẩu 23 tỉ USD thuỷ sản từ các nhà cung cấp ngoài EU, tăng 11% so với năm 2006. Trên phạm vi khu vực, 27 nước thành viên của Liên minh Châu Âu là thị trường tiêu thụ thuỷ sản lớn nhất thế giới, nhập khẩu thuỷ sản vào EU tăng 11% lên 23 tỷ USD năm ngoái.

Xuất khẩu thuỷ sản hiện chiếm 38% sản lượng thuỷ sản toàn cầu, với khoảng 145 triệu tấn. các quốc gia đang phát triển xuất khẩu nửa số thuỷ sản, trong khi các nước phát triển nhập khẩu tới 80% tổng giá trị thủy sản thế giới mỗi năm [28].

2.1.2.2. Ngành thủy sản Mỹ

- Khai thác và chế biến thủy sản Mỹ

Mỹ là một trong số ít quốc gia có nguồn lợi hải sản giàu có và phong phú nhất thế giới. Đặc điểm nổi bật của nghề khai thác Mỹ là việc phân định khu vực khai thác một cách rõ ràng và việc quản lý khai thác rất khoa học, chặt chẽ. Các bang quản lý hoạt động khai thác ở vùng gần bờ, chiếm khoảng 30-40% tổng sản lượng đánh bắt. Từ 3 đến 200 hải lý theo quy định của liên bang. Ngoài 200 hải lý, các tàu thuyền đánh bắt tuân thủ theo các cam kết quốc tế.

Tổng khối lượng thủy sản (dùng làm thực phẩm và công nghiệp) đánh bắt tại 50 bang nước Mỹ năm 2007 là 9,2 tỷ pao, tương đương 4,2 triệu tấn, trị giá 4,1 tỷ USD, giảm 3% so với năm 2006, nhưng tăng 2% về giá trị (64,6 triệu USD). Cá

chiếm 89% tổng khối lượng thuỷ sản đánh bắt, nhưng chỉ chiếm 51% về giá trị. Giá mua tại tàu trung bình năm 2007 là 44 xen, thấp hơn 1 xen so với 1 năm 2006.

Sản lượng thuỷ sản thương mại cập các cảng bên ngoài 50 bang nói trên, theo Hiệp định Chế biến Nội vùng (IWP) đạt 71.838 tấn, trị giá 62,5 triệu USD, tăng 3% về khối lượng và tăng 2% về giá trị so với năm 2006. Hầu hết số thuỷ sản khai thác được này là cá ngừ, cá kiếm tại quần đảo Samoa và các cảng nước ngoài khác.

Công nghiệp chế biến thuỷ sản khổng lồ của Hoa Kỳ được phân bố ở khắp các bang, nhưng tập trung ở các bang bờ Đông và các thành phố lớn ở bờ Tây. Ngoài ra còn nhiều sản phẩm được chế biến ngay trên biển (ở các tàu lưới kéo cá tuyết, tàu mẹ chế biến cá hồi, cá ngừ, cá trích…). Công nghiệp chế biến thuỷ sản phục vụ cả thị trường nội địa và xuất khẩu [28].

- Tiêu thụ thủy sản của Mỹ

Tiêu thụ thuỷ sản trên đầu người ở Mỹ năm 2007 (cá và thuỷ sản có vỏ) là 16,3 pao (thuỷ sản ăn được), thấp hơn năm 2006 (giảm 0,2 pao). Tiêu thụ trên đầu người các sản phẩm tươi và đông lạnh là 12,1 pao, giảm 0,2 pao so với năm 2006. Tiêu thụ cá tươi và đông lạnh đạt 6,6 pao, tiêu thụ thuỷ sản có vỏ tươi và đông lạnh là 5,5 pao/mỗi người. Năm 2007, tiêu thụ các sản phẩm thuỷ sản đóng hộp đạt 3,9 pao/mỗi người, bằng với một năm 2006. Tiêu thụ cá đã chế biến đạt 0,3 pao/mỗi người, bằng với mức của năm 2006. Thuỷ sản nhập khẩu ăn được chiếm 84% tổng khối lượng thuỷ sản được tiêu thụ. Sử dụng thuỷ sản trên đầu người (ăn được và công nghiệp) năm 2007 là 67,9%, giảm 2 pao so với năm 2006 (xem bảng 2.2).

ảng 2.2: Tiêu thụ bình quân cá và thủy sản có vỏ của Mỹ

đơn vị: pao

Năm	Tươi và đóng hộp	Đóng hộp	Đã chế biến	Tổng
2000	10,2	4,7	0,3	15,2
2001	10,3	4,2	0,3	14,8
2002	11,0	4,3	0,3	15,6
2003	11,4	4,6	0,3	16,3
2004	11,8	4,5	0,3	16,6
2005	11,6	4,3	0,3	16,2
2006	12,3	3,9	0,3	16,5
2007	12,1	3,9	0,3	16,3

Nguồn: http://www.vasep.com.vn

Bảng 2.3: Tiêu thụ một số sản phẩm thủy sản của Mỹ

đơn vị: pao

Năm	Philê và cắt miếng	Chả cá	Tôm đã chế biến
2000	3,6	0,9	3,2
2001	3,7	0,8	3,4
2002	4,1	0,8	3,7
2003	4,3	0,7	4,0
2004	4,6	0,7	4,2
2005	5,0	0,9	4,1
2006	5,2	0,9	4,4
2007	5,0	0,9	4,1

Nguồn: http://www.vasep.com.vn

Bảng 2.4: Tiêu thụ bình quân sản phẩm đồ hộp của Mỹ

đơn vị: pao

Năm	Cá hồi	Cá Sardin	Cá ngừ	Tôm, cua	Các loài khác	Tổng
2000	0,3	0,2	3,5	0,3	0,4	4,7
2001	0,4	0,2	2,9	0,3	0,4	4,2
2002	0,5	0,1	3,1	0,3	0,3	4,3
2003	0,4	0,1	3,4	0,4	0,3	4,6
2004	0,3	0,1	3,3	0,4	0,4	4,5
2005	0,4	0,1	3,1	0,4	0,3	4,3
2006	0,2	0,2	2,9	0,4	0,2	3,9
2007	0,3	0,2	2,7	0,4	0,3	3,9

Nguồn: http://www.vasep.com.vn

- Nhập khẩu

Tổng giá trị nhập khẩu các sản phẩm thuỷ thực phẩm và phi thực phẩm xấp xỉ 28,8 tỷ USD trong năm ngoái, tăng khoảng 1,1 tỷ USD so với năm 2006. Khối lượng nhập khẩu các sản phẩm thuỷ sản thực phẩm đạt 5,3 tỷ pao, trị giá 13,7 USD năm 2007, giảm 53,8 triệu pao nhưng tăng 340,9 triệu so với một năm 2006. Nhập khẩu thuỷ sản phi thực phẩm đạt 15,1 tỷ USD, tăng 724,2 triệu USD so với năm 2006 (xem bảng 2.3).

Hiện nay Mỹ là nhà nhập khẩu thủy sản lớn thứ ba trên thế giới, chỉ đứng sau EU và Nhật Bản. Hàng năm, thị trường Mỹ chiếm 15% tổng kim ngạch nhập khẩu thủy sản thế giới. Nhập khẩu thủy sản của Mỹ đã tăng liên tục trong hơn thập kỷ qua, từ 5 tỉ USD năm 1990 lên 11,3 tỉ USD năm 2004, trong khi đó xuất khẩu thủy sản của Mỹ hầu như không tăng trong cùng kỳ. Các nước cung cấp hàng thủy sản lớn cho Mỹ có Canađa và Thái Lan, hai thị trường này lần lượt chiếm gần 20% và 15% tổng nhập khẩu trong mấy năm gần đây.

Bảng 2.5: Nhập khẩu thủy sản các loại vào Mỹ

Năm	1.000 pao	Tấn	Thực phẩm	Phi thực phẩm	Tổng
			1.000 USD		
2000	3.978.243	1.804.519	10.054.045	8.959.391	19.013.436
2001	4.101.993	1.860.652	9.864.431	8.682.738	18.547.169
2002	4.427.141	2.008.138	10.121.262	9.569.912	19.691.174
2003	4.906.553	2.225.598	11.095.475	10.187.079	21.282.554
2004	4.950.806	2.245.671	11.331.325	11.617.745	22.949.070
2005	5.114.937	2.320.120	12.099.324	13.020.754	25.120.078
2006	5.400.097	2.449.468	13.355.294	14.356.669	27.711.963
2007	5.346.340	2.425.084	13.696.204	15.080.915	28.777.119

Nguồn: Bộ Thương mại Mỹ

- Xuất khẩu

Tổng giá trị xuất khẩu các sản phẩm thuỷ sản thực phẩm và phi thực phẩm năm ngoái đạt 20,1 tỷ USD, tăng 2,3 tỷ USD so với năm 2006. Các công ty của Mỹ xuất khẩu 2,9 tỷ pao các sản phẩm thuỷ sản thực phẩm, trị giá 4 tỷ USD, giảm 97,9 triệu pao và tăng 26,7 triệu USD so với năm 2006. Xuất khẩu các sản phẩm phi thực phẩm đạt 15,8 tỷ USD, cao hơn năm trước 2,3 tỷ USD.

Năm 2007, xuất khẩu thuỷ sản thực phẩm đạt 2,9 tỷ pao, trị giá 4,3 tỷ USD, giảm 97,9 tỷ pao so với năm 2006. Tổng khối lượng các mặt hàng thủy sản tươi và đông lạnh năm ngoái là 2,5 tỷ pao trị giá 3,4 tỷ USD, giảm 71,9 triệu pao nhưng tăng 46,1 triệu USD so với năm 2006. Xuất khẩu thuỷ sản tươi và đông lạnh gồm 327,4 triệu pao cá hồi (trị giá 467,1 triệu USD), 310,6 triệu pao surimi trị giá 289,9 triệu USD, và 60,7 triệu pao tôm hùm trị giá 390,9 triệu USD.

Khối lượng thuỷ sản đóng hộp năm ngoái tổng cộng 176,9 triệu pao, trị giá 268,9 triệu USD, trong đó cá hồi là mặt hàng chủ lực (khối lượng 114,2 triệu pao trị giá 203,6 triệu USD). Khối lượng thuỷ sản đã qua chế biến tổng cộng 8,6 triệu

pao trị giá 21,4 triệu USD. Xuất khẩu trứng cá muối và trứng cá có khối lượng tổng cộng 134,2 triệu pao trị giá 516,3 triệu USD.

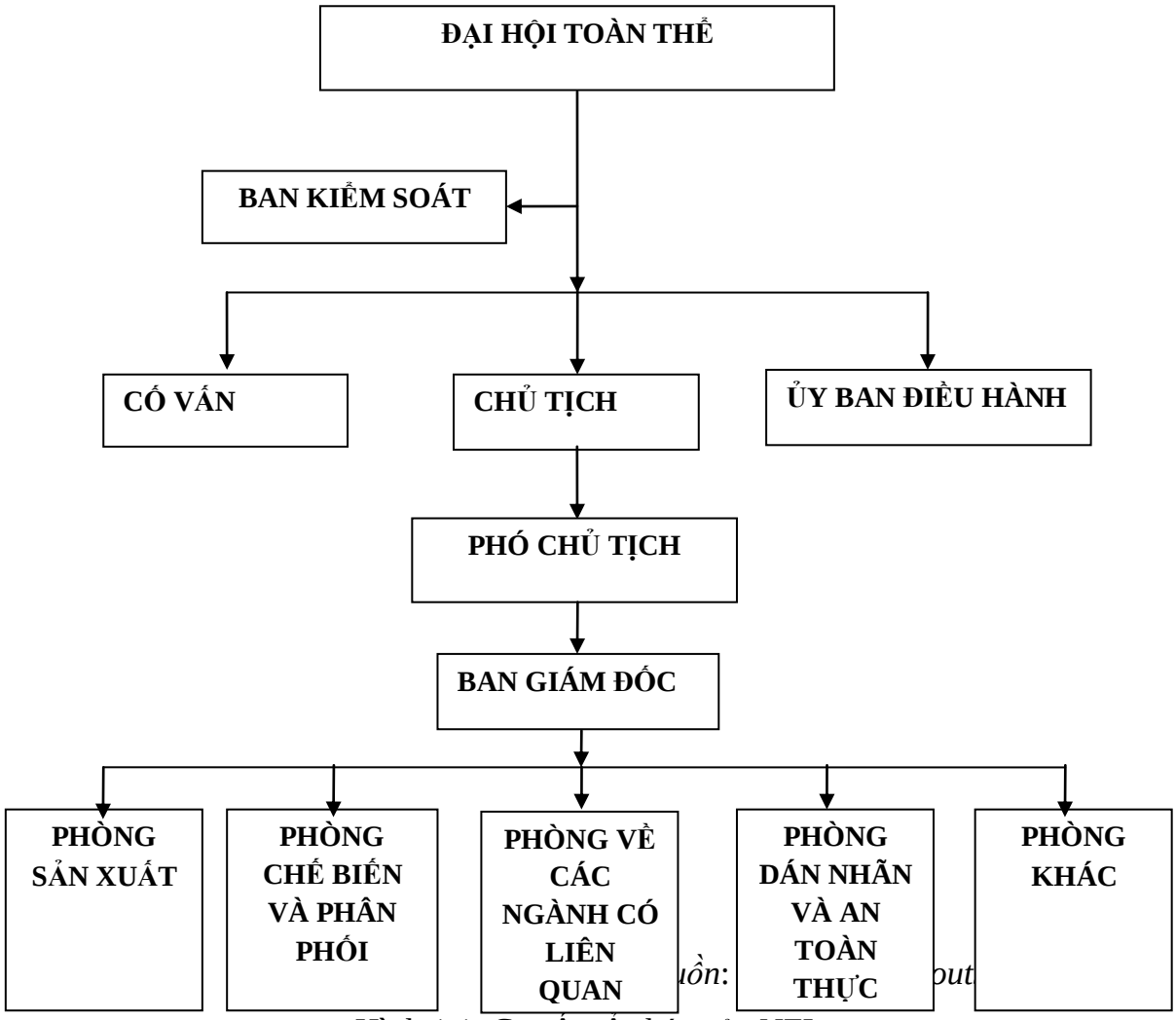
Khối lượng các sản phẩm thuỷ sản phi thực phẩm xuất khẩu tổng cộng 15,8 tỷ USD, tăng 2,3 tỷ USD so với năm 2006. Khối lượng bột cá xuất khẩu lên tới 231,4 tỷ pao trị giá 72 triệu USD. Tổng giá trị thuỷ sản thực phẩm và phi thực phẩm xuất khẩu năm ngoái là 20,1 tỷ USD, tăng 2,3 tỷ USD so với năm 2006 [19].

2.1.3. Hiệp hội Thủy sản Mỹ

Trong bối cảnh nền kinh tế – chính trị – xã hội và ngành thủy sản của một siêu cường kinh tế thứ nhất thế giới với nhiều điều kiện thuận lợi, Hiệp hội Thủy sản Mỹ đã có nhiều hoạt động tích cực tận dụng được các điều kiện này để mang lại lợi ích tối đa cho hội viên, ngành và nền kinh tế.

2.1.3.1. Cơ cấu tổ chức của Hiệp hội Thủy sản Mỹ

Hiệp hội Thủy sản Mỹ (NFI) là tổ chức đại diện cho các nhà nuôi trồng, chế biến và cả những nhà nhập khẩu thủy sản Mỹ và đồng thời là tổ chức dẫn đầu ngành thủy sản Mỹ. NFI có một cơ cấu tổ chức tương đối gọn nhẹ, hoàn chỉnh và hiệu quả.



uồn: *out*

Hình 1.1: Cơ cấu tổ chức của NFI

Gần 400 thành viên của NFI đến từ Bờ biển phía Đông, Tây và Vịnh, cũng như Alaska và Hawaii. Thành viên từ các thành phần tàu đánh cá nhỏ của gia đình tới những tập đoàn thương mại quốc gia lớn, và bao gồm cả những đại diện khác nhau từ khối doanh nghiệp, giáo dục và chính phủ. Các thành viên của NFI nắm giữ thủy sản trên khắp lãnh hải Mỹ.

Hiệp hội có năm nhóm hội viên:

- Các Công ty thủy sản: bao gồm những người gieo trồng, đánh bắt, nhập khẩu, chế biến, bán buôn, đóng gói thủy sản, những thành viên thường kinh doanh trong lĩnh vực thủy sản dù có trụ sở tại Mỹ hay quốc gia khác, và các nhà cung cấp thủy sản.

- Các nhà phân phối lớn và những nhà hàng hải sản: những nhà hàng với doanh số lớn hơn 50% đối với thủy sản.
- Nhà hàng chung: những nhà hàng có doanh số ít hơn 50% về thủy sản.
- Các hiệp hội: các hiệp hội quốc gia và khu vực.
- Các thành viên liên kết: Bất kỳ một công ty kinh doanh cung cấp hàng hóa hay dịch vụ cho các công ty trong ngành thủy sản.

2.1.3.1. Hoạt động của Hiệp hội Thủy sản Mỹ và những thành công của Hiệp hội này

- *Các hoạt động của Hiệp hội mang lại lợi ích cho doanh nghiệp hội viên*
  - Đại diện cho quyền lợi của các doanh nghiệp thành viên

Là tổ chức có tiếng nói đi đầu cho ngành thủy sản Mỹ, NFI thúc đẩy ngành thủy sản phát triển bền vững và tự chủ về tài chính. NFI đại diện cho các hội viên trong vấn đề góp ý xây dựng chính sách đối với ngành thủy sản Mỹ cũng như bảo vệ hội viên trước sự cạnh tranh không lành mạnh của các doanh nghiệp nước ngoài hay những rào cản thương mại của các quốc gia khác.

Mối quan hệ với Chính phủ Mỹ vẫn là một trong những hoạt động chính của NFI. NFI tập hợp ý kiến của các doanh nghiệp hội viên để thực hiện vận động hành lang Chính phủ nhằm xây dựng các chính sách phù hợp, tạo điều kiện thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp và của ngành thủy sản Mỹ.

NFI đã có sự vai trò rất lớn trong việc giải quyết những vụ tranh chấp giữa doanh nghiệp hội viên với các doanh nghiệp khác, đặc biệt là những vụ tranh chấp liên quan đến bán phá giá hàng hóa. Với sự giúp đỡ của NFI, các doanh nghiệp hội viên cũng đã cam kết loại bỏ gian lận kinh tế trong ngành thủy sản. Đồng thời, NFI cũng thành lập Vụ Phát triển Thủy sản (BSB – Better Seafood Bureau), hoạt động độc lập với NFI. BSB có một cơ chế thông báo cho những vi phạm gian lận thương mại dành cho các doanh nghiệp hội viên trong dây chuyền cung cấp (nhà hàng, bán lẻ và xa hơn là nhà sản xuất) để hội viên nhanh chóng có những phản ứng hợp lý.

NFI cũng đang tạo ra rất nhiều mối quan hệ với các Hiệp hội và tổ chức khác trên thế giới, nhằm tạo một môi trường phát triển thuận lợi cho hội viên của mình. Cụ thể, NFI đang là thư ký cho Hiệp hội Thủy Sản Thế giới (ICFA: International Coalition and Fisheries Associations). ICFA là liên minh của các Hiệp hội thủy sản một số quốc gia mạnh về thủy sản. Các thành viên của ICFA đại diện cho những quốc gia chiếm hơn 85% sản lượng thủy sản toàn cầu. ICFA gặp mặt một năm hai lần để hợp tác ủng hộ, trao đổi các chiến lược giữa các tổ chức đánh bắt thủy sản, xác định xu hướng, phát triển chính sách, nhất trí chương trình hành động và gây quỹ. NFI đã từng đại diện ICFA tại các cuộc họp của FAO, Hội đồng Liên Hiệp Quốc và Tổ chức Quản lý Thủy sản Khu vực, để bày tỏ được mong muốn, nguyện vọng của ngành thủy sản thế giới nói chung và thủy sản Mỹ nói riêng trong những cuộc họp này.

- Hỗ trợ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp
  - ✓ Hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực

Nhận thức rõ được tầm quan trọng của nguồn nhân lực, NFI đã thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ và quản lý cho các doanh nghiệp hội viên. Đồng thời NFI cũng chú trọng đào tạo các cán bộ và quản lý của mình để có thể hỗ trợ và giúp đỡ hội viên phát triển. NFI đã thành lập một số ủy ban và quỹ nhằm hỗ trợ cho các hoạt động này.

Ủy ban Giáo dục mới được thành lập đang dự định nhiều chương trình mới, bao gồm việc tài trợ cho chương trình giảng dạy tại một trường đại học cũng như tiếp tục tổ chức các hội thảo trong các lĩnh vực được quan tâm của ngành thủy sản. Sự quan tâm của những hội viên đối với vấn đề đào tạo được minh chứng bằng sự thành công của một loạt những hội thảo được tài trợ về quy trình nhập khẩu thủy sản. Có thể thấy rằng các cuộc hội thảo là đặc điểm mới của chương trình đào tạo thương mại dài hạn. Một loạt những cuộc hội thảo được NFI tài trợ kết hợp với cả Hiệp hội Nhà hàng Mỹ và Hiệp hội Xúc tiến Lương thực trở thành một phương thức thu hút cả hai Hiệp hội này vào hoạt động thương mại và phát triển thủy sản.

NFI lập Quỹ Nghiên cứu và Giáo dục Thủy sản Quốc gia, việc thực hiện các chương trình giáo dục. Ban lãnh đạo của Quỹ bao gồm những cán bộ của Hiệp hội cũng như những đại diện của những nhóm khách hàng lớn và những tổ chức giáo dục có uy tín. Việc hình thành Quỹ Nghiên cứu và Giáo dục Thủy sản Quốc gia là một bước tiến đặc biệt quan trọng đối với Hiệp hội. Tổ chức mới này được thành lập để tìm kiếm nguồn quỹ ở ngoài nhằm hỗ trợ cho quá trình đào tạo hội viên và những dự án nghiên cứu khác.

✓ NFI hỗ trợ cung cấp thông tin thị trường cho hội viên:

NFI có nhiều kênh cung cấp thông tin cho hội viên. Ngoài các tạp chí, ấn phẩm về thủy sản, Hiệp hội đã xây dựng một website cho riêng mình. Website của NFI được thiết kế hơi khác so với website của các Hiệp hội khác. Bên cạnh việc cung cấp rất nhiều thông tin về thị trường, giá cả, các sự kiện cho các doanh nghiệp hội viên, Website còn quảng bá cho hình ảnh của ngành thủy sản nói chung và các doanh nghiệp thủy sản nói riêng. Điểm khác biệt là website khá tập trung vào việc thúc đẩy tiêu thụ thủy sản trong nước. NFI đã giới thiệu rất nhiều công thức chế biến thủy sản một cách khoa học, giàu dinh dưỡng và ngon miệng. Website cũng có một blog riêng giới thiệu về các món ăn chế biến từ thủy sản dành cho người ăn kiêng hay cho các bà mẹ và trẻ em.

✓ NFI hỗ trợ xúc tiến thương mại:

NFI đã tăng cường đàm phán những thoả thuận song phương và đa phương với các tổ chức khác và phát triển những kế hoạch hành động tự nguyện và có giá trị đạo đức, tất cả đều phù hợp với Hiệp định của Liên Hiệp quốc về Luật Hàng hải. NFI đã có một chương trình hành động có ảnh hưởng sâu rộng về việc thành lập các Hội đồng Tiếp thị Thủy sản nhằm tăng nhu cầu thủy sản và thủy sản có vỏ. Kế hoạch này đã giúp nhu cầu 12 loài trên tăng 10%, đạt 108,1 triệu USD theo giá bán tại tàu, điều này sẽ mang lại cho nền kinh tế Mỹ 500,7 triệu USD và nguồn thu nhập 172,3 triệu USD, kể cả lãi.

NFI đã tổ chức các hội chợ triển lãm cho ngành với sự tham gia của đại diện ngành thuỷ sản và ngành khác có liên quan ở trong và ngoài nước. NFI đã mang

đến và giới thiệu không ít các cơ hội xúc tiến thương mại ra nước ngoài cho hội viên thông qua việc hỗ trợ tìm kiếm, cung cấp thông tin và đàm phán với các đối tác cũng như giúp hội viên tiếp cận và ký kết được các thương vụ với các đối tác nước ngoài.

- ✓ NFI hỗ trợ doanh nghiệp hội viên tiếp cận với công nghệ cao và các hệ thống kiểm soát chất lượng sản phẩm:

NFI thường xuyên tạo điều kiện và tổ chức cho các thành viên cùng làm việc, trao đổi với nhau về các vấn đề khoa học kỹ thuật và công nghệ để hội viên cập nhật thông tin về các kỹ thuật và công nghệ gieo trồng, khai thác và chế biến tiên tiến nhất cũng như nắm được cách áp dụng một cách hiệu quả vào thực tế sản xuất và kinh doanh. NFI còn giúp đỡ các thành viên làm việc thông qua các quy định và phát triển các cách để đưa sản phẩm tới nhà bán lẻ và nhà hàng nhanh hơn.

Ngoài ra, NFI cũng khuyến khích và hướng dẫn hội viên áp dụng các quy định về HACCP – Hệ thống phân tích mối nguy và điểm kiểm soát tới hạn hay hệ thống phân tích, xác định và tổ chức kiểm soát các mối nguy trọng yếu trong quá trình sản xuất và chế biến thực phẩm. HACCP là công cụ phân tích nhằm đảm bảo an toàn vệ sinh và chất lượng thực phẩm. HACCP bao gồm những đánh giá có hệ thống đối với tất cả các bước có liên quan trong quy trình chế biến thực phẩm, đồng thời xác định những bước trọng yếu với an toàn chất lượng thực phẩm. Công cụ này cho phép tập trung nguồn lực kỹ thuật, chuyên môn vào những bước chế biến có ảnh hưởng quyết định đến an toàn chất lượng thực phẩm.

Bên cạnh việc khuyến khích áp dụng HACCP, NFI cũng tiến hành đánh giá các chương trình cấp chứng nhận sinh thái để tìm ra một số chương trình phù hợp và có ý nghĩa đối với ngành thủy sản Mỹ vì mặc dù Hội đồng Quản lý Biển (MSC) đã xây dựng được uy tín trên thị trường nhưng một số thành viên của NFI vẫn chưa rõ về quá trình cấp chứng nhận của MSC. Hoạt động này đã hỗ trợ các doanh nghiệp hội viên rất nhiều. Thông qua đó, các doanh nghiệp hội viên hiểu rõ

hơn về thị trường thuỷ sản sinh thái và những lợi ích và chi phí của các chương trình cấp chứng nhận khác nhau. Đồng thời, những giấy chứng nhận này cũng giúp cho hoạt động thương mại của hội viên phát triển bền vững. Vì hiện nay, tập đoàn bán lẻ thực phẩm lớn nhất thế giới Wal-Mart đã tuyên bố sẽ bán thuỷ sản ghi nhãn sinh thái MSC. Điều này cũng có nghĩa là các ngư trường sẽ phải có chứng nhận MSC nếu muốn tiếp tục tiêu thụ sản phẩm tại hệ thống cửa hàng của Wal-Mart.

