

KINH TẾ

GIẢI PHÁP ĐỂ PHÁT TRIỂN HỆ THỐNG PHÂN PHỐI HIỆN ĐẠI TỈNH BẾN TRE ĐẾN NĂM 2020

*Trần Phước**

TÓM TẮT

Việc tăng cường hiệu quả hoạt động của hệ thống phân phối hàng hóa tỉnh Bến Tre để dẫn dắt người sản xuất, kinh doanh định hướng vào nhu cầu thị trường, cũng như mở rộng thị trường tiêu thụ, nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh cho tỉnh nhà là rất cần thiết.

Qua khảo sát thực tiễn hệ thống phân phối tại các doanh nghiệp (DN) ở tỉnh Bến Tre và nghiên cứu các báo cáo của UBND Tỉnh, Sở Công thương tỉnh Bến Tre, đề tài đã đưa ra hai nhóm giải pháp chủ yếu và một số vấn đề mà tỉnh cần phải nghiên cứu tiếp trong giai đoạn sau 2020 như là các giải pháp để phát triển hệ thống phân phối hàng hóa kiểu liên kết ngang; giải pháp để áp dụng thương mại điện tử trong hệ thống phân phối hay giải pháp hệ thống phân phối hỗn hợp, ... có như vậy mới đẩy nhanh và quản lý tốt thị trường hàng hóa tại tỉnh Bến Tre trong tương lai.

THE SOLUTION DEVELOP MODERN DISTRIBUTION SYSTEMS AT BEN TRE PROVINCE UP TO YEAR 2020

SUMMARY

Setting up and intensifying effects of distribution system will guide the producers to direct their business suitably with the market demands as well as widening the consumer market, increasing effects and competition. Those matters are essential for Ben Tre province.

After actual observations in some businesses' distribution system in Ben Tre, two groups of solutions are presented. Firstly, improving the traditional distribution system; promptly, constructing and finalizing the modern vertical integration. Secondly, organizing and developing a modern distribution system. There are problems which the province must carry on researching in the period after 2020 as organizing a system in the form of a horizontal integration; applying e-commerce and a combined distribution system. These matters will help develop and manage Ben Tre market in the future.

1. Mở đầu

Để thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế xã hội tỉnh Bến Tre từ nay cho đến 2020 theo hướng nền kinh tế thị trường, mở cửa và tham gia hội nhập với nền kinh tế cả nước nói chung, khu vực đồng bằng sông Cửu Long nói riêng, các DN trên địa bàn tỉnh Bến Tre sẽ đối mặt với những thách thức cạnh tranh khốc liệt để có thị phần và mở rộng thị trường nội địa cũng như xuất khẩu.

Những năm qua các hệ thống phân phối tại tỉnh Bến Tre phát triển một cách tự phát cả về số lượng và quy mô, bước đầu thỏa mãn nhu cầu đa dạng về hàng hóa tiêu dùng và sản xuất. Đã xuất hiện một số hệ thống phân phối hàng hóa hiện đại của Vinamilk, Petrolimex, Co-op mart, Siêu thị sách Thanh Trúc, Thành Nghĩa, các chợ đầu mối... Bến Tre cần nghiên cứu những mô hình này.

* TS. Trưởng khoa Kế toán - Kiểm toán, trường Đại học Công nghiệp Tp. Hồ Chí Minh

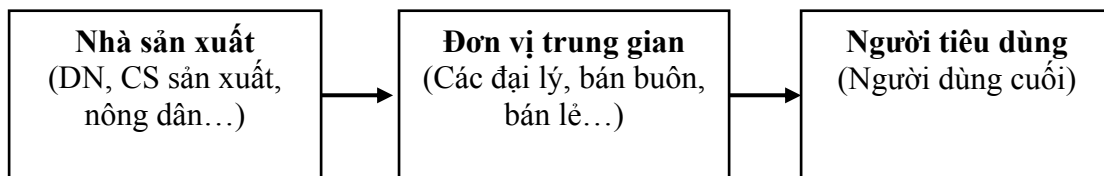
Tuy nhiên, đến nay hệ thống phân phối hàng hóa của các DN trên địa bàn tỉnh chưa được định hình và kiến tạo, hoạt động tiêu thụ còn kém hiệu quả, với chi phí cao và nhiều đơn vị trung gian.

Do vậy, việc đề xuất giải pháp hệ thống phân phối hiện đại để tối đa hóa những thuận lợi cho các dòng vận động hàng hóa vật tư và dịch vụ của Bến Tre từ sản xuất đến tiêu dùng đến năm 2020 cũng như các năm tiếp theo có ý nghĩa rất quan trọng và thật sự cấp bách.

2. Tầm quan trọng của hệ thống phân phối hàng hóa

Dưới góc độ nhà quản lý vĩ mô, hệ thống phân phối hàng hóa là một tổ chức hệ thống các quan hệ bên ngoài để quản lý các hoạt động phân phối hàng hóa nhằm đạt được các mục tiêu kinh tế đã đề ra. Dưới góc độ doanh nghiệp, hệ thống phân phối là các hình thức liên kết của các doanh nghiệp trên thị trường để cùng thực hiện một mục đích kinh doanh.

Thông thường, hệ thống phân phối hàng hóa có cấu trúc bao gồm 3 thành phần chính: nhà sản xuất, đơn vị trung gian và người tiêu dùng (Sơ đồ 1).



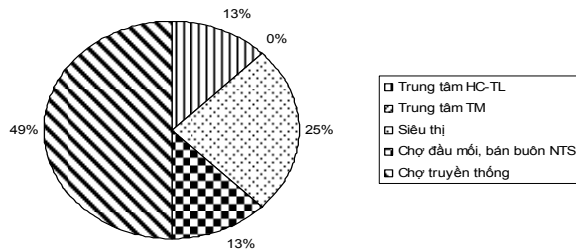
Sơ đồ 1: *Mô hình hệ thống phân phối hàng hóa*

Hệ thống phân phối hàng hóa có vai trò quan trọng trong thị trường cạnh tranh, cụ thể để điều tiết lưu thông tiêu thụ hàng hóa trên thị trường theo nhiều hướng, nhiều chiều khác nhau nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường. Do vậy chức năng của hệ thống phân phối hàng hóa là tạo sự cân bằng cung cầu hàng hóa trên phạm vi toàn bộ nền kinh tế và là đối tượng nghiên cứu để hoạch định các chính sách tổ chức và quản lý lưu thông phân phối, kiểm soát giá cả của nhà nước nói chung và của địa phương nói riêng.

3. Thực trạng hệ thống phân phối tại tỉnh Bến Tre

Qua thực tế khảo sát các loại hình mạng lưới tiêu thụ hàng hóa ở tỉnh Bến Tre, cũng như qua Báo cáo tổng kết tình hình kinh tế - xã hội giai đoạn 2001-2005, Báo cáo tổng kết thực hiện nghị quyết của Hội đồng nhân dân tỉnh về phát triển kinh tế - xã hội các năm 2006, 2007, 2008, 2009 của UBND tỉnh Bến Tre; Báo cáo sơ kết thực hiện quy hoạch phát triển thương mại tỉnh giai đoạn 2006-2010 của Sở Công thương

tỉnh Bến Tre, có thể cho thấy các hệ thống phân phối hàng hóa ở tỉnh được hình thành và phát triển vừa mang yếu tố truyền thống vừa mang yếu tố hiện đại; vừa có sự đan xen giữa sản xuất lớn và sản xuất nhỏ, phân tán, manh mún; vừa dựa trên những quan hệ thị trường đầy đủ và sơ khai. Nói cách khác, các hệ thống phân phối hàng hóa được hình thành và phát triển mang tính đặc trưng cơ bản của một nền kinh tế đang chuyển đổi. Với sự hiện diện của 18 doanh nghiệp nhà nước; 24 hợp tác xã; hơn 1000 doanh nghiệp tư nhân, công ty cổ phần; gần 50 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài; trên 60.000 cơ sở kinh tế cá thể phi nông, lâm nghiệp và thủy sản; hàng trăm ngàn hộ sản xuất nông nghiệp tự chủ [1], trên thị trường đã xuất hiện nhiều kênh phân phối đan xen nhau, cả kênh đơn lẫn kênh truyền thống và đã xuất hiện các hệ thống các kênh phân phối kiểu liên kết dọc (xem tóm tắt tỷ lệ cơ cấu quy hoạch xây dựng hệ thống phân phối tỉnh Bến Tre tại Sơ đồ 2)



Sơ đồ 2: Cơ cấu quy hoạch xây dựng hệ thống phân phối tỉnh Bến Tre

Tỉnh Bến Tre đã có quy hoạch phát triển hệ thống thương mại hiện đại. Theo đó, tỷ lệ chợ truyền thống chiếm đa số 49%; chợ đầu mối, bán buôn nông thủy hải sản (NTS) 13%, siêu thị 25% còn lại là trung tâm hội chợ - triển lãm (HCTL) và trung tâm thương mại là 13%. Năm 2010 quy hoạch trên hoàn chỉnh thì hiệu quả của việc tổ chức cơ sở hạ tầng cho việc phân phối hàng hóa của tỉnh bước đầu thành công.

