

CH-ÔNG IV

MÔI TR-ỜNG THỊ TR-ỜNG Ở CÁC TỈNH THÀNH NGOẠI VI

4.1. HOẠT ĐỘNG BÁN HÀNG

Rõ ràng là trong vài năm gần đây các tỉnh thành ngoại vi đã thúc đẩy mạnh mẽ hoạt động bán hàng, nhưng các tỉnh thành này đang bán cho ai? Sáu mươi phần trăm các doanh nghiệp trong mẫu điều tra có hơn 25 khách hàng. Chỉ các doanh nghiệp ở ba tỉnh phát triển là Đà Nẵng, Đồng Nai và Bình Dương là có trung bình chưa đến 25 khách hàng. Ngược lại, 80% các doanh nghiệp ở Thanh Hóa và 71% các doanh nghiệp ở Long An có hơn 25 khách hàng. Đây là một phát hiện rất thú vị, có thể cho thấy rằng khi các sản phẩm và dịch vụ của doanh nghiệp trở nên phức tạp hơn, doanh nghiệp phải phục vụ các thị trường nhỏ hẹp hơn.

4.1.1 Bán cho ai?

Những khách hàng này là ai? Bảng 16 phân loại các khách hàng chính của các doanh nghiệp tại mỗi tỉnh thành. Dĩ nhiên, nhiều doanh nghiệp kể ra nhiều hơn một loại khách hàng.

Bảng 16: Các khách hàng chính, theo tỉnh thành

(Tỷ lệ phần trăm)

Tỉnh thành	Cá nhân nước ngoài	Công ty nước ngoài	Cá nhân Việt Nam	Doanh nghiệp tư nhân Việt Nam	Hợp tác xã	DNNN	Chính quyền trung ương	Các cấp chính quyền địa phương hoặc cấp tỉnh thành	Các khách hàng khác
TT Huế	18,52	11,11	53,70	24,07	7,41	38,89	5,56	31,48	0,00
Hải Phòng	0,00	41,38	17,24	41,38	0,00	48,28	0,00	3,45	3,45
Hà Tây	8,47	18,64	59,32	44,07	6,78	55,93	5,08	18,64	8,47
Thanh Hóa	0,00	6,25	62,50	31,25	6,25	37,50	6,25	37,50	0,00
Long An	2,22	22,22	64,44	28,89	2,22	8,89	0,00	17,78	2,22
Nam Định	4,17	4,17	41,67	45,83	14,58	52,08	8,33	35,42	2,08
Các tỉnh thành phát triển	10,05	27,51	46,83	40,48	2,91	33,33	5,03	6,35	3,17
Tổng số	8,90	23,21	48,49	38,79	4,45	36,41	4,77	13,35	3,18

Nhìn chung trong toàn bảng, các khách hàng chính là các cá nhân Việt Nam, các doanh nghiệp tư nhân khác của Việt Nam và các DNNN. Đây cũng là xu hướng chủ yếu ở các tỉnh thành phát triển. Tuy nhiên, nhiều tỉnh thành kém phát triển hơn lại có xu hướng

hời khác chút ít. Nghiên cứu này cho thấy 41,38% doanh thu bán hàng của các doanh nghiệp ở Hải Phòng là từ các công ty nước ngoài, trong khi chỉ 17% là từ các cá nhân. Những số liệu này bắt nguồn từ tỷ lệ các doanh nghiệp có quy mô lớn được chọn mẫu ở Hải Phòng cao và việc Hải Phòng có cảng biển tầm cỡ quốc tế, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động xuất khẩu và liên hệ với đối tác nước ngoài.

Các doanh nghiệp ở TT Huế, Thanh Hóa, và Nam Định đều có các mối quan hệ kinh doanh rất gần gũi với chính quyền địa phương; hơn 30% các doanh nghiệp ở ba tỉnh này khẳng định các cán bộ địa phương là một trong số các đối tác thương mại chính của họ. Nam Định và Hà Tây cũng có các mối quan hệ kinh doanh gắn bó với các DNNN, với hơn 50% các doanh nghiệp ở hai tỉnh này chủ yếu bán hàng cho các

Hộp thoại nội dung Phỏng vấn 8: Khu vực kinh tế nhà nước có phải là động cơ cho việc phát triển khu vực kinh tế tư nhân hay không?

Các đại diện của cả UBND tỉnh Nam Định và Hà Tây đều nhấn mạnh tầm quan trọng của khu vực kinh tế nhà nước trong các kế hoạch phát triển của mình. Chính quyền của cả hai tỉnh này đều nhấn mạnh rằng các DNNN sẽ là động cơ phát triển trong nền kinh tế của tỉnh. Họ lý giải rằng sự phát triển như vậy sẽ tạo ra nhiều cơ hội cho khu vực kinh tế tư nhân với quy mô nhỏ hơn cung cấp hàng hóa và dịch vụ trung gian. Cả hai tỉnh này đều đề cập chính xác rằng vai trò này của khu vực kinh tế nhà nước cũng đã được quy định rõ trong Luật Doanh nghiệp và Hiến pháp 1992, nhưng cũng cần đặt câu hỏi rằng liệu sự tập trung rõ ràng như vậy vào khu vực kinh tế nhà nước có tạo ra môi trường bất lợi cho các doanh nghiệp tư nhân hay không khi các doanh nghiệp này tìm kiếm phương thức mở rộng kinh doanh.

DNNN. Điều này phần nào cho thấy tại sao các doanh nghiệp ở Nam Định lại khó đưa ra các ý kiến phê phán chính quyền địa phương - hơn 80% các doanh nghiệp tư nhân ở đây có các đối tác chủ chốt là các DNNN. 64% các doanh nghiệp ở Long An hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ và chế biến lương thực coi các cá nhân người Việt Nam là thị trường chính của mình. Điều này có thể bắt nguồn từ việc các doanh nghiệp này nằm ngay sát TP HCM. Đây cũng có thể là nguyên nhân của việc tăng trưởng doanh thu với tốc độ chậm ở Long An.

