

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN**



**PHAN TỔ UYÊN**

**PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP  
ĐẨY MẠNH KINH DOANH Ở CÁC DOANH NGHIỆP  
THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI**

**Chuyên ngành: Kinh tế, quản lý và KHH KTQD  
(Kinh tế thương mại)**

**Mã số: 5. 02. 05**

**TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SỸ KINH TẾ**

***Hà Nội - 2001***

8391

THU VIỆN

QUỐC GIA

**CÔNG TRÌNH ĐƯỢC HOÀN THÀNH TẠI TRƯỜNG  
ĐẠI HỌC KINH TẾ QUỐC DÂN HÀ NỘI**

***Người hướng dẫn khoa học:***

- 1. PGS. TS HOÀNG ĐỨC THÂN**  
Trường Đại học Kinh tế Quốc dân
- 2. PGS.TS PHẠM VŨ LUẬN**  
Trường Đại học Thương mại

***Phản biện 1:***

***Phản biện 2:***

***Phản biện 3:***

**Luận án sẽ được bảo vệ tại Hội đồng chấm Luận án cấp Nhà nước  
Họp tại Trường Đại học Kinh tế Quốc dân**

**Vào hồi..... giờ..... ngày ..... tháng..... năm.....**

***Có thể tìm hiểu Luận án tại:***

- Thư viện trường Đại học Kinh tế Quốc dân**
- Thư Viện Quốc gia**

## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của luận án.

Hà Nội là trái tim của cả nước, đầu não chính trị hành chính quốc gia, trung tâm lớn về văn hóa, khoa học, giáo dục, kinh tế và giao dịch quốc tế của cả nước. Sau 15 năm đổi mới, Hà Nội đã đạt được những thành tựu nổi bật, điều đó được thể hiện ở các chỉ số tăng trưởng cao của kinh tế thủ đô. Tốc độ tăng trưởng GDP bình quân hàng năm thời kỳ 1986÷1990 là 7,1%/ năm đã tăng lên 12,52%/ năm thời kỳ 1991÷1995 và ước đạt 10,38%/ năm thời kỳ 1996÷2000 (tốc độ tăng trưởng này thường cao hơn cả nước 1,5 lần). Trong kết quả trên, phải kể tới sự đóng góp không nhỏ của thương mại thủ đô nói chung và hệ thống các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội nói riêng.

Từ khi chuyển sang cơ chế thị trường, các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn đã có bước phát triển đáng kể, đã cơ bản xóa bỏ bù lỗ từ ngân sách, thực hiện tự chủ trong kinh doanh, thích ứng dần với cơ chế thị trường, tạo được nguồn thu cho ngân sách nhà nước từ kết quả kinh doanh mang lại. Hoạt động của hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước đã góp phần đáng kể làm cho thị trường thủ đô sôi động phong phú, tích cực góp phần cân đối cung cầu, tăng trưởng kinh tế xã hội và cải thiện đời sống nhân dân.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành tựu nêu trên, doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn cũng bộc lộ những khuyết tật đã kéo dài đó là hiệu quả kinh doanh thấp, tổ chức phân tán, thiếu vốn nghiêm trọng... từ đó làm hạn chế vai trò chủ đạo của Nhà nước trong hoạt động thương mại nhiều thành phần.

Cả lý luận và thực tiễn đang đặt ra yêu cầu cấp bách phải nghiên cứu nhằm tìm ra phương hướng và giải pháp đẩy mạnh kinh doanh ở các doanh nghiệp thương mại nhà nước để từ đó doanh nghiệp thương mại nhà nước thực

sự phát huy vai trò của mình trong nền thương mại nhiều thành phần. Vì vậy, tôi đã chọn đề tài nghiên cứu: ***"Phương hướng và giải pháp đẩy mạnh kinh doanh ở các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội"*** để làm luận án tiến sĩ.

## **2. Mục đích nghiên cứu của luận án:**

- Làm rõ tính tất yếu tồn tại và sự cần thiết, nội dung đẩy mạnh kinh doanh ở các doanh nghiệp thương mại nhà nước ở nước ta.

- Phân tích và đánh giá thực trạng kinh doanh, lợi thế và hạn chế của doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.

- Xây dựng phương hướng các giải pháp chủ yếu thúc đẩy kinh doanh, từng bước nâng cao hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội, từ đó góp phần phát triển kinh tế xã hội Thủ đô Hà Nội.

## **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu của luận án:**

- Đối tượng nghiên cứu của luận án: hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước.

- Phạm vi nghiên cứu của luận án: các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội. Thời gian nghiên cứu tập trung vào giai đoạn từ 1986 đến nay.

## **4. Phương pháp nghiên cứu:**

Luận án sử dụng tổng hợp các phương pháp nghiên cứu khoa học phổ biến mà nòng cốt là phương pháp duy vật biện chứng và duy vật lịch sử. Tùy theo những nội dung cụ thể các phương pháp tổng hợp, phân tích, thống kê kinh nghiệm, toán học... được sử dụng một cách thích hợp để làm rõ nội dung nghiên cứu.

## **5. Những điểm mới của luận án:**

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về sự hình thành và phát triển loại hình doanh nghiệp thương mại nhà nước trong nền kinh tế thị trường ở nước ta. Từ đó khẳng định sự tồn tại khách quan và vai trò của doanh nghiệp thương mại nhà nước góp phần chủ yếu để kinh tế nhà nước thực hiện vai trò chủ đạo trong nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta.

- Luận án đã phân tích rõ những lợi thế, những cản trở kìm hãm hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước khi chuyển sang hoạt động theo cơ chế thị trường và sự cần thiết đẩy mạnh kinh doanh các doanh nghiệp thương mại nhà nước.

- Phân tích và đánh giá thực trạng kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội. Đây là công trình nghiên cứu một cách có hệ thống đầu tiên về hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội. Từ đó khẳng định vị trí và những đóng góp to lớn của hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước đối với kinh tế - xã hội Thủ đô nói riêng và cả nước nói chung.

- Trên cơ sở lý luận và thực tiễn, đề xuất phương hướng và các giải pháp chủ yếu đẩy mạnh kinh doanh, nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.

#### **6. Kết cấu của luận án.**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục và danh mục các tài liệu tham khảo, nội dung luận án kết cấu thành 3 chương:

**Chương 1:** Doanh nghiệp thương mại nhà nước và sự cần thiết đẩy mạnh kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước.

**Chương 2:** Thực trạng kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.

**Chương 3:** Phương hướng và giải pháp chủ yếu đẩy mạnh kinh doanh ở các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.

## *Chương 1*

### **DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC VÀ SỰ CẦN THIẾT ĐẨY MẠNH KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC**

*Trong chương này, luận án tập trung vào những nội dung cơ bản sau:*

#### **1.1. DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC TRONG TIẾN TRÌNH THỰC HIỆN CÔNG NGHIỆP HÓA, HIỆN ĐẠI HÓA ĐẤT NƯỚC.**

**1.1.1. Tính tất yếu khách quan và lịch sử phát triển của doanh nghiệp thương mại nhà nước ở nước ta.**

*\* Cơ sở ra đời của thương mại và hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước.*

Thương mại là hoạt động trao đổi hàng hóa thông qua mua bán trên thị trường. Thương mại hình thành và phát triển dựa trên cơ sở của sự phát triển lực lượng sản xuất đến mức mà sản xuất xã hội trở thành sản xuất hàng hóa. Thực hiện chức năng của thương mại thông qua hoạt động của doanh nghiệp thương mại trong nền kinh tế quốc dân.

