

## XÂY DỰNG MÔ HÌNH MẠNG LIÊN KẾT PHỤC VỤ NHU CẦU THÔNG TIN CHO DOANH NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN CÁC QUẬN HUYỆN CỦA TP. HỒ CHÍ MINH

Trần Anh Thiện

Khoa Quản Lý Công Nghiệp, Trường Đại học Bách Khoa- ĐHQG-HCM

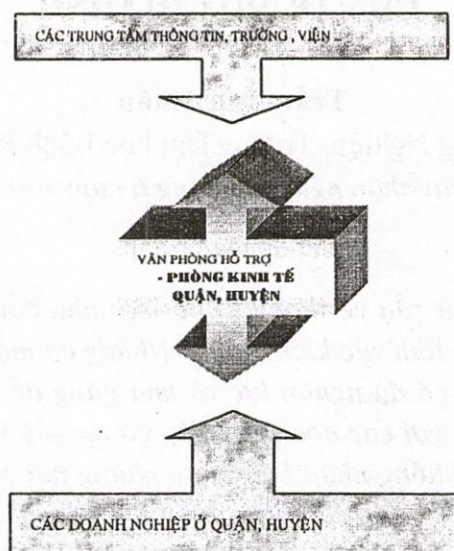
(Bài nhận ngày 17 tháng 6 năm 2003)

**TÓM TẮT:** Nhu cầu về thông tin là một nhu cầu không thể thiếu đối với các đơn vị hoạt động trong lĩnh vực kinh doanh. Nhưng có một thực tế là không phải tất cả các doanh nghiệp đều có đủ nguồn lực và khả năng để tiếp cận đến nguồn thông tin cần có, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp có qui mô nhỏ. Ngược lại, các trung tâm thông tin, đào tạo lại không nhận biết được những nơi có nhu cầu, dù rằng họ có rất nhiều sản phẩm có thể có ích cho hoạt động kinh doanh. Từ thực tế đó, một mô hình mạng liên kết thông tin được xây dựng làm cầu nối giữa các nhà cung ứng sản phẩm thông tin với các nơi có nhu cầu là các doanh nghiệp trên địa bàn. Trong đó nổi bật lên là vai trò tích cực của một đơn vị trung gian làm cầu nối giữa các bên có liên quan. Đơn vị này sẽ chủ động tìm hiểu về phía những doanh nghiệp có nhu cầu thông tin để biết "ai cần gì", đồng thời tìm kiếm các sản phẩm thông tin, các chương trình đào tạo hiện có trên thị trường để xem "ai có gì", từ đó sẽ tạo điều kiện cho cung và cầu gặp nhau. Bài viết này nhằm gợi ý xây dựng một cơ cấu hoạt động như thế.

### A. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh nền kinh tế thị trường ngày nay các doanh nghiệp, kể cả khu vực nhà nước và khu vực tư nhân đều phải cạnh tranh quyết liệt để tồn tại và phát triển. Đảng và Nhà nước ta cũng đặt vấn đề phát triển kinh tế làm mục tiêu hàng đầu trong chiến lược phát triển quốc gia, và đã ra sức nỗ lực tìm kiếm các giải pháp hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong nước phát triển. Bài viết này đứng ở góc độ một đơn vị quản lý nhà nước ở cấp cơ sở là các phòng kinh tế ở các quận huyện với chức năng là quản lý về mặt chính quyền các đơn vị kinh tế đóng trên địa bàn quận, huyện. Trong tình hình các thành phần kinh tế, đặc biệt là khu vực kinh tế tư nhân phát triển một cách nhanh chóng như hiện nay, các phòng kinh tế quận huyện cần xác định được vai trò của mình trong việc quản lý và hỗ trợ sự phát triển của các doanh nghiệp thuộc địa bàn quản lý của mình. Một trong các nhu cầu cần sự hỗ trợ từ nhà nước của các đơn vị kinh doanh, đặc biệt ở các doanh nghiệp vừa và nhỏ, là nhu cầu cần có đủ thông tin về các lĩnh vực như thị trường, thiết bị công nghệ, nhân lực và đào tạo, chính sách pháp luật, các dịch vụ chuyên môn hỗ trợ, v.v. Thế nhưng đây chính là khó khăn của các doanh nghiệp vừa và nhỏ do không có đủ nguồn lực và khả năng để tự mình tìm kiếm các thông tin cần thiết. Do vậy việc thiết lập nên một cơ chế sao cho có thể hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc tìm kiếm các thông tin cần thiết một cách hiệu quả là một việc hết sức cần thiết. Do vậy trong bài viết này tác giả sẽ đề nghị xây dựng một mô hình hoạt động nhằm hỗ trợ nhu cầu thông tin của các doanh nghiệp trên địa bàn các quận huyện của TPHCM, trong đó vai trò trung tâm là các phòng kinh tế của các quận huyện. Bài viết sẽ tập trung trình bày về các vấn đề về việc tổ chức và phương thức thực hiện, chủ yếu là cho đơn vị hỗ trợ trung gian