4.1.2 Bán ở đâu?

Trong một nghiên cứu khác, người ta đã phát hiện thấy một mối liên quan đáng kể giữa quy mô của khu vực doanh nghiệp tư nhân và quy mô của dòng vốn FDI đầu tư vào Việt Nam.¹⁶ Trong chừng mực nào đó thì kết quả này không có gì đáng ngạc nhiên, vì chúng ta dự đoán rằng dòng vốn FDI sẽ tạo ra các cơ hội cho các doanh nghiệp tư nhân, đặc biệt là các doanh nghiệp cung cấp cho các nhà đầu tư các hàng hóa và dịch vụ trung gian. Tuy nhiên, hầu hết các cán bộ cấp tỉnh thành được phỏng vấn trong nghiên cứu này nhận thấy có rất ít mối liên quan trong hoạt động kinh doanh giữa các doanh nghiệp trong nước và các công ty nước ngoài, bao gồm cả các công ty hoạt động ở nước ngoài

¹⁶ Xem Malesky (2002a).

và các công ty nước ngoài có trụ sở ở Việt Nam. Để khẳng định cho nhận định này, nhà kinh tế học P r e m a - c h a n d r a Athukorala cho thấy có rất ít bằng chứng chứng tỏ mối quan hệ kinh tế rõ ràng giữa các dòng vốn đầu tư vào Việt Nam và sự tăng trưởng của khu vực kinh tế tư nhân¹⁷, ngay cả khi Chính phủ Việt Nam có những yêu cầu về mức độ tham gia của bên Việt Nam vào các dự án đầu tư. Các kết quả trong nghiên cứu này cũng củng cố bằng chứng về mối quan hệ hạn chế này. Chỉ có

23% các doanh nghiệp được điều tra là có bán hàng cho các công ty nước ngoài, nhưng các doanh nghiệp này chủ yếu ở các tỉnh phát triển hay Hải Phòng và Long An, những nơi có nguồn vốn FDI cao nhất. Ngược lại, các doanh nghiệp ở Nam Định, Thanh Hóa và TT Huế chỉ bán với quy mô không đáng kể cho các công ty nước ngoài.

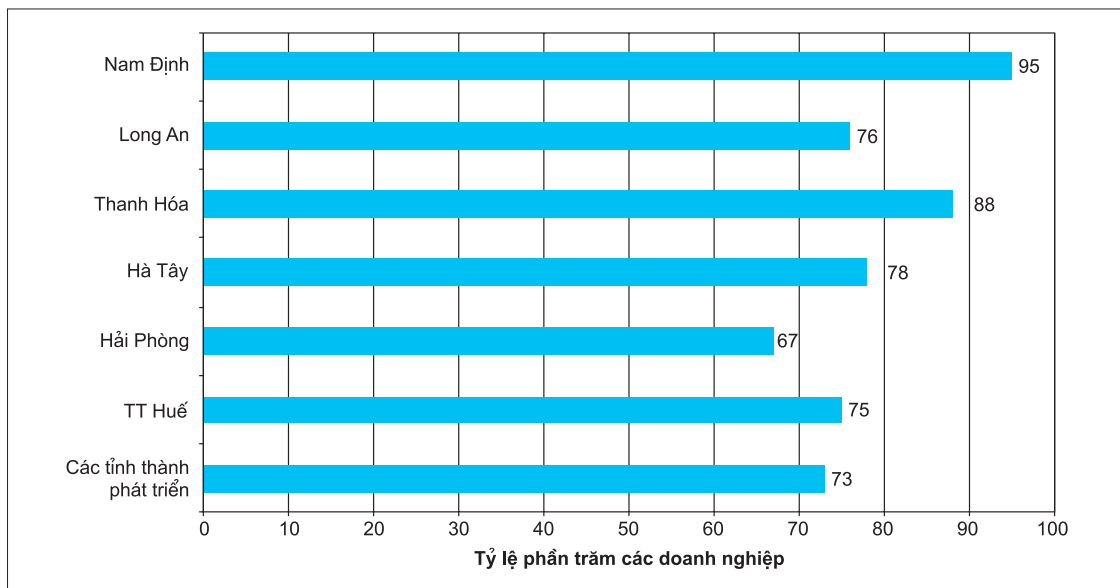
Hình 7 cho thấy rõ hơn về các thị trường của các doanh nghiệp. Các tỉnh thành cấp hai ít chú trọng hơn nhiều đến việc bán ra thị trường nước ngoài so với các tỉnh thành phát triển. Như đã đề cập ở trên, Hải Phòng là một ngoại lệ (với 33% doanh số là bán cho các công ty nước ngoài). Đáng chú ý là Nam Định và Thanh Hóa, với địa bàn cách Hà Nội khá xa, bán hàng hóa tập trung ở phạm vi trong nước.

Hộp thoại nội dung Phỏng vấn 9: Bán cho các tỉnh thành khác

Trong khi các doanh nghiệp ở các tỉnh thành ngoại vi chủ yếu bán hàng ở thị trường trong nước, họ không hề giới hạn việc chỉ bán cho các khách hàng trong tỉnh của mình. Các doanh nghiệp ở các tỉnh thành ngoại vi có nhiều sáng tạo trong việc tìm cách bán hàng hóa của mình ra các tỉnh thành khác. Một công ty sinh hóa ở Nam Định bán đầu gọi đầu và các sản phẩm tẩy rửa ở các đại lý lớn tại cả miền Bắc và miền Nam. Ở Hà Nội, với địa bàn gần tỉnh nhà, công ty thuê một đại lý; ở TP HCM, công ty sử dụng dịch vụ của một công ty thương mại tư nhân chuyên nghiệp; và ở các tỉnh nhỏ hơn, công ty cử một trong hai xe tải đi giao hàng cho các cửa hàng nhỏ.

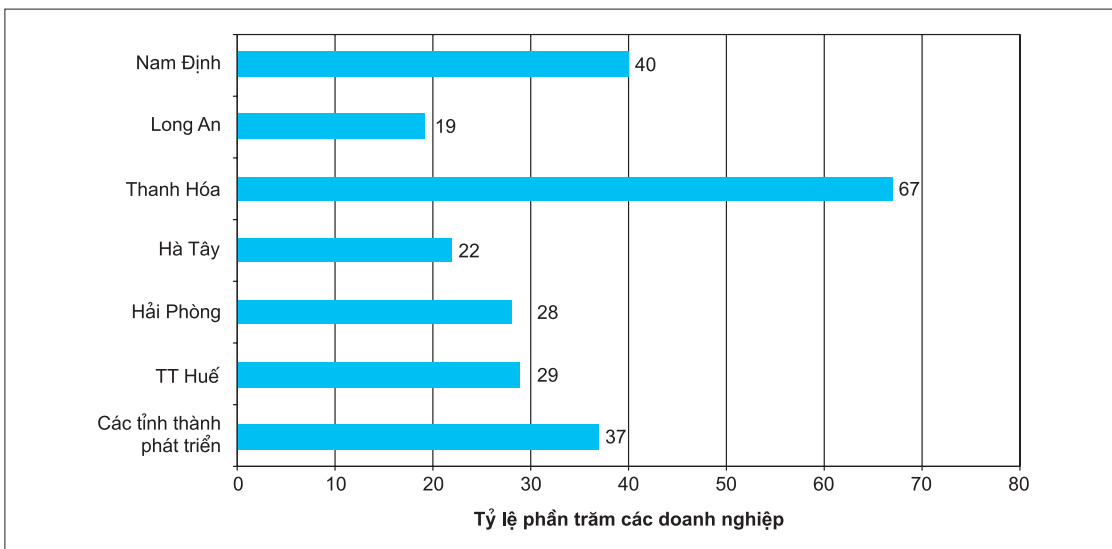
Một công ty TNHH khác ở Thanh Hóa tuyển dụng các đại lý bán hàng ở Hà Nội, Lạng Sơn và Móng Cái và thuê các đại lý ở Hải Phòng và TP HCM. Mặc dù tổng giám đốc điều hành của công ty không đề cập đến, rất có thể là các đại lý Lạng Sơn và Móng Cái đang bán hàng cho các khách hàng Trung Quốc.