Thực tế chứng minh, tại thành phố Bến Tre và 8 huyện còn lại, các hệ thống phân phối liên kết dọc dưới nhiều hình thức xuất hiện với nhiều loại và mức độ liên kết khác nhau. Có một số doanh nghiệp đã quan tâm và tổ chức tốt hệ thống phân phối của họ như Công ty Đông Á về kẹo dừa, một số doanh nghiệp khác trú đóng trên địa bàn Bến Tre như Việt Tiến, Co-op mart, Vinamilk, Petrolimex,...

Các quan hệ phân phối hàng hóa thị trường ở nông thôn gồm 8 huyện Châu Thành, Bình Đại, Ba Tri, Mỏ Cày Bắc, Mỏ Cày Nam, Giồng Trôm, Thạnh Phú, Chợ Lách, chủ yếu qua thị trường trung tâm là các loại chợ với phương tiện đường thủy và đường bộ, các hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ phù hợp với trình độ, quy mô sản xuất nông nghiệp cũng như nhu cầu tiêu dùng của người nông dân. Gần đây đã xuất hiện nhiều phương thức mới như các DN thương mại hay xuất khẩu đã đặt hàng, hợp đồng ứng trước vốn, chuyên giao công nghệ, hoàn thiện và chế biến sản phẩm, đóng gói, dự trữ và tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp và tiểu thủ nông nghiệp ở nông thôn.

Với yêu cầu hàng hóa cho tiêu dùng cá nhân và hàng hóa phục vụ cho sản xuất khác nhau, do vậy có thể tổng kết thực trạng hệ thống phân phối tại tỉnh Bến Tre theo kiểu truyền thống và kiểu liên kết dọc như sau:

3.1. Thực trạng phát triển hệ thống phân phối kiểu truyền thống

Qua khảo sát cho thấy, mạng lưới tiêu thụ hàng hóa của các DN hay các cơ sở sản xuất kinh doanh tại tỉnh Bến Tre hầu hết hình thành tự phát theo tín hiệu giá cả thị trường.

a. Hệ thống phân phối hàng nông lâm sản, thực phẩm

Phần lớn thực phẩm thiết yếu hàng ngày được chuyên tới người tiêu dùng cuối cùng qua các chợ với nhiều quy mô khác nhau, trong đó có cả các chợ bán buôn mang tính chất chợ đầu mối tại thành phố Bến Tre, thị trấn Châu Thành, Ba Tri, Mỏ Cày...

Còn ở các vùng nông thôn, hàng hóa nông lâm sản, thực phẩm thường được trao đổi trực tiếp giữa người sản xuất và người tiêu dùng, hoặc qua thương nhân hoạt động tại các chợ.

b. Hệ thống phân phối hàng công nghiệp tiêu dùng

Hệ thống phân phối truyền thống hàng công nghiệp tiêu dùng cho nhân dân và cho sản xuất còn khá phổ biến, với đặc điểm nổi bật là có nhiều thành viên tham gia. Phần lớn các thành viên đều có quy mô kinh doanh nhỏ, hoạt động ở các chợ, dãy phố, các nhà mặt tiền, các tiệm tạp hóa... Người tiêu dùng phải mua nhiều mặt hàng công nghiệp như vật liệu xây dựng, sản phẩm cơ khí, hóa chất, dệt may, da giày ở nhiều loại hình kinh doanh khác nhau. Các thành viên tham gia vào hệ thống mang tính tự phát, họ dễ dàng gia nhập và dễ dàng rút lui. Các quan hệ trong hệ thống dựa trên kết quả đàm phán từng thương vụ hoặc căn cứ vào giá cả chủ yếu. Cấu trúc của hệ thống qua các tổng đại lý, các đại lý, các nhà bán buôn, các cửa

hàng bán lẻ nhỏ để đến người tiêu dùng. Phần lớn các đại lý vừa bán buôn vừa bán lẻ. Hình thức liên kết chủ yếu là cam kết giữa các thành viên về một số điều khoản trong việc tiêu thụ hàng hóa.

3.2. Thực trạng phát triển hệ thống phân phối kiểu liên kết dọc

Hệ thống phân phối kiểu liên kết dọc còn gọi là hệ thống marketing liên kết dọc (*Vertical marketing systems*) là một hệ thống phân phối hiện đại bởi vì có chương trình trọng tâm và quản lý chuyên nghiệp, được thiết kế để đạt hiệu quả phân phối và ảnh hưởng thị trường tối đa. Các thành viên trong hệ thống có sự liên kết với nhau và tạo thành một thể thống nhất [4].

Dưới tác động của cơ chế thị trường, sức ép cạnh tranh lớn, nhiều doanh nghiệp, cơ sở kinh doanh trên địa bàn tỉnh Bến Tre đã từng bước chuyển các quan hệ buôn bán truyền thống sang các quan hệ liên kết, hợp tác với những mức độ khác nhau hình thành hệ thống liên kết dọc với nhiều loại hình liên kết đa dạng. Sự xuất hiện và tham gia vào hệ thống phân phối của một số tập đoàn sản xuất, thương mại bán buôn - bán lẻ trong nước cũng như tập đoàn đa quốc gia (Sony, Panasonic, Samsung,... với các mặt hàng điện tử; Sanofi, Juellig Pharma, Mekophar, OPC... với các mặt hàng thuốc tây; các hãng Merial, Cophavet, Novus Aqua, Socorex... phân phối các mặt hàng thú y, thủy sản, gia cầm; Bayer, Grownmore, Saigon, Nicotex, Trang Nông, Vipesco, Ba Lá Xanh, Đồng Xanh với các mặt hàng thuốc sát trùng, phân bón...) mặc dù với số lượng còn ít nhưng đã tác động tích cực đến hệ thống phân phối hiện đại, đặc biệt đã minh chứng thành công về vai trò điều khiển hệ thống phân phối của các trung gian thương mại quy mô lớn. Cùng với các chính sách tiêu thụ nông sản qua hợp đồng, nhiều

doanh nghiệp, cơ sở sản xuất trên địa bàn Bến Tre, cụ thể là các đơn vị chế biến xuất khẩu có quy mô lớn như Công ty CP xuất nhập khẩu Bến Tre, Công ty Cổ phần Chế biến chỉ xơ dừa 25/8, Công ty TNHH TM-DV xuất nhập khẩu BTCO, Công ty Cổ phần mía đường Bến Tre, doanh nghiệp tư nhân Thiên Long,... đã rất thành công khi mở rộng các quan hệ liên kết ổn định, chặt chẽ với các nhà sản xuất, chủ vựa, thương lái... Thông qua hợp đồng, đơn đặt hàng đã hình thành nhiều hệ thống phân phối liên kết dọc, chứa đựng trong đó những tiền đề cho phương thức phân phối hiện đại. Điều này đã minh chứng xu thế phát triển tất yếu của hệ thống phân phối kiểu liên kết dọc ở Bến Tre nói riêng, Việt Nam nói chung trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế.

Các hệ thống phân phối liên kết dọc được phát triển ở Bến Tre có cả ba loại: Hệ thống liên kết dọc dạng hợp đồng, hệ thống liên kết dọc dạng tập đoàn và hệ thống liên kết dọc được quản lý:

a. Thực trạng hệ thống liên kết dọc dạng hợp đồng

Hệ thống liên kết dọc dạng hợp đồng bao gồm nhiều đơn vị kinh doanh độc lập ở nhiều khâu sản xuất và phân phối khác nhau cùng thống nhất phân chia công việc phân phối theo dạng cam kết thông qua hợp đồng nhằm đạt hiệu quả kinh tế trong phân phối.

Tổng số quốc gia và vùng lãnh thổ có mặt các sản phẩm công nghiệp chế biến từ dừa của tỉnh Bến Tre hiện nay đã lên đến con số 42 nước [1], xem Bảng 1 – Một số sản phẩm chủ yếu sản xuất tại Bến Tre đã được xuất khẩu cũng như tiêu thụ trong nước từ năm 2005 đến 2009.

