

BÁO CÁO

PHÂN TÍCH NĂNG LỰC CẠNH TRANH DOANH NGHIỆP THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH NĂM 2023

Tháng 7 năm 2024

LỜI DẪN

Những năm qua, thực hiện đường lối, chủ trương của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước, cùng với Trung ương, các địa phương đã có nhiều chính sách, giải pháp cải thiện môi trường đầu tư, tạo điều kiện thuận lợi để các thành phần kinh tế phát triển, hỗ trợ và phát huy vai trò của lực lượng doanh nghiệp, đội ngũ doanh nhân, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh của địa phương mình.

Lực lượng doanh nghiệp nước ta đang không ngừng lớn mạnh, đóng góp tích cực vào việc thực hiện chiến lược phát triển kinh tế - xã hội ở các địa phương, góp phần tăng nguồn thu ngân sách, giải quyết việc làm cho người lao động và các vấn đề an sinh xã hội, xóa đói giảm nghèo.

Sự phát triển bền vững của một địa phương phụ thuộc vào năng lực cạnh tranh, tạo ra nhiều giá trị gia tăng của lực lượng doanh nghiệp.

Năng lực cạnh tranh của địa phương không chỉ dựa vào năng lực điều hành kinh tế, mức độ thuận lợi, thân thiện bởi môi trường kinh doanh và nỗ lực cải cách hành chính của chính quyền các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương mà còn dựa vào năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp địa phương ấy, bao gồm chiến lược, tầm nhìn và quản trị, hợp tác và trình độ phát triển của cụm ngành hàng, khả năng thích ứng với môi trường kinh doanh và năng lực khai thác các yếu tố như vị trí hay tài nguyên sẵn có của từng địa phương. Do vậy, việc biết được năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp tại địa phương là hết sức quan trọng.

Đó là lý do Tạp chí *Doanh Nhân Sài Gòn* xây dựng kế hoạch tổ chức Diễn đàn năng lực cạnh tranh doanh nghiệp cấp tỉnh (tên tiếng Anh là Provincial Business Competitiveness Forum - PBCF).

Phối hợp với Trường Đại học Nguyễn Tất Thành và Viện Sáng kiến Việt Nam, Diễn đàn PBCF 2024 được tổ chức lần đầu tiên cùng Báo cáo Phân tích Năng lực Cạnh tranh Doanh nghiệp TP. Hồ Chí Minh năm 2023 với mục đích cung cấp thêm thông tin cho các cơ quan, ban ngành của TP. Hồ Chí Minh, doanh nghiệp và các tổ chức hội đoàn doanh nghiệp tham khảo để góp phần xây dựng lực lượng doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh cao, tạo ra nhiều của cải cho xã hội và việc làm cho người lao động.

Để có một bức tranh tổng thể về sự phát triển trong dài hạn và vị trí hiện tại của lực lượng doanh nghiệp TP. Hồ Chí Minh, Báo cáo tập trung vào ba nội dung:

Thứ nhất, phân tích kết quả hoạt động giai đoạn 2000-2023 để đánh giá vị thế hiện tại và sự thay đổi vị thế theo thời gian của lực lượng doanh nghiệp tại TP. HCM. Việc phân tích được chia làm các thời kỳ gồm: 2000- 2010, 2010-2019, và 2019-2023 để thấy sự thay đổi dài hạn và tác động của Đại dịch Covid – một biến cố rất lớn gần đây.

Thứ hai, đánh giá năng lực cạnh tranh nội tại và môi trường hoạt động của lực lượng doanh nghiệp ở TP. Hồ Chí Minh. Việc đánh giá này dựa vào các số liệu có sẵn, khảo sát cảm nhận và đánh giá của người đại diện các doanh nghiệp và những người có liên quan, am hiểu về lực lượng doanh nghiệp cũng như nền kinh tế TP.HCM, đặt trong bối cảnh cả nước và khu vực.

Thứ ba, gợi ý để doanh nghiệp, các hội đoàn doanh nghiệp và cơ quan, ban ngành của TP. Hồ Chí Minh có thể tham khảo.

Nguồn thông tin dữ liệu được sử dụng trong Báo cáo là từ các nguồn hiện có cùng với một khảo sát sơ khởi đại diện các doanh nghiệp, phỏng vấn sâu và đóng góp ý kiến của đại diện một số hội doanh nghiệp, ngành hàng, các chuyên gia độc lập am hiểu về các vấn đề liên quan.

Nhóm xây dựng nội dung Báo cáo đã cố gắng đưa ra những phân tích đầy đủ và khách quan nhất về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Tuy nhiên, những thiếu sót là không thể tránh khỏi. Chúng tôi mong muốn nhận những góp ý cho Báo cáo này và những vấn đề liên quan.

Theo kế hoạch, từ năm 2025, Diễn đàn PBCF sẽ được xây dựng trên cơ sở phân tích dữ liệu 63 tỉnh - thành phố, cùng với khảo sát các cơ quan chức năng, hội doanh nghiệp, doanh nhân và phân tích sâu cho một số địa phương được lựa chọn.

Để tổ chức được Diễn đàn PBCF năm 2024 và thực hiện Báo cáo phân tích năng lực cạnh tranh doanh nghiệp TP. Hồ Chí Minh năm 2023, chúng tôi đã nhận được sự hỗ trợ của nhiều tổ chức và cá nhân, đặc biệt là đội ngũ chuyên gia cho các nội dung chuyên môn.

Ban tổ chức chân thành cảm ơn sự quan tâm và hỗ trợ của các bộ, ngành, lãnh đạo UBND TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành phố.

Trân trọng cảm ơn Ngân hàng Nam Á, Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam và Khách sạn REX đã đồng hành, tài trợ cho Diễn đàn và thực hiện Diễn đàn này.

Ban tổ chức PBCF

BÁO CÁO TÓM TẮT

GIỚI THIỆU VÀ CÁCH TIẾP CẬN

Mục tiêu của Báo cáo

Doanh nghiệp là lực lượng quan trọng nhất tạo ra của cải cho toàn xã hội. Các doanh nghiệp tạo giá trị gia tăng đóng góp vào GDP, việc làm cho người dân và nguồn thu ngân sách cho nhà nước. Do đó, sự phát triển bền vững của một địa phương phụ thuộc vào năng lực cạnh tranh, khả năng tạo ra giá trị của lực lượng doanh nghiệp.

Việc biết được năng lực cạnh tranh và vị trí của lực lượng doanh nghiệp địa phương so với các nơi khác là hết sức quan trọng. Để có một bức tranh tổng thể về sự phát triển trong dài hạn và vị trí của lực lượng doanh nghiệp địa phương, Báo cáo Phân tích Năng lực Cạnh tranh Doanh nghiệp TP. Hồ Chí Minh năm 2023 tập trung vào ba nội dung sau:

Thứ nhất, phân tích kết quả hoạt động giai đoạn 2000-2023 để đánh giá vị thế hiện tại và sự thay đổi vị thế theo thời gian của lực lượng doanh nghiệp tại TP. HCM. Việc phân tích được chia làm các thời kỳ gồm: 2000- 2010, 2010-2019, và 2019-2023 để thấy sự thay đổi dài hạn và tác động của Đại dịch Covid – một biến cố rất lớn gần đây.

Thứ hai, đánh giá năng lực cạnh tranh nội tại và môi trường hoạt động của lực lượng doanh nghiệp ở TP. HCM. Việc đánh giá này dựa vào các số liệu có sẵn, khảo sát cảm nhận và đánh giá chủ quan của người đại diện các doanh nghiệp và những người có liên quan và am hiểu về lực lượng doanh nghiệp cũng như nền kinh tế TP.HCM, đặt trong bối cảnh cả nước và khu vực.

Thứ ba, nêu ra các gợi ý để các doanh nghiệp, các tổ chức hợp tác và phối hợp như hội và hiệp hội, và các cơ quan ban ngành của TP.HCM có thể tham khảo trong nỗ lực tạo dựng một lực lượng doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh cao, tạo ra nhiều của cải cho xã hội và việc làm cho người lao động.

Khung phân tích

Báo cáo này sử dụng khung phân tích dựa trên các lý thuyết về năng lực cạnh của Michael Porter cùng với lý thuyết về liên minh tăng trưởng của các địa phương được pháp dụng phổ biến ở nhiều nơi, nhất là các nước phát triển.

Năng lực cạnh tranh. Năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp được hình thành bởi bốn lớp như thể hiện ở **Hình A.1**.

Lớp trong cùng (lõi) là chiến lược và vận hành của doanh nghiệp. Đây là các yếu tố bên trong hay nội tại quyết định đến khả năng gia tăng giá trị, khả năng cạnh tranh của từng doanh nghiệp.

Lớp thứ hai là trình độ phát triển của cụm ngành. Hoạt động của doanh nghiệp không phải riêng lẻ mà trong những cụm ngành với các nhân tố tác động. Nếu cụm ngành càng phát triển thì khả năng tạo ra năng suất hay năng lực cạnh tranh càng cao. Cạnh tranh lẫn nhau giữa các doanh nghiệp là tất yếu. Tuy nhiên, muốn đi xa thì phải đi cùng nhau. Bên cạnh việc cạnh tranh thì các doanh nghiệp cũng cần hợp tác để tạo ra các hạ tầng hay dịch vụ dùng chung mà tất cả các doanh nghiệp trong cụm ngành đều cần.

Hình A.1. Các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp



Nguồn: Các tác giả hiệu chỉnh từ khung phân tích của Michael Porter

Lớp thứ ba là môi trường kinh doanh. Môi trường kinh doanh được hình thành từ các nhân tố đầu vào, điều kiện cầu, các ngành hỗ trợ và liên quan. Trong đó, hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội và tính hiệu lực và hiệu quả phục vụ của chính quyền – những nhân tố được quyết định từ vai trò của nhà nước hay năng lực cạnh tranh ở cấp độ vĩ mô là hết sức trong trọng.

Lớp cuối cùng là các yếu tố có sẵn của một địa phương. Các nhân tố chính của lớp này gồm tài nguyên tự nhiên, vị trí địa lý và quy mô của nền kinh tế. Đây là các nhân tố ít có sự thay đổi theo thời gian, nhất là trong ngắn và trung hạn.

Liên minh tăng trưởng. Vận hành một địa phương để tạo ra các kết quả kinh tế là do một liên minh hay sự phối hợp của các doanh nhân, các quan chức chính quyền và đông đảo đội ngũ trí thức, những người có ảnh hưởng trong xã hội. Quyền lực công hay quyền lực của nhà nước thường bao trùm. Nhà nước đóng vai trò hết sức quan trọng của một nền kinh tế. Tuy nhiên, các lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm chỉ ra rằng các doanh nhân chính là nhân tố nòng cốt của liên minh tăng trưởng. Lý do quan là doanh nhân không có nhiệm kỳ, và hoạt động của các doanh nghiệp theo thị trường, không bị giới hạn bởi địa giới hành chính. Mục tiêu quan trọng nhất của các doanh nhân là vì mục tiêu lợi nhuận gắn với giá trị của doanh nghiệp. Vì sự phát triển của doanh nghiệp mình, các doanh nhân phải tìm cách (cạnh tranh, hợp tác, phối hợp, vận động...) để sao cho có kết quả tốt nhất. Các quan chức chính quyền cũng có nỗ lực tạo ra các giá trị của một nền kinh tế. Tuy nhiên, họ thường bị giới hạn nhiệm kỳ và địa giới hành chính. Do vậy, đó không phải là lực lượng chính dẫn dắt các liên minh tăng trưởng nhìn ở góc độ dài hạn cho dù nhiều lãnh đạo chính quyền đã để lại những dấu ấn hết sức quan trọng trong sự phát triển của địa phương.

Cách thức so sánh và đánh giá

Ở trong nước, TP. HCM được đặt trong nhóm cùng 10 địa phương khác được xem là đầu tàu kinh tế hoặc có kết quả kinh tế tốt của Việt Nam trong từ năm 2000 đến nay gồm: Bà Rịa – Vũng Tàu, Bắc Ninh, Bình Dương, Cần Thơ, Đà Nẵng, Đồng Nai, Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh và Vĩnh Phúc. Trên bình diện quốc tế, TP. HCM được so sánh với 10 đô thị trong khu vực đông và đông nam Á gồm: Bangkok, Bắc Kinh, Hồng Kông, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Seoul, Singapore, Thượng Hải và Tokyo.

Việc đánh giá được dựa vào các số liệu có sẵn và kết quả khảo sát và phỏng vấn sâu. Trong giới hạn nguồn lực, các nội dung phân tích chủ yếu dựa vào các số liệu có sẵn. Đối với khảo sát các doanh nghiệp, kế hoạch của chúng tôi sẽ thực hiện các khảo sát theo phương pháp ngẫu nhiên phân tầng. Trong năm đầu tiên, chúng tôi chỉ thực hiện một khảo sát mô phỏng với 78 đại diện các doanh nghiệp và phỏng vấn sâu đại diện một số hội, tổ chức liên kết và phối hợp và một số chuyên gia. Mẫu được chọn theo phương thức thuận tiện.

VỊ TRÍ CỦA LỰC LƯỢNG DOANH NGHIỆP VÀ NỀN KINH TẾ TP.HCM

Về tổng thể, TP. HCM vẫn là nơi ưa thích để các doanh nghiệp đặt trụ sở và tổ chức hoạt động kinh doanh ở Việt Nam. Theo Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam năm 2023, đến ngày 31/12/2022, TP. HCM có hơn 274 nghìn doanh nghiệp đang hoạt động, chiếm 30,6% số doanh nghiệp của cả nước, gấp gần 1,5 lần địa phương xếp thứ hai là Hà Nội; và bằng xấp xỉ tổng số doanh nghiệp của bốn địa phương liền kề gồm Hà Nội, Bình Dương, Đồng Nai và Đà Nẵng. Số doanh nghiệp bình quân trên 1000 lao động của TP. HCM 61,8, cao hơn rất nhiều so với hai địa phương sau đó gồm Hà Nội 48,5 và Đà Nẵng 42,1. Lực lượng doanh nghiệp của Thành phố tạo ra 2,7 triệu việc làm, chiếm 18,3% số lao động trong các doanh nghiệp của cả nước; tổng lợi nhuận trước thuế đạt 222 nghìn tỷ đồng, chiếm 17,4% lợi nhuận của các doanh nghiệp cả nước; thu nhập của người lao động đạt 386 nghìn tỷ đồng, chiếm 21,3% thu nhập của người lao động trong các doanh nghiệp của cả nước. Với 9,4% dân số của cả nước, mức bình quân đầu người các chỉ tiêu trên của TP.HCM cao hơn rất nhiều so với bình quân của cả nước.

Mặc dù TP. HCM vẫn dẫn đầu cả nước về giá trị tuyệt đối ở nhiều chỉ tiêu, nhưng quy mô và kết quả hoạt động của lực lượng doanh nghiệp nói riêng, các kết quả kinh tế nói chung của TP. HCM, đang đi xuống một cách tương đối so với bình quân chung của cả nước; trong khi một số địa phương các có sự bứt tốc để đuổi kịp TP.HCM xét về tổng thể và đã có những mặt vượt qua như giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên các thị trường chứng khoán và số danh nghiệp cũng như vị trí trong nhóm 500 doanh nghiệp lớn nhất đông nam Á do Tạp chí Fortune xếp hạng (Fortune 500).

Thêm vào đó, so với các đô thị trung tâm trong khu vực đông Á và đông nam Á, khả năng cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp Thành phố, nhất là các doanh nghiệp dẫn đầu, là khá khiêm tốn. Các doanh nghiệp nói riêng, kinh tế nói chung của TP.HCM vẫn chưa thể thu hẹp khoảng cách với các đô thị đi trước trong khu vực.

Trong cả thời kỳ phân tích, về cơ bản, tốc độ tăng trưởng của TP.HCM thấp hơn mặt bằng chung của cả nước (**Bảng A.1**). Cụ thể, các chỉ tiêu về kết quả kinh tế và doanh nghiệp của TP. HCM có xu hướng tăng trong giai đoạn 2000-2010 và giảm từ năm 2010 đến nay. Trong đó, nhiều chỉ tiêu của năm có số liệu gần nhất đã thấp hơn năm 2000.

Về số doanh nghiệp, năm 2010 Thành phố chiếm 33% cả nước, tăng từ 21,5% năm 2000, nhưng đến năm 2019 còn 31,6% và 2022 chỉ còn 30,6%.

Về số lao động trong các doanh nghiệp, năm 2010, Thành phố chiếm 23,4% cả nước, tăng từ 21,5% năm 2000, nhưng đến năm 2019 còn 19,4% và năm 2021 chỉ còn 18,3%. Tốc độ tăng số lao động trong doanh nghiệp trong giai đoạn 2010-2021, TP. HCM chỉ xếp thứ 42 trong 63 địa phương của cả nước.

Về lợi nhuận trước thuế, năm 2010, các doanh nghiệp Thành phố chiếm 28,1% của cả nước so với 10,5% năm 2000 và con số năm 2019 là 19,2% và 2021 là 17,4%. Tốc độ tăng lợi nhuận

trước thuế của các doanh nghiệp trong giai đoạn 2010-2021, TP. HCM chỉ xếp thứ 32 trong 63 địa phương của cả nước.

Bảng A.1. Một số chỉ tiêu về kinh tế và doanh nghiệp cả nước và TP. HCM

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2000	2010	2019	2023*
I	Các chỉ tiêu chung					
1	Dân số cả nước	Nghìn	77,631	87,067	97,583	100,309
	TP. HCM	Nghìn	5,275	7,402	9,228	9,456
	TP. HCM/Cả nước	%	6.8%	8.5%	9.5%	9.4%
2	GDP cả nước	1000 tỷ	442	2,740	8,044	10,222
	TP. HCM	1000 tỷ	76	513	1,372	1,621
	TP. HCM/Cả nước	%	17.2%	18.7%	17.0%	15.9%
3	Thu NS cả nước	1000 tỷ	91	558	1,553	1,752
	TP. HCM	1000 tỷ	26	172	410	446
	TP. HCM/Cả nước	%	28.6%	30.8%	26.4%	25.5%
4	Thu từ các DN	1000 tỷ		135	604	812
	TP. HCM	1000 tỷ		40	155	194
	TP. HCM/Cả nước	%		29.6%	25.7%	23.9%
5	Thuế TN cá nhân	1000 tỷ		26	115	155
	TP. HCM	1000 tỷ		10	41	57
	TP. HCM/Cả nước	%		38.9%	35.2%	36.9%
6	Xuất khẩu cả nước	Tỷ USD	15	72	283	372
	TP. HCM	Tỷ USD	6	23	40	47
	TP. HCM/Cả nước	%	43.2%	31.2%	14.2%	12.7%
II	Các chỉ tiêu về DN					
1	Số DN cả nước	Nghìn	39	279	812	896
	TP. HCM	Nghìn	8	96	255	274
	TP. HCM/Cả nước	%	21.5%	34.3%	31.4%	30.6%
2	LĐ trong DN cả nước	Nghìn	3,356	9,741	14,702	14,800
	TP. HCM	Nghìn	757	2,283	2,813	2,701
	TP. HCM/Cả nước	%	22.6%	23.4%	19.1%	18.3%
3	Tổng lao động cả nước	Nghìn	37,075	49,124	53,609	50,604
	TP. HCM	Nghìn	2,237	3,708	4,590	4,507
	TP. HCM/Cả nước	%	6.0%	7.5%	8.6%	8.9%
4	LĐ trong DN so với tổng LĐ	%	9.1%	19.8%	27.4%	29.2%
	TP. HCM	%	33.8%	61.6%	61.3%	59.9%
5	LNTT của DN cả nước	1000 tỷ	41	356	954	1,277
	TP. HCM	1000 tỷ	4	100	205	222
	TP. HCM/Cả nước	%	10.5%	28.1%	21.5%	17.4%

* Năm 2023 hoặc năm có số liệu gần nhất

Nguồn: Các tác giả tổng hợp từ số liệu thống kê chính thức

Vị thế và vai trò của các doanh nghiệp lớn của TP. HCM trong cả nước cũng có sự suy giảm đáng kể. Cụ thể là, Thành phố chỉ có duy nhất một doanh nghiệp góp mặt trong 10 doanh nghiệp nộp thuế lớn nhất cả nước vào năm 2022; và không có doanh nghiệp nào trong 10 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam theo xếp hạng của Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (VNR500). Nếu chỉ xét các doanh nghiệp tư nhân, theo xếp hạng trên, trong nhóm 10 doanh nghiệp lớn nhất, năm 2010 Thành phố có 5, nhưng đến năm 2022 chỉ còn 3. Trong danh sách Fortune 500 công bố vào tháng 6/2024, Việt Nam có 70 doanh nghiệp với 30 ở Hà Nội và 25 ở TP.HCM. 10 doanh nghiệp lớn nhất trong Fortune 500 thì Hà Nội có 6 và TP.HCM có 2.

Trong các công ty niêm yết – nhóm có thể xem là những doanh nghiệp tốt nhất trong lực lượng doanh nghiệp, các doanh nghiệp của Thành phố chiếm 49,6% tổng giá trị vốn hóa thị trường chứng khoán, 31,4% lợi nhuận sau thuế, 32,6% thu nhập của người lao động vào năm 2010. Các con số của năm 2022 lần lượt là 32% giá trị vốn hóa thị trường, 34,7% lợi nhuận sau thuế, 19,3% thu nhập của người lao động và 24,3% lực lượng doanh nghiệp. Như vậy, giá trị thị trường là một trong những thước đo quan trọng nhất thì lại là chỉ tiêu có sự sụt giảm mạnh nhất. Giá trị thị trường của các doanh nghiệp niêm yết tại Hà Nội đã vượt quá 50%.

Hiện tại Việt Nam có 6 tỷ phú với hai người thuộc doanh nghiệp có trụ sở ở TP.HCM, còn lại là Hà Nội. Việt Nam đặt mục tiêu đến năm 2030 sẽ có 10 tỷ phú. Câu hỏi đặt ra là nếu mục tiêu này đạt được thì TP.HCM sẽ có bao nhiêu?

Những chỉ số nêu trên của các doanh nghiệp cũng đi cùng với sự chậm đi một số các tương đối của kinh tế thành phố và đời sống người dân. Do đã đi trước các địa phương khác nên tổng quy mô của nền kinh tế vẫn dẫn đầu cả nước và có một khoảng cách rất xa so với các địa phương khác. Tuy nhiên, mức tăng của Thành phố đang rất thấp.

Cụ thể, trong giai đoạn 2010, 2023, trong 63 địa phương, mức tăng tổng GRDP xếp thứ 27, mức tăng GRDP/người xếp thứ 54, mức tăng năng suất lao động xếp thứ 53, mức tăng thu nhập/người xếp thứ 61 và mức tăng tiền lương/người xếp thứ 62.

Tỷ phần GDP của TP.HCM so với cả nước từ 17,2% năm 2000, tăng lên 18,7% năm 2010, giảm còn 17% năm 2019 và còn 15,9% năm 2023. Tỷ phần thu ngân sách từ 28,6% năm 2000, tăng lên 30,8% năm 2010, giảm còn 26,4% năm 2019 và còn 25,5% năm 2023. Xuất khẩu từ 43,2% năm 2000, xuống 31,2% năm 2010, 14,2% năm 2019 và còn 12,7% năm 2023.

TP. HCM đã xác định 4 ngành công nghiệp trọng yếu là: (i) cơ khí; (ii) điện tử - công nghệ thông tin; (iii) hóa dược - cao su nhựa; và (iv) chế biến lương thực - thực phẩm. Đây là những ngành được xem là có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao, tạo tác động lan tỏa tích cực đến các ngành kinh tế khác. Tuy nhiên, nhìn chung, các kết quả đạt được so với bình quân chung của các nước là khá khiêm tốn.

Thêm vào đó, dịch vụ được xem là thế mạnh và trọng tâm của TP.HCM. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng ngành này ở TP.HCM trong giai đoạn 2010-2023 cũng đã thấp hơn bình quân của cả nước. Kết quả, tỷ phần dịch vụ từ 26,6% năm 2010, giảm còn 25,5% vào năm 2019 và 24,2% vào năm 2023. Tỷ phần của các dịch vụ có giá trị gia tăng cao như tài chính ngân hàng và viễn thông đã sụt giảm đáng kể trong thời gian gần đây.

Tóm lại, lực lượng doanh nghiệp của TP. HCM vẫn đông hơn so với cả nước, nhưng không hẳn đã mạnh và tinh nhuệ. Các doanh nghiệp của TP. HCM chưa thể hiện được năng lực cạnh tranh nổi trội so với mặt bằng chung của cả nước và có xu hướng chậm lại một cách tương đối.

So với bên ngoài, chưa có dấu hiệu cho thấy lực lượng doanh nghiệp nói riêng, kinh tế TP.HCM nói chung có thể đuổi kịp các thành phố đi trước trong khu vực.

NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA LỰC LƯỢNG DOANH NGHIỆP TP.HCM

Chiến lược và hiệu quả hoạt động

Về tổng thể lực lượng doanh nghiệp TP. HCM có kết quả hoạt động vượt trội so với các địa phương trong cả nước. Tuy nhiên, điều đáng lưu ý là số doanh nghiệp dẫn đầu nói chung và các ngành nói riêng (ngay cả các ngành được xem là lợi thế của Thành phố) đang ngày một ít hơn và thấp hơn đáng kể tỷ lệ chung của cả nước. Thêm vào đó, chiến lược và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp TP.HCM ở khu vực đông và đông nam Á đang ở phía sau một khoảng cách rất xa so với các đô thị trung tâm khác. Số doanh nghiệp tâm cỡ khu vực rất ít.

Chiến lược và hiệu quả hoạt động. Kết quả khảo sát cho thấy chiến lược và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là nhóm nội dung được đại diện các doanh nghiệp đánh giá cao nhất trong bốn lớp nhân tố. Đây là một xu hướng thiên lệch tự nhiên (người trả lời thường có xu hướng đánh giá cao những việc mình làm). Tuy nhiên, thực tế những gì xảy ra cho thấy dường như chiến lược và định hướng hoạt động dài hạn của các doanh nghiệp ở TP.HCM không phải là một công cụ hay cách thức tư duy có tính chất nền tảng định hướng cho hoạt động của lực lượng doanh nghiệp TP.HCM. Kết quả trao đổi với những chuyên gia độc lập và những người ở các bên liên quan cho thấy rõ điều này. Điều đáng lưu ý là, nhiều phiếu trả lời rằng tính năng động của lực lượng doanh nghiệp của TP.HCM giảm đi một cách tương đối so với các địa phương khác trong cả nước.

Kết quả phỏng vấn sâu đại diện các hiệp hội cho thấy chiến lược các nhóm ngành nghề có sự khác nhau. Các doanh nghiệp sản xuất các mặt hàng cần có thương hiệu và khẳng định vị trí thường có chiến lược rõ ràng. Ví dụ trong ngành lương thực thực phẩm, người đại diện của Hội cho rằng chiến lược phát triển là điều bắt buộc với các doanh nghiệp. Chiến lược không còn phù hợp thì thay đổi điều chỉnh. Nếu doanh nghiệp không có chiến lược hoạt động sẽ rất khó tồn tại. Điều ngược lại đối với ngành dệt may, các doanh nghiệp chủ yếu là gia công. Do vậy, đa phần các doanh nghiệp gia công chủ yếu tập trung vào các đơn hàng hiện tại và tìm kiếm đơn hàng mới. Trong bối cảnh như vậy cạnh tranh về giá thường là mạnh nhất và được các doanh nghiệp cho là hiệu quả nhất. Đối với ngành cơ khí và điện tử, kết quả trao đổi của chúng tôi cho thấy, chiến lược hoạt động có vai trò không rõ ràng trong các doanh nghiệp.

Quốc tế hóa hoạt động của các doanh nghiệp. Việt Nam nói chung, TP.HCM nói riêng xuất khẩu rất lớn. Tuy nhiên, phần lớn xuất khẩu đều thuộc các doanh nghiệp FDI, trong khi các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu là gia công. Số doanh nghiệp có khả năng xuất khẩu bằng thương hiệu của mình không nhiều. Đối với thị trường trong nước, một số doanh nghiệp đã khẳng định được thương hiệu với các mặt hàng ưa thích của nhiều hộ gia đình. Tuy nhiên, mức độ cũng vừa phải. Thêm vào vào đó, các thương hiệu nước ngoài đang tạo áp lực rất lớn đối với các thương hiệu trong nước.

Không nên phân biệt thương hiệu và doanh nghiệp hoạt động kinh doanh tại Việt Nam. Tuy nhiên, các doanh nghiệp nước ngoài chuyển lợi nhuận làm được đi. Do vậy, phần giá trị gia tăng (thu nhập quốc dân) mà Việt Nam được hưởng thường thấp hơn so với các doanh nghiệp nội địa. Việc phát triển các doanh nghiệp nội địa hay doanh nghiệp dân tộc là hết sức quan trọng đối với một nền kinh tế. Tuy nhiên, đây là vấn đề hết sức thách thức, chiến lược và hiệu quả hoạt động của lực lượng doanh nghiệp TP. HCM cho thấy điều này.

Quản trị doanh nghiệp. Các doanh nghiệp đánh giá cao việc phân quyền, thu hút tài năng. Tuy nhiên, điều đáng quan tâm là nhóm chỉ tiêu phản ánh năng lực đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp được đánh giá không lạc quan. Các chỉ tiêu gồm: mức độ tiếp thị, chỉ tiêu cho nghiên cứu và phát triển, hiệu quả đo lường, năng lực đổi mới sáng tạo và sử dụng công nghệ ở mức dưới trung bình một độ lệch chuẩn. Thêm vào đó, nhiều phân tích khác đã chỉ ra tính chuyên nghiệp trong quản trị, việc giao quyền cũng như các cơ chế khuyến khích hợp lý đang là những vấn đề cần cải thiện của các doanh nghiệp Việt Nam. Mô hình công ty gia đình đang khá phổ biến ở Việt Nam. Điều này giống với các nước châu Á khác. Kết quả phỏng vấn sâu với các doanh nghiệp có quy mô cũng là đại diện các hội của chúng tôi thấy rằng xu hướng giữ mô hình công ty gia đình vẫn đang rất lớn. Điều này đảm bảo về quyền sở hữu và điều hành của chủ doanh nghiệp. Tuy nhiên, mặt trái của nó là khả năng mở rộng và phát triển.

Trình độ phát triển cụm ngành

So với các địa phương trong nước, các cụm ngành ở TP. HCM có mức độ phát triển cao và đa dạng nhất. Lực lượng doanh nghiệp đông đảo, thị trường rất dày với nhiều mặt hàng và nhiều lớp, đặc biệt là các ngành dịch vụ. Đặc sản của TP. HCM là cái gì cũng có. Tuy nhiên, nhìn trên bình diện quốc tế, các cụm ngành ở TP. HCM là khá khiêm tốn. Trình độ phát triển cụm ngành ở TP. HCM là khá thấp so với các đô thị trung tâm khác trong khu vực châu Á.

Kết quả khảo sát cũng như phỏng vấn sâu là rất đáng quan ngại với sự liên kết và hợp tác giữa các doanh nghiệp trong lõi của các cụm ngành và khả năng phát triển. Điểm số cho hợp tác trong cụm liên kết ngành nằm ngoài mức hai độ lệch chuẩn so với trung bình. Đây là một mức thấp nhất trong các kết quả khảo sát. Hàm ý của kết quả đánh giá này là về cơ bản không có sự hợp tác giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành được xem là đối thủ cạnh tranh của nhau. Tất cả đại diện các hội và hiệp hội tham gia phỏng vấn sâu với chúng tôi đều không lạc quan về vấn đề này. Các doanh nghiệp rất ít chia sẻ thông tin và tham gia đóng góp ý kiến vào những chính sách chung. Kết quả của việc lấy ý kiến góp ý từ các thành viên thường là dưới 5%.

Kết quả khảo sát cũng đánh giá không cao về vai trò của các tổ chức liên kết. Đại diện các tổ chức này thông tin hoạt động xã hội chiếm một phần đáng kể trong khi các hoạt động chuyên môn, mang lại lợi ích thiết thực cho các thành viên không nhiều và ít có chiều sâu.

Cơ chế hoạt động của các tổ chức liên kết, phối hợp và hợp tác. Các ý kiến cho rằng mô hình hoạt động của các tổ chức này chưa hiệu quả gắn với nhu cầu và lợi ích của các hội viên cũng như cả ngành. Cơ chế đóng góp nguồn lực, tạo dựng và chia sẻ lợi ích chưa rõ ràng. Hoạt động của các tổ chức này thương mang dấu ấn của các cá nhân theo các thời kỳ nhiều hơn là một cơ chế chung để tạo dựng sức mạnh tập thể.

Mức đóng tài chính của các hội chủ yếu ở mức 3-5 triệu đồng với số lượng hội viên phổ biến ở mức 300-500 thành viên thì tổng hội phí thu được hàng năm bình quân ở mức 1-2 tỷ đồng. Thêm vào đó, trong nhiều trường hợp các hội viên không hoặc chưa đóng khoản kinh phí này. Kết quả các hội chỉ có khoản kinh phí thường xuyên là hết sức khiêm tốn. Về cơ bản chỉ đủ để duy trì hoạt động tối thiểu của bộ máy tổ chức.

Thu thập và cung cấp thông tin. Thu thập và cung cấp thông tin về xu hướng thị trường, xu hướng công nghệ trong ngành là việc hết sức cần thiết của các tổ chức liên kết do có thể tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả. Tuy nhiên, hoạt động này là hiện khá khiêm tốn ở các hội. Trong những trường hợp chúng tôi phỏng vấn, các hội mới chỉ đang có kế hoạch thực hiện các đánh giá và thu thập thông tin để cung cấp cho các hội viên. Trên thực tế, đây là một hoạt động

cần nguồn lực và chuyên môn. Với nguồn kinh phí hạn hẹp hiện tại của các hội và cả hiệp hội thì rất khó để có thể triển khai và cung cấp dịch vụ này một cách hiệu quả.

Góp ý và vận động chính sách cho sự phát triển của ngành và các doanh nghiệp. Kết quả phỏng vấn sâu của chúng tôi cho thấy, không có tổ chức nào có thể thực hiện việc này một cách bài bản với các khâu từ phân tích chính sách hiện hữu, so sánh với chính sách ở các nước khác và đề ra các chính sách cho sự phát triển của ngành.

Vai trò của nhà nước trong việc thúc đẩy phát triển cụm ngành và nâng cao vai trò của các tổ chức hợp tác và liên kết là rất khiêm tốn. Nhà nước hỗ trợ một số kinh phí về tổ chức hội chợ triển lãm, giới thiệu sản phẩm. Chưa có cơ chế để nâng cao vai trò của hiệp hội và các hội.

Tóm lại, khả năng hợp tác thấp và vai trò hạn chế của các tổ chức hợp tác và liên kết là mắt xích có thể nói là yếu và thách thức trong việc phát triển các cụm ngành ở TP.HCM nói riêng, Việt Nam nói chung.

Môi trường kinh doanh

Môi trường kinh doanh ở TP. HCM nhìn tổng thể là vượt trội so với các địa phương khác. Với các nhân tố đầu vào, hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội tương đương với Hà Nội và tốt hơn hẳn các địa phương khác. Khả năng tự chủ của chính quyền cũng cao nhất của cả nước. Tuy nhiên, những gì chính quyền Thành phố đã và đang làm chưa đáp ứng kỳ vọng của các doanh nghiệp. Trái lại, so sánh với các đô thị trung tâm trong khu vực, các yếu tố đầu vào của TP. HCM ở phía sau một khoảng cách khá xa.

Điều kiện về cầu ở TP. HCM cũng vượt trội so với các địa phương khác trong cả nước. Quy mô thị trường lớn, mức độ quy tụ của các doanh nghiệp, các hoạt động kinh doanh đông đảo. Tuy nhiên, nhìn trên bình diện khu vực thì điều kiện cầu của TP. HCM ở một khoảng cách rất xa so với các thành phố trong khu vực.

Khoảng cách về hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội của TP.HCM so với kỳ vọng của các doanh nghiệp cũng như nền tảng của một nền kinh tế có năng suất cao còn rất lớn. Đây là vấn đề cần thời gian với tầm nhìn chiến lược dài hạn và quyết tâm làm cho bằng được. Tuy nhiên, điều đáng chú ý và việc có thể làm ngay là cải thiện chất lượng phục vụ của chính quyền.

Trên thực tế, TP.HCM có không gian tự chủ về mặt chính sách và ngân sách có lẽ chỉ thấp hơn Hà Nội một chút và vượt trội so với tất cả các địa phương còn lại. Tuy nhiên, một cách nhất quán, kết quả của khảo sát và phỏng vấn sâu trong Báo cáo này cũng như các xếp hạng hiện có như PCI và PAPI cho thấy khoảng cách rất lớn giữa hiệu quả phục vụ của chính quyền so với kỳ vọng của các doanh nghiệp.

Với một lực lượng doanh nghiệp đông đảo, lãnh đạo Thành phố cũng như các cơ quan khác có thể tiếp xúc thường xuyên và giải quyết các vấn đề cho các doanh nghiệp như các địa phương khác trong cả nước. Tuy nhiên, ý kiến phổ biến cho rằng Chính quyền Thành phố chưa gần doanh nghiệp, thủ tục hành chính đang là một gánh nặng rất lớn với doanh nghiệp cùng với các kết quả khảo sát nêu trên cho thấy, vai trò và các chính sách của Chính quyền Thành phố trong việc tạo dựng một lực lượng doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh với năng suất cao có lẽ là chưa đúng và chưa trúng. Vấn đề này cùng với cơ chế hợp tác giữa các doanh nghiệp nêu trên có lẽ là hai nút thắt mang tính chiến lược cần được tháo gỡ càng sớm càng tốt.

Các yếu tố sẵn có

Các doanh nghiệp đáng giá rất cao vai trò của vị trí địa lý của TP.HCM. Đây là một nhân tố tạo ra sức hút của TP. HCM. Ngay cả trên bình diện toàn cầu, TP.HCM có vị trí rất tốt so với nhiều đô thị trung tâm khác trong khu vực.

Trong nước, quy mô nền kinh tế của TP.HCM nói riêng, vùng TP.HCM nói chung là vượt trội so với cả nước, nhưng đang khá khiêm tốn so với tất cả các vùng đô thị trong khu vực. Đây là một bất lợi đáng kể trong nỗ lực nâng cao năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp nói riêng, nền kinh tế nói chung ở trong khu vực.

Tài nguyên (chủ yếu là đất đai) của Thành phố không được đánh giá cao và kỳ vọng. Thiếu đất là cảm nhận chung của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, đây thiên về một ngộ nhận vì trên thực tế TP. HCM đang có rất nhiều đất. Vấn đề nằm ở chỗ là nhiều mảnh đất đã có sẵn hạ tầng, nhưng vẫn bỏ hoang trong nhất nhiều năm. Trên thực tế, đa phần các thành phố (đơn vị hành chính trung tâm của vùng đô thị) trong khu vực có quy mô kinh tế, dân số lớn hơn TP.HCM hiện nay như Tokyo, Seoul, Jakarta và Manila chỉ có diện tích chưa bằng 1/3 của TP.HCM nhưng họ vẫn có thể phát triển rất tốt.

GỢI Ý CHÍNH SÁCH VÀ TIẾP CẬN CHO CÁC DOANH NGHIỆP, CÁC TỔ CHỨC HỢP TÁC VÀ CHÍNH QUYỀN TP.HCM

Đối với các doanh nghiệp

Chiến lược và tầm nhìn đặt trong tâm thế cạnh tranh. Các doanh nghiệp cần có chiến lược hoạt động và đặt trong tâm thế cạnh tranh và ganh đua với các doanh nghiệp khác không chỉ trong nước và cả quốc tế là yếu tố quan trọng để các doanh nghiệp có thể vươn cao. Một khi đặt trong bối cảnh cạnh tranh và so sánh thì các doanh nghiệp có thể cải thiện vị trí của mình dẫn đến cải thiện vị trí của cả lực lượng doanh nghiệp.

Xây dựng thương hiệu và quốc tế hóa. Gia công hay làm thầu phụ là bước khởi đầu của số đông doanh nghiệp. Tuy nhiên, năng suất và khả năng phát triển của doanh nghiệp phụ thuộc vào năng lực đổi mới sáng tạo, tính độc đáo và hữu ích của các sản phẩm dịch vụ được cung cấp. Điều này được kết tinh trong thương hiệu và năng lực của mỗi doanh nghiệp. Do vậy, việc xây dựng thương hiệu và quốc tế hóa thương hiệu là hết sức cần thiết.

