

**VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI**

NGUYỄN MINH ĐẠT

**QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP
BÁN LẺ HIỆN ĐẠI TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP
KINH TẾ QUỐC TẾ**

Ngành: Quản lý kinh tế

Mã số: 9.34.04.10

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:

1. PGS.TS. NGUYỄN VĂN NGÃI
2. TS. NGUYỄN HỮU THÂN

Hà Nội, 2018

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi, các số liệu nêu trong luận án là trung thực. Những kết luận khoa học của luận án chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nào khác.

Tác giả luận án

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1. TỔNG QUAN CÁC NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP BÁN LẺ HIỆN ĐẠI.....	11
1.1. Tình hình nghiên cứu trong nước.....	11
1.2. Tình hình nghiên cứu quốc tế.....	21
1.3. Khoảng trống nghiên cứu.....	27
CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP BÁN LẺ HIỆN ĐẠI TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ	29
2.1. Cơ sở lý luận về quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế	29
2.2. Một số lý thuyết cơ bản về quản lý nhà nước đối với DN bán lẻ	37
2.3. Quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế	44
2.4. Các yếu tố tác động tới QLNN đối với các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế	51
2.5. Kinh nghiệm của một số nước về quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp trong lĩnh vực bán lẻ và bài học rút ra cho Việt Nam.....	53
CHƯƠNG 3. THỰC TRẠNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP BÁN LẺ HIỆN ĐẠI TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP KINH TẾ QUỐC TẾ TẠI VIỆT NAM.....	65
3.1. Khái quát về thị trường bán lẻ hiện đại ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay.....	65
3.2. Thực trạng quản lý Nhà nước đối với doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam	84

3.3. Đánh giá chung về quản lý nhà nước đối với doanh nghiệp bán lẻ hiện đại của Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.....	103
CHƯƠNG 4. QUAN ĐIỂM, ĐỊNH HƯỚNG VÀ MỘT SỐ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CƠ CHẾ QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC ĐỐI VỚI CÁC DOANH NGHIỆP BÁN LẺ HIỆN ĐẠI Ở VIỆT NAM	119
4.1. Bối cảnh trong nước và quốc tế tác động đến quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế	119
4.2. Cơ hội và thách thức tác động đến QLNN đối với các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế ở Việt Nam	130
4.3. Quan điểm, định hướng hoàn thiện quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trong hội nhập kinh tế quốc tế	137
4.4. Một số giải pháp hoàn thiện quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế	140
KẾT LUẬN	148
DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ	151
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	152
PHỤ LỤC	169

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á	Association of Southeast Asian Nations
AFTA	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN	ASEAN Free Trade Area
APEC	Diễn đàn Hợp tác kinh tế châu Á – Thái Bình Dương	Asia-Pacific Economic Cooperation
ASEM	Diễn đàn Hợp tác Á – Âu	The Asia-Europe Meeting
SAIC	Cục Công thương Trung Quốc	State Administration for Industry and Commerce of the People’s Republic of China
CNH	Công nghiệp hóa	
ĐCS	Đảng Cộng sản	
GDP	Tổng sản phẩm trong nước	Gross Domestic Product
HĐH	Hiện đại hóa	
HNKT	Hội nhập kinh tế	
IMF	Quỹ tiền tệ quốc tế	International Monetary Fund
KHCN	Khoa học công nghệ	
MOFCOM	Bộ Công thương Trung Quốc	Ministry of Commerce People’s Republic of China
ST	Siêu thị	
TTTM	Trung tâm thương mại	
TPP	Hiệp định Đối tác Kinh tế chiến lược xuyên Thái Bình Dương	Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement
USD	Đô la Mỹ	
VAT	Thuế giá trị gia tăng	Value Added Tax
VN	Việt Nam	
VND	Đồng Việt Nam	
WB	Ngân hàng thế giới	World Bank
WTO	Tổ chức Thương mại Thế giới	World Trade Organization
XHCN	Xã hội chủ nghĩa	
XK	Xuất khẩu	

