BÁO CÁO

PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI TRÊN THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC NĂM 2016

Mã hoạt động: ICB-39

Chịu trách nhiệm:

Claudio DORDI

Nhóm tác giả:

TRƯƠNG Đình Tuyển

PHẠM Nguyên Minh

TRỊNH Thị Thanh Thủy

TRẦN Thị Thu Phương

Báo cáo này được xây dựng với sự hỗ trợ của Liên minh châu Âu. Quan điểm trong báo cáo này là của các tác giả, không phải là ý kiến chính thức của Liên minh châu Âu hay của Bộ Công Thương

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU 3
Phần thứ nhất: Tình hình phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2016.....4
I. Kinh tế vĩ mô Việt Nam năm 2016 4
1. Nền kinh tế tiếp tục đà phục hồi, tăng trưởng quý sau cao hơn quý trước 4
2. Kinh tế vĩ mô giữ vững ổn định 7
3. Một số chỉ số của nền kinh tế đã có thay đổi tích cực 10
II. Tình hình phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2016.....12
1. Sự phát triển của các thành phần tham gia thị trường phân phối hàng hóa ..12
2. Sự phát triển của hệ thống phân phối hàng hóa 14
3. Một số cơ chế, chính sách về quản lý, điều tiết thị trường trong nước.....17
4. Một số sự kiện kinh tế đáng lưu ý diễn ra trong năm 2016 31
Phần thứ hai: Xu hướng phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2017 và những năm tiếp theo trong điều kiện thực thi các cam kết quốc tế.....33
I. Bối cảnh chung 33
1. Tình hình quốc tế.....33
2. Tình hình trong nước.....35
II. Xem xét các cam kết quốc tế mới có hiệu lực và sắp có hiệu lực thực thi trong lĩnh vực phân phối, đầu tư 36
III. Nhận định về những tác động chính từ các cam kết quốc tế của Việt Nam tới xu hướng phát triển của thương mại trong nước thời gian tới.....39
1. Xu hướng mua bán, sáp nhập.....39
2. Thay đổi trong phương thức mua sắm trong nước.....40
3. Cạnh tranh trên thị trường trong điều kiện cắt giảm thuế quan 46
IV. Một số định hướng, khuyến nghị trong phát triển thương mại trong nước giai đoạn 2017/2018 và những năm tiếp theo.....52
1. Những định hướng chủ yếu trong phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2017 và những năm tiếp theo 52
2. Một số khuyến nghị.....54
LỜI KẾT.....61
CÁC TỪ VIẾT TẮT 62

LỜI MỞ ĐẦU

Trong năm 2016, hoạt động thương mại trên thị trường trong nước tiếp tục có những bước phát triển đáng ghi nhận. Hàng hóa thiết yếu được cung ứng đầy đủ, chất lượng dịch vụ được nâng cao, đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của nhân dân. Đội ngũ thương nhân tiếp tục phát triển với sự đa dạng về mô hình tổ chức và phương thức kinh doanh. Hệ thống phân phối được củng cố và mở rộng, kết hợp hài hoà giữa thương mại truyền thống với thương mại hiện đại, phù hợp với tính chất và trình độ phát triển của thị trường trên từng địa bàn. Kết cấu hạ tầng thương mại (bao gồm các loại hình chợ truyền thống và các loại hình thương mại hiện đại) tiếp tục phát triển đa dạng ở khu vực thành thị và nông thôn. Quản lý nhà nước về thương mại có sự đổi mới từ trung ương đến địa phương cả về tổ chức, nội dung và phương pháp quản lý. Việc thực thi các cam kết hội nhập với sự tham gia ngày càng nhiều của các doanh nghiệp nước ngoài vào hoạt động kinh doanh trên thị trường Việt Nam cũng góp phần tạo nên một thị trường đa dạng, sôi động và cạnh tranh hơn...

Báo cáo "Phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2016" đánh giá, nhìn nhận một cách tổng quan những kết quả, diễn biến chủ yếu diễn ra trong hoạt động thương mại trên thị trường Việt Nam một năm qua, đồng thời nhận định các xu hướng, yếu tố chủ yếu tác động tới hoạt động thương mại trên thị trường trong nước thời gian tiếp theo.

Việc xây dựng và công bố báo cáo sẽ góp phần đưa ra những dự báo về sự phát triển của thị trường, góp phần giúp các doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chủ động triển khai xây dựng và tổ chức các kế hoạch, chương trình sản xuất kinh doanh của mình một cách hiệu quả hơn.

Những phân tích, nhận định trong Báo cáo này là thông tin tham khảo cho các doanh nghiệp, hiệp hội, địa phương và các đơn vị, tổ chức liên quan trong quá trình tìm kiếm cơ hội kinh doanh, quyết định đầu tư tại thị trường Việt Nam cũng như trong công tác nghiên cứu, quản lý thuộc lĩnh vực này; không nhất thiết phản ánh quan điểm chính thức của các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan.

Phần thứ nhất: Tình hình phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2016

I. Kinh tế vĩ mô Việt Nam năm 2016

Năm 2016, năm đầu cả nước thực hiện Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016-2020 diễn ra trong bối cảnh kinh tế thế giới phục hồi chậm hơn dự báo, tăng trưởng thương mại toàn cầu giảm mạnh, hoạt động của thị trường hàng hóa kém sôi động, giá cả hàng hóa thế giới ở mức thấp đã ảnh hưởng đến kinh tế nước ta, nhất là hoạt động xuất nhập khẩu và thu ngân sách Nhà nước. Ở trong nước, bên cạnh những thuận lợi từ dấu hiệu khởi sắc của năm 2015, kinh tế nước ta đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức bởi diễn biến phức tạp của thời tiết, biến đổi khí hậu và sự cố môi trường biển tại các tỉnh miền Trung đã ảnh hưởng nặng nề đến sản xuất và đời sống nhân dân. Tuy nhiên, với việc ổn định kinh tế vĩ mô được duy trì vững chắc, tăng trưởng kinh tế phục hồi rõ nét và đồng đều, thương mại và thị trường trong nước năm 2016 đã có những khởi sắc đáng ghi nhận.

1. Nền kinh tế tiếp tục đà phục hồi, tăng trưởng quý sau cao hơn quý trước

Tình hình kinh tế Việt Nam trong năm 2016 tiếp tục bị tác động từ bối cảnh kinh tế thế giới không thuận, giá cả và thương mại toàn cầu giảm, trong nước gặp nhiều khó khăn do tăng trưởng suy giảm trong nửa đầu năm 2016 vì sự cố môi trường biển miền Trung và hạn hán tại miền Nam và Tây Nguyên nhưng tốc độ tăng tổng sản phẩm trong nước (GDP) quý sau cao hơn quý trước (Quý I: 5,48%, Quý II: 5,78%, Quý III: 6,56%, Quý IV: 6,68%). Cả năm 2016, tăng trưởng GDP 6,21% so với năm 2015, thấp hơn kế hoạch đề ra (6,7%), nhưng cao hơn nhiều so với tốc độ tăng 6 tháng đầu năm (5,52%) và cao hơn mức tăng trưởng GDP trong 7 năm từ 2008 – 2014, đồng thời cao hơn nhiều so với mức tăng bình quân của các nước trong khu vực[1]. Đây là một thành công, khẳng định tính đúng đắn, kịp thời, hiệu quả của các biện pháp, giải pháp được Chính phủ ban hành, chỉ đạo quyết liệt các cấp, các ngành, các địa phương cùng thực hiện.

Về cơ cấu nền kinh tế năm 2016, khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm tỷ trọng 16,32%; khu vực công nghiệp và xây dựng chiếm 32,72%; khu vực dịch vụ chiếm 40,92%; thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm chiếm 10,04% (Cơ cấu tương ứng của năm 2015 là: 17,00%; 33,25%; 39,73%; 10,02%).

Khu vực công nghiệp và xây dựng tăng 7,57%, thấp hơn mức tăng 9,64% của năm trước, đóng góp 2,59 điểm phần trăm; Khu vực dịch vụ tăng 6,98%, đóng góp 2,67 điểm phần trăm. Trong khu vực công nghiệp và xây dựng, ngành công nghiệp tăng 7,06% so với năm trước, trong đó công nghiệp chế biến, chế tạo đạt mức tăng cao 11,90%, đóng góp đáng kể vào mức tăng trưởng chung với 1,83 điểm phần trăm. Ngành xây dựng tăng trưởng khá với tốc độ 10,00%, đóng góp 0,60 điểm phần trăm vào mức tăng chung. Trong khu vực dịch vụ, đóng góp

[1] Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) ngày 13 tháng 12 năm 2016 đã giảm dự báo tăng trưởng của các quốc gia đang phát triển ở Châu Á (gồm 45 quốc gia ở khu vực Châu Á – Thái Bình Dương) dự báo tăng trưởng 5,6% năm 2016, thay bằng 5,7% như dự báo trước đó, trong đó: tăng trưởng của Ấn Độ từ 7,4% xuống 7%, tăng trưởng của Trung Quốc 6,6%; khu vực Đông Nam Á khoảng 4,5%

của một số ngành có tỷ trọng lớn vào mức tăng trưởng chung như sau: Bán buôn và bán lẻ chiếm tỷ trọng lớn nhất, đạt mức tăng 8,28% so với năm 2015, đóng góp 0,77 điểm phần trăm vào mức tăng trưởng chung; hoạt động tài chính, ngân hàng và bảo hiểm tăng 7,79%, đóng góp 0,43 điểm phần trăm; hoạt động kinh doanh bất động sản được cải thiện hơn với mức tăng 4,00%, cao hơn mức tăng 2,96% của năm trước, đóng góp 0,21 điểm phần trăm; dịch vụ lưu trú và ăn uống năm 2016 có mức tăng trưởng khá cao 6,70% so với mức tăng 2,29% của năm 2015, đóng góp 0,25 điểm phần trăm vào mức tăng trưởng chung.

Ngành khai khoáng giảm tới 4,00%, đã làm giảm 0,33 điểm phần trăm mức tăng trưởng chung, đây là mức giảm sâu nhất từ năm 2011 trở lại đây. Nguyên nhân chủ yếu do giá dầu thế giới giảm và lượng dầu thô khai thác giảm hơn 1,67 triệu tấn so với năm trước; sản lượng khai thác than cũng chỉ đạt 39,6 triệu tấn, giảm 1,26 triệu tấn. Tuy nhiên, xu hướng ngành công nghiệp chuyển dịch sang lĩnh vực chế biến, chế tạo, giảm sự phụ thuộc vào ngành khai khoáng là điều cần thiết vì Việt Nam đang hướng tới mục tiêu phát triển bền vững hơn.

Xét về góc độ sử dụng GDP năm 2016, tiêu dùng cuối cùng tăng 7,32% so với năm 2015, đóng góp 5,29 điểm phần trăm vào mức tăng chung (trong đó tiêu dùng cuối cùng của hộ dân cư đóng góp 4,81 điểm phần trăm); tích lũy tài sản tăng 9,71%, đóng góp 3,08 điểm phần trăm; chênh lệch xuất, nhập khẩu hàng hóa và dịch vụ ở tình trạng nhập siêu tuy đã được thu hẹp nhưng cũng làm giảm 2,16 điểm phần trăm của mức tăng trưởng chung.

Bảng 1: Tốc độ tăng tổng sản phẩm trong nước các năm 2014, 2015 và 2016

	Tốc độ tăng so với năm trước (%)			Đóng góp của các khu vực vào tăng trưởng năm 2014 (Điểm phần trăm)
	Năm 2014	Năm 2015	Năm 2016	
Tổng số	**5,98**	**6,68**	**6,21**	**6,21**
Nông, lâm nghiệp và thuỷ sản	3,44	2,41	1,36	0,22
Công nghiệp và xây dựng	6,42	9,64	7,57	2,59
Dịch vụ	6,16	6,33	6,98	2,67

Nguồn: Tổng cục Thống kê 2016

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng ước tính đạt 3.527,4 nghìn tỷ đồng, tăng 10,2% so với năm 2015, nếu loại trừ yếu tố giá thì còn tăng 7,8%, thấp hơn mức tăng 8,5% của năm 2015 nhưng tỷ lệ tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ so với GDP ước đạt 85,8%, cao hơn mức

77,3% của năm 2015. Điều này cho thấy tiêu dùng tăng chậm là kết quả chứ không phải nguyên nhân của tăng trưởng thấp.

Xét theo ngành hoạt động, doanh thu bán lẻ hàng hóa năm 2016 ước tính đạt 2.676,5 nghìn tỷ đồng, chiếm 75,9% tổng mức và tăng 10,2% so với năm trước, trong đó: Lương thực, thực phẩm tăng 13%; đồ dùng, dụng cụ, trang thiết bị gia đình tăng 11,4%; may mặc tăng 10,6%; phương tiện đi lại tăng 5,7%; vật phẩm văn hoá, giáo dục tăng 1,7%.

Doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống năm 2016 ước tính đạt 413,4 nghìn tỷ đồng, chiếm 11,7% tổng mức và tăng 10,7% so với năm 2015, trong đó 6 tháng cuối năm doanh thu tăng mạnh nhờ chính sách thu hút khách du lịch được cải thiện nên lượng khách quốc tế đến nước ta trong những tháng cuối năm tăng cao. Một số địa phương có doanh thu tăng khá như Bình Dương tăng 17,7%; Bình Thuận tăng 17,1%; Hải Phòng tăng 16%; Hà Nội tăng 13,7%; thành phố Hồ Chí Minh tăng 8,4%....

Doanh thu dịch vụ khác năm 2016 ước tính đạt 403,4 nghìn tỷ đồng, chiếm 11,4% tổng mức và tăng 9,3% so với năm 2015.

Chỉ số sản xuất công nghiệp (IIP): Cả năm 2016, IIP tăng 7,5% so với năm 2015 (quý I tăng 7,4%; quý II tăng 7,1%; quý III tăng 7,1%; quý IV tăng 8,2%), thấp hơn nhiều mức tăng 9,8% của năm 2015 và chỉ xấp xỉ năm 2014 (7,6%) do ngành khai khoáng giảm sút mạnh. Trong các ngành công nghiệp, ngành chế biến, chế tạo tăng 11,2%, đóng góp 7,9 điểm phần trăm vào mức tăng chung; ngành sản xuất và phân phối điện tăng 11,5%, đóng góp 0,8 điểm phần trăm; ngành cung cấp nước và xử lý rác thải, nước thải tăng 7,2%, đóng góp 0,1 điểm phần trăm; ngành khai khoáng giảm sâu ở mức 5,9%, làm giảm 1,3 điểm phần trăm mức tăng chung.

Xét theo công dụng của sản phẩm, các sản phẩm trung gian (dùng cho quá trình sản xuất tiếp theo) năm 2016 tăng 5% so với năm trước; sản phẩm phục vụ cho sử dụng cuối cùng tăng 9,1% (trong đó sản phẩm là tư liệu sản xuất tăng 11,4%; sản phẩm phục vụ cho tiêu dùng của dân cư tăng 8%). Chỉ số sản xuất sản phẩm trung gian thấp hơn so với chỉ số sản xuất sản phẩm phục vụ sử dụng cuối cùng cho thấy, sản phẩm trung gian trong sản xuất công nghiệp của nước ta còn phụ thuộc khá nhiều vào nguồn nhập khẩu.

Trong năm 2016, một số ngành công nghiệp cấp II có chỉ số sản xuất tăng cao so với năm trước: Sản xuất kim loại tăng 17,9%; dệt tăng 17,3%; sản xuất xe có động cơ tăng 16,4%; sản xuất sản phẩm điện tử, máy vi tính và sản phẩm quang học tăng 12,8%; sản xuất sản phẩm từ khoáng sản phi kim loại khác tăng 12,6%; sản xuất giường, tủ, bàn, ghế tăng 12,5%. Kéo theo một số sản phẩm công nghiệp tăng cao so với năm trước: Ti vi tăng 70%; thép cán tăng 26,8%; ô tô tăng 21,9%; sắt, thép thô tăng 20,5%; thức ăn cho gia súc tăng 18,3%; xi măng tăng 14,4%; sữa bột tăng 13,3%.

Sự trỗi dậy mạnh mẽ của ngành sản xuất: Thông qua chỉ số quản trị mua hàng (PMI) năm 2016 – một chỉ số tổng hợp về tình trạng sản xuất có thể

thấy Việt Nam đang có sự tăng mạnh mẽ ở ngành sản xuất. Theo thống kê, từ đầu năm 2016 đến tháng 12 năm 2016, chỉ số PMI Việt Nam luôn ở trên mức 50 điểm, vốn là định mức an toàn đối với ngành sản xuất. Mặt khác, trong tháng 11, chỉ số PMI Việt Nam đã tăng vọt lên 54 điểm, cao nhất trong 1,5 năm qua. Trái ngược với tình hình khả quan ở Việt Nam, chỉ số này các nước như Thái Lan, Malaysia liên tục giảm trong nhiều tháng, dưới cả định mức an toàn.

2. Kinh tế vĩ mô giữ vững ổn định

Lạm phát được kiểm soát trong giới hạn cho phép: Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, CPI cả nước tháng 12 năm 2016 tăng 0,23% so với tháng 11 năm 2016; tăng 4,74% so với tháng 12 năm 2015. Trong đó, nhóm có mức tăng cao nhất là nhóm thuốc và dịch vụ y tế tăng 5,3% do việc điều chỉnh tăng phí dịch vụ y tế tại 04 tỉnh thành phố vào cuối tháng 12; tiếp đến là các nhóm như may mặc, mũ nón, giầy dép, lương thực, đồ uống và thuốc lá tăng từ 0,21-0,25% do nhu cầu các mặt hàng này bắt đầu tăng nhẹ dịp cuối năm; các nhóm khác chỉ tăng từ 0,07 - 0,19%, một số nhóm như thực phẩm, giao thông, bưu chính viễn thông, văn hóa giải trí giảm. Như vậy, CPI cả năm 2016 tăng 4,74% so với tháng 12 năm 2015, trong đó 02 nhóm y tế và giáo dục vẫn là các nhóm có mức tăng cao nhất (tăng lần lượt 55,72% và 10,81%) do việc điều chỉnh phí dịch vụ theo lộ trình của 02 ngành; các nhóm khác chỉ tăng từ 1,02-3,34%, riêng nhóm giao thông và bưu chính viễn thông lần lượt giảm khoảng 1,12% và 0,72%.

CPI bình quân cả năm 2016 tăng khoảng 2,66% so với năm 2015, trong đó các nhóm y tế, giáo dục tăng lần lượt 28,52% và 6,31%; các nhóm còn lại tăng từ 1,13-2,79%, riêng giao thông và bưu chính viễn thông giảm lần lượt 7,31% và 0,66%.

- Các yếu tố gây tăng giá trong năm 2016:

+ Việc điều chỉnh tăng theo lộ trình một số loại phí do nhà nước quản lý như phí dịch vụ y tế, phí giáo dục;

+ Lương tối thiểu và lương cơ bản tăng;

+ Một số loại hàng hóa, dịch vụ ăn uống ngoài gia đình tăng giá dịp lễ, Tết Nguyên đán;

+ Thời tiết hạn hán, xâm ngập mặn, mưa lũ ảnh hưởng đến nguồn cung một số mặt hàng thiết yếu gây tăng giá trong một số giai đoạn.

- Các yếu tố giúp hạn chế tăng giá:

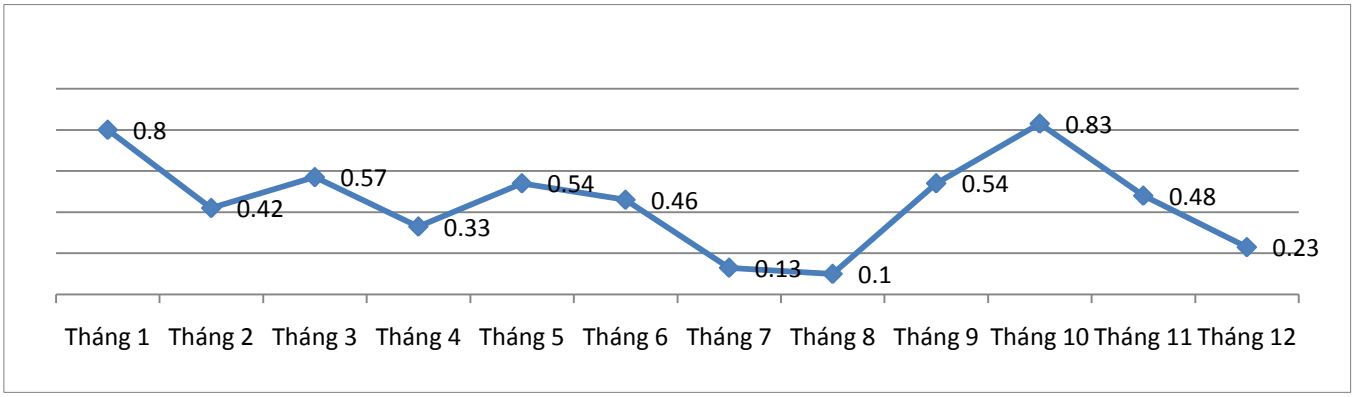
+ Công tác chuẩn bị Tết Bính Thân được các địa phương, doanh nghiệp triển khai tốt cùng với Chương trình bình ổn thị trường đã góp phần hạn chế mức tăng giá chung trong những dịp tiêu dùng cao điểm như lễ, Tết.

+ Giá các mặt hàng nguyên nhiên liệu trên thị trường thế giới không có biến động lớn, giai đoạn đầu năm giảm thấp;

+ Tỷ giá và lãi suất được điều hành khá ổn định trong cả năm 2016.

Theo Tổng cục Thống kê, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, năm 2017 sẽ tính CPI theo cách mới, sát với thực tế và phù hợp thông lệ quốc tế. Từ trước tới nay, Việt Nam đều tính chỉ số lạm phát bằng cách so sánh chỉ số giá tiêu dùng (CPI) của tháng 12 năm nay so với CPI của tháng 12 năm trước. Từ năm 2017, Việt Nam sẽ áp dụng tính chỉ số lạm phát dựa trên bình quân CPI của 12 tháng trong năm.

Biểu 1: Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) năm 2016



Nguồn: Tổng cục Thống kê 2016

Thị trường tiền tệ, hoạt động ngân hàng và thị trường chứng khoán diễn biến tích cực:

Về tiền tệ, tín dụng: các chỉ tiêu tiền tệ diễn biến phù hợp với định hướng. Tính đến cuối năm 2016, tổng phương tiện thanh toán tăng 16,47% so với cuối năm 2015 (năm 2015 tăng 13,55%); huy động vốn tăng 16,88% (năm 2015 tăng 13,59%); tín dụng tăng 16,46% (năm 2015 tăng 17,17%). Thanh khoản của hệ thống được đảm bảo và có dư thừa, thị trường liên ngân hàng hoạt động thông suốt. Mặt bằng lãi suất cơ bản ổn định. Tỷ giá VNĐ/USD được điều hành chủ động linh hoạt, tâm lý găm giữ ngoại tệ giảm, cung cầu ngoại tệ thuận lợi do cán cân thương mại hàng hóa thặng dư, đặc biệt là cán cân vốn do FDI tăng và luồng kiều hối khá. Tỷ giá USD/VND chứng kiến 8 tháng đầu năm lặng sóng, rất ổn định, khác xa với những biến động thất thường trong các năm trước đó. Trong 4 tháng cuối năm, thị trường ngoại tệ chứng kiến 2 đợt tăng giá trên thị trường chợ đen, một vào cuối tháng 8 với giá USD được đẩy cao lên đến 22.950 đồng/USD và trong tuần đầu tháng 12 khi mà USD tự do có lúc lên tới 23.350 đồng/USD. Tuy nhiên, khoảng thời gian mà giá tăng rất ngắn, có lần chỉ kéo dài 1-2 tiếng đồng hồ, thị trường không có sự hỗn loạn và giao dịch không có đột biến. Giá USD tại các ngân hàng thương mại thời điểm cao nhất vẫn chỉ quanh mức 22.700-22.800 USD/ounce và nguồn cung đầy đủ. Tại những thời điểm đó, ngân hàng Nhà nước luôn phát đi tín hiệu về cung cầu ổn định và sẵn sàng bán USD cho các ngân hàng thương mại khi có nhu cầu.

Thị trường chứng khoán: có sự tăng trưởng về cả mức vốn hóa thị trường và tổng giá trị huy động vốn so với năm 2015. Năm 2016, chỉ số VN-Index tăng 14,5% so với cuối năm 2015, mức vốn hóa thị trường tăng khoảng 36% so với cuối năm 2015, tương đương với 44% GDP.

Xuất khẩu hàng hóa tăng trưởng cao hơn năm 2015, cân bằng được xuất nhập khẩu và đã có xuất siêu:

Năm 2016, kim ngạch hàng hóa xuất khẩu đạt 175,9 tỷ USD, tăng 8,6% so với năm trước - cao hơn so với mức tăng 7,9% của năm 2015. Trong đó, khu vực kinh tế trong nước đạt kim ngạch xuất khẩu 50 tỷ USD, tăng 4,8%, còn khu vực có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) đạt 125,9 tỷ USD, tăng 10,2%. Đáng chú ý là nếu không kể dầu thô thì kim ngạch hàng hóa xuất khẩu đạt 123,5 tỷ USD, tăng tới 11,8%. Ngoài yếu tố dầu thô, tốc độ tăng kim ngạch hàng hóa xuất khẩu năm 2016 thấp hơn mục tiêu kế hoạch tăng 10% còn do yếu tố giá hàng hóa xuất khẩu bình quân giảm 1,8% so với năm 2015, trong đó nhóm hàng nhiên liệu giảm tới 20,1% và nhóm hàng nông sản thực phẩm giảm 3,8%. Chính vì vậy, nếu loại trừ yếu tố giá thì kim ngạch hàng hóa xuất khẩu năm qua đạt 179,2 tỷ USD, tăng 10,6% so với năm 2015.

Cán cân thương mại thặng dư không chỉ do nỗ lực xuất khẩu mà còn nhờ kiềm chế nhập khẩu khi kim ngạch hàng hóa nhập khẩu năm 2016 chỉ tăng 4,6% so với năm 2015, đạt 173,3 tỷ USD, trong đó khu vực kinh tế trong nước đạt 71,1 tỷ USD, tăng 4% và khu vực FDI đạt 102,2 tỷ USD, tăng 5,1%.

Cán cân thương mại hàng hóa năm 2016 đạt thặng dư 2,68 tỷ USD - mức xuất siêu cao nhất từ trước đến nay - đã bù đắp một phần thâm hụt thương mại dịch vụ là 5,4 tỷ USD và cải thiện hơn rất nhiều so với năm 2015, với cán cân thương mại hàng hóa thâm hụt tới gần 3,6 tỷ USD, còn cán cân thương mại dịch vụ cũng thâm hụt tới 5,25 tỷ USD. Thêm vào đó, cán cân vãng lai còn được bổ sung bởi lượng kiều hối khoảng 9 tỷ USD vào Việt Nam năm 2016. Cùng với đó, tài khoản vốn của Việt Nam vẫn duy trì thặng dư cao khi tổng vốn đăng ký của các dự án cấp mới, cấp vốn bổ sung và đầu tư theo hình thức góp vốn, mua cổ phần của khu vực FDI năm 2016 đạt gần 24,4 tỷ USD, tăng 7,1% so với năm 2015 và vốn FDI năm 2016 đạt mức giải ngân cao nhất từ trước đến nay với 15,8 tỷ USD, tăng 9% so với năm 2015.

