

BỘ CÔNG THƯƠNG



THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP
PHÁT TRIỂN
THƯƠNG MẠI BÁN LẺ
CỦA VIỆT NAM
TRONG BỐI CẢNH
HỘI NHẬP



NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

BỘ CÔNG THƯƠNG
TS. TRỊNH THỊ THANH THỦY (Chủ biên)

MỤC LỤC

Đan Bình soạn

TS. Trịnh Thị Thanh Thủy - Chủ biên

Nguyễn Thị Trí Giang

**Thực trạng và giải pháp
PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BÁN LẺ CỦA
VIỆT NAM TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP**

Ngô Thị Lan Hương

TS. Trần Thị Thanh Thủy và TS. Nguyễn Thị Trí Giang

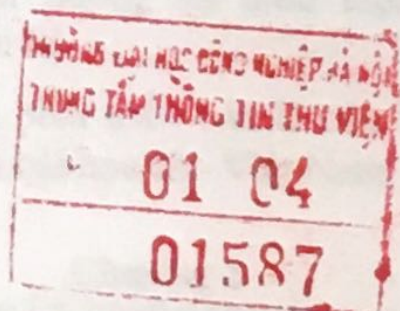
PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BÁN LẺ

1.1. Một số khái niệm liên quan

**1.2. Thực trạng, vấn đề, kinh nghiệm và vai trò của
thương mại bán lẻ**

1.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại bán lẻ

**1.4. Kinh nghiệm
của các nước**



**THỰC TRẠNG PHÁT
O VIỆT NAM**

**2.1. Tổng quan tình hình phát triển thương mại bán lẻ và
thương mại bán lẻ**

NHÀ XUẤT BẢN CÔNG THƯƠNG

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
Danh mục bảng	5
Danh mục hình	5
Danh mục chữ viết tắt	7
MỞ ĐẦU	9

Chương I

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BÁN LẺ

1.1. Một số khái niệm liên quan	11
1.2. Đặc điểm, nội dung, loại hình và vai trò của thương mại bán lẻ	16
1.3. Nhân tố ảnh hưởng và điều kiện phát triển thương mại bán lẻ	28
1.4. Kinh nghiệm phát triển bán lẻ của một số nước trên thế giới và bài học cho Việt Nam	39

Chương 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BÁN LẺ Ở VIỆT NAM GIAI ĐOẠN 2007 - 2016

2.1. Tổng quan tình hình phát triển kinh tế - xã hội và thương mại của Việt Nam giai đoạn 2007 - 2016	67
--	----

2.2. Nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến phát triển thương mại bán lẻ ở Việt Nam từ 2007 đến 2016	79
2.3. Tình hình phát triển thương mại bán lẻ ở Việt Nam giai đoạn 2007 - 2016	98
2.4. Đánh giá chung về phát triển thương mại bán lẻ ở Việt Nam thời gian qua	132

Chương 3

ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BÁN LẺ CỦA VIỆT NAM GIAI ĐOẠN ĐẾN NĂM 2030

	145
3.1. Xu hướng phát triển thương mại bán lẻ đến năm 2030	145
3.2. Quan điểm, định hướng phát triển thương mại bán lẻ của Việt Nam	161
3.3. Một số giải pháp phát triển thương mại bán lẻ của Việt Nam đến năm 2030	166
TÀI LIỆU THAM KHẢO	197

DANH MỤC BẢNG

	<i>Trang</i>
Bảng 1. Doanh thu BLHH giai đoạn 2007 - 2016	98
Bảng 2. Xếp hạng chỉ số GDRI của Việt Nam	100
Bảng 3. Thị trường cung cấp sản phẩm cho thương mại bán lẻ Việt Nam năm 2016 (triệu USD)	107
Bảng 4. Số lượng siêu thị và trung tâm thương mại một số địa phương	114

DANH MỤC HÌNH

Hình 1: Quy mô giao dịch của thị trường bán lẻ Trung Quốc	40
Hình 2: Doanh thu bán lẻ tại Nhật Bản giai đoạn 2012 - 2016	51
Hình 3: Doanh thu bán lẻ của Hoa Kỳ giai đoạn 2012 - 2016	59
Hình 4. Tăng trưởng GDP của Việt Nam giai đoạn 2007 - 2016	68
Hình 5: FDI vào Việt Nam giai đoạn 2007 - 2016 (tỷ USD)	71
Hình 6. GDP bình quân đầu người giai đoạn 2007 - 2016 (USD)	73
Hình 7. Kim ngạch XNK Việt Nam giai đoạn 2007 - 2016 (triệu USD)	74
Hình 8. Cơ cấu thị trường xuất nhập khẩu năm 2016	77

