



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


NGUYỄN MẠNH HOÀNG

**HOÀN THIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ
NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA TRÊN
ĐỊA BÀN HÀ NỘI ĐẾN NĂM 2020**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

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


NGUYỄN MẠNH HOÀNG

**HOÀN THIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ
THƯƠNG MẠI HÀNG HÓA TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI
ĐẾN NĂM 2020**

Chuyên ngành: *Thương mại*

Mã số: 62.34.10.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học:

GS. TS. HOÀNG ĐỨC THÂN

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nghiên cứu trong luận án này là trung thực và đáng tin cậy ./.

Tác giả luận án

Nguyễn Mạnh Hoàng

MỤC LỤC

TRANG PHỤ BÌA	
LỜI CAM ĐOAN	2
MỤC LỤC	3
DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT	4
DANH MỤC BẢNG BIỂU	5
DANH MỤC SƠ ĐỒ	6
MỞ ĐẦU	7
CHƯƠNG 1: LÝ LUẬN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH, THÀNH PHỐ	17
1.1. Nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn tỉnh, thành phố .	17
1.2. Vai trò và đặc điểm của thương mại Hà Nội	28
1.3. Kinh nghiệm xây dựng và thực hiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá ở trong và ngoài nước	33
CHƯƠNG 2: THỰC HIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI GIAI ĐOẠN 2001 -2007 .57	
2.1. Thực trạng phát triển thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội giai đoạn 2001-2007....	60
2.2. Thực hiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007.....	76
2.3. Đánh giá thực trạng thực hiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội.....	111
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI ĐẾN NĂM 2020	113
3.1. Yêu cầu và nguyên tắc hoàn thiện nội dung quản lý nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội	122
3.2. Phương hướng phát triển thương mại ở Hà Nội đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030.....	122
3.3. Quan điểm và định hướng hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội đến năm 2020	134
3.4. Giải pháp hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội đến năm 2020.....	141
3.5. Một số kiến nghị	162
KẾT LUẬN	167
DANH MỤC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ	170
TÀI LIỆU THAM KHẢO	165

CHÚ THÍCH CÁC CHỮ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Tiếng Việt	Tiếng Anh
CNH.HĐH	Công nghiệp hoá, hiện đại hoá	
DNTMNN	Doanh nghiệp thương mại nhà nước	
DNVVN	Doanh nghiệp vừa và nhỏ	
ĐTNN	Đầu tư nước ngoài	
ĐKKD	Đăng ký kinh doanh	
HNKT	Hội nhập kinh tế	
HNKTQT	Hội nhập kinh tế quốc tế	
HTX	Hợp tác xã	
HCTL	Hội chợ triển lãm	
IMF	Quỹ tiền tệ quốc tế	International Monetary fund
KH-CN	Khoa học - công nghệ	
KT-CT	Kinh tế - chính trị	
KTTT	Kinh tế thị trường	
NK	Nhập khẩu	
NSNN	Ngân sách nhà nước	
QLTT	Quản lý thị trường	
TCH	Toàn cầu hoá	
TNC	Các công ty xuyên quốc gia	
TTTT	Trung tâm thương mại	
UBND	Ủy ban nhân dân	
WB	Ngân hàng thế giới	World Bank
WTO	Tổ chức thương mại thế giới	World Trade Organization
XHCN	Xã hội chủ nghĩa	
XK	Xuất khẩu	
XNK	Xuất nhập khẩu	
XTTM	Xúc tiến thương mại	

DANH MỤC BẢNG BIỂU

<i>Bảng 2.1</i>	Cơ cấu tổng sản phẩm nội địa (GDP) thành phố Hà Nội	58
<i>Bảng 2.2</i>	Tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng xã hội Hà Nội giai đoạn 2001-2007	60
<i>Bảng 2.3</i>	Cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng xã hội Hà Nội giai đoạn 2001-2007	61
<i>Bảng 2.4</i>	Tổng mức và cơ cấu lưu chuyển hàng hoá bán buôn Hà Nội giai đoạn 2000-2007	62
<i>Bảng 2.5</i>	Kim ngạch và cơ cấu xuất khẩu giai đoạn 2001-2007	63
<i>Bảng 2.6</i>	Thị trường xuất khẩu của Hà Nội	65
<i>Bảng 2.7</i>	Kim ngạch và cơ cấu nhập khẩu giai đoạn 2001-2007	66
<i>Bảng 2.8</i>	Cơ cấu các doanh nghiệp kinh doanh thương mại trên địa bàn Hà Nội giai đoạn 2001-2007	69
<i>Bảng 2.9</i>	Các văn bản đã ban hành năm 2007	77
<i>Bảng 2.10</i>	Kết quả giải quyết các thủ tục hành chính giai đoạn 2005-2007	81
<i>Bảng 2.11</i>	Doanh nghiệp ngành thương nghiệp, khách sạn, nhà hàng, dịch vụ 2001-2007	84
<i>Bảng 2.12</i>	Cơ sở kinh doanh thương nghiệp và dịch vụ cá thể 2001-2007	85
<i>Bảng 2.13</i>	Phân loại các cửa hàng kinh doanh xăng dầu trên địa bàn Thành phố Hà Nội	93
<i>Bảng 2.14</i>	Mức độ đáp ứng thủ tục xây dựng	93
<i>Bảng 2.15</i>	Mức độ đáp ứng các thủ tục kinh doanh	94
<i>Bảng 2.16</i>	Phân bố trên địa bàn quận, huyện	95
<i>Bảng 2.17</i>	Những vi phạm pháp luật trong hoạt động thương mại ở Hà Nội thời gian 2001-2007	104
<i>Bảng 3.1</i>	Định hướng một số nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Hà Nội đến năm 2010 và 2020	123
<i>Bảng 3.2</i>	Định hướng cơ cấu thị trường xuất khẩu của Hà Nội theo các khu vực đến năm 2010 và 2020	124
<i>Bảng 3.3</i>	Định hướng thị trường xuất khẩu trọng điểm của Hà Nội đến năm 2010 và 2020	126

DANH MỤC SƠ ĐỒ

<i>Sơ đồ 1.1:</i> Quy trình mở cửa hàng theo luật năm 1989 ở thành phố Shizuoka.....	51
<i>Sơ đồ 2.1:</i> Chuyển dịch cơ cấu GDP trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007	62
<i>Sơ đồ 2.2:</i> Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo thành phần kinh tế trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn 2002 - 2007	67
<i>Sơ đồ 2.3:</i> Chuyển dịch cơ cấu nhập khẩu theo thành phần kinh tế trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007	70
<i>Sơ đồ 2.4:</i> Chuyển dịch cơ cấu nhập khẩu theo nhóm hàng trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007	71

MỞ ĐẦU

1. Sự cần thiết của đề tài

Nghị quyết 15-NQ-TW ngày 15/12/2000 của Bộ Chính trị đã xác định “Hà Nội là trái tim của cả nước, đầu não chính trị - hành chính quốc gia, trung tâm lớn về văn hoá, khoa học, giáo dục, kinh tế và giao dịch quốc tế của cả nước”. Hà Nội có vị trí địa lý và hệ thống giao thông thuận lợi nối liền với các vùng, các tỉnh trong cả nước, đồng thời là một trung tâm kinh tế lớn nhất miền Bắc và đầu mối giao thương quốc tế của Việt Nam nên Hà Nội đã, đang và sẽ là đầu mối xuất nhập khẩu, đầu mối phát luồng bán buôn của các tỉnh phía Bắc và của cả nước. Sự tăng trưởng và phát triển kinh tế, thương mại của Hà Nội có sức mạnh lan toả rộng lớn và tác động mạnh mẽ tới sự phát triển kinh tế xã hội đất nước.

Sau 20 năm thực hiện công cuộc đổi mới và hội nhập kinh tế quốc tế, Thủ đô Hà Nội đã phát triển về mọi mặt, đã cùng cả nước vượt qua khủng hoảng kinh tế - xã hội trong những năm đầu của thập kỷ 90; khắc phục tình trạng trì trệ, đình đốn; kinh tế liên tục đạt trình độ tăng trưởng cao; GDP hàng năm không chỉ đáp ứng được nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao của sản xuất và đời sống nhân dân trên địa bàn mà còn dành được một phần tích lũy tái sản xuất mở rộng; lạm phát bị đẩy lùi. Những thành tựu trên đã tạo ra cho Hà Nội thế và lực mới, những thời cơ để phát triển toàn diện, vững chắc trong những năm đầu của thế kỷ XXI.

Trong giai đoạn 2001 - 2008, tốc độ tăng GDP hàng năm đạt gần 12%, GDP bình quân đầu người tính theo giá hiện hành của Thành phố Hà Nội đạt khoảng 28,6 triệu đồng năm 2008, cao gấp hơn 2 lần mức bình quân chung của cả nước (11,4 triệu đồng) đưa Thủ đô Hà Nội thực sự trở thành động lực của quá trình phát triển kinh tế xã hội của khu vực phía Bắc nói riêng và cả

nước nói chung.

Hơn nữa, Hà Nội là Thủ đô của cả nước, là nơi tập trung cơ quan đầu não của Đảng, Nhà nước, các Bộ, ngành, các cơ quan trung ương, hiệp hội, đoàn thể, các cơ quan ngoại giao, các văn phòng đại diện, các trung tâm dịch vụ tài chính - ngân hàng, thương mại, thông tin - bưu chính viễn thông; nơi có cơ sở hạ tầng giao thông vận tải và thông tin truyền thông phát triển vào bậc nhất đất nước; nơi tập trung nguồn nhân lực có chất lượng, trình độ cao hàng đầu cả nước và có mức bình quân thu nhập trên đầu người cao, tạo điều kiện thuận lợi cả về “đầu vào” lẫn “đầu ra” cho phát triển phân công lao động xã hội... Hà Nội, với bề dày lịch sử “ngàn năm văn hiến” sẽ là nền tảng vững chắc cho sự phát triển văn hoá, xã hội Việt Nam tương lai.

Thương mại Hà Nội đã đạt được những thành tựu đáng kể, đóng góp không nhỏ vào tăng trưởng GDP của Thành phố nói riêng và của cả nước nói chung. Thương mại phát triển ở cả nội và ngoại thành, nhiều phương thức kinh doanh thương mại hiện đại, tiên tiến trên thế giới đã được đưa vào ứng dụng, thương nhân Hà Nội phát triển cả về số lượng và năng lực quản trị kinh doanh, thị trường xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ phát triển nhanh. Thương mại góp phần đắc lực vào cải thiện chất lượng cuộc sống của người dân Hà Nội.

Trong bối cảnh Việt Nam đã trở thành thành viên chính thức của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) và chuyển mạnh sang xây dựng nền kinh tế thị trường hiện đại, thương mại Hà Nội sẽ còn có nhiều cơ hội phát triển và đóng góp ngày càng quan trọng vào sự phát triển kinh tế xã hội Thành phố.

Vai trò của quản lý Nhà nước (QLNN) đối với phát triển thương mại trên địa bàn Hà Nội thời gian qua được biểu hiện cụ thể bằng việc Thành phố Hà Nội đã xây dựng và tổ chức thực hiện nhiều cơ chế, chính sách nhằm hỗ trợ khuyến khích sự hình thành và phát triển các loại hình thương mại văn minh, hiện đại trên địa bàn Thành phố. Đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu,

khuyến khích các thương nhân thuộc mọi thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại, tạo điều kiện thuận lợi, hỗ trợ và ưu đãi về vốn, mặt bằng bán hàng, về đào tạo, thông tin và xúc tiến thương mại để xây dựng đội ngũ thương nhân ngày càng lớn mạnh, đáp ứng yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao của thực tiễn hoạt động kinh doanh thương mại trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế...

Tuy nhiên, sự phát triển của thương mại Hà Nội thời gian qua thực sự chưa tương xứng với những tiềm năng và lợi thế của Thủ đô Hà Nội. Lẽ ra với một Thủ đô ngàn năm văn hiến, là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hoá xã hội của cả nước, Hà Nội phải có một cơ cấu kinh tế tiên tiến nhất so với cơ cấu kinh tế của cả nước, trong đó ngành dịch vụ (gồm cả thương mại) phải chiếm tỷ trọng lớn và là động lực phát triển của kinh tế Thủ đô. Nhưng trên thực tế, thương mại Thành phố những năm qua vẫn chiếm một tỷ trọng chưa tương xứng. Theo số liệu thống kê chính thức, thương mại và sửa chữa nhỏ chỉ chiếm khoảng 12,7% GDP của Thành phố năm 2006. Tỷ trọng thương mại hiện đại trên địa bàn Thành phố còn khiêm tốn, chỉ chiếm khoảng 20%, thương mại truyền thống vẫn chiếm tỷ trọng áp đảo khoảng 80% doanh số bán lẻ. Cơ sở vật chất và kết cấu hạ tầng của thương mại Hà Nội nhìn chung vẫn trong tình trạng lạc hậu, chậm được đổi mới nâng cấp, hệ thống doanh nghiệp, hệ thống thương nhân, cấu trúc và phân bố thị trường còn bất hợp lý, cạnh tranh không lành mạnh, gây ra lãng phí lớn; nguồn nhân lực chất lượng cao cho thương mại còn thiếu. Xuất khẩu tuy có tăng nhanh nhưng so với tốc độ tăng chung của cả nước thì hầu như không có gì nổi bật...

Trong nhiều nguyên nhân dẫn đến những hạn chế của phát triển thương mại thủ đô Hà Nội trong thời gian qua, có nguyên nhân quan trọng là quản lý nhà nước về thương mại nói chung, nội dung quản lý nhà nước về thương mại nói riêng còn nhiều yếu kém và bất cập. Sự lạc hậu và thiếu đồng bộ trong nội

dung quản lý nhà nước về thương mại đã làm giảm hiệu lực quản lý nhà nước. Một số nội dung quản lý theo mô hình cũ đã cản trở sự phát triển của thương mại Hà Nội. Những vấn đề mới phát sinh trong hoạt động thương mại không được bổ sung kịp thời vào nội dung quản lý nhà nước của Thành phố đã dẫn tới sự buông lỏng và lúng túng của các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại. Những đặc thù của các đô thị lớn như Hà Nội không có sự định vị khác biệt trong quản lý nhà nước, tình trạng vừa thừa, vừa thiếu, không có sự quy định thống nhất và tính tới các yếu tố đặc thù trong nội dung quản lý nhà nước về thương mại đang là vấn đề rất bức xúc.

Trước những yêu cầu phát triển mới của Thủ đô Hà Nội, đòi hỏi phải có phương hướng và giải pháp đồng bộ, hữu hiệu nhằm hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn. Quản lý nhà nước đối với hoạt động thương mại phải phát huy các lợi thế, khắc phục những tồn tại yếu kém, thích ứng với thể chế kinh tế thị trường và tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế và phù hợp với các mục tiêu, định hướng phát triển kinh tế- xã hội của Thành phố trong thời kỳ tới. Vì vậy, việc nghiên cứu và phát triển thêm cơ sở lý luận của QLNN về thương mại, đồng thời đưa ra những giải pháp có tính khoa học và khả thi nhằm nâng cao hiệu quả quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn Hà Nội, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế, thực hiện công nghiệp hoá hiện đại hoá của Thành phố Hà Nội là vấn đề vừa có ý nghĩa cấp thiết vừa có tầm quan trọng chiến lược lâu dài. Đây chính là lý do để nghiên cứu sinh lựa chọn vấn đề: ***“Hoàn thiện nội dung quản lý nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội đến năm 2020”*** làm đề tài nghiên cứu luận án tiến sĩ.

2. Tình hình nghiên cứu đề tài luận án

Quản lý Nhà nước về thương mại ở Hà Nội đã được nhiều công trình nghiên cứu liên quan trong nước đề cập tới ở các mức độ và nội dung khác

nhau cả về mặt lý luận và thực tiễn. Có thể nêu ra một số công trình nghiên cứu có liên quan đến vấn đề này như:

1. *Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Thành phố Hà Nội đến năm 2020 và tầm nhìn 2030*, UBND Thành phố Hà Nội, năm 2007. Bản Quy hoạch tập trung khái quát hoá là làm rõ các điều kiện và căn cứ để xây dựng quy hoạch như điều kiện tự nhiên, xã hội, kinh tế của Hà Nội ảnh hưởng đến phát triển thương mại, thực trạng phát triển thương mại và thực trạng QLNN về thương mại của Hà Nội... Nội dung chính là đề xuất định hướng chiến lược, các quan điểm, mục tiêu, phương hướng và các giải pháp tổ chức thực hiện Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại của Hà Nội tới năm 2020, tầm nhìn tới 2030. Nội dung đổi mới và hoàn thiện QLNN về thương mại cũng được đề cập và phân tích khá đầy đủ và đồng bộ, nhưng với cách tiếp cận là một bộ phận không tách rời của Quy hoạch thương mại, mức độ chuyên sâu về QLNN trong bản quy hoạch bị hạn chế.

2. *Quy hoạch phát triển hệ thống cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố Hà Nội tới năm 2020 và tầm nhìn tới năm 2030*, Sở Thương mại Hà Nội, 2006. Đây là bản quy hoạch kết cấu hạ tầng thương mại cho mặt hàng xăng, dầu. Những nội dung có liên quan tới QLNN về thương mại trong Bản quy hoạch hệ thống cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố được nghiên cứu một cách khá đầy đủ và sâu sắc, nhất là những nội dung liên quan trực tiếp tới QLNN về thương mại mặt hàng xăng dầu. Tuy nhiên, xăng dầu chỉ là một trong số các vật tư thiết yếu của nền kinh tế cần có yêu cầu quản lý đặc thù. Do vậy, QLNN về thương mại trong bản quy hoạch này mang tính đặc thù, sâu sắc nhưng lại thiếu tầm chung và bao quát cho toàn bộ hoạt động thương mại trên địa bàn.

3. *Những cơ hội và thách thức đối với thương mại Hà Nội trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Đề tài cấp cơ sở do TS Phan Tố Uyên, Đại học

Kinh tế quốc dân là chủ nhiệm, năm 2006. Từ những cơ hội và thách thức chung của nền kinh tế khi tham gia hội nhập kinh tế quốc tế, đề tài đã đi sâu phân tích những cơ hội và thách thức đối với phát triển thương mại Hà Nội trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và đề xuất một số giải pháp nhằm tận dụng cơ hội, vượt qua thách thức để phát triển thương mại Hà Nội trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế. Ở đây, đổi mới và hoàn thiện QLNN về thương mại được đề cập dưới góc độ một giải pháp cho phát triển thương mại Hà Nội trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế.

4. *Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2010 - 2020, tầm nhìn 2030*. UBND Thành phố Hà Nội, năm 2006. Bản Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2010 - 2020, tầm nhìn 2030 đánh giá một cách tổng quát về thực trạng phát triển kinh tế - xã hội của Hà Nội thời gian vừa qua, chỉ rõ những thành tựu đạt được, những tồn tại, khó khăn, thách thức và nguyên nhân... làm cơ sở cho việc đề xuất các nội dung chính của bản Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội của Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2010 - 2020 và tầm nhìn 2030. Những nội dung chính này gồm những định hướng chiến lược lớn, quan điểm, mục tiêu, phương hướng và giải pháp tổ chức thực hiện nhằm hoàn thành tốt nhất các mục tiêu đề ra về xây dựng Thủ đô Hà Nội văn minh, tiên tiến, hiện đại thời gian tới năm 2020 và tầm nhìn tới năm 2030. Trong bản Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội Thủ đô Hà Nội, nội dung về QLNN về thương mại cũng được nghiên cứu phân tích nhưng chỉ mang tính chung và khái quát lớn.

5. *Giải pháp thúc đẩy Hà Nội hội nhập kinh tế quốc tế*. TS. Nghiêm Xuân Đạt, TS. Nguyễn Minh Phong đồng chủ biên, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội 2002. Nội dung của cuốn sách nghiên cứu, phân tích thực trạng Hội nhập kinh tế quốc tế của Hà Nội, có đề cập tới nội dung QLNN về thương mại trong liên quan tới hội nhập kinh tế quốc tế của Hà Nội, nhưng sự nghiên

cứu này chỉ giới hạn ở góc độ hẹp và hơn nữa thời gian đã được vài năm nên số liệu, thông tin và những phát triển mới cần được cập nhật, bổ sung nhiều.

Tuy đã có một số công trình nghiên cứu liên quan tới QLNN về thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội như đã nêu trên, nhưng những công trình này đề cập tới QLNN về thương mại dưới các góc độ tiếp cận khác nhau, có những công trình thì đề cập tới QLNN về thương mại ở tầm chung và bao quát, có những công trình lại chỉ tập trung vào một khía cạnh cụ thể, đặc thù cho ngành hàng, cho một nhiệm vụ của QLNN về thương mại... Đến nay vẫn chưa có công trình nào nghiên cứu một cách hệ thống, toàn diện và sâu sắc về nội dung QLNN đối với hoạt động thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Hơn nữa, hầu hết các công trình đã được thực hiện đều tập trung vào giai đoạn 2001 - 2010, chưa công trình nào nghiên cứu giai đoạn 2010 - 2020. Vì vậy, việc thực hiện đề tài luận án sẽ không trùng lặp, đảm bảo tính độc lập và có ý nghĩa lý luận và thực tiễn lớn đối với việc tăng cường quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Hà Nội đến năm 2020.

3. Mục tiêu nghiên cứu của luận án

Mục tiêu của luận án là nghiên cứu cơ sở khoa học và đề xuất giải pháp nhằm hoàn thiện nội dung quản lý nhà nước về thương mại hàng hoá ở Hà Nội thời gian tới.

Để hoàn thành mục tiêu này, luận án sẽ thực hiện những nhiệm vụ sau đây:

- Nghiên cứu cơ sở lý luận của nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn thành phố Hà Nội.
- Nghiên cứu kinh nghiệm quản lý Nhà nước về thương mại ở một số nước và rút ra bài học cho QLNN về thương mại ở Thành phố Hà Nội.
- Phân tích, đánh giá thực trạng nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn thành phố Hà Nội.

- Đề xuất phương hướng và các giải pháp chủ yếu nhằm hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn thành phố Hà Nội tới năm 2020.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu của luận án là những vấn đề lý luận và thực tiễn của nội dung quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

4.2. Phạm vi nghiên cứu của luận án:

- Về nội dung: tập trung nghiên cứu nội dung chủ yếu của quản lý Nhà nước (QLNN) về thương mại hàng hoá của Hà Nội và những tác động, ảnh hưởng của nó tới phát triển thương mại của Hà Nội.

- Về không gian: Nghiên cứu nội dung QLNN về thương mại ở Thành phố Hà Nội. Nghiên cứu kinh nghiệm nước ngoài sẽ lựa chọn một số thành phố của Trung Quốc có nhiều điểm tương đồng để các bài học rút ra có giá trị ứng dụng cho thực tiễn của Hà Nội.

- Về thời gian: Nghiên cứu thực trạng nội dung quản lý Nhà nước về thương mại ở Hà Nội thời gian từ 2001 đến nay và đề xuất các giải pháp nhằm hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại ở Hà Nội thời gian tới năm 2020.

5. Phương pháp nghiên cứu

Trong quá trình nghiên cứu, tác giả sử dụng các phương pháp sau:

- Nghiên cứu tài liệu trên cơ sở nguồn tài liệu thứ cấp là sách, báo, tài liệu, thông tin, các websites trong nước và quốc tế liên quan tới QLNN về thương mại;

- Khảo sát thực tiễn QLNN về thương mại tại các đơn vị hữu quan ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh;

- Phương pháp thống kê, so sánh, phân tích, tổng hợp;

- Phương pháp hội nghị, hội thảo, lấy ý kiến chuyên gia.

6. Những đóng góp mới của luận án

- Định dạng những nội dung QLNN về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội trên cơ sở nghiên cứu 6 đặc trưng của thương mại Hà Nội.

- Nghiên cứu đúc rút 4 bài học kinh nghiệm từ quản lý thương mại của Thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Bắc Kinh và Thượng Hải (Trung Quốc) để áp dụng cho Thành phố Hà Nội.

- Tổng kết những thành tựu và đánh giá những hạn chế của thực trạng thực hiện nội dung QLNN về thương mại hàng hoá trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn từ 2001 đến 2007.

- Xây dựng quan điểm, nghiên cứu định hướng và đề xuất những giải pháp nhằm hoàn thiện nội dung QLNN về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội thời gian tới năm 2020.

7. Kết cấu của luận án

7.1. Tên đề tài luận án:

Hoàn thiện nội dung quản lý nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội đến năm 2020.

7.2. Kết cấu của luận án:

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

Chương 1: Lý luận nội dung quản lý nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn tỉnh, thành phố

Chương 2: Thực hiện nội dung quản lý nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội giai đoạn 2001-2007

Chương 3: Phương hướng và giải pháp hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội đến năm 2020

Chương 1

LÝ LUẬN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH/THÀNH PHỐ

1.1. NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH/THÀNH PHỐ

1.1.1. Tính tất yếu và vai trò của Nhà nước trong quản lý thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố

1.1.1.1. Khái niệm quản lý Nhà nước về thương mại

Tất cả các nền kinh tế thị trường của các nước đã và đang phát triển đều có sự quản lý, điều khiển, can thiệp của Nhà nước ở những phạm vi và mức độ khác nhau và bằng các phương thức khác nhau. Ngày nay, trong nền kinh tế hiện đại, ở góc độ nhiều hay ít, hầu như đều áp dụng mô hình kinh tế hỗn hợp mà trong đó không thể thiếu vai trò quản lý của Nhà nước.

Theo cách hiểu chung: Quản lý Nhà nước về kinh tế là một bộ phận của quản lý Nhà nước và quản lý nói chung, là một dạng hoạt động phối hợp thực hiện chức năng của hệ thống quản lý Nhà nước nhằm tác động có hiệu quả lên hệ thống bị quản lý (tức là nền kinh tế) thông qua việc sử dụng hệ thống các phương pháp, công cụ, biện pháp quản lý nhằm đạt tới những mục tiêu chiến lược trong từng thời kỳ.

Chúng ta có thể hiểu *quản lý thương mại là quá trình thực hiện và phối hợp các chức năng hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các hoạt động thương mại trên thị trường trong sự tác động của hệ thống quản lý đến hệ thống bị quản lý nhằm đạt mục tiêu thông qua việc sử dụng các công cụ và chính sách quản lý.*

1.1.1.2. Chức năng của quản lý Nhà nước về thương mại

- *Chức năng hoạch định:*

Mục đích của Nhà nước thực hiện chức năng hoạch định để định hướng hoạt động thương mại của các chủ thể tham gia thị trường. Chức năng này

bao gồm các nội dung cơ bản là hoạch định chiến lược, quy hoạch phát triển thương mại, phân tích và xây dựng các chính sách thương mại quy hoạch và định hướng chiến lược phát triển thị trường, xây dựng hệ thống pháp luật có liên quan đến thương mại; xác lập các chương trình, dự án, cụ thể hoá chiến lược, đặc biệt là các lộ trình hội nhập khu vực và quốc tế.

Vai trò của chức năng hoạch định là giúp cho các doanh nghiệp có phương hướng hình thành phương án, chiến lược, kế hoạch sản xuất kinh doanh. Nó vừa giúp tạo lập môi trường kinh doanh, vừa cho phép Nhà nước có thể kiểm soát hoạt động của các doanh nghiệp và các chủ thể kinh doanh trên thị trường.

- Chức năng phối hợp:

Nhà nước bằng việc tạo lập các cơ quan và hệ thống tổ chức, quản lý, sử dụng bộ máy này để hoạch định các chiến lược, quy hoạch, chính sách, các văn bản pháp luật. Đồng thời, sử dụng sức mạnh của bộ máy tổ chức để thực hiện những vấn đề thuộc về quản lý Nhà nước nhằm đưa chính sách và pháp luật vào thực tiễn kinh doanh của doanh nghiệp, hiện thực hoá quy hoạch và kế hoạch. Với mục đích trên, chức năng phối hợp có vai trò và bao gồm những nội dung sau:

(i) Hình thành cơ chế phối hợp hữu hiệu giữa cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại với các cơ quan quản lý nhà nước liên quan, với các cấp trong hệ thống tổ chức quản lý thương mại của Trung ương, tỉnh, thành phố.

(ii) Trong thương mại quốc tế, chức năng này được thể hiện ở sự phối hợp giữa các quốc gia có quan hệ thương mại song phương hoặc trong cùng một khối kinh tế và thương mại, trong nỗ lực nhằm đạt tới các mục tiêu và đảm bảo thực hiện các cam kết.

(iii) Bồi dưỡng và đào tạo về nguồn lực đủ khả năng thực hiện các công

việc liên quan tới quản lý Nhà nước về thương mại.

- Chức năng điều tiết các hoạt động thương mại và can thiệp thị trường

Mục đích của chức năng này là nhằm điều tiết các hoạt động thương mại, điều tiết thị trường để các hoạt động này cũng như thị trường phát triển cân đối, hài hoà, bền vững và đúng theo định hướng của Nhà nước.

Nội dung và vai trò của chức năng này bao gồm:

(i) Nhà nước là người bảo vệ quyền lợi hợp pháp của mọi chủ thể kinh doanh, khuyến khích và đảm bảo bằng luật pháp. Nhà nước hướng dẫn và kích thích các doanh nghiệp hoạt động theo định hướng thị trường của mình. Mặt khác, Nhà nước can thiệp và điều tiết thị trường khi cần thiết để đảm bảo ổn định kinh tế vĩ mô, duy trì sức mạnh nền tài chính quốc gia, giữ vững sức mua của tiền tệ, đảm bảo lợi ích của người sản xuất và tiêu dùng.

(ii) Nhà nước hỗ trợ cho các doanh nghiệp về thông tin, tài chính, kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội trong điều kiện cho phép, không vi phạm các cam kết quốc tế. Bảo vệ kinh tế Nhà nước theo đúng pháp luật quốc tế, chống tham nhũng và thất thoát tài sản, đảm bảo tăng trưởng kinh tế, tạo nguồn thu cho ngân sách Nhà nước.

- Chức năng kiểm soát:

Phát hiện những lệch lạc, nguy cơ chệch hướng hoặc vi phạm pháp luật và các quy định của Nhà nước, từ đó đưa ra các quyết định điều chỉnh thích hợp nhằm tăng cường hiệu quả của quản lý Nhà nước về thương mại.

Nội dung và vai trò của chức năng này:

Nhà nước giám sát hoạt động của mọi chủ thể kinh doanh cũng như chế độ quản lý của các chủ thể đó về các mặt đăng ký kinh doanh, phương án sản phẩm, chất lượng và tiêu chuẩn sản phẩm, bản quyền sở hữu công nghiệp, môi trường ô nhiễm, cơ chế quản lý kinh doanh, nghĩa vụ nộp thuế...

Nhà nước cũng thực hiện việc kiểm tra, đánh giá về sức mạnh của hệ

thống các tổ chức quản lý thương mại của Nhà nước cũng như đội ngũ cán bộ công chức thực hiện các chức năng quản lý của Nhà nước.

1.1.1.3. Vai trò của quản lý Nhà nước về thương mại

- *Nhà nước tạo môi trường và điều kiện cho thương mại phát triển:* Môi trường ở đây bao gồm cả môi trường về thể chế pháp lý, môi trường kinh tế, văn hoá - xã hội và môi trường kỹ thuật - công nghệ. Trong quá trình chuyển đổi từ nền kinh tế vận hành theo cơ chế kế hoạch hoá tập trung, quan liêu, bao cấp sang cơ chế thị trường, chúng ta thường quá nhấn mạnh đến môi trường thể chế pháp lý và môi trường kinh tế mà chưa thực sự chú ý đến môi trường văn hoá - xã hội và môi trường kỹ thuật - công nghệ đối với phát triển thương mại. Trong điều kiện hiện nay, Nhà nước cần tập trung tạo lập đồng bộ các điều kiện về môi trường cho phát triển thương mại.

- *Nhà nước định hướng cho sự phát triển của thương mại trên thị trường* thông qua việc xây dựng và tổ chức thực hiện các chiến lược, quy hoạch và kế hoạch phát triển.

- *Nhà nước thực hiện điều tiết và can thiệp:* Trong điều kiện thị trường ở nước ta phát triển không đồng đều giữa khu vực, Nhà nước thực hiện chức năng điều tiết và can thiệp vào quá trình hoạt động thương mại trên thị trường bằng các công cụ và biện pháp kinh tế nhằm đảm bảo phát triển đồng đều giữa thành thị và nông thôn, vùng núi, vùng sâu, vùng xa.

- *Nhà nước thực hiện vai trò thanh tra, kiểm tra và kiểm soát* đối với các hoạt động thương mại trên thị trường. Chế định thanh tra kinh doanh và kiểm tra việc chấp hành pháp luật về thương mại nhằm phát hiện và xử lý vi phạm về thương mại, đồng thời kiến nghị các biện pháp đảm bảo thi hành pháp luật về thương mại.

1.1.2. Nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn tỉnh/thành phố

1.1.2.1. Xây dựng và ban hành văn bản quy phạm pháp luật

- Trên cơ sở pháp luật Nhà nước, các văn bản quy phạm pháp luật của Chính phủ và các văn bản quản lý, hướng dẫn của Bộ Công Thương, cơ quan QLNN về thương mại trên địa bàn xây dựng các dự thảo văn bản quy phạm pháp luật hướng dẫn thi hành và trình uỷ ban nhân dân tỉnh/thành phố thông qua; trong phạm vi thẩm quyền của mình, cơ quan QLNN về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố ban hành các văn bản hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ thuật đối với các hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố theo quy định của pháp luật.

- Tổ chức phổ biến, hướng dẫn, giáo dục pháp luật thương mại đối với thương nhân trên địa bàn tỉnh/thành phố để đảm bảo việc thực hiện đúng quy định của pháp luật về thương mại.

- Ban hành các văn bản hướng dẫn các phòng Kinh tế quận, huyện về nghiệp vụ chuyên môn thương mại và thực hiện các chủ trương chính sách pháp luật liên quan đến hoạt động thương mại.

1.1.2.2. Xây dựng quy hoạch, kế hoạch, các chương trình, đề án phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố

Hệ thống các quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại là những công cụ quan trọng để các cơ quan quản lý Nhà nước thực hiện công tác quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố. Đây là những tư tưởng chỉ đạo, các mục tiêu, chỉ tiêu, các mô hình, biện pháp ngắn hạn và dài hạn để định hướng cho hoạt động kinh doanh thương mại của tỉnh/thành phố phát triển theo đúng các mục tiêu chung của phát triển kinh tế - xã hội. Vì vậy, xây dựng các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại là một nội dung quan trọng của công tác quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố. Các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố phải phù hợp với các chiến lược, quy hoạch, kế

hoạch phát triển thương mại của cả nước cũng như quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh/thành phố.

Bản quy hoạch tổng thể phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố phải được xây dựng dựa trên các luận cứ khoa học và thực tiễn cao, đặc biệt yếu tố dự báo và tầm nhìn về phát triển thương mại trên cơ sở quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn phải được quán triệt sâu sắc trong bản quy hoạch này để làm căn cứ cho việc quy hoạch tổng thể phát triển thương mại của cả nước trong thời gian trung và dài hạn.

Một yếu tố quan trọng không thể thiếu đối với việc xây dựng quy hoạch thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố là bản quy hoạch này phải được tham vấn ý kiến đầy đủ và phải phản ánh được sự phù hợp với quy hoạch về xây dựng cũng như quy hoạch đô thị của tỉnh/thành phố.

Việc quản lý Nhà nước về thương mại còn thể hiện ở việc cụ thể hoá các chủ trương, chính sách, các quyết định của nhà nước về thương mại trên cơ sở đặc thù của tỉnh/thành phố. Quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh, thành phố là một bộ phận trong hệ thống quản lý Nhà nước thống nhất từ Trung ương đến địa phương. Các cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại của tỉnh/thành phố có nhiệm vụ triển khai thực hiện tốt các chủ trương, chính sách, các quyết định của Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố. Trên cơ sở đặc thù của tỉnh, thành phố, cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố phải tổ chức ban hành các văn bản thể chế hoá các văn bản quy phạm pháp luật, các văn bản hướng dẫn chuyên môn, nghiệp vụ đối với các hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố; phổ biến hướng dẫn, giáo dục pháp luật thương mại đối với thương nhân trên địa bàn tỉnh/thành phố để đảm bảo việc thực hiện đúng quy định của pháp luật về thương mại.

1.1.2.3. Tổ chức khảo sát, nghiên cứu thị trường trong và ngoài tỉnh/thành phố, thị trường nước ngoài

Thông qua khảo sát, nghiên cứu thị trường, tiến hành tổng hợp và xử lý các thông tin thị trường, cung cấp cho các doanh nghiệp và các cơ quan Nhà nước có liên quan. Cân đối cung cầu trên địa bàn tỉnh/thành phố, phối hợp với các cơ quan quản lý ngành để chỉ đạo các doanh nghiệp hoạt động thương mại trên địa bàn thực hiện cung ứng những mặt hàng thiết yếu, mặt hàng thuộc chính sách, đảm bảo nhu cầu của thị trường trong phạm vi tỉnh/thành phố, góp phần bình ổn giá cả và thực hiện các chính sách thương mại ưu đãi.

1.1.2.4. Tổ chức đăng ký kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố

Hoạt động đăng ký kinh doanh nhằm bảo đảm quyền kinh doanh thương mại hợp pháp cho mọi thương nhân trên địa bàn theo quy định của pháp luật. Tổ chức đăng ký kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố bao gồm: cấp giấy phép kinh doanh thương mại, giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh đối với thương nhân kinh doanh các loại hàng hoá và dịch vụ thương mại hạn chế kinh doanh, kinh doanh có điều kiện theo quy định của pháp luật và sự phân cấp của Chính phủ; Thực hiện việc đăng ký thành lập văn phòng đại diện, chi nhánh của thương nhân Việt Nam trên địa bàn tỉnh/thành phố; thực hiện đăng ký hoạt động cho văn phòng đại diện, chi nhánh của thương nhân nước ngoài trên địa bàn tỉnh/thành phố... Cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại phải tổ chức tốt công tác cấp đăng ký kinh doanh bảo đảm luôn theo dõi, kiểm tra nhằm ngăn chặn các hành vi vi phạm pháp luật của thương nhân trên địa bàn tỉnh/thành phố. Cơ quan đăng lý kinh doanh phải xây dựng được hệ thống thông tin về doanh nghiệp và làm tốt công tác kiểm tra doanh nghiệp theo những nội dung trong hồ sơ đăng ký kinh doanh đảm bảo hoạt động đăng ký kinh doanh được thực hiện đúng theo quy định của pháp luật.

1.1.2.5. Thực hiện quản lý Nhà nước đối với các loại hình kinh doanh trên địa bàn tỉnh/thành phố

Xây dựng qui hoạch, kế hoạch, phương hướng phát triển các loại hình kinh doanh thương mại cho từng thời kỳ phù hợp với qui hoạch, kế hoạch, phương hướng phát triển kinh tế - xã hội trên địa bàn tỉnh/thành phố nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất, lưu thông hàng hoá và tiêu dùng của nhân dân. Ban hành các chính sách về đầu tư, xây dựng, quản lý hoạt động; Thiết lập mối quan hệ chặt chẽ giữa các cấp quản lý các loại hình kinh doanh và các thương nhân, đảm bảo thông tin kịp thời, nhanh chóng và chính xác, đặc biệt cung cấp thông tin, tư vấn về hàng hoá, thị trường cho các thương nhân và người tiêu dùng; Tổ chức kiểm tra, khen thưởng và xử lý các vi phạm về hoạt động của các loại hình kinh doanh thương mại.

1.1.2.6. Quản lý hoạt động xúc tiến thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố

Nội dung này nhấn mạnh tới việc quy định rõ trách nhiệm của tỉnh/thành phố và của doanh nghiệp trong hoạt động xúc tiến thương mại, đưa ra các yêu cầu đối với cơ quan tổ chức xúc tiến thương mại. Hướng dẫn và tư vấn cho doanh nghiệp về nội dung, nghiệp vụ và phương pháp tiến hành xúc tiến thương mại. Kiểm tra hoạt động xúc tiến thương mại của các doanh nghiệp theo đúng quy định của pháp luật; hỗ trợ các doanh nghiệp trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu.

1.1.2.7. Thanh tra, kiểm tra, giám sát việc thực hiện pháp luật, chủ trương, chính sách, pháp luật về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố

Kiểm tra giám sát việc chấp hành pháp luật về thương mại của các chủ thể kinh doanh trên địa bàn. Các quy hoạch, kế hoạch, chương trình, đề án phát triển thương mại của tỉnh/thành phố sau khi được xây dựng xong phải triển khai triển thực hiện, kiểm tra để điều chỉnh kịp thời. Các cơ quan quản lý

Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố phải làm tốt công tác tổ chức thực hiện các quy hoạch, kế hoạch, chương trình, đề án phát triển thương mại đã được duyệt, kịp thời phát hiện và điều chỉnh các quy hoạch, kế hoạch, chương trình, đề án phát triển thương mại cho phù hợp với điều kiện phát triển thực tế. Bên cạnh đó, phải thường xuyên tổ chức, hướng dẫn, kiểm tra việc thực hiện và kịp thời phát hiện những vấn đề mới nảy sinh để kiến nghị và điều chỉnh. Thực hiện công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, trực tiếp tổ chức các hoạt động thanh tra, kiểm tra đấu tranh chống buôn lậu, làm hàng giả, buôn bán hàng cấm, kinh doanh trái phép và các hành vi vi phạm pháp luật khác về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố. Qua đó, thúc đẩy hoạt động kinh doanh thương mại của các thương nhân trên địa bàn tỉnh/thành phố, bảo vệ lợi ích chính đáng của người sản xuất và tiêu dùng.

1.1.2.8. Tổ chức công tác nghiên cứu khoa học về thương mại; đào tạo đội ngũ cán bộ công chức quản lý hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố

Đây là nội dung quản lý nhằm đưa các tiến bộ khoa học vào hoạt động thương mại và nâng cao năng lực hoạt động cho các tổ chức quản lý và kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố. Công tác này đòi hỏi phải có sự đầu tư về thời gian và tiền của tương đối lâu dài mà các doanh nghiệp khó có thể thực hiện tốt được, đòi hỏi các cơ quan quản lý Nhà nước phải tham gia thực hiện. Cơ quan quản lý Nhà nước phải tổ chức tốt công tác nghiên cứu khoa học và ứng dụng khoa học công nghệ vào hoạt động kinh doanh thương mại trên địa bàn. Tổ chức việc đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ cho cán bộ, công chức làm công tác quản lý Nhà nước về thương mại, các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn theo quy hoạch, kế hoạch đào tạo nhằm đáp ứng

nhu cầu và xu hướng phát triển thương mại của tỉnh/thành phố.

1.1.3. Sự cần thiết phải hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố

Việc hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố là vô cùng quan trọng nhằm đảm bảo cho thị trường hàng hoá và dịch vụ được thông suốt, môi trường pháp luật, chính sách thuận lợi và phù hợp với xu thế hội nhập hiện nay. Tính tất yếu của việc hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố được thể hiện:

Thứ nhất, do thực tiễn phát triển mới của thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố: Trong bối cảnh môi trường kinh doanh của tỉnh/thành phố đã thay đổi căn bản khi nước ta tiếp tục quyết liệt thực hiện công cuộc Đổi mới chuyển sang xây dựng nền kinh tế thị trường hiện đại và tham gia hội nhập đầy đủ và sâu rộng với khu vực và thế giới. Thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố sẽ tiếp tục phát triển cả về chiều rộng và chiều sâu, nhất là sự phát triển nhanh chóng của các loại hình thương mại hiện đại và thương mại điện tử. Trên địa bàn tỉnh/thành phố sẽ hình thành một thị trường cạnh tranh thực sự và ngày càng quyết liệt. Các doanh nghiệp sẽ phải cạnh tranh với nhau ngay trên thị trường của chính mình, thị trường trong nước và thị trường nước ngoài khi thực hiện các lộ trình hội nhập với kinh tế khu vực và quốc tế. Những thực tiễn phát triển mới của thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố đặt ra những yêu cầu, nhiệm vụ mới cho quản lý Nhà nước về thương mại.

Thứ hai, do sức ép phải đổi mới chính sách thương mại trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế. Trong bối cảnh toàn cầu hoá và khu vực hoá trên thế giới diễn ra ngày càng sâu sắc, hầu hết chính phủ các nước đều lựa chọn con đường mở cửa hội nhập kinh tế quốc tế để thực hiện công nghiệp hoá, hiện đại hoá đất nước. Tham gia hội nhập kinh tế quốc tế, chính phủ các nước đều

chấp nhận thực hiện các chính sách thương mại trên cơ sở luật (rules - based trade policy) thay thế cho chính sách thương mại đơn phương hay chính sách thương mại dựa trên kết quả (result-based trade policy). Tình hình này cũng xảy ra đối với Việt Nam khi đất nước tham gia hội nhập kinh tế quốc tế, chấp nhận luật chơi của WTO và trở thành thành viên của tổ chức này. Đổi mới chính sách thương mại chính là một nội dung của đổi mới quản lý Nhà nước về thương mại.

Thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố sẽ phát triển mạnh mẽ theo cơ chế kinh tế thị trường và có sự mở cửa, hội nhập sâu sắc với khu vực và thế giới. Những quy định quản lý Nhà nước về thương mại từ thời bao cấp không thể áp dụng cho thực tiễn sinh động của thương mại ngày nay, tất yếu dẫn đến việc phải hoàn thiện quản lý Nhà nước cho phù hợp.

Thứ ba, là yêu cầu tự thân của việc phải tăng cường năng lực và hiệu quả quản lý Nhà nước về thương mại nhằm đáp ứng đòi hỏi của thực tiễn quản lý. Thực tiễn thương mại đã ý thay đổi cơ bản dưới tác động của Đổi mới và mở cửa, hội nhập. Nếu quản lý Nhà nước về thương mại không có những đổi mới cho phù hợp mà vẫn duy trì tình trạng trì trệ và lạc hậu sẽ kìm hãm sự phát triển của thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố và còn đặt ra thách thức về sự tồn tại của chính hệ thống quản lý Nhà nước. Vì vậy, đổi mới và hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố càng trở nên cấp thiết. Nhất là yêu cầu nâng cao năng lực triển khai xây dựng và thực hiện các chiến lược và quy hoạch phát triển thương mại trên địa bàn, năng lực kiểm tra và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm tra giám sát các loại hình thương mại bán buôn, bán lẻ qua mạng...

Thứ tư, hội nhập kinh tế quốc tế sẽ kéo theo sự phát triển của hệ thống phân phối. Sức hấp dẫn lớn về bán lẻ với các nhà đầu tư nước ngoài, nhất là

các tập đoàn phân phối xuyên quốc gia (TNCs) đầu tư xây dựng các loại hình cửa hàng hiện đại như siêu thị, đại siêu thị, trung tâm thương mại... Những vấn đề lớn đang đặt ra trong quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố là việc đảm bảo hài hoà và phát triển cân bằng thương mại như thế nào? làm sao có thể bảo vệ các nhà bán lẻ trong nước trước sự bành trướng của các TNCs khi thực hiện lộ trình mở cửa thị trường phân phối theo cam kết WTO trong điều kiện vẫn đảm bảo quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng và duy trì sự ổn định, phát triển thị trường trên địa bàn tỉnh/thành phố? Một yêu cầu khác đặt ra đối với quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn tỉnh/thành phố định hướng phát triển cho thương mại của tỉnh/thành phố đạt tầm cỡ khu vực và thế giới trong thời gian trung hạn tới.