Quản trị chuyên nghiệp. Việc duy trình công ty gia đình là khá phổ biến ở các nước châu Á và Việt Nam không phải là ngoại lệ. Tuy nhiên, việc sử dụng các công cụ quản trị hiện đại như phân quyền, cơ chế khuyến khích để thu hút các tài năng và làm việc hiệu quả là cần thiết đối với các doanh nghiệp. Khả năng khó có thể hợp tác và sự tin cậy với người khác đang là những cản trở cho không ít các doanh nghiệp Việt Nam. Điều này cần được cải thiện cùng với việc áp dụng các công cụ quản trị doanh nghiệp hiện đại.

Vai trò chủ động của doanh nghiệp. Bản thân mỗi doanh nhân, doanh nghiệp cần xác định để có thể đạt được mục tiêu trở thành một doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh, mang nhiều lợi nhuận cho mình và tạo nhiều giá trị cho xã hội thì cần phải quyết tâm và chủ động giải quyết những thách thức, tận dụng các cơ hội. Không chỉ riêng doanh nghiệp mà việc hợp tác xây dựng mạng lưới, liên minh là hết sức quan trọng. Doanh nghiệp cần phát huy vai trò nòng cốt trong liên minh tăng trưởng của địa phương. Không giới hạn nhiệm kỳ và địa giới hành chính là không gian để các doanh nghiệp chủ động. Tuy nhiên, đây cũng là những thách thức mà các doanh nghiệp cần phải vượt qua bằng cách xây dựng hệ thống hợp tác và các đối tác ở nhiều lớp khác nhau nhằm đưa ra kết quả tốt nhất cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Đối với các tổ chức hợp tác và phối hợp (hiệp hội và hội ngành nghề)

Cải tiến mô hình tổ chức và hoạt động. Về cơ bản, các tổ chức hợp tác và phối hợp, nhất là các hiệp hội và hội ngành nghề đang hoạt động theo mô hình các tổ chức làm công tác xã hội nhiều hơn là mô hình nghiệp đoàn của những người sở hữu doanh nghiệp với mục tiêu quan trọng nhất là sự phát triển của từng doanh nghiệp dẫn đến sự phát triển của cả lực lượng doanh nghiệp và cả nền kinh tế. Mục tiêu quan trọng nhất của từng doanh nghiệp là lợi nhuận cùng với việc gia tăng giá trị doanh nghiệp mà đằng sau đó là tạo ra của cải và việc làm cho xã hội. Hoạt động của các tổ chức hợp tác và phối hợp nên đặt mục tiêu này là trọng tâm. Các hoạt động xã hội và thiện nguyện là một nội dung cần thiết chứ không phải là quan trọng nhất. Trên cơ sở tổ chức lại mô hình hoạt động, các cơ chế về ban chấp hành và người đại diện cũng nên được gắn trực tiếp với mục tiêu và hoạt động của các doanh nghiệp.

Tạo dựng các cơ chế hợp tác. Hoạt động của các tổ chức hợp tác và phối hợp trên cơ sở xác định mục tiêu cốt lõi là sự phát triển của lực lượng doanh nghiệp nói chung, từng doanh nghiệp nói riêng. Các hoạt động vì lợi ích của hội viên là quan trọng nhất, các hoạt động xã hội là cần thiết và quan trọng, nhưng không nên là chủ yếu.

Quyền lợi và nghĩa vụ của các thành viên trong hội. Nghĩa vụ và quyền lợi gắn với các lợi ích có được từ việc tham gia vào hội và các hoạt động của hội được xác định một cách rõ ràng. Đây là cơ sở để tạo ra cơ chế đóng góp nguồn lực, nhất là tài chính và sử dụng các nguồn lực được đóng góp.

Cung cấp các dịch vụ dùng chung. Các hội và hiệp hội nên xác định các dịch vụ dùng chung và đóng vai trò cung cấp. Thông tin về các xu hướng của thị trường, tiến bộ công nghệ, sự phát triển của ngành là cần thiết cho từng doanh nghiệp. Đây là một dạng hàng hóa công cho các doanh nghiệp trong từng ngành và cho cả lực lượng doanh nghiệp nói chung. Với những thông tin hữu dụng cho cả ngành thì hội là đầu mối thích hợp nhất để cung cấp các dịch vụ và chung cho cả lực lượng doanh nghiệp liên quan đến nhiều ngành nghề thì hiệp hội làm đầu mối.

Tiếp cận cụm ngành với vai trò tiên phong của các tổ chức có tiềm lực và khả năng dẫn dắt. Để các doanh nghiệp có khả năng phát triển với năng lực cạnh tranh cao cần cả một hệ sinh thái hay cụm ngành. Trong đó, với đặc điểm ở Việt Nam, nguồn vốn luôn là một thách thức với các doanh nghiệp và vai trò của các tổ chức tài chính là rất quan trọng. Các tổ chức tài chính, đặc biệt là các ngân hàng thương mại có thể đóng vai trò đầu mối và kết nối tạo ra hệ sinh thái này. Đây là điều nên được triển khai ở TP.HCM với một lực lượng đông đảo các tổ chức tài chính và rất phát triển.

Đối với Chính quyền TP.HCM

Chính quyền phục vụ và đồng hành cùng các doanh nghiệp. Mục tiêu cũng như nhiệm vụ của Chính quyền là tạo việc làm với thu nhập ngày càng cao cho người dân có nhu cầu làm việc và tạo nguồn thu ngân sách để vận hành và cung cấp các dịch vụ công. Trong đó, tạo dựng môi trường kinh doanh để các doanh nghiệp có thể cạnh tranh tốt hơn và hoạt động hiệu quả là hết sức quan trọng.

Với cơ chế đặc thù theo Nghị quyết 98 của Quốc hội, khả năng từ nay đến năm 2030, Trung ương phân cấp thêm cho TP.HCM những chính sách và cơ chế vượt trội là không cao. Do vậy, Thành phố cần tập trung khai thác tốt những dư địa chính sách hiện có nhằm tạo dựng một môi trường kinh doanh thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp. Thực tiễn của chính TP.HCM cũng

như những địa phương khác trong nước và trên thế giới, vấn đề then chốt là cách làm với những giải pháp năng động, sáng tạo, gắn với thực tế.

Gánh nặng thủ tục hành chính và sự gắn kết chưa thực sự mật thiết giữa chính quyền và lực lượng doanh nghiệp được thể hiện rất rõ trong kết quả khảo sát. Đây là vấn đề cần phải cải thiện đầu tiên và thuộc khả năng và trong phạm vi thẩm quyền của chính quyền Thành phố.

Phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật. Vị trí của các doanh nghiệp TP.HCM chưa được như kỳ vọng và trong đánh giá của các doanh nghiệp, hạ tầng kỹ thuật có điểm số rất thấp. Thực tế cho thấy, hạ tầng kỹ thuật của TP.HCM vừa thiếu và vừa yếu. Hệ thống giao thông công cộng công suất lớn trong những khu vực đông dân cư vẫn chưa có, các hạ tầng giao thông kết nối các trung tâm hoạt động kinh tế và các cửa ngõ đang khá thô sơ, chủ yếu là giao thông một mức. Nhà ở chất lượng cao và hiện đại cũng như nhiều hạ tầng khác vẫn còn thiếu. Việc nâng cao chất lượng hạ tầng kỹ thuật có ý nghĩa then chốt với sự phát triển của TP.HCM và cả vùng.

Phát triển hạ tầng xã hội. Giống như hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội của TP.HCM, đặc biệt là giáo dục đại học gắn với phát triển nguồn nhân lực cần được cải thiện cho một hệ sinh thái kinh doanh thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp. Các hạ tầng xã hội được phát triển nên gắn với các cơ chế phối hợp giữa các tổ chức giáo dục và nghiên cứu với các doanh nghiệp cùng với vai trò quan trọng của chính quyền.

Tạo cơ chế và hỗ trợ để các tổ chức hợp tác và phối hợp hoạt động hiệu quả. Trong không gian chính sách của mình, Thành phố có thể để các hội và tổ chức hợp tác hoạt động tự chủ nhất có thể. Thêm vào đó, Thành phố có thể dành một nguồn ngân sách để hỗ trợ các tổ chức hợp tác và phối hợp triển khai các hoạt động cung cấp các dịch vụ dùng chung như đã nêu ở trên. Khoản ngân sách này nên được triển khai theo các dự án cạnh tranh mà các tổ chức phối hợp và hợp tác cần phải có phương án để hội đồng xét duyệt và lựa chọn cấp kinh phí cho những phương án hiệu quả nhất.

KẾT LUẬN

Tính từ Đổi mới, đến giữa những năm 2000, cảm nhận chung là lực lượng doanh nghiệp của TP.HCM được xem là tinh nhuệ nhất và dẫn đầu của cả nước. Tuy nhiên, tương quan đã dần thay đổi và doanh nghiệp của các địa phương khác, nhất là Hà Nội đã lớn mạnh rất nhanh và vượt qua TP.HCM ở một số lĩnh vực. Đến giờ này, cảm nhận sự dẫn đầu của lực lượng doanh nghiệp TP.HCM không còn rõ nét nữa, trong khi nguy cơ bị vượt xa hơn ở trong nước đã hiện hiện hơn. Hơn thế, đặt trong bối cảnh cạnh tranh trong khu vực, lực lượng doanh nghiệp của TP.HCM còn khiêm tốn hơn.

Những phân tích trong Báo cáo này cho thấy về tổng thể lực lượng doanh nghiệp của TP.HCM có quy mô và vai trò rất lớn trong nước. Nhiều khía cạnh lực lượng doanh nghiệp Thành phố vẫn đang dẫn đầu. Tuy nhiên, tốc độ tăng nói chung và khả năng vượt lên của các doanh nghiệp Thành phố đã không được như kỳ vọng. Lực lượng doanh nghiệp nói chung, các doanh nghiệp dẫn đầu nói riêng của các địa phương khác đã đi nhanh hơn một cách tương đối so với TP.HCM.

Để trở thành thành phố có khả năng cạnh tranh trong khu vực thì cần phải cải thiện ở những vấn đề cụ thể. Trong đó, lực lượng doanh nghiệp đóng vai trò then chốt. Bối cảnh như vậy, việc các doanh nghiệp cùng chung tay để tạo dựng các thiết chế hợp tác để củng cố khả năng cạnh tranh của từng doanh nghiệp nói riêng, lực lượng doanh nghiệp nói chung là hết sức quan trọng. Vai trò của Chính quyền trong việc cải thiện môi trường kinh doanh với các nhân tố then

chốt gồm hiệu lực và hiệu quả phục vụ của chính quyền, chất lượng hạ tầng kỹ thuật và chất lượng hạ tầng xã hội là hết sức quan trọng. Các doanh nghiệp của Thành phố Hồ Chí Minh nên cùng đồng hành để có thể đi xa, trong đó sự đồng hành của Chính quyền Thành phố cũng hết sức quan trọng.

MỤC LỤC

PHẦN 1.	GIỚI THIỆU	1
1.1.	LÝ DO THỰC HIỆN VÀ MỤC TIÊU CỦA BÁO CÁO	1
1.1.1.	Bối cảnh	1
1.1.2.	Mục tiêu của Báo cáo.....	4
1.2.	CÁCH TIẾP CẬN, PHẠM VI VÀ GIỚI HẠN CỦA BÁO CÁO	4
1.2.1.	Cách tiếp cận.....	4
1.2.2.	Phạm vi, giới hạn của Báo cáo.....	5
1.3.	CẤU TRÚC BÁO CÁO	5
PHẦN 2.	KHUNG PHÂN TÍCH, CÁCH THỨC ĐO LƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ	6
2.1.	KHÁI NIỆM NĂNG LỰC CẠNH TRANH	6
2.2.	ĐO LƯỜNG CÁC KẾT QUẢ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VÀ ĐỊA PHƯƠNG	6
2.2.1.	Kết quả của các doanh nghiệp	6
2.2.2.	Kết quả của địa phương	7
2.3.	CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VÀ CÁCH THỨC ĐO LƯỜNG	7
2.3.1.	Chiến lược và vận hành của doanh nghiệp	9
2.3.1.1.	<i>Chiến lược và hiệu quả hoạt động</i>	9
2.3.1.2.	<i>Thông lệ và tập quán tổ chức</i>	10
2.3.1.3.	<i>Quốc tế hóa của doanh nghiệp</i>	10
2.3.2.	Trình độ phát triển cụm ngành.....	11
2.3.3.	Môi trường kinh doanh	11
2.3.3.1.	<i>Các nhân tố đầu vào</i>	11
2.3.3.2.	<i>Các điều kiện về cầu</i>	12
2.3.3.3.	<i>Các ngành hỗ trợ và liên quan</i>	12
2.3.4.	Các yếu tố sẵn có của địa phương.....	12
2.3.5.	Thang mẫu đánh giá năng lực cạnh tranh, câu hỏi khảo sát và cách lấy mẫu .	12
2.3.5.1.	<i>Thang mẫu đánh giá năng lực cạnh tranh và câu hỏi khảo sát</i>	12
2.3.5.2.	<i>Mẫu khảo sát</i>	13
PHẦN 3.	VỊ TRÍ LỰC LƯỢNG DOANH NGHIỆP TP.HCM TRONG NƯỚC VÀ TRONG KHU VỰC	17
3.1.	BỨC TRANH CHUNG	17
	<i>Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả</i>	17
3.2.	VỊ TRÍ CỦA NỀN KINH TẾ TP. HCM	18
3.2.1.	Dân số và lực lượng lao động.....	18
3.2.2.	GRDP.....	20
3.2.3.	Thu ngân sách trên địa bàn	24
3.2.4.	Năng suất lao động và thu nhập của người dân	24
3.3.	VỊ TRÍ CỦA LỰC LƯỢNG DOANH NGHIỆP TP. HCM.....	26

3.3.1.	Tổng số doanh nghiệp.....	26
3.3.2.	Giá trị thị trường của doanh nghiệp niêm yết.....	26
3.3.3.	Lao động trong doanh nghiệp.....	27
3.3.4.	Lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp.....	28
3.3.5.	Tổng thu nhập của người lao động.....	28
3.3.6.	Vị trí của lực lượng doanh nghiệp TP. HCM trong khu vực đông nam Á.....	29
3.4.	VỊ TRÍ DOANH NGHIỆP TRONG CÁC NGÀNH KINH TẾ Ở TP. HCM.....	30
3.4.1.	Các nhóm ngành theo niên giám thống kê.....	30
PHẦN 4.	ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA LỰC LƯỢNG DOANH NGHIỆP Ở TP.HCM.....	36
4.1.	CHIẾN LƯỢC VÀ VẬN HÀNH CỦA DOANH NGHIỆP.....	36
4.1.1.	So sánh trong nước và khu vực.....	36
4.1.2.	Kết quả khảo sát.....	37
4.1.2.1.	<i>Chiến lược và hiệu quả hoạt động.....</i>	37
4.1.2.2.	<i>Thông lệ và tập quán tổ chức.....</i>	38
4.1.2.3.	<i>Quốc tế hóa của doanh nghiệp.....</i>	38
4.2.	TRÌNH ĐỘ PHÁT TRIỂN CỤM NGÀNH.....	39
4.2.1.	So sánh trong nước và quốc tế.....	39
4.2.2.	Kết quả khảo sát.....	41
4.3.	Môi trường kinh doanh.....	42
4.3.1.	Các nhân tố đầu vào.....	44
4.3.1.1.	<i>Hạ tầng kỹ thuật.....</i>	44
4.3.1.2.	<i>Hạ tầng xã hội.....</i>	45
4.3.1.3.	<i>Khả năng tự chủ của chính quyền và chất lượng phục vụ.....</i>	45
4.3.1.4.	<i>Kết quả khảo sát.....</i>	47
4.3.2.	Các điều kiện về cầu.....	48
4.3.3.	Các ngành hỗ trợ và liên quan.....	50
4.4.	CÁC YẾU TỐ SẴN CÓ CỦA ĐỊA PHƯƠNG.....	50
4.4.1.	Tài nguyên tự nhiên.....	50
4.4.2.	Vị trí địa lý.....	51
4.4.3.	Quy mô.....	51
4.4.4.	Cảm nhận của các doanh nghiệp.....	53
PHẦN 5.	ĐÁNH GIÁ TỔNG HỢP VÀ CÁC VẤN ĐỀ CÓ THỂ THAM KHẢO CHO CÁC DOANH NGHIỆP, HIỆP HỘI VÀ CHÍNH QUYỀN TP.HCM.....	54
5.1.	ĐÁNH GIÁ TỔNG HỢP.....	54
5.1.1.	Chiến lược và hiệu quả hoạt động của lực lượng doanh nghiệp TP.HCM.....	54
5.1.2.	Trình độ phát triển cụm ngành.....	55
5.1.3.	Môi trường kinh doanh.....	56
5.1.4.	Các yếu tố sẵn có.....	57
5.2.	NHỮNG VẤN ĐỀ CÁC DOANH NGHIỆP CÓ THỂ THAM KHẢO.....	57
5.3.	NHỮNG VẤN ĐỀ CHÍNH QUYỀN THÀNH PHỐ CÓ THỂ THAM KHẢO . Error!	
	Bookmark not defined.	
5.4.	KẾT LUẬN.....	59

DANH SÁCH CÁC BẢNG

Bảng 1. Một số chỉ tiêu về kinh tế và doanh nghiệp cả nước và TP. HCM.....	2
Bảng 2. Điểm số trung bình của các nội dung khảo sát.....	14
Bảng 3. Thứ hạng các chỉ tiêu chung và doanh nghiệp TP.HCM so với cả nước	17
Bảng 4. Xếp hạng một số thành phố trong khu vực của Kearney	18
Bảng 5. GDP bình quân đầu người của một số thành phố.....	21
Bảng 6. Vị trí các doanh nghiệp TP.HCM trong danh sách Fortune 500 của Đông nam Á....	29
Bảng 7. Lao động trong các ngành tại TP.HCM.....	30
Bảng 8. Lợi nhuận theo ngành tại TP.HCM	31
Bảng 9. Thu nhập và giá trị gia tăng bình quân một lao động (triệu đồng/năm).....	32
Bảng 10. Các doanh nghiệp cơ khí trong danh sách VNR500	33
Bảng 11. Các doanh nghiệp điện tử và CNTT trong danh sách VNR500	33
Bảng 12. Các doanh nghiệp nhựa và cao su trong danh sách VNR500.....	34
Bảng 13. Các doanh nghiệp ngành thực phẩm của TPHCM trong danh sách VNR500	34
Bảng 14. Chiến lược và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp	36
Bảng 15. Xếp hạng về hoạt động kinh doanh của Kearney	36
Bảng 16. Xếp hạng tình trạng phát triển cụm ngành của các địa phương	39
Bảng 17. Xếp hạng năng lực đổi mới của các thành phố.....	41
Bảng 18. Xếp hạng môi trường kinh doanh của các địa phương.....	43
Bảng 19. Xếp hạng các cấu phần trong chỉ số các thành phố toàn cầu của Kearney	43
Bảng 20. Xếp hạng hạ tầng kỹ thuật của các địa phương.....	44
Bảng 21. Xếp hạng về hạ tầng xã hội của các địa phương	45
Bảng 22. Xếp hạng về khả năng tự chủ của chính quyền	46
Bảng 23. Xếp hạng về cảm nhận chất lượng phục vụ của chính quyền	47
Bảng 24. Xếp hạng về tài nguyên tự nhiên.....	50
Bảng 25. Xếp hạng về vị trí địa lý	51
Bảng 26. Xếp hạng về quy mô nền kinh tế.....	52

DANH SÁCH CÁC HÌNH

Hình 1. Các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh của một quốc gia	8
Hình 2. Các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp.....	9
Hình 3. Dân số và tỷ trọng dân số của TP.HCM so với cả nước.....	18
Hình 4. Dân số một số vùng đô thị trong khu vực	19
Hình 5. Lực lượng lao động trong độ tuổi của TP. HCM.....	19
Hình 6. GRDP của TP.HCM	20
Hình 7. GRDP của các vùng đô thị trong khu vực	20
Hình 8. GRDP bình quân người của TP. HCM	21
Hình 9. Cơ cấu kinh tế phân theo ba ngành cơ bản năm 2022	22
Hình 10. Quy mô ngành dịch vụ của TP.HCM.....	23
Hình 11. Quy mô ngành Công nghiệp-Xây dựng của TP. HCM.....	23
Hình 12. Thu ngân sách trên địa bàn TP. HCM.....	24
Hình 13. Năng suất lao động bình quân của TP. HCM và cả nước.....	24
Hình 14. Thuế thu nhập cá nhân	25
Hình 15. Thu nhập bình quân đầu người (triệu đồng/tháng)	25
Hình 16. Doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn TP. HCM.....	26
Hình 17. Vốn hóa thị trường và tỷ trọng so với cả nước (tỷ đồng)	26
Hình 18. Lực lượng lao động trong các doanh nghiệp của TP. HCM	27
Hình 19. Lợi nhuận trước thuế của các doanh nghiệp của TP. HCM.....	28
Hình 20. Tổng thu nhập của người lao động trong các doanh nghiệp của TP. HCM.....	28
Hình 21. Chiến lược và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp	37
Hình 22. Thông lệ và tập quán tổ chức	38
Hình 23. Quốc tế hóa của doanh nghiệp	38
Hình 24. 100 cụm ngành toàn cầu năm 2022.....	40
Hình 25. Trình độ phát triển cụm ngành.....	41
Hình 26. Chi tiêu ngân sách so với GDP của một số thành phố.....	46
Hình 27. Các nhân tố đầu vào	47
Hình 28. Các điều kiện về cầu	49
Hình 29. Các ngành hỗ trợ và liên quan	50
Hình 30. Các yếu tố có sẵn của địa phương.....	53

PHẦN 1. GIỚI THIỆU

1.1. LÝ DO THỰC HIỆN VÀ MỤC TIÊU CỦA BÁO CÁO

1.1.1. Bối cảnh

Doanh nghiệp là lực lượng quan trọng nhất tạo ra của cải của toàn xã hội. Các doanh nghiệp tạo giá trị gia tăng đóng góp vào GDP, việc làm cho người dân và nguồn thu ngân sách cho nhà nước. Do đó, sự phát triển bền vững của TP. Hồ Chí Minh (TP. HCM) phụ thuộc vào năng lực tạo ra giá trị gia tăng cũng như năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp.

Về tổng thể, TP. HCM vẫn là nơi ưa thích để các doanh nghiệp đặt trụ sở và tổ chức hoạt động kinh doanh ở Việt Nam. Theo Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam năm 2023, đến ngày 31/12/2022, TP. HCM có hơn 274 nghìn doanh nghiệp đang hoạt động, chiếm 30,6% số doanh nghiệp của cả nước, gấp gần 1,5 lần địa phương xếp thứ hai là Hà Nội; và bằng xấp xỉ tổng số doanh nghiệp của bốn địa phương liền kề gồm Hà Nội, Bình Dương, Đồng Nai và Đà Nẵng. Số doanh nghiệp bình quân trên 1000 lao động của TP. HCM 61,8, cao hơn rất nhiều so với hai địa phương sau đó gồm Hà Nội 48,5 và Đà Nẵng 42,1. Lực lượng doanh nghiệp của Thành phố tạo ra 2,7 triệu việc làm, chiếm 18,3% số lao động trong các doanh nghiệp của cả nước; tổng lợi nhuận trước thuế đạt 222 nghìn tỷ đồng, chiếm 17,4% lợi nhuận của các doanh nghiệp cả nước; thu nhập của người lao động đạt 386 nghìn tỷ đồng, chiếm 21,3% thu nhập của người lao động trong các doanh nghiệp của cả nước. Với 9,4% dân số của cả nước, mức bình quân đầu người các chỉ tiêu trên của TP.HCM cao hơn rất nhiều so với bình quân của cả nước.

Mặc dù TP. HCM vẫn dẫn đầu cả nước về giá trị tuyệt đối ở nhiều chỉ tiêu, nhưng quy mô và kết quả hoạt động của lực lượng doanh nghiệp nói riêng, các kết quả kinh tế nói chung của TP. HCM, đang đi xuống một cách tương đối so với bình quân chung của cả nước; trong khi một số địa phương các có sự bứt tốc để đuổi kịp TP.HCM xét về tổng thể và đã có những mặt vượt qua như giá trị thị trường của các công ty niêm yết trên các thị trường chứng khoán và số lượng và vị trí doanh nghiệp trong 500 doanh nghiệp lớn nhất đông nam Á do Tạp chí Fortune xếp hạng (Fortune 500).

Thêm vào đó, so với các đô thị trung tâm trong khu vực, khả năng cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp TP.HCM, nhất là các doanh nghiệp dẫn đầu còn rất khiêm tốn. Các doanh nghiệp nói riêng, kinh tế nói chung của TP.HCM vẫn chưa thể thu hẹp khoảng cách với các đô thị đi trước trong khu vực.

Trong cả thời kỳ phân tích, về cơ bản, tốc độ tăng trưởng của TP.HCM thấp hơn mặt bằng chung của cả nước (**Bảng 1**). Nhìn theo giai đoạn, các chỉ tiêu về kết quả kinh tế và doanh nghiệp của TP. HCM có xu hướng tăng trong giai đoạn 2000-2010 và giảm từ năm 2010 đến nay. Trong đó, nhiều tỷ phần của TP.HCM so với cả nước của năm có số liệu gần nhất đã thấp hơn năm 2000.

Về số doanh nghiệp, năm 2010 Thành phố chiếm 33% cả nước, tăng từ 21,5% năm 2000, nhưng đến năm 2019 còn 31,6% và 2022 chỉ còn 30,6%.

Về số lao động trong các doanh nghiệp, năm 2010, Thành phố chiếm 23,4% cả nước, tăng từ 21,5% năm 2000, nhưng đến năm 2019 còn 19,4% và năm 2021 chỉ còn 18,3%. Tốc độ tăng số

lao động trong doanh nghiệp trong giai đoạn 2010-2021, TP. HCM chỉ xếp thứ 42 trong 63 địa phương của cả nước.

Bảng 1. Một số chỉ tiêu về kinh tế và doanh nghiệp cả nước và TP. HCM

TT	Chỉ tiêu	ĐVT	2000	2010	2019	2023
I	Các chỉ tiêu chung					
1	Dân số cả nước	Nghìn	77,631	87,067	97,583	100,309
	TP. HCM	Nghìn	5,275	7,402	9,228	9,456
	TP. HCM/Cả nước	%	6.8%	8.5%	9.5%	9.4%
2	GDP cả nước	1000 tỷ	442	2,740	8,044	10,222
	TP. HCM	1000 tỷ	76	513	1,372	1,621
	TP. HCM/Cả nước	%	17.2%	18.7%	17.0%	15.9%
3	Thu NS cả nước	1000 tỷ	91	558	1,553	1,752
	TP. HCM	1000 tỷ	26	172	410	446
	TP. HCM/Cả nước	%	28.6%	30.8%	26.4%	25.5%
4	Thu từ các DN	1000 tỷ		135	604	812
	TP. HCM	1000 tỷ		40	155	194
	TP. HCM/Cả nước	%		29.6%	25.7%	23.9%
5	Thuế TN cá nhân	1000 tỷ		26	115	155
	TP. HCM	1000 tỷ		10	41	57
	TP. HCM/Cả nước	%		38.9%	35.2%	36.9%
6	Xuất khẩu cả nước	Tỷ USD	15	72	283	372
	TP. HCM	Tỷ USD	6	23	40	47
	TP. HCM/Cả nước	%	43.2%	31.2%	14.2%	12.7%
II	Các chỉ tiêu về DN					
1	Số DN cả nước	Nghìn	39	279	812	896
	TP. HCM	Nghìn	8	96	255	274
	TP. HCM/Cả nước	%	21.5%	34.3%	31.4%	30.6%
2	LĐ trong DN cả nước	Nghìn	3,356	9,741	14,702	14,800
	TP. HCM	Nghìn	757	2,283	2,813	2,701
	TP. HCM/Cả nước	%	22.6%	23.4%	19.1%	18.3%
3	Tổng lao động cả nước	Nghìn	37,075	49,124	53,609	50,604
	TP. HCM	Nghìn	2,237	3,708	4,590	4,507
	TP. HCM/Cả nước	%	6.0%	7.5%	8.6%	8.9%
4	LĐ trong DN so với tổng LĐ	%	9.1%	19.8%	27.4%	29.2%
	TP. HCM	%	33.8%	61.6%	61.3%	59.9%
5	LNTT của DN cả nước	1000 tỷ	41	356	954	1,277
	TP. HCM	1000 tỷ	4	100	205	222
	TP. HCM/Cả nước	%	10.5%	28.1%	21.5%	17.4%

Nguồn: Các tác giả tổng hợp từ số liệu thống kê chính thức

Về lợi nhuận trước thuế, năm 2010, các doanh nghiệp Thành phố chiếm 28,1% của cả nước so với 10,5% năm 2000 và con số năm 2019 là 19,2% và 2021 là 17,4%. Tốc độ tăng lợi nhuận trước

thuế của các doanh nghiệp trong giai đoạn 2010-2021, TP. HCM chỉ xếp thứ 32 trong 63 địa phương của cả nước.

Vị thế và vai trò của các doanh nghiệp lớn của TP. HCM trong cả nước cũng có sự suy giảm đáng kể. Cụ thể là, Thành phố chỉ có duy nhất một doanh nghiệp góp mặt trong 10 doanh nghiệp nộp thuế lớn nhất cả nước vào năm 2022; và không có doanh nghiệp nào trong 10 doanh nghiệp lớn nhất Việt Nam theo xếp hạng của Công ty Cổ phần Báo cáo Đánh giá Việt Nam (VNR500). Nếu chỉ xét các doanh nghiệp tư nhân, theo xếp hạng trên, trong nhóm 10 doanh nghiệp lớn nhất, năm 2010 Thành phố có 5, nhưng đến năm 2022 chỉ còn 3. Trong danh sách Fortune 500 công bố vào tháng 6/2024, Việt Nam có 70 doanh nghiệp với 30 ở Hà Nội và 25 ở TP.HCM. 10 doanh nghiệp lớn nhất trong Fortune 500 thì Hà Nội có 6 và TP.HCM có 2.

Trong các công ty niêm yết – nhóm có thể xem là những doanh nghiệp tốt nhất trong lực lượng doanh nghiệp, các doanh nghiệp của Thành phố chiếm 49,6% tổng giá trị vốn hóa thị trường chứng khoán, 31,4% lợi nhuận sau thuế, 32,6% thu nhập của người lao động vào năm 2010. Các con số của năm 2022 lần lượt là 32% giá trị vốn hóa thị trường, 34,7% lợi nhuận sau thuế, 19,3% thu nhập của người lao động và 24,3% lực lượng doanh nghiệp. Như vậy, giá trị thị trường là một trong những thước đo quan trọng nhất thì lại là chỉ tiêu có sự sụt giảm mạnh nhất. Giá trị thị trường của các doanh nghiệp niêm yết tại Hà Nội đã vượt quá 50%.

Hiện tại Việt Nam có 6 tỷ phú với hai người thuộc doanh nghiệp có trụ sở ở TP.HCM, còn lại là Hà Nội. Việt Nam đặt mục tiêu đến năm 2030 sẽ có 10 tỷ phú. Câu hỏi đặt ra là nếu mục tiêu này đạt được thì TP.HCM sẽ có bao nhiêu?

Những chỉ số nêu trên của các doanh nghiệp cũng đi cùng với sự chậm đi một số tương đối của kinh tế thành phố và đời sống người dân. Do đã đi trước các địa phương khác nên tổng quy mô của nền kinh tế vẫn dẫn đầu cả nước và có một khoảng cách rất xa so với các địa phương khác. Tuy nhiên, mức tăng của Thành phố đang rất thấp.

Cụ thể, trong giai đoạn 2010, 2023, trong 63 địa phương, mức tăng tổng GRDP xếp thứ 27, mức tăng GRDP/người xếp thứ 54, mức tăng năng suất lao động xếp thứ 53, mức tăng thu nhập/người xếp thứ 61 và mức tăng tiền lương/người xếp thứ 62.

Tỷ phần GDP của TP.HCM so với cả nước từ 17,2% năm 2000, tăng lên 18,7% năm 2010, giảm còn 17% năm 2019 và còn 15,9% năm 2023. Tỷ phần thu ngân sách từ 28,6% năm 2000, tăng lên 30,8% năm 2010, giảm còn 26,4% năm 2019 và còn 25,5% năm 2023. Xuất khẩu từ 43,2% năm 2000, xuống 31,2% năm 2010, 14,2% năm 2019 và còn 12,7% năm 2023.

TP. HCM đã xác định 4 ngành công nghiệp trọng yếu là: (i) cơ khí; (ii) điện tử - công nghệ thông tin; (iii) hóa dược - cao su nhựa; và (iv) chế biến lương thực - thực phẩm. Đây là những ngành được xem là có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao, tạo tác động lan tỏa tích cực đến các ngành kinh tế khác. Tuy nhiên, nhìn chung, các kết quả đạt được so với bình quân chung của các nước là khá khiêm tốn.

Thêm vào đó, dịch vụ được xem là thế mạnh và trọng tâm của TP.HCM. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng ngành này ở TP.HCM trong giai đoạn 2010-2023 cũng đã thấp hơn bình quân của cả nước. Kết quả, tỷ phần dịch vụ từ 26,6% năm 2010, giảm còn 25,5% vào năm 2019 và 24,2% vào năm 2023. Tỷ phần của các dịch vụ có giá trị gia tăng cao như tài chính ngân hàng và viễn thông đã sụt giảm đáng kể trong thời gian gần đây.

Tóm lại, lực lượng doanh nghiệp của TP. HCM vẫn đông hơn so với cả nước, nhưng không hẳn đã mạnh và tinh nhuệ. Các doanh nghiệp của TP. HCM chưa thể hiện được năng lực cạnh tranh nổi trội so với mặt bằng chung của cả nước và có xu hướng chậm lại một cách tương đối. So với bên ngoài, chưa có dấu hiệu cho thấy lực lượng doanh nghiệp nói riêng, kinh tế TP.HCM nói chung có thể đuổi kịp các thành phố đi trước trong khu vực.

Hoạt động của doanh nghiệp phụ thuộc vào năng lực nội tại của mình và môi trường hoạt động. Các nhân tố liên quan tác động như thế nào đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ở TP. HCM và các doanh nghiệp TP. HCM đánh giá/cảm nhận như thế nào về môi trường hoạt động và chiến lược cũng như hoạt động của mình? Đây là những câu hỏi cần được trả lời.

1.1.2. Mục tiêu của Báo cáo

Việc biết được năng lực cạnh tranh và vị trí của lực lượng doanh nghiệp TP.HCM so với các nơi khác là hết sức quan trọng. Để có một bức tranh tổng thể về sự phát triển trong dài hạn và vị trí của lực lượng doanh nghiệp TP.HCM, *Báo cáo Phân tích Năng lực Cạnh tranh Doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh năm 2023* tập trung vào ba mục tiêu sau:

Thứ nhất, phân tích kết quả hoạt động giai đoạn 2000-2023 để đánh giá vị thế hiện tại và sự thay đổi vị thế theo thời gian của lực lượng doanh nghiệp tại TP. HCM. Việc phân tích được chia làm các thời kỳ gồm: 2000- 2010, 2010-2019, và 2019-2023 để thấy sự thay đổi dài hạn và tác động của Đại dịch Covid – một biến cố rất lớn gần đây.

Thứ hai, đánh giá năng lực cạnh tranh nội tại và môi trường hoạt động của lực lượng doanh nghiệp ở TP. HCM. Việc đánh giá này dựa vào các số liệu có sẵn, khảo sát cảm nhận và đánh giá chủ quan của người đại diện các doanh nghiệp và những người có liên quan và am hiểu về lực lượng doanh nghiệp cũng như nền kinh tế TP.HCM, đặt trong bối cảnh cả nước và khu vực.

Thứ ba, nêu ra các gợi ý để các doanh nghiệp, các tổ chức hợp tác và phối hợp như hội và hiệp hội, và các cơ quan ban ngành của TP.HCM có thể tham khảo trong nỗ lực tạo dựng một lực lượng doanh nghiệp có năng lực cạnh tranh cao, tạo ra nhiều của cải cho xã hội và việc làm cho người lao động.

1.2. CÁCH TIẾP CẬN, PHẠM VI VÀ GIỚI HẠN CỦA BÁO CÁO

1.2.1. Cách tiếp cận

Cách tiếp cận của Báo cáo này dựa trên các nguyên tắc sau đây:

Thứ nhất, cách tiếp cận liên ngành, liên thời gian. Năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp gắn với tăng trưởng, phát triển của một nền kinh tế không phụ thuộc vào một vài yếu tố đơn lẻ mà đến từ sự kết hợp của nhiều yếu tố (cả bên trong và bên ngoài), cũng như sự dịch chuyển, thay đổi của các yếu tố này theo thời gian. Do vậy, các nội dung phân tích được phân tích, đánh giá dựa trên mối quan hệ mật thiết giữa các yếu tố liên quan, cũng như quá trình vận động của các yếu tố trong quá khứ và xu hướng trong tương lai.

Thứ hai, cách tiếp cận dựa trên bằng chứng. Các phân tích, nhận định đều dựa trên bằng chứng thể hiện thông qua dữ liệu và thông tin thu được từ những nguồn tin cậy. Ngoài dữ liệu thứ cấp, chúng tôi thực hiện khảo sát với các doanh nghiệp và những bên liên quan. Kết quả khảo sát được sử dụng để minh họa và/hoặc đối chiếu với các thông tin, dữ liệu thứ cấp để làm rõ các phân tích đánh giá dựa vào các thông tin dữ liệu có sẵn.

Thứ ba, khung phân tích năng lực cạnh tranh của Michael Porter và các khung phân tích liên quan được điều chỉnh cho phù hợp với bối cảnh thực tế ở Việt Nam.

1.2.2. Phạm vi, giới hạn của Báo cáo

Về không gian. Thành phố Hồ Chí Minh.

Về thời gian. 2000-2023, với ba giai đoạn gồm 2000-2010, 2010-2019, và 2019-2023 (hoặc năm có dữ liệu gần nhất).

Về nội dung. Báo cáo tập trung vào ba nội dung gồm: (i) vị trí hiện tại và sự thay đổi vị trí của lực lượng doanh nghiệp, (ii) năng lực cạnh tranh nội tại của các doanh nghiệp, và (iii) các nhân tố bên ngoài tác động đến năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp của TP. HCM.

1.3. CẤU TRÚC BÁO CÁO

Báo cáo được cấu trúc thành 5 phần như sau:

Phần 1. Giới thiệu chung

Phần 2. Khung phân tích, cách thức đo lường

Phần 3. Vị trí của nền kinh tế và lực lượng doanh nghiệp TP. HCM

Phần 4. Phân tích năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp TP. HCM

Phần 5. Đánh giá chung và các gợi ý chính sách có thể tham khảo cho các doanh nghiệp, các tổ chức hợp tác và phối hợp và Chính quyền TP. HCM.

PHẦN 2. KHUNG PHÂN TÍCH, CÁCH THỨC ĐO LƯỜNG VÀ ĐÁNH GIÁ

Michael Porter được xem là người đi tiên phong về lý thuyết cạnh tranh và chiến lược phát triển. Các khung phân tích với các yếu tố và cách tiếp cận linh hoạt của ông có thể áp dụng ở phạm vi quốc gia, vùng, địa phương, cụm ngành hay từng tổ chức, doanh nghiệp. Báo cáo này sử dụng các lý thuyết và tiếp cận của Porter với những hiệu chỉnh cần thiết làm nền tảng cho các phân tích và đánh giá.

2.1. KHÁI NIỆM NĂNG LỰC CẠNH TRANH

Năng lực cạnh tranh trong Báo cáo này được nhìn từ góc nhìn của các doanh nghiệp và góc nhìn của các địa phương (cả nền kinh tế).

Năng suất là một đo lường của các kết quả kinh tế mà nó so sánh khối lượng sản phẩm và dịch vụ (kết quả đầu ra) với khối lượng các đầu vào được dùng để tạo ra hàng hóa dịch vụ đó.

