

ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ TÁC ĐỘNG CỦA CHƯƠNG TRÌNH SME TẠI HƯNG YÊN

(Phu Quoc, Sep. 24-26, 2008)

1. Tác động/ ảnh hưởng của Chương trình tới tỉnh Hưng Yên

Chương trình SME có 04 cấu phần. Tuy nhiên, tại HY có triển khai hoạt động của 03 Cấu phần (Chính sách; Phát triển KTĐP; Chuỗi giá trị);

Nhìn chung, sau 03 năm triển khai các hoạt động, Chương trình đã góp phần:

- Đẩy mạnh cải cách hành chính công;
- Nâng cao năng lực cán bộ đối tác địa phương;
- Tăng giá trị sản phẩm hàng hoá một số ngành lựa chọn, hỗ trợ của Chương trình như sản phẩm nhãn lồng, các sản phẩm của các làng nghề,...;
- Phát triển mạnh cộng đồng doanh nghiệp tỉnh và góp phần phát triển kinh tế địa phương;
- Tăng cường quan hệ hợp tác công tư, cộng đồng doanh nghiệp và chính quyền địa phương;
- Tiếp cận phương pháp, cách thức mới trong đánh giá cũng như chiến lược phát triển kinh tế địa phương và các ngành lựa chọn;
- Minh bạch chính sách hơn qua việc cộng đồng doanh nghiệp được tham gia ý kiến trước khi chính sách được ban hành;
- Chia sẻ các kinh nghiệm phát triển kinh tế địa phương với các tỉnh của Chương trình;

2. Các hoạt động hiệu quả tại Hưng Yên

2.1. Cổng thông tin doanh nghiệp tỉnh (BusinessPortal)

Cổng thông tin doanh nghiệp tỉnh được xây dựng với mục tiêu:

- Xây dựng hệ thống thông tin doanh nghiệp dùng chung phục vụ quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh nhằm tạo ra môi trường hành chính mới (điện tử) cho doanh nghiệp đối với chính quyền địa phương. Nó cũng sẽ giúp doanh nghiệp tìm hiểu về thủ tục hành chính, thực thi các nghĩa vụ hành chính của mình một cách nhanh nhất, thuận lợi nhất;
- Công khai, minh bạch cơ sở dữ liệu doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp hợp tác sản xuất kinh doanh tốt hơn;
- Nâng cao hiệu quả quản lý doanh nghiệp giữa các cơ quan quản lý nhà nước;
- Là phương tiện đối thoại thường xuyên giữa cộng đồng doanh nghiệp và chính quyền;
- Hỗ trợ doanh nghiệp trong các lĩnh vực xúc tiến đầu tư, thương mại và thương mại điện tử.

Các yếu tố thành công của Cổng thông tin:

- Hoạt động này có nội dung và tác động phù hợp với yêu cầu quản lý và phát triển cộng đồng doanh nghiệp tại địa phương;
- Sự ủng hộ tích cực của lãnh đạo tỉnh, sự hợp tác và hỗ trợ hiệu quả của các đối tác, đặc biệt là GTZ và Ascom;

- Hoạt động này cho kết quả cụ thể, thiết thực, đáp ứng nhu cầu nhiều mặt, cho nhiều tổ chức, cá nhân.

Cải tiến, đề nghị:

- Tạo nguồn tài chính từ Cổng để duy trì Cổng và phát triển Cổng bằng cách cho thu lệ phí đăng ký bố cáo thành lập doanh nghiệp, quảng cáo giới thiệu sản phẩm, xúc tiến thương mại,...;
- Cần có cơ chế mở rộng, nâng cao chất lượng và hiệu quả của Cổng, dễ dàng phát triển Cổng và thay đổi cho phù hợp với sự thay đổi của cơ chế chính sách;
- Ascom cần có giải pháp đáp ứng nhanh nhu cầu mới, kịp thời gian cần thiết;
- Nối mạng các địa phương để tăng hiệu quả sử dụng Cổng.

2.2. Đối thoại doanh nghiệp cấp tỉnh (đối thoại công tư - PPD)

Đối thoại trực tiếp theo chủ đề được tổ chức hàng năm. Bên cạnh đó, đối thoại qua Cổng thông tin doanh nghiệp thì thực hiện thường xuyên.

Cách tiếp cận mới này của GTZ đã mang lại sự thay đổi trong tư duy của chính quyền địa phương đối với các diễn đàn doanh nghiệp. Tính minh bạch và sự hợp tác giữa khu vực nhà nước và khu vực tư nhân được tăng cường. Môi trường kinh doanh được cải thiện thông qua sự thay đổi về thái độ và hành vi của các công chức và chất lượng dịch vụ công tốt hơn. Phương pháp tiếp cận này làm cải thiện, nâng cao năng lực tham gia diễn đàn chính sách của các bên liên quan ở địa phương.