1.2. VAI TRÒ VÀ ĐẶC ĐIỂM CỦA THƯƠNG MẠI HÀ NỘI

1.2.1. Vai trò của thương mại Hà Nội

Thương mại với nghĩa là một ngành dịch vụ phân phối, có vai trò quan trọng sống còn đối với bất kỳ một nền kinh tế sản xuất hàng hoá nào dù là lớn hay nhỏ, dù là phát triển hay đang phát triển. Thương mại thực hiện các chức năng xuất, nhập khẩu, phân phối, lưu thông, và là các mắt xích không thể thiếu trong hệ thống phân phối hàng hoá từ khâu sản xuất tới người tiêu dùng cuối cùng. Thương mại giữ vai trò quan trọng trong quá trình thực hiện tái sản xuất mở rộng xã hội, góp phần quan trọng thúc đẩy phát triển sản xuất, phát triển kinh tế và gia tăng lợi ích cho người tiêu dùng, cải thiện chất lượng cuộc sống con người. Khi xã hội càng phát triển, trình độ phân công lao động xã hội, trình độ chuyên môn hoá càng cao và nhu cầu của người tiêu dùng càng được cá biệt hoá thì vai trò của thương mại càng trở nên quan trọng. Thực tiễn, các nước tiên tiến nhất cũng là các nước có nền thương mại phát triển hàng đầu thế giới và đóng góp của thương mại cho tổng sản phẩm quốc nội (GDP) ở những nước này cao hơn hẳn so với tỷ trọng thương mại/GDP của

những nước khác. Ví dụ, Hoa Kỳ là siêu cường kinh tế thế giới cũng là nước có kim ngạch trao đổi ngoại thương lớn nhất thế giới. Đặc biệt, đóng góp của thương mại bán buôn, bán lẻ trong cơ cấu GDP của Hoa Kỳ cũng rất cao. Theo Vụ thống kê kinh tế, Bộ Thương mại Hoa Kỳ, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ của Hoa Kỳ năm 2005 đạt 3.280,0 tỷ USD, trong đó kim ngạch xuất khẩu đạt 1.283,07 tỷ USD và kim ngạch nhập khẩu đạt 1.997,44 tỷ USD, nhập siêu hàng hoá và dịch vụ là 714,4 tỷ USD. Doanh số bán buôn hàng hoá của các nhà bán buôn chủ sở hữu Hoa Kỳ (Merchant wholesalers) (không tính doanh số bán buôn của các nhà sản xuất/chế tạo) năm 2005 đạt 3.858,0 tỷ USD và bằng khoảng 29,7% so với GDP của Hoa Kỳ. Còn doanh số bán lẻ hàng hoá và dịch vụ thì đạt khoảng 3.693,4 tỷ USD năm 2005, chiếm khoảng 24% trong GDP (13.000,0 tỷ USD năm 2005) của Hoa Kỳ.

Thương mại cũng góp phần quan trọng trong tạo công ăn, việc làm cho xã hội, trong đầu tư phát triển kinh doanh tạo ra của cải, vật chất cho xã hội, thực hiện giá trị gia tăng cho nền kinh tế; Lấy ví dụ về trường hợp của Hoa Kỳ, theo số liệu thống kê việc làm của Bộ Lao Động (DOL) nước này, lĩnh vực bán buôn chiếm khoảng 4,4% lực lượng lao động và 7,0% số lượng cơ sở kinh doanh của Hoa Kỳ; số liệu tương ứng của lĩnh vực bán lẻ là 11,6% và 12,1% năm 2006.

Vai trò quan trọng của thương mại trong nền kinh tế quốc dân còn được thể hiện rất rõ trong lý thuyết về chuỗi cung ứng (Supply Chain) hay chuỗi giá trị (Value Chain). Nhất là trong bối cảnh toàn cầu hoá và quốc tế hoá hiện nay, các chuỗi này được nghiên cứu ở phạm vi toàn cầu. Chuỗi giá trị toàn cầu (Global Value Chain - GVC) được định nghĩa là một dây chuyền (chuỗi) sản xuất - kinh doanh theo phương thức toàn cầu hoá, trong đó nhiều nước, mà chủ yếu là doanh nghiệp, tham gia vào các công đoạn khác nhau, từ thiết kế; chế tạo; marketing; đến phân phối; hỗ trợ người tiêu dùng. GVC cho phép

các công đoạn của chuỗi đặt tại những địa điểm (quốc gia) có khả năng đạt hiệu quả cao nhất với chi phí thấp nhất. Vai trò then chốt của GVC thường là các tập đoàn xuyên quốc gia (TNCs) do tính chất hoạt động xuyên biên giới và khả năng thu hút hợp tác, thương mại và đầu tư quốc tế của những tập đoàn này. Lý thuyết chuỗi cũng chỉ ra rằng, trong 3 công đoạn chính của chuỗi là: (1) nghiên cứu và thiết kế, (2) sản xuất, lắp ráp và (3) thương mại thì công đoạn 1 và 3 là tạo ra giá trị gia tăng lớn nhất. Như vậy, phát triển thương mại chính là cách thức không chỉ để thực hiện mà quan trọng là để nâng cao giá trị gia tăng cho nền kinh tế...

Vai trò của thương mại Hà Nội đối với phát triển kinh tế, xã hội của Thành phố cũng quan trọng như vai trò của thương mại đối với sự phát triển của một nền kinh tế chung. Vai trò của thương mại Hà Nội được nghiên cứu xác định dựa trên những tiêu chí sau đây:

Một là, tỷ trọng của ngành thương mại trong tổng GDP của Thành phố qua các năm (gồm cả xuất nhập khẩu và thương mại bán buôn, bán lẻ trên địa bàn);

Hai là, đóng góp của ngành thương mại vào tăng trưởng GDP của Thành phố (mức độ đóng góp của ngành thương mại vào tăng trưởng GDP được đo lường bằng chỉ tiêu tỷ lệ (%) giữa mức tăng thêm của GDP ngành thương mại với tổng mức tăng thêm của GDP toàn nền kinh tế Thành phố);

Ba là, tỷ lệ sử dụng vốn đầu tư của thương mại Hà Nội qua các năm (vốn đầu tư cho thương mại/vốn đầu tư toàn xã hội của Thành phố);

Bốn là, thu hút lao động vào thương mại Hà Nội trong Thành phố (lao động của thương mại Hà Nội/tổng số lao động của Thành phố, tỷ lệ việc làm tăng thêm trong thương mại so với tăng việc làm chung của Thành phố...);

Năm là, đóng góp của thương mại Hà Nội vào việc lôi kéo sự phát triển, nâng cao khả năng cạnh tranh của các ngành khác (công nghiệp, nông nghiệp,

thuỷ sản, du lịch...);

Sáu là, tỷ lệ trang bị công nghệ hiện đại cho ngành thương mại.

1.2.2. Đặc điểm thương mại Hà Nội

Hà Nội có vị trí địa lý - chính trị quan trọng, có lợi thế đặc biệt để phát triển thương mại so với các địa phương khác trong cả nước. Là trung tâm đầu não chính trị - hành chính quốc gia; là trung tâm lớn về kinh tế, văn hoá, giáo dục, y tế nên tập trung các cơ quan sứ quán nước ngoài và các tổ chức quốc tế; có nhiều đầu mối giao thông đường bộ, đường sắt, đường thuỷ và hàng không, thuận lợi cho giao thương với bên ngoài. Cơ sở vật chất kỹ thuật đã tạo dựng vào loại khá trong cả nước. Đó là các yếu tố đảm bảo không chỉ cho liên kết của thị trường Hà Nội với thị trường cả nước và thế giới, mà còn cho phép Hà Nội tiếp cận nhanh với những cơ hội thương mại, phát huy được sức mạnh trong thu hút, điều phối và phân phối các dòng hàng hoá và dịch vụ để phát triển thương mại ở cả thị trường trong nước và nước ngoài, phục vụ và thúc đẩy quá trình tham gia phân công lao động quốc tế, khu vực và hội nhập vào thị trường thế giới của Hà Nội nói riêng và cả nước nói chung.

Là trung tâm kinh tế lớn nhất ở Bắc bộ, Hà Nội có sức hút và khả năng thúc đẩy, lôi kéo sự phát triển thương mại của vùng đồng bằng sông Hồng và trung du miền núi Bắc bộ, vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ, nhờ thị trường tiêu thụ lớn về hàng hoá, các ngành dịch vụ phát triển thuận lợi, mạng lưới phân phối có khả năng liên kết chặt chẽ với các nguồn cung ứng hàng hoá trong vùng.

Hà Nội là đầu mối giao thông chính, trung tâm của các ngành dịch vụ nên có điều kiện thuận lợi để phát triển ngành thương mại mang tầm khu vực Đông Nam Á.

Hà Nội còn có vị trí quan trọng trong hợp tác hai hành lang kinh tế Việt Nam - Trung Quốc: Côn Minh - Lào Cai - Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh và Quảng Tây - Lạng Sơn - Hà Nội - Hải Phòng. Theo đó, Hà Nội là thành

phổ trung tâm và đầu mối để phát triển các quan hệ thương mại trong hai hành lang kinh tế này.

Hà Nội là trung tâm hàng đầu về khoa học- công nghệ, có điều kiện thuận lợi thu hút đội ngũ khoa học trong và ngoài nước, trong điều kiện đó, ngành thương mại Hà Nội cũng có nhiều thuận lợi để tăng cường trình độ công nghệ hiện đại, đáp ứng các mục tiêu phát triển.

Với vị trí Thủ đô của đất nước, Hà Nội có đủ các điều kiện và yếu tố thuận lợi để phát triển ngành thương mại, phát huy vai trò trung tâm giao lưu và phân phối hàng hoá, trung tâm kinh tế và giao dịch quốc tế của cả nước.

Những điều kiện trên đã phác hoạ bức tranh thương mại Hà Nội với những đặc điểm sau:

Thứ nhất, thương mại Hà Nội tập trung nhu cầu phong phú, đa dạng về hàng hoá và dịch vụ vào bậc nhất nước. Nhu cầu đa dạng này bắt nguồn từ sự đa dạng của các tập hợp người tiêu dùng Hà Nội với lối sống và thu nhập khác nhau của các tầng lớp dân cư và xã hội.

Thứ hai, Hà Nội là một trong hai thị trường tiêu thụ hàng hoá lớn của Việt Nam. Thủ đô Hà Nội với trình độ phát triển tiến tiến so với cả nước, với quy mô dân số lớn thứ hai trên cả nước và thu nhập bình quân đầu người vào hàng cao nhất nước, lại là nơi tập trung nhiều cư dân trẻ, có việc làm và thu nhập đảm bảo nên có nhu cầu tiêu dùng, mua sắm cao. Với đặc điểm này, thương mại Hà Nội đã phát huy được vị thế của một trong hai trung tâm thương mại lớn nhất Việt Nam, đóng góp chủ yếu vào tổng giá trị gia tăng của thương mại cả nước và đóng góp có ý nghĩa vào sự phát triển kinh - tế xã hội của Thành phố nói riêng và của cả nước nói chung.

Thứ ba, thương mại Thủ đô là đầu mối phát luồng bán buôn của khu vực và cả nước.

Thứ tư, tính chất đa dạng, phức tạp của thương mại Hà Nội trên các

phương diện chủ thể kinh doanh (Trung ương, địa phương, đại diện của địa phương khác, của nước ngoài...); loại hình thương mại (truyền thống, hiện đại), kết cấu hạ tầng, phương thức bán hàng...

Thứ năm, thương mại Hà Nội chịu ảnh hưởng rất lớn của các yếu tố chính trị, văn hoá, xã hội của Thủ đô. Đặc điểm này tạo ra nét đặc thù riêng của thương mại Hà Nội mà những nơi khác trên cả nước không có được.

Thứ sáu, yêu cầu về chất lượng hàng hoá, dịch vụ, yêu cầu về văn minh thương nghiệp của người tiêu dùng Hà Nội rất cao và khắt khe hơn so với các nơi khác trên cả nước.

1.3. KINH NGHIỆM XÂY DỰNG VÀ THỰC HIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ Ở TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC

1.3.1. Kinh nghiệm của Thành phố Hồ Chí Minh về xúc tiến thương mại vĩ mô

Theo Quyết định số 251/2004/QĐ-UB ngày 10/11/2004 của Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh về ban hành Quy chế tổ chức và hoạt động của Sở Thương mại Thành phố Hồ Chí Minh thì Sở Thương mại Thành phố Hồ Chí Minh là cơ quan chuyên môn trực thuộc Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, có chức năng giúp Ủy ban nhân dân Thành phố thực hiện quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Thành phố theo quy định của pháp luật.

(a) Những nội dung chính của QLNN về thương mại trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh:

Thứ nhất, phổ biến, hướng dẫn pháp luật về thương mại.

- Trên cơ sở pháp luật Nhà nước, các văn bản quy phạm pháp luật của Chính phủ và các văn bản quản lý, hướng dẫn của Bộ Thương mại (nay là Bộ Công Thương), Sở Thương mại trình Ủy ban nhân dân Thành phố ban hành các văn bản theo thẩm quyền để cụ thể hoá các văn bản quy phạm pháp luật về thương mại, Sở Thương mại ban hành các văn bản hướng dẫn chuyên môn,

ng nghiệp vụ đối với các hoạt động thương mại trên địa bàn Thành phố theo quy định của pháp luật.

- Phổ biến, hướng dẫn, giáo dục pháp luật thương mại đối với thương nhân trên địa bàn Thành phố để đảm bảo việc thực hiện đúng quy định của pháp luật về thương mại.

- Hướng dẫn các phòng kinh tế quận, huyện về nghiệp vụ chuyên môn thương mại và thực hiện các chủ trương chính sách pháp luật liên quan đến hoạt động thương mại.

Thứ hai, xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại Thành phố.

- Sở Thương mại lập quy hoạch, kế hoạch về phát triển thương mại của Ngành trên địa bàn Thành phố trình Ủy ban nhân dân thành phố phê duyệt. Trên cơ sở quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại của Thành phố, Sở Thương mại xây dựng và trình Ủy ban nhân dân Thành phố các đề án, chương trình phát triển thương mại cụ thể của Thành phố và tổ chức thực hiện các đề án, chương trình đó.

- Nghiên cứu, đề xuất để Ủy ban nhân dân Thành phố ban hành theo thẩm quyền các chính sách, biện pháp quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương mại phù hợp với thực tiễn của Thành phố trong từng thời kỳ. Nghiên cứu, đề xuất Ủy ban nhân dân thành phố, kiến nghị Chính phủ, Bộ Công Thương và các cơ quan Trung ương có liên quan kịp thời điều chỉnh, bổ sung, sửa đổi hoặc cụ thể hoá các chính sách, quy định pháp luật có liên quan đến hoạt động thương mại, quản lý thị trường, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho các thành phần kinh tế kinh doanh thương mại có hiệu quả, đồng thời nâng cao hiệu lực, hiệu quả của cơ quan quản lý Nhà nước ở địa phương.

- Đề nghị Ủy ban nhân dân Thành phố đình chỉ, bãi bỏ, sửa đổi, bổ sung

những quy định của Thành phố không còn phù hợp với tình hình thực tế và không còn phù hợp với pháp luật.

Thứ ba, thực hiện các hoạt động nghiên cứu thị trường và marketing thương mại ở cấp thành phố.

- Tổ chức khảo sát, nghiên cứu thị trường trong và ngoài phạm vi Thành phố; thị trường nước ngoài để phục vụ cho công tác phát triển thương mại, tham mưu Ủy ban nhân dân Thành phố triển khai các chương trình xúc tiến thương mại, hợp tác quốc tế, hội nghị quốc tế về thương mại.

- Nghiên cứu, tổng hợp thị trường ngoài nước: xu hướng thương mại, các quy định về tập quán thương mại của các nước, quốc gia và lãnh thổ khác trên thế giới theo sự chỉ đạo của Ủy ban nhân dân Thành phố. Tham mưu cho Ủy ban nhân dân Thành phố các biện pháp quản lý hành chính Nhà nước đối với hoạt động thương nhân nước ngoài trên địa bàn Thành phố.

- Tham mưu Ủy ban Nhân dân Thành phố và Bộ Công Thương các cơ chế, chính sách, biện pháp tổ chức xuất nhập khẩu phù hợp với mục tiêu đẩy mạnh xuất khẩu, quản lý nhập khẩu trên địa bàn Thành phố theo định hướng chung, góp phần phát triển kinh tế Thành phố và cả nước.

- Thực hiện việc nối mạng thông tin nhằm thu thập khai thác thông tin, phân tích số liệu, dự báo về thị trường hàng hoá, giao dịch thương mại trên địa bàn Thành phố, cả nước và nước ngoài nhằm đáp ứng cho yêu cầu công tác quản lý Nhà nước và hỗ trợ doanh nghiệp.

Thứ tư, tổ chức thực hiện thủ tục hành chính Nhà nước về thương mại.

- Theo dõi, kiểm tra việc thực hiện kế hoạch xuất khẩu, nhập khẩu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trên địa bàn Thành phố theo uỷ quyền của Bộ Công Thương (trừ các doanh nghiệp nằm trong khu công

ngành, khu chế xuất). Phối hợp với các ngành có liên quan xem xét cấp hạn ngạch hàng dệt may xuất khẩu vào thị trường có quy định hạn ngạch theo uỷ quyền của Bộ Công Thương mại và Uỷ ban nhân dân Thành phố.

- Thực hiện việc cấp và thu hồi giấy phép kinh doanh, giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh đối với thương nhân kinh doanh hàng hoá, dịch vụ thương mại hạn chế kinh doanh và kinh doanh có điều kiện theo quy định của pháp luật.

- Thực hiện nhiệm vụ quản lý Nhà nước về hoạt động chợ, siêu thị, trung tâm thương mại và hoạt động của hợp tác xã thương mại, dịch vụ thương mại trên địa bàn Thành phố theo quy định của pháp luật và sự phân cấp quản lý của Uỷ ban nhân dân Thành phố.

- Tiếp nhận, thụ lý hồ sơ trình Uỷ ban nhân dân Thành phố cấp phép thành lập hiệp hội doanh nghiệp nước ngoài, xem xét cấp và thu hồi giấy phép thành lập văn phòng đại diện, chi nhánh ở nước ngoài của thương nhân nước ngoài trên địa bàn Thành phố theo uỷ quyền của Uỷ ban nhân dân Thành phố. Phối hợp các Sở, Ban, ngành thành phố trong công tác quản lý thương nhân nước ngoài hoạt động chính thức và vắng lai trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Thực hiện việc quản lý hành chính Nhà nước đối với văn phòng đại diện, chi nhánh thương mại, hiệp hội của các tổ chức kinh tế nước ngoài tại Thành phố Hồ Chí Minh theo quy định của pháp luật.

- Tổ chức và quản lý các loại hình hoạt động xúc tiến thương mại theo sự phân công và uỷ quyền của Uỷ ban nhân dân Thành phố, thực hiện việc thúc đẩy các chương trình xúc tiến thương mại giữa các doanh nghiệp Việt Nam và doanh nghiệp nước ngoài.

- Theo định kỳ và hàng năm được phép yêu cầu các tổ chức và cá nhân đăng ký kinh doanh hoạt động thương mại trên địa bàn cung cấp số liệu, báo cáo kết quả hoạt động thương mại của đơn vị mình phục vụ cho công tác quản

lý Nhà nước ở địa phương.

- Thực hiện quản lý Nhà nước đối với hội quần chúng hoạt động thuộc lĩnh vực thương mại trên địa bàn Thành phố do Ủy ban nhân dân Thành phố phân công cho Sở Thương mại.

Thứ năm, thanh tra, kiểm tra, kiểm soát thị trường.

- Tổ chức giáo dục hướng dẫn cho các cá nhân, pháp nhân kinh doanh thương mại chấp hành tốt các quy định của pháp luật Nhà nước. Tổng hợp tình hình thông qua những biểu hiện vi phạm trên thị trường Thành phố, kiến nghị với Ủy ban nhân dân Thành phố có những biện pháp chấn chỉnh ngăn chặn.

- Thanh tra, kiểm tra việc thi hành pháp luật của các doanh nghiệp, thương nhân hoạt động thương mại - dịch vụ, văn phòng đại diện, chi nhánh của thương nhân Việt Nam, thương nhân nước ngoài trên địa bàn Thành phố và kiến nghị xử lý vi phạm theo quy định của pháp luật.

- Thanh tra, kiểm tra việc thực hiện các quy định của pháp luật về khuyến mại, quảng cáo thương mại, hội chợ, triển lãm thương mại trên địa bàn Thành phố.

- Tiếp nhận và giải quyết đơn thư, khiếu nại, tố cáo trong lĩnh vực thương mại trên địa bàn thành phố theo quy định của pháp luật.

Thứ sáu, phát triển nguồn nhân lực QLNN về thương mại trên địa bàn Thành phố.

- Nghiên cứu đề xuất với Ủy ban nhân dân Thành phố phương án kiện toàn tổ chức Sở Thương mại trên cơ sở tinh gọn, hoạt động có hiệu quả, phù hợp với chủ trương cải cách nền hành chính quốc gia của Đảng và Nhà nước.

- Thực hiện Pháp lệnh Cán bộ công chức và các pháp lệnh khác có liên quan đến công chức viên chức của Nhà nước.

- Phối hợp với Sở Nội vụ Thành phố trình Ủy ban nhân dân Thành phố bổ nhiệm, miễn nhiệm, điều động, kỷ luật và thực hiện chế độ, chính sách đối

với cán bộ công chức làm việc tại Sở Thương mại nhưng thuộc diện Ủy ban nhân dân Thành phố quản lý theo quy định phân cấp quản lý cán bộ của Thành phố.

- Thực hiện công tác cán bộ công chức (bao gồm: bổ nhiệm, điều động, khen thưởng, kỷ luật, đào tạo, sử dụng, quản lý và thực hiện các chế độ, chính sách của Nhà nước...) đối với cán bộ công chức thuộc diện Sở quản lý theo quy định phân cấp quản lý cán bộ của Thành phố.

- Sở Thương mại phối hợp với Sở Nội vụ thành phố trình Ủy ban nhân dân Thành phố quyết định thành lập, tách, nhập, giải thể đối với các đơn vị sự nghiệp trực thuộc Sở. Hướng dẫn, chỉ đạo, kiểm tra việc thực hiện nhiệm vụ, sử dụng kinh phí, tài sản được cấp, biên chế được giao đúng mục đích và có hiệu quả.

(b) Kinh nghiệm hoạt động xúc tiến thương mại (XTTM) cấp thành phố của Thành phố Hồ Chí Minh:

Hoạt động XTTM cấp thành phố ở Thành phố Hồ Chí Minh được thực hiện bởi Trung tâm Xúc tiến thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) trực thuộc Ủy ban nhân dân Thành phố được thành lập năm 2001 trên cơ sở tổ chức lại Trung tâm Phát triển Ngoại thương và Đầu tư (FTDC) được thành lập năm 1993, ITPC hiện nay có tên trong sách hướng dẫn “Các tổ chức xúc tiến thương mại và đầu tư của các nước đang phát triển khu vực châu Á - Thái Bình Dương của Liên Hợp quốc”.

ITPC có những chức năng, nhiệm vụ chính sau đây:

- Tham gia xây dựng và thực hiện kế hoạch, chương trình XTTM, đầu tư theo chỉ đạo của UBND Thành phố Hồ Chí Minh;

- Phối hợp đề xuất các chương trình kế hoạch 5 năm và hàng năm về XTTM và đầu tư của Thành phố;

- Tham mưu cho UBND Thành phố các chính sách hỗ trợ, khuyến khích xuất khẩu và đầu tư;
- Triển khai các giải pháp, chương trình XTTM;
- Thu thập thông tin và nghiên cứu thị trường, cơ hội đầu tư và thông tin kinh tế;
- Xây dựng cơ sở dữ liệu về tiềm năng của Thành phố, hàng hoá, thị trường xuất nhập khẩu và đầu tư;
- Phát hành bản tin, các ấn phẩm thương mại và đầu tư;
- Tổ chức thông tin về thương mại và đầu tư qua mạng.

Các hoạt động chính của ITPC:

- Tổ chức bồi dưỡng về nghiệp vụ hoặc giới thiệu các tổ chức cung cấp dịch vụ nhằm giúp doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị doanh nghiệp;
- Tư vấn hỗ trợ doanh nghiệp mở các văn phòng đại diện thương mại và đầu tư trong nước và nước ngoài, các phòng trưng bày, cửa hàng bán sản phẩm;
- Tổ chức hoặc hỗ trợ tổ chức các đoàn doanh nghiệp đi khảo sát thị trường, tham dự hội chợ triển lãm, diễn đàn đầu tư trong nước và nước ngoài;
- Tổ chức đón tiếp, bố trí chương trình cho các doanh nghiệp, các tổ chức và cơ quan nước ngoài vào Thành phố tìm hiểu môi trường đầu tư và thương mại;
- Tổ chức hội thảo, hội nghị chuyên đề;
- Xây dựng phòng trưng bày, giới thiệu sản phẩm xuất khẩu, tổ chức hoặc phối hợp tổ chức các hội chợ và triển lãm hàng xuất khẩu;
- Cung cấp hoặc giới thiệu cung cấp dịch vụ cho doanh nghiệp nước ngoài và trong nước, phòng hội nghị, văn phòng làm việc, dịch vụ thư ký, phiên dịch và chuyên viên nghiệp vụ, lớp dự án đầu tư, tham quan, gặp gỡ doanh nghiệp;

- Thu thập ý kiến của cộng đồng doanh nghiệp trong nước và nước ngoài về chủ trương, chính sách nhằm cải thiện môi trường kinh doanh và đầu tư của Thành phố, giải quyết các khó khăn, vướng mắc của các doanh nghiệp;

- Phát triển hợp tác quốc tế với các tổ chức XTTM và đầu tư trong và ngoài nước.

1.3.2. Kinh nghiệm xây dựng và thực thi quy hoạch về thương mại ở Thủ đô Bắc Kinh - Trung Quốc

Trong bối cảnh chỉ đạo quyết liệt về xây dựng quy hoạch từ Trung ương, Thành phố Bắc Kinh phải chịu trách nhiệm xây dựng quy hoạch thương mại cho địa phương mình. Khi thiết kế bản quy hoạch, những vấn đề về sự phát triển tổng thể của Thành phố, phân bố dân cư, nhu cầu tiêu dùng, hệ thống giao thông và các yêu cầu về môi trường... tất cả đều được đưa ra xem xét, cân nhắc.

Quy hoạch phát triển thương mại đô thị cung cấp dữ liệu chủ yếu về kinh tế, thương mại dân số, kế hoạch xây dựng các cơ sở thương mại trong tương lai, chi tiết về sự tồn tại của các cơ sở như các cửa hàng quy mô lớn, các trung tâm thương mại, các chợ trao đổi hàng hoá, các tuyến phố thương mại, trung tâm logistics... và tiến hành các phân tích sâu sắc về những thành tựu đạt được và những vấn đề đặt ra trong phát triển thương mại của Thành phố. Trong bản quy hoạch còn đưa ra các định hướng chiến lược lớn nhằm đảm bảo sự phát triển cân bằng và hài hoà về loại hình và cấu trúc thương mại. Cụ thể, theo quy hoạch phát triển thương mại của Thành phố Bắc Kinh thì từ vành đai 2 của Thành phố Bắc Kinh không được phép xây dựng các trung tâm thương mại với diện tích 10.000 m² nữa; trong vòng vành đai 3 (trong phạm vi vành đai 3) không được phép xây dựng các chợ bán buôn hàng nông sản; các chợ bán buôn hàng nông sản mà đã có từ trước đây thì đều phải chuyển ra bên ngoài vành đai 3. Trên thực tế, trong phạm vi vành đai 2 của Thành phố Bắc

Kinh đã có quá nhiều siêu thị và trung tâm thương mại có diện tích trên 10.000 m². Nếu cứ tiếp tục cho xây dựng thì sẽ dẫn đến tình hình kinh doanh của các doanh nghiệp đã có sẵn trở nên khó khăn. Trong khi, các chợ bán buôn hàng nông sản phải chuyển ra vành đai 3 vì những chợ này làm ô nhiễm môi trường, đồng thời cũng ảnh hưởng rất lớn đến công tác phòng cháy, chữa cháy cũng như công tác trị an...

Nội dung quy hoạch thương mại của Thành phố Bắc Kinh bao gồm:

a. Quy hoạch thị trường hàng tiêu dùng

Với quy mô dân số hiện nay trên 11 triệu người, Chính quyền Thành phố Bắc Kinh hết sức coi trọng quy hoạch thị trường hàng tiêu dùng.

Hạt nhân của công tác quy hoạch thị trường hàng tiêu dùng tại Thành phố Bắc Kinh là việc tăng cường hoàn thiện công năng, chức năng của thị trường này. Bao gồm tiến hành quy hoạch đối với khu thương mại trung tâm, khu thương mại xung quanh khu dân cư, khu thương mại vùng ngoại vi. Ngoài ra, thị trường chuyên ngành cũng tiến hành định vị cho công tác quy hoạch thị trường hàng tiêu dùng nhằm hình thành nên một bố cục có sự phân công hợp lý, có chức năng hoàn thiện.

Có thể nói, trọng điểm của công tác quy hoạch là quy hoạch mạng lưới thành thị. Thành phố Bắc Kinh có những trung tâm thương mại mang tính chất trung tâm như khu Vương Phủ Tỉnh, khu Tây Đơn. Các khu thương mại của các khu vực như khu vực quận Đông Thành, khu vực quận Chiêu Dương; ngoài ra còn có các khu thương mại ở gần khu dân cư như khu Hướng Trang, khu Tiền Môn.

b. Quy hoạch các doanh nghiệp kinh doanh theo phương thức chuỗi

Phương thức kinh doanh chuỗi mới được áp dụng khoảng hơn mười năm ở Trung Quốc nhưng là bản thân nó đã trào lưu trong ngành thương mại của thế giới và có tốc độ phát triển rất thanh tại Trung Quốc. Phương thức kinh doanh chuỗi có thể thu hút được rất nhiều nguồn đầu tư đa dạng. Phương thức kinh chuỗi chính quy sẽ có thể mở rộng được quy mô của doanh nghiệp,

khuyến khích phát triển hàng hoá có nhãn mác, thương hiệu nổi tiếng.

Về quá trình phát triển, có hình thức chuỗi cho phép một cách đặc biệt và chuỗi tự do nhằm làm tăng cường khả năng tổ chức của doanh nghiệp. Ở Trung Quốc, các doanh nghiệp vừa và nhỏ áp dụng phương thức kinh doanh chuỗi chiếm một tỷ lệ rất lớn, khoảng 93%. Việc kinh doanh chuỗi sẽ làm tăng khả năng tổ chức cũng như trình độ kinh doanh liên hợp của các doanh nghiệp vừa và nhỏ.

Hiện nay kinh doanh chuỗi là một trọng điểm trong chính sách của Chính phủ Trung Quốc và chính quyền Thành phố Bắc Kinh, các siêu thị và các cửa hàng kinh doanh chuyên ngành đều áp dụng hình thức kinh doanh chuỗi; đối với các cửa hàng bách hoá, Chính quyền Thành phố Bắc Kinh cũng khuyến khích phát triển theo hướng kinh doanh chuỗi.

c. Phát triển các hình thức kinh doanh bán lẻ mới

Ở Trung Quốc, những hình thức kinh doanh theo kiểu cửa hàng bách hoá hoặc cửa hàng chuyên doanh thì đã tương đối cũ. Trung Quốc chỉ sử dụng 15 năm phát triển để thu hút các hình thức kinh doanh cũng như các kinh nghiệm liên quan của nước ngoài (trong khi đó thường các nước khác phải mất 150 năm mới có được).

Hiện nay những hình thức kinh doanh như siêu thị, trung tâm thương mại, siêu thị dạng kho hàng là những hình thức kinh doanh mới. Đối với những hình thức kinh doanh mới này, Thành phố đều có những quy hoạch tương ứng. Như đối với những siêu thị quy mô lớn, mang tính chất tổng hợp thì Thành phố có chính sách cho phát triển có mức độ. Nguyên nhân là từ sau năm 1999, các hệ thống siêu thị lớn của thế giới như World-Mart của Mỹ, của Pháp... đều đã vào Trung Quốc và tiến hành kinh doanh với quy mô lớn. Tại Thành phố Bắc Kinh, hình thức kinh doanh theo dạng siêu

thị tổng hợp quy mô lớn đã bão hoà. Chính vì vậy, Thành phố Bắc Kinh đã phải áp dụng các biện pháp khống chế phát triển hình thức kinh doanh siêu thị tổng hợp quy mô lớn.

Thành phố Bắc Kinh cũng có chính sách khuyến khích phát triển siêu thị chuyên ngành như siêu thị bán đồ điện, cơ điện, siêu thị chuyên về thực phẩm, siêu thị chuyên về đồ dùng gia đình...

Các cửa hiệu, cửa hàng tiện lợi cũng được khuyến khích phát triển ở những thành phố vệ tinh của Bắc Kinh. Hình thức kinh doanh này chủ yếu lấy hình thức cho phép một cách đặc biệt để gia nhập vào những liên minh kinh doanh và với mục tiêu là hàng tốt, giá rẻ và đặc biệt là tiện lợi với người dân tiêu dùng.

Coi trọng các hình thức kinh doanh mới khác và khống chế sự phát triển của các trung tâm thương mại mô hình lớn: ở Bắc Kinh có doanh nghiệp Kinh Nguyên đã đầu tư 3,8 tỷ Nhân dân tệ để xây dựng trung tâm mua sắm với diện tích 68 vạn m², nhưng những loại trung tâm như thế này hiện nay ở Bắc Kinh tương đối bão hoà cho nên cần khống chế việc phát triển mới loại hình này.

d. Điều chỉnh, nâng cấp, quy hoạch các hình thức bán lẻ truyền thống

Tiệm bách hoá có thể nói là hình thức kinh doanh truyền thống nhất của Trung Quốc. Hiện nay, Thành phố Bắc Kinh khống chế quy mô và số lượng của loại hình này, không cho phát triển một cách từ phía Thành phố khuyến khích các cửa hàng bách hoá lớn tiến hành hợp nhất, thu gom các cửa hàng bách hoá lẻ dần dần hình thành nên hệ thống bách hoá lớn với nhãn mác, thương hiệu nổi tiếng. Như ở Bắc Kinh, có tập đoàn bách hoá Vương phủ Tỉnh, tập đoàn này còn được Chính phủ Trung Quốc khuyến khích mở rộng kinh doanh, vượt khỏi phạm vi địa bàn Bắc Kinh. Hiện nay, Tập đoàn này đã có 12 chi nhánh ở các nơi và Tập đoàn bách hoá Vương Phủ Tỉnh là hình ảnh đẹp và rất nổi tiếng trong con mắt của người Bắc Kinh cũng như của người

dân toàn Trung Quốc...

e. Tăng cường cải tạo phố thương mại

Lấy đó làm hạt nhân trong khu thương nghiệp có tính chất trung tâm của Thành phố ví dụ như đường Vương Phủ Tỉnh. Việc cải tạo các phố thương mại khiến cho người tiêu dùng có cảm giác rất hiện đại đồng thời vẫn có màu sắc, bản sắc văn hoá truyền thống. Các phố thương mại có một đặc điểm nổi bật là sự tập trung rất lớn và sự khuyếch tán rất mạnh.

f. Tăng nhanh phát triển thị trường hàng tiêu dùng mới

Cùng với thu nhập của người dân Bắc Kinh ngày càng được tăng lên, mức tiêu dùng của họ cũng được nâng lên theo. Trọng điểm tiêu dùng hiện nay của họ chuyển sang ô tô, nhà cửa.

Những thị trường tiêu dùng mới này được coi trọng và được khuyến khích xây dựng và phát triển. Trong quá trình quy phạm thị trường này, trên cơ sở thị trường giao dịch ô tô truyền thống tiến hành xây dựng thị trường ô tô có thương hiệu, có nhãn mác và việc kinh doanh cho phép trọng điểm. Xây dựng một hệ thống tiêu thụ xe hoàn chỉnh bao gồm cả các khâu trung bày triển lãm, tiêu thụ xe cả chiếc, tiêu thụ phụ kiện, dịch vụ hậu mãi. Ngoài ra, Thành phố cũng khuyến khích thị trường dịch vụ về tài chính cho ô tô và cũng có quy định lại thị trường thuê ô tô.

Bên cạnh đó, Thành phố cũng quy hoạch phát triển thị trường về đồ điện gia dụng, thị trường sản phẩm công nghệ thông tin, đồ dùng gia đình. Đồng thời, tiến hành quy hoạch làm cho các thị trường về vật liệu xây dựng, thị trường về đồ dùng gia đình... phát triển theo hướng kinh doanh chuỗi và kinh doanh với quy mô lớn, tổng hợp.

g. Phát triển phương thức bán buôn hàng tiêu dùng công nghiệp hàng ngày theo kiểu mới và bố trí một cách hợp lý các thị trường giao dịch bán buôn

Định hướng là phát triển mạnh tổng kinh tiêu và tổng đại lý làm cho nó

có chức năng đa dạng bao gồm cả chế biến gia công, cả lắp ráp, khớp hàng... phát triển thương mại điện tử. Khuyến khích phát triển các hình thức kinh doanh theo hướng chuỗi trên cơ sở tổng hợp, hội tụ các cơ sở kinh doanh nhỏ.

Tại Bắc Kinh, các chợ bán buôn đều bị chuyển ra ngoại vi, không cho phép được kinh doanh ở trong nội đô. Đồng thời các chợ bán buôn cũng được yêu cầu phải nâng cấp và đa dạng về chức năng...

1.3.3. Kinh nghiệm xây dựng bộ máy quản lý và mạng lưới siêu thị của Thành phố Thượng Hải - Trung Quốc

Thành phố Thượng Hải (Trung Quốc) là Thành phố trực thuộc Trung ương, về thực hiện chức năng QLNN về thương mại trên địa bàn Thành phố, chính quyền Trung ương đã có sự phân cấp quản lý ngành dọc rõ ràng.

QLNN về thương mại ở quy mô quốc gia thuộc chức năng của Bộ Thương mại Trung Quốc. Bộ Thương mại nước này quản lý 3 lĩnh vực: (1) Nội thương; (2) Ngoại thương và (3) Công nghiệp của Trung Quốc.

Trung ương không đòi hỏi địa phương có mô hình tổ chức hoàn toàn giống như Trung ương. Đối chiếu với phạm vi quản lý của Bộ Thương mại Trung Quốc thì cơ quan tương ứng ở Thượng Hải là hai đơn vị: Ủy ban Kinh tế Thượng Hải phụ trách nội thương và công nghiệp, trong khi Ủy ban kinh tế thương mại đối ngoại của Thượng Hải quản lý lĩnh vực ngoại thương của Thượng Hải. Từ thực tế này cho thấy, không nhất thiết bộ máy quản lý Nhà nước về thương mại ở Trung ương như thế nào thì ở địa phương cũng phải hoàn toàn như vậy, mà tùy vào yêu cầu phát triển của thực tiễn địa phương, tầm quan trọng của hoạt động thương mại và năng lực trình độ quản lý Nhà nước cấp địa phương mà bộ máy quản lý Nhà nước về thương mại sẽ được tổ chức cho phù hợp.

Ba cấp quản lý là Thành phố, Khu - Huyện và Phường. Việc chia làm hai cấp chính quyền và ba cấp quản lý nhằm mục đích kích thích tính năng động

của chính quyền ở cấp khu, cấp huyện. Trước đây thực hiện chế độ một cấp thì chính quyền cấp khu, cấp huyện không có tài chính độc lập, muốn làm gì cũng phải báo cáo lên cấp thành phố, không được tự chủ về thu chi tài chính. Hơn nữa, trước đây Thành phố cấp tiền nên cấp dưới sử dụng cũng không tiết kiệm, nay tài chính độc lập, làm gì cũng phải tính toán. Ngoài ra do độc lập về tài chính nên cũng có thể chủ động, sáng tạo tìm ra nhiều biện pháp mới và hay để tăng nguồn thu.

Cơ cấu tổ chức của Ủy ban Kinh tế Chính quyền nhân dân Thành phố Thượng Hải gồm 30 Phòng, ban, trong đó có một số phòng, ban liên quan đến quản lý Nhà nước về thương mại như sau:

Phòng Lưu thông thị trường:

Chủ yếu quản lý về xây dựng hệ thống thị trường, các văn bản pháp quy có liên quan đến thị trường và quản lý dự trữ hàng hoá. Ngoài ra phòng còn phụ trách mạng lưới thu hồi những sản phẩm phế liệu và phụ trách khai thác thị trường nội địa, xây dựng và cải cách hệ thống thể chế của thị trường nội địa.

Phòng Quản lý ngành bán lẻ:

- Nghiên cứu xu hướng phát triển của ngành bán lẻ trên thế giới.
- Chế định ra các quy hoạch phát triển mạng lưới bán lẻ của Thành phố Thượng Hải cũng như các quy định, quy tắc có liên quan đến bán lẻ.
- Chỉ đạo các doanh nghiệp quy mô lớn trong lĩnh vực bán lẻ.
- Thúc đẩy các phương thức kinh doanh như phương thức kinh doanh chuỗi, xây dựng các khu thương mại trung tâm cũng như ở ngoại vi.

Phòng Quản lý ngành thực phẩm

Quản lý những vấn đề có liên quan đến các sản phẩm thực phẩm như thịt, trứng, thủy sản...

Phòng Quản lý các ngành dịch vụ:

- Quản lý dịch vụ về vận chuyển, tư vấn, công trình đồng bộ.

- Quản lý các ngành dịch vụ như ăn uống, cầm đồ, bán đấu giá, hội chợ triển lãm, cho thuê và những dịch vụ có liên quan đến sản xuất và sinh hoạt.

- Nghiên cứu, chế định các tiêu chuẩn kinh doanh các ngành nghề dịch vụ cũng như các quy tắc, quy định có liên quan.

Phòng Quy hoạch tổng hợp:

Chủ yếu phụ trách chiến lược, đường lối phát triển và quy hoạch của các ngành nghề.

Phòng Nghiên cứu:

Phụ trách các chuyên đề nghiên cứu có liên quan đến ngành thương mại và soạn thảo các văn bản pháp quy có liên quan đến kinh tế cũng như hành chính.

Phòng Vận hành kinh tế:

Phụ trách công việc thống kê và phân tích tình hình thương mại.

Trong công tác quy hoạch, đầu tiên là quy hoạch của toàn Thành phố đưa ra. Quy hoạch này được đưa cho các khu, huyện liên quan của Thành phố tham khảo. Các khu, huyện liên quan phải quy hoạch trên cơ sở quy hoạch chung của Thành phố. Nếu phát sinh mâu thuẫn hoặc không khớp thì tất nhiên là phải tuân thủ quy hoạch của cấp trên. Cấp thành phố giữ nguyên quyết định về quy hoạch, ví dụ một khu muốn làm một siêu thị tổng hợp quy mô lớn, cơ chế đã quy định phải thông qua hội nghị về trung cầu ý kiến, nhưng sau đó đệ trình lên cấp trên thấy không hợp thì họ có thể gạt đi. Cho nên khi thực hiện quy hoạch cũng phải tính đến mức độ khả thi của các quy hoạch.

Cấp khu hoặc huyện có thuế và tài chính riêng. Ở cấp khu - huyện thì thuế được nộp cho cơ quan tài chính riêng và được tự chi tiêu. Do áp dụng cơ chế hai cấp chính quyền quản lý cho nên vai trò của cấp khu - huyện trong việc thúc đẩy thương mại rất lớn. Có rất nhiều khu - huyện của Thành

phố có thu nhập tài chính phần lớn từ ngành thương mại, vì vậy nếu họ làm tốt quy hoạch phát triển thương mại trên địa bàn thì thuế thu được cũng sẽ lớn. Thượng Hải có khu Thịnh An có 3 Office buildings (toà nhà) cho thuê, tất cả các loại thuế thu được từ việc khai thác 3 toà nhà này một năm là 100 triệu Nhân dân tệ.

Trong thập niên 80, mạng lưới thương mại ở Thượng Hải còn rất kém phát triển, không đáp ứng nổi nhu cầu của thị trường cũng như của người dân, hàng hoá không đủ, cửa hàng cửa hiệu không đủ. Mặc dù có nhiều khu chung cư mới được xây dựng nhưng dân không muốn đến đó bởi vì xa, không tiện cho sinh hoạt, mua sắm không thuận lợi.

Đến thập niên 90, Thượng Hải đã khuyến khích phát triển hệ thống siêu thị để thoả mãn nhu cầu mua sắm của người dân. Trong những năm 1994-1996, Thành phố đã có chính sách khuyến khích mở siêu thị. Khi đó phương thức kinh doanh siêu thị còn mới, mọi người kinh doanh chưa có nhiều kinh nghiệm, đòi hỏi đầu tư tương đối lớn, vì thế Thành phố phải hỗ trợ cho thương nhân về thuê địa điểm, hỗ trợ về thuế, hỗ trợ về khoản vay, phí cho thuê ở mức tối thiểu để thương nhân có thể thuê được địa điểm, cụ thể như: Năm thứ nhất được miễn thuế hoàn toàn; năm thứ hai giảm một nửa, năm thứ ba mới thu đầy đủ; về vay ngân hàng: bản thân doanh nghiệp vay thì rất khó cho nên chính quyền hỗ trợ bằng cách chính quyền đứng ra bảo lãnh cho doanh nghiệp vay ngân hàng để kinh doanh siêu thị. Trong giai đoạn từ 1994 - 1996, trung bình mỗi năm khoảng trên 100 siêu thị được xây dựng.

Thượng Hải có con đường Hằng Sơn, đường này là đường chuyên kinh doanh về ăn uống. Để hình thành nên đường phố ăn uống này thì chính quyền khu đó đã có nhiều chính sách hỗ trợ: chính quyền đứng ra thương lượng với

các hộ có nhà hai bên mặt đường để các hộ này nhường lại vị trí đó cho chủ kinh doanh cà phê, kinh doanh ăn uống; ngoài ra, chính quyền cũng bỏ tiền để cải tạo lại hệ thống chiếu sáng, môi trường cho khu phố đó. Vì vậy, đường phố này đã trở thành một đường phố mà hầu hết đều do những người Trung Quốc từng đi du học ở Mỹ và Châu Âu trở về đầu tư mở tiệm kinh doanh, đồng thời họ đã mang theo các quan niệm và các kinh nghiệm về kinh doanh ăn uống từ các nước Âu Mỹ về Thượng Hải. ở phố này có một nhà hàng gọi là Nhà hàng Sài Gòn chuyên kinh doanh món ăn Việt Nam và các nhân viên phục vụ trong đó cũng mặc đồ Việt Nam.