Trong hệ thống các doanh nghiệp thương mại ở nước ta, doanh nghiệp thương mại nhà nước giữ vị trí quan trọng và được hình thành thông qua hai hình thức chủ yếu: quốc hữu hóa các doanh nghiệp thuộc chế độ cũ và thành lập mới trong quá trình phát triển kinh tế.

*\* Doanh nghiệp thương mại nhà nước trong quá trình xây dựng và bảo vệ Tổ quốc:*

Luận án đã khái quát quá trình hình thành và phát triển hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước theo các giai đoạn lịch sử của đất nước, từ đó khẳng định sự tồn tại của hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước là tất yếu khách quan, do đòi hỏi của phân công lao động xã hội và có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội. Trong điều kiện nền kinh tế nước ta hiện nay, doanh nghiệp thương mại nhà nước là công cụ vật chất của Nhà nước để định hướng và điều tiết lĩnh vực thương mại.

### 1.1.2. Đặc điểm, chức năng và phân loại doanh nghiệp thương mại nhà nước:

Doanh nghiệp thương mại nhà nước là doanh nghiệp do Nhà nước đầu tư vốn, thành lập và tổ chức quản lý, hoạt động kinh doanh thương mại nhằm thực hiện các mục tiêu kinh tế xã hội do Nhà nước giao.

- *Đặc điểm của doanh nghiệp thương mại nhà nước:*

+ Doanh nghiệp thương mại nhà nước là tổ chức kinh tế hợp pháp chuyên kinh doanh để kiếm lời thông qua hoạt động mua bán hàng hóa trên thị trường.

+ Doanh nghiệp thương mại nhà nước là tổ chức kinh tế hoạt động kinh doanh thương mại do Nhà nước trực tiếp thành lập và đầu tư vốn nên nó thuộc sở hữu nhà nước, được Nhà nước tổ chức quản lý.

- *Chức năng của doanh nghiệp thương mại nhà nước:*

+ Lưu chuyển hàng hóa trong nền kinh tế quốc dân nhằm thỏa mãn mọi nhu cầu của xã hội.

+ Tiếp tục quá trình sản xuất trong khâu lưu thông.

+ Thực hiện giá trị hàng hóa.

+ Tổ chức sản xuất kinh doanh.

+ Là công cụ vật chất của Nhà nước để điều tiết vĩ mô nền kinh tế, bình ổn giá cả thị trường và định hướng phát triển thương mại.

- *Phân loại doanh nghiệp thương mại nhà nước:* Tùy theo mục đích, yêu cầu khác nhau mà có các tiêu thức phân loại khác nhau. Luận án đã trình bày 5 tiêu thức phân loại như: theo tính chất các mặt hàng kinh doanh; theo mức độ đóng góp vốn của Nhà nước và mức độ chi phối của Nhà nước; theo phân cấp quản lý; theo qui mô của doanh nghiệp thương mại nhà nước. Việc nghiên cứu cách phân loại và đặc điểm của doanh nghiệp thương mại nhà nước, từ đó tìm ra các biện pháp thích ứng nhằm đẩy mạnh kinh doanh.

### 1.1.3. Vai trò của doanh nghiệp thương mại nhà nước trong tiến trình thực hiện công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước.

Sự phát triển doanh nghiệp thương mại nhà nước ở nước ta luôn gắn liền và có vai trò quan trọng đối với sự phát triển kinh tế của đất nước qua các thời

kỳ. Trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa hiện nay, vai trò của doanh nghiệp thương mại nhà nước thể hiện ở nội dung sau:

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước là lực lượng vật chất góp phần đắc lực vào việc bình ổn giá cả thị trường, định hướng và điều tiết lĩnh vực thương mại và khắc phục những khuyết tật của thị trường.

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước là lực lượng chủ lực trong hoạt động xuất nhập khẩu.

- Đóng góp quan trọng vào nguồn thu cho ngân sách nhà nước.

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước là lực lượng chủ yếu cung ứng vật tư, hàng hóa thiết yếu cho công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước là lực lượng đi đầu trong việc ứng dụng những thành tựu khoa học, công nghệ, là đại biểu cho phương thức kinh doanh tiên bộ, là tấm gương về việc chấp hành pháp luật. Thông qua hoạt động của mình, doanh nghiệp thương mại nhà nước làm thay đổi cơ cấu nền sản xuất xã hội theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa.

## **1.2. NỘI DUNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH VÀ SỰ CẦN THIẾT PHẢI ĐẨY MẠNH HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC.**

### **1.2.1. Nội dung hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại nhà nước.**

Hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước là quá trình tổ chức, thực hiện việc đầu tư tiền của, công sức vào mua bán hàng hóa nhằm tìm kiếm lợi nhuận. Như vậy, hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại nhà nước gồm các nội dung sau:

- Điều tra, nghiên cứu xác định nhu cầu của thị trường để lựa chọn mặt hàng, ngành hàng kinh doanh.

- Xây dựng chiến lược kinh doanh trên cơ sở huy động và sử dụng hợp lý các nguồn lực ở doanh nghiệp.



- Tổ chức và triển khai thực hiện các kế hoạch nghiệp vụ kinh doanh của doanh nghiệp thương mại nhà nước.

- Quản trị kinh doanh và đánh giá kết quả hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

Từ các nội dung khái quát trên doanh nghiệp thương mại nhà nước thực hiện các hoạt động tác nghiệp cụ thể.

### **1.2.2. Hiệu quả kinh doanh và đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thương mại nhà nước.**

#### ***\* Quan niệm về hiệu quả kinh doanh.***

Có nhiều quan niệm khác nhau về hiệu quả kinh doanh. Theo cách chung nhất, hiệu quả kinh doanh là phạm trù kinh tế phản ánh trình độ sử dụng các yếu tố của quá trình kinh doanh, là sự so sánh giữa kết quả thu được với chi phí bỏ ra trong hoạt động kinh doanh.

#### ***\* Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước và phương pháp xác định.***

Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thương mại là vấn đề phức tạp, có quan hệ đến toàn bộ các yếu tố của quá trình kinh doanh. Doanh nghiệp chỉ có thể đạt được hiệu quả cao khi sử dụng các yếu tố cơ bản của quá trình kinh doanh có hiệu quả. Do vậy, khi đánh giá hiệu quả kinh doanh cần sử dụng cả chỉ tiêu tuyệt đối và cả chỉ tiêu tương đối.

- Chỉ tiêu tuyệt đối: là mức tổng hợp của các bộ phận hợp thành, có thể ở dạng (+) hoặc dạng (-).

