

---

# PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG HÀNG HÓA TRONG NƯỚC CỦA VIỆT NAM SAU 35 NĂM ĐỔI MỚI

**Hoàng Đức Thân**

*Trường Đại học Kinh tế Quốc dân*

*Email: hoangducthan@gmail.com*

Mã bài: JED-369

Ngày nhận: 22/08/2021

Ngày nhận bản sửa: 13/09/2021

Ngày duyệt đăng: 16/09/2021

## **Tóm tắt:**

*Phát triển thị trường hàng hóa trong nước của Việt Nam sau 35 năm đổi mới (1986-2020) đã đạt được những thành quả quan trọng mà có thể kể đến như: hình thành hệ thống thị trường thống nhất, có đủ các thành phần kinh tế hoạt động; quan hệ cung cầu hàng hóa ở trạng thái đủ và có dư thừa; tổng mức bán lẻ hàng hóa tăng trưởng cao; thị trường nằm trong top hấp dẫn cao của thế giới và đã có sự thông thương với thị trường quốc tế; thị trường trong nước trở thành trụ đỡ cho nền kinh tế; thể chế thể chế kinh tế thị trường được cải thiện. Tuy nhiên, phát triển thị trường cũng còn những hạn chế lớn như: quy mô thị trường và tiềm lực của các doanh nghiệp, hộ kinh doanh Việt Nam nhỏ; cơ sở hạ tầng chưa bảo đảm cho phát triển thị trường bền vững; liên kết chuỗi và hợp tác phát triển ở mức thấp; nhiều khó khăn trong tiếp cận chính sách và nguồn lực hỗ trợ của Nhà nước. Trên cơ sở phân tích sự phát triển thị trường hàng hóa trong nước của Việt Nam sau 35 năm đổi mới, bài viết đề xuất các giải pháp về chính sách: chính sách nhà nước đẩy mạnh phát triển sản xuất hàng hóa quy mô lớn và khuyến khích tiêu dùng xanh; chính sách phát triển kinh tế tư nhân thành động lực chủ yếu của phát triển thị trường hàng hóa trong nước; chính sách đầu tư phát triển hạ tầng thương mại hiện đại; giải pháp nâng cao chất lượng công tác thông tin, dự báo thị trường; chính sách thúc đẩy tái cấu trúc hệ thống kinh doanh thương mại; chính sách hỗ trợ doanh nghiệp, doanh nhân phục hồi sau đại dịch COVID-19.*

**Từ khoá:** 35 năm thị trường hàng hoá; phát triển thị trường hàng hoá

**Mã JEL:** F10

## **Developing the domestic commodity market in Vietnam after thirty five years of renovations**

### **Abstract:**

*Developing the domestic commodity market after thirty five years of renovations (1986-2020) has achieved important results such as forming a unified market system with all economic sectors operating; the relationship between supply and demand of goods in the sufficient and even surplus situations; high growth in total retail sales; the market in the top attractive list of the world markets and free trade with the international markets; the backbone of domestic market of the economy; improved market economy system. However, market development also has major limitations: (i) market size and Vietnamese firms and business households are still small; (ii) infrastructure has not yet guaranteed for sustainable and modern market development; (iii) chains link and development cooperation are at a low level; (iv) many difficulties are existed in accessing policies and support resources of the state. Based on the findings, some policy solutions are proposed for promoting the development of large-scale commodity production and encouraging green consumption; developing the private economy into the main driving force of the development of the domestic commodity market; investing in the development of modern commercial infrastructure; improving the quality of market information and forecasting; promoting the restructuring of the commercial business system; supporting firms and entrepreneurs to recover from the COVID-19 pandemic.*

