

Bộ Giáo dục và Đào tạo
Trường đại học thương mại

trần việt thảo

Chính sách vĩ mô
đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại
ở các đô thị lớn nước ta hiện nay

Luận án tiến sĩ kinh tế

Hà nội, Năm 2015

Bộ Giáo dục và Đào tạo
Trường đại học thương mại

trần việt thảo

**Chính sách vĩ mô
đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại
ở các đô thị lớn nước ta hiện nay**

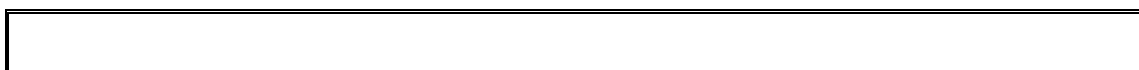
Chuyên ngành: Quản lý kinh tế

Mã số : 62 34 04 10

luận án tiến sĩ kinh tế

**Người hướng dẫn khoa học: GS.TS Nguyễn Bách
Khoa PGS.TS Đinh Văn Thành**

Hà nội, Năm 2015

**Lời cam đoan**

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

Tác giả luận án**Trần Việt Thảo**

MỤC LỤC

	Trang
<i>Trang phụ bì</i>	
<i>Lời cam đoan</i>	i
<i>Mục lục</i>	ii
<i>Danh mục các từ viết tắt</i>	vi
<i>Danh mục các bảng</i>	viii
<i>Danh mục các hình</i>	ix
MỞ ĐẦU	1
TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN	6
<i>Chương 1: MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN</i>	17
1.1. Một số khái niệm và lý luận cơ sở	17
1.1.1. Chính sách vĩ mô đối với phát triển kinh tế - xã hội	17
1.1.2. Lý luận chung về kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	21
1.2. Nội dung chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại hàng hóa đô thị lớn	31
1.2.1. Nội dung cơ bản của chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	31
1.2.2. Nội dung quản lý chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	36
1.2.3. Tiêu chí đánh giá chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	42
1.3. Mô hình nghiên cứu và các yếu tố ảnh hưởng đến chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	44
1.3.1. Mô hình nghiên cứu chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	44
1.3.2. Kiểm định mô hình và thang đo nghiên cứu	46
1.3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu	47

	hạ tầng thương mại đô thị lớn	
1.4.	Tình hình và bài học rút ra với Việt Nam từ chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn ở một số nước ngoài chọn điển hình	54
1.4.1.	Trung Quốc	54
1.4.2.	Hàn Quốc	55
1.4.3.	Thái Lan	55
1.4.4.	Bài học rút ra với Việt Nam	57
	Chương 2: THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA	58
2.1.	Khái quát thực trạng kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn nước ta	58
2.1.1.	Về kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ	58
2.1.2.	Về kết cấu hạ tầng thương mại bán buôn/xuất nhập khẩu	60
2.1.3.	Về kết cấu hạ tầng thương mại dịch vụ logistics thị trường	61
2.1.4.	Kết cấu hạ tầng thương mại dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến thương mại	62
2.1.5.	Về kết cấu hạ tầng thương mại điện tử	63
2.1.6.	Một số kết luận rút ra từ khái quát thực trạng phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	64
2.2.	Phân tích thực trạng chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn nước ta	66
2.2.1.	Mô tả khung phân tích và phương pháp nghiên cứu	66
2.2.2.	Thực trạng chất lượng nội dung chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	67
2.2.3.	Thực trạng chất lượng quản lý chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn dựa trên đối tượng tác động của chính sách	77
2.2.4.	Thực trạng mức độ tác động của chính sách vĩ mô đến hiệu suất phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	87
2.2.5.	Kiểm định giả thuyết nghiên cứu qua mô hình hồi qui bội giữa	95

	mức tác động của chính sách vĩ mô với chất lượng các hợp phần nội dung chính sách	
2.3.	Đánh giá chung thực trạng và nguyên nhân các hạn chế tồn tại của chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	98
2.3.1.	Những ưu điểm, thành công của chính sách vĩ mô	98
2.3.2.	Những hạn chế, điểm yếu của chính sách vĩ mô	99
2.3.3.	Nguyên nhân hạn chế tồn tại của chính sách vĩ mô	99
	Chương 3: MỘT SỐ QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA THỜI GIAN TỚI	102
3.1.	Một số dự báo thị trường và định hướng chiến lược phát triển kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội các đô thị lớn nước ta đến 2020	102
3.1.1.	Một số dự báo thay đổi môi trường và thị trường thương mại các đô thị lớn nước ta đến 2020	102
3.1.2.	Định hướng chiến lược phát triển kinh tế - xã hội các đô thị lớn nước ta đến 2020	104
3.2.	Định hướng, mục tiêu và quan điểm hoàn thiện chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn nước ta đến 2020	107
3.2.1.	Định hướng hoàn thiện chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	107
3.2.2.	Quan điểm, mục tiêu hoàn thiện chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại các đô thị lớn nước ta giai đoạn tới	112
3.3.	Các giải pháp hoàn thiện nội dung chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại các đô thị lớn nước ta đến 2020	117
3.3.1.	Nhóm giải pháp về phía chính quyền trung ương – tập trung hoàn thiện nội dung chính sách chung, chính sách định hướng và một số chính sách công cụ	118

3.3.2.	Nhóm giải pháp về phía chính quyền địa phương nhằm nâng cao mức độ tác động của chính sách vĩ mô tới hiệu suất phát triển kết cấu hạ tầng thương mại các đô thị lớn nước ta	128
3.4.	Nhóm giải pháp hoàn thiện quản lý chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn nước ta giai đoạn tới	137
3.4.1.	Về khung khổ pháp luật	137
3.4.2.	Về hoạch định chính sách vĩ mô	138
3.4.3.	Về triển khai thực thi và kiểm soát chính sách vĩ mô	140
3.4.4.	Về tổ chức quản lý nhà nước với chính sách vĩ mô	141
3.4.5.	Về năng lực đội ngũ công chức, viên chức quản lý chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn	142
3.4.6.	Về nâng cao năng lực thực thi chính sách của các đối tượng chính sách vĩ mô	143
	KẾT LUẬN	145
	NHỮNG CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN	
	DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	
	PHỤ LỤC	

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

ACFTA	Asean China Free Trade Area (Khu vực mậu dịch tự do ASEAN-Trung Quốc)
AEC	Asean Economic Community (Cộng đồng kinh tế Asean)
AFTA	Asean Free Trade Area (Khu vực mậu dịch tự do Asean)
ASEAN	Association of Southeast Asian Nations (Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á)
BB/XNK	Bán buôn/Xuất nhập khẩu
BCEC	BuonMaThuat Coffee Exchange Center (Trung tâm giao dịch cà phê Buôn Ma Thuật)
BTA	The US-Vietnam Bilateral Trade Agreement (Hiệp định thương mại Việt – Mỹ)
CEO	Chief Executive Officer (Tổng giám đốc điều hành)
DVHT và XTTM	Dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến thương mại
DV LOG TT	Dịch vụ logistics thị trường
ĐLC	Độ lệch chuẩn
ĐTB	Điểm trung bình
ĐTL	Đô thị lớn
ENT	Economic Needs Test (Chỉ số Thẩm định nhu cầu kinh tế)
FDI	Foreign Direct Investment (Vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài)
GDP	Gross Domestic Product (Tổng sản phẩm quốc nội)
KCHT	Kết cấu hạ tầng
KCHTTM	Kết cấu hạ tầng thương mại
KT-XH	Kinh tế - xã hội
M&A	Mergers and Acquisitions (Mua bán và sáp nhập)
ODA	Official Development Assistant

	(Viện trợ phát triển chính thức)
OECD	The organization for Economic Co-operation and Development (Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế)
QLNN	Quản lý nhà nước
TMBL	Thương mại bán lẻ
TPP	Trans Pacific Partnership (Hiệp định Thương mại xuyên Thái Bình Dương)
XNK	Xuất nhập khẩu
WTO	World Trade Organization (Tổ chức thương mại thế giới)



DANH MỤC CÁC BẢNG

Số hiệu bảng	Tên bảng	Trang
1.1	Mô tả cơ cấu mẫu điều tra	46
1.2	Kết quả kiểm định Conbach's Alpha, EFA, CFA chất lượng nội dung CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta	46
2.1	Đánh giá chất lượng nội dung CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta	68
2.2	Đánh giá chất lượng hoạch định chính sách vĩ mô đối với phát triển KCHTTM đô thị lớn nước ta hiện nay	78
2.3	Đánh giá chất lượng triển khai thực thi chính sách vĩ mô đối với phát triển KCHTTM ở 3 đô thị lớn điển hình	83
2.4	Đánh giá chất lượng triển khai thực thi CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta	84
2.5	Đánh giá chất lượng KCHTTM đô thị lớn nước ta	88
2.6	Đánh giá giá trị KCHTTM đô thị lớn nước ta	89
2.7	Đánh giá mức độ tác động của CSVN đến hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL dựa trên đối tượng chính sách	90
2.8	Đánh giá mức độ thỏa mãn với phát triển KCHTTM ĐTL và với CSVN dựa trên đối tượng chính sách	91
2.9	Kết quả hồi qui bội: Mức tác động của CSVN tới hiệu suất phát triển và chất lượng các hợp phần nội dung CSVN	97
3.1	Một số mục tiêu hoàn thiện CSVN đối với phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta đến 2020	117

DANH MỤC CÁC HÌNH

Số hiệu hình	Tên hình	Trang
1.1	Mô hình cấu trúc KCHTTM hàng hóa ĐTL	25
1.2	Quá trình quản lý CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL	37
1.3	Mô hình nghiên cứu CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL Việt Nam	45
2.1	Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ theo các thành phố của cả nước và các ĐTL qua các năm	59
2.2	Khung phân tích CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta	67

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết nghiên cứu đề tài

Sau gần 30 năm tiến hành công cuộc đổi mới, Việt Nam đã đạt được những thành tựu đáng kể về mặt kinh tế và xã hội. Việt Nam là nước có tốc độ đô thị hóa vào loại nhanh trên thế giới. Việt Nam hiện có khoảng 760 đô thị trong đó có 2 đô thị đặc biệt, 15 đô thị loại I là các đô thị lớn với tốc độ đô thị hóa tăng từ 17-18% những năm 1990 lên tới 31% tính đến hết năm 2012 và dự báo trong 10 năm tới, tốc độ đô thị hóa sẽ đạt khoảng 45%. Như vậy, từ một nước có thu nhập vào diện thấp nhất thế giới, với dân số trên 90% sống ở nông thôn, Việt Nam đã đạt tốc độ đô thị hóa 3,4%/năm và tập trung chủ yếu ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Cùng với quá trình đô thị hóa, những đòi hỏi về phát triển đồng bộ kết cấu hạ tầng (KCHT) đô thị, đặc biệt là kết cấu hạ tầng thương mại (KCHTTM) phục vụ quá trình đô thị hóa đang đặt ra nhiều vấn đề cần giải quyết.

Như đã biết, phát triển hệ thống KCHTTM luôn giữ vai trò quan trọng và mang ý nghĩa quyết định tác động thúc đẩy Thương mại phát triển và hội nhập kinh

tế quốc tế. Sự phát triển KCHTTM bao gồm toàn bộ cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ cho hoạt động thương mại như đường giao thông, hệ thống điện nước, thông tin liên lạc, thương mại điện tử, các trung tâm thương mại, siêu thị, chợ, cửa hàng, kho bãi... Đối với hoạt động kinh doanh thương mại, KCHTTM đang góp phần giảm được các khoản chi phí liên lạc, chi phí quảng cáo, tạo mối liên kết chặt chẽ và thuận lợi giữa khâu sản xuất và lưu thông phân phối, giúp tiếp cận được các sản phẩm tri thức nhanh nhất, ít tốn kém nhất và hiệu quả nhất. Trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam, vai trò của KCHTTM mà trọng tâm là phát triển các trung tâm thương mại, siêu thị, chợ, ứng dụng công nghệ thông tin... trong quản trị và kinh doanh thương mại ngày càng trở nên quan trọng, góp phần đẩy nhanh tốc độ phát triển, nâng cao hiệu quả của các hoạt động thương mại. Với tính chất đa dạng và thiết thực, KCHTTM là nền tảng vật chất có vai trò đặc biệt quan trọng trong quá trình phát triển thương mại nói riêng và phát triển kinh tế - xã hội (KT-XH) nói chung của mỗi quốc gia cũng như mỗi vùng lãnh thổ, mỗi khu vực dân cư, địa lý nhất định. Có được một KCHTTM đồng bộ và hiện đại, các hoạt động kinh tế, thương mại mới có điều kiện để phát triển nhanh, ổn định và bền vững. Mức độ và trình độ phát triển của KCHTTM có ảnh hưởng quyết định tới sự phát triển của thương mại nói riêng và KT-XH nói chung, hướng tới một xã hội văn minh, hiện đại [65].

Tuy nhiên, sự phát triển KCHTTM trên một khu vực, một loại hình thị trường đến lượt nó, lại chịu sự chi phối và tác động của nhiều yếu tố (kinh tế - quản lý, tổ chức - kỹ thuật, tự nhiên - xã hội, pháp luật - chính sách,...), nhiều cấp độ (vĩ mô và vi mô, quốc gia - địa phương, ngành và lãnh thổ cũng như động cơ và năng lực của mỗi nhà đầu tư phát triển), trong đó yếu tố chính sách vĩ mô (CSVM) đối với phát triển KCHTTM có ý nghĩa cực kỳ quan trọng vừa tạo khung khổ định hướng, vừa góp phần chế định và điều hòa các dòng cung, cầu và thực hiện giá trị của nền sản xuất hàng hóa, vừa đảm bảo tính đồng bộ, tiến bộ và tiết kiệm xã hội nói chung và ở Việt Nam các CSVM còn có vai trò có tính quyết định vừa đáp ứng nhu cầu kinh tế, vừa đảm bảo chất lượng và giá trị cho sự phát triển KCHTTM đất nước. Thực tế trong những năm qua ở nước ta cho thấy, các CSVM đã ngày càng có tác động mạnh và hiệu quả đến sự phát triển KCHTTM nói chung và nhất là đối với sự phát triển KCHTTM các đô thị lớn (ĐTL) nước ta nói riêng, góp phần tạo ra một

bộ mặt sinh động, phồn vinh của các ĐTL hơn hẳn so với trước hai thập kỉ trước đây, định vị rõ nét hơn vai trò trung tâm sức hút và lan tỏa các dòng phân phối thị trường và thương mại của ĐTL với phát triển kinh tế vùng, quốc gia và quốc tế. Song cũng qua thực tế phát triển ở các ĐTL cũng cho thấy những hạn chế, bất cập trong nội dung chính sách cũng như chất lượng quá trình quản lí CSVM có tác động đến phát triển KCHTTM cả về tính đồng bộ, liên kết, cả về chất lượng và giá trị của mỗi loại và tổng thể hệ thống KCHTTM ĐTL.

Theo lộ trình cam kết gia nhập WTO từ 2009 và gia nhập cộng đồng kinh tế ASEAN vào cuối 2015, Việt Nam thực hiện mở cửa thị trường nói chung và thị trường dịch vụ phân phối nói riêng, trong đó có cả việc thực hiện mở cửa thị trường cho các nhà phân phối nước ngoài. Điều này đã làm thay đổi nhanh chóng sự phát triển của thị trường trong nước và đặt ra những yêu cầu mới về công tác quản lí đầu tư phát triển thương mại nói chung và đầu tư phát triển KCHTTM nói riêng của các thành phần kinh tế trong và ngoài nước. Chính vì vậy việc tìm các giải pháp hoàn thiện các CSVM đối với phát triển KCHTTM nói chung và ở các ĐTL nói riêng càng trở nên cấp bách và có ý nghĩa quan trọng cả về lí luận và thực tiễn.

Với tiếp cận trên, việc lựa chọn đề tài luận án tiến sĩ Kinh tế, chuyên ngành Quản lí kinh tế về *"Chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại ở các đô thị lớn nước ta hiện nay"* là thực sự cần thiết và cấp bách.

2. Mục đích, nhiệm vụ của luận án

2.1. Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu và đề xuất các quan điểm, giải pháp có luận cứ lí luận và thực tiễn xác đáng để hoàn thiện CSVM đối với phát triển KCHTTM tại các ĐTL Việt Nam trong thời gian tới.

2.2. Nhiệm vụ của luận án

- Hệ thống hóa một số vấn đề lí luận và thực tiễn về CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL Việt Nam, xây dựng mô hình nghiên cứu và kiểm định tại điều kiện Việt Nam.

- Vận dụng mô hình và phát triển thang đo, phương pháp nghiên cứu định lượng qua điều tra trắc nghiệm các mẫu đại diện để phân tích, đánh giá

thực trạng CSVN đối với phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta và nguyên nhân của chúng.

- Đưa ra các định hướng, quan điểm, mục tiêu và các giải pháp hoàn thiện CSVN đối với phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta giai đoạn tới.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Các yếu tố cấu thành và ảnh hưởng đến nội dung và quản lý CSVN đối với phát triển KCHTTM ở ĐTL với tư cách là một công cụ QLNN.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Về thời gian: chủ yếu nghiên cứu các CSVN trong 10 năm trở lại đây với phát triển KCHTTM ở các ĐTL.

- *Về không gian:* tập trung nghiên cứu thực trạng các CSVN đối với phát triển KCHTTM ở các ĐTL nước ta gồm 2 đô thị đặc biệt, 15 đô thị loại I thông qua điều tra điển hình ở 8/17 ĐTL để suy rộng kết quả nghiên cứu cho tổng thể ĐTL Việt Nam.

- *Về khách thể:* chủ yếu nghiên cứu đối với phát triển KCHTTM hàng hóa. Không nghiên cứu chi tiết KCHT cho một cơ sở thương mại mà nghiên cứu tổng thể mạng lưới/KCHT, không nghiên cứu KCHT của mạng lưới thương mại bán lẻ nhỏ (hộ gia đình).

4. Phương pháp nghiên cứu

Về phương pháp luận, luận án vận dụng phương pháp tiếp cận hệ thống, biện chứng, logic và lịch sử xem xét KCHTTM như là một cấu trúc hệ thống 4 yếu tố cấu thành; mỗi cấu trúc là một tổng thể mạng lưới gồm quy mô, cơ cấu, chất lượng, giá trị của mạng lưới các loại hình cơ sở thương mại tương tác và liên kết với nhau theo các tính quy luật của phát triển.

Về phương pháp nghiên cứu cụ thể:

- Phương pháp hệ thống hóa và kế thừa lí luận để xây dựng khung lí thuyết và mô hình nghiên cứu của luận án.

- Phương pháp mô tả thống kê với các số tuyệt đối, tương đối, chỉ số, biểu đồ thống kê để mô tả trạng thái và xu thế của đối tượng nghiên cứu, phân tích - tổng hợp và mô hình hóa các dữ liệu nghiên cứu.

- Để thu thập dữ liệu thứ cấp, luận án thu thập qua các nguồn Niên giám

thống kê (cả nước và các đô ĐTL), các báo cáo đánh giá và quy hoạch của Bộ Công Thương và Bộ - Ngành khác; của các cơ quan quy hoạch đô thị, sở Công Thương, Sở Kế hoạch - Đầu tư các ĐTL,...

- Đề thu thập dữ liệu sơ cấp, sử dụng phương pháp chọn mẫu đại diện điển hình ở 3 đô thị lớn là Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng - là 3 ĐTL có hội tụ đủ nhất và phát triển nhất về KCHTTM và cũng là 3 ĐTL chịu tác động nhất của CSVM để phân tích thực trạng; tiếp theo luận án vận dụng phương pháp điều tra trắc nghiệm điển hình và có khả năng tiếp cận ở 8/17 ĐTL, để thu thập dữ liệu qua bảng hỏi với các đối tượng điều tra khác nhau cho các yếu tố KCHTTM khác nhau.

- Về xử lý dữ liệu: sử dụng phần mềm Excel cho các dữ liệu thống kê; phần mềm SPSS 16.0 để xử lý dữ liệu sơ cấp được điều tra để rút ra trị số trung bình (ĐTB) và độ lệch chuẩn (ĐLC) các tệp dữ liệu theo chỉ tiêu nghiên cứu/biến quan sát.

5. Các đóng góp chủ yếu của luận án

- Về lý luận: Luận án đã làm rõ nội hàm các khái niệm KCHTTM và đưa ra kết luận phát triển KCHTTM chủ yếu là phát triển chất lượng và giá trị của chúng, khái niệm CSVM và CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL, xây dựng các giả thuyết, mô hình nghiên cứu, tiêu chí đánh giá, yếu tố ảnh hưởng đến CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta.

- Về thực tế: Vận dụng mô hình và các phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng phù hợp để phân tích thực trạng chất lượng nội dung CSVM, thực trạng triển khai, thực hiện ở 3 ĐTL chọn điển hình và tiến hành đánh giá lượng hóa chất lượng quản lý CSVM, chất lượng và giá trị KCHTTM các ĐTL hiện tại với từng yếu tố và tổng thể KCHTTM ĐTL; mức độ tác động CSVM hiện hành tới chất lượng và giá trị KCHTTM ĐTL; và sự thỏa mãn với KCHTTM cũng như với CSVM hiện hành. Đây là những luận cứ thực tiễn quan trọng để đề xuất hoàn thiện chính sách.

Về mục đích nghiên cứu: Dựa trên các luận cứ lý luận và thực tiễn trên cùng các dự báo phát triển, xu thế phát triển KCHTTM ĐTL đã đưa ra 3 nhóm giải pháp hoàn thiện CSVM đối với phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta giai đoạn tới gồm: hoàn thiện nội dung chính sách theo hướng phát triển chiều sâu tăng cường chất lượng và giá trị KCHTTM; hoàn thiện quy trình và năng lực quản lý CSVM đối với phát triển KCHTTM; tăng cường năng lực thực thi CSVM đối với phát triển

KCHTTM của các CEO doanh nghiệp thương mại và nhà đầu tư phát triển KCHTTM ĐTL. Bằng cách đó luận án thực hiện mục đích nghiên cứu đặt ra.

6. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, tổng quan nghiên cứu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, nội dung của luận án gồm 3 chương:

Chương 1: Một số vấn đề lí luận và thực tiễn về chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn.

Chương 2: Thực trạng chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn nước ta.

Chương 3: Một số quan điểm và giải pháp hoàn thiện chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn nước ta thời gian tới.



TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Các công trình nghiên cứu ở nước ngoài

Với tính chất đa dạng và thiết thực, KCHT là nền tảng vật chất có vai trò đặc biệt quan trọng trong quá trình phát triển KT-XH của mỗi quốc gia cũng như mỗi vùng lãnh thổ. Nhận thức được tầm quan trọng của KCHT đối với sự phát triển KT-XH nói chung và việc phát triển ngành thương mại nói riêng nên tất cả các nước đều chú ý đầu tư phát triển KCHT nói chung và KCHTTM nói riêng.

Từ những năm 80 của thế kỷ XX, xu hướng tự do hóa và toàn cầu hóa cộng với làn sóng điều chỉnh cơ cấu kinh tế diễn ra mạnh mẽ đã ảnh hưởng không nhỏ tới việc định hướng phát triển và điều hành kinh tế vĩ mô ở hầu hết các nước trên thế giới. Hầu hết các nước đều quan tâm đến việc phát triển KCHT, lấy việc phát triển KCHT làm nền tảng cho việc phát triển kinh tế. Đặc biệt là ở các nước đang phát triển thì bài học được rút ra từ các nước phát triển đã giúp cho họ có nhiều kinh nghiệm hơn trong việc xây dựng, hoạch định và thực thi các chính sách phát triển KCHT cơ sở. Trong đó, điển hình thành công là Hàn Quốc, Hàn Quốc đã trở thành một siêu cường với bí quyết là xây dựng hệ thống giao thông phát triển tương ứng với việc phát triển kinh tế. Các nước và vùng lãnh thổ khác như Đài Loan, Ấn Độ, Malaysia và Braxin đều quan tâm phát triển KCHTTM, coi đó là nền tảng để phát triển kinh tế.

Đầu tư phát triển KCHT chuyên dùng cho thương mại như chợ, đặc biệt là chợ đầu mối, chợ bán đấu giá, trung tâm giao dịch cho thị trường hàng hóa giao sau, trung tâm thương mại và giới thiệu sản phẩm hàng hóa... đều được các nước quan tâm. Các cơ sở này đã góp phần rất quan trọng vào việc thúc đẩy thị trường và thương mại nông phẩm phát triển.

Để thu hút vốn đầu tư phát triển KCHT, ngoài việc đầu tư của ngân sách nhà nước, các nước đều khuyến khích khu vực tư nhân đầu tư. Sự tham gia của tư nhân vào KCHT mới được phát triển gần đây nhưng đang được mở rộng nhanh chóng. Trong giai đoạn 1990-1997, ước tính trên toàn cầu, các doanh nghiệp tư nhân đã đầu tư 352 tỷ USD vào KCHT, trong đó 36% là đầu tư của các quốc gia Đông Nam Á lân cận.

Có thể nêu một số công trình nghiên cứu điển hình:

- Cesar Calderon và Luis Serven (2004). "*Tác động của việc phát triển kết cấu hạ tầng tới tăng trưởng và phân phối thu nhập*" ("The Effects of Infrastructure Development on Growth and Income Distribution". Draft for Discussion, March). Sau khi nghiên cứu bộ dữ liệu ở 121 nước trong thời kỳ 1960-2000, Cesar và Luis đã đưa ra hai kết luận quan trọng là: (1) trình độ phát triển KCHT có tác động tích cực đến tăng trưởng kinh tế; và (2) trình độ phát triển KCHT càng cao thì mức độ bất bình đẳng về thu nhập trong xã hội càng giảm. Từ hai kết luận này, các tác giả đã đưa ra một kết luận chung là trình độ phát triển KCHT có tác động mạnh đến công tác xóa đói giảm nghèo.

- Naoyuki Yoshino và Masaki Nakahigashi (2000). "*Vai trò của kết cấu hạ tầng trong phát triển kinh tế*" ("The Role of Infrastructure in Economic Development". Preliminary Version, November). Trong nghiên cứu của mình, Naoyuki và Masaki đã đưa ra kết luận rằng, KCHT đóng vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của các nước vì hai lý do: (1) phát triển KCHT góp phần nâng cao năng suất và hiệu quả của kinh tế; và (2) phát triển KCHT có tác động rất tích cực đến giảm nghèo.

- Kingsley Thomas (2004). "*Vai trò của kết cấu hạ tầng trong phát triển*" ("The Role of Infrastructure in Development"). The Lecture Programme 2004, The Development Bank of Jamaica. Ông này cho rằng, KCHT đóng vai trò quan trọng không chỉ vì nó là điều kiện thiết yếu đối với hoạt động sản xuất - kinh doanh của các doanh nghiệp cũng như đời sống của các hộ gia đình mà KCHT còn là lĩnh vực kinh tế chiếm tỷ trọng lớn trong GDP của một nước. Đầu tư cho phát triển KCHT thường chiếm khoảng 20% tổng vốn đầu tư và chiếm từ 40-60% đầu tư công ở hầu hết các nước đang phát triển. Tính trung bình, lượng đầu tư này chiếm 4% GDP của các nước đang phát triển, cá biệt có nước chiếm hơn 10%.

- Ủy ban về Tăng trưởng và phát triển: *Đô thị hóa và tăng trưởng* - Ngân hàng thế giới (WB). Đây là báo cáo của Ngân hàng thế giới, đánh giá tác động của quá trình đô thị hóa tới tăng trưởng của các nước đang phát triển.

- *Báo cáo Thương mại thế giới 2004* (World Trade Report 2004) đã chỉ ra mối quan hệ quan trọng giữa KCHT với việc phát triển thương mại thế giới. Qua đó, KCHT càng phát triển thì thời gian và chi phí giao dịch càng được giảm, từ đó nâng cao lợi nhuận trong hoạt động kinh doanh thương mại.

- Philip Kotler (2008) - *Marketing Management* - Trong cuốn sách đã đưa ra mô hình chuỗi giá trị của doanh nghiệp, giá trị cung ứng cho khách hàng và chuyển đổi mô hình kinh doanh từ trọng tâm sản phẩm sang trọng tâm giá trị. Về KCHTTM hàng hóa cũng chỉ ra bên cạnh các cơ sở bán lẻ, BB/XNK, còn có các cơ sở dịch vụ phân phối, dịch vụ logistics thị trường, dịch vụ HT và XTTM, đồng thời nhấn mạnh bên cạnh khía cạnh "phần cứng" của KCHT còn có "phần mềm" của chúng có liên quan đến phát triển công nghệ áp dụng, vị trí địa - Thương mại trên thị trường mục tiêu. Đây là những luận cứ tham khảo tốt cho nghiên cứu đề tài.

Các định chế WTO có liên quan đến thị trường và thương mại. Bao gồm:

- Hiệp định về các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại (TRIMs). Hiệp định công nhận một số biện pháp đầu tư gây cản trở và bóp méo Thương mại. Hiệp định qui định rằng không một bên tham gia kí kết nào có thể áp dụng biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại (TRIMs) trái với điều III (nguyên tắc đối xử quốc gia) và điều XI (cấm các biện pháp hạn chế số lượng) của Hiệp định GATT. Để đạt được mục đích này, một danh sách cụ thể về các biện pháp TRIMs không phù hợp với các điều khoản trên được nhất trí bổ sung vào hiệp định. Danh sách này bao gồm các biện pháp yêu cầu một số mức độ nhất định về mua sắm nội địa của doanh nghiệp ("yêu cầu về tỉ lệ nội địa hóa") hay hạn chế về số lượng hay giá trị nhập khẩu mà một doanh nghiệp có thể mua hoặc sử dụng tương đương với lượng hàng hóa mà doanh nghiệp xuất khẩu ("yêu cầu về cân bằng thương mại").

Hiệp định yêu cầu thông báo bắt buộc về tất cả các biện pháp không phù hợp với quy định Hiệp định TRIMs và phải loại bỏ biện pháp này trong vòng 2 năm đối với các nước phát triển, 5 năm đối với các nước đang phát triển và 7 năm đối với các nước kém phát triển. Hiệp định thành lập một Ủy ban về các biện pháp đầu tư liên quan đến thương mại cùng với các cơ quan khác, quản lí việc thực thi của các cam kết nêu trên. Hiệp định, sau đó cũng xem xét rằng nên thực thi các điều khoản về chính sách đầu tư và cạnh tranh ở phạm vi rộng hơn.

- Hiệp định chung về thuế quan và thương mại 1994

Hiệp định chung về Thuế quan và thương mại 1994 (GATT 1994) bao gồm:

(i) Các quy định của Hiệp định chung về thuế quan và thương mại, ký ngày 30 tháng 10 năm 1947, phụ lục của văn kiện cuối cùng thông qua tại phiên bế mạc kỳ họp lần thứ hai của ủy ban trù bị của Hội nghị liên hợp quốc về thương mại và việc

làm (ngoại trừ Nghị định thư về việc áp dụng tạm thời), như đã điều chỉnh, sửa đổi hoặc thay thế bằng các thuật ngữ của các văn bản pháp luật đã có hiệu lực trước ngày có hiệu lực của Hiệp định WTO; (ii) Các quy định của các văn bản pháp luật được trình bày dưới đây đã có hiệu lực theo GATT 1947 trước ngày có hiệu lực của Hiệp định WTO: (+) Các nghị định thư và chứng nhận liên quan đến các nhượng bộ thuế quan; (+) Các nghị định thư về sự gia nhập (loại trừ các quy định: (-) liên quan đến việc áp dụng tạm thời và việc hủy bỏ của áp dụng tạm thời; và (-) với điều kiện là phần II của GATT 1947 sẽ được áp dụng một cách tạm thời với phạm vi đầy đủ nhất không mâu thuẫn với luật pháp hiện hành tại thời điểm ban hành Nghị định thư); (+) Các quyết định về các miễn trừ đã được thừa nhận theo điều XXV của GATT 1947 và vẫn có hiệu lực tại thời điểm Hiệp định WTO có hiệu lực; (+) Các quyết định khác về các bên ký kết GATT 1947; (iii) Các bản diễn giải được trình bày; và (iv) Nghị định thư Marrakesh về GATT 1994.

Nhìn chung đây là những tài liệu tham khảo hữu ích nhưng xét về thực chất và nội dung thì chưa có công trình nào đề cập trực tiếp đến CSVM đối với phát triển KCHTTM nói chung và ở các ĐTL Việt Nam nói riêng.

2. Các công trình nghiên cứu trong nước

Đã có nhiều công trình nghiên cứu về CSVM, chính sách quản lý nhà nước cũng như nghiên cứu về phát triển KCHT KT-XH nói chung và KCHTTM nước ta nói riêng. Có thể nêu một số công trình điển hình theo chủ đề nghiên cứu sau đây.

2.1. Về kết cấu hạ tầng, kết cấu hạ tầng thương mại và phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị

- Hoàng Đức Thân và Đặng Đình Đào (2012) - *Kinh tế thương mại Việt Nam* - Giáo trình Đại học Kinh tế Quốc dân. Trong giáo trình có đề cập khái niệm KCHTTM với vai trò cơ sở vật chất - kỹ thuật cho phân phối - lưu thông hàng hóa và vai trò của chúng. Tuy nhiên, cũng chưa đề cập đầy đủ cấu trúc KCHTTM ở phần dịch vụ và vai trò CSVM với phát triển KCHTTM.

- Nguyễn Sĩ Khải (2008) - *Quy hoạch đô thị* - Giáo trình Đại học Xây dựng. Trong giáo trình có đề cập tới quy hoạch mạng lưới KCHTTM đô thị nhưng chủ yếu đề cập tới thương mại bán lẻ đô thị.

- Nguyễn Bách Khoa (2013) - *Mô hình kinh doanh dựa trên tri thức của các doanh nghiệp thương mại Việt Nam* - Tạp chí Khoa học thương mại, số 6/2013. Bài

báo phát triển mô hình kinh doanh kiểu cũ dựa trên sản phẩm và cung ứng sản phẩm và KCHT chủ yếu dựa trên các yếu tố vật chất - kỹ thuật cho sản xuất và công nghệ tác nghiệp để đưa ra mô hình kinh doanh mới dựa trên tri thức, trong đó lấy đề xuất và cung ứng giá trị cho thị trường mục tiêu làm hạt nhân, lấy các yếu tố KCHT phân phối - thương mại để liên kết doanh nghiệp với thị trường mục tiêu hợp cùng các yếu tố KCHT hệ thống phân phối khác tạo thành chuỗi KCHT cung ứng giá trị làm động lực cho hệ thống marketing.

- Lưu Vĩnh (1986) - *Tổ chức và kỹ thuật thương mại* - Giáo trình Đại học Thương mại. Trong giáo trình có đề cập tới tổ chức và quy hoạch mạng lưới, thiết kế và thiết bị bán lẻ, bán buôn, kho vận. Trong đó đưa ra một luận đề quan trọng: mạng lưới thương mại là yếu tố chủ yếu của cơ sở vật chất kỹ thuật thương mại, của KCHT thị trường/thương mại, của tổ chức phân phối hàng hóa và tổ chức đời sống nhân dân. Vì vậy, cần tiếp cận KCHTTM theo quan điểm hệ thống và theo cấu trúc mạng.

- Nguyễn Hoàng Việt (2013) - *Mô hình chuỗi giá trị của các doanh nghiệp Việt Nam* - Tạp chí Khoa học thương mại, 6/2013 - Bài nghiên cứu đưa ra khái niệm chuỗi giá trị của ngành kinh doanh trong đó có chuỗi KCHT và đưa ra mô hình KCHT dùng chung mang lại hiệu suất sử dụng cao hơn là sử dụng mỗi cơ sở thương mại có đủ KCHT.

- Nguyễn Bách Khoa và Nguyễn Hoàng Long (2014) - *Marketing thương mại* - Giáo trình Đại học Thương mại. Trong giáo trình đã chỉ rõ trong KCHT của một hệ thống marketing không chỉ bao gồm các cơ sở bán lẻ, bán buôn, XNK mà còn các nhà quản lý cung ứng dịch vụ phân phối (chủ yếu là dịch vụ KCHTTM), dịch vụ logistics thị trường và dịch vụ hỗ trợ, xúc tiến thương mại. Giữa chúng có mối quan hệ tổ chức, quản lý, kỹ thuật - công nghệ, hợp tác - cạnh tranh để tạo thành hệ thống macro marketing dọc, ngang và đa kênh. Đây là nguyên lý quan trọng trong quy hoạch KCHTTM.

- Nguyễn Thị Mơ (2010) - *Lựa chọn bước đi và giải pháp để Việt Nam mở cửa về dịch vụ thương mại* - Đề tài khoa học Bộ Công Thương đề cập đến vấn đề hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam trong bối cảnh toàn cầu hóa. Vấn đề đặt ra trong cuốn sách là "dịch vụ thương mại vẫn còn là vấn đề khá mới mẻ ở Việt Nam và còn nhiều bất cập trong nhận thức về vấn đề này. Trong khi đó, dịch vụ thương mại là lĩnh vực giữ vai trò động lực quan trọng trong quá trình phát triển, hội nhập

của mỗi nền kinh tế, đặc biệt là với các nước đang phát triển". Đây là một tài liệu tham khảo hữu ích cho các nhà hoạch định chính sách, doanh nghiệp đến vấn đề mở cửa thị trường dịch vụ phân phối. Nội dung của cuốn sách tập trung chủ yếu vào việc phân tích một cách cụ thể, hệ thống về thương mại dịch vụ và dịch vụ thương mại; về những bất cập trong nhận thức về thương mại dịch vụ và dịch vụ thương mại cũng như thực tiễn thị trường dịch vụ thương mại ở Việt Nam trong thời gian qua trong đó có đề cập tới dịch vụ phân phối của các nhà phân phối nước ngoài. Giải pháp đưa ra cho vấn đề này là đưa ra lộ trình thực hiện phù hợp với tinh thần WTO.

- Đặng Đình Đào và cộng sự (2011) - *Logistics - Những vấn đề lý luận và thực tiễn ở Việt Nam* - Đại học Kinh tế quốc dân cũng đã đưa ra một cái nhìn khái quát về việc nghiên cứu lý luận và thực tiễn về logistics ở Việt Nam, đồng thời cũng góp phần vào việc triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI về phát triển KT-XH. Hiện nay, dịch vụ logistics cùng với công nghệ thông tin truyền thông, dịch vụ tài chính, dịch vụ hỗ trợ kinh doanh và dịch vụ giáo dục được coi là các ngành dịch vụ "kết cấu hạ tầng" trong nền kinh tế quốc dân và ngày càng đóng vai trò rất quan trọng trong đổi mới mô hình tăng trưởng và cơ cấu lại nền kinh tế, nâng cao chất lượng, hiệu quả, phát triển nhanh và bền vững ở nước ta và chỉ rõ phát triển KCHT dịch vụ logistics là một định hướng quan trọng trong phát triển thị trường và thương mại nước ta.

- Nguyễn Văn Lịch (2005) - *Phát triển thương mại trên hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng* - Bộ Thương mại - Viện Nghiên cứu Thương mại. Cuốn sách đưa ra những vấn đề trong phát triển hành lang kinh tế cửa khẩu Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng như cơ sở khoa học của việc xây dựng hành lang kinh tế, những tác động của hành lang này đối với việc hình thành khu mậu dịch tự do ASEAN - Trung Quốc, dự báo những tác động của việc hình thành ACFTA đối với phát triển thương mại trên hành lang kinh tế này đồng thời cũng đưa ra những giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển thương mại trên hành lang kinh tế này.

- Nguyễn Thị Bích Loan và cộng sự (2013) - *Phát triển kinh tế hạ tầng thương mại đô thị Việt Nam trong giai đoạn hiện nay* - Đề tài cấp Bộ - Bộ Công Thương. Đề tài chỉ rõ các yếu tố bộ phận KCHTTM chủ yếu ở các đô thị và dành quan tâm đến KCHTTM chợ đô thị như là một đặc thù của Việt Nam, đưa ra một số

giải pháp phát triển trong đó có giải pháp hoàn thiện chính sách QLNN tuy không nghiên cứu trực diện về CSVM này.

- Nguyễn Hoàng Việt (2012) - *Phát triển chiến lược thương mại điện tử cho các doanh nghiệp Việt Nam* - Đề tài cấp Bộ - Bộ Công Thương. Trong đề tài có đề cập tới chiến lược phát triển KCHTTM điện tử của doanh nghiệp và ngành kinh doanh và coi đây là một chỉ số phát triển thương mại hiện đại ở Việt Nam.

- Báo cáo "Thương mại điện tử Việt Nam 2009 - 2010" - Bộ Công thương. Báo cáo này được xây dựng trên cơ sở đánh giá tổng quát tình hình thực hiện các mục tiêu và nhóm giải pháp chính tại Kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006 - 2010, hiện trạng ứng dụng thương mại điện tử của các doanh nghiệp trong năm 2010. Báo cáo đã tổng hợp, phân tích, nhận định về hoạt động marketing trực tuyến, một ứng dụng thương mại điện tử đang phát triển mạnh mẽ trong thời gian gần đây. Ngoài ra, báo cáo cũng dành một chương để giới thiệu về vấn đề an toàn thông tin, một trong các trở ngại hàng đầu đối với phát triển của thương mại Việt Nam. Trên cơ sở đó, báo cáo đề xuất khuyến nghị nhằm triển khai tốt kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử Việt Nam giai đoạn 2011-2015.

2.2. Về chính sách vĩ mô và chính sách vĩ mô với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Có thể nêu một số công trình điển hình sau:

- Tập thể tác giả - Khoa Khoa học quản lý (2000) - *Giáo trình chính sách kinh tế - xã hội* - Trường Đại học Kinh tế quốc dân, Nhà xuất bản Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội. Giáo trình gồm 9 chương, trình bày các nguyên lý cơ bản của chính sách KT-XH và quản lý chính sách KT-XH của Nhà nước. Trong đó có đề cập các tiêu chí phân loại chính sách KT-XH với tư cách là một công cụ QLNN và quá trình quản lý chính sách KT-XH của Nhà nước có CSVM của Nhà nước cho các khâu, các lĩnh vực trên phạm vi tác động của chính sách mang tính phổ quát một vùng, một quốc gia và quốc tế với những nội dung tác động có liên quan đến phát triển kinh tế, đến tổng cung, tổng cầu, tương tác cung - cầu, đầu tư phát triển, KCHT KT-XH trong đó có KCHT thương mại - dịch vụ.

Giáo trình này tạo khung khổ lý thuyết để tiếp cận nghiên cứu CSVM đối với phát triển KT-XH, tuy nhiên cũng chưa đề cập trực diện tới nội dung CSVM đối với phát triển KCHT KT-XH nói chung và thương mại nói riêng.

- Phạm Văn Bích và Chu Tiên Quang (1996) - *Chính sách kinh tế và vai trò của nó với phát triển nông nghiệp, nông thôn Việt Nam* - Nhà xuất bản chính trị quốc gia - Hà Nội. Cuốn sách trên cơ sở trình bày các khái niệm, phân loại, yếu tố cấu thành, nhân tố ảnh hưởng và tiêu chí đánh giá chính sách kinh tế và vận dụng chúng để phân tích các hợp phần chính sách kinh tế đối với phát triển nông nghiệp, nông thôn Việt Nam thời gian qua. Mặc dù đối tượng tác động là phát triển nông nghiệp và nông thôn nhưng cung cấp các nguyên lý cơ bản của chính sách kinh tế - một loại CSVN phổ biến ở Việt Nam và phương pháp phân tích chính sách kinh tế làm tài liệu tham khảo tốt cho luận án.

- Phạm Ngọc Côn (1996) - *Đổi mới các chính sách kinh tế* - Nhà xuất bản Nông nghiệp - Hà Nội. Cuốn sách đề cập tới một số nguyên lý cơ bản của chính sách kinh tế với tư cách là một công cụ QLNN chủ yếu ở nước ta và những thay đổi trong tư duy, nội dung và phương pháp quản lý chính sách kinh tế cho phù hợp quan điểm, đường lối đổi mới của Đảng và Nhà nước ta để khắc phục tình trạng duy ý chí, chủ quan trong hoạch định và thực thi chính sách kinh tế. Mặc dù không đề cập trực tiếp đến CSVN nhưng với bản chất là CSVN, các nghiên cứu tổng kết đổi mới chính sách kinh tế của tác giả đã đưa ra một luận điểm quan trọng là chính sách kinh tế phải phù hợp và thúc đẩy sự phát triển (hiểu theo nghĩa gia tăng về lượng và nâng cấp về chất của khách thể chính sách). Đây là luận điểm được nghiên cứu sinh vận dụng trong luận án.

- Trịnh Thị Ái Hoa (2010) - *Xây dựng và thực thi chính sách kinh tế vĩ mô ở Việt Nam - Thực trạng và giải pháp* - Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội. Cuốn sách xuất phát từ bản chất chính sách kinh tế vĩ mô và tiếp cận quản lý kinh tế vĩ mô đi sâu hệ thống hóa một số nguyên lý về xây dựng chính sách và thực thi chính sách đã đi vào đánh giá thực trạng xây dựng và thực thi một số chính sách kinh tế vĩ mô điển hình (chính sách thành phần kinh tế, chính sách công nghiệp hóa, hiện đại hóa, chính sách nông nghiệp, nông thôn, chính sách kinh tế vùng động lực tăng trưởng...). Cuốn sách cũng đưa ra các yêu cầu đối với xây dựng chính sách và các yếu tố thực thi chính sách theo tiếp cận quản lý kinh tế có giá trị tham khảo tốt cho nghiên cứu sinh khi đánh giá chất lượng hoạch định, thực thi CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL.

- Lê Xuân Bá (2011) - *Cơ sở khoa học cho việc xây dựng chính sách phát triển vùng ở Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020* - Đề tài khoa học cấp Bộ - Bộ Kế hoạch và Đầu tư thực hiện đã nghiên cứu các vấn đề trong phát triển vùng cũng như các công cụ của chính sách phát triển vùng ở Việt Nam hiện nay. Phạm vi nghiên cứu của đề tài được thực hiện trong thời gian từ 20 năm trở lại đây và đề xuất vấn đề đến năm 2020. Không gian thực hiện đề tài trong cả nước và nội dung bao gồm các chính sách về kinh tế, xã hội và môi trường.

- Ngô Thắng Lợi (2011) - *Hoạch định phát triển kinh tế - xã hội - lý luận và thực tiễn ở Việt Nam* - Nhà xuất bản Chính trị quốc gia. Cuốn sách đề cập đến những vấn đề lý luận và thực tiễn về hoạch định phát triển ở Việt Nam bao gồm quy trình, phương pháp và công cụ hoạch định phát triển. Đây là một cuốn sách chuyên khảo có ý nghĩa dành cho các nhà nghiên cứu, các nhà hoạch định phát triển và các nhà quản lý vĩ mô các cấp... trong phương pháp luận nghiên cứu và hoạch định phát triển.

- Ngô Doãn Vịnh (2008) - *Nghiên cứu chiến lược và quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội ở Việt Nam - Học hỏi và sáng tạo* - Nhà xuất bản Chính trị quốc gia. Trong cuốn sách này đã lý giải những vấn đề lý luận và thực tiễn về nghiên cứu chiến lược, quy hoạch phát triển KT-XH ở nước ta. Trong đó, tác giả đã luận giải những vấn đề lý luận cơ bản về tăng trưởng, phát triển; về chiến lược, quy hoạch phát triển, về vùng KT-XH, tổ chức lãnh thổ của nền kinh tế và bàn luận việc vận dụng chúng vào điều kiện Việt Nam.

- "*Quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại cả nước thời kỳ 2011 - 2020 và tầm nhìn đến 2030*" - Bộ Công Thương. Tài liệu đã phân tích thực trạng phát triển hệ thống mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại tại Việt Nam hiện nay và đưa ra phương hướng xây dựng mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại đến năm 2020, tầm nhìn 2030. Báo cáo cũng đã phân tích việc phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại gắn liền quá trình hiện đại hóa hệ thống phân phối trong nước, phát triển lực lượng doanh nghiệp kinh doanh siêu thị, trung tâm thương mại thuộc mọi thành phần kinh tế, thực hiện các cam kết mở cửa thị trường dịch vụ phân phối. Việc phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại phải phù hợp qui hoạch vùng, qui hoạch đô thị và qui hoạch nông thôn giai đoạn 2011-2020 và tầm nhìn 2030.

- Báo cáo tổng hợp dự án "*Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2009 - 2015, định hướng đến 2025*" - Bộ Công Thương. Báo cáo đã phân tích hiện trạng phát triển hệ thống KCHTTM Việt Nam; phân tích và dự báo phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2009 - 2015 và định hướng đến 2025 từ đó đưa ra các phương án quy hoạch phát triển các hệ thống KCHTTM Việt Nam giai đoạn 2009 - 2015 và định hướng đến 2025. Báo cáo cũng đưa ra những đánh giá môi trường chiến lược trong quy hoạch tổng thể ngành thương mại, xác định các nguồn lực tác động đến môi trường, đối tượng, xu hướng biến đổi các điều kiện tự nhiên, môi trường, xã hội... để từ đó đưa ra những giải pháp về mặt cơ chế chính sách để thực hiện quy hoạch.

2.3. Khoảng trống và tính không trùng lặp của đề tài luận án

Những công trình trên đều có đề cập trực tiếp đến kinh tế thương mại và phát triển thương mại trong đó chỉ rõ KCHTTM vừa là nền tảng vật chất - kỹ thuật, vừa là "phần cứng" của công nghệ và quản lí, vừa là yếu tố hỗ trợ quyết định trong chuỗi giá trị ngành kinh doanh thương mại và chỉ rõ các bộ phận của hệ thống KCHTTM gồm bán lẻ, BB/XNK, logistics, dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến thương mại. Công trình của Nguyễn Bách Khoa còn chỉ rõ giữa các bộ phận trên có mối liên kết dọc, ngang và chéo với nhau tạo nên các kênh phân phối - thương mại, các mạng cơ sở thương mại và các chuỗi cung ứng (supply chains) trong một hệ thống macromarketing dọc, ngang và đa kênh.

Về phát triển KCHTTM, trong nghiên cứu của Nguyễn Thị Bích Loan và của Hoàng Đức Thân và cộng sự chỉ rõ nội dung phát triển thương mại và KCHTTM gồm phát triển chiều rộng và phát triển chiều sâu và tập trung đề cập phát triển các loại hình KCHTTM hiện đại mà chủ yếu là thương mại bán lẻ đô thị. Tuy nhiên theo nghiên cứu sinh, việc sử dụng phát triển chiều rộng và chiều sâu chủ yếu nói tới một phạm trù kinh tế, một lĩnh vực hoạt động kinh tế thì phù hợp, còn nói phát triển chiều rộng KCHT và chiều sâu KCHTTM thì không phù hợp với nội hàm của "phát triển" và của "kết cấu hạ tầng thương mại", vì vậy trong nghiên cứu này nghiên cứu sinh dùng thuật ngữ "phát triển số lượng KCHTTM và phát triển chất lượng KCHTTM" và cho rằng thực chất phát triển KCHTTM ĐTL nước ta trong bối cảnh hiện nay là phát triển chất lượng và giá trị của chúng. Đây cũng chính là

những khoảng trống mà các công trình nghiên cứu phát triển KCHTTM trước đây hầu như chưa được đề cập.

Từ tổng quan nghiên cứu trên cho thấy còn một số khoảng trống chưa được nghiên cứu một cách thấu đáo và trực diện sau:

Một là, khái niệm KCHTTM có sự phát triển trong thời gian qua, làm rõ nội hàm và các yếu tố cấu thành KCHTTM ĐTL là gì cần được làm rõ.

Hai là, về nội dung của CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL cũng chưa có nhận dạng và phân định cụ thể, mô hình nghiên cứu CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL từ chất lượng nội dung chính sách đến chất lượng quản lý chính sách và tác động của chúng đến hiệu quả mục tiêu chính sách và đến phát triển các yếu tố chất lượng, giá trị phát triển KCHTTM ĐTL như thế nào cũng là một khoảng trống nghiên cứu.

Ba là, nghiên cứu phát triển KCHTTM về mặt chất lượng và giá trị còn chưa được đề cập nghiên cứu với thang đo cụ thể.

Bốn là, trong các nghiên cứu CSVM chủ yếu là nghiên cứu định tính, nghiên cứu định lượng đo lường chất lượng, giá trị, sự thỏa mãn và tác động của chính sách đến đối tượng và khách thể chính sách (ở đây là các nhà phân phối thương mại, nhà đầu tư với phát triển KCHTTM ĐTL) còn chưa hoặc rất ít được đề cập trực diện.

Qua tổng quan một số công trình khoa học trong nước cũng như ngoài nước trên cho thấy đây là những tài liệu tham khảo tốt, có thể kế thừa. Tuy nhiên, có thể khẳng định nghiên cứu "*Chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại các đô thị lớn nước ta hiện nay*" của luận án là không trùng với một công trình nghiên cứu nào đã công bố.

Chương 1

**MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ CHÍNH SÁCH VĨ
MÔ
ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ
LỚN**

1.1. MỘT SỐ KHÁI NIỆM VÀ LÝ LUẬN CƠ SỞ

1.1.1. Chính sách vĩ mô đối với phát triển kinh tế - xã hội

1.1.1.1. Chính sách

Hiện nay, có nhiều cách tiếp cận và định nghĩa khác nhau về chính sách: Dựa trên *tiếp cận chính trị học thì "Chính sách là tập hợp biện pháp mà một chủ thể quyền lực đưa ra để định hướng xã hội thực hiện mục tiêu chính trị của chủ thể quyền lực"* [55].

Từ tiếp cận xã hội học, chúng ta có thể hiểu: *"Chính sách là tập hợp biện pháp do chủ thể quản lý đưa ra, nhằm tạo lợi thế cho một (hoặc một số) nhóm xã hội, giảm lợi thế của một (hoặc một số) nhóm xã hội khác, để thúc đẩy việc thực hiện một (hoặc một số) mục tiêu xã hội mà chủ thể quyền lực đang hướng tới"* [55].

Theo cách tiếp cận **hệ thống**, chính sách vận hành và tác động vào xã hội theo quy luật của một hệ thống, trong đó có chủ thể chính sách, đối tượng chính sách, sự tác động từ chủ thể, dẫn đến phản ứng xã hội trước chính sách và tương tác giữa chính sách với môi trường xã hội. Cũng xét trên quan điểm hệ thống, các chính sách của một quốc gia phải đồng thuận trên quan điểm hệ thống, không được triệt tiêu hiệu lực của nhau. Đó là yêu cầu rất quan trọng của một hệ thống thể chế.

Theo **tiếp cận khoa học pháp lý**, có thể hiểu: *"Chính sách là tập hợp biện pháp được thể chế hóa (về mặt pháp lý) để phân biệt đối xử giữa các nhóm xã hội, điều chỉnh động cơ hoạt động của các nhóm hướng theo mục tiêu phát triển xã hội"* [55].

Tất cả các biện pháp chính sách, dù theo tiếp cận nào cũng được công bố dưới dạng một văn bản pháp lý, chẳng hạn, cao nhất là đạo luật của Quốc hội (Hiến pháp), thấp hơn có các nghị định hoặc quyết định của chính phủ, và

cuối cùng là các thông tư hướng dẫn của các Bộ hoặc các văn bản hướng dẫn của các địa phương. Có thể nói, các văn bản quy phạm pháp luật là những "vật mang" chính sách, đảm bảo cho các chính sách không đi ra ngoài khuôn khổ pháp luật.

Với các cách tiếp cận trên đây, có thể đi đến khái niệm tổng quát về chính sách như sau: ***Chính sách là những hành động ứng xử của chủ thể với các hiện tượng tồn tại trong quá trình vận động phát triển nhằm đạt mục tiêu nhất định.*** Vấn đề chính sách là những mâu thuẫn nảy sinh trong các lĩnh vực hoạt động cần được giải quyết bằng chính sách để thỏa mãn những nhu cầu nhất định trong xã hội.

1.1.1.2. Chính sách vĩ mô và chính sách quản lý nhà nước về kinh tế - xã hội

Để xác định khái niệm về CSVM về KT-XH cần hiểu về các khái niệm kinh tế vĩ mô và chính sách QLNN về KT-XH.

Ở đây, nhà nước ta là nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa của nhân dân, do nhân dân và vì nhân dân, quyền lực nhà nước là thống nhất, có sự phân công, phối hợp, kiểm soát giữa các cơ quan nhà nước trong việc thực hiện các quyền lập pháp, hành pháp, tư pháp. Nhà nước thống nhất quản lý nền kinh tế quốc dân bằng pháp luật, kế hoạch, chính sách, phân công trách nhiệm và phân cấp QLNN giữa các ngành, các cấp, kết hợp lợi ích của cá nhân, của tập thể với lợi ích của nhà nước, thông qua xây dựng và hoàn thiện thể chế kinh tế, đảm bảo cho nền kinh tế vận hành theo quy luật thị trường đáp ứng tốt mục tiêu kinh tế - văn hóa - xã hội - môi trường. Như vậy, để quản lý KT-XH đất nước, Nhà nước ta là chủ thể chủ yếu và bao trùm cho việc xây dựng và thực thi các chính sách KT-XH cả trên bình diện vĩ mô và vi mô, trong đó đặc biệt là CSVM. Có thể nói, thực chất CSVM ở nước ta chính là một bộ phận chủ yếu của chính sách QLNN ta, và nó cũng có bản chất là chính sách công của nhà nước ta, mặc dù khi nói chính sách công là có ý thiên về chính sách xã hội, còn khi nói CSVM là thiên về chính sách kinh tế hơn.

Khái niệm kinh tế vĩ mô được xác định là mối quan hệ giữa ba tác nhân: doanh nghiệp, hộ gia đình và chính phủ [16]. Những vấn đề chung của nền kinh tế hay còn gọi là những vấn đề kinh tế vĩ mô có thể nói đến là vấn đề về tổng cầu, tổng cung, sản lượng cùng với lạm phát, thất nghiệp,...

Để quản lý vĩ mô, Nhà nước sử dụng các CSVM tác động vào nền kinh tế nhằm thực hiện các mục tiêu kinh tế vĩ mô. Chính sách vĩ mô về nguyên lý có thể hiểu là những quyết định của Nhà nước tác động tới tổng cung, tổng cầu của nền kinh tế. Như vậy, có thể thấy CSVM là những chính sách mà Nhà nước sử dụng để điều hành các hoạt động KT-XH nảy sinh nhằm thúc đẩy xã hội phát triển. Từ đó, có thể dẫn tới khái niệm chung về CSVM nước ta là một bộ phận chủ yếu của chính sách QLNN về KT-XH, là tập hợp các quan điểm, nguyên lý, giải pháp và công cụ được các cơ quan nhà nước có thẩm quyền lựa chọn và ban hành và được xem như đường lối hành động của QLNN về một lĩnh vực xác định nhằm đạt được mục tiêu nhất định trong ngắn và trung hạn.

