

Thực trạng tập trung kinh tế trên thị trường xăng dầu ở Việt Nam

Phạm Thị Lý

Trường Đại học Kinh tế TP.HCM

ptly@ueh.edu.vn

Nguyễn Thanh Trọng

Trường Đại học Kinh tế - Luật

trongnt@uel.edu.vn

Ngày nhận: 21/08/2013
Ngày nhận lại: 16/09/2013
Ngày duyệt đăng: 10/10/2013
Mã số: 08-13-DE-04

Tóm tắt

Phát triển thị trường xăng dầu có sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong việc cung ứng sản phẩm cho người mua là yêu cầu tất yếu trong quá trình chuyển đổi nền kinh tế theo hướng thị trường ở VN. Nghiên cứu này sử dụng các chỉ số tỉ lệ tập trung (Concentration Ratio - CR) và chỉ số Herfindahl - Hirschman (Herfindahl - Hirschman Index - HHI) để đo lường mức độ tập trung kinh tế, xác định cấu trúc thị trường xăng dầu hiện nay. Kết quả tính toán cho thấy mức độ tập trung kinh tế trên thị trường rất cao, chỉ số CR3 là 82,4%, chỉ số HHI là 2.901,5; thị trường có cấu trúc độc quyền nhóm và bị chi phối bởi Tập đoàn xăng dầu VN. Nghiên cứu này cũng đưa ra những khuyến nghị nhằm thúc đẩy cạnh tranh trong hoạt động kinh doanh xăng dầu ở VN.

Từ khóa: Tập trung kinh tế, chi phối thị trường, cạnh tranh, xăng dầu.

Abstract

Development of petroleum market with fair competition between suppliers is an inevitable requirement in Vietnam's transition to the market economy. The research employs CR (concentration ratio) and HHI (Herfindahl - Hirschman index) to measure market concentration and identify structure of Vietnam's petroleum market. Our calculations show that the market concentration is high with CR3 amounting to 82.4% and HHI 2,901.5. The market has a group monopoly structure and is controlled by the Vietnam National Petroleum Group. The research also offer some recommendations that aims at promoting competition in this market.

Keywords: Market concentration, market manipulation, competition, petroleum.

1. Giới thiệu

Xăng dầu là mặt hàng tiêu dùng thiết yếu, là yếu tố đầu vào quan trọng đối với nhiều ngành, do đó sự phát triển của thị trường xăng dầu có ảnh hưởng rất lớn đến các hoạt động của nền kinh tế. Hiện nay trên thị trường có 13 doanh nghiệp đầu mối kinh doanh xuất nhập khẩu và phân phối xăng dầu. Tuy nhiên, thị trường chưa có sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, trong nhiều thời điểm giá xăng dầu trong nước được điều chỉnh không theo sự biến động của giá thế giới... Chính vì vậy mà trong nhiều năm qua người tiêu dùng, công luận thường có những phản ứng, thể hiện sự bức xúc đối với hoạt động kinh doanh xăng dầu của doanh nghiệp và cơ chế quản lý của Chính phủ. Nghiên cứu này nhằm đánh giá mức độ tập trung kinh tế của thị trường, phân tích khả năng độc quyền, chi phối thị trường của doanh nghiệp, trên cơ sở đó, đề xuất những khuyến nghị thúc đẩy, phát triển thị trường xăng dầu có tính cạnh tranh nhằm lành mạnh hóa thị trường, đảm bảo lợi ích cho người tiêu dùng và hiệu quả hoạt động của nền kinh tế.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Quan điểm về cạnh tranh và độc quyền

Cạnh tranh là sản phẩm tất yếu và là động lực cho sự phát triển của các doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường. Theo M. E. Porter (1998), cạnh tranh giữa các doanh nghiệp là nhằm giành lấy thị phần, mà bản chất là tìm kiếm lợi nhuận, là khoản lợi nhuận cao hơn mức lợi nhuận trung bình mà doanh nghiệp đang có. Theo ông, kết quả của quá trình cạnh tranh sẽ làm cho giá cả có thể giảm xuống, làm bình quân hóa lợi nhuận trong ngành [1]. Khái quát về vai trò của cạnh tranh đối với nền kinh tế, Paul A. Samuelson & William D. Nordhalls (2002) cho rằng: “Một trong những kết quả chủ yếu của kinh tế học khẳng định thị trường cạnh tranh phân bổ các nguồn lực là có hiệu quả” [2].

