

PHÁT TRIỂN MẠNH HỆ THỐNG PHÂN PHỐI NÒNG CỐT CỦA THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA

HOÀNG THỌ XUÂN *

Muốn lưu thông hàng hóa thông suốt, ổn định và lành mạnh, Nhà nước phải quản lý và kiểm soát được tình hình, kiểm chế hiệu quả những cơn biến động về giá cả, cung - cầu, ổn định vĩ mô, giữ vững các cân đối lớn, đáp ứng các nhu cầu của sản xuất và đời sống,... Thực hiện có hiệu quả những vấn đề đó sẽ góp phần tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững, làm chủ thị trường trong nước đồng thời còn tạo tiền đề cho mở cửa thành công lộ trình đã cam kết trong khuôn khổ WTO.

VỀ thực chất, đây là quá trình đổi mới và tổ chức lại thị trường trong nước theo hướng hình thành và phát triển mạnh các hệ thống phân phối nòng cốt và chủ lực, đồng thời nâng cao hiệu quả và hiệu lực quản lý nhà nước đối với các hệ thống này nhằm mục tiêu ổn định và phát triển kinh tế - xã hội của đất nước trong giai đoạn từ nay đến năm 2020 và tầm nhìn dài hơn. Qua đó, tạo ra cơ sở kinh tế và tiền đề tổ chức để đổi mới quản lý nhà nước về lưu thông hàng hóa và thị trường trong nước, vừa phù hợp với điều kiện cụ thể của Việt Nam, vừa bắt kịp với xu hướng phát triển có tính thời đại của kinh tế và thương mại toàn cầu. Trong giai đoạn hiện nay, khi phát triển kinh tế trong nước và thế giới đang gặp nhiều khó khăn (nhất là hoạt động xuất khẩu) do ảnh hưởng

của khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế toàn cầu, việc mở rộng lưu thông hàng hóa và phát triển mạnh hệ thống phân phối còn góp phần kích cầu tiêu dùng, tiêu thụ sản phẩm hàng hóa của các ngành sản xuất trong nước, nhờ vậy, tạo điều kiện thúc đẩy sản xuất phát triển và đóng góp vào sự tăng trưởng GDP hợp lý và bền vững.

Thực trạng các hệ thống phân phối trên thị trường Việt Nam hiện nay

Việt Nam hiện có các hệ thống phân phối chủ lực sau:

1 - Hệ thống phân phối vật tư chiến lược, gồm có:

* PGS, TS, Vụ trưởng Vụ Thị trường trong nước, Bộ Công Thương

- Hệ thống phân phối xăng dầu. Trước khi có sản phẩm của "hóa dầu Dung Quất", xăng dầu được nhập khẩu 100% qua 11 doanh nghiệp đầu mối (đều là doanh nghiệp nhà nước) và phân phối thông qua hệ thống gồm hơn 300 tổng đại lý, hơn 6.000 đại lý bán lẻ và gần 11.000 cửa hàng bán lẻ xăng dầu trên toàn quốc với sự tham gia của nhiều loại hình doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế. Trong đó, Tổng Công ty Xăng dầu Việt Nam (Petrolimex) là đơn vị có thị phần lớn nhất (khoảng 60%) với 43 công ty thành viên, có mạng lưới bán lẻ rộng khắp cả nước, quản lý khoảng 1.762 cửa hàng bán lẻ trực thuộc (chiếm gần 16% tổng số cửa hàng bán lẻ xăng dầu của cả nước) và 4.159 cửa hàng đại lý bán lẻ (chiếm hơn 37% tổng số cửa hàng bán lẻ xăng dầu cả nước) ở 64 tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương.