Thặng dư cán cân thương mại hàng hóa kỷ lục năm 2016 chứng tỏ năng lực xuất khẩu nói riêng, quản lý xuất khẩu và nhập khẩu nói chung của Việt Nam đã vượt qua sự bất lợi từ thị trường quốc tế, tiếp tục duy trì sản xuất kinh doanh, góp phần tích cực vào ổn định kinh tế vĩ mô và tăng trưởng kinh tế.

Cải cách thủ tục hành chính, cải thiện môi trường kinh doanh, phát triển doanh nghiệp và phát triển kinh tế tập thể có nhiều chuyển biến tích cực:

Năm 2016, môi trường đầu tư tiếp tục được cải thiện nhờ những tiến bộ trong cải cách hành chính, đơn giản hóa thủ tục đầu tư theo quy định của Luật Doanh nghiệp và Luật Đầu tư sửa đổi, những đổi mới hỗ trợ doanh nghiệp khởi nghiệp, doanh nghiệp đổi mới, sáng tạo. Theo đánh giá của Ngân hàng Thế giới (tháng 10 năm 2016), xếp hạng môi trường kinh doanh năm 2016 của Việt Nam tăng 9 bậc, xếp thứ 82/189 quốc gia được xếp hạng. Năm 2016 là năm cộng đồng doanh nghiệp nhận được nhiều sự quan tâm nhất của hệ thống chính trị và

xã hội. Hoạt động phát triển doanh nghiệp ghi dấu với sự đột phá mạnh mẽ về cả số lượng doanh nghiệp thành lập mới lẫn số vốn cam kết khi khởi nghiệp.

Số doanh nghiệp thành lập mới cả nước năm 2016 đạt kỷ lục với 110.100 doanh nghiệp, tăng 16,2% so với năm 2015 với số vốn đăng ký là 891.094 tỷ đồng, tăng 48,1% về số vốn đăng ký so với cùng kỳ năm 2015. Tỷ trọng vốn đăng ký bình quân trên một doanh nghiệp đạt 8,1 tỷ đồng, tăng 27,5% so với cùng kỳ năm 2015. Có 26.689 doanh nghiệp trước đây khó khăn ngừng hoạt động quay trở lại hoạt động, tăng 24,1% so với cùng kỳ. Có 40.750 doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động không đăng ký hoặc chờ giải thể, giảm 26,9% so với cùng kỳ năm 2015. Những vùng có tốc độ tăng doanh nghiệp thành lập mới cao so với cả nước gồm: Trung du và miền núi phía Bắc tăng 20,2%, Đồng bằng sông Hồng tăng 18,3%, Đông Nam Bộ tăng 15,4%. Những tỉnh, thành phố có tốc độ tăng số doanh nghiệp thành lập mới năm 2016 so với 2015 trên 25% gồm: Thái Nguyên tăng 37,9%, Đà Nẵng tăng 34,9%, Hải Phòng tăng 34%, Điện Biên tăng 33,8%, Hà Nam tăng 33,7%, Long An tăng 33,3%, Thừa Thiên Huế tăng 29,7%, Đồng Nai tăng 28,3%, Đồng Tháp tăng 28,1%, Quảng Nam tăng 27,3%, Hải Dương tăng 27,1%, Lạng Sơn tăng 25,4%, Hưng Yên tăng 25,2%.

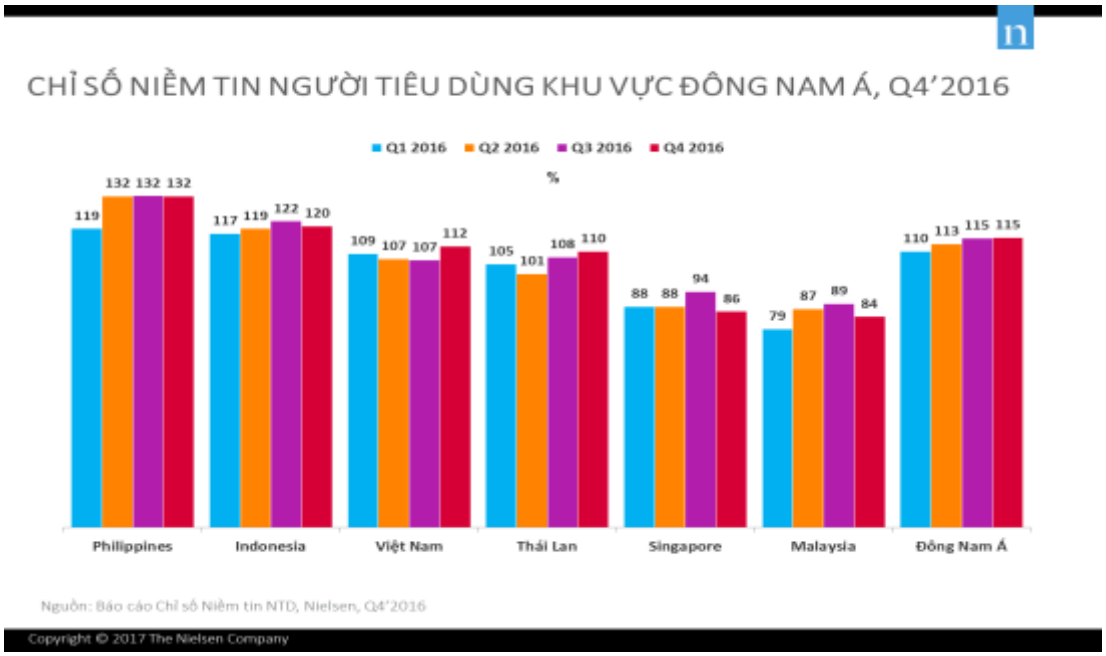
Về cổ phần hóa doanh nghiệp nhà nước: Năm 2016, cả nước đã cổ phần hóa 52 doanh nghiệp nhà nước và 3 đơn vị sự nghiệp công lập, thực hiện sắp xếp các hình thức khác đối với 12 doanh nghiệp; giải thể 10 doanh nghiệp, phá sản 1 doanh nghiệp, bán 1 doanh nghiệp. Về thoái vốn nhà nước tại doanh nghiệp, đã thực hiện bán phần vốn nhà nước không cần nắm giữ tại doanh nghiệp khác với tổng giá trị sổ sách là 4.493,7 tỷ đồng, thu về ngân sách nhà nước 7.098,86 tỷ đồng.

3. Một số chỉ số của nền kinh tế đã có thay đổi tích cực

Chỉ số niềm tin người tiêu dùng Việt Nam (CCI) có những diễn biến tích cực trong năm 2016. Chỉ số CCI trong Quý I, II, III tương ứng là 109, 107, 107, 112, đánh dấu một năm biến động xung quanh ngưỡng trung bình cho cả năm là 108,75 điểm; cao hơn chỉ số này ở một số quốc gia khác trong khu vực như Thái Lan, Singapore, Malaysia.

Điều đó cho thấy sự tự tin của người tiêu dùng Việt cùng với những diễn biến mang xu hướng tích cực của thị trường vì thị trường tiêu dùng có tăng trưởng dương trở lại trong quý 4. Người tiêu dùng sự sẵn lòng chi tiêu, cùng với đó, niềm tin của nhà bán lẻ cũng có sự cải thiện rõ rệt trong dịp Tết nguyên đán – giai đoạn mua sắm nhộn nhịp nhất trong năm. Những yếu tố như dân số đông, trình độ dân trí ngày càng được cải thiện, cũng như sự phát triển mạnh mẽ của tầng lớp trung lưu và triển vọng kinh tế ổn định của Chính phủ sẽ tiếp tục là những động lực chính để giúp chỉ số CCI của Việt Nam cao hơn so với các quốc gia khác trong khu vực.

Biểu 2:



Nguồn: Nielsen 2016

Chỉ số giá xuất khẩu hàng hóa: Chỉ số giá nhập khẩu năm 2016 còn giảm mạnh hơn tới 5,35% so với năm 2015, trong đó chỉ số giá nhập khẩu của nhóm nông sản, thực phẩm giảm 4,36%; nhóm nhiên liệu giảm 19,4%; nhóm hàng hóa chế biến, chế tạo khác giảm 4,19%. Chỉ số giá nhập khẩu một số mặt hàng giảm mạnh so với năm trước như xăng dầu các loại giảm 20,43%; sắt, thép giảm 18,11%; hóa chất giảm 9,39%; khí đốt hóa lỏng giảm 8,71%. Còn nếu loại trừ yếu tố giá, kim ngạch hàng hóa nhập khẩu là 183 tỷ USD, vẫn tăng 10,5% so với năm 2015.

Chỉ số tồn kho toàn ngành công nghiệp chế biến, chế tạo tại thời điểm ngày 01 tháng 12 năm 2016 so với cùng thời điểm năm trước, là mức tồn kho thấp nhất trong nhiều năm qua (tăng 8,1%, cùng thời điểm năm 2015 tăng 9,5%), trong đó một số ngành có chỉ số tồn kho tăng thấp hơn mức tăng chung hoặc giảm: sản xuất trang phục giảm 1,5%; sản xuất hóa chất và các sản phẩm hóa chất giảm 4,3%; sản xuất thiết bị điện giảm 7,4%; sản xuất da và các sản phẩm có liên quan giảm 9,6%; sản xuất sản phẩm từ kim loại đúc sẵn giảm 10%; sản xuất thuốc, hóa dược và dược liệu giảm 13%; sản xuất sản phẩm thuốc lá giảm 27,5%...

Chỉ số hoạt động kinh tế Việt Nam - VEPI (Viet Nam Economic Performance Index)

Chỉ số VEPI được Viện Nghiên cứu Kinh tế và Chính sách thử nghiệm tính toán và tổng hợp dựa trên số liệu về sản lượng điện thương phẩm, kim ngạch xuất nhập khẩu, vận tải hàng hóa nội địa, tăng trưởng tín dụng và PMI sản xuất. Kết quả ước lượng cho thấy chỉ số VEPI năm 2016 đang có xu hướng hồi phục nhanh hơn so với tốc độ tăng trưởng GDP. Điều này càng củng cố cho tín hiệu cải thiện kinh tế trong những tháng cuối năm 2016. VEPI Quý 4 đạt 6,53%,

cao hơn khoảng 0,5 điểm phần trăm so với Quý 3. Kết quả này đạt được chủ yếu nhờ những tín hiệu tích cực trong nhập khẩu và tăng trưởng tín dụng nhanh trong những tháng cuối năm.

Khái quát lại, kinh tế - xã hội nước ta năm 2016 khép lại với những tín hiệu tiếp tục ổn định. Lạm phát được kiểm soát tốt. Tăng trưởng đạt mức tăng khá và có dấu hiệu khả quan ở những ngành, lĩnh vực trọng yếu. Sản xuất công nghiệp tiếp tục phục hồi, nhất là công nghiệp chế biến, chế tạo.

II. Tình hình phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2016

1. Sự phát triển của các thành phần tham gia thị trường phân phối hàng hóa

Trong những năm gần đây, thành phần tham gia thị trường phân phối tại Việt Nam ngày càng đông đảo. Sự phát triển của các thành phần tham gia thị trường phân phối có thể đánh giá trên các mặt sau đây:

Xét về số lượng lao động:

Giai đoạn 2001-2016, số lao động trong lĩnh vực phân phối luôn chiếm tỷ lệ đáng kể trong tổng lao động toàn xã hội (khoảng 7-14%). Đến năm 2016, lao động trong lĩnh vực dịch vụ phân phối chiếm khoảng chiếm khoảng 13 - 14% tổng lao động xã hội, chỉ xếp sau ngành nông nghiệp (chiếm khoảng 47%), công nghiệp chế biến (chiếm khoảng 14-15%).

Xét về cơ cấu, chủ yếu vẫn gồm 2 lực lượng chính tham gia thị trường phân phối là các hộ kinh doanh cá thể và các doanh nghiệp.

- *Về các doanh nghiệp:*

Trong năm 2016, doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế tham gia thị trường phân phối Việt Nam tiếp tục có những bước phát triển. Với việc môi trường đầu tư kinh doanh đã ngày càng được cải thiện đã mở ra nhiều cơ hội cho doanh nghiệp các thành phần kinh tế cùng phát triển và cạnh tranh bình đẳng.

Theo công bố mới đây của Tổng cục Thống kê vào ngày 31 tháng 12 năm 2016, tổng số doanh nghiệp thực tế đang hoạt động trên phạm vi cả nước là 477.808, tăng 8% so với năm 2015 đã giải quyết công ăn việc làm cho hàng chục triệu lao động. Theo ước tính, trong lĩnh vực bán buôn, bán lẻ, sửa chữa ô tô và xe máy, số doanh nghiệp đang hoạt động tính đến hết năm 2016 là khoảng 160.000 doanh nghiệp, chiếm khoảng 33,5% tổng số doanh nghiệp của cả nước, cung cấp việc làm cho khoảng 1,6 triệu lao động với tổng doanh thu khoảng 6 triệu tỷ đồng; số doanh có quy mô dưới 10 người chiếm 88% và 73% số doanh nghiệp có vốn dưới 10 tỷ đồng.

Mặc dù chưa có thống kê chính thức về số liệu các doanh nghiệp đang hoạt động trong lĩnh vực phân phối ở Việt Nam trong năm 2016, theo ước tính của Bộ Công Thương thì số cơ sở của doanh nghiệp trong lĩnh vực phân phối như sau:

+ Số cơ sở bán lẻ hiện đại của doanh nghiệp trong nước khoảng trên 800 cơ sở, chiếm khoảng 20% thị phần bán lẻ nói chung. Trong đó, doanh nghiệp nhà nước tiếp tục được củng cố, lớn mạnh về quy mô và nhất là nâng cao hiệu quả hoạt động trong lĩnh vực phân phối, về cơ bản đã thể hiện được vai trò nòng cốt. Nhiều doanh nghiệp nhà nước đã quan tâm hơn đến việc mở rộng và củng cố mạng lưới kinh doanh, đổi mới phương thức hoạt động, nhất là mở rộng thị phần ở thị trường nội địa.

+ Số lượng cơ sở của doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực phân phối hiện chiếm khoảng 9,3% số cơ sở bán lẻ hiện đại ở Việt Nam nhưng cơ cấu thị phần bán lẻ chỉ chiếm khoảng 3,7%.

- Về các hợp tác xã thương mại – dịch vụ

Đến nay, số lượng Hợp tác xã thương mại – dịch vụ trong nước gia tăng đáng kể, từ 613 (năm 2006) đã phát triển lên gần 1.600 hợp tác xã (năm 2016), chiếm khoảng 8,5% số hợp tác xã trên cả nước.

Ở thành thị, hợp tác xã thương mại - dịch vụ được phát triển trên cơ sở liên kết các hộ kinh doanh nhỏ ở các đường phố thương mại, ở các chợ truyền thống để trở thành các liên minh mua và bán hàng hoá, thực hiện được phân công và hợp tác giữa các thành viên, đảm bảo vừa mở rộng quy mô kinh doanh, vừa tiết giảm chi phí, vừa nâng cao sức cạnh tranh...

Ở nông thôn, hợp tác xã góp phần thúc đẩy quá trình liên kết các hộ sản xuất ở khu vực nông thôn để tạo nên quy mô sản xuất đủ lớn, có khả năng mang lại hiệu quả kinh tế cao; đồng thời góp phần tạo ra hệ thống vệ tinh là các đại lý cung ứng hàng phục vụ sản xuất, tiêu dùng hoặc thu gom sản phẩm, đặc biệt là hàng xuất khẩu cho các doanh nghiệp thương mại.

- Về các hộ kinh doanh cá thể, buôn bán nhỏ trong nước:

Hiện tại, ở Việt Nam ước tính có khoảng trên 2 triệu cửa hàng bán lẻ, kinh doanh theo kiểu hộ cá thể. Đây vẫn đang là một trong những thành phần quan trọng tham gia vào thị trường bán lẻ của Việt Nam và tạo ra việc làm cho khoảng 5 triệu lao động phổ thông trong cả nước. Các mặt hàng được kinh doanh trong hệ thống cửa hàng bán lẻ hộ gia đình chủ yếu là các mặt hàng tiêu dùng, nhu yếu phẩm như nước giải khát, hàng thực phẩm chế biến, đồ dùng chăm sóc sức khỏe, vệ sinh cá nhân… Đặc điểm chung của đối tượng này là hoạt động kinh doanh mang nặng tính tự phát, thiếu kiến thức và kỹ năng để chống đỡ những rủi ro, biến động có thể xảy ra trên thị trường vì hầu hết đây là những lao động phổ thông, gần như không qua bất kỳ trường lớp, khóa đào tạo nào về kỹ năng kinh doanh.

Nhìn chung, cơ cấu hệ thống phân phối hàng hóa Việt Nam đã và đang có những biến đổi sâu sắc, từ chỗ chủ yếu do Nhà nước, hợp tác xã chiếm độc quyền đã chuyển sang ngành bán lẻ đa loại hình với nhiều thành phần kinh tế tham gia. Đặc biệt, trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế và thực hiện cam kết quốc tế về dịch vụ phân phối, hoạt động mua bán doanh nghiệp, góp vốn, chuyển nhượng cổ phần trong lĩnh vực phân phối hàng hóa (như hoạt động góp

vốn, mua cổ phần, mua chuỗi bán lẻ) của nhà đầu tư nước ngoài diễn ra thường xuyên và phổ biến với các chủ thể thực hiện hoạt động đến từ các quốc gia, vùng lãnh thổ khác nhau. Một số nhà bán lẻ đã tổ chức được mô hình bán hàng theo chuỗi với số lượng cửa hàng tăng lên hàng năm. Nhờ đó, đã từng bước tạo ra một thị trường phân phối đa dạng các thành phần tham gia, góp phần tạo ra một thị trường có tính cạnh tranh cao và nhiều cơ hội lựa chọn cho người tiêu dùng mua sắm hàng hóa.

2. Sự phát triển của hệ thống phân phối hàng hóa

Chợ truyền thống đến các siêu thị, trung tâm thương mại, các chợ điện tử (mua qua mạng internet, truyền hình, điện thoại…) vẫn tiếp tục là những kênh mua bán, phân phối chủ yếu hàng hóa trong nước. Ngoài chợ truyền thống, người tiêu dùng ngày nay có nhiều sự lựa chọn hơn trong việc thực hiện việc mua sắm và đây cũng là xu hướng phát triển phổ biến ở các quốc gia trên thế giới. Ở Việt Nam, xu hướng này phát triển khách quan và tích cực trong bối cảnh phát triển kinh tế - xã hội chung. Việc mua sắm qua nhiều kênh mua bán hàng hóa sẽ tạo hiệu ứng tích cực, làm tăng tính cạnh tranh giữa các nhà phân phối. Người tiêu dùng sẽ lựa chọn mua sắm ở những kênh bán hàng có nhiều ưu điểm, đáp ứng tốt hơn các yêu cầu mua sắm. Do vậy, trước những nhu cầu ngày một tăng của người tiêu dùng, các nhà phân phối, bán hàng cần không ngừng đổi mới phương thức kinh doanh, nâng cao tiện ích và phục vụ tốt hơn nhu cầu của người tiêu dùng.

Thời gian qua mặc dù số lượng chợ trên cả nước giảm nhưng số chợ được cải tạo, nâng cấp, tiếp tục tăng với sự đa dạng về loại hình và cấp độ chợ. Tổng số chợ cả nước tới thời điểm tháng 12 năm 2016 là 8.513 chợ (giảm 14,70% so với năm 2015, năm 2015 cả nước có 8.660 chợ). Trong đó, có 238 chợ hạng I; 902 chợ hạng II; 7.373 chợ hạng III (số chợ hạng III chiếm 86,6% số chợ cả nước). Năm 2016, cả nước có 94 chợ đầu mối (tăng 54,06% so với năm 2015 – năm 2015 cả nước có 61 chợ đầu mối). Số lượng chợ xây mới, nâng cấp, cải tạo năm 2016: Theo báo cáo của 63 Sở Công Thương các tỉnh, thành phố, năm 2016 có 791 chợ được xây mới, nâng cấp, cải tạo (tăng 49,81% so với năm 2015, năm 2015 cả nước xây mới, nâng cấp, cải tạo được 528 chợ). Tại các chợ truyền thống, ngoài những mặt hàng tiêu dùng thiết yếu, mặt hàng nông, lâm thuỷ hải sản, các sản phẩm của các làng nghề cũng chiếm một tỷ trọng lớn. Chợ phát triển đã tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động trao đổi và mua bán hàng hoá của cư dân trên địa bàn; đồng thời, giúp doanh nghiệp mở rộng mạng lưới kinh doanh. Tính chung trên các địa bàn, giá trị hàng hóa dịch vụ qua hệ thống chợ chiếm trung bình khoảng 40%, góp phần vào việc tiêu thụ hàng hóa, đẩy mạnh sản xuất và phục vụ đời sống sinh hoạt của nhân dân. Trong đó, thị phần chợ ở địa bàn nông thôn chiếm từ 50-70%.

Trong những năm qua, mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại ngày càng trở thành kênh bán lẻ hàng hóa quan trọng. Tỷ trọng lưu chuyển hàng hóa bán lẻ qua kênh phân phối này đã tăng khá nhanh với tốc độ khoảng 25%/năm, cao hơn so với tốc độ tăng bình quân gần 21%/năm của lưu chuyển hàng hóa bán lẻ chung trên

địa bàn cả nước. Đồng thời, tỷ trọng hàng hóa qua kênh bán lẻ hiện đại (siêu thị, trung tâm thương mại) đã tăng từ khoảng 16% năm 2010, đến năm 2016, tỷ trọng mức bản lẻ hàng hóa qua kênh phân phối hiện đại khoảng trên 20%.

Hàng hóa lưu thông qua mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại ngày càng đa dạng, phong phú về qui cách, chủng loại với giá cả tương đối ổn định và chất lượng hàng hóa được đảm bảo hơn so với nhiều kênh bán lẻ truyền thống, qua đó, đã tạo được sự tin tưởng và đáp ứng tốt nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng. Đồng thời, sự phát triển của mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại đã góp phần hình thành cấu trúc không gian đô thị hiện đại tại các khu đô thị mới và nâng cao trình độ văn minh đô thị tại các khu đô thị cũ.

Các thành phần kinh tế trong nước và nước ngoài, đặc biệt là khu vực kinh tế tư nhân đã tích cực tham gia kinh doanh siêu thị, trung tâm thương mại. Đặc biệt, nhiều doanh nghiệp trong nước đã tạo lập được mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại rộng khắp trên cả nước. Điển hình là mạng lưới siêu thị Vinatex, Intimex, Co.opMart, Fivimart, Citimart, Hapro, Maximark,…

Mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại trong nước đã có xu hướng cải thiện rõ rệt cả về hình thức và chất lượng, ngày càng phù hợp hơn với tiêu chuẩn của siêu thị, trung tâm thương mại. Mặt bằng kinh doanh và cơ sở vật chất, kỹ thuật của siêu thị, trung tâm thương mại đã đáp ứng được yêu cầu tổ chức kinh doanh bán lẻ hiện đại. Có thể nói, trình độ văn minh tại các đô thị nói chung và văn minh thương nghiệp nói riêng ở nước ta đã và đang được cải thiện rõ rệt cùng với sự phát triển của mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại.

Cả nước hiện có 868 siêu thị (tăng 6,89% so với năm 2015, năm 2015 cả nước có 812 siêu thị); 167 trung tâm thương mại (tăng 3,08 % so với năm 2015, năm 2015 cả nước có 162 TTTM); 37 trung tâm logistics (trong đó có 6 trung tâm logistics hạng I, 4 trung tâm logistics hạng II, 25 trung tâm logistics cấp tỉnh, 2 trung tâm logistics chưa phân hạng).

Theo điều tra của Nielsen Vietnam, tới tháng 06 năm 2016, cả nước có trên 1.500 cửa hàng tiện lợi, trong đó Vinmart+ có 825 cửa hàng, Shop&Go với 210 cửa hàng, Circle K có 178 cửa hàng, B’s Mart có 146 cửa hàng, Ministop có 58 cửa hàng... tập trung hầu hết ở Tp. Hồ Chí Minh và Tp. Hà Nội.

Về trung tâm hội chợ triển lãm: Hiện cả nước có 15 trung tâm hội chợ triển lãm tại 11 tỉnh với tổng diện tích là 892.778 m2. Tính trung bình một năm cả nước có từ 130-140 hội chợ, triển lãm được tổ chức tại 15 trung tâm này, tuy nhiên chỉ đáp ứng trên 40% số hội chợ, triển lãm được tổ chức hàng năm trên cả nước. Trong những năm gần đây, hoạt động của trung tâm hội chợ triển lãm thường được gắn với hoạt động xúc tiến thương mại và đã đạt được những kết quả đáng kể, qua đó, giới thiệu quảng bá các sản phẩm cho nhu cầu tiêu dùng của người Việt Nam. Mặc dù số lượng trung tâm hội chợ triển lãm tại Việt Nam còn ít và chủ yếu phần lớn được phân bố ở các thành phố lớn của cả nước, hoạt động xúc tiến thương mại được tổ chức tại các trung tâm hội chợ triển lãm đã trở thành một hoạt động không thể thiếu của các doanh nghiệp thuộc tất cả các thành phần kinh tế và mở rộng tới các tổ chức xã hội nghề nghiệp, các tổ chức

nước ngoài tại Việt Nam. Ngày càng có nhiều doanh nghiệp Việt Nam tham gia tích cực và có hiệu quả vào các hoạt động hội chợ triển lãm.

Hình thức tổ chức hội chợ triển lãm cũng rất đa dạng, từ các hội chợ tổng hợp (Việt Nam Expo, hội chợ hàng Việt Nam chất lượng cao do người tiêu dùng bình chọn…) đến các hội chợ chuyên ngành (hội chợ triển lãm cơ khí điện, điện tử, luyện kim, dược phẩm, nông nghiệp...). Thành phố Hồ Chí Minh và Hà Nội là hai địa phương tổ chức nhiều trung tâm hội chợ triển lãm nhất. Hiện tại, hoạt động của các trung tâm hội chợ triển lãm đã từng bước được triển khai theo hướng có trọng tâm, trọng điểm. Thông qua Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia đã hạn chế được tình trạng tổ chức hội chợ triển lãm tràn lan, dàn trải và đã thu hút nhiều doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia với quy mô ngày càng lớn, mang lại hiệu quả ngày càng cao.

Tuy mới hình thành và phát triển những năm gần đây nhưng hệ thống kinh doanh dịch vụ logistics đang dần trở thành các trung tâm dịch vụ nòng cốt trong lưu thông và phân phối hàng hóa, phục vụ đắc lực cho sản xuất, tiêu dùng hàng hóa trong nước và xuất nhập khẩu, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội chung của cả nước.

Đối với các hoạt động kinh doanh kho thương mại gắn liền với các phương thức kinh doanh, sản xuất và xuất nhập khẩu hàng hóa đã được chú trọng và phát triển từ những năm đầu trong quá trình đổi mới. Hiện nay, các hoạt động kinh doanh kho thương mại vẫn chủ yếu dựa vào các hệ thống hạ tầng thương mại sẵn có từ trước với quy mô nhỏ, phân tán và thiếu đồng bộ về cả quản lý và phương thức tổ chức kinh doanh. Hệ thống hạ tầng kinh doanh kho mang tính tập trung với quy mô tương đối lớn và tính đồng bộ cao, hiện tại mới đang trong giai đoạn hình thành và phát triển cùng với sự phát triển của các khu kinh tế trọng điểm, các khu đô thị, các khu công nghiệp và sự nhận thức thị trường đầy tiềm năng của các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Thị trường bán lẻ ngày càng gia tăng sự tham gia của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI)

Đến cuối năm 2016, Việt Nam có khoảng 170 cơ sở bán lẻ các loại hình có vốn FDI, trong đó: Khoảng 100 cơ sở bán lẻ FDI có quy mô từ 500 m2 trở lên thuộc loại hình siêu thị, trung tâm thương mại.