Đối với các địa phương, năng lực cạnh tranh là năng suất mà một địa phương tận dụng được nguồn nhân lực, vốn và các yếu tố có sẵn của mình để tạo ra giá trị. Nói cách khác, năng lực cạnh tranh nền tảng (*foundational competitiveness*) là mức kỳ vọng của giá trị đầu ra trên một cá nhân trong độ tuổi làm việc với một chất lượng tổng thể của một địa phương như một nơi để kinh doanh. Cả năng suất của lực lượng lao động đang làm việc và khả năng tuyển dụng phần lớn những người sẵn sàng làm việc (lực lượng lao động) quyết định đến sự thịnh vượng của một địa phương. Năng suất quyết định mức lương, việc làm và mức sống. Không phải là một địa phương cạnh tranh trong lĩnh vực nào quyết định đến sự thịnh vượng của mình mà là mức độ năng suất như thế nào mà địa phương đó cạnh tranh.

Năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp được đo bằng khả năng tạo ra lợi nhuận lâu dài và ổn định. Lợi thế cạnh tranh đề cập đến các yếu tố mà chúng cho phép một công ty tạo ra các hàng hóa hoặc dịch vụ tốt hơn hoặc chi phí thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh. Nói cách khác, một công ty có được khả năng siêu lợi nhuận bằng cách hoặc là bán được giá cao hơn hoặc là chi phí thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh. Cũng như một địa phương, năng suất, suy cho cùng, là nhân tố quyết định đến năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp. Năm lực lượng định hình cạnh tranh của một ngành gồm: (i) Cạnh tranh trong ngành; (ii) Tiềm năng của những người mới gia nhập ngành; (iii) Quyền lực của nhà cung cấp; (iv) Sức mạnh của khách hàng; và (v) Đe dọa của sản phẩm thay thế.

2.2. ĐO LƯỜNG CÁC KẾT QUẢ CỦA CÁC DOANH NGHIỆP VÀ ĐỊA PHƯƠNG

Báo cáo này, đo lường và đánh giá toàn bộ lực lượng doanh nghiệp đặt trong tổng thể nền kinh tế TP.HCM. Do vậy, các chỉ tiêu đo lường kết quả đạt được của các doanh nghiệp và nền kinh tế địa phương sẽ được sử dụng.

2.2.1. Kết quả của các doanh nghiệp

Giá trị thị trường là thước đo có thể nói là chuẩn xác nhất đối với từng doanh nghiệp nói riêng, lực lượng doanh nghiệp nói chung. Giá trị thị trường của các doanh nghiệp bao gồm khả năng làm ra lợi nhuận và tính ổn định của nó. Tuy nhiên, giá trị thị trường của doanh nghiệp chỉ có thể tìm được với các doanh nghiệp niêm yết. Hơn thế, dưới góc độ của cả nền kinh tế, lợi nhuận chỉ là

một yếu tố. Do vậy, cần có những thước đo khác cho toàn bộ lực lượng doanh nghiệp của một địa phương. Các chỉ tiêu về doanh nghiệp được sử dụng như sau:

- Tỷ phần tổng số doanh nghiệp và tốc độ tăng số doanh nghiệp
- Tỷ phần và tốc độ tăng lợi nhuận của các doanh nghiệp
- Tỷ phần và tốc độ tăng thu ngân sách từ các doanh nghiệp
- Tỷ phần và tốc độ tăng việc làm trong các doanh nghiệp
- Tỷ lệ việc làm trong các doanh nghiệp trong tổng việc làm của toàn nền kinh tế
- Thu nhập bình quân của người lao động trong doanh nghiệp và tốc độ tăng

2.2.2. Kết quả của địa phương

Mục tiêu của một địa phương là tạo việc làm với thu nhập ngày càng gia tăng cho người dân và nguồn thu ngân sách để chính quyền có thể cung cấp các dịch vụ công cần thiết cho toàn dân. Để có thể tạo ra các cơ sở việc làm và các cơ sở thuế, một địa phương cần thu hút các doanh nghiệp, lực lượng lao động có kỹ năng (đặc biệt là các tài năng hay người giỏi), và các hộ gia đình khá giả. Các chỉ tiêu cho toàn nền kinh tế gồm:

- Tỷ phần và tốc độ tăng dân số
- Tỷ phần và tốc độ tăng trưởng GRDP
- Tỷ phần và tốc độ tăng trưởng việc làm trong nền kinh tế
- Tỷ phần và tốc độ tăng thu ngân sách địa phương
- Tỷ phần và tốc độ tăng thuế thu nhập cá nhân
- GRDP bình quân đầu người tốc độ tăng trưởng
- GRDP bình quân/người lao động đang làm việc
- Thu nhập bình quân đầu người và tốc độ tăng
- Thu nhập từ tiền lương bình quân đầu người và tốc độ tăng

2.3. CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP VÀ CÁCH THỨC ĐO LƯỜNG

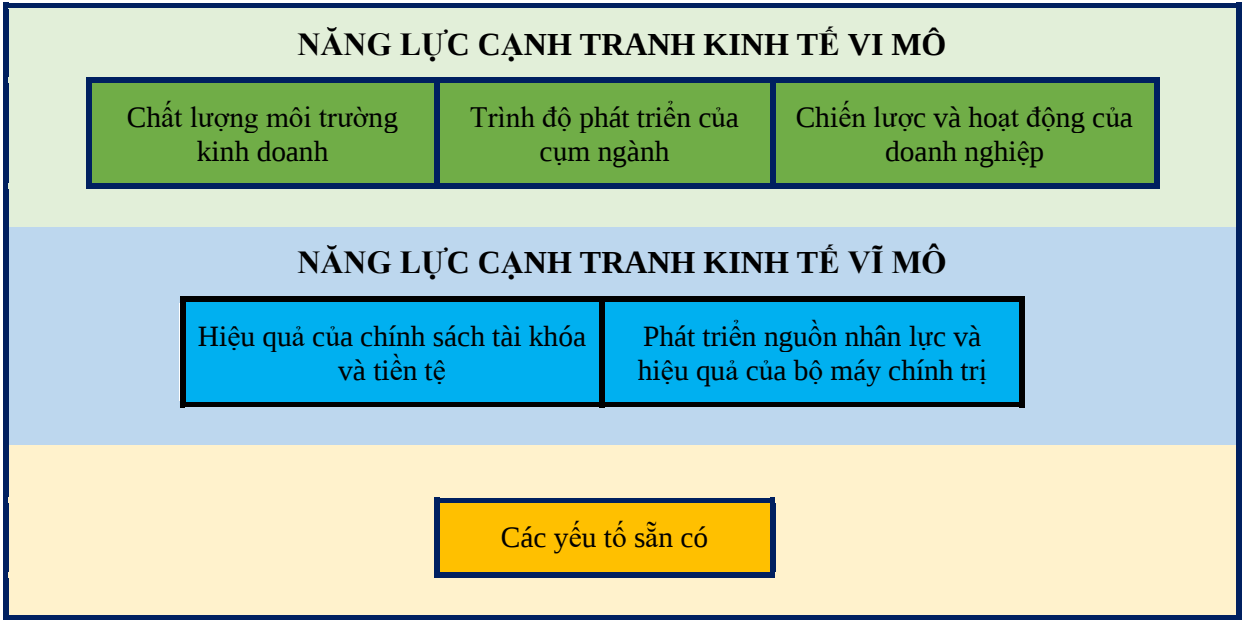
Từ lăng kính của doanh nghiệp, năng lực cạnh tranh được quyết định bởi các nhân tố nội tại hay nội lực của doanh nghiệp, và các nhân tố bên ngoài. Hình 1, Porter đưa ra khung phân tích ba lớp đánh giá năng lực cạnh tranh của một nền quốc gia gồm: năng lực cạnh tranh kinh tế vi mô, năng lực cạnh tranh kinh tế vĩ mô và các yếu tố sẵn có.

Các yếu tố sẵn có tạo ra nền tảng cho thịnh vượng, nhưng thịnh vượng thực được tạo ra bởi năng suất trong việc sử dụng các yếu tố có sẵn. Các yếu tố có sẵn gồm tài nguyên tự nhiên, vị trí địa lý và quy mô của nền kinh tế.

Năng lực cạnh tranh kinh tế vĩ mô thiết lập tiềm năng cho năng suất cao gồm hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội, và năng lực cùng với chất lượng phục vụ của chính quyền.

Năng lực cạnh tranh kinh tế vi mô là khả năng nội tại của các doanh nghiệp cũng như việc hợp tác và liên kết cùng nhau. Ba thành tố chính của năng lực cạnh tranh kinh tế vi mô của doanh nghiệp gồm: chất lượng môi trường kinh doanh, trình độ phát triển cụm ngành, và chiến lược và hoạt động của các doanh nghiệp.

Hình 1. Các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh của một quốc gia



Nguồn: Các tác giả vẽ lại từ khung phân tích của Porter trên trang web của Viện Chiến lược và Cạnh tranh của Trường Kinh doanh Harvard

Năng suất, cuối cùng phụ thuộc vào khả năng cải thiện năng lực kinh tế vĩ mô của một nền kinh tế và sự phức tạp và tinh vi trong cạnh tranh địa phương. Các doanh nghiệp và chính quyền đóng các vai trò khác nhau nhưng liên quan trong việc tạo ra một nền kinh tế năng suất. Chỉ các doanh nghiệp có thể tạo ra việc làm và của cải. Các địa phương cạnh tranh để đưa ra môi trường năng suất nhất cho các doanh nghiệp.

Nhìn ở góc độ doanh nghiệp trong từng địa phương, có thể triển khai khung phân tích ba lớp của Porter thành bốn lớp như **Hình 2**.

Lớp trong cùng là chiến lược và hoạt động của doanh nghiệp. Đây là các yếu tố bên trong hay nội tại quyết định đến khả năng gia tăng giá trị, khả năng cạnh tranh của từng doanh nghiệp.

Lớp thứ hai là trình độ phát triển của cụm ngành. Hoạt động của doanh nghiệp không phải riêng lẻ mà trong những cụm ngành với các nhân tố tác động. Nếu cụm ngành càng phát triển thì khả năng tạo ra năng suất hay năng lực cạnh tranh càng cao. Cạnh tranh lẫn nhau giữa các doanh nghiệp là tất yếu. Tuy nhiên, muốn đi xa thì phải đi cùng nhau. Bên cạnh việc cạnh tranh thì các doanh nghiệp cũng cần hợp tác để tạo ra các hạ tầng hay dịch vụ dùng chung mà tất cả các doanh nghiệp trong cụm ngành đều cần.

Lớp thứ ba là môi trường kinh doanh mà ở đó các doanh nghiệp trong một địa phương tổ chức các hoạt động kinh doanh.

Lớp cuối cùng là các yếu tố hay tài nguyên sẵn có của một địa phương. Nội dung cụ thể của từng lớp được trình bày trong phần tiếp theo.

Hình 2. Các yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp



Nguồn: Các tác giả hiệu chỉnh từ khung phân tích của Michael Porter

2.3.1. Chiến lược và vận hành của doanh nghiệp

Porter chia chiến lược và vận hành của doanh nghiệp thành ba nhóm gồm: chiến lược và hiệu quả vận hành, các thông lệ và tập quán tổ chức, và khả năng quốc tế hóa. Các thành phần cụ thể của từng nhóm như sau.

2.3.1.1. Chiến lược và hiệu quả hoạt động

Hấp thụ công nghệ cấp doanh nghiệp (Firm-level technology absorption). Nội dung này đánh giá khả năng hấp thụ các công nghệ mới của doanh nghiệp. Câu hỏi khảo sát cho nội dung này là công ty của bạn (1= không có khả năng hấp thụ công nghệ mới, <1, 7 = hấp thụ các công nghệ mới một cách nhanh chóng và chủ động).

Chi tiêu của công ty cho nghiên cứu và phát triển (Company spending on R&D). Nội dung này đánh giá mức độ chi tiêu cho nghiên cứu phát triển của doanh nghiệp. Câu hỏi khảo sát cho nội dung này là doanh nghiệp của bạn (1 = không chi tiêu cho nghiên cứu và phát triển, 7 = chi tiêu rất mạnh cho nghiên cứu phát triển so với các doanh nghiệp trong cùng ngành trên thế giới).

Bản chất của lợi thế cạnh tranh (Nature of competitive advantage). Nội dung này đánh giá bản chất cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường, nhất là thị trường quốc tế. Câu hỏi khảo sát cho nội dung này là năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp của bạn chủ yếu là (1 = chi phí thấp hoặc các tài nguyên tự nhiên sẵn có, 7 = các sản phẩm và quy trình độc đáo).

Độ rộng chuỗi giá trị (Value chain breadth). Nội dung này đánh giá mức độ tham gia vào chuỗi giá trị của doanh nghiệp. Câu hỏi khảo sát cho nội dung này là công ty của bạn (1 = chủ yếu tham gia vào những khâu riêng lẻ trong chuỗi giá trị, ví dụ khai thác tài nguyên hoặc gia công các sản phẩm, 7 = tham gia vào hầu hết các khâu của chuỗi giá trị, ví dụ không chỉ sản xuất là còn thiết kế sản phẩm, tiếp thị, các dịch vụ hậu cần và hỗ trợ sau khi bán hàng).

Năng lực đổi mới sáng tạo (Capacity for innovation). Chỉ tiêu này đánh giá năng lực đổi mới sáng tạo của doanh nghiệp. Câu hỏi khảo sát cho nội dung này là công ty của bạn cho được công nghệ

(1= hoàn toàn mua lại công nghệ hoặc bắt chước các công ty khác, 7 = thực hiện các nghiên cứu chính thức và tiên phong trong việc tạo ra các sản phẩm và quy trình mới).

Độ phức tạp của quy trình sản xuất (Production process sophistication). Nội dung này đánh giá mức độ phức tạp của quy trình sản xuất. Câu hỏi khảo sát cho nội dung này là công ty của bạn (1 = sử dụng các phương pháp sản xuất thâm dụng lao động hoặc các thể hệ cũ của công nghệ sản xuất, 7 = sử dụng công nghệ chế tạo hiệu quả và tốt nhất thế giới).

Mức độ tiếp thị (Extent of marketing). Nội dung này đánh giá mức độ tiếp thị của doanh nghiệp. Câu hỏi khảo sát cho nội dung này là công tác tiếp thị của công ty của bạn (1= giới hạn và thô sơ, 7 = cao cấp và sử dụng các kỹ thuật và công cụ tinh vi và phức tạp hàng đầu thế giới).

Mức độ định hướng khách hàng (Degree of customer orientation). Nội dung này đánh giá việc quan tâm và chăm sóc khách hàng của doanh nghiệp. Câu hỏi khảo sát cho nội dung này là công ty của bạn (1 = nhìn chung là đối xử với khách hàng rất tệ, 7 = rất nhạy cảm với khách hàng và giữ chân khách hàng).

2.3.1.2. Thông lệ và tập quán tổ chức

Mức độ đào tạo nhân viên (Extent of staff training). Nội dung này đánh giá việc đào tạo đội ngũ và công tác nhân sự của doanh nghiệp. Câu hỏi khảo sát cho nội dung này là công ty của bạn (1= đầu tư rất ít cho việc đào tạo và tái đào tạo đội ngũ và phát triển đội ngũ nhân sự, 7 = đầu tư mạnh vào việc thu hút, đào tạo và giữ chân đội ngũ nhân sự).

Sẵn sàng giao quyền (Willingness to delegate authority). Nội dung này đánh giá việc giao quyền trong các cấp trong doanh nghiệp. Câu hỏi cho nội dung này là trong doanh nghiệp của bạn, mức độ sẵn sàng ủy quyền cho cấp dưới là (1 = thấp—quản lý cấp cao kiểm soát tất cả các quyết định quan trọng, 7 = cao—quyền hạn chủ yếu được ủy quyền cho người đứng đầu đơn vị kinh doanh và các nhà quản lý cấp thấp khác)

Mức độ thù lao khuyến khích (chia sẻ lợi ích) (Extent of incentive compensation). Nội dung này đánh giá việc chia sẻ lợi ích và thù lao khuyến khích cho đội ngũ. Câu hỏi cho nội dung này là trong doanh nghiệp của bạn thu nhập của đội ngũ quản lý (1= chủ yếu là lương hàng tháng, 7 = rất đa dạng và thu nhập của đội ngũ quản lý rất cao gắn với kết quả hoạt động của doanh nghiệp).

Vai trò của quản lý chuyên nghiệp (Reliance on professional management). Nội dung này đánh giá về cách thức quản lý của doanh nghiệp. Câu hỏi cho nội dung này là các vị trí quản lý cấp cao ở công ty của bạn là (1 = thường được nắm giữ bởi người thân hoặc bạn bè mà không quan tâm đến thành tích, 7 = hầu hết được nắm giữ bởi các nhà quản lý chuyên nghiệp được chọn vì trình độ chuyên môn vượt trội của họ).

2.3.1.3. Quốc tế hóa của doanh nghiệp

Mức độ phổ biến của li-xăng (mua lại) công nghệ nước ngoài (Prevalence of foreign technology licensing). Nội dung này đánh giá việc sử dụng các công nghệ tiên tiến từ bên ngoài của doanh nghiệp.

Kiểm soát phân phối quốc tế (Control of international distribution). Nội dung này đánh giá khả năng kiểm soát việc phân phối quốc tế của doanh nghiệp. Câu hỏi cho nội dung này là việc phân phối quốc tế và marketing ở công ty của bạn (1 = thực hiện thông qua các doanh nghiệp nước ngoài, 7 = sở hữu và kiểm soát bởi chính doanh nghiệp hoặc các doanh nghiệp trong nước).

Độ rộng của thị trường quốc tế (Breadth of international markets). Nội dung này đánh giá về độ rộng của thị trường quốc tế của doanh nghiệp.

2.3.2. Trình độ phát triển cụm ngành

Cụm ngành là sự tập trung địa lý của các doanh nghiệp, tổ chức và cơ quan liên quan trong một lĩnh vực cụ thể mà chúng có thể trải dài từ một vùng, địa phương đến quốc gia. Các cụm ngành được đặt ra vì chúng giúp các doanh nghiệp nâng cao năng suất, và chúng được ảnh hưởng bởi tài sản địa phương và sự hiện diện của các tổ chức, tổ chức và cơ sở hạ tầng xung quanh nó. Năm lực lượng quyết định đến khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong một ngành gồm: (i) Cạnh tranh trong ngành; (ii) Tiềm năng của những doanh nghiệp mới gia nhập ngành; (iii) Quyền lực của nhà cung cấp; (iv) Sức mạnh của khách hàng; và (v) Đe dọa của sản phẩm thay thế. Mỗi cụm ngành phát triển không chỉ đến từ cạnh tranh của các doanh nghiệp mà còn là sự hợp tác để tạo ra những hạ tầng dùng chung cần thiết của các doanh nghiệp, chính sách thúc đẩy của nhà nước. Do vậy, các nhân tố sau sẽ được xem xét và tham khảo ý kiến.

Mức phát triển của cụm ngành (State of cluster development). Nội dung này đánh giá mức phát triển của cụm ngành. Câu hỏi cho nội dung này là cụm ngành ở địa phương mà công ty bạn đang hoạt động kinh doanh, (1 = mới chỉ ở mức sơ khai, 7 = phát triển ở trình độ cao, rất phức tạp và tinh vi).

Mức độ hợp tác trong cụm ngành (Extent of collaboration in clusters). Nội dung này đánh giá sự hợp tác, liên kết và phối hợp giữa các doanh nghiệp, tổ chức và cơ quan cho sự phát triển của cụm ngành. Câu hỏi cho nội dung này là trong địa phương mà công ty bạn hoạt động kinh doanh (1 = sự liên kết và phối hợp giữa các doanh nghiệp, tổ chức và cơ quan rất rời rạc. 7 = sự liên kết và phối hợp giữa các doanh nghiệp, tổ chức và cơ quan rất ăn ý và nhịp nhàng cho sự phát triển của cả ngành).

Các chính sách về phát triển cụm ngành (Extent of cluster policy). Nội dung này đánh giá các chính sách của nhà nước về cụm ngành. Câu hỏi cho nội dung này là trong ngành mà công ty bạn đang hoạt động, các chính sách của nhà nước (1 = gần như không có tác dụng cho sự phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh của cả ngành, 7 = rất hữu ích cho sự phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh của cả ngành).

Vai trò của hiệp hội hoặc các tổ chức tương tự. Nội dung này đánh giá vai trò của hiệp hội hoặc các tổ chức tương tự cho sự phát triển của cả cụm ngành. Câu hỏi cho nội dung này là, trong ngành của bạn, hiệp hội hoặc tổ chức tương tự (1 = gần như không có vai trò hỗ trợ gì cho sự phát triển của cả ngành, 7 = có vai trò hết sức quan trọng cho sự phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh của cả ngành).

Trình độ phát triển cụm ngành được đo bằng tính chất tinh vi và phức tạp của các cụm ngành và quy mô của chúng. Đây là yếu tố rất khó đo lường. Báo cáo này sử dụng các tiêu chí tương đương gồm: số doanh nghiệp, doanh thu của các doanh nghiệp, số lao động trong doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân, và vốn FDI đăng ký.

2.3.3. Môi trường kinh doanh

Môi trường kinh doanh gồm: các nhân tố đầu vào, điều kiện cầu, các ngành hỗ trợ và liên quan. Các nội dung của từng câu phần như sau.

2.3.3.1. Các nhân tố đầu vào

Hạ tầng kỹ thuật gồm: giao thông, điện và năng lượng, cấp và thoát nước (bao gồm cả hệ thống thủy lợi), viễn thông, khu công nghiệp và đô thị, và các hạ tầng kỹ thuật kết nối với bên ngoài, đặc biệt là sân bay quốc tế và cảng biển.

Hạ tầng xã hội gồm: giáo dục và phát triển nguồn nhân lực, y tế và chăm sóc sức khỏe người dân, an sinh xã hội, các nền tảng văn hóa (các yếu tố tác động đến năng suất lao động và chất lượng sống của người dân), khoa học công nghệ và an ninh quốc phòng.

Khả năng tự chủ của chính quyền và hiệu quả phục vụ được đo bằng quy mô chi ngân sách, tính tự chủ ngân sách (thu ngân sách), tính tự chủ trong việc đưa ra các chính sách, năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI), chỉ số hiệu quả hành chính cấp tỉnh (PAPI) và chỉ số cải cách hành chính cấp tỉnh (PAR-Index).

2.3.3.2. Các điều kiện về cầu

Cầu lớn với chất lượng cao sẽ thúc đẩy khả năng đổi mới sáng tạo và tăng năng suất của các doanh nghiệp. Các điều kiện về cầu được thể hiện qua ba yếu tố gồm: (i) sự tỉnh táo của người mua, (ii) sự hiện diện của các tiêu chuẩn khắt khe; (iii) tính nghiêm ngặt của các quy định về môi trường. Đây là các nhân tố thúc đẩy/buộc các doanh nghiệp phải đổi mới sáng tạo, nâng cao chất lượng sản phẩm cùng với năng suất (giá trị gia tăng của các sản phẩm).

2.3.3.3. Các ngành hỗ trợ và liên quan

Các ngành hỗ trợ và liên quan là một phần quan trọng của môi trường kinh doanh. Các thành phần gồm: (i) sự có sẵn của công nghệ mới nhất; (ii) số lượng các nhà cung cấp địa phương; (iii) chất lượng các nhà cung cấp địa phương; (iv) sự có sẵn của máy móc chế tạo tại địa phương; và (v) sự có sẵn của các dịch vụ nghiên cứu và đào tạo chuyên ngành tại địa phương.

2.3.4. Các yếu tố sẵn có của địa phương

Các yếu tố sẵn có của địa phương gồm tài nguyên tự nhiên, vị trí địa lý và quy mô địa phương. Những yếu tố vừa có lợi, nhưng cũng có thể tạo ra bất lợi cho địa phương, nhất là vấn đề lòi nguyên tài nguyên. Nếu quá dựa dẫm vào các lợi thế tự nhiên thì các động lực sáng tạo, vượt khó có thể bị thui chột rất nhiều.

Tài nguyên địa phương bao gồm tất cả các loại tài nguyên. Tuy nhiên, với đặc điểm của các địa phương ở Việt Nam thu hút các nhà đầu tư đến tạo dựng các cơ sở sản xuất kinh doanh là mục tiêu quan trọng hàng đầu, do vậy tài nguyên đất đai (có thể chuyển thành đất công nghiệp và thương mại dịch vụ) được xem là quan trọng nhất. Báo cáo này sẽ tập trung chủ yếu vào tài nguyên đất đai

Vị trí địa lý được đo bằng khả năng tiếp cận các trung tâm thị trường hay đầu mối trung chuyển, trong Báo cáo này là các cửa ngõ kết nối với các thị trường quốc tế và các thị trường quan trọng nhất của Việt Nam.

Quy mô địa phương và mức độ tỉnh táo và phức tạp của nền kinh tế chính là nền kinh tế của địa phương và quy mô thị trường tiêu thụ. Đối với báo cáo này, các tiêu chí đo lường quy mô địa phương gồm: tổng dân số, tổng GRDP, số thu ngân sách trên địa bàn, và tỷ lệ đô thị hóa.

2.3.5. Thang mẫu đánh giá năng lực cạnh tranh, câu hỏi khảo sát và cách lấy mẫu

2.3.5.1. Thang mẫu đánh giá năng lực cạnh tranh và câu hỏi khảo sát

Sức hút hay năng lực cạnh tranh được xác định một cách tương đối trong nhóm so sánh gồm: lợi thế lớn, lợi thế, một chút lợi thế, trung tính, một chút bất lợi, bất lợi và bất lợi lớn. Đây là một thang đo Likert với lợi thế lớn là 7 điểm và bất lợi lớn là 1 điểm như **Hình 3**.

Hình 3. Thang mẫu đánh giá

Lợi thế lớn	Lợi thế	Một chút lợi thế	Trung tính	Một chút bất lợi	Bất lợi	Bất lợi lớn
6-7	5-<6	4-<5	3-<4	2-<3	1-<2	0-<1

Nguồn: Các tác giả

Việc sử dụng thang điểm này để có thể đánh giá vị trí của từng địa phương trong nhóm so sánh. Do vậy, luôn có địa phương có lợi thế lớn (tốt nhất) và địa phương bất lợi lớn (kém nhất) trong nhóm so sánh.

Các câu hỏi được xây dựng để hỏi những người tham gia đánh giá theo thang đo Likert 7 mức về các yếu tố liên quan. Trong đó, 1 là mức tệ hay thấp nhất, và 7 là mức cao hay tốt nhất trong vấn đề được hỏi. Dưới đây là một ví dụ về câu hỏi.

Bản chất của lợi thế cạnh tranh.

Lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp của bạn chủ yếu là chi phí thấp hoặc các tài nguyên tự nhiên sẵn có <1,2,3,4,5,6,7> các sản phẩm và quy trình độc đáo.

Chọn 1 có nghĩa là bạn đồng ý hoàn toàn với câu trả lời bên phía tay trái của bạn.

Chọn 2 có nghĩa là bạn đồng ý nhiều với câu trả lời bên phía tay trái của bạn

Chọn 3 có nghĩa là bạn khá đồng ý với câu trả lời bên phía tay trái của bạn

Chọn 4 có nghĩa là bạn không có sự khác biệt giữa hai câu trả lời

Chọn 5 có nghĩa là bạn khá đồng ý với câu trả lời bên phía tay phải của bạn

Chọn 6 có nghĩa là bạn đồng ý nhiều với câu trả lời bên phía phải trái của bạn

Chọn 7 có nghĩa là bạn hoàn toàn đồng ý với câu trả lời bên phía tay phải của bạn

2.3.5.2. Mẫu khảo sát

Về nguyên tắc, mẫu cần được chọn theo phương pháp phân tầng ngẫu nhiên theo đặc điểm về quy mô, loại hình sở hữu về ngành nghề hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, do giới hạn về nguồn lực nên mẫu được lấy theo cách thức thuận tiện cùng với việc phỏng vấn sâu lãnh đạo Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh (HUBA) và các hội thành viên cũng như những người am hiểu về hoạt động của lực lượng doanh nghiệp cũng như nền kinh tế TP. HCM đặt trong bối cảnh phát triển chung của cả nước.

2.4. CÁCH THỨC TÍNH TOÁN VÀ ĐÁNH GIÁ

Việc đánh giá được thực hiện theo hai tiếp cận chính gồm sử dụng các số liệu thứ cấp có sẵn và kết quả khảo sát và phỏng vấn sâu. Để đảm bảo kết quả phân tích trong giới hạn nguồn lực cho phép. Chúng tôi đặt TP. HCM trong nhóm cùng 10 địa phương khác được xem là đầu tàu kinh tế hoặc có kết quả kinh tế tốt của cả nước trong khoảng hai thập niên qua gồm: Bà Rịa – Vũng Tàu, Bắc Ninh, Bình Dương, Cần Thơ, Đà Nẵng, Đồng Nai, Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh và Vĩnh Phúc. Trên bình diện quốc tế, chúng tôi so sánh TP. HCM với các đô thị gồm: Bangkok, Bắc Kinh, Hồng Kông, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Seoul, Singapore và Tokyo.

Số liệu được sử dụng là các số liệu gần nhất mà chúng tôi có thể thu thập được.

Khảo sát dạng này thường có xu hướng thiên lệch theo hướng tích cực (chọn từ trên trung bình trở lên, nhất là với những nội dung liên quan trực tiếp đến các doanh nghiệp). Do vậy, việc nhìn vào các con tuyệt đối chỉ ở một chừng mực và các kết quả phân tích đánh giá tương đối cùng với các số liệu thứ cấp khác để đưa ra bức tranh chân thực và khách quan nhất về năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp TP. HCM.

2.5. KẾT QUẢ KHẢO SÁT

Chúng tôi nhận được 78 mẫu khảo sát. Điểm số trung bình của các kết quả khảo sát trong Bảng 2. Cảm nhận chung với kết quả khảo sát của chúng tôi, điểm số bình quân từ 5 trở nên là có xu hướng tích cực, trong khi mức dưới 5 ẩn chứa những vấn đề ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Số liệu thực tế cũng phản ánh đúng thực trạng này. Điểm số bình quân của tất cả các chỉ tiêu là 5,03 (lợi thế) và độ lệch chuẩn là 0,39.

Để có thể phân nhóm về cảm nhận đánh giá, chúng tôi phân ra các nhóm như sau:

5,43 trở lên (hơn một độ lệch chuẩn): Cao hơn mức trung bình rất đáng kể.

Từ 5,03-5,42 (trong giới hạn cao hơn trung bình của một độ lệch chuẩn): Cao hơn mức trung bình.

4,64-5,01 (trong giới hạn thấp hơn trung bình của một độ lệch chuẩn): Thấp hơn mức trung bình.

4,65 trở xuống (thấp hơn trên một độ lệch chuẩn): Thấp hơn mức trung bình rất đáng kể.

Bảng 2. Điểm số trung bình của các nội dung khảo sát

Nội dung	Điểm trung bình
<i>Chiến lược và hiệu quả hoạt động</i>	5.24
Tầm nhìn	5.60
Sứ mệnh	5.56
Xây dựng giá trị cốt lõi	5.51
Mục tiêu chiến lược	5.60
Hấp thụ công nghệ	5.41
Chỉ tiêu cho nghiên cứu và phát triển	4.85
Bản chất của lợi thế cạnh tranh	5.14
Độ rộng của chuỗi giá trị	5.24
Năng lực đổi mới sáng tạo	4.96
Quy trình vận hành	5.14
Sử dụng công nghệ	4.97
Hiệu quả đo lường	4.86

Nội dung	Điểm trung bình
Mức độ tiếp thị	4.76
Chăm sóc khách hàng	5.15
Xác định giá trị cốt lõi	5.56
Sơ đồ tổ chức	5.45
Mô tả công việc	5.37
Thông lệ và tập quán tổ chức	5.03
Thu hút tài năng	4.88
Đào tạo đội ngũ	5.05
Đánh giá kết quả	4.87
Giao quyền	5.23
Chia sẻ lợi ích	5.03
Quản lý chuyên nghiệp	5.10
Quốc tế hóa của doanh nghiệp	4.91
Mức độ mua lại công nghệ tiên tiến	4.71
Kiểm soát các kênh phân phối	5.21
Mức độ cạnh tranh trong thị trường	5.60
Cạnh tranh quốc tế	4.50
Tác động của các hiệp định thương mại tự do	4.51
Trình độ phát triển cụm ngành	4.84
Phát triển của cụm liên kết ngành	4.32
Hợp tác trong cụm liên kết ngành	4.23
Lòng tin và chữ tín	5.67
Năng lực của các đối tác	5.32
Các chính sách về phát triển cụm liên kết ngành	4.73
Vai trò của hiệp hội hoặc các tổ chức tương tự	4.78
Môi trường kinh doanh	
Các nhân tố đầu vào	4.50
Hạ tầng kỹ thuật	4.59
Hạ tầng xã hội	4.49
Hiệu quả phục vụ của chính quyền	4.51
Tác động của chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh	4.40
Các điều kiện về cầu	4.97
Sự tinh tế của người mua	4.92
Sự hiện diện của các tiêu chuẩn khắt khe	4.99
Tính nghiêm ngặt của các quy định về môi trường	4.99
Các ngành hỗ trợ và liên quan	4.78
Sự có sẵn của công nghệ mới nhất	5.10
Số lượng các nhà cung cấp địa phương	4.92
Sự có sẵn của máy móc chế tạo tại địa phương	4.56
Sự sẵn có của các dịch vụ NC&ĐT chuyên ngành tại địa phương	4.54
Các yếu tố sẵn có của địa phương	5.33
Tài nguyên địa phương	4.76
Vị trí địa lý	5.54
Quy mô nền kinh tế địa phương	5.71
Tổng quan	

Nội dung	Điểm trung bình
Cảm nhận về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp	5.31
Sự quan tâm của doanh nghiệp về tiêu chuẩn xanh (ESG)	5.35

Nguồn: Kết quả khảo sát

Một số thông tin liên quan như sau:

Về nguồn vốn có 4 doanh nghiệp có tổng tài sản hay nguồn vốn kinh doanh từ 500 tỷ đồng trở lên, 3 doanh nghiệp từ 200-500 tỷ, 17 doanh nghiệp từ 500-200 tỷ đồng; còn lại là ở mức thấp hơn.

Về tình hình hoạt động kinh doanh năm 2023, có 12 doanh nghiệp lãi như mong đợi, 26 doanh nghiệp lãi chút ít, 11 doanh nghiệp hòa vốn, 29 doanh nghiệp lỗ.

Về dự kiến kế hoạch năm 2024, chỉ có 5 doanh nghiệp dự kiến sẽ thu hẹp hoạt động, trong khi 43 doanh nghiệp tiếp tục mở rộng hoạt động và 30 doanh nghiệp giữ nguyên quy mô như hiện tại.

Thiếu nguồn vốn là thách thức được các doanh nghiệp lựa chọn nhiều nhất trong mẫu khảo sát; tiếp theo là tìm kiếm khách hàng; thủ tục quy định, biến động của chính sách và quan ngại về ổn định vĩ mô cũng là những thách thức được các doanh nghiệp lựa chọn nhiều.

Nguyên nhân làm cho quy mô và hiệu quả chung của lực lượng doanh nghiệp tại TP.HCM giảm đi một cách tương đối so với bình quân chung của cả nước gồm: tính năng động của lực lượng doanh nghiệp TP.HCM giảm đi một cách tương đối so với nhiều nơi khác, thiếu nguồn vốn kinh doanh, môi trường kinh doanh, chất lượng cơ sở hạ tầng, và thiếu lao động có kỹ năng.

2.6. LIÊN MINH TĂNG TRƯỞNG

Vận hành một địa phương để tạo ra các kết quả kinh tế là do một liên minh hay sự phối hợp của các doanh nhân, các quan chức chính quyền và đông đảo đội ngũ trí thức, những người có ảnh hưởng trong xã hội. Quyền lực công hay quyền lực của nhà nước thường bao trùm. Nhà nước đóng vai trò hết sức quan trọng của một nền kinh tế. Tuy nhiên, các lý thuyết và bằng chứng thực nghiệm chỉ ra rằng các doanh nhân chính là nhân tố nòng cốt của liên minh tăng trưởng. Lý do quan là doanh nhân không có nhiệm kỳ, và hoạt động của các doanh nghiệp theo thị trường, không bị giới hạn bởi địa giới hành chính. Mục tiêu quan trọng nhất của các doanh nhân là vì mục tiêu lợi nhuận gắn với giá trị của doanh nghiệp. Vì sự phát triển của doanh nghiệp mình, các doanh nhân phải tìm cách (cạnh tranh, hợp tác, phối hợp, vận động...) để sao cho có kết quả tốt nhất. Các quan chức chính quyền cũng có nỗ lực tạo ra các giá trị của một nền kinh tế. Tuy nhiên, họ thường bị giới hạn nhiệm kỳ và địa giới hành chính. Do vậy, đó không phải là lực lượng chính dẫn dắt các liên minh tăng trưởng nhìn ở góc độ dài hạn cho dù nhiều lãnh đạo chính quyền đã để lại những dấu ấn hết sức quan trọng trong sự phát triển của địa phương.

PHẦN 3. VỊ TRÍ CỦA LỰC LƯỢNG DOANH NGHIỆP VÀ NỀN KINH TẾ TP.HCM TRONG NƯỚC VÀ TRONG KHU VỰC

3.1. BỨC TRANH CHUNG

Phân theo 9 nhóm địa phương trong cả nước, các chỉ tiêu tổng số và bình quân đầu người, về cơ bản, trong từ năm 2010 đến nay, TP. HCM vẫn nằm trong nhóm cao nhất cả nước. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng về các chỉ tiêu của Thành phố đang ở nhóm rất thấp. Do vậy, vị trí một số chỉ tiêu của Thành phố đã giảm theo thời gian. Tính tổng thể chỉ có một chỉ tiêu tăng hạng là thu nhập bình quân của người lao động do Hà Nội và Quảng Ninh, hai địa phương cao hơn TPHCM năm 2010 đã có tốc độ tăng lợi nhuận bình quân người thấp hơn TP. HCM; trái lại tất cả các xếp hạng khác đều không đổi hoặc giảm.

Bảng 3. Thứ hạng các chỉ tiêu chung và doanh nghiệp TP.HCM so với cả nước

TT	Chỉ số	2010	Xu hướng (tăng trưởng)	2019	Xu hướng	2023
I	Các chỉ tiêu chung					
	Dân số	1	6	1		1
	Tổng lực lượng lao động	1	8	1		1
	Lao động đang làm việc	1	7	1		1
	Tổng GDP	1	27	1		1
	GDP/người	3	54	4 (-1)		
	Thu ngân sách trên địa bàn	1		1		1
	Năng suất lao động	2	53	3 (-1)		
	Thu nhập/người	1	61	2 (-1)		2
	Tiền lương/người	1	62	2 (-1)		2
II	Các chỉ tiêu về DN					
	Số doanh nghiệp	1	40	1		1
	Số DN trên 500 tỷ	1		1		1
	Số lao động	1	42	1		1
	LĐ DN/tổng LĐ	2		2		2
	Thu nhập BQ của LĐ	4	38	2 (+2)		
	Lợi nhuận trước thuế	1	32	1		
	Lợi nhuận trên lao động	8	27	10 (-2)		

Phân theo 7 nhóm của 63 địa phương

1-9	10-18	19-27	28-36	37-45	46-45	55-63

Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả

Bảng 4 là xếp hạng theo chỉ số các thành phố toàn của của Hãng tư vấn Kearney. Các xếp hạng được dựa vào các nhóm yếu tố gồm: (i) hoạt động kinh doanh, (ii) vốn con người, (iii) trao đổi

thông tin, (iv) trải nghiệm văn hóa, và (v) sự tham gia về mặt chính trị. Kết quả cho thấy vị trí của TP. HCM theo xu hướng giảm so với các thành phố khác. Trong đó, xếp hạng triển vọng gần nhất của TP. HCM rất thấp. Đây là điều rất đáng quan tâm. Xếp hạng các chỉ tiêu cơ bản khác cũng cho thấy điều này.