Theo quan điểm của kinh tế học, một thị trường được coi là có sự cạnh tranh cao khi thị trường có nhiều người bán và nhiều người mua mà ở đó quyết định cung của mỗi người bán hay quyết định cầu của mỗi người mua không có ảnh hưởng đáng kể đến giá cả và sản lượng chung của thị trường [3].

Độc quyền trong kinh doanh được coi là thái cực ngược lại của cạnh tranh, điển hình là trường hợp một người bán duy nhất có quyền kiểm soát hoàn toàn đối với toàn bộ ngành, chỉ có một người sản xuất trong ngành và không có ngành nào sản xuất ra các mặt hàng thay thế gần gũi [4]. Theo Luật Cạnh tranh của VN (2004), doanh nghiệp được coi là độc quyền nếu “không có doanh nghiệp nào cạnh tranh về hàng hoá, dịch vụ mà doanh nghiệp đó kinh doanh trên thị trường liên quan” [5]; doanh nghiệp được coi là có vị trí thống lĩnh thị trường nếu “có thị phần từ 30% trở lên trên thị trường liên quan hoặc có khả năng gây hạn chế cạnh tranh một cách đáng kể” [6].

Có nhiều nguyên nhân dẫn đến sự tồn tại độc quyền kinh doanh của một doanh nghiệp hay một nhóm doanh nghiệp trên thị trường. Trong một vài trường hợp, sự tồn tại của độc quyền là cần thiết và có những mặt tích cực nhất định như độc quyền tự nhiên, độc quyền do những quy định của pháp luật để bảo vệ bản quyền đối với các phát minh, sáng chế. Tuy nhiên, nhìn chung độc quyền trong kinh doanh thường mang lại các tác động tiêu cực hơn

là tích cực. Nghiên cứu của Arnold C. Harberger (1954) cho thấy trong thị trường độc quyền, doanh nghiệp cung ứng ít sản phẩm hơn và định giá sản phẩm cao hơn so với thị trường cạnh tranh và gây ra những tổn thất phúc lợi cho xã hội. Do đó, kiểm soát, chống độc quyền và thúc đẩy cạnh tranh là yêu cầu tất yếu để nâng cao hiệu quả kinh tế, đảm bảo quyền lợi cho người tiêu dùng.

2.2. Chỉ số đo lường mức độ tập trung kinh tế và phản ánh cấu trúc thị trường

Để xác định dạng cấu trúc thị trường, quy mô tương đối của các doanh nghiệp trong quan hệ với các doanh nghiệp khác trong một ngành, các nhà kinh tế và cơ quan quản lý cạnh tranh thường sử dụng các chỉ số đo lường mức độ tập trung kinh tế như: tỷ lệ tập trung (Concentration Ratio: CR) ở mức 3 hoặc 5 doanh nghiệp (CR3, CR5) và chỉ số Herfindahl - Hirschman (Herfindahl - Hirschman Index: HHI).

Chỉ số tỷ lệ tập trung: CR.

Chỉ số CR phản ánh tổng độ lớn về thị phần của các doanh nghiệp trên thị trường cùng kinh doanh trong một ngành. Chỉ số này được xác định như sau:

$$CR_i = \sum_{i=1}^n S_i$$

Trong đó S_i là thị phần của doanh nghiệp lớn thứ i trong ngành [7].

CR_i phản ánh quy mô thị phần của i doanh nghiệp lớn nhất trong ngành. Nếu một ngành chỉ số $CR_3 = 65\%$ hàm ý rằng 3 doanh nghiệp lớn nhất trên thị trường đã chiếm tới 65% thị phần.

Theo Cục Quản lý cạnh tranh của VN (2010), dựa vào chỉ số CR có thể phân loại thị trường thành các dạng như sau:

- + CR_1 xấp xỉ 100%: Độc quyền hoàn toàn;
- + $CR_3 > 65\%$: Độc quyền nhóm hoặc có vị trí thống lĩnh thị trường, mức độ tập trung kinh tế cao;
- + $CR_3 < 65\%$: Cạnh tranh một cách tương đối, mức độ tập trung trung bình.

Chỉ số Herfindahl - Hirschman: HHI.