**Keywords:** Thirty five years of commodity market; commodity market development

**JEL Code:** F10

---

## 1. Giới thiệu

Đại hội Đại biểu toàn quốc lần thứ VI của Đảng Cộng sản Việt Nam năm 1986 đã đánh dấu mốc lịch sử có ý nghĩa bước ngoặt trong sự phát triển của đất nước. Điều có ý nghĩa quan trọng và quyết định hơn cả là đổi mới tư duy kinh tế và chủ trương về kinh tế. Đổi mới tư duy, những chủ trương kinh tế mới của Đảng đã tác động trực tiếp, quan trọng đến toàn bộ nền kinh tế quốc dân. Sau gần 35 năm đổi mới, từ năm 1986-2020, cần có những nghiên cứu tổng kết khoa học về phát triển thị trường hàng hóa trong nước để nhận diện đúng và phát huy vai trò quan trọng của thị trường này trong chiến lược phát triển kinh tế giai đoạn 2021-2030.

Nghiên cứu này nhằm mục đích: (i) nghiên cứu tổng kết những tư duy đổi mới quan trọng của Đảng, Chính phủ đối với phát triển thị trường hàng hóa; (ii) phân tích, đánh giá khoa học những thành quả và những hạn chế lớn của phát triển thị trường hàng hóa trong nước sau 35 năm đổi mới; (iii) khuyến nghị đối với Đảng, Chính phủ những giải pháp về chính sách nhằm phát triển bền vững thị trường hàng hóa trong nước.

## 2. Khung lý thuyết nghiên cứu

Theo quan niệm cổ điển, thị trường hàng hóa là nơi diễn ra các hoạt động trao đổi, mua bán hàng hóa. Theo quan niệm hiện đại thì thị trường hàng hóa là không gian diễn ra các quan hệ trao đổi, mua bán hàng hóa (Đặng Đình Đào & Hoàng Đức Thân, 2019). Thị trường hàng hóa mang những đặc trưng cơ bản là:

(i) Rất nhiều chủ thể, cả cá nhân và tổ chức, tham gia thị trường;

(ii) Hàng hóa với rất nhiều quy cách, chủng loại và đa dạng mẫu mã sản phẩm;

(iii) Cấu trúc thị trường nhiều loại như thị trường hàng tiêu dùng, thị trường hàng tư liệu sản xuất; nhiều cấp như thị trường bán buôn, thị trường bán lẻ; nhiều tầng như thị trường doanh nghiệp, thị trường ngành, thị trường quốc gia và nhiều phạm vi như thị trường doanh nghiệp, thị trường địa phương, thị trường trong nước, thị trường khu vực và thị trường quốc tế;

(iv) Phương thức hoạt động của thị trường biến đổi nhanh chóng giữa thị trường truyền thống và thị trường hiện đại, thị trường thực và thị trường ảo do tác động của tiến bộ khoa học công nghệ;

(v) Mức độ cạnh tranh trên thị trường hàng hóa rất cao.

Phát triển thị trường hàng hóa là sự tăng trưởng về quy mô và cơ cấu thị trường. Những nhân tố chủ yếu ảnh hưởng đến phát triển thị trường hàng hóa trong nước là: Thể chế phát triển kinh tế; Quy mô và trình độ phát triển của sản xuất hàng hóa; Quy mô, cơ cấu nhu cầu tiêu dùng hàng hóa; Tiềm lực và phương thức hoạt động của các chủ thể tham gia thị trường và nhân tố hội nhập quốc tế. Các chỉ tiêu đánh giá sự phát triển thị trường hàng hóa trong nước bao gồm: Sự gia tăng và cơ cấu thành phần tham gia thị trường; Tăng trưởng của tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng (DVTD); Mức độ hấp dẫn của thị trường bán lẻ hàng hóa; Mức độ hệ thống, thống nhất của thị trường; Khả năng cạnh tranh của các chủ thể hoạt động trên thị trường; Thể chế quản lý nhà nước đối với thị trường.