Bảng 4. Xếp hạng một số thành phố trong khu vực của Kearney

TT	Thành phố	2010	2019	2023	
		Hiện tại	Hiện tại	Hiện tại	Triển vọng
1	Tokyo	4	4	4	23
2	Bắc Kinh	8	9	5	39
3	Singapore	9	6	7	10
4	Hong Kong	5	5	10	87
5	Thượng Hải	18	19	13	51
6	Seoul	12	13	14	14
7	Bangkok	42	42	45	105
8	Manila	63	65	70	138
9	Kuala Lumpur	53	49	72	96
10	Jakarta	51	59	74	119
11	TP.HCM	70	81	94	124

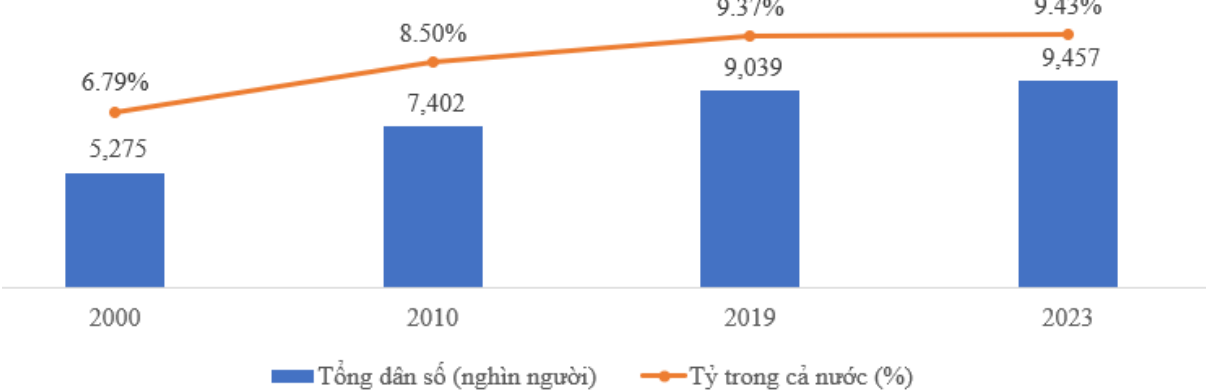
Nguồn: Báo cáo của Kearney

3.2. VỊ TRÍ CỦA NỀN KINH TẾ TP. HCM

3.2.1. Dân số và lực lượng lao động

Dân số. TP. HCM là một địa phương có tốc độ tăng dân số cao của cả nước. Điều này cho thấy sức hút của Thành phố là rất lớn. Tuy nhiên, tốc độ đang theo chiều hướng chững lại.

Hình 3. Dân số và tỷ trọng dân số của TP.HCM so với cả nước

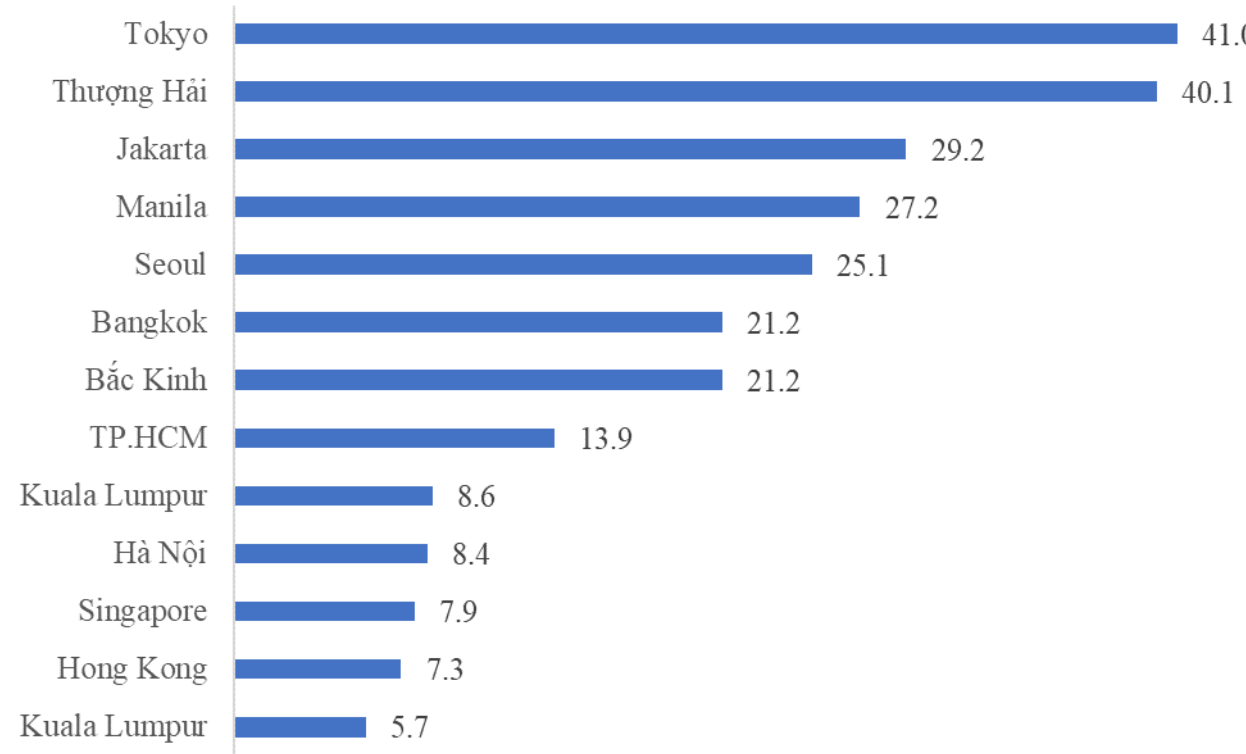


Nguồn: Tổng cục Thống kê và Cục Thống kê TP.HCM

Trong giai đoạn 2000-2010, tốc độ tăng lên đến 3,45%, gấp 3 lần của cả nước. Trong giai đoạn này, mình quân mỗi năm dân số Thành phố tăng 236 nghìn người. Giai đoạn 2010-2019, tốc độ tăng 2,24%/năm, gần gấp đôi của cả nước và mỗi năm tăng tuyệt đối 182 nghìn người. Tuy nhiên, tốc độ tăng trong giai đoạn 2020-2023 chỉ là 1,14%, cao hơn một chút so với 0,97% của cả nước.

Trong giai đoạn này, mỗi năm dân số Thành phố chỉ tăng 105 nghìn người. Kết quả cho thấy Đại dịch Covid đã ảnh hưởng rất lớn đến nền Kinh tế TP. HCM. Theo Kết quả khảo sát gần đây trong Báo cáo Năng lực Cạnh tranh Cấp tỉnh (PCI) của VCCI, TP. HCM vẫn là lựa chọn nhập cư ưa thích nhất của người dân. Tuy nhiên, sức hấp dẫn đã giảm đi khá nhiều theo thời gian mà chúng được thể hiện qua tốc độ tăng dân số.

Hình 4. Dân số một số vùng đô thị trong khu vực

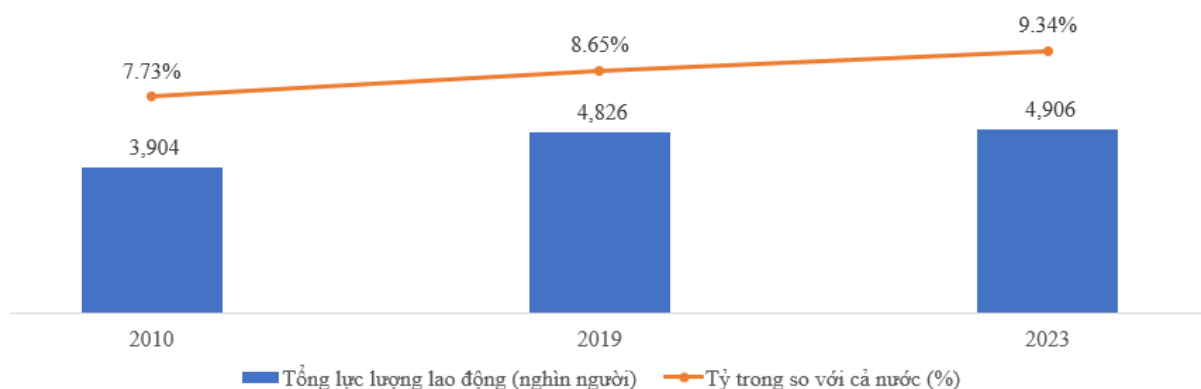


Nguồn: Metro Population

Như số liệu trong **Hình 4**, tổng dân số của vùng đô thị TP. HCM hiện tại là 13,9 triệu người, thấp hơn đáng kể các vùng đô thị khác trong khu vực.

Lực lượng lao động. Lực lượng lao động của TP. HCM đã tăng từ 3,91 triệu người lên 4,83 triệu người vào năm 2019 và 4,91 triệu người vào năm 2023. Bình quân giai đoạn 2010-2019, TP. HCM tăng 103 nghìn người, trong khi giai đoạn 2019-2023 chỉ còn 20 nghìn người. Tỷ trọng lực lượng lao động của TP. HCM so với cả nước đã tăng từ 7.73% vào năm 2010 lên 8,65% vào năm 2019 và 9,34% vào năm 2023. Với tỷ phần lao động như trên thì xấp xỉ với tỷ phần dân số của Thành phố so với cả nước.

Hình 5. Lực lượng lao động trong độ tuổi của TP. HCM



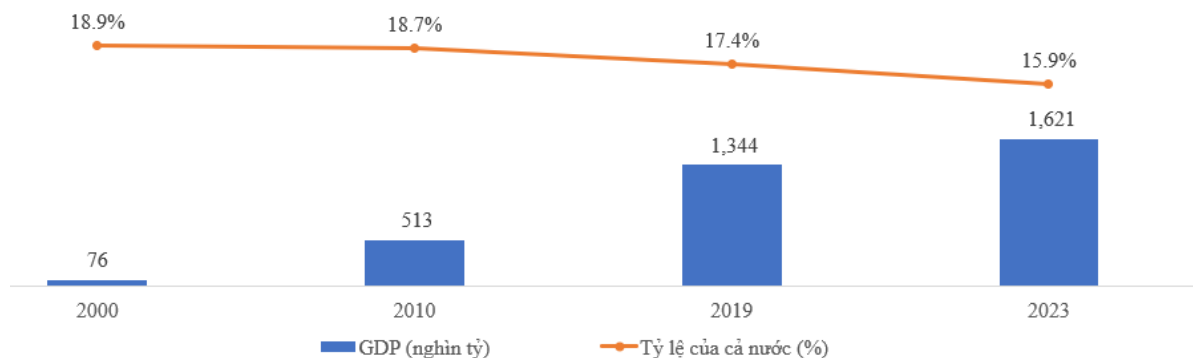
Nguồn: Tổng cục Thống kê và Cục Thống kê TP.HCM

Nhìn trên bình diện toàn cầu, thiếu lao động, nhất là lao động có kỹ năng cao là một trong những thách thức của TP. HCM. Theo xếp hạng người nước ngoài (expat) làm việc tại các thành phố năm 2021, trong 57 thành phố, TP. HCM xếp hạng 6. Đây là một chỉ số hết sức tích cực. Tuy nhiên, lực lượng lao động có kỹ năng ở Việt Nam nói chung, TP. HCM hiện tại là khá mỏng. Những phân tích về chuỗi giá trị trên Financial Times năm 2023 cho thấy vấn đề này.

3.2.2. GRDP

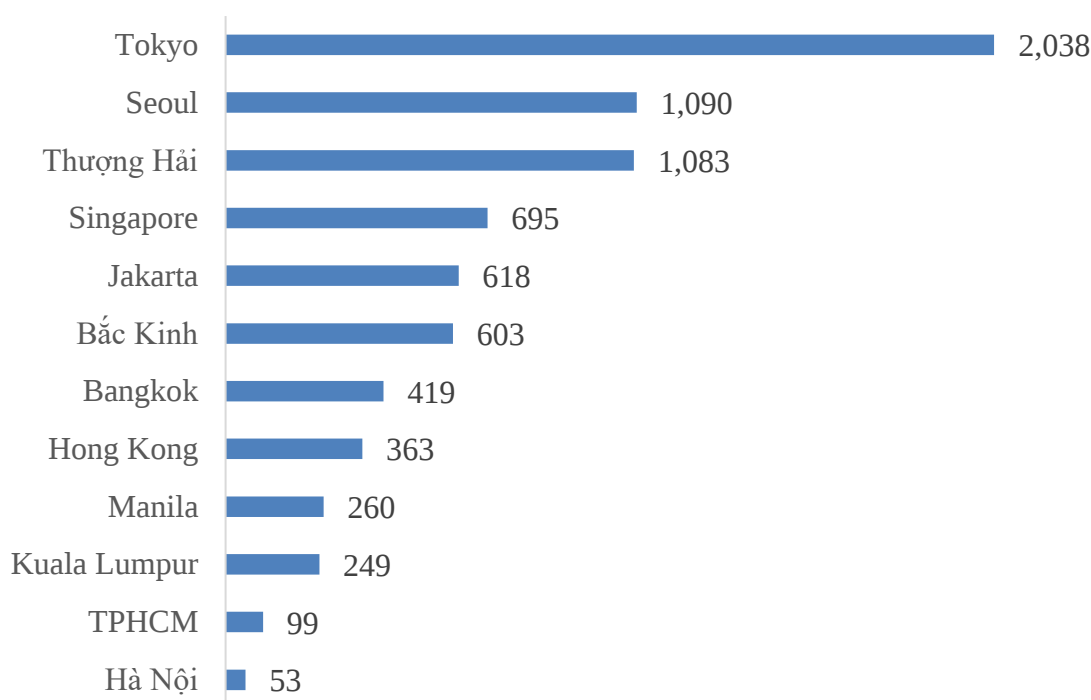
Tổng GRDP. Trong giai đoạn 2010-2019, GRDP giá danh nghĩa của TP. HCM tăng bình quân 11,3%, trong khi cả nước là 12,2%. Do vậy, tỷ phần của Thành phố đã giảm từ 18,7% xuống còn 17,4%. Trong giai đoạn 2019-2023, tốc độ tăng của Thành phố là 4,8%, trong khi cả nước là 7,3%. Kết quả, tỷ phần của Thành phố hiện chỉ còn chiếm 15,9% GDP của cả nước. Đây là những mức sụt giảm rất đáng kể. Tỷ phần GRDP của TP. HCM đã giảm dần từ năm 2000.

Hình 6. GRDP của TP.HCM



Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

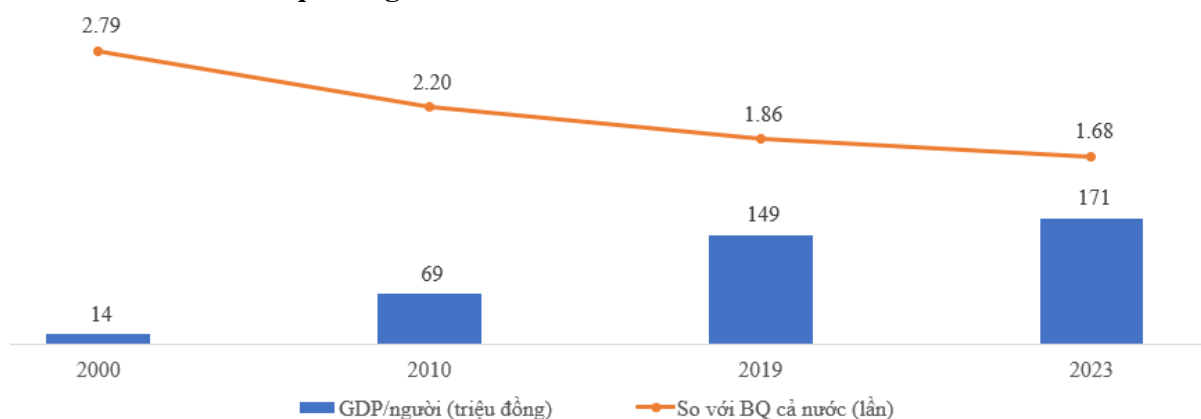
Hình 7. GRDP của các vùng đô thị trong khu vực



Nguồn: Tính toán của tác giả từ số liệu GDP bình quân đầu người và dân số vùng đô thị

Nhìn trên bình diện khu vực, quy mô GDP của TP. HCM là khá khiêm tốn. So với hai nơi gần nhất là Kuala Lumpur và Manila thì TP. HCM chỉ bằng khoảng 40%.

Hình 8. GRDP bình quân người của TP. HCM



Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

GRDP bình quân người. Năm 2010, GRDP/người theo giá hiện hành của Thành phố ở mức 69 triệu đồng, gấp 2,2 lần bình quân của cả nước. Tốc độ tăng bình quân trong giai đoạn 2010-2019 là 8,9%, trong khi cả nước tăng bình quân 10,9%%. Do vậy, con số của năm 2019 là 149 triệu đồng, gấp 1,86 lần cả nước. Trong giai đoạn 2019-2023, tốc độ tăng của Thành phố là 3,6%, trong khi cả nước là 6,3%. Kết quả, GRDP/người vào năm 2023 của Thành phố là 171 triệu đồng, gấp 1,68 lần bình quân của cả nước. Thêm vào đó, nếu tính từ năm 2000 ở mức 2,79 lần thì GRDP/người của Thành phố so với cả nước đã giảm đáng kể.

Bảng 5. GDP bình quân đầu người của một số thành phố

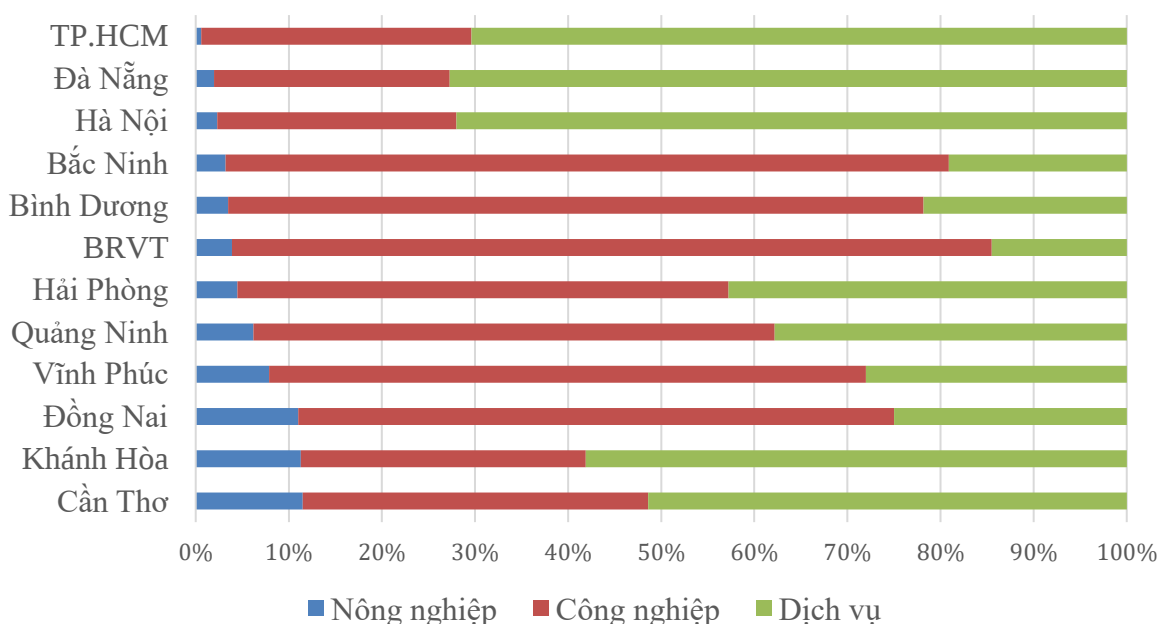
Thành phố	2014		2023		Mức tăng 2014-2023
	Giá trị	So với TP.HCM	Giá trị	So với TP.HCM	
Singapore	36.5	12.2	88.5	12.4	2.42
Hong Kong	30.0	10.1	50.0	7.0	1.67
Tokyo	48.9	16.4	49.7	7.0	1.02
Seoul	19.6	6.6	43.4	6.1	2.22
Kuala Lumpur	12.4	4.1	28.9	4.1	2.34
Bắc Kinh	10.1	3.4	28.4	4.0	2.80
Thượng Hải	11.5	3.8	27.0	3.8	2.36
Jakarta	7.6	2.6	21.2	3.0	2.77
Bangkok	9.1	3.0	19.7	2.8	2.17
Manila	5.4	1.8	9.5	1.3	1.78
TP.HCM	3.0		7.1		2.39
Hà Nội	1.7	0.6	6.3	0.9	3.62

Nguồn: Tổng hợp của các tác giả

So với các thành phố trong khu vực, mức tăng GDP bình quân đầu người của TP. HCM trong giai đoạn 2014-2023 chỉ cao hơn hẳn 3 nơi là Tokyo, Hong Kong và Manila, nhỉnh hơn một chút 4 thành phố gồm Seoul, Kuala Lumpur, Thượng Hải và Bangkok; và thấp hơn Singapore, Bắc Kinh, Jakarta và Hà Nội. Với tốc độ tăng như vậy, khoảng cách của TP. HCM với các thành phố trong khu vực, nhất là các thành phố cạnh tranh liên kề về cơ bản chưa thể rút ngắn.

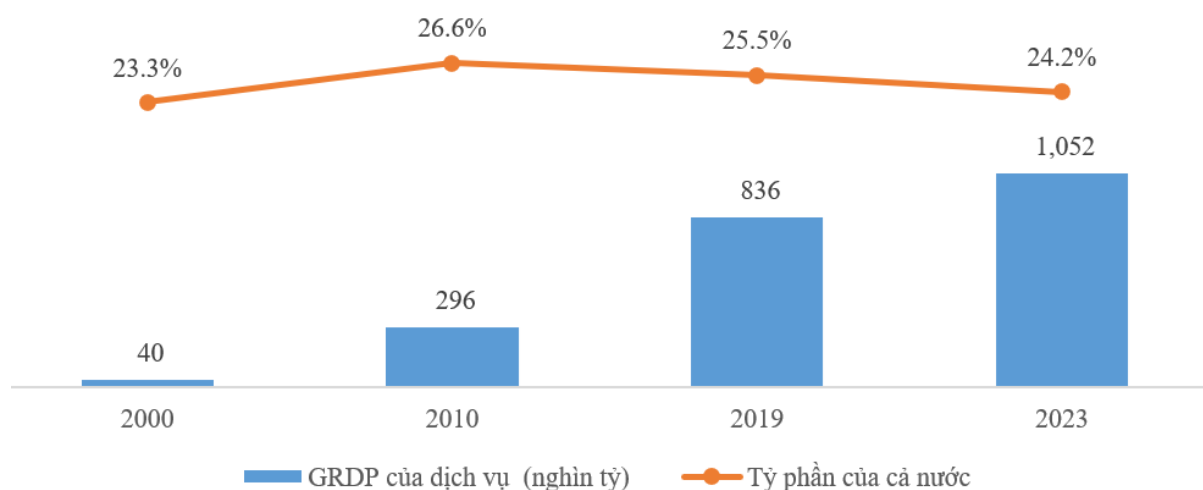
Cơ cấu GRDP. TP. HCM đã là một nền kinh tế phát triển ở góc độ cơ cấu khi nông nghiệp chỉ chiếm chưa đến 1%, trong khi dịch vụ chiếm phần lớn. TP. HCM có cơ cấu kinh tế có thể nói là phát triển nhất cả nước. Tuy nhiên về cơ cấu của các ngành công nghiệp và dịch vụ thì tỷ phần của Thành phố đã giảm theo thời gian.

Hình 9. Cơ cấu kinh tế phân theo ba ngành cơ bản năm 2022



Nguồn: Niên giám thống kê các địa phương năm 2022

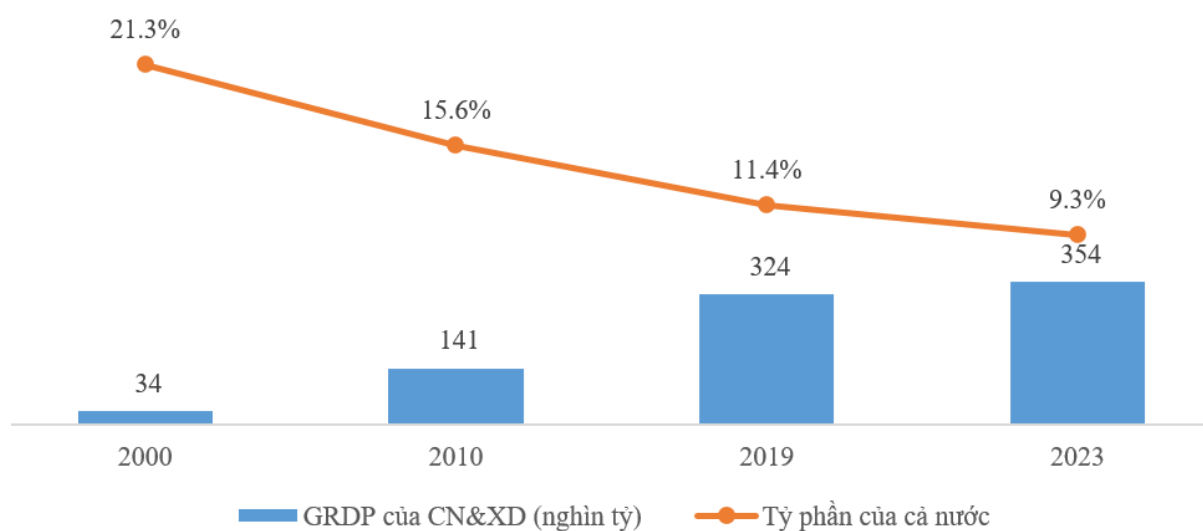
Hình 10. Quy mô ngành dịch vụ của TP.HCM



Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Dịch vụ được xem là điểm mạnh và sự vượt trội của TP. HCM. Điều này được thể hiện trong giai đoạn 2000-2010 khi tỷ phần tăng từ 23,3% lên 26,6%. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng bình quân từ năm 2010 đến cuối năm 2023 cũng thấp hơn bình quân chung của cả nước. Kết quả tỷ phần đã giảm từ 26,6% năm 2010 xuống còn 25,5% năm 2019 và 24,2% năm 2023.

Hình 11. Quy mô ngành Công nghiệp-Xây dựng của TP. HCM

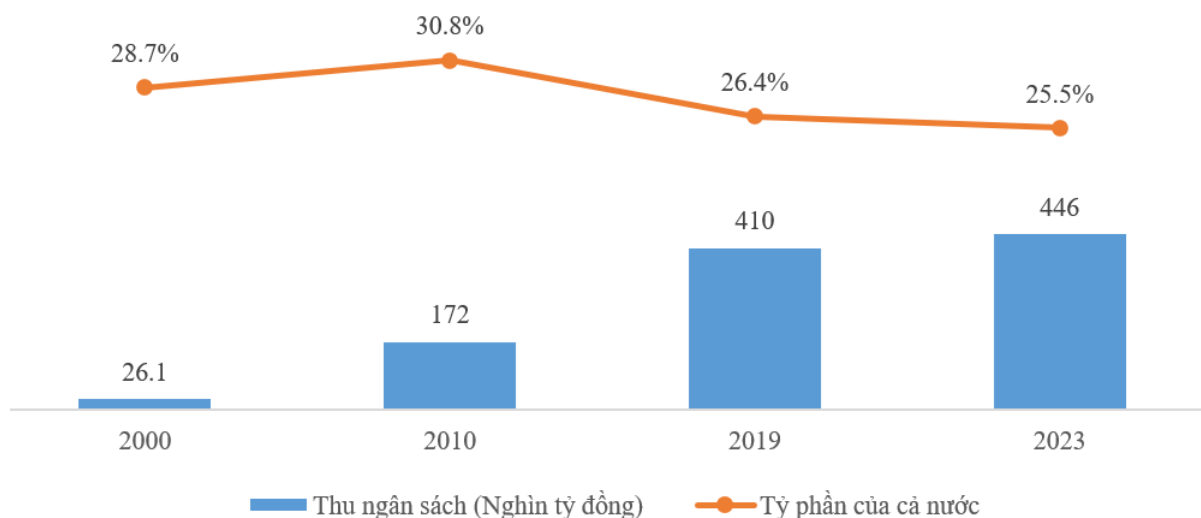


Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Do tốc độ tăng trưởng của ngành công nghiệp và xây dựng của Thành phố thấp hơn đáng kể so với bình quân chung của cả nước. Do vậy, tỷ phần của khu vực này đã giảm từ 21,3% năm 2000 còn 15,6% năm 2010, 11,4% năm 2019 và 9,3% năm 2023. Cách đây hơn hai thập kỷ, GDP/người của ngành công nghiệp Thành phố gấp hơn 3 lần bình quân của cả nước. Tuy nhiên, đến thời điểm hiện tại, GDP bình quân đầu người ngành công nghiệp của TP. HCM chỉ bằng bình quân chung của cả nước.

3.2.3. Thu ngân sách trên địa bàn

Hình 12. Thu ngân sách trên địa bàn TP. HCM



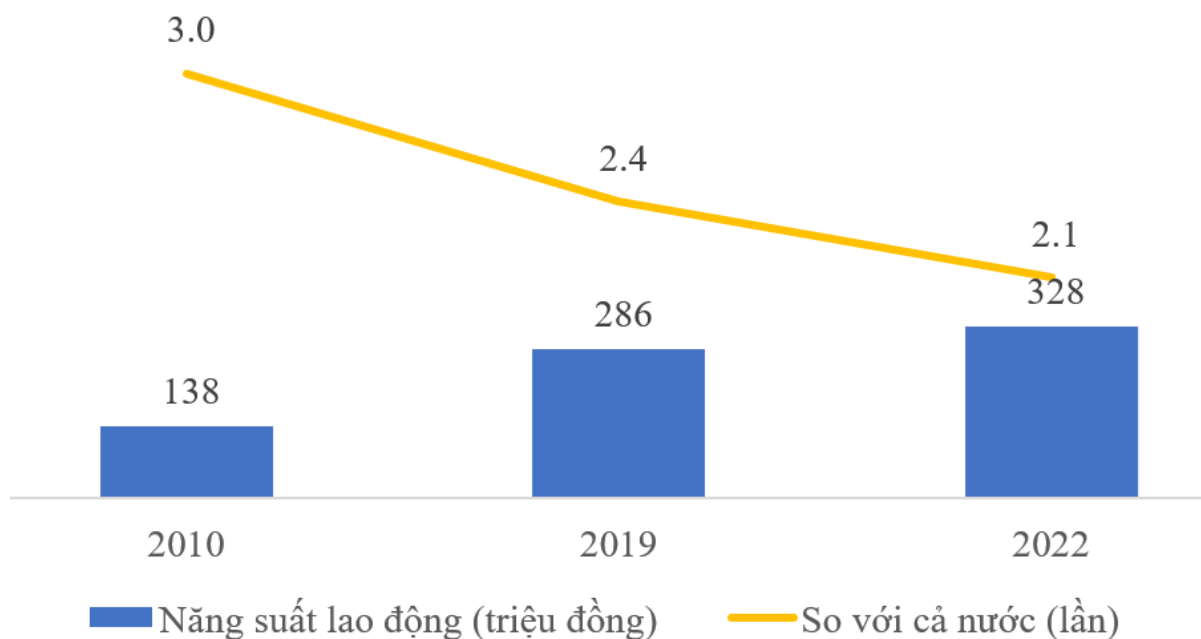
Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Trong giai đoạn 2000-2010, tốc độ tăng thu ngân sách của TP. HCM cao hơn bình quân chung của cả nước. Do vậy, tỷ phần nguồn thu ngân sách đã tăng từ 28,7% lên 30,8%. Tuy nhiên, từ năm 2010 đến nay, tốc độ tăng thu ngân sách của TP. HCM thấp hơn bình quân chung của cả nước. Do vậy, tỷ phần chỉ còn 26,4% vào năm 2019 và 25,5% vào năm 2023.

3.2.4. Năng suất lao động và thu nhập của người dân

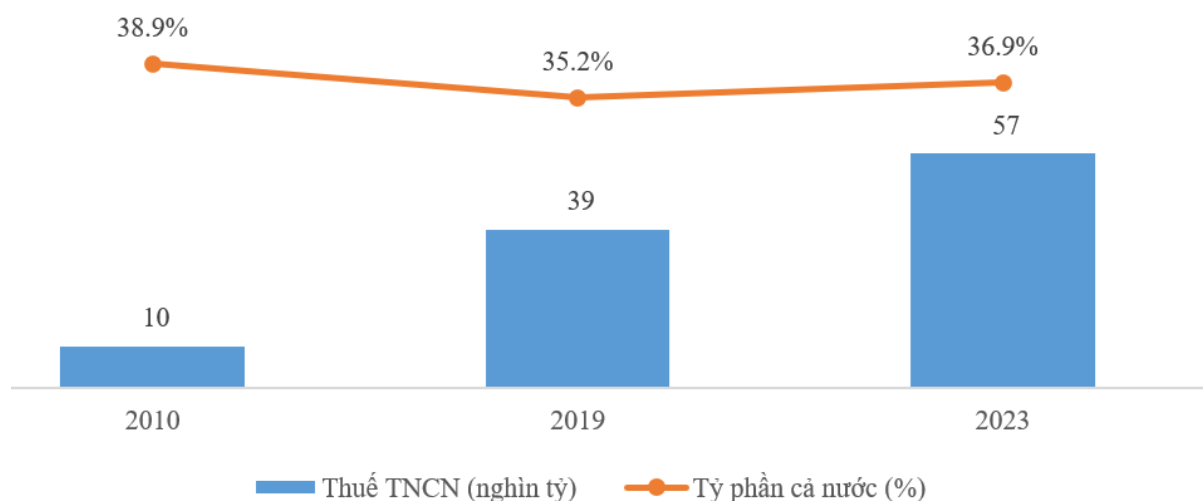
Trong giai đoạn 2010-2022, năng suất lao động bình quân của TP. HCM đã tăng hơn hai lần, nhưng cả nước tăng hơn 3 lần. Kết quả năng suất lao động của Thành phố từ 3 lần năm 2010 xuống còn 2,1 lần năm 2022. Mức chênh lệch này đã giảm đáng kể theo thời gian.

Hình 13. Năng suất lao động bình quân của TP. HCM và cả nước



Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

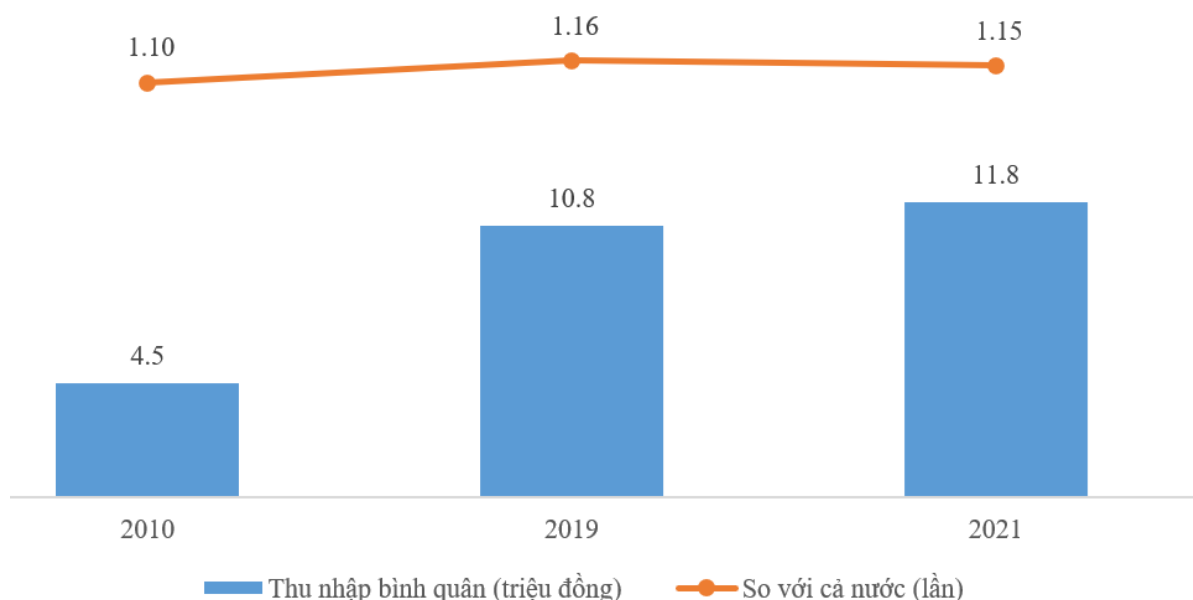
Hình 14. Thuế thu nhập cá nhân



Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Thuế thu nhập cá nhân là thước đo lực lượng lao động có kỹ năng. TP. HCM vượt trội so với bình quân cả nước và các địa phương khác. Tuy nhiên, tỷ phần đã giảm theo thời gian. Cụ thể, năm 2010 thuế thu nhập cá nhân của TP. HCM chiếm 38,9% của cả nước; đến năm 2019 còn 35,2%; và đến năm 2023 với số liệu dự toán là 36,9%. Với 9,4% dân số thì về cơ bản thuế thu nhập cá nhân trên đầu người của TP. HCM hiện gấp bốn lần của cả nước. Điều này cho thấy lực lượng lao động có kỹ năng của TP. HCM là rất dồi dào,

Hình 15. Thu nhập bình quân đầu người (triệu đồng/tháng)



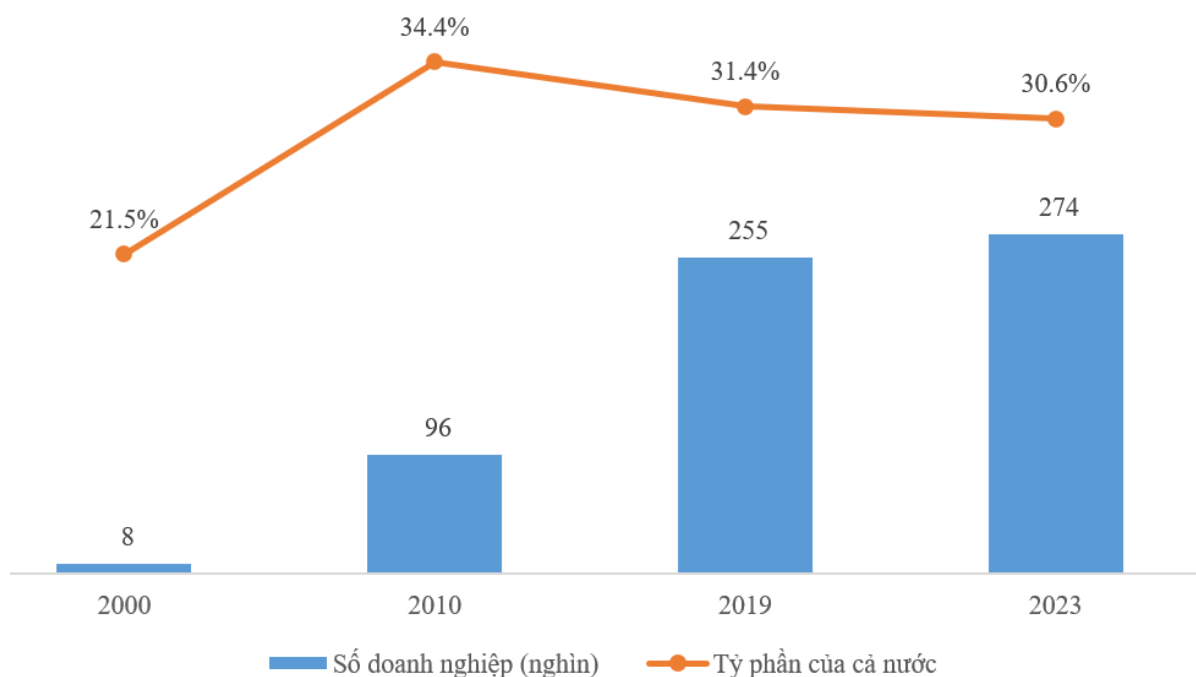
Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Thu nhập bình quân một tháng tại Thành phố Hồ Chí Minh (TP.HCM) đã trải qua một hành trình tăng trưởng đáng kể từ 4.5 triệu đồng vào năm 2010 lên 11.8 triệu đồng ước tính vào năm 2021. Tuy nhiên, mức tăng thu nhập bình quân đầu người của TP. HCM chỉ cao hơn bình quân chung của cả nước tính cho cả giai đoạn 2010-2021. Trong đó, giai đoạn 2010-2019 cao hơn bình quân của cả nước nên mức thu nhập của Thành phố đã từ 1,1 lần so với cả nước vào năm 2010 lên 1,16 lần vào năm 2019. Tuy nhiên, mức tăng của Thành phố đã thấp hơn bình quân chung của cả nước nên con số chỉ còn 1,15 lần vào năm 2021.