Chỉ số HHI (được nghiên cứu và xây dựng bởi nhà kinh tế học Orris C. Herfindahl và Albert O. Hirschman) được sử dụng để đo lường quy mô của doanh nghiệp trong mối tương quan với ngành và là một chỉ báo về mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp trong ngành, thường được tính bằng tổng bình phương thị phần của các doanh nghiệp:

$$HHI = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

Trong đó, n là tổng số doanh nghiệp và S_i là thị phần của doanh nghiệp thứ i trong ngành.

HHI có giá trị từ 0 đến 10.000 khi không tính % (hay từ 0 đến 1 khi tính cả %). [8]

Theo Cơ quan Thương mại Liên bang Mỹ (2010) dựa vào giá trị chỉ số HHI có thể phân loại mức độ tập trung kinh tế trên thị trường như sau:

- + $HHI < 1.000$ (hay là 0,01): Thị trường không tập trung và có cạnh tranh cao;
- + $HHI < 1.500$ (hay là 0,15): Thị trường không tập trung;
- + $1.500 \leq HHI < 2.500$ (hay là từ 0,15 đến 0,25): Thị trường có sự tập trung ở mức trung bình;
- + $HHI \geq 2.500$ (hay là 0,25): Thị trường có sự tập trung ở mức cao.

Ưu điểm chủ yếu của chỉ số HHI so với chỉ số CR là tính tỷ trọng lớn hơn đối với các doanh nghiệp lớn.

3. Thực trạng tập trung kinh tế và cấu trúc thị trường xăng dầu VN hiện nay

3.1. Thị phần của các doanh nghiệp trên thị trường xăng dầu

Trên thị trường hiện có 13 doanh nghiệp đầu mỗi kinh doanh xuất nhập khẩu và phân phối xăng dầu. Theo số liệu của Cục Quản lý cạnh tranh (2010) và số liệu của Bộ Công thương (2012)[9] thì thị phần xăng dầu trên thị trường nội địa của các doanh nghiệp vào thời điểm tháng 10 năm 2012: Tập đoàn xăng dầu VN (Petrolimex) chiếm khoảng 50%, giảm gần 10% so với năm 2008; Tổng công ty dầu VN (PV Oil) chiếm 16,6%, tăng khoảng 3,5% so với năm 2008; Công ty thương mại xuất nhập khẩu Thành Lễ (Thalexim) chiếm 5,3%, tăng khoảng 3,5% so với năm 2008; Công ty TNHH MTV dầu khí TP.HCM (SaigonPetro) chiếm 6,5%, giảm khoảng 1,3% so với năm 2008; Tổng công ty xăng dầu quân đội (Mipecorp) chiếm 2,4%, giảm 3,5% so với năm 2008. Số liệu này cho thấy, mặc dù 5 năm qua, thị phần của Petrolimex đã có sự sụt giảm và thị phần của một số doanh nghiệp có sự gia tăng đáng kể như là PV Oil. Tuy nhiên, Petrolimex vẫn thống lĩnh thị trường và sự chênh lệch về thị phần giữa Petrolimex và các doanh nghiệp còn lại vẫn còn rất lớn.

Bảng 1. Thị phần của các doanh nghiệp tiêu biểu trong ngành

Công ty	Thị phần năm 2008	Thị phần năm 2012	Mức độ thay đổi thị phần năm 2012 so với 2008
Petrolimex	59,4%	50,0%	-9,4%
PV Oil [10]	13,0%	16,6%	3,6%
SaigonPetro	7,8%	6,5%	-2,3%
Thalexim	1,8%	5,3%	3,5%
Petimex	3,3%	4,0%	0,7%
Mipecorp	5,8%	2,4%	-3,4%
Các DN khác	9,0%	15,2%	5,3%

Nguồn: Tổng hợp và tính toán của tác giả từ nguồn số liệu của Cục Quản lý cạnh tranh (2010), *Thời báo kinh tế VN* (2012).

3.2. Mức độ tập trung kinh tế trên thị trường

Để đánh giá mức độ tập trung kinh tế và cấu trúc thị trường xăng dầu ở VN hiện nay, tác giả tính toán đo lường giá trị các chỉ số CR và HHI. Đồng thời để có cái nhìn toàn diện hơn về mức

độ tập trung kinh tế trên thị trường, chỉ số CR và HHI được tính vào hai thời điểm là năm 2008 và năm 2012.