- *Những hoạt động của Hiệp hội mang lại lợi ích cho nền kinh tế*
  - Tích cực hợp tác quốc tế về bảo vệ môi trường

Nếu xét đến sự thành công của NFI mà chỉ xét đến những cơ hội giao thương mà NFI mang lại cho các hội viên hay xét đến nhu cầu về thủy sản của Mỹ gia tăng là chưa đủ. Bên cạnh việc thúc đẩy hoạt động thương mại của ngành thủy sản, NFI còn đảm bảo nguồn cung cấp bền vững và quản lý hiệu quả ngành thủy sản quốc gia và quản lý có trách nhiệm môi trường biển. Sự đầu tư của NFI vào môi trường biển sẽ mang lại cho thế hệ sau nhiều thủy hải sản hơn, và rất có lợi cho sức khỏe. NFI xác định bảo tồn môi trường biển là một nhiệm vụ quan trọng của mình. Đồng thời, Hiệp hội đã khuyến khích cộng đồng quốc tế cùng hợp tác trong các dự án bảo vệ môi trường biển.

  - Hỗ trợ khác

Sở Lương thực Toàn cầu và NFI đã thành lập liên kết độc quyền để cung cấp giải pháp thương mại điện tử để tổ chức ngành thủy sản tốt hơn. Sự hợp tác sẽ thúc đẩy ngành thủy sản hưởng lợi từ các dịch vụ online. Sở Lương thực Toàn cầu sẽ cung cấp một loạt các dịch vụ online cho tất cả các công ty thành viên của NFI, dù lớn hay nhỏ để tổ chức tốt hơn và phát triển quản lý tốt hơn.

Quỹ Học bổng Thủy sản được lập ra từ năm 1964 và là Quỹ giáo dục, nhân đạo và được khấu trừ thuế. Quỹ được hỗ trợ hoàn toàn bởi sự đóng góp tự nguyện từ những cá nhân và doanh nghiệp trong ngành thủy sản. Hàng năm, Quỹ tặng học bổng cho các trường đại học, cao đẳng và các học viện để tiến hành nghiên cứu giúp ích cho ngành thủy sản và người tiêu dùng sản phẩm của ngành. Quỹ hỗ trợ

tài chính cho việc học tập của những sinh viên giỏi, công bố những nghiên cứu cung cấp thêm những thông tin khoa học về thủy sản.

Nghiên cứu do Quỹ tiến hành về các chủ đề bao gồm những nghiên cứu về ảnh hưởng của việc ăn cá và thủy sản tới sức khỏe con người, quản lý nguồn thủy sản, những phát triển trong ngành thủy sản và những thực tiễn và công nghệ an toàn và những công nghệ chế biến, đóng gói, làm lạnh, gieo trồng mới. Những thông tin này thường trở thành những thông tin khoa học rất đáng tin cậy.

Tóm lại, Hiệp hội có cơ cấu tổ chức khá hoàn chỉnh và đã trở thành tổ chức quan trọng không thể thiếu trong nền kinh tế xã hội, đối với ngành và đối với các doanh nghiệp trong ngành.

Đối với ngành thủy sản Mỹ, NFI đã thể hiện rõ vai trò lãnh đạo của mình và đã thành công trong việc thúc đẩy sự phát triển của ngành. Hiệp hội đã có nhiều đóng góp trong việc soạn thảo các văn bản pháp luật liên quan đến ngành thuỷ sản. Ngoài ra, Hiệp hội cũng giúp ngành quảng bá thương hiệu của mình và nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành trên thị trường thế giới. Bên cạnh đó, NFI luôn quan tâm đến sự phát triển bền vững của ngành thuỷ sản Mỹ thông qua những hành động tích cực để bảo vệ môi trường sinh thái biển.

Đối với các doanh nghiệp hội viên, NFI đã đại diện thành công cho quyền lợi của các doanh nghiệp. Trong những vụ tranh chấp phát sinh, Hiệp hội luôn chủ động đứng ra hỗ trợ các doanh nghiệp giải quyết theo hướng có lợi nhất cho mình. Ngoài ra, Hiệp hội cũng cung cấp cho doanh nghiệp những thông tin cần thiết qua website hay các ấn phẩm, tạp chí... NFI còn hỗ trợ các doanh nghiệp xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường xuất khẩu sang nhiều nước trên thế giới. Có thể nói rằng NFI đã trở thành một phần không thể thiếu trong sự thành công của doanh nghiệp.

2.2. Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản (JIS – Japan Iron and Steel Federation)

2.2.1. Tổng quan về kinh tế Nhật Bản

2.2.1.1. Vài nét về Nhật Bản

Nhật Bản là quốc gia theo thể chế Quân chủ lập hiến, nằm ngoài khơi phía Đông lục địa Châu Á trên Thái Bình Dương với diện tích 377.864 km^2 và số dân 127, 9 triệu người. Thủ đô của Nhật Bản là Tokyo. Nhật Bản gồm 4 đảo lớn là Hô-cai-đô, Hôn-su, Xi-cô-cư, Kiu-xiu và hàng nghìn đảo nhỏ. Địa hình chủ yếu là đồi núi, đồng bằng ven biển nhỏ hẹp, khí hậu gió mùa, thay đổi từ Bắc vào Nam. Khoáng sản rất nghèo nàn, đáng kể chỉ có sắt, than, đồng. Ở Nhật Bản xảy ra rất nhiều thiên tai như động đất, núi lửa, bão, sóng thần…

2.2.1.2. Kinh tế Nhật Bản

Nhật Bản là nền kinh tế thị trường tự do, đứng thứ 2 thế giới, sau Mỹ mặc dù rất nghèo về tài nguyên thiên nhiên.

Trong Đại chiến thế giới lần thứ hai, nền kinh tế Nhật Bản bị tàn phá nặng nề. Tuy nhiên, kinh tế Nhật Bản đã nhanh chóng phục hồi trong giai đoạn 1945-1954, và phát triển cao độ trong giai đoạn 1955-1973 nhờ vào việc áp dụng một loạt các chính sách phù hợp như chú trọng tăng cường vốn đầu tư nhằm hiện đại hóa nền sản xuất, tập trung cao độ vào các ngành kinh tế then chốt và các ngành sinh lời nhanh chóng phù hợp với từng thời kỳ, tập trung nguồn vốn đầu tư vào một số trung tâm công nghiệp ở phía Đông và duy trì cơ cấu kinh tế 2 tầng, vừa phát triển các xí nghiệp lớn hiện đại đồng thời vừa duy trì những tổ chức sản xuất nhỏ thủ công. Giai đoạn nửa sau thập niên 50 trở đi được coi là giai đoạn phát triển "thần kỳ" của nền kinh tế Nhật Bản. Nhật Bản vươn lên trở thành nước công nghiệp lớn thứ 2 của thế giới (sau Mỹ) và được mệnh danh là "người khổng lồ trong nền thương mại – tài chính quốc tế".

Nền kinh tế Nhật Bản có dấu hiệu chững lại trong giai đoạn hậu chiến tranh Lạnh do ảnh hưởng từ cuộc khủng hoảng tài chính châu Á. Trong những năm tài khóa 1992-1995, tốc độ tăng trưởng hàng năm chỉ đạt 1,4%, năm tài khóa 1996 là 3,2%. Đặc biệt, từ năm tài khóa 1997 và đầu năm tài khóa 1998 kinh tế Nhật lâm

vào suy thoái nghiêm trọng với GDP thực chất là - 0,7% năm tài khóa 1997, năm tài khóa 1998 là -1,8%.

Nhật Bản đã xúc tiến chương trình cải cách lớn trong đó có cải cách cơ cấu kinh tế, giảm thâm hụt ngân sách, cải cách khu vực tài chính và sắp xếp lại cơ cấu chính phủ. Dù diễn ra chậm nhưng cải cách đã đi dần vào quỹ đạo, trở thành xu thế không thể đảo ngược ở Nhật Bản và đã đem lại kết quả đáng khích lệ. Nền kinh tế Nhật phục hồi và có bước tăng trưởng 2,1% vào năm tài khóa 2003; 1,4% vào năm tài khóa 2004; 2,5% vào năm tài khóa 2005 và 2,4% vào năm tài khóa 2006. Đến nửa cuối năm tài khóa 2007, do tình hình kinh tế chính trị trong và ngoài nước đều không ổn định, tỷ lệ tăng trưởng kinh tế đã giảm chỉ còn 1,8% (xem bảng 2.6).

Chính phủ Nhật Bản dự báo kinh tế nước này sẽ tăng trưởng thực 2% trong tài khóa 2008, nhờ nhu cầu trong nước vững, giá cả ổn định trên cơ sở chi tiêu doanh nghiệp và hộ gia đình đều được cải thiện, đầu tư vốn tăng, hoạt động hiệu quả đối với của khu vực doanh nghiệp và được cải thiện đối với khu vực nhà nước. Điều này cho thấy kinh tế Nhật Bản cuối cùng đã có thể thoát khỏi những sức ép giảm phát.

Bảng 2.6: GDP của Nhật Bản giai đoạn 2002-2007

Năm	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**
GDP (nghìn tỷ USD)	4,02	4,11	4,16	4,27	4,37	4,38
Tốc độ tăng GDP (%)	1,10	2,10	1,40	2,50	2,40	1,80

Nguồn: Ngân hàng Thế giới

2.2.2. Khái quát về ngành thép Nhật Bản

2.2.2.1. Vài nét về thép thế giới

Bảng 2.7: Sản lượng thép thô các khu vực và trên toàn thế giới

Đơn vị: nghìn tấn

Năm / Khu vực	2005	2006	2007
EU	195.462	206.849	210.326
Các nước Châu Âu khác	23.992	24.937	27.999
C.I.S	113.206	119.931	124.006
Bắc Mỹ	127.631	131.655	132.134
Nam Mỹ	45.316	45.298	48.251
Châu Phi	17.995	18.780	18.796
Trung Đông	15.257	15.376	16.411
Châu á	598.083	675.589	754.337
Châu Đại Dương	8.646	8.691	8.745
Toàn thế giới	1.146.533	1.250.170	1.343.457

Nguồn: Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản

Thép là mặt hàng được giao dịch lớn thứ 3 thế giới với trị giá vượt 700 tỷ USD. Trong những năm gần đây, ngành thép đã trải qua quá trình tái cơ cấu cơ bản, đã trở nên hội nhập hơn và hiệu quả hơn.

Năm 2007, sản xuất thép toàn cầu tiếp tục tăng nhưng với tốc độ thấp hơn năm 2006. Tốc độ tăng được dự đoán ở mức 4%/năm cho tới năm 2015, cao hơn nhiều mức 1,6%/năm trong giai đoạn 1990-2000. Ba quốc gia sản xuất thép nhiều nhất thế giới là Trung Quốc, Nhật Bản và Mỹ. Theo khu vực thì đứng đầu là Châu Á với sản lượng 9 tháng đầu năm 2008 là 485.287 nghìn tấn, tiếp đó là Châu Âu (94.312 nghìn tấn) và Bắc Mỹ (39.331 nghìn tấn). Về sản lượng thép thô, Châu Á vẫn dẫn đầu với 754.337 nghìn tấn vào năm 2007 (xem bảng 2.7).

2.2.2.2. Ngành thép Nhật Bản

- Sản xuất

Năm 2007, sản lượng thép thô tăng 3,4% so với năm trước 2006, đạt mức 120,2 triệu tấn, vượt qua được mức 100 triệu tấn trong vòng 8 năm liền và vượt qua được mức sản lượng kỷ lục là 119,32 triệu tấn đạt được vào năm 1973. Ngoài ra, sản lượng thép thô so với thép đặc biệt cũng đạt con số kỷ lục lần thứ 6 liên tiếp ở mức 26,12 triệu tấn, tăng 2,3% hay 0,59 triệu tấn so với năm trước (xem bảng 2.8).

Bảng 2.8: Sản lượng sắt và thép Nhật Bản

(đơn vị: triệu tấn)

	Kỷ lục	2005	2006	2007
1. Gang	90,44 (1974)	83,06	84,27	86,77
2. Thép thô	120,20 (2007)	112,47	116,23	120,20
2.1.a Thép nung điện	96,06 (1973)	83,63	85,96	89,24
2.1.b. Thép nung ôxi	34,70 (1990)	28,84	30,26	30,95
2.2.a. Thép thường	105,94 (1973)	87,94	90,70	94,08
2.2.b. Thép đặc biệt	26,12 (2007)	24,54	25,53	26,12

Nguồn: Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp Nhật Bản

- Nhu cầu

Nhu cầu trong nước đối với các sản phẩm thép năm 2007 tăng 1,7% so với năm 2006, đạt mức 71,27 triệu tấn. Trong ngành sản xuất, nhu cầu sử dụng thép thường vẫn rất cao, tăng 3.4% chiếm 27,9 triệu tấn, do nhu cầu từ các ngành sản xuất chính như đóng tàu, sản xuất xe máy, sản xuất máy công nghiệp và máy điện tăng hơn so với năm trước đó.

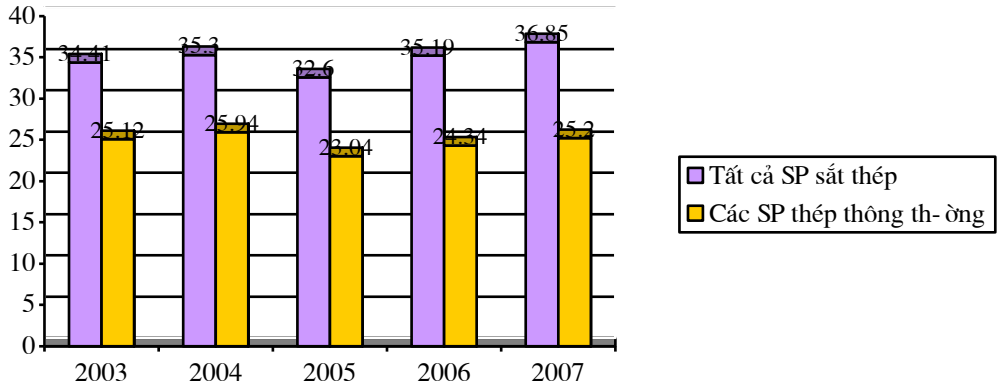
Tốc độ tăng trưởng của nhu cầu trong nước cho sản phẩm thép đặc chủng năm 2007 vẫn tăng do nhu cầu từ các nhà sản xuất xe và máy công nghiệp vẫn tiếp tục tăng. Nhu cầu từ những khách hàng này chiếm hơn một nửa tổng số nhu cầu. Nhìn chung, nhu cầu cho thép đặc chủng tăng 2,5% trong 6 năm liền, đạt mức 14,01 triệu tấn.

- Xuất khẩu

Năm 2007, xuất khẩu thép của Nhật tăng 4,7% so với năm ngoái. Xuất khẩu tăng lên vào thị trường Đông Á bao gồm Hàn Quốc và các nước ASEAN đạt 36,85 triệu tấn, đạt mức cao thứ 2 sau đỉnh điểm là năm 1976 với mức 37,04 triệu tấn. Giá trị xuất khẩu năm 2007 thu được ở mức 36,61 tỷ USD, vượt 14,4% so với năm 2006 là 32,01 tỷ USD, và lập kỷ lục trong vòng 5 năm liên tiếp. Sản lượng xuất khẩu sang Hàn Quốc lớn nhất (9,59 triệu tấn), tiếp đó là Trung Quốc (6,34 triệu tấn), Thái Lan (4,3 triệu tấn) và Đài Loan (3,6 triệu tấn).

Biểu đồ 2.1: Kim ngạch xuất khẩu sắt thép của Nhật Bản

Đơn vị: triệu tấn



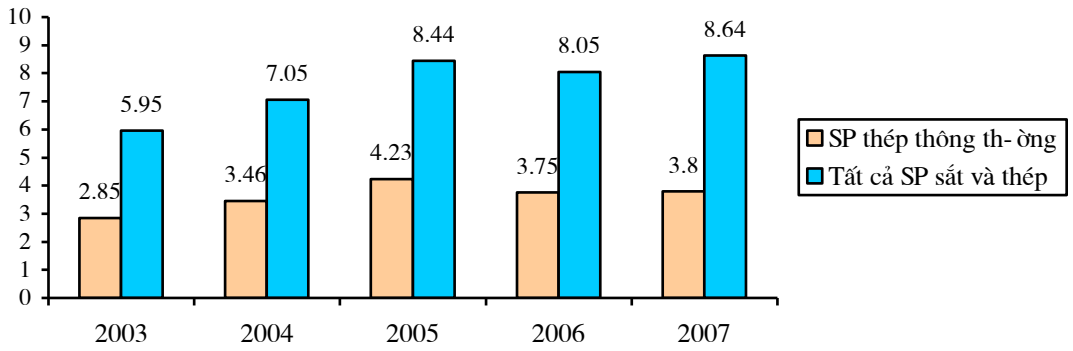
Nguồn: Bộ Tài chính Nhật Bản

Các sản phẩm thép thường chiếm 68,4% của tổng khối lượng xuất khẩu thép của Nhật Bản năm 2007, theo sau đó là thép đặc chủng với 15,7% và thép thỏi và thép bán thành phẩm với tỷ lệ 13,1%. Năm 2007, sản lượng xuất khẩu của thép thường tăng 3,5% so với năm 2006, đạt 25,2 triệu tấn (xem biểu đồ 2.1).

- Nhập khẩu

Biểu đồ 2.2: Kim ngạch nhập khẩu sắt thép của Nhật Bản

Đơn vị: triệu tấn

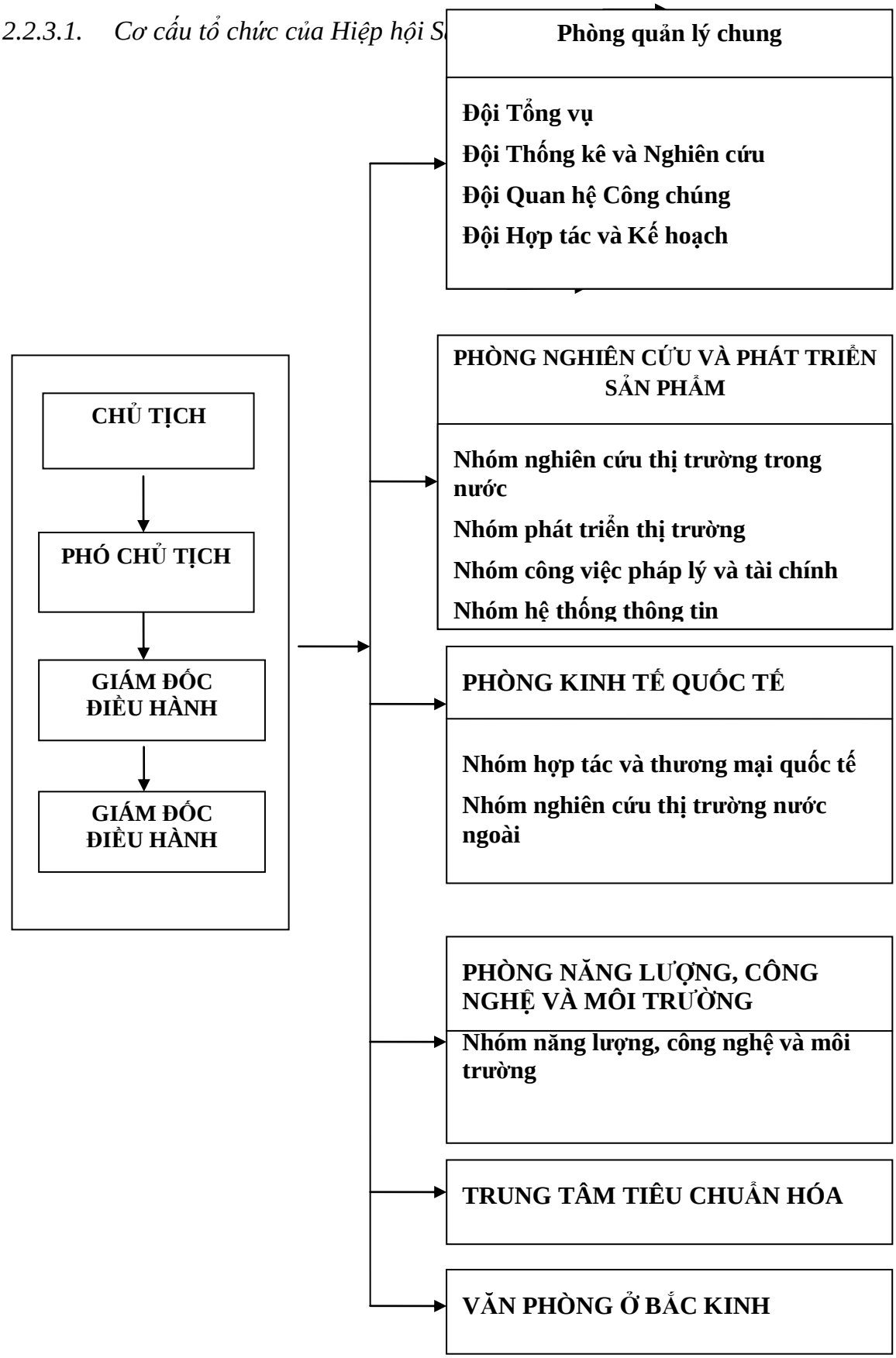


Nguồn: Bộ Tài chính Nhật Bản

Sản lượng thép nhập khẩu của Nhật Bản năm 2007 tăng lần đầu tiên trong vòng 2 năm qua với mức 7,4% so với năm trước, đạt 8,64 triệu tấn. Sản phẩm thép thường chiếm 43,9% tổng sản lượng thép nhập khẩu, theo đó là hợp kim của sắt (2,12 triệu tấn), các sản phẩm thép thứ sinh (0,63 triệu tấn) và thép đặc chủng (0,29 triệu tấn). Trong số các mặt hàng thép thường nhập khẩu, thép tấm cuộn nóng và thép sợi tăng 7,6% so với năm trước đó, đạt 1,71 triệu tấn, tiếp theo đó là thép tấm cuộn nguội và thép cuộn với 0,96 triệu tấn, tăng 5,4% và thép hợp kim với 0,37 triệu tấn, tăng 4,2%. Trong khi đó, sản lượng dây thép nhập khẩu giảm 12,6% xuống còn 0,25 triệu tấn. Nhà cung cấp thép thường lớn nhất cho Nhật Bản là Hàn Quốc với 2,17 triệu tấn, tăng 0,9% so với năm 2006. Tiếp sau Hàn Quốc là Đài loan với mức 0,83 triệu tấn, giảm 8,9%, Trung Quốc 0,7 triệu tấn, tăng 18,6%. Khối lượng nhập khẩu từ 3 nước này chiếm 97,3% tổng khối lượng nhập khẩu thép thường vào Nhật Bản năm 2007 (xem biểu đồ 2.2).

2.2.3. Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản

2.2.3.1. Cơ cấu tổ chức của Hiệp hội S



Nguồn: http://www.jisf.or.jp

Hình 2.2: Cơ cấu tổ chức của JISF

Hiệp hội Sắt Thép nhật Bản (JISF) được thành lập vào tháng 11 năm 1948. Vào tháng 11 năm 2001, hiệp hội đã được tổ chức lại hoàn toàn thông qua việc hợp nhất Kozai Club và hiệp hội các nhà xuất khẩu sắt và thép nhật Bản.

JISF là đại diện của nền công nghiệp thép Nhật Bản và các thành viên của nó gồm các nhà sản xuất sắt và thép lớn, công ty thương mại và các tổ chức tham gia vào việc phân phối thép của Nhật Bản. Thành viên của hiệp hội được chia ra làm 3 nhóm như sau:

- Các doanh nghiệp tổng hợp (các nhà sản xuất sắt và thép): Đây là những công ty tham gia vào quá trình sản xuất sắt và thép, những công ty liên quan đến thép và các tổ chức được lập nên bởi những công ty này. Những tổ chức này có nhiệm vụ đảm đương và nhận phúc lợi từ tất cả các hoạt động và chức năng của hiệp hội.
- Những thành viên đặc biệt (bao gồm các nhà sản xuất sắt và thép khác và các hiệp hội): Những công ty này liên quan đến việc sản xuất sắt, thép, những công ty liên quan đến thép, và các tổ chức được lập nên bởi những công ty này. Những công ty này có nhiệm vụ đảm đương và nhận phúc lợi từ các hoạt động và chức năng liên quan đến các biện pháp chính trị.
- Các Công ty thương mại (bao gồm các nhà sản xuất sắt và thép, các công ty và hiệp hội thương mại): Đây là những công ty tham gia vào việc sản xuất và gia công, giới thiệu sản phẩm và xuất khẩu thép thành phẩm, và các tổ chức do công ty đó lập nên. Các công ty này đảm nhiệm và nhận lợi ích từ các hoạt động và chức năng liên quan đến thị trường.

2.2.3.2. Hoạt động của Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản và những thành công của hoạt động này

Thép là loại vật liệu cơ bản không thể thiếu được cho sự phát triển của ngành công nghiệp và sự phát triển của cuộc sống loài người. Thép là một trong những mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Nhật Bản. Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản đã đóng góp vào sự phát triển bền vững của nền kinh tế quốc gia và thúc đẩy hợp tác quốc tế. Mục tiêu cơ bản của Hiệp hội là phát triển một ngành sản xuất hoàn chỉnh, phân phối và tiêu dùng, buôn bán các sản phẩm thép, do đó góp phần vào sự phát triển của nền kinh tế Nhật và nâng cao mức sống của người dân. Để đạt được những mục đích này, Hiệp hội đã tiến hành một số các hoạt động tích cực nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp hội viên cũng như thúc đẩy nền kinh tế Nhật Bản.

- *Các hoạt động của Hiệp hội mang lại lợi ích cho doanh nghiệp hội viên*
  - Đại diện cho quyền lợi doanh nghiệp

JISF đã có nhiều hoạt động đại diện cho quyền lợi của doanh nghiệp. JISF luôn cố gắng hợp tác với Chính phủ theo nhiều cách để đóng góp ý kiến vào các chính sách thương mại của Chính phủ.

Với sự hiểu biết toàn diện về tình trạng các sản phẩm thép nhập khẩu chính của Nhật Bản và khả năng nhìn nhận thấu đáo các tranh chấp thương mại trên thị trường thép toàn cầu, JISF đã nhanh chóng giải quyết các tranh chấp này tại nơi có lợi cho Nhật Bản và phù hợp với Luật Thương mại của Nhật Bản.

Ngoài ra, để cải thiện hệ thống thuế hỗ trợ cho sự phục hồi của nền kinh tế cũng như các ngành của Nhật Bản và sự duy trì, tăng cường năng lực cạnh tranh quốc tế của Nhật Bản, Hiệp hội đã quyết định tập hợp ngành thép trong nước. Dựa vào quyết định trên và sự hợp tác với Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp (METI) và Hiệp hội Doanh nghiệp Nhật Bản, JISF đã thành công trong việc yêu cầu và gợi ý với Chính quyền quốc gia, Đảng Dân chủ Tự do và những tổ chức khác có liên quan xem xét và có sự điều chỉnh phù hợp đối với luật thuế doanh nghiệp hiện hành.