Ngoài ra, ở khu Đô An cũng có địa điểm kinh doanh gọi là Thế giới mới do chủ đầu tư Hồng Kông đầu tư xây dựng. Chủ đầu tư chủ yếu là phụ trách đầu tư cơ sở có liên quan đến kinh doanh thương mại, còn chính quyền đầu tư xây dựng hồ nhân tạo, trồng cây xanh... tạo môi trường. Sau khi khu này được hình thành thì không chỉ có người Thượng Hải mà còn có rất nhiều chủ kinh doanh trên thế giới cũng như ở các địa phương khác đã đến đây đầu tư kinh doanh.

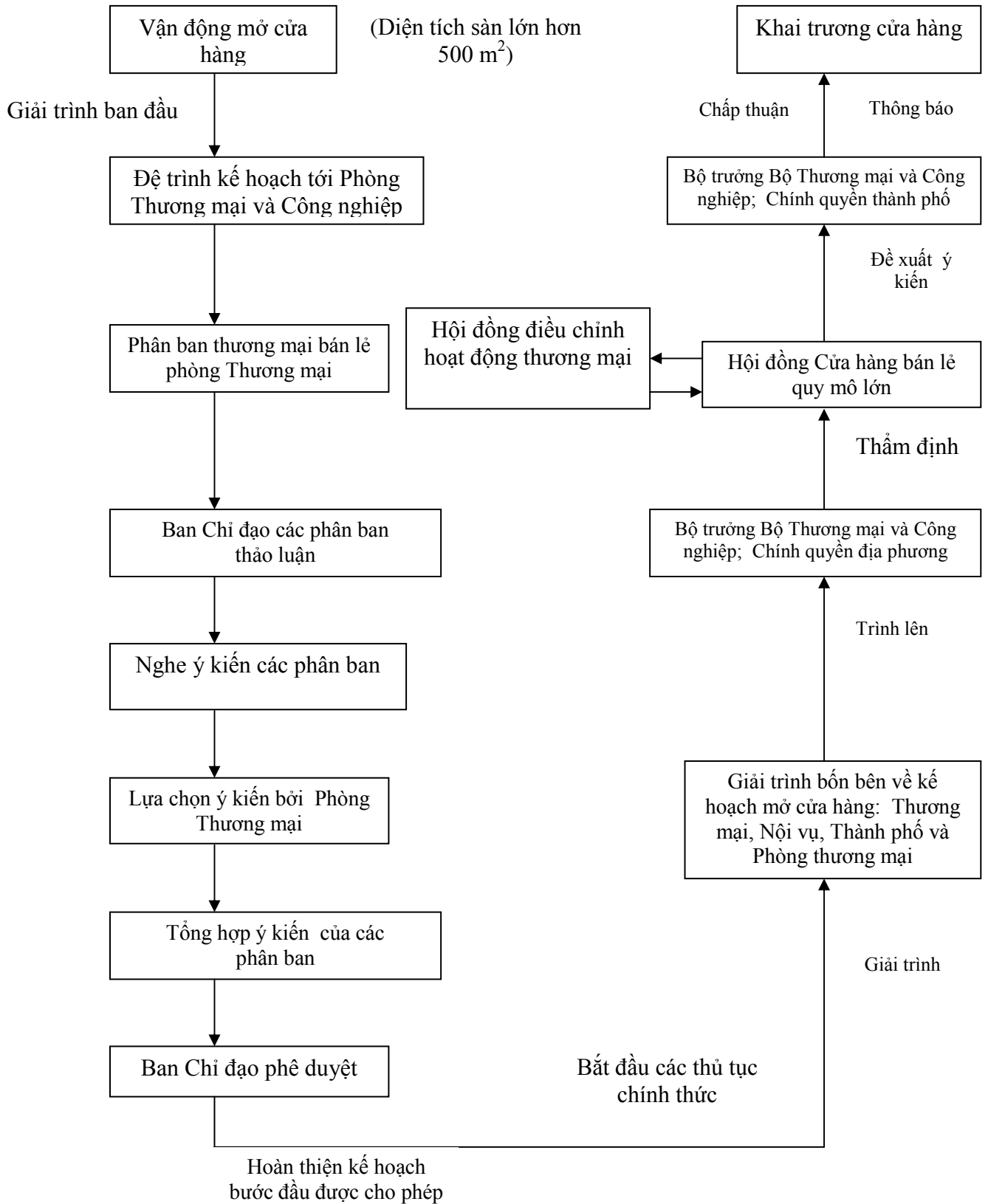
1.3.4. Kinh nghiệm điều tiết thị trường bán lẻ của thành phố Shizuoka (Nhật Bản)

Có thể nói, Nhật Bản là một nước có sự bảo hộ mạnh mẽ đối với thương mại truyền thống của nước này trước sự xâm nhập của các tập đoàn bán lẻ đa quốc gia. Với quan điểm bảo vệ lợi ích người tiêu dùng, Nhật Bản đã ban hành *Luật Cửa hàng bán lẻ quy mô lớn* (Large Scale Retail Stores Law - Daiten Ho) năm 1974. *Luật Cửa hàng bán lẻ quy mô lớn* Daiten Ho được sửa đổi vào năm 1979 và vẫn được áp dụng cho tới ngày nay mặc dù liên tục được chỉnh sửa cho phù hợp với thực tiễn thương mại bán lẻ của Nhật Bản.

Cửa hàng bán lẻ quy mô lớn gồm 2 hạng: *hạng I* là những cửa hàng bán lẻ có diện tích sàn từ 1.500 m² trở lên (hoặc 3.000 m² trở lên tại các thành phố lớn (Seirei Shitei Toshi)) và *hạng II* là những cửa hàng có diện tích sàn từ 500m² trở lên.

Luật 1979 quy định những kế hoạch xây dựng và mở rộng các cửa hàng bán lẻ quy mô lớn *hạng I* phải được đệ trình lên *Bộ Thương mại quốc tế và Công nghiệp Nhật Bản (MITI)*; còn những kế hoạch xây dựng và mở rộng các cửa hàng bán lẻ *hạng II* phải được trình lên người đứng đầu chính quyền địa phương.

Tuy nhiên, do có những quy định mơ hồ và khó thực hiện trong thực tiễn và xuất phát từ những yêu cầu thực tiễn phải hiện đại hoá ngành dịch vụ bán lẻ của Nhật để nâng cao tính cạnh tranh nên *Luật chỉnh sửa về cửa hàng bán lẻ quy mô lớn năm 1979* tiếp tục được chỉnh sửa vào các năm 1982, 1984, 1987 và 1990. Đồng thời còn có các văn bản hướng dẫn thực thi Luật của Bộ/ngành, của chính quyền địa phương và của Hội đồng Cửa hàng bán lẻ quy mô lớn dưới dạng chính thức, bán chính thức hoặc không chính thức đối với việc mở một cửa hàng bán lẻ quy mô lớn. Nhiều khi, vai trò điều tiết của chính quyền địa phương và các Phòng Thương mại và Công nghiệp là rất quan trọng đối với việc mở một cửa hàng bán lẻ quy mô lớn. Sơ đồ 1.1 dưới đây minh hoạ các biện pháp điều chỉnh mở cửa hàng bán lẻ lớn của Phân ban thương mại bán lẻ, Phòng Thương mại và Công nghiệp Shizuoka. Cơ chế này dựa trên thoả thuận đạt được vào tháng 8/1989 giữa Phòng Thương mại và Công nghiệp Shizuoka với 3 tập đoàn bán lẻ của Shizuoka là Hiệp hội Cửa hàng chuyên doanh Shizuoka, Liên hiệp Thương mại Thành phố Shizuoka và Tập đoàn Hiện đại hoá bán lẻ Shizuoka.



Sơ đồ 1.1: Quy trình mở cửa hàng theo luật năm 1989 ở thành phố Shizuoka

Từ năm 1990, dưới sự thúc ép của các đối tác thuộc nhóm G-7, mà đặc biệt là từ phía Hoa Kỳ, Chính phủ Nhật bản đã cam kết nói lỏng các biện pháp điều hành thị trường bán lẻ. Việc nói lỏng điều hành được thực hiện theo 3 bước:

Bước 1, rà soát lại các quy định bán chính thức và không chính thức gồm cả Thông tư và thông báo tháng 5/1990 của Bộ Thương mại quốc tế và Công nghiệp Nhật Bản - MITI. Việc rà soát lại dẫn đến bãi bỏ chính sách chỉ định “các khu vực và các thành phố nhỏ” được tự động cấm mở các cửa hàng bán lẻ quy mô lớn (năm 1982); và kêu gọi công khai hoá và tiêu chuẩn hoá các hoạt động của Hội đồng điều chỉnh hoạt động thương mại.

Mặt khác, quá trình xem xét ra quyết định của Hội đồng cũng được yêu cầu rút ngắn xuống còn tối đa là một năm rưỡi. Các quy định của địa phương như ý kiến cho phép ban đầu và việc kiểm soát các cửa hàng quy mô vừa cũng được bãi bỏ.

Bước 2, rà soát lại để chỉnh sửa Luật chính thức cho phù hợp. Thời gian rà soát bắt đầu tháng giêng năm 1992. Điểm chỉnh sửa chính là giải thể Hội đồng điều chỉnh hoạt động thương mại và đưa về một đầu mối là Hội đồng Cửa hàng bán lẻ quy mô lớn với nhiệm vụ chính là nghiên cứu chính sách và giám sát tình huống cụ thể. Luật chỉnh sửa cũng quy định rút ngắn thời gian thẩm định mở cửa hàng xuống còn tối đa là 1 năm.

Bước 3, bắt đầu được thực hiện từ tháng 5 năm 1994 nhằm đảm bảo sự hoạt động lành mạnh của thị trường bán lẻ. Việc mở các cửa hàng bán lẻ với diện tích sàn từ 500 đến 1.500 m² hầu như được tự do hoá mà không cần điều tiết nữa. Giờ đóng cửa hàng cũng được mở rộng ra tới 8 giờ tối và số ngày nghỉ trong năm không phải báo cáo là 24 ngày. Bước 3 của việc chỉnh sửa Luật bao gồm cả việc làm tăng tính minh bạch của thị trường và giảm tính chắt điều tiết. Tuy nhiên, Luật chỉnh sửa vẫn duy trì một số quy định về mở

cửa hàng mới nhằm mục đích bảo vệ các nhà bán lẻ nhỏ và vừa...

1.3.5. Bài học kinh nghiệm cho Thành phố Hà Nội

1.3.5.1. Xây dựng và tăng cường năng lực thể chế của các bản quy hoạch thương mại

Kinh nghiệm của các nước cho thấy có thể quản lý và đảm bảo ổn định thị trường trong nước, duy trì trật tự thị trường và phát triển thương mại văn minh hiện đại thông qua việc xây dựng và triển khai thực hiện các bản quy hoạch thương mại đồng bộ và có tính khả thi cao trong kết hợp với quản lý đất đai, mặt bằng xây dựng, quy định số lượng và loại hình cửa hàng tại các thành phố. Không chế diện tích tối đa hoặc tối thiểu khi mở các cửa hàng nhằm hạn chế sự bành trướng quá lớn của các tập đoàn nước ngoài.

Qua kinh nghiệm quy hoạch phát triển thương mại của Thành phố Bắc Kinh - Trung Quốc, có thể thấy rõ những định hướng, mục tiêu và những giải pháp đồng bộ cho phát triển các loại hình thị trường, cửa hàng phân phối, sự liên kết giữa các doanh nghiệp cùng những khuyến khích, hỗ trợ cụ thể của Thành phố để xây dựng và phát triển mạng lưới thương mại văn minh, hiện đại của Bắc Kinh.

1.3.5.2. Hoàn chỉnh khung pháp lý cho hoạt động kinh doanh thương mại trên thị trường nội địa, từ đó làm cơ sở để các tỉnh/thành phố hướng dẫn, vận dụng thực thi pháp luật cho địa phương mình

Kinh nghiệm của Trung Quốc và Nhật Bản cho thấy, sau khi mở cửa thị trường bán lẻ có quá nhiều siêu thị nước ngoài vào kinh doanh trên thị trường làm hạn chế sự phát triển và khả năng cạnh tranh của các siêu thị trong nước, Chính phủ các nước này đã tính đến việc xây dựng các đạo luật về bán lẻ để điều chỉnh hành vi của các siêu thị đặc biệt là siêu thị của các tập đoàn nước ngoài. Thực tế, ở khu vực châu Á đã có bài học từ Nhật Bản. Trên cơ sở *Luật*

về cửa hàng bán lẻ quy mô lớn của Nhật Bản, chính quyền thành phố Sizhuoka (Nhật Bản) đã nghiên cứu và xây dựng quy trình hướng dẫn cụ thể về việc mở cửa hàng bán lẻ quy mô lớn tại thành phố của mình. Hà Nội có thể tham khảo kinh nghiệm của thành phố Sizhuoka trong việc xây dựng các hướng dẫn cụ thể để thực thi pháp luật về thương mại của Việt Nam trên địa bàn Hà Nội. Đối với Việt Nam, kinh nghiệm còn mới mẻ nhất là việc Trung Quốc đã thông qua văn bản quy phạm pháp luật về quản lý Nhà nước đối với đầu tư trực tiếp nước ngoài trong lĩnh vực nội thương. Đó là **“*Những biện pháp của Bộ Thương mại nước Cộng hoà Nhân dân Trung Hoa về quản lý đầu tư nước ngoài vào lĩnh vực nội thương*”** do Bộ Thương mại Trung Quốc ban hành và có hiệu lực từ ngày 01 tháng 06 năm 2004, trong đó có những quy định cụ thể điều chỉnh việc mở các cửa hàng bán lẻ của các doanh nghiệp thương mại FDI về diện tích mặt bằng kinh doanh, số lượng cửa hàng, danh mục hàng hoá... Những biện pháp này nhằm đảm bảo hiện đại hoá ngành thương mại nội địa trong khi vẫn có thể bảo vệ các thương nhân trong nước trước sự xâm lấn của các tập đoàn phân phối đa quốc gia.

1.3.5.3. Chính sách khuyến khích hỗ trợ của Nhà nước và chính quyền địa phương cho phát triển thương mại nội địa tập trung vào 2 nhóm đối tượng: bảo vệ các nhà kinh doanh nhỏ, khuyến khích liên doanh liên kết hình thành các tập đoàn phân phối lớn

Kinh nghiệm của Nhật Bản, Trung Quốc cho thấy vai trò của Nhà nước và các chính quyền địa phương của các tỉnh/thành phố là vô cùng quan trọng trong việc đảm bảo cân bằng thương mại giữa truyền thống và hiện đại.

Đối với thương mại truyền thống Nhà nước và chính quyền địa phương ở các tỉnh/thành phố đã:

- Đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật và hạ tầng thông tin, viễn thông cho các chợ và các dạng cửa hàng truyền thống điển hình để khuyến

khích lưu thông hàng hoá (chợ đầu mối bán buôn hàng nông sản, kho hàng công, sàn giao dịch...).

- Xây dựng mạng lưới dịch vụ hỗ trợ cho các chợ truyền thống để đẩy mạnh trao đổi hàng hoá thông qua các chợ; Khuyến khích phát triển các mô hình công ty quản lý chợ để đảm bảo tính chuyên nghiệp và hiệu quả hoạt động chợ.

- Tổ chức đào tạo trên cả nước cho các hộ kinh doanh trên chợ và các chủ cửa hàng nhỏ bán buôn bán lẻ truyền thống về quản lý và tham gia bán buôn bán lẻ hiện đại để phù hợp với môi trường biến động.

- Hướng dẫn và hỗ trợ các loại cửa hàng truyền thống thay đổi hình thức kinh doanh phù hợp như chuyển sang các dạng cửa hàng tiện lợi...

Để hình thành và phát triển thương mại hiện đại, Chính phủ các nước Trung Quốc và Nhật Bản và chính quyền địa phương tại các tỉnh/thành phố của họ đã thực thi các chính sách:

- Khuyến khích các doanh nghiệp kinh doanh trong nước lĩnh vực này tập trung hoá thông qua sáp nhập và liên doanh và hợp tác. ở Trung Quốc, Chính phủ đã thực hiện hỗ trợ, khuyến khích hình thành 20 doanh nghiệp thương mại quy mô lớn được lựa chọn trong danh mục 100 doanh nghiệp lưu thông mạnh nhất do Bộ Thương mại Trung Quốc công bố hàng năm. Điều kiện để chọn 20 doanh nghiệp này không phải là áp dụng các biện pháp hành chính mà thực chất là căn cứ vào thành tích của họ trên thị trường. Vì vậy, trong 20 doanh nghiệp này bên cạnh các doanh nghiệp nhà nước như Tập đoàn Bách Niên của Thượng Hải, Bách Hoá Đại Lâu Vương Phủ Tỉnh, cũng có những doanh nghiệp dân doanh như Doanh nghiệp Quốc Mỹ chuyên bán đồ gia dụng điện tử, Bách niên Thượng Hải được xây dựng

từ 4 doanh nghiệp hợp lại... Mặt khác, Chính phủ Trung Quốc hiện nay chủ yếu dùng các biện pháp chính sách kinh tế và thị trường trong khuyến khích hỗ trợ các doanh nghiệp này...

- Hỗ trợ tài chính tín dụng ưu đãi cho các doanh nghiệp trong nước đặc biệt là giai đoạn trước khi mở cửa nhằm nâng cao vị thế cạnh tranh của các doanh nghiệp trong nước.

- Xây dựng các trung tâm bán buôn, bán lẻ tập trung để các doanh nghiệp cùng kinh doanh tại một khu vực có khả năng phát triển mạnh hơn. Cả Trung Quốc và Nhật Bản đều có chính sách hình thành các thị trường bán buôn tập trung đối với hàng nông sản để giúp tiêu thụ nông sản hàng hoá tươi sống, vốn là những mặt hàng mau hỏng nhằm bảo vệ lợi ích cho người trồng trọt, chăn nuôi. Mô hình những khu bán lẻ tập trung như Vương Phủ Tỉnh ở Bắc Kinh, đường Nam Kinh ở Thượng Hải (Trung Quốc),... tạo cơ hội cho cả thương mại hiện đại và truyền thống phát huy thế mạnh của mình...

- Thực hiện chính sách ưu tiên phát triển thương mại hiện đại tại các địa phương đủ điều kiện và hạn chế phát triển tại các thành phố lớn nơi thương mại hiện đại đã bão hoà. Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy trong giai đoạn đầu phát triển hầu như tất cả các loại hình thương mại hiện đại đều phát triển ở các thành phố lớn đến mức bão hoà, trong khi tại các tỉnh và thành phố nhỏ các loại hình này chưa phát triển. Thực tế này cho thấy nhà nước cần có chính sách ưu tiên

phát triển các loại hình này tại các thành phố nhỏ nhằm xây dựng hệ thống bán lẻ hiện đại trên cả nước.

1.3.5.4. Tăng cường thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài trong lĩnh vực phân phối nhằm hiện đại hoá và phát triển thương mại trong nước đồng thời tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tham gia chuỗi sản xuất, phân phối toàn cầu mà phát triển xuất khẩu

Tăng cường thu hút FDI nhằm đào tạo, chuyển giao kiến thức, công nghệ, kinh nghiệm quản lý và phát triển mạng lưới phân phối, bán lẻ hiện đại cho các doanh nghiệp trong nước; Nâng cao trình độ về công nghệ thông tin và áp dụng công nghệ thông tin mạnh mẽ trong lĩnh vực này. Thực tế, bên cạnh mặt trái của thu hút FDI là làm mất cân bằng thương mại, sự lũng đoạn và bành trướng quá mức của các tập đoàn phân phối xuyên quốc gia, chèn ép và làm phá sản nhiều cửa hiệu tạp hoá nhỏ lẻ, truyền thống thì các doanh nghiệp thương mại có vốn đầu tư nước ngoài, mà cụ thể là các TNCs trong lĩnh vực phân phối đã góp phần phát triển thương mại hiện đại ở các nước đang phát triển như Trung Quốc, Nhật Bản đem đến diện mạo thương mại văn minh, hiện đại cho nền kinh tế các nước này và người tiêu dùng là những người được hưởng lợi nhiều nhất từ sự phát triển của hệ thống kinh doanh chi phí thấp, quy mô lớn, văn minh, hiện đại... Mặt khác, những sản phẩm nội địa một khi đã cung cấp cho các cửa hàng của các nhà phân phối FDI ở thị trường nội địa hoàn toàn có khả năng thâm nhập vào hệ thống cửa hàng của các tập đoàn này ở khắp nơi trên thế giới, đó là một kênh xuất khẩu tiềm năng lớn.

1.3.5.5. Tăng cường năng lực hoạt động xúc tiến thương mại trong sự phối hợp chặt chẽ với hoạt động xúc tiến đầu tư và phát triển công nghiệp

Từ kinh nghiệm QLNN về thương mại của Thành phố Hồ Chí Minh có thể rút ra bài học về tăng cường hoạt động xúc tiến thương mại cho Hà Nội, trên cơ sở phát triển Trung tâm Xúc tiến thương mại Hà Nội:

Thứ nhất, Trung tâm nên là một tổ chức kết hợp cả XTTM với XTĐT, việc này cho phép có sự phối kết hợp hiệu quả giữa chiến lược và chương trình XTTM với các chiến lược đầu tư và phát triển công nghiệp của Hà Nội.

Thứ hai, Trung tâm có thể áp dụng mô hình tổ chức của Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư thành phố Hồ Chí Minh. Theo chúng tôi, việc tổ chức theo mô hình của ITPC sẽ đem đến sự độc lập, tự chủ tương đối cho Trung tâm XTTM Hà Nội để Trung tâm có thể chủ động và sáng tạo trong thực hiện chức năng, nhiệm vụ của mình, sự tự chủ tương đối về tài chính sẽ giúp trung tâm dễ dàng triển khai tiến hành các hoạt động XTTM, đồng thời nâng cao tinh thần trách nhiệm của Trung tâm trong hoạt động.

Thứ ba, để hoạt động của Trung tâm phát triển và đạt hiệu quả, thiết thực góp phần phát triển thương mại, phát triển xuất khẩu, đóng góp vào việc thực hiện thắng lợi mục tiêu chiến lược phát triển kinh tế, xã hội của Hà Nội, Trung tâm cần được tăng cường cả về năng lực thể chế và chuyên môn.

Có thể nói, sự chỉ đạo sát sao, sự ủng hộ và giúp đỡ của UBND Thành phố Hà Nội là một đảm bảo quan trọng cho sự thành công trong hoạt động XTTM của Trung tâm.

Có thể bước đầu, thành phố sẽ hỗ trợ Trung tâm về các mặt cơ sở hạ tầng: nơi đặt trụ sở, trang thiết bị máy móc và phương tiện thông tin, nhân lực, chi phí vận hành trung tâm... Nhưng về lâu dài, Trung tâm phải tăng cường năng lực theo hướng chuyên môn hoá cao, cung cấp các dịch vụ XTTM và đầu tư có sức cạnh tranh và thu được phí từ các hoạt động dịch vụ

của Trung tâm;

Thứ tư, công tác xây dựng chiến lược, kế hoạch, chương trình XTTM của Trung tâm phải được đặc biệt quan tâm và phải được cụ thể hoá để có khả năng triển khai thực hiện thắng lợi trên thực tế.

Thứ năm, đẩy mạnh và tăng cường hợp tác với các tổ chức XTTM trong nước và quốc tế là rất quan trọng để phát triển Trung tâm XTTM Hà Nội về lâu dài.

Chương 2

THỰC HIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI GIAI ĐOẠN 2001 - 2007

2.1. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI GIAI ĐOẠN 2001 - 2007

2.1.1. Đóng góp của thương mại Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007

Trong giai đoạn 2001 - 2007, cơ cấu GDP trên địa bàn Thành phố đã có sự chuyển biến khá tích cực. Thể hiện, tỷ trọng của ngành công nghiệp đã tăng lên đáng kể trong giai đoạn 2001 - 2007 (từ 35,17% năm 2001 lên 41,2% năm 2007); trong khi đó, tỷ trọng của ngành nông nghiệp lại giảm từ 3,56% năm 2001 xuống còn 1,3% năm 2007; ngành thương mại - dịch vụ giảm từ 60% năm 2001 xuống còn 57,5% năm 2007. Mặc dù cơ cấu của ngành công nghiệp và nông nghiệp trên địa bàn Thành phố có sự chuyển biến tích cực. Tuy nhiên, qua tỷ trọng của ngành thương mại - dịch vụ lại cho thấy đây không phải là một sự chuyển biến hợp lý.

Bảng 2.1: Cơ cấu tổng sản phẩm nội địa (GDP) Thành phố Hà Nội

Ngành	Cơ cấu (%)						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Tổng	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>I - Công nghiệp</i>	35,17	36,06	37,92	38,48	39,04	41,2	41,2
Công nghiệp khai thác mỏ	0,54	0,61	0,57	0,58	0,61	0,4	0,3
Công nghiệp chế biến	21,20	21,68	23,54	24,65	24,79	26	26,2
SX phân phối điện, khí đốt và nước	3,63	3,68	3,85	3,5	3,4	3,1	3
Xây dựng	10,25	10,09	9,96	9,75	10,24	11,7	11,8
<i>II- Nông nghiệp</i>	3,56	3,38	3,12	2,75	2,51	1,4	1,3
Nông lâm nghiệp	3,36	3,20	2,95	2,60	2,38	1,3	1,2
Thủy sản	0,20	0,18	0,17	0,15	0,13	0,1	0,1
<i>III- Thương mại - dịch vụ</i>	60,73	60,56	58,96	58,05	59,29	57,4	57,5

Thương nghiệp, sửa chữa xe có động cơ	13,55	13,99	13,41	12,7	12,7	12,8	12,8
Khách sạn, nhà hàng	4,14	4,18	3,93	3,3	3,3	3,4	3,4
V/tải, kho bãi và thông tin liên lạc	15,67	15,55	15,71	16,38	17,6	17,6	17,7
Tài chính, tín dụng	3,54	3,57	3,46	3,7	4,1	4,4	4,6
Các ngành khác	23,83	23,27	22,45	21,97	21,59	19,2	19,0

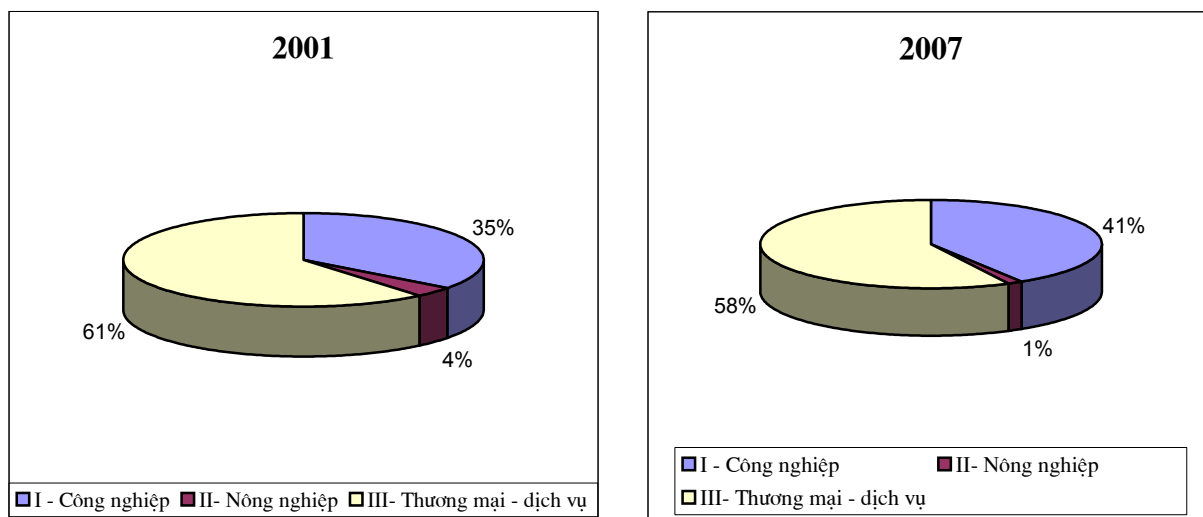
Nguồn: Niên giám thống kê Hà Nội các năm 2005, 2006, 2007

Giá trị tăng thêm của ngành thương mại Hà Nội năm 2006 đạt 11.508 tỷ đồng tăng 19,5% so với mức 9.929 tỷ đồng của năm 2005 và gấp 2,67 lần so với năm 2000 (4.307 tỷ đồng). Nếu tính theo giá so sánh, ngành thương mại chiếm tỷ trọng 12,7% trong GDP toàn Thành phố năm 2006...So với các ngành khác, mức đóng góp của ngành thương mại vào GDP chỉ đứng sau hai ngành: ngành công nghiệp chế biến và ngành vận tải, kho bãi, thông tin liên lạc; đứng trên các ngành xây dựng, ngành sản xuất phân phối điện, nước, ngành tài chính tín dụng và các ngành khác...

Xét về tốc độ tăng hàng năm, giá trị tăng thêm của ngành thương mại Hà Nội đạt mức tăng bình quân 12,08%/năm trong giai đoạn 2001 - 2005, cao hơn nhiều so với nhịp độ tăng chung của cả nước là 7,45%/năm trong cùng giai đoạn. Năm 2006 tăng 19,5% so với 2005. Tuy nhiên, tỷ trọng phần đóng góp của hoạt động thương mại trong giá trị tổng sản phẩm của Hà Nội trong giai đoạn 2001 - 2005 hầu như không thay đổi, năm 2000, thương mại chiếm 12,65% trong GDP của Hà Nội thì đến năm 2006, tỷ trọng này hầu như vẫn giữ nguyên ở 12,7%. Tỷ trọng của ngành thương mại trong GDP của Hà Nội vẫn còn thấp hơn so với mức chung của cả nước (năm 2000 là 16,31% và năm 2006 là 13,64%).

Như vậy, những đóng góp của ngành thương mại Hà Nội vào tăng trưởng GDP hàng năm của Thành phố đã thể hiện rõ vai trò quan trọng của ngành thương mại đối với phát triển kinh tế Hà Nội, góp phần nâng cao chất

lượng cuộc sống người dân thủ đô và góp phần làm cho quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Thành phố theo đúng hướng.



Nguồn: Niên giám thống kê Hà Nội các năm 2005, 2006, 2007

Sơ đồ 2.1 : Chuyển dịch cơ cấu GDP trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007

2.1.2. Tổng mức và cơ cấu lưu chuyển hàng hoá

2.1.2.1. Tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ

Theo niên giám thống kê Hà Nội, trong giai đoạn 2001 - 2005, tốc độ tăng bình quân hàng năm của tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ trên địa bàn Thành phố đạt 17,52%/năm, cao hơn so với mức tăng bình quân 16,86%/năm của cả nước, năm 2006 tăng 21,3% so với 2005. Giá trị tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tăng từ 23.682 tỷ đồng năm 2001 lên 45.000 tỉ đồng năm 2005 và năm 2006 đạt 55.735 tỷ đồng, năm 2007 đạt 68,554 tỷ đồng, tăng 22,5% so với năm 2006.

Tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ bình quân đầu người tăng từ 8,34 triệu đồng/người/năm năm 2001 lên 16,78 triệu đồng/người/năm

năm 2006, và dự kiến đạt mức 20 triệu đồng/người/năm vào năm 2007 .

**Bảng 2.2: Tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng xã hội Hà Nội
giai đoạn 2001 - 2007**

	Đơn vị	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng xã hội	Ti đồng	23.682	27.843	30.907	35.910	45.000	55.735	68.554
<i>Tốc độ tăng (%)</i>			<i>17,57</i>	<i>11,00</i>	<i>16,19</i>	<i>25,31</i>	<i>21,3</i>	<i>23,0</i>
Tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng xã hội bình quân đầu người	Tr.đồng/ người	8,34	9,51	10,27	11,65	14,14	16,78	20,56
<i>Tốc độ tăng (%)</i>			<i>14,03</i>	<i>7,99</i>	<i>13,44</i>	<i>21,37</i>	<i>18,6</i>	<i>22,5</i>
	Đơn vị	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007

Nguồn: Niên giám thống kê Hà Nội 2005, 2006, 2007

Khu vực kinh tế ngoài Nhà nước chiếm tỷ trọng lớn, khoảng 71 - 78% tổng mức lưu chuyển bán lẻ. Sự chuyển dịch về cơ cấu thành phần trong tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng xã hội đang diễn ra theo hướng tăng tỷ trọng khu vực kinh tế ngoài Nhà nước và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài, giảm tương ứng khu vực kinh tế Nhà nước. Trên thực tế, việc chuyển dịch cơ cấu các thành phần kinh tế đã diễn ra với tốc độ nhanh hơn. Năm 2006, kinh tế nhà nước và tập thể 13,5%, kinh tế các thể và tư nhân: 76,8% và kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài (FDI): 9,7%. Năm 2007, kinh tế ngoài nhà nước chiếm 77,7% trong tổng mức bán lẻ, kinh tế FDI vẫn chiếm tỷ trọng khoảng 9,6% trong khi tỷ trọng của kinh tế nhà nước giảm còn 12,7%.

Cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng xã hội phân theo

ngành kinh doanh: Ngành thương nghiệp chiếm tỷ trọng lớn và ổn định (65 - 75%) các ngành du lịch, khách sạn, nhà hàng chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng, giảm tỷ trọng các doanh nghiệp trực tiếp bán sản phẩm. Tuy nhiên, xu hướng này cũng chưa biểu hiện rõ ràng thời gian 2000 - 2007. Cụ thể, năm 2001, cơ cấu tổng mức bán lẻ chia theo ngành hoạt động như sau: thương nghiệp: 67,7%; khách sạn nhà hàng: 21,8%; dịch vụ: 4,8%, doanh nghiệp sản xuất trực tiếp bán sản phẩm 5,5%, đến năm 2007 tỷ lệ cơ cấu của các hoạt động trên như sau: 75,6-13-9,6/100%.

Bảng 2.3: Cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hoá và dịch vụ tiêu dùng xã hội Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007

Đơn vị: %

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<i>Phân theo thành phần KT</i>	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
- Khu vực KT trong nước	95,24	91,34	90,31	88,73	90,73	90,33	90,41
+ Kinh tế Nhà nước	16,76	16,42	17,96	16,11	12,86	13,01	12,7
+ Kinh tế tập thể	0,55	0,69	0,65	0,61	0,46	0,48	77,7
+ Kinh tế cá thể	60,18	58,48	57,18	42,95	46,48	46,01	
+ Kinh tế tư nhân	17,75	15,75	14,52	29,06	30,93	30,83	
- KV có vốn ĐT nước ngoài	4,76	8,66	9,69	11,27	9,27	9,67	9,6
<i>Phân theo ngành KD</i>							
<i>(Khu vực kinh tế trong nước, không tính thành phần kinh tế tư nhân)</i>							
- Thương nghiệp	67,66	66,77	65,49	65,24	75,01	75,3	75,6
- Khách sạn, nhà hàng	21,85	20,58	19,81	19,86	10,34	11,6	13,0
- Dịch vụ	4,80	20,58	8,57	8,60	7,73	7,4	9,6
- DNSX trực tiếp bán SP	5,53	5,87	6,12	6,22	6,92	5,6	-

Nguồn: Niên giám thống kê Hà Nội 2004, 2005, 2006, 2007

2.1.2.2. Tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán buôn

Tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán buôn tăng với nhịp độ trung bình 21,37%/năm trong giai đoạn 2001 - 2007, đạt 102.361 tỉ đồng năm 2007, cao hơn tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán lẻ cả về giá trị và nhịp độ tăng bình quân hàng năm.

Bảng 2.4: Tổng mức và cơ cấu lưu chuyển hàng hoá bán buôn Hà Nội giai đoạn 2000 - 2007

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Tổng mức (tỉ đồng)	26521	37573	44404	49023	57608	69919	83902	102361
<i>Cơ cấu (%)</i>	100	100	100	100	100	100	100	100
- Kinh tế Nhà nước	62,3	62,0	62,2	57,6	57,3	57,1	52,0	50,7
- Kinh tế ngoài Nhà nước	36,7	37,2	36,7	42,5	41,6	41,4	46,5	46,1
- Khu vực có vốn ĐTNN	0,5	0,6	1,1	0,9	1,1	1,5	1,5	3,1

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

Không giống như trong lĩnh vực bán lẻ, khu vực kinh tế nhà nước chiếm tỷ trọng lớn trong bán buôn, khoảng 62 - 57% qua các năm. Thành phần kinh tế ngoài Nhà nước đang ngày càng khẳng định được vị trí trong lĩnh vực bán buôn, tỷ trọng của thành phần kinh tế này tăng từ 36,7% năm 2000 lên 46,1% năm 2007. Các doanh nghiệp ngoài quốc doanh đã phát triển kinh doanh bán buôn tới những mặt hàng trước đây là thế mạnh của các doanh nghiệp Nhà nước như điện, điện tử, xe máy, vật liệu xây dựng, hàng may mặc... Tuy có mức tăng trưởng bình quân hàng năm rất cao (49,18%/năm) nhưng khu vực kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài vẫn chiếm tỷ trọng không đáng kể trong tổng mức lưu chuyển hàng hoá bán buôn của Thành phố Hà Nội.

2.1.3. Thực trạng xuất, nhập khẩu hàng hoá của Hà Nội

2.1.3.1. Xuất khẩu

Tổng giá trị kim ngạch xuất khẩu của Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007 đạt

18,169 tỉ USD. Kim ngạch xuất khẩu tăng với nhịp độ bình quân hàng năm trên 20%/năm trong giai đoạn 2001 - 2007. Tốc tăng như vậy là cao hơn so với mức trung bình của cả nước. Giá trị xuất khẩu tính bình quân đầu người của Hà Nội khá cao, năm 2006 đạt 1.076,7 USD/người, gấp 2,3 lần so với mức bình quân chung của cả nước.

Bảng 2.5: Kim ngạch và cơ cấu xuất khẩu giai đoạn 2001 - 2007

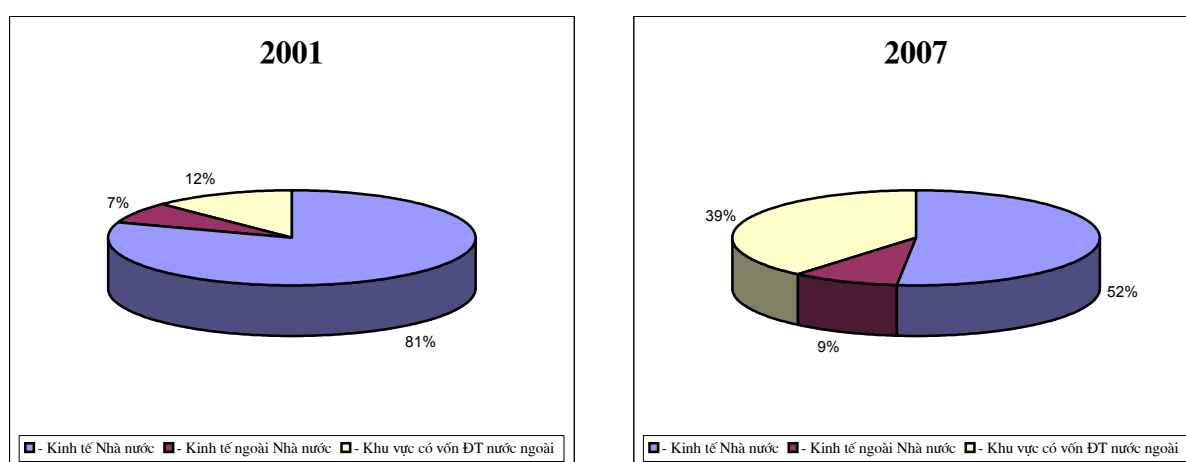
Đơn vị: %

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1. Kim ngạch (tỉ USD)	1.502	1.641	1.819	2.313	2.860	3.676	4.358
Trong đó: XK địa phương (%)	30,08	32,00	36,27	44,7	49,41	52,8	55,8
2. Cơ cấu (%)							
<i>Phân theo thành phần kinh tế</i>							
- Kinh tế Nhà nước	80,19	76,60	71,72	62,2	57,70	51,4	51,7
+ Kinh tế nhà nước địa phương	10,27	8,60	7,99	6,9	7,11	6,9	7,5
- Kinh tế ngoài Nhà nước	7,48	10,34	9,61	11,0	10,39	9,4	9,5
- Khu vực có vốn ĐT nước ngoài	12,37	13,07	18,67	26,8	31,91	36,5	38,87
<i>Phân theo nhóm hàng</i>							
- Hàng nông sản	31,84	30,98	23,85	23,1	21,21	15,9	15,8
- Hàng dệt may	24,13	21,42	25,10	22,5	20,32	17,1	16,4
- Giày dép và sản phẩm từ da	4,38	4,21	4,15	4,4	3,85	2,9	2,7
- Hàng điện tử	6,51	3,75	6,05	7,8	7,75	6,4	4,6
- Hàng thủ công mỹ nghệ	6,42	3,91	4,16	3,9	3,52	2,8	2,5
- Xăng dầu (tạm nhập, tái xuất)	11,38	9,43	6,94	7,8	9,51	10,3	10,6
- Hàng khác	15,34	26,31	29,76	30,5	33,85	41,9	47,3

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

Khu vực kinh tế Nhà nước đã giảm tỷ trọng từ 80,2% tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2001 xuống còn 51,4% năm 2006 và 51,7% trong năm 2007. Trong khi đó, xuất khẩu từ khu vực có vốn đầu tư nước ngoài tăng với nhịp độ cao (38,0%/năm) nên chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong cơ cấu xuất khẩu, từ 12,3% năm 2001 lên 31,9%, trên 37% năm 2007. Xuất khẩu của khu vực kinh tế ngoài nhà nước tăng với nhịp độ 24%/năm cùng với sự gia tăng

nhanh về số lượng các doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất khẩu. Tuy nhiên, qui mô của các doanh nghiệp này chủ yếu là vừa và nhỏ nên khối lượng sản phẩm và giá trị xuất khẩu của từng doanh nghiệp còn thấp. Do vậy, tuy xuất khẩu của khu vực kinh tế ngoài Nhà nước có đạt được sự cải thiện về tỷ trọng (từ 7,4% năm 2001 lên xấp xỉ 10% năm 2006), nhưng sự tăng trưởng thiếu tính ổn định, liên tục và còn nhỏ bé so với các khu vực khác.



Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

Sơ đồ 2.2: Chuyển dịch cơ cấu xuất khẩu theo thành phần kinh tế trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn 2002 - 2007

Cơ cấu hàng xuất khẩu đã thay đổi theo hướng tiến bộ và được đa dạng hoá hơn. Vào những năm đầu thập kỷ, 6 nhóm mặt hàng xuất khẩu chính chiếm tới trên 80% tổng kim ngạch xuất khẩu đến nay đã giảm xuống chỉ còn khoảng 70% tổng kim ngạch xuất khẩu. Nhóm nông sản xuất khẩu đã giảm tỷ trọng từ 31,8% tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2001 xuống còn 16,6% năm 2006 và 2007. Hàng dệt may và giày dép cũng có sự giảm tỷ trọng đáng kể, hàng dệt may giảm từ 24,1% năm 2001 xuống 16,7% năm 2006 và 2007, nhóm hàng giày, dép và sản phẩm từ da giảm từ 4,4% xuống dưới 3%. Nhóm hàng được xếp vào hàng công nghệ cao là điện tử, tin học có mức cải thiện tỷ

trọng khá: từ 6,5% năm 2001 lên 7,6% năm 2007. Điều này chứng tỏ cơ cấu hàng xuất khẩu của Hà Nội đã chuyển dịch theo hướng đa dạng hơn, tăng cường xuất khẩu các mặt hàng mới như hàng điện tử, kim khí, phần mềm...

Trong giai đoạn 2001 - 2007, hoạt động xuất khẩu nhìn chung đã thực hiện được chủ trương đa dạng hoá thị trường, đa phương hoá quan hệ đối ngoại. Nếu như năm 2000, Hà Nội mới có quan hệ thương mại với hơn 60 quốc gia và vùng lãnh thổ thì hiện nay Hà Nội đã xuất khẩu đến 187 khu vực thị trường của các quốc gia và vùng lãnh thổ. Thị trường xuất khẩu luôn được giữ vững và mở rộng, nhất là các thị trường chiếm tỷ trọng lớn như: EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, ASEAN. Nhiều doanh nghiệp Hà Nội đã tích cực tìm kiếm, xâm nhập các thị trường mới như Châu Phi và khôi phục thị trường truyền thống như Nga và SNG. Riêng thị trường Hàn Quốc và Nhật Bản (mặc dù kim ngạch xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản chiếm tỷ trọng khá lớn) đang gặp nhiều khó khăn, kết quả xuất khẩu trong giai đoạn 2001 - 2006 không ổn định, tốc độ tăng trưởng hàng năm lúc tăng lúc giảm.

Bảng 2.6: Thị trường xuất khẩu của Hà Nội

Đơn vị: triệu USD, %

Thị trường	2001		2002		2003		2004		2005		2006		2007	
	KN	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	KN	Tăng	
EU	27,4	256,2	78,0	376,6	147,0	478,8	127,0	537,7	112,3	757	140,7	992	131	
Hoa Kỳ	35,4	137,0	387,0	318,4	232,0	356,0	111,0	400,4	112,5	495	123,7	632	127,6	
Nhật Bản	140,0	131,3	93,8	276,5	210,0	298,4	107,0	371,8	124,6	436	129,3	504	115,5	
ASEAN	282,2	193,7	69,0	236,5	122,0	307,6	130,0	469,0	152,5	633,8	129,3	895	141,2	
Trung Quốc	180,2	91,1	50,0	116,4	128,0	166,0	99,9	334,6	201,6	395	118,0	462	117	
Hàn Quốc	34,5	58,5	169,5	57,9	99,0	69,4	120,0	77,2	111,0	103	133,4	90,5	87,8	

Nga	46,6	41,6	89,0	28,7	69,0	36,0	125,0	37,2	103,0	48,3	129,8	31	64,1
Úc	4,0	3,3	82,5	12,6	381,0	14,0	111,0	14,3	102,0	48,5	339,0	34	70,1
Nam Phi	0,32	0,006	-	0,8	-	2,0	-	8,6	430,0	-	-	-	-

*Nguồn: Báo cáo về tình hình xuất nhập khẩu giai đoạn 2001-2007
của Sở Thương mại Hà Nội*

2.1.3.2. Nhập khẩu hàng hoá của Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007

Trong giai đoạn 2001 - 2005, kim ngạch nhập khẩu tăng với nhịp độ bình quân 23,0%/năm, cao hơn tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu và cao hơn so với nhịp độ tăng kim ngạch nhập khẩu bình quân chung của cả nước (19%/năm) trong cùng thời kỳ. Tuy nhiên, tốc độ tăng nhập khẩu hàng hoá đã chậm lại trong vòng 2 năm nay. Năm 2006, nhập khẩu chỉ tăng 17% so với 2005 và trong năm 2007 nhập khẩu chỉ tăng 18,7% so với 2006, nếu so với tốc độ tăng nhập khẩu chung của cả nước (29,6% trong 10 tháng đầu năm 2007) và so với tốc độ tăng xuất khẩu của Thành phố (25% năm 2006 và 21,4% năm 2007), có thể nói hoạt động nhập khẩu của Hà Nội là nhập siêu về trị giá hàng hoá nhập khẩu.

Bảng 2.7: Kim ngạch và cơ cấu nhập khẩu giai đoạn 2001 - 2007

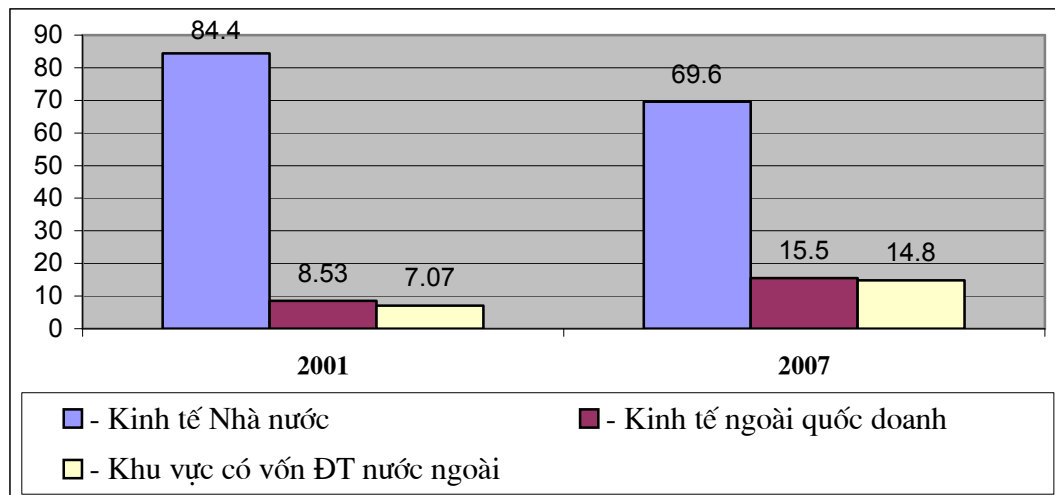
Đơn vị: %

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007*
1. Kim ngạch (triệu USD)	4.046	4.781	7.678	8.960	10.838	12.334	12.000
Tr.đó: Nhập khẩu địa phương(%)	21,50	28,79	33,10	33,30	34,84	34,36	34,17
2. Cơ cấu (%)							
<i>Phân theo thành phần kinh tế</i>							
- Kinh tế Nhà nước	84,40	77,51	70,7	70,3	68,85	69,00	69,6
+ Kinh tế nhà nước địa phương	5,90	6,30	3,80	3,60	3,70	-	-
- Kinh tế ngoài quốc doanh	8,53	13,34	17,0	17,2	16,66	16,00	15,5
- Khu vực có vốn ĐT nước ngoài	7,07	9,15	12,3	12,5	14,50	14,9	14,8
<i>Phân theo nhóm hàng</i>							
- Máy móc, thiết bị	20,57	23,87	35,2	32,5	30,02	27,76	27,8
- Vật tư, nguyên liệu(trừ xăng dầu)	30,57	32,53	25,7	24,8	24,41	23,71	24,0
- Xăng dầu	32,27	27,51	22,6	27,0	28,83	31,44	33,2

- Hàng tiêu dùng	16,59	16,09	16,7	15,7	16,74	17,08	15,0
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007*

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội, năm 2006, 2007.

Phần địa phương nhập khẩu qua các năm tăng lên nhanh chóng với nhịp độ tăng bình quân hàng năm là 35%/năm. Tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu của địa phương tăng từ 21,50%/năm 2001 lên 34,1% trong năm 2007. Nhập khẩu của các thành phần kinh tế ngoài quốc doanh, kinh tế nhà nước địa phương và khu vực có vốn đầu tư nước ngoài tăng nhanh, chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong tổng mức nhập khẩu trên địa bàn, đồng thời tỷ trọng nhập khẩu của khu vực kinh tế Nhà nước giảm tương ứng. Tuy nhiên, khu vực kinh tế Nhà nước vẫn chiếm tỷ trọng lớn, tới 69,6% trong năm 2007.

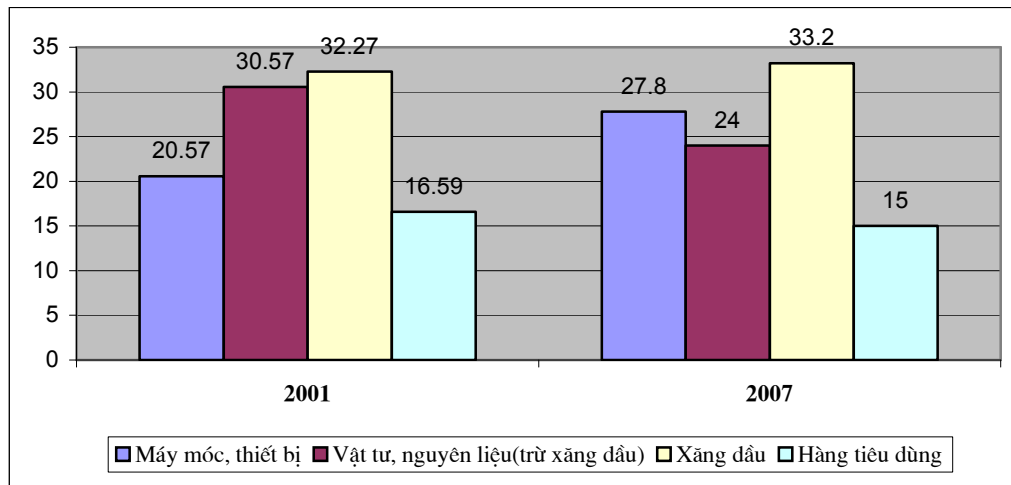


Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội, năm 2006, 2007.

Sơ đồ 2.3: Chuyển dịch cơ cấu nhập khẩu theo thành phần kinh tế trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007

Xu hướng chuyển dịch cơ cấu hàng nhập khẩu trên địa bàn Thành phố trong giai đoạn 2001 - 2007 khá tích cực và ổn định. Hà Nội vẫn chủ yếu nhập khẩu máy móc thiết bị và nguyên, nhiên, vật liệu, sản phẩm trung gian cho quá trình sản xuất, chế biến, xuất khẩu, trong khi nhập khẩu hàng tiêu dùng

chiếm tỷ trọng khoảng 15 - 17% trong cơ cấu nhập khẩu những năm qua.



Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội, năm 2006, 2007.

Sơ đồ 2.4: Chuyển dịch cơ cấu nhập khẩu theo nhóm hàng trên địa bàn Thành phố Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007

Các thị trường nhập khẩu chính là EU, Nhật Bản, ASEAN, Trung Quốc, Hàn Quốc. Trong số các thị trường nhập khẩu truyền thống của Hà Nội, thị trường các nước ASEAN liên tục chiếm tỷ trọng lớn nhất qua các năm, tiếp đến thị trường Trung Quốc, Nhật Bản. Các doanh nghiệp Hà Nội chủ yếu nhập khẩu từ Trung Quốc các loại hàng hoá tiêu dùng, máy móc trang thiết bị các loại. Hai thị trường này luôn được duy trì và giữ vững trong giai đoạn vừa qua. Kim ngạch nhập khẩu từ thị trường EU tăng trưởng ổn định, mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là nguyên liệu, trang thiết bị ngành dệt may phục vụ cho xuất khẩu vào thị trường này. Cũng giống như hoạt động xuất khẩu, hiện nay Hà Nội đã bước đầu mở rộng hoạt động nhập khẩu của mình với thị trường Nam Phi và Australia, kim ngạch nhập khẩu của hai thị trường này hiện nay tuy không lớn nhưng đã có những dấu hiệu khả quan.

Nhìn chung, hoạt động mở rộng thị trường nhập khẩu của các doanh nghiệp Hà Nội trong những năm vừa qua chưa được chú trọng đúng mức, điều này thể hiện ở chỗ tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu từ một số thị trường của Hà Nội luôn thay đổi, không ổn định và có mức độ dao động rất lớn trong

giai đoạn 2001 - 2005. Điều này cũng chứng minh các tổ chức, cơ quan chức năng, ban, ngành quản lý và xúc tiến hoạt động thương mại cũng như các doanh nghiệp Hà Nội chưa có chiến lược cụ thể, dài hạn trong công tác phát triển thị trường xuất, nhập khẩu.

2.1.4. Thu hút các nguồn vốn đầu tư phát triển thương mại

Vốn của các doanh nghiệp kinh doanh thương mại trên địa bàn Hà Nội năm 2007 tăng gấp khoảng 7 lần so với năm 2001, đạt tốc độ tăng bình quân 41,25%/năm trong giai đoạn 2001 - 2007. Đây là diễn biến hợp lý do yêu cầu phát triển văn minh thương nghiệp nên các doanh nghiệp ngày càng chú trọng đầu tư xây dựng cơ sở vật chất và trang bị các thiết hiện đại trong kinh doanh, như các kho bảo quản, chế biến, các loại hình thương mại mới và các thiết bị bán hàng hiện đại... Đặc biệt là đối với các doanh nghiệp thuộc khu vực đầu tư nước ngoài hoặc các doanh nghiệp nhà nước lớn.

Về cơ cấu theo thành phần kinh tế, vốn của khu vực kinh tế nhà nước và kinh tế tư nhân chiếm phần lớn. Hai khu vực này chiếm tới 97 - 98% trong tổng nguồn vốn của các doanh nghiệp kinh doanh thương mại trên địa bàn. Riêng vốn của khu vực kinh tế trung ương chiếm trên 50%. Ngoài ra, có thể nhận thấy rằng, trong các thành phần kinh tế đang diễn ra hai xu hướng chuyển dịch vốn khác nhau trong giai đoạn 2000 - 2007, đó là, khu vực kinh tế nhà nước và kinh tế tập thể đang giảm dần tỷ trọng trong tổng nguồn vốn trên địa bàn Hà Nội, ngược lại, các thành phần kinh tế tư nhân và kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài đang tương ứng tăng dần. Xu hướng chuyển dịch này phù hợp với quá trình chuyển đổi hình thức sở hữu doanh nghiệp, đa dạng hoá nguồn vốn trên địa bàn Thành phố.

Mặt khác, tuy khu vực kinh tế tư nhân chiếm tỷ trọng vốn lớn và có nhịp độ tăng trưởng vốn khá nhanh nhưng qui mô vốn của các doanh nghiệp tư nhân còn rất nhỏ bé. Vốn bình quân của một doanh nghiệp tư nhân tăng chậm hơn so với các thành phần kinh tế khác. Theo số liệu năm 2004, vốn bình

quân của một doanh nghiệp tư nhân chỉ bằng 1/12 vốn bình quân của một doanh nghiệp Nhà nước (địa phương) và bằng 1/14 của một doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài. Như vậy, tỷ trọng vốn của khu vực tư nhân tăng nhanh chủ yếu là do tăng số lượng doanh nghiệp tham gia kinh doanh thương mại trên địa bàn chứ không phải do tăng qui mô vốn của từng doanh nghiệp.

Bảng 2.8: Vốn và cơ cấu vốn của các doanh nghiệp kinh doanh thương mại trên địa bàn Hà Nội năm 2000 - 2006

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
<i>Tổng số (tỉ đồng)</i>	<i>17.512</i>	<i>34.236</i>	<i>45.928</i>	<i>53.951</i>	<i>69.706</i>	<i>98.460</i>	<i>136.376</i>
<i>Cơ cấu (%)</i>							
- Kinh tế Nhà nước	60,5	68,4	63,2	55,6	53,1	51,2	48,53
- Kinh tế tập thể	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
- Kinh tế tư nhân	38,0	30,9	35,0	42,5	44,5	45,8	40,19
- KV có vốn ĐTNN	1,1	0,5	1,6	1,7	2,2	2,8	9,28

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội.

2.1.5. Đánh giá chung về thương mại trên địa bàn Hà Nội thời gian qua

2.1.5.1. Những thành tựu đạt được

Nhìn chung, thương mại Hà Nội thời gian qua đã phát triển khá mạnh mẽ đưa Hà Nội thực sự trở thành trung tâm thương mại lớn của cả nước, đầu mối giao lưu buôn bán trong nước và quốc tế. Thương mại nội địa đáp ứng nhu cầu phong phú và đa dạng của người tiêu dùng và sản xuất trong nước ngày càng tốt hơn, văn minh hơn với quyền lựa chọn đa dạng cả về chủng loại, nhà cung cấp và phương thức cung cấp hàng hoá. Các chủ thể tham gia thương mại nội địa thuộc mọi thành phần kinh tế, gồm doanh nghiệp trong nước, doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài, hợp tác xã, hộ cá thể, góp phần hình thành nên một thị trường cạnh tranh, sôi động. Trên thị trường đã hình thành và phát triển một số nhà phân phối lớn, có tính chuyên nghiệp cao với mạng lưới phân phối trải rộng trên nhiều tỉnh, thành phố. Đến hết năm 2006, đã có nhiều tập đoàn bán lẻ,

phân phối của nước ngoài có mặt ở Hà Nội, trong đó có nhiều tập đoàn lớn như Big C, Metro Cash & Carry... đã kinh doanh thành công và đang cố gắng mở rộng hệ thống phân phối của mình tại Hà Nội. Kết cấu hạ tầng thương mại, gồm các loại: chợ, siêu thị, trung tâm thương mại được củng cố và không ngừng mở rộng. Các hình thức kinh doanh văn minh, hiện đại như trung tâm thương mại, siêu thị, chợ đầu mối, đại lý phát triển mạnh, đang dần tạo từng bước văn minh thương mại của Hà Nội.

Hệ thống thương nghiệp của các thành phần kinh tế, đặc biệt là kinh tế ngoài quốc doanh đã có bước phát triển đáng kể về phạm vi, không gian, quy mô cũng như sự phong phú, đa dạng về loại hình tổ chức hoạt động. Sự tham gia nhanh chóng của thành phần kinh tế ngoài quốc doanh vào các hoạt động thương mại trên địa bàn là sự bổ sung, thay thế kịp thời do yêu cầu đổi mới tổ chức quản lý của thành phần thương mại Nhà nước hiện nay. Các doanh nghiệp thương mại thuộc các thành phần kinh tế vẫn đang trong quá trình vận động để đi đến sự phân công theo các lĩnh vực, công đoạn hoạt động một cách hợp lý hơn, có hiệu quả hơn đối với quá trình phát triển kinh tế. Có sự phân biệt rõ nét về chức năng kinh doanh trong các doanh nghiệp và các hộ cá thể trên địa bàn Hà Nội. Các doanh nghiệp phát triển theo hướng tăng cường các hoạt động bán buôn và đại lý, các hộ cá thể phát triển các hoạt động bán lẻ và dịch vụ sửa chữa.

Những đóng góp của ngành thương mại Hà Nội vào tăng trưởng GDP hàng năm của Thành phố đã thể hiện rõ vai trò quan trọng của ngành thương mại đối với phát triển kinh tế Hà Nội, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống người dân thủ đô và góp phần làm cho quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế của Thành phố theo đúng hướng. Mức tăng trưởng liên tục và khá cao về

lưu chuyển hàng hoá và dịch vụ trên địa Hà Nội những năm qua cho thấy các hoạt động thương mại trên địa bàn đã có bước phát triển tốt, đảm bảo lưu thông hàng hoá kịp thời cho nhu cầu sản xuất và tiêu dùng, hướng dẫn sản xuất và tiêu dùng, cải thiện môi trường thương mại theo hướng văn minh hiện đại.

2.1.5.2. Những hạn chế

Thứ nhất, quy mô và tốc độ tăng trưởng của thương mại trên địa bàn chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của Thủ đô.

Thứ hai, hoạt động thương mại trên địa bàn vẫn chủ yếu là thương mại truyền thống qua hệ thống chợ, các cửa hiệu độc lập, tiệm tạp hoá của các hộ buôn bán nhỏ, hệ thống thương mại hiện đại như trung tâm thương mại, siêu thị, trung tâm phân phối, trung tâm logistics... chưa nhiều và việc phát triển còn mang tính tự phát và chưa đáp ứng được yêu cầu của thương mại thủ đô văn minh, hiện đại.

Thứ ba, kết cấu hạ tầng thương mại Hà Nội còn nhiều yếu kém: Số lượng trung tâm thương mại, siêu thị có quy mô lớn về diện tích, trang thiết bị hiện đại không nhiều, phần lớn có diện tích nhỏ, chỗ để xe cho khách chật hẹp, thậm chí có siêu thị không có chỗ để xe và nhà vệ sinh cho khách. Hệ thống phân phối của Hà Nội còn vụn vặt, manh mún, hoạt động tiêu thụ sản phẩm hàng hoá và dịch vụ còn kém hiệu quả và người tiêu dùng thực tế chưa có nhiều cơ hội để tiếp cận sử dụng những loại hình cửa hàng hiện đại trong việc lựa chọn và mua sắm hàng hoá...

Thứ tư, thương mại phát triển không đồng đều với nhiều yếu tố tự phát, nhất là thương mại ngoài quốc doanh. Hoạt động thương mại chủ yếu tập trung nội thành, chưa chú ý thị trường ngoại thành và thị trường lân cận.

Thứ năm, đội ngũ thương nhân Hà Nội còn nhiều yếu kém và bất cập, năng lực cạnh tranh thấp. Các doanh nghiệp ngành thương mại Hà Nội vẫn chủ yếu là quy mô nhỏ, vốn ít, cơ sở vật chất kỹ thuật lạc hậu, năng lực quản lý và chuyên môn yếu kém đang trong tình trạng chậm ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh, việc sử dụng máy vi tính ngày càng phổ cập rộng rãi nhưng vẫn mang tính tự phát. Hơn nữa, nhận thức của các doanh nghiệp trong ngành cũng như những công chức nhà nước về thương mại điện tử còn rất hạn chế...

Thứ sáu, tình trạng vi phạm pháp luật về thương mại trên địa bàn như buôn lậu, trốn thuế, gian lận thương mại, kinh doanh hàng giả, hàng kém phẩm chất, hàng không đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm (VSATTP)... còn nhiều.

Trong số rất nhiều nguyên nhân dẫn đến những tồn tại, hạn chế của thương mại Hà Nội trên đây, có nguyên nhân quan trọng từ sự yếu kém và bất cập của QLNN về thương mại trên địa bàn. Vấn đề này sẽ được nghiên cứu và phân tích một cách cụ thể ở các mục sau.

2.2. THỰC HIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI GIAI ĐOẠN 2001 - 2007

2.2.1. Thực trạng xây dựng và ban hành văn bản quy phạm pháp luật về thương mại trên địa bàn Hà Nội

Đối với vấn đề hoạch định chính sách và xây dựng thể chế kinh tế thị trường thì bên cạnh việc tuân thủ các quy luật thị trường, Thành phố Hà Nội đã chủ động đẩy mạnh hội nhập kinh tế quốc tế và thực thi các cam kết quốc tế, đổi mới sâu rộng cả về chất lượng và tầm nhìn trong việc hoạch định chính sách, xây dựng thể chế nhằm đáp ứng được đòi hỏi cho quá trình phát triển hiện tại, nhưng mặt khác đã chủ động, phòng ngừa tránh bị động khi đối phó với những vấn đề nảy sinh trong quá trình hội nhập.

Nhằm đẩy nhanh việc phát triển các ngành dịch vụ trên địa bàn, từ năm 2000 đến nay, Sở Thương mại đã soạn thảo trình UBND Thành phố ban hành một số quy định, chính sách như sau:

* Xây dựng “Điều lệ kinh doanh thương mại dịch vụ trên địa bàn Thành phố Hà Nội”; xây dựng đề án Liên kết, hợp tác trao đổi hàng hoá hai chiều giữa Hà Nội và các tỉnh; đề án trao đổi kinh nghiệm nâng cao quản lý Nhà nước về công tác đảm bảo chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm, quản lý chợ.

* Tham mưu soạn thảo trình Thành phố ban hành các văn bản:

- Về quản lý chợ:

+ Quyết định 142/2004/QĐ-UB ngày 09/9/2004 về “Quy định về quy hoạch phát triển, đầu tư xây dựng và quản lý chợ trên địa bàn Thành phố”.

+ Quyết định 29/2005/QĐ-UB ngày 3/3/2005 về ban hành nội quy mẫu hoạt động chợ trên địa bàn Hà Nội.

+ Quyết định số 84/2005/ QĐ-UB ngày 8/6/2005 về phê duyệt phân loại các chợ trên địa bàn Hà Nội.

+ Quy chế về “Cơ chế đầu tư và quản lý sau đầu tư xây dựng, cải tạo nâng cấp chợ”.

- Về trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng ăn uống bình dân, tuyến phố văn minh:

+ Quyết định 142/2002/QĐ-UB ngày 31/10/2002 về quy chế tạm thời về quản lý siêu thị trung tâm thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội, nay thực hiện theo Quyết định 1371/2004/QĐ-UB của Bộ Thương mại.

+ Quyết định 143/2002/QĐ-UB ngày 31/10/2002 về quy chế hoạt động ăn uống bình dân trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

+ Quyết định số 95/2002/QĐ-UB ngày 20/6/2002 về “Quy chế tạm thời về tuyến phố VMTM-TTHP trên địa bàn Thành phố Hà Nội”.

Trong năm 2006, Sở Thương mại đã tham mưu cho UBND Thành phố ký ban hành:

+ Điều chỉnh chiến lược xuất khẩu của Thành phố Hà Nội giai đoạn 2001 - 2010 tầm nhìn đến 2015.

+ Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm của Thành phố Hà Nội đến 2010.

+ Cơ chế đầu tư và quản lý sau đầu tư xây dựng, cải tạo, nâng cấp chợ.

+ Cơ chế khuyến khích đầu tư phát triển siêu thị và trung tâm thương mại.

+ Quy chế khuyến khích đầu tư địa điểm, cửa hàng kinh doanh rau an toàn, thực phẩm sạch.

+ Cơ chế hỗ trợ phát triển xuất khẩu dịch vụ có lợi thế cạnh tranh trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

Sở đã tổ chức các cuộc hội nghị phổ biến Nghị định, Thông tư hướng dẫn thực hiện Luật đầu tư, Luật Doanh nghiệp về hoạt động nhượng quyền thương mại cho các doanh nghiệp và các phòng kinh tế các Quận, huyện; Tổ chức lấy ý kiến, kiến nghị của doanh nghiệp, gửi các cơ quan (Tổng cục Hải quan, Cục Hải quan Hà Nội, Bộ Tài chính, Cục Thuế Hà Nội, Phòng Thương mại và Công nghiệp...) để phối hợp giải quyết vướng mắc khó khăn trong hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Trong năm 2007, Sở Thương mại tiếp tục xây dựng các văn bản:

- Quy chế quản lý hoạt động tổ chức hội chợ triển lãm thương mại, khuyến mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

- Quy chế quản lý hoạt động bán hàng rong trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

- Quy chế quản lý hoạt động kinh doanh xăng dầu, khí đốt hoá lỏng trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

- Quy chế quản lý hoạt động vận chuyển, kinh doanh thịt gia súc, gia cầm trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

- Quy chế quản lý VPĐD, chi nhánh thương nhân nước ngoài tại Hà Nội

- Quy chế tôn vinh doanh nghiệp có thành tích xuất khẩu trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

- Quy chế quản lý hoạt động bán hàng đa cấp trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

Nhằm bảo đảm việc thực thi pháp luật trong lĩnh vực thương mại được nghiêm minh, Sở Thương mại Hà Nội luôn cung cấp cho mọi cán bộ công chức đầy đủ nhất các thông tin về chính sách, pháp luật của Nhà nước để vận dụng, giải quyết công việc theo chức trách và thẩm quyền. Phát huy hiệu quả các thiết chế thanh tra, kiểm tra, giám sát trong lĩnh vực thương mại nhằm đảm bảo hiệu lực quản lý Nhà nước, giữ gìn kỷ cương và văn minh thương mại; phân định rõ ràng chức năng quản lý Nhà nước về thương mại từ UBND Thành phố, Sở Thương mại đến các Quận, huyện cũng như toàn thể các cán bộ công chức của Ngành Thương mại Hà Nội.

Quản lý Nhà nước về thương mại nội địa có bước đổi mới cả về nhận thức, nội dung lẫn phương pháp và công cụ quản lý. Đã chuyển đổi căn bản từ việc chỉ chú trọng trực tiếp quản lý doanh nghiệp, quản lý các mặt hàng thuộc diện cấm, hạn chế kinh doanh, kinh doanh có điều kiện sang việc xây dựng, hướng dẫn, tổ chức và kiểm tra tình hình thực hiện chính sách, luật pháp; Xây dựng và từng bước hoàn chỉnh cơ chế điều tiết cung - cầu, giá cả thị trường các mặt hàng trọng yếu, từng bước chú trọng nghiên cứu, tham mưu đề xuất các chính sách nhằm thúc đẩy mở rộng thị trường, phát triển hoạt động

thương mại nội địa phù hợp với điều kiện kinh tế trong và ngoài nước ở từng giai đoạn. Sở Thương mại Hà Nội đã tham mưu giúp lãnh đạo Thành phố tổ chức tốt các hoạt động quản lý thương mại, chủ động xây dựng kế hoạch cho các doanh nghiệp thương mại nội địa, các ban quản lý chợ, các siêu thị, hợp tác xã thương mại dịch vụ và tổ chức nguồn hàng đầy đủ về số lượng, phong phú về chất lượng và chủng loại, đảm bảo phục vụ nhân dân tốt nhất, tập trung vào các ngày lễ tết. Tổ chức kiểm tra và thường xuyên phối hợp với các ngành chức năng kiểm tra việc kinh doanh đúng pháp luật. Định kỳ theo dõi diễn biến tình hình giá cả thị trường và dự báo tình hình biến động giá cả thị trường, đề xuất Thành phố Hà Nội ban hành các cơ chế, chính sách, văn bản quy phạm pháp luật để nâng cao năng lực quản lý và phát triển thương mại nội địa.

Sở Thương mại Hà Nội cũng đã nghiên cứu, rà soát và loại bỏ các giấy phép con không cần thiết, giảm thiểu các thủ tục hành chính. Chuẩn hoá các quy trình giải quyết thủ tục hành chính, áp dụng hệ thống quản lý chất lượng quốc tế ISO 9001: 2000 vào giải quyết các thủ tục hành chính nhằm nâng cao chất lượng phục vụ. Tham mưu cho Thành phố ban hành các cơ chế, chính sách phù hợp với tiêu chuẩn và thông lệ quốc tế.

Bảng 2.9: Các văn bản đã ban hành năm 2007

TT	Tên đề án/văn bản	Loại văn bản
1	Quy hoạch hệ thống các cửa hàng xăng dầu trên địa bàn thành phố Hà Nội đến năm 2020 và định hướng 2030	Quy hoạch
2	Điều chỉnh bổ sung Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại thành phố Hà Nội đến năm 2020 và định hướng 2030	Điều chỉnh bổ sung Quy hoạch

3	Điều chỉnh, bổ sung Quy hoạch phát triển mạng lưới chợ gắn với Trung tâm thương mại, Siêu thị đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030	Điều chỉnh bổ sung Quy hoạch
4	Đề án: Phát triển thương mại điện tử, hỗ trợ phát triển các ngành kinh tế Thủ đô”	Đề án
5	Đề án: Phát triển mạng lưới phân phối hiện đại trên địa bàn Hà Nội đến năm 2010, tầm nhìn 2020	Đề án
6	Quy chế quản lý hoạt động bán hàng rong trên địa bàn thành phố Hà Nội	Quy chế
7	Quy chế quản lý VPĐD, chi nhánh thương nhân nước ngoài tại Hà Nội	Quy chế
8	Quy chế tôn vinh doanh nghiệp XK trên địa bàn TP Hà Nội	Quy chế
9	Quy chế quản lý hoạt động tổ chức hội chợ triển lãm TM, khuyến mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội	Quy chế
10	Quy chế quản lý hoạt động kinh doanh xăng dầu, khí đốt hoá lỏng trên địa bàn Thành phố Hà Nội	Quy chế
11	Quy chế quản lý hoạt động vận chuyển, buôn bán thịt gia súc, gia cầm, rau củ quả trên địa bàn TP Hà Nội	Quy chế
12	Quy chế quản lý hoạt động kinh doanh đa cấp trên địa bàn thành phố Hà Nội	Quy chế

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

2.2.2. Xây dựng và thực hiện chiến lược quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại của Thành phố Hà Nội

Sở Thương mại Hà Nội là cơ quan chuyên môn thuộc UBND Thành phố Hà Nội được quy định lại chức năng, nhiệm vụ quyền hạn và cơ cấu tổ chức theo Quyết định số 113/2005/QĐ-UB ngày 28/7/2005 của UBND Thành phố Hà Nội; tham mưu, giúp UBND Thành phố thực hiện chức năng quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn bao gồm các lĩnh vực: lưu thông hàng hoá

trong nước, xuất khẩu, nhập khẩu, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, thương mại điện tử, quản lý thị trường, quản lý cạnh tranh, chống độc quyền, chống bán phá giá, xúc tiến thương mại, hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế; quản lý Nhà nước và cung cấp các dịch vụ công của ngành thương mại trên địa bàn Thành phố; thực hiện một số nhiệm vụ, quyền hạn theo sự uỷ quyền của UBND Thành phố Hà Nội và theo quy định của pháp luật.

Thực hiện chủ trương đổi mới nền kinh tế của Đảng, Nhà nước, trong những năm vừa qua, dưới sự phân công, chỉ đạo của UBND Thành phố Hà Nội, Sở Thương mại ngoài nhiệm vụ chính là cơ quan tham mưu cho Thành phố trong việc xây dựng cơ chế, chính sách, đã xây dựng và đang triển khai thực hiện các quy hoạch được Thành phố phê duyệt: “Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại đến năm 2020” (phê duyệt năm 2000), “Quy hoạch cải tạo và phát triển mạng lưới chợ Hà Nội đến năm 2020” (phê duyệt năm 1998), “Chiến lược xuất khẩu của Thành phố Hà Nội thời kỳ 2001 - 2010” (phê duyệt năm 2001), “Quy hoạch chi tiết xây dựng chợ và trung tâm thương mại tại các khu đô thị mới”. Trong năm 2006 - 2007, Sở Thương mại tiếp tục triển khai các dự án: “Quy hoạch hệ thống cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Hà Nội đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020”; Điều chỉnh, bổ sung “Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Thành phố Hà Nội đến năm 2010, định hướng đến 2020”; điều chỉnh “Chiến lược xuất khẩu của Thành phố Hà Nội thời kỳ 2001 - 2010, tầm nhìn đến năm 2015”; xây dựng “Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm của Thành phố Hà Nội đến năm 2010”, điều chỉnh, bổ sung “Quy hoạch chi tiết xây dựng chợ và trung tâm thương mại tại các khu đô thị mới” xây dựng chương trình "Phát triển một số ngành dịch vụ trình độ, chất lượng cao trên địa bàn Thành phố giai đoạn 2006 - 2010".

Trong năm 2006 - 2007, Sở Thương mại xây dựng 3 quy hoạch:

- “Qui hoạch hệ thống các cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030”.

- Điều chỉnh “Qui hoạch tổng thể phát triển thương mại Thành phố Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030”.

- Điều chỉnh, bổ sung “Quy hoạch phát triển mạng lưới chợ gắn với trung tâm thương mại, siêu thị đến năm 2020 và tầm nhìn 2030”.

2.2.3. Thực trạng tổ chức nghiên cứu thị trường, thu thập, xử lý thông tin

Chất lượng cung cấp thông tin cho thương nhân ngày một cao hơn, liên tục và cập nhật về tình hình giá cả, thị trường, tình hình xuất khẩu, giới thiệu các thiết bị công nghệ mới, các văn bản chủ trương chính sách của Nhà nước có liên quan. Nhìn chung các ấn phẩm thông tin thương mại đã được cải tiến thường xuyên về chất lượng, đeo bám và sát thực về những vấn đề cốt yếu nhất, thiết thân nhất và thời sự nhất về tình hình thị trường trong và ngoài nước, chất lượng, giá cả, công nghệ... nhằm hỗ trợ các thương nhân trong hoạt động sản xuất kinh doanh.

Sở Thương mại Hà Nội đã xây dựng trang Web và thường xuyên cập nhật nhiều thông tin bổ ích, thiết thực để cung cấp thông tin kinh tế có nội dung khá phong phú và đa dạng hỗ trợ cho thương nhân thuộc mọi thành phần tra cứu và khai thác để phục vụ kịp thời trong sản xuất và kinh doanh. Mặt khác thông tin ngược lại từ phí các doanh nghiệp lên các cơ quan QLNN các cấp cũng thường xuyên được cập nhật và đổi mới. Đã giúp các cơ quan QLNN nắm bắt được diễn biến và xu hướng phát triển của thị trường; tình hình, khả năng thực hiện các mục tiêu kinh tế... Các doanh nghiệp đã cung cấp nhiều thông tin quan trọng để các cơ quan nhà nước có cơ sở ra các quyết định và, biện pháp, hoặc điều chỉnh kịp thời các chính sách kinh tế.

Song những hạn chế chủ yếu của công tác thông tin thương mại là: vẫn chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu ngày càng cao về thông tin của thương nhân cả về tính cập nhật, độ chi tiết và mức độ phân tích cũng như tổng hợp, đặc biệt đối với thương nhân mà quy mô doanh nghiệp vào loại lớn. Các bản tin chuyên đề mang tính tổng hợp, thông tin chi tiết về mùa vụ thu hoạch, sản lượng, cơ cấu sản phẩm còn thiếu... Công tác thông tin thương mại ở nước ta cũng như trên địa bàn Thủ đô hiện chưa tương xứng với yêu cầu của QLNN đối với hoạt động của thương nhân. Nội dung thông tin còn tản mạn, thiếu tính hệ thống, độ tin cậy chưa cao, còn phụ thuộc nhiều vào ý chí chủ quan của cơ quan khi có nhiệm vụ tập hợp các thông tin từ các doanh nghiệp.

Nguyên nhân cơ bản là sự phân công, phối hợp giữa các cơ quan trong công tác thông tin còn nhiều bất cập, đặc biệt là sự phối hợp giữa các ngành Thương mại - Hải quan - Thống kê - Kế hoạch và đầu tư, giữa trung ương và địa phương mới dừng lại ở việc thông báo các thông tin thương mại. Riêng về thông tin xuất nhập khẩu còn nhiều bất cập do những thông tin của cơ quan Hải quan, cơ quan thuế chuyển cho cơ quan thương QLNN các cấp vừa chậm, vừa ít.

2.2.4. Thực trạng tổ chức đăng ký kinh doanh thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội

Nhằm đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, Sở Thương mại đã thành lập bộ phận tiếp nhận hồ sơ của các thương nhân. Hiện nay bộ phận này đang hoạt động khá hiệu quả.

Qua 3 năm thực hiện thủ tục hành chính tại bộ phận “một cửa”, các cán bộ thụ lý hồ sơ tại bộ phận này đã thể hiện được tính “chuyên nghiệp” trong khi thi hành nhiệm vụ. Trong một vài năm trở lại đây, nhiều văn bản pháp quy dưới Luật Thương mại (các Nghị định, Thông tư) ra đời, cùng các quy định, quy chế do Sở Thương mại tham mưu Ủy ban nhân dân Thành phố ban hành

tạo điều kiện cho việc tác nghiệp của bộ phận một cửa.

**Bảng 2.10: Kết quả giải quyết các thủ tục hành chính
giai đoạn 2005 - 2007**

TT	Tên thủ tục	2005	2006	2007	Tổng
1	Cấp giấy phép thành lập Văn phòng đại diện của thương nhân nước ngoài tại Hà Nội.	297	221	268	786
2	Chấp thuận của Sở Thương mại Hà Nội về đăng ký hội chợ, triển lãm của doanh nghiệp.	44	9	27	80
3	Chấp thuận của Sở Thương mại Hà Nội về các chương trình khuyến mại có hình thức vé số dự thưởng của doanh nghiệp.	52	64	71	187
4	Cấp giấy phép kinh doanh Rượu.	169	210	311	690
5	Cấp giấy phép kinh doanh Thuốc lá.		119	229	348
6	Cấp giấy chứng nhận (GCN) đủ điều kiện kinh doanh khí đốt hoá lỏng (Gas).	208	34	48	290
7	Cấp GCN đủ điều kiện kinh doanh xăng dầu.	88	83	128	299
8	Cấp GCN đủ điều kiện kinh doanh Rau an toàn.	5	52	86	143
9	Cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh gia cầm mổ sẵn và sản phẩm gia cầm sạch.	-	147	71	218
10	Cấp giấy đăng ký tổ chức bán hàng đa cấp.	-	18	17	35
11	Cấp đăng ký dấu nghiệp vụ giám định thương mại	-	4	6	10
12	Cấp đăng ký nhượng quyền thương mại.	-	-	2	2
13	Cấp lại, sửa đổi nội dung giấy phép VP ĐD.	-	267	832	1 099
13.1	<i>Cấp lại giấy phép thành lập VPĐD trên địa bàn Hà Nội.</i>	-	267	832	1 099
13.2	<i>Cấp lại giấy phép thay đổi địa điểm đặt trụ sở VPĐD từ tỉnh khác đến Hà Nội.</i>	-	-	-	-
13.3	<i>Cấp lại giấy phép thành lập VPĐD (thay đổi tên gọi/Nơi đăng ký thành lập/Lĩnh vực hoạt động/Thời hạn hoạt động của thương nhân nước ngoài).</i>	-	-	-	-

13.4	<i>Cấp lại giấy phép thành lập VPĐD trường hợp giấy phép bị mất, bị rách, bị tiêu hủy.</i>	-	-	-	-
14	Điều chỉnh giấy phép thành lập văn phòng đại diện	-	-	220	220
14.1	<i>Điều chỉnh giấy phép thành lập VPĐD (Hồ sơ thay đổi người đứng đầu của VPĐD).</i>	-	-	-	-
14.2	<i>Điều chỉnh giấy phép thành lập VPĐD (thay đổi địa điểm đặt trụ sở VPĐD).</i>	-	-	-	-
14.3	<i>Điều chỉnh giấy phép thành lập VPĐD (thay đổi địa điểm đặt trụ sở của thương nhân nước ngoài trong phạm vi nước nơi thương nhân thành lập).</i>	-	-	-	-
15	Gia hạn giấy phép thành lập VPĐD trên địa bàn Hà Nội.	1	1	7	9
16	Chấm dứt hoạt động của Văn phòng đại diện, trong đó:	-	-	-	-
16.1	<i>Bước 1: Thông báo dự kiến chấm dứt hoạt động của VPĐD</i>	-	-	114	114
16.2	<i>Bước 2: Thông báo chấm dứt hoạt động của VPĐD.</i>	-	-	125	125
17	Thông báo hoạt động của Văn phòng đại diện	-	-	236	236
18	Thông báo hoạt động, thay đổi địa điểm, nhân sự VPĐD: (Thực hiện Quyết định số 1139/QĐ-UB ngày 30/3/2007 của UBND Thành phố)	-	-	110	110
18.1	<i>- Thông báo hoạt động của Văn phòng đại diện</i>	-	-	-	-
18.2	<i>- Thông báo thay đổi địa điểm đặt trụ sở VPĐD.</i>	-	-	-	-
18.3	<i>- Thông báo thay đổi người đứng đầu VPĐD</i>	-	-	-	-
18.4	<i>- Thông báo thay đổi nhân sự VPĐD.</i>	-	-	-	-
		864	1.496	3.740	6 100

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

Đẩy mạnh phân công, phân cấp quản lý theo đúng chủ trương thực hiện cải cách hành chính của Thành phố Hà Nội, tạo điều kiện thông thoáng cho các đối tượng kinh doanh, Sở Thương mại đã tham mưu UBND Thành phố

phân cấp cho UBND các Quận, huyện cấp giấy phép kinh doanh rượu, thuốc lá cho hộ kinh doanh cá thể tại Quyết định số 168/2004/QĐ-UB ngày 16/11/2004, Sở Thương mại đã có công văn số 2951/HD-STM ngày 10/12/2004 hướng dẫn thực hiện ngày 1/1/2005. Ngày 6/9/2005, UBND Thành phố Hà Nội có quyết định số 136/2005/QĐ-UB phân cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh gas cho hộ kinh doanh cá thể và Sở đã có hướng dẫn đến các Quận, huyện để thực hiện. Đặc biệt, Sở Thương mại đã tích cực và chủ động đẩy mạnh công tác cải cách hành chính, áp dụng cơ chế một cửa trong việc giải quyết các thủ tục hành chính, đẩy mạnh công tác kiểm tra, giám sát thị trường; từng bước xây dựng thương mại Hà Nội phát triển bền vững và lành mạnh.

2.2.5. Thực hiện quản lý Nhà nước đối với các loại hình kinh doanh trên địa bàn Thành phố Hà Nội

2.2.5.1 Thực trạng QLNN đối với doanh nghiệp

a. Hệ thống doanh nghiệp

Theo số liệu niên giám thống kê Hà Nội, năm 2007, trên địa bàn Hà Nội có 11.000 doanh nghiệp kinh doanh thương mại, khách sạn, nhà hàng và dịch vụ, tăng với nhịp độ trung bình trên 25,5%/năm trong giai đoạn 2000 - 2007. Trong tổng số 11.000 doanh nghiệp, có 157 doanh nghiệp nhà nước, 10.791 doanh nghiệp ngoài nhà nước và 52 doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài.

Số lượng doanh nghiệp Nhà nước đang giảm dần, năm 2007 đã giảm 72 doanh nghiệp so với năm 2001, trong khi đó, doanh nghiệp thuộc các thành phần khác có sự phát triển đáng kể, đặc biệt, khu vực kinh tế ngoài nhà nước có số lượng lớn và nhịp độ tăng nhanh. Trong các năm từ 2001 đến 2007, số doanh nghiệp ngoài Nhà nước đã thêm 7.590 doanh nghiệp với nhịp độ tăng trung bình hàng năm là 27,5%/năm, chiếm 97% trong tổng số doanh nghiệp

thương mại Hà Nội năm 2007. Một trong những nguyên nhân chính là do xu thế đẩy mạnh xã hội hoá, chuyển đổi hình thức sở hữu các doanh nghiệp Nhà nước trên địa bàn cả nước và thủ đô Hà Nội. Nhìn chung, các doanh nghiệp Nhà nước vẫn có ưu thế hơn về qui mô (vốn, lao động, doanh thu).

Về cơ cấu về ngành nghề: doanh nghiệp kinh doanh thương nghiệp chiếm tỷ trọng lớn và đang có xu hướng tăng, chủ yếu là do sự tăng nhanh của các doanh nghiệp kinh doanh bán buôn và đại lý. Tỷ trọng các doanh nghiệp kinh doanh bán buôn và đại lý trong tổng số doanh nghiệp thương mại tăng từ 44,4% năm 2000 lên khoảng 74,1% năm 2007.

Bảng 2.11: Doanh nghiệp ngành thương nghiệp, khách sạn, nhà hàng, dịch vụ 2001 - 2007

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Tổng số (D/nghiệp)	3462	5792	6999	7597	9220	10025	11000
- Thương nghiệp	3029	5175	6325	6821	8297	9042	9921
- Khách sạn, nhà hàng	320	463	488	537	628	667	732
- Du lịch	113	154	186	239	295	316	347
<i>Theo thành phần KT</i>							
- DN Nhà nước	229	231	223	198	162	162	157
- DN ngoài N.nước	3201	5529	6740	7356	9010	9815	10791
- DN FDI	32	32	36	43	48	48	52

Nguồn: Niên giám thống kê Hà Nội 2005, 2006, 2007

b. Cơ sở kinh doanh thương nghiệp, dịch vụ cá thể

Các cơ sở kinh doanh thương nghiệp, dịch vụ cá thể trên địa bàn Hà Nội có số lượng khá đông đảo, năm 2007 có 99.939 hộ tăng thêm 5.582 hộ so với số lượng 94.357 hộ năm 2006, trong đó, hộ kinh doanh thương nghiệp, sửa

chữa xe có động cơ, đồ dùng cá nhân và gia đình chiếm 65,1%.

Trong các hộ kinh doanh thương nghiệp, hộ bán lẻ chiếm phần lớn với tỷ trọng 75 - 83% trong tổng số lượng hộ kinh doanh thương nghiệp thời kỳ nghiên cứu và chủ yếu là các hộ bán lẻ không chuyên doanh.

Tính theo địa bàn quận huyện, các quận có số hộ kinh doanh cá thể nhiều nhất là Hoàn Kiếm, Hai Bà Trưng và Đống Đa. Tuy nhiên, trong thời gian qua, số hộ kinh doanh trên địa bàn các quận này tăng lên không nhiều, thậm chí ở quận Hoàn Kiếm, số hộ kinh doanh hiện nay còn giảm so với năm 2000. Phần tăng lên chủ yếu là ở các huyện ngoại thành và các quận mới thành lập.

Bảng 2.12: Cơ sở kinh doanh thương nghiệp và dịch vụ cá thể 2001 - 2007
(phân theo ngành nghề)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Tổng số (cơ sở)	63.162	74.211	76.836	79.438	88.422	94.357	99.939
<i>Cơ cấu (%)</i>							
- Thương nghiệp	67,64	68,07	67,60	67,88	65,49	66,5	66
- K/sạn, nhà hàng	21,67	22,32	18,88	18,02	18,76	18,86	19
- Dịch vụ	10,60	9,61	13,52	14,10	15,75	14,64	15

Nguồn: Cục Thống kê Hà Nội

Quản lý Nhà nước đối với hoạt động của thương nhân trên địa bàn

Những nội dung đổi mới và có tác động nhất đối với hoạt động của thương nhân, đó là công tác ban hành pháp luật về kinh tế, các chính sách thương mại và các công cụ quản lý... đã thường xuyên đổi mới để phù hợp với những biến đổi nhanh trong thực tiễn sản xuất - kinh doanh và quá trình mở cửa hội nhập. Nổi bật nhất là Luật Doanh nghiệp năm 2005 đã tạo ra một bước đột phá trong đổi mới tư duy QLNN về kinh tế - thương mại và cải cách hành chính, bảo đảm quyền tự do kinh tế theo pháp luật của mọi công dân, khơi dậy và phát huy nội lực, thúc đẩy tinh thần hăng say lập nghiệp, làm giàu

của nhân dân, góp phần quan trọng vào giải phóng lực lượng sản xuất, tăng trưởng kinh tế, xoá đói, giảm nghèo được cộng đồng quốc tế đánh giá là một điểm sáng trong cải cách thể chế.

Công tác QLNN đối với hoạt động của thương nhân trong lĩnh vực thương mại, không chỉ chú trọng đổi mới về hệ thống pháp luật kinh tế, các chính sách thương mại, các công cụ quản lý... Bên cạnh đó, các cơ quan QLNN đối với hoạt động của thương nhân trong lĩnh vực thương mại còn đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính để giảm thiểu các thủ tục phiền hà đối với doanh nghiệp. Đồng thời còn đổi mới các hỗ trợ rất quan trọng để tạo điều kiện cho thương nhân kinh doanh ngày một thuận lợi như: cung cấp thông tin, xúc tiến thương mại, chương trình xây dựng thương hiệu quốc gia và của Thành phố để tăng vị thế hàng hoá Việt Nam trên thị trường quốc tế, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp. Các nội dung về quản lý chất lượng hàng hoá, đảm bảo quyền lợi người tiêu dùng, công tác chống buôn lậu, gian lận thương mại, quản lý thị trường, bảo vệ môi trường, đào tạo nguồn nhân lực, phát triển bền vững... đã được nhiều cấp, ngành từ trung ương đến địa phương quan tâm chỉ đạo rất quyết liệt cùng với sự chuyển biến tích cực và không ngừng đổi mới từ phía cộng đồng thương nhân.