¹⁷ Xem Athukorala (2002).

Hình 7: Tỷ lệ phần trăm các doanh nghiệp với 100% doanh thu từ thị trường trong nước

4.1.3 Cấp tín dụng thay vì thanh toán ngay cho hàng hóa bán ra

Thanh Hóa và Nam Định, hai tỉnh phụ thuộc nhiều vào các khách hàng là chính quyền địa phương và DNNN, cũng là những địa phương nơi các doanh nghiệp tư nhân có xu hướng bán trả chậm cho các khách hàng thay vì thanh toán ngay nhiều nhất (xem hình 8). Điều này ẩn chứa sự thiếu bền vững cho sự phát triển của doanh nghiệp. Theo các số liệu do các doanh nghiệp tự báo cáo, trị số trung vị của lượng tín dụng do các doanh nghiệp ở các tỉnh thành phát triển cấp cho khách hàng chỉ tăng 32% kể từ năm 1998, tới mức 500 triệu đồng. Ngược lại, trị số trung vị của lượng tín dụng do các doanh nghiệp ở Thanh Hóa cấp đã tăng 183%, đạt 850 triệu đồng, nhiều hơn gần 70% so với các tỉnh thành phát triển. Trị số trung vị của lượng tín dụng do các doanh nghiệp ở TT Huế cấp đạt gần 2 tỷ đồng, cao gấp đôi kể từ năm 1998. Các doanh nghiệp ở Nam Định bình quân cấp một lượng tín dụng nhỏ hơn nhiều (128 triệu đồng) và trên thực tế đã giảm bớt 47% lượng tín dụng cấp cho khách hàng kể từ năm 1998.

Hình 8: Tỷ lệ phần trăm các doanh nghiệp cấp tín dụng cho khách hàng

4.2 CÁC NGUỒN NGUYÊN VẬT LIỆU ĐẦU VÀO

4.2.1 Các doanh nghiệp ở các tỉnh thành kém phát triển hơn lấy đầu vào từ đâu?

Các doanh nghiệp ở các tỉnh thành kém phát triển hơn có xu hướng mua nguyên vật liệu đầu vào từ khu vực kinh tế nhà nước hơn so với các doanh nghiệp đóng tại các tỉnh thành phát triển. Ở đây có thể có bằng chứng về sự khác biệt giữa khu vực phía Bắc và phía Nam, do chỉ có 18% các doanh nghiệp ở Long An mua nguyên vật liệu đầu vào từ khu vực kinh tế nhà nước. Tuy nhiên, các tỉnh thành ngoại

Hộp thoại nội dung Phỏng vấn 10: Các mối quan hệ kinh doanh phức tạp với khu vực kinh tế nhà nước

Một doanh nghiệp tư nhân với bảy lao động ở Nam Định minh họa mức độ phức tạp của các mối quan hệ về nguồn nguyên vật liệu đầu vào với khu vực kinh tế nhà nước. Doanh nghiệp này là đại lý bán hàng cho Nhà máy giấy Bãi Bằng, bán nguyên vật liệu và giấy đã qua chế biến. Doanh nghiệp nhận được 0,8% hoa hồng từ doanh thu bán hàng. Kỳ hạn thanh toán chậm của nhà máy trung bình là từ ba đến năm ngày, mặc dù có thể có kỳ hạn một ngày, bảy ngày, hay thậm chí vài tháng. Doanh nghiệp không phải trả bất kỳ khoản phí hay phạt nào cho thanh toán chậm. Doanh nghiệp và nhà máy đã ký hợp đồng đại lý có hiệu lực trong vòng năm năm. Theo đó, nhà máy giữ giấy chứng nhận sở hữu nhà của chủ doanh nghiệp làm đảm bảo cho toàn bộ thời hạn hợp đồng.

vi còn lại phụ thuộc rất nhiều vào nguyên vật liệu đầu vào do các DNNN cung cấp, trong đó Hà Tây (với hơn 70% nguyên vật liệu đầu vào) là tỉnh phụ thuộc nhiều nhất. Việc phụ thuộc vào các doanh nghiệp tư nhân có đăng ký kinh doanh khác cũng tương đối phổ biến. Tất cả các doanh nghiệp ở các tỉnh thành ngoại vi, trừ Long An, đều có xu hướng mua nguyên vật liệu đầu vào từ khu vực kinh tế tư nhân nhiều hơn so với các doanh nghiệp ở các tỉnh thành phát triển. Các doanh nghiệp ở Hải Phòng và Thanh Hóa mua rất nhiều

nguyên vật liệu đầu vào từ các doanh nghiệp tư nhân ở các tỉnh khác. Việc tự sản xuất đầu vào thay vì đi mua trực tiếp ít phổ biến hơn, mặc dù hiện tượng này vẫn còn xuất hiện đáng kể ở Hà Tây, Thanh Hóa và Long An.

Bảng 17: Các nhà cung cấp nguyên vật liệu đầu vào chính theo tỉnh thành.¹⁸

(Phần trăm bình quân)

Tỉnh thành	DNNN	Doanh nghiệp tư nhân trong nước đã đăng ký kinh doanh	Chính quyền địa phương	Doanh nghiệp tư nhân trong nước chưa đăng ký kinh doanh	Hợp tác xã	Công ty nước ngoài	Hộ gia đình	Liên doanh với nước ngoài	Tự sản xuất
TT Huế	59,3%	57,4%	5,6%	3,7%	0,0%	1,9%	9,3%	9,3%	16,7%
Hải Phòng	51,7%	72,4%	0,0%	0,0%	3,4%	0,0%	6,9%	10,3%	6,9%
Hà Tây	71,2%	64,4%	6,8%	3,4%	1,7%	1,7%	17,0%	0,0%	25,4%
Thanh Hóa	56,3%	68,8%	0,0%	0,0%	6,3%	0,0%	6,3%	6,3%	31,3%
Long An	17,8%	44,4%	2,2%	6,7%	0,0%	4,4%	17,8%	11,1%	28,9%
Nam Định	54,2%	47,9%	0,0%	2,1%	0,0%	2,1%	22,9%	4,2%	18,8%
Các tỉnh thành phát triển	34,4%	57,1%	2,6%	5,0%	3,8%	4,2%	12,4%	10,3%	19,0%
Tổng số	41,6%	57,2%	2,9%	4,3%	1,0%	3,3%	13,4%	8,7%	19,9%

