

Thương mại bán lẻ và dịch vụ: Một số nhận định kết quả đạt được từ năm 2000 đến 2013

TS. BÙI THANH TRÁNG

Để thu hút các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài tham gia vào lĩnh vực bán lẻ và dịch vụ nhằm tạo động lực góp phần phát triển kinh tế của nước ta trong những năm tới, cần phải đánh giá tổng thể thực trạng quá trình phát triển thương mại bán lẻ và dịch vụ trong các năm qua. Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm phân tích tình hình bán lẻ hàng hóa và dịch vụ của VN từ năm 2000 đến 2013 theo 2 giai đoạn là trước và sau khi gia nhập WTO. Nghiên cứu này được thực hiện thông qua phương pháp phân tích thống kê kinh tế, các số liệu thu thập về tình hình bán lẻ hàng hóa và dịch vụ từ năm 2000 đến 2013, phân tích dựa trên các báo cáo chỉ số phát triển kinh doanh bán lẻ toàn cầu. Kết quả phân tích chỉ ra những nguyên nhân mà tình hình bán lẻ và dịch vụ của VN có sự giảm sút trong những năm qua và thị trường bán lẻ vẫn chưa thật sự thu hút các nhà đầu tư bán lẻ nổi tiếng của thế giới tham gia.

Từ khóa: Thị trường bán lẻ và dịch vụ, WTO, VN, nhà đầu tư, phát triển kinh doanh.

1. Tổng quan

Thương mại bán lẻ và dịch vụ của VN trong hơn 25 năm qua đã đạt được những thành quả thể hiện qua mức độ tăng trưởng hàng năm, tuy nhiên bên cạnh những thành tựu vẫn còn tồn đọng khá nhiều hạn chế chưa khai thác hết tiềm năng và sự phát triển chưa thật sự bền vững. Với thị trường năng động có dân số 90 triệu người, trong đó nhóm chi tiêu cho tiêu dùng lớn nhất đang ở tuổi 22 - 55, chiếm hơn 70% dân số. Đây là dấu hiệu tích cực về tiềm năng phát triển của thị trường bán lẻ trong những năm tới. Năm 2013 tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ của cả nước ước tính đạt khoảng 130 tỷ USD. Theo cam kết mở cửa thị trường bán lẻ khi gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới -WTO,

VN đã chính thức cho phép các nhà đầu tư nước ngoài tham gia thành lập doanh nghiệp bán lẻ 100% vốn nước ngoài từ năm 2009. Tính đến thời điểm hiện tại thị trường bán lẻ VN vẫn chưa xuất hiện nhiều những công ty kinh doanh bán lẻ nổi tiếng thế giới.

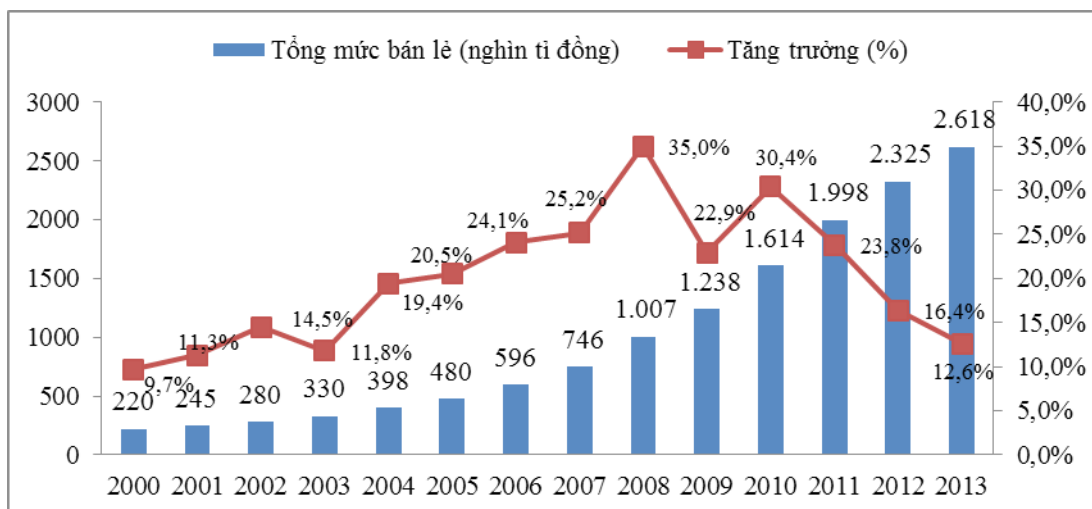
2. Thực trạng thương mại bán lẻ và dịch vụ từ 2000 đến 2013