Các thương hiệu bán lẻ chính sau: MM Mega Market - Thái Lan (trước năm 2016 là Metro Cash & Carry – gốc Đức) (19); Big C - Hồng Kông, gốc Pháp chuyển nhượng cho nhà đầu tư Thái Lan từ tháng 5/2016 (33), trong đó có 2 cơ sở hoạt động theo phương thức nhượng quyền; Parkson – Malaysia (9); Lotte Mart (13); E-Mart (1), Takashimaya - Singapore, gốc Nhật Bản (01); Aeon - Nhật Bản (4), Robinson - Thái Lan (2); Co-op Xtra (Liên doanh giữa Saigon Co.op với Fairprice - Xin-ga-po) (2)... và 3 cơ sở hoạt động theo phương thức nhượng quyền thương hiệu.

Ngoài ra, có khoảng 670 cơ sở bán lẻ quy mô nhỏ thuộc loại hình cửa hàng tiện lợi và cửa hàng chuyên doanh (có pháp nhân là doanh nghiệp vốn trong

nước) mang nhãn hiệu nước ngoài thông qua hoạt động "Nhượng quyền thương mại" và/hoặc "Chuyển quyền sử dụng nhãn hiệu": như Circle K (190), Shop and Go (85), Ministop (60), FamilyMart (110), B-S Mart (150), Guardian (45)...

3. Một số cơ chế, chính sách về quản lý, điều tiết thị trường trong nước

Năm 2016, sự hình thành và vận động của thị trường tiếp tục chịu ảnh hưởng mạnh mẽ bởi các quy luật kinh tế của thị trường (quy luật giá trị, quy luật cung cầu và quy luật cạnh tranh). Chính phủ, các Bộ, ngành với vai trò điều tiết, theo dõi, giám sát đã triển khai thực hiện đồng bộ và hiệu quả nhiều giải pháp điều tiết thị trường về kiểm soát giá cả, đảm bảo cung cầu hàng hóa thiết yếu, quản lý cạnh tranh, cũng như hoàn thiện chính sách, hệ thống quy phạm pháp luật trong quản lý và điều hành thị trường năm 2016 có tác động trực tiếp đến thị trường và đời sống nhân dân, góp phần vào việc thực hiện mục tiêu tăng trưởng kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô.

Dưới đây là một số công tác quản lý, phối hợp điều tiết thị trường của các cơ quan quản lý nhà nước trong năm 2016:

3.1. Công tác điều tiết thị trường thông qua các chương trình dự trữ hàng hóa, bình ổn thị trường, kiểm soát giá cả

* Trong thời gian qua, các cơ chế chính sách chung về quản lý, điều hành thị trường, cân đối cung cầu và bình ổn thị trường được thực hiện thông qua các biện pháp chủ yếu như sau:

- *Theo dõi, giám sát biến động thị trường:* Việc theo dõi sát diễn biến cung cầu, giá cả các mặt hàng thiết yếu nhằm đánh giá, dự báo sát tình hình, đưa ra đề xuất kiến nghị cụ thể lên Chính phủ về các giải pháp điều tiết, can thiệp kịp thời, giúp bảo đảm cung cầu, bình ổn thị trường.

- *Các chính sách bảo đảm nguồn cung:* Thông qua việc xây dựng, triển khai các quy hoạch, chính sách thúc đẩy sản xuất của từng ngành nhằm bảo đảm năng lực sản xuất, nuôi dưỡng nguồn cung như đảm bảo diện tích gieo trồng đối với lúa gạo theo Nghị quyết số 63/NQ- CP về bảo đảm an ninh lương thực quốc gia, theo đó đến năm 2020 bảo vệ quỹ đất lúa 3,8 triệu ha để có sản lượng 41-43 triệu tấn lúa, đáp ứng tổng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu…. .; quy hoạch sản xuất và phân phối đối với một số ngành như thép, xi măng, phân bón, xăng dầu; chiến lược phát triển ngành như đối với chăn nuôi, đường....

- *Thông qua việc điều hành xuất nhập khẩu*: Chủ yếu là áp dụng các biện pháp hạn chế xuất khẩu hoặc khuyến khích nhập khẩu trong trường hợp thị trường trong nước thiếu nguồn cung (ví dụ phân bón). Khuyến khích xuất khẩu, hạn chế nhập khẩu trong trường hợp nguồn cung dư thừa (Đường, muối thông qua hạn ngạch thuế quan).

- *Thông qua dự trữ* (dự trữ lưu thông, dự trữ địa phương trong các dịp cao điểm): Đảm bảo dự trữ lưu thông theo quy định đối với một số mặt hàng thiết yếu (xăng dầu theo Nghị định số 83/2014/NĐ-CP; khí dầu mỏ hóa lỏng LPG theo Nghị định số 107/2009/NĐ-CP; Nghị định số 19/2016/NĐ-CP; lúa gạo theo

Nghị định số 109/2010/NĐ-CP....). Thu mua tạm trữ khi giá trên thị trường sụt giảm để bảo đảm duy trì sản xuất cho chu kỳ tiếp theo (gạo, muối).

- *Điều tiết cung cầu cục bộ:* Điều chuyển hàng hóa giữa các vùng miền thông qua việc chỉ đạo các doanh nghiệp (chủ yếu là doanh nghiệp nhà nước) điều hàng hóa đến các khu vực thiếu hàng, vùng gặp khó khăn về nguồn cung để bình ổn thị trường.

- *Thông qua chính sách tiền tệ (hỗ trợ lãi suất…):* Hỗ trợ lãi suất vốn vay mua tạm trữ đối với lúa gạo, muối. Hỗ trợ lãi suất vốn vay cho chăn nuôi trong giai đoạn khó khăn để người sản xuất yên tâm tái đàn, bảo đảm nguồn cung cho thị trường trong nước.

- *Thông qua biện pháp tuyên truyền để hạn chế yếu tố tâm lý gây xáo trộn thị trường:* Kịp thời thông tin về tình hình giá cả và các biện pháp điều tiết cân đối cung cầu để tạo tâm lý ổn định cho người dân, ngăn chặn các hành vi đầu cơ, găm hàng, gây xáo trộn thị trường.

- Thông qua các biện pháp khác nhằm lành mạnh hóa thị trường như tăng cường kiểm tra, kiểm soát về cạnh tranh, về thị trường...

* Về Chương trình bình ổn thị trường

Đây là Chương trình được hầu hết các địa phương trên cả nước triển khai trong những năm gần đây, đã góp phần phát triển hệ thống phân phối, giúp người dân tiếp cận được hàng hóa nội địa chất lượng bảo đảm, giá cả hợp lý, đặc biệt chú trọng cho các đối tượng có thu nhập thấp tại các khu công nghiệp và khu vực nông thôn. Bộ Công Thương cùng với các Bộ, ngành liên quan đã có những chỉ đạo, hướng dẫn Ủy ban nhân dân một số địa phương thực hiện việc can thiệp vào nguồn cung hàng hóa trên thị trường thông qua việc thực hiện Chương trình dự trữ hàng hóa bình ổn, đặc biệt trong các dịp lễ, tết hoặc các dịp nhu cầu tiêu dùng trên thị trường tăng cao để hạn chế những biến động đột biến, thiếu hụt, tăng giá trên thị trường. Bộ Công Thương đã ban hành Chỉ thị số 18/CT-BCT ngày 24 tháng 11 năm 2015 về việc thực hiện các giải pháp bảo đảm cân đối cung cầu, bình ổn thị trường cuối năm 2015 và dịp Tết Nguyên đán Bính Thân 2016; Chỉ thị số 12/CT-BCT ngày 1 tháng 11 năm 2016 của Bộ Công Thương về công tác đảm bảo cân đối cung cầu hàng hóa và bình ổn thị trường cuối năm 2016 và dịp Tết Nguyên đán Đinh Dậu.

Theo báo cáo sơ bộ của các địa phương, năm 2016, đã có 33/63 tỉnh, thành phố có kế hoạch hoặc đã triển khai Chương trình bình ổn thị trường giá cả các tháng cuối năm 2015 và Tết Nguyên đán Bính Thân năm 2016. Hầu hết các địa phương chủ trương thực hiện chương trình theo hướng kết nối doanh nghiệp với tổ chức tín dụng trên địa bàn hoặc hỗ trợ lãi suất vốn vay. Tổng giá trị hàng hóa được các doanh nghiệp chuẩn bị cho các tháng cuối năm 2015 và Tết Nguyên đán Bính Thân 2016 đạt 16.208,8 tỷ đồng, trong đó hàng bình ổn thị trường chiếm 6.863 tỷ đồng và nguồn cung hàng bình ổn chiếm từ 30- 40% thị phần.

* Dưới đây là công tác điều hành một số mặt hàng thiết yếu:

3.1.1. Nhóm nhiên liệu

- Mặt hàng xăng, dầu thành phẩm:

Trong năm 2016, mặt hàng xăng dầu tiếp tục được điều chỉnh theo Nghị định số 83/2014/NĐ-CP ngày 03 tháng 9 năm 2014 của Chính phủ về kinh doanh xăng dầu và một số Thông tư quy định chi tiết và hướng dẫn Nghị định số 83/2014/NĐ-CP như: Thông tư số 38/2014/TT-BCT ngày 24 tháng 10 năm 2014 của Bộ Công Thương quy định chi tiết một số điều của Nghị định số 83/2014/NĐ-CP, Thông tư liên tịch số 39/2014/TTLT-BCT-BTC ngày 29 tháng 10 năm 2014 của Bộ Công Thương và Bộ Tài chính quy định phương pháp tính giá cơ sở; cơ chế hình thành, quản lý, sử dụng Quỹ Bình ổn giá và điều hành giá xăng dầu theo quy định tại Nghị định số 83/2014/NĐ-CP.

Trong năm 2016, 24 văn bản điều hành xăng dầu đã được ban hành với số lần tăng, giảm cụ thể như sau:

Bảng 2: Số liệu về điều hành giá mặt hàng xăng dầu 2016

	Tăng (lần)	Giảm (lần)	Giữ ổn định (lần)	Tổng số văn bản
Xăng khoáng	12	9	2	24
DO	12	6	6	24
KO	10	6	8	24
FO	14	6	4	24
Giá bán lẻ, mức trích, mức sử dụng Quỹ BOG, thuế suất thuế nhập khẩu bình quân gia quyền các chủng loại xăng, dầu sau ngày 20/12/2016				
Các chủng loại xăng dầu	Giá bán trong nước kể từ 15h 20/12/2016 (đồng/lít,kg)	Quỹ BOG	(đồng/lít,kg)	Thuế suất nhập khẩu (%)
		Trích	Sử dụng	
Xăng RON 95	18.290	300	600	16,22
Xăng RON 92	17.590	300	600	16,22
Xăng E5	17.320	0	600	16,22

Năm 2016, chính sách, cơ chế của thị trường xăng dầu của Việt Nam đã quen với việc đối phó với giá dầu tăng, khác với cách xử lý, đối phó với giá dầu

thế giới giảm bất thường như tại thời điểm cuối năm 2014. Tuy nhiên, cơ chế của thị trường xăng dầu trong nước sẽ vẫn phải chịu sự tác động cả tích cực và tiêu cực khi diễn biến giá dầu thế giới bất thường.

- Mặt hàng khí dầu mỏ hóa lỏng:

+ Ngày 22 tháng 3 năm 2016, Chính phủ đã ban hành Nghị định số 19/2016/NĐ-CP về kinh doanh khí thay thế Nghị định số 107/2009/NĐ-CP ngày 26 tháng 11 năm 2009 về kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng. Nghị định mới có hiệu lực từ ngày 15 tháng 5 năm 2016 với mục tiêu mục tiêu tạo điều kiện cho các thành phần kinh tế kinh doanh mặt hàng khí trong môi trường cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng và minh bạch, đảm bảo lưu thông mặt hàng khí thông suốt từ đầu nguồn đến khâu bán lẻ gắn liền với các yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng, quy chuẩn về an toàn; đồng thời giúp các cơ quan quản lý nhà nước được cung cấp đồng bộ các công cụ và biện pháp quản lý, giúp tiết kiệm nhân lực, chi phí kiểm định, thẩm định hồ sơ và các chi phí hành chính khác. Những điểm mới chủ yếu của Nghị định số 19/2016/NĐ-CP về kinh doanh khí như sau:

Về điều kiện kinh doanh:

So với các quy định tại Nghị định số 107/2009/NĐ-CP, Nghị định số 19/2016/NĐ-CP điều chỉnh một số điều kiện:

(i) Số lượng chai LPG thuộc sở hữu của thương nhân với tổng dung tích chứa tối thiểu 3.930.000 lít (tương đương 150 nghìn chai LPG loại 12 kg, quy định trước đây là 300.000 chai LPG) đối với thương nhân xuất khẩu, nhập khẩu LPG (quy định tại Khoản 2 Điều 7); tổng dung tích chứa tối thiểu 2.620.000 lít (tương đương 100 nghìn chai LPG loại 12 kg, quy định trước đây là 300.000 chai LPG) đối với thương nhân phân phối LPG chai (quy định tại Khoản 2 Điều 9).

(ii) Tổng sức chứa các bồn LPG tối thiểu xuống còn 300 m3 (quy định trước đây là 800 m3) đối với thương nhân phân phối LPG chai (quy định tại Khoản 1 Điều 9).

Về hệ thống phân phối:

(i) Nhằm giảm thiểu tối đa tình trạng chiết nạp trái phép, chiếm dụng, cưa tai mài vỏ chai LPG làm mất an toàn, ảnh hưởng tới tính mạng người tiêu dùng, Nghị định số 19/2016/NĐ-CP quy định trạm nạp LPG vào chai phải thuộc sở hữu của thương nhân kinh doanh LPG đầu mối (quy định tại Khoản 2 Điều 7 và Khoản 2 Điều 9).

(ii) Bổ sung quy định điều kiện về tổng sức chứa các bồn LPG tối thiểu 100 m3 và sở hữu trạm cấp LPG (quy định tại Khoản 3 Điều 9) đối với loại hình thương nhân phân phối LPG kinh doanh qua đường ống, trong đó nhằm khuyến khích hoạt động cung cấp LPG tại các khu đô thị, toà nhà cao tầng.

(ii) Trước đây, Nghị định số 107/2009/NĐ-CP quy định Tổng đại lý được ký hợp đồng đại lý cho tối đa 3 thương nhân kinh doanh LPG đầu mối và đại lý được ký hợp đồng đại lý cho tối đa 3 thương nhân kinh doanh LPG đầu mối hoặc 3 tổng đại lý kinh doanh LPG. Để tăng cường sự gắn kết trong hệ thống

phân phối LPG, ràng buộc quyền lợi và nghĩa vụ giữa các thương nhân trong hệ thống, góp phần cạnh tranh lành mạnh, Nghị định số 19/2016/NĐ-CP quy định Tổng đại lý kinh doanh LPG được ký với 03 thương nhân đầu mối kinh doanh LPG; đại lý kinh doanh LPG được ký với 03 thương nhân đầu mối kinh doanh LPG hoặc 01 tổng đại lý (quy định tại Khoản 1 Điều 22 và Khoản 1 Điều 23).

Về công khai, minh bạch hoạt động kinh doanh khí:

Nghị định quy định riêng Điều 47 về công khai, minh bạch hoạt động kinh doanh khí. Trong đó, quy định Bộ Công Thương có trách nhiệm công bố thông tin trên trang thông tin điện tử của mình về danh sách thương nhân xuất khẩu, nhập khẩu khí; danh sách thương nhân phân phối khí. Thương nhân xuất khẩu, nhập khẩu khí và thương nhân phân phối khí có trách nhiệm tuân thủ các quy định của pháp luật về quản lý giá và công bố trên trang thông tin điện tử của thương nhân hoặc phương tiện thông tin đại chúng về giá bán lẻ trong hệ thống phân phối thương nhân quản lý; hệ thống phân phối thuộc thương nhân quản lý. Tổng đại lý/đại lý kinh doanh LPG có trách nhiệm thông báo giá bán lẻ tới Sở Tài chính và Sở Công Thương nơi có các cơ sở kinh doanh LPG hoạt động theo quy định pháp luật về giá.

Về thủ tục hành chính:

Nghị định số 107/2009/NĐ-CP chỉ quy định thủ tục cấp mới một số Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh LPG, không quy định trình tự, thủ tục cấp lại, điều chỉnh, gia hạn, thu hồi. Nghị định đã bổ sung một Chương quy định về trình tự, thẩm quyền cấp Giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh khí (Chương IV).

+ Năm 2016, giá LPG bán lẻ trong nước được điều chỉnh tăng 06 lần (với tổng mức tăng 57.000 đồng/bình 12kg), giảm 06 lần (với tổng mức giảm 73.000 đồng/bình 12kg) do giá nhập khẩu biến động theo từng tháng và điều chỉnh tỉ giá. So với tháng 12 năm 2015, giá bán lẻ LPG trong nước đã giảm khoảng 16.000 đồng/bình 12kg (tùy thương hiệu và đơn vị cung cấp). Lần điều chỉnh cuối cùng vào ngày 01 tháng 12 năm 2016, giá bán lẻ LPG giảm khoảng 2.500 đồng/bình 12kg. Giá bán lẻ gas trên thị trường thời điểm cuối năm 2016 ở mức 274.000 - 297.000 đồng/bình 12kg (tùy thương hiệu và đơn vị cung cấp).

3.1.2. Điện

Trong năm 2016, nhiều hoạt động đã được thực hiện bảo đảm cung ứng điện cho sản xuất, điện sinh hoạt cho người dân: Bộ Công Thương đã ban hành kế hoạch và các văn bản nhằm cung cấp điện và vận hành hệ thống điện bảo đảm cung ứng điện ổn định, an toàn, tin cậy trong các dịp Tết Dương lịch, Tết Nguyên đán Bính Thân năm 2016, Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XII và các sự kiện chính trị, văn hóa lớn trong năm 2016.

Trước tình hình khô hạn diễn biến phức tạp trên cả nước, đặc biệt là khu vực miền Trung - Tây Nguyên và Đông Nam Bộ, Bộ Công Thương đã chủ trì tổ chức họp với Ủy ban nhân dân các tỉnh Bình Phước, Kon Tum về việc điều tiết nước của các hồ chứa thủy điện trên các lưu vực sông Bé, sông Sê San để phòng

chống hạn cho hạ du và đáp ứng nhu cầu sử dụng nước cho sản xuất và đời sống sinh hoạt của người dân. Đồng thời, làm việc với Ủy ban nhân dân các tỉnh Quảng Nam, Kon Tum và Thành phố Đà Nẵng về phương án cung cấp nước cho hạ du các sông Sê san, Vu Gia - Thu Bồn trong mùa khô năm 2016 kết hợp với việc vận hành hiệu quả các công trình thủy điện.

Để đảm bảo vận hành an toàn hệ thống điện trong mùa mưa bão năm 2016, Bộ Công Thương đã yêu cầu EVN, PVN, TKV thực hiện các giải pháp đảm bảo cung ứng điện an toàn, tin cậy, ổn định trong các tháng mùa mưa năm 2016.

Về kết quả đạt được, tình hình cung ứng điện và vận hành hệ thống điện quốc gia năm 2016 được thực hiện cơ bản ổn định, đảm bảo đáp ứng đủ điện cho nhu cầu thiết yếu của đời sống nhân dân và sản xuất, kinh doanh, đặc biệt đã không thực hiện điều hoà, tiết giảm điện trên phạm vi cả nước. Đây là kết quả của việc triển khai hiệu quả công tác chuẩn bị, phối hợp đồng bộ giữa cơ quan quản lý nhà nước, các đơn vị ngành điện trong việc cung ứng điện và vận hành hệ thống điện quốc gia.

Về việc cung cấp thông tin ban hành và điều chỉnh giá điện, năm 2016, giá bán điện tiếp tục được thực hiện theo quy định tại Quyết định số 2256/QĐ-BCT ngày 12 tháng 3 năm 2015 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về giá bán điện và Thông tư số 16/2014/TT-BCT ngày 29 tháng 5 năm 2014 của Bộ Công Thương quy định về thực hiện giá bán điện.

3.1.3. Phân đạm; phân NPK

Theo Bộ Công Thương, nhu cầu tiêu thụ trong nước năm 2016 khoảng 11 triệu tấn phân bón các loại, trong đó, phân bón vô cơ chiếm khoảng 90% nhu cầu, phân hữu cơ và phân bón khác chiếm phần còn lại.

Về năng lực sản xuất, đáp ứng được gần 80% nhu cầu tổng; phân đạm urea cung vượt cầu khoảng 400.000 tấn, phân lân, phân hỗn hợp NPK cơ bản đáp ứng, DAP đáp ứng 65% nhu cầu. Phân kali và SA hiện nay chưa sản xuất được do không có lợi thế về nguyên liệu, phải nhập khẩu hoàn toàn.

Hiện cả nước có khoảng 800 doanh nghiệp sản xuất phân bón vô cơ, phân bón hữu cơ, các đơn vị sản xuất phân bón quy mô lớn thuộc Tập đoàn Hoá chất Việt Nam, Tập đoàn Dầu khí Việt Nam và một số doanh nghiệp vốn đầu tư nước ngoài (Phân bón Việt Nhật, Ba Con Cò...). Doanh nghiệp tư nhân chiếm đa số trong các doanh nghiệp sản xuất phân bón, ngoại trừ một số cơ sở được đầu tư khá bài bản, hầu hết đều nhỏ lẻ, mức đầu tư thấp, sản xuất theo mùa vụ, công nghệ đơn giản, một số doanh nghiệp không đáp ứng yêu cầu về điều kiện sản xuất phân bón như trang thiết bị, nhà xưởng, phòng thử nghiệm phân tích chất lượng, yêu cầu về phòng cháy chữa cháy, an toàn, môi trường.

Về công nghệ sản xuất, đa số các doanh nghiệp sản xuất phân đơn (đạm urea, DAP, Super lân, Lân nung chảy...) là các doanh nghiệp lớn, điều kiện sản xuất đảm bảo dựa trên công nghệ tiên tiến, có chiến lược phát triển thương hiệu rõ ràng, đáp ứng yêu cầu về kiểm soát chất lượng ra thị trường. Các loại phân

hỗn hợp như NPK, trung lượng, vi lượng, phân bón lá các loại, hầu hết được sản xuất với trang thiết bị đơn giản, phối trộn cơ học giữa các thành phần dinh dưỡng để tạo thành sản phẩm. Một số đơn vị sử dụng công nghệ tiên tiến để sản xuất phân hỗn hợp như Công ty phân bón Việt Nhật, Công ty Ba con cò, Công ty cổ phần Phân bón và Dịch vụ tổng hợp Bình Định, Công ty TNHH Một thành viên On Oanh, Công ty cổ phần phân bón Bình Điền, Công ty Tiến Nông Thanh Hóa và sắp tới là Công ty CP Đạm Phú Mỹ, Công ty Phân bón Cà Mau... Xu hướng sản xuất phân hỗn hợp NPK từ phản ứng hóa học, tạo hạt bằng tháp cao đang được nhiều doanh nghiệp quan tâm.

Về phân bố địa lý, khu vực phía Nam chiếm khoảng 70% số lượng doanh nghiệp sản xuất và tiêu thụ cả nước, tập trung tại một số tỉnh Long An, Cần Thơ, Tiền Giang, An Giang và thành phố Hồ Chí Minh.

Về hoạt động kinh doanh, hiện nay cả nước có hàng ngàn cơ sở kinh doanh lớn, nhỏ. Phân phối phân bón ở Việt Nam chủ yếu dựa trên hệ thống đại lý và chuỗi cửa hàng. Có một số ít doanh nghiệp có thể vừa sản xuất vừa phân phối hàng hóa tới tay người tiêu dùng.

Công tác quản lý phân bón tập trung vào hai phương diện: Một là, quản lý hoạt động đầu tư, định hướng phát triển ngành đảm bảo đáp ứng được nhu cầu trong nước, sử dụng hiệu quả các nguồn tài nguyên, nâng cao giá trị tăng thêm và sức cạnh tranh của sản phẩm; Hai là, quản lý sản xuất, kinh doanh, chất lượng phân bón nhằm phát triển thị trường phân bón lành mạnh, đảm bảo chất lượng phân bón phục vụ cho sản xuất nông nghiệp.

3.1.4. Sữa dành cho trẻ em dưới 06 tuổi

Theo Cục Quản lý giá (Bộ Tài chính), tính từ thời điểm mặt hàng sữa cho trẻ em dưới 6 tuổi vào danh mục Bình ổn giá, từ ngày 01 tháng 6 năm 2014 đến ngày 23 tháng 9 năm 2016, đã có 888 sản phẩm sữa dành cho trẻ em dưới 6 tuổi được công bố giá tối đa, giá đăng ký, kê khai giá trên Cổng Thông tin điện tử của Bộ Tài chính và sở tài chính các địa phương. Cũng theo Cục Quản lý giá, giá bán lẻ các sản phẩm sữa dành cho trẻ em dưới 6 tuổi giảm khoảng từ 0,1-34%, tùy từng loại, so với thời điểm trước khi Nhà nước áp dụng biện pháp bình ổn.

Theo quy định tại Nghị định số 149/2016/NĐ-CP ngày 11 tháng 11 năm 2016 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 177/2013/NĐ-CP ngày 14 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định chi tiết và hướng dẫn thi hành một số điều của Luật Giá, công tác quản lý giá sữa dành cho trẻ em dưới 6 tuổi được chuyển giao cho Bộ Công Thương chủ trì thực hiện từ ngày 01 tháng 01 năm 2017. Theo đó, kể từ đầu năm 2017, Bộ Công Thương sẽ thay thế Bộ Tài chính tiếp nhận, rà soát biểu mẫu đăng ký giá với thực phẩm chức năng dành cho trẻ em dưới 6 tuổi, trong đó có mặt hàng sữa.

Trong thời gian tới, Bộ Công Thương dự kiến ban hành Thông tư quy định về đăng ký giá, kê khai giá sữa và thực phẩm chức năng dành cho trẻ em dưới 6 tuổi với khá nhiều sự đổi mới, hướng tới việc tôn trọng quyền tự định giá của doanh nghiệp đối với hàng hóa của mình và chịu trách nhiệm đối với mức

kê khai theo đúng chế độ hạch toán kế toán hiện hành; đồng thời đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng.

3.1.5. Đường ăn, bao gồm đường trắng và đường tinh luyện

Năm 2016, Việt Nam có khoảng 300.000 ha mía, sản lượng 5,4 triệu tấn (mặc dù sản lượng không lớn nhưng có vai trò quan trọng tới an ninh lương thực); có hơn 40 nhà máy sản xuất mía đường. Theo thông tin từ Hiệp hội Mía đường Việt Nam cho biết, niên vụ 2015/2016 cả nước sản xuất được 1.237.300 tấn đường, giảm 180.500 tấn (12,73%) so với vụ trước do tác động của khô hạn và xâm nhập mặn.

Trong nửa đầu năm 2016, giá đường có xu hướng tăng trên thị trường thế giới và trong nước, nguồn cung trong nước bị thiếu hụt do sản lượng sản xuất giảm. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã phối hợp với Bộ Công Thương thống nhất trình Chính phủ đề xuất cho phép nhập khẩu thêm 200.000 tấn đường theo hạn ngạch thuế quan nhằm bình ổn giá đường, giảm áp lực tăng giá đường trong nước (Văn bản số 212/BCT-XNK ngày 18 tháng 5 năm 2016). Tại Nghị quyết phiên họp thường kỳ tháng 5 năm 2016, Chính phủ đã cho phép trước mắt bổ sung hạn ngạch thuế quan nhập khẩu 100.000 tấn đường để ổn định thị trường, đồng thời lưu ý bảo vệ và phát triển sản xuất đường trong nước.