2.2.5.2. Thực trạng QLNN đối với hệ thống chợ

Đến năm 2005, trên địa bàn Thành phố Hà Nội có 132 chợ, trong đó số chợ đã được phân loại là 125 chợ, gồm: 9 chợ loại I, 29 chợ loại II và 87 chợ loại III. Các quận nội thành có 64 chợ và các huyện ngoại thành có 61 chợ. Bình quân 1 quận nội thành có 7,11 chợ và 1 huyện ngoại thành có 12,2 chợ.

Năm 2007, Thành phố triển khai đúng tiến độ 27 dự án đầu tư xây dựng chợ - trung tâm thương mại, bao gồm 5 dự án chuyển tiếp từ 2007 sang, 9 dự án khởi công 2008 và 13 dự án đấu thầu đủ điều kiện để khởi công năm 2008,

như: Chợ Hàng Da, Cửa Nam (Hoàn Kiếm), Xuân La (Tây Hồ), Nghĩa Tân (Cầu Giấy)... Nhìn chung, số lượng chợ hiện nay chưa đáp ứng được nhu cầu mua sắm hàng hoá của dân cư, nhất là các hàng hoá thuộc nhu cầu tiêu dùng hàng ngày.

Trong thời gian qua, quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Hà Nội đã có rất nhiều đổi mới đối với công tác tổ chức hệ thống các cơ sở kinh doanh thương mại cho phù hợp với điều kiện mới. Trước năm 1986, ngành thương mại Hà Nội có 12 công ty, xí nghiệp, cửa hàng cấp II trực thuộc Sở Thương nghiệp và 35 công ty thương nghiệp cấp III trực thuộc các quận, huyện trên toàn địa bàn Thành phố với tổng số 22.804 cán bộ, công nhân viên. Hợp tác xã mua bán có 83 hợp tác xã mua bán cấp phường và 290 hợp tác xã mua bán cấp xã. Đến năm 1987, Thành phố Hà Nội đã chỉ đạo tổ chức lại mạng lưới kinh doanh của ngành để từng bước chuyển sang kinh doanh xã hội chủ nghĩa. Sau khi sắp xếp lại các công ty, Sở Thương nghiệp chỉ còn trực tiếp quản lý 9 công ty ở nội thành và 2 đơn vị hành chính, giải thể 2 công ty và sắp xếp lại các công ty trực thuộc Quận, huyện. Đến năm 1988, Thành phố tiếp tục đổi mới, sắp xếp lại hệ thống các doanh nghiệp thương mại, dịch vụ trên địa bàn. Thành phố Hà Nội tiếp tục cho giải thể Sở quản lý ăn uống để thành lập Liên hiệp công ty ăn uống dịch vụ Hà Nội và tổ chức lại 22 đơn vị trực thuộc Liên hiệp công ty và giao Sở Thương nghiệp quản lý.

- *Về phân cấp quản lý chợ*: Đã có sự phân cấp tương đối rõ ràng đối với vấn đề quản lý chợ trên địa bàn Hà Nội. Đối với 126 chợ đã được phân loại, đều có Ban quản lý chợ trực thuộc UBND quận, huyện hoặc UBND xã, phường, hoặc là tổ quản lý chợ thuộc doanh nghiệp, HTX kinh doanh chợ:

- Chợ do các Quận, huyện quản lý 49 chợ, trong đó Quận Đống Đa 5 chợ, Tây Hồ 7 chợ, Hoàng Mai 3 chợ, Ba Đình 7 chợ, Hai Bà Trưng 3 chợ, Thanh Xuân 5 chợ, Hoàn Kiếm 4 chợ, Cầu Giấy 6 chợ, Huyện Từ Liêm 3

chợ, Đông Anh 3 chợ, Sóc Sơn 3 chợ.

- Chợ do xã, phường quản lý: 64 chợ, trong đó Quận Đống Đa 3 chợ, Hoàng Mai 3 chợ, Hai Bà Trưng 3 chợ, Cầu Giấy 1 chợ, Long Biên 6 chợ, Huyện Gia Lâm 11 chợ, Từ Liêm 9 chợ, Đông Anh 14 chợ, Thanh Trì 4 chợ, Sóc Sơn 10 chợ.

- Chợ do doanh nghiệp, Hợp tác xã quản lý: 10 chợ, trong đó Quận Đống Đa 1 chợ, Hoàn Kiếm 1 chợ, Cầu Giấy 2 chợ, Long Biên 3 chợ, Huyện Gia Lâm 1 chợ, Từ Liêm 1 chợ, Thanh Trì 1 chợ.

- *Về công tác chuyển đổi mô hình quản lý chợ*: Năm 2007, công tác đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng và công tác chuyển đổi mô hình tổ chức quản lý chợ đã có nhiều chuyển biến so với năm 2006, Sở Thương mại đã phối hợp với các Sở, ngành của Thành phố, UBND các Quận, huyện triển khai các dự án đầu tư xây dựng chợ - trung tâm thương mại như: Chợ - TTTM 19/12, Hàng Da, Cửa Nam,... 100% UBND các quận, huyện đã thành lập Ban chỉ đạo và xây dựng kế hoạch chuyển đổi mô hình tổ chức quản lý chợ. Sở Thương mại đã trình thành phố phê duyệt 5 đề án chuyển đổi mô hình tổ chức quản lý chợ của Quận Cầu Giấy, Hai Bà Trưng, Huyện Đông Anh, Từ Liêm, Gia Lâm và 22 chợ đã thực hiện chuyển đổi mô hình từ Ban quản lý chợ sang doanh nghiệp, Hợp tác xã kinh doanh quản lý chợ. Đi đôi với chuyển đổi mô hình chợ, UBND các quận, huyện đã giải toả được 32/52 tụ điểm chợ cóc, chợ tạm, lập lại an ninh trật tự, mỹ quan đô thị, cải thiện môi trường xã hội, điển hình như tụ điểm chợ rau đêm gầm cầu Long Biên (Quận Ba Đình), tụ điểm chợ tạm Đông Tác (Đống Đa)...

2.2.5.3. Thực trạng QLNN hệ thống lò giết mổ gia súc, gia cầm trên địa bàn Thành phố Hà Nội

Mạng lưới các cơ sở giết mổ lợn:

Từ năm 1999, trên địa bàn Thành phố Hà Nội bắt đầu xây dựng các cơ sở giết mổ gia súc tập trung nhằm đảm bảo vệ sinh môi trường và an toàn vệ

sinh thực phẩm. Hiện nay trên địa bàn Thành phố có 5 cơ sở giết mổ tập trung với công suất giết mổ 2.230 con/ngày - 178 tấn/ngày=5.340 tấn/tháng (tính theo lượng thịt lợn mót hàm), cung cấp khoảng 85-90% lượng thịt cho thị trường Hà Nội, trong đó có 4 cơ sở giết mổ thủ công là Khương Đình (BQL chợ Thanh Xuân - Quận Thanh Xuân): 230 con/ngày=18 tấn/ngày; Thịnh Liệt (HTX Đồng Thịnh - Quận Hoàng Mai):1500 con/ngày=120 tấn/ngày; Tứ Liên (HTX Liên Châu - Quận Tây Hồ):150 con/ngày=12 tấn/ngày; Trung Văn (HTX Thống Nhất - Huyện Từ Liêm): 350 con/ngày=28 tấn/ngày và 01 cơ sở giết mổ với dây chuyền công nghiệp, thành phố đầu tư kinh phí xây dựng hơn 5 tỷ đồng do Công ty Thực phẩm Hà Nội - Tổng Công ty Thương mại Hà Nội quản lý, công suất 50 con/giờ (hiện tại đang dừng hoạt động để chuyển sang Khu Công nghiệp Thực phẩm Hapro - Lê Chi - Hà Nội). Số lượng thịt lợn còn lại do các tỉnh đưa lên cận đưa vào Hà Nội và các hộ tư nhân giết mổ tại nhà hoặc giết mổ kết hợp với kinh doanh bán lẻ thịt lợn tại các chợ, các điểm trong Thành phố và làng xã vùng nông thôn .

Mạng lưới giết mổ trâu bò: Giết mổ trâu bò do các chủ hộ tư nhân thực hiện, công suất khoảng 30-50 con/ngày đem tương đương khoảng 6-10 tấn/ngày (trâu, bò thịt), chiếm khoảng 10-20% thịt cung cấp cho thị trường Hà Nội, địa bàn giết mổ tập trung ở Xã Hải Bối (Huyện Đông Anh), Phường Mai Động (Quận Hoàng Mai) và một số hộ giết mổ lẻ tẻ ở Huyện Sóc Sơn (xã Thanh Xuân, Trung Giã); Số trâu bò còn lại do các tỉnh mang vào Hà Nội.

Mạng lưới cơ sở giết mổ gia cầm: Trước năm 2004 toàn Thành phố có các khu vực giết mổ gia cầm tập trung với tổng công suất khoảng 25.000-30.000 con/ngày (thịt gia cầm mổ sẵn) tại các chợ Long Biên (Quận Ba Đình), Chợ Hôm - Đức Viên, Chợ Mơ (Quận Hai Bà Trưng), Công ty Cổ phần PhúcThịnh (Huyện Đông Anh), Trung tâm Giống gia cầm Thụy Phương (Huyện Từ Liêm). Từ cuối năm 2004, do dịch cúm gia cầm (H5N1) bùng

phát trên diện rộng cả nước, Thành phố quy định không được vận chuyển, buôn bán giết mổ gia cầm sống trong khu vực nội thành. Vì vậy cơ sở giết mổ gia cầm hiện nay của Thành phố vừa thiếu, vừa không đảm bảo quy định, cụ thể chỉ có 3 cơ sở chính là chợ đầu mối Hải Bối (Huyện Đông Anh), Công ty Cổ phần Phúc Thịnh (Huyện Đông Anh), Trung tâm Giống gia cầm Thụy Phương (Huyện Từ Liêm).

Hoạt động vận chuyển, kinh doanh thịt gia súc, gia cầm: Hiện nay việc vận chuyển gia súc, gia cầm sống trước khi giết mổ đến các điểm giết mổ, các chợ và từ ngoại thành vào Hà Nội hầu hết bằng xe máy, xe đạp với các phương tiện dụng cụ chuyên chở thô sơ. Vận chuyển thịt gia súc gia cầm sau giết mổ không có xe chuyên dùng, sản phẩm không được bao gói che đậy gây nhiễm khuẩn thịt và ảnh hưởng xấu đến môi trường, mỹ quan Thành phố, vi phạm quy định thú y và vệ sinh an toàn thực phẩm. Việc kinh doanh buôn bán thịt gia súc, gia cầm tại các chợ lớn, các siêu thị, trung tâm thương mại đảm bảo các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, sản phẩm được kiểm tra chất lượng và nguồn gốc rõ ràng trước khi bày bán. Trong khi tại các tụ điểm, các cửa hàng kinh doanh thực phẩm đường phố hầu hết không rõ nguồn gốc, không được kiểm tra chất lượng vệ sinh an toàn thực phẩm, các dụng cụ không đảm bảo vệ sinh.

Cơ sở vật chất, kỹ thuật, công nghệ, kiểm soát thú y: Hiện tại Hà Nội chưa có cơ sở giết mổ gia súc, gia cầm nào được đầu tư hiện đại và quy mô lớn. Vì vậy với mục tiêu phát triển của Hà Nội đã được Đại hội Đảng bộ Thành phố 14 xác định thì việc tổ chức lại chăn nuôi, hiện đại hoá hệ thống giết mổ bằng việc đầu tư các cơ sở giết mổ hiện đại, chế biến thực phẩm nói chung và gia súc gia cầm nói riêng, phát triển mạng lưới kinh doanh mặt hàng thịt gia súc, gia cầm đảm bảo yêu cầu mục tiêu an toàn thực phẩm và nâng

cao chất lượng sản phẩm nông nghiệp trong tiến trình hội nhập là một tất yếu và cấp thiết của Thủ đô trong những năm tới.

Nhìn chung, hệ thống lò giết mổ gia súc, gia cầm trên địa bàn Thành phố chưa gắn với các vùng chăn nuôi tập trung và chưa đáp ứng được nhu cầu giết mổ gia súc, gia cầm của người kinh doanh. Từ năm 2002, để triển khai việc đầu tư xây dựng các cơ sở giết mổ gia súc, gia cầm tập trung, Ủy ban nhân dân Thành phố Hà Nội đã Thành lập Ban chỉ đạo Thành phố về tổ chức sản xuất, phát triển công nghiệp chế biến rau quả, giết mổ và chế biến gia súc, gia cầm theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá trên địa bàn Thành phố Hà Nội do đồng chí Phó Chủ tịch UBND Thành phố làm Trưởng ban, đồng chí Giám đốc Sở Nông nghiệp và PTNT làm phó ban thường trực và các đồng chí lãnh đạo các Sở, ban, ngành, lãnh đạo UBND các quận, huyện có liên quan; Nhiệm vụ của Ban chỉ đạo nghiên cứu, xây dựng và ban hành một số chính sách hỗ trợ chăn nuôi, giết mổ, chế biến gia súc, gia cầm an toàn; chỉ đạo đầu tư theo hướng hiện đại xây dựng từ 2 đến 3 cơ sở lớn chuyên giết mổ và chế biến thịt gia súc, gia cầm, các sản phẩm từ sữa... hợp với thói quen tiêu dùng, khẩu vị người Việt Nam và các nước; tiêu thụ mạnh thị trường trong nước và xuất khẩu.

Ngày 12/01/2007, UBND Thành phố tiếp tục có Kế hoạch số 02/KH-UBND về kế hoạch xây dựng một số cơ sở giết mổ, chế biến gia súc trên địa bàn Thành phố Hà Nội nhằm mục đích đầu tư xây dựng các cơ sở giết mổ, chế biến gia súc, gia cầm tập trung công nghiệp, công nghệ hiện đại, đảm bảo các yêu cầu về vệ sinh môi trường, tập trung vào 4 hướng của Thành phố: Phía Bắc (trên địa bàn Huyện Đông Anh) - Công ty Cổ phần Phúc Thịnh thực hiện dự án đầu tư xây dựng cơ sở giết mổ gia cầm tập trung, Công ty Cổ phần Đông Thành thực hiện dự án đầu tư xây dựng cơ sở giết mổ gia súc tập trung;

Phía Đông (trên địa bàn Huyện Gia Lâm và khu phụ cận) - Tổng Công ty Thương mại Hà Nội thực hiện dự án đầu tư xây dựng cơ sở giết mổ gia cầm, gia súc tập trung; Phía Tây (trên địa bàn Huyện Từ Liêm và khu phụ cận) - Công ty TNHH Nhà nước một thành viên Đầu tư và Phát triển Nông nghiệp Hà Nội thực hiện dự án đầu tư xây dựng cơ sở giết mổ gia cầm tập trung tại chợ đầu mối Minh Khai (Từ Liêm) và cơ sở giết mổ gia súc tập trung trên địa bàn Huyện Từ Liêm hoặc khu phụ cận; phía Nam (trên địa bàn Huyện Thanh Trì) - Công ty TNHH Nhà nước một thành viên Đầu tư và Phát triển Nông nghiệp Hà Nội nghiên cứu thực hiện dự án đầu tư xây dựng cơ sở giết mổ gia súc, gia cầm tập trung.

Để triển khai thực hiện kế hoạch 02/KH-UBND ngày 12/01/2007 trên, Ủy ban nhân dân Thành phố đã thành lập ban chỉ đạo xây dựng các cơ sở giết mổ, chế biến gia súc, gia cầm tập trung trên địa bàn Thành phố do đồng chí Phó Chủ tịch UBND Thành phố làm Trưởng ban, đồng chí Giám đốc Sở Thương mại làm Phó ban Thường trực và các đồng chí lãnh đạo các Sở, Ban, Ngành, UBND các huyện có liên quan để chỉ đạo và đẩy nhanh tiến độ các dự án đầu tư xây dựng mới các cơ sở giết mổ gia súc gia cầm tập trung công nghiệp. Ngày 30/8/2007, Ủy ban nhân dân Thành phố đã có Quyết định số 98/2007/QĐ-UBND “Ban hành quy định về quản lý hoạt động giết mổ, vận chuyển, chế biến, buôn bán gia súc, gia cầm trên địa bàn Thành phố Hà Nội” để quản lý tốt hơn hoạt động giết mổ, vận chuyển, chế biến, buôn bán gia súc, gia cầm trên địa bàn Thành phố.

2.2.5.4. Thực trạng QLNN hệ thống cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố Hà Nội

Trên địa bàn Thành phố Hà Nội hiện có 191 cửa hàng kinh doanh xăng dầu. Trong đó, thành phần doanh nghiệp Nhà nước là 121 cửa hàng, chiếm

63,4% trên tổng số; công ty cổ phần 14 cửa hàng, chiếm 7,3%; công ty TNHH 21 cửa hàng, chiếm 11,0%; doanh nghiệp tư nhân 34 cửa hàng, chiếm 17,8% còn lại là hợp tác xã 1 cửa hàng, chiếm 0,5%.

**Bảng 2.13: Phân loại cửa hàng kinh doanh xăng dầu trên địa bàn
Thành phố Hà Nội**

TT	Nội dung	Số lượng cửa hàng	Tỷ lệ (%) trên tổng số
	Tổng số cửa hàng	191	100,0
1	Doanh nghiệp Nhà nước	121	63,4
	- C/ty xăng dầu khu vực I-Petrolimex	64	33,5
	- Công ty xăng dầu chất đốt Hà Nội	17	8,9
	- Các đơn vị khác	40	20,9
2	Công ty cổ phần	14	7,3
3	Công ty TNHH	21	11,0
4	Doanh nghiệp tư nhân	34	17,8
5	Hợp tác xã	1	0,5

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

Trong tổng số 191 cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố thì chỉ có 97 cửa hàng đã được cấp giấy phép quyền sử dụng đất, 93 cửa hàng chưa được cấp giấy phép quyền sử dụng đất. Đồng thời, tất cả các cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố khi xây dựng đã có hồ sơ thiết kế, có giấy phép xây dựng, có thoả thuận PCCC và thoả thuận về môi trường.

Bảng 2.14: Mức độ đáp ứng các quy định về thủ tục xây dựng

TT	Nội dung	Số lượng cửa hàng	Tỷ lệ (%) trên tổng số
	Tổng số cửa hàng	191	100,0
1	Được cấp quyền sử dụng đất	97	51,1
2	Chưa được cấp quyền sử dụng đất	93	48,9

3	Có hồ sơ thiết kế	191	100,0
4	Có giấy phép xây dựng	191	100,0
5	Có thoả thuận PCCC của PC23-CA TP	191	100,0
6	Có thoả thuận về môi trường	191	100,0

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

Về tình mức độ đáp ứng các thủ tục kinh doanh: Theo số liệu điều tra 191 cửa hàng kinh doanh xăng dầu trên địa bàn Thành phố thì có 187 cửa hàng có đăng ký kinh doanh, chiếm 98% trên tổng số. Trong đó, có giấy phép của Sở Thương mại là 183 cửa hàng.

Toàn bộ các cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố có 617 cột bơm và dung tích bể chứa xăng dầu là 60.198 m³, trong đó có 148 cửa hàng có 4 cột bơm (chiếm 77,89%), 31 cửa hàng có 02 cột bơm (chiếm 16,32%), 10 cửa hàng có 01 cột bơm (chiếm 5,26%). Trong tổng số 191 cửa hàng chỉ có 36 cửa hàng kết hợp kinh doanh bình gas khí đốt, 12 cửa hàng có dịch vụ rửa xe và 01 cửa hàng có dịch vụ thương mại khác.

Bảng 2.15: Mức độ đáp ứng các thủ tục kinh doanh

TT	Nội dung	Số lượng cửa hàng	Tỷ lệ (%) trên tổng số
	Tổng	191	100,0
1	Có đăng ký kinh doanh	187	98,0
2	Có giấy phép của Sở Thương mại	183	98,0
3	Kinh doanh trực tiếp	89	46,8
4	Tổng đại lý	4	2,1
5	Đại lý	97	51,1

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

Trong tổng số 191 cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố, có 99 cửa

hàng trong nội thành, chiếm 51,8%. Bình quân một quận nội thành có 10,67 cửa hàng kinh doanh xăng dầu, mật độ là 0,53 cửa hàng/km² và một huyện ngoại thành có 18,80 cửa hàng, mật độ là 0,12 cửa hàng/km².

Bảng 2.16: Phân bố cửa hàng xăng dầu theo địa bàn các quận, huyện

TT	Quận, huyện	Số lượng cửa hàng	Tỷ lệ (%)	Kết cấu tạm	Diện tích mái che		
					trên 100m ²	51m ² -100m ²	đến 50m ²
	Toàn Thành phố	191	100,0	16	38	72	76
<i>I</i>	<i>Nội thành</i>	99	51,8	8	12	39	45
1	Q. Ba Đình	9	4,7	1	-	1	9
2	Q. Hoàn Kiếm	4	2,1	-	1	2	1
3	Q. Hai Bà Trưng	17	8,9	4	-	7	10
4	Q. Đống Đa	14	7,3	-	3	5	6
5	Q. Tây Hồ	4	2,0	-	-	2	-
6	Q. Thanh Xuân	12	6,3	-	2	6	6
7	Q. Cầu Giấy	9	4,7	1	2	5	2
8	Q. Long Biên	12	6,3	1	3	4	5
9	Q. Hoàng Mai	18	9,4	1	1	7	6
<i>II</i>	<i>Ngoại thành</i>	92	48,7	8	26	33	31
1	H. Từ Liêm	18	9,4	3	5	3	7
2	H. Thanh Trì	9	4,7	1	4	2	4
3	H. Gia Lâm	21	11,0	2	4	9	8
4	H. Đông Anh	20	10,5	1	8	7	5
5	H. Sóc Sơn	24	12,6	1	5	12	7

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

Chất lượng dịch vụ bán hàng xăng dầu về cơ bản đã đảm bảo theo quy định của các cơ quan quản lý, trước hết là điều kiện kinh doanh xăng dầu theo quy định tại Thông tư 14/1999/TT-BTM ngày 9/9/1999 của Bộ Thương mại. Hầu hết cửa hàng xăng dầu sử dụng các loại cột bơm điện tử của Nhật, Mỹ, Italia hoặc lắp ráp trong nước. Các bể chứa đều bố trí họng nhập kín, trang bị van hở. Chưa có cửa hàng nào lắp đặt hệ thống đo lường tự động. Tuy nhiên, do chủ sở hữu đa dạng, việc kiểm soát chất lượng xăng dầu và độ chuẩn xác

của các đồng hồ điện tử vẫn là khó khăn của các cơ quan quản lý và ảnh hưởng đến người tiêu dùng. Sản lượng kinh doanh của toàn bộ 191 cửa hàng ước tính bình quân là 41.000 m³/tháng và 490.000 m³/năm. Sản lượng bình quân 01 cửa hàng đạt 6 m³/ngày, đây là mức sản lượng cao nhất đối với khu vực phía Bắc.

2.2.5.5. Thực trạng QLNN hệ thống thương mại hiện đại ở Hà Nội (cửa hàng lớn, trung tâm thương mại, siêu thị, cửa hàng tự chọn ở Hà Nội)

Trong giai đoạn 2000 - 2007, trên địa bàn Thành phố Hà Nội hệ thống các siêu thị, trung tâm thương mại (TTTM) phát triển khá mạnh. Năm 2000, trên địa bàn Thành phố có 26 TTTM, siêu thị và cửa hàng tự chọn, đến năm 2007 đã tăng đến 76 TTTM, siêu thị, cửa hàng tự chọn. Do sự phát triển nhanh về kinh tế và đô thị của Thủ đô trong những năm gần đây, mức sống người dân đã được nâng lên rõ rệt, vì vậy nhu cầu mua sắm tại các siêu thị, TTTM đã trở thành nhu cầu và thói quen của một bộ phận người dân. Đến nay, trên địa bàn Thành phố Hà Nội có 76 Trung tâm thương mại, siêu thị và cửa hàng tự chọn. Các Trung tâm thương mại, siêu thị phân bố không đều, phát triển còn mang tính tự phát. Hiện tại chỉ có 11/14 quận, huyện có Trung tâm thương mại và siêu thị (03 quận, huyện không có TTTM và siêu thị là quận Long Biên, huyện Gia Lâm và huyện Sóc Sơn). Cơ sở vật chất kỹ thuật của siêu thị, trung tâm thương mại còn lạc hậu. Số lượng trung tâm thương mại, siêu thị có quy mô lớn về diện tích.

Nhìn chung, mạng lưới TTTM, siêu thị tại Hà Nội hiện nay còn nhiều bất cập, cần có sự điều chỉnh hợp lý để đi vào hoạt động có hệ thống, có hiệu quả, đem lại lợi ích cho xã hội cũng như cho sự phát triển kinh tế nói chung.

** Quản lý Nhà nước đối với siêu thị, trung tâm thương mại trên địa bàn:*

- Về công tác kiểm tra, giám sát, đánh giá, phân hạng các loại hình thương mại hiện đại: Cùng với công tác quản lý hoạt động chợ, Sở Thương mại đã tiến hành kiểm tra, đánh giá phân hạng cho 20/42 siêu thị đạt tiêu chuẩn, 3/3 TTTM đạt tiêu chuẩn, hoạt động kinh doanh tại các TTTM, siêu thị ổn định, chất lượng hàng hoá đảm bảo, đáp ứng yêu cầu phục vụ văn minh hiện đại, từng bước hình thành mạng lưới phân phối kinh doanh hàng hoá trình độ cao trên thị trường Hà Nội.

- Về công tác phối kết hợp trong QLNN đối với hoạt động thương mại: Sở Thương mại đã phối hợp với Sở Y tế, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (PTNT), Công an Thành phố, UBND các quận huyện chỉ đạo các doanh nghiệp thương mại, các TTTM, siêu thị, chợ trên địa bàn thực hiện việc kinh doanh hàng hoá đảm bảo chất lượng, VSATTP và thực hiện tốt công tác phòng cháy chữa cháy (PCCC); tổ chức kiểm tra các doanh nghiệp, siêu thị, TTTM, các chợ trên địa bàn triển khai tháng VSATTP, các mặt hàng kinh doanh có điều kiện đạt kết quả tốt; thường xuyên tổ chức kiểm tra việc vận chuyển, kinh doanh thịt gia súc, gia cầm đảm bảo công tác phòng chống dịch bệnh gia súc, gia cầm. Tiến hành phân cấp cho các quận, huyện cấp giấy phép đủ điều kiện kinh doanh gas, rượu, thuốc lá, gia cầm sạch cho các hộ kinh doanh, phân cấp quản lý các chợ loại 2, loại 3 theo Nghị quyết 08/NQ-HĐND của Hội đồng nhân dân Thành phố, góp phần cải cách hành chính, nâng cao hiệu quả quản lý ở cấp cơ sở.

2.2.6. Thực hiện công tác quản lý và xúc tiến thương mại

Sở Thương mại được Ủy ban nhân dân (UBND) Thành phố uỷ nhiệm quản lý các hoạt động XTTM trên địa bàn Thành phố: duyệt kế hoạch tổ chức hội chợ triển lãm (HCTL) và tiến hành một số hoạt động XTTM phục vụ cho các doanh nghiệp đóng trên địa bàn Thành phố triển khai các hoạt động XTTM. Nhìn chung, tổ chức hoạt động XTTM là nhằm hỗ trợ trực tiếp cho các hoạt động sản xuất kinh doanh của thương nhân, đây được coi là sự hỗ trợ cần thiết của các cơ quan QLNN đối với thương nhân.

** Đối với công tác xúc tiến xuất khẩu (XTXK)*

Phát triển xuất khẩu là một trọng tâm của hoạt động thương mại Hà Nội. QLNN về thương mại trên địa bàn có nhiệm vụ quan trọng là đẩy mạnh hoạt động xúc tiến xuất khẩu. Thời gian qua, Sở Thương mại luôn quan tâm tới hoạt động XTXK. Sở đã tham mưu cho UBND Thành phố ký ban hành Điều chỉnh chiến lược xuất khẩu của Thành phố Hà Nội giai đoạn 2001 - 2010 tầm nhìn đến 2015; Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm của Thành phố Hà Nội đến 2010; Cơ chế hỗ trợ phát triển xuất khẩu dịch vụ có lợi thế cạnh tranh trên địa bàn Thành phố Hà Nội. Sở cũng đã tổng hợp danh sách các doanh nghiệp có hồ sơ đăng ký xét chọn doanh nghiệp xuất khẩu uy tín năm 2007 gửi về Cục Thuế và Hải quan Hà Nội để thẩm định. Sở đang tiến hành triển khai xây dựng quy chế tôn vinh doanh nghiệp xuất khẩu; Triển khai danh mục dịch vụ được hỗ trợ xuất khẩu; Phối hợp với các nhà tài trợ xuất khẩu (ví dụ: các tổ chức tài chính, ngân hàng) tổ chức các hội nghị, hội thảo khoa học về các giải pháp tài trợ xuất khẩu và bảo hiểm rủi ro xuất khẩu...

Năm 2007 Sở Thương mại đã tập trung vào hoạt động cung cấp thông tin cho doanh nghiệp, hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá, phát triển thương hiệu doanh nghiệp; Số lượng doanh nghiệp đăng ký quảng bá trên website là 350, số lượng thành viên đăng ký khai thác thông tin trên website là 800 thành viên, bao gồm các doanh nghiệp trong nước và nước ngoài.

Sở Thương mại đã tổ chức thành công hội chợ quốc tế Hà Nội 2007; Tháng Khuyến mại - Hà Nội 2007 nhằm đẩy mạnh kích cầu tiêu dùng xã hội, phục vụ nhu cầu mua sắm của nhân dân, góp phần bình ổn giá cả thị trường, tăng trưởng kinh tế Thủ đô, đồng thời là dịp để giới thiệu, quảng bá các sản phẩm, dịch vụ các doanh nghiệp có uy tín với khách hàng trong nước và quốc tế; với sự tham gia của 311 Doanh nghiệp, đơn vị tại 726 địa điểm bán hàng trên địa bàn Thành phố doanh thu của các đơn vị tham gia Tháng khuyến mại đã có mức tăng trưởng khá, đặc biệt nhiều doanh nghiệp có mức tăng cao như: Công

ty May Đức Giang (tăng 125%) Công ty cổ phần Công nghệ sạch (tăng 103%), Nhà Bè (tăng 30%); Kim Đan (tăng 39%)... tổ chức các hoạt động khác như: Trưng bày sản phẩm công nghiệp phụ trợ hỗ trợ doanh nghiệp quảng bá sản phẩm và thương hiệu; tham gia Hội chợ Tứ Xuyên - Trung Quốc, Hội chợ DIY Nhật Bản, Hội chợ Quốc tế Việt - Trung; tổ chức Đoàn doanh nghiệp khảo sát, làm việc với các tổ chức XTTM và hiệp hội các nước ASEAN để kêu gọi đầu tư, xúc tiến thương mại và mời tham dự diễn đàn ACBF; tổ chức gian hàng giới thiệu về hình ảnh Hà Nội tại Hội chợ Nhịp cầu xuyên Á - Quảng Trị, hành lang kinh tế Đông Tây - Đà Nẵng 2007...

Sở Thương mại đã thiết lập mối quan hệ với nhiều tổ chức, đơn vị trong nước và quốc tế. Hiện nay đã có trao đổi quan hệ thường xuyên với hơn 30 tỉnh, thành phố và nhiều tổ chức XTTM nước ngoài, thương vụ và tổ chức nước ngoài tại Việt Nam (Trung Quốc, Nga, Nhật, Mỹ, Hàn Quốc, Malaysia, Thái Lan, EU...). Đã tổ chức Diễn đàn chia sẻ kinh nghiệm sau khi gia nhập WTO; Diễn đàn xúc tiến thương mại cho DN Việt Nam tại Frankfurt - Đức; Lớp đào tạo về siêu thị do chuyên gia Singapore giảng dạy; Diễn đàn giới thiệu và giao lưu DN với doanh nghiệp Trung Quốc; Hội thảo giới thiệu về thị trường Nhật và Hội chợ DIY; Tổ chức thường xuyên các cuộc gặp gỡ tiếp xúc giao lưu thương mại giữa các DN Việt Nam với nước ngoài như Đoàn Trung quốc, đoàn New Zealand, đoàn Hà Lan, đoàn Hàn Quốc.

** QLNN về hoạt động hội chợ triển lãm*

Trước đây, mỗi năm tại Hà Nội chỉ tổ chức một hội chợ triển lãm thành tựu kinh tế - kỹ thuật tại Trung tâm Hội chợ triển lãm Giảng Võ. Từ năm 2000 đến nay, hàng năm trên địa bàn Thành phố tổ chức rất nhiều hội chợ triển lãm. Số lượng hội chợ triển lãm được cấp phép như sau:

- Năm 2000: Cấp phép cho 93 hội chợ triển lãm

- Năm 2001: Cấp phép cho 130 hội chợ triển lãm
- Năm 2002: Cấp phép cho 109 hội chợ triển lãm
- Năm 2003: Cấp phép cho 115 hội chợ triển lãm
- Năm 2004: Cấp phép cho 120 hội chợ triển lãm
- Năm 2005: Cấp phép cho 77 hội chợ triển lãm
- Năm 2006: Cấp phép cho 78 hội chợ triển lãm.
- Năm 2007: Cấp phép 116 hội chợ triển lãm.

Nhìn chung, hoạt động hội chợ, triển lãm thương mại trên địa bàn Hà Nội diễn ra sôi động, đa dạng, có chuyên đề thích hợp, nhiều Hội chợ đã tổ chức được nhiều lần như: Hội chợ Thời trang, Hội chợ Hàng Việt Nam chất lượng cao, Hội chợ Giảm giá và khuyến mãi.

Bên cạnh đó, một số hội chợ, triển lãm quy mô còn nhỏ, chuẩn bị chưa có tính chuyên nghiệp trong thiết kế chương trình, nội dung nghèo nàn, các hoạt động trong hội chợ chưa tạo điều kiện để các doanh nghiệp tìm kiếm được cơ hội buôn bán và ký kết các hợp đồng kinh tế. Ngoài ra, các dịch vụ cho khách hàng tại hội chợ còn thiếu, chất lượng và giá cả hàng hoá trong hội chợ chưa đảm bảo và còn quá cao so với bên ngoài.

** QLNN về hoạt động khuyến mại*

Từ năm 2000 đến năm 2007, số cuộc khuyến mại tăng lên gấp 3 lần. Các chương trình khuyến mại rất đa dạng, thiết kế hấp dẫn, tổ chức các hình thức như tặng quà, tặng vé xem ca nhạc, du lịch, vé cào trúng thưởng ngay... Nhiều chương trình sử dụng xe ô tô (FORD) xe máy, tủ lạnh, máy giặt có chất lượng cao để làm phần thưởng.

Tuy nhiên, bên cạnh đó hoạt động khuyến mại trên địa bàn Hà Nội còn

một số tồn tại:

- Một số chương trình khuyến mại chưa đảm bảo tính trung thực đối với khách hàng như chương trình đã quảng cáo, đăng ký với cơ quan quản lý Nhà nước.

- Một số chương trình khuyến mại kém hấp dẫn, tính văn hoá trong quảng cáo còn thấp.

** QLNN đối với hoạt động quảng cáo thương mại*

Các hoạt động quảng cáo thương mại phổ biến trên địa bàn hiện nay là:

- Tổ chức các hội nghị khách hàng.
- Tổ chức cuộc hội thảo, giao lưu thông qua đó trưng bày, giới thiệu, quảng cáo hàng mới.
- Quảng cáo thương mại trên mạng Internet, trên các phương tiện thông tin đại chúng khác.
- Treo Bazon quảng cáo trên đường phố, cửa hàng...

Do kinh phí thực hiện chương trình quảng cáo trên các phương tiện thông tin đại chúng còn cao nên nhiều doanh nghiệp chỉ sử dụng hình thức Hội nghị khách hàng, hội thảo, giao lưu để quảng cáo hàng hoá.

Bên cạnh những hiệu quả về kinh tế do quảng cáo mang lại, nhiều chương trình quảng cáo của doanh nghiệp còn chưa bảo đảm yêu cầu về tính văn hoá và trung thực. Đặc biệt, nhiều doanh nghiệp chưa xây dựng thương hiệu, hoặc chưa xây dựng chiến lược phát triển thương hiệu, nên khi tham gia Hội chợ triển lãm, khuyến mại, quảng cáo đã không có được nhiều kết quả.

Nhận xét chung:

Kết quả của các hoạt động XTTM thời gian qua đã góp phần mang lại

nhiều lợi ích kinh tế thiết thực trong sản xuất kinh doanh của thương nhân và thúc đẩy phát triển xuất khẩu. Tuy nhiên, do hệ thống tổ chức bộ máy chuyên trách mới được hình thành đang trong giai đoạn thử nghiệm để tiếp tục hoàn chỉnh nên nội dung hoạt động còn nghèo nàn, phương thức hoạt động còn nhiều bỡ ngỡ và lúng túng.

Các hoạt động XTTM hiện nay chủ yếu tập trung vào tìm kiếm khách hàng, tìm kiếm thị trường để bán những hàng hoá có sẵn. Kinh nghiệm về công tác XTTM còn ít, nhất là ở cấp doanh nghiệp. Tuy số tổ chức tham gia hoạt động XTTM ngày càng tăng, nhưng hoạt động thiếu tính hệ thống và sự phối hợp giữa các tổ chức này còn yếu. Hiện nay hoạt động XTTM giữa các địa phương và giữa các DN có sự cạnh tranh nhau rất quyết liệt, đôi khi cạnh tranh với nhau thiếu lành mạnh. Một số biện pháp QLNN về XTTM còn mang tính hình thức và nặng về cấp phép. Trong khi đó, công tác giám sát, kiểm tra và xử lý vi phạm chưa được quan tâm đúng mức.

Quản lý Nhà nước về xúc tiến thương mại Hà Nội trong thời gian vừa qua còn nhiều lúng túng, bị động. Công tác hỗ trợ cho các doanh nghiệp trong việc khai thác và tìm kiếm thị trường xuất khẩu thời gian qua thiếu sự chuẩn bị bài bản, kỹ lưỡng xuất phát từ cả các cơ quan quản lý Nhà nước và các doanh nghiệp. Công tác xúc tiến thương mại chưa có những chuyển biến căn bản, còn mang tính tự phát, dàn trải, thiếu chuyên nghiệp, hiệu quả đạt được từ các chương trình xúc tiến thương mại chưa cao. Mối liên kết giữa các đơn vị xúc tiến thương mại Thành phố, các hiệp hội và doanh nghiệp tham gia chương trình xúc tiến thương mại còn hạn chế và thụ động, các hoạt động xúc tiến thương mại chưa thực sự đáp ứng được các nhu cầu của doanh nghiệp. Hệ thống thông tin thương mại, dự báo thị trường nhìn chung chưa đáp ứng được đòi hỏi của quản lý Nhà nước cũng như hỗ trợ doanh nghiệp. Công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn các doanh nghiệp về các cam kết quốc tế,

về mở cửa thị trường cũng như những rào cản thương mại trong quá trình hội nhập còn nhiều hạn chế. Khả năng khai thác cơ hội thị trường sau khi ký kết các hiệp định thương mại nhìn chung còn thấp và thiếu tính chủ động.

2.2.7. Thực trạng công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát việc thực hiện các chủ trương, chính sách, pháp luật về thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội

Nhằm bảo đảm việc thực thi pháp luật nhất là trong lĩnh vực thương mại được nghiêm minh, ngành thương mại Hà Nội luôn tổ chức đào tạo, tập huấn nhằm cung cấp đầy đủ thông tin cho cán bộ công chức về chính sách, pháp luật của Nhà nước để vận dụng, giải quyết công việc theo chức trách và thẩm quyền. Phát huy hiệu quả các thiết chế thanh tra, kiểm tra, giám sát trong lĩnh vực thương mại nhằm đảm bảo hiệu lực quản lý Nhà nước, giữ gìn kỷ cương và văn minh thương mại; phân định rõ ràng chức năng quản lý Nhà nước về thương mại giữa các cấp của Thành phố.

Trong những năm qua, ngành thương mại Hà Nội đã tham mưu giúp lãnh đạo Thành phố tổ chức tốt các hoạt động quản lý thương mại nội địa, chủ động xây dựng kế hoạch cho các doanh nghiệp thương mại nội địa, các Ban Quản lý chợ, các siêu thị, hợp tác xã thương mại dịch vụ và tổ chức nguồn hàng đầy đủ về số lượng, phong phú về chất lượng và chủng loại, đảm bảo phục vụ tốt cho nhân dân Thủ đô và các tỉnh lân cận, nhất là các ngày lễ, tết. Tổ chức kiểm tra và thường xuyên phối hợp với các ngành chức năng kiểm tra việc kinh doanh đúng pháp luật. Định kỳ theo dõi diễn biến tình hình giá cả thị trường và dự báo tình hình biến động giá cả thị trường, đề xuất với UBND Thành phố ban hành các cơ chế, chính sách, văn bản quy phạm pháp luật để nâng cao năng lực quản lý và phát triển thương mại nội địa.

Thành phố đã coi trọng đẩy mạnh phân công, phân cấp quản lý thương mại theo đúng chủ trương thực hiện cải cách hành chính của Thành phố Hà Nội, tạo

điều kiện thông thoáng cho các đối tượng kinh doanh. Sở Thương mại đã tham mưu UBND Thành phố phân cấp cho UBND các Quận, huyện cấp giấy phép kinh doanh rượu, thuốc lá cho hộ kinh doanh cá thể tại Quyết định số 168/2004/QĐ-UB ngày 16/11/2004 của UBND Thành phố, đồng thời đã ban hành công văn số 2951/HD-STM ngày 10/12/2004 của Sở Thương mại để hướng dẫn thực hiện. Ngày 6/9/2005, UBND Thành phố Hà Nội đã có quyết định số 136/2005/QĐ-UB phân cấp giấy chứng nhận đủ điều kiện kinh doanh gas cho hộ kinh doanh cá thể và Sở đã có hướng dẫn đến các Quận, huyện để thực hiện.

Bảng 2.17: Những vi phạm pháp luật trong hoạt động thương mại ở Hà Nội giai đoạn 2001 - 2007

TT	Loại vi phạm	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1	Hàng giả	-	233	207	249	162	234	166
2	Hàng lậu	-	1.527	885	736	580	618	529
3	Gian lận thương mại	-	560	719	613	711	811	620
4	Vi phạm ghi nhãn	-	490	406	354	203	142	171
5	Vi phạm khác	-	398	716	160	336	341	274
6	Tổng số vi phạm bị xử lý	2.627	3.131	2.987	2.112	1.992	2.135	1.678
7	Phạt vi phạm thu nộp ngân sách	11.568	13.700	13.000	19.000	18.000	17.800	19.000

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

Tình hình quản lý thị trường Hà Nội có một số nét đáng chú ý như: Hàng hoá nhập lậu trên địa bàn Hà Nội trong các năm 2005 - 2007 có giảm so với một vài năm trước; Hàng giả nhãn hiệu, xuất xứ chủ yếu từ Trung Quốc nhập vào Việt Nam như hàng tiêu dùng, mỹ phẩm, đồ điện gia dụng, phụ tùng ô tô, quần áo, giày dép thể thao... tăng mạnh; xuất hiện phương thức mới làm hoàn thiện hàng giả tại các khu vực xung quanh Hà Nội sau đó đưa vào Hà Nội tiêu thụ như các loại kính mắt, giày, quần áo, rượu

ngoại, mực in... Trong một vài năm trở lại đây, Chi cục QLTT Thành phố tăng cường công tác kiểm tra chống vi phạm sở hữu trí tuệ. Năm 2007 Chi cục QLTT đã triển khai chỉ đạo của các cấp trong công tác kiểm tra, kiểm soát, các chuyên đề trọng tâm; Đã phát hiện, kiểm tra 2.456 vụ, đã xử lý 2.089 vụ, trong đó: kinh doanh hàng cấm, hàng nhập lậu: 641 vụ, sản xuất và buôn bán hàng giả: 226 vụ, kinh doanh trái phép: 529 vụ, vi phạm quy định ghi nhãn: 209 vụ, các vi phạm khác: 359 vụ. Phạt hành chính trên 3,1 tỷ đồng; Giá trị hàng hoá tịch thu tạm tính trên 14,7 tỷ đồng; Truy thu thuế trên 589 triệu đồng; Giá trị hàng hoá tiêu huỷ trên 3 tỷ đồng.

+ Công tác phối hợp:

Sở Thương mại đã tham mưu cho UBND Thành phố sửa đổi, ban hành quy Quy chế phối hợp hoạt động giữa các cơ quan quản lý Nhà nước trong công tác quản lý thị trường kèm theo Quyết định số 82/2005/QĐ-UB ngày 3/6/2005. Quy chế làm cơ sở pháp lý nâng cao hiệu quả công tác phối hợp.

Chi cục đã ký kết phối hợp với các ngành như: Công an (Cảnh sát Kinh tế, Cảnh sát Giao thông), Hải quan, Tài chính, Chi cục Đo lường chất lượng và một số tổng công ty lớn có hàng hoá bị làm giả nhiều trên thị trường; phối hợp đoàn kiểm tra liên ngành của các Quận, huyện kiểm tra chống kinh doanh, vận chuyển gây bụi bẩn trong Thành phố.

Nhằm minh bạch hoá, phổ biến các văn bản quy phạm pháp luật tới các tổ chức, công dân và các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại, Sở Thương mại hàng năm đã phối kết hợp với các cơ quan hữu quan tổ chức các lớp tập huấn, phổ biến pháp luật cho các doanh nghiệp và công dân. Kể từ năm 2001, hầu hết các Văn bản quy phạm pháp luật liên quan đến hoạt động thương mại đều được đưa lên trang Web của Sở Thương mại tại địa chỉ

www.hanoitrade.com.vn, và đến năm 2004 đã được đưa lên cổng giao tiếp điện tử Thành phố tại địa chỉ www.hanoi.gov.vn, và bắt đầu từ năm 2006 đã được đưa lên công báo của Thành phố Hà Nội và các phương tiện thông tin đại chúng như báo, đài trung ương và địa phương cũng như những ấn phẩm nhằm phổ biến rộng rãi tới mọi tổ chức/doanh nghiệp và các tầng lớp dân cư. Tuy nhiên, thực tế việc xây dựng và hoàn thiện thể chế của Hà Nội hiện chưa đáp ứng được yêu cầu, đây cũng là yếu kém của nhiều địa phương khác trên cả nước, đặc biệt là những thiết chế pháp lý.

2.2.8. Thực trạng công tác nghiên cứu khoa học về thương mại; đào tạo đội ngũ cán bộ công chức cũng như các doanh nghiệp thương mại

Công tác nghiên cứu khoa học về thương mại đã đạt được những thành tựu đáng kể. Nhiều đề tài khoa học đã được ứng dụng trong thực tiễn, đặc biệt là những nghiên cứu về vấn đề lý luận của thương mại, về chiến lược phát triển thương mại Hà Nội, về những phương pháp quản lý thương mại hiện đại.