Bảng 1: Sản phẩm chủ yếu sản xuất tại Bến Tre thời gian 2005-2009

STT	Sản phẩm	ĐVT	2005	2006	2007	2008	2009
1	Thủy sản	Tấn	16.728	20.592	24.255	25.126	27.300
2	Đường cát	Tấn	26.873	25.059	31.200	21.363	26.000
3	Bánh kẹo	Tấn	17.687	18.294	22.728	22.862	27.500
4	Dầu dừa thô	Tấn	7.221	5.805	1.411	1.211	1.000
5	Chi xơ dừa	Tấn	55.142	66.676	59.606	53.110	64.000
6	Than thiêu kết	Tấn	17.295	12.368	16.040	25.560	27.000
7	Bưởi	Tấn	15.827	20.894	24.323	29.905	32.000
8	Nhãn	Tấn	108.926	92.271	89.005	77.143	75.000
9	May mặc	Tr.đ	46.101	29.940	58.670	66.830	92.000

Nguồn: Cục Thống kê Bến Tre

Hệ thống liên kết dọc dạng hợp đồng xuất hiện hầu hết ở các ngành sản xuất nông, lâm, thủy, hải sản Bến Tre và đã có những thành công đáng kể, góp phần điều hòa cung cầu, nâng cao sức cạnh tranh nhờ giảm được chi phí lưu thông và mở rộng quy mô kinh doanh theo nhu cầu thị trường. Loại hình này sẽ còn được phát triển mạnh mẽ hơn tại Bến Tre trong thời gian tới.

Tuy nhiên, qua khảo sát các hệ thống liên kết dọc dạng hợp đồng cũng cho thấy loại hình này còn nhiều hạn chế.

+ Các, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, chủ vựa, thương lái tại tỉnh Bến Tre ký hợp đồng đơn giản, ngắn hạn, (thường từ 1-2 năm, thậm chí cho từng vụ) giữa người cung ứng với người sản xuất, giữa người sản xuất với các thương lái. Hơn nữa, nhiều cam kết chỉ là thỏa thuận miệng không theo văn bản hợp đồng chính thức.

+ Sự ràng buộc giữa các bên theo hợp đồng hầu hết chưa bao trùm toàn bộ hệ thống mà chỉ ở một hoặc hai cấp độ chủ yếu giữa các nhà sản xuất, cung ứng với các nhà phân phối chính. Phần lớn các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, chủ vựa, thương lái mới tổ chức được hợp đồng ở kênh phân phối trực tiếp, tập trung vào các điều khoản về giá bán, chiết khấu và những

hỗ trợ cần thiết. Khả năng điều khiển các thành viên qua hợp đồng rất hạn chế do lợi ích chưa thống nhất, văn hóa kinh doanh thấp, thiếu tuân thủ các cam kết trong hợp đồng.

+ Tính pháp lý của các hợp đồng chưa đảm bảo (thường ở các cơ sở sản xuất, chủ vựa, thương lái), việc vi phạm hợp đồng khá phổ biến. Nhìn chung các quan hệ trong hợp đồng trên thị trường không thực sự chắc chắn.

b. Thực trạng hệ thống liên kết dọc dạng tập đoàn

Hệ thống liên kết dọc dạng tập đoàn là sự kết hợp các giai đoạn sản xuất và phân phối về cùng một chủ sở hữu. Hệ thống phân phối này là kết quả của sự mở rộng của một đơn vị bán lẻ theo chiều dọc ngược lên phía trên.

Trên thị trường tỉnh Bến Tre, mặc dù sự xuất hiện *hệ thống liên kết dọc dạng tập đoàn* khá ít nhưng gần đây đã xuất hiện một số hệ thống tiêu thụ hàng hóa mang tính chất tập đoàn do các tổng công ty nhà nước, liên hiệp hợp tác xã thương mại, tập đoàn kinh tế nước ngoài tổ chức và điều phối. Các hệ thống này hình thành là kết quả của sự hòa nhập theo chiều dọc và sự mở rộng kinh doanh của các đơn vị. Quan hệ giữa các thành viên trong hệ thống là mối quan hệ trong nội bộ một tổ chức.

Vai trò của những hệ thống phân phối liên kết dọc dạng tập đoàn với chuỗi các siêu thị, các đại lý có phạm vi chi phối thị trường rất lớn, đảm nhiệm phân phối một khối lượng lớn hàng hóa, giữ vai trò quan trọng trong việc điều hòa cung cầu hàng hóa trên địa bàn tỉnh. Hoạt động vận chuyển và lưu kho được tổ chức tập trung nên có thể điều hành chủ động và hiệu quả trong quá trình phân phối.

Thực tiễn cho thấy hệ thống phân phối liên kết dọc dạng tập đoàn đã mang lại hiệu quả kinh tế theo quy mô mở rộng và không những phát huy được những ưu thế vốn có của nó mà còn đáp ứng tốt nhu cầu khách hàng. Thông qua các tổ chức kinh doanh này tác động mạnh đến sản xuất, xuất khẩu, nhập khẩu, thúc đẩy những hình thức cạnh tranh mới văn minh, hiện đại. Đặc biệt đã hình thành những liên kết ngược khi các tập đoàn thương mại có thương hiệu, có sức mạnh điều khiển bắt buộc các nhà sản xuất phải thay đổi, phải cải tiến bao bì, mẫu mã, nâng cao chất lượng theo yêu cầu khách hàng của họ.

Với các phương thức bán hàng qua điện thoại, giao hàng tận nhà... được vận dụng phổ biến, hệ thống siêu thị Co-op Mart được các nhà sản xuất trong và ngoài nước chọn làm nhà phân phối lớn của họ. Đồng thời do khả năng tiếp xúc chặt chẽ với một số rất lớn khách hàng nên Co-op Mart thường xuyên nắm bắt được nhu cầu thị hiếu để phản hồi thông tin đến nhà cung cấp kịp thời điều chỉnh phù hợp.

c. Thực trạng hệ thống liên kết dọc được quản lý

Hệ thống liên kết dọc được quản lý là hệ thống phân phối được liên kết giữa các thành viên trong hệ thống nhờ khả năng chi phối của một thành viên có sức mạnh lãnh đạo tới hoạt động của các thành viên khác.

Tại Việt Nam, các doanh nghiệp có thương hiệu mạnh về những mặt hàng như xe máy, xe ô tô, xe tải, cơ khí, điện tử, máy vi tính, đồ điện gia dụng, nước giải khát, bia rượu, phân

bón, thuốc trừ sâu, thuốc thú y, thuốc tây... hầu hết đã sử dụng quyền chi phối quản lý và tiêu thụ hàng hóa thông qua việc tổ chức thu thập thông tin từ các thành viên của mình, thỏa thuận phương pháp thanh toán hợp lý, áp dụng một số phương pháp quản lý tiêu thụ, phân loại và nghiên cứu khách hàng. Các thành viên được yêu cầu bán theo giá của nhà sản xuất, mua với số lượng lớn mỗi lần, tự nguyện đảm bảo các dịch vụ cung cấp cho khách hàng. Các DN này tổ chức khách hàng như các hội viên của mình và cung ứng hàng hóa theo hệ thống cho họ với những ưu đãi hấp dẫn.

Trên thực tế đã có một số hệ thống cho kiểu liên kết này hoạt động khá hiệu quả như Công ty Sony Việt Nam, JVC Việt Nam, LG Việt Nam với các sản phẩm điện tử và đồ gia dụng; Công ty liên doanh Nhà máy bia Việt Nam với các nhãn hiệu Tiger, Heineken, Bivina, Công ty Coca-Cola VN, hay Pepsi VN; CP Việt Nam với thức ăn gia súc; Merial, Bayer, Viphavet với thuốc thú y, phân bón, thuốc trừ sâu...

Tóm lại, các hệ thống phân phối liên kết dọc ở Bến Tre đã có những phát triển theo chiều hướng đa dạng. Bên cạnh hệ thống đã và đang phát triển có hiệu quả do các nhà sản xuất, thương mại, các chủ vựa, các doanh nghiệp nước ngoài tổ chức và điều phối, còn phần lớn do kinh nghiệm và tổ chức, quản lý còn hạn chế, mặt khác chưa được UBND tỉnh, Sở Công thương tỉnh định hướng phát triển rõ và hỗ trợ cần thiết nên hiệu quả phân phối chưa cao.