Ngành thép không có nhiều sự liên hệ và cũng nhận được rất ít sự quan tâm của dân chúng. Tuy nhiên, Hiệp hội đã tiến hành một loạt hoạt động nhằm cải thiện sự quan tâm của xã hội, ưu tiên hàng đầu là việc bảo tồn tài nguyên thiên nhiên cho thế hệ sau. Tiếp đó, Hiệp hội đã nỗ lực tăng cường sự quan tâm của công chúng về sự phát triển và tiềm năng của ngành thông qua những áp phích quảng cáo ở những ga tàu điện ngầm và ở những trang web tìm kiếm việc làm. Bên cạnh đó, Hiệp hội đã nỗ lực tạo cho học sinh tiểu học quan tâm tới ngành thép.

- Hỗ trợ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp hội viên
  - ✓ Hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực

JISF thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo cơ bản và nâng cao về chuyên môn, nghiệp vụ, trao đổi thông tin về đào tạo, quản lý nguồn nhân lực giữa các doanh nghiệp hội viên nhằm giúp doanh nghiệp tăng năng suất lao động. Hiệp hội cũng tổ chức các khóa huấn luyện phát triển doanh nghiệp, nghệ thuật kinh doanh, tổ chức hội nghị phân tích và đúc kết kinh nghiệm trong quá trình sản xuất kinh doanh, tổ chức các đợt thăm quan khảo sát thực tế trong và ngoài nước.

- ✓ Hỗ trợ cung cấp thông tin cho doanh nghiệp

Gần đây đã có những thay đổi quan trọng trong thị trường thép quốc tế vì nhu cầu ngày càng tăng từ những quốc gia đang phát triển như Trung Quốc, giá của nguyên vật liệu và năng lượng sản xuất thép tăng lên đồng thời diễn ra việc tái cơ cấu thị trường toàn cầu. Trong bối cảnh đó, Hiệp hội đã thu thập và phân tích thông tin về cung cầu và giao dịch trên thị trường thép quốc tế. Hiệp hội cũng đã nghiên cứu và phân tích xu hướng sản xuất thép, vận chuyển, tồn kho, xuất nhập khẩu và tiêu dùng để giải thích những thay đổi trong nền kinh tế vĩ mô và cơ cấu cầu thép và sự ảnh hưởng của chúng tới xuất khẩu trực tiếp và nhập khẩu gián tiếp trong ngành thép. Những thông tin phân tích và dự đoán này có ý nghĩa rất to lớn đối với các doanh nghiệp hội viên vì dựa trên cơ sở đó, doanh nghiệp có những bước đi thích hợp để đạt được lợi ích tối ưu, giảm thiểu được những tổn thất và thiệt hại có thể xảy ra.

Những thông tin cơ bản về cung cầu, giá cả, đối tác, cơ hội giao thương, pháp luật… và những bài phân tích tổng hợp, dự đoán đều được JISF cung cấp cho hội viên thông qua website và một số ấn phẩm, trong đó nổi bật lên có Tạp chí Xây dựng Thép Ngày nay và Ngày mai. Tạp chí này đã được phát hành lần đầu vào tháng 1 năm 2003, là một tờ tạp chí kỹ thuật hàng quý bằng tiếng Anh. Hiện nay, tạp chí đang được phát hành miễn phí cho những bên liên quan và những chuyên gia nước ngoài một quý một lần, tập trung vào Mỹ, Trung Quốc, các nền kinh tế và các quốc gia Đông Nam Á. Cùng với tạp chí này, website của Hiệp hội (http://www.jisf.or.jp) cũng cung cấp rất nhiều thông tin hữu ích cho doanh nghiệp. Website của Hiệp hội đã được cải tiến trở thành một website toàn diện cung cấp nhiều thông tin liên quan đến thép và hữu ích cho tất cả mọi người, bao gồm cả học sinh và sinh viên, giáo viên và những thành phần khác của xã hội cũng như những người trong ngành thép.

- ✓ Hỗ trợ xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp thành viên

Để tăng cường hiểu biết lẫn nhau và tránh tranh chấp thương mại, JISF đã tích cực đàm phán và hợp tác song phương để ký kết các hiệp định hợp tác kinh tế. Hiệp hội đã tổ chức buổi trao đổi về các vấn đề liên quan đến thép với Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan, Thái Lan và các nước khác.

Bên cạnh đó, Hiệp hội đã cố gắng phát triển tiêu chuẩn quốc tế JIS và ISO. Có thể nói JISF đã thành công trong việc thiết lập tiêu chuẩn JIS cho thép tấm chất lượng cao để xây cầu. JISF đã hợp tác và hỗ trợ các chiến lược quốc gia của Nhật Bản về tiêu chuẩn hóa quốc tế. Ngoài ra, JISF đã thành lập một trung tâm tiêu chuẩn hóa của mình vào tháng 9 năm 1998. Với tiêu chuẩn đã được quốc tế hóa của mình, JISF đã hỗ trợ các hội viên rất nhiều trong việc thâm nhập và chiếm lĩnh thị trường sắt thép các nước trong khu vực và trên thế giới.

Phát triển cơ sở hạ tầng xã hội là một phần hoạt động phát triển marketing của Hiệp hội. Hiệp hội đã thành công trong việc phát triển các vật liệu thô và các phương thức xây dựng, phát triển các ứng dụng của sản phẩm thép và sự phân

phối các sản phẩm ở những lĩnh vực mới, thiết lập cơ sở hạ tầng xã hội và thúc đẩy cầu về thép.

✓ Hỗ trợ doanh nghiệp về công nghệ

JISF đang xem xét những công nghệ ứng dụng sản phẩm thép, đặc biệt là những công nghệ có thể sử dụng trong các biện pháp ngăn chặn thảm họa (như động đất, lũ lụt…). Ngoài ra, JISF còn đang hỗ trợ cho những nhà nghiên cứu và sinh viên đang nghiên cứu cấu trúc thép tại các trường đại học và các học viện trên toàn quốc. Những nghiên cứu này trong tương lai sẽ mang lại nhiều kết quả khả quan cho công nghệ sản xuất thép của Nhật Bản.

Để ngăn chặn bất cứ tổn thất nào đối với giá trị của các doanh nghiệp và hiện tượng chảy máu công nghệ, vốn là yếu tố quan trọng tạo nên khả năng cạnh tranh quốc gia, Hiệp hội đã chỉ đạo xu hướng sáp nhập và mua lại cùng với hoạt động của những tổ chức có liên quan và đã thu thập thông tin để chuẩn bị cho sự cải tổ của luật liên quan đến sáp nhập và mua lại.

Hiệp hội đã cố gắng đáp ứng những yêu cầu từ phía thị trường và các ngành phân phối và đã có những tiến bộ và thành công trong công nghệ sản xuất gần đây. Đối với hoạt động nghiên cứu và phát triển, Dự án SCOPE 21 (lò than cao cấp cho năng suất cao và thân thiện với môi trường trong thế kỷ 21) đã hoàn tất vào năm tài chính 2003. Đây là một dự án nghiên cứu và phát triển cho lò than thế hệ mới thân thiện với môi trường, tiết kiệm năng lượng và cho năng suất cao. Tháng 5 năm 2008, việc xây dựng lò than đầu tiên được hoàn tất tại công trường Oita của tập đoàn thép Nippon. Ngoài ra, trong năm tài chính 2008, dự án nghiên cứu và phát triển COURSE 50 (Dự án giảm khí CO2 trong quá trình sản xuất thép bằng công nghệ tiên tiến vì một trái đất mát mẻ) đã bắt đầu để đẩy mạnh sự phát triển cho công nghệ tách khí CO2 và các hợp chất từ hơi trong lò khí gas, đẩy mạnh việc ứng dụng gas đã bị biến đổi lấy từ lò than để làm giảm lượng quặng thép và giúp giảm triệt để khí CO2 trong quá trình sản xuất thép vào năm 2050.

- *Các hoạt động của Hiệp hội mang lại lợi ích cho nền kinh tế*

Ngành thép tiêu thụ một khối lượng lớn than đá, như một chất khử luyện kim cho quặng sắt trong quá trình sản xuất sắt cho những ngành không có sự thay thế khác, và trong quá trình sản xuất sắt thép đã tạo ra khí thải CO_2. Do đó, khi nhận thấy rằng một trong những thách thức chủ yếu là phòng ngừa sự nóng lên của trái đất, Hiệp hội đã có rất nhiều biện pháp để tận dụng năng lượng hiệu quả hơn.

Trong những chương trình hành động của mình, ngành thép Nhật Bản đã thúc đẩy nhiều biện pháp khác nhau để giảm lượng khí thải $CO_{2,}$ bao gồm việc tiết kiệm năng lượng trong quá trình sản xuất thép. Đồng thời, JISF cũng đóng góp vào những nỗ lực tiết kiệm năng lượng của xã hội thông qua những sản phẩm và sản phẩm phụ và sử dụng thực tiễn Cơ chế Kyoto. Để góp phần vào việc xây dựng một khuôn khổ hậu Kyoto thực sự hiệu quả để giảm khí thải được thực hiện vào năm 2013, Hiệp hội đã hoạt động trong rất nhiều lĩnh vực khác nhau. Tháng 3 năm 2007, Hiệp hội đã chuẩn bị và xuất bản một "quan điểm về những nỗ lực và biện pháp kiểm soát sự nóng lên toàn cầu – những gợi ý hậu nghị định thư Kyoto". Quan điểm này nhấn mạnh vào sự tham gia của những nước có lượng khí thải lớn và sự thành lập một khuôn khổ hợp lý và công bằng. Thông qua quan điểm này và sự hợp tác với nhiều Hiệp hội thương mại như Nippon Keidanren, và METI bằng cách theo dõi sát sao những bước tiến toàn cầu của Hội thảo của các bên và G8, Hiệp hội cũng thành công trong việc thông báo cho các phương tiện truyền thông và công chúng trong nước và quốc tế về quan điểm của ngành thép.

Ngoài ra, JISF còn thúc đẩy việc hoán đổi các chuyên gia theo khuôn khổ cuộc hội thảo ngành thép Nhật Bản – Trung Quốc về vấn đề chuyển giao công nghệ tiên tiến phục vụ bảo vệ môi trường và tiết kiệm năng lượng. Đối với Trung Quốc, Hiệp hội đã thành công trong việc chuyển giao công nghệ, như thông qua các cuộc họp về vấn đề bảo vệ môi trường và tiết kiệm năng lượng với Hiệp hội Sắt Thép Trung Quốc. Hiệp hội cũng tích cực tham gia vào Diễn đàn Các vấn đề Môi trường và Bảo tồn năng lượng giữa Nhật Bản và Trung Quốc được đồng tổ chức bởi METI và Hiệp hội Kinh tế Nhật Bản – Trung Quốc. Những hoạt động nhằm nâng cao nhận thức này có thể làm tăng thêm sự hiểu biết về tầm quan trọng

của quá trình chuyển giao công nghệ và sự phổ biến công nghệ. Thông qua các hoạt động của Diễn đàn Hợp tác Châu Á Thái Bình Dương để làm sạch môi trường và khí hậu và cộng tác với các tổ chức quốc tế khác như Trung tâm Năng lượng Quốc tế và Hiệp hội Sắt Thép Quốc tế, Hiệp hội tiếp tục đóng góp vào sự thiết lập một khung quốc tế thực sự hiệu quả cho việc giảm chất thải khí ga hiệu ứng nhà kính.

Nhằm tăng cường an toàn và sức khỏe cũng như giảm thiểu tai nạn lao động, JISF đã lập ra Ủy ban Tăng cường An toàn và Vệ sinh năm 2006. Kể từ đó, Hiệp hội đã thúc đẩy được hoạt động đảm bảo an toàn trong toàn ngành và những hoạt động vì sức khỏe trong tất cả các doanh nghiệp thành viên và những công ty có liên quan.

Tóm lại, JISF đã rất thành công trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp thép, ngành thép Nhật Bản và nền kinh tế Nhật Bản nói chung. JISF là hiệp hội đứng đầu ngành thép Nhật Bản. Hiệp hội luôn đi đầu trong các chính sách chiến lược phát triển chung của ngành, hoạt động vì lợi ích của toàn ngành, luôn đứng ra đấu tranh bảo vệ ngành trước những tác động từ bên ngoài có thể gây tổn hại cho ngành. Đối với doanh nghiệp hội viên, Hiệp hội đã thành công trong vai trò đại diện quyền lợi doanh nghiệp và trợ giúp cho doanh nghiệp trong các hoạt động kinh doanh của mình, từ việc tìm kiếm thông tin, quảng bá sản phẩm, kỹ thuật sản xuất, kinh nghiệm quản lý, các kiến thức về pháp luật và thị trường nước ngoài.

2.3. Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc (Korea Federation of Textile Industries)

2.3.1. Tổng quan về kinh tế Hàn Quốc

2.3.1.1. Vài nét về Hàn Quốc

Hàn Quốc, còn gọi là Nam Hàn, Nam Triều Tiên hay Đại Hàn, là quốc gia theo thể chế cộng hòa với diện tích 99.000km^2 và số dân 49,23 triệu người. Hàn Quốc nằm ở nửa phía nam của bán đảo Triều Tiên, phía bắc giáp với Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Triều Tiên qua giới tuyến quân sự chạy dọc theo vĩ tuyến 38° Bắc. Phía đông Hàn Quốc giáp với biển Nhật Bản, phía tây là Hoàng Hải. Thủ đô của Hàn Quốc là Seoul hay còn gọi là Hán Thành. Địa hình phân hoá thành hai

vùng rõ rệt: vùng rừng núi chiếm khoảng 70% diện tích nằm ở phía đông và vùng đồng bằng duyên hải ở phía tây và nam.

2.3.1.2. Kinh tế Hàn Quốc

Hàn Quốc có một nền kinh tế thị trường trong đó Nhà nước đóng vai trò quan trọng. Kinh tế Hàn Quốc là nền kinh tế phát triển, đứng thứ ba ở châu Á và đứng thứ 13 trên thế giới theo GDP năm 2007. Hàn Quốc từng được biết đến như một trong những nước nông nghiệp nghèo nhất thế giới và đã nghiêm túc thực hiện chiến lược phát triển kinh tế từ năm 1962. Sau chưa đầy bốn thập kỷ, đất nước đã đạt được những thành tựu kinh tế được cả thế giới biết đến như "Kỳ tích trên sông Hàn". Đó là một quá trình phi thường đã nhanh chóng giúp cải tạo nền kinh tế Hàn Quốc, đánh dấu một bước ngoặt trong lịch sử của đất nước. Năm 1996, Hàn Quốc trở thành thành viên của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), một mốc quan trọng trong lịch sử phát triển của đất nước. Giống như các quốc gia phát triển khác, ngành dịch vụ đã tăng nhanh, chiếm khoảng 70% GDP. Hàn Quốc đã thoát ra khỏi cơn sóng gió kinh tế xảy ra vào cuối năm 1997. Cuộc khủng hoảng làm điêu đứng các thị trường trên toàn châu Á này đã đe dọa những thành tựu kinh tế to lớn của Hàn Quốc. Tuy nhiên, nhờ thực hiện đầy đủ các thỏa thuận với Quỹ Tiền tệ Thế giới (IMF), quyết tâm cải tổ mạnh mẽ của Chính phủ và việc đàm phán thành công hoãn nợ nước ngoài với các ngân hàng chủ nợ, kinh tế Hàn Quốc đã lấy lại đà tăng trưởng và tiếp tục phát triển. Ngay từ khi cuộc khủng hoảng bắt đầu, đất nước đã nhanh chóng hội nhập vào nền kinh tế thế giới. Mục tiêu quốc gia là vượt qua được những vấn đề nảy sinh trước đây bằng cách tạo ra một cơ cấu kinh tế phù hợp với nền kinh tế tiên tiến. Chiến lược phát triển kinh tế hướng ngoại lấy xuất khẩu làm động lực tăng trưởng đã góp phần quan trọng vào sự chuyển đổi kinh tế toàn diện của Hàn Quốc. Dựa trên chiến lược này, nhiều chương trình phát triển đã được thực hiện thành công. Hiện nay, Hàn Quốc cũng là một trong những quốc gia có sự tăng trưởng kinh tế rất cao, với tốc độ tăng trưởng GDP bình quân là 5% mỗi năm. Quy mô GDP của Hàn Quốc năm

2007 là 969,80 tỷ USD. Đây là quy mô lớn thứ 3 trong khu vực Đông Á, sau Trung Quốc và Nhật Bản.

Bảng 2.9: GDP của Hàn Quốc giai đoạn 2002-2007

Năm	2002	2003	2004	2005	2006	2007
GDP (tỷ USD)	546,93	608,15	680,49	791,43	888,02	969,80
Tốc độ tăng GDP (%)	6,97	3,10	4,73	4,20	5,10	5,00

Nguồn: Ngân hàng Thế giới

Do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng tài chính toàn cầu, kinh tế Hàn Quốc đang trên đà suy giảm. Theo đó, kim ngạch xuất khẩu đã giảm xuống mức thấp nhất trong vòng 7 năm qua, thu nhập quốc gia và dự trữ ngoại tệ đều giảm mạnh, trong khi tỷ lệ thất nghiệp tăng cao. Thống kê sơ bộ của Ngân hàng Trung ương Hàn Quốc cho biết, tổng thu nhập quốc dân trong quý 3 năm nay của nước này đã giảm 3,5% so với cùng kỳ năm ngoái và 3,7% so với quý trước. Nguyên nhân khiến thu nhập quốc dân giảm là thâm hụt thương mại, do giá dầu tăng mạnh trong nửa đầu năm 2008.

2.3.2. Khái quát về ngành dệt may Hàn Quốc

2.3.2.1. Vài nét về dệt may thế giới

Sự bãi bỏ Hiệp định về Hàng Dệt may của WTO đã thúc đẩy tự do hóa thương mại dệt may trên toàn thế giới. Tình hình thị trường dệt may thế giới năm 2007 và những tháng đầu năm 2008 tương đối ổn định, không có biến động gì lớn. Hiện nay, ngành thương mại dệt may toàn cầu đạt gần 500 tỷ USD, và được dự đoán là sẽ đạt 800 tỷ USD vào năm 2010.

Xuất khẩu dệt may của những quốc gia như Trung Quốc, Ấn Độ với lợi thế về lực lượng lao động đang tăng trưởng nhanh chóng trong khi một số nước đang phát triển tại châu Á như Băng-la-đét, Cam-pu-chia và Việt Nam tiếp tục gia tăng tốc độ xuất khẩu cao.

Hiện nay có bốn xu hướng lớn trong thương mại dệt may thế giới:

Thứ nhất, các nước phát triển tại châu Âu, Bắc Mỹ và châu Á tiếp tục bị giảm bớt thị phần, do phải đối mặt với sự cạnh tranh gia tăng từ các nước sản xuất

hàng dệt may giá rẻ. Hồng Kông, Đài Loan và Hàn Quốc đối trọng lại bằng biện pháp tập trung vào hàng cao cấp.

Thứ hai, các nhà sản xuất đối tác của Mỹ và EU cũng bị giảm thị phần. Việc liên kết gia công Mê-xi-cô – Trung Mỹ tại Mỹ và Bắc Phi - Thổ Nhĩ Kỳ tại EU đã hạn chế bớt giảm sút của những nhà sản xuất này.

Thứ ba, Trung Quốc tiếp tục tăng trưởng xuất khẩu hàng dệt may, mặc dù bị Mỹ và EU áp dụng chế độ hạn chế và kiểm soát nhập khẩu. Biện pháp chính được Trung Quốc áp dụng trong năm 2006 là đa dạng hoá thị trường xuất khẩu, trong đó chú trọng tăng thị phần tại các nước châu Á.

Thứ tư, các nước đang phát triển tại châu Á tiếp tục được lợi từ những sản phẩm dệt may xuất khẩu giá rẻ của mình. Băng-la-đét, Căm-pu-chia và Việt Nam là những nước thắng lợi trong thời kỳ hậu hạn ngạch hàng dệt may thế giới, cùng với Trung Quốc.

2.3.2.2. Dệt may Hàn Quốc

Với "làn sóng Hàn Quốc", Hàn Quốc đang dẫn đầu trong thị trường dệt may và thời trang Châu Á. Năm 2005, có đến 17.252 công ty dệt may Hàn Quốc với 274.000 công nhân, và giá trị sản xuất lên tới 37,897 nghìn tỉ won. Những con số này chiếm tương ứng 14,7%, 9,6% và 4,4% so với số liệu của toàn bộ lĩnh vực sản xuất. Thống kê trên cho thấy ngành dệt may là một ngành sử dụng nhiều lao động nhất Hàn Quốc, chiếm một tỷ lệ đáng kể của ngành sản xuất. Ngành dệt may đã trở thành một ngành cốt lõi và có ảnh hưởng quan trọng đến toàn bộ ngành công nghiệp quốc gia. Đáng chú ý, là lĩnh vực xuất khẩu chủ yếu, dệt may đã đạt được thặng dư thương mại lên tới hơn 10 tỷ USD hằng năm. Năm 2005, Hàn Quốc được xếp thứ 6 thế giới về xuất khẩu dệt may, sau Trung Quốc, EU, Thổ Nhĩ Kỳ, Mỹ và Ấn Độ.

Xuất khẩu hàng dệt may và may mặc của Hàn Quốc đạt con số kỷ lục vào năm 2000 khi nó lên tới 18,8 tỷ USD. Sau đó con số này giảm dần xuống 16 tỷ USD vào năm 2003 và đến năm 2006 chỉ còn 13 tỷ USD. Cũng trong năm này, xuất khẩu dệt may của Hàn Quốc sang các thị trường In-đô-nê-xi-a, Phi-lip-pin và

Gua-tê-ma-la tăng lên nhưng lại giảm đi ở hai thị trường nhập khẩu lớn nhất là Trung Quốc và Mỹ, giảm tương ứng 3,7% và 13,5%. Thực trạng này chủ yếu là do chi phí lao động, chi phí nguyên phụ và sự cạnh tranh từ Trung Quốc ngày càng tăng lên. Tuy nhiên, các nhà sản xuất Hàn Quốc cũng đang tạo ra một bước đột phá bằng việc phát triển sợi có sử dụng công nghệ thông tin và công nghệ sinh học. Các nhà may mặc thời trang đang hướng tới đa dạng hóa thị trường mới, chuyển từ thị trường Châu Âu và Mỹ sang thị trường Châu Á như Nhật Bản, Trung Quốc và In-đô-nê-xi-a.

Đối với hàng may mặc, mặc dù xuất khẩu và tiêu dùng trong nước giảm sút, sản xuất may mặc được dự đoán tăng 7% do các công ty trong nước có chính sách tốt đối với các sản phẩm giá rẻ được sản xuất đại trà. Năm 2007, quy mô thị trường thời trang trong nước đạt mức 20.990 tỷ won, tăng 2,3% so với năm trước. Xuất khẩu hàng may mặc của Hàn Quốc sang các thị trường chính, bao gồm Mỹ (26,2%), EU(49,1%) và Nhật Bản (26,2%) đang giảm dần. Nhưng xuất khẩu sang Trung Quốc (13,9%) và Việt Nam (15,2%) tăng đáng kể do Hàn Quốc đã đẩy mạnh làn sóng Hàn Quốc và những nỗ lực marketing.

Đối với sợi hóa học, sản xuất năm 2006 giảm 16% so với năm 2005, và tiếp tục giảm 11% vào năm 2007 vì những công ty đang phải đương đầu với cuộc cạnh tranh khốc liệt và tình trạng cung cầu không cân bằng do dư thừa cung thế giới về sợi hóa học. Tiêu dùng trong nước được giảm 13% do nền kinh tế suy thoái và khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp sử dụng sợi hóa học yếu đi. Vì sức cạnh tranh suy giảm trên thị trường xuất khẩu thế giới, nhu cầu sợi hóa học trong ngành dệt tổng hợp ở Daegu giảm mạnh, vì vậy nó là một yếu tố làm giảm quy mô của thị trường trong nước. Để đương đầu với thị trường trong nước sụt giảm, các nhà sản xuất sợi hóa học tiếp tục có những cố gắng mở rộng tốc độ xuất khẩu và tăng đơn giá của sản phẩm. Nhưng xuất khẩu năm 2007 giảm 7,2% xuống còn 1,9 tỷ, theo sau sự sụt giảm 6,7% của năm 2006.

Đối với sợi bông, sản xuất sợi bông 2007 đã giảm 11,6% so với năm 2006, do điều kiện cung và cầu giảm trong thời kỳ kinh tế suy thoái. Xuất khẩu sang Mỹ

tăng mạnh sau khi bãi bỏ hệ thống hạn ngạch toàn cầu. Trong khi đó, xuất khẩu sợi bông sang Trung Mỹ tăng từ khi Hiệp định tự do thương mại với Trung Mỹ bắt đầu có hiệu lực.

Đối với vải, các nhà sản xuất vải đang đối mặt với lợi ích giảm dần và tình trạng suy giảm trong tiêu thụ trong nước và xuất khẩu cùng với các nhân tố bất lợi do giá dầu cao và tỷ giá hối đoái giảm. Sản xuất vải sợi hóa học được dự đoán sẽ giảm 2 con số. Tuy nhiên, sản xuất vải len được dự đoán là sẽ tăng 6%. Tiêu dùng trong nước vẫn giữ ở mức thấp giữa lúc mức cầu đang giảm do suy thoái kinh tế và sự ưu tiên của công ty may mặc dành cho nguyên phụ liệu nhập khẩu. Xuất khẩu giảm 3%, do ảnh hưởng của việc tăng giá nguyên liệu thô và giá dầu tăng, giá trị đồng tiền Hàn Quốc cũng tăng lên, sự cạnh tranh đang tăng lên từ các quốc gia như Trung Quốc. Vải nhân tạo, mặt hàng xuất khẩu vải chủ yếu của Hàn Quốc, tiếp tục tỏ ra ảm đạm, trong khi sự thâm nhập của Trung Quốc vào thị trường thế giới ngày càng tăng. Nhưng xuất khẩu vải len và các vải khác vẫn tăng [19][26].