Ngày 25 tháng 7 năm 2016, Bộ Công Thương đã ban hành Quyết định số 3084/QĐ-HĐGHNNKĐ về việc ban hành Quy chế đấu giá thí điểm hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đường năm 2016. Theo đó, Quy chế này quy định việc tổ chức thực hiện đấu giá quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đường năm 2016. Tài sản bán đấu giá là quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu 85.000 tấn đường năm 2016 (HS 1701), gồm: Quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu 40.000 tấn đường thô; Quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu 45.000 tấn đường tinh luyện. Quy chế này áp dụng đối với cơ quan quản lý nhà nước trong công tác tổ chức đấu giá hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đường năm 2016, các thương nhân tham gia đấu giá quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đường, các tổ chức, cá nhân khác có liên quan đến việc đấu giá quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đường.

Ngày 07 tháng 9 năm 2016, Bộ Công Thương đã tổ chức Phiên đấu giá quyền sử dụng hạn ngạch thuế quan nhập khẩu đường năm 2016 với sự tham dự của đại diện nhiều Bộ, ngành, Hiệp hội và lãnh đạo một số đơn vị thuộc Bộ Công Thương. Phiên đấu giá tổ chức thí điểm này được đánh giá là chuẩn bị chu đáo, công khai và minh bạch; tạo sự công bằng cho tất cả các thương nhân đang hoạt động sản xuất, kinh doanh trong lĩnh vực có liên quan đến mặt hàng đường, giúp giảm dần tình trạng xin - cho qua hình thức phân bổ hạn ngạch.

Về cơ chế, chính sách quản lý mặt hàng đường, trong năm 2016, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đang xây dựng dự thảo Nghị định sản xuất và kinh doanh mía đường, dự kiến Chính phủ ban hành trong năm 2017.

3.1.6. Muối ăn

Tính đến ngày 20 tháng 11 năm 2016, diện tích sản xuất muối cả nước năm

2016 ước đạt 14.712 ha. Trong đó: Diện tích sản xuất muối thủ công đạt 10.319 ha; diện tích sản xuất muối công nghiệp đạt 4.313 ha. Sản lượng muối 11 tháng đầu năm 2016 đạt 1.306.933 tấn, giảm 10,6% so với cùng kỳ 2015. Trong đó: muối sản xuất thủ công đạt 945.833 tấn; muối sản xuất công nghiệp đạt 361.101 tấn. Lượng muối tồn trong diêm dân và các doanh nghiệp sản xuất, chế biến khoảng 613.300 tấn, tăng 19,5% so với cùng kỳ 2015. Sản lượng muối năm 2016 đạt gần 1,4 triệu tấn. Thực hiện Kế hoạch hành động tái cơ cấu ngành muối (tại Quyết định số 1492/QĐ-BNN-CB ngày 04 tháng 05 năm 2015 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn), các địa phương tiếp tục triển khai ứng dụng tiến bộ khoa học công nghệ vào sản xuất muối. Diện tích áp dụng tiến bộ kỹ thuật mới đạt 5.095 ha, chiếm gần 34% diện tích sản xuất (trong đó muối sạch đạt 3.702 ha)

Từ thời điểm đầu năm đến giữa năm 2016, giá muối có xu hướng giảm theo quy luật, nguyên nhân là do thời tiết khô hạn, thuận lợi cho sản xuất muối nên sản lượng muối làm ra nhiều, tác động làm giá muối thấp, ảnh hưởng đến đời sống của diêm dân. Theo Cục Chế biến, Thương mại nông lâm thủy sản và Nghề muối (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn), giá muối rất thấp chỉ 200-300 đồng/kg, trong lúc đó giá thành sản xuất đã là 400-500 đồng/kg. Đồng thời, lượng muối hàng hóa còn khoảng 800.000 tấn, lượng muối trong dân còn tồn 400.000 tấn, dẫn đến diêm dân rất khó khăn trong khâu tiêu thụ.

Để bình ổn thị trường trong nước, tại Nghị quyết số 49/NQ-CP ngày 07 tháng 6 năm 2016 về Phiên họp Chính phủ thường kỳ tháng 5/2016, Chính phủ đã giao Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xây dựng phương án tạm trữ muối để hỗ trợ diêm dân tiêu thụ sản phẩm. Ngày 16 tháng 6 năm 2016, Văn phòng Chính phủ đã có văn bản số 4867/VPCP-KTTH về việc thu mua tạm trữ muối năm 2016. Theo đó, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chỉ đạo Tổng công ty Lương thực miền Bắc thực hiện nhiệm vụ mua muối tạm trữ cho diêm dân, ưu tiên mua tạm trữ tại các địa phương có lượng muối tồn đọng lớn. Đến ngày 25 tháng 11 năm 2016, tổng lượng muối mua tạm trữ cho dân là: 105.220 tấn (trong đó kết quả mua tạm trữ muối theo nhiệm vụ Thủ tướng Chính phủ giao là 33.520 tấn; kết quả mua tạm trữ muối theo chính sách của thành phố Hồ Chí Minh là 71.700 tấn).

Đến nay, các cơ quan quản lý nhà nước đã ban hành một số chính sách phát triển muối như Nghị định số 55/2015/NĐ-CP ngày 09 tháng 06 năm 2015 về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp; Quyết định số 4513/QĐ-BNN-CB ngày 21 tháng 10 năm 2014 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về việc phê duyệt quy hoạch phát triển sản xuất muối đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030; Quyết định số 1492/QĐ-BNN-CB ngày 04 tháng 05 năm 2015 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về kế hoạch hành động tái cơ cấu ngành muối theo hướng nâng cao giá trị gia tăng...

Trong năm 2016, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã triển khai xây dựng dự thảo Nghị định về quản lý sản xuất, kinh doanh muối và đã có Tờ trình Chính phủ xem xét, ban hành Nghi định (Tờ trình số 3047/TTr-BNN-CB ngày 15 tháng 4 năm 2016). Trong năm 2017, Chính phủ dự kiến ban hành Nghị

định nêu trên, trong đó nội dung quản lý nhà nước về muối dự kiến gồm: Xây dựng, tổ chức thực hiện quy hoạch và các chính sách phát triển sản xuất, chế biến, kinh doanh muối; Ban hành, tuyên truyền, phổ biến và tổ chức thực hiện các văn bản pháp luật về sản xuất, chế biến, kinh doanh muối; Xây dựng, tổ chức thực hiện các tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật quốc gia đối với các sản phẩm muối; Tổ chức điều tiết cung cầu, xuất khẩu, nhập khẩu, quản lý chất lượng muối, dự trữ quốc gia muối, bình ổn giá muối ăn và các biện pháp khác theo quy định của pháp luật; Kiểm tra, thanh tra việc thực hiện các quy định của pháp luật về sản xuất, chế biến, kinh doanh muối, xử lý các hành vi vi phạm pháp luật về sản xuất, chế biến, kinh doanh muối theo quy định pháp luật. Đồng thời, cơ sở sản xuất, chế biến, kinh doanh muối được hưởng các ưu đãi về thuế theo quy định của pháp luật về thuế hiện hành; Bộ Công Thương phối hợp với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn điều tiết lưu thông muối trong từng thời kỳ bảo đảm cân đối cung cầu và bình ổn thị trường muối.

3.1.7. Thóc, gạo tẻ thường

Giá lúa gạo tẻ thường tương đối ổn định trong 2 tháng đầu năm 2016. Trong tháng 3 năm 2016, giá thu mua lúa gạo tăng mạnh tại khu vực đồng bằng sông Cửu Long và tiếp tục tăng nhẹ trong tháng 4/2016 do hạn mặn tại Đồng bằng sông Cửu Long đã làm giảm nguồn cung và các thương lái tăng thu gom để thực hiện các hợp đồng xuất khẩu gạo đã ký. Từ nửa cuối tháng 5 đến tháng 6 năm 2016, giá lúa gạo giảm nhẹ do đang là thời điểm thu hoạch lúa Hè Thu đồng thời nhu cầu tiêu thụ yếu tại các quốc gia nhập khẩu gạo và thông tin Thái Lan xả kho gạo dự trữ.

Ngày 14 tháng 01 năm 2016 tại Công văn số 631/BTC-QLG, Bộ Tài chính đã công bố giá mua lúa định hướng vụ Đông Xuân 2015-2016 tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long; Theo đó, mức giá thành sản xuất lúa khoảng từ 2.802 - 4.044 đồng/kg, mức giá bình quân sản xuất lúa khoảng 3.449 đồng/kg.

Ngày 15 tháng 6 năm 2016 tại Công văn số 8151/BTC-QLG, Bộ Tài chính đã công bố giá mua lúa định hướng vụ Hè Thu 2016 tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long: Theo đó, mức giá thành sản xuất lúa kế hoạch vụ Hè Thu 2016 tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long khoảng từ 2.715-4.488 đồng/kg, mức giá thành sản xuất lúa kế hoạch vụ Hè Thu 2016 bình quân tại các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long khoảng 3.840 đồng/kg. Căn cứ mức giá thành sản xuất lúa, các đơn vị tổ chức thu mua lúa bảo đảm mức lãi cho người nông dân.

3.2. Công tác điều tiết thị trường thông qua các hoạt động kết nối cung-cầu

Năm 2016, công tác điều tiết thị trường thông qua các hoạt động kết nối cung cầu hàng hóa được tăng cường đẩy mạnh giữa nhà sản xuất, chế biến với nhà phân phối để xây dựng chuỗi cung ứng ổn định, gắn kết lâu dài trong việc tạo nguồn hàng, đặc biệt là các mặt hàng nông sản đặc sản của từng địa phương. Kết quả bước đầu cho thấy doanh nghiệp tham gia ngày càng nhiều, số hợp đồng ký kết ngày càng tăng, lượng nông sản được tiêu thụ ngày càng được nâng lên; nhiều doanh nghiệp sản xuất đã chắp nối được với các kênh phân phối truyền

thống và hiện đại để đưa các sản phẩm công nghiệp nông thôn do doanh nghiệp sản xuất vào hệ thống phân phối... Những hoạt động cụ thể đã được triển khai thực hiện và cho thấy kết quả tích cực:

- Để chủ động tìm thị trường tiêu thụ ổn định và bền vững cho quả vải, là loại nông sản có sản lượng lớn, sản xuất tập trung, có tính mùa vụ cao tại một số tỉnh phía Bắc (Bắc Giang, Hải Dương), Hội nghị Xúc tiến thương mại tiêu thụ vải quả và nông sản tỉnh Hải Dương năm 2016 đã được tổ chức ngày 28 tháng 4 năm 2016; tỉnh Bắc Giang tổ chức Hội nghị bàn các giải pháp tháo gỡ khó khăn, xúc tiến thương mại tiêu thụ vải thiều năm 2016 ngày 17 tháng 5 năm 2016; các tỉnh Lào Cai, Bắc Giang, Hải Dương, Hưng Yên đã triển khai Hội nghị tiếp xúc với các doanh nghiệp Trung Quốc nhập khẩu vải thiều tươi từ Việt Nam sang Trung Quốc tại tỉnh Lào Cai ngày 27 tháng 5 năm 2016; thành phố Hà Nội và UBND tỉnh Bắc giang tổ chức tuần lễ vải thiều Lục Ngạn - Bắc Giang tại Thủ đô vào cuối tháng 6 năm 2016; UBND các tỉnh Bắc Giang, Hải Dương và thành phố Hồ Chí Minh tổ chức Hội nghị xúc tiến tiêu thụ vải thiều tại thành phố Hồ Chí Minh diễn ra vào ngày 20 tháng 6 năm 2016.

Ngoài ra, các cơ quan, bộ, ngành đã tổ chức hội nghị xúc tiến tiêu thụ thanh long tại tỉnh Bình Thuận trong tháng 11 năm 2016. Theo đó: 12 Sở Công Thương (3 tỉnh có sản lượng thanh long lớn nhất: Bình Thuận, Long An, Tiền Giang) ký kết biên bản thỏa thuận hợp tác hỗ trợ tiêu thụ thanh long với 9 Sở Công Thương (trong đó có thành phố Hồ Chí Minh, một số tỉnh biên giới có cửa khẩu xuất khẩu thanh long: Hà Giang, Lào Cai); 7 doanh nghiệp phân phối lớn (Coopmart; Lotte; Haprro; Auchan, Chợ Bình Điền, Chợ Thủ Đức, Công ty Quản lý hội chợ triển lãm và các chợ Đà Nẵng) đã ký kết thỏa thuận hợp tác tiêu thụ thanh long với 33 doanh nghiệp, hợp tác xã, cơ sở sản xuất, chế biến thanh long trên địa bàn tỉnh Bình Thuận, Long An và Tiền Giang. Đặc biệt, Công ty hữu hạn Thiên Nguyên Trung Quốc đã ký Hợp đồng tiêu thụ thanh long với Công ty Cổ phần thương mại Bình Thuận với số lượng là 200 ngàn tấn/năm (chiếm gần 50% sản lượng thanh long của tỉnh Bình Thuận).

Đồng thời, để sản xuất, tiêu thụ nông lâm, thủy sản theo hướng bền vững trong thời gian tới, ngày 09 tháng 11 năm 2016, Bộ Công Thương và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã tổ chức Lễ ký kết Bản ghi nhớ về tăng cường phối hợp công tác thúc đẩy sản xuất, tiêu thụ nông, lâm, thủy sản giai đoạn 2016 – 2020, cụ thể trong các lĩnh vực sau: Phát triển sản xuất theo hướng nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng đáp ứng yêu cầu của thị trường; trao đổi thông tin, tháo gỡ rào cản phi thuế quan, mở cửa thị trường, xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu; quản lý thị trường, chống buôn lậu, sản xuất hàng giả đối với vật tư nông nghiệp và hàng nông, lâm, thủy sản; đẩy mạnh cơ giới hóa, điện khí hóa nông nghiệp nông thôn; thu hút đầu tư vào lĩnh vực chế biến nông, lâm, thủy sản, tăng cường quản lý và phát triển làng nghề; quản lý Nhà nước và thống nhất chỉ đạo các địa phương.

Trong tháng 8 năm 2016, Hiệp hội Nữ doanh nhân Việt Nam đã tổ chức "Hội thảo – Triển lãm – Truyền thông kết nối hàng Việt với hệ thống siêu thị và

các kênh phân phối khác" tại thành phố Hồ Chí Minh với mục tiêu hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam tiêu thụ sản phẩm trong hệ thống các siêu thị, kênh phân phối Lotte, AEON, Coopmart, Metro Cash & Cary, Bic C, Á Châu (Diary Farm), Satra (Tổng công ty thương mại Sài Gòn) và các kênh phân phối khác. Tại Hội thảo, các nhà phân phối đã ký kết hơn 40 hợp đồng hợp tác với nhiều hàng hóa, sản phẩm mới.

Chương trình Kết nối cung - cầu hàng hóa tại Thành phố Hồ Chí Minh (tổ chức tháng 11 năm 2016): có 28 tỉnh thành tham gia với hơn 1.000 doanh nghiệp và ký kết được khoảng trên 400 hợp đồng. Từ hiệu quả của Chương trình đã giúp cho người sản xuất, người nông dân tìm được đầu ra ổn định; nhiều sản phẩm đặc sản của các tỉnh, thành, các vùng miền đã được đưa vào hệ thống Trung tâm thương mại, siêu thị, chợ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành. Nhiều doanh nghiệp tỉnh, thành đã không ngừng tăng sản lượng cung ứng và trở thành nhà cung cấp chiến lược, thực hiện nhãn hàng riêng cho nhiều hệ thống phân phối thành phố Hồ Chí Minh như Công ty cổ phần Xuất nhập khẩu Thủy sản An Giang, Công ty cổ phần Thực phẩm Bích Chi (Đồng Tháp), Bánh Pía Tân Huê Viên (Sóc Trăng), Công ty TNHH Đông Á Kẹo dừa Bến Tre, Hợp tác xã rau Anh Đào (Lâm Đồng)... Thông qua Chương trình, nhiều mặt hàng đã được các doanh nghiệp phân phối thành phố Hồ Chí Minh không chỉ phân phối và tiêu thụ tại thị trường nội địa mà còn chọn lựa để xuất khẩu ra nước ngoài như Tổng Công ty Thương mại Sài gòn (Satra), Liên hiệp Hợp tác xã Thương thành phố Hồ Chí Minh (Saigon Co.op) và thông qua các doanh nghiệp FDI như Metro, BigC An Lạc, Lotte…

Hội nghị kết nối cung - cầu hàng hóa giữa thành phố Hà Nội và các tỉnh, thành phố năm 2016 tại Hà Nội trong tháng 12 năm 2016 đã được tổ chức vào tháng 12 năm 2016 với gần 350 đại biểu tới tham dự, trong đó cơ quan quản lý nhà nước: doanh nghiệp sản xuất, chế biến: gần 200 doanh nghiệp; 12 doanh nghiệp phân phối (Lotte, Aeon, Central Group (Bic C), Coopmart, Haprro, Fivimart...) đến từ 49 tỉnh, thành phố trên địa bàn cả nước. Tại hội nghị đã có gần 30 nhà phân phối đã ký biên bản kết nối với 265 doanh nghiệp, nhà sản xuất, hợp tác xã, trung tâm xúc tiến thương mại các tỉnh với trị giá tiêu thụ hàng hóa của các tỉnh về địa bàn Hà Nội trong dịp Tết và năm 2017 dự kiến đạt trên 17.000 tỷ đồng và tiêu thụ hàng hóa của Hà Nội về các tỉnh đạt trên 6.500 tỷ đồng.

Có thể nhận thấy, sự đồng hành của cơ quan quản lý nhà nước với địa phương, doanh nghiệp trong công tác kết nối cung - cầu hàng hóa có vai trò rất quan trọng trong công tác điều tiết thị trường trong nước.

3.3. Công tác điều tiết thị trường thông qua quản lý cạnh tranh

Với vai trò điều tiết, quản lý cạnh tranh, nhà nước cần có những biện pháp quản lý cạnh tranh lành mạnh và công bằng, đảm bảo sự vận hành hiệu quả của cơ chế thị trường, tạo lập môi trường thuận lợi cho phát triển kinh tế, cụ thể hơn là cần xây dựng và hoàn thiện các chính sách và hành lang pháp lý phù hợp trong việc quản lý cạnh tranh.

Sau hơn 10 năm thực thi Luật Cạnh tranh, năm 2016, tại kỳ họp thứ 1, Quốc hội khóa XIV đã chính thức thông qua việc sửa đổi Luật Cạnh tranh trong bối cảnh tình hình kinh tế Việt Nam nói riêng và thế giới nói chung dần bước vào giai đoạn phục hồi, hoạt động cạnh tranh trên thị trường cũng dần trở nên sôi nổi hơn nhưng cũng ẩn chứa nhiều nguy cơ phát sinh các hành vi phản cạnh tranh, đặc biệt trong lĩnh vực thương mại. Việc sửa đổi Luật Cạnh tranh theo hướng tiệm cận với quy định pháp luật quốc tế nói chung và phù hợp với quá trình hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay là yêu cầu rất cấp thiết.

Năm 2016, cơ quan quản lý nhà nước đã điều tra tiền tố tụng một số hoạt động có hành vi vi phạm quy định của Luật cạnh tranh trên thị trường. Dưới đây là bảng thống kê hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị xử lý:

Bảng 3: Bảng thống kê hành vi cạnh tranh không lành mạnh bị xử lý

Các loại hành vi cạnh tranh không lành mạnh	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Quảng cáo nhằm cạnh tranh không lành mạnh	5	20	33	37	2	6	18	15
Khuyến mại nhằm cạnh tranh không lành mạnh	2	2	-	-	-	-	-	-
Gây rối hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp khác	-	-	-	1	-	-	-	-
Gièm pha doanh nghiệp khác	4	1	2	-	-	-	-	-
Chỉ dẫn gây nhầm lẫn	-	1	-	-	-	1	1	-
Bán hàng đa cấp bất chính	3	4	1	3	1	-	4	5
Tổng cộng	**14**	**28**	**36**	**41**	**3**	**7**	**23**	**20**

(Nguồn: Báo cáo thường niên 2016 của Cục Quản lý cạnh tranh, Bộ Công Thương)

3.4. Công tác điều tiết thị trường thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại

Chương trình xúc tiến thương mại thị trường trong nước là khâu đột phá góp phần kích cầu tiêu dùng trong cả nước, trong đó các hoạt động đưa hàng Việt về nông thôn, hội chợ nông sản, sản phẩm làng nghề phía Nam và phía Bắc, hội nghị về giải pháp để tiêu thụ hàng nông sản... là những nội dung trọng tâm của Chương trình. Nối tiếp thành công của Chương trình xúc tiến thương mại thị

trường trong nước từ năm 2009, Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia với tiêu chí nhằm tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại, phát triển thị trường trong nước, thương mại miền núi, biên giới và hải đảo, trong đó có nội dung thúc đẩy hoạt động tiêu thụ hàng Việt về nông thôn, tổ chức các hội chợ nông sản vùng, miền...

Năm 2016, để tiếp tục triển khai hiệu quả Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia[2], Bộ Công Thương đã phê duyệt 182 đề án với tổng kinh phí phê duyệt là 90 tỷ đồng. Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia năm 2016 đã có nhiều hoạt động xúc tiến thương mại thiết thực và khả thi như phát triển thị trường, mặt hàng xuất khẩu, thông tin thương mại trong nước và quốc tế, xúc tiến thương mại của các vùng kinh tế, đặc biệt các hoạt động xúc tiến thương mại phát triển thị trường nội địa nhằm tạo lập kênh phân phối hàng hóa ở nông thôn, miền núi, biên giới, các địa phương còn khó khăn.

Các hoạt động phân phối hàng Việt đến khu vực miền núi, biên giới, vùng sâu, vùng xa góp phần tích cực giúp doanh nghiệp thuộc mọi thành phần kinh tế, hợp tác xã tiếp cận người tiêu dùng tại thị trường trong nước, quảng bá tới người tiêu dùng những sản phẩm tốt, mẫu mã đa dạng phong phú, giá cả hợp lý. Bên cạnh đó, Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia cũng góp phần tác động trực tiếp đến các doanh nghiệp, đặc biệt là các doanh nghiệp trong lĩnh vực nông, thủy sản, thực phẩm chế biến để tháo gỡ những khó khăn cho doanh nghiệp, tìm kiếm thị trường cũng như phát triển thị trường trong nước. Đến nay, các hoạt động xúc tiến thương mại quốc gia năm 2016 đã hỗ trợ khoảng 6.500 lượt doanh nghiệp tham gia hưởng lợi. Tổng giá trị hợp đồng và giao dịch trực tiếp tại các sự kiện xúc tiến thương mại đạt trên 354 triệu đô la và khoảng 890 tỷ đồng; thu hút gần 2 triệu lượt khách tham quan, trong đó có hơn 100.000 lượt khách giao dịch thương mại.

Triển khai Đề án Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" giai đoạn 2014 – 2020 đã được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt theo Quyết định số 634/QĐ-TTg ngày 29 tháng 4 năm 2014, trong năm 2016, Ban Chỉ đạo liên ngành (Thường trực là Bộ Công Thương) thực hiện Đề án đã phê duyệt 73 dự án, nhiệm vụ thực hiện Đề án với kinh phí hỗ trợ từ ngân sách nhà nước là 12 tỷ đồng. Trong đó, Đề án chủ yếu sẽ được tập trung triển khai thực hiện: *(i) Nhóm chương trình hỗ trợ nhằm thay đổi tích cực về nhận thức và hành vi của cộng đồng; (ii) Nhóm chương trình hỗ trợ phát triển hệ thống phân phối hàng Việt Nam cố định và bền vững: (iii) Nhóm chương trình hỗ trợ nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp Việt Nam và hàng Việt Nam.*

[2] Quyết định số 72/2010/QĐ-TTg ngày 15 tháng 11 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành Quy chế xây dựng, quản lý và thực hiện Chương trình xúc tiến thương mại quốc gia.

4. Một số sự kiện kinh tế đáng lưu ý diễn ra trong năm 2016

- *Chính phủ ban hành Nghị quyết số 19-2016/NQ-CP ngày 28 tháng 4 năm 2016 về những nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu cải thiện môi trường kinh doanh, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia hai năm 2016 - 2017, định hướng đến năm 2020*: Việt Nam phấn đấu các chỉ tiêu về môi trường kinh doanh đạt tối thiểu bằng trung bình của nhóm nước ASEAN 4; đến năm 2017 đạt mức trung bình của nhóm nước ASEAN 4 trên một số chỉ tiêu về năng lực cạnh tranh thuộc nhóm chỉ số nâng cao hiệu quả (theo đánh giá của Diễn đàn kinh tế thế giới); mục tiêu đến năm 2020, môi trường kinh doanh và năng lực cạnh tranh đạt mức trung bình của các nước ASEAN 3 trên một số chỉ tiêu theo thông lệ quốc tế.

- *Số doanh nghiệp mới nhiều kỷ lục:* Năm 2016 là năm được Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc chọn là năm quốc gia khởi nghiệp khi làn sóng doanh nghiệp mới thành lập nhiều chưa từng có. Số liệu của Bộ Kế hoạch và Đầu tư cho thấy có khoảng 110.000 doanh nghiệp mới thành lập, so với con số năm 2015 là hơn 94.700. Các tổ chức kinh doanh gia nhập thị trường trong không khí khởi nghiệp sôi động bởi cam kết của lãnh đạo đất nước về một Chính phủ "kiến tạo, phục vụ doanh nghiệp". Việt Nam cũng tăng 9 bậc về môi trường kinh doanh trong năm 2016 theo đánh giá của Ngân hàng Thế giới nhờ cải thiện thủ tục thành lập doanh nghiệp, nộp thuế, tiếp cận điện năng…

- *Hiệp định thương mại xuyên Thái Bình Dương (TPP) không được thông qua:* Hiệp định TPP được kỳ vọng với mong muốn đẩy mạnh tăng trưởng xuất khẩu và thay đổi cơ cấu thị trường xuất nhập khẩu theo hướng cân bằng hơn. Theo tính toán, TPP thông qua sẽ giúp GDP Việt Nam tăng thêm 23,5 tỷ USD vào năm 2020 và 33,5 tỷ USD vào năm 2025; xuất khẩu sẽ tăng thêm được 68 tỷ USD vào năm 2025. Tham gia vào TPP sẽ tạo điều kiện để Việt Nam hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường, cơ cấu lại nền kinh tế và chuyển đổi mô hình tăng trưởng; Thu hút được dòng FDI với giá trị lớn hơn và công nghệ cao hơn… Sau khi ông Donald Trump trúng cử Tổng thống Mỹ, ngày 20 tháng 01 năm 2017, văn bản đầu tiên Tổng thống Donald Trump ký tại Nhà Trắng là chấm dứt Hiệp định TPP. Tuy nhiên, trong kỳ họp Quốc hội đầu năm 2017, Thủ tướng Chính phủ Nguyễn Xuân Phúc cùng nhiều lãnh đạo các bộ ngành đều khẳng định dù không có TPP Việt Nam vẫn hội nhập sâu rộng, phát triển mạnh mẽ.