4. Đánh giá chung thực trạng phát triển hệ thống phân phối tại tỉnh Bến Tre

4.1. Những kết quả đạt được và bài học kinh nghiệm

a. Đối với hệ thống phân phối hàng nông, thủy, hải sản và hàng tiểu thủ công nghiệp

+ Đối với hệ thống phân phối hàng nông, thủy, hải sản và hàng tiểu thủ công nghiệp thông qua các hợp đồng hay đơn đặt hàng.

Sự thành công nổi bật thông qua mối liên kết “tay 3”, doanh nghiệp – người sản xuất – chính quyền địa phương. Để liên kết giữa các nhà sản xuất nông nghiệp và tiểu thủ công nghiệp với các doanh nghiệp cụ thể đã kí kết với các hợp tác xã, cơ sở sản xuất, cá nhân theo từng vụ mùa. Trong đó, doanh nghiệp bảo đảm cung ứng vật tư, giống, thức ăn, phân bón, thuốc trị bệnh và máy móc thiết bị, hướng dẫn kỹ thuật, mua lại sản phẩm; cơ sở sản xuất, thương lái hay các chủ vựa dựa trên hợp đồng đã kí phân bổ hợp đồng cho các hộ sản xuất hay nuôi trồng và tổ chức việc bán sản phẩm của từng hộ gia đình cho doanh nghiệp theo hợp đồng; chính quyền địa phương hỗ trợ và kiểm tra giám sát, xử lý vi phạm trong quá trình thực hiện hợp đồng thông qua kí kết, thông qua các hoạt động tuyên truyền, giải thích, chỉ đạo việc phân bổ và đăng kí sản xuất tiêu thụ ở từng hộ, từng ấp, từng xã.

Từ thực tế triển khai hệ thống phân phối hàng nông, thủy, hải sản và hàng tiểu thủ công nghiệp thông qua các hợp đồng hay đơn đặt hàng có thể rút ra bài học thành công: Một là, doanh nghiệp phải bao tiêu được đầu ra với khối lượng lớn; hai là, hợp tác xã hay cơ sở sản xuất, chủ vựa phải nắm chắc khả năng sản xuất của từng hộ gia đình; ba là, UBND xã và trường ấp phải vào cuộc ở những khâu quan trọng.

+ Đối với hệ thống phân phối hàng nông, thủy, hải sản và hàng tiểu thủ công nghiệp thông qua hình thức đại lý mua hay bán hàng hóa.

Bên cạnh một số hộ gia đình nông dân vừa là người sản xuất vừa là đại lý mua cho doanh nghiệp còn chủ yếu là các hộ kinh doanh cá thể có đăng ký kinh doanh, nộp thuế khoán và hành nghề chuyên nghiệp về đại lý mua và có thể kết hợp đại lý bán cho doanh nghiệp. Tiêu chuẩn chủ yếu để được làm đại lý cho các doanh

nghiệp là khả năng vật chất và trình độ chuyên môn của từng cơ sở sản xuất kinh doanh, từng hộ gia đình. Phương thức hoạt động là mua theo quy cách, mẫu mã, chất lượng và theo giá của công ty, thanh toán theo từng đợt, có thể gởi đầu. Giá trần mua nông sản và giá sàn bán vật tư được công ty quy định và bám sát giá cả thị trường, phù hợp với giá cạnh tranh trong địa bàn ở từng thời điểm nhất định.

Hệ quả là từ mối liên kết giữa nông dân với doanh nghiệp, với thương lái, với chủ vựa tiếp tục mở rộng mối quan hệ liên kết với nhau, giữa doanh nghiệp và các thương lái với các nhà bán buôn, bán lẻ ở từng cấp thị trường khác nhau hình thành nên các hệ thống phân phối liên kết dọc các mặt hàng nông, lâm, thủy, hải sản.

b. Đối với hệ thống phân phối vật tư và hàng công nghiệp tiêu dùng

Nhóm vật tư có quy trình công nghệ lưu thông chặt chẽ như xăng dầu... đã có hệ thống tương đối hoàn chỉnh.

Nhóm vật tư và hàng công nghiệp tiêu dùng như phân bón, thuốc trị bệnh, xi măng, sắt thép, đồ điện tử, điện lạnh, phương tiện giao thông... đòi hỏi phải có những đơn vị phân phối trung gian.

Nhóm hàng công nghiệp tiêu dùng như mỹ phẩm, giày dép, sữa, quần áo,... do đặc điểm thương phẩm và yêu cầu về giá trị sử dụng đòi hỏi phải có trình độ tổ chức phân phối có tính chuyên nghiệp cao, gắn với uy tín và thương hiệu của hàng hóa.

Việc tỉnh đã có quy hoạch phát triển kết cấu hạ tầng thương mại bằng xã hội hóa vốn đầu tư 92,453 tỷ đồng đã đóng góp một phần quan trọng trong việc tổ chức phục vụ cho hệ thống phân phối hàng hóa hiện đại được phát triển khá tốt.

4.2. Một số hạn chế và nguyên nhân

- Việc phát triển hệ thống phân phối hàng hóa theo hướng hiện đại còn chậm. Cụ thể

tính đến tháng 3/2010 tỉnh vẫn chưa có trung tâm hội chợ triển lãm, chưa có huyện nào có trung tâm thương mại hay siêu thị... (mặc dù đã có chủ trương đầu tư), các chợ đầu mối quy mô lớn thì cũng trong tình trạng đang triển khai. Sự triển khai chậm là nguyên nhân dẫn đến khâu tiêu thụ các sản phẩm của người dân trong tỉnh sản xuất ra sẽ chậm, hàng hóa phục vụ cho sản xuất và tiêu dùng lại không đến kịp thời phục vụ cho người dân để họ phải lên các tỉnh, thành lân cận hoặc để thực hiện việc phân phối hàng hóa.

- Nhiều hợp đồng ký kết giữa các thành viên trong hệ thống phân phối bị phá vỡ, nguyên nhân là do nhận thức chưa cao của các hộ nông dân, thương lái, chủ vựa... về nghĩa vụ và quyền lợi, cứ thấy giá lên cao là có thể hủy hợp đồng. doanh nghiệp không mua hết sản phẩm khi chưa tìm được thị trường đầu ra. Chưa có bên trung gian để giải quyết các vấn đề tranh chấp.

- Tổ chức và quản lý hệ thống phân phối hàng hóa của các doanh nghiệp còn nhiều hạn chế, chỉ quản lý trực tiếp mà chưa có kinh nghiệm quản lý cả hệ thống. Nguyên nhân là do trình độ sản xuất và tiêu dùng của người dân còn chậm phát triển; thể chế kinh tế thị trường chưa hoàn chỉnh; môi trường kinh tế vĩ mô còn thiếu nhiều yếu tố hỗ trợ cho quá trình tổ chức và quản lý hệ thống phân phối hàng hóa; cơ cấu vốn tại doanh nghiệp của tỉnh chủ yếu là nhỏ và siêu nhỏ, nhân lực thiếu và hầu hết các doanh nghiệp chưa có chiến lược kinh doanh hay phân phối rõ ràng.

5. Giải pháp để phát triển hệ thống phân phối hiện đại tại tỉnh Bến Tre đến năm 2020

Xây dựng hệ thống phân phối hàng hóa phải góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất và tiêu dùng, kiểm soát được giá cả. Mặt khác phải phù hợp với quy mô, tính chất và đặc điểm của hàng hóa, doanh nghiệp và trình độ quản lý hệ thống phân phối chung, vì vậy chúng tôi đề xuất một số giải pháp sau.

