

Trung tâm WTO và Hội nhập
Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

TRÍCH DẪN DỰ THẢO BÁO CÁO NGHIÊN CỨU

**RỦI RO ĐỐI VỚI NGÀNH BÁN LẺ VIỆT NAM
TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP TPP VÀ CÁC FTA**

Hiện trạng và các Đề xuất chính sách

Hà Nội, tháng 9 năm 2016

MỤC LỤC

Lời nói đầu 1

Phần thứ nhất

RỦI RO ĐỐI VỚI THỊ TRƯỜNG BÁN LẺ VÀ NGÀNH BÁN LẺ VIỆT NAM ... Error!
Bookmark not defined.

I. Thị trường bán lẻ Việt Nam Error! Bookmark not defined.

1. Diễn tiến thị trường bán lẻ Việt Nam **Error! Bookmark not defined.**
2. Hiện trạng và triển vọng thị trường bán lẻ Việt Nam **Error! Bookmark not defined.**

II. Ngành bán lẻ Việt Nam Error! Bookmark not defined.

1. Tình hình chung của ngành bán lẻ **Error! Bookmark not defined.**
2. Thực trạng ngành bán lẻ thông qua nhóm mẫu điều tra ...**Error! Bookmark not defined.**

Phần thứ hai CHÍNH SÁCH PHÁP LUẬT NỘI ĐỊA VÀ CÁC CAM KẾT QUỐC TẾ ẢNH HƯỞNG TỚI NGÀNH BÁN LẺ VIỆT NAM
Error! Bookmark not defined.

I. Chính sách pháp luật nội địa đối với ngành bán lẻ..... Error! Bookmark not defined.

1. Khung khổ pháp luật cho hoạt động của ngành bán lẻ**Error! Bookmark not defined.**
2. Các chính sách thúc đẩy sự phát triển của ngành bán lẻ...**Error! Bookmark not defined.**

II. Cam kết quốc tế liên quan tới ngành bán lẻ .. Error! Bookmark not defined.

1. Các cam kết quốc tế về mở cửa thị trường bán lẻ..... **Error! Bookmark not defined.**
2. Cam kết quốc tế trong các lĩnh vực khác có ảnh hưởng tới ngành bán lẻ **Error! Bookmark not defined.**
3. Hiểu biết của doanh nghiệp về các cam kết quốc tế trong lĩnh vực bán lẻ **Error! Bookmark not defined.**
4. Đánh giá của doanh nghiệp về tác động của TPP và EVFTA trong lĩnh vực bán lẻ..... **Error! Bookmark not defined.**

Phần thứ ba CÁC ĐỀ XUẤT CHÍNH SÁCH NHẪM HỖ TRỢ NGÀNH BÁN LẺ VIỆT NAM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG 3

I. Cơ sở pháp lý và thực tiễn cho các đề xuất giải pháp chính sách hỗ trợ ngành bán lẻ..... 3

1. Cơ sở pháp lý 3

2. Đặc điểm thực tiễn đối với các biện pháp hỗ trợ ngành bán lẻ.....	4
II. Đề xuất các biện pháp hỗ trợ cụ thể cho ngành bán lẻ	5
1. Đề xuất chính sách cải thiện nguồn hàng cho ngành bán lẻ	5
2. Đề xuất chính sách hỗ trợ về tài chính.....	11
3. Đề xuất chính sách hỗ trợ về lao động, năng lực chuyên môn bán lẻ	16
4. Đề xuất chính sách hỗ trợ trong cạnh tranh bình đẳng với các doanh nghiệp FDI	18

Lời nói đầu

Bán lẻ nói chung và bán lẻ hàng hóa nói riêng là một trong những ngành có tốc độ tăng trưởng liên tục và ấn tượng trong nhiều năm qua ở Việt Nam. Trong mắt các nhà đầu tư nước ngoài, thị trường bán lẻ Việt Nam cũng nằm trong nhóm những thị trường mới nổi hấp dẫn nhất. Điều này cho thấy đây thực sự là một ngành dịch vụ nhiều tiềm năng phát triển, mang lại lợi ích đáng kể cho nền kinh tế.

Trên thực tế, đóng góp của ngành bán lẻ trong nền kinh tế không chỉ dừng lại ở lợi nhuận và số lượng công ăn việc làm mà ngành này tạo ra. Với vai trò là khâu kết nối không thể thiếu giữa sản xuất với tiêu dùng, sự vận hành của hoạt động bán lẻ có ý nghĩa quan trọng đối với các ngành sản xuất hàng hóa phục vụ tiêu dùng cả ở góc độ sản phẩm đầu ra, các yếu tố đầu vào và tỷ suất lợi nhuận. Nói cách khác, sự phát triển của ngành bán lẻ không chỉ có ý nghĩa với riêng ngành này mà còn kéo theo sự phát triển của hầu hết các ngành sản xuất trong nền kinh tế.

Trong bối cảnh hội nhập sâu rộng, đặc biệt với việc Việt Nam tham gia Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP) và Hiệp định thương mại tự do với EU (EVFTA) – hai Hiệp định có cam kết mạnh trong mở cửa thị trường bán lẻ cũng như xóa bỏ hàng rào thuế quan và phi thuế quan đối với hàng hóa, ngành bán lẻ Việt Nam đang đứng trước nhiều thách thức lớn. Sự có mặt và liên tục mở rộng quy mô của các nhà bán lẻ lớn trên thế giới đang khiến cạnh tranh trong lĩnh vực này của các nhà bán lẻ Việt Nam ngày càng khó khăn. Cạnh tranh cũng khiến các nhà bán lẻ Việt Nam bộc lộ những điểm yếu về lao động, tính chuyên nghiệp, năng lực quản lý, công nghệ kiểm soát quy trình... Những hệ quả đầu tiên đã được nhận diện, với một số lượng đáng kể các doanh nghiệp bán lẻ rời khỏi thị trường cũng như những khó khăn của các nhà sản xuất nội trong việc đưa hàng hóa vào các hệ thống bán lẻ nước ngoài.

Để vượt qua tình trạng này, một mặt, các nhà bán lẻ Việt Nam cần có hành động cụ thể để cải thiện cơ bản năng lực cạnh tranh của mình, mặt khác cần có các chính sách hỗ trợ hợp lý từ phía Nhà nước nhằm giúp ngành này khắc phục những tồn tại mang tính hệ thống mà từng doanh nghiệp không thể giải quyết được hoặc khó có thể giải quyết hiệu quả.

Nghiên cứu “Rủi ro của Ngành bán lẻ Việt Nam trong bối cảnh hội nhập – Hiện trạng và Đề xuất chính sách” này được thực hiện nhằm đánh giá hiện trạng các vấn đề tồn tại, cản trở sự phát triển của ngành bán lẻ Việt Nam, đặc biệt là trong bối cảnh hội nhập TPP, EVFTA và các Hiệp định thương mại tự do, từ đó đề xuất các chính sách cụ thể nhằm hỗ trợ, thúc đẩy ngành bán lẻ phát triển bền vững, qua đó đóng góp vào sự phát triển của các ngành sản xuất cũng như gia tăng lợi ích cho người tiêu dùng.

Nghiên cứu được Trung tâm WTO và Hội nhập thuộc Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) phối hợp với Hiệp hội Bán lẻ Việt Nam (AVR) thực hiện trong khuôn khổ Dự án “*Tăng cường vai trò của các Hiệp hội doanh nghiệp Việt Nam trong tham vấn xây dựng chính sách phát triển ngành*” do Đại sứ quán Úc tài trợ, Quỹ Châu Á quản lý.

Hy vọng rằng các nội dung trong Nghiên cứu sẽ có ý nghĩa trong việc xây dựng Chiến lược tổng thể phát triển thị trường trong nước giai đoạn đến 2025, tầm nhìn 2035 theo yêu cầu của Nghị quyết số 35/NQ-CP ngày 16/5/2016 của Chính phủ cũng như trong hoạch định các chính sách, pháp luật cụ thể nhằm triển khai các nội dung trong Chiến lược nói trên.

Trung tâm WTO và Hội nhập
Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam

Phần thứ ba

CÁC ĐỀ XUẤT CHÍNH SÁCH NHẪM HỖ TRỢ NGÀNH BÁN LẺ VIỆT NAM PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Trên cơ sở các phát hiện về hiện trạng của ngành bán lẻ Việt Nam cũng như khung khổ chính sách pháp luật trong nước và quốc tế ảnh hưởng tới hoạt động của ngành bán lẻ, Phần này của Nghiên cứu sẽ tập trung vào việc đề xuất các giải pháp chính sách thích hợp nhằm hỗ trợ ngành bán lẻ giải quyết các vướng mắc, khó khăn một cách hiệu quả mà vẫn phù hợp với các cam kết quốc tế liên quan.