- Hệ thống phân phối phân bón. Phân bón hóa học được sử dụng ở Việt Nam chủ yếu là phân u-rê, DAP, phân lân, phân kali, phân NPK, SA... Trong đó, phân u-rê chiếm hơn 21% tổng nhu cầu phân bón (đứng thứ hai sau phân NPK) và có vai trò đặc biệt quan trọng trong sản xuất nông nghiệp (nhất là đối với cây lúa). Hiện phân u-rê còn phải nhập khẩu gần 44% vì sản xuất trong nước (của 2 doanh nghiệp) mới đáp ứng được hơn 56%⁽¹⁾ nhu cầu hàng năm của cả nước.

- Hệ thống phân phối xi-măng. Ngoài Tổng Công ty Công nghiệp xi-măng Việt Nam (Vicem)⁽²⁾ hiện chiếm 41% thị phần xi-măng cả nước, tham gia vào hệ thống phân phối xi-măng tại thị trường Việt Nam còn có khá nhiều doanh nghiệp thuộc đủ mọi thành phần kinh tế với tổng thị phần tới gần 60%.

Hệ thống phân phối xi-măng của Vicem bao gồm 2 kênh song song: a) Phân phối qua các công ty thương mại (công ty con thuộc Vicem) và hệ thống các chi nhánh, cửa hàng bán lẻ trực thuộc, cửa hàng đại lý của các công ty con thuộc Vicem; b) Phân phối qua các nhà phân phối nằm ngoài Vicem (chiếm 27% khối lượng tiêu thụ xi-măng của Vicem và chủ yếu áp dụng hình thức "mua đứt bán đoạn").

- Hệ thống phân phối thép. Các chủ thể trong hệ thống phân phối thép xây dựng bao gồm nhà cung ứng (nhà sản xuất, nhà nhập khẩu), nhà phân phối (nhà bán buôn, bán lẻ hoặc vừa bán buôn vừa bán lẻ), tổng đại lý, đại lý bán lẻ và các đơn vị trực thuộc các chủ thể này như chi nhánh, xí nghiệp, cửa hàng bán lẻ, với sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế và có mạng lưới bán lẻ được phân bố rộng khắp trên phạm vi cả nước. Do mức độ cạnh tranh cao nên trong hệ thống phân phối thép xây dựng hiện nay hầu như không có doanh nghiệp nào, kể cả Tổng Công ty Thép Việt Nam (chiếm tới 35%⁽³⁾ thị phần thép xây dựng cả nước) đủ

(1) Dự kiến đến năm 2010, khi dự án nâng công suất Nhà máy Đạm Hà Bắc và 2 nhà máy mới là Đạm Ninh Bình và Đạm Cà Mau đi vào hoạt động thì sản lượng phân u-rê sản xuất sẽ đáp ứng đủ nhu cầu trong nước và có dư để xuất khẩu

(2) Tổng Công ty xi-măng Việt Nam hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con từ tháng 9-2006 và từ tháng 12-2007 được đổi tên thành Tổng Công ty Công nghiệp xi-măng Việt Nam (Vicem)

(3) Trong Quyết định số 134/2001/QĐ-TTg ngày 10-9-2001 phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành thép đến năm 2010 có ghi: "Phần đầu đến năm 2010 sản xuất thép trong nước đáp ứng được 75% - 80% nhu cầu tiêu dùng thép trong nước, trong đó riêng Tổng công ty Thép Việt Nam (kể cả phần trong các liên doanh) chiếm trên 50% về thép xây dựng và khoảng 70% về thép tấm, thép lá"

khả năng chi phối, bình ổn thị trường - giá cả mặt hàng này.

2 - Hệ thống phân phối lương thực

Hiện Tổng Công ty Lương thực miền Bắc và Tổng Công ty Lương thực miền Nam⁽⁴⁾ được Thủ tướng Chính phủ giao nhiệm vụ "Thực hiện kinh doanh lương thực theo quy hoạch và kế hoạch của Nhà nước và theo nhu cầu thị trường nhằm đáp ứng kịp thời nhu cầu tiêu dùng lương thực trong nước và tiêu thụ hết lương thực hàng hóa của nông dân trên địa bàn". Tuy nhiên, 2 Tổng Công ty này và các công ty thành viên (là những doanh nghiệp mà Nhà nước có thể chi phối...) chủ yếu làm nhiệm vụ thu gom, xuất khẩu gạo.