- *Xuất siêu 2,8 tỷ USD, dự trữ ngoại hối tăng mạnh, đạt 40 tỷ USD:* Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, cả năm 2016, thương mại hàng hóa của Việt Nam xuất siêu 2,68 tỷ USD, ngược lại với xu hướng nhập siêu lên tới 3,55 tỷ USD của năm 2015. Cụ thể, trong năm 2016, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hoá của Việt Nam đạt 349,2 tỷ USD, tăng 6,6% so với năm 2015; trong đó tổng kim ngạch xuất khẩu đạt 175,94 tỷ USD, tăng 8,6% và tổng kim ngạch nhập khẩu đạt 173,26 tỷ USD, tăng 4,6%. Thặng dư thương mại góp phần đưa dự trữ ngoại hối nhà nước của Việt Nam tăng lên tới 40 tỷ USD, là mức cao kỷ lục từ trước đến nay.

- *Sự cố gây Formosa xả thải gây ô nhiễm biển miền Trung:* Tháng 4 năm 2016, hàng loạt cá chết dọc bờ biển miền Trung đã đánh dấu một thảm họa ô nhiễm môi trường chưa từng có tại Việt Nam. Lần đầu tiên cả hệ thống chính trị vào cuộc để tìm ra nguyên nhân gây ra sự cố cá chết hàng loạt trên 200km bờ biển từ Hà Tĩnh vào đến Thừa Thiên Huế. Việc vi phạm gây hậu quả nặng nề đối với sản xuất và đời sống người dân, ước tính có khoảng 50.000 người bị ảnh hưởng trực tiếp và 176.334 người phụ thuộc. Lãnh đạo Formosa đã cúi đầu nhận lỗi và đưa ra con số bồi thường 500 triệu USD. Vụ việc Formosa cũng làm dấy lên mối tương quan giữa việc phát triển kinh tế và bảo vệ môi trường. Theo đó, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã khẳng định đến lúc buộc phải thay đổi tư duy phát triển, không đánh đổi môi trường lấy kinh tế, gây ảnh hưởng đến cuộc sống người dân.

- *Một số sự kiện đáng lưu ý khác:*

Tình hình buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả trong năm 2016 càng diễn biến phức tạp và tinh vi trên phạm vi cả nước và trong nhiều lĩnh vực của nền kinh tế. Bên cạnh đó, tình hình vi phạm an toàn thực phẩm vẫn diễn biến phức tạp, gây nhiều bức xúc trong nhân dân, Tuy nhiên, các cơ quan quản lý nhà nước từ Trung ương đã xác định công tác phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả đang là yêu cầu cấp bách. Đồng thời, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc đã chỉ đạo: Để bảo đảm an toàn thực phẩm đòi hỏi phải có sự vào cuộc của cả hệ thống chính trị. Làm rõ trách nhiệm của các chủ thể, nhất là trách nhiệm của người sản xuất, trách nhiệm của người đứng đầu các địa phương… Xác định rõ trách nhiệm giám sát của các cấp, ngành, cơ quan dân cử để tạo ra sự chuyển biến đồng bộ trong bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm. Đặc biệt, vấn nạn buôn lậu, gian lận thương mại, hàng giả, hàng hóa vi phạm an toàn thực phẩm đã được người tiêu dùng nhận ra tính nghiêm trọng của hiện tượng này, các cơ quan báo chí, truyền thông đấu tranh quyết liệt hơn, phản ánh kịp thời hơn.

Phần thứ hai: Xu hướng phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2017 và những năm tiếp theo trong điều kiện thực thi các cam kết quốc tế

I. Bối cảnh chung

Trong những năm gần đây, kinh tế thế giới đã dần đi vào ổn định, tuy nhiên, bối cảnh chung không hoàn toàn thuận lợi. Triển vọng kinh tế toàn cầu nhìn chung vẫn ảm đạm, các nền kinh tế chủ chốt tiếp tục xu hướng tăng trưởng thấp và đối mặt với nhiều rủi ro, bất ổn. Lo ngại về nợ công, sự thiếu ổn định của thị trường tài chính toàn cầu, bất ổn địa chính trị tại một số khu vực trên thế giới... vẫn được coi là các nhân tố chính gây ảnh hưởng tới thị trường thế giới trong thời gian tới. Theo dự báo của Quỹ Tiền tệ thế giới IMF, kinh tế thế giới có thể phục hồi từ nay tới năm 2025, tuy nhiên mức tăng trưởng còn chậm. Mặc dù trong bối cảnh phức tạp của môi trường kinh tế toàn cầu, kinh tế Việt Nam năm 2016 vẫn có những điểm sáng trong điều hành chính sách, cải cách hành chính, kiềm chế lạm phát và ổn định kinh tế vĩ mô. Những yếu tố này sẽ làm nền tảng cho sự phục hồi của nền kinh tế Việt Nam trong năm 2017.

1. Tình hình quốc tế

Những thuận lợi:

- Theo hầu hết các dự báo của các tổ chức và chuyên gia có trách nhiệm và uy tín trên thế giới, năm 2017, tăng trưởng GDP toàn cầu sẽ cao hơn năm 2016 từ 0,3 - 0,5%. Theo Ngân hàng thế giới (WB), tăng trưởng thế giới sẽ đạt 3,5% năm 2017, so với mức 2,9% năm 2016. Quỹ Tiền tệ thế giới IMF cũng dự báo kinh tế toàn cầu tăng trưởng 3,5%. Còn Tổ chức Hợp tác và Phát triển kinh tế (OECD) thì dự báo GDP toàn cầu năm 2017 sẽ tăng lên 3,3% và 3,6% năm 2018.

Đầu tàu tăng trưởng của thế giới trong năm 2017 được dự báo sẽ vẫn là Mỹ với mức tăng GDP khoảng 2,1%. Đối với Anh, IMF dự báo tăng trưởng 1,7%. Khu vực dùng đồng euro được dự báo tăng trưởng 1,9% (trước đó dự báo tăng 1,7%). Trong đó, Tây Ban Nha được dự báo sẽ tăng trưởng 3,1% trong năm 2017 (dự báo trước đó là 2,6%). Ý được dự báo tăng trưởng năm 2017 là 1,3% (trước đó là 0,8%). Đồng thời, Trung Quốc cũng được IMF dự báo mức tăng trưởng là 6,7% (dự báo trước đó là 6,6%).

- Theo dự báo của Cơ quan năng lượng Hoa Kỳ (EIA), giá dầu thô WTI năm 2017 sẽ tăng hơn 10% so với năm 2016, dao động quan mức 50 USD/thùng (cao hơn mức 48,67 USD/thùng của năm 2016). Với mức giá trên, ngành dầu khí có điều kiện tăng sản lượng khai thác dầu thô và ngành khai khoáng sẽ tăng trưởng dương trong năm 2017.

- Giá nông sản cũng được Ngân hàng Thế giới dự báo sẽ tăng 1,4% trong năm 2017, giá tăng sẽ giúp ngành nông nghiệp giảm bớt khó khăn.

- Cuộc Cách mạng Công nghiệp 4.0 được chọn làm chủ đề của Diễn đàn Kinh tế Thế giới tại Davos, Thụy Sĩ dự kiến diễn ra vào đầu năm 2017. Đây là cuộc cách mạng với sự tích hợp các ngành công nghệ cao như công nghệ vật

liệu mới, công nghệ gen, công nghệ thông tin... Các ngành công nghệ cao hướng tới tạo ra các sản phẩm có tính năng vượt trội như Robot, trí tuệ nhân tạo, công nghệ trực tuyến, tự động hóa... sẽ có tác động sâu sắc đến các lĩnh vực của đời sống xã hội của các quốc gia. Giới phân tích đánh giá xu hướng cách mạng nói trên sẽ tác động lên mọi khía cạnh của nền kinh tế, đồng thời đang và sẽ vẽ lại bản đồ kinh tế thế giới, với sự suy giảm quyền lực của các quốc gia phát triển chủ yếu vào khai thác tài nguyên và sự đi lên của các nước dựa vào công nghệ - sáng tạo.

Những khó khăn và thách thức:

Các liên kết kinh tế song phương, khu vực và đa phương tiếp tục mở rộng và là nhân tố quan trọng thúc đẩy kinh tế, thương mại toàn cầu. Tuy nhiên việc chậm phê chuẩn hoặc thiếu đột phá trong đàm phán các FTA thế hệ mới có thể ảnh hưởng đến đà tăng trưởng chung của thế giới.

Xu hướng bảo hộ và trả đũa thương mại giữa các nền kinh tế lớn vẫn diễn ra khá phức tạp cùng với sự gia tăng của làn sóng chống toàn cầu hóa cũng phần nào gây bất lợi cho tăng trưởng toàn cầu.

Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) đã được thành lập kể từ cuối năm 2015, AEC ra đời là một bước ngoặt đánh dấu sự hội nhập khu vực một cách toàn diện của các nền kinh tế Đông Nam Á và từ năm 2016 AEC đặt ra nhiều cơ hội và thách thức đối với kinh tế Việt Nam.

AEC được thành lập sẽ mang lại nhiều lợi ích cho các doanh nghiệp khu vực ASEAN nói chung và các doanh nghiệp Việt Nam nói riêng. Đây là một môi trường kinh tế ổn định, thịnh vượng, có khả năng cạnh tranh cao. Các doanh nghiệp sẽ được bình đẳng như nhau, có cơ hội mở rộng trao đổi thương mại ở một thị trường rộng lớn và nhiều tiềm năng thu hút đầu tư dựa trên lợi thế không gian của một thị trường mở. Các rào cản thuế quan, phi thuế quan được tháo gỡ bằng cách hầu hết các mặt hàng nhập khẩu trong nội khối ASEAN sẽ được hưởng ưu đãi thuế quan, môi trường đầu tư thuận lợi sẽ giúp các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu, cắt giảm chi phí nhập khẩu, hạ giá thành sản phẩm. Ngoài ra, các doanh nghiệp còn có cơ hội tiếp cận thị trường rộng lớn hơn với các đối tác như Trung Quốc, Nhật, Hàn Quốc, Ấn Độ, Australia, New Zealand thông qua các hiệp định thương mại tự do riêng giữa ASEAN với các đối tác kinh tế lớn cũng như nỗ lực xây dựng Hiệp định đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), từ đó doanh nghiệp Việt Nam có thể tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng khu vực. Từ năm 2016, hầu hết các mặt hàng nhập khẩu trong nội khối ASEAN được hưởng ưu đãi thuế quan 0% thông qua các FTA+1 giữa ASEAN với các đối tác. Các mặt hàng xuất khẩu của VN cũng được hưởng ưu đãi thuế quan 0% khi xuất khẩu sang các thị trường Trung Quốc, Nhật, Hàn Quốc, Ấn Độ, Australia và New Zealand. Môi trường đầu tư thuận lợi sẽ đẩy mạnh dòng FDI từ các đối tác vào ASEAN trong đó có Việt Nam.

Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi có được các doanh nghiệp Việt Nam cũng sẽ phải đối mặt với thách thức không nhỏ. Trong đó có thể kể đến là sức ép từ hàng hóa nhập khẩu, cạnh tranh về dịch vụ đầu tư của các nước ASEAN dẫn

đến một số ngành, một số sản phẩm phải thu hẹp sản xuất, thậm chí rút khỏi thị trường. Điều đáng chú ý là thuế quan của nhiều mặt hàng được cắt giảm nhưng hàng rào kỹ thuật trong thương mại có thể bị biến thành các rào cản thương mại, Trong đó, quy tắc xuất xứ có vai trò đặc biệt quan trọng. Quy tắc xuất xứ yêu cầu ít nhất 40% hàm lượng sản phẩm làm ra phải xuất xứ từ khu vực ASEAN thì mới được hưởng thuế suất 0%, nếu nhập quá nhiều nguyên liệu từ ngoài khu vực thì thuế suất 0% cũng trở nên vô nghĩa. Một số trường hợp quy tắc xuất xứ trở thành một biện pháp kỹ thuật thay cho thuế quan. Khi Việt Nam tham gia AEC thì thách thức và khó khăn đối với các doanh nghiệp khá lớn, bởi khi đó mức độ cạnh tranh về hàng tiêu dùng, dịch vụ, thu hút đầu tư sẽ ngày càng tăng cao, lợi thế cạnh tranh về sản xuất giá rẻ cũng sẽ giảm đi.

2. Tình hình trong nước

Những thuận lợi:

- *Việt Nam sẽ vẫn tiếp tục thuộc nhóm có tốc độ tăng GDP cao hàng đầu khu vực và gấp đôi mức tăng trưởng chung toàn thế giới:* Động lực tăng trưởng chung của nền kinh tế được hội tụ và lan tỏa từ đà tăng trưởng tốt của công nghiệp chế biến, chế tạo và dịch vụ; sự hồi phục của ngành nông nghiệp, nhờ tăng ứng dụng công nghệ cao và nhiều kết quả nghiên cứu khoa học, giống mới, quy trình công nghệ, tiến bộ kỹ thuật mới được chuyển giao, góp phần giảm chi phí đầu tư, tăng lợi nhuận và cải thiện hiệu quả kinh tế trong sản xuất nông nghiệp, nhờ đó, Việt Nam thuộc tiếp tục trụ hạng trong nhóm các nước xuất khẩu hàng đầu thế giới về tôm, cá tra, càphê, hạt điều, hạt tiêu và gạo. (nhờ lợi thế tự nhiên là chủ yếu chứ chưa phải chủ yếu là áp dụng công nghệ mới.Về cơ bản, nền nông nghiệp Việt Nam vẫn là nền nông nghiệp sản xuất nhỏ, công nghệ lạc hậu, giá trị sản xuất/ha thấp, chất lượng kém.

- *Các cân đối vĩ mô sẽ vẫn được bảo đảm:* Dự trữ ngoại tệ được bảo tồn. Lòng tin của nhà đầu tư trong và ngoài nước tiếp tục được phục hồi và củng cố, nhờ tiếp tục các cải cách thể chế, cải thiện môi trường đầu tư, tạo xung lực mới cho khu vực tư nhân trở thành động lực chính của năm 2017 và thời gian tới, cũng như nhờ giá năng lượng và nông sản thế giới dự báo phục hồi cùng với sự gia tăng tổng cầu tiêu dùng; tổng nguồn vốn cung ứng cho nền kinh tế.

- *Môi trường đầu tư kinh doanh cải thiện, thúc đẩy tăng trưởng dài hạn:* Từ năm 2016, được khuyến khích bởi những cải thiện về môi trường đầu tư kinh doanh, tỷ lệ đầu tư tư nhân so với GDP tiếp tục tăng lên mức 12,9%, từ mức 12,6% năm 2015 và 11,9% năm 2014. Đầu tư tư nhân đang là động lực quan trọng đối với tăng trưởng tiềm năng (tăng trưởng dài hạn), giúp tăng trưởng tiềm năng duy trì đà cải thiện kể từ năm 2013. Sang năm 2017, tăng trưởng tiềm năng dự báo sẽ tiếp tục tăng lên mức 6,4% trong năm 2017, so với mức 6,2% trong năm 2016. Cộng với những cải thiện trong ngắn hạn của ngành nông nghiệp và khai khoáng nêu trên, tăng trưởng năm 2017 có khả năng đạt mức 6,4%.

Những khó khăn và thách thức:

Nhìn chung, trong bối cảnh nền kinh tế thế giới vẫn chưa thoát ra khỏi cuộc khủng hoảng và vẫn còn nguy cơ xảy ra cuộc khủng hoảng nợ trên phạm vi toàn cầu. Bản đồ kinh tế, chính trị thế giới và khu vực cũng đang có nhiều thay đổi. Bối cảnh kinh tế trong nước cũng đang nổi lên một số vấn đề như:

- *Nợ công ở mức cao, gây áp lực đối với mục tiêu ổn định kinh tế vĩ mô:* Mặc dù giá dầu thô được dự báo cải thiện, (nhiều dự báo dầu thô cũng chỉ ở mức 45-50 USD/thùng và không hơn. nhưng thu ngân sách nhà nước trong năm 2017 vẫn khó khăn do thực hiện cam kết quốc tế về cắt giảm thuế nhập khẩu và thuế thu nhập doanh nghiệp theo lộ trình. Trong khi đó, chi ngân sách tăng so với năm 2016 để khắc phục hậu quả của thiên tai, hạn hán. Nợ công dự kiến tiếp tục tăng lên 65,8% GDP trong năm 2017 (so với 62,2% GDP trong năm 2015 và 65,3% GDP trong năm 2016), trong khi đó, khả năng huy động vốn cho ngân sách sẽ không còn thuận lợi như trong năm 2016.

- *Nợ xấu chưa được xử lý triệt để, cản trở mục tiêu giảm lãi suất cho doanh nghiệp:* Năm 2016, chất lượng tín dụng của hệ thống ngân hàng có sự cải thiện: Tỷ lệ nợ xấu bình quân toàn hệ thống theo báo cáo giảm từ 2,9% trong năm 2015 xuống 2,8% trong năm 2016. (thực tế đã công bố mới đây cao hơn nhiều)Tuy nhiên, việc xử lý nợ xấu và tái cơ cấu tại một số ngân hàng yếu kém diễn ra chậm và chưa triệt để, sẽ tiếp tục cản trở mục tiêu giảm lãi suất trong năm 2017. Theo báo cáo của Ủy ban Giám sát tài chính quốc gia trong số nợ xấu bán cho Công ty Quản lý tài sản của các tổ chức tín dụng Việt Nam (VAMC), chỉ mới xử lý được khoảng 38 nghìn tỷ đồng, tương đương 15% và chiếm 4,3% tổng dư nợ tín dụng.

- *Sức mua trên thị trường chưa có dấu hiệu khởi sắc:* Biểu hiện rõ nhất là tại các siêu thị, cửa hàng chuyên doanh đã thực hiện nhiều biện pháp giảm giá bán, nhiều doanh nghiệp buộc phải khởi động các chương trình khuyến mãi, giảm giá sâu hơn để kích cầu tiêu dùng. Tuy nhiên, do ảnh hưởng của thu nhập của người dân chưa cao nên sức mua chưa được cải thiện nhiều.

II. Xem xét các cam kết quốc tế mới có hiệu lực và sắp có hiệu lực thực thi trong lĩnh vực phân phối, đầu tư

Năm 2016 tiếp tục thực hiện quá trình hội nhập sâu sắc và toàn diện của Việt Nam với việc thực hiện các cam kết trong các hiệp định thương mại song phương và đa phương đã ký kết, đồng thời chuẩn bị tham gia vào nhiều hiệp định kinh tế - thương mại quan trọng khác đang trong quá trình đàm phán và đi đến giai đoạn kết thúc.

Đối với các hiệp định FTA: Năm 2016 nối tiếp của năm 2015 là năm mà thời hạn mở cửa một lượng lớn hàng hóa của nhiều FTA khác mà Việt Nam đã ký, trong đó phải kể tới việc Việt Nam sẽ hoàn tất việc loại bỏ hoàn toàn tới 90% số dòng thuế cho hàng hóa nhập khẩu từ các nước ASEAN. Như vậy, sẽ có tới xấp xỉ 9.000 loại hàng hóa từ các nước ASEAN không phải chịu thuế nhập khẩu vào Việt Nam. Bên cạnh đó, năm 2016 đã đánh dấu những bước chuyển quan trọng của Việt Nam trong việc tiếp tục thực hiện sâu hơn các cam kết tại các FTA khác đã ký kết trước đây, đặc biệt là WTO, ASEAN +..., theo đó hàng

nghìn dòng thuế đối với các chủng loại hàng hóa từ các nước đối tác lớn khác như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Úc, New Zealand... cũng sẽ tự do vào Việt Nam có thuế suất thuế nhập khẩu bằng 0% và hàng nghìn loại hàng hóa khác vào với mức thuế thấp hơn thời gian trước. Như vậy, có thể thấy rằng hiệu ứng cộng gộp từ lộ trình mở cửa 2015 từ các FTA này sẽ là không nhỏ đối với thị trường hàng hóa trong nước. Trong đó cần lưu ý tới xu hướng đi kèm với sự mở rộng luồng hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam là các kế hoạch mở rộng hệ thống các kênh phân phối hàng hóa đó trên thị trường Việt Nam.

Bên cạnh đó, các Hiệp định Thương mại song phương và đa phương được ký kết trong năm 2016 với sự góp mặt của các quốc gia lớn như EU, Bắc Âu, Mỹ, Nhật Bản... đã góp phần tạo nên một năm hội nhập về kinh tế sôi động của Việt Nam như: Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA), Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Hiệp hội mậu dịch tự do châu Âu (EFTA), Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP).

Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA) là một FTA thế hệ mới giữa Việt Nam và 28 nước thành viên EU. EVFTA, cùng với Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP), là hai FTA có phạm vi cam kết rộng và mức độ cam kết cao nhất của Việt Nam từ trước tới nay.

Ngày 1 tháng 12 năm 2015, EVFTA đã chính thức kết thúc đàm phán và đến ngày 1 tháng 2 năm 2016 văn bản hiệp định đã được công bố. Hiện tại, hai bên đang tiến hành rà soát lại văn bản hiệp định và lên kế hoạch ký kết hiệp định trong năm 2016. Dự kiến EVFTA sẽ có hiệu lực từ năm 2018.

Hiệp định Đối tác Xuyên Thái Bình Dương (TPP) bao gồm 12 nước thành viên là Hoa Kỳ, Canada, Mexico, Peru, Chile, New Zealand, Australia, Nhật Bản, Singapore, Brunei, Malaysia và Việt Nam. TPP là một Hiệp định thương mại tự do (FTA) thế hệ mới với phạm vi cam kết rộng (bao gồm cả các nội dung thương mại trực tiếp và cả những nội dung tuy không phải là thương mại trực tiếp nhưng có liên quan đến thương mại như thương mại và môi trường, thương mại và lao động) và mức độ cam kết rất cao (được đánh giá là FTA có mức độ cam kết cao nhất từ trước tới nay của Việt Nam). Ngày 04 tháng 02 năm 2016, TPP đã được ký kết chính thức, hiện tại các nước thành viên đang tiến hành các thủ tục nội bộ để thông qua Hiệp định. Dự kiến TPP sẽ có hiệu lực từ năm 2018. Tuy nhiên, sau khi trở thành Tổng thống Hoa Kỳ, ông Donald Trump đã tuyên bố rút khỏi TPP. Hiện TPP-11 (không có Hoa Kỳ) đang được tích cực thúc đẩy.

Với quá trình hội nhập tích cực và cam kết mạnh mẽ trong việc tạo lập môi trường đầu tư thông thoáng, thuận lợi và bình đẳng cho các nhà đầu tư nước ngoài, cũng như không ngừng cải thiện khuôn khổ luật pháp, thể chế phục vụ các hoạt động đầu tư kinh doanh, Việt Nam tiếp tục tạo được niềm tin và là điểm đến tin cậy, hấp dẫn đối với các nhà đầu tư nước ngoài.

Đánh giá chung

Với xu thế chuyển dịch đầu tư trên thế giới, Việt Nam cũng được đánh giá là đang dần chiếm vị trí trở thành "điểm nóng" ở châu Á trong thu hút các nhà

đầu tư nước ngoài, đặc biệt là ở các lĩnh vực sản xuất. Trong khi nền kinh tế Trung Quốc đang tăng trưởng chậm lại và chi phí lao động ngày càng đắt đỏ thì Việt Nam ngày càng trở thành một điểm đến hấp dẫn cho các nhà đầu tư nước ngoài. Cũng nhờ đó, Việt Nam sẽ có thể cạnh tranh tốt hơn trong chuỗi giá trị toàn cầu.

Theo đánh giá của nhiều quĩ đầu tư và tập đoàn lớn trên thế giới, Việt Nam đang tiếp tục là một địa chỉ thu hút mạnh mẽ các nhà đầu tư bởi các yếu tố của nền kinh tế đang ở trạng thái tốt và môi trường đầu tư không ngừng được cải thiện. Và với sự hấp dẫn của thị trường Việt Nam, dòng vốn đầu tư nước ngoài đang chảy mạnh vào nền kinh tế này, đặc biệt là với sự tham gia của ngày càng nhiều tập đoàn hàng đầu thế giới như Samsung, Intel, Honda, LG, Microsoft, Canon... Cùng với làn sóng FDI vào Việt Nam trong những năm qua, hàng trăm tập đoàn xuyên quốc gia lớn trên thế giới đã lựa chọn Việt Nam là điểm đến đầu tư dài hạn. Nhiều tập đoàn đã quyết định xây dựng tại Việt Nam các tổ hợp công nghệ lớn, được xem là các cứ điểm sản xuất và phân phối quan trọng trên bản đồ kinh doanh toàn cầu của họ.

Hiện nay, phạm vi đối tác FTA của Việt Nam đã khá rộng và toàn diện, trong 3 - 5 năm tới sẽ chạm đến các dấu mốc quan trọng của nhiều Hiệp định và dần tiến đến tự do hóa thuế quan hầu hết các mặt hàng nhập khẩu với các đối tác thương mại chính. Ngoài ra, việc ký kết 2 Hiệp định và tuyên bố kết thúc 2 Hiệp định quan trọng TPP và Việt Nam - EU sẽ tác động đáng kể đến nền kinh tế của Việt Nam trong giai đoạn tới. Cụ thể:

Đối với xuất, nhập khẩu: Quá trình thực hiện các cam kết cắt giảm thuế quan trong hội nhập kinh tế quốc tế, hoàn thiện hệ thống quản lý hải quan theo tiêu chuẩn quốc tế và cắt giảm hàng rào thuế quan đã tạo ra tác động tích cực đến hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam.

Cơ hội lớn nhất là mở rộng thị trường nhờ cắt giảm thuế và dỡ bỏ rào cản thương mại để tham gia sâu hơn vào chuỗi sản xuất và cung ứng toàn cầu. Nếu như năm 2007, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam là 111,3 tỷ USD (trong đó xuất khẩu là 48,5 tỷ USD và nhập khẩu là 62,7 tỷ USD), thì tới năm 2015 tổng kim ngạch xuất nhập khẩu của Việt Nam đã tăng khoảng 3 lần đạt 328 tỷ USD (trong đó nhập khẩu là 165,6 tỷ USD và xuất khẩu là 162,4 tỷ USD).

Trong đó, các đối tác FTA của Việt Nam đều là các đối tác thương mại quan trọng, thể hiện ở giá trị thương mại lớn và tỉ trọng cao trên tổng số liệu thương mại với thế giới của Việt Nam hàng năm. Thương mại của Việt Nam với các đối tác đã và đang đàm phán luôn chiếm trên 80% tổng kim ngạch thương mại của Việt Nam.

Trong thời gian tới, khi các cam kết FTA bước vào giai đoạn cắt giảm sâu, đặc biệt các FTA với Hoa Kỳ, EU có hiệu lực sẽ thúc đẩy xuất khẩu mạnh hơn, đem đến nhiều cơ hội mở rộng thị trường cho hàng hóa của Việt Nam đồng thời giúp đa dạng hóa thị trường nhập khẩu, tránh phụ thuộc vào các thị trường nguyên liệu truyền thống.

Đối với chuyển dịch cơ cấu sản xuất hàng xuất khẩu: Hội nhập kinh tế quốc tế đã thúc đẩy tái cấu trúc nền kinh tế, đặc biệt là chuyển dịch cơ cấu sản xuất hàng hóa xuất khẩu theo hướng tích cực, phù hợp với chủ trương công nghiệp hóa theo hướng hiện đại, theo đó tập trung nhiều hơn vào các mặt hàng chế biến, chế tạo có giá trị và hàm lượng công nghệ và giá trị gia tăng cao hơn.