I. Cơ sở pháp lý và thực tiễn cho các đề xuất giải pháp chính sách hỗ trợ ngành bán lẻ

1. Cơ sở pháp lý

Khung khổ pháp lý ảnh hưởng tới việc xây dựng và thực thi các biện pháp hỗ trợ ngành bán lẻ được định hình bởi các cam kết quốc tế và các quy định pháp luật nội địa liên quan.

Từ góc độ các cam kết quốc tế, trong bối cảnh Việt Nam đã hội nhập sâu vào nền kinh tế toàn cầu, là thành viên WTO và tham gia nhiều Hiệp định thương mại, các biện pháp chính sách liên quan tới thương mại và đầu tư của Việt Nam bị ràng buộc bởi các cam kết từ nhiều góc độ. Do đó, việc tìm kiếm các giải pháp chính sách nhằm hỗ trợ cho ngành bán lẻ cần phải chú ý tới giới hạn không gian chính sách mà các cam kết này đặt ra.

Trên bình diện chung, các cam kết có thể ảnh hưởng chung tới không gian chính sách của Việt Nam đối với ngành bán lẻ cho đến nay đều tập trung ở nhóm các cam kết gia nhập WTO, cụ thể là cam kết mở cửa thị trường phân phối (trong đó có bán lẻ) và bên cạnh đó là các nghĩa vụ trong khuôn khổ Hiệp định về trợ cấp và các biện pháp đối kháng (Hiệp định SCM của WTO) và Hiệp định về các biện pháp đầu tư liên quan tới thương mại (TRIMS). Các cam kết trong khuôn khổ các FTA đã hoặc sắp có hiệu lực của Việt Nam phần nhiều không đề cập tới các vấn đề về hỗ trợ/trợ cấp, hoặc nếu có (chủ yếu trong các FTA thế hệ mới mới kết thúc đàm phán/ký gần đây) thì lại chỉ áp dụng đối với các trường hợp cụ thể, theo các đối tác cụ thể chứ không phải nghĩa vụ chung đối với Việt Nam.

Về các cam kết mở cửa thị trường bán lẻ trong WTO, như đã phân tích chi tiết ở phần trên, không gian chính sách còn lại cho ngành bán lẻ chỉ còn giới hạn ở 02 nhóm biện pháp:

- Biện pháp Kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT) đối với cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất của doanh nghiệp bán lẻ FDI

- Biện pháp Hạn chế loại hàng hóa được phép bán tại các cơ sở bán lẻ của doanh nghiệp bán lẻ FDI.

Về các cam kết liên quan khác, rà soát cho thấy không gian chính sách chung cho ngành bán lẻ còn rất rộng và hầu như không bị hạn chế. Cụ thể:

- *Liên quan tới các nghĩa vụ trong Hiệp định SCM*: Hiệp định này quy định rất nhiều các ràng buộc về các biện pháp trợ cấp/hỗ trợ tài chính cho doanh nghiệp và là khung khổ cơ bản giới hạn các chính sách hỗ trợ nói chung của một quốc gia thành viên với các ngành nội địa của mình. Tuy nhiên, Hiệp định này chỉ áp dụng cho thương mại hàng hóa trong khi bán lẻ lại là ngành dịch vụ. Vì vậy, các biện pháp chính sách đối với ngành bán lẻ sẽ không phải tuân thủ các nghĩa vụ về trợ cấp trong Hiệp định SCM;
- *Liên quan tới các nghĩa vụ trong Hiệp định TRIMS*: TRIMS liệt kê một số các biện pháp liên quan tới đầu tư mà WTO cấm các nước thành viên áp dụng đối với nhà đầu tư nước ngoài. Tuy nhiên, phần nhiều các biện pháp này hướng tới bảo đảm quyền được đối xử công bằng và quyền tự chủ trong các quyết định kinh doanh của nhà đầu tư nước ngoài, đặc biệt trong các ngành sản xuất. Vì vậy, đối với ngành dịch vụ như bán lẻ, các ràng buộc trong TRIMS là không nhiều, phần lớn gắn với các biện pháp đối xử với nhà đầu tư nước ngoài.

Tóm lại trừ các chính sách hạn chế đối với FDI trong tiếp cận thị trường, không gian chính sách cho các biện pháp hỗ trợ ngành bán lẻ từ góc độ các cam kết quốc tế là khá rộng rãi. Đây được xem là điểm xuất phát thuận lợi cho việc tìm kiếm giải pháp chính sách hỗ trợ ngành bán lẻ.

Từ góc độ pháp luật nội địa, như đã đề cập trong Phần thứ 2 của nghiên cứu này, hiện các biện pháp hỗ trợ mang tính ưu tiên cho ngành bán lẻ còn khá ít ỏi (tập trung vào các biện pháp ưu đãi thuế cho các mô hình kinh doanh siêu thị, trung tâm thương mại, chợ quy mô lớn ở khu vực nông thôn). Ở tầm vĩ mô, không có chủ trương hay khung khổ nào giới hạn các biện pháp hỗ trợ đối với ngành này.

Như vậy, có thể nói từ góc độ nội địa, không gian để hỗ trợ ngành bán lẻ hầu như không bị hạn chế.

2. Đặc điểm thực tiễn đối với các biện pháp hỗ trợ ngành bán lẻ

Bán lẻ là ngành kinh tế lớn, với số lượng chủ thể kinh doanh đông đảo, mang lại thu nhập cho một bộ phận dân cư quan trọng, là đầu ra quan trọng quyết định đáng kể tới triển vọng của các ngành sản xuất. Biện pháp hỗ trợ ngành này phát triển có thể mang lại lợi ích cho rất nhiều chủ thể và là hiệu ứng dây chuyền cho sự phát triển của các ngành sản xuất.

Do đó, khi tính toán về chi phí – lợi ích của các biện pháp hỗ trợ ngành bán lẻ, nhất thiết cần nhấn mạnh diện tác động rộng và phạm vi lớn các chủ thể hưởng lợi của các biện pháp này, qua đó có đầu tư thích hợp cho các biện pháp hỗ trợ.

Tuy nhiên, cũng chính ở đặc điểm này mà việc thiết kế các biện pháp hỗ trợ ngành bán lẻ cần hết sức chú ý tới tính khả thi khi áp dụng trên diện rộng, đối với cả ngành:

- Với các biện pháp hỗ trợ tài chính: Do số lượng các chủ thể kinh doanh trong ngành bán lẻ quá lớn, trong đó số cần được hỗ trợ (chủ thể quy mô nhỏ, đặc biệt là các cơ sở kinh doanh cá thể) chiếm phần lớn, các biện pháp hỗ trợ tài chính dù ở mức nhỏ nếu bao trùm hết các đối tượng này cũng đòi hỏi một nguồn ngân sách rất lớn;
- Với các biện pháp hỗ trợ kỹ thuật: Cũng tương tự như trường hợp hỗ trợ tài chính, các biện pháp hỗ trợ kỹ thuật cũng phải dự liệu đến khả năng triển khai trên thực tế để sao cho có thể đáp ứng nhu cầu hỗ trợ của số lượng lớn các chủ thể liên quan.

II. Đề xuất các biện pháp hỗ trợ cụ thể cho ngành bán lẻ

Mặc dù các khó khăn, vướng mắc của ngành bán lẻ là rất nhiều, ở các khía cạnh khác nhau, với mức độ rủi ro và nghiêm trọng khác nhau, các giải pháp đề xuất trong Phần này chỉ tập trung vào các vướng mắc ở 05 khía cạnh lớn nhất được phát hiện từ Phần thứ nhất của nghiên cứu, bao gồm (i) Chính sách hỗ trợ về nguồn hàng; (ii) Chính sách hỗ trợ về tài chính (chi phí mặt bằng, chi phí vốn, thuế, phí...); (iii) Chính sách hỗ trợ về lao động; (iv) Chính sách hỗ trợ trong cạnh tranh với các doanh nghiệp FDI. Ngoài ra, gắn với mục tiêu của Nghiên cứu, các giải pháp đề xuất trong Phần này chỉ bao gồm các giải pháp hỗ trợ khả thi từ góc độ chính sách, không bao gồm các giải pháp mà chỉ chủ thể kinh doanh bán lẻ mới có thể thực hiện được hoặc thuộc khuôn khổ các nỗ lực riêng của từng cá nhân các chủ thể này.

1. Đề xuất chính sách cải thiện nguồn hàng cho ngành bán lẻ

Đối với ngành bán lẻ hàng hóa, nguồn hàng là khâu đặc biệt quan trọng, quyết định một phần lớn tới giá cả và lựa chọn cho người tiêu dùng, do đó ảnh hưởng trực tiếp tới hiệu quả sản xuất kinh doanh của chủ thể bán lẻ. Các nguồn cung hàng ổn định, phong phú, chất lượng tốt và thuận lợi là điều kiện quan trọng để các chủ thể kinh doanh bán lẻ.