5.1. Giải pháp phát triển hệ thống phân phối hiện đại tại tỉnh Bến Tre

“Hiện đại” nhưng vẫn không quên “truyền thống”, Bến Tre là một tỉnh vừa thoát khỏi một ốc đảo, nông nghiệp vẫn còn chiếm tỉ trọng lớn trong tổng sản phẩm quốc nội (GDP), cho nên việc áp dụng hệ thống phân phối hiện đại vẫn cần hoàn thiện việc phân phối hàng hóa theo kiểu truyền thống làm nền tảng để dần chuyển đổi sang hệ thống phân phối hiện đại.

a. Hoàn thiện việc tổ chức hệ thống phân phối truyền thống

Các DN ở tỉnh Bến Tre hầu hết là doanh nghiệp nhỏ và vừa, các cơ sở sản xuất nhỏ lẻ, các chủ vựa... tổ chức hệ thống phân phối chủ yếu là theo kinh nghiệm đơn lẻ kiểu truyền thống, chưa xác lập rõ chiến lược phân phối một cách bài bản. Các kênh đơn lẻ truyền thống hình thành ngẫu nhiên trên thị trường, có thể tự do tham gia hoặc rút lui. Tuy nhiên, khi đến một thời điểm nào đó phải đối mặt với quyết định lựa chọn hệ thống nào mà mình sẽ tham gia và quan hệ làm ăn với ai trong thời buổi hội nhập này thì các doanh nghiệp, các sở sản xuất, các chủ vựa tại tỉnh Bến Tre cũng phải bắt buộc vận dụng quy trình tổ chức hệ thống phân phối để xem xét sẽ tham gia vào kênh truyền thống nào? Do vậy, để nâng cao hiệu quả của các hệ thống phân phối truyền thống giải pháp đề ra là các doanh nghiệp, các sở sản xuất, các chủ vựa, hộ kinh doanh tỉnh Bến Tre cần nghiên cứu những vấn đề sau:

Do các quan hệ kinh doanh có thể không lặp lại vì vậy, việc lựa chọn khách hàng cực kỳ quan trọng. Các doanh nghiệp, các sở sản xuất, các chủ vựa... phải thu thập và lưu trữ nhiều nguồn thông tin thương mại về các khách hàng, đồng thời phải tiến hành nghiên cứu khách hàng trong trường hợp những thương vụ lớn hơn. Những hiểu biết về khách hàng càng đầy đủ càng giúp các đơn vị chuẩn bị đàm phán tốt. Giải pháp đề ra cho các doanh nghiệp, các sở sản xuất, các chủ vựa,... cần có chiến lược đàm

phán và kỹ năng đàm phán tốt để có được khách hàng ổn định và lâu dài.

Tổ chức hệ thống phân phối sản phẩm, các doanh nghiệp, các sở sản xuất, các chủ vựa... phải giải quyết bốn vấn đề:

Một là, tùy thuộc vào trình độ, số lượng nhân viên, vốn... đơn vị phải ra quyết định chiến lược phân phối, đơn vị tự hoạch định hay thuê đơn vị khác làm. Tránh tổ chức hệ thống phân phối dựa theo các suy đoán thiếu cơ sở khoa học và thực tiễn hoặc bắt chước doanh nghiệp khác.

Hai là, cần tuân thủ nguyên tắc truyền thống là “Buôn có bạn, bán có phường” và cần giữ chữ tín trong kinh doanh.

Ba là, Sở Công thương cần tổ chức những lớp bồi dưỡng, nói chuyện chuyên đề về tầm quan trọng của việc tổ chức và triển khai hệ thống phân phối. Có thể mời các chuyên gia đầu ngành về tập huấn, tận dụng tối đa các kênh truyền hình và phát thanh để phổ cập kiến thức.

Bốn là, tỉnh phải gấp rút hoàn thành các trung tâm phân phối hay hỗ trợ phân phối như: Trung tâm hội chợ triển lãm, trung tâm thương mại, siêu thị, các chợ đầu mối quy mô lớn. Mục đích là chuyển dần mô hình phân phối kiểu truyền thống sang mô hình phân phối hiện đại kiểu liên kết dọc.

b. Xây dựng mô hình tổ chức hệ thống phân phối hiện đại

Mô hình tổ chức hệ thống phân phối hiện đại phổ biến hiện nay trên thế giới gồm [1]:

+ Hệ thống phân phối hàng hóa kiểu liên kết dọc;

+ Hệ thống phân phối hàng hóa kiểu liên kết ngang;

+ Hệ thống phân phối hỗn hợp;

+ Hệ thống phân phối thương mại điện tử.

Với các mô hình trên, trong giai đoạn hiện nay thì các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh Bến Tre nên triển khai triệt để mô hình **Hệ thống phân phối hàng hóa kiểu liên kết dọc**. Các hệ thống phân phối khác sẽ tiếp tục nghiên cứu và triển khai cho những năm tiếp sau. Dưới đây là giải pháp cụ thể về mô hình hệ thống phân phối này.

Hệ thống phân phối kiểu liên kết dọc (Số đồ 3), còn gọi là hệ thống marketing liên kết dọc (*Vertical marketing systems*) là **một hệ thống phân phối hiện đại** bởi vì có chương trình trọng tâm và quản lý chuyên nghiệp, được thiết kế để đạt hiệu quả phân phối và ảnh hưởng thị trường tối đa. Các thành viên trong hệ thống có sự liên kết với nhau và tạo thành một thể thống nhất.

Các hệ thống phân phối liên kết dọc bao gồm ba loại: Hệ thống liên kết dọc dạng hợp đồng, hệ thống liên kết dọc dạng tập đoàn và hệ thống liên kết dọc được quản lý.

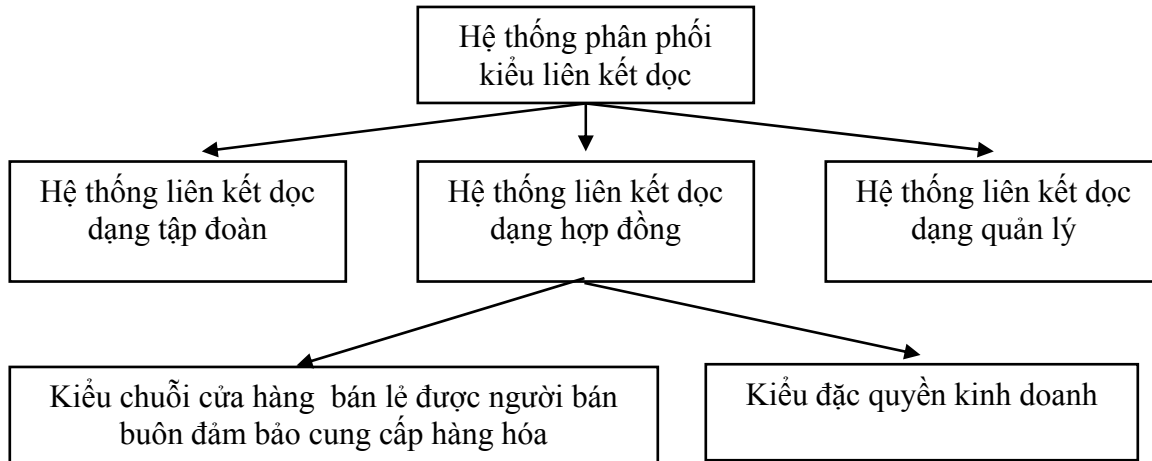
- Hệ thống liên kết dọc dạng tập đoàn là sự kết hợp các giai đoạn sản xuất và phân phối về cùng một chủ sở hữu. Hệ thống phân phối này là kết quả của sự mở rộng của một đơn vị bán lẻ theo chiều dọc ngược lên phía trên.

Mô hình *hệ thống liên kết dọc dạng tập đoàn* vận dụng cho các DN đang trú đóng trên địa bàn Bến Tre sẽ được tiếp tục triển khai cho các đơn vị như sau:

(1) Các tập đoàn hay tổng công ty nhà nước như Tổng công ty xăng dầu Petrolimex, Tổng công ty lương thực miền Nam...

(2) Các ngân hàng thương mại: Agribank, Đông Á, Vietcombank..., các tổ chức tài chính như bảo hiểm Prudencial, Bảo Minh, Toàn Cầu...

(3) Co-op Mart, các siêu thị sách, các trung tâm thương mại...



Sơ đồ 3. Mô hình hệ thống phân phối kiểu liên kết dọc

Tỉnh phải có kế hoạch xúc tiến và kêu gọi các tập đoàn hay tổng công ty nhà nước, các ngân hàng thương mại, các tổ chức bảo hiểm, Các công ty kinh doanh siêu thị về với Bến Tre nhằm tận dụng những ưu điểm của các hệ thống này như vốn lớn, hệ thống quản lý đã hoàn chỉnh, địa bàn kinh doanh rộng... Do vậy, tỉnh cần:

+ Tạo điều kiện về chính sách thuận lợi hơn (miễn giảm thuế) cũng như hỗ trợ việc cho thuê mặt bằng giá rẻ ngay tại các thành phố hay thị trấn để doanh nghiệp có thể mở rộng mạng lưới về các huyện còn lại của tỉnh chứ không chỉ ở thành phố Bến Tre như hiện nay.

+ Mời gọi các tập đoàn lớn có mạng lưới phân phối khắp thế giới như Metro Cash, Big C... về với Bến Tre để tất cả sản phẩm có từ nguồn gốc Bến Tre dễ dàng đi vào hệ thống siêu thị của họ trải đều trong nước và có mặt ở khắp thế giới.