3.3. VỊ TRÍ CỦA LỰC LƯỢNG DOANH NGHIỆP TP. HCM

3.3.1. Tổng số doanh nghiệp

Hình 16. Doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn TP. HCM

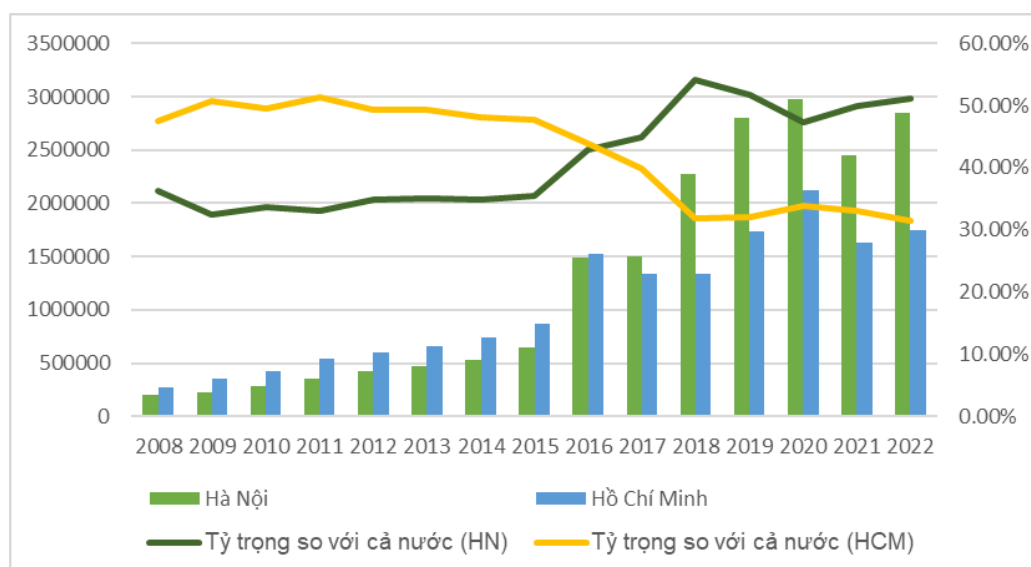


Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Khi Luật doanh nghiệp bắt đầu có hiệu lực, TP. HCM có gần 8.393 doanh nghiệp, chiếm 21,5% tổng số doanh nghiệp của cả nước. Con số bùng nổ vào năm 2010 với số doanh nghiệp lên đến 96 nghìn, chiếm 34,4% tổng lực lượng doanh nghiệp của cả nước. Trong một thập kỷ, số doanh nghiệp đã tăng hơn 11 lần. Tuy nhiên, tốc độ tăng từ năm 2010 đến nay đã chững lại. Năm 2019, lực lượng doanh nghiệp của Thành phố chiếm 31,4% của cả nước; và con số năm 2023 là 30,6%.

3.3.2. Giá trị thị trường của doanh nghiệp niêm yết

Hình 17. Vốn hóa thị trường và tỷ trọng so với cả nước (tỷ đồng)

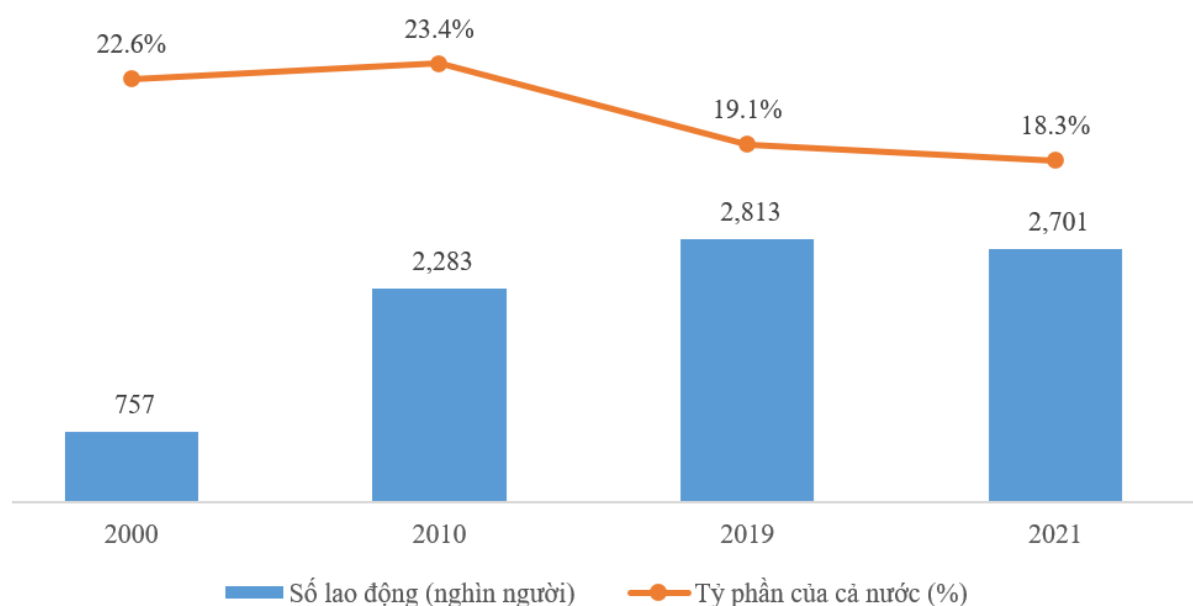


Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Giá trị vốn hóa thị trường của các công ty niêm yết có xu hướng đi xuống rõ rệt. Năm đầu 2010 chiếm khoảng 50% cuối năm 2022 còn chưa đến 1/3. Trong khi đó, Hà Nội lại có xu hướng ngược lại.

3.3.3. Lao động trong doanh nghiệp

Hình 18. Lực lượng lao động trong các doanh nghiệp của TP. HCM



Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

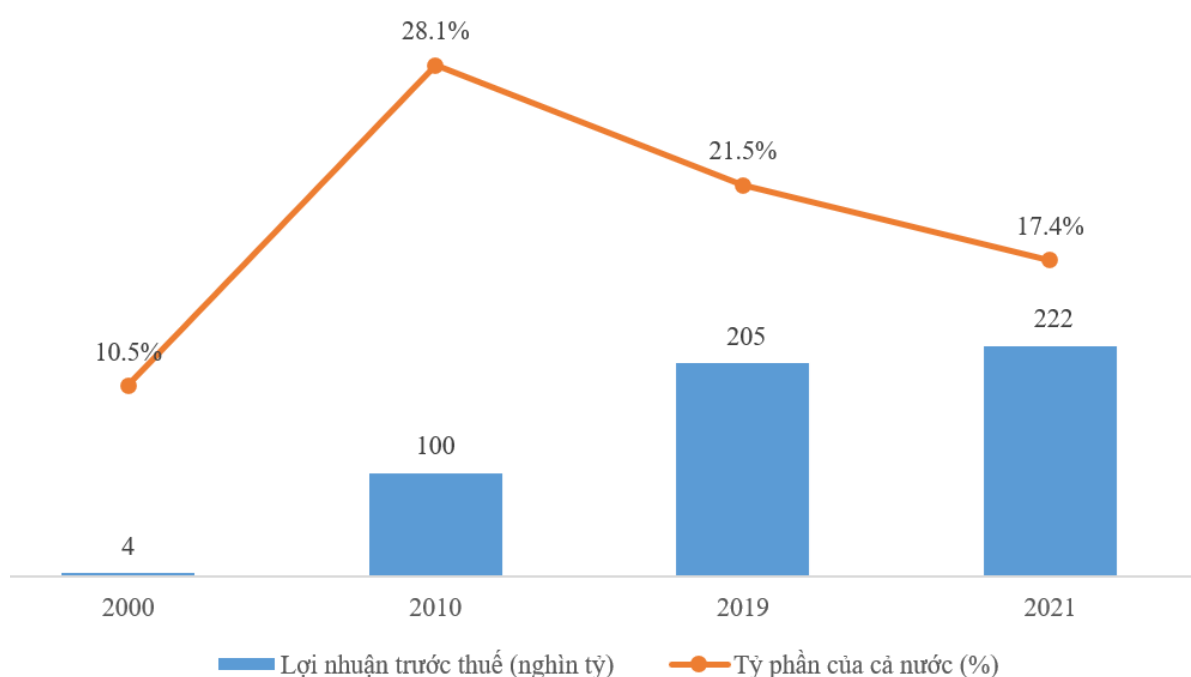
Cho dù tỷ phần doanh nghiệp ở TP. HCM so với cả nước tăng đáng kể trong giai đoạn 2000-2010, nhưng tỷ phần lực lượng lao động chỉ tăng từ 22,6% lên 23,4%. Quy mô lực lượng lao động trong doanh nghiệp của TP. HCM tăng trong giai đoạn 2010-2019, nhưng đã giảm tuyệt đối từ năm 2019 đến năm 2021. Tỷ phần so với cả nước giảm từ 23,8% năm 2010 xuống còn 19,1% năm 2019.

2019 và 18,3% năm 2021. Như vậy, dựa trên tiêu chí lao động, quy mô doanh nghiệp của TP. HCM nhỏ hơn khá nhiều so với bình quân chung của cả nước.

3.3.4. Lợi nhuận trước thuế của doanh nghiệp

Lợi nhuận trước thuế của lực lượng doanh nghiệp ở TP. HCM đã tăng rất mạnh trong giai đoạn 2000-2010 để đưa tỷ phần của cả nước tăng từ 10,5% lên 28,1%. Tuy nhiên so với bình quân chung của cả nước, lợi nhuận trước thuế của các doanh nghiệp ở TP. HCM đã giảm đáng kể từ năm 2010. Kết quả hơn 30% lực lượng doanh nghiệp của cả nước ở TP. HCM chỉ tạo ra 21,5% lợi nhuận năm 2019 và 17,4% vào năm 2021.

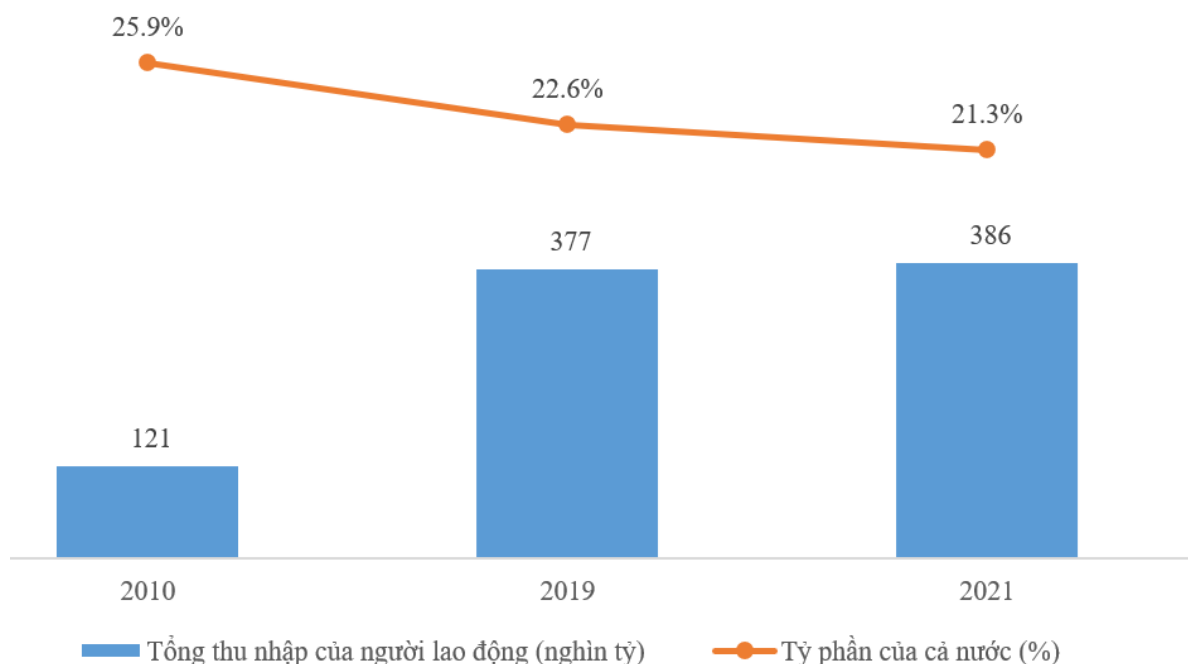
Hình 19. Lợi nhuận trước thuế của các doanh nghiệp của TP. HCM



Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

3.3.5. Tổng thu nhập của người lao động

Hình 20. Tổng thu nhập của người lao động trong các doanh nghiệp của TP. HCM



Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Năm 2010, lực lượng doanh nghiệp của TP. HCM tạo ra 25,9% tổng thu nhập của người lao động; đến năm 2019 con số còn 22,6% và con số của năm 2021 là 21,3%. Tính ra thu nhập bình quân đầu người như đã phân tích ở trên, TP. HCM chỉ nhỉnh hơn mặt bằng chung của cả nước chút đỉnh. Điều này cho thấy năng suất lao động thực tế trong các doanh nghiệp của TP. HCM không vượt trội so với của cả nước. Việc tính dựa vào GDP nêu trên không phản ánh bản chất hoạt động của các doanh nghiệp và nền kinh tế.

3.3.6. Vị trí của lực lượng doanh nghiệp TP. HCM trong khu vực đông nam Á

Như đã nêu ở trên, trong tháng 6/2024, Tạp chí Fortune vừa công bố danh sách 500 doanh nghiệp hàng đầu thuộc các nước đông nam Á. TP. HCM có 25 doanh nghiệp, chiếm 5% số lượng doanh nghiệp được xếp hạng. Con số của Hà Nội là 30 và 6%. Doanh nghiệp có thứ hạng cao nhất trong danh sách của TP. HCM là Thế giới Di động ở vị thứ 77. Petrolimex, xếp hạng 23 là doanh nghiệp Việt Nam có vị trí cao nhất. Về cơ bản vị trí các doanh nghiệp của TP.HCM trong khu vực là khá khiêm tốn. Số doanh nghiệp Việt Nam có các hoạt động trong cộng đồng kinh tế Asean là rất khiêm tốn.

Bảng 6. Vị trí các doanh nghiệp TP.HCM trong danh sách Fortune 500 của Đông nam Á

VN	ĐNA	Tên công ty
8	77	Công ty CP Đầu tư Thế giới Di Động
9	88	Tổng Công ty Dầu Việt Nam – PVOil
14	110	Công ty CP Hàng tiêu dùng Masan
16	134	Ngân hàng TMCP Sài Gòn Thương Tín
18	138	Ngân hàng TMCP Á Châu
19	144	Công ty CP sữa Việt Nam
21	148	Ngân hàng TMCP Phát triển TP. Hồ Chí Minh

VN	ĐNA	Tên công ty
24	177	Tổng Công ty Phát điện 3 - CTCP (Genco 3)
25	185	Ngân hàng Thương mại Cổ phần Quốc tế Việt Nam
29	214	Công ty CP Vàng Bạc Đá quý Phú Nhuận
30	221	Công ty CP Bán lẻ Kỹ thuật số FPT
31	223	Công ty CP Tập đoàn Hoa Sen
32	228	Tổng Công ty CP Bia Rượu Nước giải khát Sài Gòn
39	281	Công ty TNHH MTV - Tổng Công ty Lương thực miền Nam
41	291	Tập đoàn Công nghiệp Cao su Việt Nam - CTCP
42	300	Ngân hàng TMCP Nam Á
43	302	Công ty CP Dịch vụ Tổng hợp Sài Gòn
44	311	Tổng Công ty Cảng hàng không Việt Nam
47	319	Tổng Công ty CP Dịch vụ Kỹ thuật Dầu khí Việt Nam
48	325	CTCP Thế Giới Số
51	346	Ngân hàng TMCP Xuất Nhập khẩu Việt Nam
53	353	Tổng Công ty CP Dịch vụ Tổng hợp Dầu khí
59	421	Công ty CP Đầu tư Thương mại SMC
60	426	Tổng Công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí - CTCP
63	457	Công ty CP Cảng Rau Quả

Nguồn: Fortune 500 Đông nam Á

3.4. VỊ TRÍ DOANH NGHIỆP TRONG CÁC NGÀNH KINH TẾ Ở TP. HCM

3.4.1. Các nhóm ngành theo niên giám thống kê

Bảng 7. Lao động trong các ngành tại TP.HCM

Chỉ tiêu	2000	2010	2019	2021
Tổng số	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	0.5%	0.2%	0.4%	0.4%
Công nghiệp	63.8%	45.0%	35.4%	33.3%
Xây dựng	10.9%	13.5%	8.3%	6.9%
Dịch vụ	24.8%	41.4%	55.9%	59.5%
Bán buôn và bán lẻ...	12.9%	17.2%	23.9%	23.8%
Vận tải, kho bãi	4.9%	4.9%	6.5%	7.5%
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	2.6%	2.8%	3.3%	2.8%
Thông tin và truyền thông	0.5%	2.0%	3.3%	4.5%
Tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	0.7%	2.6%	2.0%	2.6%
Kinh doanh bất động sản	0.7%	1.7%	2.4%	2.6%
Chuyên môn, khoa học và công nghệ	1.1%	3.9%	5.4%	5.3%
Hành chính và dịch vụ hỗ trợ	0.7%	4.2%	5.6%	6.5%
Giáo dục và đào tạo		0.9%	1.6%	1.7%
Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	0.1%	0.5%	0.9%	1.0%
Nghệ thuật, vui chơi và giải trí	0.4%	0.3%	0.6%	0.5%
Dịch vụ khác	0.2%	0.3%	0.4%	0.5%

Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Nhìn theo ba ngành kinh tế, các doanh nghiệp trong ngành nông nghiệp ở TP.HCM không tạo ra nhiều việc làm. Tỷ phần lao động trong ngành công nghiệp đã giảm từ 63,8% vào năm 2000 còn 45% vào năm 2010, 35,4% vào năm 2019 và 33,3% vào năm 2021. Lực lượng lao động trong ngành xây dựng chiếm 10,9% vào năm 2000, tăng lên 13,5% vào năm 2010, sau đó giảm xuống 8,3% vào năm 2019 và 6,9% vào năm 2021.

Vai trò của các ngành dịch vụ được thể hiện rất rõ. Tỷ phần đã tăng từ gần 25% vào năm 2000 lên hơn 40% vào năm 2010, gần 56% vào năm 2019 và gần 60% vào năm 2021. Đây chính là bản chất của nền kinh tế TP.HCM, một nền kinh tế dịch vụ.

Các ngành thuộc thế mạnh của TP.HCM như bán buôn bán lẻ, thông tin truyền thông, tài chính ngân hàng, bất động sản, khoa học kỹ thuật, giáo dục và y tế đã tăng đáng kể. Điều đáng lưu ý là dịch vụ lưu trú ăn uống (du lịch) được xem là lợi thế của TP.HCM, nhưng mức tăng lao động là không đáng kể.

Bảng 8. Lợi nhuận theo ngành tại TP.HCM

Chỉ tiêu	2000	2010	2019	2021
Tổng cộng	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	0.7%	0.2%	0.0%	0.1%
Công nghiệp	56.4%	25.7%	45.2%	39.2%
Xây dựng	4.1%	5.7%	1.5%	3.4%
Dịch vụ	38.8%	68.4%	53.3%	57.4%
Bán buôn và bán lẻ...	20.7%	20.4%	16.8%	24.0%
Vận tải, kho bãi	18.5%	3.3%	8.1%	10.5%
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	-7.1%	2.5%	0.9%	-3.7%
Thông tin và truyền thông	2.5%	2.6%	-0.2%	-0.2%
Tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	8.7%	30.6%	12.8%	7.1%
Kinh doanh bất động sản	-2.8%	9.6%	9.2%	19.3%
Chuyên môn, khoa học và công nghệ	-0.4%	1.7%	5.6%	-0.3%
Hành chính và dịch vụ hỗ trợ	0.7%	0.2%	0.4%	0.2%
Giáo dục và đào tạo	0.1%	-3.1%	0.5%	1.8%
Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	-0.7%	0.2%	0.9%	-0.6%
Nghệ thuật, vui chơi và giải trí	-1.5%	0.8%	-1.6%	-0.7%
Dịch vụ khác	0.0%	-0.2%	-0.1%	-0.1%

Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Lợi nhuận của các ngành có sự biến động rất lớn. Về tổng thể, công nghiệp tạo ra lợi nhuận cao hơn mức bình quân chung của cả Thành phố trong khi dịch vụ thấp hơn. Tuy nhiên, sự biến động giữa các giai đoạn là rất lớn. Cụ thể, ngành công nghiệp chiếm 56,4% lợi nhuận vào năm 2000, giảm còn 25,7% vào năm 2010, tăng lên 45,2% vào năm 2019 và giảm còn 39,2% vào năm 2021. Ngành xây dựng chiếm một tỷ phần lợi nhuận khá khiêm tốn. Lợi nhuận của ngành dịch vụ chiếm 38,8% vào năm 2000, tăng lên 68,4% vào năm 2010, giảm còn 53,3% vào năm 2019 và tăng lên 57,4% vào năm 2021.

Thu nhập bình quân đầu người của các ngành nông nghiệp rất thấp, kể đến là ngành công nghiệp, xây dựng và cao nhất là các ngành dịch vụ. Trong các ngành dịch vụ có sự biến động rất lớn. Tài chính ngân hàng và thông tin truyền thông có thu nhập cao nhất. Kể đến là các ngành kinh doanh bất động sản, chuyên môn khoa học công nghệ, giáo dục đào tạo, và y tế.

Bảng 9. Thu nhập và giá trị gia tăng bình quân một lao động (triệu đồng/năm)

Chỉ tiêu	Thu nhập		Giá trị gia tăng	
	2019	2021	2019	2021
Bình quân chung	130	141	188	223
Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản	57	60	53	72
Công nghiệp	115	126	189	223
Xây dựng	120	130	130	171
Dịch vụ	142	152	197	231
Bán buôn và bán lẻ...	124	139	165	221
Vận tải, kho bãi	151	151	223	266
Dịch vụ lưu trú và ăn uống	104	85	121	-23
Thông tin và truyền thông	205	238	202	235
Hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm	258	249	627	472
Hoạt động kinh doanh bất động sản	169	170	388	772
Hoạt động chuyên môn, KH&CN	173	184	233	180
Hoạt động hành chính và dịch vụ hỗ trợ	99	102	104	105
Giáo dục và đào tạo	166	170	184	258
Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội	183	177	240	130
Nghệ thuật, vui chơi và giải trí	112	150	-32	43
Hoạt động dịch vụ khác	86	69	75	56

Nguồn: Tính toán của các tác giả từ số liệu thống kê chính thức

Giá trị gia tăng bình quân đầu người được tính bằng tổng lợi nhuận trước thuế và thu nhập của người lao động chia cho tổng số lao động. Ghi chú rằng đây chỉ là con số gần đúng vì giá trị gia tăng còn một số khoản khác nữa. Kết quả cho thấy giá trị gia tăng của ngành công nghiệp và dịch vụ là tương đương nhau ở cả năm 2019 và 2021, trong khi ngành xây dựng thì thấp hơn một chút và ngành nông nghiệp thì thấp hơn đáng kể.

Trong các ngành dịch vụ, tài chính, ngân hàng và bảo hiểm cùng với bất động sản là hai ngành có giá trị gia tăng vượt trội so với các ngành còn lại. Tuy nhiên, hoạt động của ngành bất động sản khá thất thường, nhất là những năm gần đây do điều kiện thị trường. Tiếp theo là các ngành vận tải kho bãi và giáo dục đào tạo.

3.4.2. Doanh nghiệp thuộc các ngành trọng điểm của TP. HCM

TP. HCM đã xác định 4 ngành công nghiệp trọng yếu là: (i) cơ khí; (ii) điện tử - công nghệ thông tin; (iii) hóa dược - cao su nhựa; và (iv) chế biến lương thực - thực phẩm. Đây là những ngành có hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao, tạo tác động lan tỏa tích cực đến các ngành kinh tế khác.

Ngành cơ khí, trong 19 doanh nghiệp trong danh sách VNR500, có 6 doanh nghiệp có trụ sở và hoạt động chính ở TP. HCM, chiếm tỷ lệ 31,5%. Tỷ lệ này cao hơn tỷ lệ số doanh nghiệp. Cụ thể TP.HCM có 4 trong 10 doanh nghiệp ngành ô tô xếp hạng 2, 4, 8 và 9. Tuy nhiên, trong danh sách này có tập đoàn Trường Hải, trên thực tế hoạt động chủ yếu ở Quảng Nam. Thành phố có hai trong 9 doanh nghiệp ngành cơ khí khác, xếp hạng 4 và 9. Đại diện của Hội doanh nghiệp Ngành cơ khí TP. HCM cho biết các doanh nghiệp cơ khí của Thành phố có kỹ thuật có thể nói là dẫn đầu của cả nước. Tuy nhiên, đây là một ngành phát triển chậm do là ngành thâm dụng vốn và công nghệ, đòi hỏi phải được đầu tư nhiều.

Bảng 10. Các doanh nghiệp cơ khí trong danh sách VNR500

TT	Tên công ty	Tỉnh/Thành phố
	Ô tô - xe máy	
1	Công ty CP Tập đoàn Thành Công	Hà Nội
2	Công ty CP Tập đoàn Trường Hải	TP.HCM
3	Công ty CP Tập đoàn Hòa Bình Minh	Yến Bái
4	Công ty CP Dịch vụ Tổng hợp Sài Gòn	TP.HCM
5	Công ty TNHH Ford Việt Nam	Hải Dương
6	Công ty TNHH Yamaha Motor Việt Nam	Hà Nội
7	Công ty TNHH Piaggio Việt Nam	Vĩnh Phúc
8	Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Phát Tiến	TP.HCM
9	Công ty CP Dịch vụ Ô tô Hàng Xanh	TP.HCM
10	Công ty TNHH Công nghiệp Chính xác Việt Nam	Vĩnh Phúc
	Cơ khí khác	
1	Công ty TNHH MTV Dịch vụ Cơ khí Hàng hải PTSC	BR-VT
2	Công ty CP Đầu tư Tập đoàn Tân Á Đại Thành	Hà Nội
3	Công ty CP Quốc tế Sơn Hà	Hà Nội
4	Công ty CP Tetra Pak Việt Nam	TP.HCM
5	Công ty TNHH Thương mại và Công nghiệp Mỹ Việt	Hưng Yên
6	Công ty CP Vật tư – TKV	Quảng Ninh
7	Công ty CP Hanacans	Bắc Ninh
8	Công ty CP Xuất nhập khẩu Thiên Á	Hà Nội
9	Công ty TNHH Nhà thép PEB	TP.HCM

Nguồn: Báo cáo VNR500

Ngành điện tử - công nghệ thông tin. Trong 10 doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh thiết bị điện tử, điện lạnh, công nghệ thông tin, viễn thông, có 6 doanh nghiệp ở TP. HCM, chiếm tỷ lệ 60%, cao hơn hẳn tỷ lệ số doanh nghiệp của TP. HCM so với cả nước. Đây là ngành mà TP. HCM có lợi thế lớn so với cả nước. Thông tin từ Hội Điện tử và Tin học cho biết, các doanh nghiệp của Thành phố có thế mạnh. Tuy nhiên, việc liên kết trong hoạt động để phát huy sức mạnh của cả lực lượng doanh nghiệp trong lĩnh vực này chỉ ở một chừng mực nào đó. Một điểm đáng chú ý là mối liên hệ của Hội với chính quyền gần như không có.

Bảng 11. Các doanh nghiệp điện tử và CNTT trong danh sách VNR500

TT	Tên công ty	Tỉnh/Thành phố
1	Công ty TNHH Samsung Electronics Việt Nam Thái Nguyên	Thái Nguyên

TT	Tên công ty	Tỉnh/Thành phố
2	Công ty CP Thế giới số	TP.HCM
3	Công ty TNHH Cao Phong	TP.HCM
4	Công ty TNHH Điện tử thông minh TCL (Việt Nam)	Bình Dương
5	Công ty CP Dịch vụ Phân phối Tổng hợp Dầu khí	TP.HCM
6	Công ty CP đầu tư & phát triển công nghệ quốc gia adg	Hà Nội
7	Công ty TNHH MTV Công nghệ Tin học Viễn Sơn	TP.HCM
8	Công ty TNHH Công nghệ HP Việt Nam	TP.HCM
9	Công ty TNHH Thương mại - Dịch vụ Hai Sáu Sáu	TP.HCM
10	Công ty CP Liên doanh Kangaroo Quốc tế	Hung Yên

Nguồn: Báo cáo VNR500

Ngành hóa dược – cao su nhựa. Trong 10 doanh nghiệp sản xuất kinh doanh ngành nhựa, có 3 doanh nghiệp của TP.HCM, xếp hạng 3, 5 và 6. Trong ba doanh nghiệp cao su, TP.HCM có một doanh nghiệp xếp hạng đầu tiên.

Bảng 12. Các doanh nghiệp nhựa và cao su trong danh sách VNR500

TT	Tên công ty	Tỉnh/Thành phố
	Nhựa	
1	Công ty CP Stavian Hóa chất	Hà Nội
2	Công ty CP Nhựa An Phát Xanh	Hải Dương
3	Công ty CP Á Đông ADG	TP.HCM
4	Công ty CP Nhựa Thiếu niên Tiền Phong	Hải Phòng
5	Công ty CP Nhựa Bình Minh	TP.HCM
6	Công ty CP Sản xuất Nhựa Duy Tân	TP.HCM
7	Công ty CP Nhựa Châu Âu	Hà Nam
8	Công ty CP Thuận Đức	Hung Yên
9	Công ty CP Tập đoàn Hóa chất Nhựa	Hà Nội
10	Công ty CP Sản xuất và Công nghệ Nhựa Pha Lê	Hải Phòng
	Cao su	
1	Công ty CP công nghiệp cao su miền nam	TP.HCM
2	Công ty TNHH jinyu (Việt Nam) tire	Tây Ninh
3	Công ty TNHH sản xuất cao su liên anh	Tây Ninh

Nguồn: Báo cáo VNR500

Ngành chế biến lương thực - thực phẩm. Trong 68 doanh nghiệp trong danh sách VNR500, có 18 doanh nghiệp của TP.HCM, chiếm tỷ lệ 26,5%, thấp hơn tỷ lệ số doanh nghiệp hiện có của TP. HCM. Trong danh sách 500 doanh nghiệp thuộc các nước Đông nam Á của Fortune, có Vinamilk xếp thứ 144, Bia Sài Gòn xếp thứ 228; Tổng công ty lương thực miền Nam xếp thứ 281.

Bảng 13. Các doanh nghiệp ngành thực phẩm của TPHCM trong danh sách VNR500

Hạng	Tên công ty	Tỉnh/Thành phố
	Bánh kẹo	

Hạng	Tên công ty	Tỉnh/Thành phố
3	Công ty CP Mondelez kinh đô Việt Nam	TP.HCM
	Dầu ăn, Mỡ động thực vật	
2	Công ty CP dầu thực vật Tường An	TP.HCM
3	Công ty CP dầu thực vật Tân Bình	TP.HCM
	Đồ uống có cồn	
1	Tổng công ty CP bia rượu Nước giải khát Sài Gòn	TP.HCM
3	Tập đoàn Trung Nguyên Legend	TP.HCM
	Đồ uống không cồn	
1	Công ty TNHH nước giải khát Suntory Pepsico Việt Nam	TP.HCM
2	Công ty CP Giao dịch hàng hóa Tây Nguyên	TP.HCM
5	Công ty CP Phúc Sinh	TP.HCM
	Đường	
2	Công ty CP Tập đoàn Kido	TP.HCM
4	Công ty CP Đầu tư Thành Thành Công	TP.HCM
5	Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Thương mại Dịch vụ Phan Minh	TP.HCM
	Sữa, sản phẩm từ sữa	
1	Công ty CP sữa Việt Nam	TP.HCM
5	Công ty CP sữa Vitadairy Việt Nam	TP.HCM
	Thực phẩm đóng gói, ăn liền, đồ hộp	
1	Công ty CP Acecook Việt Nam	TP.HCM
7	Công ty CP Uniben	TP.HCM
10	Công ty TNHH Hùng Cá	TP.HCM
	Thực phẩm khác	
1	Công ty CP hàng tiêu dùng Masan (Masan Consumer)	TP.HCM
2	Công ty CP Tập đoàn Intimex	TP.HCM
3	Công ty TNHH Nestlé Việt Nam	TP.HCM
4	Công ty CP Việt Nam Kỹ nghệ Súc sản (Vissan)	TP.HCM
5	Công ty CP Đại Tân Việt	TP.HCM
6	Công ty TNHH MTV Herbalife Việt Nam	TP.HCM
10	Công ty CP thực phẩm Cholimex	TP.HCM
	Thực phẩm tươi sống, đông lạnh	
6	Công ty TNHH MTV Xuất-Nhập khẩu thực phẩm Hạ Long	TP.HCM

Nguồn: Báo cáo VNR500

Điều đáng chú ý là các ngành dịch vụ không được chính quyền TP. HCM đưa vào danh sách các ngành trọng điểm được ưu tiên phát triển như 4 ngành công nghiệp nêu trên. Dịch vụ của Thành phố có thể kể đến gồm tài chính ngân hàng và bảo hiểm, bất động sản, bán lẻ và vận tải. Trong 25 doanh nghiệp tài chính ngân hàng của danh sách VNR500, TP. HCM có 10, trong khi Hà Nội có 14. Trong 18 doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu thì TP. HCM có 11; và trong 24 doanh nghiệp vận tải hàng đầu thì TP. HCM có 14.

Có một thực tế là có rất ít các doanh nghiệp của TP. HCM nói riêng, Việt Nam nói chung có được thương hiệu và vươn ra nước ngoài như các trường hợp của Vinamilk hoặc Cà phê Trung Nguyên. Việt Nam xuất khẩu nhiều, nhưng các sản phẩm cuối cùng được bày bán ở các siêu thị trên thế giới không thuộc thương hiệu của Việt Nam.

PHẦN 4. ĐÁNH GIÁ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA LỰC LƯỢNG DOANH NGHIỆP Ở TP.HCM

4.1. CHIẾN LƯỢC VÀ VẬN HÀNH CỦA DOANH NGHIỆP

4.1.1. So sánh trong nước và khu vực

Hoạt động và chiến lược của các doanh nghiệp được tổng hợp từ, thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân, thu nhập bình quân của người lao động, vốn FDI đăng ký, và tỷ lệ số doanh nghiệp ngừng hoạt động so với các doanh nghiệp mới thành lập (càng thấp càng tốt).

Bảng 14. Chiến lược và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp

TT	Địa phương	Điểm số	Thuế TNDN	Thuế TNCN	TN BQ LĐ	FDI	<u>DN ngừng</u> <u>DN mới</u>
1	TP. HCM	6.39	7.00	7.00	6.17	7.00	4.79
2	Hà Nội	5.15	5.60	4.83	5.75	5.45	4.10
3	Bình Dương	4.09	1.74	1.73	4.59	5.39	7.00
4	Đồng Nai	4.05	1.71	1.74	5.21	4.95	6.65
5	BRVT	3.44	1.89	1.35	7.00	4.00	5.44
6	Bắc Ninh	3.30	1.32	1.35	5.17	3.42	5.24
7	Vĩnh Phúc	2.69	1.65	1.02	3.81	1.56	5.39
8	Hải Phòng	2.15	1.40	1.30	3.05	3.46	1.51
9	Quảng Ninh	2.13	1.59	1.01	5.31	1.76	1.00
10	Cần Thơ	2.04	1.00	1.00	1.00	1.00	6.19
11	Đà Nẵng	1.94	1.18	1.12	3.35	1.61	2.44

Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

Nhìn tổng thể chung cho cả lực lượng doanh nghiệp, chiến lược và hiệu quả hoạt động của lực lượng doanh nghiệp của TP. HCM đang tốt nhất cả nước. Các chỉ tiêu về thuế thu nhập doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân và thu nhập bình quân của người lao động thể hiện thước đo tạo ra giá trị gia tăng của các doanh nghiệp. Các chỉ tiêu này Thành phố về cơ bản là dẫn đầu. Vốn FDI thể hiện khả năng cạnh tranh quốc tế Thành phố cũng dẫn đầu. Trong nội dung này, tỷ lệ doanh nghiệp ngừng hoạt động so với doanh nghiệp mới thành lập là cần chú ý.

Bảng 15. Xếp hạng về hoạt động kinh doanh của Kearney

Thành phố	Hoạt động kinh doanh
Tokyo	2
Bắc Kinh	5
Thượng Hải	6
Hong Kong	8
Singapore	9
Seoul	10

Thành phố	Hoạt động kinh doanh
Bangkok	38
Jakarta	54
Kuala Lumpur	56
Manila	69
TP.HCM	76

Nguồn: Báo cáo chỉ số thành phố toàn cầu của Kearney

Chỉ số hoạt động kinh doanh, theo xếp hạng của Kearney gồm dòng vốn, sự năng động của thị trường và sự hiện diện của các doanh nghiệp lớn. Đặt trong bối cảnh của khu vực và quốc tế, chỉ số hoạt động kinh doanh vào năm 2023 theo xếp hạng của Kearney TP. HCM xếp hạng 76 và bình quân 5 năm xếp hạng 60. Đây là xếp hạng cao nhất trong 5 thành phố được phân tích. Tuy nhiên, xếp hạng của TP. HCM cũng thấp hơn tất cả các thành phố khác trong nhóm so sánh. Một cách tổng thể, chiến lược và hoạt động của lực lượng doanh nghiệp ở TP. HCM ở sau một khoảng cách khá xa so với các thành phố trong nhóm so sánh.

4.1.2. Kết quả khảo sát

4.1.2.1. Chiến lược và hiệu quả hoạt động

Các doanh nghiệp đánh giá tích cực về chiến lược và hiệu quả hoạt động của bản thân doanh nghiệp. Mức trung bình là 5,24. Tuy nhiên, bản thân mức độ các nội dung cụ thể cho thấy một số vấn đề về chiến lược và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp. Trong 17 nội dung, có 12 nội dung được đánh giá cao hơn trung bình và 5 nội dung thấp hơn trung bình.

Hình 21. Chiến lược và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp



Nguồn: Kết quả khảo sát

Sứ mệnh, tầm nhìn, các mục tiêu chiến lược, xác định giá trị cốt lõi và xây dựng giá trị cốt lõi là những nội dung được đánh giá cao nhất trong phần này. Điểm số bình quân của các chỉ tiêu này đều cao hơn 5,42. Đây là mức cao trong mẫu khảo sát của chúng tôi. Điều này cho thấy mức độ quan tâm của các doanh nghiệp, bởi vì đây là những nội dung thường được nhắc đến và quen thuộc nhất đối với các doanh nghiệp.

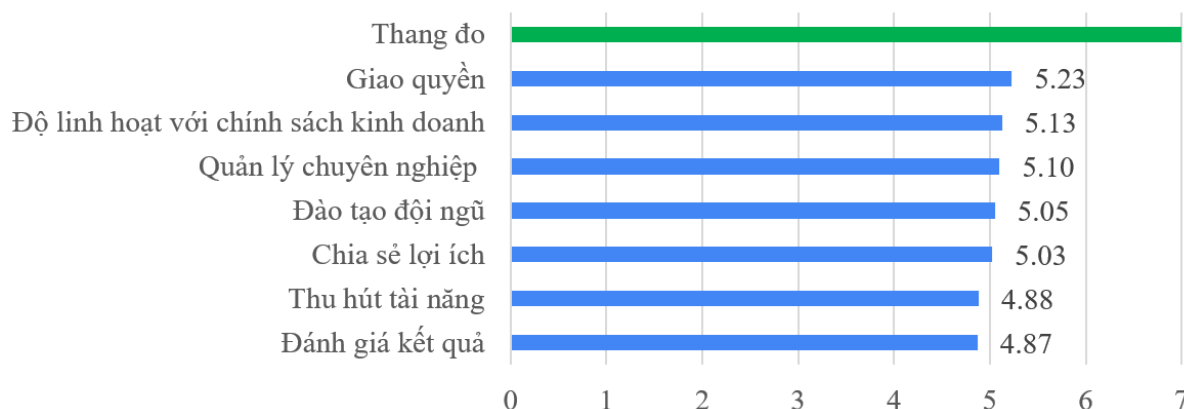
Các doanh nghiệp cũng quan tâm nhiều đến sơ đồ tổ chức, mô tả công việc và quy trình vận hành với những đánh giá khá cao. Điểm số các nội dung này dao động trong khoảng 1 độ lệch chuẩn.

Điều đáng quan tâm là nhóm chỉ tiêu phản ánh năng lực đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp. Các chỉ tiêu gồm: mức độ tiếp thị, chỉ tiêu cho nghiên cứu và phát triển, hiệu quả đo lường, năng lực đổi mới sáng tạo và sử dụng công nghệ ở mức dưới trung bình một độ lệch chuẩn.