Kết quả khảo sát nêu tại Phần 1 của Nghiên cứu này cho thấy các chủ thể bán lẻ (không phụ thuộc mô hình pháp lý hay quy mô kinh doanh) đều gặp khó khăn ở các mức độ khác nhau trong nguồn cung hàng, kể cả với các trường hợp nguồn cung là

hàng hóa do chính doanh nghiệp sản xuất ra hay hàng hóa sản xuất nội địa bởi các chủ thể sản xuất.

Nguyên nhân từ tình trạng này được cho là xuất phát từ nhiều yếu tố, trong đó đáng kể là yếu kém trong khả năng kết nối tự nhiên giữa nhà sản xuất và nhà bán lẻ, chi phí logistic cao, cơ sở hạ tầng (kho bãi tập trung) thiếu và yếu và vị thế đàm phán thấp của các nhà bán lẻ nhỏ, khả năng kiểm soát chất lượng hàng hóa thấp... Trong tất cả các khía cạnh này, Nhà nước đều có thể can thiệp về chính sách ở mức độ nhất định để tạo điều kiện hỗ trợ cho ngành bán lẻ có được nguồn cung tốt, qua đó nâng cao hiệu quả kinh doanh của ngành.

1.1. Giải pháp tăng cường kết nối giữa nhà sản xuất và nhà bán lẻ

Trong một nền kinh tế hàng hóa, nơi có một số lượng lớn các nhà sản xuất và bán lẻ cùng hoạt động, sẽ rất khó khăn cho một nhà bán lẻ (đặc biệt là các nhà bán lẻ kinh doanh nhiều loại sản phẩm) cùng lúc liên hệ trực tiếp với tất cả các nhà sản xuất của tất cả loại sản phẩm, của từng nhãn hàng đối với một loại sản phẩm cụ thể. Đây có lẽ là lý do giải thích vì sao mà ngay cả đối với nguồn hàng nội địa, được mua trực tiếp từ nhà sản xuất hay gián tiếp qua trung gian, vẫn có một tỷ lệ lớn các nhà bán lẻ đánh giá là nguồn cung không thuận lợi. Điều này đặc biệt đúng với trường hợp các nhà bán lẻ quy mô nhỏ (các cửa hàng tạp hóa, các cơ sở kinh doanh nhỏ lẻ...), những người với lượng hàng hóa mua không nhiều, rất khó có thể tiếp cận các nhà sản xuất với giá hợp lý.

Rà soát các biện pháp và chính sách đã có liên quan tới ngành bán lẻ cho thấy hiện chưa có bất kỳ hỗ trợ nào cho hoạt động này. Về mặt pháp luật, khung khổ pháp luật chỉ dừng lại ở các quy định liên quan tới hợp đồng mua bán, hợp đồng đại lý làm cơ sở cho giao dịch giữa nhà sản xuất và nhà bán lẻ¹. Về mặt chính sách hỗ trợ, chưa có bất kỳ chính sách dài hạn nào hỗ trợ việc kết nối trực tiếp giữa các nhà sản xuất và các nhà bán lẻ từ góc độ của Nhà nước trừ hình thức hỗ trợ gián tiếp thông qua các chương trình hỗ trợ triển lãm, hội chợ giới thiệu hàng hóa nói chung và một số hội nghị kết nối sản xuất – phân phối bán lẻ - tiêu dùng (ví dụ trong Chương trình của **Đề án ...**)

Từ góc độ các doanh nghiệp và hiệp hội trong ngành bán lẻ và các ngành sản xuất, đã có những nỗ lực nhất định nhằm tạo ra liên kết giữa nhà sản xuất với nhà bán lẻ. Mặc dù vậy, các nỗ lực này còn rất hạn chế, chủ yếu vẫn xoay quanh hình thức khá truyền thống là tổ chức các hội chợ triển lãm hoặc giới thiệu sản phẩm, hội nghị kết nối tại một số tỉnh thành phố ... mà ở đó các nhà sản xuất chủ động giới thiệu hàng

¹ Chú ý quy định về Sở giao dịch hàng hóa (tương lai) không được xem xét trong trường hợp này bởi hàng hóa giao dịch cũng như các chủ thể tham gia giao dịch tại Sở giao dịch bị hạn chế theo pháp luật (Nghị định 158/2006/NĐ-CP). Trên thực tế, Sở giao dịch hàng hóa Việt Nam cũng mới chỉ giao dịch 03 nhóm hàng hóa (cà phê robusta – arabica, cao su RSS3 và thép cuộn cán nóng), phục vụ chủ yếu cho mục tiêu xuất khẩu, không phải để phân phối bán lẻ trong thị trường nội địa.

hóa mà mình sản xuất cho công chúng và khách tham dự, ít hoặc hầu như chưa có hình thức kết nối chủ động nào với các nhà bán lẻ.

Vì vậy, giải pháp được đề xuất cho vấn đề này là Nhà nước hỗ trợ thành lập các Trung tâm giao dịch hàng hóa hoặc tổ chức các Phiên chợ giao dịch hàng hóa hoạt động thường kỳ và định kỳ (một tháng một-hai lần) (sau đây tạm gọi là “Trung tâm giao dịch”). Cũng trong khuôn khổ này, các cơ chế mua chung/đàm phán chung giữa các nhà bán lẻ có cùng nhu cầu về sản phẩm với nhà sản xuất/cung cấp sản phẩm có thể được kết hợp triển khai thông qua vai trò của Hiệp hội các nhà Bán lẻ Việt Nam (AVR).

Sự khác biệt giữa các Trung tâm giao dịch này với các Hội chợ, triển lãm giới thiệu sản phẩm không chỉ là ở tần suất tổ chức thường xuyên hơn mà quan trọng là ở cách thức kết nối giữa nhà bán lẻ với nhà sản xuất. Cụ thể, các Trung tâm giao dịch này có đặc thù:

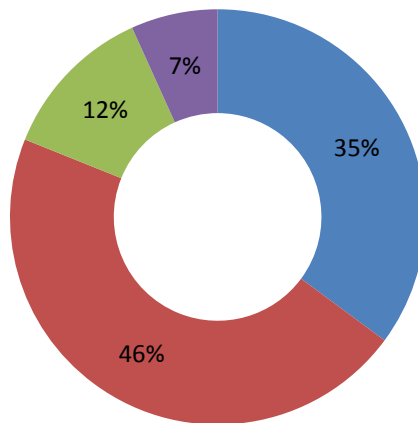
- Các nhà sản xuất chào các hàng hóa theo cơ chế riêng/đặc thù (về giá, cách thức vận chuyển/giao hàng, thanh toán...) cho các khách hàng là các nhà bán lẻ;
- Các nhà bán lẻ có thể tìm hiểu, chủ động đưa ra đơn đặt hàng/yêu cầu với các nhà sản xuất để có thể có hàng hóa với chất lượng và giá cả phù hợp với nhu cầu của mình;
- Các nhà bán lẻ nhỏ có thể tạo thành các nhóm mua chung để đặt hàng các nhà sản xuất theo nhóm sản phẩm đặt hàng;
- Các nhà bán lẻ có thể đặt hàng nhà sản xuất để sản xuất theo thương hiệu riêng, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng.

Ưu thế của giải pháp này là cho phép các nhà bán lẻ có thể tiếp cận trực tiếp với nhà sản xuất ở một điểm tập trung, có được các cơ chế giao dịch phù hợp, đồng thời có thể thông qua sự bảo đảm của đơn vị tổ chức Trung tâm/Phiên chợ để có được sự tin tưởng vào đối tác kinh doanh. Đối với nhà sản xuất, đây cũng là cơ hội quan trọng để tiếp cận nhóm khách hàng cơ bản (các nhà phân phối), đồng thời có thể linh hoạt điều chỉnh sản xuất phù hợp với yêu cầu cụ thể của nhóm khách hàng này mà không phải tự mình dự đoán về nhu cầu/yêu cầu này.

Kết quả khảo sát các doanh nghiệp bán lẻ trong khuôn khổ Nghiên cứu này cũng cho thấy đây là giải pháp mà nhiều nhà bán lẻ mong chờ.

Có cần thành lập các Trung tâm giao dịch hàng hóa kết nối nhà sản xuất - nhà bán lẻ?