Hơn nữa, đại diện cộng đồng doanh nghiệp được tham gia Mặt trận tổ quốc, được có ý kiến tham gia khi dự thảo cơ chế, chính sách mới liên quan đến doanh nghiệp.

Các yếu tố thành công:

- Các tiếp cận này phù hợp với mong muốn của cộng đồng doanh nghiệp và sự hợp tác của chính quyền địa phương;
- Phương pháp thực hiện đa dạng, lựa chọn các chủ đề đối thoại sát với vấn đề cộng đồng doanh nghiệp quan tâm;
- Được lãnh đạo chính quyền lắng nghe và quan tâm giải quyết.

Cải tiến, đề nghị:

- Cần thường xuyên tổ chức đối thoại qua Cổng thông tin doanh nghiệp, qua Hiệp hội doanh nghiệp, hội doanh nghiệp cấp huyện;
- Đối thoại với từng nhóm ngành nghề, nhóm chuyên đề;
- Đối thoại với chính quyền cấp huyện.

2.3. Chuỗi giá trị Nhãn (Value chain)

Nhãn là một trong những sản phẩm chính quyền địa phương đã lựa chọn để hỗ trợ thông qua việc áp dụng cách tiếp cận chuỗi giá trị. Thiết lập một tổ chức (hợp tác xã) bao gồm người trồng nhãn, người chế biến và người tiêu thụ. Hợp tác xã này là một ví dụ về phối hợp hành động trong sản xuất, chế biến và thương mại hoá và quan trọng hơn là nó mang lại lợi ích và giá trị

cao hơn cho sản phẩm nhãn. Mô hình này hoàn toàn có thể ứng dụng cho các chuỗi giá trị khác.

Các yếu tố thành công:

- Hoạt động chuỗi giá trị nhãn có tính khoa học, được người sản xuất kinh doanh nhãn nhiệt tình ủng hộ;
- Xây dựng được một quy trình kỹ thuật canh tác nhãn áp dụng chung cho tất cả xã viên hợp tác xã;
- Chất lượng đồng đều của sản phẩm và các chứng chỉ, giấy chứng nhận VSATTP được cấp cho các sản phẩm của hợp tác xã;
- Nâng cao năng lực cho hợp tác xã trong việc đàm phán, phát triển kênh phân phối cho sản phẩm nhãn; và nâng cao giá trị sản phẩm nhãn cho người trồng nhãn.

Cải tiến, đề nghị:

- Cần có chiến lược phát triển vùng nhãn với cơ cấu hợp lý. Cần có sự hỗ trợ của các nhà khoa học trong việc nghiên cứu, phát triển chất lượng nhãn cũng như kéo dài mùa vụ nhãn mang lại lợi ích nhiều hơn cho người trồng nhãn;
- Nâng cao năng lực quản lý, điều hành của ban quản trị hợp tác xã nhãn;
- Sự cam kết của các xã viên trong việc tuân thủ các quy trình kỹ thuật tập thể và các quy định của hợp tác xã;
- Nâng cao giá trị nhãn qua việc phát triển thương mại nhãn, kênh phân phối và chất lượng đồng đều của nhãn Hưng Yên.

3. Các hoạt không hiệu quả/chưa hoàn thiện tại Hưng Yên

3.1. Xây dựng mô hình hợp tác xã đầu tư cơ sở hạ tầng cụm công nghiệp

Mục tiêu:

Để giải quyết những khó khăn về đất tạo mặt bằng sản xuất kinh doanh cho các doanh nghiệp nhỏ và cực nhỏ cũng như giải quyết vấn đề phát triển làng nghề không gây ô nhiễm môi trường tại các khu dân cư.

Lý do chưa hoàn thành/khó khăn:

- Chưa lựa chọn được tư vấn;
- Chưa có Ban Vận động thành lập Hợp tác xã;

Kiến nghị:

- Hỗ trợ tư vấn;
- Hỗ trợ thành lập Ban Vận động thành lập và khởi sự Hợp tác xã đầu tư cơ sở hạ tầng;

3.2. Phát triển các tài liệu quảng bá, xúc tiến du lịch HY

Lý do chưa hoàn thành/khó khăn:

- Thực tế, tiềm năng phát triển du lịch của Hưng Yên chưa nhiều và chưa rõ ràng;
- Đối tác địa phương và tư vấn còn gặp khó khăn trong việc triển khai các hoạt động ưu tiên cho phát triển, quảng bá du lịch tỉnh;
- Các hoạt động đang dừng lại ở công tác chuẩn bị.