3.2.1. Chỉ số CR của thị trường xăng dầu

Bảng 2. Chỉ số tập trung kinh tế - CR của thị trường xăng dầu

Năm	2008	2012	ΔCR
CR 1	59,4%	50,0%	-9,4%
CR3	80,2%	73,1%	-7,1%
CR5	89,3%	82,4%	-6,9%

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Số liệu Bảng 2 cho thấy:

- Có sự cải thiện theo chiều hướng tích cực về thị phần của các doanh nghiệp trong năm 2012 so với năm 2008, nhưng sự cải thiện này là không đủ lớn để tạo ra một cấu trúc thị có tính cạnh tranh; chỉ số CR1, CR3 và CR5 của thị trường xăng vào thời điểm tháng 10/2012 vẫn còn rất cao.

- Chỉ số CR3 của thị trường là 73,1% lớn hơn nhiều so với mức 65%, thị trường có tính tập trung kinh tế cao, được coi là thị trường độc quyền nhóm.

- Điểm đáng chú ý là chỉ số CR1 rất cao, sự chênh lệch giữa chỉ số CR3 so với CR1, CR5 so với CR3 là không lớn. Điều này cho thấy khả năng chi phối thị trường của doanh nghiệp có quy mô đứng đầu thị trường và cấu trúc thị trường không đảm bảo để cạnh tranh có thể xảy ra giữa các doanh nghiệp.

3.2.2. Chỉ số HHI của thị trường xăng dầu

Kết quả tính chỉ số HHI cũng cho thấy có sự tập trung kinh tế rất cao trên thị trường xăng dầu ở VN.

Bảng 3. Chỉ số tập trung kinh tế - HHI của thị trường xăng dầu

Năm	2008	2012	ΔHHI
HHI	3.819,5	2.901,5	-918

Nguồn: Tính toán của tác giả.

Số liệu Bảng 3 cho thấy chỉ số HHI của thị trường năm 2008 và cả năm 2012 lớn hơn nhiều so với ngưỡng 2.500. Điều này phản ánh tình trạng tập trung kinh tế trên thị trường ở mức cao.

3.3. Vị thế chi phối thị trường của Petrolimex

Petrolimex tiền thân là Tổng công ty xăng dầu mỡ được thành lập từ năm 1956. Các hoạt động của Petrolimex hiện nay với quy mô rất rộng và bao trùm lên tất cả các khâu phục vụ cho việc kinh doanh xuất nhập khẩu và phân phối xăng dầu, được xếp vào loại doanh nghiệp nhà nước (DNNN) hạng đặc biệt, có nhiệm vụ được giao là “bảo toàn và phát triển vốn nhà nước giao đồng thời giữ vai trò chủ lực, chủ đạo điều tiết, ổn định và phát triển thị trường xăng dầu, sản phẩm hóa dầu phục vụ đắc lực cho công cuộc công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước”[11].

Số liệu Bảng 2 cho thấy Petrolimex chiếm đến 50% tổng thị phần xăng dầu trên thị trường nội địa và có sự cách biệt lớn, gấp từ 3 đến 10 lần so với thị phần của các doanh nghiệp khác trong ngành. Với thực trạng này, các doanh nghiệp khác trong ngành không thể cạnh tranh với Petrolimex. Chính vì vậy, Petrolimex hiện đang nắm giữ vị thế thống lĩnh, chi phối trên thị trường xăng dầu ở VN.

Petrolimex có được vị thế chi phối thị trường xuất phát từ các nguyên nhân cơ bản sau:

Một là, rào cản gia nhập ngành đối với các doanh nghiệp tiềm năng là rất lớn nên áp lực cạnh tranh và bị san sẻ thị phần với Petrolimex là rất thấp. Theo Nghị định 84/2009/NĐ-CP của Chính phủ, doanh nghiệp muốn kinh doanh xăng dầu phải thoả mãn các tiêu chí rất khắt khe về cầu cảng, kho bãi, phương tiện vận chuyển, hệ thống phân phối... Những yêu cầu này đòi hỏi doanh nghiệp phải có tiềm lực tài chính mạnh và kinh nghiệm kinh doanh trong lĩnh vực xăng dầu mới có khả năng gia nhập ngành. Bên cạnh đó, Nhà nước chưa có cam kết mở cửa cho các doanh nghiệp nước ngoài được tham gia kinh doanh xuất nhập khẩu và phân phối xăng dầu trên lãnh thổ VN.