4.1.2.2. Thông lệ và tập quán tổ chức

Các doanh nghiệp đánh giá thông lệ và tập quán tổ chức ở mức vừa phải. Giao quyền, độ linh hoạt với chính sách kinh doanh, quản lý chuyên nghiệp, đào tạo đội ngũ và chia sẻ lợi ích ở mức cao hơn trung bình ở giới hạn một độ lệch chuẩn. Thu hút tài năng và đánh giá kết quả ở mức thấp hơn trung bình trong giới hạn một độ lệch chuẩn.

Hình 22. Thông lệ và tập quán tổ chức



Nguồn: Kết quả khảo sát

Điều đáng chú ý là trong các phỏng vấn sâu của chúng tôi, xu hướng muốn giữ công ty gia đình và quản trị theo kiểu gia đình là khá phổ biến ở Việt Nam. Ngay cả với các công ty có quy mô lớn. Điều này gắn với đặc điểm văn hóa kinh doanh của người Việt, nhất là việc hợp tác và chia sẻ lợi ích. Lựa chọn của các chủ sở hữu là lựa chọn tốt nhất đối với góc nhìn của họ. Tuy nhiên, nhược điểm lớn nhất của mô hình công ty gia đình là khó mở rộng quy mô và áp dụng các cách thức quản trị chuyên nghiệp

4.1.2.3. Quốc tế hóa của doanh nghiệp

Điểm số bình quân của quốc tế hóa doanh nghiệp chỉ là 4,91. Kết quả phản ánh lý do các doanh nghiệp của Thành phố không có khả năng cạnh tranh quốc tế cao.

Hình 23. Quốc tế hóa của doanh nghiệp



Nguồn: Kết quả khảo sát

Mức độ cạnh tranh trong thị trường được đánh giá rất tích cực và việc kiểm soát các kênh phân phối được đánh giá tích cực. Trái lại, mức độ mua lại công nghệ tiên tiến dưới mức trung bình một độ lệch chuẩn, tác động của các hiệp định thương mại tự do không được đánh giá cao và khả năng cạnh tranh quốc tế thấp hơn một độ lệch chuẩn khá xa. Điều này cho thấy các doanh nghiệp chưa thực sự khai thác được các nhân tố thuận lợi của quá trình tự do thương mại và toàn cầu hóa để nâng cao năng lực cạnh tranh. Cấp độ hội nhập cũng mới chỉ ở mức thấp.

4.2. TRÌNH ĐỘ PHÁT TRIỂN CỤM NGÀNH

4.2.1. So sánh trong nước và quốc tế

Tình trạng phát triển cụm ngành được đo bằng số doanh nghiệp, doanh thu của các doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân, và số lao động trong các doanh nghiệp. Kết quả xếp hạng tổng thể TP. HCM dẫn đầu cả nước về tổng thể cũng như tất cả các chỉ tiêu thành phần.

Bảng 16. Xếp hạng tình trạng phát triển cụm ngành của các địa phương

TT	Địa phương	Điểm số	Số DN	Doanh thu	Thuế TNCN	Số LĐ
1	TP.HCM	7.00	7.0	7.0	7.0	7.0
2	Hà Nội	5.29	4.8	5.5	4.8	6.0
3	Bình Dương	2.21	1.7	2.3	1.7	3.2
4	Đồng Nai	1.95	1.4	2.1	1.7	2.6
5	Bắc Ninh	1.57	1.1	2.2	1.4	1.6
6	Hải Phòng	1.51	1.3	1.7	1.3	1.8
7	Đà Nẵng	1.26	1.4	1.1	1.1	1.4
8	BRVT	1.22	1.1	1.3	1.4	1.2
9	Quảng Ninh	1.16	1.0	1.3	1.0	1.3
10	Vĩnh Phúc	1.11	1.0	1.2	1.0	1.2
11	Cần Thơ	1.01	1.0	1.0	1.0	1.0

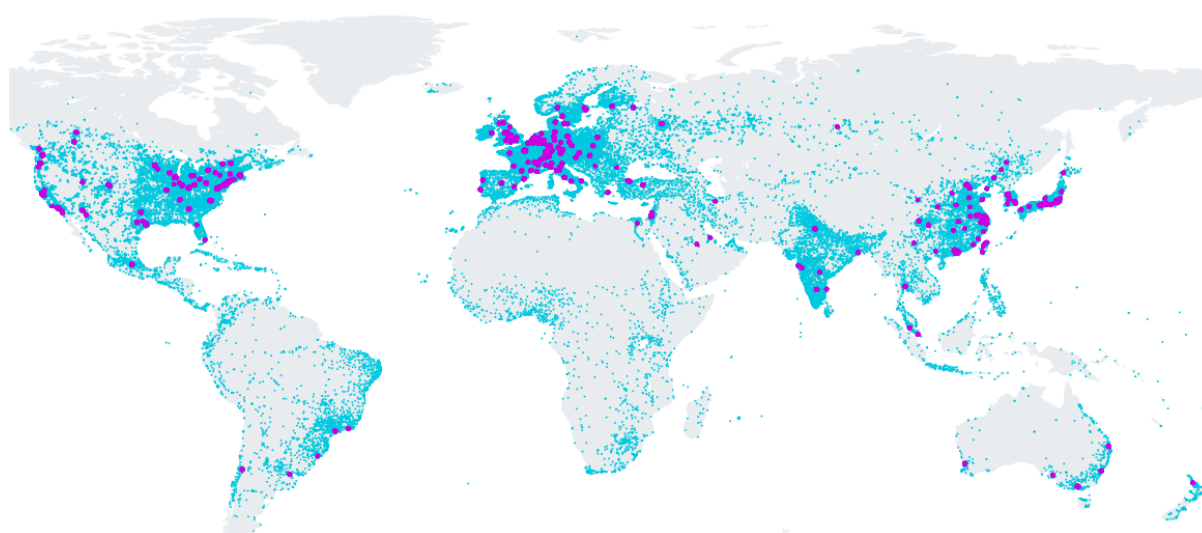
Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

TP. HCM có một lực lượng doanh nghiệp rất đông đảo và nhiều hơn hẳn so với các địa phương khác. Thành phố có nhiều cụm ngành với nhiều doanh nghiệp hoạt động. Đây là lợi thế rất lớn

của Thành phố. Thêm vào đó, ở TP. HCM từ sớm đã xuất hiện các yếu tố của cụm ngành gắn với quá trình thực hiện chiến lược phát triển công nghiệp nhẹ và chế biến xuất khẩu tập trung chẳng hạn như dệt may, da giày, chế biến lương thực-thực phẩm, điện tử, công nghệ thông tin, v.v... Ngoài ra, do đặc điểm tự nhiên cũng như lịch sử, các cụm ngành liên quan đến dịch vụ xuất khẩu hoặc hỗ trợ xuất khẩu như cảng biển, logistics cũng hình thành ở TP. HCM và như các tỉnh lân cận. Theo đánh giá về các cụm ngành của Việt Nam do các nhà nghiên cứu của Ngân hàng Thế giới thực hiện năm 2022, các cụm ngành TP. HCM có lợi thế gồm: dệt may, hóa dược, các dịch vụ kinh doanh, xây dựng, thương mại điện tử, giáo dục đào tạo, thiết bị điện và truyền dẫn, dịch vụ môi trường, dịch vụ tài chính, ngân hàng và bảo hiểm, chế biến lương thực, thực phẩm, da giày, du lịch, đồ trang sức, thiết bị điện và chiếu sáng, chế biến thịt, marketing và xuất bản, thiết bị y tế, âm nhạc và ghi âm, nghệ thuật biểu diễn, chất dẻo, in ấn, thuốc lá, vận tải và hậu cần, sản xuất và phân phối video, vận tải đường thủy.

Tuy nhiên, sự phát triển của các cụm ngành ở Việt Nam nói chung và ở TP. HCM nói riêng thường không được hỗ trợ một cách có chủ đích. Khái niệm cụm công nghiệp thường được dùng trong các chính sách phát triển công nghiệp cũng như trong các quy hoạch phát triển kinh tế. Tuy nhiên khái niệm cụm công nghiệp không phải là cụm ngành. Một cụm công nghiệp được hiểu là sự tập trung về mặt địa lý của các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp nói chung mà không nhất thiết phải là cùng ngành. Mặc dù chính quyền TP. HCM cũng có chủ trương rà soát tình hình hoạt động của từng cụm công nghiệp như ngành nghề và giá trị sản xuất nhằm điều chỉnh quy hoạch gắn với nhóm và ngành nghề đặc thù, song để phát triển cụm ngành đòi hỏi cần phải có một chiến lược và cách tiếp cận khác. Nói chung, các cụm ngành ở TP. HCM còn kém phát triển, chưa có sự gắn kết chặt chẽ với nhau giữa các doanh nghiệp hoạt động trong cùng cụm ngành, sự năng động của các doanh nghiệp trong cụm ngành còn thấp. Các hoạt động mang tính hỗ trợ và thúc đẩy nhau cùng phát triển còn yếu trong khi tính chất và phạm vi hoạt động lại tương tự nhau dẫn đến tình trạng cạnh tranh nhau thay vì hợp tác và chia sẻ. TP. HCM cũng chưa có chiến lược và quy hoạch phát triển cụm ngành hợp lý.

Hình 24. 100 cụm ngành toàn cầu năm 2022



Nguồn: WIPO

Với quy mô nền kinh tế và trình độ phát triển của TP. HCM ở một khoảng cách rất xa so với các đô thị khác trong khu vực, trình độ phát triển cụm ngành của TP. HCM cũng ở một khoảng cách rất xa so với các thành phố khác. Trong nhóm 100 cụm ngành toàn cầu, Việt Nam không có mặt.

Trong khu vực, đông nam Á, có Singapore, Malaysia và Thái Lan. Trái lại các nền kinh tế đông bắc Á có rất nhiều. Năng lực đổi mới sáng tạo của một thành phố tương quan với trình độ phát triển của các cụm ngành. Kết quả xếp hạng ở **Bảng 17** cho thấy, TP. HCM xếp hạng 57 trong các thành phố châu Á. Đây là một xếp hạng hiếm hoi mà TP. HCM cao hơn một số thành phố trong khu vực (Jakarta 68 và Manila 78).

Bảng 17. Xếp hạng năng lực đổi mới của các thành phố

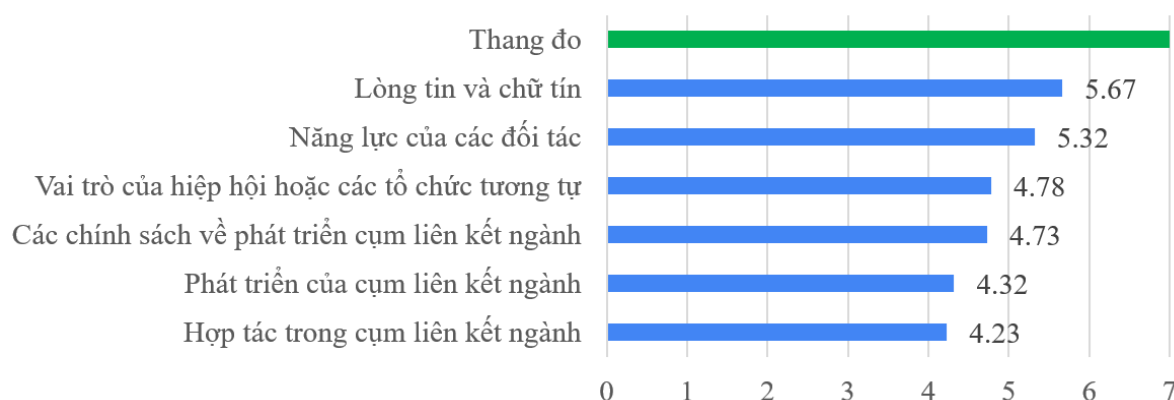
Thành phố	Chỉ số đổi mới
Tokyo	1
Singapore	3
Seoul	4
Thượng Hải	5
Bắc Kinh	6
Hong Kong	12
Bangkok	31
Kuala Lumpur	52
TP.HCM	57
Jakarta	68
Manila	78

Nguồn: *Innovation-cities.com*

4.2.2. Kết quả khảo sát

Kết quả khảo sát phỏng vấn sâu nội dung này phản ánh rất rõ thực trạng phát triển và liên kết của các doanh nghiệp ở TP.HCM.

Hình 25. Trình độ phát triển cụm ngành



Nguồn: *Kết quả khảo sát*

Điểm tích cực trong kết quả khảo sát là lòng tin và chữ tín của các đối tác được đánh giá rất cao so với điểm số trung bình ở mức 5,67, cao hơn đáng kể của khoảng cách một độ lệch chuẩn. Thêm vào đó, năng lực của các đối tác được đánh giá khá cao. Đây là những cơ sở cho việc hình thành các liên kết giữa lõi của các cụm ngành và các bên liên quan.

Kết quả khảo sát cũng như phỏng vấn sâu là rất đáng quan ngại với sự liên kết và hợp tác giữa các doanh nghiệp trong lõi của các cụm ngành và khả năng phát triển. Điểm số cho hợp tác trong cụm liên kết ngành chỉ ở mức 4,23 nằm ngoài mức hai độ lệch chuẩn. Đây là một mức rất thấp. Hàm ý của kết quả đánh giá này là về cơ bản không có sự hợp tác giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành được xem là đối thủ cạnh tranh của nhau. Tất cả những lãnh đạo hiệp hội và các hội tham gia phỏng vấn sâu với chúng tôi đều hết sức bi quan về vấn đề này. Thông tin từ lãnh đạo các tổ chức liên kết cho biết, các doanh nghiệp rất ít chia sẻ thông tin và tham gia đóng góp hay có ý kiến góp ý vào những chính sách chung. Kết quả của việc lấy ý kiến góp ý từ các thành viên thường là dưới 5%.

Kết quả khảo sát đánh giá không cao về vai trò của hiệp hội hoặc các tổ chức liên kết. Điểm số cho nội dung này là 4,78. Đa số lãnh đạo hiệp hội và các hội đều cho rằng hoạt động xã hội chiếm một phần đáng kể trong hoạt động trong khi các hoạt động chuyên môn, mang lại lợi ích thiết thực cho các thành viên gặp nhiều thách thức.

Cơ chế hoạt động của các tổ chức. Các ý kiến cho rằng mô hình hoạt động của các tổ chức liên kết chưa thực sự hiệu quả gắn với nhu cầu và lợi ích của các hội viên cũng như cả ngành. Cơ chế đóng góp nguồn lực, tạo dựng và chia sẻ lợi ích chưa thực sự rõ ràng. Hoạt động của các hội nói riêng, hiệp hội doanh nghiệp thành phố nói chung mang dấu ấn của các cá nhân theo các thời kỳ nhiều hơn là một cơ chế chung để tạo dựng sức mạnh tập thể.

Mức đóng tài chính của các hội chủ yếu ở mức 3-5 triệu đồng với số lượng hội viên phổ biến ở mức 300-500 thành viên thì tổng hội phí thu được hàng năm bình quân ở mức 1-2 tỷ đồng. Thêm vào đó, trong nhiều trường hợp các hội viên không hoặc chưa đóng khoản kinh phí này. Kết quả các hội chỉ có khoản kinh phí thường xuyên là hết sức khiêm tốn. Về cơ bản chỉ đủ để duy trì hoạt động tối thiểu của bộ máy tổ chức.

Thu thập và cung cấp thông tin. Thu thập và cung cấp thông tin về xu hướng thị trường, xu hướng công nghệ trong ngành là việc hết sức cần thiết của các tổ chức liên kết do có thể tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả. Tuy nhiên, hoạt động này là khá khiêm tốn ở các hội. Trong những trường hợp chúng tôi phỏng vấn, các hội mới chỉ đang có kế hoạch thực hiện các đánh giá và thu thập thông tin để cung cấp cho các hội viên. Trên thực tế, đây là một hoạt động cần nguồn lực và chuyên môn. Với nguồn kinh phí hạn hẹp hiện tại của các hội và cả hiệp hội thì rất khó để có thể triển khai và cung cấp dịch vụ này một cách hiệu quả.

Góp ý và vận động chính sách cho sự phát triển của ngành và các doanh nghiệp. Kết quả phỏng vấn sâu của chúng tôi cho thấy, không có hội nào và bản thân Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố có thể thực hiện việc này một cách bài bản.

Các chính sách về phát triển cụm liên kết ngành và vai trò của nhà nước cũng không được đánh giá cao. Điểm số là 4,73. Nhà nước hỗ trợ một số kinh phí về tổ chức hội chợ triển lãm, giới thiệu sản phẩm. Chưa có cơ chế để nâng cao vai trò của hiệp hội và các hội. Với lực lượng doanh nghiệp đông đảo, việc quan tâm và bao phủ của lãnh đạo Thành phố được đánh giá là không bằng với các địa phương khác.

4.3. Môi trường kinh doanh

Môi trường kinh doanh của một địa phương được đo bằng các điều tra cảm nhận của doanh nghiệp, số doanh nghiệp đang hoạt động trên địa phương và số doanh nghiệp mới thành lập trong năm gần nhất, hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp được đo bằng tổng số thuế thu nhập đã nộp (chỉ tiêu này có những vấn đề của nó, nhưng vẫn là thước đo khả dĩ); và số vốn FDI đăng ký tăng thêm.

Bảng 18. Xếp hạng môi trường kinh doanh của các địa phương

TT	Địa phương	Điểm số	PCI	Số DN	Số DN mới	Thuế TNDN	Tăng FDI
1	TP. HCM	5.9	2.2	7.0	7.0	7.0	6.1
2	Hà Nội	4.5	2.0	4.8	4.7	5.6	5.3
3	Hải Phòng	3.0	5.8	1.3	1.2	1.4	5.2
4	Bình Dương	2.7	1.1	1.7	1.8	1.7	7.0
5	Quảng Ninh	2.5	7.0	1.0	1.0	1.6	1.8
6	BRVT	2.4	5.6	1.1	1.1	1.9	2.8
7	Bắc Ninh	2.4	2.4	1.1	1.2	1.3	5.9
8	Đồng Nai	2.2	1.0	1.4	1.4	1.7	5.3
9	Vĩnh Phúc	2.0	4.4	1.0	1.0	1.7	1.8
10	Đà Nẵng	2.0	4.2	1.4	1.4	1.2	1.7
11	Cần Thơ	1.8	4.8	1.0	1.0	1.0	1.0

Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

Cảm nhận của các doanh nghiệp về môi trường kinh doanh của TP. HCM trong kết quả khảo sát năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam là không cao. Tuy nhiên, các nhân tố khác là rất tốt. Với các yếu tố nền tảng, cho đến thời điểm hiện tại, môi trường kinh doanh của TP. HCM vẫn tốt nhất cả nước. Tuy nhiên, có nhiều vấn đề cần phân tích vì sự thuận lợi trong kinh doanh ở TP. HCM đã giảm đi một cách tương đối theo thời gian. Thành phố Hồ Chí Minh không còn là địa phương thu hút vốn đầu tư dẫn đầu cả nước từ năm 2010 đến nay.

Bảng 19. Xếp hạng các cấu phần trong chỉ số các thành phố toàn cầu của Kearney

Thành phố	Chung	Hoạt động kinh doanh	Vốn con người	Trao đổi thông tin	Trải nghiệm văn hóa	Tham gia chính trị
Tokyo	4	2	4	14	4	7
Bắc Kinh	5	5	9	45	26	8
Singapore	7	9	12	7	44	42
Hong Kong	10	8	6	28	58	46
Thượng Hải	13	6	11	64	36	41
Seoul	14	10	26	17	20	18
Bangkok	45	38	52	51	46	21
Manila	70	69	69	67	61	25
Kuala Lumpur	72	56	65	80	65	44
Jakarta	74	54	84	73	67	36
TP.HCM	94	76	95	90	99	105

Nguồn: Báo cáo Kearny (2023)

Trong các cấu phần của Báo cáo của Kearney, hoạt động kinh doanh gồm dòng vốn, sự năng động của thị trường, sự hiện diện của các doanh nghiệp lớn; vốn con người là trình độ học vấn; trao đổi thông tin là tiếp cận thông tin qua Internet và các nguồn truyền thông khác; trải nghiệm văn hóa

là tiếp cận các sự kiện thể thao lớn, bảo tàng và các triển lãm khác; và tham gia chính trị là sự kiện chính trị, tổ chức nghiên cứu và đại sứ quán hoặc cơ quan lãnh sự. Tất cả các cấu phần của TP. HCM đều thấp nhất trong nhóm so sánh và thấp hơn rất nhiều các thành phố khác. Điều này cho thấy mức độ thuận lợi của môi trường kinh doanh ở TP. HCM còn một khoảng cách rất xa so với các thành phố khác.

4.3.1. Các nhân tố đầu vào

4.3.1.1. Hạ tầng kỹ thuật

Hạ tầng kỹ thuật được xếp hạng từ 4 cấu phần với trọng số bằng nhau (0,25). Cấu phần thứ nhất là các hạ tầng chung gồm khu công nghiệp, đường bộ, điện và điện thoại và internet lấy từ kết quả xếp hạng Chỉ số Năng lực cạnh tranh cấp tỉnh cộng với tỷ lệ người dân đô thị dùng nước sạch lấy từ số liệu thống kê chính thức. Các thành phần được chấm điểm lấy bình quân không có trọng số. Cấu phần thứ hai là hạ tầng kết nối quốc tế gồm đường cảng hàng không và cảng biển được tính như trên. Cấu phần thứ ba là hạ tầng đô thị tổng hợp bao gồm cả quy mô được dựa trên dân số đô thị. Cuối cùng, giống như quy mô các địa phương, hạ tầng tổng thể (nhất là đô thị và bao gồm quy mô) của TP. HCM và Hà Nội vượt trội hơn hẳn các địa phương còn lại. Do vậy, chúng tôi thêm chỉ số ảnh hưởng và chấm điểm dựa vào kinh nghiệm.

Bảng 20. Xếp hạng hạ tầng kỹ thuật của các địa phương

TT	Địa phương	Điểm số	Khu công nghiệp	Đường bộ	Điện + điện thoại	Internet	TL dùng nước sạch	Hàng không	Cảng biển	DS DT	Ảnh hưởng
1	TP.HCM	6.34	3.9	2.3	3.8	4.8	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0
2	Hà Nội	4.49	1.9	3.9	2.5	4.8	6.6	7.0	4.0	4.3	4.3
3	Bình Dương	4.65	7.0	5.6	7.0	7.0	7.0	6.0	7.0	2.7	2.7
4	BRVT	3.42	3.7	5.6	4.5	4.6	7.0	5.0	7.0	1.3	1.3
5	Hải Phòng	3.36	3.1	3.3	5.3	3.4	7.0	5.0	7.0	1.5	1.5
6	Đồng Nai	3.09	5.5	2.0	1.8	2.0	1.0	6.0	6.0	2.0	2.0
7	Quảng Ninh	2.89	2.5	7.0	6.5	4.4	2.6	3.0	5.0	1.5	1.5
8	Đà Nẵng	3.01	2.6	6.1	5.0	5.9	7.0	3.0	4.0	1.6	1.6
9	Bắc Ninh	2.70	1.9	3.9	2.3	2.3	7.0	6.0	4.0	1.2	1.2
10	Vĩnh Phúc	2.65	2.9	5.4	1.8	1.8	6.1	6.0	4.0	1.0	1.0
11	Cần Thơ	1.51	1.0	1.0	1.0	1.0	6.7	1.0	1.0	1.4	1.4

Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

Kết quả xếp hạng về hạ tầng kỹ thuật, TP. HCM dẫn đầu của cả nước. Trong đó, hạ tầng khu công nghiệp có lợi thế, hạ tầng đường bộ có lợi thế, hạ tầng điện và điện thoại có lợi thế, hạ tầng internet có lợi thế, hàng không có lợi thế lớn, cảng biển có lợi thế lớn và ảnh hưởng có lợi thế lớn. Điều đáng chú ý là quy mô đô thị của TP. HCM khá lớn. Cũng như một số nhân tố khác, việc được

hưởng lợi từ hệ thống hạ tầng đầy đủ và đa dạng với mức độ tinh vi cao của các đô thị hay trung tâm kinh tế là hết sức quan trọng. Ở nhân tố này, TP. HCM có lợi thế lớn so với các địa phương khác.

So với các thành phố khác trong khu vực, cơ sở hạ tầng của TP. HCM còn ở một khoảng cách rất xa. Quy mô về cảng biển, sân bay, hệ thống giao thông đường bộ kết nối và hệ thống giao thông công cộng của TP. HCM ở mức rất thấp so với các thành phố khác trong khu vực. Đánh giá cảm nhận của các doanh nghiệp cho thấy rất rõ điều này.

4.3.1.2. Hạ tầng xã hội

Hạ tầng xã hội bao gồm: giáo dục, nguồn nhân lực, y tế, xã hội và ảnh hưởng. Đánh giá hạ tầng xã hội ngoài mục đích xác định năng lực cạnh tranh của TP. HCM, còn nhằm đánh giá về chất lượng dịch vụ và môi trường sống, nhằm trả lời cho câu hỏi liệu TP. HCM có phải một “thành phố đáng sống” so với các tỉnh/thành lân cận. Trong đó yếu tố ảnh hưởng như đã phân tích ở trên, các địa phương gần Hà Nội và TP. HCM có thể sử dụng các hạ tầng xã hội vượt trội của hai địa phương này. Nói cách khác, Báo cáo tiếp cận theo vùng phát triển thay vì giới hạn trong địa giới hành chính

Bảng 21. Xếp hạng về hạ tầng xã hội của các địa phương

TT	Địa phương	Điểm số	Giáo dục	Nguồn Nhân lực	Y tế	Xã hội	Ảnh hưởng
1	Hà Nội	6.1	6.6	5.9	5.9	5.3	7.0
2	TP.HCM	5.9	5.6	6.9	4.8	5.2	7.0
3	Bình Dương	3.2	1.9	1.6	1.7	4.6	6.0
4	Đồng Nai	3.0	1.3	1.7	2.2	3.7	6.0
6	Bắc Ninh	2.9	1.3	1.2	1.8	4.0	6.0
5	Hải Phòng	2.8	1.9	1.5	2.6	3.8	4.0
7	Vĩnh Phúc	2.7	2.0	1.0	2.1	2.5	6.0
8	Đà Nẵng	2.4	2.1	1.2	3.5	4.0	1.0
9	Quảng Ninh	2.3	1.5	1.2	3.0	2.5	3.0
10	Cần Thơ	2.2	1.8	1.0	3.0	2.0	3.0
11	BRVT	2.1	1.3	1.2	1.5	2.6	4.0

Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

Tính tổng thể, hạ tầng xã hội của TP. HCM thấp hơn Hà Nội một chút nhưng cao hơn đáng kể so với các địa phương khác về tất cả các chỉ tiêu.

So với các thành phố trong khu vực, hạ tầng xã hội của TP. HCM cũng đang ở một khoảng cách rất xa so với các thành phố khác. **Bảng 19** cho thấy xếp hạng về vốn con người của TP. HCM là rất thấp và ở một khoảng cách rất xa so với các thành phố khác.

4.3.1.3. Khả năng tự chủ của chính quyền và chất lượng phục vụ

Khả năng tự chủ của chính quyền được dựa theo các tiêu chí gồm: số thu ngân sách, số chi ngân sách, chi ngân sách bình quân đầu người, tỷ lệ giữa nguồn thu ngân sách nội địa và chi thường xuyên và tính tự chủ về mặt chính sách. Tính tự chủ về mặt chính sách được dựa theo đặc điểm

địa phương. Hà Nội cao nhất với 7 điểm, TP. HCM 6 điểm, các thành phố trực thuộc trung ương 4 điểm và các địa phương còn lại 1 điểm.

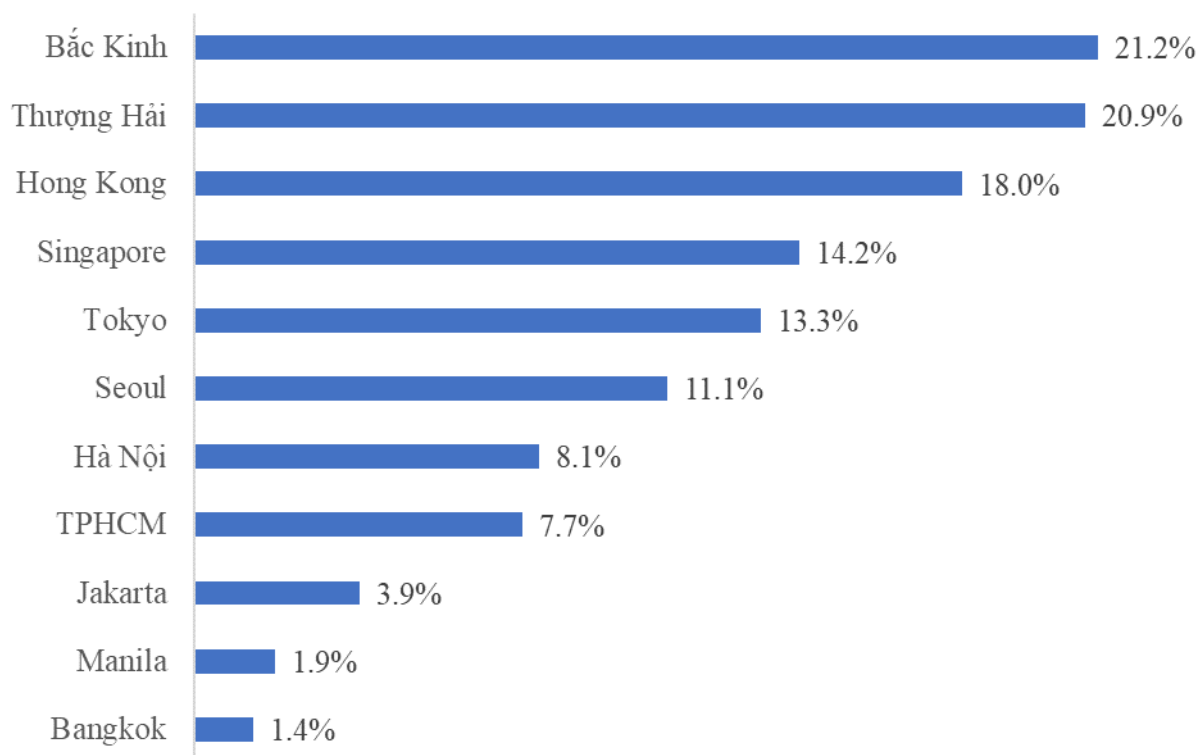
Bảng 22. Xếp hạng về khả năng tự chủ của chính quyền

TT	Địa phương	Điểm số	Thu NS	Chi NS	Chi NS/người	Chính sách
1	Hà Nội	5.2	5.5	7.0	1.4	7.0
2	TP. HCM	5.2	7.0	6.7	1.0	6.0
3	Đà Nẵng	3.4	1.4	2.3	6.1	4.0
4	Vĩnh Phúc	3.1	1.7	2.6	7.0	1.0
5	Hải Phòng	2.9	2.1	2.4	3.1	4.0
6	BRVT	2.8	2.3	2.2	5.9	1.0
7	Quảng Ninh	2.6	1.6	2.4	5.5	1.0
8	Đồng Nai	2.3	2.2	3.5	2.5	1.0
9	Cần Thơ	2.1	1.0	1.0	2.5	4.0
10	Bắc Ninh	1.7	1.0	1.5	3.1	1.0
11	Bình Dương	1.6	1.9	1.9	1.6	1.0

Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

Kết quả xếp hạng cho thấy, TP. HCM và Hà Nội tương đương nhau và vượt trội so với các địa phương khác. Cho dù có những ràng buộc, nhưng tổng thể thì Hà Nội và TP. HCM đang được giao quyền và có tính tự chủ tốt nhất cả nước.

Hình 26. Chi tiêu ngân sách so với GDP của một số thành phố



Nguồn: Tổng hợp và tính toán của các tác giả

So với các thành phố khác trong khu vực thì khả năng tự chủ, nhất là về ngân sách của TP. HCM là rất khiêm tốn. Tỷ lệ chi ngân sách (dự toán năm 2023) so với GRDP của TP. HCM là 7,7%, thấp hơn Hà Nội một chút và thấp hơn rất nhiều so với các thành phố có được sự thành công trong phát triển trong khu vực. Nếu tính theo số giải ngân thực tế thì tỷ lệ chi ngân sách so với GRDP vào năm 2023 của TP. HCM chỉ là 5,3%. Theo báo cáo ngày 29/12/2023, chi ngân sách năm 2023 của TP. HCM chỉ đạt 68,63% kế hoạch năm. Số chưa chi so với dự toán ngân sách lên đến 40 nghìn tỷ đồng. Đây là một chỉ báo cho thấy năng lực thực thi chính sách và chi tiêu ngân sách của Chính quyền Thành phố.

Chất lượng phục vụ của chính quyền được đánh giá thông qua các các xếp hạng về cảm nhận của người dân và doanh nghiệp gồm các xếp hạng năng lực quản trị hành chính cấp tỉnh (PAPI), năng lực cạnh tranh cấp tỉnh (PCI) và chỉ số cải cách hành chính cấp tỉnh (Par-Index).

Bảng 23. Xếp hạng về cảm nhận chất lượng phục vụ của chính quyền

TT	Địa phương	Điểm số	PAPI	PCI	Par-Index
1	Quảng Ninh	7.0	7.0	7.0	7.0
2	BRVT	4.9	3.1	5.6	6.1
3	Hải Phòng	4.8	2.0	5.8	6.8
4	Hà Nội	3.8	2.8	2.0	6.4
5	Đà Nẵng	3.5	2.2	4.2	4.2
6	Vĩnh Phúc	3.2	2.8	4.4	2.5
7	Cần Thơ	2.7	1.1	4.8	2.2
8	TP. HCM	2.3	1.8	2.2	2.9
9	Bình Dương	2.3	2.4	1.1	3.4
10	Bắc Ninh	2.3	3.6	2.4	1.0
11	Đồng Nai	1.6	1.0	1.0	2.9

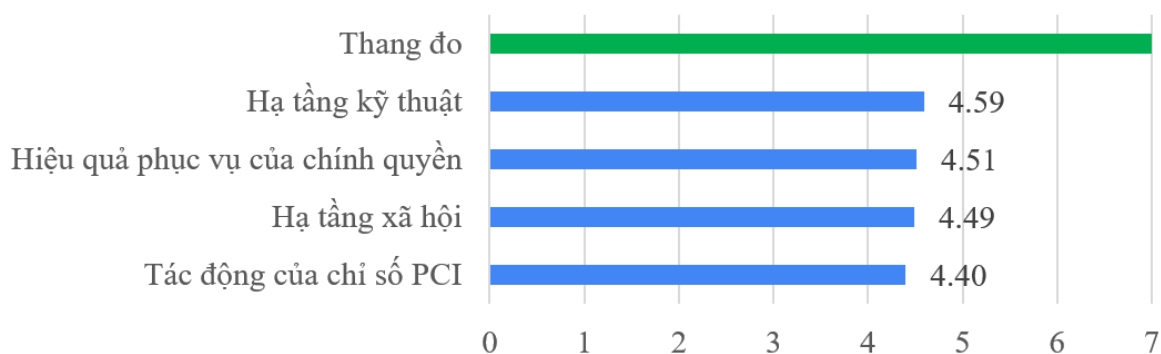
Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

Kết quả cho thấy TP. HCM có vị trí rất thấp trong nhóm so sánh và thấp so với tất cả các địa phương trong cả nước. Cần lưu ý rằng xếp hạng trên chỉ là cảm nhận của doanh nghiệp và người dân chứ không phản ánh năng lực cạnh tranh tổng thể của một địa phương hay nền kinh tế như xếp hạng năng lực cạnh tranh quốc gia mà Diễn đàn Kinh tế Thế giới xếp hạng và công bố hàng năm.

4.3.1.4. Kết quả khảo sát

Cảm nhận về năng lực cạnh tranh ở cấp độ địa phương với ba yếu tố chính là hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội và hiệu quả phục vụ của chính quyền là không tích cực. Điểm của cả ba nội dung này đều thấp hơn ngưỡng một độ lệch chuẩn. Cụ thể, hạ tầng kỹ thuật 4,59 điểm, hiệu quả phục vụ của chính quyền 4,51 và hạ tầng xã hội 4,49. So với cảm nhận chung về các nội dung trong khảo sát của chúng tôi, đây là những điểm số rất thấp. Thêm vào đó, các doanh nghiệp không đánh giá cao tác động của chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh.

Hình 27. Các nhân tố đầu vào



Nguồn: Kết quả khảo sát

Nói chung các nhân tố đầu vào còn khoảng cách rất xa so với kỳ vọng của các doanh nghiệp cho dù như đã phân tích ở trên, hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội và khả năng tự chủ của chính quyền ở TP. HCM về cơ bản là dẫn đầu cả nước. Đây có lẽ mà một nguyên nhân quan trọng làm cho kinh tế Việt Nam nói chung, doanh nghiệp Việt Nam nói riêng không có được những kết quả phát triển như các nền kinh tế thành công trong khu vực sau chu kỳ 3-4 thập niên như Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan và Trung Quốc. Trên thực tế, các doanh nghiệp Việt Nam nói chung, TP. HCM nói riêng cũng khá lép vế so với các doanh nghiệp trong khu vực đông nam Á trong danh sách Fortune 500.

Trong quá trình phỏng đại diện HUBA và các hội doanh nghiệp, hiệu quả phục vụ của chính quyền là vấn đề những người được phỏng vấn nhắc đến rất nhiều. Cảm nhận chung là những gì mà chính quyền đã và đang làm còn một khoảng cách rất xa đối với kỳ vọng của các doanh nghiệp. Những người được phỏng vấn cũng thừa nhận rằng, với một lực lượng doanh nghiệp đông đảo thì rất khó để lãnh đạo thành phố có thể quan tâm như những địa phương có số lượng doanh nghiệp ít hơn. Tuy nhiên, các doanh nghiệp vẫn kỳ vọng mức độ quan tâm cao hơn của lãnh đạo Thành phố. Thêm vào đó, thủ tục hành chính và những khó khăn trong quá trình giải quyết các vấn đề liên quan đến hoạt động của các doanh nghiệp đã được những người trả lời nêu ra rất nhiều và rất thẳng thắn.

4.3.2. Các điều kiện về cầu

Khi thu nhập tăng, người tiêu dùng có xu hướng đặt ra yêu cầu khắt khe hơn về tính năng cũng như chất lượng sản phẩm. Đây là một nhu cầu chính đáng bởi khi thu nhập và mức sống ngày càng cao thì người ta sẽ đòi hỏi phải được đáp ứng các tiêu chuẩn cao hơn. Điều này vừa tạo ra cơ hội nhưng cũng đặt ra nhiều thách thức cho các doanh nghiệp và những nhà cung cấp sản phẩm, dịch vụ. Những doanh nghiệp nào không thể đáp ứng được các tiêu chuẩn cao hơn và sự khắt khe trong lựa chọn sản phẩm của người tiêu dùng thì sẽ có khuynh hướng tự đào thải. Ngược lại, những doanh nghiệp năng động, sáng tạo và có khả năng đáp ứng tốt sẽ tìm thấy nơi đây những cơ hội để phát triển. Ngoài yếu tố thu nhập, văn hóa và lịch sử cũng là những yếu tố ảnh hưởng lên hành vi của người tiêu dùng.