4.2.2 Nguồn nguyên vật liệu đầu vào từ thị trường quốc tế

Bảng 17 cho thấy rõ ràng là các công ty nước ngoài cung cấp rất ít nguyên vật liệu đầu vào cho khu vực kinh tế tư nhân trong nước ở các tỉnh thành cấp hai và cấp ba. Tương tự như vậy, các tỉnh thành ngoại vi nhập khẩu rất ít hàng hóa trung gian từ nước ngoài. Hình 9 thể hiện tỷ lệ phần trăm lượng hàng hóa được mua từ thị trường trong nước, so với hàng hóa được nhập khẩu trực tiếp và qua các công ty trung gian nước ngoài. Như có thể dự đoán từ trước, các tỉnh thành phát triển nhập khẩu khoảng 34% nguyên vật liệu đầu vào, 23% là nhập khẩu trực tiếp. Điều này hoàn toàn tương phản với các tỉnh thành ngoại vi, do các tỉnh này mua gần 80% nguyên vật liệu đầu vào từ thị trường trong nước. TT Huế đặc biệt phụ thuộc vào thị trường nội địa, với 95% nguyên vật liệu đầu vào mua từ các DNNN và các doanh nghiệp tư nhân trong nước. Khó có thể giải thích những kết quả phức tạp từ điều tra các doanh nghiệp ở TT Huế. Tại sao các công ty nước ngoài lại gặp khó khăn trong việc xâm nhập vào thị trường ở đây? Một lý do có thể đưa ra là sự tương đối tách biệt của TT Huế trên vùng duyên hải miền Trung. Lý do thứ hai có thể là tiếng đồn không tốt về khu vực duyên hải miền Trung trong giới đầu tư do một loạt các dự án đầu tư trước đây đã thất bại.¹⁹ Một giả thuyết mang tính phỏng

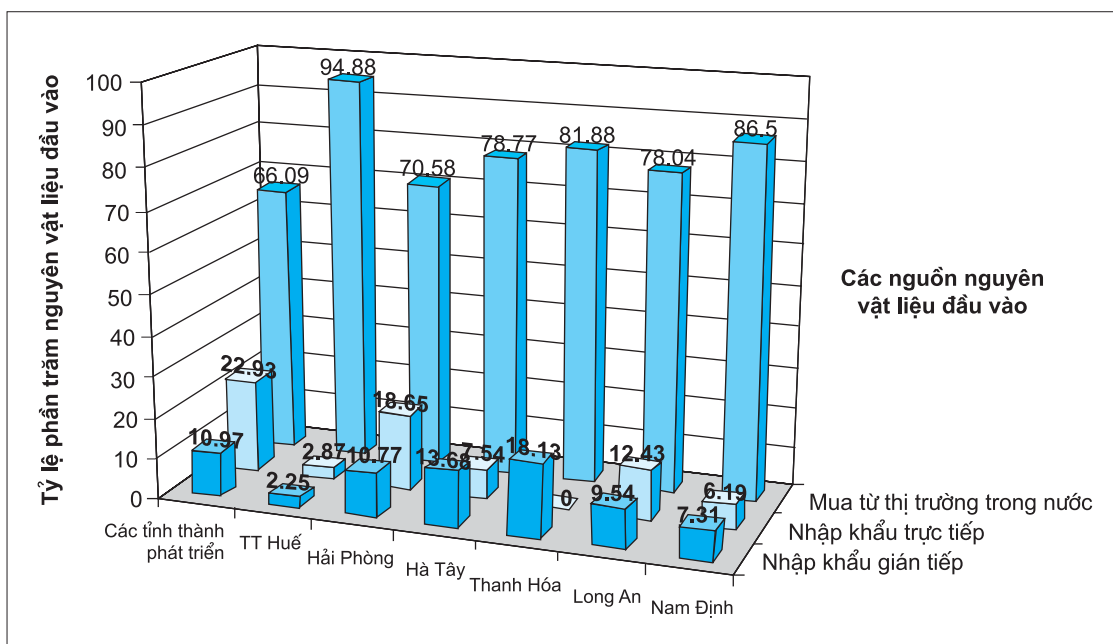
¹⁸ Số liệu thống kê trong bảng 17 là bình quân các ước tính của các doanh nghiệp về việc các doanh nghiệp này mua bao nhiêu từ từng nhà cung cấp. Tuy nhiên, đây không phải là thước đo nguồn nguyên vật liệu đầu vào bình quân cho mỗi tỉnh, và do vậy, một số hàng trong bảng có tổng trên 100%.

¹⁹ Xem Malesky (2002b).

đoán cao có thể là do sức cạnh tranh tương đối cao của khối doanh nghiệp trong nước ở TT Huế. Như Yasheng Huang đã phát hiện ở Trung Quốc, đầu tư nước ngoài thường có xu hướng tập trung về các khu vực có khối doanh nghiệp trong nước yếu kém nhất.²⁰

Các doanh nghiệp ở Hải Phòng là trường hợp ngoại lệ duy nhất trong số các tỉnh thành phát triển thấp hơn, với lượng hàng hóa nhập khẩu tương đương với mức bình quân của các tỉnh thành phát triển. Một lần nữa, chúng ta có thể cho rằng kết quả này là do thành phố có cảng biển lớn, và có mức độ đô thị hóa tương đối cao so với các tỉnh thứ cấp khác.