1.1.1.3. Bản chất, phân loại và các yếu tố cấu thành chính sách vĩ mô đối với phát triển kinh tế - xã hội

Từ các phân tích trên cho phép tổng hợp một khái niệm chung được sử dụng trong luận án này về CSVM với phát triển KT-XH và được hiểu là tổng thể các quan điểm, tư tưởng, các giải pháp và các công cụ mà Nhà nước sử dụng để tác động lên các chủ thể KT-XH nhằm thực hiện những mục tiêu nhất định. Chính sách vĩ mô có tác động đến những cân đối vĩ mô của nền kinh tế, chi phối nhiều lĩnh vực, có ảnh hưởng đến lợi ích quốc gia và lợi ích của đông đảo nhân dân.

Từ khái niệm trên, có thể phân loại CSVM theo nhiều cách.

(1) Phân loại theo chủ thể quản lý: Theo cách phân loại này sẽ có hai dạng chủ thể: Chính phủ và các Bộ chuyên trách.

- Theo chủ thể quản lý là Chính phủ: Các CSVM sẽ được xác định bao gồm các mục tiêu vĩ mô, lựa chọn các công cụ chính sách để thực hiện mục tiêu, xác định phương thức sử dụng các công cụ chính sách, tổ chức triển khai thực hiện chính sách, phối hợp, phân tích đánh giá điều chỉnh các CSVM.

- Theo chủ thể quản lý là các Bộ chuyên trách: Theo chủ thể này, các CSVM được phân loại theo từng ngành, từng lĩnh vực cụ thể như: chính sách tài chính, chính sách tiền tệ...

(2) Phân loại theo nhóm: Phân loại theo các nhóm vấn đề

- Chính sách tài khóa

- Chính sách tiền tệ
- Chính sách thương mại
- Chính sách đầu tư
- Chính sách thu nhập và việc làm
- Các CSVM cho các khách thể vĩ mô khác.

(3) Phân loại theo giai đoạn trong chu trình chính sách:

- Giai đoạn hoạch định chính sách
- Giai đoạn thực thi chính sách

Như vậy có thể thấy, có rất nhiều loại hình CSVM, tùy thuộc cấp độ, khách thể, đối tượng chính sách khác nhau, tuy nhiên mỗi CSVM đều phải có nội hàm bao gồm các yếu tố cấu thành sau:

- Chủ thể chính sách
- Khách thể chính sách
- Mục tiêu chính sách
- Nội dung chính sách
- Đối tượng tác động chính sách
- Nguồn lực và công cụ chính sách
- Tổ chức thực hiện chính sách

1.1.1.4. Vai trò chính sách vĩ mô trong quản lí nhà nước ở nước ta

Vai trò và vị trí của các CSVM, chính sách QLNN về KT-XH được thể hiện qua các mặt sau:

- Định hướng cho các hoạt động KT-XH thông qua mục tiêu và cách thức hành động.

- Khuyến khích các hoạt động KT-XH theo định hướng như: thúc đẩy mạnh mẽ các hoạt động đầu tư phát triển, khuyến khích tăng cường trang thiết bị kỹ thuật trong các đơn vị kinh tế để tạo việc làm, tăng thu nhập cho người lao động.

- Phát huy những mặt tốt của nền kinh tế thị trường, đồng thời hạn chế những mặt tiêu cực của nó.

- Tạo lập các cân đối trong phát triển bằng cách khuyến khích các tiềm năng trong tương lai của những ngành, lĩnh vực và vùng kém phát triển để nhanh chóng cân bằng với các ngành hay vùng khác.

- Kiểm soát và phân phối nguồn lực cho quá trình phát triển cũng là

một trong những vai trò của chính sách. Để sử dụng có hiệu quả tài nguyên theo hướng ổn định, bền vững, Nhà nước dùng chính sách để phân bổ và điều tiết các quá trình khai thác và sử dụng tài nguyên theo định hướng.

- Tạo lập môi trường thích hợp cho các hoạt động KT-XH, giúp cho các thực thể vận động phát triển theo đúng quy luật. Nhà nước thống nhất thái độ ứng xử đối với các chủ thể và yếu tố trong quá trình phát triển KT-XH chính là đã tạo ra một môi trường hướng đạo, giúp cho các thực thể xác định được mục tiêu vận động của mình.

- Dẫn dắt, hỗ trợ các thành phần, các bộ phận trong xã hội vận động phát triển theo định hướng. Nếu bộ phận nào vận động chậm quá thì phải trợ giúp, thúc đẩy cho nhanh hơn để tạo nên sự đồng đều, cân đối trong phát triển.

- Phối hợp hoạt động giữa các cấp, các ngành để tạo nên tính đồng bộ, hệ thống chặt chẽ trong quá trình vận động của nền kinh tế.

1.1.2. Lý luận chung về kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

1.1.2.1. Kết cấu hạ tầng và kết cấu hạ tầng thương mại

Hiểu một cách khái quát, KCHT là một bộ phận đặc thù của cơ sở vật chất kỹ thuật trong nền kinh tế quốc dân, có chức năng, nhiệm vụ cơ bản là đảm bảo những điều kiện chung cần thiết cho quá trình sản xuất và tái sản xuất mở rộng được diễn ra bình thường, liên tục. KCHT cũng được định nghĩa là tổng thể các cơ sở vật chất kỹ thuật, kiến trúc đóng vai trò nền tảng cho các hoạt động KT-XH được diễn ra một cách bình thường.

Từ khái niệm về KCHT, khi phân loại KCHT, các nhà nghiên cứu đã chia thành nhiều loại dựa trên các tiêu chí khác nhau. Cụ thể như:

- Theo lĩnh vực KT-XH, có thể chia thành KCHT phục vụ kinh tế và KCHT phục vụ hoạt động xã hội và KCHT phục vụ an ninh - quốc phòng. Tuy nhiên, trên thực tế ít có loại kết cấu nào hoàn toàn phục vụ kinh tế mà không phục vụ hoạt động xã hội và ngược lại.

- Theo phân ngành kinh tế quốc dân, có thể chia thành KCHT trong công nghiệp, nông nghiệp, giao thông vận tải, bưu chính viễn thông, xây dựng, hoạt động tài chính, ngân hàng, y tế, giáo dục, văn hóa, xã hội...

- Theo khu vực dân cư, vùng lãnh thổ, có thể chia thành KCHT đô thị, KCHT nông thôn, KCHT kinh tế biển, KCHT đồng bằng, trung du, miền núi,

vùng trọng điểm phát triển

Để hiểu về khái niệm KCHTTM, trước hết cần hiểu rõ về khái niệm mạng lưới thương mại. Mạng lưới thương mại là tổng thể các loại hình cơ sở kinh doanh thương mại tạo thành KCHT các lĩnh vực thương mại (bán lẻ, bán buôn, XNK, cung ứng dịch vụ phân phối và thương mại) liên kết và có tác động tương hỗ với nhau hỗ trợ cho các hoạt động cơ bản của chuỗi giá trị của một hệ thống phân phối xác định.

Như vậy, mạng lưới thương mại chính là bộ phận cơ bản cấu thành cơ sở vật chất - kĩ thuật và KCHT của các ngành kinh doanh thương mại, là cấu trúc hội tụ các dòng cung và cầu thị trường (dòng giao dịch trao đổi danh nghĩa sở hữu, dòng vận động vật lý, dòng thông tin truyền thông và xúc tiến, dòng thanh toán và các dòng liên hệ ngược), là công cụ chủ yếu để tổ chức đời sống xã hội trong nền kinh tế thị trường, là yếu tố nổi bật tạo bộ mặt, sắc thái, sự sống động của thị trường và thể chế kinh tế thị trường. Như vậy, KCHTTM có bản chất là mạng lưới thương mại.

Ở đây, KCHTTM được hiểu trên hai phần: "phần cứng" là các công trình kiến trúc tạo nên không gian công nghệ hỗ trợ cho các hoạt động thương mại được tiến hành trên nó, "phần mềm" là các quy hoạch công nghệ cung ứng giá trị các năng lực cốt lõi, các quan hệ và hỗ trợ cho các dòng chảy kênh phân phối và yếu tố bằng chứng vật chất cho các hoạt động cơ bản của chuỗi giá trị: marketing và logistics; tác nghiệp; bán hàng và dịch vụ khách hàng; phát triển công nghệ và tri thức thương mại.

Từ phân tích trên có thể tổng hợp khái niệm KCHTTM là tổng thể các cấu trúc mạng lưới thương mại tạo nền tảng và hỗ trợ cho các hoạt động thương mại và dịch vụ thương mại được diễn ra. Ở Việt Nam, hệ thống KCHTTM bao gồm các cấu phần: KCHTTM xuất - nhập khẩu; KCHTTM bán buôn; KCHTTM bán lẻ; KCHTTM dịch vụ logistics thị trường, KCHTTM dịch vụ HT và XTTM [13]. Tuy nhiên, sự phát triển mạnh mẽ của thương mại điện tử ngày nay đã và đang được coi là một phần không thể thiếu trong hệ thống KCHTTM nói chung. Có thể thấy, hệ thống KCHTTM ngày càng đóng vai trò đặc biệt trong quá trình lưu thông, phân phối hàng hóa, thúc đẩy sự phát triển của ngành thương mại nói riêng và toàn bộ nền kinh tế nói

chung. Hệ thống KCHTTM được phát triển đồng bộ, quy hoạch có hệ thống và hiệu quả sẽ góp phần vào việc thúc đẩy sự phát triển tổ chức lưu thông hàng hóa, đảm bảo cho ngành thương mại được vận hành khoa học, đúng chức năng và phát triển.

1.1.2.2. Đô thị lớn và đặc điểm thương mại đô thị lớn

Đô thị là khu vực tập trung dân cư sinh sống có mật độ cao và chủ yếu hoạt động trong lĩnh vực kinh tế phi nông nghiệp, là trung tâm chính trị, hành chính, kinh tế, văn hóa hoặc chuyên ngành, có vai trò thúc đẩy sự phát triển KT-XH của quốc gia hoặc một vùng lãnh thổ, một địa phương, bao gồm nội thành, ngoại thành của thành phố; nội thị, ngoại thị của thị xã; thị trấn [83].

Như vậy, đô thị là điểm dân cư tập trung với mật độ cao, chủ yếu là lao động phi nông nghiệp, có hạ tầng cơ sở tích hợp, là trung tâm tổng hợp hay chuyên ngành, có vai trò thúc đẩy sự phát triển KT-XH của cả nước của một miền đô thị, của một đô thị, một huyện hoặc một đô thị trong huyện.

Dựa theo cách phân loại của từng nước mà có những cách phân loại về đô thị. Hầu hết các nước đều có dựa trên các tiêu chí về số dân, diện tích mà phân loại đô thị.

Ở Việt Nam, Điều 4 của Nghị định 42/2009/NĐ-CP quy định việc phân loại đô thị như sau: Đô thị được phân thành 6 loại trong đó: ĐTL được hiểu là các đô thị loại đặc biệt, loại I và loại II được cơ quan nhà nước có thẩm quyền quyết định công nhận.

Đô thị ở Việt Nam được phân loại dựa trên chức năng đô thị, dân số đô thị phải đạt tối thiểu từ 4 nghìn người trở lên, có tỷ lệ dân số đô thị phi nông nghiệp đạt trên 65%... Với đô thị lớn thì dân số phải đạt từ 300 nghìn người trở lên, đô thị loại đặc biệt thì dân số phải đạt 5 triệu người trở lên. Như vậy quan niệm ĐTL trong luận án này gồm đô thị đặc biệt và đô thị loại I.

Đặc điểm thương mại của đô thị phản ánh sự phát triển về KT-XH của đô thị đó. Là một ĐTL, các đặc điểm của ĐTL cũng mang tính đặc trưng chung của các đô thị nhưng với quy mô và mức tập trung cao hơn:

Một là, ĐTL là nơi tập trung nhiều vấn đề và có tính toàn cầu:

- Vấn đề môi trường: Tốc độ tăng quá nhanh về công nghiệp hóa và đô

thị hóa dẫn đến phá hủy một phần môi trường sinh thái, gây ô nhiễm môi trường... trong khi khắc phục các sự cố rất chậm chạp, không đầy đủ vì nhiều nguyên nhân trong đó có nguyên nhân quan trọng là tài chính hạn chế, nhận thức chưa đầy đủ.

- Vấn đề dân số: Tốc độ tăng quá nhanh về dân số và dân số đô thị, hai hướng dịch chuyển dân cư là dịch chuyển theo chiều rộng và theo chiều sâu diễn ra song song.

- Vấn đề tổ chức không gian và môi trường: Quy mô dân số đô thị tập trung quá lớn so với trình độ quản lý, dẫn đến không điều hòa gây bế tắc trong tổ chức môi trường sống đô thị.

Hai là, quan hệ thành thị và nông thôn luôn tồn tại và ngày càng trở thành vấn đề quan trọng. Trong một đô thị cũng được chia thành khu vực nội thành và ngoại thành. Vì vậy, mối quan hệ giữa thành thị và nông thôn có sự đan xen trong một đô thị. Xã hội càng phát triển thì mối quan hệ này càng trở nên quan trọng vì tính đan xen, tính ảnh hưởng lẫn nhau của các yếu tố này.

Ba là, hệ thống thị trường ĐTL với những đặc điểm riêng biệt:

- Thị trường ĐTL là một hệ thống hoặc địa điểm, ở đó diễn ra việc mua bán trao đổi hàng hóa, dịch vụ.

- Những thị trường chủ yếu của đô thị bao gồm: thị trường lao động, thị trường đất và bất động sản, thị trường giao thông, thị trường hạ tầng đô thị, thị trường dịch vụ, thị trường tài chính và thị trường thương mại.

Bốn là, ĐTL như một cấu trúc kinh tế quốc dân thu nhỏ: vì đô thị cũng được giới hạn về mặt hành chính nên hoạt động của nó có tính độc lập tương đối.

Năm là, ĐTL mang tính kế thừa của nhiều thế hệ cả về cơ sở vật chất, kinh tế và văn hóa. Đô thị ra đời có lịch sự phát triển của nó, vì vậy, tính kế thừa, tính lịch sử chứa đựng cả trong đó.

Là ĐTL, các đặc trưng này còn thể hiện ở một số điểm riêng sau:

Thứ nhất, thương mại ĐTL có tốc độ và đặc điểm phát triển nhanh hơn so với tốc độ phát triển của đô thị vừa và nhỏ. Tốc độ phát triển thương mại ĐTL phản ánh sự phát triển về cả kinh tế và xã hội của đô thị.

Thứ hai, quy hoạch phát triển thương mại ĐTL gắn liền với chức năng của đô thị đó đồng thời phản ánh sự phát triển của thị trường vùng ảnh hưởng của đô thị đó.

Thứ ba, hệ thống KCHTTM có sự phát triển khá đồng bộ các yếu tố KCHTTM.

Thứ tư, có KCHT kinh tế - kỹ thuật và xã hội phát triển tương ứng, đảm bảo cho sự phát triển của KCHTTM.

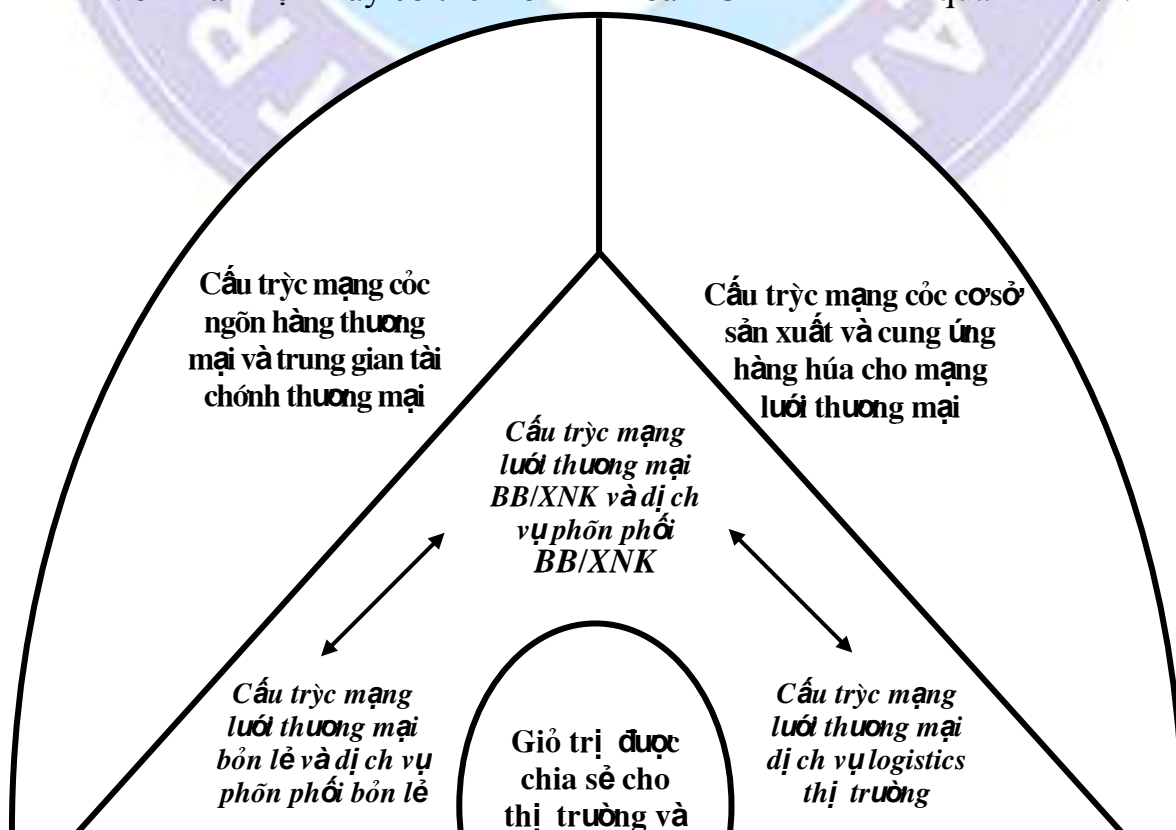
Thứ năm, ĐTL thường có hướng mở rộng địa bàn theo không gian kinh tế tạo tiền đề phát triển KCHTTM dạng chuỗi trong đó lấy các ĐTL làm trung tâm để phát triển KCHTTM đến các đô thị mới, đô thị hành tinh, đô thị ở các tỉnh lân cận theo các phương thức nhượng quyền thương mại.

Thứ sáu, hệ thống hỗ trợ phát triển dịch vụ phân phối và hệ thống phân phối dịch vụ thương mại đô thị phát triển khá đồng bộ với các loại hình KCHTTM truyền thống.

Thứ bảy, các loại hình thương mại điện tử phát triển cùng nhiều loại hình thương mại tiên tiến khác.

Từ tiếp cận trên và theo giới hạn nghiên cứu chỉ cho thương mại hàng hóa cho phép tổng hợp khái niệm KCHTTM hàng hóa ĐTL là một bộ phận tích hợp của KCHT KT-XH đô thị và được hiểu là một cấu trúc tổng thể các loại hình mạng lưới thương mại tạo lập nền tảng tổ chức và hỗ trợ cho các hệ thống phân phối - lưu thông hàng hóa của các doanh nghiệp trên địa bàn ĐTL.

Với khái niệm này có thể mô hình hóa KCHTTM ĐTL qua hình 1.1.





Hình 1.1. Mô hình cấu trúc KCHTTM hàng hóa ĐTL

(Nguồn: Tác giả)

Đô thị lớn với những đặc điểm thương mại đặc trưng cũng có mô hình cấu trúc KCHTTM đặc trưng. Đó là sự kết hợp đầy đủ của các bộ phận cấu thành hạ tầng thương mại, đồng thời phát triển các đặc điểm thương mại riêng có của các ĐTL.

Theo hình 1.1 trên có thể phân định các yếu tố KCHTTM hàng hóa ĐTL gồm:

Một là, KCHTTM bán lẻ và dịch vụ cho phân phối bán lẻ.

Về cấu trúc, mạng lưới thương mại bán lẻ ĐTL bao gồm một tổ hợp phong phú và đầy đủ các loại hình cơ sở bán lẻ truyền thống và hiện đại khác nhau. Do ý nghĩa với tổ chức đời sống dân cư ĐTL cũng như đặc trưng

thương mại bán lẻ ĐTL, trong luận án này chủ yếu nghiên cứu KCHT cho các loại hình cơ sở bán lẻ hiện đại và tiên bộ gồm:

- Mạng lưới các cửa hàng (chuỗi) bán lẻ thuận tiện
- Mạng lưới các siêu thị và chuỗi siêu thị bán lẻ
- Mạng lưới các cửa hàng chuyên doanh (rộng, hẹp, đồng bộ)
- Mạng lưới các cửa hàng tổng hợp
- Mạng lưới các cấp độ cụm, trung tâm, tuyến thương mại bán lẻ
- Mạng lưới các cơ sở bán lẻ khu thương mại trung tâm và ở các khu

dân cư, đô thị vệ tinh mới của ĐTL

- Mạng lưới các cơ sở bán lẻ đơn nguyên, đa nguyên và chuỗi

Thuộc mạng lưới các cơ sở cung ứng dịch vụ phân phối bán lẻ ĐTL có thể nêu tập trung ở các loại hình điển hình:

- Dịch vụ cho phân phối bán lẻ của chợ ĐTL (chợ quy hoạch và chợ dân sinh)
- Dịch vụ cho phân phối bán lẻ của các siêu thị
- Dịch vụ cho phân phối bán lẻ các cửa hàng tổng hợp
- Dịch vụ cho phân phối bán lẻ các trung tâm thương mại các cấp
- Dịch vụ cho phân phối bán lẻ các outlet cho các doanh nghiệp sản xuất "xả hàng"
- Dịch vụ phân phối nhượng quyền thương mại (Franchising)

Tại các cơ sở mạng lưới này các nhà bán lẻ thuê lại các diện tích gian thương mại còn các công trình nghiệp vụ phụ khác được cung ứng dịch vụ dùng chung (kho, chuẩn bị hàng, truyền thông, cấp điện/nước, mạng Internet/LAN...), nhà bán lẻ thanh toán theo mức độ và tính chất tiêu dùng dịch vụ.

Các phân loại trên đòi hỏi phải có những yếu tố KCHTTM chung của một cơ sở bán lẻ, nhưng cũng có yêu cầu riêng trong KCHTTM của mỗi loại trong chúng. Điểm chung nhất của chúng là ở chỗ các KCHTTM này đều tạo điều kiện vật chất kĩ thuật để hỗ trợ cho các hoạt động cơ bản của một cơ sở bán lẻ là:

- Có địa điểm phù hợp, thuận tiện và phạm vi sức hút tối đa trong một bán kính phục vụ xác định trên không gian thị trường mục tiêu xác định.

- Có không gian công nghệ (các loại diện tích và không gian kiến trúc cùng trang bị công nghệ và quản trị bán lẻ thích ứng) đảm bảo các dòng phân phối bán lẻ lưu thông thuận dòng, cập thời và nhanh chóng, tạo bầu không khí và môi trường bán hàng, dịch vụ khách hàng hiệu năng cao.

- Với các cơ sở cung ứng dịch vụ cho phân phối bán lẻ cần đặc biệt lưu ý tới hai yêu cầu: *Một là*, không chỉ đáp ứng đòi hỏi của khách hàng - nhà bán lẻ thuê mua dịch vụ, mà còn cho và chủ yếu cho khách hàng - người tiêu dùng cuối cùng. *Hai là*, giá dịch vụ phân phối bán lẻ được cung ứng phải thấp hơn hoặc bằng so với nhà doanh nghiệp tự đầu tư và tổ chức thực hiện, vì vậy chi phí dịch vụ cho một đơn vị KCHTTM phải thấp nhất và/hoặc mang lại hiệu năng cao nhất.

Hai là, KCHTTM BB/XNK và dịch vụ phân phối BB/XNK.

Sự cần thiết khách quan và tầm quan trọng của KCHTTM BB/XNK trong xã hội hiện đại nói chung và ở các ĐTL nước ta nói riêng không phải lúc nào cũng được nhận thức đúng đắn, nhất là với thương mại bán buôn hàng hóa nội địa. Nhiều nhà doanh nghiệp và giới nghiên cứu nói chung về kinh tế và kinh doanh cho rằng các cơ sở bán buôn hiện nay chỉ là những chi nhánh marketing không còn hợp thời và thậm chí còn cho rằng chúng đang dần bị loại trừ bởi các lập luận sau:

- Xu hướng mua hàng trực tiếp các nhà sản xuất từ chuỗi bán lẻ.
- Xu hướng tăng lên của tích hợp bán lẻ - sản xuất hoặc các nhà sản xuất kiêm luôn chức năng bán buôn cho các nhà bán lẻ.

Tuy vậy, cũng cần chỉ ra rằng, xu thế đã được khẳng định cho đến nay ở các nước phát triển, với hầu hết các ngành kinh doanh và cho hầu hết các mặt hàng thương mại, các nhà bán buôn vẫn đóng vai trò trọng yếu không những để cạnh tranh có hiệu quả với nhà sản xuất trong việc phát luồng, điều phối luồng hàng và cung ứng giá trị cao hơn cho khách hàng mà còn nhờ ưu thế chuyên môn hóa; nó còn có địa vị trọng yếu không thể thay thế trong tổ chức các dòng phân phối - vận động hàng hóa đến mạng lưới bán lẻ một cách thường xuyên, cập thời, nhanh chóng và hiệu quả nhất. Các cơ sở bán buôn sở dĩ có địa vị quan trọng trong KCHTTM các ĐTL với vị thế là trung tâm kinh tế của vùng, của cả nước và khu vực thực hiện tốt hơn các nhà sản xuất và nhà

bán lẻ ở 9 chức năng chủ yếu sau:

- Bán buôn và xúc tiến bán buôn hàng hóa
- Tổ chức nguồn hàng, thu mua và tạo lập mặt hàng thương mại
- Phân loại, chỉnh lí, tập hợp mặt hàng
- Tổ chức dự trữ, và vận động hàng hóa
- Vận chuyển và logistics cho mạng lưới thương mại bán lẻ
- Tài trợ bán buôn
- Mang rủi ro và quản trị rủi ro Thương mại bán buôn
- Thông tin thị trường và dịch vụ cho nhà sản xuất
- Dịch vụ và tư vấn quản trị cho nhà bán lẻ

Mạng lưới thương mại bán buôn gồm hai lớp cơ sở bán buôn: một là các cơ sở bán buôn - trung gian marketing thương mại hoàn chỉnh và các cơ sở bán buôn - trung gian marketing chức năng (chỉ thực thi một hoặc một vài chức năng nhà bán buôn trên: trung tâm giao dịch bán buôn, trung tâm kho phân phối bán buôn, trung tâm cơ sở đại lý, môi giới, ủy thác bán buôn và/hoặc cung ứng dịch vụ phân phối bán buôn).

Tương tự như cơ sở bán buôn nội địa, các cơ sở thương mại XNK về thực chất cũng là cơ sở bán buôn nhưng định hướng chiến lược chủ yếu từ/hoặc cho thị trường quốc tế nhưng do đặc điểm khách hàng hoặc nhà cung cấp là các thể nhân/pháp nhân nước ngoài và giao dịch bởi đồng ngoại tệ có sức thanh toán mạnh nên có những đặc tính và yêu cầu hoạt động marketing và bán hàng cũng như dịch vụ phân phối riêng và khác biệt. Tuy nhiên xét về chức năng, các KCHTTM BB/XNK đều có những đặc trưng, cấu trúc tương đồng trên 9 chức năng trên của nhà bán buôn. Vì vậy trên góc độ tiếp cận KCHTTM ĐTL này, nghiên cứu sinh tập hợp hai loại hình này vào một nhóm, trong đó nổi lên các loại hình KCHTTM BB/XNK quan trọng sau:

- Các cơ sở giao dịch bán buôn phát luồng hàng hóa vùng, quốc gia và XNK.
- Các cơ sở phân phối - bán buôn công nghiệp
- Các cơ sở thu mua và phân phối bán buôn của liên hiệp nhà sản xuất nông nghiệp, làng nghề, của các chuỗi bán lẻ, liên hiệp bán lẻ, của các tập đoàn công nghiệp - thương mại.

- Các cơ sở bán buôn - kho phân phối/cung ứng tại các trung tâm chuyển tải đa phương tiện

- Các trung tâm bán buôn thương mại điện tử (B2B)

Thuộc về KCHT cung ứng dịch vụ thương mại BB/XNK có thể nhấn mạnh một số loại hình cơ sở sau:

- Các trung tâm thương mại, các khách sạn, resort ĐTL có cung cấp dịch vụ giao dịch và hội nghị khách hàng

- Các trung tâm cung ứng dịch vụ trình diễn và giới thiệu thương mại bán buôn

- Các hội chợ thương mại cung ứng dịch vụ trưng bày và giao dịch BB/XNK

- Các chợ đầu mối bán buôn và phát luồng hàng nông phẩm

- Các tổng kho phân phối cung ứng dịch vụ giới thiệu và giao dịch bán buôn

- Các cơ sở giao dịch và thanh toán điện tử B2B

Cũng như các KCHTTM bán lẻ, KCHTTM BB/XNK có yêu cầu đặc biệt về kỹ thuật và công nghệ không chỉ liên quan đến marketing và bán buôn hàng hóa mà còn bao hàm các hoạt động marketing sản xuất và cung ứng dịch vụ cho nhà bán lẻ và nhà sản xuất - cung ứng trong đáp ứng yêu cầu cấp thời (just on time), quản lý chất lượng đồng bộ (TQM), sản xuất tinh gọn (clean manufacturing) và linh hoạt (flexible manufacturing system).

Ba là, KCHTTM dịch vụ logistics thị trường.

Như trên đã nói, các cơ sở thương mại bán buôn và bán lẻ thương mại hiện đại để tiến hành các hoạt động cơ bản của chuỗi giá trị của nó, không phải cơ sở và doanh nghiệp thương mại nào cũng tự làm tất cả một cách hiệu quả mà phải mua và sử dụng hợp lý, hiệu quả dịch vụ logistics từ các cơ sở cung ứng dịch vụ này. Khác với khái niệm phân phối vật lý/vận động dòng hàng hay chuỗi cung cấp (supply chain), logistics thị trường được hiểu là quá trình hoạch định, thực thi và kiểm soát các dòng vật chất (nguyên liệu, thành phẩm) từ khởi điểm cho đến kết thúc ở người tiêu dùng cuối cùng để đáp ứng yêu cầu khách hàng và sinh lợi.

Các cơ sở cung ứng dịch vụ logistics thị trường hỗ trợ cho các nhà bán

buôn và bán lẻ ở 4 quá trình cốt lõi trong quản trị marketing và khách hàng: xử lý đơn hàng, hoạt động kho hàng, quản trị tồn kho, vận chuyển hàng hóa. Để thực thi các chức năng này đòi hỏi KCHT và chi phí cố định tương ứng và phù hợp. Khác với KCHT các mạng lưới thương mại bán lẻ, bán buôn đều là các công trình kiến trúc dân dụng, KCHT logistics thị trường là các cơ sở kiến trúc công nghiệp để đáp ứng các yêu cầu kỹ thuật - công nghệ nghiêm ngặt.

Về cơ cấu mạng lưới cần phân biệt hai lớp KCHT gồm: mạng lưới các văn phòng quản trị và giao dịch kinh doanh dịch vụ logistics và mạng lưới KCHT vật chất - kỹ thuật logistics như các cảng, ga, bến đỗ, đoàn phương tiện vận tải (ô tô, tàu hàng, tàu thủy, đường dẫn, máy bay vận tải), các kho hàng dùng chung, các trạm chuyển tải đa phương tiện, các bao bì vận chuyển chuyên dụng (palettes, containers, xi-téc). Trong luận án này do giới hạn nghiên cứu nên chủ yếu xem xét hai yếu tố mạng lưới:

- Các cơ sở giao dịch và quản trị cung ứng dịch vụ logistics (giao nhận, vận chuyển hàng hóa).

- Các cơ sở quản trị cung ứng dịch vụ kho hàng dùng chung.

Từ đó xem xét mức độ phát triển, chất lượng và giá trị các dịch vụ logistics thị trường đáp ứng yêu cầu phát triển thương mại ĐTL, còn các yếu tố khác của ngành kinh doanh dịch vụ logistics thì không thuộc phạm vi nghiên cứu.

Bốn là, KCHTTM dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến thương mại.

Đây cũng là yếu tố hợp thành KCHTTM có tính đặc trưng của ĐTL, các cơ sở thương mại bán lẻ, BB/XNK trong các quyết định cả chiến lược và tác nghiệp của mình đều có quyết định hỗ trợ, xúc tiến thương mại và truyền thông marketing tích hợp, ở các ĐTL - đòi hỏi này lại càng lớn và có tính chuyên ngành cao mà bản thân các cơ sở thương mại không thể hoặc nếu tự làm thì hiệu lực và hiệu quả sẽ thấp.

Về cơ cấu, mạng lưới này đang nổi lên các loại hình cơ sở cung ứng dịch vụ sau:

- Các cơ sở cung ứng dịch vụ quảng cáo tại cơ sở thương mại và truyền thông marketing đại chúng

- Các cơ sở cung cấp dịch vụ PR

- Các cơ sở cung cấp dịch vụ tư vấn phát triển thương hiệu và xây dựng

hình ảnh

- Các cơ sở cung cấp dịch vụ marketing trực tuyến (online marketing)
- Các cơ sở cung cấp dịch vụ tư vấn (luật Thương mại, quản trị, đào tạo và phát triển)
- Các cơ sở cung cấp dịch vụ công nghệ thông tin và quản trị mạng thông tin

- Các cơ sở cung cấp dịch vụ trình diễn và hội chợ thương mại

Cũng như với mạng lưới cơ sở dịch vụ logistics thị trường, mạng lưới cơ sở DVHT và XTTM không chỉ có khách hàng là cơ sở thương mại mà còn những đoạn thị trường/khách hàng khác, nên trong luận án này cũng chỉ xem xét chúng trong mối quan hệ với đáp ứng nhu cầu và mong muốn của các doanh nghiệp và cơ sở thương mại.

Năm là, các yếu tố KCHTTM hàng hóa gián tiếp ở đô thị lớn.

Ngoài các yếu tố cấu thành trực tiếp hệ thống KCHTTM thì các yếu tố gián tiếp khác góp phần làm cho hệ thống hạ tầng thương mại trở nên hoàn chỉnh. Đó là các yếu tố về đường giao thông, đường điện, cấp thoát nước, vệ sinh môi trường đô thị, cấu trúc mạng thông tin truyền thông và dịch vụ internet đô thị cũng như các dịch vụ tài chính, cung ứng dịch vụ thương mại khác.

1.2. NỘI DUNG CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA ĐÔ THỊ LỚN

1.2.1 Nội dung cơ bản của chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Xét về thực chất, KCHTTM ĐTL chính là nền tảng kinh tế, tổ chức và kỹ thuật Thương mại - điểm hội tụ và thực hiện giá trị của hàng hóa, hội tụ và thực hiện nhu cầu và mong muốn của khách hàng nghĩa là tuyến tiền tiêu của kinh tế thị trường, là KCHT chủ yếu của thị trường hàng hóa ĐTL. Như vậy, chính sách vĩ mô đối với phát triển KCHTTM ĐTL không chỉ là một bộ phận của chính sách thương mại nội địa và XNK mà còn là một bộ phận chính sách đầu tư phát triển có tác động chủ yếu đến thực hiện tổng cung và tổng cầu của xã hội bằng các phương thức thương mại - điều đó có nghĩa nó có bản chất của CSVM.

Theo tiếp cận trên, CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL là chính

sách bộ phận tích hợp giữa chính sách thương mại vĩ mô và chính sách phát triển KCHT KT-XH ĐTL và được hiểu là tổng thể các quan điểm, nguyên tắc, mục tiêu, chế định và các giải pháp, công cụ vĩ mô để định hướng và tác động đến sự phát triển mà trọng tâm là phát triển chất lượng, giá trị hệ thống KCHTTM ĐTL như là một tổng thể nhằm đáp ứng mục tiêu đã được xác lập trong giai đoạn xác định.

Trên cơ sở phân định khái niệm, bản chất của nội hàm CSVM và thực chất của phát triển KCHTTM ĐTL trong bối cảnh hiện nay có thể chỉ rõ nội dung của CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL như sau:

Một là, xác lập các quan điểm, nguyên lý chung của phát triển KCHTTM hay còn gọi là nội dung chính sách chung bao gồm việc xác lập về quan điểm, mục tiêu QLNN đối với phát triển KCHTTM nói chung và ở các ĐTL nói riêng như: vị thế, các định hướng, các nguyên tắc, quan điểm và mục tiêu của phát triển KCHTTM. Những nội dung này thường được lồng ghép trong các văn bản về đường lối và/hoặc chiến lược phát triển KT-XH, chiến lược và chính sách phát triển thương mại và đầu tư phát triển của quốc gia, và được triển khai ở các vùng, các địa phương (tỉnh, thành phố thuộc trung ương). Những tư tưởng chủ đạo và nguyên lý cơ bản của chính sách chung là:

Về vị thế: KCHTTM là một bộ phận tích hợp của KCHT KT-XH ĐTL, là khâu phát triển đi trước một bước tạo tiền đề vật chất - kĩ thuật và công nghệ, quản lí cho sự phát triển hệ thống phân phối và thương mại không chỉ có ý nghĩa nội bộ ĐTL mà còn có ý nghĩa lan tỏa cho vùng, miền, quốc gia và quốc tế tùy thuộc vị thế và tầm mức ảnh hưởng của ĐTL đó.

Về quan điểm: Đảng và Nhà nước ta đã xác lập KCHT KT-XH nói chung là một trong ba khâu đột phá của tái cấu trúc nền kinh tế, ngành kinh doanh tạo nền tảng cho đổi mới mô hình kinh doanh mới lấy chất lượng và giá trị cung ứng làm hạt nhân phát triển. KCHTTM là một bộ phận tích hợp quan trọng tạo lập chất lượng và hình ảnh và danh tiếng của KCHT KT-XH ĐTL cũng cần được coi là một khâu đột phá trong tái cấu trúc thương mại và hệ thống phân phối thương mại.

Về nguyên lý: Việc phát triển KCHTTM là một khâu trong quản trị kinh doanh của các nhà đầu tư và thương mại, là công việc của quản trị doanh

nghiệp trong phát triển kênh marketing phân phối của mình. Nhà nước có tác động chủ yếu đến hệ thống và sự phát triển đồng bộ, liên ngành của cấu trúc hệ thống KCHTTM, có định hướng QLNN đến phát triển cơ cấu và phân bố mạng lưới KCHTTM về kinh tế, tổ chức và công nghệ, trong các trường hợp cần thiết, có sự đầu tư trực tiếp đến phát triển KCHTTM có ý nghĩa vùng, quốc gia và quốc tế của ĐTL, phát triển các KCHTTM hiện đại qui mô lớn có giá trị lan tỏa. Chính vì vậy, trong phát triển KCHTTM, Nhà nước dành một quan tâm không chỉ với nhà thương mại tự phát triển mà còn với nhà đầu tư trong và ngoài nước đầu tư phát triển KCHTTM mới, tiên bộ.

- Về vận dụng: trong triển khai nội dung chính sách chung cho các ĐTL còn bao hàm cả các định hướng triển khai cho các trường hợp riêng và trường hợp đặc thù. Với đặc điểm phân loại ĐTL nước ta, ngoài đô thị loại I (15 thành phố) có 2 đô thị đặc biệt, bên cạnh nguyên lý chung, các đô thị đặc biệt còn bị chi phối bởi các nguyên lý riêng cho đô thị thủ đô (Luật thủ đô). Vì vậy, trong vận dụng nội dung chính sách cần đặc biệt quan tâm tới tính riêng và tính đặc thù của các đô thị đặc biệt này không chỉ ở ngưỡng trên của mức độ tập trung hóa, về mật độ lan tỏa có ý nghĩa toàn quốc và đầu mối quốc tế hóa thương mại, du lịch, đầu tư của hệ thống KCHT.

- Về mục tiêu CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL được thể hiện tập trung trên các yếu tố sau:

Thứ nhất, về định tính phù hợp và đáp ứng yêu cầu các qui luật, tính qui luật phát triển KCHTTM về tập trung qui mô hóa, về tiêu chuẩn và điển hình hóa, về phát triển tổng hợp trên cơ sở chuyên doanh hóa, về hiện đại hóa và điện tử hóa, về khác biệt hóa bằng chứng vật chất và xây dựng hình ảnh thương hiệu cơ sở thương mại qua KCHT, về nhất thể hóa theo chiều dọc (chuỗi cung ứng) và chiều ngang (chuỗi cơ sở thương mại).

Thứ hai, về định lượng được thể hiện tập trung qua hiệu lực và hiệu quả tác động của CSVM đến phát triển, chất lượng, giá trị, sự thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của người sử dụng và quản lý khách hàng - người thụ hưởng các dịch vụ KCHTTM bộ phận cũng như tổng thể hệ thống.

Thứ ba, về hệ thống được thể hiện qua mức độ tích hợp và liên kết và đồng bộ giữa KCHTTM các loại hình, lĩnh vực và tích hợp của hệ thống

KCHTTM với KCHT KT-XH ĐTL.

Hai là, các hợp phần nội dung chính sách hay còn gọi là các chính sách thành phần. Bao gồm:

Thứ nhất, Nhà nước kiểm soát và khuyến khích phát triển KCHTTM trên cơ sở CSVM đối với kiểm định nhu cầu kinh tế (ENT - Economic Need Test). Đây là một tiêu chí trọng yếu trong cân nhắc đầu tư và phát triển KCHTTM của nhà đầu tư, mặt khác cũng là tiêu chí cho QLNN ở một số nước thành viên WTO vận dụng với phát triển KCHTTM/mạng lưới thương mại tiếp theo. Trong cam kết Thương mại dịch vụ với WTO, Việt Nam đã ghi rõ ba yếu tố chính của ENT: số lượng nhà cung cấp dịch vụ hiện có, ổn định thị trường, quy mô địa lí. Trong Nghị định 23/2007/NĐ-CP có diễn giải bổ sung hai yếu tố: mật độ dân cư trên địa bàn và sự phù hợp với quy hoạch, kế hoạch tổng thể của địa phương. Đến nay chủ yếu tiêu chí ENT được vận dụng cho các doanh nghiệp FDI. Quan điểm của ông Trương Đình Tuyển - chuyên gia kinh tế độc lập đưa ra bốn tiêu chuẩn chính của ENT gồm: theo quy hoạch bảo vệ việc làm và sự ổn định của hệ thống bán lẻ đã hình thành, tình trạng giao thông, mật độ dân cư và sự phát triển nhu cầu. Điều đó có nghĩa, cho đến nay nội hàm của ENT cũng chưa có độ thống nhất cao. Tuy nhiên, tổng hợp các nghiên cứu về rào cản cạnh tranh gia nhập thị trường và các qui định, cam kết hiện hành về ENT, nghiên cứu sinh xác lập mô hình các yếu tố tác động trực tiếp đến nhu cầu kinh tế cần được kiểm định với phát triển KCHTTM ĐTL gồm:

- Mức đáp ứng nhu cầu của tổng dung lượng thị trường kì vọng.
- Mức thỏa mãn mong muốn khách hàng với giá trị mạng lưới hiện tại và phát triển.
- Địa điểm phát triển phù hợp quy hoạch tổng thể KCHT KT-XH ĐTL và riêng KCHTTM.
- Mức độ biến động kì vọng về thay đổi thị phần của cơ cấu mạng lưới thương mại hiện tại thuộc khu vực có địa điểm phát triển mới, thuộc toàn đô thị và tới đô thị kế cận tùy theo quy mô và sức hút của KCHTTM mới.

Thứ hai, CSVM về tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại đối với phát triển KCHTTM: Nhà nước kiểm soát sự phát triển KCHTTM thông qua các

quy định, tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại trên thị trường nội địa nói chung và ĐTL nói riêng. Về nguyên tắc có hai nhóm qui định, tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại gồm:

- Tiêu chuẩn quy hoạch kinh tế như: số m² diện tích thương mại, số điểm/cơ sở kinh doanh trên 10.000 dân bình quân, hệ số sức hút nhu cầu các loại đô thị, hệ số sức hút tương hỗ và bán kính ảnh hưởng của một cơ sở kinh doanh theo qui mô.

- Tiêu chuẩn qui hoạch tổ chức và công nghệ như: số lượng các loại hình cơ sở kinh doanh thương mại (trung tâm thương mại, chợ bán buôn nông sản đầu mối, siêu thị, tổng kho phân phối, trung tâm logistics thị trường, trung tâm bán buôn - xuất nhập khẩu, hội chợ thương mại) tùy theo qui mô trên 10.000 dân ĐTL (đã tính đến sức hút nhu cầu ĐTL), các tiêu chuẩn thiết kế điển hình hóa các loại KCHTTM, các qui định suất đầu tư/1m² diện tích thương mại của từng loại KCHTTM (bán lẻ, bán buôn, logistics thị trường...) (có tính đến không chỉ "phần cứng" mà còn có cả "phần mềm" của KCHTTM đó).

Đây chính là nội dung quan trọng của CSVN đối với phát triển KCHTTM nói chung và ĐTL nói riêng, vừa là chính sách công cụ làm cơ sở cho triển khai và đảm bảo tính thống nhất trong tổng thể thị trường nội địa về quy hoạch phát triển KCHTTM/mạng lưới thương mại các ĐTL nước ta.

Thứ ba, CSVN đối với quy hoạch phát triển KCHTTM: Nhà nước định hướng và kiểm soát sự phát triển KCHTTM thông qua chính sách quy hoạch phát triển KCHT KT-XH tổng thể trong đó một bộ phận tích hợp quan trọng là KCHTTM. Về nguyên tắc, chính sách quy hoạch phát triển KCHTTM chính là sự thể hiện tập trung nhất hai mặt thực chất của phát triển KCHTTM: *Một là*, đảm bảo một cân đối vĩ mô giữa sự phát triển nội tại KCHTTM phù hợp với nhu cầu phát triển và làm đòn bẩy cho phát triển KT-XH ĐTL và vùng. *Hai là*, đảm bảo định hướng cho sự phát triển mới, tiến bộ, hiện đại cho ĐTL và cho sự lan tỏa của KCHTTM ĐTL trong vùng, quốc gia và quốc tế. Bởi vậy chính sách qui hoạch với phát triển KCHTTM không phải chỉ mang nghĩa là công cụ QLNN mà nó còn là một nội dung quan trọng nhất của chính sách qui hoạch cũng bao hàm quy hoạch kinh tế thương mại, quy hoạch tổ chức

và công nghệ thương mại để xác định quy mô, cơ cấu loại hình; chất lượng, giá trị và sự thỏa mãn kì vọng của phát triển KCHTTM của ĐTL. Các chính sách quy hoạch phát triển KCHTTM thường được xác lập theo chu kì kế hoạch trung hạn phát triển KT-XH đất nước và các địa phương.

Thứ tư, CSVN với đảm bảo hạ tầng cho phát triển KCHTTM: Nhà nước hỗ trợ và kiểm soát sự phát triển của các yếu tố hạ tầng của KCHTTM, bao gồm sự phát triển KCHT đồng bộ về mạng thông tin và truyền thông; về hệ thống tài chính và ngân hàng Thương mại; về hạ tầng thương mại điện tử quốc gia và địa phương; về hệ thống cấp điện, cấp thoát nước; về hệ thống và cơ chế phát triển mạng giao thông vận tải và các yếu tố gián tiếp khác để đảm bảo chất lượng KCHTTM.

Thứ năm, CSVN với thu hút, khuyến khích, hỗ trợ và xã hội hóa đầu tư phát triển KCHTTM: Nhà nước khuyến khích, hỗ trợ và kiểm soát sự phát triển KCHTTM thông qua các chính sách đầu tư công cho các KCHT trọng điểm, hiện đại, có ý nghĩa lan tỏa rộng; chính sách thu hút và xã hội hóa đầu tư phát triển KCHTTM và chính sách hình thành quỹ đất, quyền sử dụng đất trong dài hạn và cơ chế thuận lợi khác cho quyền sử dụng đất cho phát triển KCHT KT-XH nói chung và thương mại nói riêng, đặc biệt ở các khu đô thị mới, đô thị hành tinh, các khu công nghiệp, khu chế xuất và khu công nghiệp cao ở các ĐTL.

Thứ sáu, CSVN đối với phát triển KCHTTM với khu vực FDI ở ĐTL: Nhà nước có chính sách để thực hiện các cam kết WTO và kiểm soát phát triển một bộ phận KCHTTM - đến nay là thương mại bán lẻ và dịch vụ phân phối bán lẻ và trong triển vọng sẽ là thương mại bán buôn/và dịch vụ phân phối bán buôn và logistics thị trường của khối doanh nghiệp FDI một phần và/hoặc 100%. Được coi vừa là cơ hội để hiện đại hóa KCHTTM trước hết là mạng lưới thương mại bán lẻ và dịch vụ phân phối bán lẻ, đồng thời cũng là thách thức lớn với các hệ thống phân phối và KCHTTM bán lẻ của các nhà bán lẻ nội địa, CSVN với khối doanh nghiệp thương mại FDI một mặt tuân thủ cam kết về mở cửa thị trường dịch vụ phân phối và tạo điều kiện cho phát triển KCHTTM cho nhà phân phối nước ngoài, mặt khác vận dụng quy định ENT để chế định và kiểm soát phát triển KCHTTM của khối doanh nghiệp

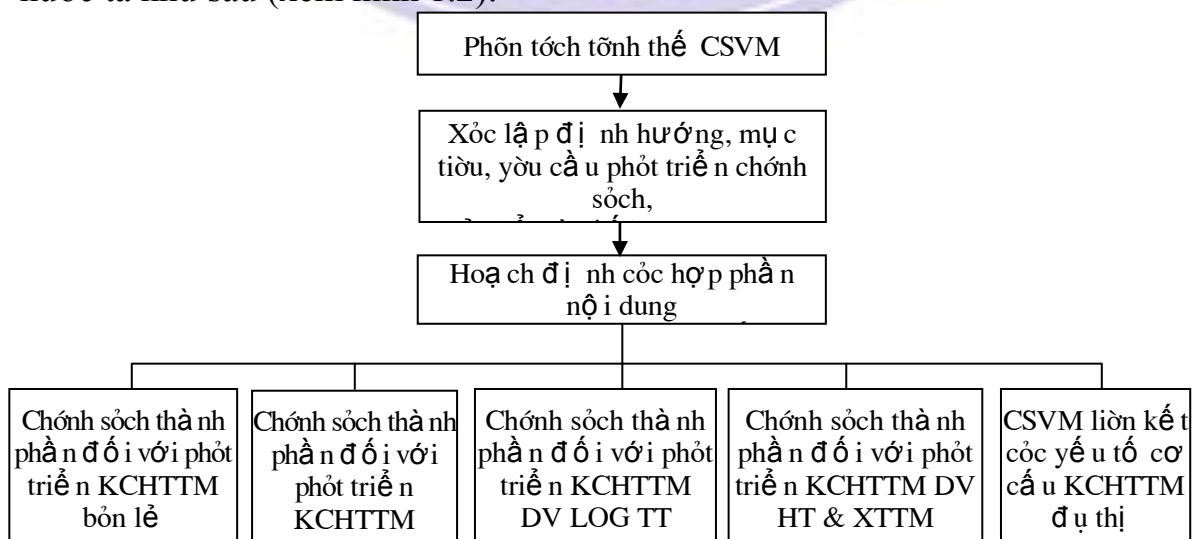
này khi phát triển cơ sở thứ hai và tiếp theo trên các thị trường nội địa nói chung và ĐTL nói riêng.

Thứ bảy, CSVM đối với cấu trúc phát triển KCHTTM: một mặt nhận dạng các tính quy luật và xu thế phát triển KCHTTM, mặt khác nhà nước thông qua các CSVM để điều tiết tính đồng bộ và điều hòa giữa quy mô, tốc độ và mức độ liên kết giữa các yếu tố cấu trúc KCHTTM gồm thương mại bán lẻ và dịch vụ phân phối bán lẻ, thương mại BB/XNK và dịch vụ phân phối BB/XNK, dịch vụ logistics thị trường và DVHT và XTTM. Bản chất của liên kết này chính là tăng cường kết nối trong các chuỗi cung ứng (supply chains) vừa đảm bảo thuận tiện cho khách hàng tiếp cận và thực hiện các giao dịch và thương vụ, vừa đảm bảo yêu cầu hạch toán kinh doanh, kích khởi các hoạt động chuỗi giá trị của cơ sở thương mại và của ngành kinh doanh, vừa phù hợp phương hướng vận động các dòng kênh phân phối hàng hóa và dịch vụ, vừa nâng cao văn minh thương mại trong tích hợp với KCHT KT-XH ở các ĐTL.

Trên đây là một số nội dung cơ bản của CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL. Về mặt nguyên lý, chất lượng nội dung CSVM chịu tác động của chất lượng quản lý CSVM bao gồm quá trình từ phân tích và hoạch định chính sách đến triển khai, thực thi và kiểm soát chính sách. Chính vì vậy, mục tiếp theo sẽ đi sâu trình bày mô hình quá trình quản lý CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL.

1.2.2. Nội dung quản lý chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Xuất phát từ nguyên lý quản lý nhà nước, lí luận về KCHTTM ĐTL cho phép mô hình hóa quá trình quản trị CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta như sau (xem hình 1.2):





Hình 1.2. Quá trình quản lý CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL

(Nguồn: Tác giả)

Nội dung cơ bản của quản lý CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL:

Bước 1: Phân tích tình thế chính sách đối với phát triển KCHTTM đô thị lớn

Để đánh giá được tình thế CSVM nói chung và với phát triển KCHTTM ĐTL nói riêng cần đánh giá được các yếu tố, lực lượng môi trường chính sách, thực trạng tác động chính sách đến đối tượng chính sách và kết quả của nó, từ đó rút ra các điểm mạnh, điểm yếu của chính sách; nhận dạng những thay đổi trong khách thể chính sách để từ đó rút ra những điểm phù hợp, không còn phù hợp, điểm mới cần được QLNN bằng chính sách. Để phân tích một cách toàn diện tình thế chính sách cần đánh giá được:

- Mức độ đáp ứng yêu cầu với hoạch định cho các chính sách đã ban hành và có hiệu lực thi hành dựa trên đối tượng chính sách.
- Mức độ đáp ứng yêu cầu và hiệu suất triển khai, thực thi chính sách dựa trên đối tượng chính sách.
- Mức độ hiệu suất phát triển khách thể chính sách (ở đây là KCHTTM

ĐTL). Cần lưu ý: kết quả phát triển KCHTTM ĐTL chịu tác động đồng thời của hai lực lượng: theo điều tiết cơ chế thị trường và theo tác động của QLNN trong đó có chính sách QLNN là chủ yếu.

Bước 2: Xác lập định hướng, quan điểm, mục tiêu chính sách và chủ thể, đối tượng chính sách.

Trên cơ sở đánh giá chất lượng hoạch định và hiệu suất thực thi các chính sách hiện hành và thực trạng của khách thể chính sách trong thực tiễn, những vấn đề đặt ra và các dự báo xu thế triển vọng của khách thể (ở đây là KCHTTM ĐTL), nhà phân tích và hoạch định đưa chúng vào mô thức phân tích gồm hai chiều: Điểm mạnh/điểm yếu và các điểm phù hợp, cơ hội mới/điểm lạc hậu, đe dọa tới phát triển khách thể nghiên cứu để nhận dạng rõ những định hướng: giữ và tăng hiệu suất các điểm mạnh, điểm phù hợp với cơ hội mới, bối cảnh mới; chỉnh sửa, bổ sung và làm thích ứng những chính sách hiện tại; phát triển, đổi mới chính sách mới cho phù hợp những yêu cầu mới của khách thể; loại bỏ, phòng ngừa và cảnh báo các trào lưu nhất thời, có chất lượng và giá trị yếu kém và có tác động tiêu cực đến bản thân KCHTTM cũng như tích hợp KCHT KT-XH ĐTL.

Khi lựa chọn định hướng, nhà hoạch định chính sách cần lựa chọn và xác lập quan điểm chính sách để chỉ rõ lựa chọn và định hướng có tính then chốt, đột phá và ưu tiên, nhấn mạnh chính sách. Vận dụng phương pháp tiếp cận hệ thống, biện chứng, logic và lịch sử để thiết lập các quan điểm chính sách phù hợp.

Từ những định hướng và quan điểm chính sách, cân nhắc các nguồn lực cùng tính khả thi để xác lập mục tiêu chính sách nghĩa là một trạng thái kì vọng của khách thể chính sách KCHTTM ĐTL cho các chu kì chính sách.

Từ những yêu cầu trên để nhà hoạch định cân nhắc và xác định bậc chính sách (chính phủ/bộ ngành/ủy ban nhân dân tỉnh/thành phố trung ương), phạm vi tác động chính sách, phạm vi và tính chất của mục tiêu chính sách để xác định chủ thể và đối tượng chính sách phù hợp và có đủ hiệu lực.

Bước 3: Hoạch định các hợp phần nội dung chính sách

Nội dung chính sách phản ánh thái độ của bậc QLNN vĩ mô (khuyến khích, ưu tiên, ưu đãi hay yêu cầu có điều kiện hoặc không khuyến khích thậm chí hạn chế với các yếu tố nội hàm của khách thể chính sách (ở đây là

nội hàm cho phát triển KCHTTM ĐTL)).

Trong luận án này, khung khổ nội dung CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL gồm 6 chính sách:

- CSVN về kiểm định nhu cầu kinh tế đối với phát triển KCHTTM.
- CSVN về tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại đối với phát triển KCHTTM.
- CSVN đối với qui hoạch phát triển KCHTTM
- CSVN đối với thu hút và xã hội hóa đầu tư phát triển KCHTTM
- CSVN đối với hỗ trợ và khuyến khích đầu tư phát triển KCHTTM
- Chính sách phối hợp các yếu tố KCHTTM và tích hợp KCHTTM với KCHT KT-XH ĐTL

Từ các nội dung cốt lõi trên, việc triển khai chính sách chung thành các hình thái chính sách có tính hướng dẫn thực thi bao gồm chính sách quy hoạch, định chế chính sách (mật độ mạng lưới thương mại, định chuẩn diện tích KCHTTM/1.000 dân; định chuẩn số dân phục vụ/một loại trung tâm thương mại; tiêu chuẩn chỉ số nhu cầu kinh tế để phát triển mạng lưới thương mại bán lẻ; tiêu chuẩn quy hoạch các loại diện tích chức năng cho một loại hình cơ sở thương mại, định mức quỹ đất và vị trí đất cho phát triển KCHTTM trong quy hoạch KT-XH ĐTL...).