là các phòng kinh tế quận huyện. Đặc biệt mô hình được xây dựng để đưa vào sử dụng thực tế nên một kế hoạch hành động thường niên với các bước cụ thể cũng sẽ được dẫn ra.



Hình 1: Mô hình hỗ trợ thông tin doanh nghiệp.

## B. MÔ TẢ MÔ HÌNH

### 1. Mục tiêu – nhiệm vụ

Mục tiêu của việc thành lập bộ phận hỗ trợ doanh nghiệp này là góp phần làm nâng cao hiệu quả hoạt động và tăng cường tính cạnh tranh của các đơn vị sản xuất kinh doanh đóng trên địa bàn các quận huyện. Qua đó thúc đẩy các hoạt động kinh tế trên địa bàn quận, từng bước nâng cao mức sống của người dân theo chủ trương phát triển chung của Thành phố.

Nhiệm vụ của đơn vị hay bộ phận này là cung cấp các dịch vụ liên quan đến thông tin nhằm hỗ trợ cho hoạt động sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp đóng trên địa bàn các quận, huyện. Bước đầu, bộ phận này sẽ hoạt động như một cầu nối giữa bên có nhu cầu là các doanh nghiệp của quận và các nhà cung cấp các dịch vụ hỗ trợ như hay các trung tâm cung cấp thông tin, trung tâm đào tạo nhân lực, trung tâm tư vấn, v.v.

### 2. Tổ chức - nhân sự

Về mặt tổ chức, bộ phận hỗ trợ doanh nghiệp là một bộ phận nằm trong cơ cấu của phòng Kinh tế quận, với các thành viên là các nhân viên hiện hữu của phòng. Hoạt động này cần có một người phụ trách chính thường xuyên theo dõi. Lâu nay các phòng kinh tế ở các quận huyện cũng đã tiến hành một số hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp như họp mặt doanh nghiệp, tổ chức hội chợ, hay tổ chức các buổi giới thiệu chính sách, chủ trương mới. Với sự thành lập bộ phận hỗ trợ này, các hoạt động trên sẽ được thống nhất lại và mở rộng ra những lĩnh vực khác như cung cấp thông tin, tư vấn, v.v. dưới sự điều hành chung của bộ phận mới này. Như vậy không cần thiết phải thành lập một bộ phận với những nhân sự mới, mà hoạt động này có thể được xem là sự mở rộng các công việc thường ngày của các nhân viên hiện hữu của phòng.