2.1. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ

Trong những năm qua tình hình kinh tế thế giới có nhiều khó khăn, riêng trong năm 2013 kinh tế thế giới có dấu hiệu đang phục hồi trở lại sau suy thoái nhưng triển vọng kinh tế toàn cầu nhìn chung chưa vững chắc, nhất là đối với các nền kinh tế phát triển. Những yếu tố bên ngoài đã tác động không nhỏ đến

nền kinh tế VN. Tình hình trong nước đang đối phó với những khó khăn như tỷ lệ nợ xấu ngân hàng ở mức cao, thị trường bất động sản chưa khởi sắc, chứng khoán sụt giảm, doanh nghiệp thiếu vốn, nhiều doanh nghiệp phải thu hẹp sản xuất, dừng hoạt động hoặc giải thể, lao động không việc làm gia tăng... đã ảnh hưởng trực tiếp sức mua của người tiêu dùng giảm đáng kể và thị trường bán lẻ của cả nước sụt giảm. Tính đến cuối năm 2013, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ của cả nước ước tính đạt 2.618 nghìn tỉ đồng, tăng 12,6% so với năm 2012 và là mức tăng thấp nhất tính từ năm 2001 đến nay, nếu loại trừ yếu tố giá thì năm 2013 tăng 5,6%. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ năm 2013 của kinh tế nhà nước đạt 258,6 nghìn

Hình 1: Tổng mức bán lẻ hàng hóa & dịch vụ và tốc độ tăng trưởng



Nguồn : Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê (2001, 2003, 2005, 2008, 2012, 2013)

tỷ đồng, chiếm 9,9% và giảm 8,6% so năm 2012. Kinh tế ngoài nhà nước đạt 2.269,5 nghìn tỷ đồng, chiếm 86,7%, tăng 15,3%. Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài đạt 89,8 nghìn tỷ đồng, chiếm 3,4% tăng 32,8%. Xét theo ngành kinh doanh, thì kinh doanh thương nghiệp đạt 2.009,2 nghìn tỷ đồng, chiếm 76,7% và tăng 12,2% so với năm trước; khách sạn nhà hàng đạt 315,8 nghìn tỷ đồng, chiếm 12,1% và tăng 15,2%; dịch vụ đạt 268,6 nghìn tỷ đồng, chiếm 10,3% và tăng 13,3%; du lịch đạt 24,3 nghìn tỷ đồng, chiếm 0,9% và tăng 3,5%. Xét về cơ cấu theo thành phần kinh tế từ 2000 đến 2013, tỉ lệ của kinh tế ngoài nhà nước tăng từ 80% lên 85%, kinh tế nhà nước giảm từ 17% xuống 12%, khu vực có vốn đầu tư nước ngoài chiếm tỉ lệ nhỏ và đang có xu hướng gia tăng từ 1,5% lên 3,0%.

Tính đến năm 2013, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tăng gấp 12 lần so với năm 2000, năm 2008 có mức tăng trưởng cao nhất, được thể hiện tại Bảng 1. Xét theo từng giai đoạn, từ 2000 -2006-

trước khi gia nhập WTO, mức tăng trưởng bình quân hàng năm-CAGR (Compound Annual Growth Rate) của tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ và dịch vụ là 18,4% (Bảng 2). Giai đoạn từ 2007 -2013 có mức tăng trưởng là 23,27%. Tính cho cả giai đoạn từ 2000 đến 2013 có mức tăng trưởng là 20,97%. Nếu loại yếu tố tăng giá thì mức tăng trưởng bình quân hàng năm của cả giai đoạn từ 2000 đến 2013 ước tính khoảng 10%. Kết quả này phản ánh tốc độ tăng trưởng chưa cao, sau 7 năm gia nhập WTO, khả năng thu hút đầu tư nước ngoài và khai thác thị trường bán lẻ hàng hóa và dịch vụ vẫn còn nhiều hạn chế. Nhìn nhận kết quả đạt được cần xem xét cả mặt tích cực và những hạn chế. Thành tựu đạt được của thương mại bán lẻ và dịch vụ là nhờ vào tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế trong các năm qua khá ổn định, quy mô thị trường được mở rộng, cùng với mức dân số 90 triệu người, nhu cầu tiêu dùng tăng từng năm và 70% thu nhập của người tiêu dùng là dành cho mua sắm, đời sống nhân dân từng bước được cải