Bước 4: Hoạch định nguồn lực và công cụ chính sách

Gồm hai nguồn lực:

(1) Nguồn lực liên quan quy hoạch không gian và quy hoạch xây dựng

Chính sách hoạch định nguồn lực liên quan đến quy hoạch không gian và quy hoạch xây dựng KCHTTM đô thị, liên quan đến việc xem xét quy hoạch tổng thể phát triển KCHTTM cả nước đồng thời phù hợp với việc định hướng phát triển đô thị Việt Nam giai đoạn 2011 - 2020, tầm nhìn đến 2030.

Nguồn lực liên quan đến quy hoạch không gian cần được xem xét hợp lý giữa các mạng lưới bán buôn, bán lẻ với các loại hình hỗ trợ thương mại; dịch vụ phân phối và KCHTTM hàng hóa gián tiếp. Bố trí không gian phát triển các hạ tầng thương mại bán buôn và bán lẻ hợp lý, tránh tình trạng cạnh tranh, ảnh hưởng tới việc phát triển KT-XH đô thị.

Các chính sách quy hoạch và xây dựng KCHTTM cần bố trí về các yếu tố không gian, thời gian, yếu tố tài nguyên, và yếu tố con người. Không gian quy hoạch cần phù hợp với định hướng quy hoạch đô thị, định hướng phát

triển KT-XH đô thị, đáp ứng được nhu cầu phát triển thương mại đô thị.

Quy hoạch xây dựng KCHTTM đô thị cần tính đến nguồn lực tài chính, nguồn lực tự nhiên để có thể thực hiện được khả thi quy hoạch phát triển KCHTTM đô thị. Quy hoạch phát triển dịch vụ phân phối và KCHTTM hàng hóa gián tiếp như các hệ thống giao thông đô thị, hệ thống thông tin liên lạc, hệ thống điện nước đô thị và các hệ thống KCHT khác cần phải có sự thống nhất, kết nối với nhau, đảm bảo sự phát triển hài hòa và có tính hỗ trợ lẫn nhau giữa các hệ thống.

(2) Công cụ pháp luật, kinh tế, hành chính và giáo dục tuyên truyền chính sách

Sửa đổi, bổ sung và hoàn thiện các văn bản quy phạm pháp luật hiện hành về các quy hoạch phát triển hệ thống bán buôn, bán lẻ, hệ thống dịch vụ phân phối, hệ thống xúc tiến thương mại và hỗ trợ thương mại.

- Tạo lập các quỹ hỗ trợ quy hoạch, xây dựng và phát triển hệ thống KCHTTM ĐTL. Tạo cơ chế huy động nguồn lực tài chính cho việc phát triển hệ thống hạ tầng xã hội và hạ tầng thương mại. Hoàn thiện các loại thuế, phí trong việc quản lý hệ thống KCHTTM ĐTL...

- Nghiên cứu để ban hành các cơ chế, chính sách quy định về kiểm soát hoạt động của các cơ sở bán buôn, bán lẻ hiện đại có quy mô lớn hoặc hoạt động theo chuỗi để góp phần hỗ trợ cho các cơ sở bán buôn, bán lẻ truyền thống phát triển trước sức ép cạnh tranh từ các loại hình phân phối hiện đại đang ngày càng tăng về số lượng, quy mô và địa bàn hoạt động. Các quy định này bao gồm việc yêu cầu về bảo vệ môi trường, hạn chế về ngày mở cửa, giờ mở cửa...

- Đơn giản hóa thủ tục hành chính, phổ biến rộng rãi quy trình một cửa trong quá trình cấp giấy phép hoạt động, đăng ký kinh doanh và thủ tục thành lập doanh nghiệp trong lĩnh vực bán buôn, bán lẻ và các quy định cần phải đáp ứng khi mở thêm các cơ sở bán buôn, bán lẻ trong hệ thống kinh doanh của doanh nghiệp. Ngoài ra, nghiên cứu việc sử dụng các công cụ luật pháp khác của Nhà nước để quản lý và phát triển ngành dịch vụ bán buôn, bán lẻ như thuế, phí, giấy phép, tiêu chuẩn vệ sinh, tiêu chuẩn an toàn...

- Có cơ chế tuyên truyền, giáo dục về các chính sách phát triển KCHTTM ĐTL để các chính sách đi vào cuộc sống.

Bước 5: Triển khai thực thi chính sách

Đây là bước quản lý cực kì quan trọng bởi một chính sách dù được hoạch định hoàn hảo đến đâu mà khâu triển khai, thực thi chính sách không đúng, đủ, hiện thực và sáng tạo thì hiệu suất và hiệu quả chính sách đều không đạt được mong muốn. Về nguyên lí quản lý triển khai thực thi chính sách bao gồm: truyền thông chính sách và hướng dẫn thực thi chính sách của bộ máy QLNN; phổ biến, đào tạo và hướng dẫn, tư vấn thực hiện chính sách với các đối tượng chính sách và toàn dân; hỗ trợ đối tượng chính sách về quy hoạch nguồn lực và công cụ chính sách để nâng cao trách nhiệm và năng lực thực thi chính sách; theo dõi, kiểm tra, kiểm soát thực thi chính sách; đánh giá và báo cáo tổng hợp thực thi chính sách và tổ chức quản lý và lãnh đạo thực thi chính sách của bộ máy QLNN đầu mối và phối hợp.

Về tổ chức QLNN với phát triển KCHTTM ở Việt Nam bao gồm:

- Bộ Công Thương: Là cơ quan chủ đầu mối quản lý chủ yếu ở trung ương về lĩnh vực thương mại, bao gồm cả các hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu, kinh doanh vật tư, hàng hóa tiêu dùng và dịch vụ thương mại thuộc mọi thành phần kinh tế trong phạm vi cả nước, kể cả hoạt động thương mại của các tổ chức và cá nhân người nước ngoài được hoạt động tại Việt Nam.

- Quản lý nhà nước về thương mại tại địa phương có ba cấp là tỉnh, thành phố trực thuộc trung ương (gọi tắt là tỉnh), huyện, quận, thị xã, thành phố trực thuộc tỉnh hoặc thành phố trực thuộc trung ương (gọi tắt là huyện) và xã, phường, thị trấn (gọi tắt là xã). Theo đó, ứng với mỗi cấp là Sở Công Thương và các Phòng Công Thương các cấp.

+ Sở Công Thương: Là cơ quan chuyên môn thuộc Ủy ban nhân dân tỉnh, giúp Ủy ban nhân dân tỉnh thực hiện chức năng QLNN về thương mại trên địa bàn theo quy định của pháp luật.

Sở Công Thương chịu sự chỉ đạo và quản lý về hoạt động, tổ chức, biên chế của Ủy ban nhân dân tỉnh; đồng thời chịu sự chỉ đạo, hướng dẫn, kiểm tra của Bộ Công Thương về chuyên môn, nghiệp vụ và việc thực hiện cơ chế, chính sách, pháp luật về thương mại.

Với tư cách là một ngành kinh tế, Sở Công Thương được tổ chức thành một cơ quan QLNN chuyên ngành độc lập, có vị trí quan trọng trong hệ thống quản lý kinh tế tại địa phương. Hoạt động QLNN của Sở Công Thương được coi là một công cụ quan trọng cùng với các ngành khác thúc đẩy nền kinh tế địa phương phát triển, thúc đẩy quá trình hình thành, phát triển các thành

phần kinh tế, các loại hình thị trường; thúc đẩy chuyển dịch và hoàn thiện cơ cấu kinh tế, ổn định cân đối tài chính tiền tệ, cân bằng cán cân thanh toán, thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao của các tầng lớp dân cư xã hội [74, tr. 46].

Ngoài ra, phối hợp trách nhiệm còn có Sở Xây dựng và Quy hoạch Đô thị, Sở Giao thông công chính... có trách nhiệm thống nhất quy hoạch phát triển KCHTTM đô thị phù hợp với quy hoạch phát triển KCHT đô thị, hạ tầng giao thông vận tải đô thị, hạ tầng cấp nước và thoát nước, hệ thống thông tin liên lạc, hệ thống cung cấp năng lượng (điện, gas...), hệ thống chiếu sáng đô thị, và quản lý chất thải rắn đảm bảo môi trường sống ở đô thị.

Bước 6: Kiểm soát thực thi chính sách

Ban hành quy định về trách nhiệm của các đơn vị, cá nhân, tổ chức trong việc thanh tra, kiểm soát việc thực thi CSVM về phát triển KCHTTM ĐTL.

Các cơ quan QLNN về thương mại, xây dựng và đô thị có trách nhiệm trong việc kiểm soát việc ban hành chính sách từ việc ban hành đến nội dung chính sách.

Các cơ sở sản xuất, kinh doanh có trách nhiệm thực thi chính sách theo đúng nội dung chính sách.

Các cá nhân cũng có trách nhiệm trong việc kiểm soát việc thực thi CSVM về phát triển KCHTTM ĐTL.

Trên đây là những nguyên lý cơ bản xác lập nội dung quá trình quản lý CSVM với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta.

1.2.3. Tiêu chí đánh giá chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Đánh giá CSVM đối với phát triển KCHTTM hàng hóa ĐTL qua 4 tiêu chí.

1.2.3.1. Chất lượng nội dung chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn dựa trên đối tượng tác động của chính sách

Như phân tích ở mục 1.2.1, chất lượng nội dung chính sách phản ánh mức độ đáp ứng yêu cầu khách quan của sự phát triển dựa trên những đánh giá của các đối tượng tác động của chính sách, qua đó có tác động trực tiếp đến mục tiêu chính sách đó và được xác định qua công thức:

$$\overline{Q_{nd}} = \frac{1}{R} \sum_{r=1}^R \overline{Q_r} \quad (1)$$

Trong đó:

$\overline{Q_{nd}}$ - Chất lượng tổng hợp của nội dung CSVM.

$\overline{Q_r}$ - Chất lượng các hợp phần nội dung CSVM - Mức đáp ứng trung bình của yếu tố nội dung thứ r với yêu cầu khách quan của sự phát triển và mục tiêu chính sách (xem chương 2 luận án).

r - Số lượng các chỉ số phản ánh các hợp phần nội dung chính sách
 $[r \in (1, R)]$

1.2.3.2. Chất lượng hoạch định chính sách vĩ mô

Chất lượng tổng thể của hoạch định CSVM với phát triển KCHTTM ĐTL được phản ánh qua mức đáp ứng các yêu cầu đặt ra với chính sách QLNN và được xác định qua công thức:

$$\overline{Q_{hd}} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^n \overline{X_i} \quad (2)$$

Trong đó:

$\overline{Q_{hd}}$: Chất lượng tổng thể trung bình của hoạch định chính sách

$\overline{X_i}$: Mức độ đáp ứng trung bình của yêu cầu với hoạch định chính sách thứ i (các yêu cầu cụ thể được đánh giá tại chương 2 luận án)

n: Số lượng yêu cầu với hoạch định chính sách

1.2.3.3. Chất lượng triển khai thực thi chính sách vĩ mô

Chất lượng triển khai thực thi CSVM với phát triển KCHTTM ĐTL phản ánh mức hiệu suất đạt được so với yêu cầu thực hiện tốt nhất (kì vọng) (theo mô hình SERVPERF của A.Zeithanl - 1988) và được xác định qua công thức:

$$\overline{Q_H} = \sum_{j=1}^m k_j \overline{Z_j} \quad (3)$$

Trong đó:

$\overline{Q_H}$: Chất lượng trung bình tổng thể của triển khai thực thi chính sách.

$\overline{Z_j}$: Mức hiệu suất trung bình của yếu tố cấu thành thứ j (các yếu tố cấu thành triển khai thực thi chính sách được nêu trong chương 2 luận án)

k_j : Hệ số độ quan trọng của yếu tố cấu thành thứ j đến chất lượng thực thi tổng thể

1.2.3.4. Hiệu suất phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn do tác động của chính sách vĩ mô

Hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL được đánh giá qua các chỉ số chất lượng tăng trưởng các loại hình mạng lưới thương mại hiện đại, ở chất lượng đầu tư phát triển KCHTTM (chỉ số ICOR), ở chất lượng đảm bảo của mạng lưới và ở thời gian hao phí mua sắm và năng suất tác nghiệp Thương mại. Tuy nhiên cần lưu ý rằng, các tiêu chí này là kết quả không chỉ do CSVM mang lại mà còn do cơ chế thị trường tác động đến, mà nếu vận dụng sẽ rất khó tách bạch. Trong luận án này tác giả vận dụng mô hình SERVPERF của A.Zeithaml (1988) trên để đánh giá hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL do tác động của CSVM qua hai tiêu chí: chất lượng và giá trị KCHTTM ĐTL ở mỗi thời điểm và đánh giá hiệu quả CSVM với phát triển KCHTTM ĐTL thông qua chỉ số sự thỏa mãn với KCHTTM dựa trên khách hàng và sự hài lòng với chính sách dựa trên đối tượng chính sách. Trong đó hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL được xác định bằng công thức:

$$\overline{Q}_{dv} = \sum_{l=1}^L h_l \overline{P}_l \quad (4)$$

Trong đó:

\overline{Q} - Mức chất lượng/giá trị trung bình của KCHTTM tổng thể.

\overline{P}_l : ĐTB chất lượng/giá trị của KCHTTM nhóm l

h_l : Hệ số độ quan trọng của KCHTTM nhóm l đến chất lượng/giá trị KCHTTM tổng thể.

(l là số các KCHTTM thành phần cấu trúc nên KCHTTM tổng thể gồm các KCHTTM bán lẻ và dịch vụ phân phối bán lẻ, BB/XNK và dịch vụ phân phối BB/XNK, dịch vụ logistics thị trường, DVHT và XTTM).

1.3. MÔ HÌNH NGHIÊN CỨU VÀ CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN

1.3.1. Mô hình nghiên cứu chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Mô hình nghiên cứu CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta phản ánh 7 giả thuyết nghiên cứu sau:

Giả thuyết 1: Chất lượng quản lý chính sách có tác động trực tiếp đến

chất lượng nội dung CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL.

Giả thuyết 2: Chất lượng chính sách về ENT có tác động trực tiếp đến mục tiêu CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL.

Giả thuyết 3: Chất lượng chính sách về tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại tác động trực tiếp đến hiệu suất mục tiêu phát triển CSVN đối với KCHTTM ĐTL.

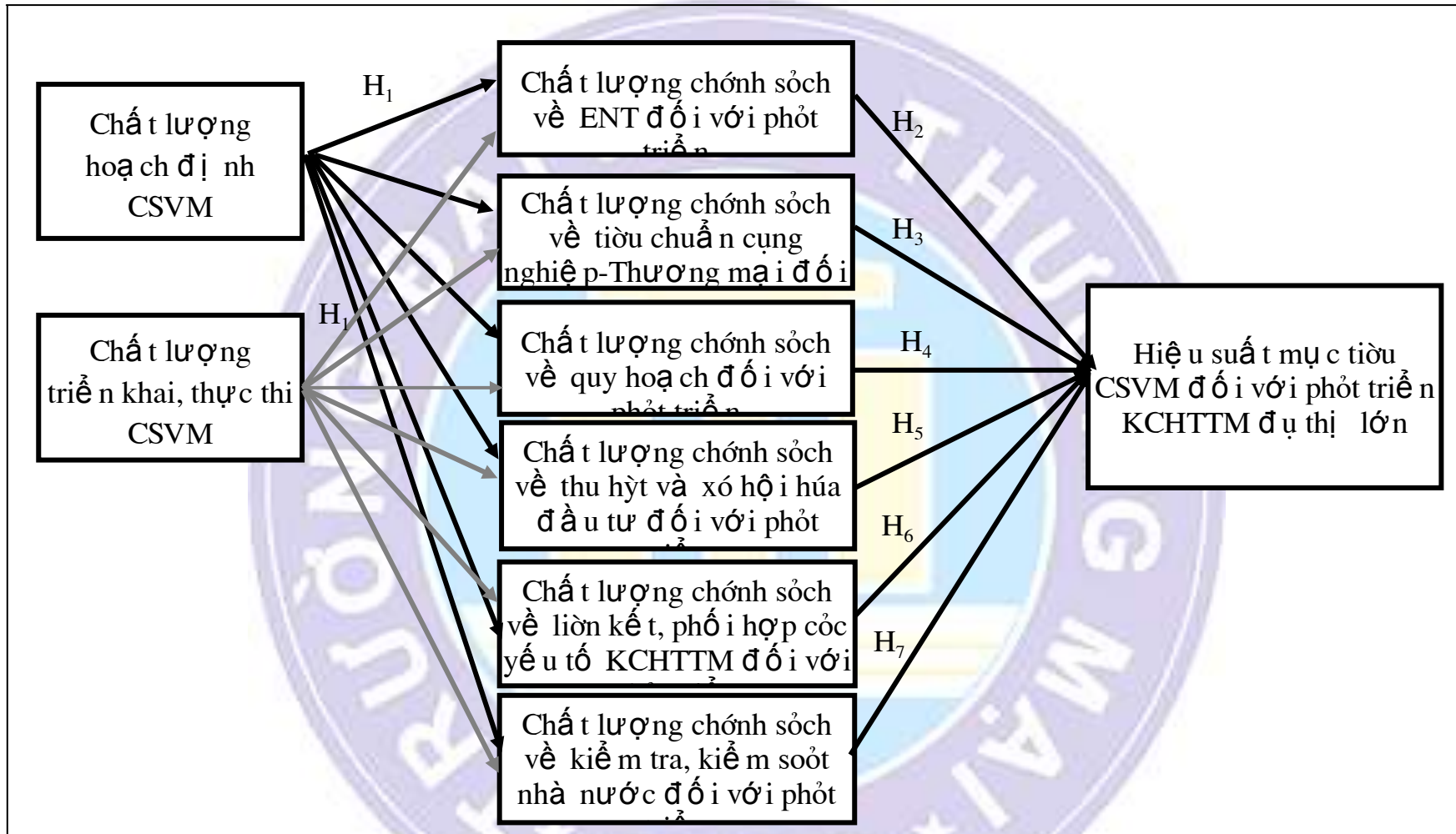
Giả thuyết 4: Chất lượng chính sách về quy hoạch phát triển KCHTTM có tác động trực tiếp đến hiệu suất mục tiêu CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL.

Giả thuyết 5: Chất lượng chính sách về thu hút và xã hội hóa đầu tư phát triển có tác động trực tiếp đến hiệu suất mục tiêu CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL.

Giả thuyết 6: Chất lượng chính sách về liên kết, tích hợp các yếu tố KCHTTM các chuỗi cung ứng hiện đại có tác động trực tiếp đến hiệu suất mục tiêu CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL.

Giả thuyết 7: Chất lượng chính sách về kiểm tra, kiểm soát nhà nước có tác động trực tiếp đến hiệu suất mục tiêu CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL.

Từ các giả thuyết nghiên cứu trên có thể tổng hợp mô hình nghiên cứu CSVN đối với phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta như sau (xem hình 1.3):



Hình 1.3. Mô hình nghiên cứu CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL Việt Nam

(Nguồn: Tác giả)



1.3.2. Kiểm định mô hình và thang đo nghiên cứu

Với 28 thuộc tính được phát triển của 6 biến độc lập được tác giả xây dựng kết hợp với phương pháp hội thảo/phỏng vấn chuyên gia và được xác định với thang đo Likert 5 mức độ (trong đó 1 = hoàn toàn không đồng ý; 5 = rất đồng ý). Điều tra được thực hiện với các đối tượng là các CEOs các doanh nghiệp thương mại, các nhà đầu tư cung ứng dịch vụ phân phối thương mại; các nhà QLNN với phát triển thương mại và thị trường các ĐTL, các Tập đoàn, Tổng công ty thương mại lớn, các nhà quản trị thương mại bậc cao và trung người Việt ở các chuỗi siêu thị lớn như Big C, Metro Cash & Carry. Thời gian điều tra từ tháng 6/2014 đến tháng 10/2014. Phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên thực hiện trên số phiếu phát ra, thu về.

Kết quả phiếu thu về có cơ cấu trong bảng 1.1

Bảng 1.1. Mô tả cơ cấu mẫu điều tra

TT	Đô thị lớn thuộc mẫu	Tổng số	Phân theo đối tượng điều tra						
			Người tiêu dùng	Bán lẻ	BB/XNK	Logistics	Hỗ trợ và XTMM	QLNN	Chuyên gia và nhà nghiên cứu
1	Hà Nội	63	12	11	10	9	8	7	6
2	Thành phố Hồ Chí Minh	53	6	10	8	9	8	7	5
3	Hải Phòng	37	3	8	7	7	6	6	0
4	Hạ Long	31	0	8	7	7	5	4	0
5	Đà Nẵng	42	6	8	7	6	6	5	4
6	Buôn Ma Thuột	30	0	7	6	7	5	5	0
7	Nha trang	36	3	8	7	6	6	6	0
8	Cần thơ	33	0	8	8	5	7	5	0
	Cộng	325	30	68	60	56	51	45	15

(Nguồn: Tác giả)

Kết quả kiểm định mô hình nghiên cứu được tổng hợp trong bảng 1.2:

Bảng 1.2: Kết quả kiểm định Conbach's Alpha, EFA, CFA chất lượng nội dung CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta

Kí hiệu	Biến độc lập	C Alpha	Eigen value	Comulative (%)	Tolerance	VIF	Chỉ số điều kiện Condition Index	Hệ số quan trọng
ENT	CS.ENT	0,7632	6,902	16,132	0,564	1,774	1,000	0,15
TCCT	CS.Tiêu chuẩn CNTM	0,7213	4,716	23,347	0,612	1,634	9,818	0,15
QH	CS QH phát triển	0,8271	3,659	41,258	0,589	1,725	11,172	0,20
ĐT	CS thu hút XHH ĐT	0,8016	3,032	50,691	0,573	1,848	15,896	0,20
HT	CS hỗ trợ, khuyến khích phát triển	0,7665	2,458	59,733	0,591	1,631	17,718	0,15
KS	CS kiểm tra, kiểm soát phát triển	0,7442	1,873	68,921	0,626	1,568	21,312	0,15
TQ	Chất lượng tổng hợp	0,8328	2,249	74,986				1,00

(Nguồn: Tác giả)

Từ bảng 1.2 cho phép rút ra một số kết luận:

(1) Kiểm định hệ số Conbach's Alpha cho thấy các biến quan sát đều có trị số $> 0,7$, trong đó có 3 biến quan sát với hệ số C.Alpha $< 0,620$ nên bị loại bỏ (trong đó 1 biến Tiêu chuẩn; 1 biến Quy hoạch; 1 biến Đầu tư)

(2) Phân tích yếu tố khám phá (EFA) (phân tích 6 yếu tố biến độc lập, phép xoay Varimax) để phát hiện các yếu tố tiềm ẩn và kiểm định độ tin cậy của thang đo. Kết quả: KMO = 0,864 với test Bartlett có $p = 0,000 (< 0,5)$. Như vậy, 25 biến quan sát được nhóm gộp vào 6 biến độc lập với hệ số C.Alpha của mỗi biến đều lớn ($> 0,70$), tổng phương sai trích bởi 6 biến độc lập là 68,921% ($> 50%$). Mỗi biến quan sát đều có hệ số tải cao ($> 0,5$) nên 25 biến quan sát này là thích hợp để đo lường chất lượng nội dung CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta.

(3) Kiểm định yếu tố xác định (CFA) được tiến hành để phân tích hội quy tập mẫu từ đó ngoại suy hệ số quan trọng của mỗi biến độc lập đến chất lượng tổng thể nội dung CSVN và kiểm định tính độc lập giữa các biến quan sát qua hệ số đa cộng tuyến (VIF). Kết quả phân tích cho phép xác định gần đúng hệ số độ quan trọng mỗi biến độc lập lần lượt là 0,15; 0,15; 0,20; 0,20; 0,15; 0,15. Các trị số VIF đều lớn ($> 1,56$), điều đó cho thấy hầu như không có hiện tượng đa cộng tuyến và đảm bảo tính đơn hướng trong thang đo (xem bảng 1.2).

(4) Từ các kết quả trên cho phép rút ra mô hình thực tế chất lượng nội dung CSVN với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta gồm 6 yếu tố/nội dung cấu thành và cũng là 6 biến độc lập với thang đo 25 biến quan sát. Cụ thể:

- Kiểm định nhu cầu kinh tế: 3 biến quan sát
- Xây dựng tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại: 3 biến quan sát
- Quy hoạch phát triển KCHT và mạng lưới thương mại: 7 biến quan sát.
- Thu hút và xã hội hóa đầu tư phát triển KCHTTM: 6 biến quan sát
- Liên kết, phối hợp phát triển KCHTTM theo các chuỗi giá trị cung ứng: 3 biến quan sát
- Kiểm tra, kiểm soát nhà nước với phát triển KCHTTM: 3 biến quan sát (cụ thể xem bảng 2.1).

1.3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

1.3.3.1. Các yếu tố trong nước

Các yếu tố trong nước bao gồm:

(1) Các quan điểm, đường lối chính trị của cơ quan lãnh đạo cao nhất

Đảng Cộng sản Việt Nam là cơ quan lãnh đạo cao nhất ở Việt Nam. Đảng đưa ra định hướng phát triển KT-XH thông qua các văn kiện chính trị. Từ đó, các chính sách phát triển KT-XH sẽ cụ thể hóa các định hướng phát triển này.

Đối với vấn đề phát triển KCHTTM, tại Nghị quyết số 13-NQ/TW ngày 16/1/2012, Hội nghị lần thứ 4 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI đã thông qua nội dung "Xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ nhằm đưa nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại hóa vào năm 2020". Trong đó, Nghị quyết đã nêu rõ quan điểm về việc xây dựng hạ tầng kết cấu đô thị và hạ tầng thương mại phải phù hợp và đồng bộ với các loại KCHT cơ sở khác. Cụ thể hóa Nghị quyết này, Ủy ban nhân dân, Hội đồng nhân dân các tỉnh, thành phố đã có những Nghị quyết, Quyết định phê duyệt Quy hoạch phát triển thương mại, Chương trình xây dựng cơ sở hạ tầng thương mại phù hợp với định hướng đồng bộ hóa cơ sở hạ tầng thương mại với các cơ sở hạ tầng khác để việc phát triển KT-XH của địa phương phù hợp với quy hoạch phát triển ngành thương mại nói riêng và Quy hoạch phát triển KT-XH Việt Nam nói chung.

(2) Các yếu tố pháp lý và thể chế kinh tế đô thị lớn

Căn cứ pháp lý là nền tảng để hình thành hình thức và nội dung của một chính sách cụ thể được pháp luật thừa nhận để triển khai trong thực tế.

Chính sách phát triển KCHTTM nói chung và tại các ĐTL nói riêng được xây dựng trên căn cứ pháp lý, bao gồm các luật pháp quy định về: Luật Quy hoạch đô thị, Luật đất đai, Luật Thương mại, Luật Đầu tư, Luật Xây dựng... đã được Quốc hội phê chuẩn và đang còn hiệu lực thi hành.

Phát triển KCHTTM là một phần của việc phát triển KCHT KT-XH ĐTL. Các chính sách phát triển KCHTTM cần phải căn cứ vào các cơ sở pháp lý cụ thể được quy định trong các Bộ Luật hiện hành như: Luật Thương mại,

Luật Đầu tư, Luật Xây dựng, Luật Thủ đô... Đây là những căn cứ pháp lý để các CSVN về phát triển KCHTTM ở các ĐTL nước ta có cơ sở để tồn tại và triển khai trên thực tế.

(3) Nguồn lực chính sách vĩ mô

Việc xây dựng và triển khai các chính sách phát triển KCHTTM cần phải được căn cứ vào những nguồn lực thực tế như nguồn lực tài chính, nguồn lực con người, nguồn lực kỹ thuật.

Về nguồn lực tài chính: Có thể thấy, việc Việt Nam ngày càng hội nhập sâu, rộng vào nền kinh tế khu vực và thế giới tạo cơ hội cho Việt Nam ngày càng có nhiều các mối quan hệ kinh tế, mở rộng khả năng phát triển cả về kinh tế và chính trị. Việt Nam có thể tranh thủ nhiều các nguồn lực tài chính cả trong và ngoài nước như các nguồn ODA, FDI và nguồn lực từ nhân dân để tập trung vào việc xây dựng hệ thống KCHTTM ngày càng hiện đại và đồng bộ hơn.

(4) Quy mô thị trường đô thị lớn ngày càng được mở rộng cùng với sự tăng nhanh của dân số và nhịp độ tăng trưởng kinh tế cao ở các đô thị lớn.

Tính đến hết năm 2012, dân số Việt Nam vào khoảng 88,87 triệu người, tăng 1,06% so với năm 2011; trong đó, dân số thành thị chiếm 28,81 triệu người, tăng 3,3% so với năm 2011; dân số nông thôn là 59,97 triệu người, tăng 0,02% so với năm 2011 [81]. Như vậy, có thể thấy tốc độ tăng dân số khu vực thành thị cao gấp nhiều lần so với khu vực nông thôn. Dân số thành thị cũng chiếm tới hơn 1/3 dân số cả nước. Việt Nam cũng đứng thứ 3 về quy mô dân số trong khối ASEAN, sau Indonesia và Philipine. Dự báo đến 2020, dân số Việt Nam sẽ vào khoảng 100 triệu người với tốc độ tăng bình quân 1,13%/năm giai đoạn 2016 - 2020. Với tốc độ tăng dân số như vậy, Việt Nam được dự báo sẽ có số dân đứng thứ 4 châu Á, sau Trung Quốc, Ấn Độ và Indonesia [14].

Thu nhập bình quân đầu người của Việt Nam được dự đoán sẽ đạt 1620-1670 USD/người vào năm 2015, từ 2280-2370 USD/người vào năm 2020 và đạt từ 3325-3360 USD/người vào năm 2025 (theo giá sức mua PPP) [15].

Như vậy, với diện tích không đổi, dân số tăng và thu nhập bình quân

đầu người cũng tăng, quy mô thị trường của Việt Nam sẽ tăng bình quân khoảng 10% -12%/năm trong giai đoạn 2015 - 2025. Quy mô thị trường sẽ tăng khoảng 2,8 lần vào năm 2020 và khoảng 4,8 lần vào năm 2025 (so với năm 2010).

Với quy mô thị trường có sự thay đổi như vậy, các chính sách phát triển thương mại cũng cần có sự thay đổi và điều chỉnh cho phù hợp.

(5) Sự hội tụ thương mại hàng hóa và cung ứng dịch vụ về phía các ĐTL

Việt Nam đang là một nước đang phát triển có tốc độ tăng trưởng khá trong khu vực và trên thế giới bất chấp ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu năm 2012. Thực tế phát triển cho thấy, đã có sự thay đổi mạnh mẽ trong cơ cấu sản xuất của nước ta từ những năm 1992 đến nay. Tỷ trọng sản xuất của khu vực công nghiệp và xây dựng và khu vực dịch vụ ngày càng chiếm tỷ trọng cao so với ngành nông nghiệp. Đã có sự thay đổi mạnh mẽ trong cơ cấu sản xuất. Nông nghiệp ngày càng chiếm tỷ phần nhỏ trong đóng góp vào GDP. Khu vực dịch vụ ngày càng chiếm tỷ trọng cao trong GDP. Khu vực công nghiệp và xây dựng vẫn luôn là ngành mũi nhọn, trụ cột của nền kinh tế. Giai đoạn 2006 - 2010, tốc độ tăng trưởng GDP trung bình đạt 7,01%/năm. Giai đoạn này do ảnh hưởng của khủng hoảng kinh tế thế giới giai đoạn 2008-2010 nên GDP chỉ đạt bình quân 6,14%. Trong đó, khu vực nông lâm ngư nghiệp tăng 3,34%/năm; khu vực công nghiệp và dịch vụ tăng 7,94% và khu vực dịch vụ tăng 7,73%. Trong 2 năm 2011 và 2012, tuy Việt Nam có bị ảnh hưởng của cuộc suy thoái toàn cầu nhưng vẫn được Diễn đàn kinh tế thế giới (WEF) đánh giá là nền kinh tế có tính cạnh tranh ở vị trí 70/148 nền kinh tế, tăng 5 bậc so với năm 2012. Theo thống kê, sau mỗi 5 năm, quy mô thị trường cung ứng sản phẩm công nghiệp của Việt Nam tăng lên 2,0 - 2,3 lần. Như vậy, đến năm 2015 dự đoán quy mô thị trường cung ứng sản phẩm công nghiệp sẽ tăng 2,0-2,3 lần so với năm 2010 và năm 2020 sẽ tăng 4,0 - 4,8 lần so với năm 2010. Quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa hiện nay đang đạt được nhiều kết quả đáng kể góp phần nâng cao năng lực sản xuất của các ngành kinh tế mũi nhọn, thay đổi cơ cấu sản xuất của một số ngành công nghiệp truyền thống và tạo điều kiện cho các ngành công nghiệp hiện đại phát triển.

(6) Sự hấp dẫn và hội tụ nhu cầu tiêu thụ trong nước về các đô thị lớn có sự gia tăng đáng kể.

Quá trình đô thị hóa nhanh chóng hiện nay khiến tỷ lệ dân số thành thị đã gia tăng một cách đáng kể. Năm 1995, tỷ lệ dân số thành thị chiếm 20,75% thì đến năm 2012, tỷ lệ này đã tăng lên 32,45%. So với các nước trong khu vực châu Á, tỷ lệ này chưa đạt ngưỡng cao (44%) và trên thế giới (51%) nhưng đối với một nước nông nghiệp như Việt Nam thì đây cũng là một con số đáng kể [81]. Dự báo đến năm 2020, dân số đô thị ở Việt Nam sẽ đạt khoảng 38 - 40% và đến năm 2025 đạt khoảng 45%. Với việc gia tăng thu nhập bình quân đầu người qua các năm, nhu cầu tiêu dùng của người dân Việt Nam đã tăng lên đáng kể. Theo điều tra mức sống hộ gia đình Việt Nam năm 2010 của Tổng cục Thống kê, mức chi tiêu chung cả nước đã tăng 52,8% so với năm 2008; trong đó, chi tiêu khu vực thành thị tăng 46,8% đạt mức 1,828 triệu đồng, cao hơn mức thu nhập trung bình cả nước (1,387 triệu đồng). Theo dõi các cuộc điều tra mức sống hộ gia đình từ 2002 tới nay (2 năm một lần) cho thấy, mức chi tiêu của người dân đã có sự gia tăng đáng kể theo năm.

Xu hướng tiêu dùng của người Việt Nam hiện nay cũng đã được mở rộng ra nhiều cung bậc khác nhau ở các ngưỡng thu nhập khác nhau, phân khúc tiêu dùng khác nhau. Nhu cầu tiêu dùng các mặt hàng xa xỉ và chăm sóc sức khỏe cũng ngày càng gia tăng.

(7) Quản lý nhà nước về thương mại cũng tiếp tục được đề cao và hoàn thiện theo hướng quản lý các địa phương và liên kết kinh tế - thương mại vùng có hạt nhân ở các đô thị lớn.

Hiện tại, với các điều khoản gia nhập các tổ chức thương mại khu vực và thế giới, Việt Nam cần có một khuôn khổ pháp lý hoàn chỉnh về QLNN để đáp ứng đầy đủ và chặt chẽ các quy định của các tổ chức này. Vì vậy, việc hoàn thiện công tác QLNN về thương mại ngày càng được quan tâm. Báo cáo Tổng kết đánh giá 10 năm (2001 - 2010) thực hiện chiến lược phát triển thương mại và xây dựng chiến lược trong 10 năm tiếp theo (2011 - 2020) đánh giá về công tác QLNN về thương mại đã có sự dịch chuyển quan trọng theo hướng từ cơ chế xin cho, chịu sự tác động trực tiếp của Nhà nước sang cơ chế thị trường, góp phần phát huy tác động tích cực của cơ chế thị trường trong sự phân bổ nguồn lực xã hội và gắn bó giữa thị trường trong nước và thị

trường quốc tế.

(8) Sự phát triển của đội ngũ doanh nhân Việt nam

Sau gần 30 năm tiến hành đổi mới, nền kinh tế Việt Nam đã đạt được nhiều thành tựu quan trọng, đưa Việt Nam từ một nước nghèo bước vào nhóm nước có thu nhập trung bình thấp. Đóng góp vào sự phát triển đó có một phần quan trọng của đội ngũ doanh nhân Việt Nam. Trong những năm qua, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chủ trương, chính sách khuyến khích phát triển doanh nghiệp, phát huy vai trò của doanh nhân trong sự nghiệp xây dựng và bảo vệ tổ quốc. Dấu mốc đánh dấu sự ghi nhận về nhận thức của Đảng và Nhà nước ta về tầm vóc và sự đóng góp của doanh nhân trong sự nghiệp xây dựng và phát triển đất nước là Quyết định số 990/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ lấy ngày 13/10 hàng năm là ngày Doanh nhân Việt Nam. Sự ghi nhận đội ngũ doanh nhân Việt Nam từng bước được khẳng định qua các kỳ Đại hội Đảng. Tại Đại hội Đảng lần thứ XI, đội ngũ doanh nhân chính thức được ghi nhận trở thành một bộ phận cấu thành quan trọng trong cơ cấu giai tầng của xã hội Việt Nam. Nghị quyết số 09/NQ-TW của Bộ Chính trị về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Cùng với sự gia tăng nhanh về số lượng và quy mô của doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế, đội ngũ doanh nhân nước ta đã không ngừng lớn mạnh, đóng góp tích cực vào việc thực hiện chiến lược phát triển KT-XH, giải quyết việc làm cho người lao động và các vấn đề an sinh xã hội, xóa đói, giảm nghèo. Năm 2012, cả nước có 346.777 doanh nghiệp đang hoạt động ở mọi thành phần kinh tế, tăng gấp hơn 3 lần so với năm 2005, trong đó doanh nghiệp nhà nước chiếm 0,93%, doanh nghiệp ngoài nhà nước chiếm 96,48% và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chiếm 2,59% [81]. Có thể thấy, với số lượng doanh nghiệp ngày càng lớn mạnh, đội ngũ doanh nhân ngày càng phát triển cả về thể và lực sẽ có tác động tới sự phát triển thương mại nói chung và thương mại các ĐTL nói riêng. Việc gia tăng số lượng các doanh nghiệp đăng ký mới trong ba quý liên tiếp của năm 2013 so với năm 2012 đồng thời, số lượng doanh nghiệp gặp khó khăn phải ngừng hoạt động cũng giảm trong năm 2013 so với năm 2012 cho thấy nền kinh tế Việt Nam đang trên đà hồi phục. Dự báo, cùng với các chính sách thúc đẩy kinh tế như hiện

nay, tình hình doanh nghiệp sẽ tiếp tục có dấu hiệu tốt lên. Điều này sẽ là dấu hiệu tốt tác động về phía cầu phát triển KCHT cơ sở nói chung và KCHTTM ĐTL nói riêng.

(9) Sự phát triển số lượng các nhà đầu tư

Việt Nam đang hội nhập ngày càng sâu rộng vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Với sự ổn định về mặt chính trị, lợi thế về mặt địa lý, Việt Nam được dự báo sẽ tiếp tục là nước đón nhận đầu tư nước ngoài trong giai đoạn tới. Năm 2013, số dự án đầu tư nước ngoài ở Việt Nam đạt 1.530 dự án, tăng gần gấp 5 lần so với năm 2000, với tổng số vốn thực hiện là 11.500 triệu đô la Mỹ [81]. Tính chung giai đoạn 1988-2013, tổng số dự án đầu tư nước ngoài ở Việt Nam đạt mức 17.434 dự án. Trong đó, các dự án trong ngành xây dựng đạt 1.046 dự án, các dự án trong ngành công nghiệp chế biến, chế tạo là 8.725 dự án, các dự án trong ngành bán buôn, bán lẻ, sửa chữa ô tô... đạt 1.125 dự án. Có thể thấy, việc các dự án đầu tư nước ngoài vào ngành thương mại đang gia tăng trong thời gian vừa qua khi Việt Nam đang ngày càng hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới và khu vực là một dấu hiệu tốt cho ngành thương mại Việt Nam phát triển.

Cùng với sự gia tăng của các nhà đầu tư nước ngoài, các nhà đầu tư trong nước cũng đã có sự hồi phục (thông qua sự gia tăng về số lượng các doanh nghiệp trong thời gian qua). Kết hợp hai yếu tố này làm cho thị trường cung cấp hạ tầng thương mại đô thị trở nên nhộn nhịp hơn. Đây cũng được coi là một yếu tố sẽ tác động tới sự phát triển KCHTTM nói chung và KCHTTM ĐTL nói riêng khi mà các ĐTL luôn là nơi hấp dẫn, thu hút đầu tư.

1.3.3.2. Các yếu tố bên ngoài

(1) Yêu cầu hội nhập quốc tế

Về quan hệ kinh tế quốc tế: Việc thực hiện các cam kết gia nhập WTO và những tác động đối với thương mại Việt Nam.

- Từ ngày 1/1/2009, Việt Nam bắt đầu phải thực hiện các cam kết mở cửa thị trường theo lộ trình gia nhập WTO. Về mở cửa thị trường dịch vụ, Việt Nam sẽ phải cho phép doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài được phép thành lập, các thị trường nhạy cảm và có tính độc quyền như sắt thép, xi măng, phân bón.. cũng phải mở cửa.

- Đến 2018, Việt Nam phải cải cách thể chế để được công nhận là nền kinh tế thị trường.

Ngoài ra, các chương trình hợp tác trong khu vực và tác động đối với thương mại Việt Nam cũng ngày càng được mở rộng.

- Quá trình hội nhập giữa các nước ASEAN trong giai đoạn 2009 - 2015 và đến 2025 sẽ ngày càng được thực hiện sâu rộng hơn thông qua các hành động cụ thể như xây dựng các tuyến đường giao thông xuyên Á và phát triển các hành lang kinh tế Đông - Tây sẽ có những tác động nhất định tới sự phát triển thương mại Việt Nam nói chung và thương mại đô thị nói riêng.

(2) Các chương trình hợp tác trong khu vực và thế giới tác động đến thương mại Việt Nam.

Sau 7 năm thực hiện các cam kết gia nhập WTO, các doanh nghiệp Việt Nam đánh giá rằng Việt Nam chưa có sự chuẩn bị kỹ lưỡng cho một sân chơi lớn. Hầu hết các doanh nghiệp gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình cạnh tranh trên thị trường khu vực và thế giới. Điều này cũng ảnh hưởng lớn tới việc tham gia thị trường và hình thành các chính sách thương mại cũng như phát triển KCHTTM ở Việt Nam.

Hiện tại, Việt Nam đang trong quá trình đàm phán TPP. Nếu đàm phán thành công, Việt Nam cũng phải chuẩn bị rất kỹ lưỡng vì nền kinh tế Việt Nam so với các nước trong khu vực và thế giới còn nhiều khoảng cách. Vì vậy, Bộ Công Thương cũng như Chính phủ cần phải chuẩn bị rất kỹ lưỡng các chính sách, dự phòng các trường hợp có thể xảy ra trong trường hợp Việt Nam đàm phán thành công trên sân chơi này.

Ngoài ra, với sự hợp tác ngày càng chặt chẽ của ASEAN hiện nay và gia nhập cộng đồng kinh tế ASEAN vào cuối năm 2015, các động thái kinh tế của khu vực này cũng ảnh hưởng rất lớn đến sự phát triển của Việt Nam.

(3) Các động thái và định chế kinh tế, thương mại thế giới cũng có tác động tới kinh tế Việt Nam tập trung ở các đô thị lớn.

Với xu hướng phát triển "xanh" như hiện nay cùng với ảnh hưởng của các biến đổi toàn cầu, chính sách thương mại của Việt Nam cũng cần phải quan tâm nhiều đến vấn đề năng lượng, lương thực và môi trường

1.4. TÌNH HÌNH VÀ BÀI HỌC RÚT RA VỚI VIỆT NAM TỪ CHÍNH SÁCH

VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN Ở MỘT SỐ NƯỚC NGOÀI CHỌN ĐIỂN HÌNH

1.4.1. Trung Quốc

Về nguyên tắc, Trung Quốc thống nhất chủ trương khuyến khích và áp dụng các chính sách hỗ trợ nhằm thúc đẩy sự phát triển của các loại hình KCHTTM hiện đại trên cơ sở các định hướng quy hoạch, kế hoạch phát triển của Nhà nước và của chính quyền các thành phố. Hiện tại, các Bộ ngành liên quan của Trung Quốc đang xem xét xây dựng một quy hoạch chung phát triển hệ thống phân phối hàng hóa thống nhất trên toàn Trung Quốc. Đối với quy hoạch phát triển các loại hình KCHTTM, Trung Quốc chú trọng tới hai hướng cơ bản là: *Một là*, cải tạo và hiện đại hóa những cơ sở hạ tầng thương mại truyền thống, đã có trước đây; *hai là*, tạo dựng mới một mạng lưới KCHTTM hiện đại, nhất là các siêu thị và trung tâm thương mại trong khu đô thị mới.

Về các đối tượng được phép tham gia phát triển KCHTTM trong các khu đô thị nói chung, kể từ năm 1992, Chính phủ Trung Quốc cho phép các doanh nghiệp nước ngoài vào đầu tư xây dựng, vận hành các cơ sở KCHTTM nhưng vẫn phải tuân theo nguyên tắc cơ bản nêu trên - nghĩa là phải tuân theo các quy hoạch chung của cả nước cũng như của địa phương sở tại. Về cơ bản, đến nay các loại hình KCHTTM cơ bản như siêu thị, trung tâm thương mại... các thành phố lớn như Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Châu, Thâm Quyển và một số thành phố khác ở vùng duyên hải đã bão hòa. Do vậy, Chính phủ Trung Quốc đã áp dụng các biện pháp nhằm hạn chế phát triển các loại hình KCHTTM này ở các khu vực đã bão hòa, đồng thời khuyến khích đầu tư các loại hình KCHTTM này ở các tỉnh, thành phố khu vực Bắc Bộ và miền Tây Trung Quốc.

Ngoài ra, để đảm bảo tốt các qui hoạch phát triển KCHTTM, đặc biệt là ở các thành phố lớn, khu đô thị mới, Trung Quốc đã áp dụng một số biện pháp cơ bản gồm: (i) Nhà nước xây dựng và ban hành hệ thống chuẩn hóa các tiêu chuẩn kỹ thuật đối với các loại hình KCHTTM như: bộ tiêu chuẩn, qui định bắt buộc đối với các siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng kinh doanh xăng dầu, khí đốt...; (ii) Khuyến khích, hỗ trợ việc mở rộng áp dụng và sử dụng các công nghệ, thiết bị, kỹ thuật tiên tiến trong xây dựng và phát triển hệ thống các KCHTTM; (iii) Khuyến khích các doanh nghiệp nâng cao trình độ ứng dụng khoa học kỹ thuật, công nghệ

thông tin trong quá trình kinh doanh, vận hành, khai thác các cơ sở KCHTTM.

1.4.2. Hàn Quốc

Năm 1961, Hàn Quốc là một trong những nước nghèo với thu nhập bình quân đầu người chỉ có 82 USD nhưng đến nay đã vươn lên thứ 13 thế giới. Cuộc cách mạng về tái thiết đất nước bắt đầu từ những năm 60 của thế kỷ 20 đã đưa Hàn Quốc trở thành điều thần kỳ Đông Á. Thành công đó có đóng góp không nhỏ của chính sách phát triển đồng bộ KCHT KT-XH, trong đó sự phát triển vượt bậc của hạ tầng giao thông được đây là động lực phát triển kinh tế.

Là một thành viên của WTO, Chính phủ Hàn Quốc đã ban hành các chính sách phát triển thương mại và KCHTTM theo chủ trương là áp dụng tất cả các biện pháp mà WTO không cấm. Ví dụ như: Chính phủ chỉ cấp phép cho các hãng phân phối nước ngoài ở một số địa điểm nhất định, trong khi đó, tạo điều kiện cho các đơn vị nhỏ trong nước có điều kiện lựa chọn các ngách của thị trường tiêu thụ để đưa sản phẩm của mình ra thị trường, hình thành mạng lưới dày đặc ở thị trường nội địa. Tại Hàn Quốc, các siêu thị nước ngoài chỉ được cấp phép ở xa trung tâm thành phố. Ngoài ra, Chính phủ Hàn Quốc cũng chủ trương tạo điều kiện cho các hộ kinh doanh tham gia thị trường và phát triển như: hình thành các khu phố mua sắm, hay khu thương mại, phát triển các khu du lịch mà tại đó, các thương nhân được tạo điều kiện về mặt bằng để bán hàng hóa, một nhân tố quan trọng cho sự hình thành và phát triển các hộ kinh doanh.

1.4.3. Thái Lan

Cơ sở hạ tầng KT-XH nói chung và KCHTTM nói riêng ở Thái Lan tương đối phát triển. Với mục tiêu lấy ngành du lịch là ngành phát triển kinh tế mũi nhọn, Chính phủ Thái Lan đã có nhiều chính sách phát triển đồng bộ hạ tầng kỹ thuật KT-XH nhằm thúc đẩy sự phát triển của toàn nền kinh tế cũng như các ngành thương mại nói chung trong đó có ngành du lịch.

Trước năm 1957, các cơ sở thương nghiệp truyền thống (chợ, cửa hàng tư nhân nhỏ lẻ) chiếm vị trí độc tôn trên thị trường Thái Lan. Các loại hình thương nghiệp hiện đại đầu tiên (cửa hàng bách hóa, siêu thị,...) chỉ thực sự xuất hiện ở Thái Lan sau năm 1957. Từ năm 1999 đến nay, các loại hình thương nghiệp hiện đại phát triển nhanh và gây tác động mạnh đến loại hình

thương nghiệp truyền thống. Theo Bộ Thương mại Thái Lan, trong tổng giá trị lưu chuyển hàng hóa, loại hình thương mại truyền thống vẫn chiếm tới 70% vào giai đoạn trước khủng hoảng châu Á (1997), nhưng sau đó đã giảm rất nhanh, còn 46% vào năm 2002.

Mặc dù, các cơ sở thương nghiệp truyền thống đang bị lấn át bởi các cơ sở thương nghiệp hiện đại, nhưng Chính phủ Thái Lan vẫn quan tâm phát triển các loại chợ, đặc biệt là các chợ đầu mối nông sản. Hiện nay, hệ thống chợ ở Thái Lan cũng có 4 loại chợ chính, chợ công sở: họp ở gần công sở, thường từ 11 giờ đến 14 giờ, đối tượng phục vụ là các công chức; chợ cuối tuần: họp từ trưa thứ 7 đến chiều chủ nhật, thường tập họp khá đông những người bán với đủ loại hàng hóa; chợ đêm: họp vào các đêm trong tuần, bán đủ loại hàng hóa có nguồn gốc khác nhau do đủ các thành phần mang đến.

Tuy không can thiệp vào hoạt động kinh doanh của các hộ kinh doanh thương mại, nhưng Chính phủ Thái Lan lại rất coi trọng việc hỗ trợ để hộ kinh doanh phát triển. Trong lĩnh vực phân phối, Thái Lan đang có chính sách hỗ trợ hộ kinh doanh bán lẻ trong nước phát triển để có thể cạnh tranh với các doanh nghiệp nước ngoài đang hoạt động ở đây. Trước đây, cũng như ở Việt Nam hiện nay, hầu hết mạng lưới bán lẻ là các cửa hàng gia đình hoạt động đơn lẻ, Bộ Thương mại Thái Lan đã thực hiện chính sách thúc đẩy hiện đại hóa bán lẻ bằng cách cử người xuống đề nghị họ thay đổi cho phù hợp với điều kiện phát triển mới, giúp đỡ, hướng dẫn họ nâng cấp xây dựng thành các cửa hàng bán lẻ theo mô hình hiện đại, khuyến khích các cửa hàng này vào hoạt động kinh doanh theo chuỗi bằng phương thức cấp quyền kinh doanh (franchise) và áp dụng hệ thống POS (point of sales system: hệ thống quản lý thông tin về thời điểm bán hàng, rất phổ biến ở các nước phát triển). Cũng như ở Nhật Bản, hiện chuỗi cửa hàng tiện dụng (convenience store) mở cửa 24/24 giờ mang tên "Seven Eleven (7- Eleven)" đã phát triển rộng khắp ở Thái Lan, khoảng 2.000 cửa hàng, tuy rằng quy mô diện tích có nhỏ hơn (có cửa hàng chỉ rộng 80 m²) và tính thống nhất có kém hơn loại hình cửa hàng này ở Nhật Bản.

Thái Lan cũng rất coi trọng việc phát triển hệ thống các loại chợ đầu mối bán buôn hàng nông, thủy sản. Hiện Bộ Thương mại Thái Lan theo dõi

quản lý 91 chợ bán buôn rau quả, thóc gạo và thủy sản, trong đó có đầu tư của Nhà nước và của khu vực tập thể và tư nhân. Đồng thời chợ bán lẻ truyền thống và đặc thù vẫn tồn tại bên cạnh loại hình bán lẻ hiện đại đang phát triển. Các loại chợ bán lẻ nói chung đều do chính quyền địa phương lập và quản lý, cũng như chợ bán buôn, về hình thức đầu tư gồm khu vực Nhà nước và tư nhân, riêng ở Băng Cốc hiện nay có 14 chợ bán lẻ công cộng và 160 chợ bán lẻ tư nhân đang hoạt động.

1.4.4. Bài học rút ra với Việt Nam

Từ việc nghiên cứu vai trò của nhà nước trong quản lý hoạt động thương mại ở Trung Quốc, Hàn Quốc và Thái Lan, có thể rút ra một số bài học kinh nghiệm sau:

Thứ nhất, Trung Quốc khuyến khích các chính sách hỗ trợ nhằm thúc đẩy sự phát triển của các loại hình KCHTTM hiện đại trên cơ sở các định hướng quy hoạch, kế hoạch phát triển của Nhà nước và của chính quyền các thành phố.

Thứ hai, Trung Quốc áp dụng một số biện pháp cơ bản để đảm bảo tốt các qui hoạch phát triển KCHTTM, đặc biệt là ở các thành phố lớn, khu đô thị mới.

Thứ ba, với chính sách lấy việc phát triển cơ sở hạ tầng giao thông là xương sống cho việc phát triển kinh tế, Hàn Quốc là một ví dụ điển hình cho thành công của việc lấy cơ sở hạ tầng là nền tảng và cơ sở cho sự phát triển kinh tế nói chung trong đó có ngành thương mại nói riêng. KCHTTM không thể tách riêng khỏi KCHT KT-XH nói chung. Đồng thời với đó là việc vận dụng linh hoạt các cam kết gia nhập WTO vào việc xây dựng và thực thi các chính sách thương mại nhằm thúc đẩy Thương mại trong nước phát triển.

Thứ tư, Thái Lan với mô hình đầu tư vào KCHTTM bán buôn cho thấy cùng là một nước ASEAN nhiệt đới với sản xuất lúa gạo đứng nhất nhì thế giới cũng là một bài học lớn trong quy hoạch phát triển KCHT bán buôn đô thị ở nước ta.

Trên đây là kết quả hệ thống hóa và phát triển một số vấn đề lí luận và thực tế về CSVM đối với phát triển KCHTTM hàng hóa ở các ĐTL nước ta tạo khung khổ lí luận cho nghiên cứu thực trạng CSVM cũng như cung cấp luận cứ cho thiết kế quan điểm, giải pháp hoàn thiện chính sách ở các chương

tiếp theo của luận án.



Chương 2

THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA

2.1. KHÁI QUÁT THỰC TRẠNG KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA

2.1.1. Về kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ

Tính đến hết năm 2013, cả nước có 115 trung tâm thương mại, 8550 chợ và 638 siêu thị [81]. Trong số đó, Hà Nội có 20, Thành phố Hồ Chí Minh có 27 trung tâm thương mại, chiếm 40,5% tỷ trọng cả nước. Tính chung, 17 đô thị lớn (2 đặc biệt và 15 đô thị loại 1) đã chiếm hơn 60% số lượng trung tâm thương mại so với cả nước [81]. Tuy nhiên, trong tổng số 17 ĐTL hiện nay, có 5 đô thị hiện chưa có trung tâm thương mại là Cần Thơ, Thái Nguyên, Nam Định, Việt Trì và Buôn Ma Thuột (xem phụ lục 8a).

Các trung tâm thương mại này đã góp phần tăng cường hình ảnh các ĐTL văn minh, hiện đại. Một bộ phận các trung tâm thương mại do được cân nhắc yếu tố ENT, được phân bố ở vị trí thuận lợi và phù hợp tập tính mua sắm của người tiêu dùng, quy hoạch công nghệ hợp lý kết hợp với công tác marketing tốt nên có hiệu suất sử dụng KCHT cao. Tuy nhiên vẫn còn một tỉ lệ khá lớn các trung tâm thương mại do quá đề cao yếu tố kiến trúc, quy mô (số tầng) hào nhoáng, lớn; chi phí dịch vụ thuê KCHT quá cao, chi phí sử dụng KCHT cho kinh doanh cao, sau đó lại tính vào giá bán lẻ nên sau khai trương hoành tráng đều gặp tình thế các nhà bán lẻ rút khỏi trung tâm thương mại và nhìn chung việc sử dụng mặt bằng công nghệ của KCHTTM là "xôi đỗ", hiệu suất thấp, không phát huy vai trò trung tâm thương mại (đây là tình trạng của các trung tâm thương mại Tràng Tiền Plaza, Grand Plaza Hà Nội, trung tâm thương mại Corra's Thành phố Hồ Chí Minh, trung tâm thương mại Oversea Hải Phòng,...).

Tỷ lệ này ở số lượng chợ và siêu thị tương ứng ở mức 29 - 30% và 58 - 61%. Cùng với đó, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ ở các đô thị này đã tăng từ mức 53% năm 2008 lên mức 73% năm 2011 (xem phụ lục 8b).