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1.	Hạn chế thị trường đối với doanh nghiệp bán lẻ nước ngoài	59
Bảng 3.1.	Tổng mức hàng hóa bán lẻ và doanh thu dịch vụ tiêu dùng	71
Bảng 3.2.	Quy mô thị trường bán lẻ hiện đại của Việt Nam, 2008 -2016	74
Bảng 3.3.	Phân bố mạng lưới siêu thị, hệ thống TTTM theo dân cư, 2011	76
Bảng 3.4.	Phân loại siêu thị và trung tâm thương mại theo hạng, 2008-2011-2020	76
Bảng 3.5.	Số lượng điểm bán của một số nhà bán lẻ hàng đầu nước ngoài tại Việt Nam (30/6/2016)	78
Bảng 3.6.	Số lượng điểm bán của một số nhà bán lẻ hàng đầu trong nước tại Việt Nam (30/6/2016)	79
Bảng 3.7.	Tổng hợp kết quả khảo sát (tích cực)	106
Bảng 3.8.	Tổng hợp kết quả khảo sát (tiêu cực)	113
Bảng 4.1.	Tổng thu nhập quốc dân (GNI) trên đầu người của các nước ASEAN năm 2015 (USD)	125
Bảng 4.2.	Dự tính tốc độ tăng doanh số bán lẻ qua hình thức cửa hàng ở một số nước ASEAN trong thời gian 2016-2020 (%)	126
Bảng 4.3.	Dự tính tốc độ tăng doanh số bán lẻ qua hình thức mạng điện tử ở một số nước ASEAN trong thời gian 2016-2020 (%)	127
Bảng 4.4.	So sánh thương mại điện tử năm 2015 ở 5 nước ASEAN với Mỹ và Trung Quốc	128

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 2.1.	Hệ thống bán lẻ hiện đại của Thái Lan	61
Hình 3.1.	Lộ trình cắt giảm thuế suất bình quân giản đơn theo cam kết trong một số hiệp định FTA đã có hiệu lực	69
Hình 3.2.	Các loại hình kinh doanh trên thị trường bán lẻ Việt Nam	72
Hình 3.3.	Tỷ trọng của bán lẻ hiện đại so với bán lẻ truyền thống, 2015	75
Hình 3.4.	Bán lẻ hiện đại tại các quốc gia ASEAN năm 2014 (%)	83

DANH MỤC CÁC HỢP

Hộp 4.1.	Trường hợp Lazada	129
----------	-------------------	-----

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, vai trò của các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại ngày càng trở nên quan trọng đối với bất kỳ một quốc gia hay một khu vực nào. Hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ hàng hóa và dịch vụ có vai trò ngày càng lớn trong việc thúc đẩy kinh tế phát triển, nâng cao mức sống dân cư... Từ năm 1986 đến nay, cùng với quá trình đổi mới, nền kinh tế Việt Nam đã có những thay đổi cơ bản, không chỉ ở tốc độ tăng trưởng và cơ cấu kinh tế mà còn ở quy mô và cơ cấu của hệ thống phân phối bán lẻ hàng hóa và dịch vụ với 3 bộ phận: 1. Lưu chuyển hàng hóa bán lẻ do hệ thống phân phối bán lẻ quốc doanh đảm nhiệm. 2. Lưu chuyển hàng hóa bán lẻ do hệ thống phân phối bán lẻ ngoài quốc doanh đảm nhiệm. 3. Lưu chuyển hàng hóa bán lẻ do hệ thống phân phối bán lẻ của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đảm nhiệm.

Sau khi Luật Doanh nghiệp tư nhân và Luật Doanh nghiệp có hiệu lực, khoảng 15 năm trở lại đây, các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại ở Việt Nam ra đời và phát triển. Với các cơ chế, ưu đãi và khuyến khích của Nhà nước, thu nhập của người dân tăng lên cũng như nhu cầu ngày càng tăng cao của khách hàng, tác động không nhỏ đến loại hình này dẫn đến tốc độ phát triển của các doanh nghiệp tăng nhanh và chiếm tỷ trọng ngày một cao.

Là thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại thế giới (WTO), Việt Nam đã cam kết lộ trình mở cửa thị trường bán lẻ trong nước. Theo đó, đến nay, “miếng bánh” bán lẻ đã bị các doanh nghiệp nước ngoài chiếm lĩnh một phần lớn. Tính đến hết năm 2013, số doanh nghiệp bán lẻ nước ngoài chiếm hơn 40% trong số 700 siêu thị tại Việt Nam; 31 trong tổng số 125 trung tâm thương mại hiện tại có yếu tố đầu tư nước ngoài. Các tập đoàn nước ngoài, khi đầu tư vào Việt Nam có đặc điểm chung là không chỉ xây dựng

những trung tâm thương mại lớn mà chuyển sang đầu tư vào cả các cửa hàng tầm trung và siêu nhỏ. Bên cạnh đó, họ bắt tay vào việc xây dựng những thương hiệu riêng cũng như hợp tác với các nhà sản xuất trong nước, kể cả nông dân để cung cấp hàng hoá cho họ. Mặt khác, với tiềm lực mạnh về vốn, họ sẵn sàng mua lại các doanh nghiệp bán lẻ trong nước để chiếm lĩnh hệ thống phân phối mà các doanh nghiệp bán lẻ nước ta đã gây dựng. Trong khi nhiều năm qua, các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam chưa thực hiện được, hoặc có làm được cũng rất chậm và manh mún.