TP. HCM là địa phương thuộc nhóm có thu nhập bình quân đầu người cao nhất nước và quy mô nền kinh tế lớn nhất cả nước nên những yêu cầu và sự khắt khe của người tiêu dùng Thành phố nhìn chung sẽ cao hơn so với cả nước. Chẳng hạn như các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm hay vệ sinh an toàn thực phẩm luôn là những đòi hỏi tiên quyết đối với bất kỳ người dân thành phố nào. Tuy nhiên, do thành phần dân cư của TP. HCM đa dạng nhập cư từ các địa phương và nhiều vùng miền khác nhau, với thu nhập và mức sống khác nhau. Chính vì vậy mà mức độ đòi hỏi và

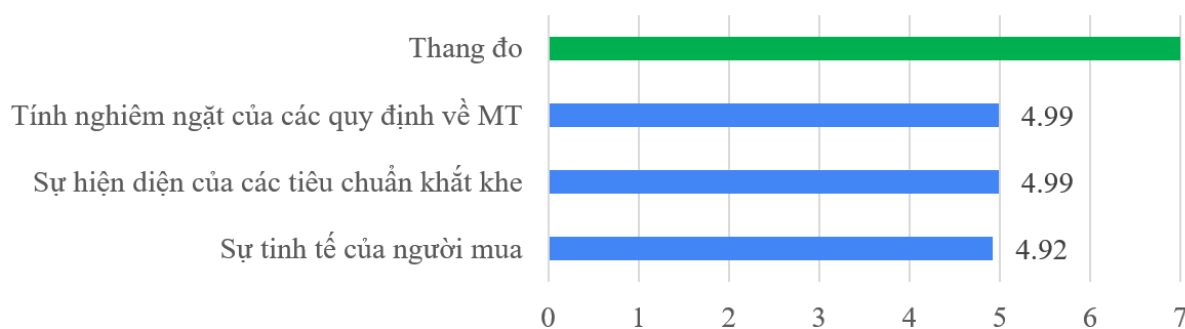
sự khắt khe về sản phẩm từ những đối tượng người tiêu dùng có khác nhau. Chẳng hạn như đối với người nhập cư lao động có thu nhập thấp, họ không đặt ra quá nhiều tiêu chuẩn cao về chất lượng sản phẩm hay tiêu chuẩn phục vụ, thay vào đó giá cả mới là yếu tố quyết định lên hành vi lựa chọn của họ. Điều này vô hình trung lại tạo động cơ để nhiều doanh nghiệp sản xuất hàng kém chất lượng, không đảm bảo được các tiêu chuẩn tối thiểu tồn tại, bởi vì nó vẫn có đủ thị trường rộng lớn chấp nhận những sản phẩm yếu kém với mức giá rẻ. Quan trọng hơn, trong một thị trường còn kém phát triển và tình trạng mất cân xứng thông tin là phổ biến, tình trạng hàng kém chất lượng hòa chung với hàng chất lượng cao sẽ không chỉ gây thiệt hại cho người tiêu dùng có khả năng chi trả mà còn làm ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của những doanh nghiệp hoạt động chân chính.

Ngoài quy mô dân số lớn, mức thu nhập bình quân đầu người thuộc nhóm cao nhất cả nước và đang tăng trưởng nhanh cũng là yếu tố quan trọng làm gia tăng sức cầu của TP. HCM. Thu nhập bình quân đầu người của TP. HCM năm 2023 đạt hơn 7.100 đô-la Mỹ, cao gấp 1,5 lần so với mức thu nhập bình quân đầu người của cả nước (tính tổng hợp các địa phương), TP. HCM đặt mục tiêu thu nhập bình quân đầu người đến năm 2030 sẽ đạt 13.000 - 14.000 đô-la Mỹ và năm 2045 đạt 40.000 đô-la Mỹ (theo giá hiện hành). Nếu đạt được mức này thì các điều kiện về cầu sẽ được cải thiện rất tốt trong thị trường nội địa.

Cơ cấu kinh tế của TP. HCM đã có sự chuyển dịch theo hướng gia tăng tỷ trọng các ngành dịch vụ. Từ năm 2000 đến nay, tỷ phần dịch vụ đã tăng từ 54% lên 70%, nông nghiệp giảm từ 2% xuống còn 0,6% và công nghiệp giảm từ 44% xuống còn 29%. Trong những năm gần đây tốc độ tăng trưởng ngành công nghiệp thấp hơn nhiều so với tăng trưởng kinh tế của Thành phố nói chung, dịch vụ nói riêng. Thực ra, việc giảm dần của khu vực công nghiệp và xuất khẩu hàng hóa trong cơ cấu kinh tế phản ánh đúng xu hướng. Điều này được phản ánh qua năng suất lao động. Những hoạt động ít tinh vi, nhưng cần nhiều lao động hay dật dãi sẽ có xu hướng chuyển ra những nơi có hai nguồn lực này dồi dào hơn, trong khi các hoạt động có tính tinh vi và phức tạp hơn sẽ tập trung vào TP. HCM. Lợi thế của TP. HCM là trung tâm cung cấp dịch vụ và tạo ra các sản phẩm sáng tạo, có giá trị gia tăng cao.

Độ dày của thị trường được tính theo quy mô và phát triển của thị trường ở TP. HCM có thể nói là dẫn đầu của cả nước. Đặc sản của TP. HCM có thể nói là cái gì cũng có. Tuy nhiên, mức độ phát triển của nền kinh tế TP. HCM còn thấp so với các nơi khác trên thế giới nên độ dày của thị trường cũng như các yêu cầu chất lượng cũng chỉ ở mức vừa phải. Nói chung, ở TP. HCM nói riêng, Việt Nam nói chung không có nhiều sản phẩm dịch vụ rất đắt tiền mà nó là một chỉ báo của chất lượng và yêu cầu của người tiêu dùng.

Hình 28. Các điều kiện về cầu



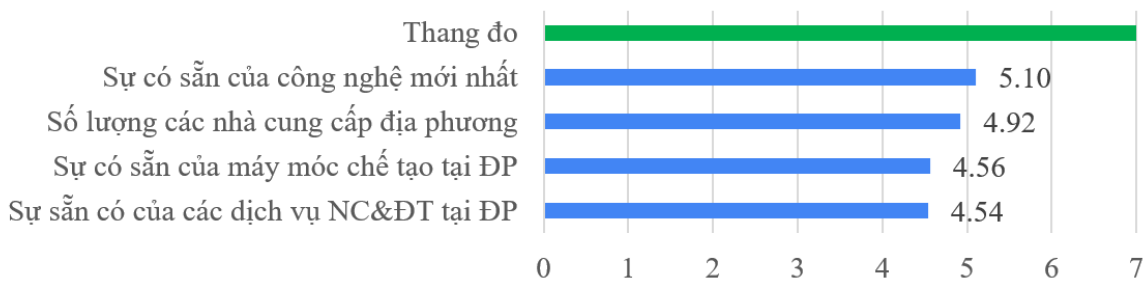
Nguồn: Kết quả khảo sát

Các điều kiện về cầu gồm sự tinh tế của người mua, sự hiện diện của các tiêu chuẩn khắt khe và tính nghiêm ngặt của các quy định về môi trường được đánh giá không cao. Điểm số của sự tinh tế của người mua ở mức 4,92, các tiêu chuẩn khắt khe và tính nghiêm ngặt của các quy định về môi trường đều ở mức 4,99.

4.3.3. Các ngành hỗ trợ và liên quan

Với một lực lượng doanh nghiệp đông đảo và độ dày của thị trường cao, so với cả nước, các ngành hỗ trợ và có liên quan của TP. HCM cũng vượt trội so với các địa phương khác trong cả nước. Tuy nhiên, TP. HCM đang ở sau một khoảng cách rất xa so với các thành phố trong khu vực thuộc nhóm so sánh.

Hình 29. Các ngành hỗ trợ và liên quan



Nguồn: Kết quả khảo sát

Kết quả khảo sát cho thấy, các doanh nghiệp không đánh giá cao về cầu phần này. Trong bốn nội dung, chỉ có sự có sẵn của công nghệ mới nhất được đánh giá 5,1 điểm, còn lại đều thấp hơn 5. Cụ thể, số lượng các nhà cung cấp địa phương 4,92, sự có sẵn của máy móc chế tạo tại địa phương 4,56 và sự sẵn có của các dịch vụ nghiên cứu và đào tạo chuyên ngành tại địa phương 4,54. Hai nội dung này đều thấp hơn bình quân hơn một độ lệch chuẩn.

4.4. CÁC YẾU TỐ SẴN CÓ CỦA ĐỊA PHƯƠNG

Tính tổng thể, TP. HCM có lợi thế lớn về các yếu tố sẵn có của địa phương. Trong đó, tài nguyên tự nhiên chỉ ở mức trung tính nhưng vị trí địa lý và quy mô địa phương là vượt trội so với tất cả các địa phương khác trong cả nước. Tuy nhiên, lợi thế này đang giảm đi theo thời gian.

4.4.1. Tài nguyên tự nhiên

Tài nguyên tự nhiên của TP. HCM xếp hạng có một chút lợi thế trong nhóm so sánh. TP. HCM không có những tài nguyên tự nhiên nổi trội so với các địa phương khác trong nước và trong nhóm so sánh. Điểm nổi trội của TP. HCM là đất đô thị và tài nguyên du lịch.

Bảng 24. Xếp hạng về tài nguyên tự nhiên

TT	Địa phương	Điểm số	Tổng	Nông nghiệp	Lâm nghiệp	Chuyên dùng	Ở	TN DL
1	Hà Nội	5.1	3.8	4.3	1.3	7.0	7.0	7.0
2	Quảng Ninh	4.9	7.0	2.2	7.0	4.9	1.2	7.0
3	Đồng Nai	4.4	6.6	7.0	3.9	5.2	2.9	1.0

TT	Địa phương	Điểm số	Tổng	Nông nghiệp	Lâm nghiệp	Chuyên dùng	Ở	TN DL
4	TP.HCM	3.6	2.4	2.3	1.5	3.6	4.8	7.0
6	Bình Dương	2.8	3.1	5.2	1.2	4.0	2.2	1.0
5	BRVT	2.7	2.3	3.2	1.5	3.4	1.0	5.0
7	Hải Phòng	2.6	1.8	2.0	1.3	3.0	2.3	5.0
8	Đà Nẵng	2.5	1.5	1.0	2.0	4.6	1.0	5.0
9	Cần Thơ	2.2	1.7	3.3	1.0	1.0	1.2	5.0
10	Vĩnh Phúc	2.0	1.5	2.1	1.5	1.7	1.1	4.0
11	Bắc Ninh	1.5	1.0	1.8	1.0	1.7	1.6	2.0

Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

4.4.2. Vị trí địa lý

TP. HCM có vị trí địa lý vượt trội hơn so với tất cả các địa phương khác trong nước. Do vậy, cấu phần này của TP. HCM được xếp ở mức lợi thế lớn. Tuy nhiên, điều cần lưu ý là sự vượt trội hay lợi thế về vị trí địa lý của TP. HCM đã giảm đáng kể theo thời gian do một số địa phương khác phát huy được lợi thế để vươn lên và chia sẻ lợi thế vị trí của TP. HCM.

Bảng 25. Xếp hạng về vị trí địa lý

TT	Địa phương	Điểm số	Trung tâm	Hàng không	Cảng biển	Hành lang
1	TP.HCM	7.0	7.0	7.0	7.0	7.0
2	Hà Nội	6.0	7.0	6.0	4.0	7.0
3	Bình Dương	5.8	6.0	5.0	7.0	5.0
5	Đồng Nai	5.3	6.0	5.0	5.0	5.0
6	Hải Phòng	5.0	4.0	4.0	6.0	6.0
7	Vĩnh Phúc	5.0	6.0	5.0	4.0	5.0
8	Bắc Ninh	5.0	6.0	5.0	4.0	5.0
4	BRVT	4.8	4.0	4.0	7.0	4.0
9	Quảng Ninh	3.8	2.0	3.0	5.0	5.0
10	Đà Nẵng	2.0	1.0	3.0	3.0	1.0
11	Cần Thơ	1.3	1.0	1.0	1.0	2.0

Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

So với các thành phố trong khu vực, TP. HCM nằm ở ngã tư quốc tế nơi giao nhau của những con đường hàng hải quan trọng từ Bắc xuống Nam, từ Đông sang Tây, là tâm điểm của khu vực Đông Nam Á. TP. HCM là đầu mối giao thông về cả đường bộ, đường thủy và đường không nối liền các địa phương trong cả nước và thậm chí còn là một cửa ngõ quốc tế. Chính vị trí địa lý thuận lợi là một trong những yếu tố làm cho TP. HCM đã từng là “Hòn Ngọc Viễn Đông” của Đông Dương. Đối với trong nước, TP. HCM và Thủ đô Hà Nội nằm ở hai đầu và giữ vị trí chiến lược về kinh tế cũng như an ninh quốc phòng của quốc gia.

4.4.3. Quy mô

Quy mô địa phương về dân số, các hoạt động kinh tế của TP. HCM nói riêng, cả vùng nói chung vượt trội so với các địa phương và vùng khác trong cả nước. Do vậy, yếu tố này được xếp hạng lợi thế lớn. Tuy nhiên, sự vượt trội cũng đang giảm dần do một số vùng và địa phương khác đang có tốc độ phát triển và tăng trưởng cao hơn.

Bảng 26. Xếp hạng về quy mô nền kinh tế

TT	Địa phương	Điểm số	Dân số	GRDP	Thu NS	Tỷ phần NN	Đô thị hóa	Ảnh hưởng
1	TP.HCM	6.85	7.0	7.0	7.0	7.0	6.3	7.0
2	Hà Nội	5.25	6.3	5.4	5.5	6.1	3.0	7.0
3	Bình Dương	3.72	2.1	2.4	1.9	5.5	6.7	6.0
4	Đà Nẵng	3.31	1.0	1.1	1.4	6.1	7.0	1.0
5	Hải Phòng	2.58	1.7	1.9	2.1	4.6	2.6	3.0
6	Quảng Ninh	2.52	1.1	1.6	1.6	3.7	4.6	3.0
7	BRVT	2.51	1.0	2.1	2.3	3.3	3.9	4.0
8	Bắc Ninh	2.15	1.2	1.6	1.0	5.8	1.2	6.0
9	Đồng Nai	2.11	2.5	2.3	2.2	1.0	2.5	6.0
10	Cần Thơ	1.86	1.1	1.0	1.0	1.1	5.2	2.0
11	Vĩnh Phúc	1.72	1.0	1.2	1.7	3.7	1.0	6.0

Nguồn: Tổng hợp và xếp hạng của các tác giả từ các số liệu sẵn có

TP. HCM nói riêng, vùng TP. HCM nói chung là nơi có sức hút lớn nhất của cả nước đối với người nhập cư. TP. HCM cùng với ba địa phương trong vùng động lực là Bình Dương, Đồng Nai và Bà Rịa - Vũng Tàu có mặt trong danh sách 20 địa phương có tốc độ tăng dân số lớn nhất của cả nước

Có hai yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến cầu của nền kinh tế gồm: quy mô và cơ cấu dân số, và thu nhập của người dân. Đến hết năm 2023, dân số chính thức của TP. HCM đạt hơn 9,4 triệu người, nếu tính cả dân số vắng lai thì con số đã hơn 13 triệu người và gần như tất cả đang ở đô thị. Như vậy quy mô dân số của TP. HCM trên thực tế chiếm khoảng 14% tổng dân số của Việt Nam. Với thu nhập bình quân đầu người cao hơn rất nhiều cả nước nên cầu của khu vực này là rất lớn.

Ngoài ra, nếu xét vai trò của TP. HCM đối với các tỉnh lân cận sẽ cho thấy lượng cầu của thành phố không chỉ gói gọn trên địa bàn mà còn lan tỏa sang các địa phương trong vùng. Nói khác đi, chính quy mô dân số và tăng trưởng kinh tế nhanh của các địa phương lân cận Thành phố cũng đang tạo ra sức cầu vô cùng lớn đối với TP. HCM.

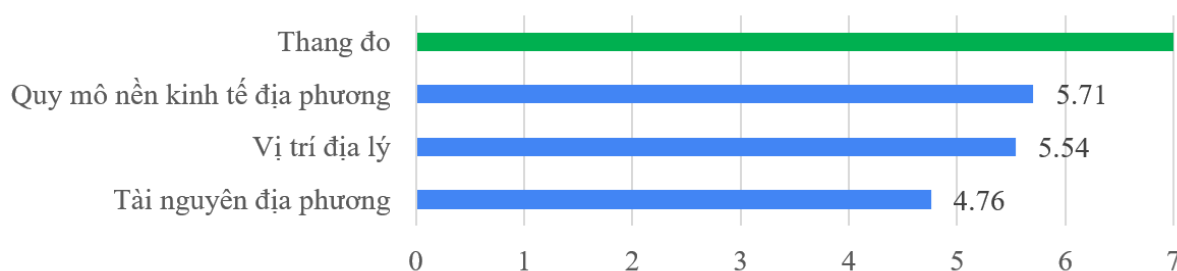
So với các thành phố trong khu vực, các thông tin về diện tích và dân số của các đô thị trong nhóm so sánh được thể hiện trong. Dân số TP. HCM đến hết năm 2023 là gần 9,5 triệu người, xếp thứ 9 trong nhóm so sánh. Nếu so sánh địa giới hành chính (không tính vùng đô thị xung quanh), với diện tích 2.095 km², TP. HCM chỉ nhỏ hơn Bắc Kinh, Thượng Hải và Hà Nội, tương đương Đài Bắc, rộng hơn Thâm Quyển, Bangkok, gấp đôi Hong Kong, gấp 3 lần so với Tokyo, Seoul, Manila, Jakarta, Singapore và Mumbai và gấp 8 lần Kuala Lumpur.

Với diện tích và dân số chính thức, mật độ dân số của TP. HCM là hơn 4.200 người/km², nằm ở giữa nhóm các thành phố có mật độ dưới 8.000 người/km², nhưng thấp hơn rất nhiều so với các thành phố có mật độ từ trên 10.000 người/km². Tuy nhiên, trên thực tế, dân số hay sự phát triển của Thành phố hiện chỉ tập trung chủ yếu ở các quận trung tâm với diện tích 494 km². Với dân số chính thức của khu vực này vào khoảng 7 triệu người thì mật độ dân số khu vực trung tâm của TP. HCM là trên 14.000 người/km².

Về quy mô nền kinh tế, như đã phân tích ở trên, TP. HCM là khá khiêm tốn so với các thành phố khác trong khu vực.

4.4.4. Cảm nhận của các doanh nghiệp

Hình 30. Các yếu tố có sẵn của địa phương



Nguồn: Kết quả khảo sát

Các doanh nghiệp đánh giá rất cao quy mô nền kinh tế địa phương và vị trí địa lý là những nhân tố thúc đẩy năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp. Cả hai nội dung này đều được đánh giá cao hơn trung bình hơn một độ lệch chuẩn. Trái lại, các doanh nghiệp không xem tài nguyên địa phương là một lợi thế tác động đến năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp. Điểm số chỉ là 4,76.

PHẦN 5. ĐÁNH GIÁ TỔNG HỢP VÀ CÁC GỢI Ý CÓ THỂ THAM KHẢO CHO CÁC DOANH NGHIỆP, TỔ CHỨC HỢP TÁC, VÀ CHÍNH QUYỀN TP.HCM

5.1. ĐÁNH GIÁ TỔNG HỢP

5.1.1. Chiến lược và hiệu quả hoạt động

Về tổng thể lực lượng doanh nghiệp TP. HCM có kết quả hoạt động vượt trội so với các địa phương trong cả nước. Tuy nhiên, điều đáng lưu ý là số doanh nghiệp dẫn đầu nói chung và các ngành nói riêng (ngay cả các ngành được xem là lợi thế của Thành phố) đang ngày một ít hơn và thấp hơn đáng kể tỷ lệ chung của cả nước. Thêm vào đó, chiến lược và hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp TP.HCM ở khu vực đông và đông nam Á đang rất khiêm tốn. Số doanh nghiệp tầm cỡ khu vực là rất khiêm tốn.

Chiến lược và hiệu quả hoạt động. Kết quả khảo sát cho thấy chiến lược và hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp là nhóm nội dung được đại diện các doanh nghiệp đánh giá cao nhất trong bốn lớp nhân tố. Đây là một xu hướng thiên lệch tự nhiên (người trả lời thường có xu hướng đánh giá cao những việc mình làm). Tuy nhiên, thực tế những gì xảy ra cho thấy dường như chiến lược và định hướng hoạt động dài hạn của các doanh nghiệp ở TP.HCM không phải là một công cụ hay cách thức tư duy có tính chất nền tảng định hướng cho hoạt động của lực lượng doanh nghiệp TP.HCM. Điều đáng lưu ý là, nhiều phiếu trả lời rằng tính năng động của lực lượng doanh nghiệp của TP.HCM giảm đi một cách tương đối so với các địa phương khác trong cả nước.

Kết quả phỏng vấn sâu đại diện các hiệp hội cho thấy chiến lược các nhóm ngành nghề có sự khác nhau. Các doanh nghiệp sản xuất các mặt hàng cần có thương hiệu và khẳng định vị trí thường có chiến lược rõ ràng. Ví dụ trong ngành lương thực thực phẩm, người đại diện của Hội cho rằng chiến lược phát triển là điều bắt buộc với các doanh nghiệp. Chiến lược không còn phù hợp thì thay đổi điều chỉnh. Nếu doanh nghiệp không có chiến lược hoạt động sẽ rất khó tồn tại. Điều ngược lại đối với ngành dệt may, các doanh nghiệp chủ yếu là gia công. Do vậy, đa phần các doanh nghiệp gia công chủ yếu tập trung vào các đơn hàng hiện tại và tìm kiếm đơn hàng mới. Trong bối cảnh như vậy cạnh tranh về giá thường là mạnh nhất và được các doanh nghiệp cho là hiệu quả nhất. Đối với ngành cơ khí và điện tử, kết quả trao đổi của chúng tôi cho thấy, chiến lược hoạt động có vai trò không rõ ràng trong các doanh nghiệp.

Quốc tế hóa hoạt động của các doanh nghiệp. Việt Nam nói chung, TP.HCM nói riêng xuất khẩu rất lớn. Tuy nhiên, phần lớn xuất khẩu đều thuộc các doanh nghiệp FDI, trong khi các doanh nghiệp Việt Nam chủ yếu là gia công. Số doanh nghiệp có khả năng xuất khẩu bằng thương hiệu của mình không nhiều. Đối với thị trường trong nước, một số doanh nghiệp đã khẳng định được thương hiệu với các mặt hàng ưa thích của nhiều hộ gia đình. Tuy nhiên, mức độ cũng vừa phải. Thêm vào vào đó, các thương hiệu nước ngoài đang tạo áp lực rất lớn đối với các thương hiệu trong nước.

Không nên phân biệt thương hiệu và doanh nghiệp hoạt động kinh doanh tại Việt Nam. Tuy nhiên, các doanh nghiệp nước ngoài chuyển lợi nhuận làm được ra nước ngoài. Do vậy, phần giá trị gia tăng (thu nhập quốc dân) mà Việt Nam được hưởng thường thấp hơn so với các doanh nghiệp nội địa. Việc phát triển các doanh nghiệp nội địa hay doanh nghiệp dân tộc là hết sức quan trọng đối

với một nền kinh tế. Tuy nhiên, đây là vấn đề hết sức thách thức, chiến lược và hiệu quả hoạt động của lực lượng doanh nghiệp TP. HCM cho thấy điều này.

Quản trị doanh nghiệp. Các doanh nghiệp đánh giá cao việc phân quyền, thu hút tài năng. Tuy nhiên, điều đáng quan tâm là nhóm chỉ tiêu phản ánh năng lực đổi mới sáng tạo của các doanh nghiệp được đánh giá không lạc quan. Các chỉ tiêu gồm: mức độ tiếp thị, chỉ tiêu cho nghiên cứu và phát triển, hiệu quả đo lường, năng lực đổi mới sáng tạo và sử dụng công nghệ ở mức dưới trung bình một độ lệch chuẩn. Thêm vào đó, nhiều phân tích khác đã chỉ ra tính chuyên nghiệp trong quản trị, việc giao quyền cũng như các cơ chế khuyến khích hợp lý đang là những vấn đề cần cải thiện của các doanh nghiệp Việt Nam. Mô hình công ty gia đình ở Việt Nam đang khá phổ biến. Kết quả phỏng vấn sâu với các doanh nghiệp có quy mô cũng là đại diện các hội của chúng tôi thấy rằng xu hướng giữ mô hình công ty gia đình vẫn đang rất lớn. Điều này đảm bảo về quyền sở hữu và điều hành của chủ doanh nghiệp. Tuy nhiên, mặt trái của nó là khả năng mở rộng và phát triển.

5.1.2. Trình độ phát triển cụm ngành

So với các địa phương trong nước, các cụm ngành ở TP. HCM có mức độ phát triển cao và đa dạng nhất. Lực lượng doanh nghiệp đông đảo, thị trường rất dày với nhiều mặt hàng và nhiều lớp, đặc biệt là các ngành dịch vụ. Như đã nêu ở trên, đặc sản của TP. HCM là cái gì cũng có. Tuy nhiên, nhìn trên bình diện quốc tế, các cụm ngành ở TP. HCM là khá khiêm tốn. Nhìn chung trình độ phát triển cụm ngành ở TP. HCM là khá thấp so với các đô thị trung tâm khác trong khu vực châu Á.

Kết quả khảo sát cũng như phỏng vấn sâu là rất đáng quan ngại với sự liên kết và hợp tác giữa các doanh nghiệp trong lõi của các cụm ngành và khả năng phát triển. Điểm số cho hợp tác trong cụm liên kết ngành chỉ ở mức 4,23 nằm ngoài mức hai độ lệch chuẩn. Đây là một mức rất thấp. Hàm ý của kết quả đánh giá này là về cơ bản không có sự hợp tác giữa các doanh nghiệp trong cùng ngành được xem là đối thủ cạnh tranh của nhau. Tất cả những lãnh đạo hiệp hội và các hội tham gia phỏng vấn sâu với chúng tôi đều hết sức bi quan về vấn đề này. Thông tin từ lãnh đạo các tổ chức liên kết cho biết, các doanh nghiệp rất ít chia sẻ thông tin và tham gia đóng góp hay có ý kiến góp ý vào những chính sách chung. Kết quả của việc lấy ý kiến góp ý từ các thành viên thường là dưới 5%.

Kết quả khảo sát đánh giá không cao về vai trò của hiệp hội hoặc các tổ chức liên kết. Điểm số cho nội dung này là 4,78. Đa số lãnh đạo hiệp hội và các hội đều cho rằng hoạt động xã hội chiếm một phần đáng kể trong hoạt động trong khi các hoạt động chuyên môn, mang lại lợi ích thiết thực cho các thành viên gặp nhiều thách thức.

Cơ chế hoạt động của các tổ chức. Các ý kiến cho rằng mô hình hoạt động của các tổ chức liên kết chưa thực sự hiệu quả gắn với nhu cầu và lợi ích của các hội viên cũng như cả ngành. Cơ chế đóng góp nguồn lực, tạo dựng và chia sẻ lợi ích chưa thực sự rõ ràng. Hoạt động của các hội nói riêng, hiệp hội doanh nghiệp TP.HCM nói chung mang dấu ấn của các cá nhân theo các thời kỳ nhiều hơn là một cơ chế chung để tạo dựng sức mạnh tập thể.

Mức đóng tài chính của các hội chủ yếu ở mức 3-5 triệu đồng với số lượng hội viên phổ biến ở mức 300-500 thành viên thì tổng hội phí thu được hàng năm bình quân ở mức 1-2 tỷ đồng. Thêm vào đó, trong nhiều trường hợp các hội viên không hoặc chưa đóng khoản kinh phí này. Kết quả các hội chỉ có khoản kinh phí thường xuyên là hết sức khiêm tốn. Về cơ bản chỉ đủ để duy trì hoạt động tối thiểu của bộ máy tổ chức.

Thu thập và cung cấp thông tin. Thu thập và cung cấp thông tin về xu hướng thị trường, xu hướng công nghệ trong ngành là việc hết sức cần thiết của các tổ chức liên kết do có thể tiết kiệm chi phí và nâng cao hiệu quả. Tuy nhiên, hoạt động này là khá khiếm tốn ở các hội. Trong những trường hợp chúng tôi phỏng vấn, các hội mới chỉ đang có kế hoạch thực hiện các đánh giá và thu thập thông tin để cung cấp cho các hội viên. Trên thực tế, đây là một hoạt động cần nguồn lực và chuyên môn. Với nguồn kinh phí hạn hẹp hiện tại của các hội và cả hiệp hội thì rất khó để có thể triển khai và cung cấp dịch vụ này một cách hiệu quả.

Góp ý và vận động chính sách cho sự phát triển của ngành và các doanh nghiệp. Kết quả phỏng vấn sâu của chúng tôi cho thấy, không có hội nào và bản thân Hiệp hội Doanh nghiệp Thành phố có thể thực hiện việc này một cách bài bản.

Các chính sách về phát triển cụm liên kết ngành và vai trò của nhà nước cũng không được đánh giá cao. Điểm số là 4,73. Nhà nước hỗ trợ một số kinh phí về tổ chức hội chợ triển lãm, giới thiệu sản phẩm. Chưa có cơ chế để nâng cao vai trò của hiệp hội và các hội. Với lực lượng doanh nghiệp đông đảo, việc quan tâm và bao phủ của lãnh đạo Thành phố được đánh giá là không bằng với các địa phương khác.

Tóm lại, khả năng hợp tác thấp và vai trò hạn chế của các tổ chức hợp tác và liên kết như HUBA cũng như các hội thành viên là một xích có thể nói là yếu và thách thức trong việc phát triển các cụm ngành ở TP.HCM nói riêng, Việt Nam nói chung. .

5.1.3. Môi trường kinh doanh

Môi trường kinh doanh ở TP. HCM nhìn tổng thể là vượt trội so với các địa phương khác trong nước. Với các nhân tố đầu vào, hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội có chất lượng vượt trội. Khả năng tự chủ của chính quyền cũng ở mức cao nhất của cả nước. Tuy nhiên, điều đáng chú ý là những gì chính quyền Thành phố đã và đang làm chưa đáp ứng kỳ vọng của các doanh nghiệp. Trái lại, so sánh với các đô thị trung tâm trong khu vực, các yếu tố đầu vào của TP. HCM ở phía sau một khoảng cách khá xa.

Điều kiện về cầu ở TP. HCM cũng vượt trội so với các địa phương khác trong cả nước. Quy mô thị trường lớn, mức độ quy tụ của các doanh nghiệp, các hoạt động kinh doanh là rất lớn. Tuy nhiên, nhìn trên bình diện khu vực thì điều kiện cầu của TP. HCM ở một khoảng cách rất xa so với các thành phố trong khu vực.

Khoảng cách về hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội của TP.HCM so với kỳ vọng của các doanh nghiệp cũng như nền tảng của một nền kinh tế có năng suất cao còn rất lớn. Đây là vấn đề cần thời gian với tầm nhìn chiến lược dài hạn và quyết tâm làm cho bằng được. Tuy nhiên, điều đáng chú ý và việc có thể làm ngay là cải thiện chất lượng phục vụ của chính quyền.

Trên thực tế, TP.HCM có không gian tự chủ về mặt chính sách và ngân sách có lẽ chỉ thấp hơn Hà Nội một chút và vượt trội so với tất cả các địa phương còn lại. Tuy nhiên, một cách nhất quán, kết quả của khảo sát và phỏng vấn sâu trong Báo cáo này cũng như các xếp hạng hiện có như PCI và PAPI cho thấy khoảng cách rất lớn giữa hiệu quả phục vụ của chính quyền so với kỳ vọng của các doanh nghiệp.

Với một lực lượng doanh nghiệp đông đảo, lãnh đạo Thành phố cũng như các cơ quan khác có thể tiếp xúc thường xuyên và giải quyết các vấn đề cho các doanh nghiệp như các địa phương khác trong cả nước. Tuy nhiên, ý kiến của đại diện một số hội cho rằng chính quyền Thành phố chưa gần doanh nghiệp, thủ tục hành chính đang là một gánh nặng rất lớn với doanh nghiệp cùng

với các kết quả khảo sát nêu trên cho thấy, vai trò và các chính sách của Chính quyền Thành phố trong việc tạo dựng một lực lượng doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh với năng suất cao có lẽ là chưa đúng và chưa trúng. Vấn đề này cùng với cơ chế hợp tác giữa các doanh nghiệp nêu trên có lẽ là hai nút thắt mang tính chiến lược cần được tháo gỡ càng sớm càng tốt.

5.1.4. Các yếu tố sẵn có

Các doanh nghiệp đáng giá rất cao vai trò của vị trí địa lý và quy mô nền kinh tế. Đây là những nhân tố tạo ra sức hút của TP. HCM. Nhìn trên bình diện toàn cầu, TP.HCM có vị trí rất tốt so với nhiều đô thị trung tâm khác trong khu vực.

Quy mô nền kinh tế của TP.HCM nói riêng, vùng TP.HCM nói chung đang khá khiêm tốn so với tất cả các vùng đô thị trong khu vực. Đây là một bất lợi đáng kể trong nỗ lực nâng cao năng lực cạnh tranh của lực lượng doanh nghiệp nói riêng, nền kinh tế nói chung.

Tài nguyên (chủ yếu là đất đai) của Thành phố không được đánh giá cao và kỳ vọng. Thiếu đất là cảm nhận chung của các doanh nghiệp. Tuy nhiên, đây thiên về một ngộ nhận vì trên thực tế TP. HCM đang có rất nhiều đất. Vấn đề nằm ở chỗ là nhiều mảnh đất trống đã có sẵn hạ tầng, nhưng vẫn bỏ hoang trong nhất nhiều năm. Trên thực tế, đa phần các thành phố (đơn vị hành chính trung tâm của vùng đô thị) trong khu vực có quy mô kinh tế, dân số lớn hơn TP.HCM hiện nay như Tokyo, Seoul, Jakarta và Manila chỉ có diện tích chưa bằng 1/3 của TP.HCM nhưng họ vẫn có thể phát triển rất tốt.

5.2. GỢI Ý CHÍNH SÁCH VÀ TIẾP CẬN CHO CÁC DOANH NGHIỆP, CÁC TỔ CHỨC HỢP TÁC VÀ CHÍNH QUYỀN TP.HCM

5.2.1. Đối với các doanh nghiệp

Chiến lược và tầm nhìn đặt trong tâm thế cạnh tranh. Chiến lược hoạt động và đặt doanh nghiệp trong trạng thái cạnh tranh và ganh đua với các doanh nghiệp khác không chỉ trong nước và cả quốc tế là yếu tố quan trọng để các doanh nghiệp có thể vươn cao. Một khi đặt trong bối cảnh cạnh tranh và so sánh thì các doanh nghiệp có thể cải thiện vị trí của mình dẫn đến cải thiện vị trí của cả lực lượng doanh nghiệp.

Xây dựng thương hiệu và quốc tế hóa. Gia công hay làm thầu phụ là bước khởi đầu của số đông doanh nghiệp. Tuy nhiên, năng suất và khả năng phát triển của doanh nghiệp phụ thuộc vào năng lực đổi mới sáng tạo, tính độc đáo và hữu ích của các sản phẩm dịch vụ được cung cấp. Điều này được kết tinh trong thương hiệu và năng lực của mỗi doanh nghiệp. Do vậy, việc xây dựng thương hiệu và quốc tế hóa thương hiệu là hết sức cần thiết cho các doanh nghiệp.

Quản trị chuyên nghiệp. Việc duy trình công ty gia đình là khá phổ biến ở các nước châu Á và Việt Nam không phải là ngoại lệ. Tuy nhiên, việc sử dụng các công cụ quản trị hiện đại như phân quyền, cơ chế khuyến khích để thu hút các tài năng và làm việc hiệu quả là cần thiết đối với các doanh nghiệp. Khả năng khó có thể hợp tác và sự tin cậy với người khác đang là những cản trở cho không ít các doanh nghiệp Việt Nam. Điều này cần được cải thiện cùng với việc áp dụng các công cụ quản trị doanh nghiệp hiện đại.

Vai trò chủ động của doanh nghiệp. Bản thân mỗi doanh nhân, doanh nghiệp cần xác định để có thể đạt được mục tiêu trở thành một doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh, mang nhiều lợi nhuận cho mình và tạo nhiều giá trị cho xã hội thì cần phải quyết tâm và chủ động giải quyết những thách thức, tận dụng các cơ hội. Không chỉ riêng doanh nghiệp mà việc hợp tác xây dựng mạng

lưới, liên minh là hết sức quan trọng. Doanh nghiệp cần phát huy vai trò nòng cốt trong liên minh tăng trưởng của địa phương. Không giới hạn nhiệm kỳ và địa giới hành chính là không gian để các doanh nghiệp chủ động. Tuy nhiên, đây cũng là những thách thức mà các doanh nghiệp cần phải vượt qua bằng cách xây dựng hệ thống hợp tác và các đối tác ở nhiều lớp khác nhau nhằm đưa ra kết quả tốt nhất cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

5.2.2. Đối với các tổ chức hợp tác và phối hợp (hiệp hội và hội ngành nghề ...)

Cải tiến mô hình tổ chức. Về cơ bản, các tổ chức hợp tác và phối hợp, nhất là các hiệp hội và hội ngành nghề đang hoạt động theo mô hình các tổ chức làm công tác xã hội nhiều hơn là mô hình nghiệp đoàn của những người sở hữu doanh nghiệp với mục tiêu quan trọng nhất là sự phát triển của từng doanh nghiệp dẫn đến sự phát triển của cả lực lượng doanh nghiệp và cả nền kinh tế. Mục tiêu quan trọng nhất của từng doanh nghiệp là lợi nhuận cùng với việc gia tăng giá trị doanh nghiệp mà đằng sau đó là tạo ra của cải và việc làm cho xã hội. Hoạt động của các tổ chức hợp tác và phối hợp nên đặt mục tiêu này là trọng tâm. Các hoạt động xã hội và thiện nguyện là một nội dung cần thiết chứ không phải là quan trọng nhất. Trên cơ sở tổ chức lại mô hình hoạt động, các cơ chế về ban chấp hành và người đại diện cũng nên được gắn trực tiếp với mục tiêu và hoạt động của các doanh nghiệp.

Tạo dựng các cơ chế hợp tác. Cùng tạo dựng cơ chế và cách thức tổ chức, hoạt động của các hội và hiệp hội doanh nghiệp TP.HCM trên cơ sở xác định mục tiêu cốt lõi là sự phát triển của lực lượng doanh nghiệp nói chung, từng doanh nghiệp nói riêng. Các hoạt động vì lợi ích của hội viên là quan trọng nhất, các hoạt động xã hội là cần thiết và quan trọng, nhưng không nên là quan trọng nhất.

Quyền lợi và nghĩa vụ của các thành viên trong hội. Nghĩa vụ và quyền lợi gắn với các lợi ích có được từ việc tham gia vào hội và các hoạt động của hội được xác định một cách rõ ràng. Đây là cơ sở để tạo ra cơ chế đóng góp nguồn lực, nhất là tài chính và sử dụng các nguồn lực được đóng góp.

Cung cấp các dịch vụ dùng chung. Các hội và hiệp hội nên xác định các dịch vụ dùng chung và đóng vai trò cung cấp. Thông tin về các xu hướng của thị trường, tiến bộ công nghệ, sự phát triển của ngành là cần thiết cho từng doanh nghiệp. Đây là một dạng hàng hóa công cho các doanh nghiệp trong từng ngành và cho cả lực lượng doanh nghiệp nói chung. Do vậy, với những thông tin hữu dụng cho cả ngành thì hội là đầu mối thích hợp nhất để cung cấp các dịch vụ và chung cho cả lực lượng doanh nghiệp liên quan đến nhiều ngành nghề thì hiệp hội làm đầu mối.

Tiếp cận cụm ngành với vai trò tiên phong của các tổ chức có tiềm lực và khả năng dẫn dắt. Để các doanh nghiệp có khả năng phát triển với năng lực cạnh tranh cao cần cả một hệ sinh thái hay cụm ngành. Trong đó, với đặc điểm ở Việt Nam, nguồn vốn luôn là một thách thức với các doanh nghiệp và vai trò của các tổ chức tài chính là rất quan trọng. Các tổ chức tài chính, đặc biệt là các ngân hàng thương mại có thể đóng vai trò đầu mối và kết nối tạo ra hệ sinh thái này. Đây là điều cần được triển khai ở TP.HCM với một lực lượng đông đảo các tổ chức tài chính và rất phát triển.

5.2.3. Đối với Chính quyền TP.HCM

Chính quyền phục vụ và đồng hành cùng các doanh nghiệp. Mục tiêu cũng như nhiệm vụ của Chính quyền TP.HCM là tạo việc làm với thu nhập ngày càng cao cho người dân có nhu cầu làm việc và tạo nguồn thu ngân sách để để vận hành và cung cấp các dịch vụ công. Trong đó, tạo dựng

môi trường kinh doanh để các doanh nghiệp có thể cạnh tranh tốt hơn và hoạt động hiệu quả là hết sức quan trọng.

Với cơ chế đặc thù theo Nghị quyết 98 của Quốc hội, khả năng từ nay đến năm 2030, Trung ương phân cấp thêm cho TP.HCM những chính sách và cơ chế vượt trội là không cao. Do vậy, Thành phố cần tập trung khai thác tốt những dư địa chính sách hiện có nhằm tạo dựng một môi trường kinh doanh thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp. Thực tiễn của chính TP.HCM cũng như những địa phương khác trong nước và trên thế giới, vấn đề then chốt là cách làm với những giải pháp năng động, sáng tạo, gắn với thực tế.