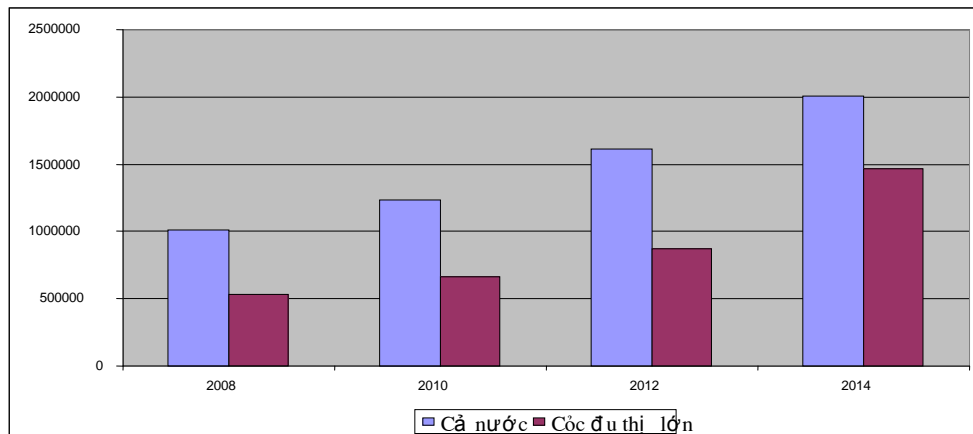
Sự phát triển KCHTTM các siêu thị, chuỗi siêu thị và các cửa hàng

thuận tiện kiểu Seven Eleven đang được sự đón nhận cao của người tiêu dùng, tạo một bộ mặt sinh động với đô thị lớn và mang lại hiệu quả kinh doanh tốt, trong đó có sự xuất hiện của các siêu thị của các đại gia bán lẻ thế giới. Tuy nhiên xét về chất lượng KCHT các siêu thị, chuỗi siêu thị Việt Nam trừ một số nhà bán lẻ Việt Nam lớn, còn lại có nhiều mặt thiếu hụt, bất cập so với yêu cầu công nghệ bán lẻ siêu thị cũng như so với KCHT siêu thị nhà bán lẻ nước ngoài như Big C, Metro... Thời gian tới các bất cập này càng bức thiết khi có xu thế các nhà bán lẻ khu vực (Thái Lan, Singapre,...) M&A các chuỗi siêu thị này và tạo nguy cơ, đe dọa với phát triển KCHTTM siêu thị Việt Nam.

Phần lớn chợ đô thị có tính truyền thống ở trung tâm các khu dân cư, nơi hội tụ các tuyến phố, phù hợp thói quen mua sắm hàng thực phẩm tươi sống, thực phẩm công nghệ nhật dụng và đồ gia dụng phổ thông nay được tái cơ cấu thành các chợ được xây dựng kiên cố, nhiều tầng, bề mặt khang trang, hoành tráng nhưng các thương nhân không vào thuê dịch vụ KCHT để kinh doanh do không đáp ứng yêu cầu tổ chức bán hàng và chi phí cao. Đây cũng là một điểm nóng trong phát triển KCHTTM mang tính chủ quan của các nhà hoạch định CSVN (xem phụ lục 8c).

Tuy vậy, có thể thấy, riêng sự phát triển của các siêu thị và trung tâm thương mại tại các ĐTL đã có sự phát triển nhanh kể từ năm 2008. Số lượng siêu thị và trung tâm thương mại ở các ĐTL đã chiếm trên 50% tổng số siêu thị và trung tâm thương mại cả nước. Con số này còn được thể hiện rõ qua tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ của các thành phố lớn này như sau (xem hình 2.1)

Đơn vị tính: Tỷ đồng



Hình 2.1. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ theo các thành phố của cả nước và các ĐTL qua các năm

(Nguồn: Tổng cục Thống kê 2008, 2010, 2012, 2014)

Từ hình 2.1 cho thấy, sự phát triển thị trường và thương mại ở các ĐTL hiện nay là tương đối có khoảng cách so với thị trường các đô thị vừa và nhỏ và thị trường nông thôn.

2.1.2. Về kết cấu hạ tầng thương mại bán buôn/xuất nhập khẩu

Hệ thống KCHT XNK bao gồm những điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật đảm bảo cho quá trình giao dịch vận chuyển và giao nhận hàng hóa XNK. Trong đó, phần lớn KCHT XNK được sử dụng, khai thác để cung cấp dịch vụ logistics. Hệ thống KCHT XNK thường gắn liền với phương thức vận chuyển và giao nhận hàng hóa.

Hệ thống KCHT XNK (ngoài cảng hàng hóa) tại các ĐTL hiện nay chủ yếu là hệ thống kho, bãi của các doanh nghiệp vận tải và cơ quan quản lý KCHTTM. Các KCHTTM XNK khác như cơ sở thu gom, phân loại, đóng gói hàng hóa xuất khẩu, các trung tâm phân phối hàng hóa nhập khẩu đến các địa chỉ khác nhau nhằm đảm bảo cho việc thực hiện đầy đủ các hoạt động logistics đều thiếu hoặc chưa đồng bộ.

Hệ thống KCHT bán buôn bao gồm những yếu tố cơ sở vật chất kỹ thuật đảm bảo cho hoạt động bán buôn hàng hóa trên thị trường trong nước.

Hiện nay, ở nước ta, các loại hình KCHT bán buôn chủ yếu bao gồm: 1) Chợ bán buôn đầu mối; 2) Tổng kho phân phối hàng hóa theo mô hình Cash & Carry; 3) Trung tâm bán buôn hiện đại.

+ Chợ bán buôn đầu mối:

Các chợ đầu mối được chính thức hóa với tên gọi này trong khoảng 10 năm gần đây. Cụ thể, năm 1998 Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh mới chính thức phê duyệt Đề án xây dựng 3 chợ đầu mối nông sản - thực phẩm: Bình Điền; Tam Bình, Tân Xuân. Sau đó, năm 2000, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội cũng phê duyệt xây dựng 8 chợ đầu mối và tiếp đến là các chợ đầu mối lúa gạo, trái cây tại các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long,... Tính đến nay trên địa bàn cả nước có khoảng 50 chợ đầu mối, trong đó chủ yếu là chợ đầu mối nông sản. Các chợ đầu mối này được phân bố tại các vùng sản xuất nông nghiệp chính và các thị trường cung ứng và/hoặc tiêu thụ tập trung lớn như đồng bằng sông Cửu Long, Thành phố Hồ Chí Minh, đồng bằng sông Hồng và thành phố Hà Nội, Nam Trung Bộ và thành phố Đà Nẵng. Nhìn chung, tại các chợ đầu mối đã bao gồm cả diện tích bày hàng, giao dịch mua bán hàng hóa và cơ sở kho hàng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, một phần lớn chợ đầu mối hiện tại mặc dù có quyết định thành lập nhưng chưa được xây dựng, hoặc xây dựng nhưng chưa đưa vào khai thác hoặc khai thác dịch vụ KCHT kém hiệu quả. Có tình trạng trên một phần lớn do sự thiếu hoàn thiện nội dung chính sách quy hoạch (nặng về tiêu chuẩn kỹ thuật thương mại), thiếu cân nhắc quy hoạch phân bố địa chỉ phù hợp và thuận tiện theo dòng vận động và tập tính giao dịch, mua bán buôn hàng hóa. Đây cũng là hiện trạng "nóng" về sự bất cập trong phát triển KCHTTM loại hình này.

+ Các trung tâm bán buôn hiện đại:

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 Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk.

Thành phố Hồ Chí Minh cũng đã có kế hoạch xây dựng các trung tâm giao dịch nguyên phụ liệu trong giai đoạn 2007 - 2010, trong đó ưu tiên cho hai ngành xuất khẩu chủ lực của thành phố là dệt may và da giày. Tuy nhiên, do khó khăn về quỹ đất, trung tâm giao dịch nguyên phụ liệu dệt may đã được xây tại huyện Dĩ An (Bình Dương) và đưa vào sử dụng đầu năm 2009.

+ Tổng kho phân phối theo mô hình Cash & Carry:

Đây là loại hình mới xuất hiện ở nước ta cùng với nhà đầu tư nước ngoài là tập đoàn Metro Cash & Carry. Hiện nay, trên cả nước đã có 9 trung tâm của tập đoàn Metro Cash & Carry. Cụ thể, tại Thành phố Hồ Chí Minh có 3;

Hà Nội 2, Hải Phòng 1, Đà Nẵng 1, Cần Thơ 1 và Đồng Nai 1. Vốn đầu tư xây dựng cho mỗi trung tâm khoảng từ 15 - 20 triệu USD. Diện tích đất khoảng 2 - 3 ha. Vị trí của các trung tâm này thường đặt tại các quận nội thành, nhưng liền kề với khu vực ngoại thành.

Ngoài ra, ở nước ta hiện có rất nhiều cơ sở kinh doanh lấy tên gọi là trung tâm bán buôn, nhưng thường có qui mô nhỏ, chuyên về một mặt hàng, ngành hàng nào đó (điện thoại, máy tính,...) và vừa bán buôn vừa bán lẻ.

2.1.3. Về kết cấu hạ tầng thương mại dịch vụ logistics thị trường

Logistics mới chỉ xuất hiện và bắt đầu được công nhận chính thức bằng văn bản pháp quy ở Việt Nam từ năm 2005. Cho đến nay, hạ tầng cơ sở vật chất logistics ở nước ta còn nghèo nàn, quy mô nhỏ, bố trí bất hợp lý. Hệ thống giao thông của nước ta hiện nay gồm trên 17 nghìn km đường nhựa, hơn 3.200 km đường sắt, 42 nghìn km đường thủy, 266 cảng biển và sân bay. Tuy nhiên, chất lượng của hệ thống này không đồng đều, chất lượng còn chưa đáp ứng được yêu cầu kỹ thuật. Cụ thể, hiện chỉ có khoảng 20 cảng biển có KCHT có thể tham gia vào việc vận chuyển hàng hóa quốc tế, các cảng đang trong quá trình nâng cấp KCHT để container hóa nhưng chưa được trang bị các thiết bị xếp dỡ hiện đại, còn thiếu kinh nghiệm điều hành xếp dỡ container nên chỉ có thể tiếp nhận các tàu nhỏ. Đường hàng không cũng không đủ phương tiện để chở hàng vào mùa cao điểm. Mới chỉ có sân bay Tân Sơn Nhất có KCHT đón được các máy bay chở hàng lớn. Các sân bay lớn đều chưa có ga hàng hóa và khu vực dành riêng cho các công ty logistics để gom hàng và khai quan... Ngành đường sắt thì mới chỉ chú trọng vào việc phát triển vận chuyển hành khách chứ chưa có sự đầu tư nâng cấp KCHT cho vận chuyển hàng hóa. Hệ thống KCHT kho bãi cũng rất thiếu về lượng và yếu về chất. Hệ thống hạ tầng thông tin cũng còn yếu và chưa bắt kịp với sự phát triển của thế giới. Hầu hết các doanh nghiệp logistics mới dừng ở mức lập website và dùng website để giới thiệu về mình cùng các dịch vụ của công ty mình.

Hiện Việt Nam có khoảng hơn 800 công ty giao nhận chính thức đang hoạt động trong ngành logistics trong đó có khoảng 18% là công ty nhà nước; 70% là công ty trách nhiệm hữu hạn, doanh nghiệp tư nhân; 10% các đơn vị giao nhận chưa có giấy phép và 2% công ty logistics do nước ngoài đầu tư

vốn. Trong đó 82% được tập trung ở các ĐTL. Theo nghiên cứu của Viện Nomura (Nhật Bản), với KCHTTM các doanh nghiệp Việt Nam hiện tại chỉ đáp ứng được khoảng 25% nhu cầu thị trường dịch vụ logistics.

2.1.4. Kết cấu hạ tầng thương mại dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến thương mại

Trên thế giới, DVHT và XTTM được xem như là một nhân tố chủ chốt nhằm tăng cường hoạt động trong cả lĩnh vực sản xuất và dịch vụ và có sự chấp nhận rộng rãi rằng một khu vực dịch vụ kinh doanh thương mại hiệu quả và đầy đủ sẽ rất có ích đối với sự tăng trưởng kinh tế [99].

Ở Việt Nam, số lượng các doanh nghiệp cung cấp DVHT và XTTM ra đời khá lớn nhưng nhìn chung quy mô còn nhỏ, hiệu quả hoạt động còn nhiều hạn chế. Các dịch vụ này mới chỉ đóng góp khoảng 1% tổng sản phẩm quốc nội với mức tăng trưởng chỉ từ 1-2%/năm. Các doanh nghiệp Việt Nam vẫn chưa có sự nhận thức đầy đủ về vai trò của outsourcing các DVHT và XTTM. Vì vậy, các khách hàng sử dụng dịch vụ này ở Việt Nam chủ yếu vẫn ở các ĐTL như Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Bên cạnh đó, nhiều ngân hàng vẫn chưa có sự tin tưởng vào hoạt động của các doanh nghiệp cung cấp các dịch vụ này nên việc tiếp cận với ngân hàng còn khó khăn. Về KCHT của các doanh nghiệp cung ứng DVHT và XTTM còn chưa thật tốt và đầy đủ. Cơ sở dữ liệu cho cung ứng dịch vụ này bao gồm việc tiếp cận các nguồn thông tin khách hàng và nhà cung cấp hầu như là không có sẵn. Do đó, để cung cấp các dịch vụ, các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ phải thuê các phương tiện không ổn định và chất lượng thấp. Điều này làm giảm lòng tin của khách hàng với doanh nghiệp.

2.1.5. Về kết cấu hạ tầng thương mại điện tử

Ở Việt Nam, thương mại điện tử có bước phát triển khá nhanh. Bắt đầu phát triển từ năm 2003 đến năm 2013, thương mại điện tử ở Việt Nam đã đạt mức 700 triệu USD và dự đoán đạt ngưỡng 1,3 tỷ USD vào năm 2015.

Năm 2006 cũng là năm đầu tiên triển khai kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006 - 2010 theo Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg ngày 15/9/2005 của Thủ tướng Chính phủ. Năm 2006 cũng đánh dấu sự phát triển mạnh của thị trường thương mại điện tử Việt Nam khi Việt Nam chính thức tham gia vào các hoạt động kinh tế quốc tế. Các doanh nghiệp đã bắt đầu quan tâm đến

thương mại điện tử thông qua việc thành lập các sàn Thương mại điện tử (e-Marketplace). Hoạt động của các sàn giao dịch này khá sôi động, dịch vụ kinh doanh trực tuyến phong phú và doanh thu tăng mạnh. Số lượng các website doanh nghiệp, đặc biệt là website tên miền Việt Nam (.vn) tăng nhanh. Đến năm 2013, quy mô thị trường thương mại điện tử đã được mở rộng, ước tính trong 5 năm 2006 - 2011, số người dùng internet của Việt Nam đã tăng hơn gấp rưỡi, đạt mức tăng trưởng 153%. Đây có thể coi là mức tăng cao nhất trong khu vực châu Á (Euro Moitor, 2014). Tỷ trọng Thương mại điện tử năm 2011 chiếm khoảng 0,25% thị phần. Tỷ lệ mua sắm online của người Việt Nam năm 2013 đạt 57% với khoảng 36% tỷ lệ dân số truy cập Internet.

Xu hướng phát triển KCHTTM điện tử Việt Nam đang chuyển dần sang hướng từ e-commerce sang hướng commerce mobile và các công ty online chuyển thành offline.

Tuy nhiên, Việt Nam cũng phải đối mặt với nhiều khó khăn trong việc phát triển các KCHTTM điện tử, đó là KCHT cho bảo mật thông tin cá nhân, cho thanh toán trực tuyến. Theo khảo sát, có đến 74,1% doanh nghiệp Việt Nam sử dụng phương thức thanh toán tiền mặt, chỉ có 25% doanh nghiệp thanh toán chuyển tiền qua bưu điện và 74,8% doanh nghiệp chấp nhận thanh toán chuyển khoản ngân hàng. Chỉ có 20% dân số có thẻ ghi nợ và 1% có thẻ tín dụng. Thói quen mua sắm này thực tế cũng do KCHTTM điện tử của Việt Nam chưa đáp ứng được yêu cầu giao dịch trực tuyến.

2.1.6. Một số kết luận rút ra từ khái quát thực trạng phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Từ khái quát thực trạng trên, một số vấn đề có liên quan đến tác động của CSVM đối với phát triển KCHTTM ở các ĐTL được đặt ra sau:

Thứ nhất, phát triển KCHTTM hiện nay chưa đồng đều giữa các loại hình và các ĐTL: Các hệ thống KCHTTM XNK, bán buôn, bán lẻ, hệ thống logistic và trung tâm thương mại, hội chợ chưa đồng đều và tương xứng với sự phát triển hiện tại. Ở một số ĐTL như Đà Nẵng, Cần Thơ là các trung tâm kinh tế của miền Trung và miền Tây hiện vẫn chưa có trung tâm thương mại. Hệ thống KCHT XNK và logistic của các ĐTL như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng và Đà Nẵng mặc dù có trình độ phát triển cao hơn các đô thị còn lại nhưng hiện nay vẫn còn chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển thương mại của chính bản thân đô thị cũng như của vùng. Bản chất cơ chế thị trường điều tiết là

tự phát nên vai trò của CSVN là rất lớn trong vấn đề này.

Thứ hai, phát triển KCHTTM hiện nay chưa đáp ứng yêu cầu XNK khi hội nhập sâu với khu vực và thế giới: Quá trình hội nhập kinh tế ngày càng sâu rộng như hiện nay cùng với việc thực hiện các cam kết trong lộ trình WTO, AFTA, hay việc đang tham gia thực hiện đàm phán TPP, gia nhập APEC của Việt Nam hiện nay cũng đòi hỏi phải có một hệ thống KCHTTM XNK phù hợp, đáp ứng được các yêu cầu quốc tế. Với điều kiện thuận lợi trong phát triển hệ thống cảng biển và cửa biên giới đất liền, vấn đề đặt ra đối với việc phát triển KCHTTM XNK là vừa phải khai thác được điều kiện thuận lợi này vừa phải hình thành các khu kinh tế XNK có quy mô lớn nhằm đảm bảo nâng cao hiệu quả đầu tư, giảm chi phí XNK, đảm bảo thời gian giao hàng, nâng cao cạnh tranh của hàng hóa XNK theo các cam kết hội nhập.

Thứ ba, phát triển KCHTTM bán buôn ở các ĐTL thiếu cân nhắc ENT, quy hoạch có tính "rải mảnh mảnh", chất lượng KCHT thấp, chưa thu hút và lan tỏa KCHTTM ĐTL: Qua phân tích thực trạng phát triển hệ thống KCHTTM bán buôn hiện nay ở Việt Nam chưa thực sự phát triển. Trong khi đó, thực tế cho thấy trong thời gian tới khi các hoạt động thương mại song phương và đa phương của Việt Nam được ký kết thì các hoạt động bán buôn được dự báo sẽ rất phát triển, đặc biệt là ở các ĐTL và các đô thị có biên giới với các nước khác. Vì vậy, việc phát triển KCHTTM bán buôn cần phải đảm bảo và đáp ứng được nhu cầu phát triển này.

Việc quy hoạch và phát triển KCHT bán buôn phải tương xứng với quá trình gia tăng của nhu cầu đầu tư nhưng cũng cần phải hạn chế xu hướng phát triển tràn lan, manh mún và thiếu sự liên kết của các doanh nghiệp. Đồng thời, việc phát triển KCHTTM bán buôn cũng cần phải có sự phát triển đa dạng của các hình thức, phương thức tổ chức, các kênh lưu thông và các đối tượng khách hàng tham gia hoạt động giao dịch bán buôn hàng hóa mà theo cơ chế thị trường tự phát sẽ không điều tiết được mà phải có vai trò CSVN của Nhà nước.

Thứ tư, phát triển hệ thống thương mại bán lẻ ĐTL mặc dù có rất nhiều khởi sắc nhưng vẫn thiếu tính hệ thống, liên kết và nguy cơ bị các nhà đầu tư và bán lẻ khu vực thao túng qua M&A nhất là khi AEC đi vào vận hành vào cuối năm 2015 đòi hỏi phải có vai trò CSVN của Nhà nước.

Loại hình bán lẻ hiện nay được đánh giá là đang có sự phát triển mạnh mẽ với sự phát triển của các loại hình bán lẻ hiện đại bên cạnh các loại hình bán lẻ truyền thống. Để đảm bảo cho sự phát triển thương mại ở các ĐTL, việc phát triển KCHTTM bán lẻ cần chú trọng đến việc hài hòa giữa quy mô, trình độ phát triển của thị trường và quy mô, trình độ phát triển của các cơ sở bán lẻ và sự phân bố của các cơ sở bán lẻ trong đô thị. Đồng thời, việc phát triển KCHTTM bán lẻ cũng cần có sự tính đến vấn đề liên kết giữa các cơ sở bán lẻ và các cơ sở vui chơi giải trí, đảm bảo khả năng phát triển của các hình thức bán lẻ hiện đại và xu hướng thay đổi thói quen của người tiêu dùng.

Thứ năm, phát triển các loại hình dịch vụ logistics và các dịch vụ hội chợ triển lãm, HT và XTTM cần tính đến yếu tố ENT, quy hoạch, đầu tư để đảm bảo tính đồng bộ, lợi thế quy mô, sức hút và lan tỏa của ĐTL và hiệu suất phát triển: Thực tế nghiên cứu cho thấy, các loại hình hỗ trợ logistic ở Việt Nam hiện chưa phát triển tương xứng với sự phát triển của nền thương mại. Ở các ĐTL, sự phát triển của các loại hình hỗ trợ logistic hiện quá nhỏ lẻ và chưa có sự gắn kết với các loại hình KCHTTM khác. Đối với thương mại hiện đại, sự hỗ trợ của loại hình logistic là rất quan trọng ở các khâu phân phối, kho bãi, giao nhận. Chính vì vậy, để đảm bảo sự phát triển của thương mại tại các ĐTL, loại hình hỗ trợ logistic cần được đầu tư, đảm bảo gắn kết giữa người sản xuất và tiêu dùng, đảm bảo gắn kết giữa các loại hình KCHTTM nhằm đáp ứng đầy đủ nhu cầu phát triển của các ĐTL.

Đồng thời, các loại hình trung tâm hội chợ triển lãm cũng cần được chú trọng. Hiện tại, hình thức trung tâm hội chợ triển lãm theo đúng tiêu chuẩn quốc tế mới chỉ có ở Thành phố Hồ Chí Minh. Như vậy, để đáp ứng các yêu cầu về phát triển thương mại quốc tế, hình thức này cũng cần được đầu tư bài bản, có kế hoạch và quy hoạch cụ thể, đảm bảo sự phát triển của thương mại ở các ĐTL ở Việt Nam đòi hỏi phải phát huy vai trò CSVM đối với sự phát triển này.

2.2. PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA

2.2.1. Mô tả khung phân tích và phương pháp nghiên cứu

Hiện nay ở nước ta theo quy định hiện hành có 17 ĐTL, để thấy rõ nét thực trạng CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta, khung phân tích

chung của luận án vận dụng được thể hiện qua hình 2.2.

Bảng hỏi điều tra chất lượng quản lý CSVN và hiệu suất phát triển KCHTTM đô thị lớn được thiết kế qua nghiên cứu định tính với quy mô mẫu $n = 12$ chuyên gia về nghiên cứu hệ thống mạng lưới phân phối và marketing thương mại; chuyên gia QLNN và nhà hoạch định chính sách quy hoạch phát triển thương mại, từ đó xác lập các biến độc lập và phát triển thang đo các biến quan sát (tổng số 61 biến quan sát cho nhóm mẫu 2)

Mẫu điều tra với quy mô được xác định bằng phương pháp điều tra xã hội học: cứ 1 biến quan sát cần 4-5 phiếu và với hệ số thu hồi / phát ra đạt 55 - 60%. Như vậy, quy mô phiếu phát ra là: $61 * 5 * 1,4 = 427$ phiếu.

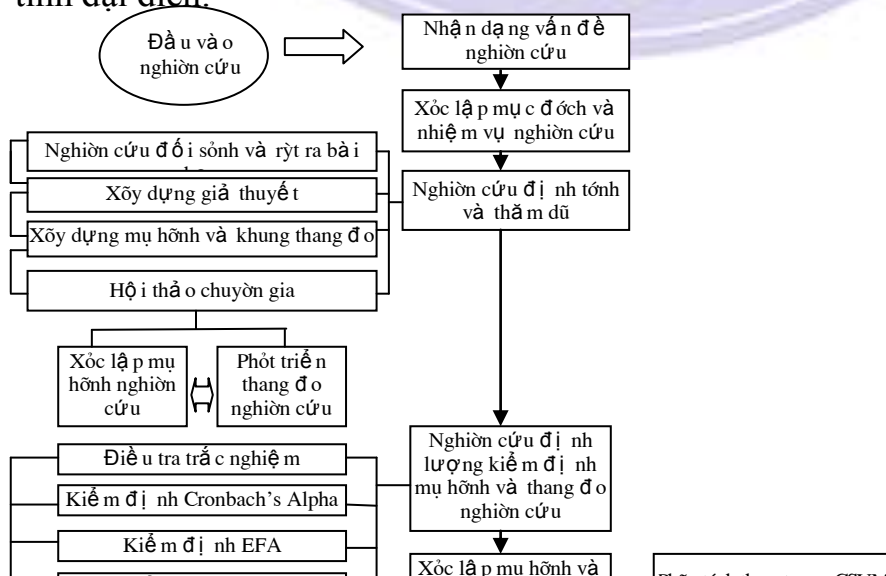
Do điều kiện nghiên cứu có hạn, nên ngoài 3 ĐTL chọn điển hình trên, chọn thêm 5 ĐTL là Hải Phòng, Hạ Long, Nha Trang, Cần Thơ, Buôn Ma Thuột. Tổng số 8/17 đô thị lớn.


Phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên thuận tiện theo các đối tượng điều tra nêu trên. Tổng số phiếu phát ra là 500, thu về 325 đạt 65%.

Thời gian nghiên cứu: chia làm 2 đợt; đợt 1 từ tháng 6 đến tháng 9 năm 2013 và đợt 2 từ tháng 3 đến tháng 7 năm 2014.

Kết quả và cơ cấu mẫu nghiên cứu được tổng hợp trong bảng 1.1 trong chương 1 trên.

Trong nghiên cứu tình huống (case study) chọn mẫu điển hình ở Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh (2 đô thị đặc biệt), Đà Nẵng - đô thị loại 1 nhưng là đô thị trung tâm vùng động lực tăng trưởng kinh tế miền Trung để đánh giá chất lượng triển khai, thực thi CSVN với 10 biến quan sát, như vậy qui mô mẫu tối thiểu cần đạt được ở mỗi đô thị lớn là 40 - 50 phiếu. Qui mô mẫu Hà Nội (63), Thành phố Hồ Chí Minh (53), Đà Nẵng (42) là đảm bảo tính đại diện.





Hình 2.2. Khung phân tích CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta

Nghiên cứu này sử dụng thang đo Likert 5 điểm đánh giá (1 điểm - kém, hầu như không có; 3 điểm - trung bình, bình thường; 5 điểm - tốt, hoàn hảo).

Xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS 16.0. Kết quả xử lý dữ liệu mỗi biến quan sát được tính bằng 2 chỉ số: Điểm trung bình (ĐTB) và độ lệch chuẩn (ĐLC).

2.2.2. Thực trạng chất lượng nội dung chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Trên cơ sở nghiên cứu nội dung các văn bản CSVM giai đoạn từ 1995 trở lại đây (xem phụ lục 9) và cơ sở dữ liệu từ điều tra, kết quả xử lý dữ liệu điều tra trắc nghiệm nội dung CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL thuộc tệp mẫu được tổng hợp trong bảng 2.1.

Bảng 2.1. Đánh giá chất lượng nội dung CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta

STT	Biên quan sát chất lượng nội dung chính sách	Loading	Alpha sau loại biến	Tổng hợp		Theo yếu tố cấu thành KCHTTM			
				ĐTB	ĐLC	TMBL	TMBB	DV LOG	DVHT/XTM
ENT	Kiểm định nhu cầu kinh tế			2,83	0,523	2,91	2,81	2,86	2,76
1.1	Mô hình và thang đo ENT	0,612	0,7428	2,87	0,542	2,96	2,84	2,89	2,78
1.2	Quy trình và thủ tục đánh giá ENT	0,599	0,7814	2,76	0,516	2,85	2,73	2,78	2,66
1.3	Mức đáp ứng ENT cho mạng lưới hiện tại	0,686	0,7641	2,89	0,481	2,99	2,86	2,91	2,82
ITS	Về tiêu chuẩn CN-TM			2,79	0,493	2,86	2,77	2,79	2,74
2.1	Định chuẩn phát triển mạng lưới TM	0,694	0,7183	2,82	0,488	2,97	2,82	2,78	2,71
2.2	Tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ phân phối	0,713	0,7329	2,71	0,494	2,72	2,69	2,74	2,68
2.3	Tiêu chuẩn đặc thù với ĐTL	0,698	0,7236	2,84	0,506	2,89	2,80	2,85	2,83
QH	Về quy hoạch phát triển KCHTTM			2,81	0,508	2,89	2,79	2,82	2,75
3.1	QH kinh tế-quỹ mô mạng lưới TM	0,597	0,7968	2,97	0,516	3,03	2,94	2,99	2,92
3.2	QH tổ chức và phân bố mạng lưới TM hiện đại	0,643	0,8316	2,79	0,497	2,87	2,78	2,79	2,72
3.3	QH công nghệ KCHTTM	0,708	0,8029	2,81	0,521	2,88	2,79	2,83	2,74
3.4	QH tích hợp hóa nội bộ mạng lưới TM	0,724	0,8419	2,66	0,503	2,72	2,64	2,66	2,61
3.5	QH lan tỏa và mở rộng sức hút	0,685	0,8523	2,79	0,527	2,87	2,77	2,79	2,72
3.6	QH tích hợp với KCHT KT-XH ĐTL	0,687	0,8068	2,79	0,488	2,84	2,75	2,86	2,73
3.7	Mức độ hiện thực và khả thi CS QH	0,598	0,8218	2,87	0,493	2,94	2,86	2,88	2,81
ĐT	Về thu hút, XHH đầu tư phát triển			2,85	0,527	2,92	2,81	2,87	2,78
4.1	Với đầu tư nâng cấp chất lượng	0,618	0,8122	2,94	0,521	3,03	2,91	2,97	2,85
4.2	Với đầu tư phát triển khu đô thị mới, ĐT hành tinh	0,723	0,7921	2,86	0,543	2,91	2,83	2,89	2,81
4.3	Với đầu tư phát triển KCHTTM hiện đại	0,786	0,7834	2,90	0,497	2,97	2,88	2,92	2,83
4.4	Với thu hút nhà phân phối lớn đầu tư phát triển	0,667	0,8428	2,79	0,533	2,89	2,75	2,81	2,72
4.5	Với nhà đầu tư phát triển nước ngoài	0,722	0,8317	2,94	0,538	3,01	2,92	2,97	2,86
4.6	Với nhà đầu tư cung ứng dịch vụ KCHTTM	0,798	0,8266	2,66	0,505	2,71	2,63	2,68	2,61
LK	Về liên kết phối hợp phát triển chuỗi cung ứng			2,56	0,497	2,64	2,56	2,59	2,47
5.1	Mức độ liên kết mạng các chuỗi KCHTTM cùng loại	0,719	0,7589	2,59	0,486	2,66	2,59	2,63	2,49
5.2	Mức độ liên kết vùng của hệ thống KCHTTM ĐTL	0,684	0,7713	2,53	0,504	2,61	2,53	2,56	2,43
5.3	Mức độ liên kết theo chuỗi cung ứng giá trị	0,688	0,7636	2,57	0,498	2,85	2,76	2,60	2,59
KS	Về kiểm tra, kiểm soát NN			2,85	0,528	2,91	2,84	2,84	2,82
6.1	Về tiêu chí đánh giá phát triển	0,593	0,7518	2,81	0,512	2,84	2,76	2,82	2,81
6.2	Về xây dựng cơ sở dữ liệu và phương pháp	0,609	0,7327	2,91	0,544	2,97	2,92	2,89	2,86
6.3	Về xử lý và thâm quyền xử lý vi phạm CS	0,728	0,7421	2,84	0,537	2,92	2,84	2,81	2,79
	Chất lượng tổng hợp	0,824	0,8328	2,78	0,517	2,85	2,76	2,79	2,72

(Nguồn: Xử lý số liệu bằng SPSS 16.0)



Từ bảng 2.1 và nghiên cứu nội dung các CSVN hiện hành ở các ĐTL nước ta hiện nay cho phép rút ra một số nhận định sau:

Một là, về chính sách chung cho thấy Nhà nước đã từng bước thể hiện sự quan tâm đến phát triển các yếu tố KCHTTM, coi nó như nền tảng của hoạt động thương mại và mạng lưới thương mại, đến nay đã đưa ra một định hướng đúng đắn là coi phát triển KCHT như là một trong ba khâu đột phá trong tái cấu trúc nền kinh tế. Từ đó đã xác lập các giải pháp chính sách quan trọng cho khâu đột phá này, trong phát triển KCHTTM cả nước đến 2020 tầm nhìn 2030 ban hành theo Quyết định số 36/2011/QĐ-TTg đã tạo ra khung khổ cho phát triển KCHTTM các địa phương có ĐTL nước ta thời gian qua. Bộ mặt hệ thống phân phối - thương mại các ĐTL đã có nhiều chuyển biến quan trọng, hệ thống KCHTTM ĐTL đã từng bước được cải tạo, nâng cấp, tỉ trọng KCHTTM tiến bộ, hiện đại ngày càng nâng cao, đáp ứng yêu cầu hiện đại hóa các phương thức thương mại tiến bộ và văn minh, đặc biệt trong lĩnh vực thương mại bán lẻ, thương mại XNK và thương mại điện tử.

Tuy nhiên, trong nội dung chính sách chung cũng còn một số mặt hạn chế ngay từ trong phân tích nội hàm của KCHTTM, của hoạt động bán lẻ/bán buôn, dịch vụ phân phối bán lẻ/bán buôn còn tồn tại một sự khác nhau giữa qui định chính sách (Nghị định 23/2007/NĐ-CP) với qui định WTO. *Thứ nhất*, trong nội hàm KCHTTM còn nặng về yếu tố kinh tế/vật chất - "phần cứng" của KCHT, nặng về yếu tố "loại hình cơ sở thương mại" mà chưa nhấn mạnh khía cạnh "phần mềm" - đó là các nội hàm tổ chức và công nghệ thương mại của KCHT như các hàm ý cấu trúc mô hình kinh doanh định hướng giá trị, hàm ý "hỗ trợ" trong chuỗi giá trị của cơ sở thương mại và doanh nghiệp thương mại, hàm ý "công nghệ" và quản trị kinh doanh thương mại trên KCHTTM đó, hàm ý là "bằng chứng vật chất" - một trong Marketing hỗn hợp 7P các dịch vụ phân phối thương mại (Physical Evidence). Đây cũng là một trong những nguồn của tình trạng trên 80% KCHTTM bán lẻ, bán buôn ở nước ta là qui mô nhỏ, cải tạo từ các công trình nhà ở, trang thiết bị cũ, công suất và năng suất thấp. *Thứ hai*, mặc dù Nhà nước đã xác lập ở phần chính sách cao nhất về vai trò "đột phá" của yếu tố KCHT nhưng trong cấu trúc chung KCHT KT-XH ĐTL chưa chỉ rõ và đúng mức vị thế, vai trò của KCHTTM ĐTL nên thường được xếp vị trí cuối và bị thay đổi đầu tiên nếu phải điều chỉnh quy hoạch KCHT nhất là

ở các khu đô thị mới, đô thị hành tinh ở các ĐTL loại I như thời gian qua. Điều này là do chưa nhận thức rõ vai trò KCHTTM không chỉ tạo "hạ tầng" cho hệ thống phân phối - thương mại tự thân mà hơn thế nó còn tạo "hạ tầng" thị trường và kinh tế thị trường không chỉ cho bản thân ĐTL đó mà còn cho thị trường và kinh tế thị trường vùng, quốc gia và hội nhập thị trường quốc tế khi nó là khâu "hạ tầng" hậu cần cho doanh nghiệp sản xuất công - nông nghiệp, "hạ tầng" hậu cần cho tổ chức đời sống xã hội. *Thứ ba*, trong cấu trúc KCHTTM ĐTL - các chính sách chung vẫn chủ yếu nhấn mạnh yếu tố KCHTTM bán lẻ ĐTL - mặc dù đây là yếu tố đặc trưng của ĐTL nhưng nếu chỉ phát triển hoặc phát triển quá nhanh, không đồng bộ và thiếu liên kết với các yếu tố KCHTTM ĐTL khác như BB/XNK, logistics thị trường, hỗ trợ và xúc tiến thương mại thì không thể tạo lập được một kênh, hệ phân phối mạnh, hoàn chỉnh, hợp lí và hiệu quả được. *Thứ tư*, trong thiết kế nội dung CSVM đối với phát triển KCHTTM nói chung và ĐTL nói riêng vẫn nặng về phát triển số lượng mà chưa thực sự coi trọng phát triển chất lượng và giá trị của chúng, dù đã có nội dung phát triển KCHTTM hiện đại một cách chung chung, điều này không chỉ được thể hiện sự chênh lệch giữa "phần cứng" và "phần mềm" của mỗi KCHTTM, mà trên tổng thể chính sách cũng mới chỉ quan tâm tới mặt lượng của "tổng cung" và "tổng cầu" mà chưa có nội dung toàn diện đến chất lượng "tổng cung" được biểu hiện gián tiếp qua chất lượng KCHTTM của hệ thống phân phối - thương mại tổng thể và chất lượng "tổng cầu" thông qua giá trị và sự thoả mãn khách hàng với KCHTTM của ĐTL. *Thứ năm*, CSVM với phát triển KCHTTM mới chỉ quan tâm tới khía cạnh KCHT kinh doanh thương mại mua bán hàng hóa mà chưa chú trọng tới khía cạnh bản chất là KCHT cho cung ứng dịch vụ phân phối, dịch vụ thương mại, dịch vụ khách hàng, dịch vụ logistics thị trường, DVHT và XTTM cho các nhà bán lẻ, BB/XNK. Đây chính là nét hạn chế dẫn đến tình trạng khai thác không hiệu quả các KCHTTM chợ bán buôn đầu mối, chợ bán lẻ đô thị - thực chất phải gọi là "trung tâm dịch vụ phân phối bán buôn đầu mối hàng rau quả, nông sản" hoặc "trung tâm dịch vụ phân phối bán lẻ hàng thực phẩm tươi sống nhật dụng", các trung tâm thương mại bán lẻ, BB/XNK cũng có thực chất "cung ứng dịch vụ phân phối - thương mại" chứ chủ sở hữu và quản lí các KCHT này không phải hoặc chủ yếu không phải trực tiếp kinh doanh bán lẻ, bán buôn, XNK hàng

hóa. Chính vì không định rõ tính chất đó của KCHT nên trong cấu trúc của nó không đáp ứng được nhu cầu, mong muốn của các nhà bán lẻ, bán buôn, XNK kinh doanh trên nó. *Thứ sáu*, trong các nội dung chính sách chung chưa thể hiện đầy đủ và minh bạch về quan điểm kết hợp giữa thực hiện cam kết mở cửa thị trường dịch vụ phân phối và bảo vệ các nhà phân phối trong nước, vì vậy chưa tạo động lực thu hút các nhà phân phối lớn, mạnh, xuyên quốc gia vào phát triển KCHTTM bán buôn, logistics thị trường, HT và XTTM; chưa tạo động lực cho các nhà phân phối nội địa có "đột phá" về nâng cao năng lực cạnh tranh dịch vụ phân phối - thương mại trong đó có phát triển năng lực KCHT của mình; chưa có cơ chế chính sách đủ hấp dẫn để phát triển KCHTTM liên kết giữa nhà phân phối FDI và nhà phân phối Việt Nam, tạo thuận lợi để các KCHTTM của nhà phân phối Việt Nam tham gia được và trở thành thành viên chuỗi cung ứng giá trị toàn cầu.

Kết quả đánh giá chất lượng tổng hợp nội dung cũng chỉ đạt mức 2,83 điểm/xếp loại khá yếu. Về yếu tố cấu thành, chất lượng nội dung CSVN đều thấp, thấp nhất là chính sách với KCHTTM DVHT và XTTM (2,77 điểm), thứ đến là chính sách với KCHTTM bán buôn, dịch vụ phân phối bán buôn và dịch vụ logistics thị trường.

Hai là, chính sách phát triển dựa trên kiểm định nhu cầu kinh tế (ENT), đây là một nội dung CSVN quan trọng mà Nhà nước ta đã vận dụng để quản lý sự phát triển hội nhập quốc tế về mở cửa thị trường dịch vụ phân phối mà trước hết là thị trường dịch vụ phân phối bán lẻ với các nhà đầu tư và bán lẻ nước ngoài. Những qui định về ENT được nêu tại Cam kết gia nhập WTO về thương mại dịch vụ và được phát triển trong Nghị định 23/2007/NĐ-CP và Thông tư 09/2007/TT-BTM. Những qui định trong chính sách về ENT bước đầu đảm bảo xử lý được quan ngại về việc phát triển ở các doanh nghiệp thương mại 100% vốn FDI, mặt khác cho phép cân đối được về mặt kinh tế của phát triển KCHTTM của khối doanh nghiệp này đồng thời bảo vệ được hệ thống phân phối nội địa còn nhiều yếu kém tránh khỏi những cú sốc cạnh tranh trên thị trường dịch vụ phân phối bán lẻ. Tuy nhiên trong thực tế thực thi chính sách cho thấy nhiều bất cập so với mục tiêu chính sách ở chỗ: *Thứ nhất*, các qui định trong Nghị định 23 còn chung chung - thiếu tiêu chí và thang đo thống nhất làm cơ sở cho kiểm định, thiếu các qui trình, thủ tục để kiểm định.

Thông tư 09 có qui định cụ thể hơn ở hai yếu tố: tuân thủ quy hoạch và mật độ dân cư càng tạo cơ sở biến tiêu chuẩn ENT quốc gia thành ENT địa phương và dẫn đến tiêu cực và gây khó khăn cho sự quản lý thống nhất và kiểm soát nhà nước với phát triển cơ sở bán lẻ thứ hai của doanh nghiệp thương mại 100% vốn FDI. Thứ hai, chính sách phát triển dựa trên ENT là một nội dung cần được mở rộng không chỉ nhà đầu tư và phân phối nước ngoài mà cho cả hệ thống nhà đầu tư, phân phối nội địa với mức chuẩn khẳng định khác nhau theo đối tượng, đặc biệt khi phát triển các KCHT/mạng lưới thương mại qui mô lớn, phạm vi hoạt động rộng hơn một địa phương có ĐTL rất cần và thực hiện ENT để tránh gây tổn thương và xung đột với mạng lưới hiện tại. Tuy nhiên, trong nội dung chính sách này còn chưa được thiết kế đầy đủ và đảm bảo cơ sở khoa học.

Kết quả đánh giá chất lượng nội dung chính sách kiểm định nhu cầu kinh tế (ENT) đạt 2,83 điểm - xếp loại khá yếu. Trong đó các biến quan sát chất lượng qui trình và thủ tục ENT là yếu nhất (2,76 điểm), mô hình và thang đo ENT cũng đạt mức yếu (2,87 điểm), việc mở rộng ENT cho các đối tượng, các yếu tố KCHTTM khác còn chưa được quan tâm và đề cập là một thiếu hụt lớn của chính sách.

Ba là, về chính sách tiêu chuẩn công nghiệp - thương mại có liên quan đến phát triển KCHTTM ĐTL. Một mặt Bộ Thương mại trước đây và Bộ Công Thương hiện nay trong thời gian qua đã có nhiều quan tâm tới những qui định và tiêu chuẩn quy hoạch mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại, chợ đầu mối và chợ đô thị đã có tác động nhất định đến phát triển KCHTTM, đặc biệt là KCHTTM bán lẻ. Tuy nhiên, đứng trên góc độ tổng thể vĩ mô, chính sách chưa có những tiêu chuẩn, định mức quy hoạch tạo cơ sở quy hoạch mạng lưới/KCHTTM nói chung và ĐTL nói riêng. Cụ thể: còn chưa có tiêu chuẩn chung về số m² diện tích thương mại/10.000 dân có tính đến sức hút ĐTL, tiêu chuẩn chất lượng và mức dịch vụ phân phối thương mại ở các loại hình và các bậc kênh phân phối, tiêu chuẩn bậc quy mô các loại hình KCHTTM đặc trưng và hiện đại cho các ĐTL như siêu thị qui mô nhỏ (Superete), qui mô vừa (Supermarket), đại siêu thị (Hypermarket)/10.000 dân, số lượng trung tâm thương mại cấp khu vực, cấp thành phố và cấp vùng/10.000 dân, số lượng và qui mô diện tích trung tâm thương mại giao dịch và bán buôn hàng công nghiệp tiêu dùng, trung tâm dịch vụ phân phối bán buôn hàng nông sản đầu

mỗi/10.000 dân và/hoặc /10⁶ VNĐ lưu chuyển hàng hóa bán lẻ ĐTL có tính đến sức hút nhu cầu vùng hoạt động và ảnh hưởng... Về thực chất, đây chính là việc triển khai ENT cho ĐTL và là nội dung quan trọng trong CSVM đối với phát triển KCHTTM. Một trong những điểm hạn chế nội dung căn bản của chính sách là còn thiếu những qui định về điển hình hóa mặt hàng kinh doanh, thiết kế mẫu, trang bị và kiến trúc mỗi loại hình KCHTTM vừa để Nhà nước kiểm soát được chất lượng, vừa tạo tích hợp cao với KCHT KT-XH ĐTL, vừa là tiền đề xác lập và phát triển thương hiệu các doanh nghiệp thương mại trên thị trường ĐTL.

Kết quả xử lý dữ liệu điều tra cũng cho thấy mức chất lượng nội dung chính sách này còn thấp hơn (2,79 điểm - xếp loại yếu). Trong đó, yếu nhất chính là xây dựng các tiêu chuẩn mức chất lượng dịch vụ, chuẩn hiện đại hóa và văn minh thương mại theo loại hình KCHTTM (2,71 điểm). Hai biến quan sát còn lại có trị số cao hơn mức ĐTB, tuy nhiên xét trên toàn thang đo vẫn đạt mức thấp (2,82 và 2,84 điểm).

Bốn là, chính sách quy hoạch phát triển KCHTTM và mạng lưới thương mại ĐTL: trên tầm quốc gia, chính sách này đã được Bộ Công Thương - Bộ Xây dựng và Thủ tướng Chính Phủ đã có Quyết định phê duyệt, từ đó đã tạo khung khổ cho phát triển KCHTTM chung cho cả nước trên các loại hình KCHTTM chủ yếu như cửa hàng tổng hợp, chuỗi siêu thị, trung tâm thương mại, chợ đầu mối, sàn giao dịch kì vọng. Ở cấp địa phương có ĐTL đặc biệt như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh đã có quy hoạch phát triển mạng lưới thương mại đến 2020 tầm nhìn 2030 trong đó có hoạch định về phát triển quy mô mạng lưới, về phát triển và quy hoạch không gian cho một số loại hình mạng lưới bán lẻ lớn, hiện đại, các tổng kho phân phối, các chợ đầu mối. Các chính sách này bước đầu đã tạo được một khung khổ định hướng và lộ trình cho sự phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta thời gian qua và tạo được một bộ mặt mới, đa dạng và từng bước hiện đại cho thị trường và thương mại các ĐTL nước ta, đồng thời cung cấp một số luận cứ cho ENT cũng như cấp phép cho mở rộng và phát triển KCHTTM ĐTL, nhất là với các nhà đầu tư và phân phối nước ngoài. Tuy nhiên trong quá trình triển khai và thực thi chính sách này cũng bộc lộ những hạn chế chủ yếu sau: *Thứ nhất*, các nội dung quy hoạch thiếu luận cứ chung về tiêu chuẩn công nghiệp - thương mại theo tiếp cận WTO vì vậy mang tính mô phỏng, chủ quan của các nhà hoạch định. *Thứ hai*, nội dung chính sách qui

hoạch thiếu tính hệ thống và đầy đủ chủ yếu quan tâm đến KCHTTM bán lẻ, chủ yếu qui hoạch kinh tế, còn thiếu nội dung qui hoạch tổ chức phân bố và công nghệ mạng lưới/KCHTTM. *Thứ ba*, nội dung chính sách qui hoạch nặng về số lượng và loại hình, còn thiếu các nội dung qui hoạch chất lượng và giá trị KCHTTM. *Thứ tư*, nội dung chính sách quy hoạch phát triển KCHTTM chưa gắn bó tích hợp và nhiều nội dung mâu thuẫn với Quy hoạch KT-XH của địa phương có ĐTL. *Thứ năm*, chính sách qui hoạch chưa đề cập đến nội dung lan tỏa của KCHTTM ĐTL với vùng, quốc gia và quốc tế và sự liên kết các yếu tố KCHTTM thành hệ thống phân phối đủ mạnh, có những nhà phân phối lớn, mạnh đủ sức cạnh tranh với các nhà phân phối nước ngoài trên thị trường nội địa và phát triển tới các thị trường đa quốc nội, đa quốc gia và hệ thống phân phối toàn cầu.

Kết quả đánh giá lượng hóa cho thấy, chất lượng trung bình nội dung chính sách này đạt 2,81 điểm - xếp loại khá yếu. Trong đó có 4/6 biên quan sát đạt mức dưới ĐTB trên gồm: các nội dung chính sách quy hoạch phát triển hệ thống phân phối hiện đại (hệ marketing dọc, ngang và đa kênh), Quy hoạch phát triển KCHTTM hiện đại, qui hoạch tích hợp với các yếu tố KCHTTM gián tiếp và với KCHT KT-XH ĐTL, Quy hoạch đảm bảo sức hút và tính lan tỏa của KCHTTM ĐTL.

Năm là, về chính sách thu hút, xã hội hóa đầu tư phát triển và hỗ trợ, khuyến khích của Nhà nước với phát triển KCHTTM ĐTL. Đây là nội dung quan trọng và hữu cơ của CSVN nói chung, với phát triển KCHTTM nói riêng và được Chính phủ và Thủ tướng Chính phủ và các đối tượng quan tâm trong quản lý chính sách thông qua chính sách về quỹ đất cho phát triển KCHT các ĐTL, các chính sách thu hút và khuyến khích trong cấp phép đầu tư phát triển KCHTTM ở các khu đô thị mới, đô thị hành tinh, các KCHTTM mới, hiện đại; khuyến khích các doanh nghiệp thương mại FDI kinh doanh và cung ứng dịch vụ phân phối hiện đại với hàng nông sản, khuyến khích vay tín dụng cho đầu tư phát triển KCHT và hiện đại hóa mạng lưới thương mại với các nhà phân phối trong nước để chiếm lĩnh và lót ổ các điểm phân bố có vị trí địa - thương mại hấp dẫn và trực tiếp đầu tư công và đầu tư qua các doanh nghiệp nhà nước cho các dự án KCHTTM qui mô lớn, hiện đại, có ý nghĩa quốc gia và quốc tế. Tuy nhiên, trong nội dung chính sách qua thực thi trong thực tế cũng bộc lộ nhiều hạn chế mà chủ yếu là: *Thứ nhất*, đối tượng chính sách này vẫn

chủ yếu hướng tới các nhà phân phối tự đầu tư, còn thiếu định hướng các nhà đầu tư cung ứng dịch vụ KCHTTM; *thứ hai*, các qui định khuyến khích, hỗ trợ xã hội hóa đầu tư còn chưa rõ ràng, minh bạch và hấp dẫn; *thứ ba*, còn chênh lệch và không hài hòa giữa các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài về phát triển KCHTTM; *thứ tư*, chưa có chính sách thu hút, hỗ trợ cho các nhà phân phối lớn phát triển KCHTTM và hệ thống phân phối tích hợp hóa mạnh trên chuỗi giá trị ngành kinh doanh ở ĐTL làm đầu tàu nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường dịch vụ phân phối nội địa và quốc tế; *thứ năm*, thiếu những qui định chính sách thu hút và khuyến khích đầu tư định danh cho phát triển KCHTTM với vai trò đặc biệt của nó ở các ĐTL nên sức hấp dẫn chính sách chưa tương xứng; *thứ sáu*, các thủ tục chính sách qui định cho đầu tư phát triển KCHTTM chưa thật sự thông thoáng, tinh giản và nhanh chóng, trong nhiều trường hợp làm nản lòng các nhà đầu tư trong nước và nước ngoài.

Kết quả xử lý dữ liệu điều tra cho thấy, mức chất lượng nội dung của hai chính sách này lần lượt là 2,85 và 2,86 điểm - đều xếp loại khá yếu. Trong đó có ba biến số quan trọng có chỉ số đánh giá thấp - xếp loại yếu là các nội dung chính sách thu hút nhà đầu tư phát triển KCHT cung ứng dịch vụ phân phối qui mô lớn, hiện đại (2,79 điểm), chính sách thu hút nhà phân phối lớn nội địa đầu tư phát triển KCHTTM có sức hút, sức lan tỏa lớn của vùng, quốc gia, quốc tế (2,66 điểm) thuộc chính sách thu hút, xã hội hóa đầu tư; tinh giản, minh bạch và kịp thời về thủ tục cấp phép phát triển KCHTTM của chính sách hỗ trợ, khuyến khích của Nhà nước (2,77 điểm) là các yếu tố nguy hiểm làm giảm chất lượng nội dung CSVN tổng thể.

Sáu là, chính sách liên kết, phối hợp các yếu tố KCHTTM theo hướng tạo lập các chuỗi cung ứng giá trị hiện đại. Đây là một nội dung quan trọng không chỉ đảm bảo chất lượng đồng bộ các yếu tố, các loại hình KCHTTM mà còn thể hiện vai trò Nhà nước trong tạo cơ chế liên kết, phối hợp có chủ đích và mang lại hiệu quả thông qua việc thiết lập các KCHTTM dùng chung, thông qua kết nối và trao đổi dữ liệu (truyền thống và điện tử - ERP), thông qua phát triển KCHTTM dịch vụ logistics thị trường để kết nối các dòng chảy kênh phân phối và chuỗi cung ứng giữa bán buôn và bán lẻ, giữa BB/XNK với các chân hàng - nhà sản xuất, nhà phân phối công nghiệp, giữa BB/XNK, bán lẻ và xúc tiến thương mại... Mặc dù có đề cập đến nội dung liên kết, phối hợp, tuy nhiên chỉ dừng ở nguyên tắc phát triển mà thiếu

định hướng các yếu tố triển khai. Chính vì vậy, đây là nội dung có chất lượng yếu nhất của CSVM (đạt 2,56 điểm - xếp loại yếu). Điều này được thể hiện qua điểm đánh giá các biến quan sát:

- Mức độ hiệu suất liên kết theo chuỗi cơ sở kinh doanh trong cấu trúc mạng của doanh nghiệp và của hệ thống - 2,59 điểm.

- Mức độ hiệu suất liên kết vùng của hệ thống KCHTTM ĐTL theo nguyên lý nhượng quyền thương mại - 2,53 điểm.

- Mức độ hiệu suất liên kết các loại hình KCHTTM ĐTL theo chuỗi cung ứng giá trị - 2,57 điểm.

Về mặt cấu trúc hệ thống cũng phản ánh tính không đều trong nội dung phát triển này, trong đó yếu nhất là ở loại hình KCHTTM DVHT và XTTM, thương mại bán buôn rồi đến thương mại dịch vụ logistics và thương mại bán lẻ, tuy nhiên đều đạt điểm đánh giá xếp loại chất lượng nội dung yếu.

Bây là, về nội dung chính sách kiểm tra, kiểm soát nhà nước với phát triển KCHTTM nói chung và tập trung ở các ĐTL nói riêng. Bên cạnh hoạch định và thực thi chính sách về tổ chức quản lý nhà nước và phân cấp quản lý Nhà nước với phát triển KCHTTM vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế trong nội dung kiểm soát nhà nước như: thiếu qui định và hướng dẫn đánh giá chất lượng và giá trị KCHTTM hiện tại, KCHTTM nâng cấp và KCHTTM mới; thiếu qui định chế độ báo cáo phát triển KCHTTM trên thị trường ĐTL; thiếu qui định về nội dung và phương pháp kiểm tra, kiểm soát gián tiếp và trực tiếp; định kì và đột xuất; thiếu hệ cơ sở dữ liệu đầy đủ, cập nhật và được cấu trúc, phân loại khoa học về KCHTTM ở các cơ quan QLNN có thẩm quyền; cuối cùng là các nội dung kiểm soát nhà nước trên chưa được phân định cho các đối tượng phát triển KCHTTM.

Kết quả đánh giá chất lượng nội dung chính sách kiểm soát nhà nước với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta cho thấy chỉ số này cũng chỉ đạt 2,85 điểm - xếp loại khá yếu, thiếu tính chuyên nghiệp, trong đó các biến quan sát về nội dung các tiêu chí đánh giá phát triển và nội dung thẩm quyền và xử lý vi phạm chính sách đạt mức thấp (2,81 và 2,84 điểm) - xếp loại yếu cần được tập trung nâng cấp với nội dung chính sách này.

Trên đây là một số nhận xét rút ra từ thực trạng nội dung các CSVM với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta thời gian qua. Để đánh giá rõ hơn thực trạng trên,

ngiên cứu sinh đã tiến hành điều tra trắc nghiệm để thu thập dữ liệu nhằm đánh giá chất lượng quản lý CSVN với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta dựa trên đối tượng tác động của chính sách.

2.2.3. Thực trạng chất lượng quản lý chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn dựa trên đối tượng tác động của chính sách

2.2.3.1. Về hoạch định chính sách vĩ mô

Để đánh giá chất lượng hoạch định CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta, nghiên cứu này xem xét mức độ đáp ứng các yêu cầu với chính sách dựa trên đánh giá của công chức, viên chức tổ chức thực hiện chính sách (các nhà QLNN về thương mại ĐTL), các đối tượng thực thi và thụ hưởng kết quả chính sách (các nhà quản trị cấp cao ở các cơ sở và doanh nghiệp thương mại, doanh nghiệp cung ứng dịch vụ phân phối và thương mại, các khách hàng trực tiếp của chúng khi tham gia giao dịch trên các KCHTTM đó). Kết quả xử lý dữ liệu được tổng hợp qua bảng 2.2.

Từ bảng 2.2 và mục 2.1 trên cho phép rút ra một số nhận xét sau:

Một là, xét về tổng thể, chất lượng hoạch định chính sách đạt mức trung bình (3,07); các chính sách được hoạch định mới chủ yếu quan tâm đến KCHT các cơ sở bán lẻ, BB/XNK mà chưa quan tâm đến KCHT dịch vụ phân phối, dịch vụ logistics thị trường và các dịch vụ hỗ trợ, xúc tiến thương mại (đều đạt mức dưới 3 điểm).