■ Rất cần ■ Tương đối cần ■ Không cần lắm ■ Hoàn toàn không cần



Trên thực tế, để thực hiện được giải pháp này đòi hỏi phải có những chính sách hỗ trợ cụ thể cho các hoạt động sau:

- Bổ sung quy hoạch phát triển thương mại của mỗi tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương hoặc của mỗi vùng kinh tế (bao gồm nhiều tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương) để dành một quỹ đất hợp lý cho một Trung tâm giao dịch;
- Tạo các ưu đãi kinh tế để thu hút đầu tư xây dựng và vận hành Trung tâm giao dịch;
- Hỗ trợ tài chính để Hiệp hội bán lẻ xây dựng và vận hành Cổng thông tin kết nối nhà sản xuất với các nhà bán lẻ hoạt động thường xuyên online, hoạt động với chức năng gần tương tự như các Trung tâm giao dịch nhưng ở hình thức online, đồng thời có tích hợp, kết nối các thông tin với các Trung tâm đầu mối;
- Hỗ trợ tài chính để các tổ chức đầu mối thích hợp (ví dụ Hiệp hội bán lẻ AVR) tham gia vận động, làm cầu nối, bảo lãnh để các nhà bán lẻ, nhà sản xuất tham gia các Trung tâm giao dịch hoặc Cổng thông tin;
- Hỗ trợ các tổ chức đầu mối thích hợp (ví dụ Hiệp hội bán lẻ AVR) xây dựng cơ chế mua chung/mua theo nhóm cho các nhà bán lẻ thành viên (trong đó tổ chức đầu mối sẽ đại diện cho các nhà bán lẻ đàm phán với nhà sản xuất và tổ chức thu gom đơn hàng tương tự từ các nhà bán lẻ để có được mức giá tốt nhất của nhà sản xuất).

1.2. Giải pháp tăng cường chất lượng nguồn hàng

Chất lượng nguồn hàng có ý nghĩa quan trọng đối với các nhà bán lẻ trong việc thu hút và giữ chân khách hàng.

Các nhà bán lẻ có thể kiểm soát được một phần chất lượng hàng hóa (thông qua các điều khoản về chất lượng hàng hóa trong các hợp đồng với các nhà cung cấp/nhà sản xuất, hoặc các trường hợp mà nhà bán lẻ trực tiếp sản xuất/chế biến hàng hóa bán ra). Các nhà bán lẻ cũng chịu trách nhiệm về chất lượng của hàng hóa trong quá trình vận chuyển, lưu thông hàng hóa. Từ góc độ này, chất lượng hàng hóa phụ thuộc vào chính các nhà bán lẻ và yêu cầu một giải pháp chính sách từ bên ngoài để giúp các nhà bán lẻ tự mình kiểm soát chất lượng của chính mình là không khả thi và không hợp logic. Các nhà bán lẻ phải tự mình có các biện pháp tốt nhất để bảo đảm chất lượng, qua đó bảo đảm đúng nghĩa vụ theo pháp luật, giữ và nâng cao uy tín của mình trong mắt khách hàng.

Nghĩa vụ của nhà bán lẻ liên quan tới chất lượng hàng hóa

1. Tuân thủ các điều kiện bảo đảm chất lượng đối với hàng hóa lưu thông trên thị trường theo quy định tại Điều 38 của Luật này và chịu trách nhiệm về chất lượng hàng hóa.
2. Kiểm tra nguồn gốc hàng hóa, nhãn hàng hóa, dấu hợp chuẩn, dấu hợp quy, các tài liệu liên quan đến chất lượng hàng hóa.
3. Thông tin trung thực về chất lượng sản phẩm, hàng hóa.
4. Áp dụng các biện pháp để duy trì chất lượng hàng hóa trong vận chuyển, lưu giữ, bảo quản.
5. Thông báo cho người mua điều kiện phải thực hiện khi vận chuyển, lưu giữ, bảo quản và sử dụng hàng hóa.
6. Cung cấp thông tin về việc bảo hành hàng hóa cho người mua.
7. Cung cấp tài liệu, thông tin về hàng hóa bị kiểm tra cho kiểm soát viên chất lượng, đoàn kiểm tra, cơ quan kiểm tra chất lượng sản phẩm, hàng hóa.
8. Kịp thời cung cấp thông tin về nguy cơ gây mất an toàn của hàng hóa và cách phòng ngừa cho người mua khi nhận được thông tin cảnh báo từ người sản xuất, người nhập khẩu.
9. Kịp thời dừng bán hàng, thông tin cho người sản xuất, người nhập khẩu và người mua khi phát hiện hàng hóa gây mất an toàn hoặc hàng hóa không phù hợp với tiêu chuẩn công bố áp dụng, quy chuẩn kỹ thuật tương ứng.
10. Hoàn lại tiền hoặc đổi hàng mới, nhận lại hàng có khuyết tật bị người mua trả lại.

11. Hợp tác với người sản xuất, người nhập khẩu thu hồi, xử lý hàng hóa không phù hợp với tiêu chuẩn công bố áp dụng, quy chuẩn kỹ thuật tương ứng.

12. Bồi thường thiệt hại theo quy định tại Mục 2 Chương V của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan.

13. Tuân thủ các quy định, quyết định về thanh tra, kiểm tra của cơ quan nhà nước có thẩm quyền.

14. Trả chi phí lấy mẫu, thử nghiệm theo quy định tại khoản 2 Điều 41; chi phí lấy mẫu, thử nghiệm, giám định theo quy định tại khoản 2 Điều 58 của Luật này.

Trích Điều 6 – Luật chất lượng sản phẩm, hàng hóa

Tuy vậy, trong khá nhiều các trường hợp khác, các nhà bán lẻ không phải là chủ thể kiểm soát được chất lượng nguồn hàng (đặc biệt khi các nhà sản xuất/cung cấp cố ý gian lận về chất lượng hàng hóa) và do đó hoàn toàn phụ thuộc vào việc nhà sản xuất có tuân thủ đúng nghĩa vụ của mình về chất lượng hàng hóa hay không.

Pháp luật hiện nay về kiểm soát chất lượng hàng hóa² về cơ bản đã tương đối đầy đủ với rất nhiều các nghĩa vụ áp đặt cho nhà sản xuất trong việc bảo đảm chất lượng hàng hóa mà họ sản xuất ra cũng như các thông tin về chất lượng sản phẩm này. Tuy nhiên, trên thực tế, do vấn đề kiểm soát việc thực hiện các quy định này của các nhà sản xuất từ phía các cơ quan quản lý còn nhiều hạn chế, tình trạng nhà sản xuất cố ý không bảo đảm các nghĩa vụ về chất lượng sản phẩm là tương đối phổ biến. Các nhà bán lẻ có thể thực hiện nghĩa vụ kiểm tra chất lượng hàng hóa để bảo đảm rằng hàng hóa từ nhà sản xuất chuyển giao cho mình là đúng với chất lượng công bố/cam kết và theo hợp đồng, tuy nhiên điều này có thể là chưa đủ, và trong không ít các trường hợp việc kiểm tra này là không thể thực hiện được (hoặc ít nhất không thể thực hiện được đầy đủ với tất cả các hàng hóa nhập kho của nhà bán lẻ).

Đối với các trường hợp hàng hóa nhập khẩu, trong khi thủ tục kiểm tra chuyên ngành đang là gánh nặng với phần lớn các nhà nhập khẩu (về thủ tục, thời gian, chi phí), vẫn có rất nhiều hàng hóa kém chất lượng đã được đưa vào lưu thông trên thị trường mà không qua thủ tục kiểm tra nào. Điều này cho thấy thủ tục kiểm soát chất lượng hàng hóa nhập khẩu công kênh như lại không khả thi, không đạt được mục tiêu kiểm soát như mong muốn.

Sự can thiệp từ góc độ chính sách để hỗ trợ các nhà bán lẻ trong việc kiểm soát chất lượng sản phẩm trong trường hợp này là cần thiết và khả thi. Một mặt, kiểm soát chất lượng của hàng hóa lưu thông trên thị trường là một phần trách nhiệm quản lý

² Luật chất lượng sản phẩm, hàng hóa và các văn bản hướng dẫn thi hành

của Nhà nước chứ không hẳn chỉ là để hỗ trợ các nhà bán lẻ. Mặt khác, đối tượng hưởng lợi cuối cùng trong việc kiểm soát tốt chất lượng hàng hóa là người tiêu dùng, chủ thể phục vụ của các cơ quan quản lý Nhà nước. Trong tổng thể, tăng cường hiệu quả kiểm soát chất lượng hàng hóa trong lưu thông cũng là yêu cầu đặt ra cấp bách trong hoàn cảnh hiện tại.