- Chỉ tiêu tương đối: là sự so sánh các chỉ tiêu của các yếu tố kết quả thu được và các chỉ tiêu của các yếu tố chi phí bỏ ra. Chỉ tiêu tương đối được dùng dưới dạng chỉ số như: chỉ số tương đối hoàn thành kế hoạch; chỉ số tương đối động thái thời gian; chỉ số tương đối không gian. Ngoài ra, chỉ tiêu tương đối còn được dùng dưới dạng kết cấu (tỷ trọng) để so sánh. Việc chọn chỉ tiêu hay đơn vị tính tùy thuộc vào mục đích hay mức độ phân tích, đánh giá hiệu quả kinh doanh.

Đối với các doanh nghiệp chuyên kinh doanh thương mại quốc tế, do tính đặc thù riêng có trong hoạt động kinh doanh nên thường sử dụng một số chỉ tiêu như: Tỷ suất ngoại tệ đối với hàng xuất khẩu; Tỷ suất ngoại tệ đối với hàng nhập khẩu; Chỉ tiêu hiệu quả tương đối của xuất khẩu; Chỉ tiêu hiệu quả tương đối của nhập khẩu...

### **1.2.3. Sự cần thiết phải đẩy mạnh hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước.**

- Về cơ sở lý luận: Mỗi doanh nghiệp là một cơ thể sống, trong suốt chu kỳ đời sống của mình, bắt đầu từ thời điểm ra đời cho đến khi phát triển, trưởng thành, doanh nghiệp luôn nằm trong sự vận động, được tạo nên bởi những thay đổi của những yếu tố cấu thành nội lực doanh nghiệp và những thay đổi của môi trường bên ngoài đòi hỏi doanh nghiệp phải thích ứng. Vì vậy, để tồn tại và phát triển bền vững các doanh nghiệp cần phải đẩy mạnh hoạt động kinh doanh.

- Về cơ sở thực tiễn: Sau hơn 15 năm đổi mới các doanh nghiệp thương mại nhà nước đã có những chuyển biến tích cực thích ứng dần với cơ chế thị trường. Doanh nghiệp thương mại nhà nước chiếm tỷ trọng cao về xuất nhập khẩu đồng thời là đầu mối xuất khẩu hầu hết các mặt hàng quan trọng như dầu thô, than, gạo, hàng may mặc... Năm bán buôn và chi phối thị trường bán lẻ một số mặt hàng thiết yếu như xăng dầu, phân bón, sắt thép... Tuy nhiên, hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước hiện nay còn bộc lộ nhiều mặt yếu kém như: số lượng nhiều, quy mô nhỏ, vốn ít, tổ chức phân tán, chồng chéo. Hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thương mại nhà nước chưa cao và đang giảm dần, tốc độ tăng trưởng bình quân của doanh nghiệp nhà nước sau một thời gian liên tục đạt 13% đến năm 1998-2000 giảm xuống còn 8-9%. Khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại nhà nước trên thị trường quốc tế và trong nước rất thấp.

Thực tiễn trên đặt ra yêu cầu khách quan các doanh nghiệp thương mại nhà nước phải đẩy mạnh kinh doanh để từ đó doanh nghiệp thương mại nhà nước thực sự phát huy vai trò chủ đạo trong nền thương mại nhiều thành phần.

### **1.3. NHỮNG LỢI THẾ VÀ CẢN TRỞ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC.**

Chuyển sang cơ chế thị trường, với chính sách phát triển kinh tế nhiều thành phần của Đảng và Nhà nước đã tạo ra một cục diện mới trong lĩnh vực thương mại. Tham gia hoạt động thương mại lúc này không phải chỉ có các doanh nghiệp thương mại nhà nước mà còn có một lực lượng khá đông đảo các doanh nghiệp thương mại ngoài quốc doanh và những người buôn bán nhỏ. Trong môi trường hoàn cảnh mới so với các doanh nghiệp thương mại khác, doanh nghiệp thương mại nhà nước có những lợi thế và cản trở nhất định.

#### **1.3.1. Những lợi thế của doanh nghiệp thương mại nhà nước.**

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước được nhà nước hậu thuẫn ưu tiên, ưu đãi trong việc vay vốn tổ chức các hoạt động kinh doanh. Một số doanh nghiệp thương mại nhà nước được hưởng ưu thế độc quyền, ưu đãi bảo hộ của Nhà nước.

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước là nơi tập trung chủ yếu những cơ sở vật chất kỹ thuật tiên tiến với đội ngũ nhân lực được đào tạo có hệ thống của cả nước. Một số doanh nghiệp thương mại nhà nước có quy mô vốn lớn, có lợi thế về địa điểm và đất đai.

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước có lợi thế về kinh nghiệm kinh doanh và hệ thống ban hàng trong nước và quốc tế. Tạo dựng được hình ảnh và niềm tin trong công chúng.

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước có đủ sức mạnh về vốn, kinh nghiệm, uy tín thực hiện liên doanh với các doanh nghiệp nước ngoài, hình thành doanh nghiệp liên doanh

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước thường gương mẫu, nghiêm chỉnh trong việc thực hiện pháp luật của Nhà nước. Chính vì vậy, các đối tác khi quan hệ với các doanh nghiệp nhà nước nói chung và doanh nghiệp thương mại nhà nước nói riêng, họ cảm thấy yên tâm hơn, tin tưởng hơn. Đây chính là lợi thế lớn vô hình của doanh nghiệp thương mại nhà nước.

**1.3.2. Những cản trở, kìm hãm hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước khi chuyển sang kinh tế thị trường ở nước ta.**

- Một số doanh nghiệp thương mại nhà nước phải gánh chịu hậu quả do quá trình lịch sử để lại về lao động, bộ máy công kênh, sức ỳ.
- Phân quyền tài sản ở doanh nghiệp thương mại nhà nước chưa rõ ràng.
- Doanh nghiệp chưa thực sự được tự chủ về tài chính và về lao động.
- Tổ chức quản lý chưa phù hợp, năng lực cán bộ quản lý kinh doanh hạn chế.
- Quá trình sắp xếp lại doanh nghiệp thương mại nhà nước còn quá chậm.

Nghiên cứu những lợi thế và cản trở, kìm hãm hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước, luận án khẳng định: để nâng cao hiệu quả kinh doanh và sức cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại nhà nước, để doanh nghiệp thương mại nhà nước giữ đúng vị trí, vai trò trong nền kinh tế, cần xây dựng một hệ thống các giải pháp từ phía nhà nước và của chính bản thân mỗi doanh nghiệp.

**KẾT LUẬN CHƯƠNG 1:**

Trọng tâm mà chương 1 đã tập trung nghiên cứu với mục tiêu làm rõ tính tất yếu tồn tại và vai trò của doanh nghiệp thương mại nhà nước qua các thời kỳ. Hệ thống hóa những vấn đề lý luận về kinh doanh thương mại, nội dung hoạt động kinh doanh và các chỉ tiêu chủ yếu đánh giá hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước. Bên cạnh đó luận án đã phân tích rõ những lợi thế và cản trở, kìm hãm hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước khi chuyển sang kinh tế thị trường, nhằm tạo cơ sở cho việc nghiên cứu, phân tích thực trạng kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội trong chương 2.