### 3. Cơ chế tài chính

Mục tiêu đặt ra trước mắt đối với hoạt động này là trợ giúp cho các doanh nghiệp của quận huyện nên vấn đề lợi nhuận không được đặt ra. Điều đó có nghĩa là hoạt động này không thu phí từ doanh nghiệp, hoặc chỉ thu một khoảng lệ phí tượng trưng trong những trường hợp cụ thể. Những chi phí cho các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp được lấy từ ngân

sách hoạt động hàng năm của phòng kinh tế quận huyện, có thể kiến nghị UBND quận, huyện bổ sung thêm ngân sách hoạt động cho phòng hay có thể vận động đóng góp từ các mạnh thường quân trên địa bàn. Về lâu dài, nếu điều kiện thuận lợi thì có thể nghiên cứu tách bộ phận này thành một đơn vị dịch vụ hoạt động tự hạch toán như một đơn vị kinh doanh độc lập.

#### **4. Hoạt động thường niên**

Hoạt động thường kỳ của bộ phận hỗ trợ thông tin cho doanh nghiệp là tiến hành điều tra để nắm được tình hình hoạt động sản xuất kinh doanh và những khó khăn vướng mắc của các doanh nghiệp của quận. Đồng thời liên hệ với các nơi cung cấp giải pháp kinh doanh trong phạm vi thành phố và các tỉnh lân cận, để từ đó đưa ra những dịch vụ hỗ trợ nhằm giúp doanh nghiệp tháo gỡ được những khó khăn gặp phải. Những hoạt động này cần phải được tiến hành thường xuyên, hoặc ở những thời điểm mà phòng Kinh tế quận nhận thấy có nhu cầu mới phát sinh hoặc tình hình kinh doanh thay đổi.

### **C. GIAI ĐOẠN CHUẨN BỊ - THIẾT LẬP**

#### **1. Địa điểm:**

Địa điểm của bộ phận hỗ trợ này vẫn nằm trong văn phòng của phòng Kinh tế quận huyện. Về cơ bản, cần có một máy vi tính để lưu trữ dữ liệu và các phương tiện liên lạc như điện thoại, fax, email, v.v. Những phương tiện này hiện nay thường là đã được trang bị ở các đơn vị nên có thể tận dụng, không cần thiết phải đầu tư mới.

#### **2. Thiết bị – Cơ sở dữ liệu:**

Tạo một thư mục riêng trên máy tính, có thể đặt tên cho thư mục là “ Dịch vụ hỗ trợ thông tin cho Doanh nghiệp”, sử dụng một máy tính sẵn có trong phòng Kinh tế. Cơ sở dữ liệu ban đầu là các danh sách Trung Tâm, Trường, Viện, cùng với kết quả khảo sát nhu cầu đào tạo và thông tin và các chương trình đào tạo được chuyển giao từ kết quả nghiên cứu của đề tài. Các cơ sở dữ liệu này có thể được thiết kế bằng các phần mềm văn phòng thông dụng như MS Excel hay MS Word, và một chương trình xử lý thống kê như SPSS. Tuy nhiên để thuận lợi cho việc truy xuất dữ liệu và lập báo cáo sau này thì có thể đặt hàng thiết kế một chương trình quản lý cơ sở dữ liệu chuyên dùng.

#### **3. Chuẩn bị nhân sự – đào tạo**

Hoạt động này nhất thiết phải có một người phụ trách chung. Trưởng nhóm có nhiệm vụ lên các kế hoạch hành động hàng năm, đôn đốc và giám sát việc thực hiện. Từng công việc cụ thể sẽ được người trưởng nhóm phân chia cho các nhân viên trong bộ phận căn cứ vào quỹ thời gian của từng người. Tốt nhất là có một trợ lý cho người trưởng nhóm để hỗ trợ và phối hợp với người phụ trách chính trong toàn bộ quá trình. Công tác điều tra doanh nghiệp được thực hiện trong một thời hạn nhất định hoặc theo nhu cầu phát sinh, còn các công tác khác như liên lạc với các nhà cung cấp, thiết kế sản phẩm hỗ trợ có thể được tiến hành rải đều trong cả năm. Do vậy những giai đoạn như tiến hành điều tra doanh nghiệp là giai đoạn cần huy động nhiều nhân lực thì có thể huy động thêm các nhân viên khác trong phòng Kinh tế và lực lượng cộng tác viên tại địa bàn. Còn công việc cập nhật và bổ sung danh sách các đơn vị cung cấp dịch vụ có thể được đảm trách bởi một nhân viên và có sự linh động thực hiện trong thời gian cả năm. Việc thiết kế ra các sản phẩm hay chương trình hỗ trợ doanh nghiệp được tiến hành sau khi có kết quả báo cáo về điều tra nhu cầu doanh nghiệp, và công việc này cần phải có sự tham mưu của ban chủ nhiệm phòng Kinh tế quận, huyện. Nhân viên phụ trách quản lý dữ liệu cần có kỹ năng về sử dụng một số phần mềm ứng dụng như Word, Excel, SPSS, hay các phần mềm quản lý dữ liệu được đặt viết riêng.