thiện ở hầu hết các vùng miền của cả nước. Đồng thời phản ánh tính năng động của kinh tế ngoài nhà nước, khu vực này chiếm tỉ trọng 85% tổng mức bán lẻ, và kinh tế nhà nước có xu hướng giảm thể hiện tính phù hợp theo cam kết của WTO. Về mặt hạn chế là do tác động của những yếu tố khách quan như khủng hoảng kinh tế thế giới ảnh hưởng trực tiếp đến kinh tế VN. Về chủ quan có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển cả về mặt số lượng và chất lượng của thương mại bán lẻ và dịch vụ. Có thể nhìn nhận tiến độ triển khai thực hiện các chính sách phát triển thương mại bán lẻ và dịch vụ chậm và thiếu đồng bộ, cơ sở hạ tầng thương mại chưa được đầu tư đúng mức. Cơ chế chính sách quản lý chưa theo kịp sự phát triển của hoạt động thương mại bán lẻ, quản lý nhà nước trong lĩnh vực này vẫn còn nhiều hạn chế. Quy hoạch phát triển hệ thống phân phối bán lẻ còn nhiều bất cập, dẫn tới phát triển hệ thống phân phối mang tính tự phát, nhiều chợ xây xong theo quy hoạch bị bỏ hoang, chợ tự phát, chợ lưu

động vẫn tiếp tục hình thành. Liên kết giữa sản xuất và thương mại còn yếu, chưa hình thành các chuỗi logistics trong kinh doanh thương mại. Chưa xây dựng cơ chế hoạt động có hiệu quả về giám sát chất lượng, mức độ an toàn vệ sinh của hàng hóa lưu thông qua các kênh phân phối bán lẻ. Sự cạnh tranh thiếu lành mạnh giữa các doanh nghiệp, các doanh nghiệp kinh doanh bán lẻ thiếu vốn và hạn chế về nguồn nhân lực quản lý.

2.2. Chỉ số phát triển kinh doanh bán lẻ

Theo cam kết của WTO, VN đã mở cửa thị trường bán lẻ từ ngày 1/1/2009 nhưng cho đến nay, các tập đoàn lớn của nước ngoài chuyên kinh doanh trong lĩnh vực bán lẻ chưa đầu tư nhiều, chỉ bắt đầu nghiên cứu, tìm hiểu thị trường để xây dựng chiến lược đầu tư lâu dài hơn. Các nhà đầu tư lớn khi thâm nhập vào thị trường bán lẻ của một quốc gia thường xem xét nhiều yếu tố, trong đó kết quả nghiên cứu về chỉ số phát triển kinh doanh bán lẻ toàn cầu (Global Retail Development Index -GRDI) là một trong những yếu tố mang tính quyết định. Hàng năm, Hãng tư vấn A.T.Kearney của Mỹ thực hiện khảo sát tại 30 quốc gia có nền kinh tế mới nổi để xếp loại mức độ phát triển kinh doanh bán lẻ. Chỉ số GRDI được xây dựng dựa theo thang điểm 100, và chia thành bốn nhóm lớn, có trọng số bằng nhau là 25%, thị trường nào có tổng điểm số càng cao có nghĩa là độ hấp dẫn và triển vọng phát triển của thị trường đó càng lớn. Bốn tiêu chí của GRDI bao gồm (1) Mức độ rủi ro quốc gia và rủi ro kinh doanh (Country and Business

Bảng 1: Tăng trưởng bình quân hàng năm của tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ

Giai đoạn	Tổng số (%)	Chia ra		
		Kinh tế Nhà nước (%)	Kinh tế ngoài Nhà nước (%)	Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (%)
2000 - 2006	18.04	11.50	18.76	36.39
2007 - 2013	23.27	21.68	23.53	21.70
2000 - 2013	20.97	15.62	21.64	28.46

Nguồn : Tổng cục Thống kê, Niên giám Thống kê (2001, 2003, 2005, 2008, 2012, 2013)

Bảng 2: 10 quốc gia được xếp hạng cao về chỉ số GRDI trong 10 năm

Hạng	Quốc gia	Hấp dẫn thị trường	Phát triển bán lẻ	Rủi ro quốc gia & kinh doanh	Điểm số
1	China	37.0	14.3	10.1	61.4
2	UAE	38.8	8.2	11.9	58.9
3	Kuwait	31.4	7.2	9.9	48.6
4	Russia	30.4	8.1	7.8	46.4
5	Saudi Arabia	25.6	7.4	10.9	43.9
6	India	25.8	8.0	8.2	42.0
7	Brazil	23.6	7.5	9.0	40.1
8	Turkey	21.3	7.3	8.8	37.4
9	Vietnam	23.3	6.9	7.1	37.3
10	Chile	16.4	8.3	12.2	36.