## **Chương 2**

### **THỰC TRẠNG KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI**

#### **2.1. VỊ TRÍ CỦA THỦ ĐÔ HÀ NỘI VÀ ĐÓNG GÓP CỦA THƯƠNG MẠI ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN CỦA THÀNH PHỐ HÀ NỘI.**

##### **2.1.1. Đặc điểm kinh tế xã hội của Thành phố Hà Nội.**

Trong phần này tác giả đi sâu nghiên cứu:

- Những đặc điểm chung của Thành phố Hà Nội từ đó khẳng định: Hà Nội có vị trí địa lý, kinh tế, chính trị quan trọng, có lợi thế đặc biệt so với các địa phương khác. Sự phát triển cũng như biến động của thị trường Hà Nội tác động lớn đến sự phát triển cũng như biến động của thị trường khu vực phía Bắc và thị trường chung của cả nước.

- Những thành tựu to lớn về kinh tế - xã hội của Hà Nội trong 15 năm đổi mới vừa qua, từ đó đã tạo ra cho Hà Nội thế và lực mới, những thời cơ để phát triển toàn diện, vững chắc trong những năm đầu thế kỷ 21.

##### **2.1.2. Những kết quả và đóng góp của thương mại thành phố Hà Nội trong những năm đổi mới.**

Trong những năm đổi mới vừa qua thương mại Hà Nội đã đạt được kết quả nhất định và có đóng góp quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội Thủ đô. Mức tăng trưởng của thương mại - dịch vụ đạt khá, trung bình giai đoạn 1990÷2000 là 11,7%, riêng thời kỳ 1996÷2000 là 10,14%. Văn minh thương mại ngày càng được chú trọng theo hướng phục vụ tốt nhất nhu cầu và thị hiếu người tiêu dùng. Mạng lưới thương mại (hệ thống chợ, siêu thị, cửa hàng thương mại dịch vụ...) được mở rộng và phát triển theo hướng hiện đại hóa. Tốc độ tăng trưởng xuất khẩu bình quân thời kỳ 1991÷2000 là 21,66%/ năm. Kim ngạch nhập khẩu của địa phương tăng bình quân 21,33%, thị trường xuất nhập khẩu ngày càng được ổn định và mở rộng ở hầu hết các châu lục trên thế giới. Trong cơ cấu GDP của Hà Nội, tỷ trọng của dịch vụ - thương mại luôn ở mức

cao (xem biểu 2.1). Để thấy được vai trò của thương mại Thủ đô đối với việc tổ chức lưu thông hàng hóa trên địa bàn, luận án đã phân tích trên 3 mặt:

- Tình hình lưu chuyển hàng hóa bán lẻ xã hội.
- Tình hình lưu chuyển hàng hóa bán buôn xã hội.
- Tình hình xuất, nhập khẩu.

**Biểu 2.1:** Một số chỉ tiêu phản ánh tình hình tổng sản phẩm trong nước và lưu chuyển hàng hóa xã hội thành phố Hà Nội giai đoạn (1991 - 2000)

Chỉ tiêu	1991	1995	1996	1997	1998	1999	2000
I. Tổng GDP (Tr.đồng)	3.936.734	14.499.425	17.292.271	20.070.838	24.082.620	27.038.813	29.569.786
Trong đó:							
* Thương mại	1.021.666	2.748.533	2.466.647	2.618.258	3.103.926	3.904.783	4.305.387
* Tốc độ phát triển thương mại (%)	182,60	134,60	119,30	116,10	120,00	125,80	110,20
II. Tổng mức lưu chuyển hàng hóa xã hội (tỉệu đồng)	15.478.237	45.460.000	52.828.862	57.605.171	63.551.672	64.295.000	67.636.000
Trong đó:							
* Bán buôn	11.275.237	32.770.000	38.141.862	42.043.171	45.518.672	45.593.000	47.406.000
- Thương mại nhà nước	11.061.774	28.082.859	33.324.545	37.147.140	40.527.530	37.452.300	37.924.800
- Thương mại ngoài nhà nước	213.499	4.687.141	4.817.317	4.896.031	4.981.140	8.140.700	9.481.200
* Bán lẻ	4.203.000	12.690.000	14.687.000	15.562.000	18.033.000	18.702.000	20.230.000
III. Tốc độ tăng lưu chuyển hàng hóa xã hội (năm trước 100%)	125	138,3	116,2	109,0	108,5	101,2	105,2

Nguồn: Cục Thống kê Hà Nội.

Từ những phân tích trên đây cho thấy, thương mại Thủ đô đã có sự chuyển biến mạnh mẽ, tích cực, góp phần quan trọng thúc đẩy sản xuất phát triển, phân công lại lao động xã hội và phát huy nội lực của kinh tế Thủ đô.

### 2.1.3. Đánh giá tổng quát về thị trường và thương mại Hà Nội những năm qua.

Thương mại Hà Nội về cơ bản đã đáp ứng tốt nhu cầu đa dạng, phong phú, khó tính và ngày càng tăng của sản xuất xã hội và tiêu dùng của dân cư Thành phố Hà Nội. Hà Nội là một thị trường tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ rất lớn. Thương mại Hà Nội đã hướng tới được nhu cầu nhiều tầng của Thủ đô.

Hà Nội đã thực sự trở thành trung tâm Thương mại lớn của cả nước, đầu mối giao lưu buôn bán trong nước và quốc tế. Vai trò phát luồng hàng hóa lưu thông trong nước và thu hút hàng hóa xuất khẩu của các địa phương khác đã nâng vị trí đầu tàu của thương mại Thủ đô với khu vực phía Bắc và cả nước.

Tham gia hoạt động thương mại trên địa bàn với sự có mặt của các thành phần kinh tế, trong đó thương mại nhà nước giữ vị trí quan trọng (đặc biệt trong lĩnh vực bán buôn và xuất nhập khẩu) (xem biểu 2.1 và 2.2).

**Biểu 2.2:** Tình hình kim ngạch xuất nhập khẩu trên địa bàn thành phố Hà Nội giai đoạn 1991 - 2000.

Đơn vị: 1.000 USD

Chỉ tiêu	Năm						
	1991	1995	1996	1997	1998	1999	2000
- Tốc độ phát triển XK (%)		136,57	137,41	115,8	102,8	111,31	124,43
- Tổng kim ngạch XK trên địa bàn	344.100	755.000	1.037.518	1.201.480	1.235.200	1.375.000	1.500.000
Trong đó:							
+ Doanh nghiệp trung ương	280.500	593.700	790.000	901.137	929.084	1.026.500	1.100.000
Tỷ trọng (%)	81,52	78,64	76,14	75,00	75,22	74,65	73,33
+ Doanh nghiệp địa phương	63.600	161.300	247.518	300.343	306.116	348.500	400.000
Tỷ trọng (%)	18,48	21,36	23,86	25,00	24,78	25,35	26,67
- Tổng kim ngạch NK trên địa bàn	423.166	848.797	1.249.504	7.370.989	1.500.000	1.623.000	1.947.600
Trong đó:							
+ Doanh nghiệp trung ương	400.000	650.000	89.000	1.021.105	1.129.711	1.257.000	1.516.600
Tỷ trọng (%)	94,53	76,58	7,12	74,48	75,31	77,45	77,87
+ Doanh nghiệp địa phương	23.166	198.797	359.504	349.884	370.289	366.000	431.000
Tỷ trọng (%)	5,47	23,42	28,77	25,52	24,69	22,55	22,13

Nguồn: Cục Thống kê Hà Nội.