Hai là, Petrolimex là DNNN đã được thành lập và phát triển trong lĩnh vực kinh doanh xăng dầu với hơn 55 năm kinh nghiệm, được hưởng nhiều chính sách ưu đãi và được Nhà nước đầu tư để phát triển thành tập đoàn kinh doanh xăng dầu hàng đầu của quốc gia, đảm bảo nguồn cung xăng dầu cho nền kinh tế. Do đó, Petrolimex đã có được hệ thống cơ sở vật chất kĩ thuật phục vụ hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu và phân phối xăng dầu mà các doanh nghiệp trong nước khác khó có thể đầu tư để có được, như: hệ thống cầu cảng xăng dầu lớn tại 3 miền Bắc - Trung - Nam; hệ thống kho, tổng kho trải dài trên cả nước với tổng sức chứa 1.700.000 m³; hệ thống vận tải xăng dầu đường bộ, đường biển, đường sông với: 860 đầu xe sitec chở xăng dầu có tổng dung tích 12.407m³, 12 tàu viễn dương có tổng trọng tải 452.776 tấn, 91 tàu vận chuyển xăng dầu đường sông có tổng dung tích 42.782m³; hệ thống vận chuyển đường ống ở phía Bắc với tổng chiều dài khoảng 570 km, công suất bơm chuyển đạt trên 4 triệu tấn/năm... [12]. Hệ thống hạ tầng này là lợi thế rất lớn đối với Petrolimex trong kinh doanh.

Ba là, Petrolimex có được một hệ thống kênh phân phối xăng dầu với trên 2.100 cửa hàng bán lẻ trực thuộc và 4.000 cửa hàng của đại lí, tổng đại lí, chiếm khoảng 45% tổng số cửa hàng bán lẻ xăng dầu trên phạm vi toàn quốc. Lợi thế về hệ thống phân phối này đã giúp Petrolimex chi phối không chỉ trên thị trường nhập khẩu mà còn trên cả thị trường bán lẻ. Petrolimex nhận định rằng: “Trong cơ chế thị trường, chính hệ thống các cửa hàng này đã và đang đem lại lợi nhuận cao nhất cho doanh nghiệp vì Petrolimex đang thu được toàn bộ chênh lệch từ giá mua đến giá bán” [13].

Bốn là, Petrolimex hoạt động theo mô hình tổng công ty nhà nước, rồi chuyển thành tập đoàn nhà nước với quy mô lớn bao gồm các công ty con, công ty liên doanh liên kết hoạt động trong các lĩnh vực kinh doanh xăng dầu và lĩnh vực phụ trợ góp phần mang lại lợi thế cho doanh nghiệp trong việc huy động vốn và đầu tư các dự án lớn. Ngoài lĩnh vực kinh doanh chính là xăng dầu, những lĩnh vực trọng yếu như hóa dầu, gas, vận tải viễn dương cũng góp phần quan trọng cho việc gia tăng vị thế chi phối thị trường xăng dầu và phát triển thương hiệu Petrolimex.

4. Kết luận và khuyến nghị

Thị trường xăng dầu ở VN hiện nay có cấu trúc thị trường độc quyền nhóm (chỉ số CR3 là 82,4%; chỉ số HHI là 2901,5) và bị chi phối bởi Tập đoàn xăng dầu VN – Petrolimex (chỉ số CR1 là 50%).

Petrolimex có được khả năng chi phối thị trường có nguyên nhân từ chính sách của Nhà nước đối với hoạt động kinh doanh xăng dầu trên thị trường nội địa, có hệ thống hạ tầng phục vụ kinh doanh xăng dầu và hệ thống phân phối rộng khắp cả nước... Đặc điểm cấu trúc thị trường và những lợi thế rất lớn trong kinh doanh của Petrolimex làm cho các doanh nghiệp khác trong ngành không muốn và cũng không thể cạnh tranh với Petrolimex, đồng thời dẫn đến xu hướng hợp tác, câu kết với nhau trong kinh doanh nhằm chiếm lĩnh thị trường, kìm hãm khả năng mở ra cạnh tranh giữa các doanh nghiệp.

Trong khi đó, để đảm bảo hiệu quả tổng thể cho nền kinh tế thì hoạt động kinh doanh xăng dầu phải có sự cạnh tranh bình đẳng, lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Điều này đặt ra yêu cầu không thể tiếp tục duy trì thị phần chi phối của một doanh nghiệp, hay một nhóm DNNN; thị trường cần có sự tham gia của các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, đặc biệt là các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, có kinh nghiệm, uy tín kinh doanh trong lĩnh vực xăng dầu; cần có hệ thống chính sách và hành lang pháp lý khuyến khích cạnh tranh, tạo lập môi trường kinh doanh cạnh tranh bình đẳng, lành mạnh. Trên cơ sở này, tác giả đưa ra một vài khuyến nghị mang hàm ý chính sách sau đây nhằm thúc đẩy cạnh tranh, phát triển thị trường xăng dầu ở VN.