Hình 9: Các nguồn nguyên vật liệu đầu vào



4.2.3 Các nhà cung cấp hàng hóa nhập khẩu cho khu vực kinh tế tư nhân trong nước

Đối với các doanh nghiệp nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào, ai là các nhà cung cấp nguyên vật liệu nhập khẩu chính cho các doanh nghiệp này? Bảng 18 cho thấy có rất nhiều sự khác biệt. Các tỉnh thành phát triển, đặc biệt là các tỉnh thành ở phía Nam, coi phương án ưa thích nhất là mua hàng hóa nhập khẩu trực tiếp từ các nhà cung cấp nước ngoài, và lựa chọn thứ hai là mua từ các công ty nước ngoài đang hoạt động tại tỉnh thành của mình. Ngược lại, các tỉnh thành ngoại vi lại dựa hơn rất nhiều vào các DNNN hoạt động tại các tỉnh thành đó. Điều này đặc biệt là đúng đối với Hà Tây, Hải Phòng và Nam Định ở khu vực miền Bắc. TT Huế và Thanh Hóa là những ngoại lệ thú vị, vì các doanh nghiệp ở hai tỉnh này coi phương án ưa thích nhất là mua nguyên vật liệu đầu vào từ các doanh nghiệp tư nhân khác đã đăng ký kinh doanh. Một câu hỏi gây nhiều tranh luận không được đưa ra trong cuộc điều tra này, nhưng quan trọng đối với các nghiên cứu tiếp theo và cho mục đích hoạch định chính sách, là liệu các doanh nghiệp dựa vào khu vực

²⁰ Xem Huang (2002).

kinh tế nhà nước làm trung gian có phải trả chi phí cận biên cho nguyên vật liệu đầu vào cao hơn hay không. Hầu hết các nhà phân tích dự đoán rằng các DNNN thực tế sẽ tăng chi phí giao dịch khi đóng vai trò là bên trung gian. Nếu thực tế là như vậy, thì các doanh nghiệp ở Hà Tây, Hải Phòng và Nam Định có thể bị thua thiệt trong cạnh tranh.

Bảng 18: Các nhà cung cấp nguyên vật liệu đầu vào nhập khẩu chính, theo tỉnh thành (Phần trăm)

Tỉnh thành	DNNN	Doanh nghiệp tư nhân trong nước (chưa đăng ký kinh doanh)	Nhà cung cấp nước ngoài chủ yếu	Doanh nghiệp tư nhân trong nước (đã đăng ký kinh doanh)	Công ty nước ngoài	Đại lý thương mại tư nhân, đại lý bán buôn
TT Huế	25,9	3,7	1,9	3,07	5,6	9,3
Hải Phòng	27,6	3,4	13,7	17,20	17,2	10,3
Hà Tây	30,5	3,4	6,8	20,30	13,6	11,9
Thanh Hóa	12,5	0,0	0,0	18,80	11,1	6,3
Long An	4,4	4,4	11,1	13,30	17,2	15,6
Nam Định	25,0	2,1	6,3	20,80	6,3	14,6
Các tỉnh thành phát triển	16,7	4,0	28,7	20,10	20,1	11,1
Tổng số	18,9	3,4	20,0	21,00	15,9	11,4

Trong số các doanh nghiệp được chọn mẫu, các công ty TNHH có xu hướng nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào nhiều nhất. Các công ty này chiếm tới 77% các doanh nghiệp nhập khẩu trực tiếp, và 71% các doanh nghiệp nhập khẩu gián tiếp. Trị số trung vị của tỷ lệ phần trăm nguyên vật liệu đầu vào được nhập khẩu trực tiếp của các doanh nghiệp này là 30% và gián tiếp là 10%. Điều này tỏ ra phổ biến ở các tỉnh thành, ngoại trừ TT Huế, nơi chỉ có một số lượng rất nhỏ các công ty TNHH. Số lượng ít ỏi nguyên vật liệu đầu vào đang được các doanh nghiệp ở TT Huế nhập khẩu được thực hiện thông qua năm doanh nghiệp tư nhân do cá nhân sở hữu. Trong số các công ty TNHH nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào, chỉ có 44 doanh nghiệp (tương đương với 21%) là ở các tỉnh thành cấp hai và cấp ba, và 12 doanh nghiệp trong số này là có địa bàn đóng riêng tại Long An.²¹ Việc nhập khẩu nguyên vật liệu đầu vào là tập trung chủ yếu ở các doanh nghiệp lớn đã có bề dày hoạt động, và cho đến nay các doanh nghiệp này cũng chỉ tập trung ở các tỉnh thành kề cận với TP HCM và Hà Nội.

Từ các kết quả trên có thể rút ra hai kết luận sau. Thứ nhất, có thể đơn giản là các công ty TNHH có nhu cầu cao hơn đối với hàng hóa trung gian tinh xảo nhập từ nước ngoài. Nhưng nguyên nhân thứ hai là có thể họ biết được các thông tin thị trường mà các doanh nghiệp tư nhân nhỏ hơn không biết, do các doanh nghiệp này không có khả năng trang trải cho việc đầu tư thời gian và tiền bạc để thu thập thông tin về nguồn nguyên vật liệu đầu vào rẻ nhất. Nếu nguyên nhân thứ hai là đúng, sẽ có một vai trò rõ ràng cho các nhà tài trợ trong việc hỗ trợ thu thập và đối chiếu những thông tin loại này cho doanh nghiệp.

²¹ Các công ty TNHH ở Long An nhập khẩu trực tiếp khoảng 20% và gián tiếp khoảng 27% nguyên vật liệu đầu vào.

4.3. CẠNH TRANH

4.3.1 Ai là đối thủ cạnh tranh chính?

Ở chương 2, báo cáo này đã xem xét tác động tiềm ẩn của khu vực kinh tế nhà nước với quy mô lớn trong việc kìm hãm sự phát triển của nền kinh tế. Có phỏng đoán cho rằng khu vực kinh tế nhà nước có thể đóng một vai trò nhất định trong việc hạn chế sự phát triển của khu vực kinh tế tư nhân, nhưng không thể khẳng định điều này nếu không biết có bao nhiêu doanh nghiệp tư nhân tiềm năng đã bị cản trở không khởi sự hoạt động kinh doanh vì khu vực kinh tế nhà nước đã lớn mạnh. Có thể tìm hiểu vấn đề này sâu hơn bằng cách đặt ra câu hỏi về vai trò của khu vực kinh tế nhà nước trong quá trình phát triển khu vực kinh tế tư nhân từ năm 1999 trở lại đây ở các tỉnh thành là gì?

Nhưng môi trường cạnh tranh lại đa dạng hơn nhiều và không chỉ đơn thuần là sự cạnh tranh giữa khu vực nhà nước và khu vực tư nhân. Các doanh nghiệp tư nhân phải cạnh tranh với các doanh nghiệp thuộc các hình thức sở hữu khác, bao gồm cả các doanh nghiệp sở hữu tư nhân khác (trong số này có một số doanh nghiệp có các mối quan hệ rất tốt với chính quyền địa phương), các công ty nước ngoài, các công ty liên doanh có vốn đầu tư nước ngoài, và thậm chí hàng hóa buôn lậu từ các nước láng giềng như Trung Quốc hay Campuchia. Bảng 19 xem xét các đối tượng được các doanh nghiệp coi là đối thủ cạnh tranh chính của mình.