Đội ngũ cán bộ công chức của ngành thương mại Hà Nội có nhiều bước chuyển biến tích cực trên các mặt: chất lượng cán bộ công chức ngày càng cao, số lượng đáp ứng được nhu cầu của quá trình đổi mới, cơ cấu cơ bản đáp ứng được yêu cầu của sự phát triển. Trong suốt quá trình đổi mới, công tác cán bộ luôn luôn được Ngành thương mại và Thành phố quan tâm đào tạo, bồi dưỡng; bộ máy được tinh giảm theo hướng hiệu quả, gọn nhẹ. Từ cán bộ chủ chốt của Ngành đến cán bộ các đơn vị đều được đào tạo, bồi dưỡng nâng cao trình độ nghiệp vụ quản lý, kinh doanh, lý luận chính trị. Có hàng trăm cán bộ được cử đi học trong và ngoài nước, riêng Trường Trung học Thương mại và Du lịch Hà Nội đã mở từ 3 chuyên ngành năm 1993 nâng lên 10 chuyên ngành năm 2004 nhằm đào tạo và thực hiện nghiên cứu khoa học cho Ngành, trong 40 năm xây dựng và trưởng thành, Trường đã đào tạo cho Ngành thương

mại gần 27.000 người, góp phần nâng cao trình độ cán bộ ngành thương mại Hà Nội.

2.3. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG THỰC HIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

QLNN về thương mại hàng hoá đã góp phần quan trọng thúc đẩy sự phát triển của thương mại Hà Nội, phát huy vai trò to lớn của thương mại đối với sự phát triển kinh tế xã hội Thành phố. Những thành tựu về phát triển thương mại và đổi mới quản lý Nhà nước về thương mại trong 20 năm qua bắt nguồn từ sự đổi mới tư duy, nhận thức của chính quyền trên cơ sở quán triệt nghiêm túc và vận dụng sáng tạo đường lối đổi mới của Đảng và Nhà nước. Hơn nữa, Hà Nội nhận được sự quan tâm đặc biệt của Đảng và Nhà nước đối với sự phát triển kinh tế, như Nghị quyết 15-NQ/TW của Bộ Chính trị ngày 15/12/2000 về phương hướng, phát triển thủ đô giai đoạn 2001- 2010, Pháp lệnh thủ đô Hà Nội và quyết tâm đổi mới của lãnh đạo Thành phố Hà Nội nhằm đạt các mục tiêu tăng trưởng, phát triển kinh tế. Trong đó xác định thương mại đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong cơ cấu GDP Thành phố Hà Nội và đổi mới quản lý Nhà nước về thương mại là tất yếu khách quan.

2.3.1. Xây dựng và ban hành văn bản quy phạm pháp luật về thương mại trên địa bàn có đổi mới, ngày càng phù hợp với thực tế

Chính nhờ những thành tựu của Đổi mới và mở cửa hội nhập kinh tế quốc tế mà Việt Nam đã thoát ra khỏi khủng hoảng, đạt được những thành tựu quan trọng về phát triển kinh tế xã hội như ngày nay. Đối với Thành phố Hà Nội, việc xây dựng và hoàn thiện thể chế về kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa được Thành uỷ, UBND Thành phố và ngành thương mại đặt ở vị trí trọng tâm trong quản lý Nhà nước. Trong những năm vừa qua, đặc biệt trong giai đoạn đổi mới, công tác xây dựng và hoàn thiện thể chế cũng như ban hành cơ chế, chính sách về thương mại đã có những đổi mới đáng khích

lệ, cả về nhận thức, nội dung, phương pháp, công cụ quản lý cũng như tổ chức và kiểm tra tình hình thực hiện chính sách, luật pháp. Việc xây dựng và từng bước hoàn chỉnh cơ chế điều tiết cung - cầu, giá cả thị trường các mặt hàng trọng yếu, từng bước chú trọng nghiên cứu, tham mưu, đề xuất các chính sách nhằm thúc đẩy mở rộng thị trường, phát triển hoạt động thương mại nội địa phù hợp với điều kiện kinh tế trong và ngoài nước ở từng giai đoạn đã tạo ra những thay đổi căn bản cho môi trường kinh doanh của Hà Nội và là động lực cho sự phát triển khá nhanh và tương đối vững chắc của thương mại Hà Nội thời gian qua.

Tuy đạt được những thành tựu ấn tượng nêu trên và góp phần quan trọng vào việc phát triển xuất nhập khẩu, phát triển thương mại của Hà Nội thời gian qua nhưng QLNN về thương mại trên địa bàn không tránh khỏi còn nhiều hạn chế, bất cập và thực sự chưa đáp ứng được yêu cầu đòi hỏi của thực tiễn. Hệ thống chính sách, cơ chế quản lý chưa kịp với sự phát triển thương mại, công tác xây dựng cơ chế chính sách còn yếu và thiếu đồng bộ, thiếu định hướng và còn nhiều kẽ hở, bất cập. Các cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại của Hà Nội vẫn có thói quen trực tiếp can thiệp vào hoạt động sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, gây khó khăn và thiếu tự chủ trong kinh doanh của doanh nghiệp.

Thế chế kinh tế thị trường xã hội chủ nghĩa chưa được xây dựng hoàn thiện, cần bổ sung và hoàn thiện, còn thiếu tính đồng bộ và tính hệ thống. Nhìn chung tốc độ đổi mới và xây dựng thế chế thị trường của Hà Nội cũng như Việt Nam chưa theo kịp với tốc độ phát triển kinh tế và hội nhập kinh tế quốc tế. Việc triển khai, sắp xếp đổi mới doanh nghiệp nhà nước còn chậm, doanh nghiệp thương mại Hà Nội còn nhỏ lẻ và sức cạnh tranh yếu. Kết cấu hạ tầng thương mại yếu, thiếu đồng bộ, tính liên kết trong hệ thống và giữa doanh nghiệp với nhau còn kém. Do vậy, trong quá trình mở cửa và gia nhập WTO, các tập đoàn lớn của nước ngoài xâm nhập thị trường nếu xét trên quan điểm lợi thế cạnh tranh do quy mô thì với thực trạng hiện nay các doanh

nghiệp của Hà Nội sẽ bị thua ngay trên sân nhà. Thương mại Hà Nội còn nhiều hạn chế về trình độ phát triển, cơ sở vật chất kỹ thuật, trang bị và phương tiện làm việc, trình độ của cán bộ công nhân viên, cũng như những tồn tại trong quản lý Nhà nước về thương mại chưa ngang tầm với đòi hỏi của thời kỳ mới, chưa phát huy đầy đủ mặt tích cực và hạn chế được tính tự phát, tiêu cực của kinh tế thị trường.

2.3.2. Xây dựng chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại đã được cải tiến, song tính khoa học chưa cao, triển khai thực hiện còn yếu

Những chiến lược, quy hoạch được xây dựng và điều chỉnh mới đây như Điều chỉnh chiến lược xuất khẩu của Thành phố Hà Nội giai đoạn 2001 - 2010 tầm nhìn đến 2015; Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm của Thành phố Hà Nội đến 2010; Điều chỉnh quy hoạch phát triển mạng lưới chợ gắn với phát triển mạng lưới trung tâm thương mại, siêu thị đến năm 2020, tầm nhìn 2030; Điều chỉnh Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Thành phố Hà Nội đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030 và Quy hoạch hệ thống cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố Hà Nội đến 2020, tầm nhìn đến 2030... đã thể hiện rõ sự đổi mới về quan điểm và tư duy xây dựng chiến lược, quy hoạch, đã nâng tầm thể chế cũng như tính khả thi của các chiến lược và quy hoạch phát triển thương mại trên địa bàn.

Quy hoạch phát triển thương mại chưa thực sự được quan tâm đúng mức, chưa được đặt vào vị trí tương xứng, dễ bị thay đổi, điều chỉnh bởi nhiều lý do khác nhau, gây bị động cho cơ quan quản lý. Quy hoạch chưa được xem như là một loại văn bản pháp quy, do đó tính pháp lý chưa cao, dẫn đến quản lý sau quy hoạch cực kỳ khó khăn, phần lớn các quy hoạch không còn phù hợp nhưng không được điều chỉnh kịp thời, nên quy hoạch chưa trở thành công cụ, giải pháp quan trọng trong quản lý Nhà nước. Quy hoạch phát triển thương mại của Hà Nội chưa được thực hiện thống nhất, Sở Thương mại Hà

Nội chưa thể hiện được vai trò và trách nhiệm của mình trong hướng dẫn thực hiện, kiểm soát việc thực hiện quy hoạch, chưa có bộ phận chuyên môn trong theo dõi các quy hoạch đã được Thành phố phê duyệt. Công tác tuyên truyền, phổ biến các quy hoạch chưa rộng rãi được đến các cấp, các ngành, các doanh nghiệp của Thành phố, thiếu sự phối hợp giữa các cấp, các ngành, các doanh nghiệp và các địa phương lân cận trong việc xây dựng kế hoạch. Chưa có sự thống nhất giữa quy hoạch thương mại của Hà Nội với các tỉnh/thành phố lân cận nên chưa tạo ra liên kết thương mại của vùng cũng như chưa phát huy được hiệu quả của các công trình thương mại.

2.3.3. Tổ chức khảo sát nghiên cứu thị trường trong và ngoài thành phố cũng như thị trường nước ngoài được đầu tư nhưng hiệu quả chưa cao

Nhận thức về tầm quan trọng của thị trường nội địa chưa thực sự đầy đủ và đúng mức, công tác tổ chức thị trường nội địa chưa được chú trọng chỉ đạo tập trung và quyết liệt. Năng lực quản lý và định hướng cho doanh nghiệp của ngành thương mại không theo kịp sự phát triển trong giai đoạn mới; còn tính tự phát, quản lý Nhà nước đối với thị trường nội địa tuy có nhiều cố gắng nhưng còn không ít hạn chế, như dự báo cung - cầu, giá cả chưa đáp ứng được yêu cầu chỉ đạo điều hành vĩ mô. Chậm triển khai và thiếu kiên quyết trong hiện các giải pháp bình ổn thị trường, giá cả ở tầm vĩ mô. Môi trường kinh doanh chưa thực sự bình đẳng giữa doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài với doanh nghiệp có vốn đầu tư trong nước, giữa doanh nghiệp nhà nước và doanh nghiệp thuộc các thành phần kinh tế khác (chính sách đất đai, vay vốn ngân hàng, thuê mặt bằng kinh doanh, thực hiện nghĩa vụ thuế...). Kỷ cương pháp luật bị vi phạm, trật tự thị trường chưa chặt chẽ, nạn buôn lậu, gian lận thương mại, kinh doanh hàng giả, hàng không bảo đảm chất lượng còn phổ biến, gây thiệt hại cho Nhà nước, cho người sản xuất và người tiêu dùng. Công tác điều hành, bình ổn thị trường vẫn chưa chủ động, những chính sách đưa ra chủ yếu để giải quyết tình huống nhưng chậm đổi mới, dẫn đến kém

hiệu quả trong quản lý Nhà nước. Công tác kiểm tra, kiểm soát thực hiện công vụ, chính sách và pháp luật trong kinh doanh giữa ngành thương mại với các ngành hữu quan còn chưa đồng bộ, thiếu chặt chẽ và thống nhất. Ngoài ra, các mặt hàng thiết yếu như xăng dầu, xi măng, sắt thép, kim loại quý, thuốc chữa bệnh còn chịu rất nhiều tác động từ thị trường bên ngoài. Hơn nữa, khả năng điều tiết, kiểm chế các tác động từ thị trường bên ngoài còn rất nhiều lúng túng, bị động và mang tính tự phát.

Các doanh nghiệp Hà Nội chưa xây dựng được kênh phân phối đón bắt xu thế của hội nhập, đặc biệt chưa xây dựng được hệ thống phân phối các mặt hàng thiết yếu, đã bị các doanh nghiệp nước ngoài vượt qua tại chính thị trường Hà Nội. Trong xu thế hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay, ngành phân phối càng có vai trò quan trọng hơn bao giờ hết, ngay cả các quốc gia phát triển cũng có xu hướng bảo hộ ngành phân phối trong nước và đẩy mạnh bành trướng ra thị trường nước ngoài. Nhìn chung, các doanh nghiệp ngành thương mại Hà Nội vẫn đang trong tình trạng chậm ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông phục vụ cho hoạt động sản xuất kinh doanh, việc sử dụng máy vi tính ngày càng phổ cập rộng rãi nhưng vẫn mang tính tự phát. Hơn nữa, nhận thức của các doanh nghiệp trong ngành cũng như những công chức nhà nước về thương mại điện tử còn rất hạn chế. Các doanh nghiệp trong ngành do nhận thức còn hạn chế nên vẫn chưa ý thức được hết các tiện ích của thương mại điện tử nên còn thận trọng khi tham gia vào lĩnh vực mới mẻ này, để thay đổi được nếp quen làm thương mại theo kiểu truyền thống sang ứng dụng thương mại điện tử nhất thiết phải thêm một thời gian nữa. Phần lớn các trang Web của doanh nghiệp thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội chỉ dùng để giới thiệu sản phẩm, doanh nghiệp và mới chỉ biết sử dụng Email, thực trạng ứng dụng thương mại điện tử mới chỉ ở mức sơ khai, cấp thấp. Tuy vậy,

trong môi trường kinh doanh toàn cầu hiện nay, các doanh nghiệp mà nhất là các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại - dịch vụ của Hà Nội, không thể không xây dựng và phát triển thương mại điện tử, dù muốn hay không cũng bị các đối tác nước ngoài buộc phải tham gia nếu thực sự muốn kinh doanh và vươn ra thị trường ra nước ngoài.

2.3.4. Công tác tổ chức đăng ký kinh doanh thương mại trên địa bàn Thành phố đã có những bước tiến đáng kể, tuy nhiên vẫn còn có những hạn chế cần tiếp tục khắc phục

Trong những năm gần đây, Thành phố đã thực hiện công cuộc cải cách hành chính nhằm thuận lợi hoá cho hoạt động thương mại trên địa bàn Thành phố. Nhiều văn bản pháp quy dưới Luật Thương mại (các Nghị định, Thông tư) ra đời, cùng các quy định, quy chế do Sở Thương mại tham mưu Ủy ban nhân dân Thành phố ban hành tạo điều kiện cho việc tác nghiệp của bộ phận một cửa. Tuy nhiên, mặc dù đã triển khai chế độ một cửa trong giải quyết các thủ tục hành chính nhưng thủ tục vẫn còn rườm rà, đổi mới chậm. Một số văn bản hướng dẫn còn thiếu cụ thể, chồng chéo, công tác tuyên truyền, phổ biến, hướng dẫn cụ thể cho các tổ chức/công dân chưa được coi trọng. Việc xử lý sai phạm đối với các cán bộ, công chức trong quá trình thi hành công vụ chưa được nghiêm túc thực thi cũng như chưa có các cơ chế ràng buộc trách nhiệm. Cải cách thể chế hành chính, thủ tục hành chính tuy có nhiều tiến bộ nhưng còn rườm rà, chậm đổi mới dẫn đến hiệu quả trong quản lý Nhà nước về thương mại còn hạn chế, nhiều văn bản quy phạm pháp luật còn thiếu cụ thể; còn hạn chế trong công tác tuyên truyền, phổ biến công khai, hướng dẫn cụ thể. Bộ máy quản lý Nhà nước về thương mại của Hà Nội tuy đã có nhiều đổi mới cho phù hợp với tình hình thực tế nhưng vẫn còn nhiều thụ động. Nguyên

nhân chủ yếu là chưa có cơ chế phối hợp thống nhất, các cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại chưa được trang bị thích hợp các công cụ, phương tiện quản lý phù hợp với sự phát triển của thương mại trong quá trình hội nhập, chưa xây dựng được các phương pháp dự báo chính xác, khoa học.

Các thủ tục hành chính còn gây khó khăn cho các tổ chức, doanh nghiệp và những nhà đầu tư nước ngoài; tư duy quản lý vẫn chịu nhiều ảnh hưởng của cơ chế cũ. Công tác phòng chống buôn lậu và gian lận thương mại còn nhiều kẽ hở cũng như còn nhiều hạn chế trong phối kết hợp giữa các cơ quan chức năng. Việc ban hành cơ chế, chính sách, hướng dẫn và quản lý Nhà nước về thương mại còn hạn chế và hiệu quả thấp. Tư duy và năng lực quản lý Nhà nước của các cấp lãnh đạo Thành phố Hà Nội còn nhiều hạn chế. Hệ thống chính sách, cơ chế quản lý nhìn chung chưa theo kịp với tốc độ phát triển. Khung khổ pháp lý cho hoạt động phân phối, bán lẻ chưa được quy định, định hướng rõ ràng, gây lúng túng cho các cơ quan quản lý Nhà nước.

2.3.5. Thực hiện công tác quản lý đối với các loại hình kinh doanh trên địa bàn Thành phố được tăng cường, song còn nặng về hành chính, thiếu đột phá

Việc thực hiện công tác quản lý đối với các loại hình kinh doanh trên địa bàn Thành phố Hà Nội đã gặt hái được nhiều thành công. Công tác quản lý đối với hoạt động của thương nhân, Thành phố đã ban hành pháp luật về kinh tế, các chính sách thương mại và các công cụ quản lý... đã thường xuyên đổi mới để phù hợp với những biến đổi nhanh trong thực tiễn sản xuất - kinh doanh và quá trình mở cửa hội nhập. Công tác QLNN đối với hoạt động của thương nhân trong lĩnh vực thương mại, không chỉ chú trọng đổi mới về hệ thống pháp luật kinh tế, các chính sách thương mại, các công cụ quản lý... Bên cạnh đó, các cơ quan QLNN đối với hoạt động của thương nhân trong lĩnh vực

thương mại còn đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính để giảm thiểu các thủ tục phiền hà đối với doanh nghiệp. Đối với hệ thống chợ, trong thời gian qua, quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Hà Nội đã có rất nhiều đổi mới đối với công tác tổ chức hệ thống các cơ sở kinh doanh thương mại cho phù hợp với điều kiện mới. Đối với các cơ sở giết mổ gia súc, gia cầm, Thành phố tiếp tục có Kế hoạch số 02/KH-UBND về kế hoạch xây dựng một số cơ sở giết mổ, chế biến gia súc trên địa bàn Thành phố nhằm mục đích đầu tư xây dựng các cơ sở giết mổ, chế biến gia súc, gia cầm tập trung công nghiệp, công nghệ hiện đại, đảm bảo các yêu cầu về vệ sinh môi trường. Đối với các cơ sở kinh doanh xăng dầu và các trung loại hình kinh doanh thương mại hiện đại, Thành phố cũng đã có những kết quả rất tốt trong công tác quản lý hoạt động của các loại hình hoạt động này.

Tuy nhiên, bên cạnh những thành công đã đạt được trong công tác quản lý các loại hình kinh doanh trên địa bàn Thành phố thì cũng còn không ít những khó khăn thách thức, đòi hỏi Thành phố cần phải biện pháp để xử lý. Ví dụ, vấn đề quản lý các chợ tạm, chợ cóc trên địa bàn Thành phố vẫn thực sự chưa tốt. Tình trạng các chợ tạm, chợ cóc vẫn còn tồn tại ở nhiều các phố nhỏ. Công tác quản lý đối với hoạt động của thương nhân vẫn gặp nhiều khó khăn.

2.3.6. Hoạt động xúc tiến thương mại cấp thành phố đã có tính chuyên nghiệp, nhưng hiệu quả chưa cao, phối hợp chưa đồng bộ và chưa theo kịp yêu cầu thực tế

Những năm gần đây, XTTM của Hà Nội phát triển nhanh cả về lượng và chất, hình thức tổ chức XTTM phong phú và đa dạng. Nhiều hình thức như: hội chợ triển lãm, khuyến mại, quảng cáo thương mại, quan hệ công chúng, nghiên cứu khảo sát thị trường trong và ngoài nước... đã phát triển cả về lượng và chất và được mở rộng phạm vi tới nhiều tỉnh, thành trong cả nước, kể cả ở

các tỉnh miền núi và vươn ra nước ngoài. Các hoạt động XTTM nhằm hỗ trợ cho sự phát triển các hoạt động sản xuất kinh doanh của thương nhân. Kết quả của các hoạt động XTTM thời gian qua đã góp phần mang lại nhiều lợi ích kinh tế thiết thực trong sản xuất kinh doanh của thương nhân. Hệ thống tổ chức bộ máy chuyên trách là Trung tâm XTTM Hà Nội tuy mới được thành lập thời gian gần đây nhưng đã có nhiều nỗ lực và có những đóng góp đáng kể cho sự phát triển của thương mại nội địa và quốc tế của Thủ đô.

2.3.7. Công tác thanh tra, kiểm tra giám sát việc thực thi pháp luật về thương mại trên địa bàn còn nhiều hạn chế

Công tác này không những giúp cho việc ổn định và phát triển thị trường, thương mại mà còn giúp bảo vệ thiết thực lợi ích người tiêu dùng, của doanh nghiệp và nhà nước, đồng thời góp phần bảo vệ môi trường sinh thái. Thực hiện chức năng thanh tra, kiểm tra giám sát việc thực thi pháp luật, Sở Thương mại đã tiến hành kiểm tra, đánh giá phân hạng cho các siêu thị, TTTM. Sở cũng đã phối hợp với Sở Y tế, Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Công an Thành phố, UBND các quận, huyện chỉ đạo các doanh nghiệp thương mại, các TTTM, siêu thị, chợ trên địa bàn thực hiện việc kinh doanh hàng hoá đảm bảo chất lượng, VSATTP và thực hiện tốt công tác PCCC; thường xuyên tổ chức kiểm tra việc vận chuyển, kinh doanh thịt gia súc, gia cầm đảm bảo công tác phòng chống dịch bệnh gia súc, gia cầm... Lực lượng quản lý thị trường chủ động phối hợp với các cơ quan chức năng của Thành phố tăng cường kiểm tra, kiểm soát hoạt động kinh doanh về việc tuân thủ các quy định của pháp luật...

Hoạt động kiểm tra, kiểm soát và quản lý thị trường Hà Nội chưa đáp ứng yêu cầu trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế hiện nay: tình trạng buôn lậu, buôn bán hàng cấm, hàng giả, hàng kém chất lượng không giảm, đặc biệt là vi phạm về đăng ký kinh doanh, không chấp hành các quy định của Nhà nước về

quy chế ghi nhãn, niêm yết giá và bán theo giá niêm yết, các hành vi gian lận thương mại, trốn thuế... vẫn đang là vấn đề hết sức bức xúc; công tác hướng dẫn, phổ biến, tuyên truyền chính sách pháp luật và tổ chức thực hiện chưa được chú trọng, chưa áp dụng các chế tài đủ mạnh để kiểm soát thị trường, chưa phối kết hợp giữa các lực lượng kiểm tra, kiểm soát thị trường của các Sở, ngành Thành phố và của Trung ương trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

2.3.8. Tổ chức công tác nghiên cứu khoa học về thương mại; đào tạo đội ngũ cán bộ công chức quản lý hoạt động thương mại trên địa bàn Thành phố chưa theo kịp thực tế

Công tác cán bộ và quản lý đội ngũ cán bộ có nhiều cố gắng, dần đi vào nề nếp, đặc biệt là công tác đánh giá, quy hoạch, đề bạt và luân chuyển cán bộ được coi trọng và có nhiều chuyển biến mới. Công tác đánh giá, phân loại cán bộ được tiến hành nghiêm túc, đúng quy trình, công tác đào tạo, bồi dưỡng cán bộ được Thành phố và ngành quan tâm chỉ đạo. Sau 20 năm đổi mới, công tác cán bộ đã đạt được những kết quả nhất định, đội ngũ cán bộ công chức đã được trẻ hoá, trình độ tin học - ngoại ngữ tốt hơn, tư duy kinh tế cũng có nhiều đổi mới. Công tác thực hiện chế độ, chính sách đối với cán bộ được quan tâm chỉ đạo, góp phần động viên, khuyến khích đội ngũ cán bộ, công chức ngành thương mại phấn đấu hoàn thành các nhiệm vụ được giao.

Công tác đào tạo cán bộ, công chức chưa theo quy hoạch, chưa gắn với yêu cầu sử dụng, chất lượng chưa cao. Trình độ nguồn nhân lực còn yếu, khả năng am hiểu pháp luật và áp dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật tiên tiến vào kinh doanh thương mại dịch vụ còn nhiều hạn chế. Phần lớn các doanh nghiệp nhà nước dư thừa lao động hoặc năng suất kém làm giảm sức cạnh tranh của doanh nghiệp. Việc thực hiện chính sách cán bộ còn nhiều bị động, chưa nghiên cứu và ban hành kịp thời những văn bản hướng dẫn nhằm phát hiện, khuyến khích, động viên cán bộ có đức, có tài, đồng thời xử lý nghiêm

những người mắc sai phạm. Một số khâu trong công tác cán bộ còn yếu: công tác đánh giá, quy hoạch cán bộ chưa được làm thường xuyên; công tác quản lý, kiểm tra còn yếu; công tác nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công chức được thực hiện chưa hiệu quả.

Chương 3

PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI ĐẾN NĂM 2020

3.1. YÊU CẦU VÀ NGUYÊN TẮC HOÀN THIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI

3.1.1. Yêu cầu hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội

Hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá ở Hà Nội phải đảm bảo các yêu cầu sau:

Một là, hoàn thiện trên cơ sở nghiên cứu và đáp ứng yêu cầu của thực tiễn hoạt động thương mại.

Hai là, phải phát huy được tiềm năng, thế mạnh của thủ đô, của các thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động thương mại.

Ba là, phải xác định đúng chức năng quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương mại hàng hoá trên địa bàn Thành phố Hà Nội cho phù hợp điều kiện thực tế.

Bốn là, đổi mới quản lý Nhà nước đối với thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội phải thể hiện trong toàn bộ sự vận động lưu thông hàng hoá.

Năm là, hoàn thiện phù hợp với các quy định của pháp luật.

3.1.2. Nguyên tắc hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội

Hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá phải là một quá trình, một mặt vừa phải tháo bỏ những nội dung đã lạc hậu, bất hợp lý và đang gây cản trở cho việc phát triển thương mại trong bối cảnh mới; mặt khác phải xây dựng và bổ sung những nội dung còn thiếu nhằm tạo điều kiện thuận lợi

cho thương mại phát triển. Do đó, việc hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá phải dựa trên các nguyên tắc chủ yếu sau:

Nguyên tắc tập trung thống nhất:

Nguyên tắc này đảm bảo sự thống nhất các nội dung quản lý thương mại trong Thành phố nhằm nâng cao hiệu quả quản lý Nhà nước đối với thương mại và thị trường. Thực tiễn cho thấy, nếu các nội dung quản lý của Nhà nước thống nhất, không mâu thuẫn thì sẽ thúc đẩy thương mại phát triển.

Nguyên tắc đồng bộ và hệ thống:

Nguyên tắc này đòi hỏi các nội dung quản lý thương mại phải đảm bảo đồng bộ và có hệ thống. Phát triển thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội một cách nhanh và bền vững đòi hỏi quản lý Nhà nước về thương mại phải được xây dựng và hoàn thiện một cách hệ thống, đồng bộ, có sự thống nhất giữa Sở Thương mại Hà Nội với các cơ quan, đơn vị có liên quan.

Nguyên tắc kết hợp giữa các đơn vị quản lý Nhà nước trong thực hiện nội dung quản lý về thương mại hàng hoá trên địa bàn Thành phố:

Hoạt động thương mại có đặc điểm ở chỗ, nó có thể diễn ra ở khắp mọi nơi khi có sự gặp gỡ giữa cung và cầu có khả năng thanh toán, có liên quan đến nhiều đơn vị quản lý Nhà nước về thương mại. Nguyên tắc này thể hiện sự tập trung và thống nhất những vấn đề có tính chất chiến lược và chính sách lớn, có phạm vi ảnh hưởng rộng rãi đến toàn bộ hoạt động thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội đó là Sở Thương mại Hà Nội, mặt khác phải phân cấp rõ ràng cho các đơn vị trực thuộc nhằm phát huy tính chuyên nghiệp, tính năng động và sáng tạo của đơn vị. Cũng cần phải nhấn mạnh rằng, nguyên tắc này cũng đòi hỏi việc phân công, phân cấp phải đi liền với định hướng, kiểm tra và giám sát, tránh buông lỏng quản lý sau phân công.

Nguyên tắc vì lợi ích kinh tế:

Khi xây dựng và hoàn thiện các chính sách, chương trình, đề án phát triển thương mại của Thành phố, phải chú trọng tới nguyên tắc lợi ích kinh tế theo hướng đề ra các chính sách đủ sức hấp dẫn để thu hút được đầu tư của xã hội, phải có sự nhận thức đầy đủ và đúng đắn về vai trò của thương mại đối với phát triển kinh tế của Thành phố.

Nguyên tắc công khai, minh bạch:

Nguyên tắc này đòi hỏi các nội dung quản lý nhà nước về thương mại phải đảm bảo tính công khai, minh bạch, ổn định và phù hợp với khả năng, trình độ của cán bộ quản lý. Bởi vì, trong quá trình xây dựng nội dung quản lý nhà nước về thương mại, một số yếu tố trong tương lai có thể hoặc chưa thể dự báo được nên nhiều nội dung phải được rà soát, điều chỉnh thường xuyên cho phù hợp với thực tiễn. Việc thay đổi nội dung chính sách một cách thường xuyên sẽ gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc định hướng kinh doanh lâu dài. Trong khuôn khổ các quy định của Tổ chức Thương mại thế giới thì việc hoạch định chính sách phải đảm bảo tính minh bạch, ổn định và có thể dự liệu trước. Để bảo đảm cho thương mại phát triển nhanh và bền vững thì việc điều chỉnh và hoàn thiện nội dung quản lý nhà nước về thương mại cần đáp ứng được các yêu cầu trong hội nhập kinh tế quốc tế.

3.2. PHƯƠNG HƯỚNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI Ở HÀ NỘI ĐẾN NĂM 2020 VÀ TẦM NHÌN ĐẾN 2030

3.2.1. Phương hướng chung

Phát triển thị trường Hà Nội đặc biệt thị trường bán buôn, xuất nhập khẩu hàng hoá và dịch vụ nhằm mở rộng giao lưu thương mại giữa Hà Nội với thị trường cả nước và thị trường thế giới. Kinh doanh thương mại cần gắn bó ngày càng chặt chẽ với sản xuất để tìm kiếm thị trường và tạo ra nguồn

hàng lâu dài và ổn định. Việc phát triển thị trường bán buôn, không những phải chú trọng khai thác nguồn hàng sản xuất trên địa bàn Hà Nội mà còn phải chú trọng khai thác trong cả nước, đặc biệt là ở các tỉnh Bắc Bộ, nhằm thúc đẩy, lôi kéo các thị trường này cùng phát triển; cần tổ chức tốt việc thu gom, phân loại, chế biến để tạo ra nguồn hàng lớn, có chất lượng và giá trị, có sức cạnh tranh trên thị trường trong và ngoài nước.

Phải coi xuất khẩu là mũi nhọn đòn bẩy quan trọng để phát triển sản xuất và thương mại của Hà Nội. Chú trọng phát triển thị trường xuất khẩu cả theo chiều rộng và chiều sâu, từng bước chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá và dịch vụ ở Bắc Bộ và cả nước, có quan hệ thương mại quốc tế ngày càng mở rộng, từng bước hội nhập với thị trường khu vực và thế giới. Ngay từ bây giờ phải chuẩn bị để trong những năm tới sẽ tham gia đầy đủ khu vực mậu dịch tự do (AFTA) và khu vực đầu tư (AIA) của ASEAN.

Trong xuất khẩu phải đa phương hoá thị trường, đa dạng hoá sản phẩm, nhưng trong từng thời kỳ phải xác định được một số mặt hàng xuất khẩu chủ lực. Đối với mặt hàng xuất khẩu sản xuất trên địa bàn Hà Nội, cần nhanh chóng tăng tỷ trọng hàng chế biến sâu và có giá trị cao trên địa bàn Hà Nội, đẩy mạnh xuất khẩu các dịch vụ mà Hà Nội có lợi thế (như: phần mềm máy tính, du lịch, tài chính, dịch vụ hàng không...).

Về nhập khẩu chú trọng nhập thiết bị, kỹ thuật và công nghệ tiên tiến hiện đại phục vụ đặc lực cho công cuộc công nghiệp hoá, hiện đại hoá điều tiết nhập khẩu hàng tiêu dùng với một tỷ lệ hợp lý, chỉ nhập những hàng tiêu dùng cao cấp, thiết yếu mà trong nước chưa tổ chức sản xuất được. áp dụng khoa học công nghệ tiên bộ vào lĩnh vực thương mại, từng bước hiện đại hoá cơ sở vật chất kỹ thuật thương mại trên địa bàn Hà Nội, nhanh chóng vươn

lên đạt trình độ tiên tiến, hiện đại và văn minh.

Tổ chức sắp xếp lại, hoàn thiện và phát triển mạng lưới thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội theo hướng đa dạng nhiều tầng, với nhiều hình thức, quy mô và phương thức kinh doanh khác nhau, nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất tiêu dùng rất đa dạng và phong phú tại chỗ, đồng thời làm tốt chức năng Trung tâm thương mại của Bắc Bộ và cả nước. Hà Nội cần có chiến lược về kế hoạch phát triển một số doanh nghiệp lớn (Tập đoàn, Tổng công ty, Công ty...) ở những ngành hàng có vị trí chiến lược quan trọng, có tầm cỡ quốc gia và quốc tế, đủ khả năng cạnh tranh và mở rộng thị trường trong và ngoài nước, đáp ứng được vai trò Trung tâm thương mại của Hà Nội trong thời kỳ phát triển.

Phát triển Thương mại Hà Nội với sự tham gia tích cực nhiều thành phần kinh tế, theo hướng Nhà nước tạo ra môi trường cho mọi thành phần kinh tế đều được tự do kinh doanh, tự do cạnh tranh và bình đẳng trước pháp luật. Một mặt, thương mại Nhà nước trên địa bàn Hà Nội phải tổ chức sắp xếp lại, đổi mới, hoàn thiện, nâng cao hiệu quả hoạt động, tạo ra năng lực nội sinh, hình thành các doanh nghiệp mạnh, tập trung vào hoạt động bán buôn, xuất khẩu và kinh doanh những ngành hàng trọng yếu, có ảnh hưởng lớn đến nhiều nền kinh tế, đảm bảo vai trò chủ đạo trên thị trường Thành phố. Mặt khác thương mại Nhà nước trên địa bàn Hà Nội phải đi đầu trong việc thực hiện văn minh thương mại, vệ sinh môi trường và làm công cụ để nhà nước can thiệp vào thị trường khi cần thiết.

Trên cơ sở phù hợp với quy hoạch phát triển Thành phố Hà Nội đến năm 2020 và bảo đảm tính hiệu quả kinh tế - xã hội, từng bước xây dựng hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật thương mại ngày càng đầy đủ, hoàn chỉnh và hiện đại. Chú trọng xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật có vai trò lớn trong việc phát triển

thị trường và các hoạt động thương mại - dịch vụ của Thành phố như các Trung tâm thương mại có chức năng vùng và quốc tế, các chợ lớn trung tâm phát luồng, các siêu thị.

Thương mại tư nhân trên địa bàn Thành phố Hà Nội cần phát triển theo hướng: kinh doanh tất cả các ngành hàng mà pháp luật không cấm, tự do lựa chọn các loại hình tổ chức và quy mô kinh doanh. Khuyến khích thương mại tư nhân thành lập các doanh nghiệp có quy mô lớn để có khả năng mở rộng và phát triển thị trường trong và ngoài nước, đồng thời khuyến khích thành phần kinh tế này kinh doanh những mặt hàng, ở những lĩnh vực, những khâu lưu thông mà thương mại Nhà nước không nhất thiết phải kinh doanh hoặc kinh doanh không có hiệu quả.

Tăng cường và từng bước hoàn thiện công tác quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội nhằm tạo các điều kiện và môi trường thuận lợi để thị trường và các hoạt động thương mại - dịch vụ trên địa bàn phát triển đúng hướng và tăng tốc độ như: chỉ đạo, hướng dẫn việc đào tạo và bồi dưỡng xây dựng đội ngũ lao động thương mại, hình thành và phát triển hệ thống thông tin thương mại, hướng dẫn và kiểm tra, kiểm soát việc thực hiện các chính sách, pháp luật và chế độ thương mại.

3.2.2. Phương hướng phát triển xuất khẩu hàng hoá và dịch vụ

3.2.2.1. Định hướng xuất khẩu hàng hoá

Chuyển dịch mạnh cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng tăng tỷ trọng sản phẩm chế biến và sản phẩm có giá trị gia tăng cao; tăng tỷ trọng sản phẩm dịch vụ xuất khẩu. Đến năm 2010 sản phẩm chế biến chiếm 60%, dịch vụ chiếm 20% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Thành phố.

Đẩy mạnh thu hút đầu tư trong và ngoài nước vào sản xuất, chế biến sản

phẩm xuất khẩu, khuyến khích mọi thành phần kinh tế tham gia sản xuất sản phẩm xuất khẩu hoặc thay thế nhập khẩu; tăng tỷ lệ đóng góp của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài (FDI) lên khoảng 50% trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Thành phố vào năm 2010.

Tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng của các nhóm sản phẩm có lợi thế, có tốc độ tăng trưởng, có tỷ trọng lớn trong cơ cấu xuất khẩu; đồng thời tập trung phát triển mạnh các nhóm sản phẩm mặc dù còn đang chiếm tỷ trọng thấp trong cơ cấu xuất khẩu nhưng có giá trị gia tăng lớn, hoặc có tốc độ tăng trưởng cao. Tập trung phát triển mạnh các loại hình dịch vụ trình độ cao, chất lượng cao tạo điều kiện cho phát triển xuất khẩu dịch vụ.

Bảng 3.1: Định hướng một số nhóm hàng xuất khẩu chủ lực của Hà Nội đến năm 2020

Đơn vị : triệu USD

Nhóm hàng	2005	2010	2015	2020	Thị trường
Nông sản	606,6	883,0	1.358,0	2.200,0	EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc, Nga, ASEAN
Dệt – May	581,0	862,0	1.971,0	3.000,0	EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản
Da - Giày	110,0	217,0	437,0	750,0	EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản
Thủ công mỹ nghệ	100,6	238,0	593,0	850,0	EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Nga, Trung Quốc
Điện tử, Tin học, viễn thông	649,7	2.612,0	5.253,0	7.500,0	Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU, SNG, ASEAN, Hàn Quốc, Châu Phi
Cơ Kim khí	103,4	237,0	450,0	750,0	Trung Quốc, ASEAN, Tây Nam Á, châu Phi
Vật liệu xây dựng cao cấp	-	60,0	200,0	400,0	EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản, Trung Quốc

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

Tập trung phát triển thị trường cho các sản phẩm có sức cạnh tranh lớn, có giá trị gia tăng cao hoặc các nhóm sản phẩm có tỷ trọng kim ngạch lớn. Duy trì, giữ vững các thị trường xuất khẩu trọng điểm: Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU, ASEAN, Trung Quốc, đồng thời chủ động thâm nhập, phát triển thêm các thị trường mới: Châu Phi, các nước Đông Âu, các nước thuộc Liên Xô cũ. Trong các thị trường trên, thị trường Hoa Kỳ, EU, Trung Quốc, Nhật Bản, ASEAN, Hàn Quốc giữ vị trí hết sức quan trọng trong giai đoạn tới, cần tập trung các biện pháp, cơ chế chính sách thúc đẩy xuất khẩu vào các thị trường này. Đồng thời, cần tích cực thâm nhập các thị trường mới: Bắc Mỹ, Tây Nam á, Châu Phi, Châu Mỹ La Tinh để thực hiện đa phương hoá thị trường, đẩy mạnh tăng trưởng xuất khẩu một cách bền vững.

**Bảng 3.2: Định hướng cơ cấu thị trường xuất khẩu của Hà Nội
theo các khu vực đến năm 2020**

Đơn vị: %

Châu lục		2005	2010	2015	2020
Châu Á	Hà Nội	50,91	47 - 48	44 - 45	45 - 46
	<i>Cả nước</i>	<i>50,5</i>	<i>45,5</i>		
Châu Âu	Hà Nội	23,31	24 - 25	25 - 26	27- 28
	<i>Cả nước</i>	<i>18,1</i>	<i>22,0</i>		
Châu Mỹ	Hà Nội	20,82	22 - 23	23 - 25	25- 26
	<i>Cả nước</i>	<i>21,3</i>	<i>24,0</i>		
Châu Phi	Hà Nội	3,73	4	5	6
	<i>Cả nước</i>	<i>2,1</i>	<i>2,8</i>		
Châu Đại Dương	Hà Nội	1,23	2 - 3	3	4
	<i>Cả nước</i>	<i>8,0</i>	<i>7,7</i>		

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

3.2.2.2. Định hướng phát triển xuất khẩu dịch vụ

Xuất khẩu dịch vụ của Hà Nội trong thời gian tới nên tập trung vào những ngành sau đây:

+ Du lịch

Du lịch sẽ là lĩnh vực dẫn đầu về tỷ trọng trong cơ cấu dịch vụ xuất khẩu của Hà Nội trong giai đoạn 2006 - 2010 với tốc độ tăng trưởng bình quân 16 - 18%/năm (cao hơn mức bình quân dự kiến của cả nước là 10,4%/năm); đến năm 2010, Hà Nội đón tiếp 2,0 - 2,2 triệu lượt khách quốc tế. Tiếp tục phát huy vai trò một trung tâm du lịch, trung tâm phân phối du khách lớn nhất của khu vực phía Bắc, trung tâm du lịch lớn của cả nước; từng bước xây dựng Hà Nội thành một trung tâm du lịch, một điểm đến có tên tuổi trong khu vực và thế giới.

+ Xuất khẩu lao động và chuyên gia

Coi xuất khẩu lao động và chuyên gia là hướng trọng tâm trong thời gian tới để tăng kim ngạch xuất khẩu dịch vụ, đồng thời giúp giải quyết việc làm, tăng thu nhập cho người lao động Thủ đô. Xây dựng Hà Nội thành một trong những đầu mối quan trọng của cả nước về xuất khẩu lao động và chuyên gia.

+ Xuất khẩu phần mềm; dịch vụ tài chính, ngân hàng, bảo hiểm; bưu chính viễn thông; vận tải hàng không; dịch vụ hỗ trợ các nhà đầu tư nước ngoài

Từng bước đưa những dịch vụ này thành các ngành dịch vụ xuất khẩu quan trọng của Thành phố. Định hướng cho các doanh nghiệp, hiệp hội ngành nghề thuộc các lĩnh vực này xây dựng kế hoạch phát triển tăng tốc, hướng ra thị trường quốc tế trong thời gian tới.

+ Một số dịch vụ mới, có tiềm năng xuất khẩu: y tế; giáo dục; tư vấn; dịch thuật; hỗ trợ sản xuất và phát hành các sản phẩm văn hoá; tổ chức hội nghị, hội thảo quốc tế,... Cần tiếp tục đầu tư nâng cao chất lượng, hướng theo tiêu chuẩn quốc tế đối với các dịch vụ này nhằm đưa các dịch vụ này thành

dịch vụ xuất khẩu trong 5 - 10 năm tới.

Bảng 3.3: Định hướng thị trường xuất khẩu trọng điểm của Hà Nội đến năm 2020

Đơn vị: %

TT	Thị trường	2005	2010	2015	2020
1	EU (25)	18,8	21 - 22	22 - 23	23 - 24
2	Hoa Kỳ	14,0	17 - 18	19 - 20	20 - 21
3	Nhật Bản	13,0	13 - 13,5	14 - 15	15 - 16
4	ASEAN	16,4	14 - 15	13 - 14	13 - 14
5	Trung Quốc	11,7	12 - 13	12 - 13	13 - 14
6	Hàn Quốc	2,7	3,0	3,0	3,0
7	Nga, SNG	2,0	1,5 - 2,0	2,0	2,0
8	Australia	0,5	1,0	1,5	1,5
9	Nam Phi	0,3	1,0	1,5	2,0

Nguồn: Sở Thương mại Hà Nội

3.2.3. Định hướng phát triển thương mại nội địa

Trọng tâm là hình thành cấu trúc cân đối, hợp lý giữa các khu thương mại ở trung tâm Thành phố, khu thương mại ở các khu dân cư và ở các huyện (như khu trung tâm thương mại của Thành phố, của các quận, huyện và khu thương mại ở từng khu dân cư). Phát triển các doanh nghiệp kinh doanh chuỗi để thu hút nhiều nguồn đầu tư đa dạng cho phát triển mạng lưới phân phối hiện đại và thu hút nhiều hàng hoá có thương hiệu nổi tiếng, trong đó cần chú trọng phát triển các chuỗi liên kết theo phương thức nhượng quyền kinh doanh và các chuỗi liên kết tự nguyện của các siêu thị nhỏ, các cửa hàng chuyên doanh và cửa hàng bách hoá để tăng cường năng lực cạnh tranh cho

họ.

Quy hoạch phát triển các hình thức bán lẻ mới như Trung tâm thương mại, Trung tâm mua sắm, siêu thị tổng hợp và siêu thị chuyên doanh (như siêu thị thực phẩm, điện máy, dụng cụ gia đình...) cũng như siêu thị dạng kho hàng... và có chính sách, biện pháp khuyến khích đầu tư vào những hình thức này. Đồng thời cũng chú trọng phát triển mạng lưới các cửa hàng tiện lợi (Thời gian kinh doanh dài hoặc cả ngày) gần kề ở các khu dân cư; cho phép và khuyến khích, giúp đỡ những cửa hàng, quầy hàng, tiệm tạp hoá thành lập những liên minh kinh doanh, thống nhất trong mua và bán với mục tiêu đảm bảo cung ứng hàng rẻ, chất lượng tốt và tiện lợi cho dân cư. Cần khuyến khích các doanh nghiệp quy mô lớn mua hoặc sáp nhập những cửa hàng hoặc siêu thị nhỏ để phát triển mạng lưới các siêu thị, cửa hàng tiện lợi.

Điều chỉnh, sắp xếp và nâng cấp thương nghiệp truyền thống, như hạn chế sự phát triển tràn lan của các quầy, tiệm tạp hoá ở khắp nơi hiện nay thông qua khống chế quy mô và số lượng của loại hình này ở từng khu vực, khuyến khích các cửa hàng bách hoá lớn mua hoặc sáp nhập những tiệm tạp hoá nhỏ để thành doanh nghiệp lớn có thương hiệu, khuyến khích các siêu thị, cửa hàng nhỏ chuyển đổi thành các siêu thị chuyên doanh, các quầy, tiệm tạp hoá nhỏ gia nhập các liên minh mua bán hàng hoá.