Rắc rối và gánh nặng thủ tục hành chính, sự quan liêu của các sở ngành và sự gắn kết chưa thực sự mật thiết giữa chính quyền và lực lượng doanh nghiệp được thể hiện rất rõ trong kết quả khảo sát, đặc biệt là phỏng vấn sâu của chúng tôi. Đây là vấn đề cần phải cải thiện đầu tiên và thuộc khả năng và trong phạm vi thẩm quyền của chính quyền Thành phố.

Phát triển cơ sở hạ tầng kỹ thuật. Vị trí của các doanh nghiệp TP.HCM chưa được như kỳ vọng và trong đánh giá của các doanh nghiệp, hạ tầng kỹ thuật có điểm số rất thấp. Thực tế cho thấy, hạ tầng kỹ thuật của TP.HCM vừa thiếu và vừa yếu. Hệ thống giao thông công cộng công suất lớn trong những khu vực đông dân cư vẫn chưa có, các hạ tầng giao thông kết nối các trung tâm hoạt động kinh tế và các cửa ngõ đang khá thô sơ, chủ yếu là giao thông một mức.

Phát triển hạ tầng xã hội. Giống như hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội của TPHCM, đặc biệt là giáo dục đại học gắn với phát triển nguồn nhân lực cần được cải thiện cho một hệ sinh thái kinh doanh thuận lợi hơn cho các doanh nghiệp.

Tạo cơ chế và hỗ trợ để các tổ chức hợp tác và phối hợp hoạt động hiệu quả. Trong không gian chính sách của mình, Thành phố có thể để các hội và tổ chức hợp tác hoạt động tự chủ nhất có thể. Thêm vào đó, Thành phố có thể dành một nguồn ngân sách để hỗ trợ các tổ chức hợp tác và phối hợp triển khai các hoạt động cung cấp các dịch vụ dùng chung như đã nêu ở trên. Khoản ngân sách này nên được triển khai theo các dự án cạnh tranh mà các tổ chức phối hợp và hợp tác cần phải có phương án để hội đồng xét duyệt và lựa chọn cấp kinh phí cho những phương án hiệu quả nhất.

5.3. KẾT LUẬN

Tính từ Đổi mới, đến giữa những năm 2000, cảm nhận chung ở Việt Nam là lực lượng doanh nghiệp của TP.HCM được xem là tinh nhuệ nhất và dẫn đầu của cả nước. Tuy nhiên, tương quan đã dần thay đổi và doanh nghiệp của các địa phương khác, nhất là Hà Nội đã lớn mạnh rất nhanh và vượt qua TP.HCM ở một số lĩnh vực. Đến giờ này, cảm nhận sự dẫn đầu của lực lượng doanh nghiệp TP.HCM không còn rõ nét nữa, trong khi nguy cơ bị vượt xa hơn ở trong đã hiển hiện hơn. Hơn thế, đặt trong bối cảnh cạnh tranh trong khu vực, lực lượng doanh nghiệp của TP.HCM còn khiêm tốn hơn.

Những phân tích trong Báo cáo này cho thấy về tổng thể lực lượng doanh nghiệp của TP.HCM có quy mô và vai trò rất lớn trong nước. Nhiều khía cạnh lực lượng doanh nghiệp Thành phố vẫn đang dẫn đầu. Tuy nhiên, tốc độ tăng nói chung và khả năng vượt lên của các doanh nghiệp Thành phố đã không được như kỳ vọng. Lực lượng doanh nghiệp nói chung, các doanh nghiệp dẫn đầu nói riêng của các địa phương khác đã đi nhanh hơn một cách tương đối so với TP.HCM.

Để trở thành thành phố có khả năng cạnh tranh trong khu vực thì cần phải cải thiện ở những vấn đề cụ thể. Trong đó, lực lượng doanh nghiệp đóng vai trò then chốt. Bối cảnh như vậy, việc các

doanh nghiệp cùng chung tay để tạo dựng các thiết chế hợp tác để củng cố khả năng cạnh tranh của từng doanh nghiệp nói riêng, lực lượng doanh nghiệp nói chung là hết sức quan trọng. Vai trò của Chính quyền trong việc cải thiện môi trường kinh doanh với các nhân tố then chốt gồm hiệu lực và hiệu quả phục vụ của chính quyền, chất lượng hạ tầng kỹ thuật và chất lượng hạ tầng xã hội là hết sức quan trọng. Các doanh nghiệp của Thành phố Hồ Chí Minh nên cùng đồng hành để có thể đi xa, trong đó sự đồng hành của Chính quyền Thành phố cũng hết sức quan trọng.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. ASEAN (2020). Asean economic community 2025 strategic action plans (SAP) for financial integration from 2016 – 2025, Asean.org, Available at: <https://asean.org/storage/2012/05/SAP-for-Financial-Integration-2025-For-publication.pdf>
2. BeeLogistics. (2014). Tiền ra biển Đông, cảng biển TP.HCM tạo lợi thế cạnh tranh. Beelogistics.com, Available at: <http://www.beelogistics.com/index.php/vi/2012-10-02-02-28-14/logistics-and-forwarding/81-news-forwarding-and-logistics/128-ti-n-ra-bi-n-dong-c-ng-bi-n-tp-hcm-t-o-l-i-th-c-nh-tranh>
3. Brocheux, P., & Hémery, D. (2009). Indochina: An Ambiguous Colonization, 1858-1954, trans. Lan Dill-Klein et al.(Berkeley, CA: University of California Press, 2009), 21.
4. Cassis, Y. (2018). Introduction: a Global Overview from a Historical Perspective. Available at: <http://cadmus.eui.eu/handle/1814/60481?show=full>
5. Chen, Y. (2007). Shanghai Pudong: Urban development in an era of global-local interaction (Vol. 14). IOS Press.
6. CIEM-LKY (2010). Báo cáo Năng lực Cạnh tranh Việt Nam 2010.
7. Colliers International (2013). Asia Pacific Office Market Overview: 2Q-2013.
8. Cục Hàng không Việt Nam (2018). Năm 2018, các hãng hàng không Việt vận chuyển trên 50 triệu hành khách. Bộ Giao thông Vận tải. Truy cập tại: <http://mt.gov.vn/vn/tin-tuc/57963/nam-2018--cac-hang-hang-khong-viet-van-chuyen-tren-50-trieu-hanh-khach.aspx>
9. Đặng Sinh, Cẩm Tiên (2019). TP.HCM đã đóng góp bao nhiêu vào ngân sách Nhà nước? Thanhnien.vn. Truy cập tại: <https://thanhnien.vn/thoi-su/tphcm-da-dong-gop-bao-nhieu-vao-ngan-sach-nha-nuoc-1040109.html>
10. Dapice, D., Gomez-Ibanez, J. and Nguyen, X. T. (2010) Ho Chi Minh City: The Challenges of Growth. Vietnam Program at Harvard Kennedy School Of Government.
11. Entrepreneur Staff (2017). What Is a Family Office and How Can It Help You Fund Your Business? Entrepreneur Asian Pacific. Available at: <https://www.entrepreneur.com/article/293889>
12. Fortune. (2024). Fortune Southeast Asia 500. Truy cập tại:
13. Garrido, M. (2013). The ideology of the dual city: The modernist ethic in the corporate development of Makati City, Metro Manila. International Journal of Urban and Regional Research, 37(1), 165-185.
- 14.
15. HCMC's Provincial Statistical Office (2023). Báo cáo tình hình Kinh tế - Xã hội năm 2023. Truy cập tại: http://www.pso.hochiminhcity.gov.vn/c/document_library/get_file?uuid=9e79725d-8796-4c61-868a-37edac977517&groupId=18.
16. HCMC's Provincial Statistical Office. Niên giám thống kê TP.HCM 2000 – 2022.
17. HIDS (2012). The Report of the Master Plan of Socioeconomic Development of Ho Chi Minh City in the 2011-2020 Period with a Vision to 2025. Available at: In Vietnamese.
18. Hu, R., & Chen, W. (2019). Global Shanghai Remade: The Rise of Pudong New Area. Routledge.

19. Huỳnh Nhật Nam (2021). Phân tích dữ liệu so sánh Trung tâm tài chính TP HCM và 14 trung tâm khu vực. Trường chính sách công và quản lý Fulbright - Nghiên cứu đầu vào của Đề án.
20. Huỳnh Thế Du và đtg (2015). Đánh giá sức cạnh tranh của Thành phố Hồ Chí Minh và gợi ý định hướng chiến lược phát triển đến năm 2025, tầm nhìn 2045.
21. Huynh, D. (2012) The transformation of Ho Chi Minh City: issues in managing growth (Doctoral dissertation, Harvard University, Graduate School of Design).
22. Huynh, D. (2015). Phu My Hung new urban development in Ho Chi Minh City: Only a partial success of a broader landscape. *International Journal of Sustainable Built Environment*, 4(1), 125-135.
23. Huynh, D. (2020) Making Megacities in Asia: Comparing National Economic Development Trajectories. Springer Nature.
24. Huynh, D. T. (2014). The effects of clustering on office rents: Empirical evidence from the rental office market in Ho Chi Minh City. *Theoretical and Empirical Researches in Urban Management*, 9(1), 5-26.
25. Huynh, T. D. & Ngo, A., (2010). Urban development through infrastructure land-based financing: Cases in Ho Chi Minh City. Fulbright Economics Teaching Program.
26. India. Ministry of Finance. High Powered Expert Committee, & Ministry of Finance. (2007). *Mumbai-An International Financial Centre*. Sage.
27. Innovation Cities Index (2023). Global 500 City Rankings Results for 2022-2023.
28. Jones Lang LaSalle (2019). Cities Research Center. [cities-research.jll.com](http://cities-research.jll.com/cities-research/). Available at: <http://cities-research.jll.com/cities-research/>
29. Kang, M.-G. (2017). Development of Gangnam. Available at: <https://seoulsolution.kr/en/content/3445> (Accessed: 24 April 2020)
30. Kearney, A. T. (2010-2023). Global Cities Report.
31. La Grange, A., & Jung, H. N. (2004). The commodification of land and housing: the case of South Korea. *Housing Studies*, 19(4), 557-580.
32. Leaf, M. (2015). Exporting Indonesian urbanism: Ciputra and the developmental vision of market modernism. *South East Asia Research*, 23(2), 169-186.
33. Lee, B. H. (2012). Korean version of new town development. Knowledge Sharing Program: KSP Modularization.
34. Liu, Y. C., Yang, W., & Mai, C. C. (2012). The Competitive Position of Shanghai in the Asia-Pacific Region: a Comparative Study. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 19(2), 198-209.
35. Mingqui, X. (2009). Chapter 7: Building the Shanghai International Financial Centre Strategic Target, Challenges and Opportunities. In Young, S., Choi, D., Seade, J., & Shirai, S. (Eds.). (2009). *Competition among Financial Centres in Asia-Pacific: Prospects, Benefits, Risks and Policy Challenges*. Institute of Southeast Asian Studies.
36. Ministry of Planning and Investment. **Sách trắng Doanh nghiệp Việt Nam năm 2000 - 2023.**
37. Modak, S. & Morton, C. (2020). These Are the 10 Best Countries for Expats to Live In. Condé Nast Traveler. Available at: <https://www.cntraveler.com/gallery/the-10-best-countries-for-expats>
38. MPI (2014). Giới thiệu khái quát về Thành phố Hồ Chí Minh, Chính phủ. Truy cập tại: <http://www.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/cactinhvathanhpho/tphochiminh/thongtintinhthanh?view=introduction&provinceId=1158> (Accessed: 19 December 2014)

39. Nguyen, V. K., Phan, C. D., & Ton, S. K. (2006). Nha Be Rehabilitation from Industry: Tan Thuan Export Processing Zone—a breakthrough.
40. Porter, M. et al. (2008). Analysis and Recommendations on the Development of Vietnam's Electronics Cluster. Available at: http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/2008/Vietnam_Electronics_2008.pdf (Accessed: 26 December 2014).
41. Peterson, P., 1981. City Limits, Chicago: University of Chicago Press.
42. Piketty, T., 2014. Capital in the Twenty-first Century,
43. Porter, M.E., 2000. Location, Competition, and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, 14(1), pp.15–34.

44. Porter, M.E., 2008. On competition / Michael E. Porter, Available at: <http://lcweb.loc.gov/catdir/toc/98007643.html>.
45. Schwab, K. (2018). The Global Competitiveness Report. World Economic Forum Insight Report.
46. Shatkin, G. (2008). The city and the bottom line: urban megaprojects and the privatization of planning in Southeast Asia. *Environment and Planning A*, 40(2), 383-401.
47. Shatkin, G. (2017). Introduction. The Real Estate Turn in Asia's Urban Politics. In *Cities for Profit* (pp. 1-34). Cornell University Press.
48. Sở Giao dịch Chứng khoán Thành phố Hồ Chí Minh (2000-2023). Báo cáo thường niên .
49. Sohn, S. K. (2003). Changes in the Residential Features of Seoul in the 20th Century. Seoul, 20th Century: Growth and Change of the Last, 100.
50. Sonn, J. W., Shin, H., & Park, S. H. (2017). A mega urban project and two competing accumulation strategies: Negotiating discourses of the Songdo International Business District development. *International Development Planning Review*, 39(3), 299-318.
51. SSI (2020). Thị trường TPDN Việt Nam 2019: Sơ khởi và ngồn ngang, Báo cáo phân tích chuyên đề, 01/01.
52. Thành, N. X. (2013). Khởi thông những nút thắt thể chế để phục hồi tăng trưởng.
53. Ủy ban Giám sát Tài chính Quốc gia (2018). Báo cáo tóm tắt: Tổng quan thị trường tài chính năm 2018.
54. Vietnam's General Statistics Office (2010). Tổng điều tra Dân số và Nhà ở 2009, số chuyên khảo "Giáo dục ở Việt Nam: Phân tích các chỉ số chủ yếu". Truy cập tại: <https://www.gso.gov.vn/>
55. Vietnam's General Statistics Office (2023). Báo cáo tình hình Kinh tế – Xã hội quý IV và năm 2023. Truy cập tại: <https://www.gso.gov.vn/bai-top/2023/12/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-quy-iv-va-nam-2023/>.
56. Vietnam's General Statistics Office. Niên giám thống kê Nhà nước năm 2000 – 2023.
57. VNR500 Report. (2023). Truy cập tại: <https://vnr500.com.vn/Charts/Index?chartId=1>.
58. Vo TT and Nguyen AD (2014). Country Report for Vietnam, RETA 7810-REG: Supporting and Enhancing Regional Surveillance for ASEAN +3 and the Chiang Mai Initiative Multilateralization, December.
59. Vo TT, Lê XS, Đinh HM & Trịnh QL (2004). Thị trường tài chính Việt Nam: Thực trạng, vấn đề và giải pháp chính sách, Viện NCQLKTTW & CTPT LHP, NXB Tài chính, Hà Nội.
60. Vũ Thành Tự Anh (2018). Mở rộng không gian tài khóa của Việt Nam.
61. World Bank (no date). World Development Indicators.
62. World Economic Forum (2014). The Competitiveness of Cities.
63. World Intellectual Property Organization (2022). Global Innovation Index. Available at: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/.
64. Yeandle, M. & Z/Yen (2020). Đo lường năng lực cạnh tranh của Trung tâm tài chính Thành phố Hồ Chí Minh. Long Finance-Z/Yen Group – Nghiên cứu đầu vào của Đề án.
65. Yeandle, M. (2019). Financial Centres Likely to Become More Significant. Long Finance-Z/Yen Group. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3672173

KHẢO SÁT CHỈ SỐ QUẢN TRỊ DOANH NGHIỆP TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

Tạp chí Doanh Nhân Sài Gòn phối hợp với Viện Sáng kiến Việt Nam và hội doanh nghiệp chúng ta tổ chức khảo sát chỉ số quản trị của doanh nghiệp với mục đích nghiên cứu, khuyến nghị giải pháp để nâng cao năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp ở TP.Hồ Chí Minh.

Mỗi doanh nghiệp chỉ xin lấy một ý kiến khảo sát.

Để có các giải pháp khuyến nghị hiệu quả, chúng tôi rất mong nhận được sự quan tâm, hợp tác của quý doanh nghiệp và cam kết bảo mật mọi thông tin riêng của doanh nghiệp.

Ban tổ chức sẽ gửi Báo cáo năng lực cạnh tranh doanh nghiệp TP.Hồ Chí Minh khi được công bố qua email để Anh/Chị tham khảo như một lời cảm ơn của chúng tôi.

Trân trọng cảm ơn Anh/Chị đã dành thời gian quý báu để trả lời khảo sát! Mọi chi

tiết xin liên hệ: Ông Phạm Quang Chiến. Điện thoại số: 0907737579

* Indicates required question

I. THÔNG TIN CHUNG VÀ GIẢI THÍCH VỀ CÂU HỎI KHẢO SÁT

1. Tên doanh nghiệp *

2. Năm thành lập *

3. Địa chỉ của Doanh nghiệp *

4. Họ và tên người trả lời: *

5. Chức vụ người trả lời *

6. Địa chỉ e-mail (thư điện tử) *

7. Số điện thoại *

CHÚ THÍCH VỀ CÂU HỎI KHẢO SÁT

Nội dung này rất quan trọng cho việc trả lời các câu hỏi. Do vậy, xin Anh/Chị dành chút thời gian đọc để có thể nắm đầy đủ các thông tin và giúp chúng tôi có được kết quả khảo sát tốt nhất.

1. Để thuận tiện, xin phép Anh/Chị cho chúng tôi dùng nhân xưng bạn thay vì Anh/Chị trong phần còn lại của phiếu khảo sát này.
2. **Doanh nghiệp** (viết hoa) trong các câu hỏi có nghĩa là **doanh nghiệp của bạn**.
3. Các câu hỏi về thông tin của doanh nghiệp được hỏi theo thực tế.
4. Các câu hỏi đánh giá được xây dựng theo thang đo Likert 7 mức. Trong đó, **7 là cao hay tốt nhất và 1 là thấp hay tệ nhất** trong vấn đề được hỏi. Dưới đây là câu hỏi minh họa:

*Năng lực cạnh tranh của Doanh nghiệp so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành
rất thấp <1,2,3,4,5,6,7> rất cao.*

- Chọn 1 có nghĩa là bạn **hoàn toàn đồng ý** với câu trả lời bên phía **tay trái** của bạn
- Chọn 2 có nghĩa là bạn **rất đồng ý** với câu trả lời bên phía **tay trái** của bạn
- Chọn 3 có nghĩa là bạn **khá đồng ý** với câu trả lời bên phía **tay trái** của bạn
- Chọn 4 có nghĩa là bạn **không có sự khác biệt** giữa hai câu trả lời bên tay trái và tay phải của bạn
- Chọn 5 có nghĩa là bạn **khá đồng ý** với câu trả lời bên phía **tay phải** của bạn
- Chọn 6 có nghĩa là bạn **rất đồng ý** với câu trả lời bên phía **tay phải** của bạn
- Chọn 7 có nghĩa là bạn **hoàn toàn đồng ý** với câu trả lời bên phía **tay phải** của bạn

II. LOẠI HÌNH, LĨNH VỰC KINH DOANH, QUY MÔ VÀ KẾT QUẢ HOẠT ĐỘNG CỦA DOANH NGHIỆP

8. Loại hình doanh nghiệp *

Mark only one oval.

☐ Tư nhân trong nước ☐ Đầu

tư nước ngoài

☐ Cổ phần vốn góp của nhà nước (trên 50% vốn điều lệ) ☐ Loại

hình khác

9. Lĩnh vực kinh doanh (chọn tất cả những lĩnh vực mà Doanh nghiệp có kinh doanh) *

Check all that apply.

☐ Nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản ☐ Khai
khoáng

☐ Chế biến và chế tạo

☐ Sản xuất và phân phối điện, nước ☐ Xây
dựng

☐ Bán buôn và bán lẻ; sửa chữa xe có động cơ ☐ Vận tải
kho bãi

☐ Dịch vụ lưu trú và ăn uống ☐ Thông
tin và truyền thông

☐ Hoạt động ngân hàng, tài chính và bảo hiểm ☐ Hoạt
động chuyên môn, KHCN

☐ Giáo dục và đào tạo

☐ Y tế và hoạt động trợ giúp xã hội ☐ Nghề
thuật, vui chơi, giải trí

☐ Ngành nghề khác

10. Quy mô lao động vào cuối năm 2023 của Doanh nghiệp *

Mark only one oval.

- ☐ < 5 người
- ☐ 5 - 9 người
- ☐ 10 - 49 người
- ☐ 50 - 199 người
- ☐ 200 - 299 người
- ☐ 300 - 999 người
- ☐ 1000 - 4999 người
- ☒ > 5000 người

11. Tổng nguồn vốn kinh doanh (các khoản nợ và vốn chủ sở hữu) hay tổng tài sản vào cuối năm 2023 của Doanh nghiệp *

Mark only one oval.

- ☐ Dưới 0,5 tỷ đồng
- ☐ Trên 0.5 đến 1 tỷ đồng
- ☐ Trên 1 đến 5 tỷ đồng
- ☐ Trên 5 đến 10 tỷ đồng
- ☐ Trên 10 đến 50 tỷ đồng
- ☐ Trên 50 đến 200 tỷ đồng
- ☐ Trên 200 đến 500 tỷ đồng ☐ Trên 500 tỷ đồng

12. Tổng doanh thu năm 2023 của Doanh nghiệp *

Mark only one oval.

- ☐ Dưới 3 tỷ đồng ☐ Từ 3 đến 10 tỷ đồng
- ☐ Trên 10 đến 20 tỷ đồng
- ☐ Trên 20 đến 50 tỷ đồng
- ☐ Trên 50 đến 100 tỷ đồng
- ☐ Trên 100 đến 200 tỷ đồng
- ☐ Trên 200 đến 300 tỷ đồng
- ☐ Trên 300 đến 500 tỷ đồng ☐ Trên 500 tỷ đồng

13. Tình hình hoạt động năm 2023 của Doanh nghiệp *

Mark only one oval.

- ☐ Lãi như mong đợi ☐ Lãi chút ít
- ☐ Hòa vốn
- ☐ Thua lỗ chút ít ☐ Thua lỗ lớn

14. Dự kiến Kế hoạch năm 2024 của Doanh nghiệp *

Mark only one oval.

- ☐ Sẽ thu hẹp các hoạt động kinh doanh ☐ Tiếp tục như hiện tại
- ☐ Sẽ mở rộng hơn nữa các hoạt động kinh doanh

15. Xin cho biết ba khó khăn hoặc thách thức lớn nhất cho hoạt động của Doanh nghiệp trong năm 2024 theo danh sách dưới đây: *

Check all that apply.

- ☐ Nguồn vốn cho hoạt động kinh doanh ☐ Tìm kiếm khách hàng
- ☐ Tìm kiếm nhà cung cấp ☐ Nhân sự thích hợp
- ☐ Cạnh tranh từ các đối thủ ☐ Thị trường bị thu hẹp
- ☐ Có đủ các yếu tố đầu vào ☐ Thủ tục và các quy định
- ☐ Biến động của chính sách, pháp luật ☐ Môi trường kinh doanh không thuận lợi
- ☐ Quan ngại về sự ổn định của kinh tế vĩ mô ☐ Khác

III. CHIẾN LƯỢC VÀ VẬN HÀNH CỦA DOANH NGHIỆP

Trong phần này, chúng tôi muốn tìm hiểu về chiến lược cũng như một số đặc điểm cơ bản liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh và định hướng hoạt động của doanh nghiệp .

1. CHIẾN LƯỢC VÀ HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG

16. **Tầm nhìn:** Doanh nghiệp *không có tầm nhìn rõ ràng từ thời điểm thành lập đến nay < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > có tầm nhìn rõ ràng, được cập nhật kịp thời và là kim chỉ nam cho hoạt động của Doanh nghiệp.* *

Mark only one oval.

1	2	3	4	5	6	7
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

17. **Sứ mệnh:** Doanh nghiệp *không có sứ mệnh rõ ràng từ khi thành lập đến nay* < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > *có sứ mệnh rõ ràng thể hiện rõ bản chất sự hình thành và thành công của Doanh nghiệp là hình mẫu của ngành.*

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

18. **Mục tiêu chiến lược:** Doanh nghiệp *không có mục tiêu chiến lược rõ ràng* < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > *có mục tiêu chiến lược rõ ràng và linh hoạt điều chỉnh theo thực tế và sự thay đổi về tầm nhìn.*

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

19. **Hấp thụ công nghệ:** Doanh nghiệp *không có khả năng hấp thụ công nghệ mới* < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > *có khả năng hấp thụ các công nghệ mới rất cao.*

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

20. **Chỉ tiêu cho nghiên cứu và phát triển** (tính theo % doanh thu): Doanh nghiệp *
không chỉ tiêu cho nghiên cứu phát triển < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **chỉ tiêu từ 3% doanh thu trở lên** (Khoảng cách các điểm là 0,5%, từ 0% đến lớn hơn hoặc bằng 3%).

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7

21. **Bản chất của lợi thế cạnh tranh**: Lợi thế cạnh tranh của Doanh nghiệp chủ yếu *
là **dựa vào chi phí thấp** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **do có sự khác biệt so với đối thủ trên cơ sở các sản phẩm và quy trình độc đáo**.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7

22. **Độ rộng của chuỗi giá trị**: Doanh nghiệp **chỉ tham gia một vài khâu riêng lẻ ở các cấp thấp trong chuỗi giá trị** (ví dụ khai thác tài nguyên hoặc gia công các sản phẩm) < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **tham gia hầu hết các khâu của chuỗi giá trị** (ví dụ không chỉ sản xuất mà còn thiết kế sản phẩm, tiếp thị, các dịch vụ hậu cần và hỗ trợ sau khi bán hàng). *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7

23. **Năng lực đổi mới sáng tạo:** Doanh nghiệp *hoàn toàn mua lại hoặc bắt chước công nghệ/quy trình/sản phẩm trí tuệ của các doanh nghiệp khác* < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > *có các nghiên cứu - phát triển một cách chính thức và tiên phong trong việc tạo ra các sản phẩm, quy trình mới.* *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

24. **Quy trình vận hành:** Doanh nghiệp *chưa có quy trình vận hành* < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > *có quy trình vận hành hoàn thiện, thường xuyên được cập nhật, điều chỉnh, và đảm bảo tuân thủ.* *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

25. **Sử dụng công nghệ:** Doanh nghiệp sử dụng *các công nghệ thế hệ cũ cần nhiều lao động* < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > *các công nghệ chế tạo hiệu quả và tốt nhất thế giới hiện nay.* *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

26. **Hiệu quả đo lường:** Cách thức đo lường và đánh giá hiệu quả hoạt động của Doanh nghiệp ***rất không hiệu quả*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất hiệu quả***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

27. **Mức độ tiếp thị:** Hoạt động tiếp thị của Doanh nghiệp ***rất hạn chế và sơ sài*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***cao cấp và sử dụng các kỹ thuật và công cụ hàng đầu thế giới***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

28. **Chăm sóc khách hàng:** Dịch vụ chăm sóc khách hàng của Doanh nghiệp ***rất kém, gần như không có*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất tốt, có định hướng và chiến lược chăm sóc khách hàng, hiểu được khách hàng và giữ chân được khách hàng***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2. THÔNG LỆ VÀ TẬP QUÁN TỔ CHỨC (TỔ CHỨC VÀ NHÂN SỰ)

29. **Xác định giá trị cốt lõi:** Giá trị cốt lõi của Doanh nghiệp được xác định ***rất không rõ ràng*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rõ ràng và nhất quán***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

30. **Xây dựng giá trị cốt lõi:** Giá trị cốt lõi của Doanh nghiệp ***rất ít được quan tâm*** *
trong thực tế < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > luôn được quan tâm và đảm bảo đạt được.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

31. **Sơ đồ tổ chức:** Sơ đồ tổ chức của Doanh nghiệp ***rất không rõ ràng, hoạt động*** *
chủ yếu theo ý muốn của chủ Doanh nghiệp < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > rất rõ ràng với các đơn vị
phòng ban và được điều chỉnh thường xuyên nhằm đảm bảo khả năng vận hành cao.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

32. **Mô tả công việc:** Mô tả công việc của các vị trí trong Doanh nghiệp ***rất không rõ*** *
ràng < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > rất rõ ràng và được xây dựng từ thực tế công việc, được cập
nhật và điều chỉnh linh hoạt từ sự phối hợp chặt chẽ giữa nhân sự và các trưởng đơn vị
trong Doanh nghiệp.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

33. **Thu hút tài năng**: Khả năng thu hút các ứng viên tài năng, khao khát muốn gia nhập của Doanh nghiệp ***rất thấp*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất cao***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐							

34. **Đào tạo đội ngũ**: Công tác đào tạo đội ngũ trong Doanh nghiệp ***rất ít và rất kém hiệu quả*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất thường xuyên và rất hiệu quả***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐							

35. **Đánh giá kết quả**: Việc sử dụng các công cụ hiện đại như các chỉ tiêu điều hành then chốt (KPI) và bảng mô tả năng lực (từ điển năng lực) của Doanh nghiệp ***rất thấp*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất cao và hiệu quả***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐							

36. **Giao quyền**: Mức giao quyền ở các cấp quản lý của Doanh nghiệp là ***rất thấp, quản lý cấp cao kiểm soát tất cả các quyết định quan trọng*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất cao, quyền hạn chủ yếu được ủy quyền cho người đứng đầu đơn vị kinh doanh và các nhà quản lý cấp thấp khác***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐							

37. **Chia sẻ lợi ích:** Thu nhập của đội ngũ quản lý trong Doanh nghiệp ***rất thấp, chủ yếu là tiền lương*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất cao, đa dạng, và được gắn với kết quả hoạt động của doanh nghiệp.***

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

38. **Quản lý chuyên nghiệp:** Các vị trí quản lý cấp cao trong Doanh nghiệp ***chủ yếu*** * được nắm giữ bởi người thân hoặc bạn bè và không coi trọng thành tích < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***hầu hết được nắm giữ bởi các nhà quản lý chuyên nghiệp được chọn vì trình độ chuyên môn vượt trội của họ.***

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

3. QUỐC TẾ HÓA CỦA DOANH NGHIỆP (THỊ TRƯỜNG TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC CỦA DOANH NGHIỆP)

39. **Mức độ mua lại công nghệ tiên tiến:** Doanh nghiệp ***không mua lại các công nghệ tiên tiến*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***đầu tư rất mạnh vào mua lại công nghệ tiên tiến.***

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

40. **Kiểm soát các kênh phân phối**: Việc phân phối và marketing của Doanh nghiệp *
được thực hiện bởi các doanh nghiệp khác < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **sở hữu và kiểm soát bởi chính Doanh nghiệp.**

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

41. **Mức độ cạnh tranh trong thị trường**: Mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp *
trong ngành **rất thấp** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất cao.**

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

42. **Cạnh tranh quốc tế**: Cạnh tranh quốc tế (Doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa hay *
dịch vụ hoặc có các doanh nghiệp nước ngoài cạnh tranh trong thị trường nội địa)
rất thấp < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất cao.**

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

43. **Tác động của các hiệp định thương mại tự do**: Mức độ hữu dụng của các hiệp *
định thương mại đối với hoạt động kinh doanh của Doanh nghiệp **rất thấp** < 1, 2,
3, 4, 5, 6, 7 > **rất cao.**

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

44. **Độ linh hoạt với với chính sách kinh doanh:** Mức độ linh hoạt của Doanh nghiệp trong việc thích nghi với các chính sách của nhà nước để tăng lợi thế kinh doanh ***rất thấp*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất cao***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7

IV. TRÌNH ĐỘ PHÁT TRIỂN CỦA CỤM LIÊN KẾT NGÀNH VÀ KHẢ NĂNG HỢP TÁC CỦA CÁC DOANH NGHIỆP, TỔ CHỨC VÀ CƠ QUAN

Trong phần này, chúng tôi muốn tìm hiểu về sự tập trung của các doanh nghiệp liên quan trong một lĩnh vực vì sự hình thành các cụm liên kết ngành có tác động quyết định đến khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp trong một ngành.

Cụm liên kết ngành là sự tập trung địa lý của các doanh nghiệp, tổ chức và cơ quan liên quan trong một lĩnh vực cụ thể. Các cụm liên kết ngành được hình thành vì chúng giúp các doanh nghiệp nâng cao năng suất, và chúng bị ảnh hưởng bởi tài sản địa phương và sự hiện diện của các tổ chức, tổ chức và cơ sở hạ tầng xung quanh nó.

45. **Phát triển của cụm liên kết ngành:** Cụm ngành ở địa phương mà Doanh nghiệp đang hoạt động kinh doanh ***mới chỉ ở mức sơ khai*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***phát triển ở trình độ cao, rất phức tạp và tinh xảo***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7

46. **Hợp tác trong cụm liên kết ngành:** Mức độ hợp tác, liên kết và phối hợp giữa * các doanh nghiệp, tổ chức và cơ quan cho sự phát triển của cụm ngành **rất rời rạc** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất ấn ý và nhịp nhàng cho sự phát triển của cả ngành.**

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

47. **Lòng tin và chữ tín:** Uy tín của các doanh nghiệp đối tác **rất thấp** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, * 7 > **rất cao.**

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

48. **Năng lực của các đối tác:** Năng lực của các đối tác nói chung khi làm việc với * Doanh nghiệp **rất thấp** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất cao.**

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

49. **Các chính sách về phát triển cụm liên kết ngành:** Các chính sách của nhà nước * về phát triển cụm liên kết ngành Doanh nghiệp đang hoạt động ***gần như không có tác dụng cho sự phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh của cả ngành < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > rất hữu ích cho sự phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh của cả ngành.***

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

50. **Vai trò của hiệp hội hoặc các tổ chức tương tự:** Vai trò của hiệp hội hoặc các tổ chức tương tự cho sự phát triển của cả cụm liên kết ngành mà Doanh nghiệp đang kinh doanh là ***không đáng kể < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > hết sức quan trọng cho sự phát triển và nâng cao năng lực cạnh tranh của cả cụm liên kết ngành.***

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

V. MÔI TRƯỜNG KINH DOANH

Trong phần này chúng tôi hỏi về môi trường kinh doanh của Doanh nghiệp với các yếu tố cơ bản gồm hạ tầng kỹ thuật, hạ tầng xã hội và chất lượng phục vụ và các chính sách của chính quyền, các điều kiện về cầu, và các ngành hỗ trợ và liên quan.

51. **Hạ tầng kỹ thuật:** Chất lượng hạ tầng kỹ thuật (như giao thông, điện và năng lượng, cấp và thoát nước, viễn thông, khu công nghiệp và đô thị, và các hạ tầng kỹ thuật kết nối với bên ngoài, đặc biệt là sân bay quốc tế và cảng biển) ở TP.HCM phục vụ cho hoạt động của Doanh nghiệp **rất kém** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 >

rất tốt.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7

52. **Hạ tầng xã hội:** Chất lượng hạ tầng xã hội (như giáo dục và phát triển nguồn nhân lực, y tế và chăm sóc sức khỏe người dân, an sinh xã hội và các nền tảng văn hóa) ở TP.HCM phục vụ cho hoạt động của Doanh nghiệp **rất kém** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất tốt.**

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7

53. **Hiệu quả phục vụ của chính quyền:** Hiệu quả phục vụ và các chính sách của Chính quyền TPHCM phục vụ cho hoạt động của Doanh nghiệp **rất kém** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất tốt.**

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7

54. **Tác động của chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh:** Chỉ số năng lực cạnh tranh * cấp tỉnh (PCI) được công bố hàng năm tác động đến hoạt động kinh doanh của Doanh nghiệp **rất thấp** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất cao**.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

55. **Sự tinh tế của người mua:** Khách hàng của Doanh nghiệp **chỉ quan tâm đến giá** * **cả mà không quan tâm đến các yếu tố khác của sản phẩm** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **các yếu tố khác có vai trò hết sức quan trọng đối với sản phẩm và giá cả chỉ là một yếu tố**.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

56. **Sự hiện diện của các tiêu chuẩn khắt khe:** Các quy định và tiêu chuẩn chung * đối với hàng hóa do Doanh nghiệp cung cấp **rất đơn giản** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất cao**.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

57. **Tính nghiêm ngặt của các quy định về môi trường:** Các quy định về môi trường đối với hàng hóa do Doanh nghiệp cung cấp ***rất thấp*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất cao***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

58. **Sự quan tâm của doanh nghiệp về tiêu chuẩn xanh - vận hành doanh nghiệp (ESG):** Mức độ quan tâm của Doanh nghiệp đến tiêu chuẩn xanh - vận hành doanh nghiệp (ESG) là ***rất thấp*** <1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất cao***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

59. **Sự có sẵn của công nghệ mới nhất:** Các công nghệ mới nhất phục vụ cho hoạt động của Doanh nghiệp ***rất không sẵn có và chi phí rất cao*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất phong phú và phù hợp với khả năng chi trả của Doanh nghiệp***. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

60. **Số lượng các nhà cung cấp địa phương:** Số lượng các nhà cung cấp ở TP.HCM *
cho hoạt động của Doanh nghiệp ***rất ít và không đa dạng*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***rất
đồng đảo và đa dạng.***

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

61. **Sự có sẵn của máy móc chế tạo tại địa phương:** Các loại máy móc thiết bị ở *
TP.HCM phục vụ cho hoạt động của Doanh nghiệp ***rất không có sẵn*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 >
luôn có sẵn và dễ dàng mua được.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

62. **Sự sẵn có của các dịch vụ nghiên cứu và đào tạo chuyên ngành tại địa** *
phương: Các dịch vụ nghiên cứu và đào tạo chuyên ngành tại TPHCM phục vụ
cho nhu cầu của Doanh nghiệp ***rất không có sẵn*** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > ***luôn có sẵn
và dễ dàng tiếp cận.***

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

VI. CÁC YẾU TỐ SẴN CÓ CỦA ĐỊA PHƯƠNG

Nội dung này khảo sát về tầm quan trọng của các yếu tố sẵn có của
địa phương đến hoạt động của doanh nghiệp gồm tài nguyên, vị trí và quy mô nền kinh tế.

63. **Tài nguyên địa phương:** Vai trò của các tài nguyên (bao gồm cả đất) tại TP.HCM đối với hoạt động của Doanh nghiệp là **rất không quan trọng** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất quan trọng**. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

64. **Vị trí địa lý:** Vị trí địa lý của TP.HCM đối với hoạt động của Doanh nghiệp là **rất không quan trọng** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất quan trọng**. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

65. **Quy mô nền kinh tế địa phương:** Quy mô của nền kinh tế TPHCM đối với hoạt động của Doanh nghiệp là **rất không quan trọng** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất quan trọng**. *

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Skip to question 66

VII. ĐÁNH GIÁ VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP

Nội dung này khảo sát cảm nhận về năng lực cạnh tranh so với các doanh nghiệp khác trong ngành và về những nguyên nhân ảnh hưởng đến sự phát triển của lực lượng doanh nghiệp tại TP.HCM.

66. **Cảm nhận về năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp:** Năng lực cạnh tranh của Doanh nghiệp so với các doanh nghiệp khác trong cùng ngành là **rất thấp** < 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 > **rất cao**.

Mark only one oval.

1		2	3	4	5	6	7
	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

67. Kết quả phân tích dữ liệu từ năm 2010 đến nay của chúng tôi cho thấy quy mô và hiệu quả chung của lực lượng doanh nghiệp tại TP.HCM giảm đi một cách tương đối so với bình quân chung của cả nước (tỷ lệ phần trăm năm 2022 nhỏ hơn năm 2010). Theo **quan sát của bạn**, kết quả này là do (**chọn một hoặc nhiều nguyên nhân**):

Check all that apply.

- ☐ Tính năng động của lực lượng doanh nghiệp của TP.HCM giảm đi một cách tương đối so với nhiều nơi khác
- ☐ Môi trường kinh doanh tại TPHCM không thuận lợi ☐ Chất lượng cơ sở hạ tầng không đáp ứng yêu cầu ☐ Thiếu nguồn vốn kinh doanh
- ☐ Thiếu lao động có kỹ năng
- ☐ Các chính sách của nhà nước chưa phát huy hiệu quả
- ☐ Các doanh nghiệp của TP.HCM thiếu liên kết để tạo ra sức mạnh chung
- ☐ Số lượng và quy mô các doanh nghiệp của TP.HCM đã quá lớn nên đi chậm lại ☐ Sự hỗ trợ và đồng hành của chính quyền Thành phố chưa đáp ứng đúng nhu cầu của các doanh nghiệp
- ☐ Các nguyên nhân khác

68. Các góp ý chia sẻ của bạn (nếu có) cho chúng tôi:

Xin trân trọng cảm ơn!

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms