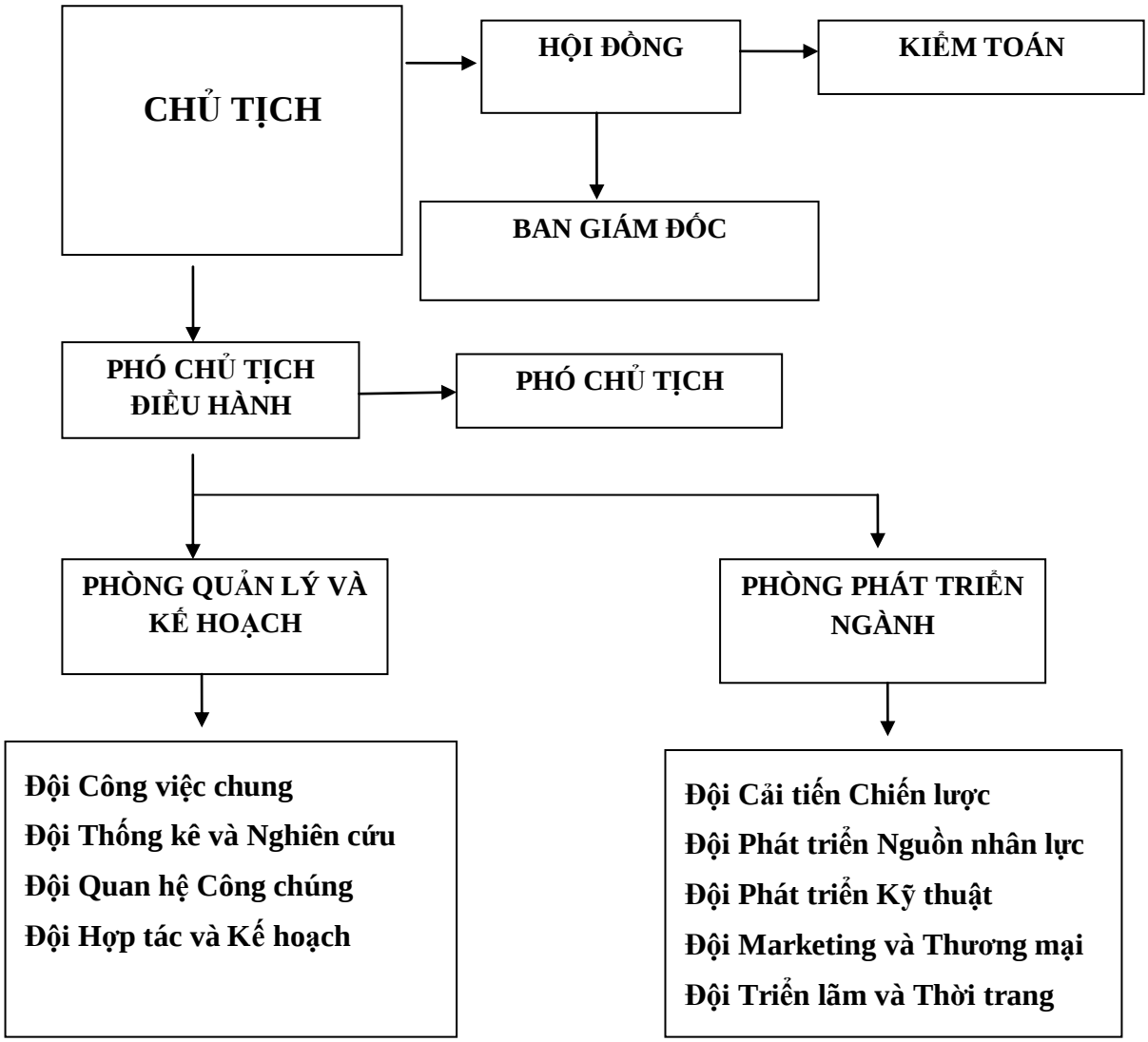
2.3.3. Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc

2.3.3.1. Cơ cấu tổ chức của Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc

Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc (Korea Federation of Textile Industries viết tắt là Kofoti) được thành lập từ tháng 5 năm 1967 để thúc đẩy quá trình hiện đại hóa của ngành dệt may và tăng cường khả năng cạnh tranh quốc tế của sản phẩm dệt may Hàn Quốc. Kofoti đã đóng góp rất nhiều vào sự tăng trưởng của nền kinh tế quốc gia cũng như sự phát triển dài hạn của ngành dệt may Hàn Quốc.

Cơ cấu chung của Kofoti bao gồm một chủ tịch, các đại diện chính thức từ 31 tổ chức liên quan đến dệt may, các đại diện chung từ 20 công ty dệt may và 2 nhà kiểm toán.

Trong suốt thời gian hoạt động của mình, Kofoti đã có rất nhiều hoạt động tích cực hỗ trợ cho hoạt động của các doanh nghiệp thành viên, đóng góp một phần không nhỏ vào sự phát triển của ngành và của nền kinh tế nói chung.



Nguồn: http://www.kofoti.org.kr

Hình 2.3: Cơ cấu tổ chức của Kofoti

2.3.3.2. Hoạt động của Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc và những thành công của các hoạt động này

- *Các hoạt động của Hiệp hội mang lại lợi ích cho doanh nghiệp hội viên*
  - Đại diện cho quyền lợi doanh nghiệp

Hoạt động thương mại quốc tế gia tăng, kèm theo đó là những vụ tranh chấp thương mại cũng gia tăng. Trong những trường hợp này, Kofoti đã đại diện cho doanh nghiệp giải quyết theo hướng có lợi nhất cho cộng đồng doanh nghiệp dệt may Hàn Quốc dù ở vị trí nguyên đơn hay bị đơn. Đồng thời, Kofoti cũng đã phản ánh được mong muốn nguyện vọng của các doanh nghiệp hội viên bằng việc tham

gia góp ý vào xây dựng các văn bản chính sách liên quan đến ngành dệt may và hoạt động thương mại về dệt may.

Kofoti đã chuẩn bị nền tảng pháp lý cho việc thúc đẩy cải tổ cơ cấu giữa các doanh nghiệp dệt may trong nước. Hiệp hội cũng đề xuất Chính phủ tạo ra một môi trường kinh doanh thuận lợi cho đầu tư. Để tăng sự đầu tư vào công nghiệp dệt may và thúc đẩy sự phát triển của các công ty dệt may đầy hứa hẹn, Kofoti đã lập ra liên kết đầu tư duy nhất. Phù hợp với xu thế tiến tới thương mại điện tử, Kofoti thúc đẩy phát triển thông tin hóa trong nước. Với hệ thống thông tin của riêng mình, Kofoti hỗ trợ quá trình máy tính hóa để thúc đẩy các hoạt động kinh doanh có hiệu quả hơn. Kofoti cũng thiết lập một hệ thống liên kết giữa các nhà sản xuất trong mỗi vùng và trong mỗi ngành kinh tế có liên quan. Bên cạnh đó, Kofoti còn thúc đẩy việc áp dụng thực hiện đồng bộ các biện pháp tiếp theo, bao gồm việc ban hành Luật Dệt may Đặc biệt điều chỉnh 5 lĩnh vực quan trọng.

- Hỗ trợ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp hội viên
  - ✓ Hỗ trợ các doanh nghiệp phát triển nguồn nhân lực

Để duy trì khả năng cạnh tranh và phát triển có hiệu quả nguồn nhân lực cần thiết cho ngành dệt may trong nước, Kofoti điều hành một hội đồng phát triển nguồn nhân lực. Đồng thời, Kofoti cũng hỗ trợ việc đào tạo kỹ thuật hướng về ngành trên cơ sở những chương trình được thiết kế đặc biệt thông qua một trung tâm huấn luyện. Kofoti cung cấp 100 triệu won cho các suất học bổng, tổ chức hội chợ việc làm và điều hành một trung tâm thông tin về hội chợ việc làm.

Hàng năm, để khám phá và phát triển các nhà thiết kế thời trang trẻ tài năng và tăng cường khả năng cạnh tranh của ngành thiết kế thời trang trong nước, Hiệp hội tổ chức Cuộc thi Thiết kế Thời trang Seoul, một sân chơi bổ ích cho các chuyên gia thời trang. Các chuyên gia dệt may và thời trang Hàn Quốc đã đóng một vai trò rất quan trọng trong việc phát triển của ngành và đang cố gắng thúc đẩy ngành dệt may và khai thác thị trường toàn cầu dựa trên cơ sở lợi thế dẫn đầu về công nghệ tiên tiến.

- ✓ Hỗ trợ cung cấp thông tin cho doanh nghiệp

Kofoti dự định mở rộng dịch vụ thống kê. Hàng tháng, Kofoti xuất bản báo cáo mô tả thống kê về các mặt khác nhau của ngành dệt may trong nước. Kofoti cũng xuất bản một cuốn niên giám về dệt may. Ngoài ra, bằng việc điều hành website của mình, Hiệp hội cung cấp các thông tin cập nhật và phục vụ như một cầu nối giữa người bán và người mua. Khảo sát các khuynh hướng trong ngành dệt may, Kofoti cung cấp dịch vụ Internet, "Dệt may và Thời trang ngày nay", với thông tin trên các thị trường nước ngoài, khuynh hướng toàn cầu, và các báo cáo công nghiệp. Kofoti gần đây thiết lập một hệ thống dịch vụ thống kê cho những phần và những ngành nguyên phụ liệu, bao gồm 370 công ty trong 16 lĩnh vực. Điều hành một trung tâm hỗ trợ cho Khu Công nghiệp Gaeseong tại trụ sở chính của Hiệp hội tại quận Gangnam, Seoul, Kofoti hỗ trợ rất nhiều doanh nghiệp muốn thiết lập các cơ sở sản xuất ở Gaeseong. Hợp tác với ngành dệt may Bắc Triều Tiên, Hiệp hội xác định nguyên liệu dệt may chiến lược, khám phá các cơ hội chế biến theo hợp đồng trong nước và cung cấp các dịch vụ tư vấn. Kofoti hỗ trợ để điều hành tổ hợp cơ cấu của Khu Công nghiệp Gaeseong (GSIC) và phân phối đều sản phẩm của Hiệp hội. Kofoti di rời các công ty dệt may tới GSIC, đảm bảo nguồn nguyên liệu dệt may có chiến lược, và hợp tác với ngành dệt may của Bắc Triều Tiên.

Tạp chí hàng năm "Dệt may và Thời trang Hàn Quốc" (Textile and Fashion Korea) được phát hành lần đầu vào năm 1987 như một phương tiện truyền thông đại chúng để thúc đẩy tiếng tăm của Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc ở nước ngoài. Năm 2006, tên của tạp chí đã chuyển từ tạp chí "Dệt may Hàn Quốc" (Korea Textile Magazine) sang "Dệt may và Thời trang Hàn Quốc" để tạo ra một cái nhìn mới về ngành dệt may của Hàn Quốc ở nước ngoài. Tạp chí này giới thiệu cho cộng đồng dệt may quốc tế về thực trạng của ngành dệt may và thời trang Hàn Quốc, đang chuyển đổi sang ngành công nghiệp có giá trị gia tăng cao với những sản phẩm ưu việt của các công ty dệt may. Hàn Quốc đã đạt được sự tăng trưởng kinh tế vượt bậc trong suốt 50 năm qua và hiện nay cũng đang có được một cơ cấu ngành có thể sánh được với các quốc gia phát triển.

- ✓ Hỗ trợ xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp thành viên

Trong 4 thập niên vừa qua, Hiệp hội dệt may Hàn Quốc đã góp phần thúc đẩy sự phát triển của ngành dệt may và thời trang Hàn Quốc. Hiệp hội dẫn đầu về các hoạt động nhằm tăng cường khả năng cạnh tranh của các sản phẩm dệt may Hàn Quốc. Kofoti hàng năm tổ chức các cuộc triển lãm quốc tế, bao gồm cả Hội chợ Dệt may quốc tế Seoul và Triển lãm Hàng Dệt may Hàn Quốc ở Thượng Hải. Những hội chợ này đóng vai trò rất quan trọng trong việc thúc đẩy hoạt động marketing ở nước ngoài và tăng cường hình ảnh thương hiệu quốc tế của hàng hóa Hàn Quốc.

Hội chợ ở Thượng Hải được Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc tổ chức lần đầu tiên vào năm 2003 như một bước đầu thâm nhập thị trường Trung Quốc. Với mục đích tăng cường hình ảnh cũng như thúc đẩy hoạt động mua bán các sản phẩm của Hàn Quốc, lễ hội dệt may hàng năm đã thành công trên mọi phương diện. Kofoti đã xây dựng được một môi trường hợp tác cùng có lợi và tận dụng được điểm mạnh của Hàn Quốc trong việc phát triển sản phẩm.

Tại các hội chợ triển lãm nổi tiếng thế giới như Pret a Porter Salon, Pret a Porter Collection, và New York’s Fashion Week, các nhà thiết kế hàng đầu Hàn Quốc đã chứng tỏ được khả năng cạnh trong của mình về sự sáng tạo và chất lượng sản phẩm. Đồng thời, những nhà xuất khẩu hàng may mặc với các thương hiệu như EXR, Doho, Hyukbee và Bean Pole Korea đã thâm nhập thành công thị trường nước ngoài với các mẫu thiết kế độc nhất, chất lượng tốt và giá cả cạnh tranh.

Kofoti cũng hỗ trợ các công ty Dệt may Hàn Quốc tham gia vào các hội chợ ở nước ngoài như ISPO Winter ở Munich, Đức, Textile North America ở Atlanta, Mỹ và Texworld ở Pa-ri. Với việc tham gia các hội chợ triển lãm ở nước ngoài, các công ty Dệt may Hàn Quốc có thể tăng doanh số bán hàng và khả năng cạnh tranh của họ. Với nỗ lực giúp các công ty trong nước khai thác thị trường hay đa dạng hóa danh mục đại lý ở nước ngoài, Kofoti đã mở rộng danh mục thị trường sang các quốc gia như Thổ Nhĩ Kỳ, Ấn Độ, Băng-la-đét, Việt Nam và Bun-ga-ri.

Để hỗ trợ thúc đẩy xuất khẩu, Kofoti hỗ trợ đến 70% phí đăng ký cho các công ty Hàn Quốc khi tham gia vào các cuộc triển lãm nổi tiếng ở nước ngoài. Kofoti hỗ trợ 100 công ty tham gia vào Texworld một năm hai lần, 10 công ty tham gia vào Techtextile được hỗ trợ để họ có thể sử dụng 20 gian hàng. Kofoti cũng giúp đỡ cho 10 công ty sử dụng 30 gian hàng ở ISPO.

Để bắt kịp với ngành dệt may quốc tế đồng thời với cố gắng nhằm duy trì mối quan hệ thân thiết với các đối tác thương mại chính ở Đông Bắc Á, Kofoti thường xuyên tham dự các cuộc họp mặt và xây dựng một nền tảng hợp tác với các công ty liên quan đến dệt may ở Trung Quốc, Nhật Bản và Đài Loan như cuộc họp hợp tác lần thứ 20 với Nhật Bản (vào tháng 4/2007, tổ chức tại Hàn Quốc) để trao đổi thông tin ngành dệt may và để cùng thúc đẩy Hiệp định tự do thương mại; hội nghị hợp tác lần thứ 4 với Trung Quốc (tháng 10/2007 tại Trung Quốc) để giải quyết các vấn đề thương mại; và hội nghị hợp tác lần thứ 4 với Đài Loan (tháng 5/2007 tại Hàn Quốc) để thúc đẩy hợp tác kinh doanh.

Kofoti đã thường xuyên cử phái đoàn đi gặp gỡ các đối tác thương mại lớn nhằm mở rộng thị trường xuất khẩu. Hành động này nhằm giải quyết mất cân bằng thương mại, do vậy giúp ngăn những tranh chấp có thể xảy ra, cũng như bảo đảm cho nguồn cung cấp ổn định nguyên liệu thô. Các phái đoàn cũng được gửi tới Braxin và Gua-tê-ma-la. Họ tổ chức các phiên họp kinh doanh, gặp mặt các doanh nhân, chính khách và tham gia vào chuyến đi khảo sát các khu công nghiệp. Kofoti cũng sẽ gửi các phái đoàn chủ yếu là các công ty vừa và nhỏ tới Thổ Nhĩ Kỳ, UAE và Ấn Độ để khám phá các thị trường mới thích hợp.

Để đối phó hiệu quả với các quy định nhập khẩu khác nhau do các nước phát triển áp đặt, Kofoti chủ động trao đổi thông tin tại các cuộc họp quốc tế với các tổ chức như Cục Dệt may Quốc tế (ITCB), Hiệp hội các nhà sản xuất Dệt may Quốc tế (ITMF), WTO, và OECD. Tại các cuộc họp này, Kofoti cũng vạch ra các biện pháp nhằm tăng cường tự do thương mại dệt may và đàm phán các Hiệp định thương mại tự do với các nước trên thế giới như Mỹ, Canada, Ấn Độ, Mê-xi-cô và Trung Quốc.

Kofoti đang tăng cường mọi cố gắng để thúc đẩy thương mại quốc tế thông qua thu thập thông tin thương mại toàn cầu và cung cấp các thông tin đó cho các công ty trong nước qua hệ thống phát triển quốc tế và các phương tiện truyền thông khác. Ngoài ra, Hiệp hội đã nỗ lực để xây dựng một "vành đai dệt may toàn cầu" bằng cách liên kết với các doanh nhân Hàn Quốc ở nước ngoài. Bên cạnh đó, Kofoti đã lập một trung tâm trợ giúp nhằm tối thiểu hóa các tổn thất cho ngành dệt may Hàn Quốc do việc nhập khẩu nguyên liệu tăng mạnh hay những gian lận thương mại khác.

- ✓ Hỗ trợ doanh nghiệp về công nghệ

Đặc biệt, họ nhanh chóng phải đối mặt với những thay đổi trong thị hiếu của khách hàng, do vậy phải phát triển thêm nhiều nguyên phụ liệu thông qua việc áp dụng công nghệ sinh học và công nghệ nano. Kofoti đang đẩy mạnh với những chương trình nhằm vào tăng cường các chiến lược đổi mới và phát triển các chuyên gia cho ngành dệt may và thời trang. Ngoài ra, công nhân ngành dệt may Hàn Quốc đã được trang bị kiến thức và tầm nhìn quốc tế để có thể chia sẻ kinh nghiệm và kỹ thuật với công nhân những nước đang phát triển và chia sẻ thị trường với những quốc gia phát triển.

Hiệp hội đang có những cố gắng để tạo điều kiện cho sự phát triển của ngành dệt may kỹ thuật cao Hàn Quốc. Hiệp hội đang điều tra xu hướng những vật liệu mới và nhu cầu thị trường ở những hội chợ nước ngoài như Techtil ISPO, IFAI, Bán lẻ Ngoài trời, và ITMA. Kofoti cũng có một chương trình liên kết đặc biệt với các nhà dệt may công nghiệp Nhật Bản để trao đổi công nghệ và kỹ sư.

- *Các hoạt động của Hiệp hội mang lại lợi ích cho nền kinh tế*

Để hỗ trợ các công ty trong nước xây dựng khả năng cạnh tranh cho các sản phẩm của mình, Kofoti cung cấp các thông tin cập nhật về xu hướng kỹ thuật trong ngành dệt may. Đồng thời, Hiệp hội cũng giới thiệu một hệ thống chứng nhận xuất xứ nhằm thúc đẩy việc sử dụng các nguyên phụ liệu sản xuất trong nước và tối thiểu hóa việc sử dụng các sản phẩm nhập khẩu chất lượng thấp.

Kofoti nhất quyết thực hiện khẩu hiệu của mình "Biến Hàn Quốc thành một ngôi nhà quyền lực của dệt may và thời trang thông qua cải tiến sáng tạo". Mặc dù môi trường kinh doanh toàn cầu bất lợi một phần là do sự bãi bỏ các hệ thống hạn ngạch trên thị trường thế giới và thách thức ngày càng tăng từ các nước có nguồn nhân lực giá rẻ như Trung Quốc và Ấn Độ, Kofoti đã dồn sức trong năm qua để tạo ra bước đột phá thông qua các dự án đa dạng.

Có thể nói rằng trong suốt hơn 40 năm hoạt động, Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc đã đóng góp một phần rất lớn vào sự phát triển của nền kinh tế Hàn Quốc nói chung, ngành dệt may và các công ty dệt may Hàn Quốc nói riêng. Với vai trò lãnh đạo ngành dệt may, Kofoti đã có những hoạt động hiệu quả và tích cực nhằm đưa ngành dệt may lên một tầm cao mới, hòa nhập sâu rộng vào thị trường quốc tế.

Đáng chú ý là xuất khẩu của dệt may Hàn Quốc sang Trung Quốc đang tăng đều, từ 2.653 tỷ đô la Mỹ vào năm 2003 lên 2.943 tỷ vào năm 2005. Ngày càng có nhiều thương hiệu Hàn Quốc thâm nhập vào thị trường này, từ con số 65 năm 2004 lên 100 năm 2006. Hội chợ năm 2006 cũng đã mang lại nhiều kết quả tốt đẹp. 132 doanh nghiệp dệt may đã đại diện cho ngành dệt may Hàn Quốc với 320 gian hàng tham dự hội chợ. Hơn 28000 khách tham dự và trị giá giao dịch lên tới 1 tỷ đô la Mỹ, tăng 20% so với năm trước.

Đối với các doanh nghiệp thành viên, Kofoti đã thành công trong việc thúc đẩy hoạt động thương mại nói chung và hoạt động xuất khẩu nói riêng của các doanh nghiệp. Kofoti hỗ trợ các doanh nghiệp về vốn, công nghệ, nhân lực và cung cấp các thông tin cần thiết về thị trường, giá cả, đối tác giúp nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường thế giới.

Tóm lại, có thể nói rằng các hoạt động của Hiệp hội Thủy sản Mỹ, Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản và Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc đã thành công và đóng góp một phần không nhỏ vào sự phát triển của nền kinh tế Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc cũng như sự phát triển của các ngành tương ứng. Sự đóng góp và thành công của các Hiệp hội này có thể khó định lượng bằng những con số cụ thể chính xác

nhưng chúng ta có thể thấy rõ điều đó qua sự phát triển của ngành và của nền kinh tế cùng với vị thế của ngành và quốc gia đó trên trường quốc tế. Từ những thành công trong các hoạt động nói trên, nhìn lại thực trạng của Việt Nam, chúng ta có thể rút ra được một số bài học quý giá và đưa ra một số đề xuất trên cơ sở các bài học đó để phát triển được hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam trong bối cảnh hiện nay trong chương 3 “Bài học kinh nghiệm cho Việt Nam”.

CHƯƠNG 3
BÀI HỌC KINH NGHIỆM CHO VIỆT NAM

3.1. Thực trạng hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam

3.1.1. Tổng quan về kinh tế Việt Nam

3.1.1.1. Vài nét về Việt Nam

Việt Nam là quốc gia theo chế độ xã hội chủ nghĩa với diện tích 331.690 km² và số dân 85,155 triệu người. Việt Nam nằm trong bán đảo Đông Dương, thuộc vùng Đông Nam châu Á. Việt Nam có biên giới đất liền với Trung Quốc (1.281 km), Lào (2.130 km) và Cam-pu-chia (1.228 km) và bờ biển dài 3.260 km tiếp giáp với vịnh Bắc Bộ, biển Đông và vịnh Thái Lan. Việt Nam bao gồm khoảng 327.480 km² đất liền và hơn 4.200 km² biển nội thủy, với hơn 3.000 hòn đảo, bãi đá ngầm lớn nhỏ, gần và xa bờ. Địa thế có những đồi và những núi đầy rừng, trong khi đất phẳng che phủ khoảng ít hơn 20%. Núi rừng chiếm độ 40%, đồi 40%, và độ che phủ khoảng 75%. Miền Bắc gồm có cao nguyên và vùng châu thổ sông Hồng; miền Trung là phần đất thấp ven biển, những cao nguyên theo dãy Trường Sơn, và miền Nam là vùng châu thổ Cửu Long. Việt Nam có khí hậu nhiệt đới ở miền nam với hai mùa (mùa mưa, từ giữa tháng 5 đến giữa tháng 9, và mùa khô, từ giữa tháng 10 đến giữa tháng 3) và khí hậu gió mùa ở miền bắc với bốn mùa rõ rệt (mùa xuân, mùa hè, mùa thu và mùa đông). Việt Nam có nhiều mỏ khoáng sản trên đất liền, rừng tự nhiên và một số mỏ dầu, khí, quặng khoáng sản ngoài khơi. Hàng năm, Việt Nam luôn phải phòng chống bão và lụt lội.

3.1.1.2. Kinh tế Việt Nam

Năm 1986 đánh dấu quá trình đổi mới kinh tế, từ chỗ hầu như không có tăng trưởng trong giai đoạn 1976 – 1985, bước sang giai đoạn 1986 – 1990, nền kinh tế đã có dấu hiệu phục hồi và phát triển, tuy tốc độ chưa cao. Từ năm 1990 đến nay, tốc độ tăng trưởng GDP của Việt Nam tăng cao. Tính chung từ 1986 - 2005, tốc độ tăng GDP trung bình hàng năm là 6,98%, tăng gấp 3,6 lần so với đầu giai đoạn. Chỉ số xếp hạng GDP của Việt Nam cũng được cải thiện rõ rệt, từ vị trí thứ 124 thế giới năm 2002 đã tăng lên thứ 58 vào năm 2007. Việt Nam đạt mức tăng

trưởng GDP ở mức khoảng 8% một năm trong giai đoạn 1990-1997 và tiếp tục duy trì ở mức khoảng 7% từ năm 2000 đến 2002. Việc chính phủ kiểm soát nền kinh tế cộng với một đồng tiền tệ không chuyển đổi được đã bảo vệ Việt Nam khỏi những tác động nghiêm trọng từ cuộc Khủng hoảng tài chính Đông Á. Tuy nhiên, cuộc khủng hoảng cộng với việc để mất đà tăng trưởng trong giai đoạn cải cách kinh tế đầu tiên cũng giúp nước này nhận thấy những vấn đề kém hiệu quả nghiêm trọng bên trong cơ cấu kinh tế. Vì thế, chính phủ Việt Nam nhấn mạnh sự ổn định kinh tế vĩ mô hơn là sự tăng trưởng, áp dụng nguyên tắc "chậm mà chắc". Trong khi đất nước đang tiến về một nền kinh tế theo định hướng thị trường, chính phủ Việt Nam tiếp tục quản lý chặt chẽ các lĩnh vực chính của nền kinh tế, như hệ thống ngân hàng, các doanh nghiệp nhà nước, và các lĩnh vực đầu tư nước ngoài.

Tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam trong giai đoạn 2002-2007 khá cao và đồng đều (xem bảng 3.1). Năm 2007, tốc độ tăng trưởng kinh tế của Việt Nam đạt 8,48%, là mức tăng cao nhất trong vòng 10 năm qua, đạt 71,216 tỷ USD, đứng thứ 58 trên thế giới. Tuy nhiên, trong năm 2008 do những biến động khó lường của kinh tế thế giới, kéo theo sức ép lạm phát, mức độ tăng trưởng kinh tế sẽ chậm lại (từ 6,6% đến 7,6%).

Bảng 3.1: GDP của Việt Nam giai đoạn 2000-2007

Năm	2002	2003	2004	2005	2006	2007
GDP (tỷ USD)	35,081	39,798	45,359	53,115	65,649	71,216
Tốc độ tăng trưởng GDP (%)	7,08	7,34	7,79	8,44	8,23	8,48

Nguồn: Ngân hàng Thế giới

3.1.2. Thực trạng hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam

3.1.2.1. Thực trạng chung

Trước hết, cần phải khẳng định ở Việt Nam đang tồn tại, ít nhất là trên danh nghĩa, hầu như tất cả các loại Hiệp hội, cả chính phủ lẫn phi chính phủ, cả Hiệp hội ngành hàng lẫn Hiệp hội đa ngành, Hiệp hội hoạt động trên phạm vi cả nước, Hiệp hội địa phương và trong hầu hết các lĩnh vực: văn hóa, khoa học kỹ thuật,

tôn giáo... Các Hội và Hiệp hội đã và đang tập hợp lực lượng, từng bước tạo ra tầm hoạt động và ảnh hưởng trên diện rộng trong hầu hết mọi lĩnh vực đời sống – kinh tế – xã hội của Việt Nam. Theo kết quả điều tra, người Việt Nam đang tham gia mạnh vào các hoạt động của các Hội giáo dục, văn hoá, Hiệp hội nghề nghiệp, các Liên đoàn lao động và các công tác thanh niên. Tính trung bình, một người Việt Nam tham gia 2,33 tổ chức, khá cao so với Trung Quốc (0,91), Nhật Bản (1,41), Philippine (1,93).

Hiện nay, số lượng Hội và Hiệp hội nhiều đến nỗi khó có thể tính được chính xác nhưng có rất ít các Hiệp hội hoạt động có hiệu quả và năng động. Có thể khẳng định rằng cả mô hình, cơ cấu và hoạt động của các Hiệp hội lẫn sự quản lý nhà nước còn rất nhiều bất cập. Cho đến nay, ước tính trên toàn quốc có khoảng 300 Hiệp hội các loại. Chỉ riêng trên địa bàn Hà Nội có khoảng 50 Hiệp hội thuộc Trung ương và địa phương, Hiệp hội ngành hàng và đa ngành đang hoạt động. Trong các Hiệp hội đó, chỉ có một số ít là Hiệp hội đa ngành (Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam VCCI, Liên minh Hợp tác xã Việt Nam, Hiệp hội Doanh nghiệp Trẻ Việt Nam, Hiệp hội Doanh nghiệp vừa và nhỏ Hà Nội), còn phổ biến là Hiệp hội ngành hàng.

Nếu tính riêng Hiệp hội ngành hàng thì hiện có trên 70 Hiệp hội ngành hàng hoạt động trên phạm vi cả nước và trên 100 Hiệp hội ngành hàng hoạt động ở phạm vi tỉnh, thành.

Các Hiệp hội ngành hàng cũng dàn trải ở mọi lĩnh vực của đời sống kinh tế trong các lĩnh vực công nghiệp, dịch vụ, nông lâm thuỷ sản tuy nhiên ở lĩnh vực nông-lâm-thuỷ sản là thế mạnh của Việt Nam lại chỉ có 7 Hiệp hội ngành hàng trong tổng số 34 Hiệp hội ngành hàng chính (xem bảng 3.2).

Bảng 3.2: Một số Hiệp hội ngành hàng chính ở Việt Nam

Lĩnh vực kinh tế	**Tên Hiệp hội**	**Số hội viên**
Công nghiệp	1.Hiệp hội dệt may Việt Nam	1075
	2.Hiệp hội Nhà thầu Xây dựng	365
	3.Hiệp hội nhựa Việt Nam	250
	4.Hiệp hội Doanh nghiệp Cơ khí Việt Nam	180
	5.Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thuỷ sản Việt Nam	178
	6. Hiệp hội Gỗ và Lâm sản Việt Nam	173
	7.Hiệp hội Rượu bia - Nước giải khát	148
	8. Hiệp hội Xe đạp - Xe máy Việt Nam	142
	9. Hiệp hội Doanh nghiệp Điện tử	119
	10. Hiệp hội Da giày Việt Nam	115
	11.Hiệp hội Xi măng Việt Nam	101
	12. Hiệp hội Sản xuất Kinh doanh Dược Việt Nam	93
	13.Hiệp hội Giấy Việt Nam	89
	14.Hiệp hội Tinh dầu - Hương liệu mỹ phẩm Việt Nam	80
	15.Hiệp hội Thức ăn chăn nuôi	60
	16. Hiệp hội Công nghiệp Kỹ thuật điện	47
	17. Hiệp hội Thép Việt Nam	62
Nông – lâm – thủy sản	18. Hiệp hội Chè Việt Nam	114
	19. Hiệp hội Cà phê - Ca cao Việt Nam	110
	20. Hiệp Hội Lương thực Việt Nam	101
	21. Hiệp hội Cây điều Việt Nam	93
	22. Hiệp hội Trái cây Việt Nam	78
	23. Hiệp hội Cao su Việt Nam	71
	24. Hiệp hội Mía đường Việt Nam	37

Dịch vụ	25. Hiệp hội Vận tải Ôtô Việt Nam	388
	26. Hiệp hội Đầu tư xây dựng năng lượng Việt Nam	202
	27. Hiệp hội Du lịch Việt Nam	186
	28. Hiệp hội Tư vấn xây dựng Việt Nam	150
	29. Hiệp hội Quảng cáo Việt Nam	145
	30. Hiệp hội Đại lý môi giới hàng hải Việt Nam	57
	31. Hiệp hội Ngân hàng Việt Nam	38
	32. Hiệp hội Chủ tàu Việt Nam	25
	33. Hiệp hội Bảo hiểm Việt Nam	57

Nguồn: Báo cáo của các Hiệp hội - Bộ nội vụ (2007)

3.1.2.2. Thực trạng một số Hiệp hội ngành hàng tiêu biểu

- *Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam (VASEP)*

Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thuỷ sản Việt Nam ra đời năm 1998 theo Quyết định số 242/BTS/QĐ ngày 8/6/1998 đánh dấu một bước phát triển có ý nghĩa sâu sắc trong đổi mới quan hệ giữa cộng đồng thuỷ sản với Nhà nước. Hiệp hội được thành lập với mục đích phối kết hợp, liên kết hoạt động của các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, không phân biệt quy mô sản xuất kinh doanh, giúp nhau nâng cao giá trị, chất lượng, khả năng cạnh tranh của sản phẩm thuỷ sản Việt Nam. Với gần 200 hội viên, tổng doanh số của Hiệp hội chiếm gần 90% kim ngạch xuất khẩu thuỷ sản của cả nước.

VASEP là một trong số ít Hiệp hội hoạt động hiệu quả tại Việt Nam. Trong suốt 10 năm hoạt động, VASEP đã có nhiều hoạt động tích cực đại diện cho quyền lợi của hội viên và hỗ trợ hội viên về nhiều mặt.

VASEP đã có rất nhiều công văn kiến nghị gửi Thủ tướng Chính phủ, Bộ Thuỷ sản, Bộ Công Thương, Tổng cục Thuế, Tổng cục Hải quan và một số cơ quan hữu quan khác đề xuất nhiều biện pháp cụ thể nhằm thực hiện nhiệm vụ phát triển xuất khẩu thuỷ sản. Những kiến nghị này tập trung vào các thủ tục hành chính, quản lý chất lượng và an toàn vệ sinh, chính sách và thủ tục nộp thuế xuất nhập khẩu… Phần lớn các kiến nghị của Hiệp hội đã được các cơ quan chức năng

tiếp thu và từng bước giải quyết, tạo thuận lợi cho các doanh nghiệp hội viên hoạt động sản xuất kinh doanh. Ngoài ra, Hiệp hội đã chủ động hợp tác với nhiều tổ chức ở trên khắp các khu vực như ở Châu Âu, thiết lập quan hệ với đại sứ quán của các nước tại Việt Nam. Những hoạt động đối ngoại của VASEP đã tạo điều kiện cho hội viên gặt hái được nhiều thành công trong hoạt động xuất khẩu.

VASEP cũng chú trọng công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ quản lý doanh nghiệp. Trong những năm gần đây, các hoạt động đào tạo gia tăng cả về số lượng và chất lượng. VASEP còn phối hợp với các tổ chức quốc tế tổ chức các khoá đào tạo ngắn hạn và các khoá tập huấn cho các nhà quản lý về quản trị doanh nghiệp, về nuôi trồng thuỷ sản với kỹ thuật tiên tiến như nuôi trồng thuỷ sản sinh thái, quản lý môi trường và công nghệ sản xuất sạch hơn, nghiệp vụ marketing tại hội chợ thuỷ sản quốc tế.

VASEP là một trong những Hiệp hội làm rất tốt công tác thông tin. Chỉ hơn một tháng sau khi thành lập, Hiệp hội đã cho ra đời Bản tin thương mại thuỷ sản dưới sự cho phép của Bộ văn hoá thông tin theo giấy phép số 1928/1998-GPXB-BC vào ngày 16/8/1998. Ngoài ra Hiệp hội còn cho xuất bản Tạp chí thương mại thuỷ sản cung cấp các thông tin về giá cả, cung cầu thị trường xuất khẩu, dư lượng kháng sinh trong sản phẩm thuỷ sản, các vụ kiện chống bán phá giá…

Trong các tranh chấp thương mại, đặc biệt là vụ kiện gần đây của Mỹ về tôm Việt Nam, VASEP đã thể hiện khá tốt vai trò của mình. Trong vụ kiện này, rút kinh nghiệm ở vụ kiện cá tra, basa, hành động của VASEP lần này khẩn trương hơn và hiệu quả hơn. Khi nghe tin sắp có vụ kiện xảy ra, Hiệp hội đã thành lập hẳn Uỷ ban tôm để đứng ra chuẩn bị đối phó với vụ kiện. Uỷ ban đã triệu tập các doanh nghiệp thuộc diện điều tra để tập huấn về việc chuẩn bị hồ sơ, sổ sách kế toán, kiểm toán để đảm bảo chính xác và giúp doanh nghiệp tự bảo vệ mình, cùng các doanh nghiệp lựa chọn các công ty tư vấn luật tốt đó là bốn công ty luật Mỹ. Tuy chưa đạt được thành công mỹ mãn nhưng việc các doanh nghiệp chế biến tôm phải chịu mức thuế chống bán phá giá thấp hơn các doanh nghiệp chế biến cá tra,

basa khẳng định sự trưởng thành về mọi mặt của VASEP không những trong nước mà còn cả trên trường quốc tế.

Đối với hoạt động xúc tiến xuất khẩu, VASEP rất tích cực tìm kiếm đối tác và thị trường cho hội viên. Các hoạt động xúc tiến thương mại của Hiệp hội đã mang lại cho hội viên các thị trường mới với các bạn hàng làm ăn lâu dài.

- *Hiệp hội Thép Việt Nam (VSA)*

Hiệp hội Thép Việt Nam được thành lập ngày 06/08/2001 với 21 thành viên đại diện cho 21 công ty sản xuất thép xây dựng. Hiện nay, tổng số thành viên của Hiệp hội Thép Việt Nam đã là 62 tập trung vào 3 chuyên ngành chính như: thép xây dựng (26), ống thép (16), thép tấm lá cán nguội, mạ kim loại, sơn phủ mầu (11) và 11 Doanh nghiệp, văn phòng đại diện kinh doanh thép. Hiệp hội Thép Việt Nam hoạt động với mục tiêu thúc đẩy hợp tác giữa các thành viên trong Hiệp hội để cùng phát triển ngành thép ổn định, bền vững và cùng có lợi.

VSA đã có một số hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp hội viên của mình, tuy không phải hoạt động nào cũng đạt được hiệu quả cao. Hoạt động của Hiệp hội Thép Việt Nam còn chưa thực sự chủ động và tích cực

VSA có những kiến nghị với các cơ quan quản lý Nhà nước về chính sách pháp luật, xây dựng tiêu chuẩn về sản phẩm thép và nguyên liệu phục vụ ngành thép và các vấn đề khác có liên quan đến công nghiệp thép. Hiệp hội đã cố gắng trong việc xin cấp giấy phép tự động cho các doanh nghiệp thành viên. VSA nỗ lực quan hệ và tham gia các tổ chức, Hiệp hội sản xuất, gia công thép của khu vực và thế giới.

Ngoài ra, Hiệp hội còn tổ chức các hình thức huấn luyện nhằm đào tạo cán bộ và công nhân của ngành. Hiệp hội cũng tổ chức và cung cấp thông tin về công nghiệp thép ở trong và ngoài nước cho các Hội viên Hiệp hội thông qua các hình thức trao đổi thông tin, hội thảo, toạ đàm, tổng kết và phổ biến kinh nghiệm, tham quan, khảo sát ... Hiệp hội đã cung cấp được khá nhiều thông tin cho hội viên về thị trường, đối tác, cơ hội giao thương cũng như thông tin về công nghệ để hội viên theo dõi và cập nhật tình hình, đồng thời có thể tiến hành tìm kiếm và ký kết

các hợp đồng thương mại. Đồng thời, VSA cũng trợ giúp về kỹ thuật, công nghệ cho các thành viên của Hiệp hội thép. VSA đã góp phần thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm thép và tìm kiếm mở rộng thị trường xuất khẩu.

- *Hiệp hội Dệt may Việt Nam*

Hiệp hội Dệt may Việt Nam thành lập ngày 21/10/1999 với 161 hội viên sáng lập, đến nay Hiệp hội đã có 1075 hội viên thuộc mọi thành phần kinh tế, chiếm hơn 50% số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dệt may và trên 80% về năng lực sản xuất toàn ngành, trong đó còn bao gồm 120 hội viên liên kết là các công ty có vốn đầu tư nước ngoài.

Hiệp hội Dệt may Việt Nam cũng đã có một số hoạt động tích cực, hỗ trợ các doanh nghiệp hội viên trong quá trình kinh doanh và hội nhập quốc tế. Hiệp hội Dệt may Việt Nam cũng tham gia vào nhiều tổ chức dệt may quốc tế như Liên đoàn công nghiệp dệt may ASEAN AFTEX, Liên đoàn may mặc quốc tế IAF, tổ chức các nước xuất khẩu dệt may ITCB, Diễn đàn dệt may khu vực châu á Thái Bình Dương ASPAC- TCF và quan hệ song phương với các tổ chức cùng ngành tại Đài Loan, Hàn Quốc, Singapore nhằm tăng cường hợp tác, trao đổi thông tin và hỗ trợ các chương trình đào tạo.

Đối với Hiệp hội Dệt may Việt Nam vấn đề hạn ngạch và phân bổ hạn ngạch là vấn đề luôn được quan tâm nhiều nhất. Năm 2005 bằng nỗ lực của mình Hiệp hội đã trình Bộ thương mại để trình Chính phủ đề xuất cơ chế cho phép chuyển nhượng hạn ngạch, làm cho việc chuyển nhượng hạn ngạch được chính thức thừa nhận và được phép thực hiện công khai. Đây là một cố gắng không nhỏ đối với Hiệp hội dệt may trong việc làm cầu nối giữa doanh nghiệp và cơ quan quản lý Nhà nước. Chính cơ chế này đã góp phần làm giảm rất nhiều tiêu cực, tạo môi trường thông thoáng hơn cho các doanh nghiệp dệt may nói chung và các thành viên của Hiệp hội nói riêng. Hơn thế nữa Bộ thương mại cũng đã ban hành quyết định cho phép Hiệp hội Dệt may Việt Nam trở thành thành viên thứ tư của Ban xây dựng cơ chế điều hành, quản lý việc xuất khẩu hàng dệt may.

Hiệp hội Dệt may Việt Nam đã phối hợp với Sở thương mại Hà Nội mở lớp đào tạo thời trang do các chuyên gia Pháp giảng dạy. Hội còn tranh thủ sự hỗ trợ quốc tế như Ấn Độ, Đan Mạch, Pháp, Nhật cử một số cán bộ đi học về quản lý, kỹ thuật tại nước ngoài thông qua các chương trình hỗ trợ kỹ thuật. Hiệp hội còn đẩy mạnh hoạt động của các trung tâm đào tạo là thành viên của Hiệp hội liên tục tổ chức các chương trình đào tạo cho công nhân và các nhà quản lý nhằm đáp ứng kịp thời nhu cầu của các hội viên.

Ngay từ khi mới thành lập Hiệp hội dệt may Việt Nam phối hợp với Tổng Công ty Dệt may Việt Nam xuất bản tạp chí Dệt may và thời trang ra hàng tháng. Nhằm cung cấp kịp thời hơn nữa các thông tin cập nhật như quy chế phân bổ hạn ngạch xuất khẩu, tình hình thực hiện Hiệp định dệt may với Mỹ, EU, những bài bình luận của các chuyên gia kinh tế về những thời cơ và thách thức, những vấn đề về giá cả và thị trường xuất khẩu, hoạt động của các hội viên, các cơ chế chính sách mới…

Hiệp hội dệt may Việt Nam cũng phối hợp với các chuyên gia quốc tế, các nhà quản lý, chuyên môn tổ chức các buổi toạ đàm, các hội nghị nhằm phổ biến cho các doanh nghiệp hội viên những vấn đề liên quan tới thị trường, đến luật lệ của các nước bạn hàng đặc biệt là các thị trường khó tính như EU và Mỹ. Hiệp hội cũng tổ chức nhiều đoàn doanh nghiệp đi tham gia hội chợ triển lãm, nghiên cứu khảo sát thị trường như Nam Phi, Nhật Bản, Mỹ, Đức, Hồng Kông và các nước Đông Âu.

3.1.2.3. Những hạn chế tồn tại của Hiệp hội ngành hàng Việt Nam

Hoạt động của các Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam còn nhiều bất cập, như chưa có được vai trò chủ động và tích cực cần thiết, quá trình đóng góp, phản biện chưa chuyên nghiệp và chưa hiệu quả, chưa thể hiện được hết tiếng nói đồng thuận của các doanh nghiệp thành viên, sự liên kết giữa các Hiệp hội còn yếu… Vai trò của Hiệp hội rất hạn chế, còn mang tính chất hành chính, chưa làm kinh doanh thực sự.

- Chưa đại diện được cho quyền lợi của doanh nghiệp hội viên

Chỉ có một số ít Hiệp hội cho rằng họ có thể thay mặt cho hội viên tiến hành đối thoại với Chính phủ một cách thỏa đáng. Hầu hết các Hiệp hội còn lại có vai trò khá mờ nhạt, chưa có cơ hội tham gia vào việc xây dựng các chủ trương, chính sách phát triển kinh tế – xã hội của đất nước, chưa có tiếng nói trong các vấn đề liên quan đến doanh nghiệp.

Về khía cạnh chính trị, tính chất của các Hiệp hội nói chung gần với tính chất của câu lạc bộ hơn là các tổ chức có định hướng chiến lược đài hạn. Với tư cách là những tổ chức nghề nghiệp, các Hiệp hội không có nhiều khả năng, kể cả tài chính lẫn chuyên môn, để trợ giúp các doanh nghiệp. Với tư cách là những tổ chức truyền đạt mong muốn, nguyện vọng của doanh nghiệp đến chính quyền, tiếng nói của họ về cơ bản vẫn là những phản ứng tức thì nhằm giải tỏa những sự bực bội, những thắc mắc, chứ chưa được tập hợp lại và xử lý nhằm mục đích đưa ra những kiến nghị xác thực phù hợp mang tính giải pháp dài hạn có ý nghĩa chiến lược. Thực tế, các Hiệp hội điển hình như VASEP hay Hiệp hội Dệt may Việt Nam, trong một số trường hợp và trong một chừng mực nào đó, đã và đang có ít nhiều tác động đến việc hoạch định chính sách phát triển kinh tế và pháp luật, nhưng hoàn toàn chưa phải là những tác động và ảnh hưởng một cách hệ thống, với một công nghệ nhất quán mang tính tất yếu. Thực tế chung của các Hiệp hội Việt Nam cho thấy các Hiệp hội đã không có khả năng xử lý tốt các mối quan hệ với Nhà nước và các thực thể khác là đối tác của nó.

Về khía cạnh xã hội, một đặc điểm nổi bật của các Hiệp hội ở Việt Nam là tính thụ động trong quan hệ với các cấp chính quyền. Các Hiệp hội thường tự rơi vào tình thế của kẻ ngồi chờ chỉ thị từ các bộ hoặc chính quyền địa phương. Rất ít trường hợp các Hiệp hội đưa ra được những khuyến nghị cho định hướng phát triển chung hoặc dàn xếp để bảo vệ quyền lợi các thành viên. Phần lớn các hiệp hội Việt Nam chưa ý thức đầy đủ tính xã hội của mình, chưa có khả năng hợp tác và khai thác các mối quan hệ với các tổ chức xã hội khác để tranh thủ được sự ủng hộ cũng như sự phối hợp hành động.

Cùng với sự phát triển của thương mại quốc tế là các nguy cơ về tranh chấp thương mại sẽ ngày càng nhiều hơn. Theo VCCI, hơn 10 năm qua, thế giới có hơn 4.000 vụ kiện chống bán phá giá, chống trợ cấp và tự vệ, trong đó có 31 vụ kiện liên quan tới doanh nghiệp nước ta. Nguy cơ bị khởi kiện ở hầu hết các mặt hàng lớn như: thủy sản có cá tra, cá ba sa, tôm; công nghiệp có giày da, xe đạp, đèn huỳnh quang... Mặc dù vậy, nhiều Hiệp hội ngành hàng trong nước vẫn chưa chú trọng nhiều tới việc tìm hiểu luật pháp quốc tế và các vụ tranh chấp thương mại và thường bị động trước các vụ kiện. Theo kết quả khảo sát mới đây của phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam VCCI, tính đến thời điểm cuối năm 2007, trung bình mỗi hiệp hội chỉ có 7 nhân viên, có tới hơn 74% Hiệp hội trong nước được hỏi cho biết, không có bộ phận chuyên trách về pháp luật; 81% Hiệp hội chỉ biết được một vài nội dung cơ bản của Hiệp định thương mại song phương Việt – Mỹ. Đây là kết quả đáng lo ngại đối với các doanh nghiệp nước ta, nhất là trong bối cảnh trao đổi thương mại quốc tế phát triển nhanh.

- Thực hiện chưa tốt vai trò hỗ trợ hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp

Về khía cạnh nghề nghiệp, khi tham gia nhiều Hiệp hội, các hội viên thường hy vọng nhận được ở đấy nhiều thông tin tư vấn kinh doanh, được cùng với Hiệp hội và các doanh nghiệp bạn trao đổi giúp nhau tháo gỡ những vướng mắc của doanh nghiệp và thương trường. Họ cũng mong đợi được che chở, được bảo vệ các quyền và lợi ích hợp pháp. Nhưng hiện nay, có thể nói rằng hầu hết các hiệp hội hoạt động cầm chừng, thụ động, thiếu hiệu quả và có vai trò và tác dụng khá mờ nhạt trong việc hỗ trợ các thành viên phát triển kinh doanh. Hoạt động của Hiệp hội không giúp được nhiều cho các hội viên cũng như hỗ trợ cho các cơ quan chức năng để nắm bắt những vấn đề phát sinh cần xử lý nhằm thúc đẩy sản xuất, kinh doanh đạt hiệu quả như mong muốn.

Về mặt dịch vụ hỗ trợ kinh doanh, đa số các Hiệp hội mới dừng ở đào tạo ngắn hạn và cung cấp những thông tin cơ bản, cung cấp dịch vụ hỗ trợ kinh doanh ở các dạng: phổ biến thông tin bằng văn bản, tư vấn pháp luật cho từng hội viên cụ thể, đào tạo tập huấn. Loại dịch vụ phổ biến nhất là đào tạo tập huấn với hai

loại hình thường được tổ chức là tập huấn hoặc hội thảo ngắn về một chủ đề hoặc cập nhật những chính sách mới của Chính phủ, đào tạo ngắn hạn về quản lý, nâng cao năng lực kinh doanh. Có thể nói rằng hoạt động của các Hiệp hội mới chỉ dừng ở mức độ của những diễn đàn doanh nghiệp để hội họp, diễn thuyết rồi vẫn đâu lại vào đó. Những yêu cầu trợ giúp về thông tin hoặc đưa ra các dự báo về thị trường thường là vượt quá khả năng đáp ứng của Hiệp hội. Hiện nay, hầu như chưa có Hiệp hội nào có cơ quan chuyên trách về lĩnh vực này để đáp ứng nhu cầu thiết thực của hội viên. Các hội viên làm xuất khẩu thường phải tự mò mẫm và hành động đơn độc để tìm hiểu và mở rộng thị trường. Tình hình mạnh ai người ấy làm làm cho các hội viên thường không có tiếng nói chung và vì vậy hành động thiếu thống nhất, không phát huy được sức mạnh tổng hợp của các thành viên.

Còn các dịch vụ khác thì hầu như các Hiệp hội đều chưa tiếp cận được như dịch vụ kỹ thuật – công nghệ, hỗ trợ tiếp cận thị trường xuất khẩu, giới thiệu tiếp cận nguồn vốn, giúp giải quyết tranh chấp giữa các hội viên, tranh thủ hợp tác quốc tế, thu hút các nguồn tài trợ… Các Hiệp hội cũng chưa thiết lập được mối quan hệ giữa hoạt động kinh doanh của cộng đồng các doanh nghiệp với hoạt động khoa học công nghệ, trường đại học, hệ thống ngân hàng… để tạo dựng những tiền đề cơ bản đảm bảo chất lượng và phát triển bền vững.

Một số Hiệp hội cũng có các hoạt động tư vấn, xúc tiến thương mại và vận động chính sách. Tuy nhiên, nhiều hoạt động hiện được tiến hành tự phát, không có kế hoạch. Dù bước đầu đã nhận thức được tầm quan trọng của công tác tuyên truyền, quảng bá hình ảnh của Hiệp hội và hội viên nhưng hầu hết các Hiệp hội ngành hàng chưa thực sự quan tâm đến công tác này, thậm chí có một số Hiệp hội không có website riêng và công tác quảng bá mới dừng lại ở các hội chợ, triển lãm. Hoàn toàn không biết về Hiệp hội hay thiếu thông tin về các hoạt động của Hiệp hội là lý do chính ngăn cản các doanh nghiệp chưa là thành viên tham gia Hiệp hội. Về nguồn thông tin, tivi và báo chí là nguồn cung cấp thông tin quan trọng nhất về hoạt động của Hiệp hội cho các doanh nghiệp. Trong khi đó các

nguồn thông tin chính thức của Hiệp hội như ấn phẩm của Hiệp hội, nhân viên Hiệp hội, hay website của Hiệp hội thì lại chiếm tỉ trọng khá thấp.

Các hoạt động khác như công tác phát triển hội viên, công tác hợp tác quốc tế và đối ngoại chưa được các hiệp hội xác định là một lĩnh vực cần đầu tư nhiều công sức và thời gian. Số lượng hội viên của nhiều Hiệp hội lớn có xu hướng tăng lên nhưng không đạt được mục tiêu đã đề ra, một số Hiệp hội nhỏ còn bị giảm số lượng vì hoạt động thiếu chuyên nghiệp. Công tác hợp tác quốc tế và đối ngoại của các Hiệp hội nhìn chung chưa thực sự hiệu quả do không có mối quan hệ tốt với chính quyền, các tổ chức trong và ngoài nước hoặc thiếu tầm nhìn xa, hoặc thiếu nguồn vốn… Tuy nhiên, ngay sau khi Việt Nam gia nhập WTO, các Hiệp hội đã nhận thức được vai trò của tổ chức Hiệp hội và cơ hội để mở rộng quan hệ hợp tác với Hiệp hội của các nước nên đã bắt đầu tổ chức các chuyến thăm quan nhằm thúc đẩy quan hệ hợp tác, học hỏi kinh nghiệm. Các Hiệp hội ngành hàng vẫn chưa có những bước đi mạnh mẽ và chắc chắn. Hầu hết các Hiệp hội đều rất muốn phát triển các mối quan hệ với các hiệp hội quốc tế, nhưng thường lúng túng không giải quyết được những khó khăn, vướng mắc trong hoạt động này.

- Chưa thực hiện tốt vai trò đối với nền kinh tế

Dù hiện nay, những hoạt động của các hiệp hội Việt Nam đã được cải thiện và dần trở nên tích cực hơn nhưng vai trò của các Hiệp hội trong công cuộc phát triển ngành và kinh tế cả nước vẫn chưa thực sự được thể hiện rõ ràng và hiệu quả. Đóng góp của các hiệp hội vào những hoạt động xã hội khác như bảo vệ môi trường cũng rất mờ nhạt.

3.1.2.4. Nguyên nhân

- Từ phía nhà nước

Mặc dù Việt Nam chuyển sang kinh tế thị trường hơn 20 năm, nhận thức của xã hội Việt Nam, đặc biệt là của nhiều cán bộ và cơ quan chính quyền, vẫn mang nặng tư duy cũ của thời kinh tế kế hoạch tập trung, cho rằng bộ máy công quyền có thể cáng đáng và giải quyết mọi vấn đề của xã hội. Chính vì chưa đổi mới tư duy, các cơ quan nhà nước có trách nhiệm quản lý các hiệp hội vẫn quan niệm

hiệp hội như một tổ chức phụ trợ và thứ yếu và vì vậy hoạt động của Hiệp hội thường chỉ mang tính biểu tượng, các Hiệp hội phần nhiều tồn tại trên danh nghĩa. Vì thế, dù ra đời đã được khá lâu, song phần lớn số Hiệp hội hiện đang hoạt động vẫn mang nặng tính hình thức và chưa có được khung pháp lý hoàn chỉnh. Về khung pháp lý cho hoạt động Hiệp hội, có Sắc lệnh 102/SL/L004 quy định quyền lập Hội của công dân ban hành ngày 20 tháng 5 năm 1957. Xung quanh sắc lệnh này còn có Nghị định số 258/TTg quy định chi tiết thi hành luật 102/SL/L004 ngày 20/5/1957 về quyền lập Hội, Chỉ thị số 01/CT ngày 05/01/1989 của Chủ tịch Hội đồng Bộ trưởng về việc quản lý tổ chức và hoạt động của Hội quần chúng, và đặc biệt là Chỉ thị số 125-CT/TW ngày 24/08/1995 về thông báo ý kiến của Ban bí thư Trung ương Đảng số 52 ngày 21/08/1993 về tổ chức các Hội ngành nghề, Hiệp hội công thương. Cho đến hiện nay mới chỉ có Nghị định số 88/2003/NĐ-CP ngày 30/07/2003 của Chính phủ về quy định tổ chức, hoạt động và quản lý Hội và các Thông tư hướng dẫn kèm theo như thông tư số 01/2004/TT-BNV ngày 15/01/2004 hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 88/2003/NĐ-CP ngày 30 tháng 7 năm 2003 quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý Hội. Do vậy, các Hiệp hội chưa nhận được sự ủng hộ và hỗ trợ từ phía các cơ quan chính quyền, dẫn đến khó khăn trong hoạt động, khó đảm bảo việc thực hiện quyền và nghĩa vụ của mình. Hiệp hội ở trong tình trạng bị "bỏ rơi", không biết cơ quan nào quản lý trực tiếp, nhiều hoạt động đã không được hỗ trợ và giúp đỡ tạo điều kiện thuận lợi.

Khung pháp lý hiện hành còn chưa hệ thống hoá với các thủ tục đăng ký phức tạp, đòi hỏi làm việc với nhiều cơ quan và nhiều bước, do đó gây cản trở đến việc thành lập các Hiệp hội có tiềm năng phát triển mạnh. Các văn bản hiện hành của pháp luật Việt Nam liên quan đến việc thành lập, tổ chức và hoạt động của Hiệp hội thường chỉ quy định chung chung và còn nhiều khoảng trống. Điều này làm cho nhiều nhà lãnh đạo Hiệp hội thấy rất khó hoạt động vì tâm lý e ngại họ có thể vi phạm pháp luật, thụ động ngồi chờ chỉ thị từ một cấp quản lý nào đó, kết

quả là các hoạt động của hội chỉ mang tính sự vụ mà có rất ít sự sáng tạo của những người thực thi nhiệm vụ.

Một vấn đề khác cũng cần phải xem xét là quy định về cơ quan quản lý các Hiệp hội. Trên thực tế, hiện nay các Hiệp hội có thể do một Bộ, do Uỷ ban nhân dân tỉnh hoặc thành phố, hoặc do một đoàn thể quản lý. Sự thiếu thống nhất trong quy định cấp quản lý về mặt hành chính đối với các Hiệp hội cũng gây khó khăn không ít cho hoạt động của các Hiệp hội. Bên cạnh đó, sự hợp tác giữa các cơ quan nhà nước và các Hiệp hội ngành hàng vẫn còn mang tính một chiều. Các hoạt động tham vấn lấy ý kiến Hiệp hội của cơ quan nhà nước có nơi, có lúc vẫn còn mang tính hình thức.

- Từ phía Hiệp hội:

Có thể khẳng định rằng vai trò và tác động của một hội phụ thuộc rất nhiều vào cơ cấu tổ chức, bộ máy điều hành cũng như cá nhân lãnh đạo Hiệp hội.

Trong một xã hội thiếu thông tin, nhất là thông tin cá nhân như ở Việt Nam, các hội viên thường không có cơ sở chính xác để lựa chọn người đại diện cho mình. Hội viên được vận động đến kỳ họp thứ nhất của hiệp hội và tiến hành bầu cử một cách có thể nói là còn khá bản năng.

Thực tế cho thấy, có rất ít người trong ban lãnh đạo Hiệp hội có đủ kinh nghiệm để quản lý, điều hành hoạt động của hiệp hội; họ chịu trách nhiệm lãnh đạo Hiệp hội là do Nhà nước phân công hoặc do doanh nghiệp bầu lên. Họ thường có nhiều kinh nghiệm về quản lý nhà nước hoặc quản lý kinh doanh hơn là kinh nghiệm điều hành một tổ chức xã hội nghề nghiệp.

Cơ cấu tổ chức và bộ máy điều hành của các Hiệp hội ở Việt Nam thường mang nặng tính hình thức. Hầu hết nhân sự trong Ban chấp hành các tổ chức này đều công tác theo hình thức kiêm nhiệm. Khi phải đảm nhận cùng lúc nhiều vị trí, phải chia sẻ về thời gian và công việc, dĩ nhiên không thể tránh khỏi những lúc thiếu sâu sát, thiếu đầu tư. Hiện nay, phần lớn các vị trí trong ban chấp hành Hiệp hội là kiêm nhiệm, Hiệp hội hoạt động phi lợi nhuận, cơ sở vật chất và phương tiện đi lại đều khó khăn nên không thể đi cơ sở thường xuyên, ảnh hưởng lớn đến

việc nắm bắt tình hình các cơ sở. Chính vì thế hoạt động của các lãnh đạo Hiệp hội mang nặng tính chất nghiệp dư, trong khi về thực chất những nhiệm vụ của họ là hết sức quan trọng và nặng nề, đòi hỏi phải có những cán bộ chuyên trách để xử lý các công việc của Hiệp hội.

Trên thực tế, đa số các lãnh đạo Hiệp hội là những quan chức nhà nước đã về hưu. Những lãnh đạo này vẫn mang trong tiềm thức những định kiến và thói quen của một công chức. Họ làm việc theo những định kiến và thói quen ấy nhiều hơn là bênh vực các quyền lợi của xã hội và của hội viên. Cách nhìn của họ vẫn là cách nhìn cũ, với những kinh nghiệm cũ và tâm lý cũ. Bên cạnh đó, do các Hiệp hội nói chung đều thiếu một cơ sở vật chất, phương tiện kỹ thuật và bộ máy điều hành đủ mạnh nên lãnh đạo không thể tập hợp và xử lý thông tin cũng như nguyện vọng các hội viên.

Cùng với vấn đề nhân sự, nguồn tài chính cho hoạt động luôn là khó khăn của nhiều tổ chức Hiệp hội. Vì nguồn hội phí hạn chế nên các Hiệp hội rất khó triển khai các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp. Một khía cạnh khác cần phải nói là tính vụ lợi ngắn hạn của các Hiệp hội và hội viên. Các thành viên tham gia thường chỉ kỳ vọng vào những cơ hội làm ăn trước mắt. Trong khi đó, các nghĩa vụ tài chính đối với Hiệp hội không được thực hiện nghiêm túc. Kết quả là nhiều Hiệp hội buộc phải dựa vào sự tài trợ của nhà nước, hoặc một số Hiệp hội bị biến thành những cơ sở kinh doanh hoặc bị thao túng bởi một số doanh nghiệp thành viên. Vì thế cả tiêu chí, tính chất lẫn hoạt động của các Hiệp hội bị biến dạng rất nhiều, dẫn đến tình trạng thiếu dân chủ trong các Hiệp hội.

Ngoài ra, Hiệp hội còn gặp khó khăn đối với nhận thức của các thành viên và chương trình hoạt động. Dường như các khó khăn có mối đan xen với nhau vì chỉ khi chương trình hoạt động thiết thực thì mới thu hút được các thành viên và khi thành viên đông đảo, nguồn kinh phí dồi dào; hoạt động của Hiệp hội mới có sức bật; Hiệp hội càng lớn mạnh thì quyền lợi hội viên càng cao, hội viên càng tham gia đông đảo.

3.2. Các bài học kinh nghiệm cho Việt Nam và một số giải pháp đề xuất cho Việt Nam

3.2.1. Đối với hoạt động quản lý của Nhà nước

3.2.1.1. Kinh nghiệm đối với hoạt động quản lý của Nhà nước

- *Có cơ sở pháp lý vững chắc*

Chính phủ tác động tới Hiệp hội ngành hàng chủ yếu thông qua hệ thống chính sách, pháp luật. Hệ thống chính sách pháp luật, nhất là những chính sách có tác động trực tiếp đến Hiệp hội có rõ ràng, minh bạch thì Hiệp hội mới hoạt động hiệu quả, trôi chảy. Chính phủ có ban hành hệ thống chính sách cụ thể mới tạo được hành lang pháp lý cho hoạt động của Hiệp hội, quy định cụ thể quyền và nghĩa vụ của Hiệp hội trong vai trò là cơ quan bảo vệ chính đáng cũng như hài hòa lợi ích giữa các hội viên. Hiểu được điều này, cả ba quốc gia là Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc đều cố gắng hoàn thiện không ngừng hệ thống chính sách pháp luật của mình. Chính phủ các nước này đều giải quyết tốt mối quan hệ giữa các cơ quan Nhà nước và Hiệp hội ngành hàng

Hiện nay, Mỹ và Nhật Bản là hai cường quốc phát triển bậc nhất thế giới, Hàn Quốc cũng là một con rồng Châu Á. Cả ba quốc gia này đều có một hệ thống chính sách pháp luật khá công khai và minh bạch, tạo điều kiện thuận lợi cho các Hiệp hội ra đời, hoạt động và phát triển. Tại các nước này, mối quan hệ giữa Hiệp hội và Nhà nước được điều chỉnh rất hài hòa, có tính hai chiều, được thực hiện theo cơ chế phối hợp cùng chỉ đạo. Cơ chế này đảm bảo để Hiệp hội phát triển nhanh và giành được sự ủng hộ, giúp đỡ tận tình của Chính phủ.

Các quốc gia này đều có những cơ chế chính sách đảm bảo quyền lợi khá cao cũng như thúc đẩy hoạt động cho các doanh nghiệp trong nước và các Hiệp hội ngành hàng. Cụ thể như ngành thủy sản Mỹ cũng như Hiệp hội Thủy sản Mỹ được hỗ trợ bởi một cơ sở pháp lý khá hoàn thiện, hợp lý và thông thoáng đối với doanh nghiệp và Hiệp hội trong nước nhưng lại chặt chẽ đối với các doanh nghiệp nước ngoài nhập khẩu vào Mỹ. Các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản vào Mỹ phải chịu một hệ thống luật chặt chẽ được thực thi bởi năm cơ quan chính và một số ủy

ban điều hành nền ngoại thương Mỹ là Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Mỹ (US FDA), Cục Bảo vệ Môi trường (EPA), Cục Quản lý Nghề cá biển Quốc gia Mỹ (NMFS), Bộ Nông nghiệp Mỹ (US DA) và Bộ Thương mại Mỹ (US DOC), Bộ Nội vụ Mỹ (US DI), Ủy ban Thương mại Quốc tế Mỹ (US ITC), Cục Hải quan Mỹ (US CS), Ủy ban An toàn Sản phẩm Tiêu dùng (CPSC) và Đại diện Thương mại Mỹ (USTR).

Nhật Bản có cơ sở pháp lý vững chắc cho các hoạt động xúc tiến thương mại và một loạt các tổ chức xúc tiến xuất khẩu được thành lập, trong đó có Tổ chức xúc tiến thương mại Nhật Bản - JETRO. Cơ quan này ngày càng phát triển và mở rộng quy mô, đồng bộ và tự chủ hơn. JETRO có 37 văn phòng ở trong nước và 75 văn phòng ở nước ngoài để làm nhiệm vụ theo dõi những thay đổi về chính sách thuế quan, thị hiếu tiêu dùng, sức cạnh tranh, thăm dò, tìm kiếm đối tác tiềm năng ở nước ngoài, rồi chuyển về nước phục vụ các doanh nghiệp có nhu cầu, cũng như để thành lập các phòng trưng bày, triển lãm ở nước ngoài cho sản phẩm xuất khẩu của Nhật Bản.

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, Chính phủ ba quốc gia này, đặc biệt là Chính phủ Mỹ và Nhật Bản vẫn tạo mọi điều kiện hỗ trợ Hiệp hội nói chung và doanh nghiệp nói riêng thông qua các công cụ là hệ thống hàng rào phi thuế quan dưới những hình thức rất tinh vi, độc đáo và hiệu quả. Các quy định, tiêu chuẩn về kỹ thuật hay vệ sinh an toàn thực phẩm của các quốc gia này tương đối chặt chẽ.

Bên cạnh đó, Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc đều có một hệ thống chính sách tạo hành lang pháp lý cho hoạt động của Hiệp hội. Tại các quốc gia này, thủ tục và thời gian thành lập Hiệp hội rất nhanh chóng, đơn giản nhưng rất hiệu quả. Ngoài ra, đối với những văn bản luật hay những chính sách liên quan đến ngành, Hiệp hội đều được tham gia góp ý và đề xuất kiến nghị. Hiệp hội truyền đạt những quan tâm, mong muốn và kiến nghị của hội viên đến những nhà hoạch định chính sách ở cả ngành lập pháp và hành pháp. Đồng thời các Hiệp hội sẽ báo cáo lại cho các

doanh nghiệp hội viên các chính sách, các luật lệ và đề nghị mới để các hội viên thực hiện.

- *Hỗ trợ hiệu quả đối với hoạt động của Hiệp hội*

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ngày càng sâu rộng hiện nay, Chính phủ khó có thể tác động trực tiếp đến các doanh nghiệp thông qua các công cụ như trợ cấp, trực tiếp hỗ trợ giải quyết tranh chấp thương mại quốc tế… như trước kia. Vì thế, Chính phủ sẽ phải gián tiếp hỗ trợ doanh nghiệp thông qua cầu nối quan trọng, đó là các Hiệp hội ngành hàng. Nhận thức rất rõ vai trò này của các Hiệp hội, Chính phủ Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc rất quan tâm đến hoạt động của Hiệp hội ngành hàng. Bên cạnh việc tạo một hành lang pháp lý thuận lợi cho hoạt động của các Hiệp hội, Chính phủ các nước này còn hỗ trợ các Hiệp hội về nhiều phương diện như về nhân sự, hành chính, tổ chức, hoạt động hay về tài chính. Đặc biệt đối với những Hiệp hội mới thành lập, Chính phủ đã có những hỗ trợ rất lớn trong các khâu từ triển khai hoạt động đến tìm kiếm nguồn tài trợ.

Hiệp hội Thủy sản Mỹ, Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản và Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc có thể tiến hành rất nhiều hoạt động hiệu quả hỗ trợ các doanh nghiệp như vậy một phần lớn là nhờ sự hỗ trợ của Chính phủ. Chính phủ các quốc gia này có thể hỗ trợ một phần về tài chính cho các Hiệp hội. Tuy nhiên, các Hiệp hội luôn chủ động chỉ nhận sự hỗ trợ của Chính phủ ở một mức độ nhất định hợp lý, giữ cho hoạt động của mình không bị phụ thuộc và chi phối quá nhiều bởi Chính phủ. Chính phủ Nhật Bản còn tích cực chỉ đạo các ngân hàng, cấp ưu đãi thuế, tín dụng cho Hiệp hội ngành hàng.

Chính phủ các nước này còn phối hợp cùng các Hiệp hội tổ chức các cơ quan, bộ phận hỗ trợ cho hoạt động của ngành và các doanh nghiệp trọng ngành. Cụ thể như Chính phủ Mỹ đã phối hợp cùng với Hiệp hội Thủy sản Mỹ thành lập ra nhiều ủy ban như Ủy ban Cá sạch, Ủy ban Giáo dục, Vụ Phát triển Thủy sản… nhằm hỗ trợ cho hoạt động của NFI. Ngoài ra, Chính phủ Mỹ còn tăng cường đàm phán ký kết các Hiệp định song phương và đa phương về việc phát triển các

chương trình hành động tự nguyện với mục tiêu là thúc đẩy hoạt động của ngành thủy sản cũng như đảm bảo việc phát triển thủy sản bền vững.

Cũng tương tự, Chính phủ Nhật Bản tạo "thị trường ngách" cho Hiệp hội và doanh nghiệp hội viên thông qua các hợp đồng gia công giữa các công ty lớn với các doanh nghiệp nhỏ, tăng cường viện trợ và ký kết các hiệp định kinh tế - thương mại với các chính phủ nước ngoài để mở đường cho doanh nghiệp Nhật thâm nhập thị trường thế giới… Đồng thời tiến hành đổi mới giáo dục nhận thức và đào tạo tay nghề cho công nhân, tạo cơ hội phát triển những ngành công nghệ mới và linh hoạt hoá thị trường lao động.

Tại các quốc gia này, việc tổ chức hội chợ triển lãm, xuất bản những ấn phẩm, tạp chí hay xây dựng website của Hiệp hội ngành hàng đều được tiến hành rất nhanh chóng dưới sự hỗ trợ đắc lực của các cấp chính quyền. Đồng thời, các cơ quan chức năng khác cũng tạo điều kiện rất thuận lợi cho các Hiệp hội hoạt động và phát triển.

Chính phủ là lãnh đạo chính quyền các cấp của ba quốc gia đã chuyển giao nhiệm vụ, hoạt động khuyến khích phát triển doanh nghiệp và tôn vinh các doanh nhân tiêu biểu cho các Hiệp hội ngành hàng.

Hơn nữa, những Hiệp hội đã thành lập được nhận những ưu đãi như miễn giảm thuế đối với thu nhập từ các hoạt động chính của Hiệp hội và khấu trừ khoản hội phí thu được từ các hội viên, những ưu đãi mà nếu có thì có thể nâng cao năng lực tài chính của các Hiệp hội và cho phép họ dành nhiều nguồn lực hơn cho các hoạt động hỗ trợ hội viên.

Đồng thời, Chính phủ Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc cũng công khai thừa nhận các hoạt động vận động hành lang của các Hiệp hội ngành hàng (lobby). Điều này cũng đã mang lại cho các Hiệp hội ngành hàng tại những quốc gia này những vị thế đáng kể. Hiệp hội có thể có nhiều ảnh hưởng và tiếng nói hơn tới những chính sách và quy định được ban hành.

Nói tóm lại, cả ba quốc gia này đều có một khung pháp lý tương đối hoàn thiện và những biện pháp hỗ trợ tích cực, hiệu quả, tạo điều kiện rất thuận lợi cho sự phát triển của các Hiệp hội ngành hàng.

3.2.1.2. Giải pháp đối với hoạt động quản lý của nhà nước

Từ bài học kinh nghiệm về quản lý Hiệp hội ngành hàng của ba quốc gia Mỹ, Nhật Bản và Hàn Quốc, Việt Nam cần phải có một số thay đổi trong nhận thức cũng như trong hành động.

Điều cần thiết trước tiên là Việt Nam cần phải nhìn nhận lại vai trò của các Hiệp hội ngành hàng đối với công cuộc phát triển kinh tế của đất nước, đặc biệt là trong giai đoạn hiện nay, sau khi Việt Nam đã gia nhập WTO. Từ nhận thức đó, Việt Nam cần tiến hành xây dựng một khung pháp lý đầy đủ, chi tiết cho hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng và Nhà nước phải cho Hiệp hội một số quyền hạn độc lập nhất định. Vì hiện nay, trên thực tế, về khía cạnh luật pháp vẫn chưa có một hành lang pháp lý nào quy định cụ thể quyền và nghĩa vụ của Hiệp hội trong vai trò là cơ quan bảo vệ quyền lợi chính đáng cũng như lợi ích hài hoà của các hội viên. Cần kiện toàn hành lang pháp lý đối với hoạt động của các tổ chức ngành nghề: được quyền tổ chức bộ máy và hoạt động đúng với nhiệm vụ và quyền hạn ghi trong điều lệ thành lập.

Về lâu dài, các Hiệp hội cần được phát triển theo hướng "chuyên nghiệp hoá" các hoạt động và dịch vụ. Hầu hết các Hiệp hội đa ngành và đơn ngành lớn đều có các bộ phận chức năng phụ trách việc phát triển hội viên, đào tạo và cung cấp thông tin. Tuy nhiên, để thực hiện được những yêu cầu trên, Chính phủ cần sớm tổ chức nghiên cứu để xây dựng luật về tổ chức và hoạt động của các Hiệp hội, nhằm thay thế các văn bản pháp luật trước đây đã lỗi thời và không còn phù hợp. Trong điều kiện chưa thể ban hành ngay luật thì phải có những pháp lệnh hoặc ít nhất là một nghị định của Chính phủ về các Hiệp hội hay các văn bản quy định riêng về công tác của hiệp hội và các hoạt động phối hợp giữa hiệp hội với các cơ quan tương ứng để tạo thuận lợi cho hoạt động của các Hiệp hội. Hiệp hội muốn được xác định rõ vị trí về mặt pháp lý, qui trình hình thành Hiệp hội cũng

cần phải rõ ràng và đơn giản hơn, tránh tình trạng Hiệp hội phải mất 2- 3 năm mới có thể hoàn tất khâu thủ tục (như Hiệp hội Dệt may, Hiệp hội Doanh nghiệp trẻ…), như thế Hiệp hội sẽ đánh mất thời cơ và vận hội của mình.

Cần cụ thể hóa các chính sách về Hiệp hội. Hiện nay, tuy có nhiều chính sách, quy định cho Hiệp hội, nhưng khi thi hành lại không được. Thí dụ, trong Quyết định của Thủ tướng Chính phủ khi thành lập hiệp hội đều có ghi là quyền được có cơ quan ngôn luận riêng, quyền được tư vấn trong lĩnh vực mình, nhưng thực tế các Hiệp hội rất khó được Bộ Văn hoá và Thông tin cấp phép, còn về lĩnh vực tư vấn lại đòi hỏi Hiệp hội phải có giấy phép hành nghề.

Chính phủ nên mở rộng sự tham gia của Hiệp hội vào quá trình hoạch định chính sách và luật pháp, trong đó yêu cầu các bộ phải lấy ý kiến của các Hiệp hội trước khi ban hành các văn bản pháp luật mới liên quan đến hoạt động kinh doanh. Để tạo cơ sở pháp lý cao hơn cho những điều khoản này, nên đưa chúng vào văn bản pháp luật chung về Hiệp hội. Điều này giúp các chính sách khi ban hành sẽ phù hợp hơn, sát hơn với thực tiễn và việc thực thi sẽ nhanh chóng và hiệu quả hơn. Đồng thời cần tăng cường cho Hiệp hội được tham gia tư vấn cho Nhà nước về chiến lược phát triển, quy hoạch dài hạn, về chủ trương và chính sách cụ thể.
Bên cạnh đó, Chính phủ nên thừa nhận Hiệp hội như là các tổ chức phi lợi nhuận để từ đó có chính sách thuế đúng đắn đối với các Hiệp hội, nghĩa là không áp dụng mức thuế của Hiệp hội như mức thuế của doanh nghiệp. Ngoài ra, cũng nên để Hiệp hội tiến hành một số dịch vụ phục vụ cho hoạt động của các thành viên, chẳng hạn như dịch vụ công cung cấp vốn, công nghệ…

Việt Nam cần phải có những văn bản luật bảo vệ hàng hoá như luật tự vệ chính đáng hay còn gọi là luật phản vệ, đặc biệt khi làm ăn với quốc tế…để bảo vệ quyền lợi chính đáng của cộng đồng doanh nghiệp.

Nhằm nâng cao khả năng kinh doanh và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp đáp ứng với quá trình hội nhập theo cam kết quốc tế, Chính phủ và lãnh đạo chính quyền các tỉnh, thành phố cần chuyển giao các nhiệm vụ, hoạt động khuyến khích phát triển doanh nghiệp cho các Hiệp hội như hỗ trợ về tín dụng,

chính sách xuất khẩu, ưu tiên mặt bằng sản xuất, công tác đào tạo và xúc tiến đầu tư thương mại… Trong vấn đề này, các Hiệp hội có thể làm tốt vì họ có một vị thế đặc biệt trong việc cung cấp nhiều loại hình dịch vụ kinh doanh (các Hiệp hội có khách hàng chính là hội viên và hiểu rõ nhu cầu của doanh nghiệp). Hơn nữa, các Hiệp hội tiến hành hoạt động này không nhằm mục đích chủ yếu là lợi nhuận. Họ chỉ cần thu đủ chi phí hoạt động nên phí dịch vụ có thể thấp hơn và phù hợp hơn với hội viên. Đồng thời, Chính phủ nên cho phép doanh nghiệp được tính vào chi phí sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp các khoản phí đóng góp, hội phí, đóng góp và tài trợ khác cho Hiệp hội (những khoản chi phí này được sử dụng chứng từ là phiếu thu và các quy chế tài chính của Hiệp hội).

Bên cạnh đó, Chính phủ cần tạo điều kiện hơn nữa để những Hiệp hội được nhận những ưu đãi như miễn giảm thuế một cách công bằng đối với thu nhập từ các hoạt động chính của Hiệp hội và khấu trừ khoản hội phí thu được từ các hội viên, những ưu đãi mà nếu có thì có thể nâng cao năng lực tài chính của các Hiệp hội và cho phép họ dành nhiều nguồn lực hơn cho các hoạt động hỗ trợ hội viên. Chính phủ cũng cần đơn giản hơn nữa thủ tục hành chính về xuất nhập khẩu và thuế, rút ngắn thời gian và thủ tục hoàn thuế. Riêng với thuế VAT, cần quy định hoãn nộp thuế VAT vật tư nhập khẩu tại cửa khẩu, giảm thuế VAT ngành vải sợi xuống còn 5%.

Để giúp Hiệp hội ngành nghề làm tốt vai trò của mình trong việc phát triển các doanh nghiệp và doanh nhân, Nhà nước cần tăng cường hỗ trợ các Hiệp hội doanh nghiệp trong các hoạt động như tôn vinh các doanh nghiệp, doanh nhân góp phần nâng cao vị trí của doanh nghiệp doanh nhân trong xã hội, các chương trình hỗ trợ nâng cao nghiệp vụ cho cán bộ Hiệp hội như chương trình đào tạo, tập huấn pháp luật kinh nghiệm, kỹ năng quản lý Hiệp hội. Các cơ quan quản lý nhà nước cần xây dựng cơ chế, chính sách hỗ trợ cho Hiệp hội về thông tin và xúc tiến thương mại, tạo điều kiện cho Hiệp hội tham gia vào các chương trình phát triển kinh tế, xã hội theo hướng giao nhiệm vụ, đặt hàng và chuyển giao dịch vụ công.

Chính phủ tạo điều kiện để các tổ chức quốc tế tăng cường hỗ trợ ban đầu cho việc xây dựng năng lực của các Hiệp hội, đặc biệt là năng lực quản lý và kỹ thuật để có thể hoạt động hiệu quả hơn. Đối với chương trình xây dựng năng lực, cần chú trọng hơn đến năng lực của đội ngũ cán bộ, vấn đề quản lý và phát triển Hiệp hội, việc cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp cho các hội viên.

Chính phủ cần 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. Chính phủ cũng cần xây dựng cơ sở pháp lý cho các Hiệp hội ngành hàng hoạt động; Xác lập hành lang pháp lý chung đối với việc tổ chức và quản lý Hiệp hội. Chính phủ còn phải 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 đảm bảo 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. Chính phủ cần xây dựng chương trình nâng cao hỗ trợ năng lực hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng, tập trung vào việc chuyển giao kỹ năng tập hợp, phân tích thông tin, kỹ năng đánh giá nhu cầu và cung cấp các dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp. Bảo đảm tạo lập một môi trường thể chế tạo thuận lợi để Hiệp hội ngành hàng hoạt động, hỗ trợ doanh nghiệp phát triển, tăng cường liên kết nhưng tránh được độc quyền.

Chính phủ cần giao cho các Hiệp hội nghiên cứu và thực hiện một số chương trình đề án có tính chất dịch vụ công như thiết lập các công cụ hỗ trợ thị trường, hỗ trợ doanh nghiệp, tư vấn, đào tạo nguồn nhân lực, chuyển giao công nghệ, cấp chứng chỉ nghề nghiệp, xuất xứ hàng hoá, các chứng từ thương mại quốc tế, thực hiện việc đăng ký kinh doanh, đăng ký tên thương mại, tham gia vào các hội đồng xét thầu… Ngoài ra, Chính phủ có thể chỉ định một số Hiệp hội tiến hành những dự án với mục đích phát triển công nghệ, sản phẩm và thị trường mới.

Cơ quan quản lý nhà nước sau khi đồng ý cho phép thành lập nên hạn chế can thiệp sâu vào tổ chức và hoạt động của hiệp hội và chỉ can thiệp khi cần thiết như có dấu hiệu vi phạm pháp luật.

Bộ Nội vụ cần tăng cường phối hợp hành động của các cơ quan Chính phủ đặc biệt là các cơ quan chủ quản và các Hiệp hội để các Hiệp hội đích thực là cầu nối của các doanh nghiệp với Chính phủ.

Tăng cường cho Hiệp hội để có kinh phí hoạt động trong nước cũng như giao lưu với các hiệp hội đồng nghiệp quốc tế. Cụ thể, Nhà nước tạo các chính sách, cơ chế để Hiệp hội có được những dịch vụ có thu, tạo cho Hiệp hội trụ sở làm việc lâu dài. Cần đảm bảo cho các Hiệp hội có trụ sở không để tình trạng như hiện nay, nhiều Hiệp hội đang nhờ các nơi để có chỗ làm việc.

3.2.2. Đối với các hiệp hội

3.2.2.1. Kinh nghiệm đối với Hiệp hội

- *Có mô hình hợp lý, cơ cấu gọn nhẹ và phương thức hoạt động hiệu quả, có nguồn tài chính vững mạnh*

Có thể khẳng định rằng vai trò và hoạt động của một Hiệp hội ngành hàng phụ thuộc rất nhiều vào cơ cấu tổ chức, bộ máy điều hành cũng như cá nhân lãnh đạo Hiệp hội. Một Hiệp hội có cơ cấu tổ chức tinh gọn, hài hòa, hợp lý và khoa học thì mới có khả năng lãnh đạo các doanh nghiệp hội viên hoạt động một cách có hiệu quả và thành công. Cũng như vậy, lãnh đạo Hiệp hội cũng đóng một vai trò rất quan trọng đối với hoạt động của Hiệp hội. Lãnh đạo Hiệp hội không thể đơn thuần chỉ là một biểu tượng, mà phải là một nhà hoạt động xã hội và nghề nghiệp, thậm chí phải là một nhà hoạt động chính trị tích cực, nếu không, sẽ không thể nắm bắt được các định hướng để đưa ra các ý kiến có thể tác động mạnh mẽ đến quá trình hoạch định chính sách. Các Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc, Hiệp hội Thủy sản Mỹ và Hiệp hội Thép Nhật Bản đều xây dựng mô hình cơ cấu tổ chức dựa trên những nhận thức trên.

Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc, Hiệp hội Thủy sản Mỹ và Hiệp hội Thép Nhật Bản đều là những hiệp hội có cơ cấu gọn nhẹ, hoàn chỉnh và hiệu quả, trở thành một tổ chức quan trọng không thể thiếu trong nền kinh tế xã hội của đất nước. Đồng thời, các Hiệp hội này cũng liên tục tiến hành cải tổ nhằm đạt được cơ cấu tổ chức linh hoạt và hiệu quả hơn trong việc điều hành và quản lý các hoạt động

nhằm đáp ứng nhu cầu của hội viên trong bối cảnh hiện nay. Các bộ phận hay các phòng ban của các Hiệp hội này đều có chức năng nhiệm vụ rất rõ ràng, hợp lý. Vì vậy, các hoạt động của Hiệp hội được tiến hành một cách hiệu quả và khoa học.

Các Hiệp hội thường thực hiện các liên kết đa phương theo ngành dọc giữa các doanh nghiệp nhằm tìm hiểu và điều phối các vấn đề liên quan đến cung cấp nguyên liệu, công nghệ và buôn bán giữa các thành viên bằng việc thành lập các phòng ban chuyên môn. Cụ thể như Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc có Đội Công việc chung, Đội Thống kê và Nghiên cứu, Đội Quan hệ Công chúng, Đội Hợp tác và Kế hoạch, Đội Cải tiến Chiến lược, Đội Phát triển Nguồn nhân lực, Đội Phát triển Kỹ thuật, Đội Marketing và Thương mại, Đội Triển lãm và Thời trang.

Người lãnh đạo Hiệp hội phải hiểu rõ nhu cầu, mong muốn của doanh nghiệp hội viên, đặc biệt họ phải thấu hiểu và chia sẻ với những khó khăn của doanh nghiệp, của hội viên và phải có một trình độ nhất định. Người lãnh đạo phải có bản lĩnh và uy tín để có thể tập họp doanh nghiệp và đối thoại với các cơ quan nhà nước trong vai trò đại diện của mình. Họ đồng thời phải là người hoạt động không vì lợi ích riêng của bản thân và đơn vị của mình. Và điều không thể thiếu là phải linh hoạt để có thể ứng phó với các thay đổi từ bên ngoài. Lãnh đạo của NFI, JISF và Kofoti đều có những đặc điểm trên. Chính vì vậy, những lãnh đạo này đã điều hành và dẫn dắt các Hiệp hội hoạt động hoạt động rất năng động và gặt hái nhiều thành công. Các Hiệp hội này cũng có đội ngũ nhân viên có kỹ năng, nghiệp vụ để đảm nhận những công việc đa dạng của một tổ chức xã hội nghề nghiệp. Các Hiệp hội này vừa là một tổ chức xã hội, là nơi quy tụ doanh nghiệp, vừa là một tổ chức tư vấn chuyên nghiệp với các chương trình hoạt động đi trước, đón đầu và đáp ứng được những nhu cầu của doanh nghiệp trong từng giai đoạn, những khi có sự thay đổi trong chính sách nhà nước, của hoạt động thị trường; đồng thời các Hiệp hội này cũng là tổ chức đối thoại, phản biện để bảo vệ lợi ích chính đáng của doanh nghiệp trên nguyên tắc phi lợi nhuận.

Khác với Việt Nam, lãnh đạo Hiệp hội các quốc gia này không phải là người được Chính phủ chỉ định hay những cán bộ lãnh đạo nhà nước đã về hưu. Lãnh

đạo của cả ba Hiệp hội đều là từ các doanh nghiệp dân doanh và do quá trình hiệp thương bầu ra. Đây là những lãnh đạo rất năng động, sáng suốt và hoạt động rất hiệu quả. Bên cạnh đó, các Hiệp hội cũng đào tạo và tuyển dụng đội ngũ cán bộ có trình độ và năng lực để có thể hoàn thành tốt các nhiệm vụ được giao.

Kinh phí của các Hiệp hội do các doanh nghiệp trong ngành đóng góp. Ngoài ra, các Hiệp hội còn được Chính phủ cấp cho một phần kinh phí cho một số hạng mục. Còn lại toàn bộ nguồn kinh phí còn lại của Hiệp hội đều dựa vào hội phí của các hội viên, sự đóng góp của các doanh nghiệp, tổ chức khác và dựa vào những hoạt động kinh doanh của Hiệp hội. Các đơn vị tham gia các hoạt động của các Hiệp hội nhưng không phải là hội viên chính thức thì phải đóng góp mức hội phí cao hơn các hội viên chính thức. NFI, JISF và Kofoti thường xuyên tổ chức rất nhiều hội chợ triển lãm, mở các lớp đào tạo thu hút sự tham gia của rất nhiều doanh nghiệp ngoài Hiệp hội, bổ sung một lượng kinh phí lớn. Nguồn kinh phí của các Hiệp hội dồi dào một phần là do các Hiệp hội này có cơ cấu tinh giản, gọn nhẹ nên chi phí nhân sự cũng ít hơn rất nhiều so với các Hiệp hội khác. Hơn thế nữa, các lãnh đạo của Hiệp hội cũng đã tiến hành nhiều hoạt động để tạo thêm nguồn kinh phí cho Hiệp hội.

Đối tượng tham gia vào các Hiệp hội doanh nghiệp cũng vô cùng đa dạng và được phân loại rất rõ ràng: thành viên là tổ chức và thành viên là cá nhân; hay các thành viên trong lĩnh vực sản xuất, các thành viên là các công ty cung cấp dịch vụ… Các doanh nghiệp khi tham gia Hiệp hội có quyền tham gia vào một trong các hoạt động của Hiệp hội mà không cần tham gia vào tất cả các hoạt động và hội phí cũng sẽ được phân chia rõ ràng, mức hội phí hội viên phải đóng góp khi tham gia từng bộ phận của Hiệp hội là khác nhau. Điều này tạo điều kiện cho các doanh nghiệp khi tham gia Hiệp hội có thể tùy thuộc vào điều kiện, quy mô, chu kỳ hoạt động sản xuất kinh doanh của mình mà lựa chọn tham gia vào các chi nhánh cụ thể phù hợp.

Các Hiệp hội này làm ăn rất hiệu quả, tạo được lòng tin của hội viên, vì thế ngân sách của hiệp hội được đóng góp chủ yếu từ sự tự giác của các hội viên.

Chính vì thế mà Hiệp hội các nước này vô cùng mạnh về tài chính. Khi tài chính ổn định thì càng thu hút được nhiều hội viên tham gia hoạt động.

- *Chú trọng thúc đẩy hoạt động hỗ trợ các doanh nghiệp thành viên*

Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc, Hiệp hội Thép Nhật Bản và Hiệp hội Thủy Sản Mỹ đã có rất nhiều hoạt động nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp và đại diện cho quyền lợi các doanh nghiệp.

Các Hiệp hội này đã đại diện thành công cho các doanh nghiệp khi tham gia vào thị trường thế giới. Đặc biệt ngày nay, khi hội nhập càng sâu rộng, doanh nghiệp càng hay gặp phải những vụ tranh chấp thương mại. Đó chính là lúc Hiệp hội phát huy vai trò của mình. Các Hiệp hội này có những bộ phận chuyên tìm hiểu và có những hiểu biết và kiến thức uyên thâm về luật pháp cũng như các đặc điểm của các quốc gia đối tác. Đồng thời, các Hiệp hội cũng nhanh chóng tìm hiểu rất kỹ về thị trường xuất khẩu cũng như các doanh nghiệp nhập khẩu và có những biện pháp xử lý kịp thời và hiệu quả đối với hầu hết các trường hợp dù ở vị trí bên bị hay bên nguyên trong vụ kiện đó. Hiệp hội tư vấn, làm đầu mối điều phối chung và hướng dẫn hành động cho các doanh nghiệp thành viên khi phát sinh tranh chấp. Hiệp hội là tổ chức đại diện cho lợi ích của các doanh nghiệp trong sự phối hợp và hợp tác với chính phủ để tìm hiểu thông tin về chính sách, kinh tế, tài chính và cho vay của chính phủ nước đó. Các Hiệp hội ở Nhật Bản đã cùng hiệp thương với cơ quan chủ quản và cơ quan tổng hợp của Chính phủ Nhật Bản để xây dựng các chính sách công nghiệp của các ngành. Cơ chế này đã giúp các giới công nghiệp Nhật Bản thông qua Hiệp hội để trong quá trình hiệp thương với Chính phủ sẽ xác định rõ được trách nhiệm và nghĩa vụ của Hiệp hội và của Chính phủ trong việc thực hiện các mục tiêu theo kế hoạch. Như trong chính sách thuế, Chính phủ ban hành các quy định sẽ giảm nhanh khấu hao thiết bị máy móc của các doanh nghiệp, sẽ giảm thuế đăng ký, miễn trưng thu thuế đất đặc biệt và thuế lợi tức doanh nghiệp khi sáp nhập doanh nghiệp. Các thành viên trong Hiệp hội phải chấp hành các nguyên tắc của Chính phủ đã ban hành. Nếu các thành viên vi phạm nguyên tắc của Chính phủ, Chính phủ sẽ hủy bỏ trợ cấp vốn, yêu cầu trả lại

khoản lãi suất thấp, hủy bỏ ưu đãi thuế địa phương, hủy bỏ các khoản vay đặc biệt khi điều chỉnh ngành.Các hiệp hội trong ngành công nghiệp Nhật Bản đóng vai trò hỗ trợ Chính phủ hoạch định chính sách ngành. Hiệp hội đã tích cực tham gia nghiên cứu chính sách phát triển ngành với các cơ quan liên quan của Chính phủ, kịp thời chuyển các thông tin có liên quan cho các doanh nghiệp thành viên.

Theo tài liệu của cơ quan nghiên cứu Hiệp hội ngành, hiện nay, Nhật Bản có khoảng hơn 2.000 Hiệp hội ngành và Hội liên hiệp, cộng với các tổ chức nhỏ khác, tổng cộng, Nhật Bản có tất cả hơn 53.000 Hiệp hội các loại, phân bố trong 32 ngành công nghiệp. Các Hiệp hội ở Nhật Bản là những tổ chức xã hội có tư cách pháp nhân. Hiệp hội là tổ chức xã hội của một ngành, hoạt động vì lợi ích của ngành là chủ yếu. Các Hiệp hội trong ngành Công nghiệp của Nhật Bản chủ yếu do các doanh nghiệp nòng cốt, có giá trị tổng sản lượng chiếm trên 90% giá trị tổng sản lượng của ngành đứng ra thành lập. Lãnh đạo Hiệp hội đều do chủ tịch hội đồng quản trị hoặc tổng giám đốc của các doanh nghiệp lớn trong ngành đó đảm nhiệm với nhiệm kỳ 2 năm. Cơ quan thường trực của các Hiệp hội có khoảng 10 người làm nhiệm vụ xử lý công việc hàng ngày.

Các Hiệp hội này đại diện cho lợi ích của các doanh nghiệp trong sự phối hợp và hợp tác với chính phủ để tìm hiểu thông tin về chính sách, kinh tế, tài chính, thuế và cho vay của Chính phủ. Các Hiệp hội ở Nhật Bản đã cùng hiệp thương với cơ quan chủ quản và cơ quan tổng hợp của Chính phủ Nhật Bản đẻ xây dựng các chính sách công nghiệp của các ngành. Cơ chế này đã giúp các giới công nghiệp Nhật Bản thông qua hiệp hội để trong quá trình hiệp thương với Chính phủ sẽ xác định rõ được trách nhiệm và nghĩa vụ của hiệp hội và của Chính phủ trong việc thực hiện các mục tiêu theo kế hoạch.

Bên cạnh đó, các Hiệp hội rất tích cực tham gia các tổ chức quốc tế như NFI tham gia Hiệp hội Thủy sản Quốc tế, JISF tham gia Hiệp hội Sắt Thép Quốc tế và Kofoti tham gia Hiệp hội Dệt may Quốc tế để có thể tiếp cận được nhiều hơn với các cơ hội giao thương, đồng thời cũng để tăng cường quảng bá hình ảnh của

ngành hàng đó và tận dụng được sức mạnh tập thể khi có tranh chấp thương mại quốc tế xảy ra.

Ở Nhật Bản cho phép các Hiệp hội hoạt động doanh lợi theo ngành nghề có gắn liền với tôn chỉ, mục đích sự nghiệp của Hiệp hội với những chính sách ưu đãi thuế nhất định. Nhưng các Hiệp hội đều phải tuân thủ nguyên tắc lấy phục vụ là trung tâm, phi doanh lợi là mục đích. Cơ chế phi doanh lợi đã làm cho mối quan hệ giữa Hiệp hội và doanh nghiệp trở nên khá hài hoà, không tạo ra sự ép buộc đối với các đơn vị thành viên. Một mặt, Hiệp hội thông qua các phương thức quy hoạch ngành, tư vấn, điều hoà phối hợp... để nâng cao dịch vụ chất lượng tốt cho các doanh nghiệp. Mặt khác, hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thành viên, ở mức độ nhất định, quyết định mức độ hợp tác của ngành và sự chỉ đạo, hiệp đồng, gắn bó và dịch vụ của Hiệp hội. Các hiệp hội này đã triển khai các hoạt động độc lập, phát huy được tác dụng quan trọng trong mối quan hệ hiệp đồng của chính phủ với các ngành trong nền kinh tế thị trường.

Ngoài ra, NFI, JISF và Kofoti đã có nhiều hoạt động vận động hành lang để tạo ảnh hưởng đối với những quyết định của Chính phủ đối với các chính sách, văn bản luật liên quan. Đồng thời, cao hơn thế, các Hiệp hội còn có sự ủng hộ và bảo vệ doanh nghiệp (advocacy) là hoạt động của các Hiệp hội với mục đích thông báo, tác động đến quyết định của Chính phủ và ý kiến công cộng là một phần của quá trình hoạch định chính sách mở và chân chính. Sự ủng hộ và bảo vệ doanh nghiệp có điểm tiến bộ hơn vận động hành lang ở chỗ đây là nỗ lực có hệ thống và có kế hoạch được thiết kế nhằm cung cấp thông tin, xây dựng hiểu biết, thu thập phản hồi và tạo ra sự tin cậy đối với một quan điểm chính sách cụ thể, luôn chân chính và đạo đức và có thể bao gồm các chiến dịch tuyên truyền và sự kiện. Chính sự vận động ủng hộ này tạo ra những chính sách thương mại tốt hơn.

Ngoài vai trò đại diện cho quyền lợi các doanh nghiệp rất thành công, các Hiệp hội ngành hàng này có rất nhiều hoạt động hỗ trợ phát triển doanh nghiệp có hiệu quả cao. Cụ thể như các Hiệp hội hỗ trợ phát triển nguồn lực của các doanh nghiệp bằng cách mở rất nhiều khóa đào tạo cơ bản và chuyên sâu. Các Hiệp hội

còn thường xuyên tổ chức hội thảo, mở ra các trung tâm huấn luyện và cấp các suất học bổng. Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc còn thành lập một hội đồng phát triển nguồn lực. Hằng năm, Kofoti còn mở cuộc thi thiết kế thời trang nhằm tìm kiếm và tôn vinh các tài năng thiết kế của Hàn Quốc. Hoạt động này không chỉ giúp mang lại cho các hội viên một nguồn nhân lực có chất lượng tốt hơn mà còn giúp tìm kiếm nhân tài cho cả ngành – một nhân tố rất quan trọng đối với sự phát triển của ngành và nền kinh tế.

Cung cấp thông tin vốn là hoạt động phổ biến và tốt nhất của các Hiệp hội Việt Nam. Tuy nhiên, các thông tin cung cấp của các Hiệp hội Việt Nam mới chỉ mang tính mô tả đơn thuần, chưa đầu tư nhiều vào tổng hợp, phân tích và dự báo. Đối với ba Hiệp hội trên, cung cấp thông tin là dịch vụ rất hiệu quả. Có ba nguồn thông tin là thông tin kinh tế, thông tin kỹ thuật và thông tin về các thành tựu mới nhất của ngành. Hiệp hội cung cấp nhiều thông tin cập nhật, hữu ích về ngành trong nước và quốc tế, các cơ hội giao thương, các thông tin về thị trường, giá cả… thông qua các website, các tạp chí phát hành hàng tháng, quý, năm hay các tài liệu lưu hành nội bộ. Các Hiệp hội đều có website và tạp chí của riêng mình với nội dung rất phong phú, số liệu cập nhật, phân tích cụ thể và dự đoán khá chính xác.

Bên cạnh đó, các Hiệp hội còn rất nỗ lực trong việc tìm kiếm thị trường cho doanh nghiệp, từ khâu đầu vào đến khâu đầu ra. Đặc biệt, các Hiệp hội này đã rất thành công trong việc hỗ trợ xúc tiến thương mại. Các Hiệp hội luôn tìm kiếm ký kết các hiệp định tự do thương mại song phương hoặc đa phương. Các Hiệp hội này thường xuyên tổ chức các hội chợ triển lãm ở cả trong và ngoài nước nhằm tăng cường hình ảnh của các doanh nghiệp hội viên đồng thời thúc đẩy hoạt động thương mại của các doanh nghiệp này. Ngoài ra, các Hiệp hội còn hỗ trợ kinh phí cho các doanh nghiệp của mình tham gia các hội chợ quốc tế để quảng bá thương hiệu doanh nghiệp nói riêng và thương hiệu ngành, thương hiệu quốc gia nói chung. Các hoạt động này đã đóng góp một phần không nhỏ vào tốc độ tăng trưởng của ngành và mở rộng thị trường của các doanh nghiệp.

Các Hiệp hội này còn hỗ trợ rất nhiều về vốn cho các doanh nghiệp. Hiệp hội còn liên kết với hệ thống các ngân hàng, tìm kiếm nguồn vay và hỗ trợ hướng dẫn sử dụng nguồn vốn vay hiệu quả. Hiệp hội luôn tìm tòi những công nghệ mới, hỗ trợ áp dụng hiệu quả vào ngành sản xuất trong nước. Đồng thời, Hiệp hội còn thay thế 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 rủi ro giữa các doanh nghiệp. Bằng cách lập quỹ nghiên cứu triển khai kỹ thuật và công nghệ, Hiệp hội đã phổ biến kiến thức cho tất cả các thành viên và khoa học công nghệ mới nhất và hướng dẫn hội viên áp dụng vào quá trình sản xuất nhằm tăng năng suất và sản lượng. Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản đã thành công trong việc đưa tiêu chuẩn JIS thành tiêu chuẩn mang tầm cỡ thế giới. Đối mặt với giá nguyên liệu tăng cao, các nhà sản xuất thép Nhật Bản đang bắt đầu tận dụng nguyên liệu chất lượng thấp và nguyên liệu thải từ quá trình sản xuất sắt. Việc sử dụng những nguyên liệu này hiện là khả thi mặc dù phải tính thêm chi phí gia công, và các nhà sản xuất thép thấy rằng việc sử dụng những nguyên liệu đó có thể đóng góp vào việc bảo vệ môi trường.

Bên cạnh những hoạt động hỗ trợ cho các doanh nghiệp hội viên, ba Hiệp hội còn có những hoạt động có tác động rất tích cực đến nền kinh tế. Không chỉ tập trung thúc đẩy sự phát triển của các doanh nghiệp và ngành, các Hiệp hội này còn rất chú trọng đến những vấn đề mang tính chất đạo đức xã hội và những vấn đề liên quan đến môi trường. Các Hiệp hội hỗ trợ việc tăng cường khai thác tài nguyên thiên nhiên kết hợp với việc bảo tồn môi trường đảm bảo cho một tương lai bền vững.

3.2.2.2. Giải pháp đối với các Hiệp hội

Hiệp hội cần xây dựng các tiêu chuẩn hội viên, lựa chọn những hội viên phù hợp (như hoạt động sản xuất kinh doanh tốt, có năng lực tài chính, nhiệt tình, có trách nhiệm với hiệp hội…). Các hội viên này không chỉ tham gia bằng cách ủng hộ mà phải bằng cả các ý tưởng, định hướng. Ngoài ra, các Hiệp hội cần xây dựng, lựa chọn được nhiều dịch vụ, chương trình, sản phẩm có chất lượng cao để

cung cấp cho hội viên, nhằm thỏa mãn tối đa nhu cầu của hội viên theo chức năng, nhiệm vụ của mình. Nhờ đó, làm cho các hội viên gắn bó hơn với hiệp hội và tạo động lực để các doanh nghiệp tham gia Hiệp hội nhiều hơn.

Các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam nên tích cực thúc đẩy các hoạt động "vận động hành lang" (lobby) cho chính phủ, vừa đấu tranh gây ảnh hưởng tới chính phủ trong việc định hướng chính sách nhằm bảo vệ quyền lợi cho các doanh nghiệp.

