

VIỆN HÀN LÂM
KHOA HỌC XÃ HỘI VIỆT NAM
HỌC VIỆN KHOA HỌC XÃ HỘI

LƯU PHƯƠNG NHẬT THÙY

**DỊCH VỤ BÁN LẺ CỦA NHÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI
THEO PHÁP LUẬT VIỆT NAM
TỪ THỰC TIỄN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

Chuyên ngành: Luật Kinh tế

Mã số: 60.38.01.07

LUẬN VĂN THẠC SĨ LUẬT HỌC

**NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC
PGS.TS BÙI NGUYỄN KHÁNH**

Hà Nội - 2016

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	Error! Bookmark not defined.
Chương 1. NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ BÁN LẺ CỦA NHÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI.....	8
1.1. Khái niệm về dịch vụ phân phối và dịch vụ bán lẻ hàng hóa.....	8
1.2. Một số vấn đề lý luận về dịch vụ bán lẻ hàng hóa	11
1.3. Khái niệm về nhà đầu tư nước ngoài trong hoạt động dịch vụ bán lẻ	23
Chương 2. THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC TIỄN ÁP DỤNG PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ BÁN LẺ CỦA NHÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI TỪ THỰC TIỄN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH	27
2.1. Các cam kết về dịch vụ bán lẻ của Việt Nam khi gia nhập WTO	27
2.2. Pháp luật về điều kiện và thủ tục gia nhập thị trường bán lẻ hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam	33
2.3. Thực trạng pháp luật về dịch vụ bán lẻ hàng hóa	50
2.4. Một số vấn đề đặt ra từ thực tiễn áp dụng pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài tại Thành phố Hồ Chí Minh	57
Chương 3. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ BÁN LẺ CỦA NHÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI	63
3.1. Yêu cầu hoàn thiện pháp luật đối với dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài.....	63
3.2. Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật đối với dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài	67
KẾT LUẬN	73
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	75

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

WTO	Tổ chức thương mại thế giới
GATS	Hiệp định chung về thương mại dịch vụ
MFN	Nguyên tắc đối xử tối huệ quốc
TPP	Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương
DVPP	Dịch vụ phân phối
DVBB	Dịch vụ bán buôn
DVBL	Dịch vụ bán lẻ
FDI	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
CPC	Hệ thống phân loại sản phẩm của Liên Hiệp Quốc
UBND	Ủy ban nhân dân
TTTM	Trung tâm thương mại
ASEAN	Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á
BTA	Hiệp định thương mại song phương Việt Nam – Hoa Kỳ
FTA	Khu vực mậu dịch tự do
APEC	Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương
ASEM	Diễn đàn hợp tác Á - Âu
ENT	Kiểm tra nhu cầu kinh tế
NT	Đãi ngộ quốc gia
CHTL	Cửa hàng tiện lợi
TMĐT	Thương mại điện tử
ST	Siêu thị
HTX	Hợp tác xã
VSATTP	Vệ sinh an toàn thực phẩm
TNCs	Các công ty xuyên quốc gia
TNDN	Thu nhập doanh nghiệp

1. Tính cấp thiết của đề tài

Ngày nay, toàn cầu hóa kinh tế, hội nhập kinh tế quốc tế là đặc trưng và xu hướng phát triển phổ biến của nền kinh tế thế giới. Việt Nam chúng ta cũng đang nỗ lực hòa nhập vào xu thế chung đó. Cách đây 9 năm, vào ngày 11/01/2007, Việt Nam chính thức trở thành thành viên của Tổ chức Thương Mại Thế giới (WTO), sự kiện này mở ra cơ hội mới cho sự phát triển đất nước và cả những thách thức cần phải vượt qua khi Việt Nam được tham gia vào tổ chức thương mại lớn nhất toàn cầu.

Các cam kết mở cửa thị trường cho nhà đầu tư nước ngoài thuộc các nước thành viên WTO trong lĩnh vực phân phối, đặc biệt là dịch vụ bán lẻ, được coi là một trong số những cam kết quan trọng nhất của Việt Nam khi tham gia vào WTO. Bởi vì phân phối đóng vai trò quan trọng trong hoạt động thương mại hiện đại và là một trong những ngành kinh doanh thiết yếu của các nền kinh tế. Ở nhiều quốc gia, bán buôn và bán lẻ chỉ đứng thứ hai sau hoạt động sản xuất nếu xét đến đóng góp vào GDP. Trong nhóm G7 (Hoa Kỳ, Nhật Bản, Đức, Pháp, Anh, Ý, Canada), dịch vụ phân phối đóng góp cho GDP từ 8% - 15% và cho thị trường việc làm từ 11% - 19%. Tại Hoa Kỳ, mỗi năm bán lẻ chiếm từ 50% - 60% tổng đóng góp của toàn bộ ngành phân phối vào GDP.

Với hơn 90 triệu dân, trong đó hơn 60% người tiêu dùng trẻ, Việt Nam được coi là thị trường mục tiêu cho các nhà đầu tư trong lĩnh vực bán lẻ. Qua 9 năm gia nhập WTO, hiện nay, Ở Việt Nam có khoảng 700 siêu thị và trung tâm mua sắm, trong đó các nhà bán lẻ nước ngoài chiếm 40%, trong 125 trung tâm thương mại thì khu vực FDI có 31, chiếm khoảng 25%. Theo Bộ Công thương, đến năm 2020, Việt Nam có khoảng 1.200 – 1.300 siêu thị, 180 trung tâm thương mại và 157 trung tâm mua sắm. Vì vậy, Việt Nam được coi là một

trong những thị trường nhiều tiềm năng nhất đối với các nhà đầu tư trên thế giới về phân phối, đặc biệt là bán lẻ. Theo kết quả của Tập đoàn Tư vấn A.T.Kearney, Việt Nam đứng thứ 14 trong Bảng xếp loại chỉ số phát triển bán lẻ toàn cầu. Doanh số bán lẻ thị trường Việt Nam được dự tính khoảng trên 20 tỷ USD mỗi năm.

Tuy nhiên, cùng với cơ hội, các doanh nghiệp trong nước cũng phải đối đầu với các thách thức lớn khi cam kết về thị trường bán lẻ cho nhà đầu tư nước ngoài được mở hoàn toàn vào ngày 01/01/2015. Hơn nữa, việc Việt Nam tham gia Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP) vào ngày 05/10/2015 vừa qua, mức thuế quan giảm xuống 0% cho các mặt hàng nhập khẩu, sẽ tạo điều kiện dễ dàng hóa nhập khẩu tràn vào hệ thống bán lẻ. Các doanh nghiệp trong nước buộc phải cạnh tranh quyết liệt do hàng rào bảo hộ bị dỡ bỏ, phải thực hiện chế độ đãi ngộ tối huệ quốc và đối xử quốc gia; các sản phẩm nước ta phải cạnh tranh bình đẳng với các sản phẩm nước khác không chỉ trên thị trường thế giới mà cả trên thị trường nội địa. Sự cạnh tranh không chỉ ở góc độ chất lượng, giá thành sản phẩm mà còn ở góc độ năng lực kinh doanh của doanh nghiệp. Các doanh nghiệp trong nước phải tận dụng tối đa cơ hội, đẩy lùi thách thức và tự tạo cho mình các cơ hội mới ngày càng tốt hơn.

Nhằm cụ thể hóa và áp dụng vào thực tiễn một cách đúng đắn nhất các cam kết của Việt Nam về dịch vụ phân phối, cụ thể là dịch vụ bán lẻ, Chính phủ và các Bộ, ngành đã ban hành hàng loạt các văn bản quy phạm pháp luật để điều chỉnh về lĩnh vực này. Trong số các văn bản đó, đáng chú ý nhất là Nghị định số 23/2007/NĐ-CP ngày 12 tháng 02 năm 2007 của Chính phủ 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 nước ngoài tại Việt Nam; Thông tư số 08/2013/TT-BCT ngày 22 tháng 4

năm 2013 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 nước ngoài tại Việt Nam; Thông tư số 34/2013/TT-BCT ngày 24 tháng 12 năm 2013 công bố lộ trình thực hiện các 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 nước ngoài tại Việt Nam. Các văn bản nêu trên đã có giá trị rất lớn trong việc điều chỉnh hoạt động mua bán hàng hóa nói chung và dịch vụ bán lẻ nói riêng của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, chứng tỏ Việt Nam đã và đang thực hiện những bước cần thiết để đảm bảo các quy định trong nước phù hợp với cam kết WTO.

Tuy nhiên, việc áp dụng và thực thi cam kết về dịch vụ bán lẻ trên thực tế đã, đang và sẽ phát sinh nhiều vướng mắc, có thể vi phạm các cam kết WTO của Việt Nam. Trong quá trình nghiên cứu và thực tiễn công tác tư vấn pháp luật của mình, tác giả đã nhận thấy nhiều lỗ hổng trong khung pháp lý và nhiều bất cập xuất phát từ cơ chế quản lý nhà nước đối với dịch vụ này. Từ những vấn đề mang tính lý luận cơ bản như thiếu định nghĩa pháp lý cho khái niệm “cơ sở bán lẻ”, “người tiêu dùng cuối cùng”, phương pháp xác định các tiêu chí và áp dụng các tiêu chí về “nhu cầu kinh tế”, cho đến cơ chế thực thi pháp luật của cơ quan nhà nước như thủ tục, quy trình cấp giấy chứng nhận đầu tư, trình tự, thủ tục lập cơ sở bán lẻ trong dịch vụ bán lẻ đối với nhà đầu tư nước ngoài chưa rõ ràng, đồng bộ, thống nhất...

Với những phân tích nêu trên, tác giả quyết định chọn đề tài “***Dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài theo pháp luật Việt Nam từ thực tiễn thành phố Hồ Chí Minh***” làm Luận văn Thạc sỹ Luật học chuyên ngành Luật Kinh tế của mình, nhằm đưa ra một cái nhìn tổng quan về cơ sở lý luận và thực tiễn đối với dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam, đồng thời đề xuất kiến nghị những giải pháp hoàn thiện các quy định pháp

luật về vấn đề này, đảm bảo cơ chế về dịch vụ bán lẻ đối với nhà đầu tư nước ngoài được thực thi trên thực tiễn.

2. Tình hình nghiên cứu đề tài

Như đã phân tích về lý do chọn đề tài, dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam ngày càng phát triển, đa dạng và ngày càng trở nên nóng bỏng kể từ khi Việt Nam gia nhập WTO. Vì vậy, đã có một số đề tài, bài báo, bài viết... đề cập đến các khía cạnh của dịch vụ này như:

- Đề tài khoa học cấp bộ *“Nghiên cứu các dịch vụ bán buôn, bán lẻ của một số nước và vận dụng vào Việt Nam”* do Viện nghiên cứu Thương Mại – Bộ Công thương chủ trì thực hiện năm 2007, TS. Nguyễn Thị Nhiều làm chủ nhiệm đề tài.

- MUTRAP, Dự án hỗ trợ thương mại đa biên *“Báo cáo rà soát khuôn khổ pháp lý về dịch vụ phân phối ở Việt Nam và những khuyến nghị về sự phù hợp của các quy định chuyên ngành với cam kết WTO”* được hoàn thành tháng 12/2009.

- Luận án tiến sĩ kinh tế *“Hoàn thiện chính sách phát triển dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa ở Việt Nam trong thời kỳ hội nhập”* của tác giả Nguyễn Thanh Bình, năm 2012.

- Luận văn Thạc sỹ Luật học của tác giả Lê Trạch Giang *“Tự do hóa thương mại dịch vụ phân phối - Các cam kết và tác động đến các quy định hiện hành”*.

- Ngoài các Luận văn, còn có các bài viết chuyên đề của một số tác giả, hội thảo, các bài viết trên website đề cập đến vấn đề này.

Tuy nhiên, các công trình khoa học, bài viết, bài báo này chỉ nghiên cứu chung về dịch vụ phân phối, hoặc có đề cập đến dịch vụ bán lẻ nhưng chủ yếu dưới góc độ kinh tế, chưa khái quát, hệ thống và làm rõ toàn diện về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam dưới góc độ Luật học.

3. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của luận văn là nghiên cứu làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài; phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài từ thực tiễn thành phố Hồ Chí Minh; để từ đó đề xuất các phương hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài trong thời gian tới.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Với mục đích trên, tác giả đề ra các nhiệm vụ trọng tâm nghiên cứu cụ thể của luận văn trong giới hạn phạm vi sau đây:

- Nghiên cứu làm sáng tỏ những vấn đề lý luận về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài;
- Phân tích, đánh giá thực trạng pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài từ thực tiễn thành phố Hồ Chí Minh;
- Đề xuất các phương hướng, giải pháp hoàn thiện pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài trong thời gian tới

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu của Luận văn này là nghiên cứu cam kết của Việt Nam gia nhập WTO về dịch vụ bán lẻ, các quy định pháp luật cụ thể của nước ta về dịch vụ này và cơ chế thực thi các cam kết, quy định pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài trên thực tế.

4.2. Phạm vi nghiên cứu:

Trong phạm vi của đề tài, tác giả chỉ nghiên cứu về hoạt động bán lẻ (hay còn gọi là dịch vụ bán lẻ) của nhà đầu tư nước ngoài ở TP.HCM, một trong 4 hoạt động về mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp

đến mua bán hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam theo các cam kết WTO về dịch vụ phân phối và Nghị định 23/2007/NĐ-CP (bao gồm: bán buôn, bán lẻ, đại lý mua bán hàng hóa và nhượng quyền thương mại).

Thời gian nghiên cứu và không gian nghiên cứu: nghiên cứu trên toàn quốc, theo các tài liệu tham khảo và thực tiễn.

5. Phương pháp luận và phương pháp nghiên cứu

Tác giả nghiên cứu và thực hiện Luận văn trên cơ sở phương pháp luận duy vật lịch sử và duy vật biện chứng của chủ nghĩa Mác – Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh, đường lối, quan điểm của Đảng và Nhà nước ta về nhà nước và pháp luật.

Các phương pháp cụ thể mà tác giả sử dụng trong quá trình nghiên cứu thực hệ đề tài này là:

- Phương pháp phân tích, tổng hợp: phương pháp này được sử dụng chủ yếu để lý giải, phân tích những vấn đề lý luận về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài.
- Phương pháp so sánh, đối chiếu: phương pháp này được sử dụng để so sánh, làm rõ các quy định pháp luật hiện hành về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài với những quy định trong những quy phạm pháp luật trước đây.
- Phương pháp hệ thống hóa: tham khảo, vận dụng những kết quả nghiên cứu của các công trình khoa học, bài viết, bài báo có liên quan đến đề tài, để trích dẫn vào Luận văn, nhằm bổ sung, làm sáng tỏ nội dung luận văn.

6. Ý nghĩa lý luận và thực tiễn của luận văn

6.1. Ý nghĩa về mặt lý luận:

Luận văn hệ thống hóa, bổ sung và phát triển cơ sở lý luận về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài, góp phần vào công tác nghiên cứu pháp luật, thực tiễn trong dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài ở Việt Nam

hiện nay, đồng thời đưa ra những giải pháp nhằm hoàn thiện pháp luật về vấn đề này.

6.2. Ý nghĩa về mặt thực tiễn

Luận văn sẽ chỉ ra thực trạng tiếp cận dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài ở TP.HCM hiện nay và các yếu tố ảnh hưởng đến vấn đề này, đồng thời đưa ra được những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả áp dụng pháp luật và hoàn thiện pháp luật trong dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài ở Việt Nam, góp phần thúc đẩy sự phát triển của thị trường bán lẻ, một thị trường giữ vai trò thiết yếu trong việc phát triển kinh tế xã hội của Việt Nam.

Ngoài ra, luận văn cũng có thể là tài liệu tham khảo trong quá trình học tập của các sinh viên, học viên tại các cơ sở, trường đào tạo Luật, Kinh tế.

7. Cơ cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục tài liệu tham khảo, phần nội dung của luận văn được cấu thành 03 chương, cụ thể như sau:

Chương 1: Những vấn đề lý luận về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài theo quy định pháp luật Việt Nam.

Chương 2: Thực trạng pháp luật và thực tiễn áp dụng về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài từ thực tiễn thành phố Hồ Chí Minh

Chương 3: Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài.

Chương 1

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ DỊCH VỤ BÁN LẺ CỦA NHÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI

1.1. Khái niệm về dịch vụ phân phối và dịch vụ bán lẻ hàng hóa

1.1.1 Khái niệm về dịch vụ phân phối

Phân phối là một khâu trung gian trong quá trình tái sản xuất mở rộng xã hội: Sản xuất – phân phối, lưu thông – trao đổi – tiêu dùng. Như vậy, dịch vụ phân phối (hay còn gọi là hoạt động phân phối) là việc thực hiện một phần hay toàn bộ các hoạt động có liên quan đến tổ chức điều hành và vận chuyển hàng hóa từ người sản xuất đến người tiêu dùng. Trong xã hội, các nhà bán buôn và bán lẻ thực hiện hoạt động phân phối là việc họ bán hàng hoá, kèm theo hàng loạt các dịch vụ phụ trợ có liên quan (phục vụ cho quá trình bán hàng) như bảo quản lưu kho hàng hoá; di chuyển, lắp ráp, sắp xếp và phân loại đối với hàng hoá có khối lượng lớn. Trên các bình diện khác nhau, ta có thể có nhiều cách hiểu khác nhau về “dịch vụ phân phối”.

Thứ nhất, xét trên bình diện của nhà sản xuất thì phân phối là cách thức tổ chức hoặc phương pháp để đưa hàng hóa tới người tiêu dùng, bao gồm một chuỗi các hoạt động từ khâu sản xuất, vận chuyển hàng hóa tới các chủ thể khác nhau và mục tiêu là đưa đến người tiêu dùng.

Thứ hai, xét trên bình diện của những người chuyên hoạt động trong lĩnh vực phân phối với tính chất là khâu trung gian giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng, thì phân phối có thể hiểu là dịch vụ bán buôn và dịch vụ bán lẻ hàng hóa. Theo đó, những nhà bán buôn và bán lẻ sẽ bán hàng hóa cho khách hàng, mà khách hàng ở đây có thể là người kinh doanh hoặc người tiêu dùng.

Thứ ba, xét trên bình diện của người tiêu dùng thì phân phối hàng hóa thường được hiểu là hoạt động bán lẻ hàng hóa tới người tiêu dùng, sử dụng

hàng hóa. Hình thức thông dụng, phổ biến có thể thấy là các đại lý bán lẻ, hệ thống các siêu thị, mạng lưới bán lẻ khác...

Có thể thấy rằng, xét trên các bình diện khác nhau thì phân phối hàng hóa có thể hiểu ở các khía cạnh khác nhau; tuy nhiên, mục đích của hoạt động phân phối hàng hóa vẫn chỉ là đưa hàng hóa từ nhà sản xuất hoặc nhà nhập khẩu tới tay khách hàng và người tiêu dùng. Từ đó, có thể đưa ra khái niệm về phân phối hàng hóa như sau: Phân phối hàng hóa là hoạt động đưa hàng hóa từ nhà sản xuất hoặc nhà nhập khẩu tới các nhà phân phối hoặc tới khách hàng, người tiêu dùng.

Theo hệ thống phân loại sản phẩm của Liên hiệp quốc - Central Product Classification (CPC) của Tổ chức Thương mại thế giới thì ngành dịch vụ phân phối bao gồm bốn nhóm dịch vụ chính: dịch vụ đại lý hoa hồng (Commission Agent's Services, ký hiệu CPC 621), dịch vụ bán buôn (Wholesale Trade Services, ký hiệu CPC 622), dịch vụ bán lẻ (Retailing Services, CPC 631 + 632 + 6111 + 6113 + 6121) và nhượng quyền thương mại (Franchising, ký hiệu CPC 8929) [27, tr.4].

1.1.2 Khái niệm về dịch vụ bán lẻ hàng hóa.

Theo cách hiểu nói trên của WTO thì dịch vụ bán lẻ là nội dung và là một trong những phương thức thực hiện dịch vụ phân phối được xem là đặc trưng nhất. Một cách chung nhất, dịch vụ bán lẻ hàng hóa được hiểu là hình thức phân phối hàng hóa, mà theo đó, nhà phân phối bán hàng hóa trực tiếp cho người tiêu dùng.

Hiện nay, có khá nhiều định nghĩa khác nhau về bán lẻ:

Theo Đại từ điển Tiếng Việt, bán lẻ là hình thức “*bán từng cái, từng ít một trực tiếp cho người tiêu dùng*”. [57, tr.95]

Theo danh mục phân loại CPC: “*Bán lẻ là hoạt động bán hàng hoá cho người tiêu dùng hoặc các hộ tiêu dùng từ một địa điểm cố định (cửa hàng,*

kiốt) hay một địa điểm khác (bán trực tiếp) và các dịch vụ phụ liên quan”. [30; tr.2].

Theo định nghĩa của Phòng Thống kê Liên Hợp quốc (United Nations Statistics Division-Unstats) *“bán lẻ là hoạt động bán các sản phẩm hoàn chỉnh và dịch vụ cho người tiêu thụ để thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng cá nhân hay hộ gia đình”*.

Cũng từ cách tiếp cận này, các quy định pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa của pháp luật Trung Quốc cũng đưa ra khái niệm về bán lẻ, theo đó bán lẻ là bán hàng và cung cấp các dịch vụ liên quan phụ trợ cho tiêu dùng cá nhân hoặc tập thể tại một địa điểm cố định hoặc đặt hàng qua truyền hình, điện thoại, mail, internet, hoặc bằng máy bán hàng tự động [28, tr.52].

Theo khoản 8 Điều 3 Nghị định số 23/2007/NĐ-CP ngày 12 tháng 02 năm 2007 của Chính phủ Việt Nam 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 nước ngoài tại Việt Nam, *“Bán lẻ là hoạt động bán hàng hoá trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng”*.