Giải pháp về vấn đề này bao gồm nhiều chính sách cụ thể khác nhau, cùng góp phần vào mục tiêu chung là kiểm soát hiệu quả chất lượng hàng hóa trong lưu thông:

- Nâng tần suất kiểm tra và thay đổi phương thức kiểm tra (kiểm tra đột xuất/bất thường thay vì kiểm tra theo từng đợt/phong trào) đối với chất lượng hàng hóa, chống hàng lậu, hàng giả tại các cơ sở sản xuất và các điểm bán lẻ;
- Kiểm soát chặt chẽ cơ chế, cán bộ kiểm tra chất lượng hàng hóa nhằm đảm bảo việc kiểm tra là thực chất, hiệu quả, chỉ tiến hành nếu có dấu hiệu vi phạm, không gây vướng mắc, không tạo dư địa những nhiễu;
- Tăng mức xử phạt đối với các trường hợp vi phạm tiêu chuẩn chất lượng đã công bố, quy chuẩn chất lượng tối thiểu;
- Cải cách hành chính trong thủ tục kiểm soát chất lượng hàng hóa nhập khẩu để bảo đảm việc kiểm soát được nhanh chóng, trúng và đúng (ví dụ thông qua cơ chế quản lý rủi ro: phân luồng các hàng hóa theo mức độ tuân thủ pháp luật của chủ hàng và nguy cơ gian lận của từng loại hàng hóa);
- Bổ sung, thiết kế các cơ chế kiểm soát chặt chẽ nguồn hàng nhập khẩu (đặc biệt là hàng hóa nhập khẩu tiểu ngạch qua biên giới đất liền) để đảm bảo ngăn chặn hàng buôn lậu, gian lận thương mại, qua đó đảm bảo chất lượng hàng hóa cũng như cạnh tranh công bằng đối với hàng hóa nội địa;
- Công khai tất cả các kết quả kiểm tra chất lượng của các loại sản phẩm hàng hóa mà các cơ quan có thẩm quyền đã thực hiện, qua đó các nhà bán lẻ có thêm thông tin để có biện pháp xử lý phù hợp với các trường hợp vi phạm (rút khỏi lưu thông, trả lại hàng hóa cho nhà sản xuất, phạt theo hợp đồng với nhà sản xuất, hỗ trợ khách hàng yêu cầu nhà sản xuất bồi thường...).

2. Đề xuất chính sách hỗ trợ về tài chính

Kết quả khảo sát doanh nghiệp nêu tại Phần 1 Nghiên cứu này cho thấy các chủ thể kinh doanh bán lẻ gặp khó khăn lớn về tài chính, đặc biệt ở chi phí thuê mặt bằng, các loại thuế phí phải chịu và khả năng tiếp cận nguồn vốn giá hợp lý.

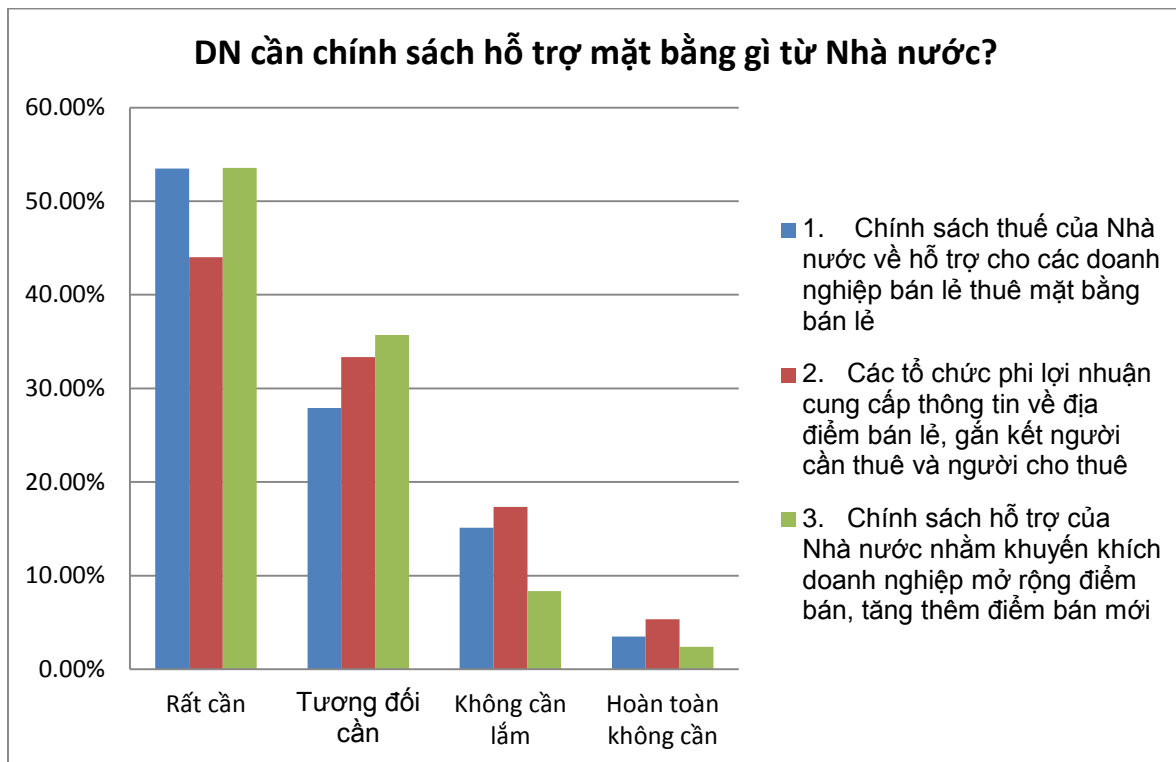
2.1. Liên quan tới các chi phí về mặt bằng

So với nhiều loại hình dịch vụ kinh doanh, nhu cầu về mặt bằng kinh doanh của ngành bán lẻ hàng hóa cao hơn đáng kể. Ngành bán lẻ cần mặt bằng để trưng bày

hàng hóa, qua đó người tiêu dùng có thể lựa chọn sản phẩm phù hợp với nhu cầu của mình. Trong bối cảnh phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin, hình thức cửa hàng ảo ngày càng phổ biến, nhu cầu mặt bằng cho bán lẻ đối với mô hình bán lẻ trên mạng có thể đã được giải quyết phần nào. Tuy nhiên, đối với các mô hình bán lẻ thực tế, hoặc các mô hình bán lẻ trên mạng kết hợp bán lẻ thực tế (là các mô hình chiếm tỷ lệ chủ yếu hiện nay trên thị trường bán lẻ Việt Nam), nhu cầu về mặt bằng không những không giảm mà còn tăng lên theo thời gian, theo sự phong phú của nguồn hàng và nhu cầu lựa chọn của người tiêu dùng. Hơn nữa, khác với các ngành khác, nhu cầu mặt bằng của ngành bán lẻ khá đặc thù, phần lớn nằm trong khu dân cư hoặc trung tâm. Do đó chi phí thuê mặt bằng cao. Các vấn đề liên quan tới mặt bằng kinh doanh cũng chiếm một tỷ lệ đáng kể trong chi phí kinh doanh chung của các nhà bán lẻ và do đó có ảnh hưởng trực tiếp tới lợi nhuận và hiệu quả kinh doanh của nhóm này.

Kết quả khảo sát nêu tại Phần 1 của Nghiên cứu này đã cho thấy bên cạnh vấn đề chi phí thuê mặt bằng (vốn là vấn đề của thị trường mà Nhà nước rất khó có thể can thiệp), các chính sách về quản lý thị trường, thuế... liên quan tới địa điểm kinh doanh của các doanh nghiệp bán lẻ cũng cản trở hoạt động kinh doanh ở mức đáng kể, thậm chí không kém hơn so với chi phí thuê mặt bằng. Khó khăn của các nhà bán lẻ trong việc tìm kiếm, tiếp cận thông tin về mặt bằng và giá cả cũng là vấn đề nổi cộm được nêu ra từ khảo sát.

Các giải pháp chính sách mà các chủ thể bán lẻ mong chờ từ Nhà nước cũng tập trung vào việc tháo gỡ những bất cập này. Cụ thể, theo kết quả khảo sát doanh nghiệp thực hiện trong khuôn khổ Nghiên cứu này, doanh nghiệp cần nhất là Nhà nước có chính sách thuế phù hợp để hỗ trợ doanh nghiệp bán lẻ thuê mặt bằng cũng như khuyến khích doanh nghiệp mở rộng điểm bán/tăng thêm điểm bán mới. Nhu cầu này cao hơn hẳn so với việc cung cấp thông tin về địa điểm bán lẻ hay kết nối giữa người cần thuê địa điểm và người có địa điểm cho thuê.



Giải pháp cụ thể và khả thi cho vấn đề này trên thực tế không dễ xác định.