Các Hiệp hội nên tiến hành bầu cử một cách dân chủ để hiệp hội, với tư cách là một tổ chức tự nguyện, mới có thể hoạt động đúng chức năng của nó. Đồng thời, ban điều hành phải hoạt động chuyên nghiệp, nhiệt tình hơn nữa, phải tuyển dụng những chuyên gia biết làm việc theo nhóm và có khả năng làm việc độc lập. Ngoài ra, cần có sự đồng lòng của cả tập thể Hiệp hội. Nói tóm lại, để Hiệp hội hoạt động thành công và có lợi nhuận, những nhà lãnh đạo, tập thể nhân viên đều phải có trách nhiệm phục vụ nhu cầu của hội viên.

Hiệp hội cần liên tục đổi mới mô hình tổ chức và phương thức hoạt động trên cơ sở kiện toàn bộ máy lãnh đạo Hiệp hội, bổ sung cán bộ lãnh đạo có năng lực, công tâm, tăng cường năng lực, tính chuyên nghiệp, chuyên sâu, nâng cao hiệu quả trong hoạt động của Hiệp hội. Hiệp hội cần thường xuyên tập hợp các kiến nghị của doanh nghiệp về cơ chế, chính sách để phản ánh với cơ quan chức năng của nhà nước và có phân tích, đánh giá, đề ra giải pháp hợp lý. Thêm vào đó, Hiệp hội phải làm đầu mối phối hợp thông qua hội viên thúc đẩy liên kết giữa các hội viên, hỗ trợ hội viên về mặt công nghệ, kinh nghiệm sản xuất, xúc tiến thương mại… Ngoài ra, Hiệp hội còn có nhiệm vụ tự nâng cao chất lượng để cung cấp thông tin thị trường chính xác, tổ chức, đào tạo và tập huấn về nghiệp vụ kinh doanh cho hội viên một cách có hiệu quả, đồng thời xây dựng đạo đức và văn hóa kinh doanh cho các doanh nghiệp và doanh nhân Việt nam.

Kinh nghiệm cho thấy, ngành hàng nào mà Hiệp hội và doanh nghiệp hiểu biết về luật pháp quốc tế và tham gia tích cực vụ kiện thì đều chứng minh được mặt hàng của mình không bán phá giá, hoặc nếu có thì cũng chịu mức thuế thấp

hơn; ngược lại những ngành hàng không quan tâm nhiều thì đã bị nước sở tại đơn phương khẳng định doanh nghiệp bán phá giá mặt hàng đó. Vì vậy, Hiệp hội ngành hàng cần phổ biến kiến thức hiểu biết pháp luật quốc tế cho doanh nghiệp; thậm chí là chủ động tìm hiểu các vụ kiện, tranh chấp thương mại để nghiên cứu, lấy kinh nghiệm cho chính mình.

Kinh tế Việt Nam đang hội nhập sâu rộng với nền kinh tế thế giới, các doanh nghiệp sẽ càng ngày càng va chạm nhiều với các vụ kiện, trước các rào cản của nước ngoài. Do đó việc trang bị kiến thức luật pháp quốc tế, kinh nghiệm tham gia và xử lý các vụ tranh chấp là rất cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp, mỗi Hiệp hội ngành hàng.

Trước mắt, các hiệp hội Việt Nam nên tìm sự hỗ trợ tài chính. Khi các Hiệp hội lớn mạnh thêm thì tài trợ giảm. Nên đặt ra kế hoạch thời gian cụ thể giảm dần sự hỗ trợ, để cho hiệp hội tăng sự tự lực trong một thời gian tương đối ngắn.

Cải thiện môi trường pháp lý để cho phép các Hiệp hội được thành lập, phát triển và thực hiện những chức năng chính của mình. Tuy nhiên, khi tiến hành xây dựng những quy định mới về các Hiệp hội, sẽ rất có ích nếu Chính phủ tham khảo những chuẩn mực và thông lệ của quốc tế trong lĩnh vực này. Nhìn chung, kinh nghiệm của các nước khác cho thấy các luật, quy định và hệ thống quản lý đối với các Hiệp hội vừa phải hợp lý và tránh sự lạm dụng, vừa đảm bảo hạn chế gánh nặng kìm hãm sự ra đời của các Hiệp hội cũng như cản trở việc thực hiện các hoạt động hợp lý của họ.

Hiệp hội không chỉ cần thu hút các doanh nghiệp trở thành thành viên của mình mà còn cần đẩy mạnh các hoạt động và khuyến khích các doanh nghiệp tham gia vào các hoạt động đó. Càng tham gia nhiều hoạt động của hiệp hội doanh nghiệp càng gắn bó với Hiệp hội.

Để nâng cao hiệu quả thì rất cần nghiên cứu xây dựng mô hình tổ chức và hoạt động của các Hiệp hội theo đúng nghĩa của nó: tự quản, độc lập và chịu trách nhiệm trước pháp luật. Từ góc độ hiệp hội thì cũng phải thấy được vai trò và trách nhiệm ngày càng cao của mình, và nhất là đừng nhìn nhà nước như "người đỡ

đầu" cho hoạt động của mình, kể cả nên tránh yêu cầu được hỗ trợ kinh phí từ Nhà nước (vì đơn giản là nếu được cấp kinh phí hoạt động thì trong chừng mực nhất định sẽ bị phụ thuộc vào cơ quan Nhà nước).

Các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam phải tích cực và năng động trong các hoạt động của mình với vai trò là người đại diện cho doanh nghiệp và hỗ trợ cho doanh nghiệp. Hiệp hội cần tổ chức nhiều khóa đào tạo hơn nữa, đào tạo nhân lực cho chính bản thân Hiệp hội và cho doanh nghiệp hội viên. Bên cạnh đó, Hiệp hội cần tạo ra nhiều sân chơi để phát triển đội ngũ doanh nhân cũng như những tài năng của ngành.

Các Hiệp hội Việt Nam cũng cần tìm kiếm nhiều thông tin chính xác và cập nhật, đồng thời tiến hành phân tích, dự đoán để có thể cung cấp cho hội viên những thông tin chính xác cũng như khuynh hướng hiện nay của ngành hàng. Trên cơ sở đó, hội viên có thể có những điều chỉnh và bước đi phù hợp để có thể ngày càng phát triển hơn nữa trên cả thị trường trong nước và quốc tế.

Không những thế, Hiệp hội cũng cần chủ động nắm bắt những thông tin về nguồn vốn cũng như thông tin về công nghệ để có thể giúp hội viên tiếp cận dễ dàng và hiệu quả. Hiệp hội cần đầu tư nhiều hơn nữa vào nghiên cứu phát triển để có thể tạo ra được hoặc tiếp cận được với nhiều công nghệ mới nhất.

Một trong những hoạt động Hiệp hội Việt Nam cần thúc đẩy là hoạt động hỗ trợ xúc tiến thương mại cho doanh nghiệp hội viên. Hiệp hội cần phải nhanh nhạy với diễn biến của thị trường để có thể tư vấn cho hội viên những cơ hội kinh doanh, đồng thời giúp hội viên tham gia vào những hội chợ triển lãm mang tính chất quốc tế nhằm quảng bá thương hiệu Việt Nam đến người tiêu dùng quốc tế. Không chỉ dừng ở đó, Hiệp hội Việt Nam còn cần tổ chức nhiều hội chợ triển lãm cho ngành hàng hơn nữa và kêu gọi nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia.

Đồng thời, các Hiệp hội Việt Nam cũng cần quan tâm nhiều hơn nữa đến vấn đề môi trường đồng thời có những biện pháp hiệu quả để bảo vệ môi trường và

nguồn tài nguyên cũng như hướng dẫn các doanh nghiệp khai thác tài nguyên, xử lý rác thải một cách khoa học và hiệu quả.

Ngoài các hoạt động như hiện nay, các hiệp hội cần chuyển hướng phát triển những sản phẩm chính của mình trong các lĩnh vực này. Những sản phẩm này phải đáp ứng chính xác nhu cầu và mong muốn của hội viên, và hội viên sẽ phải trả phí dịch vụ được hiệp hội cung cấp. Bộ phận đào tạo nên có một số khoá đào tạo căn bản quan trọng thực hiện thường kỳ và thêm vào đó là những bài giảng và hội nghị chuyên đề; bộ phận thông tin phải có bản tin gửi đều đặn cho hội viên; bộ phận xúc tiến thương mại cần chủ động trong hoạt động của mình chứ không chỉ chờ đợi khách hàng tìm đến; và bộ phận chính sách pháp luật phải thường xuyên tiến hành nghiên cứu phục vụ mục đích vận động chính sách của hiệp hội. Đó là hướng phát triển truyền thống của các hiệp hội lớn trên thế giới. Còn những câu lạc bộ nhỏ nên tiếp tục tập trung vào chức năng giao lưu, mở rộng quan hệ hợp tác và chia sẻ thông tin.

Trong bối cảnh gia nhập WTO, sự trợ giúp của Chính phủ đối với các doanh nghiệp sẽ giảm đi, vai trò của các hiệp hội sẽ được nâng lên. Các hiệp hội hiện nay cần củng cố nguồn lực, năng lực, cán bộ chuyên trách. Hiện nay, kinh phí phục vụ cho hoạt động của các hiệp hội dựa vào bốn nguồn là Ngân sách nhà nước, phí thu được từ cung cấp dịch vụ, hội phí và các khoản tài trợ. Các Hiệp hội cần tích cực tích cực bổ sung quỹ và tăng cường kinh phí bằng nhiều cách. Về nhân lực, các hiệp hội nhỏ và địa phương cần có các cán bộ chuyên trách.

Hiệp hội vốn là một tổ chức tự nguyện, nếu doanh nghiệp không nhận thấy những lợi ích từ việc tham gia Hiệp hội thì họ sẽ không tham gia, nếu tham gia cũng không nhiệt tình. Chính vì vậy, để lôi cuốn được các doanh nghiệp, Ban lãnh đạo Hiệp hội cần phải lên một chiến lược và chương trình hành động cụ thể trong từng giai đoạn và từng nhóm doanh nghiệp. Ngoài ra, phải có một kế hoạch tài chính rõ ràng, có Ban chuyên môn giúp việc sát cánh cùng với các cơ quan quản lý Nhà nước, với các Bộ, ngành và Chính phủ để giải quyết công việc của Hiệp hội thật sự hiệu quả. Đồng thời, Hiệp hội cũng cần phát huy vai trò là một điểm

tựa, hỗ trợ doanh nghiệp trên mọi lĩnh vực như hỗ trợ về pháp lý, công nghệ, nhân lực… Thực hiện được những điều trên, nhất định các doanh nghiệp sẽ tự nguyện tham gia bằng tất cả sự nhiệt tình và năng lực của họ.

3.2.3. Đối với các doanh nghiệp hội viên

3.2.3.1. Kinh nghiệm đối với doanh nghiệp hội viên

Mối quan hệ giữa doanh nghiệp và các Hiệp hội này được thực hiện theo cơ chế phi doanh lợi. Cơ chế này giúp Hiệp hội giành được sự tín nhiệm của các doanh nghiệp, thúc đẩy sự phát triển mạnh mẽ và nhanh chóng của ngành. Cơ chế phi doanh lợi đã làm cho mối quan hệ giữa Hiệp hội và doanh nghiệp trở nên khá hài hoà, không tạo ra sự ép buộc đối với các đơn vị thành viên. Một mặt, Hiệp hội thông qua các phương thức quy hoạch ngành, tư vấn, điều hoà phối hợp... để nâng cao dịch vụ chất lượng tốt cho các doanh nghiệp. Mặt khác, hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thành viên, ở mức độ nhất định, quyết định mức độ hợp tác của ngành và sự chỉ đạo, hiệp đồng, gắn bó và dịch vụ của Hiệp hội.

Các doanh nghiệp hội viên của ba Hiệp hội trên đã rất chủ động và tích cực tham gia Hiệp hội và góp phần không nhỏ vào những thành công của Hiệp hội này. Đối với những cuộc hội thảo hay những hoạt động tập thể của Hiệp hội, những hội chợ triển lãm hay những cuộc thi do Hiệp hội tiến hành, các doanh nghiệp hội viên đều chủ động tìm hiểu thông tin, có những kế hoạch tham gia chi tiết và hợp lý. Đồng thời, các doanh nghiệp hội viên này cũng rất tích cực trong các hoạt động bảo vệ môi trường của Hiệp hội.

Bên cạnh đó, các doanh nghiệp hội viên luôn đóng góp hội phí đầy đủ và nghiêm chỉnh vì các doanh nghiệp đều hiểu rằng các Hiệp hội có nguồn kinh phí dồi dào mới có thể tổ chức được nhiều hoạt động hiệu quả và năng động để hỗ trợ phát triển chính bản thân doanh nghiệp. Điều quan trọng là doanh nghiệp hội viên của ba Hiệp hội này đều ý thức và thấy rõ tầm quan trọng của các Hiệp hội đối với sự phát triển của chính bản thân doanh nghiệp. Vì thế, các doanh nghiệp coi lợi ích của Hiệp hội là gắn liền với lợi ích bản thân mình và trong nhiều trường hợp còn hỗ trợ Hiệp hội trong các hoạt động và tìm kiếm nguồn kinh phí.

3.2.3.2. Giải pháp đối với doanh nghiệp hội viên

Nhân tố cốt lõi và cũng là nhân tố quan trọng nhất của Hiệp hội là các doanh nghiệp hội viên. Muốn Hiệp hội mạnh thì trước hết các thành viên của Hiệp hội cũng phải vững mạnh, và khi hiệp hội đã mạnh thì cũng thúc đẩy sự phát triển của hội viên. Để tận dụng được nhân tố này, Hiệp hội cần phải làm cho hội viên thấy được việc đầu tư vào sự phát triển của Hiệp hội là rất có lợi cho các doanh nghiệp hội viên. Hiệp hội sẽ phải lắng nghe thành viên chứ thành viên hiệp hội không muốn nghe Hiệp hội như nghe Chính phủ. Như vậy, có hai khía cạnh, một là những người làm công tác hiệp hội phải nỗ lực hết sức để chiếm được lòng tin của hội viên và thứ hai là hội viên cũng phải ra sức xây dựng Hiệp hội vững mạnh.
Các doanh nghiệp cần nhận thức rõ ràng và đúng đắn vai trò của Hiệp hội đối với sự tồn tại và phát triển của bản thân doanh nghiệp, để từ đó có những đóng góp tích cực và hiệu quả vào sự phát triển của Hiệp hội.

Các doanh nghiệp cũng nên tích cực và chủ động hơn trong việc thành lập, tham gia vào các hoạt động của Hiệp hội, coi đây là người đại diện cho quyền lợi của mình trước các cơ quan nhà nước và đối tác nước ngoài. Đây cũng là diễn đàn để các doanh nghiệp trong ngành có thể trao đổi kinh nghiệm, tạo môi trường cạnh tranh công bằng và lành mạnh, vì sự phát triển bền vững của toàn bộ ngành và từng hội viên.

Các doanh nghiệp cũng cần thực hiện nghiêm túc và đầy đủ các nghĩa vụ và trách nhiệm đối với Hiệp hội như xây dựng ý kiến, đóng góp hội phí… giúp Hiệp hội phát huy ngày càng hiệu quả vai trò của mình.

Nói tóm lại, dựa trên những hiểu biết tổng quát về Hiệp hội ngành hàng cùng với những lợi ích của Hiệp hội ở chương 1 và những phân tích, tìm hiểu về hoạt động của một số Hiệp hội ngành hàng lớn, tiêu biểu như Hiệp hội Thủy sản Mỹ, Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản và Hiệp hội Dệt May Hàn Quốc ở chương 2, chúng ta đã phân tích được những bài học kinh nghiệm của các Hiệp hội này tại chương 3. Đồng thời, chúng ta cũng đã tìm được hướng áp dụng những bài học kinh nghiệm

này một cách linh hoạt và sáng tạo vào thực tế các Hiệp hội ngành hàng của nước ta trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.

KẾT LUẬN

WTO đã mang lại cho Việt Nam một sân chơi khổng lồ. Trong quá trình Việt Nam gia nhập WTO, cộng đồng doanh nghiệp sẽ là đối tượng hưởng lợi từ khung pháp lý đang trở nên minh bạch hơn, môi trường kinh doanh thông thoáng hơn, từ những cam kết cắt giảm thuế, được quyền tiếp cận thị trường của các thành viên WTO. Tuy nhiên, một thách thức lớn đối với hoạt động kinh doanh là các doanh nghiệp sẽ không được hưởng sự bảo hộ của Nhà nước do một trong những cam kết quan trọng khi Việt Nam gia nhập WTO là nhà nước sẽ không can thiệp sâu vào hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp. Khi đó, các Hiệp hội ngành hàng sẽ đóng một vai trò hết sức quan trọng, vừa đại diện, vừa là định hướng giúp các doanh nghiệp nhỏ và vừa thực hiện một cách đầy đủ các cam kết WTO.

Dựa trên nền tảng tìm hiểu tổng quan về khái niệm, cơ cấu mô hình, phương thức hoạt động và vai trò của Hiệp hội ngành hàng nói chung, chúng ta đã phân tích những hoạt động của một số Hiệp hội ngành hàng tiêu biểu trên thế giới trong thời kỳ hiện nay như Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc, Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản và Hiệp hội Thủy sản Mỹ. Đây đều là những Hiệp hội rất thành công trong việc phát triển nền kinh tế, phát triển ngành và hỗ trợ các doanh nghiệp thành viên thúc đẩy hoạt động kinh doanh của mình.

Từ những thành công của ba Hiệp hội này, tác giả đã rút ra được một số bài học kinh nghiệm bổ ích cho Việt Nam, trên cơ sở đó, đề xuất một số biện pháp phát huy vai trò của các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Chính phủ và các cơ quan Chính phủ cần tính đến khả năng hỗ trợ và phối hợp với Hiệp hội, tạo điều kiện cho Hiệp hội đủ sức mạnh trợ giúp cho doanh nghiệp. Bên cạnh đó, các Hiệp hội cũng cần phát huy nội lực, vạch ra những hành động mang lại lợi ích cụ thể, liên kết các doanh nghiệp để tăng sức cạnh tranh, chống các rào cản kỹ thuật và là chất xúc tác thực hiện các cam kết WTO.

Do thời gian, kiến thức và tài liệu còn rất hạn chế nên luận văn không thể tránh khỏi một số sai sót. Vì vậy, tác giả rất mong nhận được sự đóng góp của các bạn đọc.

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU VÀ CHỮ VIẾT TẮT

1. ASEAN: Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
2. GDP: Tổng thu nhập quốc dân
3. GSIC: Khu Công nghiệp Gaeseong
4. IMF: Quỹ Tiền tệ Thế giới
5. ITCB: Cục Dệt may Quốc Tế
6. ITMF: Hiệp hội các nhà sản xuất Dệt may Quốc tế
7. JISF: Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản
8. KOFOTI: Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc
9. METI : Bộ Kinh tế, Thương mại và Công nghiệp
10. NFI: Hiệp hội Thủy sản Mỹ
11. OECD: Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế
12. USD: Đô la Mỹ
13. VASEP: Hiệp hội Thủy sản Việt Nam
14. VSA: Hiệp hội Thép Việt Nam
15. WTO: Tổ chức Thương mại Thế giới

DANH MỤC CÁC BẢNG, HÌNH VẼ VÀ ĐỒ THỊ

Danh mục bảng

Bảng 2.1: GDP của Mỹ giai đoạn 2000-2007.....28

Bảng 2.2: Tiêu thụ bình quân cá và thủy sản có vỏ của Mỹ.....30

Bảng 2.3: Nhập khẩu thủy sản các loại vào Mỹ.....31

Bảng 2.3: Tiêu thụ một số sản phẩm thủy sản của Mỹ.....31

Bảng 2.4: Tiêu thụ bình quân sản phẩm đồ hộp của Mỹ.....32

Bảng 2.5: GDP của Nhật Bản giai đoạn 2002-2007.....42

Bảng 2.6: Sản lượng thép thô các khu vực và trên toàn thế giới.....42

Bảng 2.7: Sản lượng sắt và thép Nhật Bản.....43

Bảng 2.8: GDP của Hàn Quốc giai đoạn 2002-2007.....54

Bảng 3.1: GDP của Việt Nam giai đoạn 2000-2007.....65

Bảng 3.2: Một số hiệp hội ngành hàng chính ở Việt Nam.....66

Danh mục hình vẽ

Hình 1.1: Cơ cấu tổ chức Hiệp hội ngành hàng.....10

Hình 2.1: Cơ cấu tổ chức của NFI.....34

Hình 2.2: Cơ cấu tổ chức của JISF.....46

Hình 2.3: Cơ cấu tổ chức của Kofoti.....58

Danh mục đồ thị

Biểu đồ 2.1: Kim ngạch xuất khẩu sắt thép của Nhật Bản.....44

Biểu đồ 2.2: Kim ngạch nhập khẩu sắt thép của Nhật Bản.....45

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Chính phủ (2003), "Quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý Hội", *Nghị định số 88/2003/NĐ-CP ngày 30 tháng 7 năm 2003*, Hà Nội.
2. Bộ nội vụ (2004), "Hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 88/2003/NĐ- CP ngày 30/7/2003 của Chính phủ quy định về tổ chức, hoạt động và quản lý Hội", *Thông tư số 01/2004/TT- BNV ngày 15/01/2004*, Hà Nội.
3. Vũ Thế Dũng (2005), "Xây dựng lợi thế cạnh tranh: Vai trò của Hiệp hội", *Tạp chí Tuổi trẻ chủ nhật ngày (số 24/2005*), tr.7-9.
4. Lê Xuân Đình, Phan Huy Đường (2003), "Tạo nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp nâng cao năng lực xuất khẩu", *Tạp chí phát triển kinh tế (số 6/2003)*, tr.5-6.
5. Hoàng Thu Hoà (2005), *Đổi mới và nâng cao hiệu quả của mối quan hệ Nhà nước với Thị trường, phát huy vai trò của các đoàn thể và các Hội*, đề tài khoa học cấp Bộ, Trung tâm Thông tin Tư liệu, Hà Nội.
6. Trần Hữu Huỳnh (2002), *Đối thoại chính sách giữa Hiệp hội doanh nghiệp và chính quyền địa phương ở Việt Nam- Đánh giá sơ bộ về yêu cầu, thực trạng và kiến nghị các giải pháp*, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hà Nội.
7. Hoa Hữu Lân (2005), *Hàn Quốc – câu chuyện kinh tế về một con rồng*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
8. Vũ Tiến Lộc (2002), *Các Hiệp hội doanh nghiệp - thực trạng và giải pháp phát triển*, Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, Hà Nội
9. Nguyễn Khắc Mai (2005), *Vị trí, vai trò của Hiệp hội quần chúng ở nước ta*, Nxb Lao động, Hà Nội
10. Nguyễn Văn Nam (2004), *Giải pháp nâng cao năng lực hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng hoá của Việt Nam*

trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, Viện nghiên cứu thương mại, Hà Nội.

11. Nguyễn Minh Phương (2005), "Vai trò của các Hội, tổ chức phi Chính phủ trong nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta", *báo Tổ chức Nhà nước* (số 9/2005), tr.20-23.
12. Thang Văn Phúc (2002), *Vai trò của các Hội trong đổi mới và phát triển đất nước,* Nxb chính trị quốc gia, Hà Nội.
13. Diệu Thuý (2006), "Nâng cao vai trò của các Hội trong sự nghiệp CNH-HĐH", *tạp chí công nghiệp* (số 3/2006), tr.10-11.
14. Đào Ngọc Tiến (2005), "Vai trò của các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế", *Tạp chí Kinh tế đối ngoại (số 12/2005*), tr.6-8.
15. Lưu Ngọc Trinh (2006), *Kinh tế Nhật Bản – Những bước thăng trầm trong lịch sử,* Nxb Thống kê, Hà Nội.

Tiếng Anh

16. Mark Boleat (2005), *Models of Trade Association Co-operation,* website: http://www.taforum.org.
17. Richard Fairclough (2001), *"Report of the 2001 Benchmarking study of trade association*", website: http://www.taforum.org.
18. Alastair Macdonald (2000), "*The business of representation - The modern trade association*", http://www.taforum.org.

Các website

19. http://irv.moi.gov.vn
20. http://vi.wikipedia.org
21. http://www.aboutseafood.com
22. http://www.gso.gov.vn
23. http://www.icfa.net
24. http://www.imf.org
25. http://www.jisf.or.jp

26. http://www.kofoti.org.kr
27. http://www.worldbank.org
28. http://www.vasep.com.vn
29. http://www.vcci.com.vn
30. http://www.vietnamtextile.org.vn
31. http://www.vsa.com.vn
32. http://www.worldsteel.org

MỤC LỤC

Mở đầu 1
Danh mục các ký hiệu và chữ viết tắt 110
Danh mục các bảng, hình vẽ và đồ thị 111
Chương 1: Tổng quan về hiệp hội ngành hàng 5
1.1. Khái niệm về hiệp hội ngành hàng 5
1.1.1. Khái niệm về hội và hiệp hội 5
1.1.2. Khái niệm Hiệp hội ngành hàng 7
1.2. Mô hình tổ chức và phương thức hoạt động của Hiệp hội ngành hàng 9
1.2.1. Cơ cấu tổ chức Hiệp hội ngành hàng 9
1.2.2. Phương thức hoạt động của Hiệp hội ngành hàng 13
1.3. Vai trò của Hiệp hội ngành hàng 15
1.3.1. Vai trò của Hiệp hội ngành hàng đối với doanh nghiệp 16
1.3.2. Vai trò của hiệp hội ngành hàng đối với nền kinh tế 22
CHƯƠNG 2: Khảo sát hoạt động của một số hiệp hội ngành hàng trên thế giới trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế 26
2.1. Hiệp hội Thủy sản Mỹ (NFI – National Fisheries Institute) 26
2.1.1. Tổng quan về kinh tế Mỹ 26
2.1.2. Khái quát về ngành thủy sản Mỹ 28
2.1.3. Hiệp hội Thủy sản Mỹ 34
2.2. Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản (JIS – Japan Iron and Steel Federation) 42
2.2.1. Tổng quan về kinh tế Nhật Bản 42
2.2.2. Khái quát về ngành thép Nhật Bản 44
2.2.3. Hiệp hội Sắt Thép Nhật Bản 48

2.3. Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc (Korea Federation of Textile Industries)... 55
2.3.1. Tổng quan về kinh tế Hàn Quốc..... 55
2.3.2. Khái quát về ngành dệt may Hàn Quốc 57
2.3.3. Hiệp hội Dệt may Hàn Quốc..... 60
Chương 3: Bài học kinh nghiệm cho việt nam 69
3.1. Thực trạng hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam..... 69
3.1.1. Tổng quan về kinh tế Việt Nam 69
3.1.2. Thực trạng hoạt động của các Hiệp hội ngành hàng Việt Nam 70
3.2. Các bài học kinh nghiệm cho Việt Nam và một số giải pháp đề xuất cho Việt Nam..... 85
3.2.1. Đối với hoạt động quản lý của Nhà nước 85
3.2.2. Đối với các hiệp hội..... 93
3.2.3. Đối với các doanh nghiệp hội viên..... 105
Kết luận.....108
Tài Liệu tham khảo.....110