Ở mỗi tỉnh thành, phần lớn cạnh tranh mà doanh nghiệp phải đối mặt đều do các doanh nghiệp tư nhân vừa và nhỏ mang lại, chúng tỏ một sự phát triển lành mạnh và cho thấy khu vực kinh tế tư nhân đang phát triển mạnh mẽ. Nếu các doanh nghiệp đang cạnh tranh trong các điều kiện công bằng thì cạnh tranh về giá cả và đổi mới sản phẩm sẽ là hoạt động cạnh tranh chính của doanh nghiệp. Nhưng liệu có thể có được các điều kiện công bằng hay không khi có quá nhiều doanh nghiệp có mối quan hệ kinh doanh với khu vực kinh tế nhà nước và chính quyền địa phương, thông qua hoạt động bán hàng hoặc liên doanh? Đây là một câu hỏi quan trọng sẽ được đề cập đến.

Cạnh tranh với các DNNN diễn ra gay gắt nhất ở các tỉnh thành ngoại vi. Các doanh nghiệp ở Hà Tây (50,8%) và TT Huế (40,7%) đặc biệt phải đối mặt với sự cạnh tranh mạnh mẽ từ khu vực kinh tế nhà nước, tiếp ngay sau là các doanh nghiệp ở Hải Phòng và Thanh Hóa. Nếu sự cạnh tranh này diễn ra trong các điều kiện công bằng, khi các DNNN không được hưởng lợi từ các khoản bao cấp gián tiếp dưới dạng nhiên liệu đầu vào rẻ hơn hay dễ dàng tiếp cận hơn, thì chúng ta có thể kết luận rằng cạnh tranh như vậy là lành mạnh. Ngược lại, ở các tỉnh nơi các DNNN được hỗ trợ, cạnh tranh như vậy có thể phá hoại sự phát triển lớn mạnh của khu vực kinh tế tư nhân.

Bảng 19: Đối thủ cạnh tranh chính, theo tỉnh thành
(Tỷ lệ phần trăm)

Tỉnh thành	Không có cạnh tranh	Các doanh nghiệp tư nhân trong nước (DNVVN)	Các doanh nghiệp tư nhân trong nước (doanh nghiệp lớn)	Các công ty đầu tư nước ngoài	Các DNNN	Hàng hóa buôn lậu
TT Huế	9,3	51,9	16,7	3,7	40,7	3,7
Hải Phòng	10,3	51,7	27,6	6,9	34,4	3,5
Hà Tây	6,7	61,0	13,6	11,9	50,8	15,3
Thanh Hóa	0,0	68,8	25,0	0,0	31,3	0,0
Long An	13,3	62,2	20,0	8,9	22,2	8,9
Nam Định	10,4	50,0	6,3	4,2	18,8	12,5
Các tỉnh thành phát triển	9,5	50,0	23,3	18,8	20,6	13,7
Tổng số	9,4	52,6	20,5	14,0	25,9	11,8

Khoảng 19% các doanh nghiệp ở các tỉnh thành phát triển gặp phải sự cạnh tranh từ khu vực có vốn đầu tư nước ngoài, nhưng cạnh tranh với khu vực có vốn đầu tư nước ngoài ở Hà Tây là rất ít, và gần như không đáng kể ở các tỉnh thành ngoại vi khác. Kết quả của nghiên cứu này cho thấy không có nhiều bằng chứng cho lập luận rằng các công ty nước ngoài có thể đang gây cản trở cho sự phát triển khu vực kinh tế tư nhân non trẻ do có chuyên môn và nguồn vốn tốt hơn.

4.3.2 Lợi thế của các đối thủ cạnh tranh

Khi hiểu rõ hơn sự cạnh tranh mà các doanh nghiệp tư nhân đang phải đối mặt, chúng ta có thể bắt đầu đặt câu hỏi liệu cạnh tranh này có dẫn đến sự phát triển lành mạnh của khu vực kinh tế tư nhân hay không. Một yếu tố chủ chốt ở đây là liệu các chính quyền địa phương có tạo bất kỳ một lợi thế đặc biệt nào cho các doanh nghiệp được ưu đãi hay không, và điều gì có thể làm thay đổi các điều kiện kinh doanh theo hướng có lợi cho các công ty làm ăn kém hiệu quả ở một mức độ nhiều hay ít. Điều tra cho thấy các doanh nghiệp tư nhân được chọn mẫu cho rằng mình đang ở thế bất lợi về giá cả so với đối thủ cạnh tranh chính. Công nghệ tiên tiến là một yếu tố quan trọng trong gần một phần tư các doanh nghiệp được chọn mẫu. Hải Phòng là một ngoại lệ đối với quy luật 25% này, có thể bắt nguồn từ tỷ lệ các công ty cổ phần và công ty TNHH với quy mô lớn cao hơn so với các doanh nghiệp sản xuất tư nhân. Chất lượng sản phẩm cũng là một yếu tố đáng kể ở Thanh Hóa.

Sự hỗ trợ của chính quyền địa phương đối với một đối thủ cạnh tranh là một nguồn thú vị gây nhiều khác biệt. Chỉ 16% các doanh nghiệp ở các tỉnh thành phát triển coi đây là một bất lợi trong cạnh tranh, nhưng gần 40% các doanh nghiệp ở Hải Phòng, gần 30%

các doanh nghiệp ở Hà Tây và Thanh Hóa, và 20% các doanh nghiệp ở Nam Định cảm thấy đây là một bất lợi. Vấn đề này cũng có sự khác biệt giữa các tỉnh thành ở khu vực phía Bắc và phía Nam. Tính cả Hà Nội thì 27,4% các doanh nghiệp ở các tỉnh thành phía Bắc coi sự hỗ trợ của chính quyền địa phương là một bất lợi cạnh tranh chính, trong khi chỉ 13,8% các doanh nghiệp ở các tỉnh thành phía Nam coi đây là một bất lợi. Ở Hà Nội, thậm chí đến 19% các doanh nghiệp cho rằng đối thủ cạnh tranh chính của mình được các cơ quan chính quyền giúp đỡ (xem bảng 20).