Liên quan tới giải pháp thuế hỗ trợ doanh nghiệp thuê mặt bằng, trên thực tế chủ thể bán lẻ thuê mặt bằng không phải là đối tượng trực tiếp của chính sách thuế của Nhà nước đối với việc cho thuê mặt bằng mà chỉ chịu tác động gián tiếp thông qua giá cho thuê đã bao gồm thuế mà người cho thuê phải chịu. Giải pháp có thể cân nhắc vì vậy chỉ có thể là giảm mức thuế đang áp dụng đối với chủ thể cho thuê mặt bằng, qua đó hy vọng có thể giảm giá thuê mặt bằng mà nhà bán lẻ phải chịu. Mặc dù vậy, cách thức gián tiếp này khó đạt được mục tiêu đặt ra, do tính cạnh tranh trong vấn đề này khá thấp (mỗi địa điểm mặt bằng có vị trí riêng, không giống với bất kỳ vị trí nào khác) và do đó việc giảm thuế có thể không tạo ra động lực cần thiết để chủ thể cho thuê giảm giá thuê tương ứng. Giải pháp khả thi hơn có lẽ là đưa hoạt động kinh doanh bán lẻ vào nhóm lĩnh vực ưu đãi đầu tư, qua đó các nhà bán lẻ được hưởng ưu đãi thuế đối với hoạt động bán lẻ nói chung, bù đắp cho các chi phí về thuê mặt bằng, vốn chiếm một tỷ trọng lớn trong chi phí kinh doanh của doanh nghiệp bán lẻ. Hơn nữa, giải pháp này có sẽ mang tới hiệu quả cho tất cả các

Liên quan tới giải pháp khuyến khích doanh nghiệp mở rộng điểm bán hoặc tăng thêm điểm bán mới, theo pháp luật hiện hành thì các trường hợp này thuộc diện “dự án đầu tư mở rộng” và được hiện đã được hưởng ưu đãi đầu tư theo pháp luật về thuế và pháp luật về đất đai. Tuy nhiên, cũng theo pháp luật hiện hành thì chỉ các dự án mở rộng trong các lĩnh vực, địa bàn ưu đãi đầu tư mới được hưởng ưu đãi đầu tư – và hiện thì chỉ các dự án kinh doanh kinh doanh chợ quy mô lớn ở khu vực nông thôn, kinh doanh siêu thị, trung tâm thương mại mới thuộc lĩnh vực ưu đãi đầu tư,

các dự án mở rộng mặt bằng/tăng điểm bán vì vậy cũng chỉ được ưu đãi khi là gắn với 03 mô hình kinh doanh bán lẻ nói trên. Nếu giải pháp ưu đãi thuế cho toàn bộ các hoạt động bán lẻ ở trên được chấp thuận thì đồng thời các dự án mở rộng đầu tư (không nhất thiết là mở rộng điểm bán/tăng điểm bán) cũng sẽ được hưởng ưu đãi tương ứng.

Vì vậy, giải pháp hợp lý và hiệu quả có thể là:

- Giải pháp tối đa: Sửa đổi Luật Đầu tư (khoản 1 Điều 16) và Nghị định 118/2015/NĐ-CP (Phụ lục I) để bổ sung ngành bán lẻ (bao gồm tất cả các loại hình bán lẻ ngoại trừ bán lẻ trực tuyến) vào lĩnh vực ngành nghề ưu đãi đầu tư (ngành nghề độc lập, không phải ngành nghề nằm trong nhóm cơ sở hạ tầng như hiện nay);
- Giải pháp vừa phải: Sửa đổi Nghị định 118/2015/NĐ-CP để bổ sung một số loại hình bán lẻ có triển vọng và cần hỗ trợ (cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng tạp hóa) bên cạnh các hình thức mà hiện đã được đưa vào diện ưu đãi đầu tư (siêu thị, trung tâm thương mại, chợ ở khu vực nông thôn).

2.2. Liên quan tới việc tiếp cận nguồn vốn giá hợp lý

Khó tiếp cận nguồn vốn và chi phí vay vốn là khó khăn được xếp vào diện lớn nhất của doanh nghiệp không chỉ trong ngành bán lẻ mà trong nhiều ngành kinh tế khác ở Việt Nam.

Tuy nhiên, như đã đề cập trong Phần 1 khi phân tích các khó khăn liên quan tới vốn, từ góc độ chính sách Nhà nước, khả năng can thiệp và hỗ trợ trực diện cho ngành bán lẻ về vấn đề lãi suất vay và cơ cấu các khoản vay là không khả thi (do số lượng các chủ thể trong ngành bán lẻ là quá lớn, đặc biệt khi các chủ thể cần vốn nhất là nhóm cơ sở kinh doanh cá thể - nhóm quy mô nhỏ nhất nhưng số lượng lại lớn nhất) và không phù hợp với nguyên tắc kinh tế thị trường (do lãi suất và cơ chế cho vay là vấn đề thuộc thỏa thuận tự do giữa các bên mà Nhà nước không thể/không nên can thiệp).

Mặc dù vậy, các phát hiện từ điều tra, đặc biệt là vấn đề thiết kế các gói vay riêng cho ngành bán lẻ, có thể là gợi ý để tìm kiếm các giải pháp hỗ trợ chính sách phù hợp.

Cụ thể, Nhà nước có thể:

- Từ nguồn xúc tiến thương mại, hỗ trợ các hiệp hội bán lẻ - ngân hàng tổ chức các diễn đàn trao đổi giữa ngành bán lẻ và các tổ chức tài chính để cùng hiểu về nhu cầu của ngành bán lẻ và vấn đề quan tâm của các tổ chức tài chính để tìm giải pháp thiết kế các gói vay phù hợp, cải thiện các điều kiện, quy trình thủ tục cho vay phù hợp với đặc điểm, quy mô của các chủ thể bán lẻ;

- Có biện pháp ưu đãi về tài chính (nhằm khuyến khích các tổ chức tài chính cho vay kinh doanh bán lẻ, đặc biệt là các gói vay cho các chủ thể bán lẻ thuộc diện doanh nghiệp vừa, nhỏ, siêu nhỏ hoặc các cơ sở kinh doanh cá thể (ví dụ nếu ngân hàng đạt tỷ lệ dư nợ cho vay doanh nghiệp nhỏ và vừa hoặc cơ sở kinh doanh cá thể đạt một tỷ lệ nhất định thì sẽ được hưởng ưu đãi nhất định);
- Tận dụng các cơ chế hỗ trợ tài chính được thiết kế cho doanh nghiệp nhỏ và vừa (trong Dự Luật Hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa), hướng dẫn chi tiết cho trường hợp doanh nghiệp nhỏ và vừa trong lĩnh vực bán lẻ để tạo ra cơ chế bảo lãnh tín dụng, tiếp cận các quỹ tài chính cho doanh nghiệp.

2.3. Liên quan tới các vấn đề thuế, phí

Thuế, phí luôn là vấn đề tác động trực tiếp tới lợi nhuận và năng lực tài chính của các doanh nghiệp. Ngành bán lẻ với đặc thù bao gồm một bộ phận hoạt động dưới hình thức doanh nghiệp và một bộ phận lớn khác chủ yếu hoạt động dưới hình thức cơ sở kinh doanh cá thể (hộ kinh doanh) hiện thuộc phạm vi áp dụng của 02 hệ thống các quy định về thuế, phí (một cho doanh nghiệp, một cho các hộ kinh doanh). Các vướng mắc, khó khăn về mức thuế, thủ tục và phương thức tính thuế, nộp thuế đối với các chủ thể bán lẻ tồn tại ở cả 02 hệ thống này.

Giải pháp cho những vướng mắc này một mặt cần là giải pháp cải thiện hệ thống thuế, phí chung của toàn bộ nền kinh tế. Mặt khác, liên quan tới ngành bán lẻ, vấn đề thuế, phí có thể có một số đặc thù, vướng mắc riêng như³:

- Vấn đề xử lý hóa đơn đã xuất cho các trường hợp hàng hóa từ nhà bán lẻ trả về cho nhà phân phối (hiện tượng xảy ra khá thường xuyên trong hoạt động bán lẻ);
- Quá nhiều mức thuế khoán (05 mức) cho trường hợp cơ sở kinh doanh cá thể, dẫn tới thiếu minh bạch, tạo dư địa những nhiễu;
- Căn cứ xác định doanh thu cho các hộ kinh doanh nộp thuế khoán còn quá chung chung, phụ thuộc nhiều vào quyết định chủ quan của cơ quan thuế (sự tham gia của các bên khác như hội tư vấn thuế địa phương hầu như chỉ là hình thức);
- Mức thuế khoán đối với hộ kinh doanh cá thể có thu nhập thấp bất bình đẳng với mức thuế áp dụng cho thu nhập cá nhân;
- Với trường hợp các cơ sở bán lẻ tổng hợp (siêu thị tổng hợp, cửa hàng tạp hóa, cửa hàng tiện lợi...), quy định về kê khai hóa đơn hiện quá phức tạp, mất thời gian, mang tính hình thức;
- Mức thuế thu nhập doanh nghiệp 20% hiện nay là quá cao.

³ Tổng hợp thông tin phản hồi của doanh nghiệp từ Khảo sát thực hiện trong khuôn khổ Nghiên cứu này và thông tin báo chí.

Liên quan tới các vấn đề chung về thuế, phí, giải pháp có lẽ không gì khác ngoài việc tiếp tục các nỗ lực cải cách thuế, phí, đặc biệt là về:

- Tiếp tục nghiên cứu để giảm mức thuế thu nhập doanh nghiệp;
- Giảm bớt số lượng các mức thuế khác nhau (các mức thuế khoán, thuế VAT...) để tăng tính minh bạch, thuận lợi cho kê khai thuế, giảm dư địa những nhiễu trong quá trình áp dụng;
- Tiếp tục cải cách hành chính, giảm các giấy tờ, thông tin kê khai trùng lặp/không cần thiết để tạo thuận lợi cho quá trình kê khai và nộp thuế.