3 - Hệ thống phân phối tổng hợp hàng hóa tiêu dùng gồm rất nhiều loại hình như:

- Hệ thống phân phối tổng hợp hàng hóa tiêu dùng qua chợ và các loại hình cửa hàng bán lẻ nhỏ, độc lập của hộ kinh doanh. Hiện chợ được phân bố chủ yếu ở khu vực nông thôn với 6.401 chợ, chiếm 78,3% và là loại hình tổ chức thương mại trong nước chủ yếu ở địa bàn này; ở khu vực thành thị có 1.772 chợ, chiếm 21,7%. Tỷ trọng phân phối hàng tiêu dùng qua chợ chiếm khoảng 40%. Bên cạnh đó, số lượng 900.000 cửa hàng⁽⁵⁾, loại hình cửa hàng bán lẻ nhỏ, độc lập của hộ kinh doanh cũng đang chiếm thị phần bán lẻ hàng tiêu dùng tương đương với chợ.

- Hệ thống phân phối tổng hợp hàng hóa tiêu dùng qua các loại hình tổ chức bán lẻ hiện đại. Loại này có khoảng 70 trung tâm thương mại - trung tâm mua sắm, 200 siêu thị tổng hợp, 200 siêu thị chuyên ngành, 8 cửa hàng hội viên dạng nhà kho và hàng trăm cửa hàng tiện lợi hiện đại. Các cơ sở bán lẻ hàng hóa hiện đại kiểu này đã có mặt

ở 42/64 tỉnh, thành phố trong cả nước, trong đó tập trung chủ yếu ở 2 thành phố lớn là Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội (chiếm khoảng 70%). Hiện tỷ trọng phân phối hàng tiêu dùng qua các loại hình tổ chức bán lẻ hiện đại chiếm khoảng 14% - 15% thị phần (nếu tính riêng ở các đô thị lớn thì tỷ trọng này khoảng 20% - 30%).

- Hệ thống phân phối tổng hợp hàng hóa tiêu dùng qua một số doanh nghiệp phân phối lớn. Cùng với sự phát triển của các loại hình tổ chức bán lẻ hiện đại, ở Việt Nam đã xuất hiện một số doanh nghiệp phân phối tổng hợp hàng hóa tiêu dùng lớn, tiêu biểu như: Liên hiệp Hợp tác xã thương mại Thành phố Hồ Chí Minh (Saigon Co.op); Tổng Công ty Thương mại Sài Gòn (Satra) và Tổng Công ty Thương mại Hà Nội (Hapro) hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con và kinh doanh đa ngành; Công ty Kinh doanh hàng thời trang Việt Nam (thuộc Tập đoàn Dệt may Việt Nam) quản lý chuỗi khoảng 50 cơ sở bán lẻ hiện đại (gồm cửa hàng thời trang, siêu thị tổng hợp, trung tâm thương mại và gian hàng đặt tại các cơ sở bán lẻ của doanh nghiệp khác) mang thương hiệu VinatexMart...

Đánh giá khái quát sự phát triển của các hệ thống phân phối trên thị trường

Trong hơn 20 năm qua, lưu thông hàng hóa và thị trường trong nước nói chung, các

(4) Tổng công ty Lương thực miền Nam đã chuyển sang hoạt động theo mô hình công ty mẹ - công ty con từ tháng 3-2007