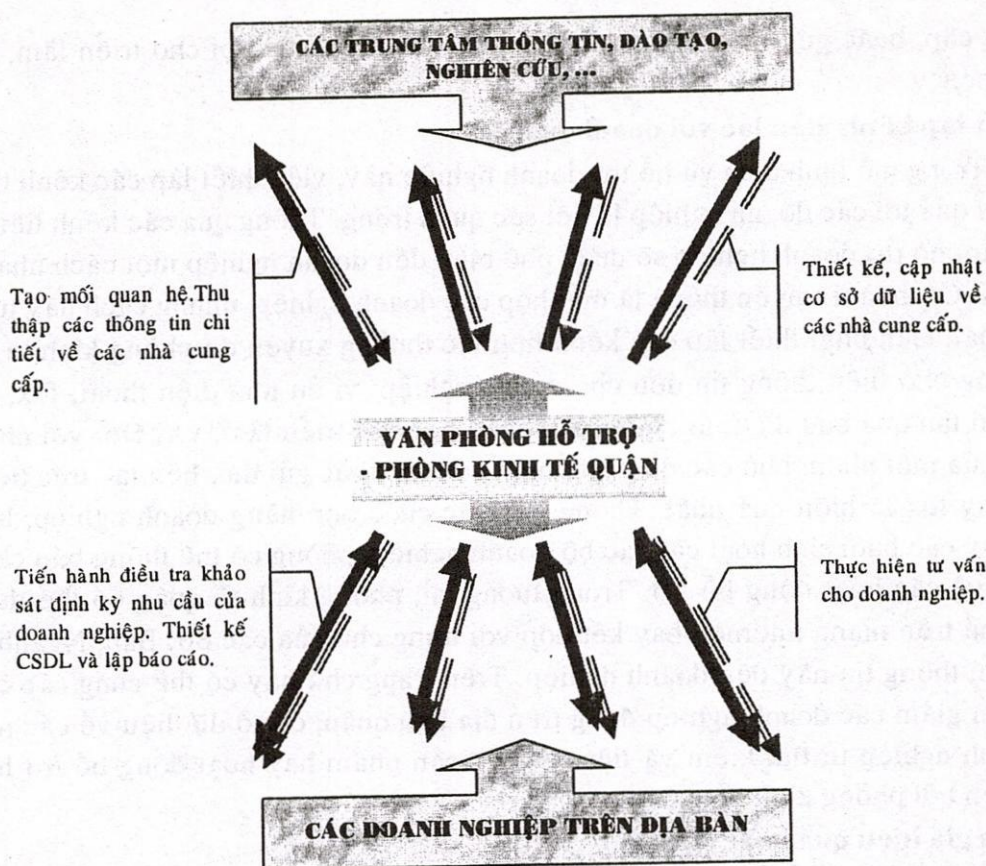
## D. GIAI ĐOẠN VẬN HÀNH

Lên kế hoạch năm cho các công tác điều tra nhu cầu của doanh nghiệp, công tác cập nhật danh sách các đơn vị cung cấp và công tác tuyên truyền các sản phẩm hỗ trợ đến doanh nghiệp. Giai đoạn đầu không nên đề ra một kế hoạch tham vọng, mà mục tiêu là làm cho bộ máy vận hành được và các nhân sự tham gia làm quen với công việc mới. Phòng nên lựa chọn một vấn đề hay lĩnh vực cụ thể và mang tính thời sự để tiến hành điều tra.

Các công tác chính bao gồm:

### 1. Điều tra nhu cầu của doanh nghiệp

Nhu cầu thông tin của doanh nghiệp bao gồm các loại thông tin về pháp luật, kỹ thuật, thị trường, và các chương trình đào tạo hiện có. Trong hoạt động thực tế, phòng kinh tế nên mở rộng khái niệm nhu cầu này. Bất kỳ một nhu cầu trong hoạt động kinh doanh nào của doanh nghiệp mà phòng nhận thấy có thể hỗ trợ được đều có thể được xem là sản phẩm cho dịch vụ hỗ trợ này. Mục tiêu là làm cho các doanh nghiệp biết đến phòng kinh tế quận như là một địa chỉ tin cậy mỗi khi họ tìm kiếm sự hỗ trợ từ bên ngoài cho hoạt động kinh doanh của họ. Những nhu cầu này chỉ có thể nhận diện và đánh giá được thông qua việc điều tra kỹ lưỡng nhu cầu của doanh nghiệp. Ở đây có hai cách tiếp cận điều tra: định ra một vấn đề/nhu cầu rồi chọn lựa đối tượng điều tra, hoặc phân nhóm đối tượng trước rồi điều tra các nhu cầu của nhóm doanh nghiệp đó. Theo cách tiếp cận thứ nhất thì công việc trước tiên là xác định lĩnh vực cần tập trung điều tra, tránh điều tra tràn lan hoặc điều tra chung chung. Tiếp theo là xác định, chọn lọc đối tượng doanh nghiệp cần điều tra. Ví dụ như điều tra nhu cầu tìm hiểu về hoạt động tiếp thị, thì dựa trên danh sách các doanh nghiệp đóng trên địa bàn quận mà phòng kinh tế quận đã có, tiến hành khoanh vùng những đối tượng doanh nghiệp nào có thể có quan tâm theo qui mô, theo ngành nghề, theo địa bàn hoạt động, v.v. Từ đó sẽ chọn lọc và giới hạn số lượng các đơn vị cần tiến hành điều tra. Trong công việc này thì việc chọn được những đối tượng điều tra mang tính đại diện cao đối với nhu cầu là yếu tố quan trọng nhất. Công việc quan trọng tiếp theo là thiết kế bản câu hỏi điều tra. Các tiêu chuẩn cho một phiếu điều tra được thiết kế tốt là ngắn gọn, rõ ràng, thu thập được đúng thông tin mong muốn nhưng phải được thiết kế sao cho người trả lời dễ dàng hiểu và trả lời, và thích hợp cho việc xử lý kết quả bằng phần mềm. Tiếp theo là tổ chức tiến hành điều tra. Điều cần chú ý nhất trong công tác này là phải đảm bảo tính chính xác của các thông tin trả lời. Người trả lời cũng cần được chọn lọc kỹ, đó phải là những người quản lý trong doanh nghiệp về lĩnh vực điều tra. Nếu việc điều tra không ở qui mô lớn thì các nhân viên của phòng kinh tế nên trực tiếp thực hiện để đảm bảo chất lượng cho kết quả điều tra. Nếu phải điều tra trên diện rộng thì sử dụng lực lượng cộng tác viên tại từng địa bàn. Khi đó cần tổ chức tập huấn cho lực lượng này, và phải đảm bảo rằng từng điều tra viên hiểu rõ nội dung cần điều tra. Sau đó tiến hành giám sát và nghiệm thu. Những phiếu trả lời nào không đạt chất lượng phải được loại bỏ, hoặc tiến hành điều tra lại đối với những đối tượng doanh nghiệp trọng điểm. Các kết quả điều tra thu thập được sẽ được nhập vào phần mềm SPSS để xử lý và in ra những kết quả thống kê cần thiết cho việc lập báo cáo.