## 2.2. THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI.

### 2.2.1. Hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.

Tính đến ngày 31/12/2000 trên địa bàn Hà Nội có 214 doanh nghiệp thương mại nhà nước, trong đó có 137 doanh nghiệp thương mại nhà nước Trung ương và 77 doanh nghiệp thương mại nhà nước địa phương. Hệ thống này gồm 3 nhóm:

*Nhóm 1:* Doanh nghiệp thương mại nhà nước Trung ương chủ yếu thuộc Bộ Thương mại và một số bộ ngành khác. Các doanh nghiệp thương mại nhà nước Trung ương có ưu thế hơn các doanh nghiệp thương mại nhà nước địa phương về vốn, hoạt động của các doanh nghiệp này chủ yếu tập trung vào bán buôn và xuất nhập khẩu là chính.

*Nhóm 2:* Các doanh nghiệp thương mại nhà nước của thành phố, chủ yếu thuộc Sở Thương mại Hà Nội.

*Nhóm 3:* Các doanh nghiệp thương mại nhà nước thuộc UBND quận, huyện quản lý.

Nhóm 2 và 3 tập trung chủ yếu ở lĩnh vực bán lẻ và kinh doanh tổng hợp trên thị trường nội địa.

### 2.2.2. Phân tích thực trạng kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.

*\* Phân tích hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.*

**Biểu 2.3:** Số lượng doanh nghiệp thương mại trên địa bàn Hà Nội giai đoạn 1991 + 2000.

Đơn vị: doanh nghiệp

TT	Doanh nghiệp	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
1	Tổng số doanh nghiệp thương mại nhà nước	297	300	306	318	309	305	273	259	251	214
	<i>Trong đó:</i>										
	+ Doanh nghiệp thương mại nhà nước trung ương	182	183	185	186	181	181	152	140	140	137
	+ Doanh nghiệp thương mại nhà nước địa phương	115	117	121	132	128	124	121	119	111	77
2	Doanh nghiệp thương mại ngoại quốc doanh	167	277	546	895	1295	1296	1319	1492	1826	3162
3	Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài	8	12	22	33	36	39	38	38	38	39

*Nguồn: Cục Thống kê Hà Nội  
Sở Thương mại Hà Nội*



Từ khi chuyển sang kinh doanh theo cơ chế thị trường, các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội phải đương đầu với cạnh tranh gay gắt của các thành phần kinh tế khác. Số lượng các doanh nghiệp thương mại ngoài quốc doanh tăng lên một cách đáng kể (xem biểu 2.3). Vì vậy, để tồn tại và phát triển bền vững, các doanh nghiệp thương mại nhà nước đã quan tâm và tổ chức tốt các hoạt động nghiệp vụ kinh doanh như: công tác nghiên cứu xác định nhu cầu thị trường để lựa chọn mặt hàng, ngành hàng kinh doanh; công tác tạo nguồn hàng cho hoạt động thương mại Thủ đô nhằm đáp ứng nhu cầu cho sản xuất và tiêu dùng trên địa bàn; tổ chức bộ máy kinh doanh và thiết lập mạng lưới bán hàng hợp lý; xây dựng chiến lược thâm nhập và phát triển thị trường (không chỉ thị trường trong nước mà cả thị trường ngoài nước).

***\* Phân tích hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.***

Sau 15 năm đổi mới, hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước đã có những chuyển biến tích cực, đã thu được những kết quả nhất định và có đóng góp quan trọng đối với sự phát triển kinh tế xã hội thủ đô. Nhưng nhìn chung kết quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn thành phố Hà Nội thời gian qua chưa cao. Lợi nhuận của các doanh nghiệp thương mại nhà nước so với vốn đầu tư thấp, lợi nhuận trước thuế chỉ đạt bình quân hàng năm khoảng 7% trên tổng số vốn kinh doanh (bằng 1/2 so với các doanh nghiệp thương mại ngoài quốc doanh). Sau khi bù đắp chi phí vật chất, trả lương, nộp thuế thu nhập, lợi nhuận sau thuế còn lại để lập các quỹ không đáng kể, thậm chí nhiều doanh nghiệp không có khoản này.

Kết quả kinh doanh giữa nhóm doanh nghiệp thương mại nhà nước Trung ương và nhóm doanh nghiệp thương mại nhà nước địa phương có sự khác nhau. Để có những kết luận về tình hình kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn, tác giả luận án đã khảo sát 19 doanh nghiệp, gồm 10 doanh nghiệp thương mại nhà nước trung ương và 9 doanh nghiệp thương mại nhà nước địa phương. Đây là những doanh nghiệp điển

hình trong các ngành hàng khác nhau đại diện cho hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội. Từ đó đã nhận định: Nhìn chung quy mô vốn, lao động và hiệu quả kinh doanh của nhóm doanh nghiệp thương mại nhà nước Trung ương cao hơn doanh nghiệp thương mại nhà nước địa phương (xem biểu 2.4).

**Biểu 2.4:** Một số chỉ tiêu chủ yếu phản ánh kết quả hoạt động kinh doanh của một số doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.

Chỉ tiêu Doanh nghiệp	Năm	Tổng vốn kinh doanh (triệu đ)	Doanh thu (triệu đ)	Lãi thực hiện (+) lỗ cộng dồn (-) (triệu đ)	Nợ ngân sách (triệu đ)	Mức sinh lợi BQ 1LĐ/(1000đ/ người)	Tỷ suất lợi nhuận (so với vốn KD) (%)	Tỷ suất lợi nhuận (so với doanh thu) (%)
Công ty Intimex	1997	33.475	239.310	526	38.990	876,7	1,57	0,22
	1998	34.617	337.413	689	59.022	1.148,3	1,99	0,20
	1999	34.616	425.000	1.200	73.666	2.366,7	3,47	0,28
	2000	37.617	1.361.621	2.339	131.147	5.244,4	6,22	0,17
Công ty XNK Tổng hợp I	1997	49.303	272.705	6.073	53.732	15.182,5	12,32	2,23
	1998	51.311	263.020	5.029	49.093	8.164,0	9,8	1,91
	1999	51.452	104.459	4.678	67.380	8.567,8	9,09	4,48
	2000	55.458	375.891	10.531	62.908	19.287,5	18,99	2,8
Công ty Vật liệu điện và DCK	1997	10.408	240.176	-3.760	13.051	-7.550,2	-36,13	-1,57
	1998	10.408	190.984	76	11.258	174,7	0,73	0,04
	1999	10.408	148.162	-1.191	29.561	-3.176,0	-11,44	-0,8
	2000	10.408	230.000	-1.689	29.371	-4.757,7	-16,23	-0,73
Công ty Thương mại dịch vụ Tráng Thi	1997	9.773	147.265	731	1.854	1.422,2	7,48	0,50
	1998	9.438	174.912	892	1.944	1.784,0	9,45	0,51
	1999	9.748	185.000	1.020	2.004	2.040,0	10,46	0,55
	2000	10.662	164.206	1.141	2.627	2.282,0	11,34	0,69
Công ty Bách hóa 5 Nam Bộ	1997	2.678	42.780	237	756	1.281,1	8,85	0,55
	1998	2.727	27.803	246	761	1.301,6	9,02	0,88
	1999	2.830	32.720	320	786	1.666,7	11,31	0,98
	2000	2.885	28.583	137	633	702,6	4,8	0,48

Nguồn: Vụ Tài chính - Kế toán Bộ Thương mại Sở Thương mại Hà Nội.