(5) Nguồn: Euromonitor (những cửa hàng này có diện tích kinh doanh trung bình khoảng 13 m²; các chợ truyền thống và loại hình cửa hàng của hộ kinh doanh này thu hút khoảng 5 triệu lao động)

hệ thống phân phối hàng hóa trên thị trường bán lẻ nói riêng, đã có bước phát triển khá rõ, đạt được những thành tựu quan trọng. Tổng mức bán lẻ hàng hóa liên tục tăng khoảng 20%/ năm; tiêu thụ hầu hết sản phẩm hàng hóa do sản xuất trong nước làm ra; đáp ứng đủ nhu cầu của sản xuất và đời sống. Thành phần kinh tế và chế độ sở hữu của thương nhân tham gia thị trường ngày càng đa dạng và phong phú. Phương thức hoạt động, công nghệ quản lý và điều hành kinh doanh đang trên đà phát triển theo hướng văn minh, hiện đại và chuyên nghiệp. Cơ sở vật chất kỹ thuật và kết cấu hạ tầng thương mại được chăm lo đầu tư, củng cố và nâng cấp một bước.

Tuy nhiên, bên cạnh những tiến bộ đạt được, trong lĩnh vực này còn tồn tại những mặt hạn chế. Đó là, thị trường phát triển không bền vững, các hệ thống phân phối còn mỏng, dễ bị tổn thương trước các tác động của giá cả thị trường thế giới và những đột biến về quan hệ cung - cầu trong nước. Tồn tại và yếu kém cơ bản nhất là về tổ chức, phát triển và quản lý nhà nước đối với các hệ thống phân phối bán lẻ, cụ thể:

- Còn quá ít những doanh nghiệp và những hệ thống phân phối đủ mạnh, có khả năng tài chính, mạng lưới kinh doanh, lực lượng con người, công nghệ, quản lý, điều hành phù hợp với xu thế hiện đại hóa và chuyên nghiệp hóa, tương xứng với các đối tác quốc tế trong quá trình hội nhập, mở cửa thị trường trong nước với bên ngoài. Nói cách khác, trên thị trường còn thiếu những doanh nghiệp và hệ thống phân phối "rường cột" và nòng cốt bảo đảm kiểm soát và chi phối được thị trường, nhất là trong những cơn "nóng", "lạnh" và những tình huống

cung - cầu căng thẳng,... Hầu hết các doanh nghiệp thương mại đều chưa có một cấu trúc phân phối được tổ chức mang tính hệ thống, bám sát quy trình vận động của hàng hóa từ "thượng nguồn" đến "hạ nguồn", trải rộng trên các địa bàn, trong đó quan trọng nhất là hệ thống phân phối chuyên nghiệp, bao gồm hệ thống phân phối trực thuộc doanh nghiệp và hệ thống đại lý do doanh nghiệp lập ra và quản lý, kiểm soát hoạt động.

- Có quá nhiều loại hình tổ chức mua bán và thương nhân nhỏ lẻ (chợ, cửa hàng độc lập, hộ kinh doanh cá thể) không được định hình phát triển, không được tổ chức thành đối tượng của quản lý nhà nước, hoạt động tự do và độc lập ngoài vòng kiểm soát, làm cho thị trường trở nên manh mún, tản mạn, lộn xộn và rối loạn, pháp luật của Nhà nước, cũng như lợi ích của người tiêu dùng không được tôn trọng. Mô hình quản lý chợ còn nửa vời, hiệu lực và hiệu quả quản lý thấp. Bên trên các cửa hàng độc lập và các hộ cá thể không có một đơn vị hoặc chủ thể nào làm đầu mối tổ chức và kinh doanh.