Hình 9. Tổng mức BLHH&DTDVTĐ giai đoạn 2007 - 2016	78
Hình 10. Cơ cấu nguồn hàng của doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam	102
Hình 11. Một số mặt hàng nhập khẩu chủ yếu trong thương mại bán lẻ	106
Hình 12. Số lượng chợ cả nước giai đoạn 2008 - 2016	110
Hình 13. Số lượng chợ theo khu vực địa lý	112
Hình 14. Số lượng siêu thị và trung tâm thương mại của Việt Nam giai đoạn 2008 - 2016	113
Hình 15. Số lượng và thị phần thảo luận tại một số chuỗi cửa hàng	116
Hình 16. Tăng trưởng doanh nghiệp bán lẻ hàng năm	119,
Hình 17. Cơ cấu doanh nghiệp bán lẻ theo quy mô vốn năm 2015	121
Hình 18. Cơ cấu doanh nghiệp bán lẻ theo quy mô lao động năm 2015	125
Hình 19. Cơ cấu chi tiêu của người tiêu dùng khu vực đô thị năm 2015	131

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Tiếng Việt

BLHH	Bán lẻ hàng hóa
BLHH&DTDVTD	Bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng
CH	Cửa hàng
CNH-HĐH	Công nghiệp hóa - hiện đại hóa
DN	Doanh nghiệp
NK	Nhập khẩu
TMĐT	Thương mại điện tử
TTTM	Trung tâm thương mại
XK	Xuất khẩu
XNK	Xuất nhập khẩu

Tiếng Anh

Nghĩa tiếng Việt

AEC	ASEAN Economic Community	Cộng đồng Kinh tế Asean
ASEAN	Association of South-East Asian Nations	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
ENT	Economic Need Test	Kiểm tra nhu cầu kinh tế
EU	European Union	Liên minh châu Âu
FDI	Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FTA	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do

GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
TPP	Trans-Pacific Partnership	Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương
USD	United States Dollar	Đồng đô la Mỹ
VCCI	Vietnam Chamber of Commerce and Industry	Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại Thế giới

MỞ ĐẦU

Thương mại bán lẻ là khâu cuối trong chuỗi sản xuất và phân phối hàng hóa, qua thương mại bán lẻ, hàng hóa được đưa vào sử dụng và thực hiện giá trị sử dụng sau khi hoàn tất giai đoạn thực hiện giá trị. Như vậy, thương mại bán lẻ có vai trò to lớn và mang tính quyết định đối với quá trình sản xuất và tái sản xuất xã hội, nó định hướng sản xuất theo nhu cầu của thị trường và giải quyết mâu thuẫn lớn giữa sản xuất tập trung với nhu cầu phân tán và đa dạng của từng khách hàng và người tiêu dùng... Có thể thấy, chủ thể nắm giữ khâu phân phối (trong đó có bán lẻ) sẽ góp phần chi phối và quyết định sản xuất. Bị quy định bởi trình độ phát triển của nền kinh tế và mức độ hội nhập, sự phát triển của thương mại bán lẻ trên nhiều phương diện phụ thuộc vào trình độ phát triển của nền sản xuất hàng hóa, trình độ tổ chức và phân công trong xã hội, vào thu nhập và trình độ của người tiêu dùng... Trước Đổi mới và hội nhập quốc tế, nền kinh tế nước ta còn chậm phát triển, thương mại bán lẻ ở nước ta do vậy cũng phát triển ở trình độ thấp, sơ khai với loại hình bán lẻ truyền thống thống trị; Từ khi Đổi mới và hội nhập quốc tế, thương mại bán lẻ đã thay đổi căn bản cả về nội dung và hình thức; Sau khi Việt Nam gia nhập Tổ chức Thương mại Thế giới WTO, một diện mạo mới ở nấc thang phát triển mới của thương mại bán lẻ được định hình và khẳng định với nhiều loại