Như vậy, tuy có nhiều định nghĩa bán lẻ theo nhiều cách khác nhau nhưng tất cả đều thể hiện một đặc điểm chung của bán lẻ đó là hoạt động dịch vụ đưa hàng hoá đến tay người tiêu dùng cuối cùng (Tiêu dùng trong sản xuất và tiêu dùng của cá nhân hay gia đình). Nói cách khác, bán lẻ gồm tất cả các hoạt động liên quan đến việc bán hàng hóa trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng để họ sử dụng vào mục đích cá nhân, không kinh doanh. Ở đây, người tiêu dùng là người cuối cùng mua được hàng hoá đó và mua hàng hoá đó với mục đích để tiêu dùng. Theo khái niệm này thì “bán lẻ” phải là hoạt động liên quan đến bán hàng hóa trực tiếp và có đối tượng người mua là “người tiêu dùng cuối cùng”.

1.2. Một số vấn đề lý luận về dịch vụ bán lẻ hàng hóa

1.2.1 Khái niệm về pháp luật phân phối bán lẻ hàng hóa

Như trên đã trình bày, bán lẻ được hiểu theo nhiều cách khác nhau, nhưng nhìn chung đó chính là hoạt động liên quan đến bán hàng hóa trực tiếp và có đối tượng người mua là “người tiêu dùng cuối cùng”. Tuy nhiên, “người tiêu dùng cuối cùng” được hiểu như thế nào thì lại chưa có một định nghĩa pháp lý nào, mà pháp luật hiện hành chỉ quy định “*Người tiêu dùng là người mua, sử dụng hàng hóa, dịch vụ cho mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của cá nhân, gia đình, tổ chức*” (khoản 1 Điều 3 Luật bảo vệ người tiêu dùng 2010). Trên thực tế, “người tiêu dùng cuối cùng” trong dịch vụ bán lẻ bao gồm cả cá nhân, hộ gia đình, các doanh nghiệp, tổ chức mua công nghiệp, thương mại, các tổ chức khác, bao gồm cả các doanh nghiệp sản xuất hàng hóa. Điều này dẫn đến việc liệu một doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cung cấp nguyên phụ liệu cho các khách hàng là các doanh nghiệp của Việt Nam tại các địa điểm trong nước có phải là hoạt động bán lẻ hay không? Như vậy, rõ ràng đã có sự khác biệt về định nghĩa bán lẻ khi Việt Nam thể chế hóa các quy định của cam kết WTO vào pháp luật trong nước, không thống nhất giữa các văn bản pháp luật trong nước với nhau về cùng một khái niệm.

Vì vậy, để đảm bảo sự thống nhất giữa pháp luật trong nước và cam kết WTO mà Việt Nam đã tham gia, cũng như đảm bảo sự thống nhất giữa các văn bản pháp luật trong nước về dịch vụ bán lẻ, những vấn đề lý luận về bán lẻ hàng hóa cần sớm được làm sáng tỏ và hoàn thiện, đặc biệt là đối với các quy định có liên quan đến nhà đầu tư nước ngoài (doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài).

Những vấn đề lý luận này bao gồm bản chất của dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa là gì, nhu cầu điều chỉnh pháp luật đối với hoạt động này ra sao, pháp luật có vai trò như thế nào khi nó là công cụ để Nhà nước điều chỉnh

dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa - một lĩnh vực kinh tế - thương mại rất gần gũi và có ảnh hưởng trực tiếp tới đời sống con người.

Thứ nhất, có thể khẳng định rằng bản chất của dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa là một dịch vụ thương mại, nó có tính chất của một hoạt động kinh doanh với các yếu tố chủ thể (cá nhân, doanh nghiệp thực hiện dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa, người tiêu dùng); khách thể là lợi nhuận mà nhà kinh doanh hướng tới, là việc thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng; hình thức pháp lý của mối quan hệ phân phối bán lẻ hàng hóa là hợp đồng phân phối bán lẻ hàng hóa hay hợp đồng mua bán hàng hóa (bằng văn bản hoặc hình thức khác)... Qua đó, các chủ thể thực hiện dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa theo những cách thức và nhu cầu nhất định.

Thứ hai, có thể nói rằng pháp luật có vai trò rất quan trọng trong việc điều chỉnh hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa bởi: những mối quan hệ chủ yếu trong lĩnh vực này là quan hệ giữa nhà phân phối và người tiêu dùng, mà đối tượng của hoạt động phân phối bán lẻ chủ yếu là những hàng hóa tiêu dùng đáp ứng nhu cầu sinh hoạt của con người như thực phẩm, đồ gia dụng, thuốc men, xăng dầu... Pháp luật cần có sự điều chỉnh để đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp cho người tiêu dùng, lợi ích chung của cộng đồng bên cạnh việc bảo vệ quyền, lợi ích của các chủ thể kinh doanh. Người tiêu dùng là những cá nhân cụ thể trong xã hội, họ sử dụng hàng hóa tiêu dùng hàng ngày, hàng giờ, nếu không có những công cụ mang tính pháp lý thể hiện tính quyền lực nhà nước bảo vệ họ khi có xâm hại bất hợp pháp, thì cuộc sống của họ không được đảm bảo, như vậy cũng có nghĩa là việc đảm bảo quyền con người không đạt được hiệu quả. Hơn nữa, đảm bảo quyền con người lại là vấn đề rất quan trọng trong một Nhà nước pháp quyền xã hội chủ nghĩa, mà Việt Nam đang trong tiến trình xây dựng.

Thứ ba, việc điều chỉnh pháp luật đối với lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa còn xuất phát từ nhu cầu trực tiếp quản lý nền kinh tế mà trong đó dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa đóng một vai trò hết sức quan trọng. Hơn nữa, Việt Nam đang hội nhập kinh tế quốc tế trên mọi lĩnh vực, điều này càng đòi hỏi phải có một hệ thống pháp luật hoàn thiện.

Đảng Cộng sản Việt Nam ta đã xác định tầm quan trọng của ngành dịch vụ phân phối (trong đó có hoạt động phân phối bán lẻ), và đã quán triệt quan điểm chỉ đạo phát triển kinh tế - xã hội trong giai đoạn mới. “Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 2011-2020” được thông qua tại Đại hội lần thứ XI Đảng đã chỉ rõ: *“Chủ động tham gia vào mạng phân phối toàn cầu, phát triển nhanh hệ thống phân phối các sản phẩm có lợi thế cạnh tranh ở cả trong và ngoài nước, xây dựng thương hiệu hàng hoá Việt Nam”* [44, tr.2]. Trong Báo cáo chính trị của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI tại Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng khi nói về phương hướng, nhiệm vụ đổi mới mô hình tăng trưởng, cơ cấu lại nền kinh tế, Đảng ta cũng xác định *“Chủ động phát triển mạnh hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ trong nước, tham gia vào mạng phân phối toàn cầu”*. [54, tr.2]

Để phát triển tốt ngành dịch vụ phân phối nói chung và ngành bán lẻ nói riêng cần phải có một hệ thống pháp lý vững chắc, toàn diện, hợp lý, phù hợp với tình hình kinh tế, xã hội trong nước cũng như tình hình chung của thế giới và khu vực.

Mặt khác, thực tế có khá nhiều vấn đề nảy sinh xung quanh hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa, mà nổi cộm là vấn đề bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Thực tế quyền lợi người tiêu dùng vẫn bị xâm hại, nhiều trường hợp không thể tìm ra nguyên nhân, chủ thể gây thiệt hại; hoặc rất khó có thể tìm ra. Ví dụ, việc người tiêu dùng bị ngộ độc thức ăn do tiêu dùng sản phẩm hàng hóa là thực phẩm, nhưng do không xác định được nguồn gốc thực phẩm

nên không thể yêu cầu bồi thường thiệt hại, và trong trường hợp này thì rủi ro thuộc về người tiêu dùng... Thực tế có rất nhiều trường hợp như vậy xảy ra, vì vậy, việc điều chỉnh pháp luật đối với dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa là hết sức cần thiết. Nó góp phần đảm bảo quyền lợi của người tiêu dùng và nó đóng một vai trò nhất định bên cạnh pháp luật về bảo vệ người tiêu dùng nói riêng.

Bên cạnh đó, pháp luật là một công cụ hết sức hữu hiệu để Nhà nước quản lý kinh tế, xã hội. Khi đã ghi nhận thành những quy phạm pháp luật, Nhà nước có thể sử dụng quyền lực của mình để điều chỉnh những mối quan hệ cần thiết nhằm đảm bảo trật tự xã hội và thúc đẩy sự phát triển kinh tế. Đặc biệt, chúng ta đã gia nhập Tổ chức thương mại thế giới (WTO) – (Việt Nam đã trở thành thành viên thứ 150 của WTO vào năm 2007) và chúng ta cũng có những cam kết trong lĩnh vực dịch vụ phân phối, trong đó có phân phối bán lẻ hàng hóa. Khi tham gia sân chơi chung mang tầm quốc tế này, Việt Nam cần tuân thủ luật chơi và nghiêm chỉnh thực hiện những gì đã cam kết theo những nguyên tắc và nội dung cụ thể. Đó cũng là lý do mà pháp luật nước ta cần phù hợp với xu hướng chung của pháp luật quốc tế, cũng như phù hợp với quy định của WTO, với cam kết của Việt Nam khi gia nhập tổ chức này.

Thứ tư, xuất phát từ thực tiễn pháp lý cho thấy, pháp luật Việt Nam cũng như pháp luật quốc tế từ lâu đã có những quy định điều chỉnh dịch vụ phân phối hàng hóa, trong đó có phân phối bán lẻ hàng hóa. Pháp luật nhiều quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc, Cộng hòa Pháp... đều có các quy định về phân phối bán lẻ hàng hóa [28, tr.2]

Từ những phân tích trên có thể hiểu *“Pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa là hệ thống quy phạm pháp luật điều chỉnh những mối quan hệ phát sinh trong lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa ở Việt Nam, nhằm đảm bảo sự phát triển của thị trường một cách lành mạnh, đảm bảo quyền lợi người tiêu*

dùng và lợi ích xã hội”. Pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa có vai trò rất quan trọng cả về mặt lý luận và thực tiễn.

1.2.2 Nội dung pháp luật về dịch vụ bán lẻ hàng hóa

Pháp luật về dịch vụ bán lẻ là chế định quan trọng của pháp luật thương mại. Pháp luật về dịch vụ bán lẻ được hiểu là hệ thống tổng thể các quy phạm pháp luật trong nước và các cam kết quốc tế mà Việt Nam tham gia điều chỉnh quan hệ, hoạt động bán lẻ hàng hóa. Nội dung của pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa ở nước ta bao gồm pháp luật trong nước và pháp luật quốc tế có liên quan. Có thể kể đến một số văn bản sau: Hiệp định GATS 1994, Hiệp định thương mại Việt Nam – Hoa kỳ năm 2000, Hiệp định thương mại Việt – Trung 1991, Hiệp định thương mại Việt Nam – Australia 1990, Hiệp định thương mại Việt Nam – Iran 1994, Hiệp định TPP... trong đó có chứa những quy định liên quan đến phân phối hàng hóa của Việt Nam với các nước. Tuy nhiên, khi nghiên cứu về những quy định của Hiệp định chung về thương mại dịch vụ GATS 1994 và các cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO tác giả nhận thấy có những vấn đề pháp lý đề cập trực tiếp, cụ thể đối với ngành phân phối bán lẻ hàng hóa. Đặc biệt, WTO là một sân chơi rộng lớn có tính chất toàn cầu và hiện nay nó đang có tác động rất lớn đối với nền kinh tế của Việt Nam. Bởi vậy, luận văn sẽ chú trọng phân tích, đánh giá những nghĩa vụ chung và các cam kết của Việt Nam về phân phối bán lẻ hàng hóa khi gia nhập WTO.

Từ việc phân tích vai trò pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa và những nguyên tắc pháp lý của pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa cho thấy, pháp luật về lĩnh vực này cần có những nội dung cơ bản sau:

Thứ nhất, pháp luật về điều kiện và thủ tục gia nhập thị trường của chủ thể thực hiện phân phối bán lẻ hàng hóa. Đây là một yêu cầu thiết yếu mang tính chất bắt buộc đối với hầu hết mọi chủ thể kinh doanh. Bất kỳ nhà đầu tư

là cá nhân, tổ chức trong hay ngoài nước khi có nhu cầu kinh doanh và gia nhập thị trường trong mọi lĩnh vực của nền kinh tế đều phải tuân thủ những điều kiện nhất định của pháp luật về điều kiện kinh doanh, đăng ký kinh doanh. Sở dĩ pháp luật cần điều chỉnh vấn đề này vì đó là điều kiện đảm bảo cho nhà nước quản lý nền kinh tế. Nhà nước cần quản lý được số lượng chủ thể tham gia kinh doanh đối với từng lĩnh vực nhất định, từ đó có những điều chỉnh về chính sách và pháp luật sao cho phù hợp với tình hình phát triển và sự thay đổi của nền kinh tế. Bằng việc chấp thuận cho sự ra đời của một chủ thể kinh doanh bằng các hình thức khác nhau, Nhà nước có nghĩa vụ đảm bảo quyền và lợi ích hợp pháp của chủ thể đó trước pháp luật.

Không chỉ thế, việc thực hiện thủ tục gia nhập thị trường còn đảm bảo việc thực hiện nghĩa vụ của doanh nghiệp đối với Nhà nước, đối với xã hội, là cơ sở pháp lý để Nhà nước yêu cầu doanh nghiệp thực hiện các nghĩa vụ tài chính (nộp thuế) và nghĩa vụ xã hội khác.

Chủ thể tham gia thị trường phân phối bán lẻ hàng hóa cũng không ngoại lệ, khi nhà đầu tư muốn thực hiện hoạt động kinh doanh phân phối bán lẻ hàng hóa thì cần đáp ứng đầy đủ mọi quy định của pháp luật về thành lập doanh nghiệp, đăng ký kinh doanh, các yêu cầu khác để đáp ứng các điều kiện nhằm đảm bảo hoạt động kinh doanh.

Thứ hai, pháp luật về hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa. Sau khi tiến hành các thủ tục gia nhập thị trường và đáp ứng được các điều kiện để thực hiện hoạt động kinh doanh thì các chủ thể kinh doanh tiến hành phân phối bán lẻ hàng hóa. Trong quá trình hoạt động kinh doanh, nhà đầu tư tiến hành phân phối bán lẻ hàng hóa đến người tiêu dùng, do vậy, pháp luật cần có sự điều chỉnh để đảm bảo hoạt động kinh doanh đúng pháp luật, hàng hóa được phân phối không thuộc diện bị cấm kinh doanh, đảm bảo chất lượng, đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng.

Pháp luật điều chỉnh hoạt động kinh doanh của nhà đầu tư trong quá trình họ tiến hành phân phối bán lẻ hàng hóa còn nhằm mục đích đảm bảo chủ thể kinh doanh luôn đáp ứng những điều kiện kinh doanh theo quy định, kịp thời phát hiện những hành vi vi phạm pháp luật của nhà đầu tư và có biện pháp xử lý phù hợp. Bởi trong lĩnh vực kinh doanh thì lợi nhuận luôn được nhà đầu tư đặt lên hàng đầu, việc có những hành vi vi phạm pháp luật để đạt lợi nhuận cao diễn ra rất phổ biến, đặc biệt đối với lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa là lĩnh vực kinh doanh dễ có nhiều rủi ro cho người tiêu dùng. Do đó, để đảm bảo phân phối bán lẻ hàng hóa một cách hợp pháp, phát triển lành mạnh thì pháp luật cần thiết phải điều chỉnh hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa của nhà đầu tư.

Thứ ba, về hoạt động quản lý nhà nước đối với dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa. Pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa được hiểu là việc pháp luật quy định quyền, nghĩa vụ, trách nhiệm của nhà nước, của các cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa. Phân phối bán lẻ hàng hóa là ngành có độ bao phủ rất rộng, nó tác động đến hầu hết các chủ thể trong xã hội, với các mặt hàng nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường và người tiêu dùng. Vì vậy đòi hỏi phải có sự tham gia của nhiều cơ quan chức năng khác nhau, ở nhiều lĩnh vực khác nhau cùng tham gia vào việc quản lý nhà nước trong lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa. Có thể kể đến các cơ quan quản lý nhà nước như: cơ quan quản lý chủ thể kinh doanh, cơ quan quản lý hàng hóa kinh doanh, cơ quan quản lý về đất đai (địa bàn kinh doanh), cơ quan hải quan (quản lý vấn đề nhập khẩu và xuất xứ hàng hóa), cơ quan y tế quản lý chất lượng sản phẩm hàng hóa...

Để nhà nước thực hiện tốt vai trò quản lý kinh tế nói chung cũng như quản lý ngành bán lẻ hàng hóa nói riêng, các cơ quan chuyên môn cần tích cực phối hợp, hỗ trợ nhau trong quá trình quản lý và kiểm soát lĩnh vực phân

phối bán lẻ. Theo đó, pháp luật cần có những quy định rõ ràng về thẩm quyền và trách nhiệm của từng loại cơ quan và cơ quan chịu trách nhiệm chung.

1.2.3 Phân loại dịch vụ bán lẻ hàng hóa

Dựa vào các tiêu chí phân loại khác nhau, có thể phân loại bán lẻ thành rất nhiều hình thức. Đó có thể là các kiểu bán lẻ không qua cửa hàng, bán lẻ qua các cửa hàng và bán lẻ tại siêu thị [2, tr 4]. Tuy nhiên, trong phạm vi của đề tài, căn cứ vào tính đa dạng của sản phẩm, cách thức bán hàng và mức độ dịch vụ cung cấp cho khách hàng tác giả đi sâu phân tích các hình thức bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài đã, đang và sẽ hình thành tại Việt Nam. Bởi vì, xu hướng phát triển của mỗi loại hình bán lẻ có yếu tố nước ngoài sẽ có vai trò vô cùng quan trọng trong việc hoạch định chính sách phát triển về thị trường bán lẻ của các Bộ, Ngành và ảnh hưởng trực tiếp đến các doanh nghiệp trong nước, nền kinh tế trong nước.

Trước hết có thể nêu bật hình thức bán lẻ đầu tiên của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài bán hàng trong cửa hàng chuyên doanh. Đây là các cửa hàng bán hàng do doanh nghiệp/tập đoàn tự sản xuất ra (Shiseido, Louis Vutton, Este Lauder, DKNY...). Các cửa hàng này chuyên kinh doanh mặt hàng do công ty mẹ sản xuất nên không cạnh tranh trực tiếp với các doanh nghiệp Việt Nam. Tuy nhiên, đây sẽ là hình thức phát triển phong phú nhất của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Bởi vì, các doanh nghiệp/tập đoàn có thể bán trực tiếp sản phẩm của họ đến người tiêu dùng, làm giảm giá thành sản phẩm do không phải qua khâu trung gian. Đồng thời, họ có thể trực tiếp ghi nhận được sự đánh giá của người tiêu dùng và phát triển sản phẩm ngày càng tốt hơn.

Hình thức bán lẻ thứ hai của các nhà đầu tư nước ngoài là siêu thị. Siêu thị là một cửa hàng tự phục vụ được chia ra nhiều khu vực, bộ phận cung cấp nhiều loại mặt hàng khác nhau như: thức ăn, quần áo, mỹ phẩm, đồ dùng

gia đình... Với hình thức bán lẻ siêu thị này, nhà đầu tư nước ngoài có thể hoạt động dưới dạng chuỗi siêu thị bán hàng theo thẻ, chuỗi siêu thị, chuỗi đại siêu thị...

Diễn hình cho chuỗi siêu thị bán hàng theo thẻ chính là mô hình của Metro Cash & Carry. Theo Giấy phép đầu tư đã được cấp, mô hình này là bán hàng theo thẻ cho các đối tượng khách hàng chuyên nghiệp như nhà hàng, khách sạn, căng tin, cũng như các cửa hàng bán lẻ có quy mô vừa và nhỏ, cùng các công ty về dịch vụ và văn phòng, không bán hàng cho đối tượng là cá nhân. Tính đến cuối năm 2015, Metro Cash & Carry đã có mặt tại 16 địa phương, với 19 trung tâm bán hàng. Metro Cash & Carry đã tạo được mối liên kết với nhiều nhà sản xuất công nghiệp và nông dân tại Việt Nam. Ngoài các điểm bán hàng, Metro Cash & Carry còn có 4 trung tâm trung chuyển hàng hóa với hệ thống vận chuyển hàng hóa hiện đại, khép kín bao gồm các xe lạnh nhiều ngăn có trọng tải lớn và kho lạnh trung chuyển, góp phần đảm bảo chất lượng ổn định và sự tươi mới của sản phẩm trong quá trình bảo quản, vận chuyển. Ở nhiều tỉnh thành, Metro Cash & Carry đã thành công trong việc xây dựng các nguồn cung cấp hàng hóa trực tiếp, giảm hao hụt và giúp nông dân bán với giá tốt; đồng thời cung cấp cho khách hàng những sản phẩm có chất lượng, nguồn gốc rõ ràng. Điều này tạo cho Metro Cash & Carry có lợi thế cạnh tranh trong chất lượng, giá cả sản phẩm. Tuy nhiên, mô hình này có đặc điểm riêng là gắn với thuê đất dài hạn và đầu tư cơ sở hạ tầng với quy mô lớn ở các địa điểm khá xa khu dân cư tập trung, không gần các doanh nghiệp bán lẻ nên không thấy có cạnh tranh trực tiếp về lượng khách đến mua hàng với các cửa hàng nhỏ lẻ. Hơn nữa, mô hình này đầu tư lâu dài mới thu được hiệu quả, các công ty nước ngoài với lợi thế và tiềm năng sẽ tiếp tục đầu tư theo mô hình này tại Việt Nam. Đến đầu năm 2016 (ngày 07/01/2016), TCC

Group (Thái Lan) đã mua lại Metro Cash & Carry, và đổi tên thành Mega Market Việt Nam.