Nguyên nhân chủ yếu của tình trạng này là do lâu nay nhận thức, quan điểm về lưu thông hàng hóa và thị trường chưa đầy đủ, rõ ràng và thiếu nhất quán. Lâu nay, trong nhận thức và quan điểm luôn coi sản xuất là gốc, mọi vấn đề đều quy về sản xuất trong khi lẽ ra, trong thời đại hiện nay, lưu thông hàng hóa và thị trường phải là khâu năng động và linh hoạt nhất của chu trình tái sản xuất, là "điểm nút" xung yếu và có tác động chi phối sự vận hành trôi chảy của đời sống kinh tế - xã hội. Do nhận thức và quan điểm như vậy nên thị trường và thương mại trong

nước ít được quan tâm đầu tư phát triển. Nhà nước chưa phát huy được chức năng tổ chức thị trường cũng như quy hoạch, thiết kế chính sách, định hướng phát triển và quản lý thị trường. Suốt quá trình đổi mới nền kinh tế, chúng ta hầu như không quan tâm nghiên cứu đổi mới cách tiếp cận về lưu thông hàng hóa. Cả trong tư duy kinh tế cũng như trong hành động thực tiễn đều có khuynh hướng để cho thị trường và thương mại phát triển tự do và thông thoáng một cách thái quá. Cũng vì thế mà dẫn đến tình trạng là Nhà nước không có công cụ và địa chỉ để tổ chức triển khai và kiểm tra, kiểm soát quá trình thực thi pháp luật, cơ chế và chính sách.

Thêm nữa, thị trường trong nước rộng lớn đòi hỏi phải có một thể chế phù hợp. Trong khi đó các văn bản quy phạm pháp luật hiện nay mới chỉ điều chỉnh những khía cạnh riêng lẻ, chưa có căn cứ, thiếu đồng bộ và không có tính hệ thống, ý nghĩa và giá trị pháp lý thấp làm cho vai trò quản lý nhà nước về tổ chức phát triển hệ thống phân phối trên thị trường bán lẻ còn mờ nhạt, nhiều chủ trương, chính sách và giải pháp chưa thực sự đi vào đời sống, tác dụng cũng như hiệu quả thực tế chưa thể hiện rõ.

Mục tiêu, quan điểm và giải pháp đẩy mạnh phát triển, tăng cường quản lý nhà nước đối với các hệ thống phân phối trên thị trường nước ta hiện nay và những năm tiếp theo

Mục tiêu chung: Đẩy mạnh phát triển và tăng cường quản lý nhà nước đối với các hệ thống phân phối trên thị trường trong nước hiện nay và trong những năm tới nhằm đạt

các mục tiêu thúc đẩy sản xuất phát triển, ổn định và từng bước nâng cao đời sống nhân dân, tích cực đóng góp cho tăng trưởng kinh tế bền vững của đất nước; góp phần bảo đảm thị trường phát triển trong sự ổn định, cân bằng và hài hòa, vận hành có tổ chức và phù hợp với quy luật khách quan, hoạt động trong môi trường cạnh tranh lành mạnh dưới sự quản lý và điều hành vĩ mô của Nhà nước; tạo tiền đề tổ chức và cơ sở kinh tế cho quá trình chủ động thực hiện thành công các cam kết gia nhập WTO về mở cửa lĩnh vực dịch vụ phân phối hàng hóa.

Để đạt được các mục tiêu trên, quan điểm là hài hòa và đa dạng hóa các kênh phân phối, loại hình tổ chức và phương thức hoạt động, các thành phần kinh tế, chế độ sở hữu, địa bàn thị trường và những nguồn lực tham gia đầu tư phát triển. Kết hợp thương mại truyền thống với thương mại hiện đại. Xây dựng và củng cố các hệ thống phân phối lớn trên phạm vi cả nước đi đôi với tổ chức và phát triển mạng lưới phân phối nhỏ của địa phương. Thúc đẩy phát triển đồng thời tăng cường quản lý nhà nước đối với các hệ thống phân phối, bảo đảm hài hòa giữa lợi ích của Nhà nước, doanh nghiệp và của người tiêu dùng. Phát triển phải trong quản lý, kiểm soát để đi đúng mục tiêu.