Hai là, về chất lượng đáp ứng các yêu cầu còn có nhiều hạn chế về tính cập thời, tính dự báo và cảnh báo sớm, tính chia sẻ lợi ích và rủi ro và tính hài hòa hóa của các chính sách.

Ba là, các CSVN với phát triển KCHTTM còn nhiều đầu mối trong đó còn nhiều mặt thiếu ăn khớp và thống nhất giữa nội dung quy hoạch thương mại và nội dung quy hoạch đô thị nên chất lượng hoạch định chính sách chưa cao, chưa có được một chính sách có tính đầu mối, toàn diện để tiếp cận các yếu tố và sự phối hợp các yếu tố KCHTTM.

Bốn là, trong quy trình hoạch định chính sách, các cơ quan hoạch định còn thiếu những tiêu chí để thẩm định chất lượng chính sách trước khi ban hành, vì vậy trong nhiều chính sách, quy hoạch còn nặng tính "án định" số

lượng mà thiếu nội dung phát triển chất lượng KCHTTM nói chung và ở ĐTL nói riêng.



Bảng 2.2. Đánh giá chất lượng hoạch định CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta hiện nay

TT	Các chỉ tiêu	Các yếu tố cấu thành KCHTTM chủ yếu									
		Bán lẻ (n=68)		BB/XNK (n=60)		Dv LOG (n=56)		Dv HT và XT TM (n=51)		Tổng hợp ^(*) (n=235)	
		ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
1	Tính toàn diện nội dung, thể thức CS	3,22	0,612	3,13	0,576	2,81	0,563	2,77	0,543	3,03	0,576
2	Tính đồng bộ, thống nhất giữa các yếu tố cấu thành CS	3,16	0,597	3,08	0,613	3,08	0,611	3,02	0,598	3,09	0,603
3	Tính phù hợp, ổn định, sát thực và tính riêng có với nội dung CS đô thị lớn	3,11	0,601	3,01	0,629	2,94	0,597	2,88	0,607	3,00	0,612
4	Tính cập thời xu thế phát triển và cập nhật công nghệ TM hiện đại của CS	3,15	0,589	3,06	0,597	2,82	0,532	2,82	0,566	2,99	0,561
5	Tính dự báo và cảnh báo sớm của CS	2,98	0,593	2,89	0,584	2,91	0,606	2,92	0,584	2,93	0,597
6	Tính khả thi và khả hiệu lực của CS về mục tiêu, tiêu chuẩn, định mức quy hoạch,..	3,12	0,617	3,03	0,608	3,02	0,613	2,98	0,592	3,04	0,608
7	Tính chia sẻ giá trị (lợi ích) và rủi ro tương hỗ giữa nhà nước và đối tượng CS	2,93	0,584	2,88	0,592	2,83	0,588	2,81	0,561	2,87	0,579
8	Tính hấp dẫn thu hút nhà đầu tư phát triển và hiện đại hóa KCHTTM của CS	3,11	0,621	2,98	0,607	3,08	0,597	2,93	0,614	3,02	0,614
9	Tính đồng thuận và đồng hành với đối tượng CS của CS được hoạch định	3,13	0,592	3,04	0,611	2,07	0,578	2,91	0,588	3,02	0,588
10	Tính hài hòa quốc tế của CS	2,95	0,628	2,86	0,589	2,88	0,602	2,83	0,574	2,88	0,583
	Tổng hợp	3,12	0,603	3,03	0,594	2,04	0,586	2,89	0,586	2,99	0,597

(*) Trị số cột (11) được tính bằng: $0,3*(3) + 0,3*(5) + 0,2*(7) + 0,2*(9)$

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bằng SPSS 16.0)



2.2.3.2. Về triển khai thực thi chính sách vĩ mô

Nghiên cứu tình huống chất lượng triển khai, thực thi CSVN ở 3 ĐTL điển hình
i. Các văn bản triển khai chính sách ở 3 đô thị lớn điển hình

Thành phố Hà Nội

- Về quy hoạch và quản lý dự án đầu tư phát triển

Bên cạnh các quy định chung về quản lý đầu tư được ban hành tại các Luật, Nghị định có liên quan, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội căn cứ vào vị thế là đô thị đặc biệt và Luật thủ đô đã ban hành Quyết định số 142/2013/QĐ-UBND ngày 18/4/2013 về Quy hoạch mạng lưới thương mại thành phố Hà Nội và Quyết định số 37/2010/QĐ-UBND ngày 20/8/2010 về quy định quản lý các dự án đầu tư trên địa bàn thành phố. Quyết định này đưa ra các quy định về nguyên tắc, trình tự, thủ tục và trách nhiệm của các cá nhân, tổ chức có liên quan trong quản lý các dự án đầu tư trên địa bàn thành phố Hà Nội. Trong đó, một số nội dung đáng lưu ý sau:

+ Quy định về điều kiện tổ chức đấu thầu để lựa chọn nhà đầu tư thực hiện dự án.

+ Quy định về các vấn đề liên quan tới thực hiện dự án đầu tư và nghiệm thu, bàn giao đưa công trình vào khai thác sử dụng, kinh doanh.

- *Các quy định về liên thông giải quyết một số thủ tục hành chính trong quản lý các dự án đầu tư và xây dựng trên địa bàn Hà Nội.*

+ Quy định về liên thông giải quyết thủ tục hành chính đối với dự án đầu tư sử dụng vốn ngân sách nhà nước.

+ Quy định về liên thông giải quyết thủ tục hành chính đối với dự án đầu tư sử dụng vốn ngoài ngân sách nhà nước.

- *Các quy định về đấu thầu dịch vụ đô thị ở Hà Nội.*

Ngày 21/10/2009, Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội có Quyết định số 113/2009/QĐ-UBND quy định về việc đấu thầu, đặt hàng cung ứng các sản phẩm dịch vụ đô thị trên địa bàn thành phố Hà Nội. Theo đó, các loại dịch vụ đô thị cơ bản (gồm dịch vụ vận tải, dịch vụ vệ sinh môi trường, dịch vụ quản lý, bảo trì hệ thống thoát nước, xử lý nước thải, quản lý vận hành, bảo trì hệ thống chiếu sáng) được quy định tương đối chi tiết.

Thành phố Hồ Chí Minh

Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh với vị thế là đô thị đặc biệt, trung tâm động lực phát triển kinh tế khu vực phía Nam rất chú trọng tới việc phát

triển thương mại trên địa bàn thành phố. Có rất nhiều các văn bản quy phạm pháp luật đã được ban hành để điều chỉnh, bổ sung các quy định cho phù hợp với tiến trình phát triển của thành phố.

- Quyết định số 124/2006/QĐ-UBND ngày 21/8/2006 về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của Quy chế đấu thầu kinh doanh khai thác và quản lý chợ loại II và loại III trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh theo quyết định 216/QĐ-UB ngày 16/9/2004 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, theo đó, phương thức đấu thầu và kinh doanh khai thác và quản lý chợ loại II, III được thực hiện công khai, bình đẳng. Đối tượng dự thầu phải được Hội đồng xét duyệt chọn thầu đánh giá đủ điều kiện và năng lực dự thầu. Trong trường hợp các đối tượng dự thầu có tổng số điểm bằng nhau thì ưu tiên cho doanh nghiệp, tổ chức tại quận, huyện nơi có chợ đấu thầu.

Riêng đối với chợ loại III, có quy mô nhỏ, dưới 100 tiểu thương hoặc dưới 100 hộ kinh doanh, nếu sau khi có thông báo mời thầu mà không có đối tượng tham gia đấu thầu nào nộp hồ sơ dự đấu thầu thì Hội đồng xét chọn đề nghị Chủ tịch Ủy ban nhân dân quận, huyện chỉ định thầu.

- Quyết định 06/2007/QĐ-UBND ngày 22/01/2007 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành quy định về bồi thường và tái bố trí khi di dời chấm dứt hợp đồng hoặc cải tạo đầu tư xây dựng lại chợ theo quy hoạch trên địa bàn thành phố, theo đó, phạm vi áp dụng cho các chợ phải di dời, chấm dứt hoạt động hoặc cải tạo đầu tư xây dựng lại chợ theo quyết định của cơ quan nhà nước có thẩm quyền; đối tượng được tính bồi thường hỗ trợ là các cán bộ, nhân viên thuộc ban quản lý chợ hoặc doanh nghiệp quản lý chợ, các bộ phận phục vụ, các đơn vị, cá nhân có địa điểm kinh doanh cố định thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thuế đối với Nhà nước và có mã số thuế. Quyết định này cũng có các điều khoản quy định cụ thể về mức bồi thường cho các đối tượng trong phạm vi điều chỉnh.

- Ngày 12/2/2009, Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh đã ra quyết định số 17/2009/QĐ-UBND ban hành Quy hoạch định hướng phát triển hệ thống chợ - siêu thị - trung tâm thương mại trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh giai đoạn từ năm 2009 đến năm 2015, theo đó, quy định:

Về địa điểm đầu tư xây dựng các chợ đầu mối chuyên doanh và chợ loại I do Ủy ban nhân dân Thành phố xem xét phê duyệt; các chợ loại II và III do Ủy ban nhân dân các quận huyện xem xét với các tiêu chí: phù hợp với yêu

cầu phát triển kinh tế xã hội của quận, huyện đó, và theo nhu cầu tiêu dùng và mạng lưới phân phối hàng tiêu dùng trong khu vực, đồng thời cũng phải phù hợp với quỹ đất hiện tại tại địa phương và cũng cần phải có dự kiến phương án mở rộng quy mô, nâng cấp thành chợ loại I hoặc chuyển đổi thành siêu thị, trung tâm thương mại; thuận tiện không ách tắc giao thông, đảm bảo các quy định pháp luật hiện hành về chợ.

Đối với siêu thị và trung tâm thương mại: Các quy định cũng cần phải tuân theo quy định hiện hành.

Các Sở Công Thương, Sở Quy hoạch - Kiến trúc, Sở Kế hoạch và Đầu tư, Sở Tài nguyên và Môi trường, Sở Xây dựng, Sở Y tế và Ủy ban nhân dân thành phố, quận, huyện có trách nhiệm phối hợp quản lý theo quy định hiện hành.

- Quyết định số 41/2009/QĐ-UBND ngày 09/6/2009 của Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt Đề án phát triển hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh từ nay đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020, theo đó, quan điểm của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh là phát triển hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ trên địa bàn thành phố phù hợp với các quy luật khách quan của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, bảo đảm quyền tự chủ, tự do kinh doanh và cạnh tranh lành mạnh, bình đẳng giữa các chủ thể trong môi trường pháp lý ngày càng hoàn thiện và có điều tiết vĩ mô của Nhà nước.

Theo đánh giá, sau 4 năm triển khai Đề án, ngành thương mại Thành phố Hồ Chí Minh đã có những thay đổi đáng kể. Các mô hình kinh doanh với KCHTTM văn minh, hiện đại không ngừng phát triển thay thế dần các chợ tự phát, các điểm bán lẻ chiếm lòng lề đường. Số lượng các khu thương mại, siêu thị, và các loại hình thương mại hiện đại cũng gia tăng đáng kể về số lượng.

Thành phố Đà Nẵng

Đà Nẵng được đánh giá là địa phương có nhiều các chính sách QLNN về thương mại tiến bộ và theo sát với sự phát triển của thành phố.

- Ngày 06/7/2010 Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng đã ra Quyết định số 5050/QĐ-UBND về việc miễn thu phí chợ đối với các hộ tiểu thương tại một số chợ trên địa bàn thành phố mỗi năm 01 tháng, theo đó, hàng năm thực hiện việc miễn thu phí chợ 01 tháng (vào kỳ thu phí tương ứng tháng

giêng âm lịch hàng năm) đối với các hộ tiểu thương, thực tế đang thực hiện kinh doanh đúng theo quy định, tại 06 chợ trên địa bàn Thành phố, cụ thể: Chợ Cồn, Chợ Hàn, Chợ Đống Đa, Chợ Khu B Siêu thị, Chợ Đầu mối Hòa Cường, Chợ Hòa Thuận.

- Quyết định 36/2010/QĐ-UBND ngày 18/11/2010 về việc ban hành Quy định về địa điểm kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng chai trên địa bàn thành phố Đà Nẵng, theo đó, Ủy ban nhân dân thành phố có những tiêu chuẩn cụ thể về việc cấp phép kinh doanh cho các đơn vị kinh doanh mặt hàng này trên địa bàn thành phố.

- Quyết định 8087/QĐ-UBND ngày 21/10/2010 của Ủy ban nhân dân thành phố về việc phát triển thương mại điện tử địa phương giai đoạn 2011-2015.

ii. Kết quả đánh giá chất lượng thực thi chính sách vĩ mô ở 3 đô thị lớn điển hình

Các nghiên cứu thực chứng cho thấy, đây là 3 ĐTL điển hình theo nghĩa là 3 ĐTL có chất lượng triển khai, thực thi CSVN đối với phát triển KCHTTM cao nhất trong các ĐTL nước ta và thực tiễn cũng chứng minh qua trình độ phát triển đa dạng, văn minh, hiện đại của KCHTTM ở 3 ĐTL này. Để đánh giá đúng mức chất lượng thực thi CSVN, nghiên cứu này tiến hành điều tra trắc nghiệm dựa trên các đối tượng gồm các nhà quản lý phát triển thương mại và đầu tư, các nhà nghiên cứu Thương mại, các chuyên gia QLNN về thương mại, các nhà quản lý và sử dụng KCHTTM và tổng hợp kết quả qua bảng 2.3 (trang 83).

Từ bảng 2.3 trên có thể rút ra một số nhận xét sau:

- Nhìn tổng quát, 3 ĐTL trên đều có chất lượng triển khai, thực thi CSVN khá đồng bộ trên cả 10 yếu tố và đều đạt mức trên trung bình khá và cận khá. So với mức trung bình hệ thống về mức chất lượng hoạch định (2,99 điểm) cho thấy, nếu tổ chức thực hiện QLNN tốt, các đối tượng tác động của chính sách năng động và có năng lực thì có thể khắc phục được những hạn chế, thiếu hụt trong khâu hoạch định và mang lại chất lượng thực thi cao hơn.

- Tuy nhiên nếu so sánh mức chất lượng tổng hợp cho thấy chất lượng triển khai thực thi CSVN ở Thành phố Hồ Chí Minh cao nhất, tiếp theo là thành phố Đà Nẵng có rất nhiều lợi thế để đạt mức cận biên cao hơn về vị thế và nguồn lực chính sách cho phát triển KCHTTM, tuy nhiên mức chất lượng chỉ đạt trên trung bình khá (3,68 điểm). Điều này cũng được minh chứng khá rõ nét qua yếu tố "Mức hài lòng của đối tượng chính sách với bộ máy và cán

bộ QLNN thực thi CSVN" xét từ cao xuống theo thứ tự thành phố Đà Nẵng (3,88 điểm) đến Thành phố Hồ Chí Minh (3,83 điểm) và thành phố Hà Nội (3,59 điểm).

- Trong quá trình thực thi CSVN ở 3 ĐTL trên cũng đặt ra vấn đề về "tổ chức bộ máy chính quyền đô thị" trong phân cấp và hiệu lực thực thi CSVN đối với phát triển KCHTTM nói riêng và rộng hơn là KCHT KT-XH ĐTL theo cấu trúc 3 cấp (thành phố - quận - phường), đặc biệt cấp phường vừa làm phình đội ngũ công chức, viên chức, vừa phân tán trách nhiệm (và nguồn lực) phát triển KCHT KT-XH trong đó có KCHTTM và tác động làm giảm hiệu suất mục tiêu CSVN đối với phát triển KCHTTM toàn đô thị.

- Một vấn đề "nóng" trong hệ thống KCHTTM có vai trò của CSVN như nêu ở mục 2.1 là tình trạng chủ quan trong triển khai thực thi quy hoạch phát triển và trong thu hút đầu tư - nhất là thu hút FDI và thu hút đầu tư của các đại gia bất động sản nặng về "hoành tráng" và thiếu về tri thức KCHTTM (chợ đầu mối, chợ đô thị mới, trung tâm thương mại lớn) xây dựng hiện đại chứ không phải là trung tâm thương mại hiện đại, tình trạng các nhà FDI thực hiện M&A và cảnh báo các nhà phân phối bán lẻ mạnh, có thương hiệu toàn cầu rút FDI... Những điều này cho thấy hạn chế không chỉ trong hoạch định mà còn trong triển khai, thực thi CSVN ở các ĐTL này.

Bảng 2.3. Đánh giá chất lượng triển khai thực thi CSVN đối với phát triển KCHTTM ở 3 ĐTL điển hình

TT	Các biên quan sát	Hà Nội (n=63)		Tp.HCM (n=53)		Đà Nẵng (n=42)	
		ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC
1	Mức độ triển khai thành định hướng, mức quy hoạch và hướng dẫn thực hiện cho các cấp QLNN địa phương.	3,78	0,654	3,84	0,613	3,88	0,634
2	Mức độ minh bạch, không mâu thuẫn và thống nhất trong các quy định thực thi chính sách của bộ máy QLNN địa phương.	3,56	0,673	3,78	0,618	3,81	0,714
3	Hiệu suất truyền thông và đào tạo năng lực thực thi chính sách cho đội ngũ công chức, viên chức QLNN địa phương.	3,73	0,598	3,75	0,594	3,71	0,617
4	Hiệu suất truyền thông và giáo dục chính sách với các đối tượng chính sách khác nhau của bộ máy QLNN địa phương.	3,61	0,576	3,74	0,607	3,71	0,608
5	Mức độ tinh giản đầu mối tổ chức quản lý và cải cách hành chính bộ máy QLNN địa phương.	3,54	0,688	3,77	0,642	3,93	0,716
6	Hiệu năng thực thi quy trình, thủ tục chính sách với các đối tượng chính sách của bộ máy QLNN địa phương.	3,56	0,667	3,84	0,638	3,76	0,681

7	Chất lượng đội ngũ công chức, viên chức triển khai thực thi chính sách.	3,62	0,675	3,99	0,651	3,87	0,632
8	Năng lực thực thi chính sách (hiểu biết, ghi nhớ và vận dụng thực hiện) của các đối tượng chính sách.	3,54	0,646	3,84	0,639	3,73	0,663
9	Hiệu suất tổ chức nguồn lực, vận dụng các công cụ chính sách và kiểm soát thực hiện chính sách của QLNN địa phương.	3,61	0,563	3,84	0,606	3,97	0,709
10	Mức hài lòng của đối tượng chính sách với tổ chức bộ máy thực hiện chính sách và cán bộ QLNN địa phương	3,59	0,558	3,83	0,621	3,88	0,626
	Chất lượng tổng hợp	3,68	0,586	3,82	0,638	3,80	0,653

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bằng SPSS 16.0)

2.2.3.3. Đánh giá chất lượng triển khai thực thi chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại các đô thị lớn như là một tổng thể dựa trên điều tra trắc nghiệm

Với đối tượng trắc nghiệm là các nhà QLNN với phát triển thương mại ở các ĐTL, các đối tượng chính sách gồm các nhà bán lẻ, BB/XNK, cung ứng dịch vụ logistics và hỗ trợ, xúc tiến thương mại các ĐTL thuộc mẫu điều tra, cấu trúc bảng hỏi gồm 10 biến quan sát và kết quả xử lý dữ liệu đánh giá được tổng hợp trong bảng 2.4.

Bảng 2.4. Đánh giá chất lượng triển khai thực thi CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta

TT	Các biến quan sát	Các yếu tố cấu thành KCHTTM chủ yếu									
		TM BL (n=68)		TM BB/XNK (n=60)		TM DV LOG TT (n=56)		TM DV HT và XT TM (n=51)		Tổng hợp (*) (n=235)	
		ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
1	Mức độ triển khai cụ thể hóa và phát triển chính sách khung thành chính sách triển khai thực hiện	3,11	0,651	3,06	0,612	2,98	0,593	2,92	0,596	3,03	0,631
2	Mức độ minh bạch, thống nhất của các quyết định thực hiện chính sách của QLNN đô thị lớn	2,63	0,591	2,56	0,602	2,42	0,576	2,34	0,574	2,51	0,583
3	Mức hiệu suất truyền thông và đào tạo năng lực quản lý thực hiện chính sách của cán bộ QLNN đô thị lớn	3,13	0,653	3,08	0,608	2,99	0,607	2,95	0,509	3,01	0,617
4	Mức hiệu suất truyền thông và giáo dục chính sách với các đối tượng chính sách	3,02	0,611	2,97	0,603	2,83	0,577	2,79	0,581	2,88	0,594
5	Mức tinh giản đầu mỗi quản lý chính sách và cải cách hành chính của nhà nước địa phương	3,12	0,608	3,07	0,591	2,99	0,586	2,93	0,597	3,08	0,592
6	Hiệu năng thực hiện các quy trình, thủ tục chính sách với các đối tượng chính sách (nhà doanh nghiệp thương mại, nhà đầu tư)	3,02	0,598	2,97	0,592	2,86	0,581	2,81	0,578	2,87	0,586
7	Chất lượng đội ngũ công chức, viên chức quản lý chính sách của nhà nước địa phương	3,06	0,614	3,03	0,608	2,93	0,594	2,91	0,597	2,96	0,603
8	Năng lực thực thi chính sách (tri thức, kỹ năng, kinh nghiệm) của các đối tượng chính sách	2,97	0,596	2,92	0,591	2,83	0,594	2,79	0,578	2,83	0,587
	Hiệu suất tổ chức nguồn lực, vận dụng các công cụ chính sách của QLNN địa phương	3,14	0,631	3,07	0,627	2,96	0,609	2,93	0,598	3,02	0,611
10	Mức hài lòng của các đối tượng chính sách với bộ máy và cán bộ quản lý chính sách của nhà nước địa phương	3,11	0,613	3,08	0,608	2,97	0,588	2,85	0,588	3,08	0,596
	Tổng hợp	3,03	0,628	2,98	0,614	2,84	0,588	2,83	0,582	2,97	0,603

(*) Trị số cột 11 được tính bằng: $0,3*(3) + 0,3*(5) + 0,2*(7) + 0,2*(9)$

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bằng SPSS 16.0)

Từ bảng 2.4 và tình hình thực tế ở mục trên cho phép rút ra một số nhận xét sau:

Một là, xét về tổng thể, chất lượng triển khai thực thi chính sách đạt 2,97 điểm - xếp loại trung bình yếu và về so sánh, chất lượng triển khai thực thi chính sách còn thấp hơn so với chất lượng hoạch định chính sách (3,07 điểm), mặc dù mức chênh lệch chỉ 0,2 điểm nhưng thuộc hai mức chất lượng khác nhau. Theo nhận định của nhiều chuyên gia quản lý kinh tế vĩ mô thì đây cũng là đặc điểm chung của nhiều CSVM khác, điều này làm suy giảm hiệu suất và hiệu quả chính sách.

Hai là, xét về cấu trúc - trong 10 chỉ số chất lượng triển khai thực hiện chính sách thì có 5 chỉ số chỉ đạt mức yếu và trung bình yếu (< 3 điểm), đó là các chỉ số:

- Tính minh bạch, thống nhất trong các quyết định triển khai, thực thi chính sách.
- Truyền thông và giáo dục chính sách với các đối tượng chính sách.
- Hiệu năng thực thi các quy trình, thủ tục chính sách.
- Chất lượng đội ngũ công chức, viên chức tổ chức thực hiện chính sách.
- Năng lực thực thi và thụ hưởng chính sách của các đối tượng chính sách.

Các chỉ số chất lượng còn lại cũng chỉ đạt mức trung bình (từ 3,01 --> 3,08 điểm).

Ba là, một trong những điểm yếu cốt tử của đội ngũ công chức, viên chức QLNN các ĐTL nước ta là hiểu biết rất đơn giản về KCHTTM. Nghiên cứu thực chứng tại một số ĐTL là các thành phố cấp I trực thuộc tỉnh cho thấy hầu hết đều cho rằng KCHTTM chỉ là công trình xây dựng để làm cửa hàng, làm thương mại mà không hiểu rằng nó là bộ mặt thu hút và thỏa mãn nhu cầu, mong muốn của khách hàng, nó là nơi hội tụ và phân luồng các hàng hóa, nó là hạ tầng cho một công nghệ tổ chức, kỹ thuật và quản trị có tính đặc thù; nó đòi hỏi những yêu cầu quy mô, không gian, vị trí địa - thương mại phù hợp. Bài học phát triển mạng lưới chợ bán buôn phát luồng rau quả - thực phẩm không tính đến vị trí địa - Thương mại, đến thói quen - hành vi mua của khách hàng, xây dựng tổng kho không phù hợp với quy luật vận động vật lý hàng hóa theo loại nhu cầu, không tích hợp với KCHT logistics đã gây tổn thất cơ hội rất lớn (không có khách hàng) chính là minh chứng của thực thi chính sách phát triển KCHT thiếu cân nhắc chuyên ngành.

Bốn là, quá trình thực thi các quy hoạch mạng lưới và/hoặc KCHTTM các ĐTL lớn cho thấy hai mặt yếu kém của tổ chức thực thi chính sách: một mặt, nếu triển khai đúng quy hoạch thì không khả thi vì không có nguồn (quỹ) đất cho phát triển KCHTTM (nếu phát triển ở các khu thương mại thuộc thành phố cũ (downtown)) hoặc nếu được dành quỹ đất thì lại không có vị trí địa thương mại phù

hợp và/hoặc được cung ứng dịch vụ phân phối (bán lẻ, bán buôn) không đáp ứng yêu cầu thiết kế - quy hoạch công nghệ thương mại.

Năm là, xét về các yếu tố cấu thành KCHTTM thì triển khai thực thi chính sách với mạng lưới và KCHT bán lẻ có chất lượng cao nhất (đạt 3,21 điểm), trong khi chất lượng triển khai thực thi chính sách cung ứng các dịch vụ phân phối bán lẻ, BB/XNK là thấp nhất (đạt 2,84 điểm), rồi đến cơ sở cung ứng dịch vụ logistics thị trường, cung ứng dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến thương mại (đều đạt < 3 điểm). Đây là một trong những lí do dẫn đến những hạn chế về chất lượng của bản thân KCHTTM, nhất là phát triển KCHTTM hiện đại ở nhiều ĐTL nước ta. Cũng qua những nghiên cứu thực chứng cho thấy, đa số các nhà QLNN ĐTL đều cho rằng phát triển KCHTTM là công việc của các doanh nghiệp thương mại hàng hóa đầu tư và hoạt động thương mại trên nó, mà bỏ qua hoặc hạ thấp một chức năng bản chất của thương mại là cung ứng các dịch vụ phân phối, nghĩa là có một nhà thương mại đầu tư KCHTTM hoàn chỉnh, hiện đại và cho các nhà bán lẻ, bán buôn thuê các diện tích gian thương mại, kho hàng và các dịch vụ thương mại, dịch vụ kĩ thuật và quản lí khác từ một trung tâm thống nhất. Chính vì thiếu định hướng phát triển này nên mặc dù chất lượng KCHT các chợ ĐTL là đảm bảo nhưng do được quản trị điều hành theo mô hình hành chính (ban quản lí chợ) chứ không phải là một loại hình doanh nghiệp thương mại nên giá trị các dịch vụ phân phối ở các chợ là thấp, hoặc đó là lí do còn thiếu vắng các KCHTTM dạng cụm thương mại cấp khu dân cư, các trung tâm thương mại bán lẻ - bán buôn dịch vụ sinh hoạt hoặc tuyến phố các trung tâm thương mại, cửa hàng tổng hợp, cửa hàng chuyên doanh rộng, đồng bộ cấp liên khu và trung tâm đô thị, các trung tâm thương mại BB/XNK, bán lẻ - dịch vụ kinh tế - tài chính vùng kinh tế - quốc gia và quốc tế của ĐTL bởi nếu để các doanh nghiệp thương mại đơn lẻ thì không đủ năng lực tài chính.

Sáu là, xem xét trị số độ lệch chuẩn (ĐLC) cho thấy, độ lệch chuẩn của các biến quan sát và tổng thể đều thấp hơn nhưng đều tiệm cận mức 20%, điều đó một mặt cho thấy, chỉ số chất lượng triển khai thực thi chính sách trung bình là mang tính đại diện thống kê ở các ĐTL, mặt khác cũng cho thấy, nếu áp dụng quy tắc 2 thì bên cạnh các ĐTL đạt mức điểm 3,6 - 3,8 như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng trên, còn 38 - 42% số ĐTL đạt mức dưới 2,3 - 2,5 điểm - đạt mức yếu. Đây là một yếu tố cần được quan tâm nâng cấp chất lượng tổng thể và nâng cấp chất lượng triển khai thực thi chính sách này cho các ĐTL còn đạt mức yếu.

2.2.4. Thực trạng mức độ tác động của chính sách vĩ mô đến hiệu suất phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Đánh giá được các chỉ số mang tính định tính và trừu tượng này là một công việc khó, trong nghiên cứu này, vận dụng mô hình nghiên cứu của GS.TS Nguyễn Bách Khoa [54, tr. 18] coi KCHT của các doanh nghiệp thương mại là loại hoạt động hỗ trợ cho các hoạt động kinh doanh thương mại cơ bản của doanh nghiệp thương mại như mô hình của M.Porter, tức là KCHT cũng có bản chất cung ứng dịch vụ xuất phát từ bản chất và thước đo của phát triển KCHTTM chính là các tiêu chí giá trị và chất lượng của nó. Ở đây:

- Chất lượng KCHTTM được đo bằng 4 biến độc lập gồm chất lượng kỹ thuật, chất lượng chức năng, chất lượng định vị và chất lượng quan hệ của KCHT, với thang đo gồm 10 biến quan sát phản ánh mức độ đáp ứng nhu cầu của thị trường thương mại.

- Giá trị của KCHTTM được đo bằng 5 biến độc lập gồm giá trị xã hội, giá trị chức năng, giá trị cảm xúc, giá trị kinh doanh và giá trị tài sản của KCHT với thang đo gồm 15 biến quan sát phản ánh mức độ đáp ứng mong muốn của đối tượng sử dụng và thụ hưởng KCHTTM.

- Từ các kết quả nghiên cứu chất lượng và giá trị KCHTTM trên, nghiên cứu này mạnh dạn đo lường mức độ tác động của chính sách đến hiệu suất phát triển hiện tại thông qua 9 biến độc lập của 2 tiêu chí chất lượng và giá trị KCHTTM. Trên cơ sở đó kiểm định mô hình hồi qui bội giữa mức tác động và các yếu tố nội dung CSVN.

- Cuối cùng, nghiên cứu này đánh giá sự thỏa mãn với KCHTTM và sự hài lòng với CSVN được đo trực tiếp bằng 7 biến độc lập là chất lượng KCHT, giá trị KCHT, mức thỏa mãn của khách hàng về quy mô mạng lưới thương mại, về cơ cấu loại hình mạng lưới thương mại hiện đại, mức hài lòng của người quản lý sử dụng và của khách hàng với KCHTTM.

Kết quả xử lý dữ liệu điều tra về chất lượng KCHTTM (xem bảng 2.5), về giá trị KCHTTM (xem bảng 2.6), về mức độ tác động của CSVN tới hiệu suất phát triển KCHTTM (xem bảng 2.7) và về sự thỏa mãn với KCHTTM cũng như với CSVN (xem bảng 2.8) ở các ĐTL nước ta.

Bảng 2.5. Đánh giá chất lượng KCHTTM ĐTL nước ta

TT	Các biên quan sát	TM BL		TM BB/XNK		TM DV LOG TT		TM DV HT và XTTM		Tổng hợp	
		ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC
1	Chất lượng kỹ thuật ($k_1=0,3$)	3,46	0,625	3,37	0,594	3,14	0,613	3,08	0,607	3,29	0,608
1.1	Mức đáp ứng định chuẩn quy hoạch mạng lưới	3,51	0,594	3,48	0,603	3,29	0,612	3,03	0,603	3,36	0,607
1.2	Mức đáp ứng tiêu chuẩn KT- CN KCHT	3,40	0,612	3,27	0,587	3,04	0,606	3,08	0,597	3,22	0,597
1.3	Mức đáp ứng vị trí phân bố mạng lưới	3,47	0,609	3,36	0,591	3,09	0,617	3,13	0,612	3,13	0,611
2	Chất lượng chức năng ($k_2=0,3$)	3,14	0,592	3,11	0,597	3,02	0,597	2,97	0,601	3,07	0,603
2.1	Mức đáp ứng yêu cầu tác nghiệp kinh doanh cơ bản của KCHT	3,21	0,604	3,18	0,592	3,07	0,621	2,92	0,591	3,11	0,617
2.2	Mức đáp ứng yêu cầu dịch vụ khách hàng của KCHT	3,18	0,586	3,11	0,606	3,02	0,587	3,03	0,603	3,09	0,597
2.3	Mức đáp ứng nhu cầu thị trường của quy mô và cơ cấu mạng lưới thương mại	3,03	0,594	3,04	0,598	2,98	0,592	2,97	0,609	3,01	0,598
3	Chất lượng định vị ($k_3=0,2$)	3,05	0,606	2,99	0,592	2,91	0,581	2,98	0,595	2,97	0,590
3.1	Mức định vị tương quan chất lượng giá phí KCHTTM	3,07	0,608	2,96	0,583	2,88	0,588	2,94	0,588	2,95	0,591
3.2	Mức định vị hình ảnh thân thiện/gần gũi của khách hàng với mạng lưới	3,03	0,603	3,02	0,601	2,94	0,575	3,02	0,603	3,00	0,588
4	Chất lượng quan hệ ($k_4=0,2$)	3,02	0,587	3,00	0,594	2,89	0,596	3,01	0,609	2,98	0,595
4.1	Mức độ tích hợp hài hòa với KCHT KT-XH ĐTL	3,04	0,597	2,97	0,578	2,86	0,598	3,08	0,607	2,98	0,583
4.2	Mức độ đáp ứng yêu cầu TM với môi trường ĐTL	3,01	0,581	3,03	0,613	2,92	0,594	2,94	0,612	2,96	0,597
	Tổng hợp	3,17	0,602	3,14	0,593	2,99	0,598	3,01	0,601	3,09	0,597

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS 16.0)

Bảng 2.6. Đánh giá giá trị KCHTTM ĐTL nước ta

TT	Các biến quan sát	TM BL		TM BB/XNK		TM DV LOG TT		TM DV HT và XTTM		Tổng hợp	
		ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC
1	Giá trị xã hội	3,00	0,596	2,89	0,541	2,83	0,582	2,91	0,569	2,91	0,566
1.1	Mức độ nhận biết và khác biệt hóa KCHTTM	3,04	0,602	2,92	0,548	2,85	0,588	2,98	0,577	2,96	0,573
1.2	Mức độ điển hình hóa (typicalisation) mạng lưới thương mại	2,96	0,577	2,87	0,532	2,81	0,576	2,84	0,561	2,86	0,558
2	Giá trị chức năng	3,07	0,594	2,85	0,576	2,93	0,586	2,95	0,571	2,95	0,576
2.1	Mức độ phát triển mạng lưới thương mại hiện đại	3,17	0,611	3,03	0,598	2,96	0,568	2,98	0,574	3,04	0,574
2.2	Mức độ hiện đại hóa KCHT (kiến trúc, công nghệ, quản trị)	3,03	0,603	2,89	0,561	2,83	0,574	3,01	0,591	2,94	0,586
2.3	Mức độ tiết kiệm chi phí khách hàng dễ tiếp cận và thực hiện thương vụ trên KCHTTM	3,01	0,596	2,94	0,573	2,91	0,591	2,85	0,546	2,93	0,568
2.4	Mức thỏa mãn mong muốn của người quản trị và sử dụng KCHT	3,06	0,584	2,86	0,562	3,02	0,587	2,96	0,572	2,97	0,575
3	Giá trị cảm xúc	3,01	0,593	2,97	0,571	2,99	0,582	2,94	0,569	2,99	0,563
3.1	Mức cảm xúc an toàn và tin cậy với khách hàng mạng lưới	3,05	0,601	3,01	0,588	2,97	0,571	2,88	0,552	2,97	0,572
3.2	Mức cảm xúc ưa thích, gắn bó và tự trọng của người sử dụng KCHT	2,98	0,585	2,93	0,564	3,01	0,493	3,00	0,586	3,01	0,554
4	Giá trị tài sản	3,04	0,588	2,94	0,552	2,87	0,567	2,93	0,573	2,95	0,564
4.1	Mức đóng góp vào thu hút khách hàng và doanh thu (ROS)	3,07	0,592	2,97	0,518	2,86	0,556	2,92	0,571	2,97	0,557
4.2	Mức đóng góp vào tăng năng suất lao động và năng lực kinh doanh của mạng lưới	2,99	0,584	2,83	0,497	2,81	0,567	3,01	0,583	2,91	0,561
4.3	Mức đóng góp vào hoàn vốn đầu tư và tài sản mạng lưới (ROI, ROA)	3,05	0,589	3,01	0,583	2,94	0,578	2,87	0,566	2,97	0,574
5	Giá trị cạnh tranh	3,0	0,592	2,91	0,556	2,88	0,558	2,89	0,557	2,93	0,565
5.1	Mức đóng góp tạo giá trị cạnh tranh về "bằng chứng vật chất"	2,98	0,578	2,88	0,529	2,82	0,548	2,94	0,568	2,91	0,552
5.2	Mức đóng góp tạo danh tiếng thương hiệu mạng lưới TM	3,02	0,601	2,95	0,566	2,80	0,524	2,81	0,533	2,91	0,563
5.3	Mức xã hội hóa thu hút đầu tư phát triển và nâng cấp KCHTTM	3,04	0,598	2,91	0,574	3,02	0,602	2,92	0,569	2,97	0,581
	Tổng hợp	3,02	0,564	2,91	0,558	2,90	0,578	2,92	0,569	2,94	0,568

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bằng SPSS 16.0)



Bảng 2.7. Đánh giá mức độ tác động của CSVN đến hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL dựa trên đối tượng chính sách

TT	Các biến quan sát	TM BL		TM BB/XNK		TM DV LOG TT		TM DVHT và XTTM		Tổng hợp	
		ĐTB(*)	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC
1	Với chất lượng KCHTTM	3,28	0,618	3,21	0,593	2,95	0,568	2,84	0,537	3,07	0,576
1.1	Chất lượng kĩ thuật	3,43	0,642	3,32	0,605	3,01	0,583	2,84	0,528	3,15	0,587
1.2	Chất lượng chức năng	3,26	0,606	3,18	0,592	2,89	0,567	2,79	0,503	3,03	0,552
1.3	Chất lượng định vị	3,24	0,598	3,26	0,618	2,93	0,577	2,81	0,552	3,06	0,586
1.4	Chất lượng quan hệ	3,18	0,601	3,08	0,584	2,91	0,594	2,92	0,561	3,02	0,581
2	Với giá trị KCHTTM	3,12	0,612	3,02	0,587	2,89	0,548	2,75	0,516	2,94	0,561
2.1	Giá trị xã hội	3,18	0,598	3,04	0,588	2,88	0,553	2,76	0,513	2,96	0,554
2.2	Giá trị chức năng	3,23	0,621	3,17	0,602	2,92	0,562	2,71	0,508	3,01	0,562
2.3	Giá trị cảm xúc	3,08	0,587	2,97	0,574	2,86	0,549	2,68	0,501	2,89	0,541
2.4	Giá trị tài sản	3,11	0,596	2,93	0,566	2,92	0,568	2,87	0,529	2,93	0,549
2.5	Giá trị cạnh tranh	3,09	0,603	2,98	0,592	2,90	0,528	2,73	0,531	2,92	0,576
	Tổng hợp (**)	3,24	0,616	3,15	0,589	2,93	0,556	2,79	0,527	3,02	0,568

Ghi chú:

(*) Thang đo tác động là thang Likert 5 điểm: 1 điểm - tác động kém; 2 điểm - tác động yếu; 3 điểm - tác động trung bình; 4 điểm - tác động khá; 5 điểm - tác động lớn, hoàn toàn.

(**) Các trị số tổng hợp là bình quân số học của các chỉ số thành phần.

(Nguồn: Kết quả xử lí dữ liệu bằng SPSS 16.0)

Bảng 2.8. Đánh giá mức độ thỏa mãn với phát triển KCHTTM ĐTL

và với CSVM dựa trên đối tượng chính sách

TT	Các biến quan sát	TM BL		TM BB/XNK		TM DV LOG TT		TM DV HT và XTMM		Tổng hợp	
		ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC	ĐTB	ĐLC
1	Sự thỏa mãn với quy mô mạng lưới TM	3,21	0,606	3,09	0,584	3,02	0,596	3,04	0,601	3,09	0,597
2	Sự thỏa mãn cơ cấu loại hình KCHTTM hiện đại nói chung và thương mại đô thị nói riêng	3,12	0,584	2,98	0,563	2,87	0,547	2,84	0,559	2,95	0,562
3	Sự thỏa mãn phân bố quy hoạch mạng lưới thương mại	3,18	0,591	2,92	0,571	2,94	0,578	2,94	0,572	2,99	0,581
4	Sự thỏa mãn chất lượng KCHTTM	3,17	0,602	3,14	0,593	2,99	0,598	3,01	0,601	3,09	0,597
5	Sự thỏa mãn giá trị KCHTTM	3,02	0,564	2,91	0,558	2,90	0,578	2,92	0,569	2,94	0,568
6	Sự thỏa mãn chung của nhà quản trị và sử dụng KCHTTM	3,14	0,613	3,06	0,598	3,04	0,592	3,08	0,591	3,08	0,602
7	Sự thỏa mãn chung của khách hàng với KCHTTM	3,03	0,601	2,98	0,567	2,91	0,568	2,87	0,558	2,93	0,577
8	Tổng hợp mức độ thỏa mãn với KCHTTM	3,12	0,592	3,01	0,574	2,95	0,582	2,96	0,578	3,01	0,586
9	Mức hài lòng chung với CSVM đối với phát triển KCHTTM	3,18	0,613	3,09	0,592	3,03	0,598	2,98	0,569	3,07	0,597

(Nguồn: Kết quả xử lý dữ liệu bằng phần mềm SPSS 16.0)

Từ các bảng 2.5 đến 2.8 trên cho phép rút ra một số nhận xét chủ yếu sau:

Một là, về chất lượng KCHTTM - kết quả điều tra cho thấy điểm trung bình mức chất lượng chung của KCHTTM ĐTL đạt 3,09 điểm - xếp hạng trung bình. Xét về yếu tố cấu thành KCHTTM thì KCHTTM bán lẻ có mức chất lượng cao nhất (3,17 điểm) và KCHTTM dịch vụ logistics thị trường có mức chất lượng thấp nhất (2,99 điểm). Xét về yếu tố cấu thành chất lượng KCHTTM, yếu tố chất lượng kỹ thuật của KCHTTM có trị số cao nhất (3,29 điểm) và yếu tố chất lượng định vị chất lượng quan hệ của KCHTTM là có trị

số dưới 3 điểm - xếp hạng trung bình yếu. Trong 10 biến quan sát có 3 biến đều có trị số chất lượng xếp hạng trung bình yếu là:

- Tương quan chất lượng/giá thành KCHT.
- Mức tích hợp hài hòa giữa KCHTTM với KCHT KT-XH ĐTL.
- Mức đáp ứng yêu cầu KCHTTM với môi trường.

Những điểm yếu chất lượng trên đã dẫn đến những hạn chế chất lượng chức năng của KCHTTM với trị số thấp hơn điểm trung bình chất lượng chung trong đó 2/3 chỉ tiêu đạt thấp so với yêu cầu.

- Quy mô và cơ cấu KCHT đáp ứng mức trung bình thấp với nhu cầu thị trường.
- KCHTTM đáp ứng thấp yêu cầu dịch vụ khách hàng.

Một điểm yếu quan trọng của KCHTTM đó là có sự phân hóa chất lượng KCHT các cơ sở thương mại với các cơ sở cung ứng dịch vụ (kể cả dịch vụ phân phối, logistics và hạ tầng xúc tiến thương mại) và dẫn đến sự phát triển chưa đồng bộ trong cấu trúc KCHTTM và mạng lưới thương mại ĐTL nước ta hiện nay.

Hai là, về giá trị KCHTTM, những nghiên cứu lí luận và thực chứng đã chỉ ra rằng, trong kinh doanh hiện đại - thay cho quan niệm sản phẩm là quan niệm giá trị, các khách hàng bên cạnh quan tâm tới chất lượng của nó ngày càng đánh giá cao các yếu tố giá trị của sản phẩm đó cung ứng và chia sẻ cho họ, chính giá trị mới là động lực cho hành vi và cũng là chỉ số chủ yếu tác động lớn hơn so với chỉ số chất lượng trong thỏa mãn của khách hàng. Vì vậy để đánh giá phát triển KCHTTM, bên cạnh chỉ số chất lượng, nghiên cứu này còn dành quan tâm đến chỉ số giá trị của KCHTTM. Kết quả điều tra và xử lí dữ liệu đã chỉ ra mức giá trị trung bình chung đạt 2,94 điểm - xếp hạng trung bình yếu, trị số này thấp hơn điểm trung bình chất lượng nêu trên (3,09 điểm). Mức chênh lệch này cho thấy, chất lượng KCHTTM dù mới chỉ mang lại giá trị thấp hơn, còn lãng phí một bộ phận chất lượng chưa được huy động để thỏa mãn "mong muốn" của người sử dụng và khách hàng của chúng. Xét yếu tố cấu thành KCHTTM, có 3/4 yếu tố đều đạt mức giá trị < 3 điểm, chỉ có KCHTTM bán lẻ đạt hạng giá trị trung bình (3,02 điểm). Xét về yếu tố cấu thành giá trị, cả 5/5 yếu tố giá trị đều ở mức < 3 điểm (bao gồm giá trị xã hội, giá trị cạnh tranh, giá trị chức năng, giá trị tài sản và giá trị cảm xúc - xếp theo thứ tự tăng dần từ 2,91 điểm đến 2,99 điểm). Xét chi tiết hơn trong 14 biến quan sát chỉ có 2/14 biến đạt mức trung bình (3,01

điểm và 3,04 điểm), còn lại 12/14 biến quan sát đều đạt < 3 điểm. Trong các biến này có 6/14 biến có hàm ý chính sách quan trọng nhưng đều đạt mức thấp nhất.

- Mức độ điện hình hóa mạng lưới và KCHTTM thuộc chỉ số giá trị xã hội của KCHTTM.

- Mức độ hiện đại hóa KCHT và mức tiết kiệm chi phí khách hàng trong tiếp cận và sử dụng KCHTTM thuộc chỉ số giá trị chức năng của KCHTTM.

- Mức đóng góp vào năng suất lao động và năng lực kinh doanh của mạng lưới thuộc chỉ số giá trị tài sản của KCHTTM.

- Mức đóng góp tạo giá trị "bằng chứng vật chất" và danh tiếng thương hiệu mạng lưới thuộc chỉ số giá trị cạnh tranh của KCHTTM.

Ba là, về mức độ tác động của CSVN đến phát triển KCHTTM thông qua các yếu tố chất lượng và giá trị KCHTTM ĐTL hiện tại. Để đánh giá mức độ tác động một cách chính xác là rất khó. Trong nghiên cứu này việc đánh giá được thực hiện dựa trên nhận định của các đối tượng chính sách - những người có trách nhiệm nắm hiểu và thực thi chính sách. Việc đánh giá được kết cấu theo từng yếu tố KCHTTM bao gồm: nhà quản trị các cơ sở thương mại bán lẻ đánh giá mức tác động của chính sách đến khách hàng và giá trị KCHTTM bán lẻ và tương tự với các yếu tố KCHTTM khác. Tham gia đánh giá còn có các nhà QLNN địa phương về thương mại và các chuyên gia, các nhà nghiên cứu phát triển thương mại. Việc đánh giá mức tác động theo thang Likert 5 điểm/5 khoảng cách. Cụ thể:

- [1-1,5): Tác động kém (tương đương từ 0 đến 20% kết quả)
- [1,5-2,5): Tác động yếu (tương đương từ 20% đến 40% kết quả)
- [2,5-3,5): Tác động trung bình (tương đương từ 40% đến 60% kết quả)
- [3,5-4,5): Tác động khá (tương đương từ 60% đến 80% kết quả)
- [4,5-5]: Tác động tốt (tương đương từ 80% đến 100% kết quả)

Phương pháp này được xác lập dựa trên tiền đề rằng để đạt tới một mức phát triển xác định của một khách thể đều có nguyên nhân từ 2 tác động: của nhà nước và của cơ chế thị trường tự nhiên. Tổng 2 lực tác động là 100% và không bao giờ có 1 trong 2 lực bằng 0.

Kết quả xử lý dữ liệu điều tra cho thấy điểm trung bình chung tác động của chính sách đến phát triển KCHTTM đạt 3,02 điểm - xếp hạng có tác động trung bình, nghĩa là các CSVN hiện hành có tác động 52% đến kết quả phát triển đến hiện tại (thời điểm nghiên cứu) của KCHTTM ĐTL, và như vậy 48% kết quả

hiện tại là do tác động của bản thân cơ chế thị trường tự nhiên điều tiết. Tuy nhiên xét về các yếu tố KCHTTM thì với 2/4 yếu tố gồm KCHTTM dịch vụ logistics thị trường và dịch vụ xúc tiến và hỗ trợ thương mại đều đạt < 3 điểm, nghĩa là trong phát triển hai yếu tố trên phần đa số là do tác động của cơ chế thị trường. Điều này cũng cho thấy một phần yếu của CSVM với hai yếu tố này. Xét về các yếu tố chất lượng và giá trị của KCHTTM cho thấy CSVM mới chỉ chủ yếu tác động đến chất lượng KCHTTM còn chưa tác động nhiều đến yếu tố giá trị của chúng (đạt 2,94 điểm). Đây cũng là lí do có chênh lệch giữa chất lượng và giá trị KCHTTM hiện tại.

Bốn là, về mức độ thỏa mãn với KCHTTM và với CSVM. Trong lí luận quản lí chính sách công và marketing cho bộ phận công đã chỉ rõ, sự thỏa mãn hay hài lòng (satisfactions) của các đối tượng chính sách công, các khách hàng dịch vụ công là một chỉ số trọng yếu nhất để đánh giá sự đồng thuận, tin tưởng, gắn bó và tự giác với chính sách, đồng thời cũng là chỉ số phản ánh hiệu lực và hiệu quả bền vững của các chính sách công cũng như của CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL nói riêng. Trong nghiên cứu này đã đưa ra 7 chỉ số thỏa mãn với KCHTTM ĐTL và 4 chỉ số cấu thành sự thỏa mãn chung của 4 nhóm đối tượng chính sách và kết quả được tổng hợp qua bảng 2.11.

Từ bảng 2.11 cho thấy, mức thỏa mãn trung bình chung với KCHTTM ĐTL đạt 3,01 điểm - xếp hạng trung bình là chưa xứng tầm với các ĐTL về phát triển thị trường và thương mại. Xét về yếu tố cấu thành KCHTTM cũng cho thấy, ngoài KCHTTM bán lẻ có trị số trên trung bình, còn với KCHTTM BB/XNK, dịch vụ phân phối, thương mại điện tử, B2C, B2B, logistics, hỗ trợ và xúc tiến thương mại còn nhiều mặt chưa thỏa mãn kể cả các nhà quản lí Thương mại và khách hàng của chúng. Xét về yếu tố cấu thành sự thỏa mãn, 4/7 biến quan sát đạt mức dưới 3 điểm - xếp hạng trung bình yếu, đó là các chỉ số:

- Mức thỏa mãn về cơ cấu, loại hình KCHTTM hiện đại
- Mức thỏa mãn về vị trí địa - thương mại của phân bố KCHTTM
- Mức thỏa mãn về giá trị cung ứng của KCHTTM
- Mức thỏa mãn chung của khách hàng với KCHTTM

Điều này một lần nữa cho thấy những chỉ số về sự thỏa mãn không phải chỉ với "nhu cầu" - được hiểu là những yêu cầu tất yếu, căn bản phải có của con người và xã hội (chất lượng) mà còn là thỏa mãn "mong muốn" - được hiểu là một nhu cầu được định hướng cho một đối tượng chuyên biệt để thỏa mãn nhu

cầu đó, và cái thỏa mãn mong muốn chính là giá trị. Để làm rõ hơn xin trích một luận đề của P.Kotler: "Mọi người đều có nhu cầu ăn, nhưng người Mỹ mong muốn ăn Hamburger, người Pháp lại (mong) muốn ăn các đồ chiên rán và đồ uống nhẹ trong khi người Mauritius lại (mong) muốn ăn cơm, rau đậu, và quả xoài" [60, tr. 11]. Điều đó có nghĩa, KCHTTM không phải là những cơ sở vật chất - kĩ thuật mà phải là các "giải pháp" cơ sở vật chất kĩ thuật và mạng lưới thương mại. Đối tượng của sự thỏa mãn với KCHTTM không chỉ là với người quản trị sử dụng chúng mà còn là các nhà đầu tư phát triển KCHTTM và người thụ hưởng - khách hàng của các KCHTTM đó.

Năm là, sự thỏa mãn còn hướng tới các CSVM đã được hoạch định, ban hành và triển khai thực thi ở các ĐTL. Kết quả xử lí dữ liệu điều tra cũng chỉ rõ, mức thỏa mãn trung bình chung đạt 3,07 điểm - xếp loại trung bình, điều đó có nghĩa bên cạnh những tiến bộ và phát triển trong quản lí CSVM đối với phát triển KCHTTM, nhưng với vị thế là các ĐTL, mức thỏa mãn trên là còn nhiều mặt chưa thỏa mãn với các CSVM cho phát triển KCHTTM của dịch vụ phân phối bán lẻ, BB/XNK, logistics thị trường, hỗ trợ và xúc tiến thương mại (đều đạt mức < 3 điểm). Điều này không chỉ có nghĩa đây là những điểm yếu cần khắc phục mà còn có nghĩa tích cực để minh chứng cho vai trò của CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL nói riêng và với phát triển KT-XH nói chung, ở những khách thể nào mà chất lượng hoạch định và triển khai thực thi chính sách càng tốt thì chất lượng, giá trị của khách thể càng cao và sự thỏa mãn với CSVM đó cũng càng cao và ngược lại. Đó cũng chính là lời giải cho mô hình nghiên cứu đã đặt ra ở chương 1 luận án.

2.2.5. Kiểm định giả thuyết nghiên cứu qua mô hình hồi qui bội giữa mức tác động của chính sách vĩ mô với chất lượng các hợp phần nội dung chính sách

Nghiên cứu này sử dụng mô hình hồi qui bội để kiểm định các giả thuyết và dự báo các giá trị của tổng thể nghiên cứu (Ducan, 1996): Dựa trên kết quả phân tích nhân tố khám phá (EFA) ở chương 1, hiệu suất mục tiêu CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL phụ thuộc vào chất lượng kiểm định nhu cầu kinh tế (ENT), chất lượng tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại (ITS), chất lượng qui hoạch phát triển (QH), chất lượng thu hút, xã hội hóa đầu tư phát triển (ĐT), chất lượng liên kết và phối hợp KCHT (LK) và chất lượng kiểm tra, kiểm soát phát triển của Nhà nước (KS). Sáu yếu tố này là các biến độc lập và

mức độ tác động của CSVM đến hiệu suất phát triển KCHTTM như là yếu tố hạt nhân của hiệu suất mục tiêu CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL và biến phụ thuộc trong mô hình hồi qui tuyến tính bội.

Phép hồi qui tuyến tính trong chương trình SPSS được sử dụng để chạy phần mềm phân tích hồi qui bội. Trong đó:

- Giá trị R chỉ rõ độ lớn của mối quan hệ giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc.

- Hệ số xác định (R^2) có trị số càng cao thì khả năng giải thích của mô hình hồi qui càng lớn và việc dự đoán biến phụ thuộc càng chính xác.

- Giá trị F được xác định qua phép kiểm định phân tích phương sai (ANOVA) nếu có ý nghĩa đáng kể về mặt thống kê ($p < 0,001$) thì sẽ bác bỏ được giả thuyết thuận về mối quan hệ không tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc.

- Hệ số becta (β) là hệ số hồi qui chuẩn hóa cho phép so sánh trực tiếp giữa các hệ số và được xem như khả năng giải thích biến phụ thuộc. Trị tuyệt đối của β chuẩn hóa càng lớn thì tầm quan trọng tương đối của nó trong dự đoán biến phụ thuộc càng cao.

- Hệ số tương quan từng phần (partial R) đo lường độ lớn của mối quan hệ giữa biến phụ thuộc và một biến độc lập khi các biến độc lập khác trong mô hình hồi qui không thay đổi.

- Giá trị T nếu có mức ý nghĩa đáng kể về mặt thống kê ($p < 0,05$) được xác định qua phép thống kê T - test và ANOVA cho phép tiến hành phân tích đa nhóm. Giá trị T càng lớn cho thấy càng có sự khác biệt giữa các nhóm đánh giá giữa nhóm các nhà QLNN về phát triển thương mại và KCHTTM và nhóm các nhà phân phối, đầu tư - đối tượng tác động của chính sách cũng như khách hàng thụ hưởng KCHTTM.

Kết quả xử lý dữ liệu phân tích hồi qui tuyến tính bội được tổng hợp trong bảng 2.9.

Bảng 2.9. Kết quả hồi qui bội: Mức tác động của CSVM tới hiệu suất phát triển và chất lượng các hợp phần nội dung CSVM

Biến		Hệ số Beta	R từng phần	Giá trị T	Mức ý nghĩa T
Phụ thuộc	Độc lập				
Mức tác	Chất lượng CS ENT phát triển (ENT)	0,148	0,141	2,512*	0,000

động của CSVM tới hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL (MTĐ CS)	Chất lượng CS tiêu chuẩn CN, TM phát triển (ITS)	0,132	0,147	2,687**	0,015
	Chất lượng CS quy hoạch phát triển (QH)	0,321	0,328	6,358*	0,019
	Chất lượng CS đầu tư phát triển (ĐT)	0,313	0,326	6,183*	0,000
	Chất lượng CS liên kết phát triển (LK)	0,201	0,219	5,187**	0,014
	Chất lượng CS kiểm tra, kiểm soát phát triển (KS)	0,134	0,125	3,368	0,000
R ² điều chỉnh = 0,643; giá trị F = 98,16 * - Mức ý nghĩa của F = 0,000					

Ghi chú: * Mức ý nghĩa thống kê $p < 0,001$; ** Mức ý nghĩa thống kê $p < 0,05$

(Nguồn: Tác giả)

Từ bảng 2.9 cho phép rút ra một số nhận xét:

Thứ nhất, mô hình với 6 biến độc lập và biến phụ thuộc là mức tác động của CSVM đến hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL là có ý nghĩa thống kê ở mức $p < 0,001$.