Năm 2016, tỷ trọng xuất khẩu các nhóm hàng sản phẩm dệt may, giày dép, nông sản có xu hướng giảm xuống trong khi đó tỷ trọng của các nhóm sản phẩm như máy vi tính, linh kiện điện tử, điện thoại tăng lên, chiếm tới 27,7% tổng giá trị kim ngạch hàng hóa xuất khẩu.

Đối với thu hút FDI: Cùng với việc cải thiện môi trường đầu tư, hội nhập kinh tế quốc tế đã và sẽ mở ra các cơ hội lớn đối với lĩnh vực đầu tư của Việt Nam. Tiến hành đầu tư tại Việt Nam, các nhà đầu tư có thể tiếp cận và hưởng ưu đãi thuế quan từ các thị trường lớn mà Việt Nam đã ký kết FTA như khu vực ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, Ấn Độ...

Bên cạnh đó, việc thực hiện các cam kết trong các Hiệp định thế hệ mới như TPP, EVFTA (dỡ bỏ các biện pháp hạn chế đầu tư và dịch vụ, bảo hộ đầu tư công bằng, không phân biệt đối xử, mở cửa thị trường mua sắm Chính phủ, dịch vụ tài chính…) sẽ khiến cho môi trường đầu tư của Việt Nam trở nên thông thoáng hơn, minh bạch hơn, thuận lợi hơn từ đó sẽ thu hút được nhiều vốn đầu tư hơn nữa.

Theo số liệu từ Cục Đầu tư nước ngoài (Bộ Kế hoạch và Đầu tư), tính chung trong 12 tháng năm 2016, tổng vốn đăng ký cấp mới và tăng thêm là 22,757 tỷ USD, tăng 12,5% so với cùng kỳ năm 2015.

III. Nhận định về những tác động chính từ các cam kết quốc tế của Việt Nam tới xu hướng phát triển của thương mại trong nước thời gian tới

1. Xu hướng mua bán, sáp nhập

- Hoạt động đầu tư các năm trở lại đây thông qua hình thức mua bán sáp nhập (M&A) được báo chí nhắc đến nhiều là một số thương vụ mua lại doanh nghiệp Việt Nam hoạt động trong lĩnh vực phân phối, như: thương vụ bán lại hoặc chuyển nhượng một phần cổ phần cho nhà đầu tư Thái Lan (có Metro, Big C, Điện máy Nguyễn Kim); thương vụ chuyển nhượng một phần cổ phần cho nhà đầu tư Nhật Bản (có Điện máy Trần Anh, Citimart và Fivimart).... Các vụ liên quan đến doanh nghiệp trong nước mua lại doanh nghiệp trong nước có Vingroup mua lại chuỗi siêu thị của Ocean Mart, Vinatexmart và Maximark.

- Hoạt động M&A trong lĩnh vực phân phối hàng hóa liên quan đến đầu tư nước ngoài, gồm các loại sau: (i) Doanh nghiệp FDI hoạt động trong lĩnh vực phân phối bán lại cho nhà đầu tư nước ngoài (như Metro, Big C Việt Nam). (ii) Các thương vụ chuyển nhượng cổ phần của doanh nghiệp bán lẻ vốn trong nước cho nhà đầu tư nước ngoài, như: Điện máy Nguyễn Kim chuyển nhượng 49% cổ phần cho một Central Group (Thái Lan); Điện máy Trần Anh chuyển nhượng gần 31% cổ phần cho Nojima (Nhật Bản), Citimart chuyển nhượng 49% cổ phần và Fivimart chuyển nhượng 30% cổ phần cho Aeon Nhật Bản, trong đó đều là

chuyển nhượng dưới 51% cổ phần và quyền quyết định vẫn là của doanh nghiệp trong nước... Nhìn chung, ngoài thương vụ có quy mô tương đối lớn (với việc thay đổi nhà đầu tư nước ngoài là Metro và Big C (ước chiếm khoảng 1,07% trong Tổng mức bán lẻ 3.187 nghìn tỷ đồng năm 2015, trong đó: Big C khoảng 19 nghìn tỷ đồng, Metro khoảng 15 nghìn tỷ đồng), các vụ chuyển nhượng còn lại cho đến nay là không đáng kể về cả quy mô vốn góp và số lượng cơ sở bán lẻ. Tuy nhiên, đến nay chưa có các khảo sát thực tế, các nghiên cứu để có thể đưa ra những đánh giá một cách toàn diện, thực chất về tác động của hoạt động này đến hoạt động thương mại trong nước.

Từ năm 2016 đến nay, không có số liệu chính thức của Tổng cục Thống kê về tỷ trọng bán lẻ FDI trong Tổng mức bán lẻ chung của cả nước. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, trong năm năm (từ 2011 đến 2015), FDI bán lẻ chỉ chiếm dưới 4%, (cụ thể năm 2011: 2,9%, 2012: 2,9%, 2013: 3,9%, 2014: 3,9%, năm 2015: 3,79 %). Do doanh nghiệp FDI hoạt động chủ yếu ở phân khúc bán lẻ hiện đại nên nếu tính thị phần bán lẻ hiện đại ở Việt Nam chiếm khoảng 25% - 26% tổng mức bán lẻ (theo đánh giá của Nielsen Việt Nam) và tỷ trọng FDI chiếm 3,79% thì thị phần bán lẻ FDI chiếm năm 2015 khoảng 14,86%.

Vì tiềm năng như vậy cùng với xu thế hội nhập toàn cầu nên trong những năm qua, ngành bán lẻ Việt Nam đã chứng kiến sự thâm nhập mạnh mẽ và nhanh chóng bằng nhiều con đường của các nhà bán lẻ nước ngoài vào thị trường nội địa. Sự xuất hiện ồ ạt của các đại gia bán lẻ đến từ Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan như một làn sóng đang quét qua thị trường bán lẻ Việt Nam.

Việt Nam bắt đầu mở cửa hoàn toàn thị trường bán lẻ từ ngày 1 tháng 1 năm 2009 - hai năm sau khi chúng ta chính thức gia nhập WTO, nhưng thực tế Nhà nước Việt Nam đã mở cửa từ trước đó. Còn nếu nói về xu hướng mua bán sáp nhập (M&A), có thể thấy hoạt động này đã có dấu hiệu rất sôi nổi trên thế giới trong vài năm nay.

Qua các nghiên cứu, xu hướng M&A chắc chắn trong vài năm tới sẽ còn tiếp tục phát triển bởi chính những lý do từ bản thân doanh nghiệp cùng với sự quan tâm của các nhà đầu tư kể cả trong nước và nước ngoài. Trong chính thị trường nội địa cũng đã có nhiều cuộc thâu tóm sáp nhập ngoạn mục như tập đoàn Vingroup thâu tóm thành công chuỗi siêu thị Ocean Mart, Vinatextmart.

2. Thay đổi trong phương thức mua sắm trong nước

2.1. Mô hình tổ chức kinh doanh phát triển đa dạng, xuất hiện nhiều phương thức kinh doanh tiên tiến, hiện đại, nhất là hoạt động mua bán trên mạng

Quá trình hội nhập và thực thi các cam kết quốc tế thời gian qua đã góp phần tạo ra nhiều thay đổi tích cực trong các mô hình tổ chức kinh doanh phân phối với nhiều phương thức kinh doanh tiên tiến, hiện đại. Từ các phương thức kinh doanh truyền thống (như bán hàng tại cơ sở bán lẻ cố định qua cửa hàng, chợ, siêu thị, trung tâm thương mại…) đã có sự chuyển dịch nhanh chóng sang các phương thức kinh doanh tiên tiến, hiện đại như bán hàng trên mạng, qua

điện thoại, qua truyền hình, qua facebook… Các phương thức kinh doanh hiện đại như nhượng quyền thương mại, kinh doanh theo chuỗi cũng phát triển mạnh mẽ những năm gần đây.

* Hệ thống phân phối theo "chuỗi" đã được hình thành và có xu hướng phát triển như một tất yếu khách quan trong cạnh tranh và quá trình phát triển kinh tế. Thông qua đầu tư trực tiếp, góp vốn liên doanh, nhượng quyền thương mại…, việc các doanh nghiệp Việt Nam mở rộng mạng lưới bán hàng, khai thác và kết hợp nguồn lực của nhiều doanh nghiệp nhỏ để trở thành hệ thống có quy mô lớn và trình độ tổ chức cao đang ngày một phát triển. Qua đó, một số nhà bán lẻ đã tổ chức được mô hình bán hàng theo chuỗi với số lượng cửa hàng tăng lên hàng năm, cụ thể như sau:

Một số doanh nghiệp bán lẻ trong nước đã có sự phát triển đáng kể về quy mô chuỗi cửa hàng, như: Saigon Co.op với chuỗi 83 siêu thị Co.op Mart, 100 cửa hàng Co.op Food, hơn 150 cửa hàng Co.op và 02 đại siêu thị Co-op Xtra (liên doanh với Singapore); Vingroup với chuỗi 50 siêu thị VinMart, 19 VinPro, 44 Vin DS, khoảng 800 cửa hàng tiện lợi VinMart+, 25 trung tâm thương mại (Vincom Center) và 02 siêu trung tâm mua sắm tầm cỡ khu vực như Vincom Mega Mall Royal City và Vincom Mega Mall Times City... Trong đó có thương hiệu Saigon Co.op, Thế giới di động và gần đây là VinMart đã nằm trong danh sách 500 nhà bán lẻ hàng đầu châu Á - Thái Bình Dương (do Hiệp hội Bán lẻ châu Á - Thái Bình Dương xếp hạng).

Bên cạnh việc tiếp tục củng cố và tự phát triển theo chuỗi cửa hàng, một số doanh nghiệp có thương hiệu trong nước đã mạnh dạn đầu tư liên doanh với nước ngoài phát triển sang các mô hình bán lẻ mới, như Saigon Co.op liên doanh với nước ngoài xây dựng các đại siêu thị, trung tâm thương mại cũng như liên doanh với thương hiệu bán lẻ nổi tiếng nước ngoài nhằm tạo diện mạo mới để phát triển, như: Citimart, Fivimart hợp tác với Aeon Nhật Bản để vận hành các cơ sở bán lẻ của mình theo phương thức và thương hiệu mới là Aeon-Citimart và Aeon-Fivimart...

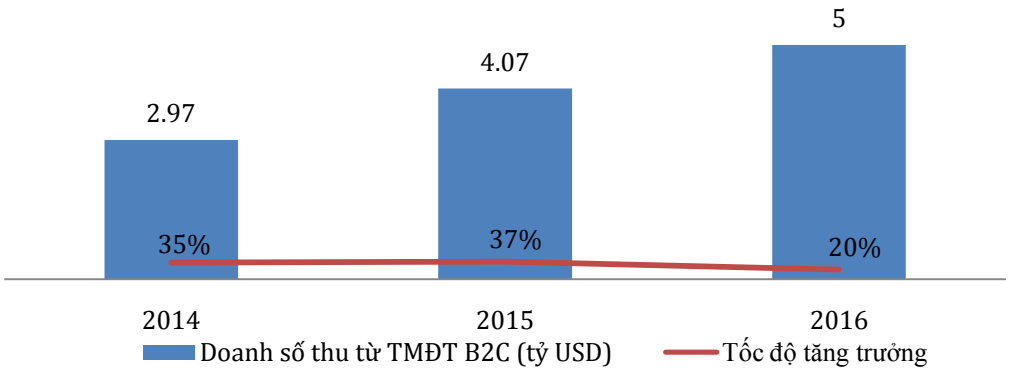
Cùng với chính sách mở cửa thị trường nói chung và thị trường dịch vụ phân phối nói riêng, các nhà phân phối nước ngoài đã và đang trở thành một lực lượng quan trọng trong phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại, nhất là trong việc chuẩn hóa các tiêu chuẩn cả về hình thức và nội dung tổ chức hoạt động kinh doanh trong các siêu thị, trung tâm thương mại.

* Kết quả khảo sát tình hình ứng dụng thương mại điện tử trong cộng đồng do Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin thực hiện năm 2016, giá trị mua hàng trực tuyến của một người trong năm ước đạt 170 USD, doanh số thương mại điện tử B2C đạt khoảng 5 tỷ USD, tăng 20% so với năm 2015, chiếm khoảng 3% tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tiêu dùng cả nước.

Loại hàng hóa, dịch vụ được mua trực tuyến nhiều nhất là quần áo, giày dép và mỹ phẩm chiếm tỷ lệ 56% người tham gia khảo sát lựa chọn. Đồ công nghệ và điện tử chiếm 55%, thiết bị đồ dùng gia đình chiếm 48% trên tổng số người tham gia khảo sát lựa chọn. Thanh toán tiền mặt khi nhận hàng (COD)

vẫn là hình thức thanh toán phổ biến với 89% số người tham gia khảo sát sử dụng. Hình thức mua sắm trực tuyến qua diễn đàn/mạng xã hội là hình thức được lựa chọn nhiều nhất với 60% số người tham gia khảo sát trả lời từng mua sắm qua hình thức này.

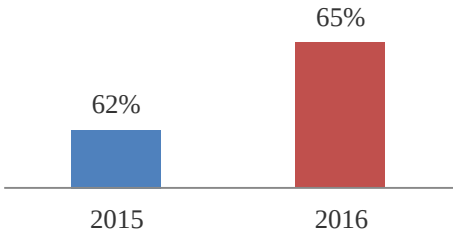
Biểu 3: Doanh số thu từ thương mại điện tử B2C tại Việt Nam năm 2014-2016



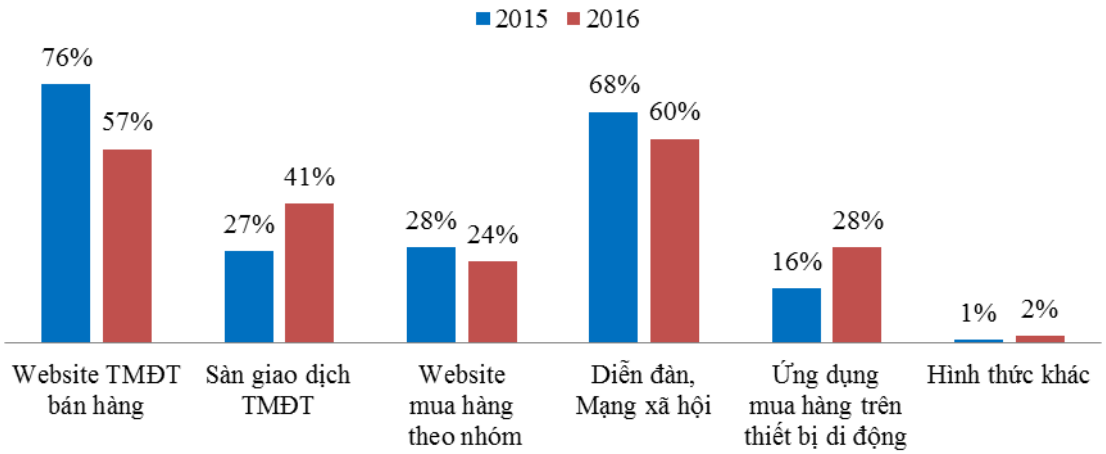
Bảng 4: Tình hình mua sắm trực tuyến tại Việt Nam từ năm 2014 – 2016

Mua sắm trực tuyến	**2014**	**2015**	**2016**
Ước tính tỷ lệ người dùng Internet tham gia mua sắm trực tuyến	58%	62%	65%
Ước tính giá trị mua sắm trực tuyến của một người (USD)	145	160	170

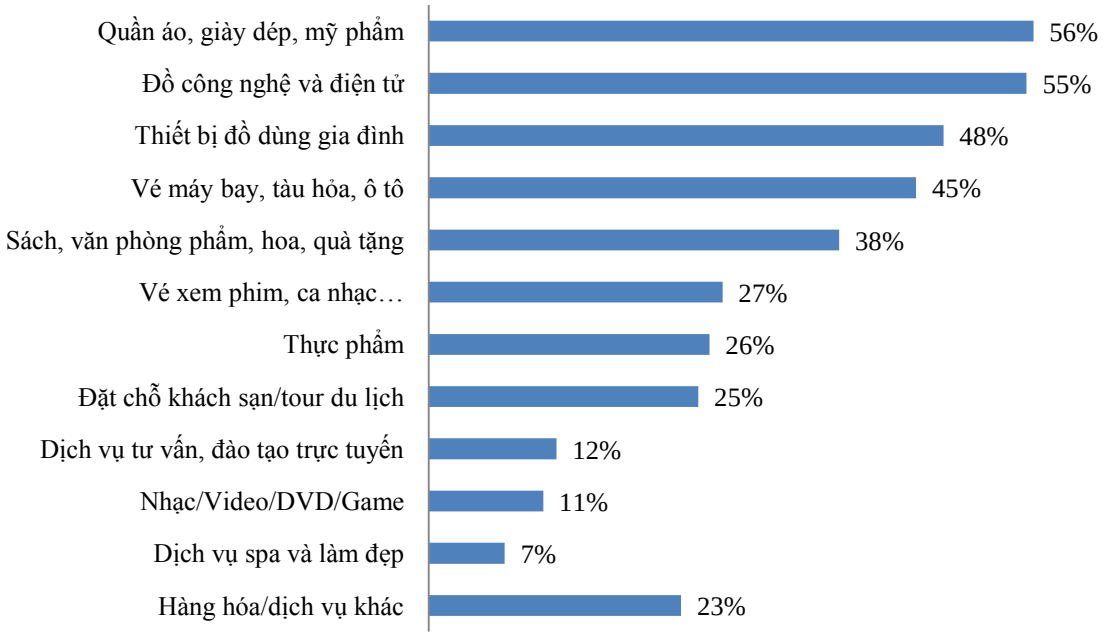
Biểu 4: Tỷ lệ người dùng Internet tham gia mua hàng trực tuyến



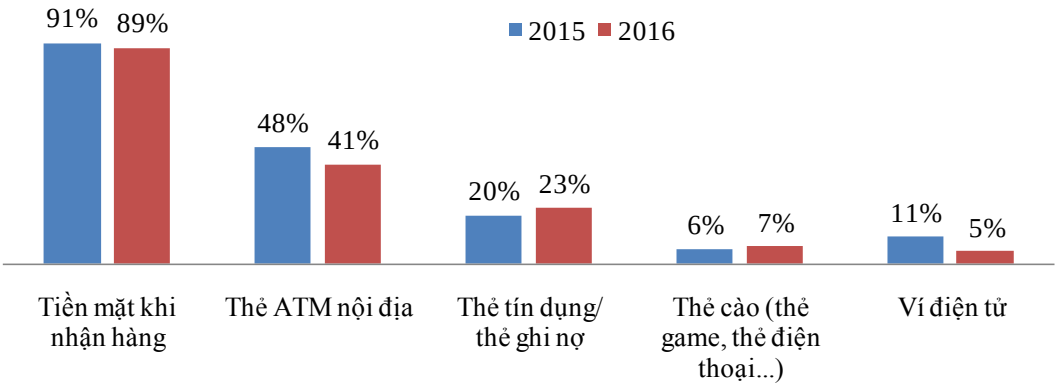
Biểu 5: Các hình thức mua sắm trực tuyến



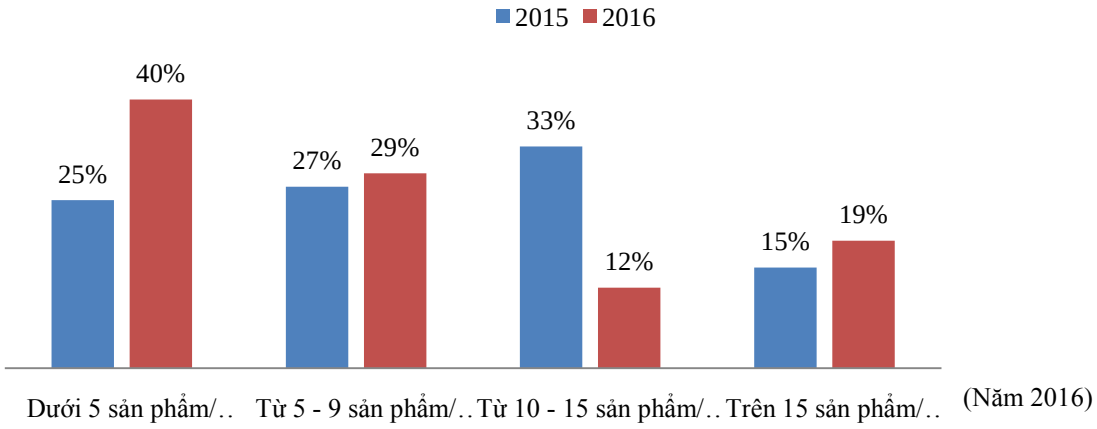
Biểu 6: Các loại hàng hóa dịch vụ thường được mua sắm qua mạng



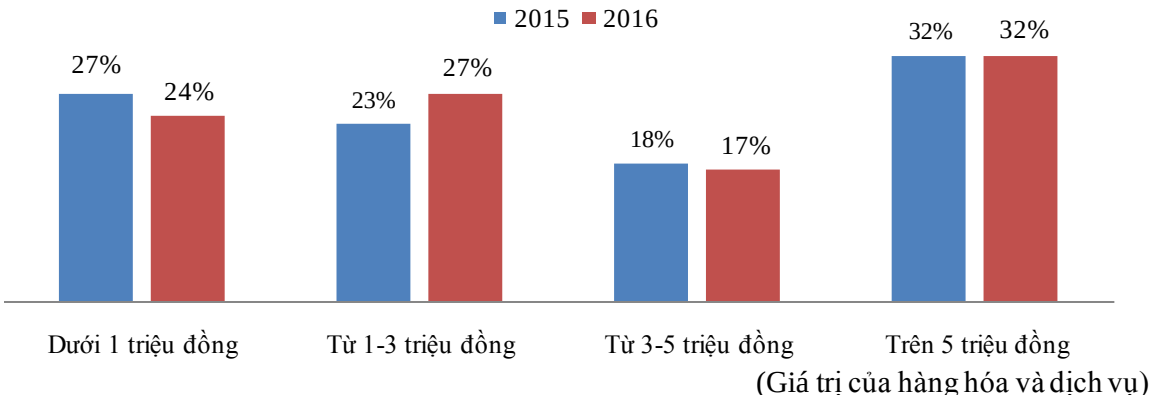
Biểu 7: Các hình thức thanh toán được người mua hàng trực tuyến sử dụng



Biểu 8: Số lượng sản phẩm/dịch vụ mua sắm trực tuyến trung bình của mỗi cá nhân



Biểu 9: Giá trị mua sắm trực tuyến của mỗi cá nhân



(Nguồn: Cục Thương mại điện tử và Công nghệ thông tin, Bộ Công Thương)

2.2. Hoạt động bán hàng đa cấp năm 2016 đang đi theo hướng bền vững

Số lượng doanh nghiệp bán hàng đa cấp giảm mạnh trong năm 2016 (giảm 45%), số lượng người tham gia bán hàng đa cấp cũng giảm tương đối lớn (giảm 25%) nhưng doanh thu toàn ngành chỉ giảm khoảng 200 tỷ đồng (khoảng

2,5%) cho thấy, phản ứng của xã hội đối với các hành vi đa cấp bất chính hầu như không ảnh hưởng tới doanh thu toàn ngành.

Các cơ quan báo chí, truyền thông cũng đã tích cực đưa tin phản ánh về các vi phạm trong hoạt động bán hàng đa cấp và đã có đóng góp to lớn trong việc nâng cao ý thức cảnh giác và nhận thức của người dân trước các hoạt động bán hàng đa cấp bất chính.

Tính đến cuối năm 2016, nhiều doanh nghiệp đã bị cơ quan quản lý nhà nước kiểm tra, xử phạt và thu hồi giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp. Số lượng người tham gia bán hàng đa cấp cũng giảm rõ rệt so với năm 2015. Cụ thể:

- Giai đoạn cuối 2015 đến đầu năm 2016, có 67 doanh nghiệp được cấp Giấy chứng nhận đăng ký hoạt động bán hàng đa cấp. Đến cuối tháng 3 năm 2017, số lượng doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã giảm 30 doanh nghiệp xuống còn 37 doanh nghiệp, giảm 45% so với cuối năm 2015. Trong số này, có 15 doanh nghiệp bị thu hồi giấy chứng nhận, 12 doanh nghiệp chủ động chấm dứt hoạt động và 03 doanh nghiệp tạm ngừng hoạt động.

- Theo số liệu báo cáo của 37 doanh nghiệp, tổng số lượng người tham gia bán hàng đa cấp tính đến cuối năm 2016 là 637.637 người, giảm 212.363 người (25%) so với cuối năm 2015.

- Tổng doanh thu bán hàng đa cấp năm 2016 đạt khoảng 7.800 tỷ đồng, giảm khoảng 200 tỷ đồng so với năm 2015 (giảm 2,5%). Doanh thu bán hàng đa cấp chủ yếu đến từ thực phẩm chức năng (59%) và mỹ phẩm (24%). Doanh thu từ đồ gia dụng chiếm 6.6%, doanh thu từ quần áo thời trang chiếm 2%, doanh thu từ thiết bị chiếm 0.5%, còn lại 8.2% là các mặt hàng khác.

- Tổng số hoa hồng và các lợi ích kinh tế mà các doanh nghiệp bán hàng đa cấp đã chi trả cho người tham gia bán hàng đa cấp đạt khoảng 2.400 tỷ đồng, chiếm khoảng 31% tổng doanh thu toàn ngành. Trong đó, giá trị khuyến mại quy đổi thành tiền đạt khoảng 44 tỷ đồng, chiếm khoảng 2% tổng giá trị hoa hồng, tiền thưởng và lợi ích kinh tế.

- Lợi nhuận sau thuế của ngành chỉ đạt 177 tỷ, tương ứng 2.2% doanh thu. Trong tổng số 37 doanh nghiệp thực hiện báo cáo, chỉ có 11 doanh nghiệp đạt lợi nhuận dương. Một số doanh nghiệp có doanh thu rất cao nhưng tỷ lệ lợi nhuận trước thuế rất thấp (chỉ đạt từ 0.5% đến 3.8%). Tổng số thuế đã nộp về ngân sách nhà nước trong năm 2016 ước đạt 881 tỷ đồng.

2.3. Các sàn giao dịch hàng hóa, trung tâm đấu giá hàng hóa bắt đầu được thành lập và đi vào hoạt động

Trong thời gian qua, dưới tác động của hội nhập kinh tế quốc tế, mở cửa thị trường, một số sàn giao dịch, trung tâm đấu giá hàng hóa đã bước đầu được xây dựng và đi vào hoạt động.

Tháng 12 năm 2009, sàn giao dịch hàng hóa của Sacombank với tên gọi Sacom - STE đã đi vào hoạt động với mặt hàng chủ lực được giao dịch là thép.

Sau đó cũng chính Sacombank đã mở lại sàn giao dịch điều tại Bình Phước với hệ thống giao dịch hiện đại. Không chỉ Sacombank, một số ngân hàng như Techcombank, BIDV, Vietcombank cũng đang tạo kênh cho doanh nghiệp trong nước tham gia các sàn giao dịch hàng hóa quốc tế, nhưng mức độ phổ cập vẫn còn hạn chế.

Trung tâm Giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột (BCEC) được thành lập theo Quyết định số 2278/QĐ-UBND ngày 04 tháng 12 năm 2006 của UBND tỉnh Đắc Lắc. Xuất phát ban đầu là dự án xây dựng chợ đầu mối cà phê, được xây dựng từ 10/2005 với vốn ngân sách trung ương hỗ trợ là 20 tỷ đồng. Trung tâm Giao dịch cà phê Buôn Ma Thuột (gọi tắt là BCEC) được Chính phủ cho phép hoạt động thí điểm mua bán kỳ hạn mặt hàng cà phê trong 02 năm (2011-2012).