Phát triển phương thức hiện đại bán hàng tiêu dùng theo hướng khuyến khích bán hàng qua các Tổng đại lý hoặc nhượng quyền thương mại, bao gồm cả các chức năng chế biến, gia công, lắp đặt, dự trữ và áp dụng thương mại điện tử. Khuyến khích phát triển phương thức kinh doanh chuỗi trên cơ sở liên kết và liên doanh của những nhà kinh doanh nhỏ. Phát triển các chợ bán lẻ hàng công nghiệp tiêu dùng thành các siêu thị tổng hợp hoặc chuyên doanh, phát triển các Trung tâm bán buôn hiện đại, phát triển mạng lưới các khu logistics tập trung để cung cấp đồng bộ các dịch vụ hậu cần phân phối.

Khuyến khích và hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại phát triển mạng lưới và trở thành kênh phân phối chủ yếu hàng công nghiệp tiêu dùng ở thị trường nông thôn. Nâng cấp và mở rộng mạng lưới chợ bán lẻ ở địa bàn các xã, khuyến khích các thương nhân hoạt động trong chợ thành lập các liên minh mua bán hàng hoá, lấy chợ làm hạt nhân để tổ chức khu vực xung quanh chợ tạo cơ sở cho các chuỗi cửa hàng tiện lợi, chuyên doanh và tổng hợp phát triển.

Phát triển khu thương mại - dịch vụ tổng hợp.

- *Phát triển hệ thống thị trường hàng tư liệu sản xuất*

- + Sàn giao dịch thương mại điện tử.
- + Thị trường giao dịch kỳ hạn.
- + Các trung tâm bán buôn.
- + Các doanh nghiệp bán buôn lớn.
- + Cung ứng trực tiếp từ sản xuất đến tiêu dùng cuối cùng.

Phát triển đa dạng các hình thức bán buôn theo hướng khuyến khích đầu thầu mua sắm với sản phẩm chủ yếu, khối lượng lớn và cung ứng hàng hoá trực tiếp để giảm chi phí. Khuyến khích và hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp bán buôn quy mô lớn của tư nhân, phát triển các trung tâm giao dịch nguyên, phụ liệu cho từng ngành sản phẩm, khuyến khích và hỗ trợ giao dịch giữa các hệ thống theo mạng trên cơ sở thành lập các sàn giao dịch thương mại điện tử và thị trường giao dịch kỳ hạn.

- *Phát triển hệ thống thị trường nông sản*

- + Chợ truyền thống.
- + Chợ bán buôn, chợ đấu giá.

- + Chợ thu mua nông sản.
- + Thị trường giao sau.
- + Trung tâm xuất, nhập khẩu hàng nông sản.

Khuyến khích phát triển các chợ bán buôn, bán lẻ truyền thống thành các siêu thị tổng hợp, siêu thị bán buôn nông sản quy mô lớn, khuyến khích và hỗ trợ các siêu thị, chuỗi cửa hàng thực phẩm ở Thành phố mua hàng trực tiếp ở nông thôn và khuyến khích, hỗ trợ các nhà sản xuất, nhà cung ứng bán nông sản vào các siêu thị, cửa hàng ở Thành phố. Phát triển các chợ trung tâm bán buôn nông sản hiện đại theo hướng mua bán chuyên nghiệp và đấu giá, thanh toán qua hệ thống điện tử để gắn kết doanh nghiệp với các nhà sản xuất nông sản, trung tâm xuất, nhập khẩu hàng nông sản.

3.3. QUAN ĐIỂM VÀ ĐỊNH HƯỚNG HOÀN THIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI ĐẾN NĂM 2020

3.3.1. Quan điểm hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội

Thứ nhất, hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại phải đảm bảo bám sát các nguyên tắc kinh tế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, phù hợp với các cam kết hội nhập kinh tế quốc tế và với điều kiện thực tế của Hà Nội

Trong bối cảnh đất nước đang chuyển mạnh sang xây dựng nền kinh tế thị trường và tham gia hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, đánh dấu bằng việc Việt Nam đã trở thành thành viên của Tổ chức thương mại thế giới WTO vào tháng 11/2006, quản lý hoạt động thương mại nói riêng và quản lý kinh tế nhà nước nói chung dù ở cấp quốc gia, hay ở mỗi địa phương đều phải đảm bảo sự tuân thủ các nguyên tắc của kinh tế thị trường, phù hợp với các

cam kết hội nhập quốc tế và thông lệ thế giới. Hơn nữa, là Thủ đô, các hoạt động quản lý thương mại trên địa bàn Hà Nội còn cần phù hợp với điều kiện thực tiễn địa phương, cũng như tinh thần pháp lệnh Thủ đô. Tất cả nhằm tạo môi trường thuận lợi và lành mạnh cho hoạt động thương mại, đảm bảo sự phát triển của kinh tế Thủ đô theo đúng định hướng và mục tiêu được Đảng, chính quyền các cấp đã đặt ra. Quản lý Nhà nước về thương mại sẽ phải tôn trọng những nguyên tắc của kinh tế thị trường theo các luật và quy định của WTO như sau:

(1) *Thương mại không có phân biệt đối xử.* Nguyên tắc này yêu cầu các nước thành viên phải dành cho các thành viên WTO quy chế Đãi ngộ tối huệ quốc (MNF) (tức là không phân biệt đối xử giữa hàng hoá và dịch vụ nhập khẩu của các thành viên khác nhau) và quy chế Đối xử quốc gia (NT) (yêu cầu mỗi nước thành viên không được phân biệt đối xử giữa hàng hoá và dịch vụ nhập khẩu và trong nước).

(2) *Thương mại ngày càng tự do hơn:* Thông qua đàm phán, các nước thành viên phải từng bước cắt giảm mức thuế quan, dỡ bỏ các hàng rào phi thuế quan. WTO yêu cầu các nước thành viên chỉ bảo hộ bằng thuế quan trong lĩnh vực thương mại hàng hoá, không được sử dụng các hạn chế định lượng (trừ một số ít trường hợp được quy định chặt chẽ) mà phải thuế quan hoá các hạn chế này.

(3) *Đảm bảo tính dễ dự đoán trong chính sách thương mại* (thông qua các yêu cầu ràng buộc thuế quan và minh bạch hoá chính sách). Yêu cầu ràng buộc thuế quan bảo đảm các thành viên không được nâng mức thuế suất cao hơn mức thuế đã được cam kết. Yêu cầu về minh bạch buộc các thành viên phải ban hành rộng rãi các quy định về thương mại ở nước mình, phải xây dựng và duy trì các thể chế cho phép rà soát các quyết định quản lý có tác động tới thương mại, trả lời yêu cầu về thông tin của các thành viên khác và

thông báo về những thay đổi trong chính sách thương mại cho WTO.

(4) *Tăng cường cạnh tranh lành mạnh*: Cấm sử dụng các dạng trợ cấp, ưu đãi làm méo mó thương mại, trong đó có ưu đãi cho các doanh nghiệp thương mại nhà nước); thực hiện các nguyên tắc MFN và NT; chống hành vi bán phá giá; bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ; thực hiện quy chế về mua sắm của Chính phủ (hiệp định nhiều bên,...).

(5) *Khuyến khích phát triển và cải cách kinh tế*. Hệ thống của WTO góp phần vào phát triển kinh tế của các thành viên. Tuy nhiên, để tạo điều kiện thuận lợi hơn, các quy định của WTO dành một số ưu đãi đặc biệt cho các nước đang phát triển (và chuyển đổi). Các nước thuộc nhóm này được hưởng quy chế đặc biệt và khác biệt (SDT) như ưu tiên trong thực hiện một số ràng buộc với mức độ cắt giảm thuế quan ít hơn; thời gian thực hiện việc cắt giảm thuế quan lâu hơn; được miễn không phải thực hiện các nghĩa vụ thành viên; được hưởng mức độ cam kết thấp hơn; được hưởng ưu đãi hơn trong vấn đề tự vệ; miễn, giảm bớt nghĩa vụ trong việc thực hiện TRIPs, TRIMs, GATS;...

Thứ hai, coi thương nhân và bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng là trung tâm của hoạt động quản lý Nhà nước đối với thương mại

Trong bối cảnh toàn cầu hoá và hội nhập quốc tế sự giàu mạnh của một số quốc gia khởi nguồn từ sự giàu mạnh của các doanh nghiệp, cụ thể hơn là từ năng lực của những người đứng đầu doanh nghiệp. Vì thế, khi đất nước ta đang phải đối diện với những thách thức gay gắt của nền kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế, việc đặt đội ngũ thương nhân vào trung tâm của sự phát triển không còn là ý muốn chủ quan mà là đòi hỏi khách quan.

Để xây dựng thành công sự nghiệp CNH, HĐH ở nước ta, chúng ta phải phát triển đội ngũ thương nhân đông về số lượng, có ý chí làm giàu, có tâm với dân tộc và đất nước, giỏi về kinh doanh mang tầm cỡ quốc tế. Do vậy, QLNN

đối với hoạt động thương mại phải luôn đặt thương nhân vào vị trí trung tâm để tạo điều kiện thuận lợi nhất cho họ hoạt động, làm cho cái mới không ngừng được sản sinh, làm động lực để phát triển kinh tế đất nước trong bối cảnh hội nhập toàn cầu, trong đó cần chú ý đến các khía cạnh:

+ Nhà nước hỗ trợ thương nhân trong phát triển sản xuất - kinh doanh, hỗ trợ XTTM (quảng cáo, hội chợ, triển lãm, khuyến mại, giới thiệu hàng hoá...), cung cấp thông tin kinh tế - thương mại, thông tin thị trường trong và ngoài nước, thông tin giá cả thị trường...

+ Nhà nước định hướng cho phát triển tất cả các loại hình thương nhân để chủ động trong hội nhập và đảm bảo tính độc lập tự chủ của nền kinh tế, đảm bảo công bằng về quyền của thương nhân trước pháp luật.

+ Mục tiêu quan trọng hàng đầu là nâng cao hiệu lực và hiệu quả QLNN đối với hoạt động thương nhân trên nhiều phương diện, tăng cường kỷ cương phép nước, phát huy tích cực, hạn chế tiêu cực của cơ chế thị trường và tôn trọng hơn nữa các quy luật của nền kinh tế thị trường.

+ Bảo đảm sự bình đẳng và công bằng về quyền và nghĩa vụ trước pháp luật đối với mọi thương nhân, các thương nhân cùng sản xuất - kinh doanh trên cơ sở một hệ thống luật pháp, chính sách thống nhất, minh bạch, công khai, có thể tiên liệu được.

Thứ ba, đảm bảo sự đồng bộ, hệ thống và tính thống nhất trong thực thi nội dung quản lý thương mại ở mọi ngành, mọi cấp nhằm nâng cao hiệu lực quản lý Nhà nước đối với thương mại và thị trường

Phát triển hoạt động thương mại một cách nhanh và bền vững đòi hỏi cơ chế, chính sách được xây dựng một cách có hệ thống, đồng bộ, thống nhất giữa Bộ Công Thương và các Bộ, ngành liên quan như: Nông nghiệp, Tài

chính, Ngân hàng, Kế hoạch và đầu tư... Không thể để tình trạng các chủ trương của Chính phủ không được tổ chức thực hiện (chủ trương về rà soát và điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển thương mại của cả nước chưa được triển khai được do chưa có kinh phí, xây dựng cửa hàng bán lẻ xăng dầu đã được phê duyệt nhưng nhiều địa phương và một số ngành vẫn cho phép xây dựng ở những nơi không có quy hoạch, hoặc không bố trí cho thuê đất để xây dựng cửa hàng ở những địa điểm mới...).

Thứ tư, kết hợp chặt chẽ quản lý các hoạt động thương mại theo ngành, địa phương và vùng lãnh thổ

Hoạt động thương mại có đặc điểm ở chỗ nó có thể diễn ra ở khắp mọi nơi khi có sự gặp gỡ giữa cung và cầu và khả năng thanh toán, có liên quan đến nhiều cơ quan quản lý thuộc các ngành, các cấp khác nhau. Nguyên tắc kết hợp ngành, địa phương và vùng lãnh thổ không mâu thuẫn với nguyên tắc hệ thống và đồng bộ, mà là sự thể hiện mối quan hệ chặt chẽ giữa tập trung và dân chủ trong quản lý kinh tế đòi hỏi một mặt phải tập trung và thống nhất những vấn đề có tính chất chiến lược và chính sách lớn, có phạm vi ảnh hưởng rộng rãi đến toàn bộ các hoạt động thương mại của quốc gia về một đầu mối thống nhất là Chính phủ và Bộ Công thương. Mặt khác, phải phân công và phân cấp rõ ràng cho các ngành và các địa phương nhằm vừa phát huy tính chuyên nghiệp của ngành, tính năng động và sáng tạo của địa phương và cơ sở cho phù hợp với đặc thù của từng địa phương. Cũng cần phải nhấn mạnh rằng, nguyên tắc này cũng đòi hỏi việc phân công và phân cấp phải đi liền với định hướng, kiểm tra và giám sát, tránh buông lỏng quản lý sau phân công.

Thứ năm, đảm bảo sự hài hoà các lợi ích kinh tế trong đổi mới nội dung cơ chế và chính sách thương mại

Trong điều kiện kinh tế thị trường, xuất phát từ khả năng tự điều chỉnh

của kinh tế thị trường và vai trò của các đòn bẩy kinh tế trong quản lý kinh tế, các chủ thể tham gia hoạt động kinh tế nói chung và hoạt động thương mại nói riêng đều nhằm vào việc tìm kiếm lợi nhuận và các lợi ích kinh tế. Nếu xuất hiện khả năng và cơ hội mang lại lợi ích kinh tế cao thì các chủ thể kinh tế đều có thể sẵn sàng tham gia hoạt động, đặc biệt là trong lĩnh vực thương mại.

Xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách thương mại phải chú trọng tới nguyên tắc lợi ích kinh tế theo hướng đề ra các chính sách, cơ chế đủ sức hấp dẫn để thu hút được đầu tư của xã hội, phải có sự nhận thức đầy đủ và đúng đắn về vai trò của thương mại đối với phát triển kinh tế. Là một lĩnh vực, một ngành kinh tế quan trọng trong nền kinh tế quốc dân thương mại phải được hưởng các chính sách ưu đãi về đất đai, về vay vốn kinh doanh, về thuế như các ngành sản xuất vật chất khác. Khi xây dựng và hoàn thiện chính sách phải kết hợp hài hoà giữa 3 loại lợi ích: lợi ích toàn xã hội (lợi ích của nhà nước), lợi ích của doanh nghiệp và lợi ích của người lao động. Lợi ích của Nhà nước cần phải đặt lên trên hết nhưng trong những trường hợp cần thiết, có thể ban đầu Nhà nước cần phải tạm gác lợi ích đó sau để cho các lợi ích kia trỗi dậy và biến thành sức mạnh kinh tế thực sự, có như vậy mới kích thích được phát triển thương mại theo đúng định hướng.

Thứ sáu, nội dung quản lý Nhà nước về thương mại phải đảm bảo tính công khai, minh bạch và ổn định

Trong quá trình xây dựng cơ chế, chính sách thương mại, một số yếu tố trong tương lai có thể, chưa thể dự báo được nên nhiều chính sách, cơ chế phải được rà soát, điều chỉnh thường xuyên cho phù hợp với thực tiễn. Việc thay đổi chính sách một cách thường xuyên gây khó khăn cho doanh nghiệp trong việc định hướng kinh doanh lâu dài. Trong khuôn khổ các quy định của

Tổ chức thương mại thế giới, việc hoạch định chính sách phải đảm bảo tính minh bạch, ổn định và có thể dự liệu trước. Để bảo đảm cho thương mại phát triển nhanh và bền vững, việc điều chỉnh và hoàn thiện chính sách cần đáp ứng được các yêu cầu trên. Đây không chỉ là đòi hỏi mang tính lý thuyết, mà là yêu cầu có tính nguyên tắc trong hội nhập kinh tế quốc tế.

3.3.2. Phương hướng hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội

Thứ nhất, tiếp tục giảm thiểu thủ tục hành chính phiền hà theo hướng hỗ trợ và phục vụ thương nhân, QLNN bằng pháp luật và theo quy luật của thị trường. Trên cơ sở các quy luật vốn có của thị trường mà Nhà nước sử dụng công cụ pháp luật cùng với sử dụng các phương pháp quản lý để đạt kết quả cao nhất trong việc quản lý hoạt động của thương nhân. Đó là việc vận dụng quy luật của kinh tế thị trường thông qua pháp luật để thực hiện việc quản lý hoạt động của thương nhân.

Để không vi phạm các nguyên tắc của WTO, thời gian tới trong công tác QLNN đối với hoạt động của thương nhân là đổi mới phương thức quản lý từ trợ cấp trực tiếp hiện nay sang hỗ trợ gián tiếp, đổi mới từ hỗ trợ đầu vào như hiện nay chuyển sang hỗ trợ đầu ra... Đội ngũ thương nhân nước ta bấy lâu nay vẫn thường có tâm lý ỷ lại, hoặc chờ đợi vào sự trợ cấp trực tiếp từ phía Nhà nước. Bên cạnh đó còn do những chính sách từ phía Chính phủ ban hành nhằm hỗ trợ thương nhân đẩy mạnh xuất khẩu.

Thứ hai, nâng cao hiệu lực và năng lực của bộ máy QLNN từ trung ương đến địa phương mà trọng tâm là địa phương, đồng thời bảo đảm sự bình đẳng về quyền và nghĩa vụ của mọi đối tượng tham gia thị trường và thực hiện tự do hoá thương mại, không phân biệt đối xử giữa các thành phần kinh tế. Tiếp tục đẩy mạnh công cuộc cải cách hành chính, giảm thủ tục, giảm

phiền hà, chống nhủng nhiều và gây cản trở cho những hoạt động thương mại lành mạnh, hợp pháp đi đôi với tăng cường các hoạt động hậu kiểm.

Thứ ba, cần coi trọng thu hẹp khoảng cách phát triển thương mại giữa thành thị và nông thôn, cũng như tăng cường đào tạo thương nhân có tầm kinh doanh toàn cầu và thực hiện chất lượng quản lý đối với các cơ quan QLNN, theo kiểu áp dụng tiêu chuẩn ISO đối với các cơ quan QLNN các cấp. Trong quá trình Đổi mới, xây dựng nền kinh tế thị trường hiện đại ở Việt Nam và tham gia hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế khu vực và thế giới, thị trường Việt Nam sẽ hội nhập với thị trường thế giới theo nguyên lý của bình thông nhau và các công cụ thị trường sẽ ngày càng phát huy tác dụng điều tiết nền kinh tế. Mặt tích cực của kinh tế thị trường là tự do cạnh tranh sẽ dẫn đến sự phân bổ nguồn lực của xã hội một cách hiệu quả hơn, thúc đẩy sản xuất, kinh doanh phát triển. Tuy nhiên, dù là kinh tế thị trường tự do như Hoa Kỳ thì vẫn cần có sự QLNN và vai trò điều tiết của nhà nước đối với thị trường vẫn rất quan trọng để duy trì sự ổn định và phát triển kinh tế xã hội nhằm thực hiện các mục tiêu phát triển quốc gia. Mặt trái của kinh tế thị trường là việc tạo ra sự mất cân bằng trong nền kinh tế và đặt ra những vấn đề xã hội nghiêm trọng khi mà khoảng cách giàu nghèo tăng lên, chênh lệch về trình độ phát triển giữa nông thôn và thành thị ngày càng lớn và các nước, các vùng chậm phát triển có xu hướng bị đặt ra ngoài lề của sự phát triển... Vì vậy, QLNN về thương mại ở nước ta, nhất là ở Thủ đô Hà Nội càng cần quan tâm tới sự phát triển cân bằng và hài hoà thương mại.

3.4. GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN NỘI DUNG QUẢN LÝ NHÀ NƯỚC VỀ THƯƠNG MẠI HÀNG HOÁ TRÊN ĐỊA BÀN HÀ NỘI ĐẾN NĂM 2020

3.4.1. Hoàn thiện cơ chế, chính sách quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn Hà Nội

Một trong những biện pháp triển khai chức năng quản lý trên địa bàn của

Sở Thương mại là thông qua quận, huyện để đến với cơ sở kinh doanh thương mại trên địa bàn và nắm thông tin về tình hình và kết quả thực hiện. Có thể coi cấp quận, huyện là cấp trực tiếp của cơ sở kinh doanh, nên tổ chức bộ máy giúp việc cho UBND quận, huyện rất cần được nghiên cứu cải tiến, đảm bảo hiệu quả công tác, hiệu lực quản lý. Về cấp phường, xã, thị trấn, hiện không có lực lượng trực tiếp làm nhiệm vụ quản lý Nhà nước về thương mại tại địa bàn cơ sở phường, xã, thị trấn, nên cần nghiên cứu tổ chức lực lượng tại chỗ theo quy mô và hình thức thích hợp.

Phân định rõ chức năng quản lý hành chính Nhà nước và chức năng quản lý sản xuất kinh doanh, theo hướng xoá bỏ dần chế độ bộ chủ quản và chính quyền hành chính chủ quản. Xoá bỏ tình trạng quản lý chồng chéo, đồng thời Nhà nước tập trung nhiều hơn vào việc xây dựng và hoàn thiện khung pháp lý, tạo hành lang thuận lợi và thông thoáng cho các doanh nghiệp hoạt động.

Đổi mới và hoàn thiện khung pháp lý, tháo gỡ mọi trở ngại về cơ chế chính sách và thủ tục hành chính nhằm phát triển kinh tế nhiều thành phần, nhiều hình thức sở hữu, huy động tối đa mọi nguồn lực, tạo sức bật mới cho phát triển sản xuất, kinh doanh trên địa bàn Thành phố.

Tiếp tục hoàn thiện môi trường kinh doanh thuận lợi cho thị trường và hoạt động thương mại trên địa bàn Thành phố phát triển, như: xây dựng kết cấu hạ tầng (đường giao thông, điện nước, thông tin liên lạc, các trung tâm thương mại...) tạo điều kiện cho thị trường và thương mại Thành phố phát triển...

Mở rộng phân công lao động, thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế, cơ cấu lao động trên địa bàn Thành phố theo hướng CNH, HĐH. Phát triển kinh tế thị trường cũng như thương mại Thành phố cần khai thác mọi nguồn lực, phát triển nhiều ngành nghề, sử dụng có hiệu quả các cơ sở vật chất kỹ thuật,

vốn và tạo nhiều việc làm cho người lao động, tăng thu nhập của dân cư, tăng sức mua trên thị trường Thành phố.

Tạo lập và phát triển đồng bộ các yếu tố của thị trường, tiếp tục phát triển các loại thị trường như thị trường hàng hoá và dịch vụ (bao gồm cả tư liệu sản xuất, tư liệu sinh hoạt, dịch vụ cho sản xuất, dịch vụ cho đời sống), thị trường sức lao động, thị trường vốn (cả vốn ngắn hạn và vốn dài hạn), thị trường bất động sản, thị trường công nghệ, thông tin, sở hữu trí tuệ,... để có cơ chế thị trường hoạt động năng động, có hiệu quả, có trật tự, kỷ cương trong môi trường lành mạnh, công khai, minh bạch, hạn chế và kiểm soát độc quyền trong kinh doanh. Khuyến khích nhiều người sẵn sàng trở thành nhà kinh doanh, bảo đảm quyền tự chủ sản xuất, kinh doanh của các doanh nghiệp, bảo đảm sự cạnh tranh lành mạnh giữa các thành phần kinh tế.

Đào tạo đội ngũ cán bộ quản lý Nhà nước về kinh tế và các nhà kinh doanh giỏi, đáp ứng yêu cầu của nền kinh tế thị trường hiện đại.

Mở rộng và nâng cao hiệu quả kinh tế đối ngoại, theo hướng đa dạng hoá, đa phương hoá với nhiều hình thức đa dạng, linh hoạt, hiệu quả, tranh thủ các nguồn lực, kỹ thuật công nghệ phục vụ cho sự nghiệp CNH, HĐH trên địa bàn Thành phố.

Tăng cường hoạt động kiểm tra, kiểm soát của Thành phố, phát hiện và phòng ngừa có hiệu quả tệ nạn tham nhũng, tiêu cực, gian lận thương mại làm rối loạn thị trường trên địa bàn Thành phố.

3.4.2. Giải pháp nâng cao năng lực quản lý của cơ quan quản lý nhà nước về thương mại của Hà Nội

Hiện tại, cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn - Sở Thương mại Hà Nội là cơ quan chuyên môn thuộc Ủy ban nhân dân Thành phố thực hiện chức năng quản lý Nhà nước về công tác thương mại và thực

hiện nhiệm vụ, quyền hạn về hoạt động thương mại trong việc thực hiện chính sách pháp luật, nhiệm vụ của các cơ quan, tổ chức, cá nhân trong phạm vi quản lý Nhà nước của Ủy ban nhân dân Thành phố; Sở Thương mại chịu sự chỉ đạo trực tiếp của Chủ tịch Ủy ban nhân dân Thành phố đồng thời chịu sự chỉ đạo, hướng dẫn và kiểm tra chuyên môn nghiệp vụ về thương mại của Bộ Công thương.

Với chức năng đó, cần đảm bảo trên thực tế các nhiệm vụ và quyền hạn của cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại Hà Nội tập trung vào các nội dung sau:

- Trình UBND Thành phố Hà Nội ban hành các quyết định, chỉ thị quản lý Nhà nước về thương mại thuộc phạm vi quản lý của địa phương và phân cấp của Bộ Công thương; chịu trách nhiệm về nội dung các văn bản đã trình.

- Trình UBND Thành phố Hà Nội quy hoạch, kế hoạch dài hạn, 5 năm và hàng năm, các chương trình, dự án quan trọng về các lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý của Sở phù hợp với quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội của Thủ đô Hà Nội và quy hoạch phát triển ngành của Bộ Công thương.

- Trình UBND Thành phố quyết định việc phân công, phân cấp hoặc ủy quyền quản lý về lĩnh vực thương mại đối với UBND quận, huyện và các cơ quan chuyên môn thuộc UBND Thành phố theo quy định của pháp luật.

- Tổ chức chỉ đạo, hướng dẫn, kiểm tra việc thực hiện các văn bản quy phạm pháp luật, quy hoạch, kế hoạch phát triển, các chương trình, dự án về thương mại đã được phê duyệt; thông tin, tuyên truyền, phổ biến, giáo dục pháp luật về các lĩnh vực thuộc phạm vi quản lý của Sở.

- Chịu trách nhiệm hướng dẫn và tổ chức thực hiện các quy hoạch, kế hoạch, chính sách phát triển mạng lưới kết cấu hạ tầng thương mại bao gồm: các loại hình chợ, các trung tâm thương mại, hệ thống các siêu thị, hệ thống

cửa hàng kinh doanh xăng dầu, hợp tác xã thương mại, hệ thống đại lý thương mại và các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại khác.

- Chủ trì phối hợp với các cơ quan chuyên môn cùng cấp hướng dẫn và tổ chức thực hiện các cơ chế, chính sách khuyến khích thương nhân thuộc các thành phần kinh tế mở rộng mạng lưới kinh doanh, phát triển các mối liên kết kinh tế trong quá trình lưu thông, giữa lưu thông với sản xuất, hình thành các kênh lưu thông hàng hoá ổn định từ sản xuất đến tiêu dùng ở địa phương.

- Tổ chức hướng dẫn, triển khai và kiểm tra việc thực hiện các cơ chế, chính sách lưu thông hàng hoá và dịch vụ thương mại; tổng hợp tình hình và đề xuất giải pháp điều tiết lưu thông hàng hoá trong từng thời kỳ.

- Tổng hợp và xử lý các thông tin về thị trường trên địa bàn Thành phố về tổng mức lưu chuyển hàng hoá, tổng cung, tổng cầu, mức dự trữ lưu thông và biến động giá cả của các mặt hàng tiêu dùng thiết yếu.

- Tổ chức và quản lý việc cấp các loại giấy chứng nhận về hàng hoá lưu thông trong nước, dịch vụ thương mại và hoạt động kinh doanh thương mại của thương nhân trên địa bàn theo quy định của pháp luật.

- Hướng dẫn và kiểm tra tình hình thực hiện các cơ chế, chính sách về xuất khẩu nhập khẩu hàng hoá; lập kế hoạch và biện pháp thực hiện kế hoạch phát triển xuất khẩu hàng hoá của thương nhân trên địa bàn Thành phố.

- Duyệt kế hoạch xuất nhập khẩu của các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài và cấp hạn ngạch cho các thương nhân trên địa bàn Thành phố theo sự uỷ quyền của Bộ Công thương.

- Theo dõi, tổng hợp, báo cáo Uỷ ban nhân dân Thành phố Hà Nội và Bộ Công thương tình hình thực hiện và kiến nghị sửa đổi chính sách xuất nhập khẩu, biện pháp phát triển xuất khẩu hàng hoá cho phù hợp với yêu cầu thực tế trên địa bàn.

- Trình Ủy ban nhân dân Thành phố chương trình, kế hoạch bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực phục vụ nhiệm vụ quản lý và phát triển thương mại điện tử trên địa bàn Thành phố và chịu trách nhiệm tổ chức thực hiện sau khi được phê duyệt.

- Thẩm định hoặc tham gia thẩm định các chương trình, dự án ứng dụng thương mại điện tử trên địa bàn Thành phố theo quy định của pháp luật.

- Phối hợp với các cơ quan liên quan xây dựng hạ tầng ứng dụng thương mại điện tử phù hợp với chương trình, kế hoạch tổng thể về thương mại điện tử của Bộ Công thương theo sự phân công của UBND Thành phố Hà Nội.

- Giúp UBND Thành phố Hà Nội thống nhất chỉ đạo công tác quản lý thị trường trên địa bàn Thành phố theo quy định của Chính phủ, hướng dẫn của Bộ Công thương và các cơ quan quản lý Nhà nước có thẩm quyền.

- Chịu trách nhiệm hướng dẫn và tổ chức thực hiện công tác quản lý thị trường, đấu tranh chống buôn lậu, buôn bán hàng nhập lậu, hàng cấm, chống sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng vi phạm quy định về sở hữu trí tuệ; chống các hành vi đầu cơ, lũng đoạn thị trường, gian lận thương mại và các hành vi khác vi phạm pháp luật về thương mại của các tổ chức và cá nhân kinh doanh trên địa bàn Thành phố.

- Chủ trì tổ chức phối hợp giữa các cơ quan chức năng ở địa phương trong công tác quản lý thị trường, đấu tranh chống buôn lậu, buôn bán hàng giả và gian lận thương mại.

- Tổng hợp và báo cáo tình hình về thị trường và công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, xử lý vi phạm trên địa bàn Thành phố theo quy định và yêu cầu của cấp trên.

Thực hiện các quy định của pháp luật về cạnh tranh, chống độc quyền, chống bán phá giá và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

- Hướng dẫn và tổ chức thực hiện các quy định của pháp luật về cạnh tranh, chống độc quyền, chống bán phá giá và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trên địa bàn Thành phố.

- Phát hiện và kiến nghị với các cơ quan liên quan sửa đổi bổ sung các quy định, những văn bản đã ban hành không phù hợp với pháp luật cạnh tranh.

- Được yêu cầu các tổ chức, cá nhân liên quan trong Thành phố cung cấp thông tin, tài liệu cần thiết cho việc thực hiện nhiệm vụ được giao.

- Thu thập, xây dựng cơ sở dữ liệu, quản lý, cung cấp thông tin cho các cơ quan, tổ chức và cá nhân có yêu cầu về doanh nghiệp có vị trí thống lĩnh trên thị trường, các doanh nghiệp độc quyền đóng trụ sở chính trên địa bàn Thành phố, quy tắc cạnh tranh trong hiệp hội, các trường hợp miễn trừ.

- Trình UBND Thành phố Hà Nội phê duyệt kế hoạch, chương trình, các biện pháp về xúc tiến thương mại nhằm đẩy mạnh xuất khẩu, hỗ trợ các doanh nghiệp xây dựng và phát triển thương hiệu hàng Việt Nam trên địa bàn Thành phố; chịu trách nhiệm chỉ đạo, hướng dẫn tổ chức thực hiện sau khi được phê duyệt.

- Tổ chức thực hiện việc đăng ký tổ chức hội chợ, triển lãm, khuyến mại thương mại cho các thương nhân; duyệt kế hoạch tổ chức hội chợ, triển lãm thương mại trên địa bàn Thành phố cho thương nhân kinh doanh dịch vụ hội chợ, triển lãm thương mại theo quy định.

- Thu thập, tổng hợp xử lý và cung cấp thông tin thương mại phục vụ các cơ quan quản lý và doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố.

- Trình UBND Thành phố Hà Nội các chương trình, kế hoạch, biện pháp cụ thể về hội nhập kinh tế thương mại quốc tế của Thành phố, tổ chức thực

hiện sau khi được phê duyệt.

- Phổ biến, tuyên truyền hướng dẫn thực hiện chương trình, kế hoạch và các quy định về hội nhập kinh tế - thương mại quốc tế trên địa bàn.

- Thực hiện việc đăng ký thành lập văn phòng đại diện, chi nhánh ở nước ngoài cho thương nhân hoạt động thương mại đặt trụ sở chính trên địa bàn Thành phố; thực hiện việc đăng ký hoạt động và kiểm tra hoạt động theo đăng ký của Văn phòng đại diện, chi nhánh của thương nhân nước ngoài trên địa bàn Thành phố theo quy định của pháp luật.

- Giúp UBND Thành phố Hà Nội quản lý Nhà nước đối với các doanh nghiệp, tổ chức kinh tế tập thể và tư nhân, các hội và tổ chức phi chính phủ hoạt động trong lĩnh vực quản lý của Sở theo quy định của pháp luật; được quyền yêu cầu thương nhân báo cáo tình hình và cung cấp thông tin về hoạt động thương mại của các doanh nghiệp hoạt động trên địa bàn Thành phố phục vụ cho thực hiện nhiệm vụ quản lý Nhà nước của Sở.

- Chủ trì, phối hợp với Sở Nội vụ, Sở Tài chính hướng dẫn, kiểm tra cơ chế tự chủ, tự chịu trách nhiệm của đơn vị sự nghiệp theo quy định của pháp luật.

- Thực hiện hợp tác quốc tế về lĩnh vực quản lý của Sở theo quy định của pháp luật, sự phân công hoặc uỷ quyền của UBND Thành phố Hà Nội.

- Hướng dẫn, kiểm tra về chuyên môn, nghiệp vụ đối với cơ quan chuyên môn thuộc UBND cấp quận, huyện, thực hiện nhiệm vụ quản lý Nhà nước về thương mại.

- Tổ chức nghiên cứu, ứng dụng các tiến bộ khoa học, công nghệ, bảo vệ môi trường, xây dựng hệ thống thông tin, lưu trữ tư liệu về các lĩnh vực quản lý của Sở.

- Thực hiện chế độ thông tin về thương mại, báo cáo định kỳ và đột xuất

tình hình thực hiện nhiệm vụ về các lĩnh vực được phân công theo quy định của UBND Thành phố Hà Nội, Bộ Thương mại và các cơ quan có liên quan.

- Kiểm tra, thanh tra việc thi hành pháp luật và xử lý các vi phạm pháp luật về các lĩnh vực thuộc thẩm quyền quản lý của Sở, giải quyết khiếu nại, tố cáo, chống tham nhũng, tiêu cực theo quy định của pháp luật.

- Quản lý biên chế, thực hiện chế độ tiền lương và các chính sách, chế độ đãi ngộ, khen thưởng, kỷ luật cán bộ, công chức, viên chức theo phân cấp quản lý của UBND Thành phố Hà Nội và quy định của pháp luật; tổ chức đào tạo, bồi dưỡng về chuyên môn nghiệp vụ và phát triển nguồn nhân lực của ngành tại địa phương.

- Quản lý tài chính, tài sản được giao và tổ chức thực hiện ngân sách được phân bổ theo quy định của pháp luật và phân cấp của UBND Thành phố Hà Nội.

- Thực hiện một số nhiệm vụ khác được UBND Thành phố Hà Nội giao.

3.4.3. Hoàn thiện công cụ quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn

Thứ nhất là hoàn thiện các công cụ hành chính và pháp chế: hệ thống chính sách ổn định, hợp lý nhằm định hướng cho thị trường phát triển theo đúng mục tiêu, đồng thời tạo lòng tin cho các nhà doanh nghiệp trong và ngoài nước yên tâm đầu tư, phát triển sản xuất, kinh doanh trên địa bàn Thành phố.

Cùng với việc hoàn chỉnh, bổ sung hệ thống văn bản pháp luật, những chính sách điều hành quản lý vĩ mô cũng không ngừng được củng cố, hoàn thiện tạo nên một cơ chế quản lý mới, trong đó chức năng quản lý vĩ mô của Thành phố ngày càng được tăng cường, đồng thời quyền chủ động ở cơ sở và các doanh nghiệp ngày càng được nâng cao.

Điều tiết thị trường là khả năng tác động, can thiệp của Thành phố (chủ

thể quản lý) vào quá trình vận động của thị trường nhằm loại bỏ hoặc hạn chế những ảnh hưởng xấu của thị trường, hướng thị trường vận động, phát triển theo đúng mục tiêu chung của Nhà nước và Thành phố đã định.

Thông thường, sự tác động, can thiệp của Thành phố vào thị trường được thực hiện bằng quyền lực hành chính thông qua các biện pháp hành chính. Biện pháp hành chính là hình thức sử dụng quyền lực hành chính của Thành phố tác động vào thị trường, hướng thị trường vận động theo mục tiêu định trước phù hợp với đường lối phát triển kinh tế của Thành phố.

Thành phố điều tiết thị trường thông qua luật pháp, chính sách và các công cụ điều tiết khác, bao gồm: quan điểm, chiến lược phát triển, pháp luật, kế hoạch và quy hoạch phát triển, chính sách, bộ máy và cán bộ quản lý, các nguồn lực,... Để thúc đẩy sự ra đời, phát triển, hoàn thiện hệ thống thị trường, thương mại trên địa bàn, Thành phố trước hết phải có sự nhất quán từ lý luận đến thực tiễn về chiến lược phát triển kinh tế hàng hoá nhiều thành phần, vận hành theo cơ chế thị trường định hướng XHCN. Thành phố cần đưa ra được những chính sách, biện pháp cụ thể nhằm đảm bảo sự bình đẳng giữa các chủ thể kinh tế tham gia vào hệ thống thị trường, bảo vệ lợi ích hợp pháp của các chủ doanh nghiệp thuộc tất cả các thành phần kinh tế khác nhau.

Thành phố thông qua các công cụ quản lý của mình xử lý nghiêm minh những hành vi vi phạm pháp luật và gian lận thương mại. Đồng thời, cũng cần có những biện pháp điều hoà lợi ích của các chủ tham gia thị trường và lợi ích chung của xã hội, thông qua các chính sách: thuế, hệ thống bảo hiểm,... để điều chỉnh các mối quan hệ lợi ích này.

Bảo vệ lợi ích của người lao động, người tiêu dùng, kiểm soát và hạn chế độc quyền kinh doanh cũng là những nội dung mà quản lý Nhà nước

trong kinh tế thị trường mà Thành phố cần phải chú trọng.

Coi cấp quận, huyện là cấp trực tiếp của cơ sở kinh doanh, nên tổ chức bộ máy giúp việc cho UBND quận, huyện rất cần được nghiên cứu cải tiến, đảm bảo hiệu quả công tác, hiệu lực quản lý.

Thứ hai, cần hoàn thiện và phát triển thị trường tài chính, tiền tệ, sử dụng linh hoạt và đa dạng các công cụ tài chính - tiền tệ phù hợp nhằm khuyến khích, phát triển thương mại Hà Nội

Thực hiện đổi mới chính sách tín dụng hỗ trợ xuất khẩu nhằm hỗ trợ tốt hơn cho doanh nghiệp, đồng thời đáp ứng yêu cầu hội nhập. Đổi mới chính sách tài chính tín dụng xuất khẩu thông qua hệ thống quỹ hỗ trợ phát triển, cụ thể cần đa dạng hoá hình thức hỗ trợ như tiếp tục mở rộng hoạt động cho vay đối với người bán với những phương thức, hình thức cho vay linh hoạt, đa dạng hơn. Bổ sung hoạt động cho vay đối với người mua (cho nhà nhập khẩu vay) để hỗ trợ việc bán hàng của doanh nghiệp trong nước. Đây là hình thức cho vay đối với nhà nhập khẩu để thanh toán cho nhà xuất khẩu của Việt Nam. Đây là hình thức bảo hiểm tín dụng xuất khẩu để hỗ trợ hoạt động cho vay và hạn chế rủi ro trong thanh toán xuất nhập khẩu, đã được áp dụng khá phổ biến trên thế giới nhưng chưa được áp dụng nhiều ở nước ta.

Hoàn thiện hệ thống tài chính cho các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ để giải quyết các vấn đề khó khăn về vốn: Tích cực tranh thủ các Quỹ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ của các cơ quan hữu quan địa phương để hỗ trợ phát triển các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ. Khuyến khích xây dựng các Quỹ phát triển hỗ trợ doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ, hoặc tranh thủ Quỹ phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ do Chính phủ thống nhất hỗ trợ để tập trung một lượng vốn lớn nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ. Sở Thương mại cần tranh thủ sự ủng hộ của các ngân

hàng thương mại trong việc tăng cường hơn nữa hỗ trợ các khoản vay của các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ có thị trường, làm ăn có hiệu quả và có nhu cầu tín dụng, đẩy mạnh hoạt động hỗ trợ tín dụng cho các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ, hoàn thiện dịch vụ tài chính cho các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ, mở rộng quy mô các khoản vay, phát triển các nghiệp vụ dịch vụ tín dụng mới. Khuyến khích các tổ chức bảo lãnh tín dụng tích cực phát triển các nghiệp vụ bảo lãnh cho các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ. Cần xây dựng các chính sách tương ứng nhằm khuyến khích thu hút các nguồn vốn trong xã hội đầu tư vào phát triển và đổi mới các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ...

Mở rộng các kênh cung cấp tài chính, hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ tham gia thị trường cổ phiếu phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp. Thúc đẩy các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ tiến hành cải tạo, đổi mới, đưa hoạt động kinh doanh đi vào nề nếp thông qua việc tận dụng vốn đầu tư nước ngoài dưới các hình thức liên doanh, hợp tác, nhượng quyền... Các doanh nghiệp thương mại vừa và nhỏ có thể căn cứ vào các quy định có liên quan của nhà nước cho phép, phát hành trái phiếu doanh nghiệp phù hợp với điều kiện của doanh nghiệp.

Thứ ba, hoàn thiện các công cụ tuyên truyền giáo dục phù hợp và hiện đại nhằm nâng cao nhận thức và tri thức về thương mại trong điều kiện kinh tế thị trường và hội nhập kinh tế quốc tế cho toàn xã hội từ nhà quản lý, doanh nghiệp cho tới người tiêu dùng. Tuyên truyền, giáo dục là công cụ chủ yếu để phổ biến, giáo dục pháp luật về thương mại, là công cụ marketing, xúc tiến thương mại hữu hiệu. Thông qua các biện pháp truyền thông và giáo dục hiệu quả mà nhận thức và hiểu biết của người dân Thủ đô được nâng cao, họ sẽ tự giác chấp hành pháp luật và có hành vi ứng xử trong kinh doanh, trong tiêu dùng văn minh và hiện đại.

Thứ tư, hoàn thiện các công cụ kinh tế nhằm khuyến khích phát triển thương mại thủ đô theo hướng văn minh, hiện đại. Trong điều kiện kinh tế thị trường, việc sử dụng các công cụ kinh tế trong thực hiện QLNN để đảm bảo mục tiêu quản lý là một phương thức đem lại hiệu quả cao và làm hài lòng đối tượng chịu sự quản lý. Các công cụ kinh tế được sử dụng trong QLNN về thương mại có tác động làm thay đổi lợi ích kinh tế của các đối tượng bị quản lý, do vậy mà khuyến khích hay ngăn cản người bị quản lý thực hiện hay không thực hiện một hành vi thương mại. Dưới góc độ đó, bản thân các công cụ tài chính, tiền tệ như thuế, phí, đầu tư, tín dụng, tỷ giá... được coi là các công cụ kinh tế. Tuy nhiên, sẽ là hiệu quả và có tác dụng tốt hơn nhiều nếu các công cụ kinh tế được sử dụng kết hợp với các công cụ khác như tuyên truyền, giáo dục, nâng cao ý thức chấp hành pháp luật.

Thứ năm, sử dụng các công cụ tài chính nhằm can thiệp vào thị trường hàng hoá khi thị trường có những biến động. Vấn đề sử dụng công cụ tài chính nhằm kiểm soát thị trường khi có biến động có vai trò hết sức quan trọng trong việc bình ổn thị trường. Đây là công cụ sử dụng có hiệu quả của quản lý Nhà nước về thương mại. Đặc biệt đối với thị trường hàng nông sản - đây là thị trường nhạy cảm và thường có những biến động thất thường về giá. Thị trường này phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện tự nhiên, thời tiết, khí hậu.

Thứ sáu, đầu tư và kêu gọi đầu tư cho phát triển kết cấu hạ tầng thương mại. Sự phát triển của thương mại phụ thuộc rất nhiều vào điều kiện hỗ trợ phát triển, trong đó kết cấu hạ tầng thương mại. Chính vì vậy, việc đầu tư và kêu gọi đầu tư cho phát triển kết cấu hạ tầng thương mại có vai trò rất quan trọng. Phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn Hà Nội cần chú trọng đến phát triển các trung tâm hội chợ triển lãm, hệ thống các chợ, trung tâm thương mại và siêu thị.

3.4.4. Nâng cao hiệu quả công tác thông tin kinh tế, xúc tiến thương mại

Trong quá trình hoạt động quản lý Nhà nước, Sở Thương mại cần chủ động và nghiêm chỉnh thực hiện các giải pháp cần thiết nhằm củng cố, tăng cường hệ thống thông tin nội bộ phục vụ các hoạt động quản lý Nhà nước của mình, cũng như để giúp lãnh đạo Thành phố nắm được tình hình, công việc chủ yếu diễn ra hàng ngày trong toàn ngành, lĩnh vực, địa bàn Sở phụ trách.

Đồng thời, Sở cần thực hiện tốt việc gửi Chủ tịch uỷ ban nhân dân Thành phố các báo cáo định kỳ (tháng, quý, 06 tháng, năm), báo cáo chuyên đề, báo cáo đột xuất và báo cáo hàng tuần. Thời hạn gửi các báo cáo định kỳ do Chủ tịch uỷ ban nhân dân Thành phố quy định phù hợp với quy định của pháp luật về chế độ thông tin, báo cáo.

Ngoài ra, Sở cũng cần thường xuyên trao đổi thông tin với các cơ quan chuyên môn khác và uỷ ban nhân dân các quận, huyện về các thông tin có liên quan. Thực hiện việc cung cấp thông tin theo chế độ và khi có yêu cầu phối hợp của cơ quan khác.