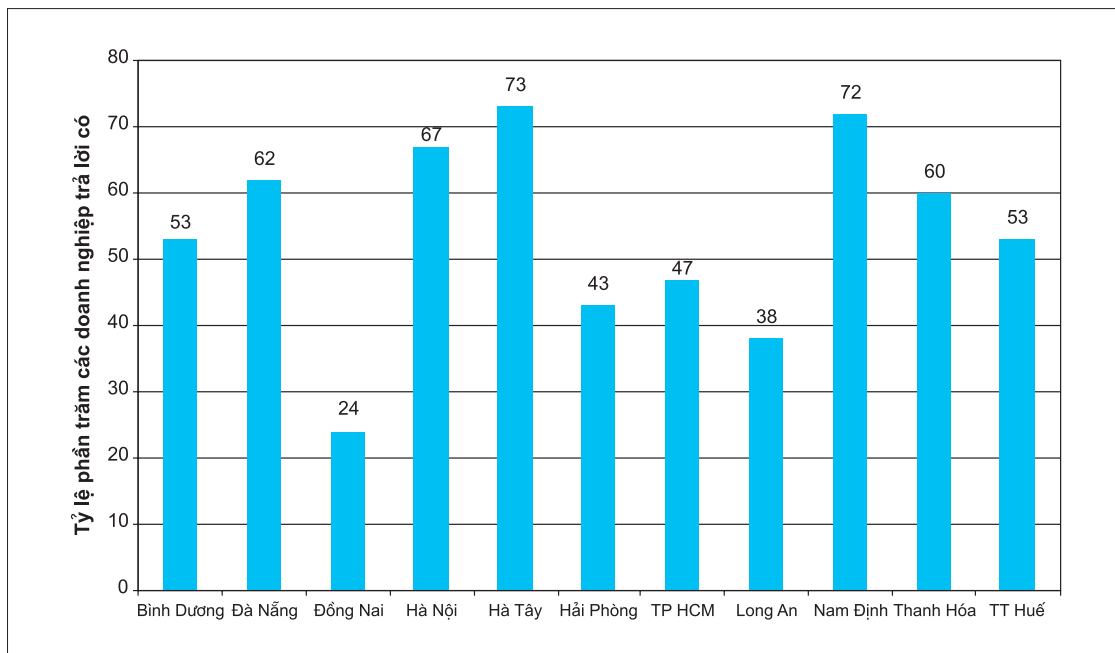
Bảng 20: Lợi thế cạnh tranh chính

(Tỷ lệ phần trăm các doanh nghiệp)

Tỉnh thành	Giá cả thấp	Công nghệ tiên tiến	Chính quyền hỗ trợ	Chất lượng tốt hơn
TT Huế	55,6	20,4	16,7	16,6
Hải Phòng	55,2	10,3	37,9	6,9
Hà Tây	52,5	20,3	27,1	15,3
Thanh Hóa	56,3	25,0	31,3	37,5
Long An	42,2	24,4	13,3	17,8
Nam Định	41,7	27,1	20,8	20,8
Các tỉnh thành phát triển (bình quân)	54,2	25,4	16,4	17,7
Tổng số (bình quân)	52,5	23,8	18,9	17,6

Bảng 20 có thể gây lạc hướng một chút, do các doanh nghiệp chỉ được yêu cầu chọn ra bất lợi chính trong cạnh tranh của họ. Giá cả thấp, công nghệ tiên tiến và chất lượng tốt hơn có thể chỉ là nguyên nhân gần nhất gây ra các khó khăn trong cạnh tranh. Trong thực tế, các vấn đề có thể là do chính bản thân sự hỗ trợ của chính quyền địa phương gây ra. Sự hỗ trợ của chính quyền trong việc tiếp cận nguồn tài trợ và đất đai có thể làm giảm giá thành mà doanh nghiệp tính cho sản phẩm hoặc dịch vụ của mình. Kết quả là, hình 10, với dữ liệu có được từ các cuộc phỏng vấn với các giám đốc doanh nghiệp, chỉ đơn giản ghi lại số lượng các doanh nghiệp cho rằng đối thủ cạnh tranh được chính quyền hỗ trợ phần nào, mà không ghi lại việc liệu các giám đốc có thấy đây là điều bất lợi đối với doanh nghiệp của mình hay không.

Hình 10: Đối thủ cạnh tranh chính của doanh nghiệp có nhận được sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương hay không?



Các tỉnh Nam Định, Hà Tây và thành phố Hà Nội vượt xa các tỉnh thành khác về sự hỗ trợ cho các doanh nghiệp, do vậy tạo nên sự khác biệt giữa khu vực miền Bắc và miền Nam về tác động này. Các tỉnh thành miền Nam bao gồm Long An, Đồng Nai và TP HCM đều chịu rất ít can thiệp của chính quyền. Sự khác biệt giữa khu vực miền Bắc và miền Nam lớn hơn sự khác biệt giữa các tỉnh thành phát triển và các tỉnh thành ngoại vi cho thấy các doanh nghiệp ở các tỉnh thành như Hà Nội vẫn tồn tại mặc dù có sự hỗ trợ của chính quyền cho các đối thủ cạnh tranh của mình. Một lý do giải thích cho sự tồn tại này có thể là do chính bản thân các doanh nghiệp này cũng có mối liên hệ tốt với chính quyền - một vấn đề sẽ được tìm hiểu sau trong phần này.

Một điều thú vị là các doanh nghiệp tư nhân nhỏ lại ít khi cho rằng chính quyền đang hỗ trợ cho đối thủ cạnh tranh chính. Nhìn chung, chính các doanh nghiệp cổ phần và công ty hợp danh với quy mô lớn lại cảm thấy nhiều tới ảnh hưởng của sự can thiệp từ phía chính quyền.

4.3.3 Chính quyền hỗ trợ cho các đối thủ cạnh tranh bằng hình thức nào?

Bốn hình thức chính thường được chính quyền sử dụng để hỗ trợ doanh nghiệp là: tiếp cận với đất đai giá rẻ, trợ giúp trong việc xin giấy phép đặc biệt, tài trợ thông qua hình thức các khoản tín dụng dễ dàng hơn với lãi suất thấp, và hỗ trợ thông qua đấu thầu. Ở mọi tỉnh thành ngoại trừ Hà Nội và Nam Định, sự hỗ trợ chính của chính quyền là hình thức trợ giúp tìm kiếm nguồn tài trợ. Ở Đồng Nai, trên 70% các doanh nghiệp nhận thấy đối thủ cạnh tranh của mình được chính quyền hỗ trợ về tài chính.

Hình thức phổ biến thứ hai về trợ giúp của chính quyền nói chung, và cũng là hình thức phổ biến nhất ở Hà Nội và Nam Định, là chỉ định hợp đồng. Hình thức trợ giúp này thường liên quan tới việc các cán bộ nhà nước tại địa phương phân bổ hợp đồng xây dựng và sản xuất như thế nào, lựa chọn các doanh nghiệp được ưa thích hay các DNNN thay vì trao hợp đồng thông qua đấu thầu cạnh tranh. Mối quan hệ tốt với các cán bộ nhà nước tại địa phương có thể rất quan trọng trong việc giúp các doanh nghiệp giành được các hợp đồng dài hạn mang lại nhiều lợi nhuận.