Ngoài ra, 2 Sở Giao dịch hàng hóa được Bộ Công Thương cấp phép hoạt động là Sở giao dịch hàng hóa INFO, chính thức đi vào hoạt động từ 15 tháng 5 năm 2014 và Sở Giao dịch hàng hóa VNX được phép tái hoạt động từ ngày 01 tháng 9 năm 2014. Từ khi thành lập, tuy còn hạn chế nhưng đã thực hiện được nhiều giao dịch hợp đồng, chủ yếu là đối với các mặt hàng cà phê, cao su.

3. Cạnh tranh trên thị trường trong điều kiện cắt giảm thuế quan

Lộ trình cắt giảm thuế quan trong các FTA đều được cam kết thực hiện trong vòng 10 năm cho từng giai đoạn và được quy định cụ thể đối với từng hiệp định.

Hiệp định Thương mại hàng hóa trong ASEAN (ATIGA)

Thực hiện cam kết ATIGA, Việt Nam đã cắt giảm 6.897 dòng thuế (chiếm 72% tổng Biểu thuế xuất nhập khẩu) xuống thuế suất 0% tính đến cuối năm 2014. Từ ngày 01/01/2015, đã có thêm 1.706 dòng thuế được cắt giảm từ 5% xuống thuế suất 0%. Số còn lại gồm 669 dòng thuế (chiếm 7% tổng Biểu thuế), sẽ giảm xuống 0% vào năm 2018, bao gồm ô tô, xe máy, phụ tùng linh kiện ô tô xe máy, dầu thực vật, hoa quả nhiệt đới, tủ lạnh, máy điều hòa, sữa và các sản phẩm sữa… Diện mặt hàng không phải xóa bỏ thuế nhập khẩu (duy trì thuế suất MFN) gồm thuốc lá điếu, các mặt hàng an ninh quốc phòng như thuốc nổ, súng đạn, pháo hoa, rác thải y tế…

Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Trung Quốc (ACFTA)

Thực hiện cam kết ACFTA, từ ngày 01 tháng 01 năm 2015, Việt Nam đã cắt giảm thêm 3.691 dòng thuế xuống 0% so với năm 2014 (nâng số dòng thuế cắt giảm về 0% là 7.983 dòng, chiếm 84,11% tổng Biểu thuế), tập trung vào các nhóm mặt hàng chất dẻo và chất dẻo nguyên liệu, đồ nội thất và các sản phẩm từ gỗ, máy móc thiết bị, linh kiện phụ tùng, máy vi tính và các sản phẩm linh kiện điện tử, vải may mặc, nguyên phụ liệu dệt may, da giầy, sản phẩm dệt may và một số sản phẩm sắt thép. Từ ngày 01/01/2018, sẽ có thêm 588 dòng thuế cắt giảm xuống 0%, nâng số dòng thuế cắt giảm về 0% lên 8.571 dòng, chiếm 90,3% tổng Biểu thuế, gồm một số mặt hàng chế phẩm từ thịt, chế phẩm từ rau quả, ngũ cốc, động cơ điện, hàng gia dụng, hóa chất, linh kiện phụ tùng ô tô, vật liệu xây dựng, nhựa, cao su, giấy... Đến năm 2020, có khoảng 475 dòng thuế

nhạy cảm được cắt giảm xuống 5% gồm các sản phẩm sắt thép, cáp điện, sản phẩm điện gia dụng; các sản phẩm cao su, gốm sứ, giấy, xi măng, nhựa và các sản phẩm công nghiệp khác; các chế phẩm nông nghiệp đã qua chế biến; một số dòng xe tải và xe chuyên dụng…

Về phía Trung Quốc, đến năm 2015, có 7.845 dòng thuế cắt giảm về 0%, chiếm 95,35% tổng số dòng thuế và 91,59% tổng kim ngạch nhập khẩu từ Việt Nam. Thuế suất trung bình của Biểu thuế Trung Quốc dành cho ASEAN giai đoạn 2015 - 2017 là 0,73%/năm và năm 2018 là 0,56%/năm.

Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Hàn Quốc (AKFTA)

Việt Nam tham gia AKFTA từ năm 2005 và bắt đầu thực hiện các cam kết về thuế nhập khẩu từ năm 2007. Về phía Việt Nam, từ năm 2015, Việt Nam xóa bỏ thuế quan đối với 7.366 dòng thuế (chiếm 77,6% tổng số dòng thuế) tập trung vào một số sản phẩm thuộc các nhóm sản phẩm nông nghiệp, máy móc thiết bị phụ tùng, dệt may, thủy sản, giấy, hóa chất, sản phẩm từ sắt thép và kim loại cơ bản… Đến năm 2018, tổng số dòng thuế phải xóa bỏ thuế quan là 8.184 (chiếm khoảng 86% tổng số dòng thuế). Ngoài các dòng thuế đã được xóa bỏ thuế quan vào năm 2018, dự kiến khoảng 620 dòng thuế sẽ được giảm thuế về 5% (tập trung vào một số nhóm như điện tử, cơ khí, sắt thép và kim loại cơ bản, sản phẩm hóa dầu, phụ tùng máy móc, một số mặt hàng ô tô đặc chủng và chuyên dụng…).

Về phía Hàn Quốc, đã hoàn tất việc xóa bỏ thuế nhập khẩu theo cam kết trong AKFTA từ năm 2010. Tính đến năm 2015, 90,9% hàng hóa của Việt Nam khi xuất khẩu sang Hàn Quốc sẽ được hưởng thuế suất 0% nếu có chứng nhận xuất xứ hàng hóa. Các nhóm mặt hàng Hàn Quốc không cam kết hoặc chỉ cắt giảm thuế nhập khẩu vào cuối lộ trình (năm 2021) chủ yếu gồm một số loại thủy sản (tôm, cua, cá đông lạnh, đóng hộp), nông sản (chế phẩm từ sữa, mật ong, tỏi, gừng, đậu đỏ, khoai lang), hoa quả nhiệt đới và hàng công nghiệp như dệt may, sản phẩm cơ khí...

Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản (AJCEP)

Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 8.231 dòng thuế (chiếm 88,6% tổng Biểu) trong vòng 16 năm. Năm 2015, có 2.874 số dòng thuế có thuế suất 0% (tương đương với 30% tổng Biểu thuế). Đến năm 2018, Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 62,2% số dòng thuế, tập trung vào các nhóm mặt hàng như chất dẻo nguyên liệu, hóa chất, máy móc thiết bị, dụng cụ, phụ tùng, máy vi tính, sản phẩm điện tử, linh kiện, sợi các loại, nguyên phụ liệu dệt may, da giầy, sản phẩm tân dược. Đến năm 2025, Việt Nam cam kết xóa bỏ thêm 26,4% số dòng thuế, nâng tổng số dòng thuế về 0% lên 88,6% tổng Biểu.

Về phía Nhật Bản, tính tới thời điểm ngày 01/4/2015, đã xóa bỏ thuế quan đối với 923 dòng các sản phẩm nông nghiệp từ Việt Nam. Đến năm 2019, sẽ có thêm 338 dòng thuế nông nghiệp khác sẽ được xóa bỏ thuế. Đến cuối lộ trình vào năm 2026, Nhật Bản cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 96,45% tổng số các

dòng thuế đối với các sản phẩm có xuất xứ từ Việt Nam, tập trung chủ yếu ở các nhóm nông sản, thủy sản, hàng dệt may, giầy dép, đồ gỗ, linh kiện điện tử…

Hiệp định Đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản (VJEPA)

Tính đến thời điểm ngày 01/4/2015, Việt Nam đã xóa bỏ 32,92% các dòng thuế trong VJEPA. Năm 2018, số dòng thuế cắt giảm thuế nhập khẩu về 0% của Việt Nam sẽ chiếm 41,78% tổng Biểu thuế. Đến năm 2026, năm cuối của lộ trình giảm thuế, Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 90,64% số dòng thuế.

Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Úc - Niu-Di-Lân (AANZFTA)

Thực hiện cam kết AANZFTA, năm 2015, Việt Nam xóa bỏ thuế quan đối với 2.666 dòng thuế (chiếm 28,1% Biểu thuế), tập trung vào nhóm các mặt hàng ngũ cốc, gỗ, rau quả, thủy sản, bông các loại, chất dẻo nguyên liệu, gốm, sứ, nguyên liệu dược phẩm, nguyên phụ liệu dệt may, da giầy… Đến năm 2018, có 8.127 dòng thuế được xóa bỏ thuế quan (chiếm 86% Biểu thuế) và đến cuối lộ trình (năm 2022) sẽ xóa bỏ thuế quan 8.669 dòng thuế (chiếm 92% Biểu thuế).

Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Ấn Độ (AIFTA)

Việt Nam cam kết xóa bỏ 80% số dòng thuế vào năm 2021 (71% số dòng thuế vào năm 2018 và 9% số dòng thuế vào năm 2021), 10% số dòng thuế còn lại cắt giảm vào cuối lộ trình (năm 2024).

Ấn Độ cam kết xóa bỏ 80% số dòng thuế vào năm 2016 (71% số dòng thuế vào năm 2013 và thêm 9% số dòng thuế vào năm 2016), 10% số dòng thuế hoàn thành cắt giảm một phần thuế suất vào năm 2019, danh mục loại trừ chiếm khoảng 10% số dòng thuế.

Hiệp định Thương mại tự do song phương Việt Nam - Chi-lê (VCFTA)

Việt Nam cam kết xóa bỏ thuế quan đối với 87,8% số dòng thuế (chiếm 91,22% kim ngạch nhập khẩu từ Chi-lê năm 2007). Trong vòng 15 năm, dự kiến lộ trình cuối cùng vào năm 2029, số dòng thuế không cam kết của Việt Nam hoặc chỉ cam kết cắt giảm một phần chiếm 12,2%, tập trung vào một số lĩnh vực nhạy cảm như nông nghiệp, xăng dầu…

Chi-lê có mức độ mở cửa lớn hơn đối với hàng hóa của Việt Nam. Theo đó, 83,54% tổng số dòng thuế sẽ được xóa bỏ ngay khi VCFTA có hiệu lực, chiếm 81,8% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Chi-lê năm 2007. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam sẽ được cắt giảm thuế ngay và nhanh từ mức 6% hiện tại là dệt may, thủy sản, cà phê, chè, máy tính và linh kiện. Đến năm 2029, Chi-lê sẽ xóa bỏ hầu hết các dòng hàng từ Việt Nam, chiếm 99,62% Biểu thuế và tương đương với 100% kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam sang Chi-lê năm 2007.

Hiệp định Thương mại tự do song phương Việt Nam - Hàn Quốc (VKFTA)

VKFTA được chính thức ký kết ngày 05/5/2015 tại Hà Nội. Trên nền cam kết ASEAN - Hàn Quốc, cam kết của Việt Nam trong VKFTA bổ sung thêm 265 mặt hàng, có kim ngạch nhập khẩu từ Hàn Quốc là 917 triệu USD. Danh mục này bao gồm các nhóm hàng như nguyên phụ liệu dệt, may; nguyên liệu nhựa, linh kiện điện tử, phụ tùng ô tô, điện gia dụng, một số sản phẩm sắt thép, dây cáp điện…

Cam kết của Hàn Quốc bao gồm 506 mặt hàng trong đó có 4 mặt hàng có thuế suất MFN hiện hành là 0%. Hàn Quốc đã cam kết dành cho Việt Nam ưu đãi xóa bỏ thuế quan và mở hạn ngạch đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam như thủy sản (tôm, cua, cá đông lạnh, đóng hộp), nông sản, hoa quả nhiệt đới và hàng công nghiệp như dệt, may, sản phẩm cơ khí…

Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh kinh tế Á - Âu (trước đây gọi là Liên minh Hải quan) gồm Nga, Bê-la-rút và Ca-dắc-xtan (VCUFTA)

VCUFTA được chính thức ký kết vào ngày 29/5/2015 và dự kiến có hiệu lực từ năm 2016. Việt Nam cam kết mở cửa thị trường khoảng 90% số dòng thuế với lộ trình trong vòng 10 năm. Theo đó, xóa bỏ thuế ngay đối với một số mặt hàng nông sản (thịt bò, sản phẩm sữa, bột mỳ); mở cửa có lộ trình 3 - 5 năm đối với thịt, cá chế biến, máy móc thiết bị điện, máy dùng trong nông nghiệp; 5 năm đối với thịt gà, thịt lợn; 10 năm đối với một số loại rượu bia, ô tô; thuế nhập khẩu xăng dầu không xóa bỏ sớm hơn năm 2027. Sắt thép có lộ trình xóa bỏ 0 - 5 - 7 - 10 năm.

Liên minh kinh tế Á - Âu cam kết xóa bỏ ngay thuế nhập khẩu đối với khoảng 53% tổng số dòng thuế, tập trung vào các nhóm mặt hàng nông - lâm - thủy sản bao gồm phần lớn các mặt hàng thủy sản, một số loại rau quả tươi và rau quả đã chế biến, thịt - cá chế biến, ngũ cốc, gạo (hạn ngạch thuế quan tượng trưng là 10.000 tấn); một số mặt hàng công nghiệp mà Việt Nam có thế mạnh xuất khẩu như dệt may (trong hạn ngạch) và nguyên phụ liệu dệt may, da giầy (đặc biệt là giầy thể dục), máy móc, linh kiện điện tử và một số loại dược phẩm, sắt thép, sản phẩm cao su, gỗ và đồ nội thất…

Đối với thu ngân sách nhà nước: Lộ trình cắt giảm thuế trong các FTA sẽ dẫn tới giảm nguồn thu ngân sách nhà nước (NSNN) đối với hàng hóa nhập khẩu. Tuy nhiên, tác động của việc giảm thuế đối với tổng thu NSNN về cơ bản là không lớn do:

(i) Mặc dù giai đoạn 2015 - 2018, các Hiệp định thương mại đã ký kết với ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc bước vào giai đoạn cắt giảm thuế và xóa bỏ thuế quan sâu và cơ cấu nhập khẩu của Việt Nam chủ yếu là từ các nước này, song lộ trình cắt giảm thuế đã thực hiện từ nhiều năm, nên không có ảnh hưởng đột ngột đến nguồn thu NSNN. Đối với TPP, nhập khẩu của Việt Nam từ các nước TPP chiếm khoảng hơn 20% tổng kim ngạch nhập khẩu tuy nhiên, trong số 11 nước thành viên TPP, Việt Nam đã ký kết FTA với 6/11 nước, đồng thời nhập khẩu từ 5 nước còn lại chỉ chiếm khoảng hơn 5% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam. Vì vậy, có thể nói mức ảnh hưởng tới thu NSNN là không nhiều.

(ii) Việc cắt giảm thuế quan trong TPP cũng như trong các FTA sẽ khiến cho hàng hoá nhập khẩu từ các nước đối tác chắc chắn có tăng lên và do đó, số thu từ thuế giá trị gia tăng, thuế tiêu thụ đặc biệt đối với hàng nhập khẩu đương nhiên cũng tăng theo. Ngoài ra, chi phí sản xuất của doanh nghiệp giảm cũng sẽ tác động tích cực đến nguồn thu từ thuế thu nhập doanh nghiệp.

Xét về tổng thể, hội nhập kinh tế quốc tế đã và đang đem lại nhiều cơ hội cho các doanh nghiệp và nền kinh tế của Việt Nam. Tuy nhiên, với 96% tổng số doanh nghiệp đang hoạt động là doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, áp lực cạnh tranh đối với nền kinh tế Việt Nam là rất lớn. Trong đó:

Đối với lĩnh vực xuất nhập khẩu: Dù hàng rào thuế quan được dỡ bỏ, song việc có tận dụng được các ưu đãi về thuế quan để mở rộng thị trường hay không lại phụ thuộc vào việc đáp ứng các yêu cầu về quy tắc xuất xứ cũng như các yêu cầu khác (an toàn thực phẩm, vệ sinh dịch tễ...). Với năng lực tự sản xuất và cung ứng nguyên phụ liệu còn hạn chế, thì những yêu cầu về quy tắc xuất xứ hàng hóa lại đang đặt ra thách thức và mối lo ngại cho các doanh nghiệp Việt Nam.

Đối với sản xuất trong nước: Việc tự do hóa thuế nhập khẩu sẽ dẫn đến sự gia tăng nhanh chóng nguồn hàng nhập khẩu từ các nước, đặc biệt là từ các nước TPP, EU vào Việt Nam do giá thành rẻ hơn, chất lượng và mẫu mã đa dạng, phong phú hơn sẽ tác động đến lĩnh vực sản xuất trong nước.

Ngoài ra, khi hàng rào thuế quan được gỡ bỏ nhưng các hàng rào kỹ thuật không hiệu quả, Việt Nam sẽ trở thành thị trường tiêu thụ các sản phẩm chất lượng kém, ảnh hưởng tới sức khỏe người tiêu dùng trong khi lại không bảo vệ được sản xuất trong nước.

Đặc biệt, sản phẩm nông nghiệp và các doanh nghiệp, nông dân Việt Nam đứng trước sự cạnh tranh gay gắt, trong khi đó hàng hóa nông sản và nông dân là những đối tượng dễ bị tổn thương nhất trong hội nhập.

Đối với lĩnh vực đầu tư: Việc gia tăng dòng vốn nước ngoài vào Việt Nam cũng đặt ra yêu cầu về tăng cường năng lực của cơ quan quản lý trong việc giám sát dòng vốn ra vào, tránh nguy cơ bong bóng hoặc rút vốn ồ ạt, để nền kinh tế có thể hấp thụ lượng vốn một cách có hiệu quả.

Bên cạnh những thuận lợi lớn, các doanh nghiệp Việt Nam phải đối mặt với những thách thức không nhỏ khi cạnh tranh về hàng hóa, dịch vụ và đầu tư sẽ gay gắt hơn. Nếu không cạnh tranh tốt, một số ngành sản phẩm sẽ phải thu hẹp sản xuất, thậm chí rút khỏi thị trường. Đặc biệt hơn, khi hàng hóa của Trung Quốc và nhiều nước khác tràn vào Việt Nam với thuế suất 0% thì bản thân các doanh nghiệp phải tự bảo vệ mình và phải dùng một số giải pháp phòng vệ để tạo rào cản kỹ thuật.

Trái cây là một trong những mặt hàng nằm trong danh mục được hưởng thuế suất 0%, đến tháng 10/2016, Việt Nam nhập khẩu trên 400.000 tấn trái cây, trong số đó nhập khẩu từ thị trường Trung Quốc là 120.000 tấn. Theo ước tính, trong 10 tháng của năm 2016, lượng rau và trái cây nhập khẩu từ Trung

Quốc vào Việt Nam đã giảm trên 60%. Việt Nam đang xuất siêu các loại rau quả sang thị trường Trung Quốc.

Về ngành thép hiện nay chưa bị tác động nhiều, nhưng về lâu dài sẽ ảnh hưởng đến sức cạnh tranh của thép Việt Nam nếu như áp thuế nhập khẩu cho mặt hàng này là 0%. Bởi, khả năng các sản phẩm tôn thép của Trung Quốc sẽ tràn vào Việt Nam trong thời gian tới. Hiện, ngành thép trong nước đang có +-ước phát triển nhanh, tăng trưởng tốt và giá cả cạnh tranh. Song hàng năm vẫn phải nhập lượng thép thành phẩm và bán thành phẩm rất lớn, nhất là từ Trung Quốc (chiếm khoảng 60% tổng sản lượng thép nhập khẩu).

Do đó, mức thuế suất 0%, sẽ giúp làm giảm giá thép thành phẩm của Trung Quốc và tăng lợi thế cạnh tranh về giá. Các sản phẩm thép Trung Quốc như thép xây dựng, thép cuộn cán nguội, các loại tôn... có khả năng nhập ồ ạt vào Việt Nam, ảnh hưởng đến thị trường trong nước. Trong khi đó, các biện pháp phòng chống gian lận thương mại đối với các sản phẩm thép Trung Quốc vẫn chưa thực sự hiệu quả. Đó là chưa kể đến việc Trung Quốc cũng có nhiều biện pháp lách luật như ưu đãi về thuế, trợ giá, hay đội lốt thép Việt xuất khẩu sang Mỹ mới đây.

Một số ngành nông nghiệp mà Việt Nam có lợi thế sẽ tận dụng được cơ hội từ việc hội nhập để có các nguồn nguyên liệu làm đầu vào cho sản xuất và giảm chi phí đối với hàng hóa xuất khẩu. Ngoài ra, các vấn đề khác như tham gia vào công đoạn có giá trị cao hơn của chuỗi giá trị, các vụ kiện tranh chấp tăng lên… cũng là những thách thức đối với doanh nghiệp trong nước.

Về các ngành nông nghiệp, ngành chăn nuôi bò, lợn, gà được đánh giá sẽ bị tác động trực tiếp do giảm thuế từ các Hiệp định như ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc, ASEAN-Úc-New Zealand… với mức thuế suất thấp hơn nhiều so với mức thuế ưu đãi chung theo cam kết WTO. Các doanh nghiệp Việt Nam nhập khẩu phần lớn các mặt hàng thuộc ngành chăn nuôi từ một số thị trường như Ấn Độ, các nước TPP và thế giới, cao hơn nhiều so với các thị trường ASEAN, Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc.

Với lộ trình thuế suất giảm xuống 0%, trong thời gian tới, khả năng nhập khẩu các mặt hàng thịt sẽ tăng, nhất là thịt gà từ Hàn Quốc. Ngành sữa nhập khẩu cũng chịu tác động theo cam kết trong Hiệp định ASEAN-Australia-New Zealand khi thuế suất nhập khẩu mặt hàng này sẽ giảm xuống mức 0% vào năm 2020.

Việc hạ thuế suất nhập khẩu sẽ khiến nguy cơ phụ thuộc vào nguyên liệu sữa ngoại nhập và các sản phẩm sữa nhập khẩu ngày càng cao. Vừa qua, các nước ASEAN cũng đã thảo luận về việc dỡ bỏ hạn ngạch thuế quan đối với các mặt hàng đường. Theo đó, hạn ngạch nhập khẩu đường của Việt Nam dự kiến sẽ phải dỡ bỏ kể từ năm 2018. Nguy cơ đường nhập khẩu từ AEC tăng cao, sẽ khiến ngành mía đường trong nước gặp khó khăn do nước ta đã bảo hộ tối đa ngành này trong suốt thời gian qua, kể từ khi hội nhập.

Bên cạnh đó, Việt Nam thực hiện cam kết mở cửa thị trường ôtô trong các Hiệp định ASEAN và ASEAN-Trung Quốc. Sau một thời gian dài bảo hộ và phát triển chính sách trong nước, ngành công nghiệp ôtô Việt Nam vẫn phát triển rất yếu ớt và chậm hơn rất nhiều so với các quốc gia láng giềng như Thái Lan, Indonesia, Malaysia. Sang năm 2018, khi thuế nhập khẩu mặt hàng này giảm xuống 0% với thị trường ASEAN và 50% vào năm 2020 với thị trường Trung Quốc, ngành công nghiệp ôtô Việt Nam dự báo sẽ phải chịu sự cạnh tranh quốc tế rất gay gắt.

Mặt khác, ngành máy móc thiết bị, điện gia dụng cũng là ngành hàng chịu tác động lớn khi thuế suất giảm từ các thị trường như Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc. Ngoài các ngành hàng nói trên, ngành giấy cũng sẽ chịu sự cạnh tranh to lớn khi thuế suất nhập khẩu từ các thị trường ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc… giảm mạnh.

IV. Một số định hướng, khuyến nghị trong phát triển thương mại trong nước giai đoạn 2017/2018 và những năm tiếp theo

1. Những định hướng chủ yếu trong phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2017 và những năm tiếp theo

Năm 2017 có ý nghĩa rất quan trọng, là năm then chốt trong việc thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016 - 2020, đồng thời cũng là năm đầu triển khai các Nghị quyết và chủ trương lớn được Quốc hội thông qua. Năm 2017, tăng trưởng kinh tế của Việt Nam được kỳ vọng có nhiều khởi sắc hơn. Việc thực hiện các hiệp định thương mại với lộ trình cắt giảm thuế sâu rộng hơn với nhiều sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, sự cải thiện môi trường kinh doanh thông qua việc thực hiện các chính sách về cải cách môi trường kinh doanh, tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp, việc Quốc hội dự kiến thông qua Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa, Luật Quy hoạch, Luật Quản lý ngoại thương và nhiều chính sách cải cách quan trọng như thực thi Luật doanh nghiệp, Luật đầu tư sẽ là những yếu tố quan trọng, tạo niềm tin cho cộng đồng doanh nghiệp phát triển, tạo cơ hội cho thương mại trong nước tiếp tục tăng trưởng.

Năm 2017, với quyết tâm được đặt ra là hoàn thành ở mức cao nhất các chỉ tiêu kế hoạch trong kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội 5 năm 2016 - 2020, lĩnh vực thương mại nội địa tiếp tục được xác định là một trong những trọng tâm phát triển để bảo đảm góp phần thực hiện các nhiệm vụ chiến lược chung.

Trong đó, hệ thống phân phối tiếp tục là trụ cột quan trọng, giữ vai trò chủ đạo trong phát triển thương mại trong nước, có ảnh hưởng lớn tới thương mại trong nước cũng như trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Cụ thể:

+ Quy mô thị trường phân phối ngày càng lớn - là đầu ra để tiêu thụ sản phẩm, hàng hóa cho các ngành sản xuất: Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ xã hội tăng bình quân 02 con số từ năm 2006 trở lại đây (giai đoạn

2006-2010 tăng 28,6%, giai đoạn 2011-2015 tăng 13%), từ mức 596.207 tỷ đồng (năm 2006) lên đến 3.186,6 nghìn tỷ đồng (năm 2015), đạt trên 3.500 tỷ (năm 2016), trong đó doanh số bán lẻ chiếm tỷ trọng đáng kể - khoảng trên 75% (năm 2016 là 2.676,5 nghìn tỷ đồng). Tính chung trong hơn 15 năm qua, tốc độ tăng trưởng bình quân của tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng luôn cao từ 2 - 3 lần so với tốc độ tăng trưởng bình quân của GDP cùng kỳ.

+ Lĩnh vực phân phối hàng năm đã giải quyết nhiều việc làm cho xã hội: Đến năm 2016, lao động trong lĩnh vực dịch vụ phân phối chiếm khoảng chiếm khoảng 13 - 14% tổng lao động xã hội.

+ Lĩnh vực phân phối hàng năm đóng góp đáng kể vào GDP: Trong giai đoạn 1996-2016, lĩnh vực phân phối hàng năm đóng khoảng 13-14% trong GDP, chỉ sau ngành công nghiệp chế biến (khoảng 20%) và ngành nông nghiệp (khoảng 16 - 18%).

Đồng thời, dự báo xu hướng sắp tới tại thị trường phân phối trong nước như sau:

(i) Tầng lớp trung lưu đang tăng lên (dự báo đến năm 2020, tầng lớp trung lưu sẽ chiếm khoảng 40% dân số nước ta).Tầng lớp này sẽ coi trọng đến chất lượng, nông sản sạch, bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm hơn là giá cả. Vì vậy tỷ trọng mua hàng trong các trung tâm thương mại, siêu thị, các cửa hàng bán nông sản, thực phẩm sạch, sản phẩm hữu cơ sẽ tăng lên.