Thứ hai, giá trị $F = 98,16$ với ý nghĩa thống kê $< = 0,001$ cho thấy mô hình hồi qui nhận được là phù hợp với bộ dữ liệu thu thập được.

Thứ ba, R² điều chỉnh cho thấy độ tương thích của mô hình hồi qui bội là 64,3% hay nói cách khác khoảng 65% sự biến thiên của biến phụ thuộc được giải thích bởi 6 biến độc lập trên.

Thứ tư, hệ số beta chuẩn từ 0,132 đến 0,321 với $p < 0,05$. Điều đó có nghĩa cả 6 hợp phần nội dung CSVM này đều là chỉ số dự đoán tốt cho mức tác động của CSVM đến hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL nước ta. Như vậy mô hình hồi qui bội thể hiện mức tác động của CSVM đến hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL nước ta dựa trên kết quả điều tra của luận án là:

$$MTĐCS = 0,146ENT + 0,132ITS + 0,328QH + 0,326ĐT + 0,219LK + 0,134KS.$$

Phương trình hồi qui trên chỉ ra rằng, chất lượng hợp phần chính sách qui hoạch phát triển và chính sách thu hút, xã hội hóa đầu tư phát triển có ý nghĩa quan trọng thứ nhất và thứ nhì tạo nên mức tác động của CSVM, kế đến là chất lượng các hợp phần chính sách liên kết phối hợp các yếu tố, loại hình KCHTTM theo chuỗi cung ứng giá trị và chính sách kiểm định ENT xếp thứ ba và thứ tư về độ quan trọng, cuối cùng là chất lượng các hợp phần chính sách tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại với phát triển và chính sách kiểm tra, kiểm soát phát triển của Nhà nước.

Thứ năm, giá trị T từ 2,512 đến 6,358 và mức ý nghĩa của $T < 0,05$ cho thấy có một sự khác biệt nhưng không lớn về đánh giá chất lượng các yếu tố

(biên quan sát) nội dung các chính sách thành phần giữa nhóm mẫu điều tra là các nhà QLNN (nhất là khối địa phương các ĐTL) và nhóm mẫu là các nhà phân phối - thương mại, đầu tư và khách hàng thụ hưởng KCHTTM (thường nhóm trên có mức đánh giá cao hơn). Tuy nhiên, xét trên tổng thể tập mẫu thì mô hình trên là đảm bảo ý nghĩa thống kê và dự đoán tốt.

2.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG THỰC TRẠNG VÀ NGUYÊN NHÂN CÁC HẠN CHẾ TỒN TẠI CỦA CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN

2.3.1. Những ưu điểm, thành công của chính sách vĩ mô

Một là, đã tạo lập được một sự nhất quán và phù hợp trong chủ trương, tư duy và quan điểm CSVN về phát triển KCHTTM nói chung và ĐTL nói riêng.

Hai là, đã đảm bảo được tính hệ thống và khá đồng bộ trong phát triển KCHTTM đặc biệt trong thương mại bán lẻ ĐTL, mang lại một sắc thái mới trong thị trường và thương mại bán lẻ ĐTL ngày càng được điển hình hóa và hiện đại hóa.

Ba là, đã có những phát triển và hài hòa hóa trong CSVN đáp ứng lộ trình hội nhập quốc tế theo định chế WTO với các thương nhân nước ngoài đầu tư phát triển KCHTTM ở Việt Nam.

Bốn là, hiệu lực và hiệu quả các CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL ngày càng cao và đảm bảo tính trật tự quy hoạch ĐTL hiện đại.

Năm là, nội hàm chính sách về phát triển KCHTTM hàng hóa ngày càng hoàn thiện, đã có sự quan tâm, khuyến khích khá thích đáng trong CSVN về khuyến khích phát triển các yếu tố KCHTTM hiện đại trên cả các mặt chức năng phân phối lưu thông hàng hóa và cung ứng các dịch vụ, phát triển thương mại đô thị phù hợp với xu thế thương mại thế giới và phù hợp điều kiện Việt Nam.

Sáu là, đã có sự đổi mới và đảm bảo tính phù hợp, kịp thời, thống nhất trong chính sách phân cấp tổ chức QLNN về phát triển KCHTTM giữa các cơ quan nhà nước có thẩm quyền của nhà nước trung ương và nhà nước địa phương. Đây chính là yếu tố giải pháp chính sách đảm bảo sự phát triển nhanh, tập trung và hiện đại của KCHTTM các ĐTL so với các đô thị vừa và nhỏ và khu vực nông thôn.

Bảy là, các CSVN về phát triển KCHTTM đã đáp ứng được về cơ

bản các yêu cầu đối với chính sách và đã phát huy vai trò "bàn tay hữu hình" trong đảm bảo tạo "nền tảng" cho phát triển hoạt động thương mại và thị trường các ĐTL nước ta thời gian qua.

2.3.2. Những hạn chế, điểm yếu của chính sách vĩ mô

Một là, chất lượng nội dung CSVM còn thấp so với yêu cầu, tồn tại sự mất cân đối và thiếu đồng bộ giữa các yếu tố nội dung CSVM đối với phát triển KCHTTM BB/XNK và dịch vụ thương mại các ĐTL so với KCHTTM bán lẻ.

Hai là, về hoạch định chính sách còn thiếu những luận cứ khoa học, thiếu tính dự báo của sự phát triển các hình thức thương mại mới, hiện đại trong cấu trúc chính sách còn thiếu các thành tố đặc biệt là các giải pháp và công cụ chính sách.

Ba là, hiệu lực và hiệu quả chính sách còn nhiều mặt hạn chế, thấp và bất cập giữa các yếu tố KCHTTM ĐTL, đặc biệt là các yếu tố chính sách phát triển KCHTTM BB/XNK, cung ứng các dịch vụ phân phối, dịch vụ logistics thị trường và dịch vụ hỗ trợ, xúc tiến thương mại.

Bốn là, còn thiếu những CSVM phù hợp và khuyến khích phát triển các yếu tố KCHTTM tiến bộ và hiện đại.

Năm là, tính bền vững và ổn định các CSVM đối với phát triển KCHTTM còn nhiều hạn chế, thủ tục hành chính phức tạp và chi phí cao, đặc biệt đối với các nhà đầu tư - thương nhân nước ngoài trong hài hòa hóa chính sách.

Sáu là, còn những mâu thuẫn và chông chéo trong chủ thể CSVM đối với phát triển KCHTTM, đặc biệt trong chính sách tác động gián tiếp như chính sách quy hoạch đô thị và quy hoạch thương mại đô thị; chính sách giao thông vận tải hàng hóa đô thị; chính sách đền bù, giải tỏa và suất đầu tư địa điểm cơ sở KCHTTM.

Bảy là, vai trò của CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL của nước ta mặc dù đã được xác lập nhưng còn chưa đáp ứng yêu cầu phát triển của thị trường và thương mại hiện đại theo trật tự quy hoạch văn minh và có hiệu quả sử dụng cao.

2.3.3. Nguyên nhân hạn chế tồn tại của chính sách vĩ mô

Để nhận dạng nguyên nhân ta tìm trong yếu tố ảnh hưởng đến và làm điều kiện cho hoạch định và thực thi chính sách. Có thể nêu các nhóm nguyên nhân chủ yếu sau:

Một là, về nhận thức của các nhà quản lí CSVM chưa đầy đủ, cập nhật nội hàm của KCHTTM không chỉ có "phần cứng" mà còn có "phần mềm", không chỉ gắn với mua bán hàng hóa mà còn cung ứng dịch vụ phân phối lưu thông và xúc tiến thương mại. Vì vậy có biểu hiện không coi trọng đồng bộ các yếu tố KCHTTM cũng như các yếu tố của phát triển KCHTTM (chất lượng và giá trị).

Hai là, trong tư duy và phương pháp luận quản lí CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL không chỉ phục vụ cho đô thị mà còn cho vùng, cả nước và quốc tế, là khởi điểm và động lực lan tỏa cho thương mại đô thị nhỏ và vừa và nông thôn nên phải được giành cho một nội dung quản lí chính sách riêng để phát triển. Trong quản lí CSVM nói chung và với phát triển KCHTTM đô thị nói riêng vẫn chưa đưa ra được các tiêu chí đánh giá chất lượng và hiệu quả của một chính sách nên không hoặc khó phân tích, đánh giá chính sách. Hoặc với một khách thể nhưng có nhiều, thậm chí rất nhiều cơ quan QLNN đều có thẩm quyền quản lí CSVM theo nội hàm phát triển của khách thể đó, dẫn đến trách nhiệm chính sách không phân định hoặc đùn đẩy trách nhiệm, bỏ sót nội dung chính sách.

Ba là, những hạn chế từ phía năng lực của các nhà hoạch định và triển khai chính sách chưa nắm đầy đủ tính quy luật phát triển các yếu tố KCHTTM và tương quan giữa các yếu tố này. Đây chính là nguyên nhân dẫn đến hạn chế về tính thiếu đồng bộ về cơ cấu chính sách, tính phù hợp và bền vững của chính sách và tính khả thi trong giải pháp chính sách.

Bốn là, những hạn chế và bất cập trong hệ thống thông tin chính sách, nguồn lực và công cụ của chính sách. Đây lại chính là yếu tố "hạ tầng" của hạ tầng thương mại và là nguyên nhân dẫn đến cơ cấu chính sách còn thiếu và chất lượng thấp.

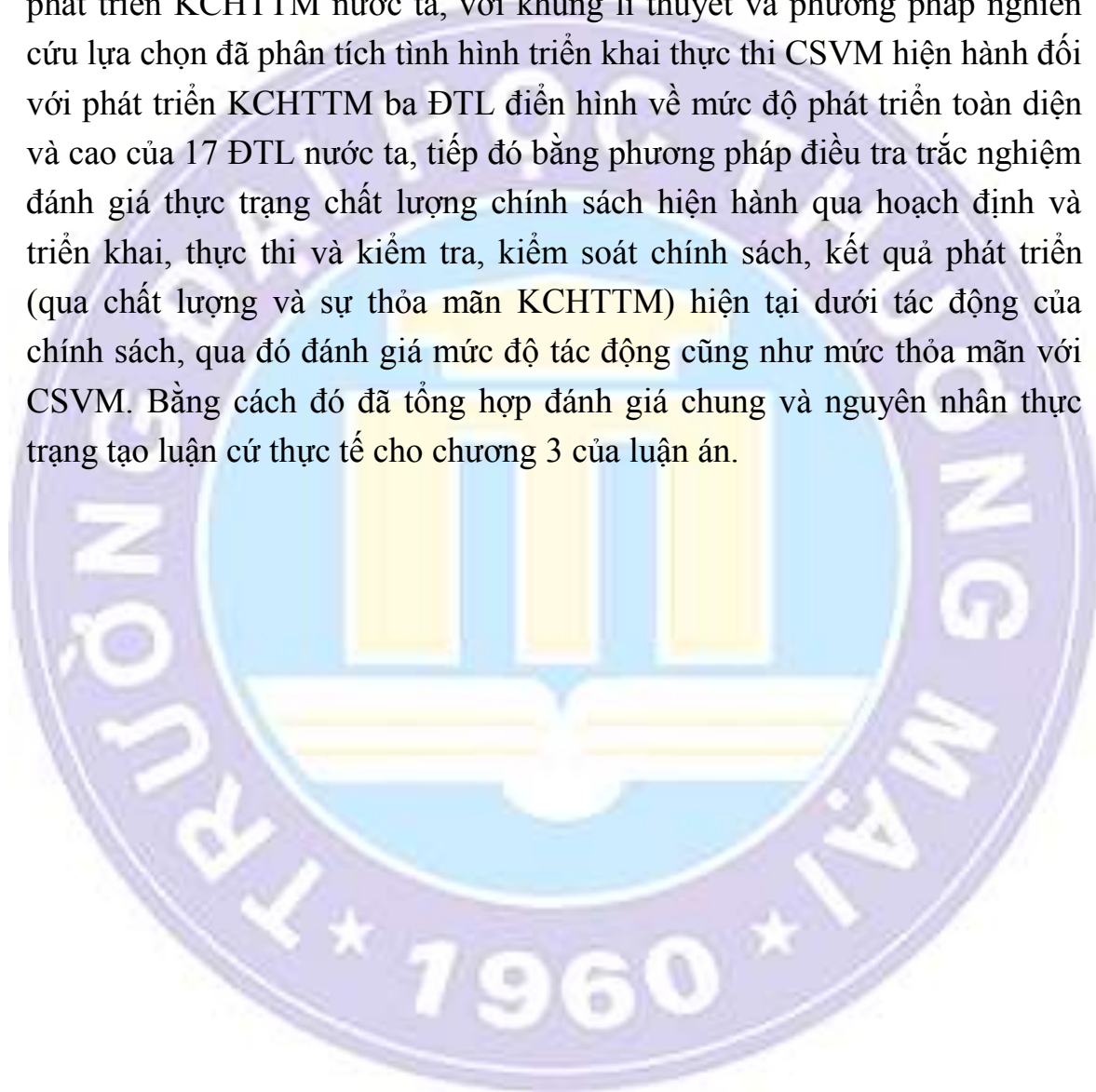
Năm là, những yếu kém, bất cập trong bộ máy quản lí chính sách không chỉ ở năng lực cán bộ QLNN về hoạch định chính sách mà còn về năng lực tổ chức thực hiện chính sách (phân công/hợp tác, phân cấp/phân quyền) là nguyên nhân dẫn tới chất lượng quản lí chính sách còn chưa cao.

Sáu là, những hạn chế trong việc huy động sự tham gia của các đối tượng chính sách trong triển khai và phản biện xã hội với chính sách cộng thêm những yếu kém trong kiểm tra, kiểm soát, thu thập và xử lý thông tin ngược của bộ máy thực thi chính sách.

Bảy là, trong tổng thể hệ thống quản lí CSVM về phát triển

KCHTTM nói chung và ĐTL nói riêng vẫn dừng lại ở tiếp cận "sản phẩm" mà chưa thực sự chuyển sang tiếp cận "giá trị" của các yếu tố KCHT. Nghĩa là, vẫn nặng về "phần cứng" của KCHT mà chưa quan tâm phát triển "phần mềm" của chúng trong mô hình kinh doanh thương mại dựa trên giá trị (Value Based Business Model).

Trên đây là những nội dung chủ yếu chương 2 luận án, từ khái quát phát triển KCHTTM nước ta, với khung lý thuyết và phương pháp nghiên cứu lựa chọn đã phân tích tình hình triển khai thực thi CSVN hiện hành đối với phát triển KCHTTM ba ĐTL điển hình về mức độ phát triển toàn diện và cao của 17 ĐTL nước ta, tiếp đó bằng phương pháp điều tra trắc nghiệm đánh giá thực trạng chất lượng chính sách hiện hành qua hoạch định và triển khai, thực thi và kiểm tra, kiểm soát chính sách, kết quả phát triển (qua chất lượng và sự thỏa mãn KCHTTM) hiện tại dưới tác động của chính sách, qua đó đánh giá mức độ tác động cũng như mức thỏa mãn với CSVN. Bằng cách đó đã tổng hợp đánh giá chung và nguyên nhân thực trạng tạo luận cứ thực tế cho chương 3 của luận án.



Chương 3

MỘT SỐ QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA THỜI GIAN TỚI

3.1. MỘT SỐ DỰ BÁO THỊ TRƯỜNG VÀ ĐỊNH HƯỚNG CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG KINH TẾ - XÃ HỘI CÁC ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA ĐẾN 2020

3.1.1. Một số dự báo thay đổi môi trường và thị trường thương mại các đô thị lớn nước ta đến 2020

a) Độ rộng thị trường trong nước tiếp tục được tăng lên cùng với quá trình gia tăng dân số và tăng trưởng kinh tế với nhịp độ cao.

Độ rộng thị trường trong nước được xác định bởi diện tích lãnh thổ, qui mô dân số và thu nhập bình quân đầu người. Trong đó, qui mô dân số và mức thu nhập bình quân đầu người là những yếu tố biến động, làm thay đổi độ rộng của thị trường trong nước theo thời gian.

+ Về qui mô dân số:

Theo Tổng cục Dân số, tính đến tháng 11/2013, dân số Việt Nam đạt ngưỡng 90 triệu người. Tốc độ gia tăng dân số tự nhiên của Việt Nam đứng thứ tư sau Mianma, Thái Lan và Singapore và đang có xu hướng giảm dần. Theo dự báo của Tổng cục Thống kê và Liên hợp quốc, tốc độ gia tăng dân số của Việt Nam sẽ tiếp tục giảm dần trong những năm tiếp theo. Dự báo quy mô dân số cả nước năm 2015 sẽ đạt 100 triệu người, tăng bình quân 1,13%/năm trong giai đoạn 2016 - 2020. Như vậy, đến năm 2020, dân số Việt Nam sẽ vượt qua Nhật Bản và đứng thứ tư châu Á chỉ sau Trung Quốc, Ấn Độ và Indonexia.

+ Về thu nhập bình quân đầu người:

Dự báo trong giai đoạn 2015 - 2020 và những năm tiếp theo, nền kinh tế Việt Nam sẽ tiếp tục tăng trưởng ở tốc độ cao nhờ gia tăng tiêu dùng trong nước và đầu tư. GDP bình quân đầu người sẽ tăng từ 1.690 USD năm 2013 lên 2.280 - 2.370 USD/người vào năm 2020 và từ 3.325 - 3.360 USD/người vào năm 2025 (dự báo này chưa tính đến thay đổi về tỷ giá giữa đồng Việt Nam và đồng USD). Nếu so sánh với các nước trong khu vực ASEAN, mức GDP bình quân đầu người của Việt Nam vào năm

2010 chỉ tương đương với của Philipin vào năm 2004 - 2005, hay Indonexia năm 2003 - 2004. Đến năm 2020 GDP bình quân đầu người của Việt Nam cũng chỉ tương đương với của Thái Lan vào năm 2003 và đến 2025 chỉ tương đương với của Thái Lan vào năm 2006. Như vậy, mức tăng GDP bình quân đầu người của Việt Nam vẫn chậm hơn so với một số nước trong ASEAN từ 10 đến 15 năm.

b) Các điều kiện cơ sở hạ tầng phát triển nhanh chóng

Các điều kiện cơ sở hạ tầng ở nước ta đã có bước phát triển mạnh mẽ, đặc biệt là về KCHT viễn thông, giao thông,... tạo điều kiện thuận lợi cho quá trình lưu thông hàng hóa.

c) Thực hiện các cam kết gia nhập các tổ chức kinh tế - tài chính quốc tế

Việt Nam hiện đang đàm phán để tham gia Hiệp định Thương mại xuyên Thái Bình Dương (TPP) và gia nhập Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC). Trong đó, TPP là một Hiệp định/thỏa thuận thương mại tự do nhiều bên với mục đích hội nhập các nền kinh tế thuộc khu vực châu Á - Thái Bình Dương. TPP được đánh giá là một hiệp định của thế kỷ 21 vì độ lớn và tầm vóc ảnh hưởng của nó. Về phạm vi, so với các hiệp định BTA, AFTA và trong WTO, TPP mở rộng hơn cả về thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, đầu tư, sở hữu trí tuệ và còn cả những vấn đề phi Thương mại như môi trường, lao động, hỗ trợ cho các doanh nghiệp vừa và nhỏ, mua sắm của chính phủ, trong đó Thương mại hàng hóa giữ vai trò hàng đầu.

d) Nhận dạng một số xu thế phát triển KCHTTM ĐTL nước ta

Trên cơ sở nhận dạng sự vận động và phát triển KCHTTM thời gian qua ở các ĐTL nước ta và kết hợp phương pháp phỏng vấn chuyên gia cho thấy nổi lên một số xu thế phát triển sau:

Một là, xu thế coi trọng phát triển các yếu tố chất lượng và năng lực hơn là phát triển các yếu tố số lượng KCHTTM.

Hai là, xu thế tích tụ và tập trung qui mô mạng lưới và KCHTTM, xuất hiện ngày càng nhiều KCHTTM qui mô lớn, công suất lớn có ý nghĩa vùng, quốc gia và quốc tế.

Ba là, xu thế hiện đại hóa KCHTTM bao gồm việc tăng lên các loại hình thương mại hiện đại, thương mại điện tử, cơ giới hóa và công nghệ ERP và tự động hóa.

Bốn là, xu thế ngày càng chú trọng các yếu tố địa kinh doanh (marketplaces), hình thành các trục phố thương mại ở đô thị hạt nhân, các trung tâm thương mại dịch vụ logistics thị trường ở điểm nút vận động dòng hàng, các KCHTTM ở tầng trệt các khu nhà chung cư cao tầng. Tuy nhiên khi chuyển đổi và phát triển KCHTTM các tầng hầm nói chung và đồng hành cùng hệ thống tàu điện ngầm ở Hà Nội... cần đặc biệt lưu ý tăng cường và bổ sung các yếu tố chất lượng kỹ thuật an toàn vi khí hậu qua điều hòa không khí, an toàn phòng chống cháy nổ so với KCHTTM trên mặt đất.

Năm là, xu thế nhượng quyền thương mại và M&A các cơ sở kinh doanh và KCHTTM của các nhà đầu tư khu vực, đặc biệt khi mà Cộng đồng kinh tế ASEAN đi vào vận hành ngày càng sâu rộng. Với tiềm lực tài chính và quản trị kinh doanh, các nhà phân phối và đầu tư thương mại và QLNN về thương mại Việt Nam nếu không có những đột phá nâng cấp KCHTTM sẽ dần mất thị phần và bị thôn tính.

Sáu là, xu thế liên kết và phối hợp ngày càng chặt chẽ các loại hình KCHTTM với nhau và với các nhà sản xuất - cung ứng đầu nguồn tạo thành các chuỗi cung ứng, các kênh marketing và hệ phân phối - thương mại hiện đại, đặc biệt với các nhóm hàng nông sản.

Bảy là, xu thế đổi mới và nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lí, cải cách hành chính QLNN và xây dựng chính quyền đô thị mà trước hết là ở các ĐTL về phân cấp quản lí phát triển KCHT KT-XH theo hướng đồng bộ hóa và hoàn thiện quy trình ENT, xây dựng các chuẩn chất lượng công nghiệp và thương mại cho các loại hình KCHTTM, tăng cường hiệu lực và tính cập thời của kiểm soát nhà nước với phát triển KCHTTM, đồng bộ hóa chính sách định hướng qui hoạch và chính sách thu hút đầu tư, tăng cường nguồn lực cho hiện thực hóa qui hoạch phát triển.

3.1.2. Định hướng chiến lược phát triển kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội của các đô thị lớn nước ta đến 2020

Chiến lược phát triển KT-XH 2011-2020 xác định rõ mục tiêu chiến lược: "Phấn đấu đến năm 2020 nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại; chính trị - xã hội ổn định, dân chủ, kỷ cương, đồng thuận; đời sống vật chất và tinh thần của nhân dân được nâng lên rõ rệt; độc lập, chủ quyền, thống nhất và toàn vẹn lãnh thổ được giữ vững; vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế tiếp tục được nâng lên; tạo tiền đề vững chắc

để phát triển cao hơn trong giai đoạn sau".

Chiến lược phát triển KT-XH 2011-2020 chỉ rõ ba đột phá chiến lược để hoàn thành mục tiêu phát triển KT-XH bao gồm:

(1) Hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, trọng tâm là tạo lập môi trường cạnh tranh bình đẳng và cải cách hành chính.

(2) Phát triển nhanh nguồn nhân lực, nhất là nguồn nhân lực chất lượng cao, tập trung vào việc đổi mới căn bản và toàn diện nền giáo dục quốc dân; gắn kết chặt chẽ phát triển nguồn nhân lực với phát triển và ứng dụng khoa học, công nghệ.

(3) Xây dựng hệ thống KCHT đồng bộ, với một số công trình hiện đại, tập trung vào hệ thống giao thông và hạ tầng ĐTL.

Như vậy, xây dựng KCHT đồng bộ với một số công trình hiện đại tập trung vào hệ thống giao thông và hạ tầng ĐTL được xem là một trong ba bước đột phá nhằm đạt được mục tiêu phát triển KT-XH giai đoạn 2011-2020

Với chiến lược phát triển KT-XH giai đoạn 2011-2020, các địa phương có các ĐTL cũng xác lập định hướng chiến lược phát triển KT-XH 2011-2020 đồng bộ với chiến lược phát triển KT-XH chung của cả nước.

Định hướng chiến lược chung là phát triển KCHT KT-XH phù hợp với chiến lược phát triển KT-XH của cả nước, tạo động lực tăng trưởng, đảm bảo thống nhất với quy hoạch ngành, lĩnh vực; xây dựng và phát triển các ĐTL thành động lực thúc đẩy phát triển vùng và đất nước và ưu tiên đầu tư vào những ngành, lĩnh vực tạo thế và lực cho phát triển (KCHT then chốt, lĩnh vực và sản phẩm chủ lực, công nghệ và đào tạo nguồn nhân lực); đầu tư có trọng điểm vào các lĩnh vực mà ĐTL có lợi thế cạnh tranh như Thương mại, du lịch, dịch vụ, công nghiệp công nghệ cao... để nâng cao chất lượng tăng trưởng và sức cạnh tranh của nền kinh tế.

Một số định hướng chiến lược cụ thể phát triển KCHT KT-XH ĐTL:

Một là, mức tăng trưởng dân số đô thị: Năm 2015, dân số đô thị cả nước khoảng 35 triệu người, chiếm 38% dân số đô thị cả nước; năm 2020, dân số đô thị khoảng 44 triệu người, chiếm 45% dân số đô thị cả nước; năm 2025, dân số đô thị khoảng 52 triệu người, chiếm 50% dân số đô thị cả nước.

Hai là, phát triển số lượng ĐTL nước ta:

Năm 2015, tổng số đô thị cả nước đạt khoảng trên 870 đô thị; trong đó, ĐTL gồm 17 đô thị trong đó có 2 đô thị đặc biệt; 15 đô thị loại 1. Năm 2025, tổng số đô thị cả nước khoảng 1000 đô thị; trong đó, ĐTL 37 đô thị, trong đó, đô thị loại I đến đặc biệt là 25 đô thị.

Ba là, nhu cầu sử dụng đất xây dựng đô thị:

Năm 2015, nhu cầu đất xây dựng đô thị khoảng 335.000 ha; chiếm 1,06% diện tích tự nhiên cả nước; chỉ tiêu trung bình 95 m²/người; năm 2020, nhu cầu đất xây dựng đô thị khoảng 400.000 ha; chiếm 1,3% diện tích tự nhiên cả nước; trung bình 90 m²/người; năm 2025, nhu cầu đất xây dựng đô thị khoảng 450.000 ha; chiếm 1,4% diện tích tự nhiên cả nước; trung bình 85 m²/người.

Bốn là, hạ tầng kỹ thuật đô thị: tại các ĐTL, cực lớn (đô thị đặc biệt, đô thị loại I) có tỷ lệ đất giao thông chiếm từ 20 - 26% đất xây dựng đô thị, các đô thị trung bình và nhỏ (đô thị loại III trở lên) chiếm từ 15 - 20% đất xây dựng đô thị; tỷ lệ vận tải hành khách công cộng ở các ĐTL đạt trên 35% vào năm 2015 và trên 50% vào năm 2025.

Năm là, về tổ chức không gian, các ĐTL, đô thị cực lớn như Thủ đô Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Hải Phòng, Vinh, Huế, Đà Nẵng, Quy Nhơn, Cần Thơ... được tổ chức phát triển theo mô hình chùm đô thị, đô thị đối trọng hoặc đô thị vệ tinh có vành đai bảo vệ để hạn chế tối đa sự tập trung dân số, cơ sở kinh tế, phá vỡ cân bằng sinh thái.

Sáu là, về KCHT giao thông vận tải, xây dựng và từng bước hoàn chỉnh, hiện đại hóa mạng lưới giao thông đường bộ, đường sắt, đường thủy và đường hàng không, đảm bảo cho thành phố phát triển ổn định, cân bằng, bền vững, góp phần đưa các ĐTL trở thành đầu mối giao thông quan trọng của vùng, cả nước và khu vực Đông Nam Á.

Bảy là, về KCHT điện, đảm bảo phát triển cân đối, đồng bộ giữa nguồn, lưới điện và nhu cầu phụ tải, đáp ứng nhu cầu phát triển KT-XH của ĐTL cho từng giai đoạn.

Tám là, về KCHT công nghệ thông tin và bưu chính viễn thông: phát triển công nghệ thông tin và truyền thông sẽ trở thành cơ sở hạ tầng cho các ngành KT-XH, góp phần thúc đẩy và nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, hiệu quả và năng lực QLNN.

Chín là, về KCHT cấp, thoát nước: đảm bảo tiêu chuẩn cấp nước của thành phố cho các giai đoạn phù hợp với định hướng phát triển cấp nước đô

thị và khu công nghiệp Việt Nam đến năm 2025 và tiêu chuẩn TCXDVN 33:2006 đối với đô thị đặc biệt, đó là: hệ thống thoát nước đảm bảo tiêu thoát tốt, từng bước giảm tình trạng ngập nước, thích ứng với biến đổi khí hậu, tiết kiệm tài nguyên và bảo vệ môi trường.

Mười là, phát triển hài hòa KCHT kỹ thuật và kinh tế, sản xuất và thương mại, thương mại hàng hóa và thương mại dịch vụ và tăng cường liên kết KCHT KT-XH trong đó trọng tâm là liên kết KCHTTM với KCHT KT-XH vùng và cùng với KCHT giao thông vận tải để đảm bảo và phát huy hiệu ứng sức hút và lan tỏa với KCHTTM vùng, quốc gia, quốc tế.

3.2. ĐỊNH HƯỚNG, MỤC TIÊU VÀ QUAN ĐIỂM HOÀN THIỆN CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA ĐẾN 2020

3.2.1. Định hướng hoàn thiện chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

3.2.1.1. Nguyên tắc chung của phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn nước ta giai đoạn 2011-2020.

Nguyên tắc chung của phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn nước ta giai đoạn 2011-2020 bao gồm:

(1) Phát triển KCHTTM gắn liền với quy mô, trình độ phát triển sản xuất trong nước trong thời kỳ thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa và tham gia hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực

(2) Kết hợp hài hòa giữa phát triển KCHTTM trong nước và thương mại quốc tế, giữa mục tiêu phát huy lợi thế so sánh với bảo vệ môi trường và phát triển bền vững, giữa gia tăng nhập khẩu và đẩy mạnh xuất khẩu các mặt hàng có hàm lượng nội địa hóa, giá trị gia tăng cao.

(3) Phát triển hài hòa, đồng bộ, hiện đại hóa các yếu tố KCHTTM ĐTL để thực hiện các hoạt động thương mại, thực hiện các khâu trong quá trình thương mại vì mục tiêu xây dựng một hệ thống thương mại ĐTL vững mạnh và hiện đại.

(4) Phát triển mạnh mẽ lực lượng doanh nghiệp phân phối thuộc mọi thành phần kinh tế, kết hợp giữa yêu cầu phát triển các doanh nghiệp phân phối trong nước có quy mô lớn với yêu cầu tạo điều kiện thuận lợi cho các hộ kinh doanh nhỏ tham gia vào thị trường.

(5) Tiếp tục hoàn thiện cơ chế quản lý hoạt động phân phối, tạo động lực cho các nhà phân phối phát triển KCHT đủ mạnh để tham gia ổn định

giá cả thị trường, bảo vệ môi trường sinh thái, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng, xây dựng hệ thống thương mại ĐTL văn minh hiện đại.

3.2.1.2. Định hướng hoàn thiện chính sách vĩ mô với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn đến 2020 và những năm tiếp theo.

Một là, hoàn thiện nội dung chính sách theo hướng phát triển KCHT ĐTL giai đoạn đến 2020 như sau:

(1) Hoàn thiện thể chế KCHTTM phù hợp với thể chế kinh tế thị trường các trung gian ở các ĐTL trong giai đoạn chiến lược 2011-2020.

(2) Nâng cấp đội ngũ thương nhân các ĐTL ngày càng lớn mạnh, tham gia tích cực vào quá trình phát triển nhanh thị trường trong và ngoài nước. Phát triển nhanh các doanh nghiệp XNK, doanh nghiệp phân phối lớn có phạm vi hoạt động rộng với nhiều phương thức và hình thức tổ chức kinh doanh đa dạng, phù hợp.

Tạo điều kiện hấp dẫn để các doanh nghiệp thương mại ĐTL phát triển KCHT của hệ thống phân phối đồng bộ từ KCHTTM cho tổ chức nguồn hàng cung cấp cho thị trường trong nước và xuất khẩu, KCHTTM bán buôn cho tổ chức lưu thông hàng hóa và cung ứng các dịch vụ logistics, DVHT và XTTM thuộc các lĩnh vực, ngành hàng quan trọng trong nền kinh tế.

Tạo điều kiện để các doanh nghiệp, hợp tác xã, các hộ kinh doanh, liên kết, hợp tác trong một chuỗi giá trị tích hợp, xây dựng hệ thống mạng lưới đại lý bán hàng, mạng lưới cửa hàng nhượng quyền thương mại, các outlets, cửa hàng hạ giá, giảm giá.

(3) Phát triển các KCHTTM XNK hàng hóa tại các ĐTL trung tâm, cửa khẩu theo hướng vừa thuận lợi hóa giao dịch và mở rộng thị trường, mặt hàng, vừa nâng cao cận biên giá trị XNK phù hợp với mục tiêu phát triển ĐTL bền vững. Khuyến khích phát triển KCHTTM nhập khẩu các công nghệ phục vụ cho quá trình phát triển các ngành công nghiệp nhóm B, các ngành công nghiệp phụ trợ.

Tăng cường các KCHT dịch vụ hỗ trợ cho kiểm soát, xác nhận đảm bảo yêu cầu kỹ thuật Thương mại cho hàng XNK thông qua đàm phán với các đối tác mà Việt Nam đang nhập siêu nhằm xóa bỏ những rào cản đối với các mặt hàng xuất khẩu nước ta đang có lợi thế so sánh. Tăng cường nghiên cứu áp dụng các biện pháp tự vệ, chống bán phá giá và chống bán trợ giá để bảo vệ quyền lợi chính đáng của các nhà sản xuất trong nước,

phù hợp với nguyên tắc WTO.

Khai thác hiệu quả các chương trình kinh tế, thương mại với các nước ASEAN, Trung Quốc,... phát triển các KCHT logistics phù hợp tiêu chuẩn quốc tế để phát triển phương thức tạm nhập, tái xuất, chuyển khẩu, chuyển tải qua Việt Nam.

(4) Phát triển đa dạng hóa KCHTTM phù hợp các phương thức, hình thức tổ chức kinh doanh đa dạng, phù hợp với quá trình tăng tốc phát triển sản xuất trong thời kỳ công nghiệp hóa, có đủ năng lực gia tăng giá trị thương mại cho sản phẩm, có khả năng dẫn dắt và thúc đẩy các KCHTTM các kênh phân phối truyền thống có quy mô nhỏ và vừa, nhất là các kênh phân phối truyền thống tại các chợ đô thị, các cửa hàng hỗn hợp, bách hóa, văn phòng giao dịch. Hình thành các khu, cụm KCHTTM tập trung gắn liền với quy hoạch phát triển các khu đô thị mới, đô thị hành tinh của ĐTL, tạo thành nhiều cấp độ khác nhau (khu trung tâm thương mại tập trung quốc gia, cả nước, liên vùng, vùng và các tiểu vùng). Trước mắt, tập trung phát triển các vùng Thương mại tại: Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ với trọng tâm là Hà Nội, Hạ Long, Hải Phòng; Vùng kinh tế trọng điểm phía Nam với trọng tâm là Thành phố Hồ Chí Minh; Vùng kinh tế trọng điểm miền Trung với trọng tâm là Đà Nẵng; vùng kinh tế trọng điểm đồng bằng sông Cửu Long với trọng tâm là Cần Thơ. Đồng thời, đẩy nhanh tốc độ khai phát KCHTTM ở các "cửa ngõ" giao thương với các nước trong khu vực và thế giới trên cơ sở thực hiện các Quyết định của Thủ tướng phê duyệt về quy hoạch khu kinh tế cửa khẩu, khu kinh tế ven biển.

(5) Đẩy mạnh phát triển KCHT thương mại điện tử, trong đó chú trọng hoàn thiện khung khổ pháp lý liên quan tới cấu trúc KCHT gắn với việc thừa nhận giá trị pháp lý chứng từ điện tử, các quy định kinh doanh dịch vụ thương mại điện tử tạo môi trường thuận lợi cho các doanh nghiệp và khuyến khích người tiêu dùng mua hàng trực tuyến. Đảm bảo an toàn, bí mật thông tin trong giao dịch thương mại điện tử.

(6) Phát triển đa dạng các KCHT các dịch vụ hỗ trợ; theo hướng cung cấp thông tin, dự báo thị trường cho doanh nghiệp; các dịch vụ hỗ trợ pháp lý, quản trị kinh doanh, các dự án, outsourcing, nâng cấp KCHT dịch vụ xúc tiến thương mại, xây dựng mạng lưới cơ sở dịch vụ xúc tiến thương mại gắn với phát triển thị trường mục tiêu, thị trường trọng điểm và thị trường cho ngành kinh doanh quan trọng trong nền kinh tế; nâng cao vai trò

của mạng lưới các hiệp hội, làng nghề và các tổ chức xã hội, nghề nghiệp khác trong việc hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu và mở rộng KCHTTM của mình ở các ĐTL.

Hai là, về nguyên lý CSVN phải đổi mới cách tiếp cận phát triển mô hình kinh doanh thương mại trên KCHT từ nặng về sản phẩm sang mô hình dựa trên giá trị, nghĩa là bên cạnh chất lượng KCHT cần ưu tiên quan tâm tới tối đa hóa giá trị KCHT đóng góp vào chuỗi giá trị của các cơ sở, doanh nghiệp thương mại. Theo tiếp cận này, hệ thống KCHT/mạng lưới dịch vụ phân phối khác, dịch vụ logistics thị trường và dịch vụ hỗ trợ, xúc tiến thương mại cần được ưu tiên phát triển để cân bằng với KCHT bán lẻ và BB/XNK, đồng thời đóng góp vào chuỗi giá trị của toàn hệ thống phân phối và thương mại ĐTL.

Ba là, nâng cao chất lượng một cách hệ thống và đồng bộ việc hoạch định và triển khai thực thi CSVN theo những nguyên lý và tiêu chí chất lượng cung ứng dịch vụ công. Chỉ có trên cơ sở thực hiện tốt định hướng này thì mức độ tác động, hiệu năng và hiệu quả chính sách mới phát huy và đảm bảo.

Bốn là, bên cạnh các yếu tố trên cần quan tâm tới một khía cạnh đặc biệt quan trọng của quản lý chính sách này là nội dung tổ chức nguồn lực thực thi chính sách trong đó có các định hướng lớn sau:

- Chính sách thu hút đầu tư phát triển KCHTTM mới, lớn, hiện đại, chuỗi.
- Chính sách khuyến khích ưu đãi và chế định phù hợp với hình thức phát triển: nâng cấp và mở rộng, mở thêm cơ sở thứ hai và chuỗi.
- Chính sách chung về rào cản gia nhập, rút khỏi và bảo vệ thị trường của cơ sở thương mại có liên quan đến KCHTTM theo hướng vận dụng chỉ số ENT cho tất cả đối tượng chứ không chỉ riêng với nhà FDI.
- Nâng cao năng lực lãnh đạo và quản trị dựa trên tri thức và giá trị của nhà quản trị cấp cao doanh nghiệp thương mại, nhà đầu tư để thực thi chính sách có hiệu quả không chỉ cho riêng mình mà còn cho QLNN, cho cộng đồng và tối thượng là giá trị cung ứng được chia sẻ cho người tiêu dùng - người dân ĐTL.

Năm là, tập trung hoàn thiện CSVN theo hướng tăng cường sự đáp ứng các yêu cầu với hoạch định chính sách. Cụ thể:

Thứ nhất, với CSVN đối với phát triển KCHTTM nói chung và ĐTL nói riêng cần thống nhất đầu mỗi Bộ Công Thương phải chủ trì hoạch định một chính sách khung, đầy đủ các yếu tố cấu thành chính sách, các yếu tố KCHTTM với chủ thể chính sách là Chính phủ, thể thức chính sách là Nghị định Chính phủ. Triển khai, hướng dẫn thực hiện chính sách lấy Bộ Công Thương chủ trì và các Bộ, Ngành, địa phương có các quyết định triển khai chính sách nhưng phải thống nhất, đồng bộ với chính sách chung. Không nên đồng nhất CSVN đối với phát triển KCHTTM với chính sách quy hoạch thương mại hoặc kể cả chính sách quy hoạch KCHTTM bởi chính sách quy hoạch chỉ là một dạng thức chính sách triển khai chứ không phải và không thay thế được chính sách khung.

Thứ hai, tăng cường tính toàn diện, đồng bộ và cân đối giữa các yếu tố KCHTTM ĐTL trong đó nhấn mạnh KCHTTM BB/XNK, dịch vụ logistics, dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến thương mại so với KCHTTM bán lẻ.

Thứ ba, chú trọng xây dựng những luận cứ khoa học thực tiễn, tính dự báo của sự phát triển các hình thức thương mại mới, hiện đại để trong cấu trúc chính sách làm rõ được các thành tố đặc biệt là các giải pháp và công cụ chính sách cho phù hợp mục tiêu và nội dung của nó.

Thứ tư, tăng cường tính cập thời tiêu chuẩn dịch vụ của một hệ thống phân phối và cập nhật công nghệ thương mại hiện đại theo hướng chính sách phải khuyến khích cho phát triển các yếu tố KCHTTM tiên bộ và hiện đại. Ví dụ như với việc phát triển KCHTTM bán lẻ: việc định hướng phát triển các loại hình KCHT bán lẻ mới được đề ra sau khoảng 10 năm thực hiện công cuộc đổi mới. Đồng thời, việc cụ thể hóa định hướng đó còn khá chậm. Điều đó đã ảnh hưởng không ít đến sự phát triển của các loại hình KCHT bán lẻ. Chẳng hạn, sau gần 10 năm xuất hiện tên gọi trung tâm thương mại, siêu thị thì Quy chế Trung tâm thương mại, siêu thị mới được ban hành ngày 24/9/2004. Hay, những qui định, chính sách cần thiết để thực hiện cam kết về mở cửa thị trường phân phối vào 1/1/2009 hiện vẫn chưa được cụ thể hóa và ban hành.

Thứ năm, tăng cường tính bền vững và ổn định các CSVN đối với phát triển KCHTTM, đặc biệt giảm thiểu thủ tục hành chính còn phức tạp và chi phí cao, nhất là đối với các nhà đầu tư - thương nhân nước ngoài trong hài hòa hóa chính sách. Với việc phát triển KCHTTM bán lẻ: Các

nhà phân phối nước ngoài đã có mặt tại Việt Nam vào đầu những năm 90, nhưng đã gặp không ít khó khăn do trình độ kém phát triển của thị trường và thiếu những chính sách, qui định cụ thể của Nhà nước. Kể từ khi ban hành Luật đầu tư nước ngoài sửa đổi và nền kinh đã đạt được những thành tựu phát triển, các nhà phân phối nước ngoài đã tích cực tham gia đầu tư phát triển những cơ sở bán lẻ hiện đại, góp phần nâng cao văn minh đô thị. Tuy nhiên, các nhà phân phối nước ngoài vẫn chủ yếu phát triển loại hình siêu thị và trung tâm thương mại qui mô vừa và nhỏ tại các trung tâm kinh tế hàng đầu của Việt Nam (Thành phố Hồ Chí Minh, Hà Nội, các thành phố trực thuộc trung ương khác và một vài thành phố có tốc độ công nghiệp hóa nhanh như Đồng Nai, Bình Dương).

Thứ sáu, tăng cường tính thống nhất trong các quy định chính sách, giảm thiểu những mâu thuẫn và chông chéo trong chủ thể CSVN đối với phát triển KCHTTM, đặc biệt trong chính sách tác động gián tiếp như chính sách quy hoạch đô thị và quy hoạch thương mại đô thị; chính sách giao thông vận tải hàng hóa đô thị; chính sách đền bù, giải tỏa và suất đầu tư địa điểm cơ sở KCHTTM.

Sáu là, để nâng cao chất lượng CSVN nói chung và đối với phát triển KCHTTM nói riêng, có vai trò và tác động rất lớn của hệ thống và công nghệ thông tin chính sách. Vì vậy, một trong những định hướng hoàn thiện chính sách quan trọng là phải xây dựng và phát triển các hệ cơ sở dữ liệu đủ lớn và cập nhật không chỉ ở Việt Nam mà còn ở khu vực và thế giới để làm cơ sở cho các quyết định điều hành và phát triển chính sách, đưa ra những dự báo và cảnh báo sớm có luận cứ khoa học.

Bảy là, yếu tố con người - một định hướng trọng tâm giai đoạn tới là nâng cao chất lượng đội ngũ công chức, viên chức nhà nước về quản lý CSVN trên cả các mặt chất lượng tri thức kỹ thuật, chất lượng tri thức chức năng; chất lượng quan hệ và chất lượng bền vững của đội ngũ.

3.2.2. Quan điểm, mục tiêu hoàn thiện chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại các đô thị lớn nước ta giai đoạn tới

3.2.2.1. Quan điểm hoàn thiện chính sách vĩ mô

Ở đây thuật ngữ "quan điểm hoàn thiện" được hiểu là góc độ và tầm nhìn, quan niệm của người nghiên cứu về cách thức xử lý những vấn đề phát

sinh của các yếu tố cấu thành một CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL trong một giai đoạn xác định.

Trên cơ sở thực trạng, định hướng hoàn thiện chính sách vĩ mô đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta đến 2020 và những năm tiếp theo, tầm nhìn hoàn thiện chính sách được xác lập và đề xuất sau:

Một là, về hoàn thiện tổ chức chủ thể và nội dung CSVM. Cụ thể:

- Do vị trí, vai trò và tầm mức ảnh hưởng của KCHTTM không chỉ với tổ chức và hoạt động thương mại mà còn liên quan đến KCHT KT-XH và bộ mặt ĐTL nên cấp độ chính sách này tương xứng với cấp Nghị định Chính phủ.

- Chủ thể đầu mối CSVM (cả hoạch định và triển khai thực thi) là Bộ Công Thương vừa đúng chức năng, nhiệm vụ QLNN vừa đảm bảo tri thức chuyên môn và tri thức chức năng với khách thể chính sách KCHTTM.

- Bộ Công Thương chủ trì hoạch định một chính sách khung đảm bảo tính toàn diện, hệ thống các yếu tố nội hàm và các yếu tố cấu thành KCHTTM ĐTL, từ đó tạo khung khổ cho phát triển thành các chính sách triển khai, theo nguyên tắc đảm bảo tính thống nhất, tương hợp với chính sách khung, nếu có quy định nào tạo xung đột thì phải xử lý theo chính sách khung và/hoặc chính sách triển khai của Bộ Công Thương làm luận cứ.

Hai là, về hoàn thiện phương thức quản lý CSVM. Cụ thể:

- Về nội hàm CSVM: Lựa chọn khâu đột phá là hoàn thiện và đồng bộ hóa hai hợp phần chính sách quy hoạch phát triển và chính sách đầu tư phát triển - đây là 2 hợp phần trong mô hình hồi qui bội đã được xác định ở mục cuối chương 2 - chúng có độ quan trọng lớn nhất và cũng là có nhiều bất cập nhất đến mức độ mục tiêu CSVM đến hiệu suất phát triển cả về chất lượng và giá trị KCHTTM ĐTL. Tập trung nâng cấp các yếu tố nội dung (biến quan sát) cả 25 yếu tố hiện còn đạt mức yếu (< 3,0 điểm) trong đó 3 yếu tố ở chính sách phát triển dựa trên ENT, 3 yếu tố ở chính sách tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại đối với phát triển, 7 yếu tố ở chính sách qui hoạch phát triển, 6 yếu tố ở chính sách thu hút và xã hội hóa đầu tư phát triển, ba yếu tố ở chính sách liên kết theo chuỗi đối với phát triển, 3 yếu tố ở chính sách kiểm tra, kiểm soát phát triển của Nhà nước.

- Về ngoại diện CSVM: Lấy đồng bộ hóa các nội dung phát triển các loại hình KCHTTM làm trọng tâm phát triển, nghĩa là phải phát triển 6 hợp phần nội dung CSVM sang cả các loại hình KCHTTM BB/XNK, logistics

thị trường và hỗ trợ, xúc tiến thương mại tương đồng với KCHTTM bán lẻ, đồng bộ giữa KCHTTM của từng nhà phân phối phát triển với cung ứng từng phần dịch vụ phân phối và dịch vụ KCHTTM cho các nhà phân phối dùng chung. Đây mới chính là quan điểm định hướng cho phát triển có tính căn cơ để ứng phó tốt với đe dọa cạnh tranh trong xu thế M&A các KCHTTM bán lẻ của các nhà đầu tư và phân phối Thái Lan, Singapore và các đối thủ tiềm tàng khác.

- Đổi mới phương pháp quản lý chính sách nặng về quy mô và số lượng KCHTTM sang quản lý chính sách dựa trên chất lượng và giá trị của chúng trong chuỗi giá trị doanh nghiệp, ngành kinh doanh, toàn ĐTL.

- Quản lý CSVM phải lấy mức độ tác động dựa trên chất lượng quản lý; sự phát triển chất lượng và giá trị KCHTTM và sự thỏa mãn của đối tượng chính sách với chính sách làm thước đo hiệu lực và hiệu quả CSVM.

Ba là, về hoàn thiện nội dung CSVM hay là quan điểm phát triển KCHTTM ĐTL của chính sách. Cụ thể:

- Về mô hình phát triển: chuyển đổi mô hình KCHTTM nặng về "phần cứng" vật chất - kỹ thuật sang mô hình là một cấu thành mô hình kinh doanh thương mại dựa trên giá trị, cấu thành của chuỗi giá trị của cơ sở thương mại không có dịch vụ đó, như vậy bên cạnh "phần cứng" các yếu tố vật chất - kỹ thuật của KCHTTM, cần phát triển "phần mềm" của chúng: là yếu tố hỗ trợ cho các hoạt động cơ bản của chuỗi giá trị, là yếu tố công nghệ, quản trị tri thức thương mại, là yếu tố "bằng chứng vật chất" tạo nên năng lực cạnh tranh cốt lõi và khác biệt của cơ sở thương mại, dịch vụ. Điều này rất quan trọng bởi đây là hạn chế cơ bản của phần lớn KCHTTM các cơ sở thương mại truyền thống cũ và đây cũng là điểm khác biệt và ưu thế của KCHTTM hiện đại.

- Về định hướng ưu tiên phát triển trên bốn mặt: ưu tiên phát triển các yếu tố KCHTTM còn yếu và làm mất tính cân bằng hệ thống là KCHTTM BB/XNK, dịch vụ phân phối bán lẻ, BB/XNK; dịch vụ logistics thị trường; dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến thương mại; ưu tiên phát triển KCHTTM hiện đại cung ứng dịch vụ phân phối, thương mại chất lượng cao và giá trị cung ứng khách hàng cao; ưu tiên phát triển mới các KCHTTM có quy mô lớn, tích hợp cao (bán lẻ, bán buôn, dịch vụ); hiện đại hóa và văn minh thương mại không chỉ có ý nghĩa ĐTL mà có tầm tác động/ảnh hưởng có ý nghĩa vùng, quốc gia và quốc tế của ĐTL, ưu tiên phát triển

KCHT dạng cụm, trung tâm, tuyến phố thương mại, phát triển dạng chuỗi kết hợp điển hình hóa KCHTTM.

- Về cơ chế phát triển: vừa phát triển cân đối, đồng bộ, vừa phát triển có trọng tâm, trọng điểm; vừa phát triển đa dạng hóa loại hình vừa đảm bảo điển hình hóa KCHTTM; vừa phát triển KCHT mới vừa nâng cấp chất lượng và giá trị KCHT hiện tại; vừa tự phát triển của các doanh nghiệp thương mại vừa thu hút đầu tư của các nhà đầu tư mới; vừa phát triển KCHTTM của doanh nghiệp trong nước ở các vị trí địa thương mại hấp dẫn vừa thu hút phát triển KCHTTM của các nhà FDI, đặc biệt của các FDI của các tập đoàn phân phối thương mại đa quốc gia để vừa làm phong phú hệ thống phân phối đô thị lớn vừa làm tham chiếu cho học hỏi và sáng tạo.

- Về tổ chức nguồn lực phát triển: CSVM bên cạnh những định chế còn phải có quan điểm tổ chức năng lực cho phát triển KCHT để một mặt khuyến khích các doanh nghiệp thương mại ĐTL tạo lập và sử dụng quỹ đầu tư phát triển, vừa mở rộng mạng lưới, vừa nâng cấp, hiện đại hóa KCHT phù hợp. Đặc biệt với ĐTL cần có chính sách thu hút được các nhà đầu tư hàng đầu, các tập đoàn Thương mại lớn, mạnh để phát triển các KCHTTM lớn, mạnh, hiện đại, văn minh đủ năng lực lôi cuốn, dẫn dắt các doanh nghiệp thương mại nhỏ và vừa nâng cấp KCHT và đáp ứng nhu cầu thị trường các đô thị và nông thôn vùng, miền, quốc gia, quốc tế và đủ sức cạnh tranh dẫn đạo hoặc thách thức trên thị trường dịch vụ phân phối nội địa với các đối thủ quốc tế.

- Về thước đo phát triển: Bên cạnh các chỉ số phát triển về quy mô, mật độ mạng lưới KCHT, nhấn mạnh các chỉ số chất lượng và giá trị KCHT - đặc biệt chỉ số giá trị KCHTTM làm thang đo cho sự phát triển chiều sâu của KCHTTM. Lấy các chỉ số mức thỏa mãn về quy mô, cơ cấu (trong đó nhấn mạnh cơ cấu mạng lưới KCHTTM hiện đại), phân bố, chất lượng, giá trị và sự thỏa mãn chung của cả người sử dụng/ nhà đầu tư và khách hàng của mạng lưới KCHTTM làm thước đo hiệu quả phát triển.

Bốn là, về hoàn thiện tổ chức quản lý chính sách vĩ mô. Cụ thể:

- Cần có phân cấp quản lý triển khai thực thi giữa Bộ Công Thương - Bộ Xây dựng ở Trung ương, giữa Sở Công Thương, Sở Kế hoạch - Đầu tư, Sở Quy hoạch đô thị ở địa phương theo hướng những KCHTTM quy mô nhỏ và vừa giao địa phương, quy mô lớn có tác động vùng do một hội đồng quản lý quy hoạch vùng quyết định và KCHTTM rất lớn do Bộ Công

Thương quyết định.

- Nâng cấp chất lượng đội ngũ cán bộ quản lý chính sách tương xứng yêu cầu đổi mới và nâng cao chất lượng, hiệu quả quản lý chính sách.

- Xây dựng và phát triển ở các trung tâm đầu mối hoạch định, triển khai, thực thi và kiểm tra, kiểm soát chính sách một hệ thống thông tin và công nghệ thông tin điện tử.

Năm là, về hoàn thiện công cụ chính sách vĩ mô. Cụ thể:

- Công cụ kinh tế: Phát triển các chính sách hỗ trợ cho phát triển KCHTTM ĐTL (đất phát triển KCHTTM; các điều kiện kiến trúc mặt ngoài và nội thất, số tầng, tầng hầm/ngầm; chi phí thủ tục chính thức và phi chính thức...)

- Công cụ tài chính và truyền thông chính sách

- Công cụ kỹ thuật: các thiết kế mẫu điển hình hóa và khác biệt hóa.

- Công cụ giáo dục, đào tạo: Tập huấn kỹ năng, nghiệp vụ chính sách, giáo dục và truyền thông chính sách với đối tượng chính sách...

Sáu là, về hài hòa hóa chính sách. Cụ thể:

- Minh bạch và thống nhất hóa các quy định chính sách theo thời gian, theo địa phương và theo các đầu mối QLNN về chính sách.

- Không phân biệt đối xử với chính sách nhưng đối xử có phân biệt với từng quy định chính sách tùy tính chất, mức độ và ảnh hưởng của đầu tư và phân phối lợi ích/chi phí.

- Tiếp cận các thông lệ về tiêu chuẩn dịch vụ trên các mức kênh phân phối và loại hình dịch vụ phân phối.

- Học tập chọn lọc và sáng tạo KCHT hiện đại không có nghĩa là vận dụng những phần dễ và lợi, bỏ qua phần khó nhưng mang lại giá trị cho khách hàng như tên gọi là siêu thị, chuỗi siêu thị nhưng KCHTTM lại không đầy đủ, không đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng...

Trên đây là sáu nhóm tầm nhìn hoàn thiện CSVN đối với phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta giai đoạn tới. Những yếu tố tầm nhìn này sẽ là tiền đề cho xác lập các quan điểm hoàn thiện chính sách vĩ mô đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta giai đoạn đến 2020 và những năm tiếp theo như sau:

Một là, hoàn thiện CSVN phải dựa trên cơ sở nâng cao chất lượng, tính đồng bộ của các nội dung chính sách đã được xác lập và kiểm định.

Hai là, hoàn thiện CSVM phải lấy tiêu điểm là nâng cao hiệu suất phát triển về chất lượng, giá trị và sự thỏa mãn với KCHTTM.

Ba là, hoàn thiện CSVM phải coi trọng chất lượng quản lý chính sách theo mục tiêu tối đa hóa mức tác động chính sách và sự hài lòng với chính sách của các đối tượng CSVM.

Bốn là, hoàn thiện CSVM phải đảm bảo sự phát triển đồng bộ các loại hình và ưu tiên phát triển các loại hình KCHTTM hiện đại.

Năm là, hoàn thiện CSVM phải đảm bảo sự phát triển có tính tích hợp và hài hòa KCHTTM với KCHT KT-XH - môi trường.

Sáu là, hoàn thiện CSVM phải đảm bảo phát huy vị thế sức hút và lan tỏa KCHTTM của các ĐTL trong vùng, quốc gia và quốc tế.

Bảy là, hoàn thiện CSVM phải đảm bảo góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh, chủ động đáp ứng yêu cầu gia nhập TPP và AEC thời gian tới.

3.2.2.2. Mục tiêu hoàn thiện chính sách vĩ mô

Mục tiêu chung:

Nâng cao tính đồng bộ nội dung chính sách, đưa quản lý chính sách vào nền nếp, bài bản; tạo đột phá, đảm bảo cân bằng và động lực cho phát triển giữa các yếu tố; nhằm tạo bước nhảy vọt về phát triển KCHTTM hiện đại trong cơ cấu mạng lưới thương mại ĐTL đến 2020 tầm nhìn 2025.