Những đổi mới về tư duy, chủ trương kinh tế của Đảng và Chính phủ đã làm thay đổi bản chất và quyết định sự phát triển thị trường hàng hóa trong nước. Đổi mới tư duy, chủ trương, cơ chế và chính sách kinh tế của Đảng, Chính phủ là một quá trình từ chỗ do dự, lúng túng của giai đoạn đầu 1986-1991 đến ngày càng đầy đủ, nhất quán và phát triển hoàn thiện trong giai đoạn 1992 - 2021. Cụ thể như sau:

*Một là, từ đơn sở hữu sang đa dạng sở hữu.* Từ chỗ tuyệt đối hoá vai trò của chế độ công hữu xã hội về tư liệu sản xuất, biến nó từ phương tiện trở thành mục tiêu của cách mạng, đã chuyển sang đa dạng hoá sở hữu. Trong nền kinh tế quốc dân đã hình thành nhiều loại sở hữu khác nhau.

*Hai là, từ đơn thành phần sang đa dạng thành phần kinh tế.* Đại hội Đảng lần thứ VI có chủ trương đa thành phần kinh tế nhưng chưa chỉ ra cụ thể những thành phần kinh tế khác. Đại hội Đảng VI (1986), khẳng định: Đi đôi với việc phát triển kinh tế quốc doanh, kinh tế tập thể, cần có chính sách sử dụng và cải tạo đúng đắn các thành phần kinh tế khác (Đảng Cộng sản Việt Nam, 1986). Đại hội Đảng lần thứ VII (1991), chỉ rõ các thành phần kinh tế và chủ trương phát triển từng thành phần. Báo cáo chính trị tại Đại hội Đảng lần thứ VII (1991) chỉ rõ xây dựng nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần trong đó kinh tế quốc doanh giữ vai trò chủ đạo, kiện toàn kinh tế tập thể, phát triển mạnh kinh tế gia đình, kinh tế tư nhân được phát triển theo sự quản lý, hướng dẫn của Nhà nước. Đại hội Đảng lần thứ XIII (2021) định danh rõ và xác định vai trò cụ thể của các thành phần kinh tế. Báo cáo chính trị tại Đại hội Đảng lần thứ XIII nêu rõ: Kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo; kinh tế tập thể, kinh tế hợp tác không ngừng được củng cố, phát triển; kinh tế tư

---

nhân là một động lực quan trọng; kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài ngày càng được khuyến khích phát triển (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2021). Như vậy, từ chỗ muốn nhanh chóng thu tiêu các thành phần kinh tế ngoài kinh tế nhà nước đến chỗ thừa nhận sự tồn tại khách quan, động lực quan trọng và đẩy mạnh phát triển các thành phần kinh tế ngoài nhà nước. Các thành phần kinh tế bình đẳng trên thị trường, trước luật pháp, vừa liên kết vừa cạnh tranh với nhau.

*Ba là, chuyển từ cơ chế phân phối, trao đổi hiện vật sang cơ chế mua bán hàng hóa theo giá cả thị trường.* Đại hội Đảng lần thứ VI nêu tư tưởng đổi mới cơ chế quản lý kinh tế nhằm tạo ra động lực thúc đẩy phát triển kinh tế, cơ chế mới lấy kế hoạch hóa làm trung tâm, sử dụng đúng đắn quan hệ hàng hoá - tiền tệ, quản lý bằng phương pháp kinh tế là chủ yếu. Đại hội Đảng lần thứ VII (1991) đã xác định cơ chế vận hành nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần theo định hướng xã hội chủ nghĩa là cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước bằng pháp luật, kế hoạch, chính sách và các công cụ khác, tiếp tục xoá bỏ các hình thức phân phối hiện vật; tính đủ giá trị đối với đất đai, tài nguyên... đưa vào sử dụng. Đại hội Đảng lần thứ XIII (2021) đã hoàn thiện và phát triển thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa. Đại hội Đảng lần thứ XIII khẳng định hoàn thiện thể chế, phát triển đầy đủ, đồng bộ các yếu tố thị trường, các loại thị trường. Thực hiện nhất quán cơ chế giá thị trường đối với hàng hoá, dịch vụ, kể cả các dịch vụ công cơ bản (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2021).