Theo Bộ Công Thương, dự báo đến năm 2020, cả nước sẽ có khoảng 1.200 - 1.300 siêu thị, 180 trung tâm thương mại. Tỷ trọng bán lẻ qua mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại sẽ chiếm 45% tổng mức bán lẻ hàng hóa xã hội, tương đương khoảng 25 - 30 tỷ USD. Đây là cơ hội hiếm có, đặc biệt là thị hiếu khách hàng và yêu cầu về dịch vụ cũng như chất lượng sản phẩm đang ở mức thấp như Việt Nam thì việc sở hữu thị phần bán lẻ còn là dịp tốt cho các doanh nghiệp nước ngoài đưa sản phẩm từ nhà sản xuất tới tay người tiêu dùng. Câu hỏi đặt ra là đến năm 2020, các doanh nghiệp bán lẻ có vốn đầu tư nước ngoài sẽ chiếm lĩnh toàn bộ thị trường bán lẻ Việt Nam hay chỉ ở các thành phố lớn, các vùng trung tâm? Các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại của nước ta còn giữ được vị trí trên thị trường hay không? Nhà nước cần hỗ trợ như thế nào để giúp các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam có thể phát triển trong thị trường tiềm năng này?

Cùng với các lĩnh vực khác của nền kinh tế, quản lý nhà nước đối lĩnh vực thương mại nói chung và ngành bán lẻ nói riêng đã có nhiều đổi mới phù hợp với cơ chế thị trường, bước đầu mang lại những tín hiệu khả quan. Tuy nhiên, quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trên thị trường nước ta chưa được quan tâm đúng mức còn nhiều hạn chế, tình trạng can thiệp trực tiếp vào lĩnh vực kinh doanh còn phổ biến, nhưng lại

chưa chú trọng những chức năng vô cùng quan trọng như hỗ trợ, khuyến khích, giám sát, kiểm tra... hoạt động của các doanh nghiệp bán lẻ hiện đại trên thị trường.

Mặt khác, Việt Nam chưa có kinh nghiệm cũng như thiếu một hệ thống tổ chức quản lý hoàn chỉnh, chưa có các quy định cụ thể và chuyên biệt về quản lý cũng như chưa có quy chế quản lý tài chính đối với các doanh nghiệp thương mại bán lẻ có vốn FDI trên thị trường nước ta, dẫn đến còn nhiều vấn đề bất cập. Điều này vô hình dung đã tạo ra kẽ hở để các doanh nghiệp (DN) ngoại trong lĩnh vực bán lẻ thực hiện việc chuyển giá, trốn thuế. Trên thực tế, DN bán lẻ hiện đại có vốn đầu tư nước ngoài khai lỗ nhưng vẫn xin tiếp tục mở rộng kinh doanh, trong khi các cơ quan quản lý nhà nước cứ cấp phép. Như vậy, có thể nói cơ chế quản lý nhà nước không đơn thuần là lỏng lẻo mà dường như còn chứa đựng kẽ hở cho những hành vi khuất tất của cả hai bên - cơ quan quản lý nhà nước và doanh nghiệp. Bởi vậy ngoài việc các cơ quan quản lý nhà nước cần phải nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ, thay đổi phương pháp quản lý, kiểm tra, kiểm soát, tạo cơ sở pháp lý cho lĩnh vực này phát triển.

Đặc biệt, đối với các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam, kể từ sau khi gia nhập WTO và mở cửa thị trường bán lẻ, hệ thống chuỗi bán lẻ của các doanh nghiệp Việt Nam tuy đã phát triển nhưng thiếu ổn định, thiếu quy hoạch cụ thể và thiếu bền vững, dễ bị tổn thương mỗi khi có biến động trong môi trường kinh doanh bên ngoài. Việc tổ chức, quản lý hệ thống phân phối bán lẻ của Việt Nam còn nhiều hạn chế do thiếu chiến lược và quy hoạch cơ sở hạ tầng phát triển hệ thống phân phối bán lẻ, chậm ban hành hoặc còn thiếu các chính sách để phát triển phương thức kinh doanh bán lẻ hiện đại như: siêu thị, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên doanh, nhượng quyền thương mại...