Điển hình cho việc bán lẻ thông qua chuỗi đại siêu thị là mô hình Lotte Mart, Big C. Mô hình này phát triển khá mạnh trong thời gian qua. Tính đến năm 2016, Big C có mặt tại 20 địa phương và có 33 siêu thị tại Việt Nam, Lotte Mart đã có 14 siêu thị tại Việt Nam. Nhìn chung đối với mô hình này, nhà đầu tư nước ngoài phát triển chậm hơn doanh nghiệp trong nước cả về số lượng hệ thống cũng như số điểm của mỗi hệ thống. Vì riêng hệ thống bán lẻ của Liên hiệp Hợp tác xã thương mại Thành phố Hồ Chí Minh (Sai gon Co.op) đến tháng 4/2016, đã có 82 siêu thị trong cả nước, với 32 siêu thị tại TP.HCM và 50 siêu thị tại các tỉnh, thành khác. Tuy nhiên, quy mô các siêu thị của nhà đầu tư nước ngoài lớn, tạo ra sự cạnh tranh trực tiếp với các doanh nghiệp trong nước. Mới đây, vào cuối năm 2015, tập đoàn bán lẻ hàng đầu Hàn Quốc cũng khai trương Đại siêu thị Emart đầu tiên tại Việt Nam (Emart Gò Vấp, TP.HCM). Có thể khẳng định, trong tương lai các nhà đầu tư nước ngoài sẽ còn phát triển mạnh mô hình này tại Việt Nam.

Bán lẻ thông qua chuỗi siêu thị, điển hình là siêu thị Unimart của Công ty Cổ phần siêu thị VHSC (tiền thân là PCSC, liên doanh Việt Nam – Nhật Bản). Tính đến đầu năm 2016, hệ thống Unimart đã mở 3 siêu thị tại Hà Nội. Nhìn chung đối với mô hình này, thị phần thuộc về các doanh nghiệp trong nước.

Hình thức bán lẻ thứ ba là cửa hàng bách hóa tổng hợp (trung tâm thương mại). Đây là mô hình khu thương mại gắn với kinh doanh nhiều dịch vụ (Parkson, Diamon Plaza, Zen Plaza, Aeon, Emart). Tính đến năm 2016, Parkson đã có 09 trung tâm thương mại tại Việt Nam, trong đó ở TP.HCM 6 trung tâm, 1 trung tâm ở Hà Nội, 1 ở Hải Phòng và 1 ở Đà Nẵng. Trong khi đó, tuy gia nhập thị trường Việt Nam sau Parkson, tập đoàn Aeon (Nhật Bản)

đã không ngần ngại đưa ra mục tiêu doanh thu lên tới 18.000 tỷ đồng tại Việt Nam vào năm 2020 hứa hẹn sẽ đưa thương hiệu Aeon của Nhật dần trở thành một trong những tay chơi chính trên thị trường bán lẻ, chỉ trong vòng 2 năm (2014-2016) Aeon đã khai trương 4 trung tâm thương mại lớn (2 tại TP.HCM, 1 tại Hà Nội và 1 tại Bình Dương), và cũng đã hoàn tất việc lại các chuỗi cửa hàng Citimart, Fivimart. Mô hình bán lẻ thông qua trung tâm thương mại này được phát triển mạnh trên thế giới. Ngoài các tập đoàn hiện tại, hiện có một số tập đoàn lớn trên thế giới có ý định vào Việt Nam thuê đất để đầu tư theo mô hình này nhưng việc tìm kiếm đất đai phù hợp với nhu cầu của họ là rất khó khăn. Bởi vì, đặc thù của mô hình này là cần có quỹ đất rộng lớn tại các khu trung tâm của các thành phố lớn, cao ốc văn phòng.

Hình thức bán lẻ thứ tư của các nhà đầu tư nước ngoài là bán lẻ thông qua chuỗi cửa hàng tiện ích (điển hình là Circle K – Mỹ, Familymart Thái Lan, Daiso – Nhật Bản). Các chuỗi cửa hàng tiện ích này hoạt động theo hình thức nhượng quyền. Tính đến năm 2016, Circle K đã mở 150 cửa hàng tại Việt Nam, Familymart mở 42 cửa hàng. Việc các cửa hàng tiện ích hoạt động theo phương thức nhượng quyền là phù hợp với tập quán buôn bán quốc tế, đã phát triển ở nhiều quốc gia. Theo xu hướng hiện nay, các nhà đầu tư nước ngoài sẽ cùng với doanh nghiệp trong nước phát triển mô hình này.

1.2.4 Vai trò của dịch vụ bán lẻ trong nền kinh tế

Nhìn nhận từ góc độ kinh tế, dịch vụ bán lẻ có những vai trò kinh tế đặc thù như sau:

Thứ nhất, dịch vụ bán lẻ có vai trò điều tiết hàng hoá. Dịch vụ bán lẻ điều tiết hàng hoá từ nơi sản xuất đến người tiêu dùng. Đồng thời, nó điều tiết hàng hoá ở tất cả các vùng miền từ thành phố, nông thôn, vùng sâu vùng xa bất kể nơi đâu có nhu cầu. Dịch vụ bán lẻ phát triển đảm bảo cung cấp hàng hóa công bằng cho mọi người dân trên khắp các vùng trên cả nước. Do vậy,

dịch vụ bán lẻ cũng có vai trò góp phần vào việc giảm khoảng cách giàu nghèo giữa các khu vực.

Thứ hai, dịch vụ bán lẻ có vai trò quan trọng đối với nhà phân phối. Với vai trò là cầu nối giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng thì nhiệm vụ chủ yếu của các nhà phân phối là điều tra, nắm bắt nhu cầu của thị trường về từng loại sản phẩm để từ đó có kế hoạch đặt hàng và cung cấp hàng hóa cho thị trường. Các nhà phân phối thường sử dụng hai hình thức chủ yếu để tiêu thụ sản phẩm đó là bán buôn cho các đại lý hoặc bán lẻ trực tiếp cho người tiêu dùng. Khi nắm rõ nhu cầu của thị trường thì các nhà phân phối thường thích sử dụng hình thức bán lẻ vì hoạt động này có thể mang lại cho họ mức lợi nhuận cao từ sự chênh lệch giá cả giữa giá nhập và giá xuất. Mặt khác, hiện nay nhu cầu mua sắm của người dân đặc biệt là ở các thành phố lớn đang có những thay đổi, người dân đi mua sắm không chỉ để thỏa mãn các nhu cầu về vật chất mà còn để thỏa mãn nhu cầu vui chơi, giải trí. Vì vậy, một loạt các siêu thị, trung tâm thương mại đã được xây dựng với hoạt động chủ yếu là bán lẻ hàng hóa tới tận tay người tiêu dùng đem lại nguồn doanh thu chủ yếu cho nhiều nhà phân phối.

Thứ ba, dịch vụ bán lẻ có vai trò là cầu nối quan trọng giữa người sản xuất và người tiêu dùng. Hệ thống phân phối tạo điều kiện để hàng hóa từ sản xuất tiếp cận đến người tiêu dùng giúp người tiêu dùng mua được các sản phẩm hàng hóa theo đúng yêu cầu về số lượng, chủng loại, chất lượng, đúng thời điểm, thuận lợi với chi phí thấp nhất, giúp sản xuất tiêu thụ các sản phẩm của mình. Để thúc đẩy sản xuất phát triển và phục vụ tốt người tiêu dùng, hệ thống phân phối phải đảm bảo tính cạnh tranh và không bị lũng đoạn, các quốc gia đều muốn kiểm soát hệ thống phân phối để đảm bảo phát triển bền vững nền kinh tế của mình. Một trong những mối quan tâm hàng đầu của các nhà sản xuất là đầu ra cho sản phẩm của mình. Bán lẻ là một trong những

hình thức chính đưa sản phẩm của các nhà sản xuất đến tay người tiêu dùng và nó càng quan trọng đối với các nhà sản xuất có quy mô nhỏ và vừa không có khả năng sử dụng các trung gian thương mại. Khi nhà sản xuất tự mình đưa sản phẩm tới tay người tiêu dùng họ có thể tiếp xúc trực tiếp với khách hàng của mình, lắng nghe những phản ứng của khách hàng về bao bì, mẫu mã, chất lượng sản phẩm để có những cải tiến cho sản phẩm của mình ngày càng phù hợp hơn với nhu cầu của thị trường. Đồng thời họ có thể tiết kiệm được một khoản chi phí khá lớn khi không sử dụng trung gian thương mại. Với tất cả vai trò nêu trên của dịch vụ bán lẻ, khi Việt Nam mở cửa dịch vụ bán lẻ cho nhà đầu tư nước ngoài thì đây sẽ là một kênh đầu tư vô cùng hấp dẫn của nhà đầu tư nước ngoài.

1.3. Khái niệm về nhà đầu tư nước ngoài trong hoạt động dịch vụ bán lẻ

Đầu tư nước ngoài là kết quả tất yếu của xu thế hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng hiện nay. Tuy nhiên, ở nước ta, trong quy định pháp luật chưa có quan niệm thống nhất về nhà đầu tư nước ngoài hay doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Trước đây theo quy định tại Luật đầu tư năm 2005, nhà đầu tư nước ngoài là tổ chức, cá nhân nước ngoài bỏ vốn để thực hiện hoạt động đầu tư tại Việt Nam [36, tr.3] và doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài bao gồm bao gồm doanh nghiệp do nhà đầu tư nước ngoài thành lập để thực hiện hoạt động đầu tư tại Việt Nam; doanh nghiệp Việt Nam do nhà đầu tư nước ngoài mua cổ phần, sáp nhập, mua lại. Theo định nghĩa này, một doanh nghiệp chỉ cần có vốn đầu tư nước ngoài 1% cũng được xem là doanh nghiệp nước ngoài (nhà đầu tư nước ngoài).

Thế nhưng với Luật Đầu tư 2014 có hiệu lực từ 01/07/2015, khái niệm nhà đầu tư nước ngoài không còn được quan niệm như vậy. Theo pháp luật đầu tư hiện hành, “*Nhà đầu tư nước ngoài là cá nhân có quốc tịch nước*

ngoài, tổ chức thành lập theo pháp luật nước ngoài thực hiện hoạt động đầu tư kinh doanh tại Việt Nam” [42, tr.2], và theo quy định tại Điều 23 Luật đầu tư 2014 [42, tr.12]:

“Điều 23. Thực hiện hoạt động đầu tư của tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài

1. Tổ chức kinh tế phải đáp ứng điều kiện và thực hiện thủ tục đầu tư theo quy định đối với nhà đầu tư nước ngoài khi đầu tư thành lập tổ chức kinh tế; đầu tư góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp của tổ chức kinh tế; đầu tư theo hợp đồng BCC thuộc một trong các trường hợp sau đây:

a) Có nhà đầu tư nước ngoài nắm giữ từ 51% vốn điều lệ trở lên hoặc có đa số thành viên hợp danh là cá nhân nước ngoài đối với tổ chức kinh tế là công ty hợp danh;

b) Có tổ chức kinh tế quy định tại điểm a khoản này nắm giữ từ 51% vốn điều lệ trở lên;

c) Có nhà đầu tư nước ngoài và tổ chức kinh tế quy định tại điểm a khoản này nắm giữ từ 51 % vốn điều lệ trở lên.

2. Tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài không thuộc trường hợp quy định tại các điểm a, b và c khoản 1 Điều này thực hiện điều kiện và thủ tục đầu tư theo quy định đối với nhà đầu tư trong nước khi đầu tư thành lập tổ chức kinh tế; đầu tư theo hình thức góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp của tổ chức kinh tế; đầu tư theo hình thức hợp đồng BCC.”

Như vậy, theo quy định Luật đầu tư 2014, nhà đầu tư nước ngoài bao gồm:

Cá nhân có quốc tịch nước ngoài thực hiện đầu tư vào Việt Nam (tạm gọi là F0);

Tổ chức thành lập theo pháp luật nước ngoài thực hiện đầu tư vào Việt Nam (tạm gọi là F0);

Các doanh nghiệp do F0 thành lập và sở hữu trên 51% vốn góp (tạm gọi là F1);

Các doanh nghiệp do F1 góp vốn thành lập tại Việt Nam với tỷ lệ sở hữu vốn của F1 là trên 51% (tạm gọi là F2).

Với quy định này, những doanh nghiệp được thành lập tại Việt Nam từ F0 và F1 nhưng có tỷ lệ vốn góp dưới 51% cũng không được gọi là nhà đầu tư nước ngoài.

Đối với ngành bán lẻ thì việc xác định nhà đầu tư nước ngoài hay nhà đầu tư trong nước rất quan trọng, vì, nhà đầu tư nước ngoài khi đầu tư vào Việt Nam ngoài việc phải tuân thủ những quy định chung về thủ tục gia nhập thị trường, về thủ tục đầu tư và đăng ký doanh nghiệp, còn phải tuân thủ những quy định riêng. Đây là những quy định liên quan đến cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO liên quan tới nhà đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa. Đó là điều kiện về khả năng hiện diện thương mại, về mức độ góp vốn, về hàng hóa kinh doanh, về việc mở rộng chuỗi cơ sở phân phối (outlet) để thực hiện hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa... mà những điều kiện này không có hạn chế đối với nhà đầu tư trong nước. Đây cũng là những điều kiện mà chúng ta đặt ra để đảm bảo sự quản lý nhà nước đối với nhà đầu tư nước ngoài khi họ đầu tư vào Việt Nam, và là biện pháp để đảm bảo cho hệ thống phân phối trong nước có điều kiện phát triển. Tuy nhiên, thực tiễn những quy định này khi được luật hóa đã thể hiện một số điểm hạn chế, khó áp dụng trong thực tiễn và gây nên những bức xúc cho nhà đầu tư. Điều này sẽ được phân tích kỹ trong phần sau của luận văn, cụ thể trong nội dung pháp luật về gia nhập thị trường và pháp luật về thành lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ đầu tiên, liên quan đến điều kiện kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT).

Kết luận Chương 1

Trong chương 1, luận văn đã trình bày khái quát những vấn đề lý luận về phân phối bán lẻ hàng hóa, nội dung pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa, làm rõ nội hàm khái niệm nhà đầu tư nước ngoài hoạt động trong lĩnh vực bán lẻ hàng hóa. Đồng thời, luận văn cũng phân tích những hình thức bán lẻ hàng hóa và vai trò của dịch vụ bán lẻ trong nền kinh tế.

Trên cơ sở đó, luận văn dành chương 2 cho việc đánh giá thực trạng pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa ở Việt Nam, phân tích pháp luật điều chỉnh trong dịch vụ bán lẻ từ quá trình các chủ thể tham gia kinh doanh cho tới hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa trên thị trường, sự quản lý nhà nước đối với lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa...

Chương 2

THỰC TRẠNG PHÁP LUẬT VÀ THỰC TIỄN ÁP DỤNG PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ BÁN LẺ CỦA NHÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI TỪ THỰC TIỄN THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

2.1. Các cam kết về dịch vụ bán lẻ của Việt Nam khi gia nhập WTO

Ngày 11/01/2007, Việt Nam đã gia nhập Tổ chức thương mại thế giới WTO, do đó ngoài việc chịu sự điều chỉnh của pháp luật trong nước thì những vấn đề về thương mại dịch vụ còn chịu sự điều chỉnh của những cam kết chung về thương mại dịch vụ theo Hiệp định GATS, theo WTO, trong đó có phân phối bán lẻ hàng hóa. Vì vậy, văn bản pháp luật thể hiện cam kết của Việt Nam đối với lĩnh vực bán lẻ được nêu ở Hiệp định GATS (Phần các nghĩa vụ chung) và Biểu cam kết dịch vụ của Việt Nam về phân phối bán lẻ hàng hóa.

2.1.1 Các cam kết chung theo Hiệp định GATS

Hiệp định GATS quy định những nghĩa vụ chung mà theo đó tất cả các nước thành viên WTO đều có nghĩa vụ phải thực hiện. Những nghĩa vụ này đóng vai trò quan trọng trong việc hình thành những quy định điều chỉnh mối quan hệ giữa các quốc gia thành viên một cách thống nhất, hay việc hình thành pháp luật ở từng quốc gia. Đây là những nghĩa vụ bắt buộc, vì thế Việt Nam cũng có trách nhiệm tuân thủ nghiêm chỉnh những nghĩa vụ này.

Nghĩa vụ đối xử tối huệ quốc (MFN) (Điều II GATS):

Theo nguyên tắc này, các thành viên WTO phải đối xử với các đối tác thương mại một cách bình đẳng. Ví dụ, nếu một Thành viên dành ưu đãi tiếp cận thị trường cho dịch vụ hay nhà cung cấp dịch vụ của một Thành viên khác thì cũng phải dành ưu đãi tương tự cho dịch vụ và nhà cung cấp dịch vụ của mọi Thành viên WTO. Nói một cách ngắn gọn, nguyên tắc MFN có nghĩa là

“đối xử các bên như đối xử với một bên”. MFN cũng được gọi là “động cơ của quá trình tự do hóa” do nguyên tắc này dành các ưu đãi thương mại của một Thành viên WTO cho tất cả các Thành viên khác. [25, tr 27]

Theo nội dung nguyên tắc trên thì Việt Nam không được phép dành ưu đãi cho dịch vụ và các nhà cung cấp dịch vụ của một nước là thành viên WTO nào đó hơn dịch vụ và các nhà cung cấp dịch vụ đến từ các nước thành viên WTO khác. Mặc dù vậy, nguyên tắc MFN vẫn có các ngoại lệ của nó, và các ngoại lệ này phải có thời hạn nhất định.

Theo cam kết riêng của từng nước trong WTO đây là trường hợp nước gia nhập thành công trong đàm phán miễn thực hiện nghĩa vụ này trong một số dịch vụ hoặc trường hợp cụ thể trong một số năm, hoặc theo các thỏa thuận khu vực hoặc các hiệp định thương mại tự do khác, các cam kết trong những văn kiện này được ưu tiên áp dụng (và do đó các nước thành viên những thỏa thuận hay hiệp định này có thể cho nhau hưởng đối xử ưu đãi ở mức cao hơn so với các nước thành viên WTO không tham gia các thỏa thuận hay hiệp định này).

Giống như hầu hết các nước khác. Việt Nam cũng liệt kê một số ngoại lệ MFN. [25, tr 28]

Nghĩa vụ minh bạch hóa (Điều III GATS):

Nghĩa vụ này đòi hỏi các Thành viên WTO phải công bố tất cả các biện pháp liên quan tới thương mại và thiết lập các điểm hỏi đáp quốc gia để trả lời các yêu cầu cung cấp thông tin của các Thành viên khác. Các Thành viên WTO cũng phải thông báo cho WTO những thay đổi trong các quy định về dịch vụ liên quan tới thương mại. Nghĩa vụ minh bạch hóa đã đóng vai trò quan trọng trong các cuộc đàm phán gia nhập của Việt Nam và đã dẫn tới những thay đổi đáng kể trong hệ thống pháp luật [25, tr.31].

Các nghĩa vụ liên quan đến doanh nghiệp dịch vụ độc quyền (Điều 8 GATS):

GATS quy định các nước thành viên phải thiết lập các thủ tục hành chính và các nguyên tắc tổ tụng minh bạch, khách quan đối với hoạt động của các doanh nghiệp dịch vụ độc quyền (để đảm bảo rằng các doanh nghiệp này không lạm dụng vị trí độc quyền). [56, tr.10]

2.1.2 Các cam kết của Việt Nam

Khi gia nhập WTO, ngoài việc tuân thủ những nghĩa vụ chung (cam kết chung) đối với tất cả các quốc gia thành viên thì mỗi nước còn có những cam kết riêng khi tiến hành đàm phán gia nhập. Đó là các cam kết liên quan đến mức độ mở cửa thị trường và mức độ đối xử quốc gia. Trong đó, mức độ mở cửa thị trường là việc cho phép dịch vụ và các nhà cung cấp dịch vụ của các nước thành viên khác được tiếp cận thị trường nội địa ở những mức độ nhất định, và với mỗi nước thành viên khác nhau thì cam kết mở cửa thị trường được thực hiện đối với từng phân ngành dịch vụ cũng như mức độ mở cửa là khác nhau.

Những cam kết về mức độ mở cửa thị trường có thể là cam kết về số lượng nhà cung cấp dịch vụ, hình thức pháp lý của doanh nghiệp, mức độ góp vốn trong liên doanh,... đó là những điều kiện ràng buộc hay có tính hạn chế đối với các nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài khi đầu tư vào Việt Nam.

Cam kết về dịch vụ phân phối bán lẻ hàng hóa nằm trong Biểu cam kết dịch vụ của Việt Nam, cụ thể là nằm trong phần cam kết dịch vụ phân phối. Việt Nam đã chính thức mở cửa các dịch vụ phân phối sau [55, tr.37]:

Dịch vụ đại lý hoa hồng;

Dịch vụ bán buôn;

Dịch vụ bán lẻ; và

Dịch vụ nhượng quyền thương mại.

Cũng theo quy định tại Biểu cam kết dịch vụ có giải thích thêm rằng, cam kết này bao gồm cả hoạt động bán hàng đa cấp do các đại lý hoa hồng là

cá nhân Việt Nam đã được đào tạo và cấp chứng chỉ phù hợp tiến hành. Các cá nhân này không thực hiện bán hàng tại các địa điểm cố định và nhận thù lao cho cả hoạt động bán hàng lẫn dịch vụ hỗ trợ bán hàng để góp phần làm tăng doanh số bán hàng của các nhà phân phối khác. Như vậy, hoạt động bán hàng đa cấp cũng nằm trong cam kết, thực tế đây là hoạt động bán lẻ hàng hóa khá phổ biến ở Việt Nam trong thời gian gần đây, việc đưa vào cam kết sẽ tạo hành lang pháp lý để góp phần quản lý lực lượng phân phối bán lẻ này trong thị trường.