Một là, cơ cấu lại hệ thống DNNN kinh doanh xăng dầu nhằm điều chỉnh cấu trúc thị trường theo hướng cạnh tranh.

Thực hiện cơ cấu, sắp xếp lại hệ thống DNNN kinh doanh xăng dầu theo hướng giảm thị phần của Petrolimex - doanh nghiệp chi phối thị trường và sáp nhập, hợp nhất các DNNN có thị phần nhỏ lại với nhau để tạo ra các doanh nghiệp có sức cạnh tranh ngang nhau trên thị trường. Kết quả của việc này là cần hình thành từ 3 đến 4 doanh nghiệp có thị phần chiếm từ 20% - 25% tổng thị phần để khuyến khích, thúc đẩy được sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, phá vỡ thế độc quyền, chi phối thị trường của Petrolimex như hiện nay. Đồng thời, Chính phủ cần đẩy mạnh cổ phần hóa các doanh nghiệp thuộc Petrolimex, đặc biệt là doanh nghiệp hoạt động trong khâu phân phối, bán lẻ. Tiến trình này cần mời gọi các nhà đầu tư quốc tế có kinh nghiệm và tiềm lực tài chính tham gia để nâng cao hiệu quả quản trị, tăng tính minh bạch và thu hút các nguồn lực bên ngoài đóng góp phát triển thị trường.

Bên cạnh việc cơ cấu lại doanh nghiệp, để tạo lập một môi trường cạnh tranh lành mạnh, Chính phủ cũng cần phân định lại quyền khai thác, sử dụng hệ thống cầu cảng, kho tiếp nhận, thiết bị vận chuyển chuyên dụng thuộc sở hữu nhà nước. Chính phủ có thể hình thành một doanh nghiệp cung ứng các dịch vụ có tính chất độc quyền tự nhiên trong hoạt động kinh doanh xăng dầu như cầu cảng chuyên dụng, kho tiếp nhận để hỗ trợ khả năng gia nhập ngành của các doanh nghiệp mới và cung ứng dịch vụ chung cho các doanh nghiệp hiện có trên thị trường. Nếu các doanh nghiệp có cơ hội như nhau trong việc tiếp cận hạ tầng phục vụ kinh doanh sẽ tạo ra môi trường cạnh tranh bình đẳng trong ngành, thúc đẩy các doanh nghiệp phải tìm đến các ưu thế

trong cạnh tranh ở các khía cạnh khác như nâng cao hiệu quả quản lý, sử dụng nguồn lực, khai thác hiệu quả yếu tố công nghệ trong quản lý và sản xuất, nâng cao chất lượng dịch vụ.

Hai là, tháo bỏ các hàng rào gia nhập ngành, khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia kinh doanh xăng dầu từ khâu hạ nguồn.

Đồng thời với việc cơ cấu lại DNNN kinh doanh xăng dầu, việc gỡ bỏ các rào cản gia nhập ngành, khuyến khích các doanh nghiệp nước ngoài có kinh nghiệm và tiềm lực tài chính đầu tư kinh doanh trên thị trường xăng dầu VN từ khâu hạ nguồn có ý nghĩa quan trọng để từng bước xóa bỏ độc quyền, thúc đẩy cạnh tranh và phát triển thị trường.

Việc khuyến khích và mời gọi các doanh nghiệp nước ngoài đầu tư cần chú trọng đến các tập đoàn đã có kinh nghiệm, uy tín kinh doanh trong lĩnh vực xăng dầu trên thị trường thế giới và khu vực như: BP, Exxon Mobil, Caltex, Shell, PTT... Những doanh nghiệp này có thể nhanh chóng mở rộng thị phần, tạo áp lực cạnh tranh lên các doanh nghiệp hiện có trên thị trường, góp phần sớm hình thành thị trường cạnh tranh. Các doanh nghiệp này tham gia vào thị trường nội địa cũng sẽ góp phần quan trọng đảm bảo an ninh năng lượng nói chung và nguồn cung xăng dầu cho nhu cầu phát triển kinh tế, xã hội của VN.