Liên quan tới các vướng mắc riêng đặc thù trong quá trình kê khai và nộp thuế của các chủ thể kinh doanh bán lẻ, việc sửa đổi hệ thống thuế chỉ để áp dụng cho riêng ngành bán lẻ là không thích hợp, do đó giải pháp trong trường hợp này có lẽ nên tập trung vào việc tìm kiếm các biện pháp kỹ thuật nhằm xử lý, loại bỏ các vướng mắc này.

Cụ thể, các Hiệp hội về bán lẻ cần làm việc với các doanh nghiệp thành viên và các chủ cơ sở kinh doanh cá thể để tập hợp các vướng mắc về thuế, phí của các chủ thể kinh doanh bán lẻ và làm việc với Tổng Cục thuế để:

- Hướng dẫn xử lý các vướng mắc cụ thể (trong trường hợp vướng mắc phát sinh từ việc hiểu chưa đúng hoặc chưa được hướng dẫn thực hiện);
- Đề xuất giải pháp sửa đổi các văn bản hướng dẫn (trong trường hợp vướng mắc là do quy định về quy trình chưa phù hợp).

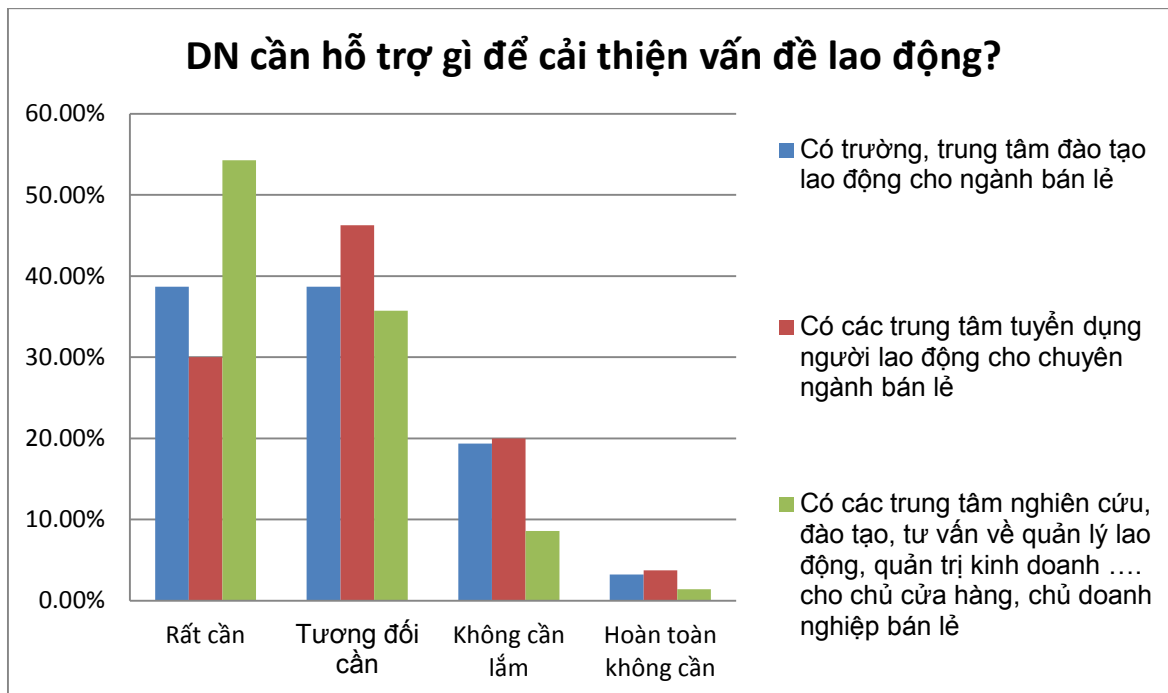
3. Đề xuất chính sách hỗ trợ về lao động, năng lực chuyên môn bán lẻ

Khác với nhiều ngành dịch vụ khác, bán lẻ là ngành sử dụng nhiều lao động, cả lao động quản lý và lao động trực tiếp. Cũng tương tự như nhiều ngành dịch vụ khác, chất lượng lao động có ý nghĩa quan trọng tới hiệu quả kinh doanh của các đơn vị bán lẻ. Hỗ trợ doanh nghiệp bán lẻ nâng cao chất lượng lao động có thể là biện pháp trực tiếp thúc đẩy hiệu quả hoạt động của doanh nghiệp bán lẻ.

Kết quả khảo sát nêu tại Phần 1 của Nghiên cứu này đã cho thấy khó khăn nhất của ngành bán lẻ từ góc độ lao động là trình độ quản lý của chủ cơ sở bán lẻ và kỹ năng bán hàng của lao động trực tiếp. Do đó, giải pháp hỗ trợ mà doanh nghiệp cần ở khía cạnh này cần tập trung giải quyết bất cập này.

Cũng theo khảo sát thực hiện trong Nghiên cứu này thì đối với các nhà bán lẻ, hỗ trợ về kỹ năng quản lý (quản lý lao động, quản trị hoạt động kinh doanh nói chung) cho lãnh đạo đơn vị kinh doanh (lãnh đạo doanh nghiệp, chủ cơ sở kinh doanh bán lẻ...) là nhu cầu cấp thiết nhất; sau đó rồi mới tới nhu cầu về lao động được đào tạo

kỹ năng chuyên môn. Nhu cầu về hỗ trợ tuyển dụng là thấp nhất, điều này có lẽ phù hợp với thực tế về nguồn lao động khá dồi dào của ngành bán lẻ.



Trong bối cảnh các chương trình đào tạo chuyên nghiệp (đại học, sau đại học) và đào tạo nghề hiện nay đều không có chuyên ngành về bán lẻ, việc ngành bán lẻ có nhu cầu rất cao về đào tạo cho cả vị trí quản lý và lao động trực tiếp cũng không có gì quá bất ngờ.

Thêm nữa, trên thực tế, phần lớn các nhà bán lẻ, đặc biệt là hàng triệu cơ sở kinh doanh cá thể, bắt tay vào kinh doanh theo kinh nghiệm từ gia đình, bạn bè và bản thân, hầu như không có kiến thức chuyên môn nào về hoạt động kinh doanh này. Đối với các doanh nghiệp bán lẻ lớn hơn, các vị trí quản lý thường được nắm giữ bởi các cán bộ có trình độ, được đào tạo cơ bản (trình độ đại học, sau đại học), nhưng phần lớn vẫn là kiến thức quản trị, kinh doanh nói chung, hiếm khi nào có chuyên môn sâu về quản trị bán lẻ. Với lực lượng lao động trực tiếp trong ngành bán lẻ (ở các vị trí bán hàng, thanh toán, trưng bày, kho, logistics...), tình trạng không được đào tạo còn phổ biến hơn nữa.

Từ góc độ chính sách, hỗ trợ về kỹ năng quản trị cho lãnh đạo và đào tạo lao động trực tiếp là những hỗ trợ khá phổ biến, đã từng xuất hiện trong nhiều chương trình hỗ trợ doanh nghiệp của Chính phủ và các Bộ ngành. Tuy nhiên, phần lớn các chương trình này tập trung vào việc đào tạo nghề cho một số ngành sản xuất, rất ít các chương trình đào tạo nghề cho ngành bán lẻ, càng không có các chương trình hỗ trợ đào tạo kỹ năng quản lý nói chung và kỹ năng quản lý hoạt động bán lẻ nói riêng.