Nguồn : A.T.Kearney, Global Retail Development Index (GRDI), 10-year perspective, 2011

Risk), trong đó 0 điểm là rủi ro cao và 100 điểm là rủi ro thấp; (2) Độ hấp dẫn của thị trường (Market Attractiveness), trong đó 0 điểm là độ hấp dẫn thấp và 100 điểm là độ hấp dẫn cao; (3) Độ bão hòa của thị trường (Market Saturation), trong đó 0 điểm là bão hòa và 100 điểm là không bão hòa; (4) Áp lực thời gian (Time Pressure), trong đó 0 điểm là không có áp lực về thời gian và 100 điểm là cần khẩn trương thâm nhập thị trường. Sau một năm gia nhập WTO, vào năm 2008, VN trở thành thị trường hấp dẫn nhất thế giới, vượt qua Ấn Độ, Nga và Trung Quốc có chỉ số GRDI cao nhất. Kết quả này là do kinh tế tăng trưởng mạnh, thể chế chính sách cải tiến

theo hướng thân thiện với nhà đầu tư nước ngoài và nhu cầu tiêu dùng tăng nhanh, nhiều mô hình bán lẻ hiện đại xuất hiện và hoạt động nhưng quyền kinh doanh bắt đầu phát triển. Tuy nhiên, chỉ sau một năm thị trường bán lẻ của VN bắt đầu có dấu hiệu xấu đi, chỉ số GRDI rớt xuống hàng thứ 6 năm 2009, thứ 14 năm 2010, thứ 23 năm 2011, năm 2012 và 2013 không còn nằm trong danh sách 30 quốc gia đang phát triển có thị trường bán lẻ sôi động nhất thế giới. Trong bốn tiêu chí đánh giá, tiêu chí mức độ hấp dẫn thị trường của VN trong năm 2011 là 8,4%, chứng tỏ thị trường bán lẻ chưa thực sự hấp dẫn đối với nhà đầu tư nước ngoài. Các nhà đầu tư đánh giá thị trường bán lẻ VN

còn nhiều rào cản như bất ổn của tình hình kinh tế vĩ mô, thủ tục cấp giấy phép còn phức tạp, sức mua trên thị trường giảm, quy hoạch thị trường bán lẻ không đồng bộ, chất lượng chuỗi cung ứng kém, chất lượng nguồn nhân lực còn thấp... Đặc biệt, yếu kém trong cơ sở hạ tầng và chi phí thuê mặt bằng quá cao đang là rào cản với các nhà bán lẻ nước ngoài.

Mặc dù chỉ số GRDI liên tục rớt hạng trong các năm qua, nhưng xét trong 10 năm từ 2001-2010, VN được xếp hạng thứ 9 trong nhóm 10 quốc gia có mức hấp dẫn thị trường và tốc độ phát triển bán lẻ cao.

Theo báo cáo của A.T.Kearney, trong 10 năm VN được xếp hạng trong nhóm 5 quốc gia (gồm Trung Quốc, Ấn Độ, Nga, VN, Chi Lê) có mức chi tiêu bán lẻ tính trên đầu người (Retail Spending-CAGR 2001-2010 per capita) cao hơn mức trung bình là 9% (CAGR 2001-2010 per capita của VN là 12%), và tốc độ tăng trưởng bình quân của kênh bán lẻ hiện đại tính trên đầu người của VN là 28% so với mức trung bình là 20%. Theo dự báo của A.T.Kearney, thị trường bán lẻ VN vẫn còn sức hút nhất định, nhờ quy mô thị trường, số lượng người tiêu dùng và kênh bán lẻ hiện đại là xu hướng phát triển tất yếu trong tương lai. Điều này có thể nói rằng nếu ổn định được tình hình vĩ mô và khôi phục được sự hấp dẫn, thì tương lai phát triển của thị trường bán lẻ nước ta sẽ rất cao.