*Bốn là, phát triển tư duy từ nền kinh tế đóng cửa sang hội nhập kinh tế quốc tế và đến hội nhập quốc tế.* Đại hội Đảng lần thứ VI khởi đầu cho đổi mới tư duy về hội nhập kinh tế với chủ trương mở rộng và nâng cao hiệu quả kinh tế đối ngoại, tham gia ngày càng rộng rãi vào sự phân công lao động quốc tế, tích cực phát triển quan hệ kinh tế và khoa học, kỹ thuật với các nước khác, với các tổ chức quốc tế và tư nhân nước ngoài trên nguyên tắc bình đẳng, cùng có lợi. Tại Đại hội Đảng lần thứ VIII (1996), lần đầu tiên thuật ngữ “Hội nhập kinh tế quốc tế” “chính thức được đề cập trong Văn kiện của Đảng, đó là xây dựng một nền kinh tế mở, hội nhập với khu vực và thế giới. Tại Đại hội Đảng lần thứ XI (2011), tư duy của Đảng về hội nhập đã có một bước phát triển toàn diện hơn, đó là từ “Hội nhập kinh tế quốc tế” trong các kỳ Đại hội trước chuyển thành “Hội nhập quốc tế”. Nghị quyết Đại hội Đảng lần thứ XI nêu rõ chủ động và tích cực hội nhập quốc tế. Đại hội Đảng lần thứ XIII làm sâu sắc nội hàm hội nhập quốc tế và đặt ra nhiệm vụ chiến lược là tiếp tục thực hiện đường lối đối ngoại độc lập, tự chủ, đa phương hóa, đa dạng hóa; chủ động và tích cực hội nhập quốc tế toàn diện, sâu rộng, có hiệu quả; bảo vệ vững chắc Tổ quốc, giữ vững môi trường hoà bình, ổn định, không ngừng nâng cao vị thế, uy tín quốc tế của Việt Nam (Đảng Cộng sản Việt Nam, 2021).

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

Bài nghiên cứu sử dụng các phương pháp phân tích định tính, phương pháp tổng hợp so sánh trên cơ sở sử dụng các tư liệu, số liệu thứ cấp.

Nguồn tư liệu, số liệu sử dụng:

- Văn kiện Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ VI, lần thứ VII, lần thứ VIII, lần thứ XI và lần thứ XIII và một số nghị quyết của Hội nghị Ban chấp hành Trung ương Đảng để tổng hợp, phân tích quá trình đổi mới tư duy và các chủ trương kinh tế từ năm 1986 đến 2021.

- Niên giám thống kê của Tổng cục Thống kê xuất bản vào các năm 2000, 2015, 2020. Số liệu thống kê được sử dụng để phân tích về tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng; chỉ số giá tiêu dùng; chợ, siêu thị và trung tâm thương mại.

- Sách trắng doanh nghiệp năm 2021 của Bộ Kế hoạch và Đầu tư để nghiên cứu về tình hình doanh nghiệp đang hoạt động, doanh nghiệp thành lập mới trong ngành thương mại, năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam.

- Tư liệu, số liệu của Bộ Công Thương như thống kê thương mại năm 2015, năm 2020, Báo cáo tổng kết tình hình thực hiện chiến lược phát triển thương mại giai đoạn 2011-2020, để nghiên cứu về quy mô và trạng thái thị trường hàng hóa trong nước, kết cấu hạ tầng thương mại và logistics.

- Tư liệu, số liệu của AT Kearney (Mỹ), công bố năm 2019 để phân tích Chỉ số phát triển thị trường bán lẻ toàn cầu của Việt Nam.