Cam kết về hiện diện thương mại:

Khi gia nhập WTO, Việt Nam cam kết cho phép các nhà đầu tư nước ngoài được thành lập liên doanh với đối tác Việt Nam để cung cấp dịch vụ phân phối nhưng tỷ lệ vốn góp của phía nước ngoài không được vượt quá 49%, kể từ ngày 1/1/2008, hạn chế 49% vốn góp được bãi bỏ. Kể từ ngày 1/1/2009, không hạn chế.

Trong vòng 3 năm kể từ ngày gia nhập, doanh nghiệp FDI trong lĩnh vực phân phối sẽ được phép cung cấp dịch vụ đại lý hoa hồng, bán buôn và bán lẻ tất cả các sản phẩm sản xuất tại Việt Nam và nhập khẩu hợp pháp vào Việt Nam. Việt Nam vẫn tiếp tục hạn chế khả năng mở thêm điểm bán lẻ (ngoài điểm bán lẻ thứ nhất) của doanh nghiệp FDI thông qua việc kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT). Theo đó, các cơ quan có thẩm quyền căn cứ vào tình hình thực tế như xem xét số lượng các nhà cung cấp dịch vụ đang hiện diện trong một khu vực địa lý, sự ổn định của thị trường, quy mô địa lý, số lượng người tiêu dùng tại địa phương, số lượng các siêu thị, cửa hàng hiện có, dự tính nhu cầu trong tương lai, và các tiêu chí khác để xem xét có cấp phép cho doanh nghiệp FDI mở cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất hay không. Một trong những vấn đề mà các nhà đầu tư nước ngoài quan tâm nhất hiện nay đó là quy trình xem xét, cấp phép cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở thứ nhất trên

cơ sở các tiêu chí khách quan cho đến nay chưa được cơ quan có thẩm quyền thiết lập và công bố.

Cam kết về mặt hàng:

Kể từ thời điểm gia nhập WTO (ngày 11/1/2007), Việt Nam cam kết mở cửa các dịch vụ phân phối đối với tất cả các sản phẩm sản xuất tại Việt Nam và các sản phẩm nhập khẩu hợp pháp vào Việt Nam, trừ 02 nhóm mặt hàng, (i) nhóm mặt hàng nhà phân phối có vốn đầu tư nước ngoài không được quyền phân phối và (ii) nhóm mặt hàng nhà phân phối có vốn đầu tư nước ngoài chỉ được quyền phân phối theo lộ trình nhất định.

Nhóm mặt hàng nhà đầu tư nước ngoài không được quyền phân phối gồm 7 nhóm mặt hàng sau đây:

Thuốc lá và xì gà;

Sách, báo và tạp chí, vật phẩm đã ghi hình;

Kim loại quý và đá quý;

Dược phẩm;

Thuốc nổ;

Dầu thô và dầu đã qua chế biến; và

Gạo, đường mía và đường củ cải.

Nhóm mặt hàng nhà phân phối có vốn đầu tư nước ngoài chỉ được quyền phân phối theo lộ trình nhất định, gồm:

Từ 11/1/2007, nhà đầu tư nước ngoài được quyền phân phối tất cả các sản phẩm sản xuất tại Việt Nam và các sản phẩm nhập khẩu hợp pháp vào Việt Nam, trừ những sản phẩm sau: Xi măng và clinke; Lốp (trừ lốp máy bay); Giấy; Máy kéo, phương tiện cơ giới; Ô tô con và xe máy; Sắt thép; Thiết bị nghe nhìn; Rượu và phân bón.

Từ ngày 1/1/2009: Cho phép nhà đầu tư nước ngoài phân phối thêm máy kéo, phương tiện cơ giới, ô tô con và xe máy;

Từ ngày 11/1/2010: Mở tiếp các hàng hóa thuộc nhóm mở cửa theo lộ trình còn lại. Do đó, từ thời điểm này, ngoại trừ các mặt hàng thuộc các nhóm Việt Nam bảo lưu không cho nhà phân phối nước ngoài quyền phân phối, Việt Nam không có bất kỳ hạn chế nào về sản phẩm được phép phân phối miễn là các sản phẩm đó được sản xuất tại Việt Nam hoặc được nhập khẩu hợp pháp vào Việt Nam.

Tuy nhiên, các hạn chế về nhóm hàng hóa được phép phân phối (cấm hoặc chỉ mở theo lộ trình) này không áp dụng đối với các nhà đầu tư nước ngoài đã được thành lập tại Việt Nam trước ngày 11/1/2007, nếu giấy phép/giấy chứng nhận đầu tư cho phép họ phân phối các mặt hàng này.

Cam kết về thành lập cơ sở bán lẻ

Tại cột Hạn chế tiếp cận thị trường trong Biểu cam kết về dịch vụ của Việt Nam ghi nhận “*việc thành lập các cơ sở bán lẻ (ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất) sẽ được xem xét trên cơ sở kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT)*”. Điều này được giải thích rằng, “*việc xin phép thành lập nhiều hơn một cơ sở bán lẻ phải tuân thủ quy trình đã có và được công bố công khai và việc cấp phép phải dựa trên các tiêu chí khách quan. Các tiêu chí để kiểm tra nhu cầu kinh tế là số lượng các nhà cung cấp dịch vụ hiện đang hiện diện trong một khu vực địa lý, sự ổn định của thị trường và quy mô địa lý*” [55, tr.39].

Đối với cam kết này Việt Nam hoàn toàn có quyền chủ động trong việc hạn chế tiếp cận thị trường của nhà đầu tư nước ngoài nếu việc tiếp cận đó ảnh hưởng bất lợi tới thị trường Việt Nam. Tuy nhiên, thực tiễn hoạt động này cũng đang còn nhiều điểm bất cập, vấn đề này sẽ được trình bày kỹ ở nội dung Chương II của luận văn.

Cũng theo Biểu cam kết dịch vụ, Việt Nam không cam kết về việc cho phép doanh nghiệp phân phối nước ngoài được lập chi nhánh để thực hiện dịch vụ bán buôn, đại lý hoa hồng, dịch vụ bán lẻ. Chỉ có dịch vụ nhượng

quyền thương mại thì Việt Nam cam kết cho phép lập chi nhánh để cung cấp dịch vụ từ 11/1/2007 với điều kiện trưởng chi nhánh phải là người thường trú tại Việt Nam [55, tr.38].

Đối với các doanh nghiệp phân phối nước ngoài không có hiện diện thương mại tại Việt Nam (không thiết lập liên doanh, doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài), Việt Nam chỉ cho phép họ phân phối qua biên giới các sản phẩm sau: 1) Các sản phẩm phục vụ nhu cầu cá nhân; 2) Các chương trình phần mềm máy tính hợp pháp phục vụ mục đích cá nhân hoặc vì mục đích thương mại. Quy định này áp dụng đối với trường hợp bán hàng trực tiếp cũng như bán hàng qua mạng hoặc đặt hàng qua thư [26, tr.295].

Theo cam kết, quyền nhập khẩu không gắn liền với quyền phân phối. Vì vậy, các doanh nghiệp, kể cả doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, nhập khẩu sản phẩm muốn phân phối các sản phẩm này phải đăng ký thêm quyền phân phối đối với sản phẩm này. Nếu không có quyền phân phối sản phẩm thì sau khi nhập khẩu hàng hóa, doanh nghiệp có thể bán lại cho các cá nhân, doanh nghiệp khác có quyền phân phối hàng hóa đó.

Quyền phân phối đối với các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam chỉ dành cho những doanh nghiệp nào đã đăng ký kinh doanh ngành phân phối. Vì vậy, những doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài hoạt động trong lĩnh vực sản xuất tại Việt Nam nếu muốn mở cơ sở bán lẻ để bán các sản phẩm do mình sản xuất hoặc nhập khẩu thì phải có đăng ký kinh doanh ngành phân phối, có thể đã đăng ký khi thành lập doanh nghiệp hoặc đăng ký kinh doanh bổ sung và tuân thủ các quy định về lộ trình phân phối đối với loại sản phẩm liên quan.

2.2. Pháp luật về điều kiện và thủ tục gia nhập thị trường bán lẻ hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam

2.2.1 Quy định về gia nhập thị trường gắn với thành lập doanh nghiệp bán lẻ hàng hóa

Trong lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa, việc gia nhập thị trường phân phối bán lẻ hàng hóa của nhà đầu tư bao gồm nhà đầu tư trong nước và nhà đầu tư nước ngoài. Quy chế pháp lý về gia nhập thị trường của hai loại chủ thể này là khác nhau.

Thứ nhất, đối với nhà đầu tư trong nước

Nhà đầu tư muốn thành lập doanh nghiệp phân phối bán lẻ hàng hóa thì phải tiến hành thủ tục đăng ký thành lập doanh nghiệp dưới các hình thức như công ty TNHH, công ty cổ phần... theo quy định của Luật Doanh nghiệp 2015 và các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Doanh nghiệp. Sau khi hoàn tất thủ tục đăng ký thành lập doanh nghiệp, các doanh nghiệp sẽ được cơ quan đăng ký doanh nghiệp cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp (*“Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp là văn bản hoặc bản điện tử mà Cơ quan đăng ký kinh doanh cấp cho doanh nghiệp ghi lại những thông tin về đăng ký doanh nghiệp”* [41, tr.2]. Và mỗi một doanh nghiệp sẽ chỉ có một mã số doanh nghiệp (mã số này đồng thời là mã số thuế của doanh nghiệp). *“1. Mã số doanh nghiệp là dãy số được tạo bởi Hệ thống thông tin quốc gia về đăng ký doanh nghiệp, được cấp cho doanh nghiệp khi thành lập và được ghi trên Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp. Mỗi doanh nghiệp có một mã số duy nhất và không được sử dụng lại để cấp cho doanh nghiệp khác.*
2. Mã số doanh nghiệp được dùng để thực hiện các nghĩa vụ về thuế, thủ tục hành chính và quyền, nghĩa vụ khác.” (điều 30 Luật doanh nghiệp 2014) [41, tr.18]

Một đặc điểm mới về đăng ký doanh nghiệp theo quy định Luật doanh nghiệp 2015 nữa là trước đây, trong Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh (Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp) phải thể hiện ngành nghề kinh

doanh của doanh nghiệp thì Luật doanh nghiệp 2015 không quy định Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp phải thể hiện ngành nghề kinh doanh của doanh nghiệp mà chỉ quy định doanh nghiệp phải đăng ký ngành nghề trong bộ hồ sơ đăng ký thành lập doanh nghiệp.

Đối với nhà đầu tư trong nước, quy định về gia nhập thị trường hầu hết không có rào cản, ngoại trừ việc phải đăng ký thành lập doanh nghiệp như đã trình bày trên. Tuy nhiên, đối với một số mặt hàng đặc biệt, ngoài việc thành lập doanh nghiệp, nhà đầu tư trong nước còn phải tuân thủ những điều kiện nhất định mới có quyền bán lẻ hàng hóa đối với mặt hàng đặc biệt đó.

Ví dụ cụ thể về mặt hàng xăng dầu, Điều 7 Nghị định số 83/2014/ ND-CP ngày 03/09/2014 về kinh doanh xăng dầu quy định: *“Doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật, trong Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh có đăng ký kinh doanh xăng dầu”*. Theo quy định này, để được quyền kinh doanh xăng dầu thì trước tiên nhà đầu tư cần thành lập doanh nghiệp và tiến hành đăng ký nội dung kinh doanh phù hợp. Bên cạnh đó, doanh nghiệp kinh doanh phân phối bán lẻ xăng dầu cần đáp ứng các điều kiện cụ thể theo quy định tại Điều 19 Nghị định số 83/2014 về điều kiện đối với đại lý bán lẻ xăng dầu như sau:

“Thương nhân có đủ các điều kiện dưới đây được Sở Công Thương cấp Giấy xác nhận đủ điều kiện làm đại lý bán lẻ xăng dầu (sau đây gọi tắt là đại lý):

- 1. Doanh nghiệp được thành lập theo quy định của pháp luật, trong Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp có đăng ký kinh doanh xăng dầu.*
- 2. Có cửa hàng bán lẻ xăng dầu thuộc sở hữu doanh nghiệp hoặc sở hữu và đồng sở hữu được cấp Giấy chứng nhận cửa hàng đủ điều kiện bán lẻ xăng dầu theo quy định tại Điều 25 Nghị định này.*

3. Cán bộ quản lý, nhân viên trực tiếp kinh doanh phải được đào tạo, huấn luyện và có chứng chỉ đào tạo, huấn luyện nghiệp vụ về phòng cháy, chữa cháy và bảo vệ môi trường theo quy định của pháp luật hiện hành.” [19, tr.18]

Như vậy, để tiến hành phân phối bán lẻ xăng dầu thì nhà đầu tư cần đáp ứng các điều kiện về thành lập doanh nghiệp, về sở hữu cửa hàng bán lẻ xăng dầu, và điều kiện đối với cán bộ quản lý, nhân viên kinh doanh. Và các quy định pháp luật này chỉ áp dụng với thương nhân Việt Nam, vì chúng ta loại trừ xăng dầu khỏi danh mục hàng hóa cam kết mở cửa thị trường.

Thứ hai, đối với nhà đầu tư nước ngoài

Khi đầu tư thành lập doanh nghiệp phân phối bán lẻ hàng hóa tại Việt Nam, ngoài việc phải tuân thủ các quy định pháp luật Việt Nam về thủ tục đầu tư và đăng ký doanh nghiệp, còn chú ý các cam kết của Việt Nam về hiện diện thể nhân đối với ngành phân phối bán lẻ. Theo cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO thì tới thời điểm hiện tại, các nhà đầu tư nước ngoài khi đầu tư vào lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa có thể tồn tại dưới hình thức liên doanh hoặc doanh nghiệp 100% vốn đầu tư nước ngoài. Bởi, theo lộ trình cam kết, từ ngày 1/1/2008 sẽ không hạn chế phần vốn nước ngoài trong liên doanh và từ 1/1/2009 nhà đầu tư nước ngoài được thành lập doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài [55, tr.38]. Cũng theo lộ trình cam kết, nhà đầu tư nước ngoài nếu đầu tư dưới hình thức liên doanh sẽ không bị hạn chế tỷ lệ phần vốn đầu tư (có thể là 99,9%).

Khi nhà đầu tư nước ngoài muốn gia nhập thị trường phân phối bán lẻ hàng hóa tại Việt Nam thì cần đáp ứng các điều kiện theo quy định của pháp luật Việt Nam. Cụ thể, theo quy định tại Điều 4 Nghị định 23/2007/NĐ-CP [11, tr.2], doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài muốn được cấp Giấy phép kinh doanh hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan đến mua bán hàng hóa tại Việt Nam phải đáp ứng các điều kiện:

Một là, nhà đầu tư thuộc các nước, vùng lãnh thổ tham gia Điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên và trong Điều ước quốc tế đó Việt Nam có cam kết mở cửa thị trường về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa;

Hai là, có hình thức đầu tư phù hợp với lộ trình đã cam kết trong các điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên và phù hợp với pháp luật Việt Nam;

Ba là, hàng hoá, dịch vụ kinh doanh phù hợp với cam kết mở cửa thị trường của Việt Nam và phù hợp với pháp luật Việt Nam;

Bốn là, phạm vi hoạt động phù hợp với cam kết mở cửa thị trường của Việt Nam và phù hợp với pháp luật Việt Nam;

Năm là, được cơ quan nhà nước có thẩm quyền chấp thuận.

Như vậy, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã được cấp phép thực hiện quyền phân phối, thực hiện quyền phân phối như sau: Được thực hiện bán buôn, bán lẻ, nhượng quyền thương mại, đại lý mua bán hàng hoá [55, tr.38].

Đó là quy định về những điều kiện mà nhà đầu tư nước ngoài được cấp phép kinh doanh trong lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa, bên cạnh đó còn phải kể đến những quy định pháp luật liên quan đến đầu tư.

Nếu trước đây, theo quy định Luật đầu tư năm 2005 “*Nhà đầu tư nước ngoài lần đầu đầu tư vào Việt Nam phải có dự án đầu tư và làm thủ tục đăng ký đầu tư hoặc thẩm tra đầu tư tại cơ quan nhà nước quản lý đầu tư để được cấp Giấy chứng nhận đầu tư. Giấy chứng nhận đầu tư đồng thời là Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh*” [36, tr.17]. Đối với quy định này, đã dẫn đến một thực tế là, những doanh nghiệp chỉ đầu tư vào các ngành nghề dịch vụ nhưng vẫn phải khoác lên một cái vỏ “dự án” và “dự án” được ghi nhận trong Giấy chứng nhận đầu tư chính là “dự án thành lập công ty...”, và cũng

theo quy định này, cho dù nhà đầu tư nước ngoài chỉ mua 1% vốn các doanh nghiệp, vẫn phải làm thủ tục đăng ký đầu tư. Như vậy, theo quy định Luật đầu tư 2005 và Luật doanh nghiệp 2005, cùng là thủ tục “khai sinh” cho doanh nghiệp nhưng lại được quy định ở hai văn bản luật khác nhau (Luật Doanh nghiệp và Luật Đầu tư), thuộc thẩm quyền của hai cơ quan khác nhau, điều này dẫn đến những vướng mắc trong quá trình áp dụng.

Để hoàn thiện việc vướng mắc về thủ tục đăng ký doanh nghiệp và đầu tư này, Luật doanh nghiệp 2015 đã quy định khi thành lập doanh nghiệp nhà đầu tư tuân thủ các quy định của Luật doanh nghiệp, còn về thủ tục đầu tư Luật đầu tư 2014 quy định nhà đầu tư trong nước và các tổ chức kinh tế (bao gồm cả tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài) khi đầu tư theo hình thức góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp không phải làm thủ tục đăng ký cấp Giấy chứng nhận đầu tư, cụ thể:

“Điều 36. Trường hợp thực hiện thủ tục cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư
1. Các trường hợp phải thực hiện thủ tục cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư:

a) Dự án đầu tư của nhà đầu tư nước ngoài;
b) Dự án đầu tư của tổ chức kinh tế quy định tại khoản 1 Điều 23 của Luật này.

2. Các trường hợp không phải thực hiện thủ tục cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư:

a) Dự án đầu tư của nhà đầu tư trong nước;
b) Dự án đầu tư của tổ chức kinh tế quy định tại khoản 2 Điều 23 của Luật này;
c) Đầu tư theo hình thức góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp của tổ chức kinh tế.

3. Đối với dự án đầu tư quy định tại các điều 30, 31 và 32 của Luật này, nhà đầu tư trong nước, tổ chức kinh tế quy định tại khoản 2 Điều 23 của Luật này thực hiện dự án đầu tư sau khi được quyết định chủ trương đầu tư.

4. Trường hợp có nhu cầu cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư đối với dự án đầu tư quy định tại điểm a và điểm b khoản 2 Điều này, nhà đầu tư thực hiện thủ tục cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư theo quy định tại Điều 37 của Luật này” [42, tr.31]. Đây là một bước tiến bộ đặc biệt của Luật đầu tư 2014.

2.2.2 Quy định về gia nhập thị trường không gắn với thành lập doanh nghiệp phân phối bán lẻ hàng hóa

Ngoài việc gia nhập thị trường bán lẻ hàng hóa bằng việc thành lập doanh nghiệp như đã trình bày trên, các nhà đầu tư có thể không cần trực tiếp thành lập doanh nghiệp để thực hiện hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa, mà có thể tiến hành mua những doanh nghiệp đã và đang hoạt động trong lĩnh vực phân phối bán lẻ và tiếp tục tiến hành kinh doanh loại hình dịch vụ này.

Theo quy định Luật đầu tư 2014, thủ tục đầu tư theo hình thức góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp vào tổ chức kinh tế của nhà đầu tư nước ngoài được thực hiện theo quy định tại Điều 26 của Luật, cụ thể:

“Điều 26. Thủ tục đầu tư theo hình thức góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp
1. Nhà đầu tư thực hiện thủ tục đăng ký góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp vào tổ chức kinh tế trong các trường hợp sau đây:

a) Nhà đầu tư nước ngoài góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp vào tổ chức kinh tế hoạt động trong ngành, nghề đầu tư kinh doanh có điều kiện áp dụng đối với nhà đầu tư nước ngoài;

b) Việc góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp dẫn đến nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế quy định tại khoản 1 Điều 23 của Luật này nắm giữ từ 51% vốn điều lệ trở lên của tổ chức kinh tế.

2. Hồ sơ đăng ký góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp:

a) Văn bản đăng ký góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp gồm những nội dung: thông tin về tổ chức kinh tế mà nhà đầu tư nước ngoài dự kiến góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp; tỷ lệ sở hữu vốn điều lệ của nhà đầu tư nước ngoài sau khi góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp vào tổ chức kinh tế;

b) Bản sao chứng minh nhân dân, thẻ căn cước hoặc hộ chiếu đối với nhà đầu tư là cá nhân; bản sao Giấy chứng nhận thành lập hoặc tài liệu tương đương khác xác nhận tư cách pháp lý đối với nhà đầu tư là tổ chức.

3. Thủ tục đăng ký góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp:

a) Nhà đầu tư nộp hồ sơ quy định tại khoản 2 Điều này tại Sở Kế hoạch và Đầu tư nơi tổ chức kinh tế đặt trụ sở chính;

b) Trường hợp việc góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp của nhà đầu tư nước ngoài đáp ứng điều kiện quy định tại điểm a và điểm b khoản 1 Điều 22 của Luật này, Sở Kế hoạch và Đầu tư thông báo bằng văn bản trong thời hạn 15 ngày kể từ ngày nhận đủ hồ sơ để nhà đầu tư thực hiện thủ tục thay đổi cổ đông, thành viên theo quy định của pháp luật. Trường hợp không đáp ứng điều kiện, Sở Kế hoạch và Đầu tư thông báo bằng văn bản cho nhà đầu tư và nêu rõ lý do.” [42, tr.13]

Bên cạnh đó, theo quy định WTO, việc thành lập các cơ sở bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài (ngoài cơ sở thứ nhất) sẽ được xem xét trên cơ sở kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT), nên các nhà bán lẻ nước ngoài có thể lách luật để phát triển hệ thống bán lẻ vượt quy định bằng việc lập nhiều công ty mang một thương hiệu thay vì làm thủ tục mở các cơ sở bán lẻ theo quy định của pháp luật Việt Nam và cam kết WTO về mở điểm bán lẻ hàng hóa.