2.3. Kênh bán lẻ truyền thống và hiện đại

Đề cập đến thương mại bán lẻ cần phải xem xét cả thương mại

bán lẻ truyền thống và thương mại bán lẻ hiện đại. Cho đến nay, kênh bán lẻ truyền thống vẫn giữ vai trò chính trong việc thực hiện phân phối hàng hóa bán lẻ, chiếm gần 80% tổng mức bán lẻ. Tính đến cuối năm 2012, cả nước có 8.547 chợ, trong đó có 7.374 chợ loại 3 chiếm 86%, 926 chợ loại 2; và 247 chợ loại 1. Nhìn chung, sự đa dạng của chợ truyền thống đã góp phần phục vụ nhu cầu mua sắm của nhiều loại đối tượng tiêu dùng. Tuy nhiên, chất lượng của các chợ thấp, nhiều chợ xuống cấp không có kinh phí sửa chữa, vệ sinh môi trường không đảm bảo. Chất lượng vệ sinh an toàn hàng hóa và thực phẩm không được kiểm tra thường xuyên, chưa hình thành hệ thống chuỗi kinh doanh từ nguồn cung ứng đến chợ và đến người tiêu dùng, nên hàng hóa khó truy xét nguồn gốc. Do vậy, vấn đề quản lý hoạt động kinh doanh tại các chợ cần được xem xét kỹ trong tổng thể phát triển thương mại bán lẻ nhằm góp phần nâng cao văn minh thương mại trong quá trình hội nhập.

Nhiều chính sách của Nhà nước ưu tiên phát triển thương mại bán lẻ trong thời gian qua đã tạo điều kiện nâng cấp các chợ truyền thống, đồng thời khuyến

khích các nhà đầu tư trong và ngoài nước tham gia xây dựng và phát triển kênh bán lẻ hiện đại đã làm thay đổi diện mạo của thương mại bán lẻ cả nước, đặc biệt tại các thành phố lớn. Tính đến nay, cả nước có 659 siêu thị và 116 trung tâm thương mại. Ngoài ra, còn có hàng nghìn cửa hàng chuyên doanh và cửa hàng tiện lợi (theo mô hình hiện đại của các nước tiên tiến) phân bố rộng khắp cả nước. Ước tính chung, thị phần các loại hình bán lẻ hiện đại chiếm khoảng 20% tổng mức bán lẻ, gấp đôi thời điểm trước khi gia nhập WTO. Sự phát triển nhanh chóng của kênh bán lẻ hiện đại tạo ra áp lực cạnh tranh trong nội bộ các siêu thị và trung tâm thương mại, cũng như cạnh tranh giữa kênh bán lẻ hiện đại và kênh bán lẻ truyền thống. Chính sự tranh tranh đã làm thay đổi chất lượng phục vụ và người tiêu dùng có thêm nhiều lựa chọn mua sắm hơn.

Bên cạnh sự phát triển nhanh của thương mại bán lẻ truyền thống và bán lẻ hiện đại, thì thương mại bán lẻ trực tuyến đã và đang phát triển nhanh. Hãng A.T.Kearney (2012), đã có những nhận định rằng công nghệ đang làm thay đổi hướng kinh doanh của các hãng bán lẻ

Bảng 3: Kênh bán lẻ truyền thống và hiện đại

	2008	2009	2010	2011	2012
Số lượng chợ	7.871	8.495	8.528	8.550	8.547
Loại 1	215	219	224	232	247
Loại 2	921	954	907	936	926
Loại 3	6.735	7322	7397	7.382	7.374
Số lượng siêu thị	-	451	571	638	659
Số lượng trung tâm thương mại	72	85	101	116	115

Nguồn : Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê (2008, 2012)



tại những thị trường mới nổi. Kỳ vọng và hành vi của người tiêu dùng cũng đang dần trở nên khác biệt do những biến đổi về kinh tế và tốc độ tiếp cận thông tin. Người tiêu dùng hiện đã có ý thức cao về nhãn hiệu, hàng hóa và liên hệ chặt chẽ hơn với cộng đồng. Thương mại điện tử và bán lẻ hiện đại đang dần vượt qua hình thức bán lẻ truyền thống. Sự phát triển của công nghệ thông tin đã góp phần làm cho thương mại điện tử của VN phát triển nhanh chóng. Doanh số bán hàng của lĩnh vực này đã có sự tăng trưởng khá nhanh, ước tính doanh số thương mại điện tử tính riêng cho thị trường hàng tiêu dùng của VN trong năm 2012 đạt khoảng 600 triệu USD và dự báo đến năm 2015 sẽ đạt trên dưới 1,3 tỷ USD (Bộ Công thương, 2012). Xây dựng các chính sách phát triển đúng và thích hợp với từng thời kỳ sẽ tạo ra động lực và đòn bẩy kết hợp cả ba hình thức bán lẻ là truyền thống, hiện đại và trực tuyến chắc chắn góp phần khai thác tiềm năng của thị trường bán lẻ, đóng góp vào sự phát triển bền vững nền kinh tế và