Mục tiêu cụ thể:

Căn cứ vào định hướng hoàn thiện, các dự báo phát triển KT-XH, thị trường và thương mại các ĐTL nước ta, cho phép xác lập mục tiêu hoàn thiện CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL đến 2020 tầm nhìn 2025 như sau (xem bảng 3.1).

Bảng 3.1. Một số mục tiêu hoàn thiện CSVM đối với phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta đến 2020

TT	Các chỉ số mục tiêu hoàn thiện chính sách	Mức trung bình hiện tại	Mục tiêu tổng thể (*)	Mục tiêu mỗi yếu tố KCHTTM			
				TMBL	TMBB/XNK	DV LOG	DV HT & XTTM
I	Về hoàn thiện nội dung chính sách (CS)						
1	Về CS ENT	2,83	3,80	4,00	3,80	3,70	3,70
2	Về CS tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại	2,79	3,80	4,00	3,80	3,70	3,70
3	Về CS qui hoạch phát triển	2,81	4,00	4,20	4,00	4,00	3,80
4	Về CS đầu tư phát triển	2,85	4,00	4,10	4,00	4,00	3,90

5	Về CS liên kết phát triển	2,56	3,80	3,90	3,80	3,80	3,70
6	Về CS kiểm soát phát triển	2,85	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
II Về hoàn thiện quản lí chính sách							
1	Chất lượng hoạch định CS	3,07	4,10	4,20	4,10	4,0	4,0
2	Chất lượng triển khai thực thi CS	2,97	4,00	4,10	4,0	3,9	3,9
3	Hiệu suất tác động của CS	3,02	3,80	4,00	3,8	3,7	3,7
4	Mức hài lòng của đối tượng với CS	3,07	4,0	4,10	4,0	3,9	3,9
III Về phát triển KCHTTM đô thị lớn							
1	Chất lượng KCHTTM	3,09	4,2	4,3	4,15	4,0	4,0
2	Giá trị KCHTTM	2,94	3,9	4,1	3,9	3,8	3,8
3	Mức thỏa mãn quy mô KCHTTM	3,09	4,0	4,2	4,0	3,8	3,8
4	Mức thỏa mãn cơ cấu KCHTTM hiện đại nói chung và thương mại điện tử nói riêng	2,95	4,0	4,2	4,0	3,9	3,9
5	Mức thỏa mãn phân bố mạng lưới KCHTTM	2,99	3,85	4,0	3,8	3,8	3,8
6	Mức thỏa mãn chung của người quản lí, sử dụng KCHT	3,08	4,1	4,2	4,1	4,0	4,0
7	Mức thỏa mãn chung của khách hàng thụ hưởng KCHT	2,93	4,0	4,1	4,0	3,9	3,9

(*) Các chỉ số mục tiêu đều là ĐTB với độ lệch chuẩn là $\pm 10\%$

(Nguồn: Tác giả)

3.3. CÁC GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN NỘI DUNG CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI CÁC ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA ĐẾN 2020

Triển khai các định hướng, quan điểm và mục tiêu hoàn thiện CSVM đối với phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta đến 2020 và những năm tiếp theo trên, mục này được thiết kế theo hướng phân định thẩm quyền và trách nhiệm hoàn thiện nội dung CSVM.

3.3.1 Nhóm giải pháp về phía chính quyền trung ương - tập trung hoàn thiện nội dung chính sách chung, chính sách định hướng và một số chính sách công cụ

Nhóm giải pháp về phía chính quyền trung ương - tập trung hoàn thiện nội dung chính sách chung, chính sách định hướng và một số chính sách công cụ, bao gồm:

Một là, như đã nêu ở mục quan điểm, Chính phủ cần có một nghị

định chung về phát triển KCHTTM xác lập khung khổ, định hướng ưu tiên, những chế định triển khai, những quy tắc kiểm soát và phòng ngừa tiêu cực một cách đồng bộ cả ở 6 nội dung cho 4 yếu tố KCHTTM chủ yếu và cần thiết nói chung và qui tắc vận dụng cho các loại đô thị (trong đó có đô thị đặc biệt, đô thị loại I là các ĐTL). Bộ Công Thương làm đầu mối phát triển các chính sách thành các chính sách công cụ (ENT, tiêu chuẩn công nghiệp - thương mại) cho các loại hình và vị thế của KCHTTM khác nhau, chính sách định hướng (qui hoạch phát triển thông tin và kiểm soát phát triển), phối hợp với các Bộ, Ngành hữu quan để xây dựng chính sách đầu tư phát triển. Nguyên tắc chung của hoàn thiện chính sách là Nhà nước phát triển các yếu tố có tính định hướng để ổn định được thị trường thương mại qua các KCHTTM có tính chủ lực, mặt hàng thiết yếu (xăng dầu, điện, nước, nông sản thiết yếu cho đời sống và xuất khẩu) và có qui mô đủ lớn, hiện đại, có ý nghĩa liên vùng, quốc gia và quốc tế, chi phối phát triển KCHTTM BB/XNK, logistics thị trường và kiểm soát phát triển KCHTTM bán lẻ, HT và XTTM ở các ĐTL. Điều này là thực sự cần thiết để đảm bảo tính cạnh tranh của hệ thống phân phối Việt Nam trước những sức ép cạnh tranh kì vọng trong lĩnh vực dịch vụ phân phối của các nhà phân phối và đầu tư thương mại nước ngoài khi gia nhập TPP và AEC trong năm 2015 này.

Hai là, căn cứ vào hệ số β chuẩn hóa và hệ số tương quan từng phần (partial R) trong mô hình hồi qui bội ở chương 2 cho thấy, trong thời gian tới cần lựa chọn hoàn thiện chất lượng nội dung 2 chính sách qui hoạch phát triển KCHTTM và thu hút, xã hội hóa đầu tư phát triển KCHTTM theo qui hoạch làm khâu đột phá, đây cũng là 2 biến độc lập có mức quan trọng và cường độ tác động lớn nhất, cũng là 2 hợp phần chính sách có nhiều bất cập đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta thời gian qua.

Về chính sách qui hoạch phát triển cần tập trung nâng cao chất lượng các nội dung chủ yếu sau:

Thứ nhất, nâng cao tính đồng bộ và liên kết phát triển các loại hình KCHTTM ĐTL, đặc biệt quan tâm phát triển các yếu tố KCHTTM XNK, bán buôn nội địa và logistics qua trung tâm giao dịch và tổ chức thu mua, phân loại hoàn chỉnh mặt hàng bán lẻ, phát luồng và logistics tại chân hàng tới thị trường mục tiêu với hàng nông sản, thực phẩm thay cho quan niệm chợ bán buôn đầu mối có tính kĩ thuật, cơ học hiện nay ở các ĐTL (đề nghị

đổi tên "chợ đầu mối" thành "Trung tâm dịch vụ phân phối bán buôn hàng thực phẩm"). Phát triển ở mỗi đô thị loại I một trung tâm, đô thị đặc biệt 2 - 3 KCHTTM trung tâm logistics tổng hợp đa phương tiện và/hoặc chuyên doanh cho một loại phương tiện vận chuyển hàng hóa và các chi nhánh tại các thị trường trung gian chuyển tải và thị trường tiêu thụ mục tiêu. Nghiên cứu sinh cho rằng, nắm được các KCHTTM đầu mối này không chỉ tạo thế chủ động cho các dòng hàng xuất khẩu mà còn kiểm soát được các dòng hàng nhập khẩu của các nhà phân phối nước ngoài khi mà thuế suất nhập khẩu sẽ hướng về 0% thời gian tới.

Thứ hai, nâng cao tính đồng bộ trong nội hàm qui hoạch theo hướng "phát triển" về chất lượng và giá trị hơn là chỉ quan tâm về mặt số lượng KCHTTM. Muốn vậy phải đồng bộ cả về mặt kinh tế và qui mô với mặt tổ chức và quản lý, kỹ thuật và công nghệ, các hoạt động chuỗi giá trị cơ bản sẽ xảy ra trên mỗi KCHTTM, giữa các KCHTTM theo chiều dọc (và liên kết chuỗi cung ứng) theo chiều ngang (liên kết chuỗi giá trị ngành kinh doanh cùng cấp) để tối đa hóa các KCHTTM dùng chung. Đây cũng chính là giải pháp khắc phục các điểm yếu trong việc phát triển các trung tâm thương mại, các chợ đô thị xây dựng mới có hiệu suất sử dụng thấp hiện tại ở các ĐTL. Bản chất của các KCHTTM này không phải là cho chủ sở hữu kinh doanh thương mại hàng hóa trực tiếp mà là kinh doanh dịch vụ KCHTTM và dịch vụ hỗ trợ phân phối cho các nhà phân phối và khách hàng của họ vì vậy nó phải có đủ các yếu tố tổ chức và công nghệ công năng để tổ chức marketing và bán hàng, dịch vụ khách hàng phù hợp, thuận tiện, giá thuê phải nhỏ hơn so với chi phí KCHTTM và dịch vụ hỗ trợ, phân phối mà các nhà phân phối tự làm và cắt bỏ các chi phí quá mức, chi phí không tạo giá trị của các yếu tố KCHTTM cung ứng có tính "hoàn tráng", hoặc qui hoạch dạng các "hộp diêm" ở các chợ đô thị xây dựng mới, thay vào đó nên tạo không gian thương mại "mở, thoáng, liên kết" (kiểu các gian thương mại của Saigon coopmart)

Thứ ba, chính sách qui hoạch phát triển cần định hướng cho các ĐTL phát triển các KCHTTM có tính lan tỏa và mở rộng sức hút. Để đảm bảo tính lan tỏa cần có những định chế về ENT với phát triển các KCHTTM quy mô lớn cần nhắc yếu tố tác động lan tỏa tới KCHTTM cùng loại ở các đô thị kề cận (lan tỏa chiều ngang), các yếu tố KCHTTM cùng ngành/chuỗi

cung ứng (lan tỏa dọc, thượng và hạ nguồn), cũng như lan tỏa tới KCHTTM kết nối, hỗ trợ nó (logistics, xúc tiến thương mại). Để mở rộng sức hút của cơ sở thương mại cần lưu ý định luật Reley (1997) về sức hút nhu cầu của cơ sở thương mại "Sức hút nhu cầu tương đối của một cơ sở thương mại tỉ lệ thuận với tỉ lệ qui mô lưu chuyển hàng hóa trên một đơn vị KCHT và tỉ lệ nghịch với tỉ lệ của bình phương khoảng cách từ khởi điểm khách hàng đến cơ sở đó và đối thủ". Như vậy để mở rộng sức hút có các giải pháp cơ bản sau:

Về qui hoạch KCHTTM:

- Tăng hiệu suất sử dụng qui mô KCHT song song với tăng qui mô KCHTTM để tận dụng yếu tố "lợi thế qui mô".
- Qui hoạch hợp lí địa điểm phân bố KCHTTM sao cho hạ thấp nhất tỉ lệ giữa bình phương khoảng cách (bán kính tác động) từ một thị trường mục tiêu đến KCHTTM trong so sánh với các đối thủ.
- Trong công thức định luật này có một hệ số điều chỉnh tính đến mức độ thuận tiện, tiết kiệm thời gian và chi phí để tiếp cận KCHTTM khi đến và đi của khách hàng.

Thứ tư, trong chính sách qui hoạch phát triển cần đặc biệt quan tâm tới xác lập các định chế phát triển KCHTTM/cơ sở thương mại từ thứ 2 trong một ĐTL tới các đô thị kề cận và tới các ĐTL thuộc vùng và/hoặc liên vùng nên theo mô hình chuỗi trên cơ sở nhượng quyền thương mại và/hoặc liên minh chiến lược. Điều này có liên quan một phần tới nội dung chính sách ENT sẽ nêu sau, tuy nhiên với các nhà đầu tư và phân phối Việt Nam cần có cảnh báo và khuyến khích chính sách để chuẩn bị tích cực và tiên khởi cho việc phát triển KCHTTM tại các địa - thị trường then chốt và hấp dẫn.

Thứ năm, chính sách qui hoạch phát triển thời gian tới cần đặc biệt quan tâm và tiên lượng được khả năng và xu thế gia nhập thị trường dịch vụ phân phối không chỉ bán lẻ mà còn BB/XNK, dịch vụ logistics và DVHT và XTTM của các nhà phân phối nước ngoài không chỉ qua chính sách ENT, mà còn qua các định chế về ưu tiên phát triển KCHT tại thị trường chuyển tiếp và thị trường ven đô, thị trường khu đô thị mới, đô thị dân dân, các khu dân cư ở khu, cụm công nghiệp, khu kinh tế và khu kinh tế cửa khẩu, tránh cạnh tranh đối đầu trực tiếp với các cơ sở thương mại

Việt Nam và nếu có làm tăng sức ép cạnh tranh thì về KCHTTM cũng đã chiếm những ưu thế xác định về qui hoạch, qua những định chế phù hợp về M&A các cơ sở thương mại và KCHTTM của chúng, cũng như qua những rào cản kĩ thuật gia nhập/rút khỏi thị trường dịch vụ phân phối với các nhà phân phối nước ngoài.

Thứ sáu, chính sách qui hoạch phát triển KCHTTM cần có những qui định để tích hợp với qui hoạch KCHT KT-XH của ĐTL mà thường là do ba cơ quan nhà nước quản lí độc lập tương đối với nhau vì liên quan đến qui hoạch sử dụng đất (Công Thương, Qui hoạch xây dựng đô thị, Tài nguyên Môi trường). Đây cũng là một vấn đề cốt lõi của CSVM về qui hoạch phát triển KCHT KT-XH nói chung và thương mại nói riêng. Như trên đã phân tích, hiện tại ở các ĐTL chủ yếu quan tâm đến quỹ đất cho các yếu tố vật chất - kĩ thuật có tính hạ tầng của hạ tầng KT-XH (khu chung cư cao tầng mới, đường phố giao thông đô thị, cấp điện, cấp thoát nước, viễn thông và mạng Internet...), còn quỹ đất dành cho các yếu tố KCHT kinh tế (thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ và dịch vụ xã hội) ít được quan tâm và quỹ đất của chúng hoặc sử dụng có tính hình thức, hoặc chuyển đổi mục đích sử dụng và/ hoặc được bố trí ở các vị trí địa điểm không phù hợp để đảm bảo KCHTTM hoàn chỉnh, an toàn chứ chưa nói hiện đại. Chính vì vậy việc phát triển tích hợp KCHTTM với KCHT KT-XH ở ĐTL là một nội dung chính sách cần được tăng cường, nâng cấp với những giải pháp chính sách qui hoạch sau:

- Nâng cấp chiến lược và văn minh thương mại KCHTTM bán lẻ các tuyến phố thương mại chuyên doanh

- Qui hoạch ở mỗi đô thị đặc biệt và ĐTL trung tâm vùng động lực tăng trưởng 1 - 2 tuyến phố trung tâm thương mại và tài chính, về trung tâm thương mại không nên làm cao quá 5 tầng, nếu cao hơn thì dành cho nhà ở dân dụng hoặc công vụ, trong đó phần hầm/ngầm dành cho diện tích nghiệp vụ phụ và nghiệp vụ phụ kĩ thuật, gửi xe, 2 tầng dưới dành cho dịch vụ phân phối bán lẻ và sinh hoạt, 3 tầng trên dành cho dịch vụ phân phối BB/XNK, dịch vụ tài chính và dịch vụ kinh tế tổng hợp, theo mô hình KCHT các ĐTL ở các nước Đông Nam Á.

- Dành một phần tầng hầm và 2 tầng dưới các nhà chung cư cao tầng

trung tâm để qui hoạch KCHTTM hoàn chỉnh cho dịch vụ phân phối bán lẻ và dịch vụ sinh hoạt.

- Ưu tiên phát triển KCHTTM dạng chuỗi với bề mặt, màu sắc thống nhất, hài hòa và giao thông đi lại của tuyến phố và của không gian đô thị xung quanh.

- Ưu tiên phát triển các yếu tố KCHTTM tiên bộ, hiện đại với qui mô và giá trị hài hòa với KCHT KT-XH ĐTL.

- Có qui hoạch minh bạch về cơ cấu quỹ đất cho phát triển KCHT KT-XH nói chung và qui hoạch hài hòa cấu trúc KCHTTM trong tổng thể quỹ đất đó về mặt nội dung chính sách: tạo thuận lợi nâng cấp chất lượng và giá trị KCHTTM hiện đại ở khu đô thị cũ và qua liên doanh, liên kết để mở rộng qui mô, tạo quỹ đất ở vị trí địa thương mại tốt cho phát triển KCHTTM hiện đại, tiên bộ và văn minh ở các khu đô thị mới, đô thị hành tinh, thu hút qui hoạch các KCHTTM kết nối với KCHT sản xuất ở cận biên và ngoại vi thành phố (các khu outlets ở ngoại vi).

Thứ bảy, cần có cơ chế chính sách qui hoạch trong đó qui định rõ ngoại diên của nó giữa chính quyền trung ương và địa phương. Những nguyên tắc, định hướng, định chế chung, những qui định liên tỉnh, vùng, miền là do chính quyền Trung ương quản lí qui hoạch, còn chính quyền địa phương có trách nhiệm triển khai chính sách chung thành các chính sách qui hoạch phát triển cụ thể căn cứ vào các thực tế cụ thể địa phương nhưng không làm trái chính sách chung và sau khi được cấp thẩm quyền thông qua, phải có giá trị pháp lí tường minh và được thực hiện đúng, hiện thực và sáng tạo quy hoạch đó.

Về chính sách thu hút và xã hội hóa đầu tư phát triển KCHTTM - đây chính là nội dung huy động các nguồn lực tài chính cho thực hiện chính sách qui hoạch. Về phía chính quyền trung ương cần tập trung hoàn thiện các nội dung chính sách trên các trọng điểm sau:

Thứ nhất, cần khắc phục tình trạng một mặt Nhà nước chỉ thực thi vai trò quản trị quốc gia (hành chính) (và tập trung chủ yếu đầu tư phát triển KCHTTM chợ), còn chủ yếu xã hội hóa tự nhiên, tự phát việc đầu tư phát triển các loại KCHTTM nhưng trong khi đó lại không có chế định nào với việc các doanh nghiệp nói chung, doanh nghiệp sản xuất nhà nước nói riêng đầu tư phát triển KCHTTM, đây là xu thế vừa lãng phí đầu tư Nhà

nước, vừa làm giảm chất lượng và giá trị KCHTTM vì tính không chuyên nghiệp và chuyên môn hóa do phân công xã hội về lao động. Cần khắc phục ngay hiện trạng này trong chính sách đầu tư của doanh nghiệp sản xuất, tập đoàn, tổng công ty nhà nước, theo hướng các doanh nghiệp đó làm marketing với các trung gian phân phối và/hoặc cùng các trung gian phân phối tạo lập các kênh marketing dọc, ngang và đa kênh chứ không nên "tự làm tất cả".

Thứ hai, trong bối cảnh hội nhập sâu vào nền thương mại quốc tế tới đây, nhà nước không nên trực tiếp đầu tư vào KCHTTM như cách làm với chợ và ban quản lí chợ vừa qua mà nên có định hướng chính sách cho các doanh nghiệp thương mại nhà nước hoặc doanh nghiệp đầu tư nhà nước thực hiện và quản lí sử dụng chúng cho đúng bản chất của mỗi loại hình KCHTTM. Trên góc độ CSVN, nhà nước thông qua doanh nghiệp nhà nước chuyên môn hóa cần đầu tư phát triển các KCHTTM đủ để kiểm soát và ứng phó với những bất định vĩ mô của thị trường hàng hóa và đóng được vai trò hướng dẫn và thu hút cho phát triển KCHTTM của các nhà phân phối, đầu tư nhỏ, đầu tư tư nhân, đầu tư cá thể và tạo đối trọng với các KCHTTM của nhà phân phối nước ngoài theo hướng trực tiếp đầu tư các loại KCHTTM BB/XNK và logistics thị trường dùng chung cho các nhà phân phối nhưng phải được đầu tư thiết kế qui hoạch hợp lí, phù hợp và tiết kiệm chi phí thuê dịch vụ và chi phí quản lí chung KCHTTM.

Thứ ba, với thu hút và xã hội hóa đầu tư phát triển KCHTTM cần được thực hiện một cách hệ thống, bài bản và phù hợp với qui hoạch phát triển chứ không nên thu hút bằng mọi cách kể cả chuyển đổi mục đích theo qui hoạch, ưu tiên cho phát triển các yếu tố, loại hình KCHTTM hiện đại và/hoặc hiện còn thiếu, yếu về chất lượng và giá trị. Muốn vậy trong chính sách chung cần có những định chế ưu tiên, khuyến khích các nhà phân phối lớn, đầu tư lớn trong đầu tư phát triển KCHTTM theo qui hoạch. Tùy theo loại hình KCHTTM và không gian kinh tế, vị thế địa thương mại để có những chính sách ưu đãi khác biệt về đất và giải phóng mặt bằng, về thuế và thời gian sử dụng đất, về thủ tục đầu tư, về hỗ trợ nhà nước trong xây dựng và sử dụng KCHTTM cũng như những định chế phòng ngừa sử dụng đất và KCHT sai mục đích, kéo dài tiến độ đầu tư, đầu tư không đúng dự án...

Thứ tư, chính sách thu hút và xã hội hóa đầu tư phát triển KCHTTM ĐTL hiện tại cần tập trung vào hai hướng có tiềm năng và đáp ứng yêu cầu chủ động và cân bằng cạnh tranh thương mại hợp thức với các nhà phân phối nước ngoài là:

- Thu hút các nhà phân phối lớn trong nước đầu tư phát triển ở ĐTL các loại hình KCHTTM qui mô phù hợp và hiện đại.

- Thu hút các nhà đầu tư tư nhân lớn thực hiện đầu tư phát triển cung ứng dịch vụ KCHTTM và hỗ trợ phân phối thương mại dùng chung với bộ máy điều hành và quản trị dịch vụ chuyên nghiệp.

Thứ năm, chính sách thu hút các nhà đầu tư nước ngoài phải kèm theo những chế định "rào cản kỹ thuật Thương mại" phù hợp, đảm bảo cơ chế tiêu thụ hàng Việt Nam đảm bảo chất lượng, đảm bảo không tạo xung đột cạnh tranh về mật độ KCHTTM trên các vị trí không gian địa thị trường, có chính sách phù hợp trong việc đóng góp vào sử dụng các KCHT KT-XH của đô thị, đáp ứng yêu cầu ENT với từng loại hình, từng qui mô KCHTTM, chính sách với M&A các cơ sở với KCHTTM nước ngoài với nước ngoài, nước ngoài với trong nước, liên danh tổ chức và nhà đầu tư cá nhân trong nước để vừa bổ khuyết tính phân bố không đều mạng lưới KCHT, nâng cấp chất lượng, giá trị và hiệu suất sử dụng KCHTTM và Nhà nước kiểm soát được sự phát triển nhất là phát triển các KCHT từ thứ hai.

Thứ sáu, cũng như thu hút FDI, chính sách này cần tiến hành các chương trình xúc tiến thu hút đầu tư có bài bản và hiệu lực với từng phân đoạn thị trường nhà đầu tư (trong và ngoài nước; lớn, vừa và nhỏ; các loại hình có ICOR khác nhau, các địa thị trường có độ hấp dẫn môi trường đầu tư khác nhau, các định chế hỗ trợ và ưu đãi khác nhau) đều phải xây dựng thông điệp, lựa chọn phương tiện và kênh truyền thông và xúc tiến đầu tư khác nhau để đạt hiệu quả mục tiêu thu hút.

Ba là, theo thứ tự ưu tiên, chính quyền trung ương cần tập trung hoàn thiện các nội dung chính sách liên kết, phối hợp các yếu tố, các loại hình KCHTTM theo mô hình chuỗi cung ứng giá trị. Đây vừa là yêu cầu phát triển của quản trị kinh doanh, vừa là nội dung quan trọng thứ ba trong các hợp phần nội dung CSVN đối với phát triển KCHTTM các ĐTL nước ta, đặc biệt các KCHTTM hàng nông sản, thực phẩm. Thuộc nội dung này

tập trung hoàn thiện một số giải pháp chủ yếu sau:

Thứ nhất, phát triển KCHTTM ĐTL cần tạo được liên kết và liên minh chiến lược giữa các cơ sở KCHTTM cùng loại kiểu tạo nên cấu trúc mạng các chuỗi KCHTTM có cùng thiết kế, trang bị, qui hoạch kiến trúc, tổ chức và công nghệ, cho các mặt hàng và dịch vụ của các doanh nghiệp thương mại khác nhau để vừa tiết kiệm chi phí, đảm bảo chất lượng, tăng giá trị nhận biết xã hội về KCHTTM và tạo khác biệt hóa "bằng chứng vật chất" (physical evidence).

Thứ hai, CSVN phải khuyến khích và định hướng phát triển KCHTTM tại các ĐTL trong liên kết vùng phù hợp với sức hút và mức độ lan tỏa, như vậy các nhà quản lý CSVN phải xem xét phát triển KCHTTM ĐTL như là cấu trúc hạt nhân của hệ thống KCHTTM vùng để cân nhắc lựa chọn loại hình, qui mô, vị trí, mức độ hiện đại hóa trên tầm chiến lược dài hạn, có lộ trình.

Thứ ba, CSVN về liên kết theo các chuỗi cung ứng giá trị đòi hỏi phát triển KCHT phù hợp phương hướng vận động hàng hóa từ KCHT sản xuất đến thương mại BB/XNK đến thương mại bán lẻ và người tiêu dùng cuối cùng, trong đó KCHTTM dịch vụ logistics thị trường có vai trò kết nối tạo các dòng chảy phân phối giữa các KCHT với nhau và với thị trường mục tiêu, KCHTTM DVHT và XTTM như là các KCHTTM trung gian chức năng tăng cường hiệu suất sử dụng KCHTTM thuần túy. Vì vậy có thể tiết kiệm chi phí đầu tư KCHTTM nếu trong các chuỗi cung ứng có các cơ sở dịch vụ KCHTTM dùng chung để tận dụng lợi thế qui mô. Ngoài ra, nhờ tạo lập chuỗi cung ứng giá trị cho phép tinh giản hơn cấu trúc các yếu tố KCHTTM hạ nguồn nhờ chuyển giao một số chức năng chuỗi giá trị cho các KCHTTM thượng nguồn, tập trung cao hơn vào hoạt động marketing, bán hàng và dịch vụ khách hàng.

Bốn là, để thực hiện ba hợp phần nội dung CSVN quan trọng trên, chính quyền trung ương cần tập trung hoàn thiện các chính sách về ENT, về tiêu chuẩn công nghiệp - thương mại và về kiểm soát nhà nước với mỗi loại hình và cấp độ KCHTTM phù hợp nhu cầu và qui luật phát triển thương mại hàng hóa.

Về chính sách kiểm định nhu cầu kinh tế (ENT) đối với phát triển

KCHTTM, bao gồm:

Thứ nhất, hoàn chỉnh và thống nhất hóa các yếu tố đánh giá nhu cầu kinh tế cần kiểm định trên góc độ quản lý vĩ mô của Nhà nước các cấp và phù hợp với yêu cầu ĐTL (Chương 1 luận án đã đề xuất bốn yếu tố cũng là tiêu chí kiểm định nhu cầu kinh tế đối với phát triển KCHTTM)

Thứ hai, cần xây dựng một bộ thang đo đánh giá nhu cầu kinh tế phù hợp đặc điểm ĐTL (đặc biệt vai trò sức hút nhu cầu và tác động lan tỏa của KCHTTM ĐTL) trên cơ sở khoa học từ xây dựng giả thuyết, mô hình và thang đo, nghiên cứu định tính phát triển thang đo, kiểm định thang đo qua phân tích nhân tố khám phá (EFA) để xây dựng bộ thang đo cho mỗi yếu tố và tổng hợp nhu cầu kinh tế. Các thang đo này được nghiên cứu cho từng loại hình KCHTTM (bán lẻ, BB/XNK, logistics, HT và XTTM).

Thứ ba, từ xác lập mô hình thang đo nhu cầu kinh tế đối với phát triển KCHTTM, cần ban hành một qui trình chuẩn về ENT cho các loại hình KCHTTM và ngưỡng chấp nhận/không chấp nhận của tổng điểm và cơ cấu kiểm định với từng loại dự án phát triển (nâng cấp hiện tại, mở rộng hiện tại, phát triển mới) tạo cho bộ máy thực thi CSVN ở các địa phương thống nhất thực hiện.

Về hoàn thiện nội dung chính sách tiêu chuẩn công nghiệp - thương mại đối với phát triển KCHTTM ĐTL tập trung trên một số giải pháp chính sách sau:

- Bộ Công Thương cần khôi phục lại bộ tiêu chuẩn công nghiệp - thương mại đối với phát triển KCHTTM và mạng lưới thương mại làm cơ sở cho quy hoạch phát triển trong các giai đoạn phát triển KT-XH khác nhau. Trước đây Bộ Nội thương, Bộ Thương mại đã triển khai khá hoàn chỉnh nội dung này mặc dù mới nặng về các tiêu chuẩn số lượng.

- Rất cần thiết phải xây dựng các tiêu chuẩn phát triển mạng lưới và theo đó là phát triển KCHTTM như: số m² diện tích thương mại (bán lẻ, bán buôn, XNK, logistics, hỗ trợ và xúc tiến thương mại)/10.000 dân, mật độ cơ sở các loại hình thương mại/10.000 dân với bán lẻ, /km² diện tích ĐTL (với bán buôn, logistics), /1 đơn vị doanh số XNK theo ngành hàng kinh doanh, tỉ lệ tối thiểu (thị phần tối thiểu) các loại hình KCHTTM tiên bộ, hiện đại và văn minh thương mại.

- Cần đặc biệt phát triển các tiêu chuẩn chất lượng và giá trị tối thiểu về dịch vụ phân phối và thương mại trên từng mức kênh (thương mại bán buôn công nghiệp, thương mại bán buôn, thương mại XNK, thương mại bán lẻ, thương mại dịch vụ logistics, thương mại DVHT và XTTM) đáp ứng và thỏa mãn nhu cầu, mong muốn của thị trường theo trình độ phát triển KT-XH các ĐTL và của hội nhập Thương mại quốc tế lấy đây làm rào cản gia nhập thị trường thương mại ĐTL, đảm bảo hiệu suất phát triển KCHTTM tổng thể ĐTL.

- Trong xây dựng tiêu chuẩn công nghiệp - thương mại đối với phát triển KCHTTM cần có một ngưỡng tối thiểu và trung bình, mức vượt chuẩn với tối đa với đô thị đặc biệt và đô thị loại I do đặc tính sức hút và lan tỏa thị trường mục tiêu của ĐTL.

Về chính sách kiểm tra, kiểm soát nhà nước đối với phát triển KCHTTM ĐTL cần tập trung nâng cấp chất lượng các yếu tố nội dung sau:

- Bộ Công Thương là đầu mối xây dựng bộ tiêu chí đánh giá phát triển cả về số lượng và chất lượng từng loại hình KCHTTM cho các địa phương và các ĐTL, đảm bảo thống nhất trong kiểm tra, kiểm soát.

- Ban hành qui trình kiểm soát gián tiếp thông qua định chế chính sách về chế độ báo cáo phát triển KCHTTM quốc gia cho các địa phương và ĐTL và áp dụng chung cho các chủ sở hữu và/hoặc chủ quản lí, sử dụng KCHTTM, mẫu dự án đầu tư phát triển KCHTTM từng loại hình để tạo tiền đề xây dựng hệ cơ sở dữ liệu về trạng thái và phát triển KCHTTM dạng văn bản và điện tử.

- Định kì và/hoặc đột xuất có cơ chế kiểm tra hiện trường tình hình và kết quả phát triển KCHTTM, phân loại chất lượng thực tế và sổ sách khấu hao, phát hiện và xử lí nghiêm các vụ việc phát triển sai qui hoạch, sai mục đích sử dụng, sai suất đầu tư, không đảm bảo chất lượng và giá trị KCHTTM theo tiêu chuẩn. Một trong các nội dung kiểm tra là thực tế chấp hành qui hoạch, sử dụng đất cho phát triển KCHTTM của bản thân cơ quan nhà nước có thẩm quyền ở các địa phương. Chính sách kiểm soát nhà nước đối với phát triển KCHTTM cần có những qui định xử lí đủ mức và đúng mức vi phạm chính sách của nội bộ bộ máy nhà nước và của đối tượng tác động chính sách.

- Chính quyền trung ương cần có một niên giám thống kê về phát triển KCHT KT-XH nói chung và thương mại nói riêng, cả nước nói chung và các địa phương, các ĐTL nói riêng thống nhất với niên giám thống kê ở các địa phương về cơ sở dữ liệu và phương pháp tính toán để công khai và phổ biến thông tin cho người dân và khôi phục niềm tin, phản biện và tham gia giám sát phát triển KCHT của địa phương, toàn quốc.

Trên đây là một số giải pháp hoàn thiện và phát triển nội dung CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL theo định hướng thẩm quyền và trách nhiệm của chính quyền trung ương. Mục tiếp theo tập trung đề xuất giải pháp nâng cao mức độ tác động CSVM tới hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL.

3.3.2. Nhóm giải pháp về phía chính quyền địa phương nhằm nâng cao mức độ tác động của chính sách vĩ mô tới hiệu suất phát triển kết cấu hạ tầng thương mại các đô thị lớn nước ta

Với thẩm quyền và trách nhiệm chung của chính quyền địa phương trong nâng cao mức tác động CSVM tới hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL có một số giải pháp trọng tâm là tác động tới nâng cao hiệu suất phát triển chất lượng và giá trị KCHTTM. Với Hà Nội là Thủ đô và cùng Thành phố Hồ Chí Minh là hai đô thị đặc biệt nên thẩm quyền có cao hơn và trách nhiệm cũng cao hơn với các KCHTTM có ý nghĩa cả nước và quốc tế nhưng cũng tập trung vào các giải pháp sau đây.

3.3.2.1. Nhóm giải pháp định hướng tác động tới nâng cao giá trị kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Một là, đây là khâu yếu nhất trong phát triển chiều sâu mạng lưới KCHTTM các ĐTL Việt Nam, cũng là một tiếp cận mới trong phát triển CSVM và nên được coi là giải pháp đột phá với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta.

Hai là, điểm mới nhận thức các nhà quy hoạch, thiết kế KCHTTM để nâng cấp toàn diện cả giá trị xã hội, giá trị chức năng, giá trị cảm xúc, giá trị tài sản và giá trị cạnh tranh, coi giá trị là một tiêu chí đánh giá ENT trong phát triển KCHTTM.

Ba là, trong mỗi yếu tố giá trị trên cần tập trung nâng cao một số chỉ số giá trị cụ thể sau về KCHTTM để góp phần vào nâng cao tổng giá trị của

KCHTTM tổng thể căn cứ vào phân tích thực trạng giá trị và nguyên nhân của nó tại Chương 2.

* Với nâng cao giá trị xã hội của KCHTTM:

- Nâng cao giá trị nhận biết, thân thiện KCHTTM
- Nâng cao giá trị khác biệt hóa và điển hình hóa KCHTTM

* Với nâng cao giá trị chức năng của KCHTTM:

- Nâng cao giá trị hiện đại hóa KCHTTM
- Nâng cao giá trị vị thế địa thương mại của KCHTTM
- Nâng cao giá trị tạo cảnh quan, giảm ách tắc giao thông và môi trường

đô thị

- Nâng cao giá trị mức thuận tiện khách hàng và thuận lợi người sử dụng qua "phần mềm" KCHTTM

* Với nâng cao giá trị cạnh tranh của KCHTTM.

- Nâng cao giá trị cạnh tranh về "bằng chứng vật chất" của KCHTTM

- Nâng cao giá trị đóng góp tạo danh tiếng và lòng trung thành với KCHTTM

- Nâng cao giá trị hỗ trợ vào hiệu suất chuỗi giá trị doanh nghiệp của KCHTTM

- Nâng cao giá trị đóng góp, tạo chuỗi cung ứng mạng và kênh phân phối ĐTL

* Với nâng cao giá trị cảm xúc của KCHTTM

- Nâng cao giá trị cảm xúc về mức an toàn, tin cậy với KCHTTM

- Nâng cao giá trị cảm xúc thân thiện, ưa thích với KCHTTM

* Với giá trị tài sản của KCHTTM

- Giá trị đóng góp vào năng suất và hiệu suất sử dụng không gian KCHTTM

- Giá trị đóng góp vào tăng năng lực kinh doanh (hữu hình và vô hình) và văn minh thương mại

- Giá trị đóng góp vào tăng hiệu suất tài sản

Từ khung khổ chung trên, với hai nhóm KCHTTM khác nhau lại có độ nhấn mạnh khác nhau. Cụ thể:

i. Với nhóm kết cấu hạ tầng thương mại thuần (bán lẻ, bán buôn/xuất nhập khẩu)

Một là, mỗi doanh nghiệp thương mại cần lựa chọn phù hợp và tạo khác biệt hóa để điển hình hóa thiết kế mẫu riêng KCHTTM của mình. Điển hình hóa là công cụ tạo giá trị vừa làm tăng sức hút khách hàng, đáp ứng nguyên tắc quy hoạch cơ sở thương mại, vừa tiết kiệm chi phí thiết kế xây dựng/cải tạo nâng cấp KCHT.

Hai là, với KCHTTM bán lẻ, tập trung hiện đại hóa công nghệ và quản trị của KCHT, nâng cao giá trị về mức thuận tiện khách hàng trong tiếp cận, lựa chọn và đặt/giao hàng theo một dòng vận động hợp lý và nâng cao tỉ lệ phát triển các cơ sở thương mại hiện đại - đây cũng là giải pháp ưu tiên trong phát triển KCHTTM bán lẻ ĐTL: Gia tăng KCHT các cơ sở bán lẻ tiện ích, siêu thị bán lẻ căn bản (với hàng thực phẩm tươi sống, chế biến, công nghệ và hàng bách hóa nhật dụng) và cơ sở bán lẻ kiểu chuỗi siêu thị - trung bày để ngỏ, tự phục vụ và thanh toán tại quầy thu tiền; nhưng không phải vận dụng từng phần mà phải áp dụng trên toàn chuỗi giá trị của nó; các ĐTL nước ta hiện còn thiếu các KCHTTM bán lẻ về cơ sở chuyên doanh theo nhu cầu trọn bộ của giới tiêu dùng; các cơ sở hạ giá/giảm giá (Discount Stores); các Websites onlines.

Trong thời gian ngắn tới, khuyến khích các nhà bán lẻ vừa và lớn phát triển theo chuỗi và chiếm lĩnh các vị trí địa thương mại hấp dẫn, cải tạo nâng cấp KCHT các chợ đầu mối, chợ đô thị xây dựng mới theo hướng tạo không gian thương mại mở, giao dịch tại cơ sở, chuẩn bị và giao nhận hàng hoàn chỉnh tại chân hàng. Các trung tâm thương mại cần cải tạo theo hướng bổ sung các không gian nghiệp vụ phụ, cắt giảm chi phí để hạ thấp giá thuê KCHT.

Ba là, với KCHTTM BB/XNK ưu tiên quy hoạch hệ thống KCHTTM bán buôn đủ năng lực (quy mô và cơ cấu) đảm bảo dự trữ lưu thông, phân phối vận động, cung ứng cho bán lẻ ĐTL, tổ chức luồng hàng cá nhân tiêu dùng và vật tư bán buôn cho vùng và/hoặc thu mua tập trung dòng hàng nông phẩm, hàng XNK để tổ chức mặt hàng dịch vụ phân phối cho sản xuất và bán lẻ. Cụ thể:

- Quan tâm đến phát triển quy mô mạng lưới cơ sở giao dịch, giới thiệu và trình diễn thương mại, kết hợp với hệ thống kho thương mại bán buôn.

- Phát triển cơ cấu mạng lưới KCHTTM BB/XNK có tính tích hợp

theo hai nghĩa: tích hợp "làm phẳng" thị trường nội địa và quốc tế về hàng hóa và quy tắc thương mại (gia nhập thị trường và rào cản kỹ thuật thương mại). Hai là, trong khi chưa tích hợp được hoàn toàn thì nhờ có KCHTTM chuyên ngành nên cơ sở BB/XNK thông qua chức năng tổ chức nguồn hàng và mặt hàng sẽ linh hoạt và chủ động đàn trải rủi ro để lựa chọn và thành lập lô hàng xuất khẩu, cho các thị trường xuất khẩu mục tiêu khác nhau, phần chưa đạt yêu cầu xuất khẩu nhưng đạt yêu cầu lưu thông nội địa sẽ được tổ chức phân phối nội địa.

- Về cơ cấu loại hình gồm hai nhóm lớn: nhà BB/XNK và nhà cung ứng dịch vụ phân phối BB/XNK. Trọng tâm phát triển cơ cấu cũng gồm hai công đoạn: thu mua, tập hợp nguồn hàng từ các nhà sản xuất (công, nông nghiệp) theo yêu cầu chu chuyển và dự trữ cho "bể chứa lưu thông". Các doanh nghiệp sản xuất càng quản trị tốt hệ thống sản xuất tinh gọn (lean manufacturing) hoặc hệ thống sản xuất linh hoạt (flexible manufacturing system) thì vai trò "bể chứa" lưu thông của thương mại bán buôn càng cao và chủ yếu sẽ tập trung ở các KCHTTM BB/XNK các ĐTL

ii. Với nhóm kết cấu hạ tầng dịch vụ thương mại

Một là, tập trung nâng cao giá trị xã hội của KCHTTM dịch vụ logistics thị trường, DVHT và XTTM, đây là yếu tố yếu nhất trong các yếu tố giá trị KCHTTM này, vì vậy cần thiết phải có giải pháp xử lý gồm:

- Là KCHTTM dịch vụ nên có hai bộ phận KCHT: tiếp xúc với khách hàng và hỗ trợ hoạt động chuyên môn cốt lõi nghĩa là có phần khách hàng nhìn thấy và có phần khách hàng không nhìn thấy và cả hai phần KCHT đều được đảm bảo phát triển đồng bộ, không nên chỉ quan tâm về hào nhoáng, hình thức ở phần nhìn thấy còn phần tác nghiệp chính không nhìn thấy thì xập xệ, tạm bợ.

- Tăng cường mức độ nhận biết và khác biệt hóa giữa các KCHT của các doanh nghiệp dịch vụ thương mại khác nhau và giữa các loại dịch vụ thương mại.

- Cũng như KCHTTM khác, cần tăng cường mức điển hình hóa mạng lưới KCHTTM này bởi nó không chỉ đảm bảo tính toàn diện, chi phí thiết kế trong dự án đầu tư, mà quan trọng là tạo được các giá trị được ghi nhớ, bảo vệ và duy nhất - yếu tố tạo năng lực cốt lõi và khác biệt của KCHTTM.

Hai là, tập trung nâng cao giá trị tài sản của KCHT dịch vụ thương mại. Khác với KCHTTM bán lẻ, BB/XNK, có bản chất dân dụng trừ hệ thống KCHT các văn phòng giao dịch xử lý đơn hàng và quản trị, các KCHT tác nghiệp đều có tính chất công nghiệp (kho - vận, studios) thường có suất đầu tư/ 1m², yêu cầu kỹ thuật - công nghệ cao, chuyên ngành nên nâng cao giá trị tài sản của chúng là một phương pháp quan trọng và cấp thiết.

Ba là, với KCHTTM dịch vụ logistics, trong phát triển mới chú trọng phát triển KCHTTM dịch vụ logistics thị trường hiện đại, đồng bộ (qua học tập và sáng tạo mô hình công nghệ kho phân phối Cash & Carry; mô hình vận chuyển và giao hàng nội địa của Fed Ex) cải tạo và nâng cấp, hiện đại hóa KCHT hiện tại của các công ty logistics lớn, có tiềm lực; Nhà nước cần tập trung đầu tư các trung tâm dịch vụ logistics thị trường vùng động lực tăng trưởng và các cửa khẩu quy mô lớn, có chức năng cảng trung chuyển. Đây chính là yếu tố đột phá và dẫn đạo và lôi cuốn phát triển KCHTTM dịch vụ logistics thị trường ĐTL nước ta.

Bốn là, với KCHTTM dịch vụ HT và XTTM, hiện đại hóa KCHT dựa trên tri thức và công nghệ dịch vụ. Với hiện đại hóa KCHTTM dịch vụ hỗ trợ kinh doanh thương mại cần quan tâm các khía cạnh hỗ trợ kỹ thuật và công nghệ thông tin, về hỗ trợ quản trị kinh doanh cần quan tâm các khía cạnh dịch vụ truyền thông, tư vấn, outsourcing, các hoạt động phụ trợ có kết nối, tương tác và không lỗi để thỏa mãn mong muốn của người tác nghiệp trên KCHT đó. Hiện đại hóa KCHTTM này còn kèm theo đáp ứng cập nhật các thông tin, tri thức, thành tựu trong ngành/ phân ngành dịch vụ hỗ trợ kinh doanh, các hệ cơ sở dữ liệu phù hợp, cập thời; các phần mềm mô phỏng và trình chiếu... Với các KCHT dịch vụ xúc tiến thương mại, việc hiện đại hóa không phải là vẻ hào nhoáng biển hiệu điện tử mà phải là tính hiện đại, chuyên nghiệp của không gian tiếp xúc và truyền thông với khách hàng; là hệ thống design và demo điện tử, là hạ tầng các studio để dựng các clips quảng cáo, là các hiện trường tổ chức hoạt động PR, là phòng thiết kế công nghệ các thông điệp marketing online... Những yếu tố này cùng môi trường không gian và điều kiện làm việc có giá trị cao sẽ làm gia tăng cả giá trị cảm xúc về sự an tâm, gắn bó và tự trọng của người sử dụng KCHT.

3.3.2.2. Nhóm giải pháp chính sách định hướng tác động tới nâng cao chất lượng kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Một là, nâng cao chất lượng KCHTTM coi đây là giải pháp tiên quyết để tạo điều kiện phát triển chiều sâu mạng lưới thương mại ĐTL, bởi bài toán giá trị chỉ có thể giải được trên cơ sở một chất lượng được đảm bảo và liên tục được cải thiện.

Hai là, trong phát triển chất lượng KCHTTM tổng thể, coi trọng phát triển đồng bộ cả 4 yếu tố: chất lượng kỹ thuật, chất lượng chức năng, chất lượng định vị và chất lượng quan hệ, coi chất lượng cũng là một tiêu chí đánh giá quan trọng về ENT trong phát triển KCHTTM.

Ba là, với mỗi yếu tố chất lượng KCHTTM tổng thể, trọng tâm phát triển mỗi yếu tố được xác định căn cứ vào thực trạng và nguyên nhân hạn chế chất lượng KCHTTM ở các ĐTL sau:

* Về chất lượng kỹ thuật của KCHTTM

- Chất lượng đáp ứng tiêu chuẩn công nghiệp, thương mại về dịch vụ KCHTTM.

- Chất lượng đáp ứng yêu cầu phân bổ và qui hoạch địa thị trường của KCHTTM.

* Về chất lượng chức năng của KCHTTM

- Chất lượng cơ cấu mạng lưới KCHTTM nhất là KCHTTM hiện đại

- Chất lượng đồng bộ các loại hình KCHT

- Chất lượng "phần mềm" công nghệ của KCHTTM

- Liên kết hài hòa giữa các loại hình KCHTTM tạo lập hệ phân phối mạnh, ổn định.

* Về chất lượng định vị của KCHTTM

- Tương quan định vị chất lượng/giá, phí KCHTTM

- Chất lượng định vị sức lan tỏa của KCHTTM ĐTL

* Về nâng cao chất lượng quan hệ của KCHTTM

- Chất lượng tích hợp KCHTTM với KCHT KT-XH khác của ĐTL

- Mức hài lòng của khách hàng với KCHTTM

- Chất lượng vệ sinh môi trường và đảm bảo vệ sinh an toàn của KCHTTM

Theo khung khổ trên, các giải pháp cho từng loại hình KCHTTM khác nhau có độ nhấn mạnh và vị thế khác nhau. Cụ thể:

i. Với nhóm kết cấu hạ tầng thương mại bán lẻ, bán buôn/xuất nhập khẩu

Mặc dù tiêu chí này của KCHTTM bán lẻ là cao hơn so với ba loại hình KCHTTM còn lại, nhưng so với yêu cầu chung vẫn còn nhiều mặt chưa đáp ứng nhu cầu, đặc biệt với hơn 70% cơ sở bán lẻ truyền thống nhỏ và vừa. Giải pháp cụ thể cho nhóm KCHTTM này gồm:

Một là, cần nâng cao đồng bộ các yếu tố chất lượng KCHT bao gồm cả chất lượng kĩ thuật, chất lượng chức năng, chất lượng định vị và chất lượng quan hệ, nhất là với KCHTTM bán lẻ truyền thống nhỏ và vừa ở ĐTL.

Hai là, trong các yếu tố chất lượng trên cần tập trung nâng cao một số chỉ số chất lượng sau là còn yếu, thiếu. Ưu tiên phát triển, tổ chức và phân bổ mạng lưới KCHT hiện đại, tiên bộ và là đặc trưng cho ĐTL, đặc biệt ưu tiên phát triển KCHTTM mới dạng chuỗi và nhượng quyền thương mại - đây là dạng thức tổ chức KCHTTM bán lẻ rất tiên bộ, cho phép mở rộng mạng lưới nhiều cơ sở điển hình hóa KCHT, sử dụng nhiều yếu tố KCHT dùng chung và tiết kiệm theo quy mô, giảm sức ép đầu tư KCHTTM phụ và phụ kĩ thuật, tăng vị thế đàm phán trong kênh phân phối.

Ba là, với KCHTTM bán lẻ, nâng cao chất lượng đáp ứng nhu cầu thị trường về quy mô, cơ cấu và chất lượng định vị của mạng lưới KCHTTM bán lẻ hiện đại. Có một điểm phát triển rất quan trọng trong bán lẻ hiện đại ít được các nhà bán lẻ quan tâm đó là chất lượng định vị với mạng lưới/KCHTTM bán lẻ ĐTL, đó là chất lượng định vị hình ảnh của chúng với khách hàng - đây là một yếu tố tạo sức hút của khách hàng với KCHT và cũng là một yếu tố tạo thương hiệu của cơ sở bán lẻ cần được cân nhắc và đưa vào nội dung chính sách để định hướng cho sự phát triển.

- Về chất lượng quan hệ cần được nhấn mạnh trong trọng tâm CSVN, một là chất lượng tích hợp giữa KCHTTM bán lẻ với KCHT KT-XH đô thị - một điểm đặc trưng quan trọng với ĐTL và hai là, chất lượng phát triển KCHTTM bán lẻ với yêu cầu quản lí vệ sinh và giảm thiểu ô nhiễm môi trường. Đây cũng là một bức xúc xã hội với KCHTTM bán lẻ truyền thống với không chỉ hàng thực phẩm tươi sống cả về chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm mà cao hơn đó là thể chế KCHTTM về kiểm tra, kiểm soát hàng giả, hàng rởm, hàng không đủ chất lượng và đặc biệt hàng

độc hại vào mạng lưới bán lẻ mà không được ở lại vào KCHT bán buôn, sản xuất. Đây là rào cản cuối cùng để bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của người tiêu dùng với mạng lưới KCHT bán lẻ ĐTL.

- Trong cấu trúc KCHTTM bán lẻ có một yếu tố rất đặc trưng ĐTL là KCHT dịch vụ phân phối bán lẻ. Khác với đô thị nhỏ và vừa, ĐTL hội đủ điều kiện tích hợp năng lực đầu tư và dàn trải rủi ro đầu tư phát triển KCHTTM bán lẻ, đó là thu hút các nhà đầu tư đa thành phần không cần là nhà bán lẻ 100% trên tổng quy mô của KCHT như là đầu tư phát triển KCHTTM bán lẻ của nhà bán lẻ mà họ chỉ đầu tư và cung ứng dịch vụ KCHT cho thương mại bán lẻ; trong đó nhà bán lẻ thuê các diện tích gian thương mại, thuê diện tích và dịch vụ nghiệp vụ phụ và dịch vụ phụ kỹ thuật do một nhà quản trị thống nhất. Như vậy, với nhà bán lẻ tập trung vào các hoạt động còn lại của chuỗi giá trị nên hiệu suất hoạt động cao, chi phí chuỗi giá trị phụ và phụ - kỹ thuật nhờ dùng chung nên giảm tương đối nhờ lợi thế kinh tế quy mô. Đây là một hình thức phát triển rất thích hợp với ĐTL để đạt trạng thái quy mô lớn hơn là tự thân tích tụ và tập trung vốn đầu tư phát triển KCHT của nhà bán lẻ. Đây vừa là điểm yếu chất lượng hiện tại vừa là một định hướng rất nên được khuyến khích với các nhà đầu tư và thương mại bán lẻ ĐTL để tạo được các trung tâm mua sắm, trung tâm thương mại bán lẻ, các cửa hàng tổng hợp quy mô lớn, các outlets, các chợ bán lẻ trung tâm quy mô lớn trong mạng lưới KCHTTM bán lẻ xứng tầm ĐTL.

Bốn là, với KCHTTM BB/XNK, nâng cao chất lượng chức năng của KCHTTM BB/XNK: là giải pháp trọng tâm để nâng cao sự thỏa mãn nhu cầu thị trường dịch vụ phân phối cho cả nhà sản xuất, nhập khẩu và cho cả khách hàng nhà bán lẻ và doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa bằng một hệ thống KCHT tương hợp và đảm bảo chất lượng, và với ĐTL thì hệ thống này còn phải mạnh, đủ lớn, hiện đại và có hiệu suất cao. Bao gồm:

- Phải chỉ rõ cấu trúc KCHTTM BB/XNK như thế nào là có hiệu suất chất lượng cao. Các nghiên cứu thực chứng chỉ ra 5 tiêu chí đánh giá cơ bản chất lượng chức năng của KCHTTM BB/XNK là:

- Hỗ trợ làm tăng cường các nghiệp vụ cốt lõi.
- Hỗ trợ mở rộng phạm vi bao phủ thị trường theo hai hướng: bao phủ thị trường vùng, ảnh hưởng thị trường nội địa và phát triển thị trường

quốc tế.

- Năng suất tác nghiệp cao với chi phí ít hơn.
- Cam kết quản lý chất lượng toàn diện (TQM).
- Có triết lý hỗ trợ marketing cho nhà sản xuất và nhà bán lẻ.
- Phát triển/quy mô hợp lý của mạng lưới KCHTTM BB/XNK trên cơ

sở xem xét ENT qua các tiêu chuẩn, định mức quy hoạch, qua cân nhắc bán kính phục vụ, sức hút nhu cầu của cơ sở BB/XNK của ĐTL với vùng, miền, quốc gia và quốc tế.

- Với bán buôn nội địa: tập trung phát triển các KCHT qui mô lớn với các nhà bán buôn - phân phối công nghiệp; nhà bán buôn tổng hợp/đa ngành, đa nhóm hỗn hợp theo đặc trưng nhu cầu và/hoặc tiêu dùng; nhà bán buôn các sản phẩm công nghiệp hỗ trợ cho các doanh nghiệp sản xuất; các nhà cung ứng dịch vụ phân phối bán buôn (chợ thu mua - phát luồng bán buôn nông phẩm, trung tâm thương mại phân phối bán buôn hàng cá nhân tiêu dùng và vật tư, sàn giao dịch bán buôn hàng hóa kì vọng trung tâm) từ đó mở rộng quy mô bằng phát triển mạng KCHT các chi nhánh, các đại lí thu mua hoặc phân phối bán buôn các dạng đặc quyền hoặc hoa hồng.

- Với xuất - nhập khẩu: Phát triển theo hai dạng thức: các KCHTTM XNK toàn bộ từ tổ chức nguồn hàng, thu mua, tổ chức mặt hàng xuất khẩu, thiết lập lô hàng, tập kết tại cửa khẩu và làm marketing, logistics, dịch vụ khách hàng xuất khẩu. Với dạng thức này cần tập trung phát triển các KCHTTM cho các hoạt động cốt lõi và outsourcing các dịch vụ KCHTTM XNK khác, không nên "tự làm tất cả", dạng thức thứ hai là KCHTTM các cơ sở cung ứng dịch vụ marketing xuất khẩu cho các doanh nghiệp sản xuất - xuất khẩu nhỏ và vừa - với dạng thức này đặc biệt chú ý phát triển các yếu tố "phần mềm" của KCHT. Điều đó có nghĩa KCHTTM BB/XNK quy mô lớn không phải theo nghĩa kĩ thuật mà theo nghĩa độ lớn về "chất" của chúng.

ii. Với nhóm kết cấu hạ tầng dịch vụ thương mại

Một là, nâng cao chất lượng chức năng của KCHTTM dịch vụ logistics thị trường, lấy đây là giải pháp chính sách có tính căn cơ với nhóm KCHT này.

- Cần nhận thức rõ hai yếu tố: *thứ nhất*, đây là chỉ số chất lượng của mạng lưới, của tổng thể KCHT chứ không phải đánh giá chất lượng của

một KCHTTM của một cơ sở cung ứng dịch vụ logistics thị trường cụ thể. *Thứ hai*, về chức năng của chất lượng là nói tới việc thỏa mãn nhu cầu, đáp ứng yêu cầu vận hành chức năng của KCHT đó. Các giải pháp chính sách để nâng cao chất lượng chức năng của KCHTTM này ở các ĐTL gồm:

- Phát triển và mở rộng mạng lưới cả về quy mô bình quân, cả về năng lực và công suất KCHT, cả về phạm vi hoạt động và ảnh hưởng gắn với bán kính phục vụ của doanh nghiệp thương mại bán lẻ, BB/XNK trên thị trường tùy theo con đường vận chuyển thích hợp với KCHT dịch vụ thương mại.

- Nâng cao mức phù hợp của KCHT và công nghệ áp dụng với tổ chức các dòng công việc và quản trị tác nghiệp của mỗi loại hình cơ sở dịch vụ thương mại để đáp ứng yêu cầu kinh doanh từng loại dịch vụ trên KCHT đó.

- Mục đích KCHT dịch vụ thương mại chính là thỏa mãn nhu cầu hậu cần cho nhà sản xuất, nhà BB/XNK và nhà bán lẻ. Tùy theo đoạn thị trường mục tiêu là tập khách hàng nào thì có cấu trúc không gian, vị trí quy hoạch, trang thiết bị tiện nghi phục vụ khác nhau nhưng phải đảm bảo đáp ứng được yêu cầu định chuẩn dịch vụ xác định, một chuẩn chất lượng dịch vụ khách hàng ngày càng toàn diện trước, trong và sau bán dịch vụ thương mại trên KCHT đó.