### 2.2.3. Phân tích sự tác động của đổi mới cơ chế quản lý đối với các doanh nghiệp thương mại nhà nước.

Quá trình đổi mới cơ chế quản lý của Nhà nước 15 năm qua đã đem lại những chuyển biến tích cực đối với doanh nghiệp thương mại nhà nước. Quyền tự chủ trong hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thương mại nhà nước được xác lập. Môi trường kinh doanh được thiết lập theo hướng tạo điều kiện thuận lợi, công bằng và lành mạnh cho mọi doanh nghiệp cùng phát triển. Tuy nhiên, bên cạnh những tác động tích cực trên, cơ chế chính sách quản lý nhà nước hiện nay còn nhiều bất cập như: quyền tự chủ thực sự trong kinh doanh chưa được đảm bảo, việc cụ thể hóa các chủ trương chính sách nhìn chung còn chậm, nhiều cơ chế chính sách còn chông chéo gây khó khăn cho doanh nghiệp thực hiện.

THỦ VIỆN

QUỐC GIA

### 2.3. KẾT LUẬN ĐÁNH GIÁ VỀ THỰC TRẠNG KINH DOANH CỦA DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC TRÊN ĐỊA BÀN THÀNH PHỐ HÀ NỘI.

- Doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội đã khẳng định vị trí quan trọng và có đóng góp to lớn đối với kinh tế xã hội, chính trị của thủ đô Hà Nội.
- Doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội đã làm chủ được một số lĩnh vực, khâu trọng yếu và chi phối đáng kể ở một số mặt hàng thiết yếu.
- Các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội sau một thời kỳ chao đảo, đã bước đầu bắt nhịp với thị trường và vươn lên trong cạnh tranh.
- Doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn tiềm lực còn hạn chế, công nghệ kinh doanh chậm đổi mới, hiệu suất và hiệu quả kinh doanh thấp. Củng cố và phát triển doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội hiện nay là nhiệm vụ cấp bách và khó khăn.
- Hệ thống kinh doanh thương mại nhà nước bị chia cắt bởi sở chủ quản, cơ quan chủ quản dẫn tới bị chông chéo và ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

- Cơ chế, chính sách của Nhà nước đã đổi mới nhằm bảo đảm cho doanh nghiệp thương mại nhà nước được thực hiện quyền tự chủ, tự chịu trách nhiệm trong hoạt động kinh doanh. Tuy nhiên, cơ chế chính sách hiện nay còn thiếu đồng bộ hay thay đổi, thiếu ổn định trong một thời gian cần thiết, đặc biệt việc tổ chức thực hiện còn chậm, chưa nghiêm túc nên hiệu lực còn thấp.

## **KẾT LUẬN CHƯƠNG 2.**

Trong chương này, luận án đã tập trung phân tích tình hình phát triển cũng như những đóng góp của thương mại Hà Nội đối với kinh tế - xã hội thủ đô. Phân tích đánh giá thực trạng hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội những năm đổi mới vừa qua và đưa ra một số kết luận nhằm làm cơ sở cho việc kiến nghị trong chương 3.

### ***Chương 3***

## **PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP CHỦ YẾU ĐẨY MẠNH KINH DOANH Ở CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI**

### **3.1. PHƯƠNG HƯỚNG VÀ QUY HOẠCH HỆ THỐNG THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI CHO THỜI KỲ 2001 ÷ 2020.**

#### **3.1.1. Mục tiêu và phương hướng phát triển thương mại Hà Nội thời kỳ 2001-2020.**

Luận án đã trình bày những mục tiêu và phương hướng phát triển thương mại thành phố Hà Nội thời kỳ 2001 ÷ 2020.

#### **3.1.2. Căn cứ quy hoạch hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước.**

- Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội Hà Nội và tốc độ phát triển thương mại thủ đô đến năm 2020.

- Sự phát triển khoa học - công nghệ và quản lý kinh doanh.

- Yêu cầu hội nhập thương mại thủ đô với thương mại khu vực và thế giới.

- Mục tiêu tổ chức sắp xếp, hoàn thiện và phát triển mạng lưới thương mại trên địa bàn Hà Nội.

### **3.1.3. Phương hướng quy hoạch tổng thể hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.**

- Luận án trình bày phương hướng tổ chức lại, củng cố và nâng cao hơn nữa hiệu quả hoạt động của các doanh nghiệp thương mại nhà nước hiện có trong những lĩnh vực trọng yếu, đồng thời xử lý dứt điểm bằng nhiều hình thức và biện pháp đối với những doanh nghiệp thương mại nhà nước kinh doanh thua lỗ kéo dài, kể cả những doanh nghiệp thương mại nhà nước kinh doanh có lãi nhưng nhà nước không cần thiết phải nắm giữ.

- Hình thành Tổng công ty Thương mại tổng hợp Hà Nội trên cơ sở các công ty thương mại nhà nước có tiềm lực tài chính, có điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật... (không phân biệt cấp hành chính chủ quản).

### **3.2. GIẢI PHÁP TẠO MÔI TRƯỜNG VÀ ĐIỀU KIỆN THUẬN LỢI CHO KINH DOANH CỦA CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI.**

#### **3.2.1. Tiếp tục đổi mới và hoàn thiện cơ chế quản lý vĩ mô đối với doanh nghiệp thương mại nhà nước.**

- Đẩy mạnh hơn nữa công cuộc đổi mới sắp xếp lại doanh nghiệp thương mại nhà nước theo hướng: doanh nghiệp thương mại nhà nước chỉ nên là các doanh nghiệp có quy mô lớn và thực sự giữ vai trò là công cụ kinh tế của Nhà nước để định hướng, điều tiết lĩnh vực thương mại.

- Tiếp tục đổi mới cơ chế quản lý đối với doanh nghiệp thương mại nhà nước theo hướng nâng cao quyền tự chủ kinh doanh của doanh nghiệp và gắn với điều đó là giải quyết mối quan hệ tương xứng giữa quyền - lợi ích - trách nhiệm của doanh nghiệp (trước hết là của giám đốc) trong hoạt động kinh doanh.

- Đổi mới quản lý nhà nước đối với hoạt động của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội thông qua việc kiện toàn bộ máy quản lý, đổi mới phương thức quản lý và nâng cao trình độ cán bộ quản lý, có như vậy mới nâng cao được hiệu lực quản lý nhà nước về thương mại.