đẩy mạnh quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

2.4. Thực trạng phát triển lĩnh vực dịch vụ

Lĩnh vực dịch vụ của VN đang trong giai đoạn phát triển và đạt khá nhiều tiến bộ, mức tăng trưởng bình quân hàng năm khoảng 7%. Lĩnh vực dịch vụ của VN tăng trưởng nhanh sau khi gia nhập WTO, đóng góp bình quân hàng năm 40,09% GDP (Bảng 4) và sử dụng khoảng 28% lực lượng lao động của đất nước. Mức này còn thấp so với tỷ trọng dịch vụ trong tổng sản phẩm của các nước đang phát triển có mức thu nhập trung bình (tỷ trọng của khu vực dịch vụ đạt khoảng 55%), và ở các nước công nghiệp thu nhập cao (tỷ trọng của khu vực dịch vụ đạt khoảng 70% tổng sản phẩm). Tỷ trọng GDP của dịch vụ năm

2012, VN đứng thứ 9 trên 10 nước Đông Nam Á (Singapore là 77,2% cao nhất trong 10 nước). Có thể nhìn nhận trong 13 năm qua, lĩnh vực dịch vụ chưa có sự thay đổi đáng kể so với các nước trong khu vực như Singapore, Thái Lan, Malaysia.

Xét về cơ cấu của ngành dịch vụ, theo số liệu Bảng 5 phần lớn các ngành dịch vụ chiếm tỉ trọng cao như thương mại, bất động sản, kho bãi là những ngành chưa tạo ra giá trị gia tăng cao cho nền kinh tế. Các ngành mang tính chiến lược để góp phần phát triển kinh tế bền vững như giáo dục, y tế, tài chính, khoa học công nghệ và truyền thông chiếm tỉ trọng nhỏ (Niên giám thống kê 2012, thông tin và truyền thông chỉ chiếm 0,78%). Điều này phản ánh chất lượng tăng trưởng kinh

Bảng 4: Tỉ trọng GDP của dịch vụ và tăng trưởng bình quân hàng năm (%)

Giai đoạn	Tỉ trọng GDP của dịch vụ (%)	Tăng trưởng bình quân hàng năm (%)
2000 -2006	39,58	6,95
2007 -2012	42,56	7,09
2000 -2012	40,96	7,02

Nguồn : Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê (2001, 2003, 2005, 2008, 2012)

tế trong lĩnh vực dịch vụ còn thấp và chưa tạo động lực để góp phần phát triển bền vững. Trong những năm qua, phát triển khu vực dịch vụ thiên về hướng nâng cao tỉ trọng GDP của ngành dịch vụ mà chưa chú trọng đến chất lượng phát triển dịch vụ. Sự phát triển “nóng” của một số ngành dịch vụ như chứng khoán, bất động sản, ngân hàng đã tạo ra hậu quả nợ xấu gia tăng trong lĩnh vực ngân hàng. Do vậy, cần phải chú trọng chuyển dịch cơ cấu dịch vụ theo hướng tập trung nâng cao chất lượng và phát triển của một số ngành được xem là chiến lược nhằm mang lại sự phát triển bền vững cho lĩnh vực dịch vụ và cả nền kinh tế.

3. Gợi ý một số kiến nghị

Theo quy hoạch tổng thể phát triển thương mại VN giai đoạn 2011 – 2020 và định hướng đến 2030 của Bộ Công thương, việc phát triển thương mại phải gắn liền với quy mô, trình độ phát triển sản xuất trong nước trong thời kỳ thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá và tham gia hội nhập kinh tế khu vực và thế giới trong giai đoạn 2011–2020, tầm nhìn đến 2030. Mục tiêu nâng cao thứ bậc trong bảng xếp hạng môi trường thương mại toàn cầu. Đồng thời căn cứ theo quyết định “Phê duyệt chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của VN đến năm 2020” số 175/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Mục tiêu phát triển dịch vụ là hiệu quả, đạt chất lượng và năng lực cạnh tranh quốc tế; phát triển các lĩnh vực dịch vụ có tiềm năng lớn, có sức cạnh tranh và giá trị gia tăng cao phục vụ quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước, đảm bảo tăng