(ii) Người tiêu dũng đã ý thức sâu sắc hơn sự nguy hại của thực phẩm không bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm. Vì vậy, tuy chợ truyền thống vẫn còn là kênh bán hàng quan trọng do sự thuận tiện của kênh bán hàng này (không phải đi xa, hàng hóa đa dạng, giá cả bình dân) nhưng người tiêu dùng sẽ có sự lựa chọn cẩn thận hơn - những cửa hàng, quầy bán mất vệ sinh, không rõ nguồn gốc sẽ dần mất khách hàng. Các cửa hàng tiện lợi hiện đang có mặt ở nhiều khu dân cư, đường, ngõ (như hệ thống của Vinmart) do đó sẽ dần trở thành một kênh mua sắm hàng hóa được người tiêu dùng lựa chọn với khá nhiều mặt hàng tiêu dùng đa dạng, bảo đảm an toàn thực phẩm, nguồn gốc xuất xứ như rau củ quả, thịt, trứng gia cầm,…

(iii) Phương thức mua hàng qua mạng phát triển với tốc độ nhanh (đặc biệt là hình thức bán hàng qua facebook, website…)

(iv) Tiếp tục có sự thay đổi trong các kênh phân phối: Các kênh phân phối hiện đại tiếp tục phát triển theo hai hướng: Một là xuất hiện các nhà phân phối mới, phần lớn là các doanh nghiệp FDI; hai là các nhà phân phối đã có thực hiện mở rộng phát triển theo chuỗi. M&A tiếp tục gia tăng. Xu thế cá thể hóa doanh nghiệp (một cá nhân có thể là một doanh nghiệp) sẽ tăng lên nhanh chóng.

Theo đó, các mục tiêu và định hướng cơ bản cho năm 2017 và những năm tiếp theo được xác định như sau:

- Mục tiêu tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ xã hội năm 2017 được xác định ở mức 10 - 11% so với năm 2016. Chỉ số giá tiêu dùng bình quân cả năm 2017 sẽ được kiểm soát theo mức Quốc hội giao là khoảng 4%.

- Phát triển thương mại trong nước trên cơ sở huy động tối đa mọi nguồn lực của xã hội; phù hợp với các quy luật khách quan của nền kinh tế thị trường, bảo đảm quyền tự chủ, tự do kinh doanh và cạnh tranh bình đẳng giữa các chủ thể trong môi trường pháp lý ngày càng hoàn thiện và có sự điều tiết vĩ mô của Nhà nước; đồng thời gắn với việc hội nhập kinh tế khu vực và thế giới và trong điều kiện thực thi các cam kết quốc tế của Việt Nam. Phát triển đa dạng các loại hình doanh nghiệp với nhiều quy mô khác nhau, tăng về số lượng, mới về phương thức hoạt động theo hướng hiện đại và chuyên nghiệp, phù hợp với quy luật của lưu thông hàng hoá.

- Tiếp tục tập trung hoàn thiện thể chế quản lý nhà nước về thương mại, bảo đảm hoạt động thương mại phát triển lành mạnh và bền vững; nâng cao khả năng tự điều chỉnh của thị trường trong nước khi thị trường thế giới biến động.

- Phát triển đa dạng các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại, kết hợp hài hoà giữa thương mại truyền thống với thương mại hiện đại, phù hợp với tính chất và trình độ phát triển của thị trường trên từng địa bàn (khu vực, vùng, miền và cả nước). Hiện đại hoá kết cấu hạ tầng thương mại; chú trọng xây dựng và phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại hiện đại (trung tâm thương mại, siêu thị, trung tâm mua sắm, khu thương mại - dịch vụ, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng chuyên doanh, trung tâm logistics, tổng kho bán buôn, trung tâm hội chợ - triển lãm…) ở các đô thị, khu công nghiệp, khu kinh tế, khu chế xuất, khu kinh tế cửa khẩu; tập trung phát triển các loại hình chợ (chợ dân sinh ở khu vực nông thôn, vùng sâu, vùng xa, vùng biên giới hải đảo và chợ trung tâm, chợ chuyên doanh, chợ đầu mối ở các vùng sản xuất nông sản tập trung, các thị trường tiêu thụ lớn).

- Phát triển đa dạng các loại hình và phương thức kinh doanh thương mại hiện đại như: sàn giao dịch hàng hoá, trung tâm đấu giá, nhượng quyền kinh doanh, thương mại điện tử...

- Phát triển nguồn nhân lực thương mại có kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ kinh doanh hiện đại và chuyên nghiệp, theo kịp yêu cầu phát triển của thương mại trong nước trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế.

2. Một số khuyến nghị

Trong bối cảnh Việt Nam hội nhập ngày càng sâu vào nền kinh tế thế giới và mở cửa dịch vụ phân phối theo các cam kết hội nhập, mặc dù có vai trò, vị trí quan trọng nhưng cho đến nay thương mại trong nước vẫn chưa nhận được sự quan tâm, đầu tư và hỗ trợ đúng mức. Cụ thể, hạ tầng thương mại bán lẻ xét về tổng thể vẫn còn yếu kém và lạc hậu, chưa đáp ứng được so với đòi hỏi phát triển của ngành và phát triển của thị trường, đại bộ phận doanh nghiệp là nhỏ, siêu nhỏ và hộ kinh doanh. Có thể kể đến những tồn tại hạn chế như:

- Thương mại phát triển nhanh ở các đô thị trung tâm nhưng phát triển chậm ở các khu vực nông thôn và đặc biệt là ở khu vực miền núi, hải đảo, vùng sâu vùng xa. Hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ (chợ, siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi, chuyên doanh...) tăng nhanh nhưng phân bố không đều, tập trung chủ yếu và phát triển mạnh ở các thành phố, thị xã, thị trấn. Ở nông thôn, miền núi mạng lưới chợ còn thưa thớt; siêu thị, trung tâm thương mại còn ít.

- Hệ thống chợ, siêu thị chủ yếu thiên về chức năng bán lẻ và đa số chợ có qui mô nhỏ. Ở vùng nông thôn,chợ hạng III (chiếm 86%), cơ sở vật chất-kỹ thuật còn sơ sài, lạc hậu. Chợ đầu mối, chợ tổng hợp qui mô lớn có chức năng bán buôn, thu gom và phát luồng hàng hoá còn ít (cả nước chỉ có 61 chợ đầu mối, chiếm 0,7% tổng số chợ). Vì vậy, hệ thống chợ chưa tương xứng với vị trí và vai trò của chợ và chưa đáp được đầy đủ nhu cầu của sản xuất kinh doanh và phục vụ đời sống sinh hoạt của nhân dân.

- Thị trường hàng hoá trong nước và số người kinh doanh buôn bán, dịch vụ tăng nhanh nhưng mang tính chất tự phát, phân tán, quy mô nhỏ, vốn ít, mua bán qua nhiều tầng nấc trung gian. Chưa thiết lập được mối liên hệ lâu dài giữa sản xuất với lưu thông, giữa bán buôn và bán lẻ theo những kênh lưu thông hợp lý, ổn định, đặc biệt là việc bán vật tư nông nghiệp, mua nông sản, thực phẩm để tạo điều kiện thúc đẩy phát triển sản xuất hàng hoá.

- Nguồn vốn đầu tư phát triển chợ còn chưa thỏa đáng, cơ chế phân bổ chưa hợp lý. Do đa số các tỉnh còn nghèo, ngân sách còn hạn hẹp trong khi phải giải quyết nhiều vấn đề bức xúc về phát triển kinh tế-xã hội nên việc dành ngân sách của tỉnh để hỗ trợ đầu tư chợ còn bị hạn chế. Ngoài ra, khả năng huy động từ các nguồn khác còn khó khăn.

- Thực hiện chủ trương xã hội hoá đầu tư phát triển hạ tầng thương mại còn gặp nhiều khó khăn, nhất là ở địa bàn nông thôn, miền núi.

- Việc đầu tư nước ngoài chủ yếu phát triển các loại hạ tầng thương mại văn minh, hiện đại ở các thành phố lớn, còn chợ và địa bàn nông thôn chưa có đầu tư của doanh nghiệp nước ngoài (do qui mô nhỏ, sinh lợi ít...).

- Tương tự như nhiều ngành khác, khó khăn đối với doanh nghiệp và các hộ kinh doanh bán lẻ tại Việt Nam là năng lực cạnh tranh còn yếu vì đại bộ phận quy mô nhỏ, phương thức kinh doanh còn chưa tiên tiến, cơ sở hạ tầng kinh doanh chưa hiện đại, tính liên kết giữa các doanh nghiệp, hộ kinh doanh còn yếu…Chưa có chính sách đặc thù hỗ trơ, khuyến khích phát triển cho doanh nghiệp, hộ kinh doanh hoạt động thương mại...

Do đó, đề xuất một số khuyến nghị trong thời gian như sau:

a. Về phía nhà nước:

- Các bộ, ngành, địa phương tập trung thực hiện các giải pháp đồng bộ được Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo và ban hành từ đầu năm 2017 để bảo đảm đạt được mục tiêu tăng trưởng chung GDP cả năm ở mức 6,7% (theo

mục tiêu tại Nghị quyết số 23/2016/QH14 ngày 07 tháng 11 năm 2016 của Quốc hội về kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội năm 2017). Đây là điều kiện tiên quyết và bao trùm để bảo đảm các mục tiêu khác, trong đó có mục tiêu tăng trưởng thị trường bán lẻ hàng hóa và dịch vụ xã hội.

- Tập trung kiểm soát lạm phát để vừa thúc đẩy sức mua, vừa bảo đảm mức tăng trưởng thực tế sau khi loại trừ yếu tố giá. Theo đó, cần tập trung nâng cao chất lượng và tính kịp thời trong công tác dự báo, phân tích; việc phối hợp liên ngành và phối hợp chính sách tài khóa, tiền tệ phải nhịp nhàng, chặt chẽ hơn để giúp Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ điều hành, kiểm soát lạm phát trong giới hạn mà Quốc hội cho phép (dưới 5%).

- Rà soát các mức thuế VAT hiện hành và xem xét giảm thuế VAT các mặt hàng tiêu dùng nhằm giảm giá hàng hóa, kích thích tiêu thụ.

- Tích cực hỗ trợ tiêu thụ các loại nông sản sản xuất tập trung có sản lượng lớn, mang tính mùa cao của các địa phương

- Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại nội địa thông qua các hoạt động đưa hàng về nông thôn; tổ chức các chương trình quảng bá, khuyến mại, hội chợ lớn; tạo mối quan hệ gần gũi, thân thiện giữa nhà sản xuất với người tiêu dùng, làm nền tảng cho sự phát triển thương mại nội địa bền vững, từng bước đẩy lùi hàng ngoại. Tiếp tục thực hiện các biện pháp, chương trình để đưa Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam" thực sự đi vào cuộc sống, gắn với thúc đẩy sản xuất và phát triển thị trường nội địa.

- Tăng cường kiểm soát thị trường, đảm bảo cung ứng tốt những mặt hàng trọng yếu như xăng dầu, phân bón... đồng thời, xử lý nghiêm các hành vi đầu cơ, găm hàng, tăng giá, gian lận thương mại, niêm yết giá và bán theo giá niêm yết, kiểm soát chặt chẽ chất lượng hàng hóa và vệ sinh an toàn thực phẩm hàng hoá lưu thông trên thị trường nhằm tạo cơ hội cho hàng hoá Việt Nam phát triển trên thị trường nội địa, từ đó thúc đẩy sản xuất và tiêu dùng trong nước.

- Tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền để thông tin kịp thời chủ trương, chính sách của Nhà nước, thông tin chính xác diễn biến cung cầu thị trường, phổ biến kịp thời thông tin thị trường, sớm phát hiện và cảnh báo cho doanh nghiệp để có biện pháp vượt qua các rào cản kỹ thuật...

- Tiếp tục rà soát các cam kết quốc tế và pháp luật trong nước, sớm hoàn thiện các quy định có liên quan đến hoạt động phân phối nhằm bảo vệ tối đa quyền và lợi ích mà Việt Nam đã đạt được trong các cam kết quốc tế. Trong thời gian tới, sớm ban hành Nghị định thay thế Nghị định số 23/2007/NĐ-CP về hoạt động mua bán hàng hóa... của doanh nghiệp FDI nhằm quản lý chặt chẽ, hiệu quả hơn nữa lĩnh vực phân phối, tạo dư địa cho doanh nghiệp phân phối trong nước có điều kiện phát triển, có các quy định nhằm ngăn chặn các hiện tượng lợi dụng kẽ hở của pháp luật, như: hoạt động chuyển giá dẫn đến hạch toán lỗ kéo dài bất hợp lý; né tránh ENT (kiểm tra nhu cầu kinh tế) bằng việc lập pháp nhân mới, xem xét ENT trước khi xây dựng, mua, thuê địa điểm lập cơ sở bán lẻ….

- Tiến hành rà soát, điều chỉnh hoặc xây dựng mới quy hoạch tổng thể và quy hoạch của từng địa phương về phát triển kết cấu hạ tầng thương mại, làm cơ sở để các nhà đầu tư, doanh nghiệp phân phối cả trong nước và doanh nghiệp FDI có định hướng trong việc phát triển hệ thống phân phối của mình. Tăng cường quản lý nhà nước về phát triển thương mại trong nước thông qua việc nâng cao chất lượng, hiệu lực và hiệu quả các quy hoạch phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại trong từng thời kì. Trong đó, tập trung vào quy hoạch phát triển một số hệ thống hạ tầng thương mại trọng yếu như: chợ (đặc biệt là chợ nông thôn), siêu thị, trung tâm thương mại (gồm cả trung tâm mua sắm), trung tâm logistics, trung tâm hội chợ triển lãm hàng hóa, trung tâm kho-bán buôn.

- Tiếp tục thực hiện và nghiên cứu bổ sung các giải pháp có thể để hỗ trợ các doanh nghiệp bán lẻ trong nước về xúc tiến thương mại (nhất là xúc tiến phát triển thị trường trong nước), về ứng dụng công nghệ thông tin, về tư vấn pháp lý, về áp dụng công nghệ và kỹ năng quản lý từ các tập đoàn bán lẻ uy tín trên thế giới; tạo điều kiện thuận lợi về tiếp cận tín dụng (nghiên cứu xây dựng quỹ cho doanh nghiệp phân phối trong nước vay ưu đãi để hỗ trợ tạo lập mặt bằng bán lẻ…).

- Tăng cường phối hợp với các cơ quan truyền thông để phổ biến đầy đủ các cam kết quốc tế mà Việt Nam đang tham gia và dự liệu những cam kết sắp gia nhập để cộng đồng doanh nghiệp trong nước sớm định hình được chiến lược kinh doanh phù hợp.

- Hình thành và phát triển các chuỗi cung ứng hàng hóa, tập trung trước hết vào các chuỗi cung ứng hàng nông sản thực phẩm thiết yếu của thị trường xã hội. Kết hợp với nghiên cứu cơ cấu lại kinh tế vùng và liên vùng để xây dựng và triển khai thực hiện các đề án phát triển một số chuỗi cung ứng như chuỗi cung ứng rau quả, thịt gia súc, chuỗi cung ứng thịt lợn, chuỗi cung ứng hải sản... Vận dụng các chính sách hiện hành của Nhà nước khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp và nông thôn để phát triển rộng rãi các cơ sở cung cấp vật tư, các cơ sở sản xuất chế biến nông sản, các cơ sở thu mua, dự trữ, bán buôn, bán lẻ hàng hóa nông sản, các cơ sở kinh doanh dịch vụ phụ trợ khác gắn liền với lưu thông hàng hóa nông sản. Thu hút và kết nối các cơ sở này cùng tham gia vào chuỗi, trở thành thành viên (tác nhân) của chuỗi.

- Khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi để củng cố, phát triển các tổng công ty, tập đoàn kinh doanh thương mại có quy mô kinh tế hiện nay như Satra (Tổng công ty Thương mại Sài Gòn), Saigon Coop (Liên minh Hợp tác xã TP. Hồ Chí Minh), Vingroup, Ha pro (Tổng công ty Thương mại Hà Nội), Phú Thái (công ty cổ phần Tập đoàn Phú Thái) trở thành các nhà phân phối lớn, đủ sức cạnh tranh với các tập đoàn phân phối nước ngoài, chiếm giữ thị phần đáng kể và có khả năng chi phối được tình hình thị trường xã hội về hàng tiêu dùng tại các đô thị, trọng tâm là các thành phố lớn.

- Chú trọng phát triển mạnh mẽ hình thức kết cấu hạ tầng thương mại – Chợ truyền thống - theo hướng hiện đại, văn minh, bảo đảm chất lượng, vệ sinh

môi trường và an toàn thực phẩm, nhằm bảo đảm an sinh xã hội (cho đối tượng là các hộ/tiểu thương kinh doanh) và làm điểm tựa về hệ thống phân phối cho các nhà sản xuất trong nước trước xu thế mua bán, sáp nhập đang ngày một phát triển trong hình thức hạ tầng thương mại hiện đại.

- Tăng cường đào tạo, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực làm việc trong lĩnh vực phân phối, bán lẻ nhằm thúc đẩy hiệu quả hoạt động của các chủ thể kinh doanh. Chú trọng tới việc hỗ trợ về kỹ năng quản lý cũng như đào tạo về kỹ năng chuyên môn cho lao động trong ngành.

- Hỗ trợ và khuyến khích các doanh nghiệp bán lẻ đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, phần mềm quản lý trong hoạt động kinh doanh.

- Phát triển mạnh mẽ các cửa hàng tiện lợi để cung ứng các hàng hóa và dịch vụ cho cuộc sống hàng ngày của người dân.

- Khẩn trương ban hành Luật hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa và các văn bản hướng dẫn Luật nhằm hỗ trợ tích cực cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa hoạt động trong lĩnh vực phân phân phối bán buôn, bán lẻ.

- Cắt giảm mạnh các điều kiện đầu tư kinh doanh để tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động thành lập, đầu tư, kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung và doanh nghiệp trong lĩnh vực thương mại nói riêng.

- Tiếp tục nghiên cứu, thực hiện một số giải pháp nhằm khắc phục tình trạng chênh lệch giá mua và giá bán, vệ sinh an toàn thực phẩm còn chưa đảm bảo, nạn buôn lậu, buôn bán hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng diễn ra nghiêm trọng, trong đó chú trọng:

+ Rà xét, sửa đổi cơ chế buôn bán biên giới

+ Tăng cường công các quản lý thị trường, phòng chống buôn lậu, buôn bán hàng giả, hàng nhái, hàng kém chất lượng...

+ Tăng cường thực thi đầy đủ luật bảo vệ người tiêu dùng và phát huy vai trò của Hội bảo vệ người tiêu dùng

+ Tái cơ cấu các ngành sản xuất, nhất là sản xuất nông sản thực phẩm, phát triển các hợp tác xã kiểu mới ở nông thôn...

b. Về phía Hiệp hội ngành nghề, ngành hàng:

- Củng cố và tăng cường năng lực và vai trò của các hiệp hội doanh nghiệp, đặc biệt là hiệp hội bán lẻ nhằm thu hút cả doanh nghiệp trong nước và doanh nghiệp FDI tham gia cũng như tuân thủ các quy chế của hiệp hội.

- Tiếp tục đẩy mạnh vai trò cầu nối giữa doanh nghiệp và các cơ quan quản lý, tạo điều kiện kết nối giao lưu giữa các doanh nghiệp hội viên; tăng cường phổ biến thông tin hội nhập về pháp luật của các nước, sở hữu trí tuệ, sở hữu công nghiệp, quản lý chất lượng, các quy tắc xuất xứ... cho doanh nghiệp hội viên; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu.

- Tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại - đầu tư theo thị trường, ngành hàng, lĩnh vực kinh doanh cụ thể để nâng cao khả năng tiếp cận thị trường

trong và ngoài nước cũng như hỗ trợ doanh nghiệp tiếp thị thương hiệu của sản phẩm, doanh nghiệp tới các thị trường trong và ngoài nước.

- Triển khai các hoạt động cung cấp và tư vấn cho các doanh nghiệp về pháp luật kinh doanh, các kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế…

c. Về phía doanh nghiệp:

- Đối với cơ sở bán lẻ của hộ kinh doanh ở các khu dân cư, đường phố cũ, khuyến khích các doanh nghiệp bán lẻ trong nước có thương hiệu đủ mạnh đứng ra tập hợp, liên kết các cửa hàng thực phẩm và tạp hóa hiện hữu (của hộ gia đình có nhà ở mặt tiền), hỗ trợ họ nâng cấp trang bị, thay đổi phương thức quản lý, cung cách phục vụ để hướng các cửa hàng này chuyển thành cửa hàng tiện lợi theo mô hình chuỗi thông qua phương thức nhượng quyền thương mại hoặc đầu tư trực tiếp.

- Chủ động tìm hiểu và nghiên cứu về thông tin, kiến thức về hội nhập kinh tế quốc tế, pháp luật quốc tế để chủ động và chuẩn bị kỹ để đón đầu và tận dụng ưu đãi từ các hiệp định thương mại tự do. Chủ động đầu tư và đổi mới trang thiết bị công nghệ theo chiều sâu nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm để có thể tiếp cận thị trường và tham gia vào chuỗi cung ứng. Tích cực tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại, kết nối cung cầu trong và ngoài nước, các hoạt động hưởng ứng Cuộc vận động "Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam"..

- Chủ động trong việc lựa chọn nguồn gốc của các nguyên phụ liệu, đáp ứng các tiêu chuẩn về nguồn gốc xuất xứ. Đồng thời, phải thực hiện tốt các yêu cầu khác về vệ sinh, kiểm dịch động thực vật, hàng rào kỹ thuật…

- Nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, đặc biệt là lao động có tay nghề và nhân lực trình độ cao. Bên cạnh đó, cần chủ động tạo sự liên kết gắn bó giữa các doanh nghiệp, cùng xây dựng chiến lược phát triển thị trường nội địa và nước ngoài.

- Chủ động tìm hiểu, nghiên cứu đầu tư trong một số lĩnh vực tiềm năng trong phát triển thương mại trong nước năm 2017 và những năm tiếp theo như:

+ Phát triển các chuỗi phân phối bán lẻ hàng hóa trên cơ sở liên kết với người sản xuất trong nước. Các doanh nghiệp và nhà đầu tư có thể coi đây là một trong những hướng đi lâu dài và bền vững trong hoạt động thương mại trên thị trường Việt Nam, một thị trường có mức độ gia tăng tiêu dùng cao và người dân ngày càng quan tâm hơn tới chất lượng hàng hóa, dịch vụ. Việc tăng cường sự liên kết giữa doanh nghiệp bán lẻ với các nhà sản xuất trong việc tạo nguồn hàng sản xuất trong nước với giá cả cạnh tranh bảo đảm đủ tiêu chuẩn chất lượng có thể thỏa mãn nhu cầu mua sắm tiêu dùng đa dạng và ngày càng cao ở Việt Nam để cung ứng cho các cơ sở bán lẻ nhằm giảm sự phụ thuộc vào hàng cùng loại nhập khẩu.

+ Phát triển hạ tầng logistics thương mại và trung tâm phân phối hàng hóa cấp vùng. Các doanh nghiệp và nhà đầu tư có thể xem xét khả năng để có

thể triển khai thực hiện dưới hình thức đầu tư theo hình thức đối tác công tư và các hình thức phù hợp khác.

+ Phát triển thương mại trên địa bàn khu vực nông thôn

Phát triển nông thôn nói chung và giải quyết có hiệu quả các vấn đề về tiêu thụ sản phẩm hàng hóa một cách bền vững cho người nông dân nói riêng là một trong những trọng tâm ưu tiên lớn và thường xuyên, lâu dài của Việt Nam. Trong đó, các hoạt động đầu tư phát triển thương mại nông thôn, bao gồm cả đầu tư phát triển hạ tầng thương mại, xây dựng các mô hình sản xuất gắn với chế biến và tiêu thụ sản phẩm... ở các khu vực địa bàn này đều nhận được nhiều cơ chế khuyến khích, ưu đãi từ phía Chính phủ và các địa phương.

+ Áp dụng các biện pháp, phương tiện, thiết bị công nghệ nhằm tạo thuận lợi hóa trong đánh giá, truy xuất về nguồn gốc, chất lượng sản phẩm, mức độ vệ sinh an toàn thực phẩm. Các dự án, các hoạt động nhằm ứng dụng và phát triển các biện pháp, phương tiện, thiết bị công nghệ nhằm tạo thuận lợi hóa trong đánh giá, truy xuất về nguồn gốc, chất lượng sản phẩm, mức độ vệ sinh an toàn thực phẩm tại Việt Nam sẽ không chỉ nhận được sự ủng hộ, khuyến khích từ phía Chính phủ Việt Nam mà còn là một lĩnh vực đầu tư nhiều tiềm năng đối với các doanh nghiệp và nhà đầu tư trong và ngoài nước.

LỜI KẾT

Báo cáo "Phát triển thương mại trên thị trường trong nước năm 2016" được xây dựng và phát hành dưới sự hỗ trợ của Dự án Hỗ trợ chính sách thương mại và đầu tư của châu Âu (EU - Mutrap) với mục tiêu nhằm đưa ra được những thông tin về kết quả hoạt động trong năm cũng như đưa ra nhận định, đánh giá xu hướng phát triển và các lĩnh vực tiềm năng trong phát triển thương mại trên thị trường Việt Nam những năm tiếp theo

Việc xây dựng và phát hành Báo cáo này được hy vọng sẽ góp phần làm đa dạng hơn các kênh thông tin được cung cấp tới các doanh nghiệp, nhà đầu tư trong và ngoài nước cũng như các hiệp hội ngành nghề, địa phương, cơ quan quản lý nhà nước có liên quan, qua đó góp phần tạo dựng một môi trường kinh doanh thuận lợi, minh bạch, cạnh tranh lành mạnh tại Việt Nam trong tiến trình hội nhập và phát triển kinh tế của đất nước.

VỚI PHẠM VI CẦN ĐƯỢC XEM XÉT, TRÌNH BÀY RỘNG VÀ NHIỀU VẤN ĐỀ PHỨC TẠP, NỘI DUNG BÁO CÁO CHẮC KHÔNG TRÁNH KHỎI NHỮNG HẠN CHẾ. NHÓM NGHIÊN CỨU MONG NHẬN ĐƯỢC CÁC Ý KIẾN GÓP Ý THẲNG THẮN VÀ CHÂN THÀNH ĐỂ QUA ĐÓ TIẾP TỤC HOÀN THIỆN, NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG TRONG BÁO CÁO CÁC NĂM TIẾP THEO./.

CÁC TỪ VIẾT TẮT

STT	Chữ viết tắt	Nghĩa đầy đủ
1	ASEAN	Hiệp hội các Quốc gia Đông Nam Á
2	CPI	Chỉ số giá tiêu dùng
3	EU	Liên minh châu Âu
4	FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
5	FTA	Hiệp định mậu dịch tự do
6	GDP	Tổng sản phẩm quốc nội
7	CCI	Chỉ số niềm tin người tiêu dùng
8	VEPI	Chỉ số hoạt động kinh tế Việt Nam
9	LPG	Khí dầu mỏ hóa lỏng
10	TPP	Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương
11	ATIGA	Hiệp định Thương mại hàng hóa trong ASEAN
12	ACFTA	Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Trung Quốc
13	AKFTA	Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Hàn Quốc
14	AJCEP	Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện ASEAN - Nhật Bản
15	VJEPA	Hiệp định Đối tác kinh tế Việt Nam - Nhật Bản
16	AANZFTA	Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Úc - Niu-Di-Lân
17	AIFTA	Hiệp định Thương mại tự do ASEAN - Ấn Độ
18	VCFTA	Hiệp định Thương mại tự do song phương Việt Nam - Chi-lê)
19	VKFTA	Hiệp định Thương mại tự do song phương Việt Nam - Hàn Quốc
20	VCUFTA	Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Liên minh kinh tế Á - Âu -