Ngoài ra, Hiệp hội các nhà bán lẻ Việt Nam (AVR) và các doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam bày tỏ sự lo ngại về việc các doanh nghiệp nước ngoài được phép mua cổ phần của các doanh nghiệp kinh doanh các mặt hàng trong danh sách

loại trừ, chẳng hạn như dược phẩm và xăng dầu... và như vậy, rào cản “Danh mục loại trừ” có thể bị thủng từ một phía khác.

2.2.3 Các quy định về thành lập cơ sở phân phối bán lẻ hàng hóa

Lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa có đặc điểm là bên cạnh những yêu cầu cơ bản về việc thành lập doanh nghiệp, để có thể tiến hành kinh doanh (bán hàng) một cách thuận tiện thì các doanh nghiệp còn cần tiến hành thành lập cho mình những địa điểm bán hàng (cơ sở bán lẻ), hay thiết lập một hệ thống phân phối, tùy thuộc vào quy mô hoạt động của doanh nghiệp mà hệ thống những cửa hàng có số lượng nhiều hay ít, lớn hay nhỏ. Cơ sở bán lẻ hàng hóa thực tế có nhiều hình thức biểu hiện khác nhau, đó có thể là các gian hàng, các điểm bán lẻ, các cửa hàng chuyên doanh, siêu thị, đại lý...

Theo quy định pháp luật Việt Nam, những quy định về thành lập cơ sở bán lẻ hàng hóa có tính chất “rào cản” hầu như chỉ áp dụng với nhà đầu tư nước ngoài nhằm mục đích bảo vệ ngành phân phối bán lẻ trong nước trước những áp lực của quá trình hội nhập.

Đối với, nhà đầu tư nước ngoài cung cấp dịch vụ bán lẻ hàng hóa thì ngoài việc đáp ứng những yêu cầu, điều kiện nhất định khi gia nhập thị trường (mở cơ sở bán lẻ đầu tiên), họ phải đáp ứng đầy đủ các quy định về kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT) khi muốn thành lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ đầu tiên. Và, hiện nay vấn đề “kiểm tra nhu cầu kinh tế” (ENT), đang là vấn đề cần làm rõ cả về mặt pháp lý và thực tiễn thi hành.

Về điều kiện cấp phép cho nhà đầu tư nước ngoài mở cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở đầu tiên:

Theo Cam kết WTO, việc thành lập các cơ sở bán lẻ (ngoài cơ sở thứ nhất) sẽ được xem xét trên cơ sở kiểm tra nhu cầu kinh tế. Kiểm tra nhu cầu kinh tế xuất phát từ Điều XVI Hiệp định chung về Thương mại dịch vụ. Ý nghĩa của việc kiểm tra nhu cầu kinh tế là biện pháp mà các thành viên WTO

có thể vận dụng hoặc duy trì, với điều kiện biện pháp này được đưa vào Biểu thỏa thuận và cam kết nhượng bộ của mình trong phần dịch vụ. Mục đích của việc kiểm tra nhằm hạn chế tiếp cận thị trường, duy trì quyền điều phối thương mại trong lĩnh vực dịch vụ. GATS và các hiệp định khác của WTO không đưa ra định nghĩa về ENT. Theo OECD, “ENT có đặc trưng chung là một điều khoản trong Luật quốc gia, quy định hoặc hướng dẫn hành chính ấn định việc kiểm tra có tác dụng hạn chế tiếp cận thị trường của nhà cung cấp dịch vụ căn cứ vào đánh giá “nhu cầu” của thị trường trong nước”.

Vì thế, ENT là việc kiểm tra hạn chế tiếp cận thị trường có thể ảnh hưởng cả nhà cung cấp trong nước lẫn nước ngoài trong việc tiếp cận thị trường hoặc chỉ hạn chế nhà cung cấp nước ngoài, tùy thuộc vào mức độ cung cấp hiện tại. Vấn đề cốt lõi của ENT là tính minh bạch trong vận dụng. Việc thiếu các quy tắc và định nghĩa rõ ràng về ENT dẫn đến những điểm không nhất quán với các cam kết WTO tạo ra thêm những rào cản thương mại.

Pháp luật Việt Nam không quy định trực tiếp về vấn đề ENT. Tại khoản 4 Điều 5 Nghị định số 23 quy định: *“Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã có quyền phân phối được lập cơ sở bán lẻ thứ nhất mà không phải làm thủ tục đề nghị cấp giấy phép lập cơ sở bán lẻ theo quy định tại Nghị định này. Việc lập thêm cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất do Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định theo hướng dẫn của Bộ Thương mại và theo trình tự, thủ tục quy định tại Nghị định này”*. Như vậy, có thể thấy, Nghị định số 23 mới chỉ nêu vấn đề mà chưa có quy định cụ thể về các điều kiện cấp phép lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất cho nhà đầu tư nước ngoài. Trước đây, vấn đề này được quy định trong Thông tư số 09/2007/TT-BTM (Mục 4.3, thuộc phần I – Hướng dẫn chung): *“a. Việc lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất được xem xét từng trường hợp cụ thể căn cứ vào số lượng các cơ sở bán lẻ, sự ổn định của thị trường, mật độ dân cư trên địa bàn tỉnh, thành*

phố nơi đặt cơ sở bán lẻ; sự phù hợp của dự án đầu tư với quy hoạch của tỉnh, thành phố đó”. Tuy nhiên, Thông tư 09 chỉ quy định chung chung, vì vậy không áp dụng được trên thực tế.

Khắc phục điều này, hiện nay quy định về lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất đã được cụ thể hóa tại Điều 7 Thông tư 08/2013/TT-BCT ngày 22/04/2013 ”

1. Việc lập cơ sở bán lẻ, bao gồm cả cơ sở bán lẻ thứ nhất, phải tuân thủ quy định của pháp luật về quản lý nhà nước đối với hoạt động bán lẻ và phù hợp với quy hoạch có liên quan của tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương, nơi dự kiến lập cơ sở bán lẻ.

2. Việc lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất được xem xét từng trường hợp cụ thể căn cứ vào việc kiểm tra nhu cầu kinh tế của địa bàn nơi đặt cơ sở bán lẻ theo các tiêu chí: số lượng các cơ sở bán lẻ, sự ổn định của thị trường, mật độ dân cư và quy mô của địa bàn cấp quận, huyện nơi dự kiến đặt cơ sở bán lẻ.

3. Trường hợp lập cơ sở bán lẻ có diện tích dưới 500 m² tại khu vực đã được tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương quy hoạch cho hoạt động mua bán hàng hoá và đã hoàn thành xây dựng cơ sở hạ tầng không phải thực hiện quy định tại khoản 2 Điều này về kiểm tra nhu cầu kinh tế. Quy định này không áp dụng trong trường hợp có thay đổi quy hoạch và điều kiện này không còn tồn tại.

4. Ủy ban nhân dân tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương (sau đây gọi chung là Ủy ban nhân dân cấp tỉnh) thành lập Hội đồng Kiểm tra nhu cầu kinh tế để xem xét sự phù hợp của việc lập một cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất theo các tiêu chí quy định tại khoản 1 và 2 Điều này.

5. Thành phần Hội đồng Kiểm tra nhu cầu kinh tế bao gồm đại diện: Ủy ban nhân dân cấp tỉnh; Sở Kế hoạch và Đầu tư (hoặc Ban Quản lý Khu Kinh tế

nơi đặt cơ sở bán lẻ); Sở Công Thương và các cơ quan ban ngành có liên quan (do Chủ tịch Ủy ban nhân dân cấp tỉnh quyết định.

Trường hợp địa điểm lập cơ sở bán lẻ thuộc khu vực địa lý cấp phường, xã, thị trấn tiếp giáp với tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương khác thì Hội đồng Kiểm tra nhu cầu kinh tế phải bao gồm đại diện của Ủy ban nhân dân cấp tỉnh tiếp giáp.

6. Kết quả làm việc của Hội đồng Kiểm tra nhu cầu kinh tế phải được Ủy ban nhân dân cấp tỉnh thông qua bằng văn bản. Văn bản này là một thành phần trong hồ sơ lập cơ sở bán lẻ gửi đến Bộ Công Thương lấy ý kiến chấp thuận.

7. Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã được cấp Giấy chứng nhận đầu tư có nội dung thành lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất không thuộc các trường hợp quy định tại khoản 3 Điều 7 Thông tư này nhưng chưa được cấp Giấy phép lập cơ sở bán lẻ theo quy định tại Nghị định số [23/2007/NĐ-CP](#) phải làm thủ tục cấp Giấy phép lập cơ sở bán lẻ theo quy định tại Điều 19 Thông tư này.” [6, tr.3]

Như vậy, tuy Thông tư 08 đã quy định cụ thể hơn Thông tư 09, nhưng về vấn đề điều kiện để được lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất, Thông tư 08 cũng chỉ đề cập nếu những cơ sở có diện tích dưới 500 m² và thuộc khu vực được quy hoạch cho việc mua bán hàng hóa và đã hoàn thành cơ sở hạ tầng thì sẽ thuận lợi hơn trong việc xin cấp Giấy phép. Còn những quy định về phù hợp quy hoạch, số lượng các cơ sở bán lẻ, sự ổn định của thị trường, mật độ dân cư và quy mô của địa bàn cấp quận, huyện nơi dự kiến đặt cơ sở bán lẻ vẫn chưa có quy định cụ thể nào để có cơ sở xác định cho việc cấp phép.

Vấn đề này đặt ra rất nhiều câu hỏi rằng, việc phù hợp quy hoạch là phù hợp quy hoạch về ngành nghề kinh doanh hay phù hợp quy hoạch tổng thể phát triển của từng địa phương, quy hoạch sử dụng mặt bằng...Đâu mới là

mục đích mà những yêu cầu về ENT hướng tới trong việc xem xét sự phù hợp với quy hoạch để cấp phép cho doanh nghiệp mở cơ sở bán lẻ hàng hóa?

Tiêu chí thứ 2 cho việc cấp phép cơ sở bán lẻ thù trở đi là việc xác định thể nào là phù hợp với sự ổn định thị trường, nhưng việc xác định này lại hoàn toàn thuộc thẩm quyền và ý chí chủ quan của phía các cơ quan nhà nước, nhà đầu tư nước ngoài không thể làm gì trong trường hợp tỉnh, thành phố đó không muốn cấp phép cho họ. Tiêu chí thứ 3 là mật độ dân cư trên địa bàn tỉnh, thành phố nơi đặt cơ sở bán lẻ. Đây là vấn đề khá quan trọng về mặt thực tiễn, quyết định tính khả thi của việc lập kế hoạch mở thêm cơ sở bán lẻ của nhà đầu tư cũng như việc quyết định có cấp phép cho nhà đầu tư hay không của cơ quan quản lý nhà nước. Tại một địa bàn có mật độ dân cư đông đúc thì nhu cầu tiêu thụ hàng hóa là cao, vì vậy, việc mở thêm cơ sở bán lẻ cũng là đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và đảm bảo sự thuận tiện trong tiêu dùng của người dân trên mỗi địa bàn và ngược lại, nếu địa bàn nào có mật độ dân cư thưa thớt, mà đã có cơ sở bán lẻ của các doanh nghiệp, nhà đầu tư khác thì việc mở thêm cơ sở bán lẻ không mấy khả quan.

Vì vậy, quy định về lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất là một vấn đề pháp lý chưa rõ ràng, còn có những cách hiểu không thống nhất, dẫn tới việc áp dụng một cách tùy nghi ở các địa phương.

Bên cạnh đó, tuy Thông tư 08 đã quy định rõ chủ thể có thẩm quyền kiểm tra và đưa ra kết luận về kiểm tra ENT thuộc Hội đồng Kiểm tra nhu cầu kinh tế (Thông tư 09 không quy định cơ quan này), nhưng vấn đề đặt ra là liệu Hội đồng Kiểm tra nhu cầu kinh tế do các Ủy ban nhân dân tỉnh lập ra có kiến thức chuyên môn cao trong lĩnh vực này để có thể đưa ra những kết luận chính xác trước khi ra quyết định có đồng ý cho nhà đầu tư mở thêm cơ sở bán lẻ hay không? Cũng không có quy định nếu không được đồng ý thành lập thêm cơ sở bán lẻ với lý do là không đạt tiêu chuẩn về kiểm tra ENT, nhưng

doanh nghiệp (nhà đầu tư nước ngoài) không tán thành với kết quả kiểm tra đó thì họ phải giải quyết bằng cách nào? Hay nhà đầu tư nước ngoài chỉ có thể chấp nhận quyết định đó?

Theo quy định hiện nay thì nhà đầu tư nước ngoài chỉ có thể nộp hồ sơ và chờ đợi quyết định có hay không cho phép lập cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ thứ nhất từ cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Ủy ban nhân dân tỉnh là cơ quan có thẩm quyền quyết định vấn đề này. Mặc dù lấy ý kiến từ Bộ Công Thương, tuy nhiên đó cũng chỉ là hình thức, vì thực tế thì quyết định cuối cùng vẫn thuộc về Ủy ban nhân dân tỉnh nơi doanh nghiệp dự kiến lập cơ sở bán lẻ. Theo đó, *“Sau khi có ý kiến chấp thuận của Bộ Công Thương, cơ quan nhà nước có thẩm quyền cấp Giấy phép lập cơ sở bán lẻ theo Mẫu GP-2 ban hành kèm theo Thông tư này ...”*[6, tr.7].

Nhà đầu tư nước ngoài trong trường hợp này rất thụ động, ngay cả công tác chuẩn bị cho việc mở cơ sở bán lẻ cũng phải chờ có quyết định của cơ quan nhà nước có thẩm quyền. Trong quá trình đó có thể đã làm mất đi một số cơ hội hoặc khả năng tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp, cũng như làm ảnh hưởng tới kế hoạch đầu tư và kinh doanh của nhà đầu tư.

Mặt khác, pháp luật hiện nay cũng chưa có quy định về vấn đề giải quyết tranh chấp, khiếu nại trong quá trình cấp phép thành lập cơ sở bán lẻ. Thông tư số 08/2013/TT-BCT (khoản 2 Điều 23) chỉ có quy định như sau: *“Trong quá trình thực hiện, nếu phát sinh vướng mắc, các tổ chức, cá nhân có liên quan khẩn trương phản ánh về Bộ Công Thương để kịp thời xử lý”* [6, tr.9]. Như vậy là chưa có quy định về giải quyết khiếu nại, trong khi đó quy định trên của Thông tư 08 cho thấy sự bất cập khi việc cấp phép do Ủy ban nhân dân tỉnh thực hiện, nhưng nếu có “vướng mắc” thì lại phản ánh về Bộ Công Thương để “xử lý”. Vậy trong trường hợp nhà đầu tư khiếu nại việc không

được cấp phép thành lập cơ sở bán lẻ thì cần khiếu nại đến cơ quan nào mới được giải quyết một cách thấu đáo?

Hơn nữa, pháp luật Việt Nam quy định vấn đề kiểm tra ENT áp dụng cho tất cả các dịch vụ bán lẻ hàng hóa mà không có sự cá biệt nào. Ở đây luận văn muốn đề cập tới khả năng chỉ đặt ra vấn đề kiểm tra ENT đối với dịch vụ bán lẻ ở những mặt hàng nhất định, có vai trò quan trọng hoặc những mặt hàng Nhà nước và xã hội nhận thấy cần phải có sự giám sát chặt chẽ từ phía cơ quan công quyền. Còn đối với những mặt hàng thông dụng và không có khả năng nguy hại cũng như ảnh hưởng tiêu cực tới người tiêu dùng hay sự phát triển chung của xã hội, thì nên để thị trường tự điều chỉnh, hoặc để các tổ chức phi chính phủ (Hội người tiêu dùng, Hội thương nhân...) giám sát vấn đề này. Ngoài ra, tiêu chí về mặt quy mô của cơ sở bán lẻ để kiểm tra ENT, nên chăng kiểm tra tất cả các cơ sở bán lẻ hay chỉ đối với những cơ sở có quy mô lớn? Và quy mô lớn ở đây là như thế nào, căn cứ vào mặt bằng hay sức tiêu thụ cũng là một tiêu chí chưa rõ ràng.

Đây là những vấn đề hiện nay đang đặt ra khiến nhiều nhà đầu tư nước ngoài gặp khó khăn khi muốn đầu tư vào Việt Nam trong lĩnh vực kinh doanh bán lẻ. Việt Nam là quốc gia có tiềm năng, nhưng vấn đề thủ tục và sự không rõ ràng trong khi tiến hành các thủ tục hành chính pháp lý đã khiến nhiều nhà đầu tư nước ngoài từ chối thị trường bán lẻ Việt Nam.

Qua nghiên cứu so sánh pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa một số nước trên thế giới, thì dường như chỉ có Việt Nam mới có quy định về việc kiểm tra ENT đối với dịch vụ bán lẻ tất cả các loại hàng hóa và không phân biệt quy mô của cơ sở bán lẻ khi nhà đầu tư nước ngoài muốn thành lập thêm cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ đầu tiên. Ở các quốc gia khác, pháp luật chỉ quy định kiểm tra ENT đối với dịch vụ bán lẻ một số mặt hàng, cửa hàng, ví dụ: Bỉ chỉ kiểm tra ENT đối với các cửa hàng bách hóa [27, tr.41], Pháp chỉ

kiểm tra ENT đối với các cửa hàng bách hóa lớn [27, tr.42], Bồ Đào Nha chỉ kiểm tra ENT đối với các cửa hàng bách hóa lớn có diện tích trên 2000 m² [27, tr.42], Hàn Quốc chỉ yêu cầu kiểm tra ENT đối với dịch vụ bán lẻ ô tô đã qua sử dụng và nhiên liệu khí [27, tr.43]... Cũng theo “*Báo cáo rà soát khuôn khổ pháp lý về dịch vụ phân phối ở Việt Nam và những khuyến nghị về sự phù hợp của các quy định chuyên ngành với cam kết WTO*” thì các quốc gia Cộng đồng châu Âu (EC) áp dụng ENT đối với tất cả các đối tượng và không phân biệt đối xử giữa nhà cung cấp dịch vụ (các nhà phân phối) trong nước hay nước ngoài [27, tr.42].

Khác với các quy định của EC, vấn đề kiểm tra ENT của Việt Nam chỉ đặt ra đối với nhà đầu tư nước ngoài. Dường như đây là hàng rào bảo hộ cho các doanh nghiệp bán lẻ trong nước và các cơ sở nhỏ lẻ như các chợ, đại lý... Mục đích của nhà làm luật là bảo vệ thị trường bán lẻ trong nước trước sự cạnh tranh của những doanh nghiệp nước ngoài, vốn là những công ty phát triển mạnh, công ty đa quốc gia muốn mở rộng thị trường. Theo cam kết khi gia nhập WTO thì Việt Nam có quyền đặt ra “rào cản” này đối với nhà đầu tư nước ngoài, tuy nhiên, xét về mặt thực tế thì đó là biện pháp nhằm bảo vệ nhà đầu tư trong nước đồng thời là công cụ giúp Nhà nước quản lý thị trường trong lĩnh vực bán lẻ. Không phủ nhận rằng điều đó tạo sự chủ động cho các cơ quan công quyền trong việc quản lý hoạt động của thị trường bán lẻ, nhưng những quy định thiếu rõ ràng, thiếu minh bạch này lại đang đặt ra những hạn chế mà hậu quả của nó dẫn tới những thiệt hại về kinh tế và sự phát triển chung của thị trường Việt Nam. Những nhà đầu tư lớn trong lĩnh vực này cho rằng kiểm tra ENT của Việt Nam gây khó khăn cho họ. Ông John Yeomans, Giám đốc điều hành của Công ty Deloitte Consulting nói rằng: ngành bán lẻ thế giới có sự tập trung và đồng nhất cao, có thể chỉ cần xây dựng ở một điểm

và có thể áp dụng mô hình ra toàn bộ địa lý. Nhưng ở Việt Nam thì việc mở thêm các cơ sở mới là rất khó khăn.

Ngoài ra, một số nước như Malaysia yêu cầu tất cả các nhà đầu tư nộp hồ sơ thành lập mới cơ sở bán lẻ quy mô lớn phải có vốn tối thiểu khoảng 13 triệu USD, Indonesia yêu cầu mức vốn tối thiểu là 100.000 USD, Thái Lan chỉ cho phép các công ty mà nhà đầu tư nước ngoài chiếm đa số vốn tham gia bán lẻ nếu đảm bảo số vốn đầu tư tối thiểu cho mỗi cơ sở bán lẻ khoảng 0,5 triệu USD... [27, tr. 30].

Nhìn chung, quy định pháp luật về kiểm tra ENT của Việt Nam hiện nay còn rất chung chung, mơ hồ. Chưa có một quy chuẩn cụ thể và mang tính chung nhất áp dụng trên toàn quốc. Những tiêu chí mà Nghị định số 23 và Thông tư số 08 hướng dẫn Nghị định này đưa ra chưa có sự đồng nhất. Áp dụng các quy định này thì mỗi địa phương dường như lại có thể tự xây dựng cho mình một quy chuẩn để kiểm tra ENT.