Bảng 5: Tỉ trọng GDP của các nhóm ngành dịch vụ (%)

Nhóm ngành dịch vụ	Giai đoạn		
	2000-2006	2007 -2012	2000 -2013
Ngành dịch vụ	39,58	42,56	40,96
Thương mại	13,85	13,35	13,62
Vận tải, kho bãi, truyền thông	4,11	4,14	4,12
Lưu trú và ăn uống	3,30	3,89	3,57
Tài chính, ngân hàng, bảo hiểm	1,81	4,25	2,94
Kinh doanh bất động sản	4,30	5,28	4,75
Khoa học, công nghệ	0,59	1,08	0,81
Hành chính, dịch vụ hỗ trợ	2,70	2,62	2,66
Đảng, đoàn thể, hiệp hội	0,13	0,30	0,21
Giáo dục, đào tạo	3,32	2,56	2,97
Y tế và trợ giúp xã hội	1,41	1,16	1,29
Nghệ thuật, giải trí	0,54	0,58	0,56
Làm thuê công việc trong các hộ gia đình	0,19	0,16	0,17
Dịch vụ khác	2,07	1,70	1,90

Nguồn : Tổng cục Thống kê, Niên giám thống kê (2001, 2003, 2005, 2008, 2012)

trường bền vững và dần từng bước chuyển sang nền kinh tế tri thức. Dựa trên quy hoạch và kết quả phân tích trên, để thực hiện đạt các mục tiêu trên, nhóm tác giả đề xuất một số kiến nghị sau đây:

- Tập trung đầu tư cơ sở hạ tầng thương mại và dịch vụ, triển khai thực hiện Nghị quyết TW4 khóa XI (Nghị quyết số 13-NQ/TW ngày 16/1/2012) về xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ nhằm đưa nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2020, trong đó cần cụ thể hóa định hướng về chiến lược phát triển hạ tầng thương mại và dịch vụ. Hiện tại, cơ sở hạ tầng thương mại thiếu về số lượng và yếu về chất lượng, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển kênh phân phối hiện đại, đặc biệt là tại các thành phố lớn. Điều này, làm hạn chế khả năng thu hút các nhà

đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực bán lẻ có thương hiệu nổi tiếng tham gia vào thị trường VN. Tại các vùng nông thôn, cơ sở hạ tầng thương mại và dịch vụ phát triển chậm, chưa đồng đều, tiến độ nâng cấp còn chậm, chưa đáp ứng nhu cầu mua sắm của người dân.

- Có những chính sách ưu tiên cho các nhà đầu tư trong nước tham gia vào lĩnh vực bán lẻ hiện đại như ưu tiên về vị trí, hỗ trợ tiếp cận nguồn vốn. Để thu hút các nhà đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực bán lẻ hiện tại cần tạo ra sức hấp dẫn thị trường, một trong các chính sách cần lưu ý là cần công khai và thống nhất những quy định liên quan đến các tiêu chí ENT (kiểm tra nhu cầu kinh tế). Thay đổi và điều chỉnh Quy định kiểm tra ENT phù hợp với điều kiện của VN vừa khuyến khích nhà đầu tư trong nước và nước ngoài, đảm bảo có các chỉ

tiêu định lượng, cụ thể hóa tiêu chí “số lượng các nhà cung cấp dịch vụ”, “mật độ dân cư”, “quy mô quản lý”, “quy định cho vùng thành thị, cận thành thị và nông thôn”. Để phát triển kênh phân phối bán lẻ hiện đại cần phải có nguồn vốn đầu tư lớn, trong khi khả năng thu hồi vốn chậm, sự cạnh tranh khá gay gắt và thách thức của lĩnh vực này khá cao. Hiện tại, nguồn vốn và năng lực quản lý của các doanh nghiệp trong nước còn nhiều hạn chế, nếu muốn đẩy nhanh tiến trình hội nhập thì các chính sách càng thuận lợi sẽ tạo động lực thúc đẩy nhà đầu tư tham gia.