Do đó, giải pháp chính sách cho vấn đề này có lẽ cần tập trung vào các nội dung sau đây:

- Hỗ trợ các Trường Đại học và Cơ sở/Trường dạy nghề phối hợp với Hiệp hội bán lẻ - AVR và các tổ chức liên quan xây dựng Giáo trình/Tài liệu đào tạo cơ bản về (i) Quản trị kinh doanh bán lẻ (bao gồm quản trị kinh doanh, quản trị lao động); (ii) Kỹ năng bán lẻ (ở từng khâu của hoạt động bán lẻ); Hỗ trợ các chiến dịch, chương trình của Hiệp hội bán lẻ - AVR hoặc các tổ chức liên quan để phổ biến các giáo trình/tài liệu nói trên tới các đơn vị bán lẻ thành viên và tới các đơn vị bán lẻ khác;
- Chính sách hỗ trợ trực tiếp cho các Cơ sở/Trường dạy nghề để họ: (i) Bổ sung chương trình đào tạo kỹ năng quản trị bán lẻ và chương trình đào tạo kỹ năng bán lẻ vào Chương trình đào tạo của mình (Tuyển dụng giảng viên, xây dựng chương trình đào tạo chi tiết...); (ii) Tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn miễn phí cho các chủ thể có nhu cầu (bao gồm cả chủ cơ sở bán lẻ, các vị trí quản lý, lao động trực tiếp trong ngành bán lẻ - tùy chương trình) – hoạt động này có thể kết hợp với Hiệp hội bán lẻ - AVR và các tổ chức liên quan để phổ biến thông tin tuyển sinh tới các đơn vị bán lẻ;
- Hỗ trợ cho Hiệp hội bán lẻ - AVR mở Học viện/Trường về bán lẻ (mô hình Retail academy/school) chuyên đào tạo về chuyên ngành bán lẻ cho các doanh nghiệp và cá nhân hoạt động trong lĩnh vực này⁴.
- Trong lâu dài, Nhà nước cần chú ý đưa vào các Chương trình hỗ trợ, quy hoạch phát triển thích hợp (ví dụ Chương trình Khuyến thương...) các nội dung có thể giúp nâng cao năng lực chuyên môn và cạnh tranh của ngành bán lẻ sau (i) Hỗ trợ đào tạo nghề, truyền nghề và phát triển nghề bán lẻ như một ngành dịch vụ quan trọng trong nền kinh tế và đời sống của nhân dân; (ii) Hỗ trợ nghiên cứu và phát triển các mô hình/định dạng bán lẻ hiện đại, chuyển giao kỹ thuật và công nghệ bán lẻ tiên tiến; (iii) Hỗ trợ phát triển các hoạt động tư vấn, cung cấp thông tin, nghiên cứu thị trường bán lẻ.

4. Đề xuất chính sách hỗ trợ trong cạnh tranh bình đẳng với các doanh nghiệp FDI

Cạnh tranh với các doanh nghiệp FDI là vấn đề nổi cộm trong ngành bán lẻ hiện nay. Phần 1 của Nghiên cứu này đã chỉ ra bức tranh khá chênh lệch giữa năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp nội địa với các doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực bán lẻ. Tuy hiện các doanh nghiệp FDI mới chiếm thị phần chủ yếu ở các mô hình

⁴ Trên thực tế, đây là mô hình rất thành công ở một số nước trên thế giới (ví dụ Hiệp hội các nhà Singapore, Hiệp hội các nhà bán lẻ Australia đã nhận được hỗ trợ từ Chính phủ để tổ chức rất thành công các mô hình này)

bán lẻ hiện đại (siêu thị, trung tâm thương mại, chuỗi cửa hàng tiện lợi...) nhưng với năng lực như hiện tại và xu hướng mở rộng kinh doanh mạnh mẽ của nhóm này, nguy cơ đối với các doanh nghiệp nội địa đang ngày càng lớn.

Trên thực tế, với vai trò là đầu ra của sản xuất và điểm mấu chốt thúc đẩy tiêu dùng, bán lẻ nói riêng và phân phối nói chung là ngành kinh tế đặc biệt quan trọng đối với tất cả các quốc gia. Do đó, trừ các nền kinh tế phát triển, mạnh về dịch vụ, phần lớn các nước luôn có các biện pháp khác nhau để bảo vệ ngành bán lẻ nội địa trước các doanh nghiệp nước ngoài trong lĩnh vực này. Tuy nhiên, cùng với các cam kết mở cửa thị trường, các biện pháp bảo hộ trực diện ngành bán lẻ nội địa trước các nhà đầu tư nước ngoài đang bị thu hẹp đáng kể.

Từ góc độ mở cửa thị trường, như đã phân tích ở Phần 2 của Nghiên cứu này, Việt Nam hiện nay đã cam kết mở cửa không hạn chế về tỷ lệ vốn đối với đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực bán lẻ. 02 biện pháp hạn chế duy nhất còn có thể được sử dụng là (i) Thủ tục kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT - áp dụng đối với việc lập các cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất của doanh nghiệp bán lẻ FDI) và (ii) Danh mục các loại hàng hóa cấm bán trong các cơ sở bán lẻ của doanh nghiệp bán lẻ FDI. Tuy nhiên, quá trình thực thi các quy định này được nhiều chuyên gia, doanh nghiệp đánh giá là chưa hoàn toàn chặt chẽ, do đó hiệu lực bảo hộ bán lẻ trong nước của các công cụ này thời gian qua là rất mờ nhạt. Thậm chí, một số ý kiến còn cho rằng việc Việt Nam chủ động, tự nguyện mở cửa rộng hơn cam kết trong lĩnh vực bán lẻ (với việc bỏ ENT đối với cơ sở bán lẻ có diện tích dưới 500m² nếu phù hợp quy hoạch) đã vô tình đã tạo ra sức ép cạnh tranh cao hơn nữa cho các nhà bán lẻ nội địa, đi ngược lại mục tiêu ban đầu.

Giải pháp chính sách cho vấn đề này vì vậy tập trung vào các khía cạnh sau:

(i) Liên quan tới quy định pháp luật

Sửa đổi quy định liên quan tới thủ tục xem xét ENT để tăng cường tiếng nói và sự tham gia của các hiệp hội về bán lẻ (đại diện cho các nhà bán lẻ nội địa) trong quá trình xem xét ENT của các cơ quan có thẩm quyền, ví dụ thông qua việc:

- Bắt buộc phải có đại diện của các hiệp hội về bán lẻ trong các Hội đồng đánh giá ENT
- Bắt buộc Công khai thông tin về việc thực hiện các thủ tục ENT để các doanh nghiệp, hiệp hội bán lẻ có cơ hội bình luận, cung cấp thông tin, đặc biệt, là trước khi các Hội đồng đánh giá ENT ra quyết định chính thức.

(ii) Liên quan tới biện pháp thực thi pháp luật

- Bộ Công Thương cần:
 - + Tăng cường công tác phổ biến tuyên truyền và hướng dẫn cho các địa phương (cơ quan cấp phép cho doanh nghiệp bán lẻ FDI) để nhận thức đầy đủ về tầm quan trọng của công cụ ENT và việc vận dụng công cụ này trong bảo vệ ngành bán lẻ nội địa;
 - + Nhấn mạnh hoạt động báo cáo của các địa phương về việc thực hiện các nội dung này;
- Cơ quan có thẩm quyền ở địa phương cần:
 - + Tăng cường công tác kiểm soát hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp bán lẻ nước ngoài để chấm dứt tình trạng vi phạm hiện nay và bảo đảm việc tuân thủ pháp luật của các doanh nghiệp này (liên quan tới hiện tượng các doanh nghiệp FDI chỉ đăng ký bán buôn lại triển khai việc bán lẻ, các loại hàng hóa bị cấm đối với các nhà bán lẻ nước ngoài vẫn được bày bán tại các cơ sở bán lẻ nước ngoài...);
 - + Có cơ chế tăng cường vai trò và sự phối hợp của các hiệp hội về bán lẻ và các doanh nghiệp bán lẻ trong công tác giám sát, phát hiện vi phạm về các nội dung này của các doanh nghiệp FDI.

Từ góc độ cam kết về đầu tư, theo quy định của Hiệp định TRIMS trong WTO, Việt Nam không được phép đưa ra một số yêu cầu nhà đầu tư nước ngoài nhằm bảo vệ sản xuất trong nước như yêu cầu một tỷ lệ nhất định hàng hóa trong kinh doanh phải là hàng hóa nội địa, yêu cầu buộc phải bán/mua các hàng hóa nhất định từ/tới một khu vực lãnh thổ nhất định...

Do đó, về cơ bản các chính sách bắt buộc nhà bán lẻ nước ngoài phải hướng tới hoặc ưu tiên cho các hàng hóa Việt Nam là không khả thi và không hợp pháp.

Từ góc độ hỗ trợ trực tiếp cho ngành bán lẻ nội địa, qua đó hỗ trợ nâng cao năng lực của các nhà bán lẻ nội địa trong cạnh tranh với các nhà bán lẻ nước ngoài, như đã đề cập trong các mục phía trên, Việt Nam không bị ràng buộc bởi các nghĩa vụ về trợ cấp theo Hiệp định SCM của WTO đối với ngành bán lẻ (do Hiệp định này không áp dụng cho ngành dịch vụ). Vì vậy, các biện pháp đề cập tại các mục từ 1-3 ở trên (về giải pháp nguồn cung, giải pháp tài chính và giải pháp lao động), có thể được áp dụng chỉ cho các nhà bán lẻ nội địa mà không áp dụng cho nhà bán lẻ nước ngoài.

Như vậy, bằng việc thực hiện các biện pháp hỗ trợ, đặc biệt là hỗ trợ về tài chính như đề cập ở trên và chỉ giới hạn ở các nhà bán lẻ nội địa, Nhà nước có thể đồng thời hỗ trợ hợp pháp ngành bán lẻ nội địa nâng cao năng lực cạnh tranh nói chung và hỗ trợ họ trong cạnh tranh với các nhà bán lẻ nước ngoài nói riêng.