- **Hệ thống liên kết dọc dạng hợp đồng** bao gồm nhiều đơn vị kinh doanh độc lập ở nhiều khâu sản xuất và phân phối khác nhau cùng thống nhất phân chia công việc phân phối theo dạng cam kết thông qua hợp đồng nhằm đạt hiệu quả kinh tế trong phân phối. Hệ thống này được tổ chức thành hai kiểu, đó là: Kiểu tổ chức hợp tác bán lẻ và chuỗi bán lẻ do người bán buôn cung cấp hàng hóa, và tổ chức hệ

thống phân phối bằng hợp đồng kiểu đặc quyền kinh doanh.

Mô hình *hệ thống liên kết dọc dạng hợp đồng* vận dụng cho hầu hết cho các doanh nghiệp của tỉnh Bến Tre bởi rất thích hợp cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa. Do vậy các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh Bến Tre cần lưu ý:

+ *Đối với việc áp dụng hệ thống phân phối hợp đồng dưới hình thức tổ chức hợp tác bán lẻ và chuỗi bán lẻ do người bán buôn cung cấp hàng hóa.*

Các doanh nghiệp nhỏ và vừa cần tổ chức hệ thống phân phối kiểu tổ chức hợp tác bán lẻ để tạo ra sức mạnh đàm phán trong hệ thống. Khi đứng trong các tổ chức hợp tác, doanh nghiệp có thể ký hợp đồng mua theo số lượng mua lớn với giá và điều kiện cung cấp ưu đãi từ nhà sản xuất hoặc cũng dễ dàng hợp tác để thực hiện xúc tiến trên thị trường.

Vấn đề quan trọng trong tổ chức hệ thống phân phối này là cần có quy hoạch tổng thể các thành viên của toàn hệ thống. Mỗi đại lý hay nhà bán lẻ mới tham gia vào hệ thống đều phải nằm trong kế hoạch phát triển của doanh nghiệp để hàng hóa chảy tới đúng thị trường mục tiêu, để các thành viên không giẫm chân lên nhau. Nội dung hợp đồng phải chia sẻ trách nhiệm và quyền lợi giữa các thành viên.

Các doanh nghiệp có thể tổ chức các liên kết theo hợp đồng có thể thực hiện trao đổi, mua bán sản phẩm với thị trường nông thôn và qua đó trở thành động lực thúc đẩy nông thôn phát triển. Trước hết những doanh nghiệp kinh doanh vật tư nông nghiệp, thu mua nông sản chế biến và xuất khẩu, hàng công nghệ phẩm cần phải thiết lập được những quan hệ hợp đồng với nông dân để cung cấp vật tư nông nghiệp và tiêu thụ được nông sản cho họ. Các doanh nghiệp cần phát triển các quan hệ hợp đồng với nông dân để đảm bảo quan hệ buôn bán bình đẳng với họ. Các hợp tác xã kiểu đại lý mua và bán cho nông dân có thể đóng vai trò là thành viên quan trọng trong các kênh trao đổi với nông dân.

Các doanh nghiệp có thể thiết lập những hệ thống liên kết dọc dạng hợp đồng dài hạn có hiệu quả trong cung cấp phân bón hóa học, thuốc trừ sâu cho nông dân, trong thu mua gạo và các nông sản xuất khẩu khác thay thế cho quan hệ buôn bán đơn lẻ qua nhiều cấp độ trung gian và cạnh tranh quyết liệt như hiện nay.

+ *Tổ chức hệ thống phân phối bằng hợp đồng kiểu đặc quyền kinh doanh*

Tổ chức và phát triển các hệ thống phân phối theo hợp đồng đặc quyền kinh doanh sẽ mang lại sức mạnh quản lý và điều hành hệ thống, tăng hiệu quả hoạt động của hệ thống cho doanh nghiệp.

Vì vậy, đối với các doanh nghiệp mới tham gia vào thị trường cần tính toán và cân nhắc xem nên phát triển kinh doanh độc lập hay tham gia vào một hệ thống đặc quyền kinh tiêu. Nội dung hợp đồng của loại hình này tạo cho người sản xuất cơ sở pháp lý để thực hiện quản lý hệ thống. Chủ doanh nghiệp có sức mạnh quan trọng để điều khiển các đại lý đặc quyền theo kiểu truyền thống. Các doanh nghiệp cần thấy đây là quan hệ kinh doanh hai bên cùng có lợi để cùng nhau đàm phán hình thành các hợp đồng đặc quyền kinh tiêu hiệu quả. Các doanh nghiệp lớn, sản phẩm có tiếng tăm trên thị trường cần chủ động phát triển các quan hệ đặc quyền kinh doanh để khai thác thị trường có

hiệu quả như kẹo dừa Bến Tre, các sản phẩm từ dừa, các hàng nông sản như bưởi da xanh, chôm chôm, sầu riêng, nhãn... thủy, hải sản đông lạnh xuất khẩu. Các doanh nghiệp cần biết đầu tư, tạo lập uy tín hình ảnh cho nhãn hiệu của mình, phát triển bí quyết công nghệ, kinh nghiệm quản lý để có thể khai thác phát triển thị trường qua phương thức đặc quyền kinh doanh.

Để phát triển quan hệ kinh doanh theo kiểu đặc quyền kinh doanh có hiệu quả cả hai phía người chủ quyền và người nhận quyền phải có các cân nhắc cẩn thận. Các nhà nhận quyền Việt Nam cần phải:

Lên danh sách tất cả những lợi ích mà người cấp đặc quyền có thể mang lại. Mỗi lợi ích cần ước tính trị giá của nó và quyết định xem doanh nghiệp có thực sự cần nó không? Hãy so sánh tổng giá trị với tổng chi phí, tiền bản quyền doanh nghiệp phải trả cho người chủ quyền để quyết định xem hợp đồng đặc quyền kinh tiêu có lợi không?

Phải tìm hiểu xem người chủ quyền có thể thực sự mang lại cho doanh nghiệp những lợi ích mà họ đưa ra hay không? Nghĩa là doanh nghiệp phải tìm hiểu tất cả các sức mạnh và hạn chế của người chủ quyền để có cơ sở quyết định tham gia.

Đối với các doanh nghiệp có nhãn hiệu uy tín của tỉnh, cần phát triển kênh đặc quyền kinh doanh để mở rộng thị trường có hiệu quả. Với tư cách người chủ quyền, doanh nghiệp cần xác lập hợp đồng đảm bảo quyền quản lý hợp pháp để duy trì lợi thế cạnh tranh đặc biệt và giữ vững đặc tính chất lượng của sản phẩm. Đây chính là những yếu tố quyết định đến sự thành công trong phân phối đặc quyền của doanh nghiệp.

- *Hệ thống liên kết dọc được quản lý* là hệ thống phân phối được liên kết giữa các thành viên trong hệ thống nhờ khả năng chi phối của một thành viên có sức mạnh lãnh đạo tới hoạt động của các thành viên khác.

Loại hình này thường áp dụng cho các doanh nghiệp kinh doanh thương mại, đặc biệt

làm đại lý phân phối cho các doanh nghiệp hay tập đoàn lớn trên thế giới, cũng như các doanh nghiệp lớn từ các tỉnh thành khác.

Các doanh nghiệp tại tỉnh Bến Tre, phần lớn đang kinh doanh trong hệ thống phân phối truyền thống cần tăng mức độ phụ thuộc lẫn nhau và khả năng điều khiển hệ thống để dần chuyển thành hệ thống liên kết dọc được quản lý. Nghĩa là mức độ phụ thuộc lẫn nhau và các hoạt động liên kết trong hệ thống trở nên phổ biến hơn. Nhiều doanh nghiệp nhỏ gồm cả các nhà sản xuất và các trung gian thương mại ở các chợ có thể chuyển sang hệ thống liên kết dọc do một nhà bán buôn giữ vai trò lãnh đạo hệ thống. doanh nghiệp sẽ phải xác định những hoạt động phối hợp chung trong hệ thống liên kết dọc được quản lý.

Trước hết các doanh nghiệp cần phát triển các hợp đồng cung cấp hàng hóa cho các khách hàng cụ thể. Doanh nghiệp phát triển dần các hình thức quản lý từ một vài dòng chảy như thông tin, đặt hàng cho đến quản lý tất cả các dòng chảy trong hệ thống.