Trưởng các phòng chuyên môn nghiệp vụ, các đơn vị thuộc Sở có trách nhiệm: Tổ chức việc cung cấp thông tin hàng ngày và hàng tuần phục vụ cho công tác chỉ đạo, điều hành và giải quyết công việc thường xuyên của Giám đốc, Phó giám đốc Sở bao gồm: các vấn đề quan trọng do các phòng, ban, đơn vị thuộc Sở, trình Giám đốc hoặc Phó giám đốc Sở và các thông tin nổi bật trong tuần về các lĩnh vực mà ngành quản lý; Hướng dẫn, theo dõi, đôn đốc các phòng chuyên môn nghiệp vụ, đơn vị thuộc Sở thực hiện chế độ thông tin, báo cáo và tổ chức khai thác thông tin khác phục vụ sự chỉ đạo, điều hành theo quy định của Giám đốc Sở; Tổ chức việc điểm báo hàng ngày trên mạng gửi Giám đốc Sở; thông báo ý kiến chỉ đạo của Giám đốc, Phó giám đốc Sở Thương

mại xử lý các vấn đề báo chí nêu để các cơ quan, địa phương liên quan, kiểm tra và theo dõi. Tất cả các báo cáo, các văn bản gửi đi đều phải chuyển cho Giám đốc Sở, Phó giám đốc phụ trách một bản, một bản được lưu ở đơn vị làm báo cáo và một bản lưu tại văn thư để theo dõi. Riêng các văn bản về tổ chức cán bộ và thanh tra chỉ lưu tại Văn phòng hoặc Thanh tra Sở và gửi Giám đốc Sở một bản để báo cáo theo quy định của bảo mật. Trưởng, Phó đơn vị và chuyên viên có trách nhiệm giúp Lãnh đạo Sở thực hiện chế độ báo cáo; cung cấp thông tin kịp thời, số liệu chính xác cho các đơn vị khác theo chỉ đạo của Lãnh đạo Sở; Trưởng đơn vị báo cáo công việc của đơn vị mình với Giám đốc Sở và Phó Giám đốc phụ trách đơn vị theo định kỳ tuần, tháng, quý, năm.

Mặt khác, Sở cần coi trọng việc công bố các thông tin cần thiết theo quy định và đáp ứng nhu cầu của doanh nghiệp, người dân trên các phương tiện thông tin đại chúng, các hệ thống thông tin do Sở xây dựng và quản lý.

Các văn bản sau đây được đăng trên mạng tin học diện rộng của Sở Thương mại:

a) Văn bản quy phạm pháp luật của uỷ ban nhân dân, Chủ tịch uỷ ban nhân dân Thành phố đã ban hành trong lĩnh vực thương mại và dịch vụ.

b) Các văn bản của Nhà nước về chính sách, pháp luật mới.

c) Các văn bản hành chính, các báo cáo, biểu mẫu và văn bản khác.

Các đơn vị trong mạng tin học của Sở Thương mại phải thực hiện chế độ trao đổi thông tin qua mạng tin học diện rộng của Sở Thương mại theo quy định; thường xuyên theo dõi thông tin trên mạng tin học để kịp thời nhận văn bản chỉ đạo điều hành để quán triệt và thực hiện.

Để đổi mới công tác xúc tiến thương mại của Hà Nội cần thực hiện một số giải pháp sau:

Xây dựng quan hệ đối tác chính thức giữa các cơ quan quản lý Nhà nước của Hà Nội và các doanh nghiệp trong hoạt động xúc tiến xuất khẩu, để cộng đồng doanh nghiệp có điều kiện tham gia vào quá trình hoạch định chiến lược và chính sách xuất khẩu, cũng như xây dựng các chương trình xúc tiến xuất khẩu hiệu quả. Chính quyền Thành phố Hà Nội cần đóng một vai trò tích cực hơn nữa về phát triển các thị trường mới bằng cách thiết lập những định chế chuyên biệt về tiếp thị và nghiên cứu, phổ biến thông tin về các thị trường nước ngoài.

Đẩy mạnh các chương trình hỗ trợ xuất khẩu và mở rộng thị trường nước ngoài thông qua công tác xúc tiến thương mại, công tác xúc tiến thương mại cơ bản là cung cấp thông tin trong đó bao gồm cả các thông tin về tư vấn pháp lý thương mại và là cầu nối cho các doanh nghiệp xuất khẩu; đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường giúp cho các doanh nghiệp xuất khẩu có khả năng tiếp cận nguồn thông tin chính xác và chính thống về những thị trường mà doanh nghiệp quan tâm; tăng cường sử dụng những công cụ tài chính hỗ trợ xuất khẩu để hỗ trợ doanh nghiệp về tài chính và bảo hiểm xuất khẩu; đẩy mạnh liên kết giữa xúc tiến thương mại với xúc tiến đầu tư của Hà Nội, hai công tác này nếu phối hợp tốt sẽ tạo nên sức mạnh tổng hợp trong phát triển kinh tế thương mại, giải quyết các vấn đề xã hội như lao động cũng như nâng cao năng lực cạnh tranh của nền kinh tế Hà Nội.

Thành phố cũng cần xây dựng một chương trình xúc tiến xuất khẩu có qui mô và thường xuyên hoạt động để cung cấp những thông tin cho các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh hàng xuất khẩu. Nhà nước và Thành phố Hà Nội cần đẩy mạnh các chương trình xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư, tập trung vào các thị trường trọng điểm như Mỹ, Nhật Bản, EU, Trung Quốc, Nga, ASEAN, SNG, Châu Phi; Phát triển các trung tâm thương mại, tiến hành các cuộc triển lãm và hội chợ ở nước ngoài cho các sản phẩm có tiềm năng, tư

vấn về xuất khẩu, hội thảo về xuất khẩu.

+ Để hoạt động xúc tiến thương mại thực sự đem lại hiệu quả cho công tác xuất nhập khẩu của thủ đô, cần tiến hành xây dựng hệ thống thông tin doanh nghiệp, mở rộng hệ thống thu thập và xử lý thông tin thị trường trong nước và thế giới để cung cấp cho các doanh nghiệp trong nước, giúp doanh nghiệp mở rộng hợp tác quốc tế, tiếp cận với công nghệ hiện đại và tiên tiến, thâm nhập sản phẩm vào thị trường quốc tế.

+ Để có một tổ chức xúc tiến thương mại tốt hơn, Hà Nội nên nghiên cứu mô hình CETRA của Đài Loan, bởi vì Đài Loan giống Việt Nam ở chỗ có nhiều doanh nghiệp nhỏ và vừa, chú trọng vào sản xuất để xuất khẩu. Đây là mô hình tổ chức do chính quyền và tư nhân cùng lập ra, kinh phí hoạt động được tài trợ bởi ngân sách và các hiệp hội công nghiệp - thương mại. Tổ chức hoạt động hiệu quả nhờ mạng lưới văn phòng đại diện ở hầu hết các nước.

+ Thực hiện tốt các nội dung cơ bản của hoạt động xúc tiến thương mại như tạo cơ hội kinh doanh cho các doanh nghiệp, tư vấn kinh doanh cho các doanh nghiệp (nhất là các doanh nghiệp vừa và nhỏ) về thị trường; Giới thiệu doanh nghiệp và tìm kiếm bạn hàng, thông qua tổ chức các đoàn doanh nghiệp trong nước giao tiếp với bạn hàng nước ngoài và ngược lại, thông qua các cuộc gặp mặt, toạ đàm... để các doanh nghiệp tự tìm kiếm bạn hàng; Giới thiệu và phổ biến thông tin thị trường trong và nước ngoài, thông qua hệ thống báo chí, đĩa CD, mạng thông tin; Tổ chức hướng dẫn doanh nghiệp tham gia hội chợ triển lãm thương mại, giới thiệu, quảng cáo hàng hoá, tìm kiếm bạn hàng và thị trường tiêu thụ; Tổ chức Trung tâm thương mại ở nước ngoài, giúp các doanh nghiệp thành lập văn phòng đại diện, chi nhánh hoặc thành lập công ty Việt Nam ở nước ngoài, hoặc cửa hàng bán thử sản phẩm; Tổ chức thực nghiệm và giới thiệu các hình thức thương mại mới như: thương mại điện tử, đặt hàng qua bưu điện, kinh doanh trên thị trường kỳ hạn hàng

hoá; Hợp tác quốc tế về xúc tiến thương mại để mở rộng khả năng phát triển thị trường trong và ngoài nước với sự đa dạng hoá bạn hàng cho các doanh nghiệp. Phát triển hợp đồng thương mại cấp thành phố đối với xuất khẩu các mặt hàng mới, đối với các thị trường mới thâm nhập và thanh toán khó khăn.

3.4.5. Tăng cường công tác thanh tra, kiểm tra việc thực hiện các văn bản pháp luật thương mại

Việc kiểm tra, giám sát thực hiện các văn bản pháp luật thương mại hiện hành trên địa bàn Hà Nội do Sở Thương mại thực hiện phải được tiến hành thường xuyên và có kế hoạch theo quy định của cấp có thẩm quyền. Việc kiểm tra phải bảo đảm dân chủ, công khai, đúng pháp luật, không gây phiền hà và không làm cản trở đến hoạt động bình thường của cơ quan đơn vị được kiểm tra. Quá trình kiểm tra phải lập biên bản kiểm tra; khi kết thúc kiểm tra phải có kết luận rõ ràng, nếu phát hiện có sai phạm phải xử lý hoặc đề xuất cấp có thẩm quyền xử lý thoả đáng.

Giám đốc Sở Thương mại quyết định thành lập Đoàn kiểm tra trong trường hợp đặc biệt. Giám đốc, Phó giám đốc Sở quyết định thành lập Đoàn kiểm tra hoặc phân công thành viên của Sở chủ trì kiểm tra việc thi hành các văn bản chỉ đạo đối với những lĩnh vực, chương trình, dự án cụ thể có nhiều nổi cộm; chấn chỉnh kỷ luật, kỷ cương hành chính và thực thi các quy định của pháp luật. Văn phòng Sở giúp Sở Thương mại, Giám đốc, Phó giám đốc Sở kiểm tra việc thi hành các văn bản của Sở, Giám đốc, Phó giám đốc Sở đối với các Sở, ngành, cá nhân tổ chức có liên quan. Giám đốc Sở kiểm tra thường xuyên, định kỳ hoặc đột xuất việc thi hành các văn bản trong phạm vi quản lý của cơ quan mình.

Khi kết thúc kiểm tra, người chủ trì việc kiểm tra phải báo cáo kết quả với cấp trên có thẩm quyền; nếu phát hiện có sai phạm thì xử lý theo thẩm quyền hoặc kiến nghị cấp có thẩm quyền xử lý theo quy định của pháp luật.

Định kỳ hàng quý, Giám đốc Sở Thương mại báo cáo Chủ tịch uỷ ban nhân dân Thành phố tình hình kiểm tra việc thi hành các văn bản thuộc lĩnh vực, địa bàn quản lý.

Văn phòng và Phòng Kế hoạch tổng hợp Sở Thương mại tổng hợp chung, báo cáo Giám đốc Sở tình hình kiểm tra việc thi hành văn bản tại phiên họp thường kỳ của Sở Thương mại.

Giám đốc Sở chịu trách nhiệm trước Chủ tịch, Phó chủ tịch Uỷ ban nhân dân Thành phố khi để xảy ra tình trạng tham nhũng, lãng phí, gây thiệt hại lớn, những vụ việc khiếu kiện tồn đọng kéo dài, gay gắt, đông người, vượt cấp thuộc phạm vi quản lý của Sở Thương mại Hà Nội. Chỉ đạo Thanh tra Sở, Chánh Văn phòng Sở, các phòng chuyên môn, nghiệp vụ, đơn vị thuộc Sở phối hợp thực hiện nghiêm túc công tác thanh tra, tiếp dân và giải quyết khiếu nại, tố cáo của công dân theo quy định của Luật Thanh tra, Luật khiếu nại, tố cáo; Định kỳ giải quyết các đơn thư khiếu nại, tố cáo còn tồn đọng. Giám đốc Sở phải có lịch tiếp công dân; phối hợp chặt chẽ với Thường trực Đảng uỷ, công đoàn ngành, công đoàn cơ quan tổ chức tiếp công dân. Tuỳ theo yêu cầu của công việc Giám đốc bố trí số lần tiếp dân trong tháng. Giám đốc Sở có thể uỷ nhiệm cho Phó giám đốc tiếp công dân nhưng ít nhất mỗi quý Giám đốc Sở phải bố trí thời gian để trực tiếp tiếp công dân 01 buổi.

Trong phạm vi chức năng, quyền hạn của mình, các phòng chuyên môn nghiệp vụ, đơn vị thuộc Sở có trách nhiệm tổ chức công tác thanh tra việc thực hiện chính sách, pháp luật, nhiệm vụ, chương trình, kế hoạch của các cấp, các ngành, các đơn vị; kết luận và có quyết định giải quyết triệt để các vụ việc khiếu nại, tố cáo ngay tại đơn vị mình. Đồng thời, giải quyết kịp thời, đúng quy định của pháp luật những khiếu nại, tố cáo thuộc thẩm quyền; trân trọng lắng nghe ý kiến của công dân để cải tiến, nâng cao hiệu quả công tác; Tổ chức tiếp công dân theo đúng quy định tại Luật Khiếu nại, tố cáo và các quy

định của pháp luật hiện hành.

Chánh Thanh tra Sở giúp Giám đốc Sở tổ chức, chỉ đạo hoạt động thanh tra, kiểm tra, công tác giải quyết khiếu nại, tố cáo trong phạm vi thẩm quyền của Giám đốc Sở; Giải quyết kịp thời, đúng pháp luật những khiếu nại, tố cáo thuộc thẩm quyền; khiếu nại, tố cáo do Giám đốc Sở giao; Trực tiếp thanh tra, kiểm tra, hướng dẫn, đôn đốc các phòng chuyên môn nghiệp vụ, đơn vị thuộc Sở tiến hành công tác thanh tra, tiếp công dân theo quy định của pháp luật; Báo cáo tại phiên họp giao ban Sở về tình hình thanh tra, tiếp dân, giải quyết khiếu nại, tố cáo của công dân; ưu điểm, nhược điểm trong công tác thanh tra, tổ chức tiếp dân, giải quyết khiếu nại, tố cáo của công dân, các giải pháp khắc phục, kiến nghị biện pháp xử lý (nếu xét thấy cần thiết). Chánh Thanh tra Sở chủ trì, phối hợp với Văn phòng Sở Thương mại và các đơn vị có liên quan xây dựng các quy định, thủ tục về tiếp công dân bảo đảm đúng pháp luật và phù hợp với tình hình của địa phương; tổ chức thực hiện tốt việc tiếp công dân. (Chánh Thanh tra Sở làm thường trực công tác tiếp công dân của Sở).

3.4.6. Giải pháp hoàn thiện xây dựng và thực thi chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại

Tiếp tục thu hút các tập đoàn lớn về thương mại, công nghệ cao vào Hà Nội nhằm tiếp cận phương thức quản lý, hấp thu công nghệ và các phương thức kinh doanh hiện đại, đó sẽ vừa là áp lực nhưng cũng là cơ hội để các doanh nghiệp và cơ quan quản lý học tập. Hơn nữa, Hà Nội cần xây dựng và phát triển một số mô hình sàn giao dịch hàng hoá cho một số sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Hà Nội hoặc những sản phẩm mà Hà Nội có thể khai thác thế mạnh của trung tâm vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ.

Ngành thương mại Hà Nội cần có một tầm nhìn chiến lược, dài hạn trong việc đẩy mạnh ứng dụng, phát triển chính phủ điện tử và thương mại

điện tử trong đó phát triển hạ tầng công nghệ thông tin và Internet đóng vai trò then chốt. Trong vài năm gần đây, cơ sở hạ tầng công nghệ thông tin của ngành thương mại đã có những bước cải tiến đáng kể. Tuy nhiên, thực trạng hiện nay chưa sử dụng có hiệu quả các thiết bị công nghệ thông tin, sự trao đổi và khai thác thông tin trong các mạng cục bộ và giữa các hệ thống mạng còn ít, thể hiện rõ tính yếu kém trong ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động sản xuất kinh doanh. Với chức năng định hướng cho các doanh nghiệp và tạo môi trường cho thương mại điện tử phát triển; mặc dù xuất phát điểm của Việt Nam rất thấp về mọi mặt so với các nước trong khu vực và trên thế giới, nhưng lại có thể học tập được nhiều kinh nghiệm của các quốc gia đi trước như: vai trò của Chính phủ có tầm quan trọng rất lớn trong việc hoạch định chính sách cũng như là đối tượng đi tiên phong trong đẩy mạnh ứng dụng phát triển.

Trong giai đoạn tới, Hà Nội cần tập trung xây dựng qui hoạch hệ thống chợ đầu mối, chợ nguyên, phụ liệu phục vụ sản xuất; tổ chức kênh lưu thông và phân luồng hàng hoá giữa Hà Nội và các địa phương trong vùng, qui hoạch hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại, hệ thống cửa hàng bán lẻ tự chọn phù hợp cũng như có kế hoạch cụ thể về ngân sách thực hiện từ các nguồn của trung ương, địa phương và doanh nghiệp. Phải khắc phục hạ tầng thương mại yếu kém, tạo ra không gian tổ chức lưu thông hàng hoá một cách hoàn hảo từ sản xuất - lưu thông - tiêu dùng. Thực tế, hạ tầng thương mại vẫn còn manh mún, chưa tạo được không gian lưu thông hàng hoá thực cho thương nhân hoạt động thuận lợi.

Hà Nội cần xây dựng hệ thống phân phối hiện đại; tổ chức các kênh phân phối hàng hoá bán buôn, bán lẻ trên địa bàn Thành phố gắn với các tỉnh trong vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và cả nước; hình thành các hiệp hội và các công ty thương mại - dịch vụ có quy mô lớn trên địa bàn theo các mối liên

kết nối, liên kết ngang và hỗn hợp, và đưa hoạt động liên kết thương mại với các tỉnh vào chiều sâu với mục tiêu Hà Nội phải là đầu tàu trong công tác hội nhập và phát triển kinh tế của khu vực phía Bắc và cả nước.

Quy hoạch kênh phân phối hàng hoá gắn với quy hoạch chung của Hà Nội về không gian thị trường với không gian địa lý giao thông, hình thành các trung tâm thương mại, siêu thị, các đường phố thương mại chuyên doanh, hệ thống chợ và các kho tàng đầu mối. Việc quy hoạch phải kết hợp cả yêu cầu của phát triển thị trường hiện đại với giữ gìn cảnh quan chung của Hà Nội. Xu hướng những năm tới nên hình thành các đại siêu thị (diện tích 50.000m² trở lên) vừa bán buôn, vừa bán lẻ do các tập đoàn kinh doanh siêu thị lớn của nước ngoài đầu tư vào. Các đại siêu thị sẽ được xây dựng tại các khu vực ngoại đô, vị trí địa lý về giao thông thuận lợi; Hình thành các chuỗi siêu thị tại các trung tâm thương mại, các tuyến phố lớn trong khu vực nội thành. Các siêu thị, trung tâm thương mại tại khu vực này diện tích tuy không lớn nhưng đảm bảo được tính cạnh tranh cao do vị trí thuận lợi, hình thức kinh doanh bán lẻ là chủ yếu; Việc xây dựng mới, xây dựng lại các chợ tại các Quận nội thành và trung tâm huyện với quy mô vươn cao tầng, ít nhất phải đạt từ 4-7 tầng, trong đó kết hợp kinh doanh hỗn hợp. Đẩy mạnh sự phát triển của hệ thống các cửa hàng tiện ích, cửa hàng tự chọn trong thời gian tới, sẽ dần thay thế vị trí việc kinh doanh nhỏ lẻ của các hộ tư nhân và cửa hàng bách hoá của các doanh nghiệp với hình thức kinh doanh lạc hậu (hậu quả thời kỳ bao cấp); Hà Nội cần tiếp tục hình thành mới các tuyến phố chuyên doanh, mỗi tuyến phố sẽ kinh doanh một hoặc một vài mặt hàng. Các tuyến phố chuyên doanh được hình thành từ lịch sử hoặc tự phát đang hoạt động sẽ được chuyên môn hoá cao hơn, tập trung nhiều thành phần tham gia hơn, mật độ kinh doanh cao hơn.

3.5. MỘT SỐ KIẾN NGHỊ

3.5.1. Kiến nghị về sự phối hợp giữa các Sở, ban ngành của Hà Nội

Để hỗ trợ nâng cao năng lực quản lý Nhà nước đối với phát triển thương mại trên địa bàn Thành phố. Kiến nghị Sở Thương mại và các Sở, ban ngành liên quan như sau:

- *Sở Công Thương*: Đào tạo, bồi dưỡng năng lực quản lý Nhà nước về thương mại cho cán bộ, nhân viên. Đồng thời, triển khai xây dựng các đề án tăng cường công tác phổ biến kiến thức và quản lý Nhà nước về thương mại cho các doanh nghiệp trên địa bàn Thành phố...

- *Sở Văn hoá, thể thao và Du lịch, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn; Sở Y tế* xác định vai trò quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương mại, triển khai thực hiện công tác chỉ đạo về quản lý Nhà nước về thương mại gắn với từng ngành để đảm bảo công tác chỉ đạo thực hiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại có hiệu quả...

- *Sở Kế hoạch và Đầu tư*: cân đối, bố trí kế hoạch đầu tư; nghiên cứu đề xuất vốn đầu tư cho triển khai thực hiện tốt các nội dung quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Thành phố.

- *Sở Xây dựng và Sở Kiến trúc*: Trên cơ sở Quy hoạch phát triển ngành thương mại của Hà Nội, cần điều chỉnh, bổ sung Quy hoạch xây dựng và Quy hoạch kiến trúc của Thành phố, đảm bảo bố trí không gian và kiến trúc phù hợp theo tiêu chuẩn cho các loại hình thương mại ở từng khu vực trên địa bàn Thành phố cho phù hợp.

- *Sở Tài chính*: phối hợp với Sở Kế hoạch và Đầu tư và các Sở, ngành liên quan bố trí kinh phí cho triển khai thực hiện tốt các nội dung quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Thành phố; Phối hợp chặt chẽ với Sở Thương mại và các cơ quan có liên quan trong việc sử dụng các công cụ tài chính, thuế để ổn định thị trường và khuyến khích, hỗ trợ phát triển thương mại của Thành phố.

- *Sở Giao thông công chính*: Trên cơ sở mạng lưới thương mại được quy hoạch, cần có kế hoạch triển khai hoặc điều chỉnh, bổ sung quy hoạch giao thông của Thành phố, tạo thuận lợi cho phát triển mạng lưới thương mại và cho lưu chuyển hàng hoá trên thị trường. Phối hợp với Sở Công an cải tiến và hoàn thiện quản lý giao thông để tạo thuận lợi cho hoạt động thương mại ở các khu vực, cũng như thuận lợi cho việc cung ứng, bốc dỡ và nhập hàng vào mạng lưới thương mại trên địa bàn Thành phố.

- *Sở Tài nguyên và Môi trường*: trên cơ sở qui hoạch phát triển thương mại Hà Nội, điều chỉnh và bổ sung kế hoạch sử dụng đất của Thành phố để ưu tiên dành đất cho phát triển thương mại, xác định địa giới cho các loại hình thương mại đã được quy hoạch.

- *Sở Khoa học - công nghệ*: Phối hợp với Sở Thương mại và các cơ quan khác để xây dựng và thực hiện chính sách hỗ trợ các doanh nghiệp thương mại của Thành phố áp dụng các công nghệ kinh doanh và quản lý hiện đại, áp dụng ISO 9001...

- *Sở Lao động, thương binh và Xã hội*: Xây dựng và ban hành các chính sách ưu đãi để thu hút lao động có trình độ cao, nhân tài vào ngành thương mại, nhằm thực hiện tốt các nội dung quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Thành phố.

- *Sở Giáo dục và Đào tạo*: Phối hợp với Sở Thương mại xây dựng các trung tâm đào tạo cán bộ quản lý và nhân viên cho ngành thương mại và cho các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn Thành phố.

- *Sở Thông tin và Truyền thông*: Phối hợp với Sở Khoa học và Công nghệ chủ trì hướng dẫn thực hiện Chương trình Chính phủ điện tử, thương mại điện tử trên địa bàn; hỗ trợ doanh nghiệp thông tin về công nghệ và chuyển giao công nghệ. Phối hợp với Sở Thương mại xây dựng và vận hành

mạng thông tin của ngành thương mại Thành phố.

- *Đối với các cơ quan Phát thanh - Truyền hình của Thành phố:* cần tăng cường nội dung thông tin về quản lý Nhà nước về thương mại; Tuyên truyền để nâng cao nhận thức về vai trò của quản lý Nhà nước đối với thương mại cho cấp quản lý, doanh nghiệp và toàn thể người dân trên địa bàn Thành phố; Tuyên truyền về định hướng và chính sách quản lý Nhà nước về thương mại của Thành phố...

- *Các quận, huyện:* Phối hợp liên ngành và liên vùng nhằm triển khai thực hiện tốt các nội dung quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn từng đơn vị. Đảm bảo bố trí và sử dụng cán bộ có năng lực phù hợp và trình độ chuyên nghiệp về quản lý thương mại trên địa bàn.

- *Các doanh nghiệp:* Chủ động tìm hiểu, nghiên cứu các nội dung quản lý Nhà nước về thương mại, trên cơ sở đó xây dựng chiến lược kinh doanh phù hợp với các nội dung của quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Thành phố.

3.5.2. Kiến nghị đối với Chính phủ

Tiếp tục đẩy nhanh việc đàm phán, ký kết các Hiệp định tự do thương mại song phương và khu vực (FTA/RTA) để tận dụng lợi thế của tự do hoá thương mại, hạn chế các rào cản thuế quan và phi thuế quan đối với hàng hoá, dịch vụ xuất khẩu vào các thị trường.

Cần tiếp tục xây dựng, sửa đổi, bổ sung, hoàn thiện hệ thống pháp luật kinh tế - thương mại trong nước cho sát hợp với các định chế của tổ chức thương mại thế giới, các cam kết quốc tế và bắt kịp với xu hướng vận động của thương mại quốc tế, nhất là hệ thống pháp luật về đất đai, về cạnh tranh, luật Doanh nghiệp, luật Thương mại... cần có các hướng dẫn cụ thể trong triển khai thực hiện.

Chính phủ cần chỉ đạo các cơ quan nhà nước có liên quan điều tra, phân loại, đánh giá khả năng cạnh tranh của từng sản phẩm, từng ngành, từng loại dịch vụ, từng doanh nghiệp, từng địa phương để xây dựng kế hoạch, biện pháp thiết thực nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh quốc gia, doanh nghiệp và cho hàng hoá, dịch vụ Việt Nam. Nhà nước cần đầu tư nhiều hơn cho công tác nghiên cứu, phân tích, đánh giá và khai thác lợi thế so sánh của Việt Nam để tạo cơ sở cho việc hoạch định chiến lược, chính sách và các quyết định thích hợp trong tiến trình hội nhập. Từ việc xác định ưu thế cạnh tranh và lợi thế so sánh của các mặt hàng để xây dựng phương án đầu tư, đổi mới công nghệ vào từng mặt hàng theo thứ tự ưu tiên, kết quả đa dạng hoá các nguồn hàng và thị trường xuất khẩu để giảm thiểu thiệt hại khi thị trường thế giới biến động.

Cần đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại cấp Chính phủ, các cơ quan ngoại giao và thương vụ Việt Nam ở nước ngoài cần đóng vai trò tích cực hơn nữa trong việc cung cấp thông tin về pháp luật, thị trường, thị hiếu, yêu cầu về chất lượng sản phẩm, các điều kiện, tiêu chuẩn kỹ thuật của sản phẩm nhập khẩu của các nước để giúp các doanh nghiệp trong nước thu thập được đầy đủ thông tin, từ đó xây dựng chiến lược thâm nhập thị trường. Các cơ quan đại diện của Việt Nam ở nước ngoài cần đẩy mạnh hoạt động phối hợp với các doanh nghiệp, tổ chức các dịch vụ quảng cáo, triển lãm hàng Việt Nam ở nước ngoài. Chính phủ cần hỗ trợ mạnh hơn nữa để nâng cao năng lực của mạng lưới xúc tiến thương mại, đặc biệt là năng lực cung cấp thông tin, marketing thông qua việc hướng dẫn tư vấn kỹ thuật nghiệp vụ, chuyên môn miễn phí, hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực và các hỗ trợ cần thiết khác...

Tăng cường điều phối liên ngành giữa các Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Bộ Tài chính, Bộ Công an trong việc hợp lý hoá các khâu tổ chức thực hiện thủ tục đăng ký kinh doanh cho doanh nghiệp theo nguyên tắc một cửa, phối hợp liên thông giữa các cơ quan, rút ngắn tối đa thời gian, giải quyết nhanh gọn

các công việc cho thương nhân để gia nhập thị trường. Tăng cường điều phối liên ngành trong công tác thanh tra, kiểm tra, giám sát việc thực thi pháp luật về thương mại trên phạm vi cả nước.

Tiếp tục đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, tăng cường tản quyền, phân cấp, rà soát lại vấn đề uỷ quyền, phân cấp của cơ quan cấp bộ, ngành trung ương cho cấp địa phương... Bên cạnh đó, giám sát và yêu cầu bắt buộc các nhân viên hành chính Nhà nước các cấp phải tuân thủ các quy trình hành chính minh bạch, công khai.

Kiến nghị đối với Bộ chức năng QLNN về thương mại - Bộ Công Thương:

Cần chỉ đạo sát sao và hướng dẫn cụ thể về nghiệp vụ chuyên môn, kỹ thuật cho Sở để thực hiện tốt nội dung QLNN về thương mại trên địa bàn Hà Nội, cụ thể: Chỉ đạo và hướng dẫn việc soạn thảo các văn bản quy phạm pháp luật và chính sách về quản lý điều hành vĩ mô thương mại trên địa bàn Thành phố, hướng dẫn về chuyên môn và kỹ thuật cho việc xây dựng và điều chỉnh các chiến lược, quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại của Thủ đô Hà Nội; Hướng dẫn việc xây dựng và ban hành các tiêu chuẩn kỹ thuật cho các loại hình thương mại của Hà Nội như chợ, siêu thị, đại siêu thị, trung tâm thương mại, trung tâm mua sắm, trung tâm phân phối, sàn giao dịch...

Cần giúp đỡ và hỗ trợ cho công tác XTTM, thông tin thị trường, đào tạo về nghiệp vụ chuyên môn, kỹ thuật cho cán bộ cơ quan chức năng QLNN về thương mại trên địa bàn, đồng thời hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực thương mại Hà Nội để tăng cường năng lực QLNN cũng như năng lực chuyên môn thực hiện nhiệm vụ thương mại trong bối cảnh xây dựng nền kinh tế thị trường hiện đại và hội nhập kinh tế quốc tế của Việt Nam.

KẾT LUẬN

Trong giai đoạn hiện nay, đổi mới quản lý Nhà nước về kinh tế nói chung và với hoạt động thương mại nói riêng là một tất yếu khách quan, đảm bảo cho sự phát triển kinh tế - xã hội của đất nước. Thực hiện tốt chức năng quản lý Nhà nước về thương mại sẽ tạo điều kiện để thương mại phát triển, thúc đẩy sản xuất hàng hoá phát triển, tạo sự tăng trưởng kinh tế ngày càng cao, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng công nghiệp hoá, hiện đại hoá.

Vai trò của quản lý Nhà nước (QLNN) đối với phát triển thương mại trên địa bàn Hà Nội thời gian qua được biểu hiện cụ thể bằng việc Thành phố Hà Nội đã xây dựng và tổ chức thực hiện nhiều cơ chế, chính sách nhằm hỗ trợ khuyến khích sự hình thành và phát triển các loại hình thương mại văn minh, hiện đại trên địa bàn Thành phố. Tuy nhiên, sự phát triển của thương mại Hà Nội thời gian qua thực sự chưa tương xứng với những tiềm năng và lợi thế của Thủ đô Hà Nội. Trong nhiều nguyên nhân dẫn đến những hạn chế của phát triển thương mại thủ đô Hà Nội trong thời gian qua, có nguyên nhân quan trọng là quản lý nhà nước về thương mại nói chung, nội dung quản lý nhà nước về thương mại nói riêng còn nhiều yếu kém và bất cập. Sự lạc hậu và thiếu đồng bộ trong nội dung quản lý nhà nước về thương mại đã làm giảm hiệu lực quản lý nhà nước. Một số nội dung quản lý theo mô hình cũ đã cản trở sự phát triển của thương mại Hà Nội. Những vấn đề mới phát sinh trong hoạt động thương mại không được bổ sung kịp thời vào nội dung quản lý nhà nước của Thành phố đã dẫn tới sự buông lỏng và lúng túng của các cơ quan quản lý nhà nước về thương mại.

Quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn Thành phố Hà Nội là một vấn đề rất phức tạp, do đó cần phải nghiên cứu để tìm ra phương hướng hoàn

thiện công tác quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá cho phù hợp với điều kiện mới. Xuất phát từ yêu cầu khách quan đó, Nghiên cứu sinh đã chọn đề tài **“Hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội đến năm 2020”** làm Luận án Tiến sĩ. Đề tài đạt được một số kết quả sau:

- Đã hệ thống hoá và làm rõ cơ sở lý luận về quản lý Nhà nước trong lĩnh vực thương mại ở Hà Nội và vai trò của thương mại Hà Nội đối với phát triển kinh tế Thành phố nói riêng và cả nước nói chung.

- Nghiên cứu các nội dung của quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

- Nghiên cứu kinh nghiệm quản lý Nhà nước về thương mại của một số thành phố trong và ngoài nước để rút ra những kinh nghiệm cho trường hợp cụ thể là Thành phố Hà Nội.

- Phân tích thực trạng thương mại của Thành phố Hà Nội thời gian từ 2001 đến nay.

- Phân tích tình hình thực hiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Thành phố Hà Nội, rút ra những điểm còn tồn tại trong thực hiện nội dung quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn Hà Nội.

- Đề xuất các phương hướng và giải pháp hoàn thiện nội dung quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Hà Nội tới năm 2020.

- Kiến nghị với nhà nước một số điều kiện để thực hiện các giải pháp hoàn thiện quản lý Nhà nước về thương mại hàng hoá trên địa bàn Thành phố Hà Nội.

Những nghiên cứu đạt được trong luận án hy vọng sẽ góp phần tăng

cường năng lực và hiệu lực quản lý nhà nước về thương mại trên địa bàn Hà Nội. Trên cơ sở đó thúc đẩy phát triển thương mại trên địa bàn Hà Nội, hướng tới thực hiện mục tiêu Hà Nội phải hoàn thành sự nghiệp công nghiệp hoá - hiện đại hoá vào năm 2015.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ

1. Nguyễn Mạnh Hoàng (2003), "Tăng cường xúc tiến thương mại - đòn bẩy để mở rộng thị trường xuất khẩu của Thủ đô", Tạp chí *Lý luận chính trị*, (1), trang 27 - 29, 34.
2. Nguyễn Mạnh Hoàng (2006), "Phát triển thị trường nội địa Hà Nội giai đoạn 2006 - 2010", Tạp chí *Kinh tế và phát triển* (đặc san, tháng 9 năm 2006), trang 99 - 102.
3. Nguyễn Mạnh Hoàng (2007), "Thương mại Hà Nội trong tiến trình hội nhập", Tạp chí *Khoa học thương mại*, (17), trang 42 - 45.
4. Nguyễn Mạnh Hoàng (2007), "Hoạt động HNKTQT của Thành phố Hà Nội: Một số kết quả bước đầu và kế hoạch năm 2007", *Bản tin Hà Nội - Hội nhập và phát triển*, (1), trang 20-24.
5. Nguyễn Mạnh Hoàng (2008), "Một số giải pháp phát triển dịch vụ trình độ, chất lượng cao và đẩy mạnh xuất khẩu của Thành phố Hà Nội năm 2008", Tạp chí *Thương mại*, (1+ 2), trang 26 - 27.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tiếng Việt

1. Vũ Tuấn Anh (1994), *Vai trò của Nhà nước trong phát triển kinh tế*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
2. Bộ Thương mại (1994), *Những quan điểm và kiến nghị về cơ chế thị trường và vai trò của nhà nước trong quản lý nền kinh tế nước ta hiện nay*, Chương trình nghiên cứu khoa học cấp nhà nước mã số KX.03, đề tài KX-03-04, Hà Nội.
- 3 Bộ Thương mại (1995), *Báo cáo tổng hợp về thương nhân hoạt động thương mại và công tác quản lý nhà nước về thương mại*, Hà Nội.
4. Bộ Thương mại (2003), *Đẩy mạnh xuất khẩu, phát triển thị trường nội địa góp phần thực hiện các mục tiêu kinh tế xã hội năm 2003*, Hà Nội.
5. Bộ Thương mại (2003), *Đổi mới và hoàn thiện quản lý Nhà nước về thương mại trên thị trường nội địa nước ta thời kỳ đến năm 2010*, Hà Nội.
6. Bộ Thương mại (2004), *Quản lý Nhà nước về lưu thông hàng hoá trên thị trường nội địa*, Hà Nội.
7. Bộ Thương mại (2004), *Thương mại Việt Nam trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Hà Nội.
8. Bộ Thương mại (2006), *Thương mại Việt Nam 20 năm đổi mới*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
9. Bộ Thương mại (2007), *Báo cáo thương mại Việt Nam năm 2007*, Hà Nội.
10. Bộ Thương mại (2007), *Quá trình đổi mới cơ chế, chính sách thương mại từ năm 1986 đến nay, những thành tựu và bài học kinh nghiệm*, Hà Nội.
11. Bộ Thương mại (2007), *Nội dung và phương pháp quản lý Nhà nước đối với hoạt động thương nhân trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Hà Nội.
12. Bộ Thương mại (2007), *Báo cáo thương mại Việt Nam năm 2006, phương hướng phát triển năm 2007*, Hà Nội.

13. Mai Văn Bưu chủ biên (1997), *Giáo trình quản lý nhà nước về kinh tế*, NXB Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội.
14. Nông Phú Bình (2006), *Thị trường và vai trò quản lý của nhà nước trong nền kinh tế thị trường*, Học viện Hành chính quốc gia, Hà Nội.
15. Ban Chấp hành Đảng bộ Thành phố Hà Nội (1986), *Văn kiện Đại hội Đại biểu lần thứ 10 Đảng bộ Thành phố Hà Nội*, Hà Nội.
16. Ban Chấp hành Đảng bộ Thành phố Hà Nội (1991), *Văn kiện Đại hội Đại biểu lần thứ 11 Đảng bộ Thành phố Hà Nội*, Hà Nội.
17. Ban Chấp hành Đảng bộ Thành phố Hà Nội (1996), *Văn kiện Đại hội Đại biểu lần thứ 12 Đảng bộ Thành phố Hà Nội*, Hà Nội.
18. Ban Chấp hành Đảng bộ Thành phố Hà Nội (2001), *Văn kiện Đại hội Đại biểu lần thứ 13 Đảng bộ Thành phố Hà Nội*, Hà Nội.
19. Ban Chấp hành Đảng bộ Thành phố Hà Nội (2006), *Văn kiện Đại hội Đại biểu lần thứ 14 Đảng bộ Thành phố Hà Nội*, Hà Nội.
20. Cục Hải quan Hà Nội (2007), *Báo cáo ngành Hải quan Hà Nội năm 2007*, Hà Nội.
21. Cục Thống kê Hà Nội (2002), *Niên giám thống kê Hà Nội 2001*, Hà Nội.
22. Cục Thống kê Hà Nội (2003), *Niên giám thống kê Hà Nội 2002*, Hà Nội.
23. Cục Thống kê Hà Nội (2004), *Niên giám thống kê Hà Nội 2003*, Hà Nội.
24. Cục Thống kê Hà Nội (2005), *Niên giám thống kê Hà Nội 2004*, Hà Nội.
25. Cục Thống kê Hà Nội (2006), *Niên giám thống kê Hà Nội 2005*, Hà Nội.
26. Cục Thống kê Hà Nội (2007), *Niên giám thống kê Hà Nội 2006*, Hà Nội.
27. Cục Thống kê Hà Nội (2008), *Niên giám thống kê Hà Nội 2007*, Hà Nội.
28. Mai Ngọc Cường (1994), *Lý luận và thực tiễn thương mại quốc tế*, NXB Thống kê, Hà Nội.
29. Nguyễn Trí Dĩnh (1993), *Vai trò nhà nước trong phát triển kinh tế các nước ASEAN*, NXB Thống kê, Hà Nội.

30. Đặng Đình Đào - Hoàng Đức Thân (2004), *Giáo trình kinh tế thương mại*, NXB Thống kê.
31. Nguyễn Duy Gia (1998), *Một số vấn đề Nhà nước quản lý vĩ mô nền kinh tế ở Việt Nam*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
32. Vũ Văn Hoá, *Quản lý Nhà nước về phát triển thị trường và thương mại nội địa trong điều kiện CNH, HĐH và hội nhập kinh tế quốc tế*, Học viện Tài chính.
33. Học viện hành chính quốc gia Hồ Chí Minh (2000), *Đổi mới hoạt động của các doanh nghiệp thương mại Nhà nước ở nước ta hiện nay*, NXB Lao động, Hà Nội.
34. Intimext (2005), *Chiến lược phát triển hệ thống kinh doanh nội địa để trở thành Nhà Phân phối lớn tại Việt Nam*, tham luận tại Hội thảo lưu thông hàng hoá trong nước - Bộ Thương mại.
35. Luật Thương mại (2005), NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
36. Võ Đại Lực (1997), *Việt Nam chính sách thương mại và đầu tư*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
37. Ngô Quang Minh chủ biên (2001), *Kinh tế Nhà nước và quá trình đổi mới doanh nghiệp nhà nước*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
38. Nguyễn Thị Nhiều (2007), *Nghiên cứu dịch vụ bán buôn bán lẻ của một số nước và khả năng vận dụng vào Việt Nam*, Đề tài cấp Bộ, Viện Nghiên cứu Thương mại - Bộ Công Thương, Hà Nội.
39. Nguyễn Văn Oánh, Nguyễn Thanh Tuấn đồng chủ biên ((2002), *Bảo đảm định hướng xã hội chủ nghĩa trong hoạt động quản lý của nhà nước ta hiện nay*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
40. Lương Xuân Quỳ chủ biên (1994), *Cơ chế thị trường và vai trò của nhà nước trong nền kinh tế Việt nam*, NXB Thống kê, Hà Nội.

41. Sở Thương mại Hà Nội (2002), *Báo cáo hoạt động quản lý Nhà nước năm 2001*, Hà Nội.
42. Sở Thương mại Hà Nội (2003), *Báo cáo hoạt động quản lý Nhà nước năm 2002*, Hà Nội.
43. Sở Thương mại Hà Nội (2004), *Báo cáo hoạt động quản lý Nhà nước năm 2003*, Hà Nội.
44. Sở Thương mại Hà Nội (2005), *Báo cáo hoạt động quản lý Nhà nước năm 2004*, Hà Nội.
45. Sở Thương mại Hà Nội (2006), *Báo cáo hoạt động quản lý Nhà nước năm 2005*, Hà Nội.
46. Sở Thương mại Hà Nội (2007), *Báo cáo hoạt động quản lý Nhà nước năm 2006*, Hà Nội.
47. Sở Thương mại Hà Nội (2008), *Báo cáo hoạt động quản lý Nhà nước năm 2007*, Hà Nội.
48. Tổng cục Thống kê (1998), *Quản lý Nhà nước về thành phần kinh tế*, NXB Thống kê, Hà Nội.
49. Tổng cục Thống kê (2002), *Niên giám Thống kê năm 2001*, NXB Thống kê, Hà Nội.
50. Tổng cục Thống kê (2003), *Niên giám Thống kê năm 2002*, NXB Thống kê, Hà Nội.
55. Tổng cục Thống kê (2008), *Niên giám Thống kê năm 2007*, NXB Thống kê, Hà Nội.
56. Trần Thị Thanh Thủy (2003), *Lý luận cơ bản của quản lý Nhà nước về Thương mại trong điều tiết lưu thông hàng hoá trên thị trường*, Luận văn thạc sĩ, Trường Đại học Thương mại Hà Nội.
57. Nguyễn Hữu Tri (1996), *Những vấn đề cơ bản về quản lý Nhà nước XHCN ở nước ta*, Trường cán bộ Thương mại Trung ương, Hà Nội.
58. UBND Thành phố Hà Nội (2006), *Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế -*

xã hội Thủ đô Hà Nội giai đoạn 2010 - 2020, tầm nhìn 2030, Hà Nội.

59. UBND Thành phố Hà Nội (2006), *Quy hoạch phát triển hệ thống cửa hàng xăng dầu trên địa bàn Thành phố Hà Nội đến năm 2020 và tầm nhìn 2030*, Hà Nội.
60. UBND Thành phố Hà Nội (2007), *Quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Thành phố Hà Nội đến năm 2020 và tầm nhìn 2030*, Hà Nội.
61. Phan Tô Uyên (2006), *Những cơ hội và thách thức đối với thương mại Hà Nội trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế*, Đề tài cấp cơ sở, Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
62. Lê Danh Vĩnh (2006), *20 năm đổi mới cơ chế chính sách thương mại của Việt Nam - những thành tựu và bài học kinh nghiệm*, NXB Thống kê, Hà Nội.
63. Hoàng Thọ Xuân (2005), *Phương hướng và nhiệm vụ tổ chức thị trường, củng cố và phát triển các doanh nghiệp phân phối trong nước, góp phần bình ổn thị trường giá cả chủ động nâng cao năng lực cạnh tranh và hợp tác trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế và mở cửa thị trường nội địa*, Tham luận tại Hội thảo lưu thông hàng hoá trong nước - Bộ Thương mại.
64. Viện kinh tế kỹ thuật thương mại (1994), *Quản lý nhà nước trong điều kiện bãi bỏ chế độ Bộ chủ quản doanh nghiệp nhà nước*, Đề tài mã số : 94-78-016, Hà Nội.
65. Viện nghiên cứu kinh tế, Bộ KH & ĐT (2001 và 2005), *Kinh tế và dự báo từ 1995 đến 2000 và Kinh tế Việt Nam các năm từ 2000-2005* - NXB Khoa học - kỹ thuật.

B. Tiếng Anh

66. ESCAP (2001), *National Training Workshop on Export promotion*, Hanoi.
67. Francis Kwong (2002), *A retail-Led Distribution Model, China*

- Resources Enterprise Ltd, China.*
68. Gavin Sinclair, Anath Lyer, Jane Anderson (1998), *The suppermarket Supply Chain In Shanghai, China.*
 69. ITC (1993), *Exports from Small and medium sized Enterprises in developing Countries, Geneva.*
 70. ITC (2000), *The SME and information Technology, Geneva.*
 71. Lin & Fung Research Centre (2003), *The Issue of Slotting fee in China's Suppermarket Chains, China.*
 72. Market Research Centre (2001), *China Super Store Market, China*
 73. Melvin Morgenstein & Harriet Strongin (1987) *Modern Retailing - Management Principales and Practices* Prentice-Hall, Inc. New Jersey.
 74. Philips Kotler (1961), *Fundamental marketing*, 2th Edition.
 75. Paul Newbold (1995), *Statistics for Business & Economics*, Fourth Edition, Prentice-Hall International, Inc.
 76. Sanjaya Lall and Rajneesh Narula, (2004), "FDI and its Role in Economic Development: Do We need a new Agenda?", *European Journal of Development Research*, Vol. 16.
 77. UNCTAD (1999), *World Investment Report*, NewYork and Geneva.
 78. Wang Zhenru (2005), *Wal - Mart in China*, Beijing.