- Xác định đúng đắn hơn nội dung quyền của chủ sở hữu nhà nước đối với doanh nghiệp thương mại nhà nước trong mối quan hệ với quyền tự chủ của doanh nghiệp thương mại nhà nước.

- Nâng cao chất lượng đội ngũ giám đốc trong các doanh nghiệp thương mại nhà nước.

### **3.2.2. Giải pháp về đầu tư cơ sở hạ tầng vật chất cho hoạt động thương mại.**

- Đầu tư, nâng cấp và hiện đại hóa cơ sở hạ tầng cho hoạt động thương mại như: hệ thống giao thông, hệ thống thông tin liên lạc... và các điều kiện vật chất khác.

- Doanh nghiệp đầu tư phát triển cửa hàng, quầy hàng, phương tiện giao dịch, bán hàng, kho tàng, thiết bị bảo quản, bốc dỡ. Các doanh nghiệp thương mại nhà nước cần nhanh chóng nghiên cứu và ứng dụng thương mại điện tử vào công việc kinh doanh.

### **3.2.3. Giải pháp tạo dựng môi trường kinh doanh tự do, bình đẳng trong khuôn khổ luật pháp.**

Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp được cấu thành từ nhiều yếu tố khác nhau như: kinh tế, chính trị, văn hóa, xã hội, pháp luật, công nghệ... Mỗi biến đổi của từng yếu tố đều ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp, nó có thể tạo ra những cơ hội kinh doanh mới hoặc những đe dọa buộc doanh nghiệp phải thích ứng. Đối với các doanh nghiệp thương mại nhà nước cần quan tâm đặc biệt đến môi trường kinh tế và môi trường pháp lý. Vì vậy, nhà nước cần tiếp tục thực hiện việc xây dựng, hoàn thiện và ban hành hệ thống pháp luật đồng bộ phù hợp với cơ chế thị trường giúp cho các doanh nghiệp thương mại nhà nước có thể tổ chức hoạt động kinh doanh của mình.

## **3.3. GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY KINH DOANH VÀ NÂNG CAO KHẢ NĂNG CẠNH TRANH CỦA DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI NHÀ NƯỚC.**

### **3.3.1. Đổi mới công nghệ kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh.**

Chuyển sang cơ chế thị trường các doanh nghiệp thương mại nhà nước hoạt động trong môi trường cạnh tranh bình đẳng như các doanh nghiệp Thương mại thuộc các thành phần kinh tế khác. Trong bối cảnh đó để tồn tại và phát triển các doanh nghiệp thương mại nhà nước phải đổi mới công nghệ kinh doanh, phải quan tâm tới việc phát triển thị trường của mình, từ đó có khả năng bán nhiều hàng hóa hơn, tăng doanh thu, tăng lợi nhuận và chống nguy cơ thu hẹp thị trường. Vì vậy, để đổi mới công nghệ kinh doanh và nâng cao

hiệu quả kinh doanh, *trước hết* cần tăng cường công tác nghiên cứu thị trường; *hai*: lựa chọn mặt hàng, ngành hàng kinh doanh theo hướng chuyên doanh phù hợp với nội lực, xu hướng của thị trường hiện tại và tương lai; *ba*: cần tổ chức lại kênh bán hàng, mạng lưới bán hàng theo hướng tập trung vào khâu bán buôn và giữ vai trò là trung tâm phát luồng hàng hóa; *bốn*: cần tăng cường công tác quảng cáo, xúc tiến bán hàng và các loại dịch vụ để kích thích sức mua của thị trường; *năm*: liên kết với các doanh nghiệp sản xuất trong nước đặc biệt là các doanh nghiệp sản xuất trên địa bàn Hà Nội nhằm tạo nguồn hàng ổn định đảm bảo hỗ trợ cho sản xuất trong nước phát triển; *sáu*: cần kết hợp thương mại với sản xuất, chế biến hàng xuất khẩu để có nguồn hàng xuất khẩu và thị trường xuất khẩu ổn định; *bảy*: tăng cường các giải pháp giảm chi phí kinh doanh để nâng cao hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp.

### **3.3.2. Đổi mới cơ cấu tổ chức quản lý ở doanh nghiệp thương mại nhà nước.**

- Xác định rõ chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận trong hệ thống tổ chức kinh doanh của doanh nghiệp.
- Kết hợp nâng cao trình độ chuyên môn năng lực quản lý của từng thành viên với sự đồng bộ của cả hệ thống tổ chức.
- Đảm bảo thông tin trong nội bộ doanh nghiệp.
- Duy trì và phát triển mối quan hệ ngang giữa các bộ phận trong tổ chức.
- Xây dựng nền văn hóa doanh nghiệp.

### **3.3.3. Nâng cao trình độ cán bộ và nhân viên kinh doanh.**

- Tiến hành sắp xếp điều chỉnh lại đội ngũ cán bộ quản lý và nhân viên kinh doanh hiện có ở các doanh nghiệp thương mại nhà nước. Cần phát hiện người có năng lực, bố trí họ vào những công việc phù hợp với ngành nghề, năng lực sở trường.
- Cần chú trọng đào tạo, bồi dưỡng và xây dựng đội ngũ cán bộ nghiệp vụ chuyên môn có tay nghề, có năng lực kinh doanh, đặc biệt là đội ngũ cán bộ quản lý và điều hành hoạt động kinh doanh xuất nhập khẩu phù hợp với tiến trình và yêu cầu hội nhập thương mại Hà Nội với thương mại khu vực và thế giới.

- Căn tiêu chuẩn hóa đội ngũ cán bộ, nhân viên kinh doanh làm việc trong lĩnh vực thương mại dịch vụ, từ đó có căn cứ cho việc tuyển dụng, bồi dưỡng, sử dụng và đánh giá cán bộ.

- Căn áp dụng cơ chế bổ sung và đào thải nhân lực để duy trì đội ngũ cán bộ quản lý kinh doanh, nhân viên tinh thông nghiệp vụ.

- Thực hiện nghiêm minh chế độ kiểm tra, đánh giá, đề bạt, miễn nhiệm, khen thưởng cán bộ viên chức nhà nước ở các doanh nghiệp thương mại nhà nước.

#### **3.3.4. Xây dựng và thực thi chiến lược, kế hoạch kinh doanh.**

- Chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp có thể coi như sự lựa chọn con đường phát triển của doanh nghiệp đặt trong môi trường cạnh tranh và các cơ hội, thách thức trong tương lai. Chiến lược kinh doanh cũng là cách thức mà Doanh nghiệp lựa chọn để chuyển hóa những tiềm năng có hạn về của cải, tài chính và con người hình thành lợi nhuận tối đa cho mình. Vì vậy, để có được chiến lược kinh doanh đúng đắn cần thực hiện các nội dung sau:

+ Phân tích tình hình nội bộ doanh nghiệp.

+ Dự báo môi trường kinh doanh tương lai.

+ Xác định chức năng, lĩnh vực hoạt động và các mục tiêu cụ thể.