Hệ thống phân phối liên kết dọc được quản lý có thể phát triển từ thấp đến cao cả có thể phát triển từ một số khâu trong quá trình lưu thông hàng hóa cho tới toàn bộ quá trình từ sản xuất tới bán buôn, bán lẻ và tiêu dùng. Tùy theo diễn biến của thị trường và thực trạng cũng như khả năng của mình, doanh nghiệp cần chủ động phát triển hệ thống liên kết doanh nghiệp được quản lý để mở rộng và phát triển hệ thống phân phối một cách có hiệu quả nhất.

5.2. Tổ chức thực hiện giải pháp về phát triển hệ thống phân phối hiện đại tại tỉnh Bến Tre

a. Về quản lý vĩ mô (UBND tỉnh và Sở Công thương tỉnh Bến Tre)

Thứ nhất, nâng cao tính hiệu lực của quy hoạch thương mại cũng như quy hoạch xây dựng đô thị.

Trước tình hình đổi mới công tác xây dựng quy hoạch phát triển thương mại, tỉnh cần

rà soát bổ sung và điều chỉnh lại các quy hoạch phát triển thương mại đã được phê duyệt hoặc đã được thông qua theo hướng.

+ Gắn quy hoạch phát triển thương mại với quy hoạch phát triển của các ngành sản xuất nói riêng và chiến lược phát triển kinh tế - xã hội nói chung.

+ Bổ sung các chỉ tiêu trong các bản quy hoạch theo hướng hình thành đầy đủ và đồng bộ các chỉ tiêu có liên quan đến phát triển hệ thống phân phối hàng hóa (kể cả lưu thông hàng hóa trong nước và xuất khẩu, nhập khẩu).

+ Cụ thể hóa các quy hoạch phát triển bằng các chương trình, dự án và xác định rõ quyền hạn và trách nhiệm của các cấp trong việc xây dựng và tổ chức thực hiện dự án. Tỉnh cần hỗ trợ đầu tư vào các dự án có ảnh hưởng quan trọng tới sự phát triển hệ thống phân phối như trung tâm hội chợ - triển lãm, trung tâm thương mại, chợ đầu mối, tổng kho.

Nâng cao tính hiệu lực của quy hoạch thương mại cũng như quy hoạch xây dựng đô thị, kiên quyết không cho phép phát triển mạng lưới khi không có trong quy hoạch.

Thứ hai, hoàn thiện hệ thống chính sách đầu tư phát triển hệ thống phân phối hàng hóa.

Huy động các nguồn vốn trong xã hội để đầu tư vào các dự án phát triển sản xuất, kinh doanh bằng các hình thức thích hợp.

Khuyến khích thu hút đầu tư trong nước cũng được đối xử bình đẳng như khuyến khích đầu tư nước ngoài để cho các doanh nghiệp yên tâm, sẵn sàng mở rộng kinh doanh, liên kết để phát triển hệ thống phân phối hàng hóa.

Đầu tư vào cơ sở hạ tầng phục vụ lưu thông phân phối hàng hóa là rất quan trọng. Vì vậy, bên cạnh khuyến khích đầu tư để phát triển sản xuất cần thiết phải khuyến khích đầu tư phát triển các cơ sở hạ tầng thương mại quan trọng sau đó tiến hành đấu thầu để các doanh nghiệp khai thác phát triển hệ thống phân phối hàng hóa. Đồng thời, cần có chính sách thỏa đáng để các doanh nghiệp và nhân dân cùng tham gia

đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng và phát triển hệ thống phân phối.

Bên cạnh việc sớm triển khai hoạt động của các Trung tâm giới thiệu sản phẩm Việt Nam tại nước ngoài như Hoa Kỳ, Nga, Đức, Hàn Quốc, Nhật Bản và các nước vùng Trung Đông, Châu Á... Đồng thời phải có chính sách hỗ trợ để các doanh nghiệp của tỉnh phát triển hệ thống phân phối bán lẻ tại thị trường nước ngoài.

Phát triển các dịch vụ hỗ trợ phát triển hệ thống phân phối hàng hóa: Hạ tầng cơ sở thông tin, thanh toán, kho bãi, vận chuyển...

Thứ ba, Sở Công thương tỉnh Bến Tre cần xây dựng và chỉ đạo thực hiện chiến lược phát triển ngành dịch vụ phân phối để nhanh chóng có được lực lượng các nhà phân phối chuyên nghiệp, đóng vai trò nòng cốt trong các hệ thống phân phối hàng hóa hiện đại. Trong đó, cần chú trọng việc hình thành phát triển và mời gọi các tập đoàn, công ty thương mại tổng hợp quy mô lớn; cần phát triển liên kết ngành để có sức cạnh tranh quốc tế; cần hệ thống các chính sách đồng bộ phát triển cả về mặt cung và cầu, cũng như cơ sở hạ tầng của ngành này để tạo điều kiện và yếu tố cần thiết cho sự phát triển thị trường dịch vụ phân phối...

Thứ tư, do phần lớn doanh nghiệp của tỉnh có quy mô nhỏ và vừa nên để phát triển các hệ thống phân phối lớn, cần sử dụng và tạo điều kiện để doanh nghiệp Nhà nước trở thành trụ cột, trung tâm của liên kết. Trên cơ sở đó, phát triển các liên kết này tới doanh nghiệp thuộc tất cả các thành phần kinh tế khác nhau tùy theo điều kiện và khả năng cụ thể của doanh nghiệp. Đồng thời, đổi mới tổ chức và hoạt động của các chợ đầu mối thực hiện các dịch vụ hai đầu cho kinh tế hộ thông qua phương thức đại lý mua bán và hợp đồng hai chiều giữa một bên là nông dân và một bên là doanh nghiệp. Cũng cần tổ chức lại lực lượng thương lái để nâng cao hơn vai trò trung gian của họ trong mối liên kết giữa nông dân và doanh nghiệp.

Thứ năm, cần thành lập Hiệp hội đưa Bến Tre, Hiệp hội doanh nhân Bến Tre và gia nhập các Hiệp hội khác ở các tỉnh hoặc từng khu vực, từng vùng để thúc đẩy liên kết ngang giữa các nhà nhập khẩu, các nhà bán buôn, các nhà bán lẻ, nhờ vậy cùng phát huy được lợi thế về quy mô, nâng cao sức mạnh đàm phán sử dụng chung thương hiệu, cơ sở hạ tầng cho phân phối, áp dụng tiêu chuẩn...

Thứ sáu, phát triển các mối liên kết ngược từ các nhà tư vấn thị trường đến nhà DN kinh doanh thương mại với nhà sản xuất, tức là mối liên kết giữa tiêu dùng với thương mại và sản xuất. Thông qua các tổ chức, cá nhân nghiên cứu, dự báo thị trường để đặt hàng với các nhà thương mại và nhà thương mại đặt hàng trở lại với nhà sản xuất. Đây là hình thức cần khuyến khích phát triển vì nó có vai trò, lợi ích rất lớn trong việc tiêu thụ các sản phẩm tươi sống của tỉnh.

b. Đối với các Doanh nghiệp, cơ sở sản xuất kinh doanh, người sản xuất

- Cần hoàn thiện quản lý hệ thống phân phối của từng doanh nghiệp

Lựa chọn và xây dựng hệ thống phân phối hàng hóa là vấn đề khó khăn và phức tạp, nhưng để hệ thống phân phối hàng hóa hoạt động có hiệu quả còn khó khăn và phức tạp hơn. Trước hết, doanh nghiệp cần phải nhận thức rõ hoạt động quản lý là một tập hợp các biện pháp điều hành hoạt động của các phân hệ hệ thống phân phối đã thiết kế. Các mô hình tổ chức khác nhau từ kiểu phân phối truyền thống đến các kiểu tổ chức liên kết đều cần phát triển và hoàn thiện các giải pháp quản lý. Các biện pháp quản lý chủ yếu ở đây là những biện pháp chiến lược nhằm duy trì sự hợp tác của các thành viên trong hệ thống và nâng cao hiệu quả hoạt động dài hạn của toàn hệ thống đặc biệt là vai trò của hội nghề nghiệp như Hội doanh nhân tỉnh, Hội doanh nhân quốc gia.

Các doanh nghiệp dù ở những vị trí khác nhau trong hệ thống phân phối với vai trò khác nhau đều phải phát triển các chiến lược và biện

pháp quản lý hệ thống có hiệu quả. Tất nhiên cách thức và phạm vi quản lý là khác nhau giữa các vị trí thành viên trong hệ thống.