Để thu hút nhà đầu tư nước ngoài tham gia vào thị trường nội địa thì việc tháo bỏ các rào cản gia nhập là yêu cầu tiên quyết đặt ra cần giải quyết, trong đó:

- Chính phủ cần thể hiện mạnh mẽ quyết tâm xây dựng thị trường xăng dầu cạnh tranh bằng các chính sách cởi mở và hành động nhất quán, khuyến khích và chủ động mời gọi các nhà đầu tư nước ngoài đầu tư kinh doanh trên thị trường trong nước, vượt qua các lực cản và tác động của các nhóm lợi ích đang hiện diện trên thị trường xăng dầu hiện nay.

- Cải cách chính sách đối với hoạt động kinh doanh xăng dầu, trong đó cần đảm bảo sự cạnh tranh bình đẳng giữa các doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, không phân biệt đối xử và ưu ái cho các DNNN.

- Tháo bỏ các rào cản gia nhập ngành, đặc biệt là rào cản trong việc tiếp cận nguồn lực như hệ thống phân phối, bến cảng, bến bãi và các nguồn lực khác phục vụ sản xuất và kinh doanh xăng dầu để các doanh nghiệp không quá khó trong việc hội đủ các điều kiện được cấp phép kinh doanh xuất nhập khẩu và phân phối xăng dầu.

Ba là, cải cách cơ chế điều hành và quản lý giá xăng dầu đảm bảo lợi ích quốc gia, lợi ích tổng thể của nền kinh tế, tuân thủ các quy luật, nguyên tắc của kinh tế thị trường, phù hợp với các cam kết hội nhập và thông lệ thương mại quốc tế.

Cần tách bạch rõ nhiệm vụ dự trữ bảo đảm an ninh xăng dầu và thực hiện các chính sách xã hội với nhiệm vụ kinh doanh xăng dầu vì mục đích thương mại của doanh nghiệp. Nhà nước cần xây dựng cơ chế và hình thành nguồn lực tài chính và cơ sở hạ tầng thực hiện dự trữ quốc gia độc lập với việc kinh doanh của doanh nghiệp; việc dự trữ của doanh nghiệp thực hiện chủ yếu là phục vụ mục đích kinh doanh của doanh nghiệp.

- Cần xác định nguyên tắc quản lý, điều tiết giá xăng dầu phải phù hợp với bối cảnh phát triển của thị trường. Khi thị trường có tính cạnh tranh, giá phải do thị trường quyết định; khi thị trường mang tính độc quyền, Nhà nước phải thực hiện điều tiết, kiểm soát giá và tuân thủ các nguyên tắc định giá, tôn trọng các quy luật thị trường và đảm bảo hài hòa lợi ích giữa người bán, người mua và lợi ích tổng thể của nền kinh tế.

Về lâu dài giá xăng dầu phải vận hành theo cơ chế thị trường, là yêu cầu tất yếu để đảm bảo an ninh năng lượng, đảm bảo thị trường vận hành lành mạnh và hài hòa lợi ích giữa các đối tượng tham gia trên thị trường. Để giá sản phẩm xăng dầu vận hành theo cơ chế thị trường, trước hết cần phát triển thị trường có tính cạnh tranh, tiếp đến là đổi mới cơ chế quản lý, điều hành giá theo hướng để doanh nghiệp thực hiện quyền tự chủ về giá, cạnh tranh trong sản xuất kinh doanh, tự chịu trách nhiệm về kết quả hoạt động sản xuất kinh doanh. Nhà nước điều tiết thị trường bằng các công cụ kinh tế và pháp lý, chỉ can thiệp trực tiếp khi có tình trạng mất cân đối lớn về cung - cầu. Điều này cũng đặt ra yêu cầu xây dựng một khung pháp lý đủ mạnh và thay đổi tư duy quản lý hoạt động kinh doanh xăng dầu theo hướng tăng vai trò của thị trường, giảm vai trò của Nhà nước■