Hai là, nâng cao hơn nữa và tạo đột phá trong chất lượng kỹ thuật của KCHT dịch vụ thương mại ĐTL. Cụ thể:

- Phải xây dựng và đáp ứng mức cao các định chuẩn quy hoạch thương mại dịch vụ và KCHT dịch vụ thương mại ở các khu vực thị trường trong nước và XNK trong đó có các ĐTL. Hiện tại chưa có một định chuẩn quy hoạch xác đáng nào mà vẫn để cơ chế thị trường tự điều tiết mặc dù vẫn phải làm thủ tục QLNN về đăng ký kinh doanh và khung khổ KCHT tương ứng cho doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ thương mại (tương tự trường hợp đăng ký dịch vụ taxi). Cần có những nghiên cứu về định chuẩn quy hoạch và định chế mở mới, cải tạo nâng cấp, cải tạo mở rộng quy mô với mạng lưới KCHT dịch vụ thương mại dựa trên đánh giá toàn diện các tiêu chí cấu thành, thang đo của chỉ số thẩm định nhu cầu kinh tế (ENT).

- Trọng tâm nâng cao chất lượng kỹ thuật của nhóm KCHT dịch vụ thương mại này là nâng cao mức đáp ứng về chất lượng thành phần KCHT

và đáp ứng các tiêu chí kỹ thuật - công nghệ hiện đại của KCHT.

Ba là, với KCHTTM dịch vụ logistics thị trường, tập trung phát triển cơ cấu KCHTTM dịch vụ logistics thị trường ĐTL cần tập trung ba hướng: một là, phát triển các loại hình KCHT dịch vụ vận chuyển hàng hóa đa phương tiện tùy thuộc phương thức vận chuyển thẳng hay qua kho; hai là phát triển các loại hình kho hàng hóa bao hàm kho hàng xuất xưởng của nhà sản xuất, kho phân phối cung ứng mạng lưới bán lẻ của kho phân phối của nhà bán lẻ dạng chuỗi quy mô lớn hoặc của liên minh các nhà bán lẻ thành lập, ưu tiên phát triển các kho thu mua, tập kết, phân loại và sơ chế nông phẩm; các tổng kho phân phối phát luồng hàng bán buôn cho vùng; các trung tâm cung ứng dịch vụ kho phân phối dùng chung và các trung tâm logistics quốc gia và quốc tế, các kho trung chuyển và/hoặc chuyển tải đa phương tiện, các loại hình kho đặc biệt (xăng, dầu, khí hóa lỏng, hóa chất...). Đây là các loại hình KCHTTM dịch vụ logistics thị trường phù hợp với vị thế các ĐTL mà hiện còn thiếu, yếu.

Bốn là, với KCHTTM DVHT và XTMM, cần tập trung phát triển về cơ cấu, với ĐTL sẽ hội tụ việc đa dạng hóa loại hình kinh doanh, đa dạng hóa chủng loại dịch vụ và đa dạng hóa quy mô (lớn, vừa, nhỏ). Vấn đề phát triển cơ cấu KCHTTM DVHT và XTMM được xử lý ở hai giải pháp hàng đầu:

- Nâng cao tỉ trọng các KCHT trình độ dịch vụ cao, chất lượng dịch vụ cao; phát triển mỗi ĐTL một vài KCHT của trung tâm DVHT và XTMM đủ năng lực không chỉ dẫn đạo thị trường các dịch vụ này ở ĐTL và lan tỏa phạm vi hoạt động và kích thích nhu cầu dịch vụ cho toàn vùng và cả nước. Trong cơ cấu KCHT này ở các ĐTL có ba loại KCHT quan trọng và đặc trưng phải có đó là các KCHT trung tâm hội chợ và trình diễn Thương mại; các trung tâm thông tin thị trường và thương mại; và các trung tâm hỗ trợ, tư vấn xúc tiến thương mại xuất khẩu hàng hóa cho các doanh nghiệp thương mại thuộc vùng.

- Trên cơ sở các giá trị chức năng trên, phát triển KCHT còn được định hướng bởi sự phân hóa tương quan chất lượng/giá dịch vụ, điều đó có nghĩa ở mỗi KCHTTM dịch vụ này đều xác lập một hoặc một hỗn hợp định vị chất lượng/giá, phí KCHT để làm điều kiện và cung ứng chất lượng định vị này cho nhà quản trị KCHT và cho khách hàng.

3.4. NHÓM GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN QUẢN LÝ CHÍNH SÁCH VĨ MÔ ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN KẾT CẤU HẠ TẦNG THƯƠNG MẠI ĐÔ THỊ LỚN NƯỚC TA GIAI ĐOẠN TỚI

3.4.1. Về khung khổ pháp luật

Hoàn thiện khung khổ pháp luật nói chung và pháp luật về thương mại nói riêng là bước quan trọng trong việc hoàn thiện quy trình quản lý CSVN của Nhà nước với phát triển KCHTTM ĐTL. Khung khổ pháp lý điều chỉnh các hoạt động quy hoạch, phát triển KCHTTM ĐTL phù hợp với quy hoạch KCHTTM chung.

Thế chế pháp lý cũng là kim chỉ nam cho các hoạt động đầu tư, phát triển KCHTTM ĐTL. Khung khổ pháp lý cần được hoàn thiện theo hướng hiện đại, bao quát được các hoạt động thương mại, khuyến khích các loại hình doanh nghiệp tham gia phát triển KCHTTM ĐTL. Đồng thời, khung khổ pháp lý cũng cần phải được bổ sung, hoàn thiện phù hợp với khung khổ pháp luật quốc tế, đảm bảo cho việc Việt Nam thuận lợi trong việc tham gia vào các thể chế thương mại, có nền tảng kỹ thuật phù hợp với các hoạt động thương mại quốc tế.

Khung khổ pháp luật về phát triển KCHTTM ĐTL bao gồm các quy định về: Luật Đô thị, Luật Đất đai, Luật Thương mại, Luật Đầu tư, Luật Xây dựng... Trong đó, dự thảo Luật Đầu tư công hiện đã được trình Quốc hội khóa XIII và đang đợi thông qua. Dự thảo Luật Đầu tư công mở ra các khu vực đầu tư cho các nhà đầu tư ngoài nhà nước và đầu tư nước ngoài có thể tham gia vào việc đầu tư xây dựng các công trình KT-XH ngoài phạm vi đầu tư công.

Do KCHTTM ĐTL là một phần của cơ sở hạ tầng thương mại nên việc hoàn thiện khung khổ pháp luật phát triển KCHTTM ĐTL cũng cần căn cứ vào các quy định pháp luật hiện hành. Các bộ luật như Luật Thủ đô cũng là một phần quan trọng cho việc phát triển KCHTTM ĐTL nước ta có cơ sở để tồn tại và triển khai trên thực tế.

3.4.2. Về hoạch định chính sách vĩ mô

Hoàn thiện quy trình hoạch định CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL là một yêu cầu thực tiễn trong việc hoàn thiện quy trình hoạch định chính sách. Hoạch định chính sách đóng vai trò quan trọng đối với việc phát triển hệ thống KCHTTM ĐTL. Quy trình hoạch định chính sách cần

phải tuân thủ và thực hiện theo trình tự hoạch định chính sách chung đã nêu ở chương 1 nhưng có bổ sung hai ý: *một là*, cần có trung cầu ý kiến của các đối tượng chính sách về dự thảo chính sách để cân nhắc, hoàn thiện trước khi ban hành; *hai là*, cần tăng cường sự tham gia phản biện của các nhà khoa học, chuyên gia về khách thể chính sách.

Vấn đề then chốt của hoạch định CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL là nâng cao chất lượng hoạch định chính sách. Với mục tiêu này có một số giải pháp chủ yếu sau:

Một là, cần nhận rõ vấn đề thật sự trong khách thể (KCHTTM ĐTL) là gì. Nhà hoạch định không nên nhầm lẫn hai khái niệm: thực tế và thực tế cụ thể. Thực tế là một tồn tại có thể quan sát được và quản lý nó bằng các suy luận duy lí, còn thực tế cụ thể là những tình huống vận động đang diễn ra của tồn tại và chỉ có thể nắm bắt được bởi những người sẵn sàng, có trải nghiệm thực tế và sự đồng cảm thực sự. Nhà hoạch định chính sách, vì vậy, không chỉ cần thực tế mà rất cần có thực tế cụ thể, và ngay trong thực tế cũng cảnh giác với các nhận định duy lí, bởi bên cạnh "thực tế" được rọi bởi chùm sáng các khái niệm, bao giờ cũng còn một loạt các tồn tại đang ở vùng mờ hoặc tối và nếu tìm hiểu, phát hiện và "rọi sáng" khái niệm hiện tại vào đó sẽ tạo ra tri thức khái niệm mới, đó cũng là phương pháp điềm mới tư duy hoạch định chính sách.

Hai là, cần tăng cường và có hoạch định những chính sách đột phá với phát triển KCHTTM các dịch vụ phân phối, dịch vụ logistics thị trường, DVHT và XTTM còn thiếu, yếu và mất cân bằng so với hoạch định chính sách với KCHTTM bán lẻ, BB/XNK. Một hệ phân phối tổng thể không thể vận hành tốt nếu thiếu cân bằng hệ thống.

Ba là, trong hoạch định cần phải có một tri thức đầy đủ, phát triển và cập nhật về nội hàm và ngoại diên cấu trúc của khách thể chính sách với một thực tế cụ thể. Ví dụ, trong khái niệm hiện đại, KCHTTM còn bao hàm không chỉ "phần cứng", "phần mềm" mà còn cả yếu tố KCHT tri thức và tài sản trí tuệ, còn bao hàm cả các yếu tố năng lực và giá trị cốt lõi (ví dụ văn hóa thương mại), các quan hệ đối tác và đối tác chiến lược, các quan hệ với cổ đông kinh doanh chiến lược (do giới hạn nghiên cứu nên luận án không đề cập đầy đủ các yếu tố này). Tiếp theo, hoạch định chính sách cần tăng cường hơn và kết hợp hài hòa các nội dung định tính và định lượng, mỗi

chính sách cần hoạch định (thông qua xây dựng và kiểm định các giả thuyết, các mô hình và các thang đo cho chất lượng và giá trị khách thể chính sách) được một cấu trúc và thang đo phù hợp và có giá trị thiết kế với nội dung của nó.

Bốn là, với các yếu tố chất lượng hoạch định như đề xuất trong luận án, các nhà hoạch định cần tập trung khắc phục và nâng cao các yếu tố chất lượng còn yếu và thiếu sau:

- Tính phù hợp với thực tế cụ thể, tính khác biệt và tính riêng cho ĐTL của chính sách phát triển KCHTTM.
- Tính cập thời và cập nhật của KCHTTM về quy hoạch công nghệ thương mại và công nghệ thông tin thương mại.
- Tính dự báo và cảnh báo "sớm" các yếu tố chính sách.
- Tính chia sẻ lợi ích/giá trị và rủi ro tương hỗ giữa chủ thể, đối tượng chính sách và xã hội.
- Tính hài hòa hóa quốc tế của chính sách.

Năm là, về cấu trúc cần tập trung nâng cao chất lượng hoạch định chính sách ở các nội dung:

- Tính đồng bộ giữa các yếu tố tạo KCHTTM ĐTL.
- Tính toàn diện có tập trung vào các yếu tố cốt lõi và hiện đại của nội hàm KCHTTM ĐTL.
- Tính cân bằng và khả thi giữa mục tiêu nội dung - công cụ chính sách.

3.4.3. Về triển khai thực thi và kiểm soát chính sách vĩ mô

Thực tế cụ thể giai đoạn qua cho thấy, chất lượng hoạch định chính sách mới đạt mức trung bình thì triển khai, thực thi chính sách còn đạt mức chất lượng thấp hơn (trung bình yếu), điều đó vừa làm giảm chất lượng thực tế của chính sách được hoạch định vừa hạ thấp hiệu lực và hiệu quả quản lý chính sách thông qua hai chỉ số: Mức tác động của chính sách tới thực trạng và mức hài lòng của đối tượng chính sách tới chính sách đó. Vì vậy, một số giải pháp chủ yếu sau được đề xuất để nâng cao chất lượng triển khai thực thi và kiểm soát chính sách này trong thực tế cụ thể của chính sách, trước hết tập trung khắc phục đồng bộ năm yếu tố còn yếu của triển khai thực thi chính sách sau:

Một là, tăng cường tính minh bạch, thống nhất trong các quy định triển khai chính sách khung giữa Bộ, Ngành và địa phương.

Hai là, tăng cường hiệu lực/chi phí và tổ chức các công cụ truyền thông marketing chính sách tích hợp kết hợp với các chương trình bồi dưỡng về chính sách cho các đối tượng chính sách và các công chức, viên chức QLNN về chính sách.

Ba là, thực hiện có hiệu quả tinh giản đầu mỗi quản lý triển khai thực thi chính sách ở cấp địa phương ĐTL và nâng cao năng suất, thời gian/tốc độ và chất lượng quá trình xử lý hồ sơ phát triển mạng lưới KCHTTM ĐTL theo quy định khuyến khích, ưu tiên.

Bốn là, nâng cao tính phù hợp định hướng quy hoạch vùng, tính phù hợp thực tế cụ thể, tính đồng bộ và cân bằng giữa các yếu tố tạo thành, giữa mục tiêu và điều kiện tiên quyết (quỹ đất và vị trí đất quy hoạch) của chính sách quy hoạch phát triển KCHTTM ĐTL.

Năm là, bên cạnh nội dung chính sách về nội hàm của phát triển KCHTTM, cần có bổ sung một chính sách khuyến khích và ưu tiên thu hút các nhà doanh nghiệp thương mại và nhà đầu tư phát triển các KCHTTM hiện đại, có vai trò toàn đô thị và lan tỏa vùng có định hướng trọng tâm, trọng điểm và dứt điểm tiến độ cùng hỗ trợ của nhà nước xác đáng.

Sáu là, xây dựng bộ thang đo chất lượng triển khai thực thi chính sách cho từng cấp quản lý, từng ngành quản lý (đầu mối và phối hợp) làm cơ sở cho đánh giá và kiểm soát thực thi chính sách, bao gồm kiểm soát tuân thủ và kiểm soát hoạt động chính sách, kiểm soát thực tế gián tiếp và kiểm soát thực tế cụ thể trực tiếp và có kết luận đánh giá cụ thể theo bộ thang đo chất lượng phù hợp.

Bảy là, chính sách khi được xây dựng và đi vào thực thi cần phải được kiểm tra, giám sát để đảm bảo tính chính xác, tính hiệu lực và tính hiệu quả.

Cần xây dựng cơ chế kiểm tra, giám sát các dự án đầu tư KCHTTM ĐTL để đánh giá tính hiệu quả, tính thiết thực của dự án.

Xây dựng cơ chế kiểm tra, kiểm soát với sự tham gia của các đơn vị ngoài nhà nước như các tổ chức xã hội và dân chúng. Tăng cường công tác tuyên truyền, phổ biến pháp luật về việc thực thi và kiểm tra, kiểm soát CSVM về phát triển KCHTTM ĐTL để nâng cao ý thức cộng đồng và ý thức tuân thủ pháp luật về KCHTTM ĐTL.

Tạo hành lang pháp lý để các tổ chức xã hội, người dân tham gia vào hoạt động thực thi, giám sát, kiểm soát chính sách vĩ mô về phát triển KCHTTM ĐTL nhằm phản ánh những sai phạm trong quá trình thực thi CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL.

3.4.4. Về tổ chức quản lý nhà nước với chính sách vĩ mô

Quản lý nhà nước về phát triển KCHTTM ĐTL nước ta rất quan trọng trong việc hoàn thiện CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL. Chính vì vậy, Nhà nước cần phải tăng cường công tác quản lý, tránh tình trạng độc quyền và đảm bảo môi trường cạnh tranh lành mạnh giữa các thành phần kinh tế tham gia vào quá trình phát triển KCHTTM ĐTL.

Nghiên cứu hoàn thiện quy trình QLNN về phát triển KCHTTM ĐTL cần phải được hoàn thiện theo hướng nâng cao hiệu lực và hiệu quả QLNN về phát triển kinh tế nói chung và thương mại nói riêng, trong đó, nâng cao hiệu lực và hiệu quả QLNN về phát triển KCHTTM ĐTL nhằm phát triển hiệu quả của KCHTTM ĐTL trong thời gian tới. Đồng thời, nghiên cứu, bổ sung, hoàn thiện điều kiện tham gia thị trường với các thành phần kinh tế, trách nhiệm của người kinh doanh, đảm bảo văn minh thương nghiệp. Ngoài những đề xuất mục 3.2 trên, cần có các giải pháp:

Thứ nhất, nâng cao năng lực QLNN về phát triển KCHTTM ĐTL. Cụ thể là bổ sung, hoàn thiện các quy định, tiêu chuẩn về kỹ thuật, chất lượng KCHTTM ĐTL nhằm phát triển tính hiệu quả của hệ thống này trong phát triển thương mại ĐTL.

Thứ hai, nâng cao năng lực thẩm định và ban hành chính sách phát triển KCHTTM ĐTL của các cơ quan cấp phép đầu tư, cấp phép xây dựng bao gồm cả về năng lực thẩm định về các tác động kinh tế, xã hội và môi trường của việc xây dựng KCHTTM ĐTL.

Thứ ba, thường xuyên cập nhật thông tin phản hồi để hoàn thiện văn bản quy phạm pháp luật về KCHTTM ĐTL nhằm hoàn thiện năng lực QLNN về KCHTTM ĐTL.

Thứ tư, tăng cường sự phối hợp của các cơ quan quản lý về xây dựng, thực thi và giám sát, kiểm tra việc thực hiện các chính sách phát triển KCHTTM ĐTL.

3.4.5. Về năng lực đội ngũ công chức, viên chức quản lý chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn

Cán bộ là yếu tố quan trọng, quyết định sự thành công trong tất cả các khâu của quy trình hoạch định và thực thi chính sách. Năng lực đội ngũ công chức, viên chức quản lý chính sách nhà nước với phát triển KCHTTM ĐTL cần được hoàn thiện trên các góc độ:

Thứ nhất, xây dựng chiến lược phát triển đội ngũ công chức, viên chức quản lý chính sách nhà nước gắn với qui mô, phạm vi, nhu cầu và vận dụng quản lý chính sách cả về số lượng, cơ cấu, trình độ và chất lượng đội ngũ.

Thứ hai, nâng cao chất lượng đào tạo đội ngũ công chức QLNN với phát triển KCHTTM không phải được xem xét một cách cô lập mà nó gắn với các chính sách thương mại nội địa và quốc tế, với quản lý nhà nước về thị trường và thương mại; về quy hoạch và kế hoạch phát triển thương mại và KT-XH toàn đô thị, gắn với các chính sách liên quan (đất đai, công nghệ thông tin, tài chính - ngân hàng).

Thứ ba, nâng cao chất lượng đội ngũ công chức, viên chức quản lý chính sách bao gồm việc nâng cao một cách toàn diện và hệ thống năng lực của đội ngũ chứ không phải là và chỉ là bồi dưỡng kiến thức quản lý CSVM, các chính sách liên quan và kiến thức nền tảng QLNN mà còn và chủ yếu là nâng cao chất lượng kỹ năng, kinh nghiệm quản lý chính sách, chất lượng hành vi và thái độ "người công bộc trung thành" của dân như lời dạy của Chủ tịch Hồ Chí Minh.

Thứ tư, nâng cao các yếu tố chất lượng chức năng của đội ngũ tùy theo vị thế khâu, nội dung và lĩnh vực quản lý chính sách được phân công và bao gồm các giải pháp chung.

- Mức độ đáp ứng các yêu cầu QLNN về chính sách.
- Mức độ chất lượng và giá trị của các dịch vụ công của chính sách cung ứng.
- Mức độ đáp ứng nhu cầu và sự hài lòng của đối tượng chính sách về dịch vụ công.
- Mức độ đồng thuận của cộng đồng và xã hội với chính sách.

Thứ năm, nâng cao các yếu tố chất lượng quan hệ của đội ngũ. Bao gồm:

- Xây dựng quan hệ đối tác theo ngành dọc từ Trung ương - địa phương - cơ sở.
- Phát triển quan hệ liên minh chiến lược trong phối hợp quản lý

chính sách.

- Xây dựng và quản lí quan hệ các đối tượng chính sách như là quản lí quan hệ khách hàng dịch vụ công (CRM).

Cần lưu ý, trong quản lí kinh tế vĩ mô, quan hệ cũng là một tham số giá trị quan trọng và hàm ý cả quan hệ chính thức và phi chính thức theo nghĩa minh bạch và tích cực.

Thứ sáu, nâng cao chất lượng bền vững của đội ngũ có liên quan đến chỉ số hài lòng với công việc của công chức, viên chức quản lí chính sách. Đây là yếu tố chất lượng đội ngũ quan trọng và tác động đến sự ổn định, đồng thuận và tinh thần của đội ngũ và nâng cao chất lượng đầu ra của quản lí chính sách. Các nghiên cứu thực chứng đã chỉ ra yếu tố tác động trực tiếp đến sự hài lòng công việc của công chức, viên chức: đặc điểm tính chất công việc; điều kiện làm việc; tiền lương; phúc lợi; cấp trên; đồng nghiệp; đào tạo thăng tiến; đánh giá thành tích và thu nhập ngoài lương hợp thức.

3.4.6. Về nâng cao năng lực thực thi chính sách của các đối tượng chính sách vĩ mô

Đây là giải pháp tác động đến yếu tố còn lại của một CSVM: đối tượng thụ hưởng và thực thi phát triển KCHTTM theo chính sách. Tiến tới một xã hội dân sự, việc hiểu biết, phản biện, tự giác, minh bạch chấp hành và thực thi đúng, thực thi hiện thực và thực thi sáng tạo theo thực tế cụ thể và với mọi người dân và mọi đối tượng điều chỉnh của pháp luật là một yêu cầu bắt buộc. Trong giai đoạn hiện tại, năng lực thực thi chính sách của đối tượng chính sách còn nhiều mặt hạn chế làm ảnh hưởng đến chất lượng triển khai thực hiện và hiệu quả chính sách, vì vậy có một số giải pháp chủ yếu sau:

Một là, nâng cao năng lực học tập và nắm bắt cập nhật thông tin chính sách để rút ra những điểm mới, điểm thay đổi trong môi trường thể chế, chính sách vĩ mô.

Hai là, năng lực phân tích, phản biện chính sách, từ đó rút ra những cơ hội và thách thức chính sách đưa lại, những mâu thuẫn và bất cập chính sách mới để xác lập định hướng thực thi phù hợp.

Ba là, năng lực thiết kế triển khai thực thi chính sách dựa trên thực tế cụ thể và năng lực, nguồn lực của mình.

Bốn là, năng lực liên kết, hợp tác và quan hệ để tăng cường nguồn

lực thực thi và dần trải rủi ro quan trọng.

Năm là, năng lực lãnh đạo và quản lí phát triển KCHTTM dựa trên giá trị và tri thức của các CEOs và nhà đầu tư.

Sáu là, năng lực quản trị tác nghiệp quá trình đầu tư phát triển KCHTTM (quá trình sửa chữa nâng cấp hiện đại hóa; mở rộng quy mô; phát triển mới KCHT) và năng lực quản lý, sử dụng khai thác hiệu quả KCHTTM sau đầu tư phát triển.

Trên đây là những định hướng, quan điểm, mục tiêu và các giải pháp chính sách đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta giai đoạn tới 2020 tầm nhìn 2025. Để thực hiện các giải pháp hoàn thiện nội dung CSVN, các giải pháp nâng cao chất lượng quản lí chính sách và nâng cao năng lực thực thi chính sách của các đối tượng chính sách cũng được đề xuất. Bằng cách đó hoặc chủ yếu bằng cách đó Luận án hoàn thành mục đích nghiên cứu của mình.



KẾT LUẬN

Hệ thống KCHT nói chung và KCHTTM nói riêng đóng vai trò quan trọng trong quá trình phát triển KT-XH. Trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng như hiện nay, thương mại ngày càng thể hiện vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Đối với Việt Nam, việc thực hiện các cam kết thương mại WTO vừa mở ra cơ hội lớn cho nền thương mại Việt Nam phát triển hội nhập vào nền kinh tế thế giới nhưng đồng thời cũng đòi hỏi nhiều vấn đề cấp bách mà nền kinh tế hiện nay còn thiếu hụt. Đó là việc thiết lập, quy hoạch được một hệ thống KCHTTM vừa hiện đại, vừa đáp ứng được nhu cầu phát triển của nền kinh tế. Các CSVM về kinh tế và thương mại, đặc biệt là về KCHTTM nói chung và tập trung ở các ĐTL nói riêng hiện nay đang bộc lộ nhiều mặt mâu thuẫn, yếu, thiếu và thấp trong quản lý chính sách nhằm đáp ứng nhu cầu phát triển ngày càng cao của thị trường và thương mại ĐTL.

Luận án nghiên cứu "*Chính sách vĩ mô đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại ở các đô thị lớn nước ta hiện nay*" đã hệ thống hóa một số vấn đề lí luận và thực tiễn về KCHTTM và CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL, các bài học quốc tế về CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL từ thực tiễn các nước có quy mô và đặc điểm kinh tế tương đồng với Việt Nam như Thái Lan, Hàn Quốc và Trung Quốc. Từ đó luận án đã xây dựng một khung lí luận với những luận cứ đầy đủ và hệ thống cho nghiên cứu.

Tiếp theo, luận án trên cơ sở khái quát về thực trạng phát triển hệ thống KCHTTM hiện nay ở các ĐTL tại Việt Nam cũng như hệ thống các chính sách QLNN về phát triển KCHTTM tại các ĐTL, xây dựng khung khổ phân tích và phương pháp nghiên cứu thực trạng, đã đi sâu phân tích thực trạng triển khai thực thi các CSVM được hoạch định và đang có hiệu lực tại 3 ĐTL chọn điển hình về sự phát triển cao, đồng bộ, hệ thống đại diện cho ba vùng động lực tăng trưởng của nước ta hiện nay là Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng.

Bằng phương pháp điều tra trắc nghiệm xã hội học, Luận án đã nghiên cứu và đưa ra các nhận xét, phát hiện và kết luận xác đáng về thực trạng chung (qua các trị số điểm trung bình và độ lệch chuẩn) về:

- Chất lượng nội dung CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL.
- Chất lượng hoạch định và triển khai thực thi CSVM hiện hành.
- Chất lượng và giá trị KCHTTM hiện tại như là kết quả tác động của CSVM hiện tại.

- Mức độ tác động của các CSVM đến hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL như là biến phụ thuộc của mô hình nghiên cứu chính sách.

- Mức thỏa mãn với KCHTTM và mức hài lòng với CSVM hiện tại của các đối tượng chính sách.

Từ đó rút ra những đánh giá chung về thành công, điểm mạnh cũng như các hạn chế, điểm yếu và nguyên nhân của chúng với CSVM hiện nay ở nước ta và tạo ra luận cứ thực tế cụ thể cho nghiên cứu tiếp.

Để hoàn thành mục đích nghiên cứu, luận án đã trên cơ sở đưa ra các dự báo thay đổi môi trường và thương mại ĐTL giai đoạn tới, đã đề xuất một cách hệ thống các định hướng, quan điểm, mục tiêu hoàn thiện CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta đến 2020. Trên cơ sở đó đã đưa ra những hàm ý giải pháp cụ thể trên ba nhóm giải pháp lớn: hoàn thiện và nâng cao chất lượng, giá trị KCHTTM ĐTL, nâng cao chất lượng quản lý CSVM theo hướng nâng cao các yếu tố chất lượng hoạch định và thực thi chính sách; nâng cao năng lực thực thi chính sách của các đối tượng chính sách trong phát triển KCHTTM ĐTL nước ta.

Từ những kết quả nghiên cứu trong luận án, có thể đưa ra một số đóng góp khoa học và thực tế nổi bật sau:

Một là, về cơ sở lý luận, luận án đã hệ thống hóa một số vấn đề lý luận và thực tiễn của CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL bao gồm: phân định có tính cập nhật nội hàm các khái niệm KCHTTM và thực chất phát triển KCHTTM, CSVM nói chung và đối với phát triển KCHTTM ĐTL nói riêng; xác lập nội dung CSVM và quản lý theo quá trình CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL, xây dựng các tiêu chí và phân định các yếu tố ảnh hưởng đến CSVM đối với phát triển KCHTTM ĐTL. Luận án cũng nghiên cứu thực tiễn quốc tế với một số tham chiếu lựa chọn (Trung Quốc, Hàn Quốc, Thái Lan) từ đó rút ra một số kết luận có thể được coi là bài học đối với Việt Nam.

Hai là, luận án đã tiến hành nghiên cứu định tính và định lượng để

xây dựng và kiểm định các thang đo, mô hình, giả thuyết nghiên cứu từ đó xác lập mô hình CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL Việt Nam gồm 6 yếu tố nội dung (biến độc lập) có tác động đến hiệu suất tác động của CSVN đến phát triển KCHTTM ĐTL và bộ thang đo gồm 25 biến quan sát của 6 biến độc lập trên.

- Mức tác động của chính sách và sự hài lòng với CSVN của các đối tượng chính sách hiện tại.

Ba là, luận án trên cơ sở khái quát thực trạng phát triển hệ thống KCHTTM hiện nay ở các ĐTL Việt Nam cũng như hệ thống các chính sách QLNN hiện tại về phát triển KCHTTM ĐTL, đã đi sâu phân tích thực trạng CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL trên 4 mặt:

- Chất lượng nội dung và quản lý CSVN hiện tại
- Chất lượng thực thi CSVN tại 3 ĐTL điển hình (case study)
- Hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL hiện tại
- Mức tác động CSVN tới hiệu suất phát triển KCHTTM ĐTL và mô hình hồi qui bội của chúng.

Các đánh giá đều dựa trên mô hình các yếu tố tạo thành KCHTTM ĐTL gồm: Thương mại bán lẻ và dịch vụ phân phối; BB/XNK và dịch vụ phân phối BB/XNK; dịch vụ logistics thị trường; dịch vụ hỗ trợ và xúc tiến thương mại, từ đó rút ra mức trung bình chung của hệ thống.

Bốn là, trên cơ sở các dự báo thay đổi môi trường và xu thế phát triển KCHTTM ĐTL giai đoạn tới, luận án đã đề xuất một cách hệ thống các định hướng, quan điểm, mục tiêu hoàn thiện CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta đến 2020 tầm nhìn 2025. Từ đó đưa ra những giải pháp cụ thể trên ba nhóm: Hoàn thiện và nâng cao chất lượng nội dung CSVN; nâng cao mức tác động của CSVN tới hiệu suất phát triển các loại hình KCHTTM ĐTL; nâng cao chất lượng quản lý CSVN đối với phát triển KCHTTM ĐTL nước ta.

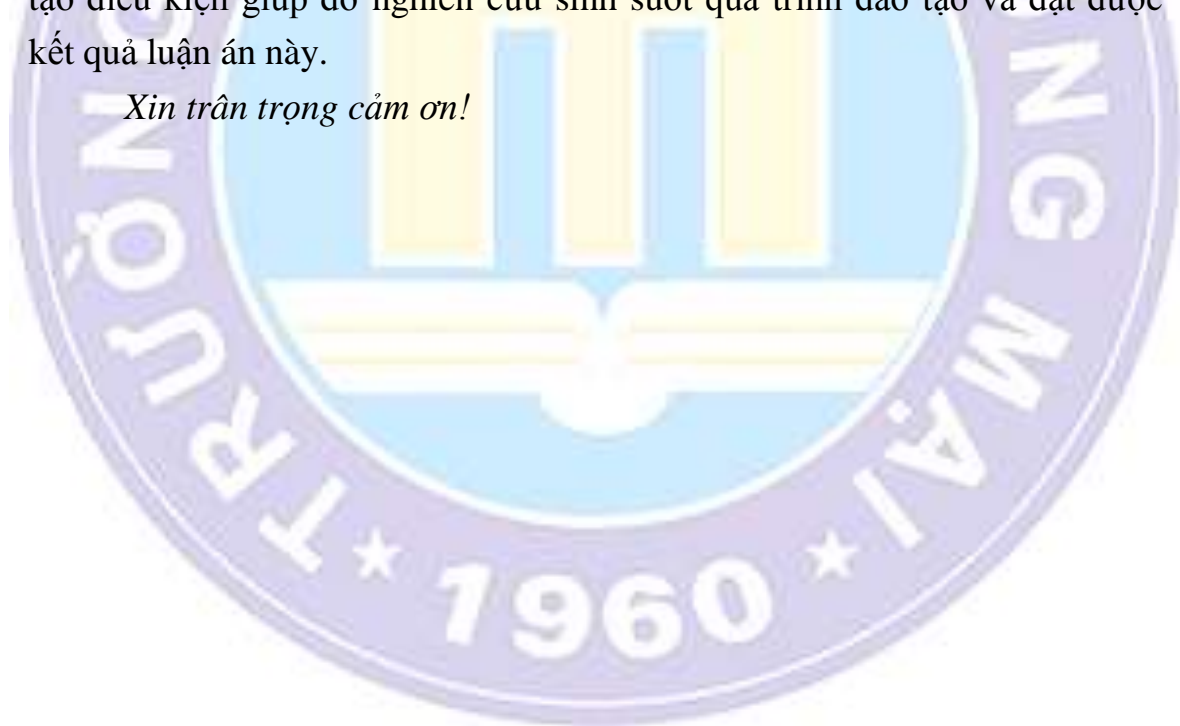
Bằng những kết quả và đóng góp trên, nghiên cứu sinh cố gắng hoàn thành mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu và kì vọng đóng góp một phần vào hoàn thiện CSVN cũng như phát triển KCHTTM ĐTL nước ta, một trong ba khâu đột phá của tái cấu trúc và phát triển thương mại các ĐTL nước ta giai đoạn hiện nay.

Do giới hạn về điều kiện nghiên cứu và trình độ bản thân nên luận án

khó tránh khỏi hạn chế, thiếu sót. Nghiên cứu sinh mong nhận được các nhận xét, đóng góp của các thầy, cô giáo, các nhà khoa học, các nhà quản lý chính sách và các nhà doanh nghiệp để tạo cơ sở hoàn thiện nghiên cứu chủ đề này thời gian tới.

Đạt được kết quả nghiên cứu luận án này, ngoài các nỗ lực nghiên cứu của bản thân, nghiên cứu sinh bày tỏ lòng biết ơn trân trọng tới tập thể giáo viên hướng dẫn: GS.TS Nguyễn Bách Khoa, PGS.TS Đinh Văn Thành đã tận tình hướng dẫn nghiên cứu và đưa ra những góp ý, sửa chữa quý giá, nâng cao trình độ nghiên cứu giúp nghiên cứu sinh hoàn thành luận án này. Nghiên cứu sinh cũng bày tỏ lời cảm ơn chân thành tới các nhà nghiên cứu, nhà quản lý chính sách và nhà quản trị doanh nghiệp thương mại ở các đô thị lớn nước ta về sự giúp đỡ, góp ý, chia sẻ thông tin trắc nghiệm. Cuối cùng xin bày tỏ lời cảm ơn sâu sắc tới Ban Giám hiệu, Khoa Sau đại học, Khoa Kinh tế - Luật và các thầy, cô giáo Trường Đại học Thương mại đã tạo điều kiện giúp đỡ nghiên cứu sinh suốt quá trình đào tạo và đạt được kết quả luận án này.

Xin trân trọng cảm ơn!



NHỮNG CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Trần Việt Thảo (2011), "Phát triển hệ thống bán lẻ hàng tiêu dùng trên thị trường nông thôn Việt Nam", *Tạp chí Thương mại*, (22), tr. 7-9.
2. Trần Việt Thảo (2011), "Giải pháp phát triển hệ thống siêu thị trên địa bàn Hà Nội trong thời kỳ hội nhập", *Tạp chí Thương mại*, (34), tr. 17-19 và (35), tr. 15-17.
3. Trần Việt Thảo (2012), "Phát triển thương mại bền vững trong thời kỳ hội nhập", Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế lần thứ 2: *Hội nhập: Cơ hội và thách thức*, Trường Đại học Thương mại tổ chức, tr. 545-552.
4. Trần Việt Thảo (2012), "Cấu trúc và nguyên lý phát triển kết cấu hạ tầng thương mại ở các đô thị lớn", *Tạp chí Thương mại*, (17), tr.16-18 và (18), tr.17 – 19.
5. Trần Việt Thảo (2012), "Phát triển thương mại bền vững ở Việt Nam", *Tạp chí Kinh tế và dự báo*, (18), tr. 28-30.
6. Trần Việt Thảo (2014), "Chính sách quản lý nhà nước đối với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại ở các đô thị lớn Việt Nam - Thực trạng và những vấn đề đặt ra", *Tạp chí Khoa học thương mại*, (68), tr. 18-28.
7. Nguyễn Bách Khoa - Trần Việt Thảo (2014), "Nghiên cứu chất lượng nội dung các chính sách vĩ mô với phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị lớn Việt Nam", *Tạp chí Khoa học thương mại*, (77+78), tr. 24-35.

DANH MỤC CÁC TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

1. Lê Xuân Bá (2011), *Cơ sở khoa học cho việc xây dựng chính sách phát triển vùng ở Việt Nam giai đoạn 2011-2020*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Hà Nội.
2. Ban chấp hành Trung ương Đảng, *Nghị quyết số 13-NQ/TW ngày 16/01/2012 của Hội nghị lần thứ tư Ban chấp hành Trung ương khóa XI về xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ nhằm đưa nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2020*, Hà Nội.
3. Phạm Văn Bích và Chu Tiên Quang (1996), *Chính sách kinh tế và vai trò của nó với phát triển nông nghiệp, nông thôn Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
4. Bộ Chính Trị (2012), *Nghị quyết số 09/NQ-TW ngày 06/01/2012 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát huy vai trò của đội ngũ doanh nhân Việt Nam trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước*, Hà Nội.
5. Bộ Công Thương (2007), *Quyết định số 12/2007/QĐ-BCT ngày 26/12/2007 của Bộ trưởng Bộ Công Thương phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển mạng lưới chợ trên phạm vi toàn quốc đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020*, Hà Nội.
6. Bộ Công Thương (2009), *Chiến lược tổng thể phát triển ngành dịch vụ tới năm 2020 (CSSSD) và tầm nhìn tới năm 2025*, Dự án hỗ trợ thương mại đa biên (MUTRAP), Hà Nội.
7. Bộ Công thương (2009), *Rà soát khuôn khổ pháp lý về dịch vụ phân phối ở Việt Nam và những kiến nghị về sự phù hợp các quy định chuyên ngành với cam kết WTO*, Dự án hỗ trợ thương mại đa biên, Hà Nội.
8. Bộ Công Thương (2009), *Báo cáo về thực trạng hội chợ thương mại*, Hà Nội.
9. Bộ Công Thương (2010), *Báo cáo về thương mại điện tử Việt Nam 2009-2010*, Hà Nội.
10. Bộ Công Thương (2013), *Quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại cả nước thời kỳ 2011 - 2020 và tầm nhìn đến 2030*, Hà Nội

11. Bộ Công Thương (2010), *Thương mại Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia, Hà Nội.
12. Bộ Công Thương (2011), *Quyết định số 3098/QĐ-BCT ngày 24/6/2011 của Bộ trưởng Bộ Công thương phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2011-2020 và định hướng đến 2030*, Hà Nội.
13. Bộ Công Thương (2013), *Quyết định số 9428/QĐ-BCT ngày 13/12/2013 về việc quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm hội chợ triển lãm trên địa bàn cả nước đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*, Hà Nội.
14. Bộ Công Thương (2011), *Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2009-2015 định hướng 2025*, Báo cáo tổng hợp dự án, Hà Nội.
15. Bộ Công Thương (2013), *Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2011-2020, tầm nhìn 2030*, Hà Nội.
16. Bộ Giáo dục và Đào tạo (2006), *Kinh tế học vĩ mô*, (Giáo trình dùng trong các trường đại học, cao đẳng khối kinh tế), Nxb Giáo dục, Hà Nội.
17. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2010), *Báo cáo cuối kỳ việc thực hiện kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội thời kỳ 2006-2010*, Hà Nội.
18. Bộ Kế hoạch và đầu tư (2010), *Cơ sở khoa học cho việc xây dựng chính sách phát triển vùng ở Việt Nam giai đoạn 2011-2020*, Đề tài nghiên cứu khoa học khoa học, Hà Nội.
19. Bộ Thương mại (2004), *Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/9/2004 của Bộ trưởng Bộ Thương mại ban hành quy chế siêu thị, trung tâm thương mại*, Hà Nội.
20. Bộ Thương mại (2004), *Phát triển hệ thống phân phối hàng hóa ở Việt Nam trong bối cảnh kinh tế quốc tế*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
21. Bộ Thương mại (2005), *Thương mại đầu tư Việt Nam trong tiến trình hội nhập WTO*, Hà Nội.
22. Bộ Thương mại (2006), *Quyết định số 08/2006/QĐ-BTM ngày 26/01/2006 của Bộ Trưởng Bộ Thương mại ban hành quy chế chợ biên giới, chợ cửa khẩu, chợ trong khu kinh tế cửa khẩu trên đất liền giữa Việt Nam và các nước có chung biên giới*, Hà Nội.
23. Bộ Thương mại (2007), *Thông tư 09/2007/TT-BTM của Bộ Thương mại hướng dẫn thi hành Nghị định số 23/2007/NĐ-CP ngày 12 tháng 02 năm 2007 quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán*

hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của doanh nghiệp có vốn đầu tư trực tiếp nước ngoài tại Việt Nam, Hà Nội.

24. Bộ Thương mại (2010), *Quy hoạch phát triển mạng lưới chợ toàn quốc đến 2010 và định hướng đến năm 2020*, Hà Nội.
25. Bộ Thương mại (2010), *Thương mại Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Kỷ yếu hội thảo quốc gia, Hà Nội.
26. Bộ Xây dựng (2009), *Thông tư số 33/2009/TT-BXD ngày 30/9/2009 về quy chuẩn kỹ thuật quốc gia về phân loại, phân cấp công trình xây dựng dân dụng, công nghiệp và hạ tầng kỹ thuật đô thị*, Hà Nội.
27. Bộ Xây dựng - Ban Tổ chức cán bộ Chính phủ (1990), *Thông tư liên tịch số 31/TTLT ngày 20/11/1990 về việc hướng dẫn thực hiện quyết định 132-HĐBT ngày 5-5-1990 về phân loại đô thị và phân cấp quản lý đô thị*, Hà Nội.
28. Lê Trịnh Minh Châu (Chủ biên) (2004), *Phát triển hệ thống phân phối hàng hóa ở Việt Nam trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
29. Chính phủ (2007), *Nghị định 23/2007/NĐ-CP ngày 12/02/2007 về việc Quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hoá và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hoá của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam*, Hà nội.
30. Chính phủ (2009), *Nghị định số 42/2009/NĐ-CP ngày 07/05/2009 về việc phân loại đô thị*, Hà Nội.
31. Chính phủ (2001), *Nghị định số 72/2001/NĐ-CP ngày 05/10/2001 về việc phân loại đô thị và cấp quản lý đô thị*, Hà Nội.
32. Chính phủ (2007), *Nghị định 140/2007/NĐ-CP ngày 05/09/2007 về việc quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về điều kiện kinh doanh dịch vụ lô-gi-stíc và giới hạn trách nhiệm đối với thương nhân kinh doanh dịch vụ lô-gi-stíc*, Hà Nội.
33. Chính phủ (2007), *Quyết định số 27/2007/QĐ-TTg ngày 15/02/2007 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án phát triển thương mại trong nước đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020*, Hà Nội.

34. Chính phủ (2005), *Quyết định số 222/2005/QĐ-TTg ngày 15/9/2005 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt kế hoạch tổng thể phát triển thương mại điện tử giai đoạn 2006-2010*, Hà Nội.
35. Chính phủ (2011), *Quyết định số 1081/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 06/07/2011 về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển KT-XH thành phố Hà Nội đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*, Hà Nội.
36. Chính phủ (2010), *Quyết định số 24/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 06/01/2010 về việc Phê duyệt điều chỉnh quy hoạch chung xây dựng Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2025*, Hà Nội.
37. Chính phủ (2013), *Quyết định số 2632/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 31/12/2013 về việc Phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2025*, Hà Nội.
38. Chính phủ (2012), *Quyết định số 13/2012/QĐ-TTg ngày 23 tháng 02 năm 2012 về việc giành quỹ đất cho phát triển KCHT các đô thị*, Hà Nội.
39. Chính phủ (2013), *Quyết định số 1531/QĐ-TTg ngày 30/8/2013 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt đề án "Rà soát, điều chỉnh quy hoạch phát triển các khu kinh tế cửa khẩu Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030"*, Hà Nội.
40. Chính phủ (2006), *Các văn bản cam kết gia nhập WTO về thương mại dịch vụ của Việt Nam*, Hà Nội.
41. Chính phủ (2013), *Công văn số 9051/VPCP-KTTH của Văn Chính phủ ngày 29/10/2013 về việc Dự thảo qui hoạch phát triển hệ thống trung tâm logistics và trung tâm hội chợ triển lãm*, Hà Nội.
42. Chính phủ (2007), *Công văn số 6428/VPCP-KTTH ngày 7/11/2007 của Văn phòng Chính phủ gửi Bộ Công Thương về việc Thủ tướng Chính phủ đã đồng ý ủy quyền Bộ trưởng Bộ Công thương phê duyệt các dự án kết cấu hạ tầng thương mại*, Hà Nội.
43. Chính phủ (2007), *Nghị định số 23/2007/NĐ-CP ngày 12/2/2007 về Quy định chi tiết Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hoá và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hoá của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam*, Hà Nội.

44. Chính phủ (2013), *Quyết định số 2632/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ ngày 31 tháng 12 năm 2013 về việc phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội Thành phố Hồ Chí Minh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2025*, Hà Nội.
45. Chính phủ (2013), *Quyết định số 1531/QĐ-TTg ngày 30/8/2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án rà soát, điều chỉnh quy hoạch phát triển các khu kinh tế cửa khẩu Việt Nam đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội.
46. Chính phủ (2013), *Quyết định số 689/QĐ-TTg ngày 11/5/2014 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt chương trình phát triển thương mại điện tử quốc gia giai đoạn 2014-2020*, Hà Nội.
47. Chương trình phát triển Liên hợp quốc (UNDP) (2010), *Những trở ngại về cơ sở hạ tầng ở Việt Nam*.
48. Phạm Ngọc Côn (1996), *Đổi mới các chính sách kinh tế*, Nxb Nông nghiệp, Hà Nội
49. Đảng Cộng Sản Việt Nam (2009), *Văn kiện Đảng về thương mại và dịch vụ*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
50. Đặng Đình Đào, Vũ Thị Minh Loan, Nguyễn Minh Ngọc, Đặng Thu Hương, Phạm Thị Minh Thảo (2011), *Logistics - Những vấn đề lý luận và thực tiễn ở Việt Nam*, Nxb Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.
51. Lê Thiên Hạ (2008), *Định hướng và giải pháp phát triển cơ sở hạ tầng thương mại nông thôn*, Đề tài nghiên cứu khoa học, Viện Nghiên cứu Thương mại - Bộ Thương mại, Hà Nội.
52. Lưu Đức Hải (2009), "Phát triển hệ thống đô thị Việt Nam và phương hướng phát triển để Hà Nội là thành phố sống tốt", *Tạp chí Xây dựng*, (2).
53. Trịnh Thị Ái Hoa (2010), *Xây dựng và thực thi chính sách kinh tế vĩ mô ở Việt Nam - Thực trạng và giải pháp*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
54. Hồ Hữu Hoàn (2010), "Một số vấn đề về hoạt động nhượng quyền thương mại tại Việt Nam", www.vietfranchise.com.
55. Học viện Chính sách phát triển - Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2011), *Tập bài giảng Chính sách công*, Hà Nội.
56. Hội đồng biên soạn Từ điển Bách khoa Việt Nam (1995), *Từ điển Bách khoa Việt Nam*, Nxb Hà Nội, Hà Nội.

57. Hội đồng nhân dân thành phố Hà Nội (2012), *Nghị quyết số 02/2012/NQ-HĐND ngày 05/4/2012 về việc quy hoạch phát triển thương mại trên địa bàn thành phố Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội.
58. Nguyễn Đình Hương (2006), *Phát triển các loại thị trường trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam*, Nxb Lý luận chính trị, Hà Nội.
59. Nguyễn Sĩ Khải (2008), *Giáo trình Quy hoạch đô thị*, Trường Đại học Xây dựng, Hà Nội.
60. Nguyễn Bách Khoa (2013), "Mô hình kinh doanh dựa trên tri thức của các doanh nghiệp thương mại Việt Nam", *Khoa học Thương mại*, (6).
61. Nguyễn Bách Khoa (2013), *Phát triển các hệ thống phân phối hiện đại ở Việt Nam*, Bài giảng chuyên đề Tiến sĩ, Đại học Thương Mại.
62. Nguyễn Bách Khoa và Nguyễn Hoàng Long (2014), *Marketing thương mại*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
63. Philip Kotler (2010), *Quản trị Marketing*, Nxb Lao động xã hội, Hà Nội.
64. Nguyễn Văn Lịch (2005), *Phát triển thương mại trên hành lang kinh tế Côn Minh - Lào Cai - Hà nội - Hải Phòng*, (Sách chuyên khảo), Nxb Thống kê, Hà Nội.
65. Nguyễn Thị Bích Loan (Chủ nhiệm đề tài) (2013), *Phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đô thị Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Công Thương, Hà Nội.
66. Ngô Thắng Lợi (2011), *Hoạch định phát triển kinh tế - xã hội- Lý luận và thực tiễn ở Việt Nam*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
67. Nguyễn Thị Mơ (2010), *Lựa chọn bước đi và giải pháp để Việt Nam mở cửa về dịch vụ thương mại*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Công Thương, Hà Nội.
68. Nguyễn Văn Nam, Ngô Thắng Lợi (2010), *Chính sách phát triển bền vững các vùng kinh tế trọng điểm ở Việt Nam*, Nxb Thông tin và truyền thông, Hà Nội.
69. Quốc hội (2013), *Luật Đất đai*, Hà Nội.
70. Quốc hội (2005), *Luật Dân sự*, Hà Nội.
71. Quốc hội (2005), *Luật Đầu tư*, Hà Nội.
72. Quốc hội (2013), *Luật Xây dựng*, Hà Nội.
73. Quốc hội (2005), *Luật Thương mại*, Hà Nội.

74. Quốc hội (2009), *Luật Quy hoạch Thủ đô*, Hà Nội.
75. Sở Công Thương thành phố Đà Nẵng (2010), *Báo cáo Quy hoạch mạng lưới bán buôn, bán lẻ đến năm 2020 tại thành phố Đà Nẵng*.
76. M.Spence, P.Clarke Annez, M.Buckley (2008), *Đô thị hóa và tăng trưởng*, (Tài liệu dịch), Ủy ban về tăng trưởng và phát triển - Liên hợp quốc.
77. Tập thể tác giả - Khoa Khoa học quản lý (2000), *Giáo trình Chính sách kinh tế - Xã hội*, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Nxb Khoa học và Kỹ thuật, Hà Nội
78. Hoàng Đức Thân và Đặng Đình Đào (2012), *Giáo trình Kinh tế thương mại*, Nxb Đại học kinh tế quốc dân, Hà Nội.
79. Phạm Hữu Thìn (2004), *Chính sách tạo lập và phát triển chuỗi cửa hàng ở Trung Quốc*, Đề tài khoa học cấp cơ sở, Bộ Công Thương, Hà Nội.
80. Tổ chức Thương mại Thế giới (1994), *Hiệp định chung về thuế quan và thương mại*.
81. Tổng cục Thống kê (2008-2014), *Niên giám thống kê*, Nxb Thống kê, Hà Nội.
82. Nguyễn Văn Trinh (2006), *Kinh tế đối ngoại Việt Nam*, Nxb Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
83. Trường Đại học kiến trúc (2005), *Giáo trình Quy hoạch đô thị*, Hà Nội.
84. Ủy ban Châu Âu (2009), *Báo cáo hội nhập kinh tế và sự phát triển ở Việt Nam*, (Tài liệu dịch), IBM Belgium và DMI, Ticon & TAC thực hiện.
85. Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng (2010), *Quyết định số 5050/QĐ-UBND ngày 06/7/2010 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng về việc miễn thu phí chợ đối với các hộ tiểu thương tại một số chợ trên địa bàn thành phố mỗi năm 01 tháng*, Đà Nẵng.
86. Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng (2010), *Quyết định số 8087/QĐ-UBND ngày 21/10/2010 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng về việc phát triển thương mại điện tử địa phương giai đoạn 2011-2015*, Đà Nẵng.
87. Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng (2010), *Quyết định số 36/2010/QĐ-UBND ngày 18/11/2010 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân thành phố Đà Nẵng về việc ban hành Quy định về địa điểm kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng chai trên địa bàn thành phố Đà Nẵng*, Đà Nẵng.

88. Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2012), *Quyết định số 5573/2012/QĐ-UBND ngày 03/12/2012 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội phê duyệt Chương trình xây dựng cơ sở hạ tầng ngành thương mại giai đoạn 2012-2015, có tính đến 2020*, Hà Nội.
89. Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2010), *Quyết định số 37/2010/QĐ-UBND ngày 20/8/2010 về quy định quản lý các dự án đầu tư trên địa bàn thành phố*, Hà Nội.
90. Ủy ban nhân dân thành phố Hà Nội (2009), *Quyết định số 113/2009/QĐ-UBND ngày 21/10/2009 quy định về việc đấu thầu, đặt hàng cung ứng các sản phẩm dịch vụ đô thị trên địa bàn thành phố Hà Nội*, Hà Nội.
91. Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh (2006), *Quyết định số 124/2006/QĐ-UBND ngày 21/8/2006 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về việc sửa đổi, bổ sung một số điều của quy chế đấu thầu, kinh doanh khai thác và quản lý chợ loại 2 và 3 trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh được ban hành theo Quyết định số 216/QĐ-UBND ngày 16/9/2004*, Thành phố Hồ Chí Minh.
92. Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh (2007), *Quyết định số 06/2007/QĐ-UBND ngày 22/01/2007 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành quy định về bồi thường, hỗ trợ và tái bố trí khi di dời, chấm dứt hoạt động hoặc cải tạo, đầu tư xây dựng lại chợ theo quy hoạch trên địa bàn thành phố*, Thành phố Hồ Chí Minh.
93. Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh (2009), *Quyết định số 17/2009/QĐ-UBND ngày 12/7/2009 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về việc ban hành Quy hoạch định hướng phát triển hệ thống chợ, siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh từ năm 2009 đến năm 2015*, Thành phố Hồ Chí Minh.
94. Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh (2009), *Quyết định số 41/2009/QĐ-UBND ngày 09/6/2009 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh phê duyệt Đề án phát triển hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh từ nay đến năm 2015, tầm nhìn đến năm 2020*, Thành phố Hồ Chí Minh.

95. Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk (2006), *Quyết định số 2278/QĐ-UBND ngày 04 tháng 12 năm 2006 về việc thành lập Trung tâm Giao dịch Cà phê Buôn Ma Thuột (BCEC)*, Đắk Lắk.
96. Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk (2007), *Quyết định 84/QĐ-UBND ngày 15/01/2007 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh Đắk Lắk về phê duyệt Qui chế tổ chức hoạt động của BCEC*, Đắk Lắk.
97. Ủy ban nhân dân tỉnh Thái Nguyên (2010), *Quyết định số 3146/QĐ-UBND ngày 22/12/2010 của Chủ tịch Ủy ban nhân dân tỉnh Thái Nguyên về việc ban hành Chương trình Phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2011-2015*, Thái Nguyên.
98. Ủy ban về Tăng trưởng và Phát triển - Ngân hàng Thế giới (2009), *Báo cáo về đô thị hóa và tăng trưởng*, Hà Nội.
99. Đoàn Thị Hồng Vân (2010), *Logistics Những vấn đề cơ bản*, Nxb Lao động - xã hội, Hà Nội.
100. Viện Quản lý Kinh tế Trung ương (2003), *Báo cáo chiến lược tổng thể ngành dịch vụ*, Hà Nội.
101. Viện Quản lý Kinh tế Trung ương - Phòng Thương mại Việt Nam (GTZ) (2003), *Môi trường pháp lý cho dịch vụ phát triển kinh doanh tại Việt Nam*, Hà Nội.
102. Nguyễn Hoàng Việt (2012), *Phát triển chiến lược thương mại điện tử cho các doanh nghiệp Việt Nam*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Công Thương, Hà Nội.
103. Nguyễn Hoàng Việt (2013), "Mô hình chuỗi giá trị của các doanh nghiệp Việt Nam", *Khoa học thương mại*, (6).
104. Ngô Doãn Vịnh (2008), *Nghiên cứu chiến lược và quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội Việt Nam - Học hỏi và sáng tạo*, Nxb Chính trị quốc gia, Hà Nội.
105. Lưu Vĩnh (1986), *Giáo trình Tổ chức và kỹ thuật thương mại*, Trường Đại học Thương mại, Hà Nội.

TIẾNG ANH

106. C.Calderon and L.Serven (2004), *The Effects of Infrastructure Development on Growth and Income Distribution*, Draft for Discussion, March.

107. G.Roskin Michael, Robert L.Cord, James A.Medeiros, Walter S.Jones, *Political Science – An Introduction (tenth edition)*, Pearson Prentice Hall 2008.
108. K.Thomas (2004), *The Lecture Programme 2004*, The Development Bank of Jamaica.
109. J.Thompson, J.Strickland (2008), *Strategic Management*, Mc Graw Hill, NewYork.
110. N.Yoshino and M.Nakahigashi (2000), *The Role of Infrastructure in Economie Development*, Preliminary Version, November.
111. P.Kotler (2002), *Marketing Management – Millenium edition*, Peason Custom Publishing, US.
112. World trade organization (2004), *Exploring the linkage between the domestic polycy enveronment and international trade*, World trade report.

TRANG WEB

113. <http://www.haiphongport.com.vn> (Cảng Hải phòng).
114. <http://www.mic.gov.vn> (Bộ Thông tin và Truyền thông)
115. <http://www.moit.gov.vn> (Bộ Công thương).
116. <http://www.mof.gov.vn> (Bộ Tài chính).
117. <http://www.mpi.gov.vn> (Bộ Kế hoạch và Đầu tư).
118. <http://www.saigonport.com.vn> (Cảng Sài gòn).