- Hoàn thiện quản lý các dòng chảy của hệ thống phân phối

Một hệ thống hoạt động có hiệu quả khi tất cả các dòng chảy trong hệ thống hoạt động thông suốt. Vì vậy, trọng tâm hoàn thiện quản lý hệ thống phân phối là hoàn thiện quản lý các dòng chảy của nó như sau:

+ Hoàn thiện hệ thống cung cấp thông tin: Đảm bảo thông tin thông suốt trong toàn bộ hệ thống phân phối. Công nghệ thông tin đã tạo nên cuộc cách mạng trong tổ chức và phối hợp các hoạt động phân phối cũng như làm giảm chi phí. Hoàn thiện thông tin trong kênh phân phối tác động lớn đến sự phối hợp trong hệ thống và chi phí điều hành hệ thống và là cơ sở để hoàn thiện các dòng chảy khác. Các doanh nghiệp cần nhanh chóng sử dụng các phương tiện thông tin hiện đại. Từng bước các doanh nghiệp phải tận dụng mạng internet, mạng máy tính để liên lạc trực tiếp giữa các thành viên trong hệ thống và khách hàng.

+ Hoàn thiện dòng phân phối vật chất dựa trên dòng thông tin tiên tiến, các phương tiện vận tải và lưu kho hiện đại: Vận dụng những kiến thức logistic hiện đại vào tổ chức và quản lý. Tổ chức lại hoạt động lưu kho theo hướng đảm bảo dự trữ hợp lý theo yêu cầu thị trường tránh để hàng hóa ứ đọng quá lớn ở các cơ sở sản xuất như hiện nay. Chuyển dần sang sử dụng các phương tiện vận tải tiên tiến có năng suất cao, chi phí thấp. Tính toán phối hợp giữa vận tải và lưu kho sao cho có tổng chi phí phân phối vật chất tối ưu.

Hiện tại trên thị trường phần lớn các sản phẩm được cung cấp cho hệ thống phân phối trên cơ sở dự tính nhu cầu sau đó chuyển trước đến các thị trường để chờ tiêu thụ. Phương thức phân phối này chứa đựng rủi ro lớn. Nhiều trường hợp hàng hóa đã chuyển đến các thị trường nhưng không bán được gây tổn thất chi phí lớn. Người

quản lý hệ thống phân phối phải biết sử dụng các phương thức để giảm rủi ro bằng cách chỉ thực hiện hoạt động phân phối khi xác định được nhu cầu của thị trường và đơn đặt hàng chắc chắn. Điều này có thể làm được nhờ kỹ thuật thông tin và phương tiện phân phối vật chất tiên tiến. Có hai cách có thể áp dụng để chủ động phân phối sau khi đã xác định nhu cầu là: Thứ nhất, chuyển một phần công việc sản xuất cho các thành viên của hệ thống. Sản phẩm trong quá trình phân phối chưa được hoàn chỉnh, sản phẩm chỉ được hoàn chỉnh tại điểm bán cuối cùng để phù hợp nhất với nhu cầu thị trường. Ở đây, một số công việc sản xuất được chuyển cho người phân phối thực hiện. Thứ hai, không chuyển sản phẩm trước đến các điểm bán mà dự trữ ở các kho trung tâm. Hoạt động vận chuyển chỉ được thực hiện khi nhận được đơn đặt hàng cụ thể. Nghĩa là việc phân phối thực sự chỉ được thực hiện khi biết chắc về nhu cầu thị trường.

Hệ thống thông tin tốt sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho thực hiện dự trữ tập trung. Các phương thức phân phối tức thời, làm giảm dự trữ tồn kho. Chi phí đặt hàng cũng sẽ giảm nhờ sử dụng hiệu quả dữ liệu tại các điểm bán.

+ Hoàn thiện việc xúc tiến thương mại.

Các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và doanh nghiệp tỉnh Bến Tre nói riêng hầu như chưa chú trọng nhiều đến hoạt động xúc tiến qua hệ thống phân phối của mình. Do đó, các doanh nghiệp phải xác định xúc tiến là trách nhiệm chung của mọi thành viên trong hệ thống. Người quản lý hệ thống phân phối phải lập kế hoạch chia sẻ trách nhiệm và chi phí thực hiện hoạt động xúc tiến. Dựa trên sự phối hợp dữ liệu về dân số học và sức mua có thể tạo ra công cụ hữu hiệu để nâng cao hiệu quả xúc tiến thương mại. Các doanh nghiệp sản xuất nên phối hợp với các thành viên khác trong hệ thống phân phối để xây dựng chương trình hợp tác xúc tiến theo thương hiệu của sản phẩm mà không nên để cho các thành viên tự xây dựng các chương trình xúc tiến riêng.

+ Hoàn thiện phương pháp đặt hàng: Để thực hiện tốt hoạt động phân phối hàng ngày, các doanh nghiệp cần phải xây dựng được quy trình thu thập, tập hợp, giải quyết đơn đặt hàng tối ưu. Đây chính là cơ sở quản lý hoạt động hàng ngày của tất cả các dòng chảy trong hệ thống phân phối cho thông suốt. Cần nhanh chóng vận dụng công nghệ thông tin tiên tiến để từng bước xây dựng các hệ thống đặt hàng tự động và quản lý tồn kho bằng máy tính. Trước mắt, các doanh nghiệp lớn, đặc biệt là các tổng công ty và các doanh nghiệp bán lẻ lớn cần nghiên cứu áp dụng các hệ thống này. Thời gian đặt hàng, chờ đợi và giao hàng cần được rút ngắn.

+ Hoàn thiện phương thức thanh toán: Chuyển nhanh phương thức thanh toán bằng tiền mặt sang thanh toán chuyển khoản và các phương thức thanh toán hiện đại qua mạng máy tính. Chi phí và rủi ro trong hoạt động thanh toán sẽ giảm nhờ sử dụng hệ thống đặt hàng và thanh toán điện tử trong hệ thống phân phối.

+ Chính sách thu hút nhân tài: doanh nghiệp cần chú trọng thu hút, đào tạo và bồi dưỡng cán bộ quản lý, kinh doanh có đủ năng lực và đáp ứng được các yêu cầu mới của phát triển hệ thống phân phối hàng hóa của doanh nghiệp.

6. Kết luận

Bên cạnh các hệ thống phân phối truyền thống phổ biến, sức ép cạnh tranh ngày càng gay gắt đã xuất hiện nhiều hệ thống phân phối

liên kết dọc với nhiều hình thức khác nhau. Xu hướng phát triển này là kết quả tất yếu trên thị trường cạnh tranh, do vậy sẽ xuất hiện và phát triển nhanh các hệ thống phân phối hiện đại. Việc tỉnh Bến Tre và các doanh nghiệp tại Bến Tre quan tâm đến việc hoàn thiện và xây dựng hệ thống phân phối hiện đại là rất đúng hướng và đúng thời điểm.

Trong giai đoạn hiện nay đến năm 2020, phát triển hệ thống phân phối hàng hóa nhằm mục tiêu điều phối hàng hóa, kiểm soát giá cả, ổn định thị trường có ý nghĩa quan trọng trong hệ thống phát triển kinh tế xã hội của tỉnh. Qua khảo sát thực tiễn tại một số doanh nghiệp và nghiên cứu các báo cáo của UBND, Sở Công thương tỉnh Bến Tre, chúng tôi đã đưa ra hai nhóm giải pháp. Một là, giải pháp phát triển hệ thống phân phối, trong đó hoàn thiện lại hệ thống phân phối truyền thống, giai đoạn trước mắt triển khai xây dựng và phát triển hoàn chỉnh hệ thống phân phối hiện đại kiểu liên kết dọc. Hai là, giải pháp tổ chức thực hiện phát triển hệ thống phân phối hiện đại. Các vấn đề tỉnh cần nghiên cứu tiếp trong giai đoạn sau năm 2020 như là các giải pháp để phát triển của hệ thống phân phối hàng hóa kiểu liên kết ngang; giải pháp để áp dụng thương mại điện tử trong hệ thống phân phối hay giải pháp hệ thống phân phối hỗn hợp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Niên giám thống kê tỉnh Bến Tre 2008.
- [2] Báo cáo tổng kết tình hình kinh tế - xã hội giai đoạn 2001-2005, Báo cáo tổng kết thực hiện nghị quyết HĐND tỉnh về phát triển kinh tế - xã hội các năm 2006, 2007, 2008, 2009 của UBND tỉnh Bến Tre; Báo cáo sơ kết thực hiện quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Bến Tre giai đoạn 2006-2010 của Sở Công thương tỉnh Bến Tre.
- [3] Các giải pháp phát triển hệ thống phân phối hàng hóa VN trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, PGS.TS. Lê Trịnh Minh Châu. [4] Marketing hiện đại của Philip Kotler.