Hình 2: cơ chế hoạt động của Trung tâm Hỗ Trợ

Ví dụ như phần mềm sẽ cho ra kết quả bao nhiêu phần trăm doanh nghiệp có nhu cầu tìm hiểu về hoạt động tiếp thị sản phẩm trong tổng số các doanh nghiệp điều tra, những vấn đề cụ thể mà doanh nghiệp muốn tìm hiểu là gì, hay hình thức tìm hiểu nào được các doanh nghiệp lựa chọn nhiều nhất, v.v. Đây sẽ là những thông tin cơ sở cho việc thiết kế hoạt động hỗ trợ. Ví dụ như qua kết quả điều tra ở trên thì phòng kinh tế nhận thấy cần tổ chức một buổi nói chuyện bởi một chuyên gia về tiếp thị với các doanh nghiệp, hay phối hợp với một trung tâm đào tạo để mở một lớp học ngắn hạn về lĩnh vực này.

## 2. Cập nhật và bổ sung danh sách các nhà cung cấp thông tin, dịch vụ

Đối tượng các nhà cung cấp có thể bao gồm từ các trung tâm nghiên cứu khoa học kỹ thuật, các trung tâm đào tạo và dạy nghề, các trung tâm cung cấp thông tin, các dịch vụ tư vấn chuyên môn, tư vấn pháp lý hay tư vấn kinh doanh đóng trên địa bàn TPHCM hoặc xa hơn. Cơ sở dữ liệu này phải được cập nhật thường xuyên, đồng thời loại hình dịch vụ cung cấp sẽ được mở rộng tùy theo nhu cầu thực tế của doanh nghiệp. Trong quá trình hoạt động bộ phận phụ trách sẽ thực hiện việc cập nhật, bổ sung. Các nguồn để tìm thông tin về các nhà cung cấp là Niên Giám Doanh nghiệp, đài 1080, Sở Kế Hoạch Và Đầu Tư TPHCM, và nhiều nguồn khác. Thông tin về các nhà cung cấp bao gồm tên, địa chỉ liên lạc, các sản phẩm cung cấp cùng chi tiết của chúng, giá cả, v.v. Một điểm quan trọng về các nhà cung cấp là làm sao đánh giá được chất lượng của từng nhà cung cấp. Việc này có thể thực hiện sơ bộ bằng các tham khảo ý kiến các chuyên gia trong lĩnh vực, và thu thập phản hồi từ các doanh nghiệp được cung cấp dịch vụ. Qua thời gian hoạt động, bộ phận phụ trách sẽ phát triển một hệ thống đánh giá chất lượng dịch vụ của các nhà cung cấp, ví dụ như cho điểm hoặc xếp loại các nhà cung cấp. Cách thức thu thập thông tin là liên hệ trực tiếp với các đơn

vị cung cấp, hoặc gửi thư qua bưu điện, email, tham gia các hội chợ triển lãm, các hội thảo khoa học, v.v.