Ngoài ra, khi mở thêm cơ sở bán lẻ ngoài cơ sở bán lẻ đầu tiên, nhà đầu tư nước ngoài còn gặp phải những khó khăn về việc tìm cơ sở mặt bằng. Không phải là không có mặt bằng, tuy nhiên để tìm được một mặt bằng hợp lý, bao gồm các yếu tố: dân cư, mức thu nhập của dân cư phù hợp với mặt hàng kinh doanh, diện tích rộng, thuận tiện về giao thông... thì lại không phải dễ dàng. Hơn nữa, khi có thể tìm được địa điểm thích hợp với các yếu tố nói trên, thì vấn đề thủ tục thuê đất, giá thuê, giải phóng mặt bằng... còn gặp hàng loạt những thách thức. Hiện không ít các vị trí đẹp nhất trong trung tâm nội đô TP.Hồ Chí Minh, Hà Nội đa phần đã thuộc về các doanh nghiệp trong nước. Ngay ở các khu đô thị mới, các tỉnh xa, doanh nghiệp trong nước cũng đang tích cực tìm cách sở hữu các mặt bằng tốt. Sự cạnh tranh này diễn ra khốc liệt và thực tế khiến không ít các doanh nghiệp nước ngoài vào thị trường Việt Nam cũng sẽ gặp không ít khó khăn.

Như vậy, thực tế vấn đề kiểm tra ENT ở Việt Nam đang còn nhiều bất cập, không có một quy định chung thống nhất dẫn đến khó khăn cho nhà đầu tư nước ngoài và các cơ quan quản lý nhà nước. Trong thời gian tới, Việt Nam cần có sự rà soát và thống nhất các quy định pháp luật tạo ra một chế định pháp lý phù hợp nhằm đáp ứng đòi hỏi của ngành phân phối bán lẻ nói riêng cũng như dịch vụ phân phối nói chung trong cả nước.

Bên cạnh đó cần chú ý tới những doanh nghiệp phân phối nhưng không thành lập cơ sở bán lẻ. Đó là việc những doanh nghiệp này phân phối bán lẻ ngay tại trụ sở kinh doanh. Như đã phân tích ở trên, nhà đầu tư nước ngoài có thể vượt qua các rào cản pháp lý bằng cách mua hoặc thành lập nhiều doanh nghiệp để thực hiện hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa (hình thành chuỗi outlet tự nhiên), vẫn mở rộng được thị trường mà không cần thực hiện thủ tục mở cơ sở bán lẻ, do đó cũng không cần đáp ứng những điều kiện về mở cơ sở bán lẻ.

Điều này cho thấy, vai trò của công cụ ENT và mục tiêu của pháp luật khi quy định những rào cản ấy đã không còn nhiều ý nghĩa, mục đích của những quy định pháp luật đã không đạt được một cách trọn vẹn. Đây tiếp tục được coi là một lỗ hổng của pháp luật trong lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa ở nước ta. Trong khi đó, với cam kết của Việt Nam trong TPP, sau năm năm (tức vào năm 2023 nếu TPP có hiệu lực từ năm 2018), Việt Nam sẽ bỏ quy định về kiểm tra nhu cầu kinh tế (ENT) đối với các doanh nghiệp bán lẻ đến từ các nước TPP, nghĩa là các nhà bán lẻ nước ngoài có thể mở cơ sở bán lẻ ở bất cứ đâu.

2.3. Thực trạng pháp luật về dịch vụ bán lẻ hàng hóa

2.3.1 Các quy định pháp luật về hàng hóa và quản lý hàng hóa phân phối bán lẻ

Hàng hóa là một yếu tố rất quan trọng trong lĩnh vực phân phối bán lẻ, có hàng hóa thì mới có thể thực hiện được hoạt động phân phối hàng hóa. Khác với dịch vụ, hàng hóa là những sản phẩm có thể nhìn nhận một cách cụ thể. Hàng hóa là đối tượng phân phối tới tay người tiêu dùng, tuy nhiên không phải bất kỳ loại hàng hóa nào cũng có thể được phép phân phối. Nhằm đảm bảo công tác quản lý nhà nước, quản lý thị trường, đảm bảo phát triển kinh tế, xã hội, có những loại hàng hóa Nhà nước không cho phép cá nhân, doanh nghiệp được phép phân phối, đó là những hàng hóa thuộc danh mục cấm kinh doanh (vũ khí, các chất ma túy, các loại pháo, đồ chơi nguy hiểm, các loại thuốc thú y, thuốc bảo vệ thực vật cấm hoặc chưa được phép sử dụng tại Việt Nam, các loại thuốc cho người chưa được phép sử dụng tại Việt Nam, thuốc lá điếu, xì gà và các dạng thuốc lá thành phẩm khác nhập lậu). Bên cạnh đó, có những loại hàng hóa lại bị hạn chế phân phối, có nghĩa là bị hạn chế kinh doanh (Thuốc lá điếu, xì gà và các dạng thuốc lá thành phẩm khác, rượu các loại, hàng hóa có chứa chất phóng xạ, thiết bị phát bức xạ hoặc nguồn phóng xạ) và kinh doanh có điều kiện (gồm 2 nhóm hàng hóa: Một là nhóm hàng hóa yêu cầu phải được cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh như: nguyên liệu thuốc lá; phim, băng, đĩa hình; thuốc thú y, thuốc bảo vệ thực vật; thuốc dùng cho người... Hai là nhóm hàng hóa kinh doanh có điều kiện nhưng không cấp giấy phép đủ điều kiện kinh doanh như: trang thiết bị y tế, thức ăn nuôi thủy sản, thức ăn chăn nuôi, phân bón, vật liệu xây dựng ...).

Các mặt hàng này được quy định Tại Nghị định 59/2006 và được sửa đổi bổ sung theo Nghị định 43/2009/NĐ-CP, các nhà đầu tư nước ngoài ngoài việc phải tuân thủ các quy định pháp luật Việt Nam về các mặt hàng này, còn phải tuân thủ các quy định về hàng hóa theo cam kết WTO của Việt Nam. Theo Danh mục hàng hóa phân phối theo lộ trình ban hành kèm theo Thông tư 43/2013/TT-BCT ngày 24 tháng 12 năm 2013, thì tính đến 1/1/2010, ngoài

những hàng hóa đã được loại trừ ra khỏi phạm vi cam kết WTO (bao gồm Lúa gạo, Đường mía, đường củ cải, dược phẩm, thuốc nổ, thuốc lá và xì gà, Dầu thô và dầu đã qua chế biến, Sách, báo và tạp chí, Kim loại quý và đá quý, Vật phẩm đã ghi hình trên mọi chất liệu), nhà đầu tư nước ngoài không còn bị hạn chế về mặt hàng phân phối, miễn là những hàng hóa đó được nhập khẩu vào Việt Nam và được sản xuất tại Việt Nam một cách hợp pháp.

2.3.2 Các quy định pháp luật về hình thức phân phối bán lẻ hàng hóa và quản lý hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa

Hiện nay, phân phối bán lẻ hàng hóa có rất nhiều hình thức khác nhau. Có thể là hình thức phân phối một cách trực tiếp, đó là các chủ thể kinh doanh vừa nhập khẩu, hoặc vừa sản xuất vừa trực tiếp bán lẻ hàng hóa cho người tiêu dùng. Hoặc hình thức phân phối bán lẻ một cách gián tiếp thông qua các đại lý bán lẻ hàng hóa và chuỗi cửa hàng bán lẻ (hệ thống outlet), thông qua hoạt động bán hàng đa cấp của cá nhân kinh doanh.

Cũng có thể chia ra hình thức phân phối bán lẻ hàng hóa truyền thống và phân phối bán lẻ hàng hóa hiện đại.

- Hình thức bán lẻ truyền thống như: chợ truyền thống, đại lý phân phối bán lẻ hàng hóa... ở hình thức này thì các chủ thể phân phối thường là cá nhân kinh doanh hoặc hộ kinh doanh nhỏ lẻ tự sản xuất hoặc mua buôn hàng hóa và phân phối bán lẻ cho người tiêu dùng tại cửa hàng hoặc các chợ (thực phẩm, sản phẩm tiêu dùng gia đình như quần áo, giày dép...). Đây là hình thức phân phối bán lẻ phổ biến ở nước ta, thể hiện văn hóa tiêu dùng Việt Nam.

- Hình thức phân phối bán lẻ hiện đại như: siêu thị, trung tâm mua sắm, bán hàng trực tuyến (qua mạng internet), mua sắm qua kênh truyền hình, điện thoại... Đặc biệt là với sự phát triển của thương mại điện tử trong những năm gần đây thì hình thức bán lẻ hiện đại đang rất được ưa chuộng bởi những ưu điểm về sự nhanh nhạy, thuận tiện, cộng với hình thức thanh toán điện tử thì

mua bán hàng hóa online đang ngày càng phát triển mạnh. Các chủ đầu tư lớn trong nước và nhà đầu tư nước ngoài thường phát triển hình thức phân phối này.

Rà soát hệ thống pháp luật điều chỉnh lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa chúng ta thấy, pháp luật Việt Nam về cơ bản đã quy định các hình thức phân phối bán lẻ hàng hóa, đã có khá nhiều văn bản pháp luật điều chỉnh. Có thể kể tới các văn bản pháp luật như: Luật Doanh nghiệp 2015 quy định về các loại hình doanh nghiệp, Nghị định 110/2005/NĐ-CP về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp, Nghị định 39/2007/NĐCP ngày 16 tháng 03 năm 2007 của Chính phủ về cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh, Nghị định số 02/2003/NĐ-CP về phát triển và quản lý chợ, Quyết định 559/QĐ-TTg phê duyệt Chương trình phát triển chợ đến năm 2010, Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ban hành Qui chế siêu thị, Luật Giao dịch điện tử năm 2005... Những văn bản này đã điều chỉnh hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa của nhiều chủ thể khác nhau ở những môi trường phát triển khác nhau. Có thể thấy chúng ta đã có một hệ thống các văn bản pháp lý khá toàn diện để điều chỉnh hoạt động phân phối bán lẻ hàng hóa. Tuy nhiên, những văn bản này có phần bộc lộ những hạn chế về tính khả thi và vẫn còn thiếu những quy định chi tiết về quản lý và chế tài xử lý đối với những chủ thể có hành vi vi phạm.

Một là, mặc dù đã có văn bản quy định về phát triển và quản lý chợ nhưng tình trạng họp chợ và phân phối bán lẻ vẫn tràn lan và không có nề nếp. Điều này là do sự quy hoạch và thực hiện các quy hoạch tổng thể không hiệu quả, nơi nào cũng có thể biến thành chợ, ai cũng có thể trở thành nhà phân phối và mọi nhà mặt phố đều có thể trở thành cửa hàng.

Hai là, đối với hình thức bán lẻ hiện đại như phân phối bán lẻ thông qua hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại và bán hàng qua mạng internet

hiện nay còn thiếu quy định pháp lý cần thiết. Các quy định pháp luật về siêu thị, trung tâm thương mại, hay các quy định về điểm bán lẻ, cơ sở bán lẻ (Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ban hành Quy chế siêu thị) đã quy định khá đầy đủ về tiêu chuẩn phân loại siêu thị, trung tâm thương mại, hàng hóa kinh doanh, quản lý, việc ra quy chế siêu thị... Tuy nhiên, nhìn chung những quy định pháp luật về diện tích sàn bán lẻ, giờ mở cửa, cửa hàng quy mô lớn (ngưỡng giới hạn)... chưa quy định rõ ràng hoặc thậm chí chưa có quy định.

Hiện nay, phân phối bán lẻ điện tử (thông qua giao dịch điện tử) đã giúp cho doanh nghiệp tăng thêm doanh số, cải thiện khả năng cạnh tranh và giảm nhẹ các chi phí nhất là lương nhân viên, kho bãi và vận chuyển dẫn tới chi phí bán hàng thấp và người tiêu dùng được mua với giá rẻ hơn, chất lượng tốt hơn. Tuy nhiên, việc quản lý đối với hình thức kinh doanh bằng công cụ công nghệ cao này lại không phải dễ dàng. Các đối tượng bằng những thủ đoạn tinh vi có thể lợi dụng những hình thức phân phối hiện đại này để trục lợi, lừa đảo người tham kinh doanh và người tiêu dùng. Hình thức kinh doanh trên mạng, trên các trang web dễ lôi kéo được lực lượng đông đảo người tham gia và thường là sự biến tướng của bán hàng đa cấp bất chính.

Nguyên nhân của thực tế trên là do pháp luật chưa có những quy định cụ thể đối với những đối tượng kinh doanh phân phối bán lẻ trên mạng. Hiện nay, Luật Thương mại năm 2005, Luật Giao dịch điện tử năm 2005 chỉ quy định về việc thừa nhận giao dịch điện tử hợp pháp, về các thông điệp dữ liệu điện tử, hợp đồng điện tử, chứ chưa có những quy định điều chỉnh hoạt động của những doanh nghiệp đó như thế nào. Chính vì vậy, các đối tượng kinh doanh bất chính đã lợi dụng kẽ hở này để lừa đảo chiếm đoạt tài sản của những người bị lôi kéo tham gia do nhìn thấy lợi ích dễ dàng và ảnh hưởng tới lợi ích người tiêu dùng. Mặt khác, Nhà nước cũng bị thất thu nguồn thuế từ hoạt động kinh doanh của những chủ thể trên. Do không có hóa đơn kinh

doanh, bán hàng, không có hợp đồng mua bán hàng hóa... nên chủ thể kinh doanh đã trốn thuế. Thiết nghĩ đây là một kẽ hở pháp luật cần được củng cố trong thời gian tới để đảm bảo nguyên tắc Nhà nước quản lý đối với ngành phân phối bán lẻ cũng như đối với nền kinh tế nói chung.

Ba là, đi kèm với hình thức bán lẻ hiện đại như hệ thống siêu thị, cửa hàng chuyên dụng, bán hàng hóa qua mạng, qua ti vi... là những hình thức quảng cáo, marketing rất hấp dẫn dành cho người tiêu dùng. Tuy nhiên, thực tế người tiêu dùng vẫn bị lừa để mua hàng với giá cao hơn giá thị trường. Cụ thể, các chủ thể kinh doanh thường lợi dụng tâm lý người tiêu dùng thích mua hàng giảm giá, hàng khuyến mại... vì vậy, thông qua những cách thức quảng cáo khác nhau, người bán hàng đã bán hàng cho người mua với giá cao hơn thị trường. Ví dụ: các siêu thị, các cửa hàng thường có quảng cáo “mua 2 tặng 1”, hay “sale off 50%”... tuy nhiên hàng hóa đó đã được nâng giá cao hơn sau đó bán cho người tiêu dùng kèm quà tặng.

Bốn là, hiện nay khung pháp lý về quản lý hoạt động của các doanh nghiệp thực hiện phân phối bán lẻ hàng hóa vẫn còn thiếu những quy định về đảm trật tự xã hội, vấn đề giao thông, môi trường. Ở các nước như Hàn Quốc, Nhật Bản... pháp luật quy định điều kiện trong việc xin cấp phép lập cơ sở bán lẻ là phải được chính quyền địa phương chấp thuận về đánh giá tác động đối với giao thông và phê duyệt về xây dựng. Luật quy định vị trí nhà hàng bán lẻ có quy mô lớn của Nhật Bản năm 2000 yêu cầu các cá nhân và doanh nghiệp mới thành lập một cửa hàng bán lẻ lớn với diện tích sàn trên 1000 m² cần đáp ứng các yêu cầu: vấn đề giao thông (phải đảm bảo đủ chỗ trống đỗ xe cho xe hơi và xe đạp, lối vào và ra các tuyến phố), sự tiện ích đối với người đi bộ, ngăn cản và giảm tiếng ồn, tăng cường tái chế và giảm chất thải, hợp tác với các cơ quan phòng chống cháy và các tai họa khác và quan tâm tới môi trường cộng đồng...[27, tr.24]. Điều này sẽ góp phần đảm bảo quy hoạch phát

triển chung của địa phương và giúp nhà quản lý chủ động trong những vấn đề liên quan như giao thông, xây dựng... Thiết nghĩ đây cũng là một yếu tố cần xem xét khi xây dựng các quy định điều kiện mở cơ sở bán lẻ ở nước ta.

Bên cạnh đó thì việc pháp luật quy định giờ giấc mở cửa đối với các cửa hàng, siêu thị bán lẻ hàng hóa cũng rất chặt chẽ. Tại Malaysia, pháp luật quy định thời gian hoạt động chuẩn của các cửa hàng hoạt động lớn thuộc các cơ sở bán lẻ quy mô từ 10h sáng đến 22h đêm vào ngày làm việc và từ 10h sáng đến nửa đêm hoặc 1h sáng ngày hôm sau vào ngày nghỉ cuối tuần [27, tr.32]. Hiện nay, pháp luật nước ta chưa có quy định rõ về giờ giấc hoạt động đối với các cửa hàng, điểm bán lẻ, kể cả những siêu thị, cửa hàng có quy mô lớn như các siêu thị hạng I, II, III hay các trung tâm thương mại hạng I, II, III có diện tích kinh doanh từ 500m² đến 50.000m² [2, tr.6]. Việc quy định này do các doanh nghiệp, các cơ sở bán lẻ tự quy định trong quy chế hoạt động của mình, Điều 8 Quy chế siêu thị, trung tâm thương mại (Ban hành kèm theo Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24 tháng 09 năm 2004 của Bộ trưởng Bộ Thương mại) quy định về nội quy của các siêu thị, trung tâm thương mại, nhưng trong phần yêu cầu đối với nội dung của nội quy thì không quy định về vấn đề giờ giấc hoạt động. Do vậy các việc quản lý về thời gian kinh doanh của các chủ thể này còn chưa được chặt chẽ. Một số nước pháp luật quy định giờ bắt đầu mở cửa của các siêu thị thường muộn nhằm đảm bảo hoạt động của các điểm bán lẻ nhỏ, các chợ truyền thống vì những cửa hàng phân phối bán lẻ này thường bắt đầu sớm; và giới hạn giờ đóng cửa nhằm đảm bảo trật tự an ninh xã hội.

Năm là, về cơ quan quản lý chuyên trách. Hiện nay, đối với lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa ở nước ta chưa có 1 cơ quan đầu mối chuyên trách. Trách nhiệm và thẩm quyền quản lý thuộc nhiều cơ quan khác nhau như: Bộ Công Thương, Ủy ban nhân dân các cấp, Cơ quan quản lý thị trường, Cơ

quan Công an, Hải quan, Bộ đội Biên phòng, Cảnh sát biển và Thanh tra Nhà nước chuyên ngành... Thực tế do chưa có một cơ quan chịu trách nhiệm chính và là đầu mối nên việc quản lý còn rời rạc, không thống nhất và chưa toàn diện. Mỗi cơ quan chịu trách nhiệm một vấn đề như: Bộ Công Thương, Ủy ban nhân dân quản lý về việc gia nhập thị trường, Cơ quan quản lý thị trường quản lý hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, Luật chất lượng sản phẩm 2007 (Điều 70) quy định quản lý chất lượng của hàng hóa được giao cho từng Bộ chuyên ngành phụ trách hàng hóa thuộc lĩnh vực Bộ mình quản lý...

Như vậy, chưa có 1 cơ quan chịu trách nhiệm chung về lĩnh vực bán lẻ hàng hóa dẫn đến sự mâu thuẫn trong quá trình quản lý. Trong thời gian tới, việc hoàn thiện pháp luật về phân phối bán lẻ hàng hóa cần quy định một cơ quan nhà nước chịu trách nhiệm chung và liên kết với những cơ quan chuyên môn khác nhằm quản lý tốt lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa.

2.4. Một số vấn đề đặt ra từ thực tiễn áp dụng pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài tại Thành phố Hồ Chí Minh

Trong hai tháng đầu năm, tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ trên địa bàn thành phố Hồ Chí Minh ước đạt 120.931 tỷ đồng, tăng 11% so với cùng kỳ, trong đó tháng 2/2016 ước đạt 56.202 tỷ đồng. Chỉ số giá tiêu dùng (CPI) tháng 2/2016 tăng 0,05% so với tháng trước. Tuy nhiên, điều đáng lo ngại là các nhà bán lẻ nước ngoài đã chiếm lĩnh thị trường. Trong hơn 58% thị phần bán lẻ hiện đại, DN trong nước giữ trên 41% nhưng dự kiến đến 2020 chỉ còn 27,6%. Thực tiễn áp dụng pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài ở TP.HCM cho thấy còn rất nhiều bất cập về pháp luật dịch vụ bán lẻ, có thể kể đến như:

Thứ nhất, bất cập về quy định hàng hóa nhà đầu tư nước ngoài được phép bán lẻ:

Qua khảo sát thực tế, hầu hết các nhà đầu tư nước ngoài hoạt động trong lĩnh vực bán lẻ đã vi phạm quy định về một số mặt hàng không được phân phối đối với nhà đầu tư nước ngoài theo quy định của WTO và Thông tư số 34/2013/TT-BCT ngày 24/12/2013 của Bộ Công thương. Theo đó, nhà đầu tư nước ngoài không được phân phối gạo, đường mía, thuốc lá và xì gà,... tuy nhiên tại các siêu thị, cửa hàng bán lẻ của hầu hết các đơn vị như Lotte, Big C, Circle K, Mega Market Việt Nam (Metro Cash& Carry),... đều bày bán công khai các mặt hàng này, không hề bị cơ quan quản lý nhắc nhở và có biện pháp xử phạt, gây hoài nghi về tính tuân thủ pháp luật của các DN này.