- Với mục tiêu là đảm bảo thị trường bán lẻ và dịch vụ phát triển bền vững, cần có sự hỗ trợ từ Chính phủ mà không vi phạm các cam kết gia nhập WTO như hỗ trợ pháp lý, đào tạo nâng cao năng lực quản lý và kỹ năng bán hàng; xây dựng thương hiệu; phương pháp quản lý hiện đại; thông tin thị trường, nguồn hàng; tư vấn pháp lý trong việc liên kết nhà sản xuất - nhà phân phối. Nhà nước nên có chính sách khuyến khích các doanh nghiệp phân phối vốn trong nước liên doanh, liên kết với các tập đoàn bán lẻ hàng đầu thế giới để phát triển cơ sở bán lẻ tại các thành phố lớn ở VN.

- Nhà nước cần có chính sách hỗ trợ đầu tư nâng cấp các chợ, quy hoạch các chợ loại 1, loại 2, loại 3, và hạn chế các chợ tự phát. Đảm bảo thương mại bán lẻ truyền thống phát triển theo hướng văn minh và hội nhập kinh tế thế giới.

- Các doanh nghiệp thương mại bán lẻ và doanh nghiệp dịch vụ trong nước cần đầu tư cơ sở

vật chất, xây dựng đội ngũ quản lý, xây dựng thương hiệu, nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng. Đối với doanh nghiệp thương mại cần chủ động trong hợp tác liên kết, liên doanh thu mua nhằm đảm bảo nguồn hàng ổn định với chất lượng được đảm bảo. Các doanh nghiệp thương mại trong nước chủ động hợp tác liên kết với nước ngoài dưới các hình thức khác nhau, vừa để tăng cường tiềm lực tài chính, vừa để tiếp thu các công nghệ phát triển hoạt động thương mại có hiệu quả. Đối với các doanh nghiệp dịch vụ cần chú trọng nhiều về phát triển nguồn nhân lực. Hầu hết các loại dịch vụ trong đó con người là yếu tố quan trọng quyết định chất lượng dịch vụ. Do vậy, đầu tư phát triển nguồn nhân lực sẽ là động lực chính cho sự phát triển lĩnh vực dịch vụ VN đạt hiệu quả và có khả năng cạnh tranh trong quá trình hội nhập quốc tế.

- Phát triển thương mại điện tử, trong đó chú trọng hoàn thiện khung pháp lý liên quan tới việc thừa nhận giá trị pháp lý của chứng từ điện tử, các quy định kinh doanh dịch vụ thương mại điện tử tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp và khuyến khích người tiêu dùng mua bán trực tuyến. Đảm bảo an toàn về tài chính, hàng hóa và thông tin trong giao dịch thương mại điện tử.

- Xem xét lại các chính sách, quy định pháp lý đối với lĩnh vực dịch vụ nhằm mục tiêu là giảm các rào cản pháp lý làm cản trở việc gia nhập thị trường để tạo ra môi trường thuận lợi cho kinh doanh, thúc đẩy cạnh tranh, xóa bỏ độc quyền của một số ngành

dịch vụ, phát huy năng lực của các cơ quan quản lý dịch vụ.

- Phát triển các dịch vụ được xem là “chiến lược” cho phát triển kinh tế, các lĩnh vực dịch vụ cần được tập trung phát triển gồm: công nghệ thông tin và truyền thông, tài chính, logistics, hỗ trợ kinh doanh, giáo dục bậc cao, chăm sóc sức khỏe chất lượng cao và du lịch●

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- A.T. Kearney (2011), “Global Retail Development Index (GRDI)”, *10 Year Retrospective*.
- A.T. Kearney (2013), *Global Retail Development Index*, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, .
- A.T. Kearney (2012), *Global Retail Expansion: Keep on moving*
- A.T. Kearney (2013), *Global Retailers: Cautiously Aggressive or Aggressively Cautious?*
- Bộ Công thương, *Quyết định số 3098/QĐ-BCT*, ngày 24/6/2011, *Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại VN giai đoạn 2011 – 2020 và định hướng đến 2030*.
- Bộ Công thương, Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin (2012), *Báo cáo thương mại điện tử VN 2012*, NXB Lao Động – Xã hội, Hà Nội.
- Nghị quyết số 13-NQ/TW ngày 16/01/2012, Hội nghị lần thứ tư Ban chấp hành Trung ương Khoá XI, *Về xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ nhằm đưa nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2020*.
- Quyết định số 175/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 27/01/2011, *Phê duyệt Chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của VN đến năm 2020*.
- Tổng cục Thống kê, *Niên giám thống kê 2001, 2003, 2005, 2008, 2010, 2012*, NXB Thống kê, Hà Nội.