+ Hoạch định chiến lược kinh doanh trên cơ sở các thông tin đầy đủ, chính xác kịp thời và phương pháp khoa học.

- Trên cơ sở chiến lược kinh doanh, doanh nghiệp xây dựng các kế hoạch kinh doanh hợp lý, từ đó giúp cho doanh nghiệp đạt được mục tiêu trong quá trình kinh doanh.

### **KẾT LUẬN CHƯƠNG 3.**

Chương 3 được trình bày với mục đích đưa ra một số giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh kinh doanh ở các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội. Trong chương này, luận án tập trung nghiên cứu, phân tích những căn cứ và phương hướng quy hoạch hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước, từ đó đã đưa ra một số giải pháp chủ yếu nhằm đẩy mạnh kinh doanh ở các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội.



## KẾT LUẬN

Trong cơ chế thị trường, việc đẩy mạnh kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh là mục tiêu phấn đấu để tồn tại và phát triển của mỗi doanh nghiệp. Đối với doanh nghiệp thương mại nhà nước - là doanh nghiệp nhà nước hoạt động trong lĩnh vực lưu thông hàng hóa và là công cụ kinh tế của Nhà nước để định hướng, điều tiết lĩnh vực thương mại - vấn đề đẩy mạnh kinh doanh càng có ý nghĩa to lớn, quyết định tốc độ và quy mô phát triển sản xuất kinh doanh. Thông qua việc nghiên cứu những vấn đề lý luận và thực trạng kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội, luận án đã đạt được kết quả chủ yếu sau:

1. Luận án khẳng định sự tồn tại hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước ở nước ta là tất yếu khách quan do đòi hỏi của phân công lao động xã hội và vai trò quan trọng đối với sản xuất và đời sống. Trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở nước ta hiện nay, doanh nghiệp thương mại nhà nước là công cụ vật chất của Nhà nước để định hướng phát triển thương mại và khắc phục những khuyết tật của cơ chế thị trường.

2. Luận án đã làm rõ những nội dung cơ bản hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước ở nước ta hiện nay, từ đó đã khẳng định sự cần thiết khách quan phải đẩy mạnh hoạt động kinh doanh, nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp thương mại nhà nước.

3. Luận án đã phân tích đầy đủ những lợi thế và những cản trở hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước khi chuyển sang cơ chế thị trường ở nước ta. Đây là những căn cứ quan trọng để xây dựng các giải pháp thích hợp nhằm đẩy mạnh kinh doanh ở các doanh nghiệp thương mại nhà nước.

4. Luận án đã phân tích một cách có hệ thống tình hình phát triển thương mại Hà Nội những năm đổi mới vừa qua và đi đến khẳng định: Hà Nội đã thực sự trở thành trung tâm phát luống, đầu mối thông thương lớn của cả nước, có vai trò động lực phát triển thị trường cả nước, đặc biệt đối với khu vực Bắc bộ.

5. Thông qua việc nghiên cứu, phân tích thực trạng hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội những năm qua, luận án đã khẳng định vị trí và những đóng góp to lớn của doanh nghiệp thương mại nhà nước đối với kinh tế xã hội thủ đô. Doanh nghiệp thương mại nhà nước luôn đi đầu trong lĩnh vực xuất nhập khẩu, chi phối bán buôn và chiếm tỷ trọng cao trong bán lẻ một số mặt hàng thiết yếu.

6. Luận án cũng chỉ rõ: doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn tiềm lực còn hạn chế, công nghệ kinh doanh chậm đổi mới, hiệu suất và hiệu quả kinh doanh thấp. Vì vậy, để doanh nghiệp thương mại nhà nước thực sự phát huy vai trò chủ đạo trong nền thương mại nhiều thành phần cần phải củng cố và phát triển hệ thống doanh nghiệp thương mại nhà nước, đó cũng chính là nhiệm vụ cấp bách và khó khăn hiện nay.

7. Thông qua mục tiêu, phương hướng phát triển thương mại Hà Nội thời kỳ 2001-2020 cho thấy: cùng với sự phát triển mạnh mẽ của thương mại thủ đô, các doanh nghiệp thương mại nhà nước thuộc địa bàn cần được sắp xếp, đổi mới và nâng cao hiệu quả hoạt động.

8. Luận án đã đề xuất hệ thống các giải pháp chủ yếu từ phía doanh nghiệp thương mại nhà nước cũng như giải pháp vĩ mô để đẩy mạnh kinh doanh nâng cao khả năng cạnh tranh và phát huy vai trò của doanh nghiệp thương mại nhà nước trong kinh tế thị trường ở nước ta.

Đẩy mạnh kinh doanh nhằm nâng cao hiệu quả kinh doanh các doanh nghiệp thương mại nhà nước, để từ đó doanh nghiệp thương mại nhà nước thực sự phát huy vai trò của mình là vấn đề phức tạp, nằm trong tiến trình đổi mới hệ thống doanh nghiệp nhà nước ở nước ta. Vấn đề nghiên cứu có phạm vi rộng, nội dung hết sức phức tạp, có ý nghĩa quan trọng trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Chính vì vậy mà luận án không thể tránh khỏi những khiếm khuyết, chúng tôi mong muốn nhận được sự góp ý của các nhà khoa học và những người quan tâm. Nhân dịp này, tôi xin chân thành cảm ơn các thầy, cô giáo, các bạn đồng nghiệp và các tổ chức, đơn vị đã tận tình giúp đỡ tôi trong quá trình làm luận án.

**MỘT SỐ CÔNG TRÌNH  
CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN**

1. Phan Tố Uyên (1995), thành viên đề tài cấp bộ: "*Cơ chế, chính sách quản lý thương mại đô thị ở nước ta*". Mã số đề tài: B95-20-51.
2. Phan Tố Uyên (1997), "*Doanh nghiệp nhà nước sau 10 năm đổi mới: những vấn đề đặt ra*", Tạp chí Kinh tế và phát triển, (21-11+12/1997), tr.50-52.
3. Phan Tố Uyên (1998), thành viên đề tài cấp bộ: "*Đổi mới và hoàn thiện chính sách thương mại của Nhà nước để phù hợp với điều kiện hội nhập khu vực và quốc tế*". Mã số đề tài: B98-38-09.
4. Phan Tố Uyên (1999), "*Về cổ phần hóa các doanh nghiệp nhà nước trực thuộc Bộ Thương mại*", Tạp chí Kinh tế và phát triển, (29-3+4/1999), tr.23-25.
5. Phan Tố Uyên (2000), "*Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp thương mại nhà nước trên địa bàn Hà Nội*", Tạp chí Kinh tế và phát triển (40-10/2000), tr.21-24.
6. Phan Tố Uyên (2000), "*Thương mại dịch vụ Hà Nội - thực trạng và định hướng phát triển*", Tạp chí Thị trường giá cả, (11-11/2000), tr.21-24.
7. Phan Tố Uyên (2001), "*Vai trò của doanh nghiệp thương mại nhà nước trong sự nghiệp công nghiệp hóa, hiện đại hóa*", Tạp chí Thị trường giá cả, (5-5/2001), tr.22-24.