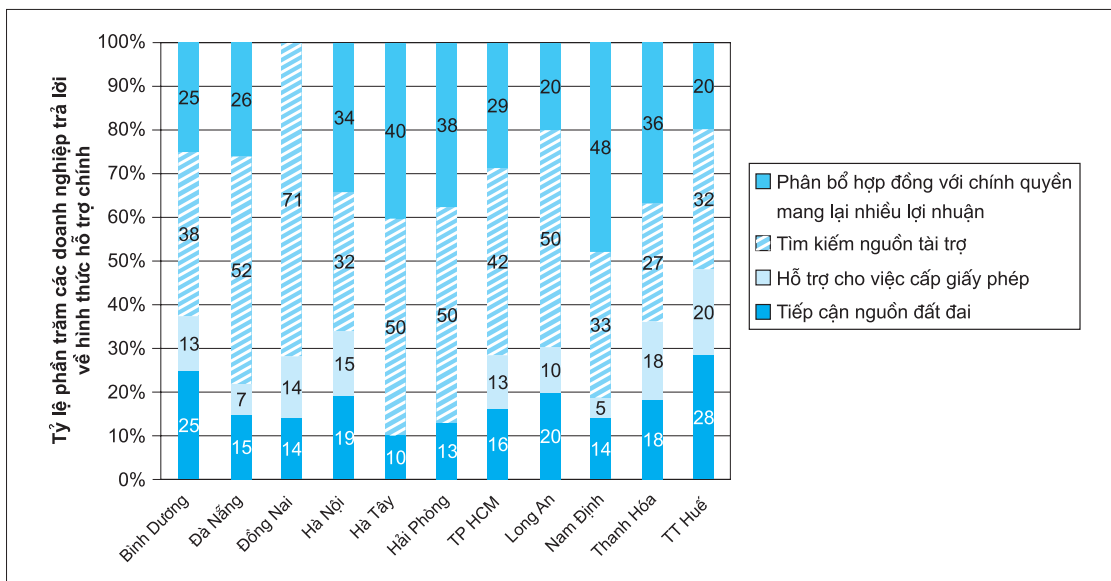
Hộp thoại nội dung Phỏng vấn 11: Cạnh tranh không công bằng hay các quyết định sai lầm?

Cần nhận ra rằng đôi khi những gì một công ty coi là cạnh tranh không công bằng có thể chỉ đơn giản là một quyết định kinh doanh sai lầm đối với công ty. Một ví dụ từ cuộc điều tra này là một doanh nghiệp tư nhân (12 lao động) bán sữa đóng chai đang gặp nhiều khó khăn do phải cạnh tranh với Vinamilk, một DNNN tập trung và Dutch Lady, một công ty đa quốc gia. Theo giám đốc của doanh nghiệp nhỏ này, các đối thủ lớn có lợi thế về nhãn hiệu, khả năng tiếp cận nguồn vốn và mạng lưới phân phối tốt hơn. Doanh nghiệp nhỏ này phụ thuộc vào việc chuyên chở hàng bằng xe đạp và phụ thuộc nhiều vào tín dụng của khách hàng để tiếp tục sản xuất. Giám đốc doanh nghiệp này tin rằng nếu có nhiều vốn hơn, ông ta có thể mua được một chiếc xe tải và sẽ chiếm được thị phần từ các đối thủ to lớn này.

Những rào cản mà doanh nghiệp này gặp phải thực sự khó khăn, nhưng có thể dự đoán trước. Doanh nghiệp xâm nhập thị trường vào năm 2000, rất lâu sau khi Vinamilk và Dutch Lady đã xây dựng được thị phần vững chắc ở tỉnh này. Các nhà cung cấp tín dụng tiềm năng cho doanh nghiệp rõ ràng cũng đã biết đến sự cạnh tranh gay gắt mà doanh nghiệp gặp phải.

Ở TT Huế và Bình Dương, hơn 25% các doanh nghiệp cho rằng việc chính quyền trợ giúp xin mua đất đai đã hỗ trợ đối thủ cạnh tranh chính của mình. Việc trợ giúp xin mua đất đai có thể là hình thức giúp tiếp cận ưu tiên, ưu ái trong các thủ tục thầu, hoặc thậm chí cung cấp thông tin nội bộ về việc nâng cấp cơ sở hạ tầng, một nhân tố làm tăng giá trị đất. Trong các doanh nghiệp được điều tra, rất ít doanh nghiệp đề cập tới sự trợ giúp của chính quyền trong việc cấp phép, một dấu hiệu rõ ràng cho thấy những thay đổi pháp lý trong Luật doanh nghiệp đã có hiệu lực ở các tỉnh thành ngoại vi.

Hình 11: Các hình thức hỗ trợ cho các đối thủ cạnh tranh chính



4.3.4 Sự trợ giúp của chính quyền đối với khu vực kinh tế nhà nước

Tất nhiên không phải tất cả sự trợ giúp của chính quyền đều dành cho khu vực kinh tế nhà nước. Hình 12 kết hợp với phân tích ở 2 câu hỏi trên nhằm xác định xem bao nhiêu phần trăm các doanh nghiệp coi DNNN là đối thủ cạnh tranh chính của mình đồng thời cho rằng bất lợi chính của mình là thiếu sự hỗ trợ của chính quyền. Chúng ta có thể phần nào tin tưởng rằng các tỉnh thành phía bắc - cho dù là các tỉnh thành ngoại vi hay phát triển - đều có khả năng nhiều hơn trong việc nhận được sự hỗ trợ của khu vực nhà nước.

Hộp thoại nội dung Phỏng vấn 12: Sự trợ giúp đã giảm cho khu vực kinh tế nhà nước ở Long An

Ở Long An, sự phân biệt đối xử thiên vị đối với các DNNN đã giảm đáng kể theo thời gian, bởi vì tỉnh này đã quyết định cổ phần hóa 30 trong số các DNNN hoạt động kém hiệu quả trong tỉnh. Theo các cán bộ của Ngân hàng Công Thương ở Long An, "ở các tỉnh khác, một lá thư của Bộ Tài chính sẽ được dùng thay cho tài sản đảm bảo nếu DNNN sử dụng nguồn vốn từ ngân sách trung ương". Tuy nhiên, ở Long An, trường hợp này rất ít khi xảy ra. Long An đã cố gắng trong nhiều năm (kể từ năm 1997) làm cho các DNNN có trách nhiệm và có định hướng kinh doanh như doanh nghiệp tư nhân". Năm 1994, các DNNN nhận được hơn 75% các khoản tín dụng. Giờ đây, khoảng cách về cấp tín dụng đã được rút ngắn ở Long An, với các DNNN chỉ nhận được 60% các khoản tín dụng của Ngân hàng Công Thương, và khu vực kinh tế tư nhân nhận được 40% các khoản tín dụng này.

Hình 12: Nếu đối thủ cạnh tranh chính là một DNNN, liệu DNNN này có nhận được sự hỗ trợ của chính quyền hay không?