Bên cạnh đó, qua thực tiễn khảo sát và nghiên cứu, việc áp dụng pháp luật đối với một số hàng hóa có tính chất đặc thù, thuộc lĩnh vực phân phối bán lẻ có điều kiện vẫn còn tồn tại nhiều vướng mắc, bất cập. Ví dụ như đối với xăng dầu, theo cam kết WTO và theo quy định của pháp luật trong nước (Điều 2 Nghị định số 84/2014 về kinh doanh xăng dầu) thì việc kinh doanh xăng dầu và các điều kiện về kinh doanh xăng dầu chỉ áp dụng với thương nhân Việt Nam, chúng ta đã loại trừ khỏi cam kết việc nhà đầu tư nước ngoài được quyền kinh doanh phân phối bán lẻ xăng dầu [7, tr.8], (bởi vì đối với những mặt hàng loại trừ này có quy định bao gồm “dầu thô và dầu đã qua chế biến”, mà xăng dầu, hay các sản phẩm khác như [dầu hỏa](#), [benzen](#) có nguồn gốc từ việc [lọc dầu](#) [55, tr.37]. Hay nói cách khác, nghĩa là nhà đầu tư nước ngoài sẽ không được quyền kinh doanh phân phối bán lẻ xăng dầu tại Việt Nam. Tuy nhiên, Điều 16 Luật Thương mại Việt Nam năm 2005 lại quy định: “*Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài được thương nhân nước ngoài thành lập tại Việt Nam theo quy định của pháp luật Việt Nam hoặc điều ước quốc tế mà Cộng hòa xã hội chủ nghĩa Việt Nam là thành viên thì được coi là thương nhân Việt Nam*”. Như vậy ở đây có sự mâu thuẫn về khái niệm “thương nhân nước ngoài” và “nhà đầu tư nước ngoài”, khái niệm thương

nhân nước ngoài đang được pháp luật Việt Nam quy định với nghĩa hẹp hơn nhà đầu tư nước ngoài. Việc mâu thuẫn giữa các quy định pháp luật này khiến các cơ quan có thẩm quyền và nhà đầu tư rất lúng túng. Liệu nhà đầu tư nước ngoài không được quyền kinh doanh phân phối bán lẻ xăng dầu theo Thông tư số 34/2013/TT-BCT ngày 24 tháng 12 năm 2013, hay nhà đầu tư nước ngoài được quyền kinh doanh xăng dầu được quy định tại Nghị định số 83/2014/NĐ-CP về kinh doanh xăng dầu căn cứ theo định nghĩa “thương nhân nước ngoài được coi là thương nhân Việt Nam”? Vấn đề này, kể từ thời điểm Việt Nam gia nhập WTO, đã có rất nhiều ý kiến tranh luận về những quy định mâu thuẫn và không rõ ràng này, tuy nhiên, tháng 4/2016 vừa qua, Sở Kế Hoạch Đầu tư Hà Nội lần đầu tiên đã cấp Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp và Giấy chứng nhận đầu tư cho một doanh nghiệp 100% vốn nước ngoài là liên doanh giữa Idemitsu Kosan (Nhật Bản) và Công ty Dầu khí quốc tế Kuwait (KPI) (Công ty TNHH Xăng dầu Idemitsu Q8) với mục đích phân phối bán lẻ các sản phẩm dầu khí.

Thứ hai, quy định pháp luật về cấp Giấy chứng nhận đầu tư, Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp đối với nhà đầu tư nước ngoài hoạt động trong lĩnh vực bán lẻ

Điểm khác biệt lớn nhất của Luật đầu tư 2014 (có hiệu lực ngày 01/07/2015) về việc cấp phép cho nhà đầu tư nước ngoài nói chung và việc cấp phép cho nhà đầu tư nước ngoài hoạt động trong lĩnh vực bán lẻ nói riêng chính là trước đây các nhà đầu tư được cấp 1 Giấy chứng nhận đầu tư và Giấy này đồng thời là Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp. Nhưng, hiện nay Luật đã tách bạch Giấy chứng nhận đầu tư thể hiện nội dung đăng ký dự án đầu tư và Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp thể hiện các thông tin về doanh nghiệp. Tuy nhiên, việc tách bạch 2 Giấy chứng nhận đầu tư và Giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh cho đến hiện nay vẫn chưa thật sự đi vào

thực tiễn, các nhà đầu tư vẫn quen với việc Giấy chứng nhận đầu tư đồng thời là Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp.

Một đặc điểm khác nữa, là trước đây (trước 1/7/2015), tất cả các dự án có vốn nước ngoài không xác định tỷ lệ của nhà đầu tư nước ngoài (dù nhà đầu tư nước ngoài chỉ chiếm 1% vốn điều lệ) của doanh nghiệp vẫn phải đề nghị cấp Giấy chứng nhận đầu tư. Nhưng Luật Đầu tư 2014 qui định đối với các dự án nhà đầu tư nước ngoài hoặc doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài góp vốn 51% vốn điều lệ mới phải xin cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư. Ngoài ra, Luật đã cải cách quy trình góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp của nhà đầu tư nước ngoài là cho phép nhà đầu tư nước ngoài không phải thực hiện thủ tục đầu tư trong những trường hợp góp vốn, mua cổ phần, phần vốn góp này. Thế nhưng, trên thực tế các nhà đầu tư nước ngoài khi thực hiện việc mua phần vốn góp vẫn luôn làm thủ tục đề nghị cấp Giấy chứng nhận đăng ký đầu tư.

Ngoài những vấn đề trên, trong quá trình phát triển kinh tế hiện đại, phân phối bán lẻ hàng hóa thông qua phương tiện điện tử (mạng internet, điện thoại...), phân phối qua truyền hình (TV shopping) cũng là vấn đề đáng lưu ý ở Việt Nam hiện nay. Lĩnh vực này đang có những lỗ hổng pháp luật cần được hoàn thiện để nền kinh tế Việt Nam nói chung, ngành bán lẻ hàng hóa nói riêng có thể phát triển một cách lành mạnh, bắt kịp với xu thế chung của thế giới, góp phần nâng cao sức cạnh tranh của ngành bán lẻ trong nước. Thực tế những vấn đề pháp luật về chống cạnh tranh không lành mạnh, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, vấn đề quảng cáo thương mại (quảng cáo gian dối) và dịch vụ phân phối bán lẻ qua mạng, qua truyền hình vẫn còn bỏ ngỏ.

Đó là lý do dẫn tới những vi phạm của các chủ thể kinh doanh dưới hình thức này trong thời gian qua, mà vụ muaban24 là một điển hình. Những quy định về phương thức kinh doanh, trụ sở doanh nghiệp, áp dụng Luật

quảng cáo, pháp luật về hợp đồng, vấn đề bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ... cần được luật hóa nhằm bảo vệ quyền lợi cho các chủ thể tham gia quan hệ phân phối hàng hóa bằng các hình thức giao dịch điện tử.

Kết luận Chương 2.

Trong bối cảnh các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới được ký kết và có hiệu lực (đặc biệt Việt Nam vừa ký kết Hiệp định đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP)), theo lộ trình, thuế nhập khẩu ở hầu hết các mặt hàng sẽ xóa bỏ 100% vào năm 2018, hàng hóa nhập khẩu sẽ dễ dàng tràn vào và thị trường Việt Nam đang trở thành mảnh đất màu mỡ của rất nhiều tập đoàn bán lẻ nước ngoài. Họ sẽ tận dụng lợi thế về chính sách miễn thuế thông qua siêu thị có liên doanh với các nhà bán lẻ nội địa để cung cấp hàng hoá vào Việt Nam. Thời gian gần đây, thị trường bán lẻ Việt Nam chứng kiến sự đổ bộ và thâm nhập mạnh mẽ của doanh nghiệp Thái Lan qua các thương vụ mua - bán, sáp nhập các chuỗi bán lẻ lớn, đặc biệt là với Metro và Big C. Ngoài ra, hoạt động liên doanh liên kết cũng là xu hướng được các nhà bán lẻ tính đến đến để thâm nhập và thu tóm thị trường Việt Nam. Điển hình là hàng loạt doanh nghiệp bán lẻ của Thái Lan, Nhật Bản thông qua hình thức liên doanh, liên kết đã mua từ 20-49% cổ phần của một số doanh nghiệp bán lẻ hàng đầu của Việt Nam như Nguyễn Kim và Trần Anh, Fivimart hay Citimart. Trong khi đó, ngành bán lẻ nước ta chưa có chiến lược đầy đủ, thiếu vốn, thiếu sự liên kết giữa các doanh nghiệp. Điều đáng nói, hơn 70% doanh nghiệp bán lẻ Việt Nam còn thờ ơ với các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới, ít quan tâm tìm hiểu đến các chính sách pháp luật để phản biện, góp ý cho chính phủ và cơ quan soạn thảo.... Điều này dẫn đến các doanh nghiệp thiếu thông tin hội nhập, thị trường và khó định hình chiến lược hướng đi mới cho mình.

Và, mặc dù đã sau 9 năm gia nhập WTO (từ 2007), nhưng đến nay pháp luật Việt Nam vẫn thiếu nhiều quy định cụ thể, nhất là các chính sách

liên quan đến mở cửa thị trường, liên quan đến các nhà đầu tư nước ngoài tham gia thị trường dịch vụ phân phối, trong đó có phân phối bán lẻ hàng hóa như những quy định về ENT. Chúng ta vẫn thiếu một hệ thống tiêu chí nhất quán áp dụng cho việc kiểm tra ENT trên cả nước.

Ngoài ra, pháp luật cũng chưa có những quy định cụ thể về phương thức giải quyết đối với trường hợp có nhiều nhà đầu tư cùng xin cấp phép mở cơ sở phân phối bán lẻ trong cùng ngành hàng tại một địa phương nhất định. Điều này dẫn đến sự thiếu rõ ràng trong việc cấp phép thành lập cơ sở bán lẻ cho các nhà đầu tư.

Bên cạnh đó, thực tiễn cho thấy khả năng áp dụng và tính ổn định của các văn bản pháp luật thấp (ví dụ các văn bản về thuế, giá cả, quản lý thị trường...), hoặc thay đổi quá nhiều, thay đổi đột ngột (như pháp luật về thuế) gây ra nhiều khó khăn cho các nhà phân phối, dẫn đến sự bất ổn kinh tế nói chung và ngành phân phối bán lẻ nói riêng.

Qua đó có thể thấy, cần phải tiếp tục hoàn thiện pháp luật trong lĩnh vực phân phối bán lẻ hàng hóa. Những mặt hạn chế của pháp luật nếu không sớm được khắc phục sẽ tiếp tục trở thành rào cản cho sự phát triển, dẫn tới sự yếu kém trong cạnh tranh, đặc biệt là năng lực cạnh tranh của các doanh nghiệp phân phối bán lẻ trong nước với doanh nghiệp phân phối bán lẻ nước ngoài.

Chương 3

MỘT SỐ KIẾN NGHỊ HOÀN THIỆN PHÁP LUẬT VỀ DỊCH VỤ BÁN LẺ CỦA NHÀ ĐẦU TƯ NƯỚC NGOÀI

3.1. Yêu cầu hoàn thiện pháp luật đối với dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài

Như chương 1 và chương 2 Luận văn đã trình bày, có thể khẳng định rằng, việc chuyển hóa các cam kết quốc tế về dịch vụ bán lẻ hàng hóa đã được Việt Nam chú trọng từ rất sớm. Đến nay, khung pháp luật về dịch vụ bán lẻ hàng hóa đã được hình thành tương đối đồng bộ, có thể kể đến như:

(i) *Nhóm văn bản quy phạm pháp luật quy định chung về dịch vụ bán lẻ:*

Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14 tháng 1 năm 2003 về phát triển và quản lý chợ;

Quyết định của Bộ trưởng Bộ Thương mại số 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24 tháng 9 năm 2004 về việc ban hành quy chế siêu thị, trung tâm thương mại;

Luật Cạnh tranh năm 2005;

Luật Thương mại năm 2005;

Luật Giao dịch điện tử năm 2005;

Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa năm 2007;

Luật giá năm 2012;

Luật Doanh nghiệp năm 2014;

Luật Đầu tư năm 2014;

Nghị định số 23/2007/NĐ-CP ngày 12/2007 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 nước ngoài tại Việt Nam;

Nghị định 39/2007/NĐCP ngày 16 tháng 03 năm 2007 của Chính phủ về cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh;

Quyết định số 3098/QĐ-BCT ngày 24 tháng 6 năm 2011 phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020 và định hướng đến 2030”.

Nghị định 114/2009/NĐ-CP ngày 23 tháng 9 năm 2009 sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14 tháng 1 năm 2003 về phát triển và quản lý chợ;

Quyết định số 6184/QĐ-BCT ngày 19 tháng 10 năm 2012 phê duyệt “Quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại cả nước đến 2020 và tầm nhìn đến 2030”.

Thông tư số 08/2013/TT-BCT ngày 22 tháng 4 năm 2013 hướng dẫn 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 nước ngoài tại Việt Nam;

Nghị định 187/2013/NĐ-CP ngày 20 tháng 11 năm 2013 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài;

Thông tư số 34/2013/TT-BCT ngày 24 tháng 12 năm 2013 của Bộ trưởng Bộ Công thương công bố lộ trình thực hiện hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan đến mua bán hàng hóa của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam;

Nghị định số 78/2015/NĐ-CP của Chính phủ ngày 14 tháng 9 năm 2015 về đăng ký doanh nghiệp;

Nghị định số 96/2015/NĐ-CP của Chính phủ ngày 19 tháng 10 năm 2015 hướng dẫn chi tiết thi hành một số điều của Luật Doanh nghiệp;

Nghị định số 118/2015/NĐ-CP của Chính phủ ngày 12 tháng 11 năm 2015 hướng dẫn chi tiết thi hành một số điều của Luật Đầu tư;

(ii) *Nhóm văn bản quy phạm pháp luật quy định về dịch vụ bán lẻ trong một số lĩnh vực cụ thể:*

Luật phòng, chống tác hại của thuốc lá năm 2012;

Quyết định số 92/2005/QĐ-BTC ngày 9 tháng 12 năm 2005 về việc quy định mức thu, chế độ thu, nộp, quản lý và sử dụng lệ phí cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp do Bộ trưởng Bộ Tài chính ban hành;

Nghị định số 94/2012/NĐ-CP ngày 12/11/2012 của Chính phủ về sản xuất và kinh doanh rượu;

Nghị định số 67/2013/NĐ-CP ngày 27/06/2013 của Chính phủ hướng dẫn Luật phòng, chống tác hại của thuốc lá về kinh doanh thuốc lá;

Nghị định số 42/2014/NĐ-CP của Chính phủ ngày 14 tháng 5 năm 2014 về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp;

Thông tư số 24/2014/TT-BCT ngày 30 tháng 07 năm 2014 hướng dẫn một số nội dung quy định tại Nghị định số 42/2014/NĐ-CP ngày 14 tháng 5 năm 2014 của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp;

Nghị định số 83/2014/NĐ-CP của Chính phủ ngày 03 tháng 09 năm 2014 của Chính phủ về kinh doanh xăng dầu;

Thông tư số 60/2014/TT-BCT ngày 27/12/2014 của Bộ Công Thương hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 94/2012/NĐ-CP ngày 12/11/2012 của Chính phủ về sản xuất và kinh doanh rượu;

...

Đây là những văn bản tạo nền tảng pháp lý trong lĩnh vực phân phối nói chung và phân phối bán lẻ hàng hóa nói riêng. Tuy nhiên, như chương 1, 2 luận văn đã trình bày, ta thấy pháp luật về bán lẻ hàng hóa vẫn còn nhiều bất cập:

Thứ nhất, Việt Nam chưa ban hành bất kỳ một văn bản pháp luật riêng nào về dịch vụ phân phối (trong đó có dịch vụ bán lẻ). Các qui định về

dịch vụ phân phối còn nằm rải rác trong các văn bản pháp luật. Cho đến nay, (sau 9 năm gia nhập WTO) Việt Nam vẫn chưa có một nghị định riêng quy định cụ thể về dịch vụ bán buôn, bán lẻ, điều này dễ dẫn đến chồng chéo, mâu thuẫn giữa các văn bản pháp luật. Các khái niệm thuật ngữ về bán buôn, bán lẻ, người tiêu dùng cuối cùng, cơ sở bán lẻ....đến nay vẫn chưa có khái niệm rõ ràng và cụ thể.

Thứ hai, Việt Nam còn thiếu cơ sở pháp lý cho việc phân loại các loại hình cửa hàng bán buôn, bán lẻ, dẫn đến tình trạng mạng lưới phân phối không phát triển theo quy hoạch, phát triển một cách tự phát, nơi nào cũng có thể biến thành chợ, siêu thị, ai cũng có thể trở thành nhà phân phối và mọi nhà mặt phố đều có thể trở thành cửa hàng. Mặt khác, Việt Nam chưa có quy định cụ thể đối với cửa hàng quy mô lớn như siêu thị, đại siêu thị, trung tâm thương mại (ví dụ như quy định giờ mở cửa đối với siêu thị)... điều này dẫn đến khó khăn trong công tác quản lý của các cơ quan chức năng.

Thứ ba, về cơ sở bán lẻ, Việt Nam chưa xây dựng được tiêu chí ENT rõ ràng, vì thế không tạo thuận lợi cho việc tạo sân chơi bình đẳng cho mọi chủ thể gia nhập thị trường. Việc không quy định cụ thể về ENT đã đi ngược lại với yêu cầu minh bạch của GATS. Các yêu cầu minh bạch của GATS áp dụng đối với tất cả các văn bản pháp luật thực hiện ENT. Minh bạch hóa là một trong những nguyên tắc chủ đạo của WTO, được nêu rõ và nhấn mạnh tại nhiều Hiệp định khác nhau. Việt Nam đã cam kết tuân thủ toàn bộ các quy định về minh bạch hóa của WTO. Vì thế, mọi luật và quy định của Việt Nam thực hiện ENT phải được công bố và công khai.

Mặc dù, các quy định hiện hành đã bảo đảm tính tự do hóa tương đối đối với các nhà phân phối trong nước và mặc dù đã bãi bỏ hạn chế về yêu cầu liên doanh cũng như giới hạn góp vốn, nhưng vẫn mang tính chất bảo hộ cho các tổ chức phân phối trong nước trước sự cạnh tranh với các nhà bán buôn,

bán lẻ nước ngoài, hạn chế sự gia nhập thị trường của các nhà phân phối bán lẻ nước ngoài.

Thứ tư, đối với nhà đầu tư nước ngoài, khái niệm vẫn không đồng nhất trong các văn bản pháp luật. Bên cạnh khái niệm nhà đầu tư nước ngoài, khái niệm về quốc tịch nước ngoài cũng chưa được chú trọng tới. Điều này dẫn đến khó khăn trong việc xác định các trường hợp nhà đầu tư nước ngoài là mang quốc tịch một nước ngoài cụ thể nào. Như vậy, việc phân định điều kiện gia nhập thị trường, những hạn chế đối với ngành, nghề lĩnh vực nhất định sẽ áp dụng cho nhà đầu tư nước ngoài mang quốc tịch một nước đối tác nhất định sẽ không có tiêu chí rõ ràng. Ví dụ, trong trường hợp cá nhân nước ngoài có 2 quốc tịch trở lên, trong đó có quốc tịch Việt Nam thì phải làm thế nào? Các cơ quan quản lý có cơ sở xác định là nhà đầu tư trong nước hay nhà đầu tư nước ngoài tham gia đầu tư ở nước ta ?

3.2. Một số kiến nghị hoàn thiện pháp luật và nâng cao hiệu quả thực hiện pháp luật đối với dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài

3.2.1 Cần phải sớm ban hành Nghị định về bán lẻ hàng hóa, để có thể minh bạch và thống nhất các khái niệm, các tiêu chí có liên quan đến dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài

Kể từ thời điểm Việt Nam gia nhập WTO đến nay là đã 9 năm, thế nhưng như đã trình bày trong các chương trước, đối với dịch vụ bán lẻ, Việt Nam ta vẫn chưa xây dựng và ban hành một văn bản pháp luật nào quy định cụ thể và rõ ràng về lĩnh vực này. Tất cả những quy định về dịch vụ bán lẻ đều nằm rải rác trong các văn bản khác nhau. Vì vậy, cần phải sớm ban hành một nghị định về bán lẻ hàng hóa.

Trong nghị định cần có các qui định hướng dẫn cụ thể việc thực thi các cam kết về mở cửa thị trường dịch vụ bán buôn, bán lẻ đối với nhà đầu tư nước ngoài kinh doanh dịch vụ bán buôn, bán lẻ tại Việt Nam. Khi các tập

đoàn bán buôn, bán lẻ nước ngoài tham gia vào thị trường họ không chỉ tham gia vào quá trình phân phối hàng hoá mà họ còn tham gia cả vào quá trình sản xuất hàng hoá mang thương hiệu của chính họ. Do đó, họ sẽ thực hiện quá trình điều phối theo ngành dọc về phía sản xuất.

Trong nghị định cũng cần đưa ra các định nghĩa rõ ràng và qui định rõ về tiêu chuẩn cụ thể cho các dạng cửa hàng sau đây: Cửa hàng tạp hoá, cửa hàng thực phẩm truyền thống, cửa hàng tiện lợi, các phố, đường phố mua sắm, cửa hàng giảm giá, cửa hàng bách hoá lớn, cửa hàng chuyên doanh, siêu thị, đại siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, cửa hàng kho hàng (Warehouse), cửa hàng Category killers, các hình thức bán hàng không qua cửa hàng như bán hàng qua điện thoại, qua truyền hình, qua đường bưu điện, qua máy bán hàng tự động và qua mạng...

Ngoài ra, cho đến nay, Việt Nam đã gia nhập rất nhiều Hiệp định thương mại tự do (đặc biệt vừa gia nhập TPP), một nhu cầu bức thiết đặt ra là, đứng trước làn sóng ồ ạt đầu tư bán lẻ vào Việt Nam của nhà đầu tư nước ngoài, Việt Nam làm thế nào để vừa bảo hộ các nhà đầu tư trong nước, vừa không làm trái các cam kết khi đã gia nhập WTO, TPP, có thể kể đến các vấn đề như: (i) Làm thế nào và trên cơ sở nào có thể hạn chế số lượng nhà cung cấp dịch vụ hiện đang hoạt động trong một khu vực địa lý cụ thể; (ii) Làm thế nào để duy trì sự ổn định của thị trường và trên cơ sở nào để hạn chế nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài cho mục đích ổn định thị trường; (iii) Làm thế nào và trên cơ sở nào để hạn chế nhà cung cấp dịch vụ nước ngoài. Để tránh vi phạm các thỏa thuận của WTO, cũng như để việc áp dụng các tiêu chí một cách minh bạch và đồng nhất, trong Nghị định về bán lẻ, Nhà nước cần phải quy định rõ ràng công khai các tiêu chí “cấp phép mở cửa hàng”, “quy hoạch địa phương”, “sự ổn định của thị trường”, “mật độ dân cư”, “thời gian hoạt động”...cụ thể. Nếu không ban hành và công bố công khai các tiêu chí này thì

giả sử nhu cầu thị trường cần thêm một điểm bán lẻ nhưng cơ quan quản lý địa phương cho rằng không cần thiết thì họ có quyền từ chối điểm bán lẻ này. Đây là một biểu hiện không nên tồn tại trong một Nhà nước pháp quyền.