Các giải pháp chủ yếu:

Đẩy mạnh phát triển và tăng cường quản lý nhà nước đối với hệ thống phân phối của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh lớn, trong đó nòng cốt và chủ lực là các doanh nghiệp nhà nước phải được tổ chức và phân bố thông suốt trên phạm vi cả nước, nhưng

bảo đảm chiếm lĩnh tại các địa bàn thị trường then chốt, trọng yếu và có đủ các nguồn lực để can thiệp, chi phối, dập tắt những đột biến bất thường về quan hệ cung cầu - giá cả trong các tình huống gay gắt, căng thẳng của thị trường.

Muốn vậy, cần phát triển hệ thống phân phối của các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh lớn những hàng vật tư chiến lược và một số hàng tiêu dùng quan trọng, thiết yếu; phát triển hệ thống các doanh nghiệp phân phối lớn và phân phối tổng hợp hàng tiêu dùng; quản lý nhà nước đối với các hệ thống phân phối trên thị trường cả nước, mà nội dung chính yếu là:

- Quy hoạch đầu tư phát triển hệ thống phân phối (lập và trình phê duyệt các quy hoạch, đề xuất và vận dụng các cơ chế chính sách vào quá trình tổ chức thực hiện các quy hoạch...).

- Hướng dẫn, chỉ đạo và kiểm tra, giám sát việc tổ chức thực hiện các chính sách, luật pháp và biện pháp điều hành vĩ mô của Nhà nước đối với các hệ thống phân phối hàng hóa trên thị trường.

- Xây dựng và thực hiện chế độ thông tin hai chiều giữa Bộ Công Thương với các hệ thống phân phối. Thường xuyên kiểm tra, theo dõi để nắm bắt và phát hiện kịp thời diễn biến tình hình thị trường - giá cả và hoạt động của các hệ thống phân phối. Đánh giá và dự báo sát thực các xu hướng phát triển, chủ động kiến nghị đề xuất các biện pháp xử lý và công cụ điều hành thích hợp.

- Tổ chức triển khai thực hiện các biện pháp và công cụ kinh tế vĩ mô của Nhà nước trong các hệ thống phân phối trên thị

trường nhằm phòng, chống các đột biến bất thường về quan hệ cung cầu - giá cả, tái lập sự bình ổn và tiếp tục phát triển thị trường một cách lành mạnh, bền vững.

Ngoài ra, cần đẩy mạnh phát triển và tăng cường quản lý nhà nước đối với các hệ thống phân phối vừa và nhỏ trên thị trường các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương, trước hết và chủ yếu là thị trường nông thôn và miền núi. Phát triển mô hình hợp tác xã (HTX) hoạt động đa năng, kinh doanh dịch vụ tổng hợp ở nông thôn và miền núi, trong đó mô hình chủ yếu là HTX nông nghiệp - thương mại hoặc HTX dịch vụ tổng hợp nhằm phục vụ sản xuất của kinh tế hộ, kinh tế trang trại; nhân rộng mô hình HTX quản lý và kinh doanh chợ. Phát triển và quản lý có hiệu quả các loại hình chợ, trọng tâm là chợ dân sinh bán lẻ nông sản, thực phẩm

Đồng thời với những giải pháp trên sẽ phát triển mô hình công ty bán lẻ hiện đại và chuyên nghiệp, thu hút đông đảo các hộ kinh doanh với các cửa hàng bán lẻ độc lập trở thành mạng lưới các đơn vị "chân rết" trực thuộc, ứng dụng những mô hình tổ chức và phương thức hoạt động kinh doanh hiện đại như chuỗi phân phối bán lẻ, nhượng quyền thương mại, cửa hàng tiện lợi...

Tăng cường quản lý nhà nước đối với các hệ thống phân phối trên thị trường ở các tỉnh và thành phố trực thuộc Trung ương, trong đó sở công thương, phòng kinh tế tại các quận và phòng công thương tại các huyện, cùng lực lượng quản lý thị trường là những đầu mối và có trách nhiệm quản lý. □