Ghi chú

- [1] Michael E. Porter (1998), *Chiến lược cạnh tranh*, NXB Trẻ, trang 37-38.
- [2] Paul A. Samuelson & William D. Nordhalls (2002), *Kinh tế học*, tập 1, NXB Thống kê, trang 295.
- [3] David Begg, Stanley Fischer, & Rudiger Dornbusch (2008), *Kinh tế học vi mô*, NXB Thống kê, trang 121; và R. S. Pindyck và D. L. Rubinfeld (1994), *Kinh tế vi mô*, NXB Khoa học kỹ thuật, trang 33 .
- [4] Paul A. Samuelson & William D. Nordhalls (2002), *Kinh tế học tập 1*, NXB Thống kê, trang 322.
- [5] Điều 12, *Luật Cạnh tranh*, Luật số 27/2004/QH11.
- [6] Khoản 1, điều 11, *Luật Cạnh tranh*, Luật số 27/2004/QH11.
- [7] Cục Quản lý cạnh tranh (2010), *Báo cáo đánh giá cạnh tranh trong 10 lĩnh vực của nền kinh tế*, trang 421.
- [8] Albert O. Hirschman (1964), “The Paternity of an Index”, *The American Economic Review*, Vol 54 (No.5), trang 761.
- [9] Dẫn lại từ *Thời báo kinh tế VN* (2012).
- [10] Bao gồm thị phần của Công ty thương mại kỹ thuật và đầu tư - Petec và Công ty Xăng dầu Mekong - PetroMekong đã sáp nhập vào PV Oil.
- [11] Petrolimex (2011), *Bản công bố thông tin chào bán cổ phiếu lần đầu ra công chúng*, tháng 6/2011, trang 19.
- [12] Nguồn số liệu của Petrolimex từ *Bản công bố thông tin chào bán cổ phiếu lần đầu ra công chúng*, tháng 6/2011.
- [13] Petrolimex (2011), *Bản công bố thông tin chào bán cổ phiếu lần đầu ra công chúng*, tháng 6/2011, trang 55.

Tài liệu tham khảo

- Arnold C. Harberger (1954), “Monopoly and Resource Allocation”, *The American Economic Review*, Vol. 44, No. 2.
- Albert O. Hirschman (1964), “The Paternity of an Index”, *The American Economic Review*, Vol 54, No.5.
- Bộ Công thương (2011), *Hạn mức nhập khẩu xăng dầu tối thiểu năm 2012*, Số 12052/BCT-XNK, Hà Nội, ngày 29/12/2011.
- Bùi Ngọc Bảo (2009), “Tổng quan thị trường xăng dầu VN và định hướng phát triển”, *Nghiên cứu kinh tế*, số 11, trang 23-30.
- Chính phủ (2009), *Nghị định về kinh doanh xăng dầu*, số 84/2009/NĐ-CP, Hà Nội, ngày 15/10/2009.
- Cục Quản lý cạnh tranh (2012), *Báo cáo tập trung kinh tế VN năm 2012*, Hà Nội.
- Cục Quản lý cạnh tranh (2010), *Báo cáo đánh giá cạnh tranh trong 10 lĩnh vực của nền kinh tế*, Hà Nội.
- David Begg, Stanley Fischer & Rudiger Dornbusch (2008), *Kinh tế học vi mô*, NXB Thống kê.

- Michael E. Porter (1998), *Chiến lược cạnh tranh*, dịch từ tiếng Anh, người dịch: Nguyễn Ngọc Toàn và cộng sự (2012), NXB Trẻ.
- Paul A. Samuelson & William D. Nordhalls (2002), *Kinh tế học*, tập 1, NXB Thống kê, Hà Nội.
- Petrolimex (2011), *Bản công bố thông tin chào bán cổ phiếu lần đầu ra công chúng*, http://www.petrolimex.com.vn/tn/tu-lieu/ban_cong_bo_thong_tin_chao_ban_co_phieu_lan_dau_ra_cong_chung_tong_cong_ty_xang_dau_vietnam/default.aspx
- Quốc hội nước CHXHCN VN (2004), *Luật Cạnh tranh*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
- R. S. Pindyck và D. L. Rubinfeld (1994), *Kinh tế vi mô*, NXB Khoa học kỹ thuật.
- Thebusiness (2012), *Thị phần xăng dầu cả nước: Petrolimex chiếm 50%*, <http://thebusiness.vn/Home/Article/2748/Th%E1%BB%8B-ph%E1%BA%A7n-x%C4%83ng-d%E1%BA%A7u-c%E1%BA%A3-n%C6%B0%E1%BB%9Bc--Petrolimex-chi%E1%BA%BFm-50-ph%E1%BA%A7n-tr%C4%83m>
- U.S. Department of Justice and the Federal Trade Commission (2010), *Horizontal Merger Guidelines*, <http://www.justice.gov/atr/public/guidelines/hmg-2010.html>