3.2.2 Cần xóa bỏ quy định về cấp Giấy phép kinh doanh, Giấy phép lập cơ sở bán lẻ

Như đã phân tích tại chương 2 của Luận văn, thực chất thủ tục cấp giấy phép kinh doanh, giấy phép lập cơ sở bán lẻ và các thủ tục điều chỉnh giấy chứng nhận đầu tư có cùng mục đích duy nhất là cho phép doanh nghiệp được bổ sung thực hiện hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa và cơ quan có thẩm quyền quyết định cũng chỉ là Ủy Ban nhân dân thành phố. Theo mẫu giấy phép kinh doanh, giấy phép cơ sở bán lẻ quy định tại Mẫu GP-1, GP-2 ban hành kèm theo Thông tư số 08/2013/TT-BCT ngày 22/04/2013 của Bộ Công thương (trước đây là thông tư số 09/2007/TT-BTM), các nội dung mà giấy phép kinh doanh, giấy phép lập cơ sở bán lẻ thể hiện đều đã được trình bày tại giấy chứng nhận đầu tư.

Nói cách khác, nội dung giấy chứng nhận đầu tư đã bao gồm toàn bộ nội dung của giấy phép kinh doanh, giấy phép lập cơ sở bán lẻ. Việc cấp giấy phép kinh doanh, giấy phép lập cơ sở bán lẻ chỉ tạo thêm thủ tục hành chính không cần thiết, gây khó khăn cho nhà đầu tư nước ngoài đầu tư vào Việt Nam và cả cơ quan quản lý Nhà nước về đầu tư.

Ngoài ra, khi xem xét cấp giấy chứng nhận đầu tư, giấy phép kinh doanh cho nhà đầu tư hoặc doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài về dịch vụ bán lẻ, một điều tất yếu là các cơ quan quản lý đầu tư sẽ xem xét năng lực của nhà đầu tư. Tuy nhiên, việc xem xét năng lực (trong đó có năng lực tài chính và vốn điều lệ của doanh nghiệp đăng ký đầu tư tại Việt Nam) phải được thực hiện một cách khoa học với các tiêu chí cụ thể. Các cơ quan có thẩm quyền

nên căn cứ vào đặc thù từng loại hàng hóa và hình thức kinh doanh và xem xét về vốn điều lệ. Tuy nhiên, thực tế tại một số địa phương có yêu cầu về mức tối thiểu của vốn điều lệ khi nhà đầu tư đầu tư vào lĩnh vực bán lẻ mà không quy định đầu tư kinh doanh loại hàng hóa là gì, địa bàn kinh doanh là ở đâu. Cụ thể, tại Thành phố Hồ Chí Minh trước đây (năm 2008) quy định “*các trường hợp đăng ký thực hiện quyền xuất, nhập khẩu, phân phối mà vốn quá ít chỉ 100.000 đến 200.000 đô la Mỹ, yêu cầu doanh nghiệp tăng vốn, phải từ triệu đô trở lên và kiểm tra kỹ năng lực để quyết định cấp chứng nhận đầu tư*”. Nhiều nhà đầu tư khi đầu tư vào các địa phương này đã tự hỏi tại sao lại có quy định riêng biệt như vậy? Liệu quy định này có cao hơn các văn bản pháp luật hiện hành? Nếu họ không đáp ứng được quy định này, họ sẽ bị từ chối hồ sơ với lý do là vốn quá ít. Và, theo quy định của pháp luật nước ta, dịch vụ bán lẻ không phải là một ngành nghề kinh doanh yêu cầu vốn pháp định. Tất cả các doanh nghiệp Việt Nam khi thực hiện dịch vụ bán lẻ đều không bị áp dụng quy định về vốn pháp định hoặc vốn đầu tư tối thiểu. Đồng thời, nếu áp dụng nguyên tắc NT và MFN trong trường hợp này thì Việt Nam đã vi phạm nghiêm trọng cam kết WTO vì Việt Nam không cam kết cho việc áp dụng vốn tối thiểu này. Nếu quy định vốn tối thiểu, Việt Nam đã có sự phân biệt đối xử giữa doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và doanh nghiệp nội địa. Quy định như vậy là trái với các cam kết của Việt Nam khi gia nhập WTO, trái quy định pháp luật Việt Nam.

Vì vậy, ở các địa phương cũng cần phải tuân thủ những điều kiện tiêu chí chung về dịch vụ bán lẻ mà Việt Nam đã cam kết, tránh tình trạng thủ tục về cấp phép gia nhập thị trường đối với các nhà đầu tư nước ngoài ở mỗi nơi mỗi khác. Cần phải xóa bỏ những quy định riêng về vốn điều lệ tối thiểu, đăng ký mã hàng hóa phân phối, hay về thời hạn hoạt động của dự án....

3.2.3 Hoàn thiện pháp luật về thủ tục đầu tư và thời hạn cấp Giấy chứng nhận đầu tư, Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp

Theo quy định pháp luật, thời hạn đăng ký doanh nghiệp hiện nay là 3 ngày làm việc, thời hạn đăng ký cấp Giấy chứng nhận đầu tư là 15 ngày làm việc nhưng trên thực tế đối với thủ tục liên quan đến nhà đầu tư nước ngoài thời hạn này luôn kéo dài hơn quy định. Vì vậy, cần rà soát đồng bộ lại hệ thống văn bản có liên quan đến việc cấp Giấy chứng nhận đầu tư, Giấy chứng nhận đăng ký doanh nghiệp, Giấy phép thành lập cơ sở bán lẻ thứ 2 trở lên cho nhà đầu tư nước ngoài trong dịch vụ bán lẻ, tạo ra một cơ chế thống nhất, hợp lý bằng cách rút gọn, loại bỏ những khâu không cần thiết trong thủ tục hành chính, tạo điều kiện thuận lợi cho nhà đầu tư gia nhập thị trường và hoạt động kinh doanh.

Kết luận chương 3

Pháp luật về dịch vụ bán lẻ đóng vai trò rất quan trọng việc phát triển thị trường phân phối ở nước ta, đây cũng là điều kiện tạo tiền đề cho sự phát triển kinh tế – xã hội. Tuy nhiên, các quy định về chính sách hiện hành của Nhà nước đối với dịch vụ bán lẻ còn nhiều bất cập, chưa thực sự tạo thuận lợi cho việc tạo sân chơi bình đẳng cho mọi chủ thể gia nhập thị trường. Nội dung chương 3 của Luận văn kiến nghị hoàn thiện pháp luật và đề xuất các giải pháp cần thiết cho thực trạng của dịch vụ bán lẻ đã nêu. Các kiến nghị, đề xuất này tập trung vào hai vấn đề chính:

Thứ nhất, hoàn thiện pháp luật Việt Nam về dịch vụ bán lẻ trong bối cảnh hiện nay là loại bỏ được những bất cập, cản trở, giảm bớt những khác biệt quá xa của pháp luật Việt Nam về dịch vụ bán lẻ so với "sân chơi chung" và "luật chơi chung" của thế giới, đồng thời đưa các qui định pháp luật phù hợp với WTO, phù hợp với điều kiện lập pháp của Việt Nam và phù hợp với điều kiện kinh tế - xã hội của Việt Nam.

Thứ hai, tác giả đề xuất một số kiến nghị nhằm hoàn thiện các quy định của pháp luật về dịch vụ bán lẻ của nhà đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Tuy nhiên, để những kiến nghị này có thể đi vào thực tiễn áp dụng một cách đúng đắn, cần phải cụ thể hóa bằng các quy định của pháp luật và cần một hệ thống cơ quan áp dụng pháp luật có hiệu quả.

KẾT LUẬN

Trong lĩnh vực phân phối, có thể nói các cam kết WTO đã ảnh hưởng đến cách thức quản lý và điều chỉnh dịch vụ của Nhà nước. Để tuân thủ các cam kết WTO, Chính phủ Việt Nam đã ban hành nhiều văn bản pháp luật, sửa đổi, bổ sung hoặc thậm chí thay thế các văn bản không còn phù hợp. Các văn bản chủ yếu điều chỉnh hoạt động của các nhà phân phối nước ngoài tại Việt Nam đã góp phần làm cho các quy định đối với lĩnh vực phân phối trở nên minh bạch và phù hợp hơn với các chuẩn mực của WTO. Cơ chế cấp giấy phép trong dịch vụ bán lẻ đã được quy định với các tiêu chí rõ ràng. Xét từ góc độ nhà quản lý, Chính phủ nước ta đã quản lý dịch vụ bán lẻ một cách hiệu quả hơn, đảm bảo việc cấp giấy phép trong các tỉnh, thành phố nhất quán với quy hoạch quốc gia về dịch vụ bán lẻ.

Tuy nhiên, trên thực tế khung pháp lý cũng như cơ chế thực thi pháp luật đối với dịch vụ bán lẻ của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài vẫn còn nhiều tồn tại, vướng mắc cần phải được nghiên cứu và tiếp tục hoàn thiện. Để xác định rõ những vấn đề này và tìm ra những phương hướng giải quyết cần thiết, tác giả đã tiếp cận vấn đề theo nhiều hướng và nhiều cấp độ khác nhau. Luận văn đã nghiên cứu, phân tích và tổng hợp từ các khái niệm, hình thức, vai trò cơ bản nhất. Từ đó, luận văn làm rõ thực trạng pháp luật và thực tiễn áp dụng pháp luật về dịch vụ bán lẻ. Luận văn cũng đặt vấn đề nghiên cứu trong sự liên kết với chính sách hội nhập kinh tế quốc tế và thu hút đầu tư của Đảng và Nhà nước.

Thêm vào đó, thực tiễn áp dụng pháp luật tại TP.HCM đã chứng minh rằng việc doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài thành lập cơ sở bán lẻ thứ nhất không phải là một quyền đương nhiên của doanh nghiệp. Trong khi đó theo cam kết của WTO, đó được hiểu là một quyền đương nhiên của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Thực tế, hiện nay trong nhiều trường hợp

một số địa phương không coi đó là một quyền đương nhiên. Vì vậy, nếu doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài muốn đăng ký lập cơ sở bán lẻ, doanh nghiệp phải chịu sự kiểm tra của ENT và có được cấp phép hay không là phụ thuộc vào sự quyết định của cơ quan Nhà nước có thẩm quyền. Vì vậy, cần thống nhất quy định rằng việc đăng ký lập cơ sở bán lẻ thứ nhất không chịu sự kiểm tra ENT đúng như cam kết WTO và được xem là quyền đương nhiên của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài đã được cấp phép thực hiện quyền phân phối.

Song song với các quy định về nội dung, các quy định về trình tự, thủ tục, thẩm quyền cấp giấy chứng nhận đầu tư, giấy phép kinh doanh vẫn còn nhiều bất cập. Luận văn đã nêu rõ việc phải thống nhất các quy định pháp luật liên quan đến thủ tục này và cả phương thức áp dụng của các địa phương trên cả nước. Các địa phương cần xóa bỏ ngay các quy định về kéo dài thời gian cấp phép, yêu cầu bắt buộc về vốn điều lệ tối thiểu của một số địa phương, hạn chế danh mục hàng hóa, giới hạn thời gian của giấy chứng nhận đầu tư của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Cùng với việc hoàn thiện khung pháp lý, Việt Nam cũng cần phải tăng cường quản lý Nhà nước trong dịch vụ bán lẻ hàng hóa của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Toàn bộ khung pháp lý về dịch vụ bán lẻ chỉ đưa ra các quy định nhằm ràng buộc chặt chẽ quá trình cấp giấy phép mà chưa hề có một quy định cụ thể về việc các cơ quan quản lý địa phương kiểm tra, kiểm soát hoạt động của các doanh nghiệp này sau khi được cấp phép. Việc kiểm soát hoạt động chủ yếu chỉ dựa vào báo cáo của doanh nghiệp. Để thực hiện các nội dung nêu trên, nhà nước ta nên cũng cần có chính sách hỗ trợ, bồi dưỡng nhằm nâng cao trình độ chuyên môn, ngoại ngữ cho đội ngũ cán bộ, công chức. Pháp luật nước ta phải luôn luôn đảm bảo việc phát huy tối đa nguồn nội lực, khuyến khích đầu tư và thực thi đúng các cam kết.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Ban Chấp hành Trung ương Đảng (2007), *Nghị quyết số 08-NQ/TW về một số chủ trương, chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững khi Việt Nam là thành viên của WTO*, Hà Nội
2. Bộ Công thương (Bộ Thương mại) (2004), *Quyết định số 1371/2004/QĐ-BTM về việc ban hành quy chế siêu thị, trung tâm thương mại*, Hà Nội.
3. Bộ Công Thương - Trung tâm thông tin Công nghiệp và Thương mại (2008), *WTO và hệ thống phân phối của Việt Nam*, Nhà xuất bản Lao động, Hà Nội.
4. Bộ Công Thương (2009), *Cam kết về dịch vụ khi gia nhập WTO: Bình luận của người trong cuộc*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.
5. Bộ Công Thương (2011), *Quyết định số 3098/QĐ-BCT phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2011 – 2020 và định hướng đến 2030*, Hà Nội.
6. Bộ Công Thương (2013), *Thông tư số 08/2013/TT-BCT hướng dẫn 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 nước ngoài tại Việt Nam*, Hà Nội.
7. Bộ Công Thương (2013), *Thông tư số 34/2013/TT-BCT công bố lộ trình thực hiện hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan đến mua bán hàng hóa của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam*, Hà Nội.
8. Bộ Công Thương (2014), *Thông tư số 24/2014/TT-BCT hướng dẫn một số nội dung quy định tại Nghị định số 42/2014/NĐ-CP ngày 14 tháng 5 năm 2014 của Chính phủ về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp*, Hà Nội.

9. Bộ Công Thương (2014), *Thông tư số 60/2014/TT-BCT hướng dẫn thực hiện một số điều của Nghị định số 94/2012/NĐ-CP ngày 12/11/2012 của Chính phủ về sản xuất và kinh doanh rượu*, Hà Nội.
10. Chính phủ (2003), *Nghị định số 02/2003/NĐ-CP về phát triển và quản lý chợ*, Hà Nội.
11. Chính phủ (2007), *Nghị định số 23/2007/NĐ-CP 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 nước ngoài tại Việt Nam*, Hà Nội.
12. Chính phủ (2007), *Nghị định 39/2007/NĐ-CP về cá nhân hoạt động thương mại một cách độc lập, thường xuyên không phải đăng ký kinh doanh*, Hà Nội.
13. Chính phủ (2009), *Văn kiện Đảng về Thương mại dịch vụ*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
14. Chính phủ (2009), *Nghị định 114/2009/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14 tháng 1 năm 2003 về phát triển và quản lý chợ*, Hà Nội.
15. Chính phủ (2012), *Nghị định số 94/2012/NĐ-CP về sản xuất và kinh doanh rượu*, Hà Nội.
16. Chính phủ (2013), *Nghị định 187/2013/NĐ-CP quy định chi tiết thi hành Luật Thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế và các hoạt động đại lý mua, bán, gia công và quá cảnh hàng hóa với nước ngoài*, Hà Nội.
17. Chính phủ (2014), *Nghị quyết số 49/NQ-CP về một số chủ trương, chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững khi Việt Nam là thành viên của WTO*, Hà Nội.

18. Chính phủ (2014), *Nghị định số 42/2014/NĐ-CP về quản lý hoạt động bán hàng đa cấp*, Hà Nội.
19. Chính phủ (2014), *Nghị định số 83/2014/NĐ-CP của Chính phủ về kinh doanh xăng dầu*, Hà Nội.
20. Chính phủ (2015), *Nghị định số 78/2015/NĐ-CP về đăng ký doanh nghiệp*, Hà Nội.
21. Chính phủ (2015), *Nghị định số 96/2015/NĐ-CP hướng dẫn chi tiết thi hành một số điều của Luật Doanh nghiệp*, Hà Nội.
22. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên (Mutrap II) (2006), *Hỏi đáp về WTO*, Hà Nội.
23. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên (Mutrap II) (2006), *Cam kết của Việt Nam trong WTO*, Hà Nội.
24. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên (Mutrap II) (2006), *Cẩm nang cam kết Thương mại dịch vụ của Việt Nam trong WTO*, Hà Nội.
25. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên Việt Nam II (Mutrap II) (2007), *Đánh giá tác động của các cam kết và nghĩa vụ của Việt Nam theo Hiệp định GATS*, Hà Nội.
26. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên Việt Nam II (Mutrap II) (2008), *Việt Nam gia nhập tổ chức thương mại thế giới – Giải thích các điều kiện gia nhập*, Nhà xuất bản lao động xã hội, Hà Nội.
27. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên Việt Nam III (Mutrap III) (2009), *Báo cáo rà soát khuôn khổ pháp lý về dịch vụ phân phối ở Việt Nam và những khuyến nghị về sự phù hợp của các quy định chuyên ngành với cam kết WTO*, Hà Nội.
28. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên Việt Nam III (Mutrap III) (2009), *Báo cáo so sánh khuôn khổ pháp lý về dịch vụ phân phối và quy định Nhà*

nước trong ngành bán lẻ ở một số quốc gia – Kinh nghiệm đối với Việt Nam, Hà Nội.

29. Dự án hỗ trợ chính sách thương mại và đầu tư của Châu Âu (2014), *Sách hướng dẫn về tổ chức và hoạt động của lĩnh vực phân phối tại Liên minh châu Âu*, Hà Nội.
30. Hiệp Hội bán lẻ Việt Nam - Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2008), *Việt Nam – WTO: mở cửa thị trường trong lĩnh vực dịch vụ phân phối – bán lẻ*, Tập tài liệu hội thảo quốc gia, Hà Nội
31. Học viện chính trị hành chính quốc gia Hồ Chí Minh (2009), *Hai năm Việt Nam gia nhập WTO – Đánh giá tác động hội nhập kinh tế quốc tế*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
32. Quốc hội (2005), *Luật ký kết, gia nhập và thực hiện điều ước quốc tế của Việt Nam*, Hà Nội.
33. Quốc hội (2005), *Luật Cạnh tranh*, Hà Nội.
34. Quốc hội (2005), *Luật Thương mại*, Hà Nội.
35. Quốc hội (2005), *Luật Doanh nghiệp*, Hà Nội.
36. Quốc hội (2005), *Luật Đầu tư*, Hà Nội.
37. Quốc hội (2005), *Luật Giao dịch điện tử*, Hà Nội.
38. Quốc hội (2007), *Luật Chất lượng sản phẩm, hàng hóa*, Hà Nội.
39. Quốc hội (2010), *Luật bảo vệ người tiêu dùng*, Hà Nội.
40. Quốc hội (2012), *Luật giá*, Hà Nội.
41. Quốc hội (2014), *Luật Doanh nghiệp*, Hà Nội.
42. Quốc hội (2014), *Luật Đầu tư*, Hà Nội.
43. Mai Hồng Quỳ, Trần Việt Dũng (2012), *Giáo trình Luật Thương mại quốc tế*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia, Thành phố Hồ Chí Minh.
44. Tạp chí Xây dựng Đảng (2011), *Chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2011-2020*,

<http://www.xaydungdang.org.vn/Home/vankientulieu/2011/3511/CHIEN-LUOC-PHAT-TRIEN-KINH-TEXA-HOI-20112020.aspx>, ngày cập nhật 20/03/2011.

45. Nguyễn Thị Thu Trang (chủ biên) (2009), *Cẩm nang doanh nghiệp về WTO và cam kết của Việt Nam*, Nhà xuất bản Chính trị quốc gia, Hà Nội.
46. Trường Đại học Luật Hà Nội (2010), *Giáo trình Luật Quốc tế*, Nhà xuất bản Công an nhân dân, Hà Nội.
47. Trường Đại học Luật Hà Nội (2010), *Giáo trình Luật Thương mại quốc tế*, Nhà xuất bản Tư Pháp, Hà Nội.
48. Trường Đại học Luật Hà Nội (2011), *Giáo trình Tư pháp quốc tế*, Nhà xuất bản Công an nhân dân, Hà Nội
49. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2004), *Các văn kiện cơ bản của Tổ chức thương mại thế giới*, Nhà xuất bản Thanh niên, Hà Nội.
50. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2004), *Hỏi đáp về Tổ chức thương mại thế giới (WTO)*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
51. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2005), *Sổ tay về hệ thống giải quyết tranh chấp của WTO*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
52. Ủy ban quốc gia về hợp tác kinh tế quốc tế (2006), *Các văn kiện gia nhập Tổ chức thương mại thế giới – WTO của Việt Nam*, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
53. Văn phòng Quốc Hội – Trung tâm thông tin thư viện và nghiên cứu khoa học (2007), *Việt Nam gia nhập WTO: Thuận lợi, Thách thức và vai trò của Quốc Hội*, Hà Nội.
54. Văn phòng Trung ương Đảng (2016), *Báo cáo chính trị của Ban chấp hành Đảng khóa XI tại Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ XII của Đảng*, http://daihoi12.dangcongsan.vn/Modules/News/NewsDetail.aspx?co_id=30106&cn_id=404979, ngày cập nhật 24/03/2016.

55. WTO – Ban Công tác về việc gia nhập WTO ở Việt Nam (2006), *Biểu cam kết về dịch vụ*, Hà Nội.
56. WTO (1995), *Hiệp định chung về Thương mại dịch vụ - GATS*, Ma rốc.
57. Nguyễn Như Ý (2013), *Đại từ điển Tiếng Việt*, Nhà xuất bản Đại học quốc gia, TP.HCM.