### 3. Thiết lập kênh liên lạc với doanh nghiệp

Trong mô hình dịch vụ hỗ trợ doanh nghiệp này, việc thiết lập các kênh thông tin liên lạc hiệu quả tới các doanh nghiệp là hết sức quan trọng. Thông qua các kênh liên lạc này các sản phẩm hỗ trợ doanh nghiệp sẽ được phổ biến đến doanh nghiệp một cách nhanh chóng và rộng rãi. Cách làm truyền thống là mời họp các doanh nghiệp, nhưng cách này tương đối khó kiểm soát. Cần phải thiết lập các kênh liên lạc thường xuyên để phòng kinh tế quận có thể chủ động phổ biến thông tin đến cho doanh nghiệp, ví dụ như điện thoại, fax, email, trang web, gửi thư qua bưu điện, tờ bướm; họp mặt, hội chợ-triển lãm, v.v. Đối với những nhu cầu cụ thể của một nhóm nhỏ các doanh nghiệp thì hình thức gửi thư, liên lạc trực tiếp bằng điện thoại hay fax là hiệu quả nhất. Thông qua các cuộc họp hàng doanh nghiệp, hội chợ hàng năm, hay các buổi sinh hoạt câu lạc bộ doanh nghiệp, phòng có thể thông báo cho các doanh nghiệp về các hoạt động hỗ trợ. Trong tương lai, phòng kinh tế quận có thể thành lập một trang chủ trên mạng internet, hay kết hợp với trang chủ của các Sở, Ban, Ngành quản lý, và phổ biến thông tin này đến doanh nghiệp. Trên trang chủ này có thể cung cấp các thông tin như niên giám các doanh nghiệp đóng trên địa bàn quận, cơ sở dữ liệu về các nhà cung cấp để doanh nghiệp tự tìm kiếm và liên hệ, các sản phẩm hay hoạt động hỗ trợ hiện có được thực hiện bởi phòng kinh tế quận, v.v.

### 4. Đánh giá hiệu quả hoạt động

Đây là một công việc có ý nghĩa quan trọng trong việc duy trì và hoàn thiện bộ phận hỗ trợ này. Giai đoạn đầu không đặt ra mục đích kinh doanh nên không thể đánh giá hiệu quả tài chính của hoạt động này. Do đó ở đây chỉ đánh giá hiệu quả của hoạt động này, hay chất lượng của dịch vụ cung cấp. Đánh giá hoạt động ở đây theo hai phương diện. Một là mức độ hoàn thành công việc so với kế hoạch đã đề ra. Công việc này có thể được thực hiện vào dịp tổng kết cuối năm. Hai là đánh giá mức độ thỏa mãn của các khách hàng – doanh nghiệp với dịch vụ hỗ trợ được cung cấp. Việc này đòi hỏi phải tiến hành thu thập ý kiến phản hồi của doanh nghiệp về cách thức hoạt động của dịch vụ hỗ trợ, chất lượng của các sản phẩm cung cấp, và đánh giá về nhà cung cấp dịch vụ thông qua một phiếu phản hồi doanh nghiệp. Công việc này tốt nhất nên được thực hiện ngay sau khi các doanh nghiệp nhận được dịch vụ hỗ trợ. Dựa vào những phản hồi từ doanh nghiệp này và việc đánh giá xếp hạng các đơn vị cung cấp, bộ phận hỗ trợ có thể thực hiện các cải tiến cho hoạt động này ngày càng tốt hơn.

### E. KẾT NỐI VỚI MẠNG THÔNG TIN CỦA THÀNH PHỐ

Hiện nay Thành phố đang tiến hành xây dựng mạng thông tin liên kết các cơ sở dữ liệu từ các đơn vị quản lý nhà nước, các trung tâm thông tin, các trường đại học, Viện nghiên cứu để tạo thành một mạng thông tin chung phục vụ cho doanh nghiệp. Dự kiến mạng thông tin này sẽ đi vào hoạt động trong thời gian ngắn sắp tới. Ở mạng này các doanh nghiệp có thể truy cập đến cơ sở dữ liệu của các cơ quan quản lý nhà nước như pháp luật, thuế, hải quan, đăng ký kinh doanh, các thông tin về thị trường giá cả, công nghệ thiết bị, tư vấn kinh doanh-công nghệ, v.v. Như vậy trong tương lai đơn vị hỗ trợ doanh nghiệp của các phòng kinh tế quận, huyện có thể nối kết cơ sở dữ liệu của mình với mạng thông tin chung của thành phố. Do đó phòng kinh tế quận cần chuẩn bị kết nối internet với ít nhất một máy tính của phòng. Nếu các doanh nghiệp của quận có kết nối internet thì có thể trực tiếp truy cập vào mạng này. Tuy nhiên điều này không có nghĩa là đơn vị hỗ trợ doanh nghiệp này không

còn chức năng hoạt động. Thực ra việc kết nối này chỉ là sự mở rộng, không phải là thay thế, cơ sở dữ liệu của đơn vị. Bởi vì thực tế cho thấy các nhu cầu của doanh nghiệp, cụ thể là các doanh nghiệp trên địa bàn các quận, huyện, rất đa dạng và cụ thể mà mạng thông tin chung của thành phố có thể không đáp ứng được. Như đã trình bày ở trên, cơ sở dữ liệu của đơn vị hỗ trợ doanh nghiệp của phòng kinh tế được xây dựng trên cơ sở nhu cầu thực tế của các doanh nghiệp. Do đó, bên cạnh việc kết nối với những cơ sở dữ liệu sẵn có, đơn vị hỗ trợ này vẫn phải thường xuyên phát triển cơ sở dữ liệu riêng đặc thù cho các doanh nghiệp các quận, huyện. Hơn nữa, công việc điều tra nhu cầu doanh nghiệp là rất quan trọng mà không một mạng thông tin hay một cơ quan quản lý của thành phố nào có thể thay thế được. Đó là lý do để cho đơn vị hỗ trợ này tồn tại và phát triển.

## F. KẾT LUẬN

Nhìn chung thiết kế của mô hình là tương đối đơn giản, về mặt học thuật có thể không có sự nổi bật. Nhưng điểm mạnh của mô hình chính ở những qui định về phương thức vận hành của nó. Trên thực tế các đơn vị quản lý kinh tế của địa phương chỉ hoạt động như một đơn vị quản lý về mặt hành chính. Sự tiếp cận cũng như hỗ trợ của họ cho các doanh nghiệp trên địa bàn theo là thụ động. Cùng với quá trình khẳng định vị trí và vai trò của mình đối với cộng đồng kinh doanh trong bối cảnh mới, việc áp dụng mô hình sẽ giúp cho các Phòng Kinh Tế quận, huyện có được một sự tiếp cận chủ động hơn đối với các vấn đề khó khăn của doanh nghiệp. Từ vai trò quản lý hành chính đơn thuần chuyển sang cung cấp dịch vụ hỗ trợ, cùng lúc là sự thay đổi trong tư duy cũng như cách làm việc của cả tổ chức. Điều đó là phù hợp với quy luật của nền kinh tế thị trường mới, là cơ sở đảm bảo cho sự tồn tại và phát triển trong tương lai của các tổ chức nhà nước.

Giá trị của mô hình vẫn còn phải chờ thực tế kiểm chứng. Tuy vậy chúng tôi tin tưởng rằng nó sẽ thành công và đem lại hiệu quả thiết thực cho hoạt động của các doanh nghiệp các quận, huyện. Và nếu chứng tỏ thành công ở các quận, huyện của TPHCM thì mô hình hoàn toàn có thể được nhân rộng ra trong phạm vi cả nước.

## A LINKING MODEL TO MEET INFORMATION NEEDS OF ENTERPRISES IN DISTRICTS OF HOCHIMINH CITY

Tran Anh Thien

**ABSTRACT:** *It has become knowledge that information is crucial to businesses. Yet there is a reality one can easily see that not all organizations have enough resources and capabilities to gain access to the desired information, particularly small enterprises. On the other hand information centers and training institutions are not all aware of this demand though they have a wide variety of products to offer to businesses. To help resolve this paradox an information network model has been suggested in the paper. This network aims to link up the suppliers of information and training programs and the business units that demand them. Among other components of the model stands out an intermediary unit as the main active catalyst for the whole process. This unit will conduct regular surveys in order to point out specific demands of businesses, to know "who needs what", and look around in the market to see "who has what" so as to match demand with supply. Such an operational model is the aim of this article.*