- Các báo cáo của Ngân hàng thế giới gồm: Báo cáo “Kết nối để cạnh tranh – ngành logistics trong nền kinh tế toàn cầu” năm 2018, Báo cáo Đánh giá mức độ sẵn sàng về Chính phủ số và Dữ liệu mở tại Việt Nam năm 2019.

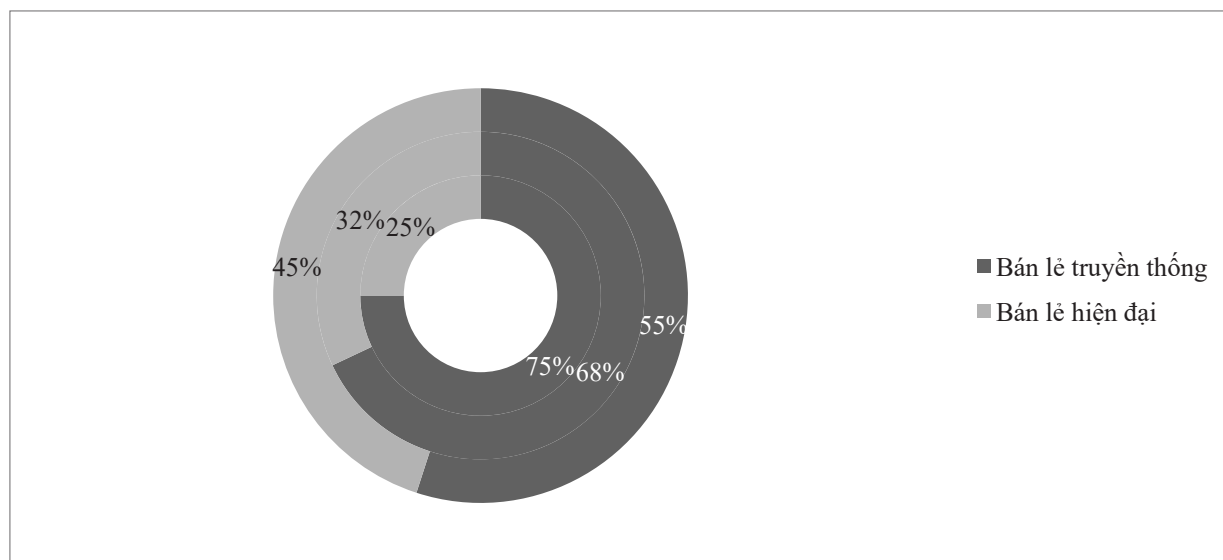
#### 4. Kết quả nghiên cứu phát triển thị trường hàng hóa trong nước sau 35 năm đổi mới

##### 4.1 Những thành quả của phát triển thị trường hàng hóa trong nước sau 35 năm đổi mới

Phát triển thị trường hàng hóa trong nước, từ năm 1986 đến năm 2020, đã đạt được những thành quả to lớn như sau:

*Thứ nhất, hình thành hệ thống thị trường thống nhất, thông suốt và nhiều tầng.* Tình trạng ngăn sông, cấm chợ, chia cắt theo địa giới hành chính đã bị xóa bỏ. Thực hiện tự do hóa thương mại, tự do hóa lưu thông đã làm cho hàng hóa giao lưu giữa các vùng, các địa phương không bị ách tắc và ngăn trở. Trên nền tảng tự do hóa đã khai thác được các tiềm năng và thế mạnh của từng vùng, từng địa phương, từng doanh nghiệp. Quá trình tích tụ và tập trung trên thị trường đã dẫn tới hình thành các trung tâm thương mại quốc gia và vùng. Đó là cửa ngõ giao lưu hàng hóa, trung tâm phát luồng hàng hóa và tác dụng như đòn bẩy thúc đẩy kinh tế cả nước và khu vực phát triển. Đã hình thành hệ thống thị trường bán buôn và thị trường bán lẻ; thị trường truyền thống và thị trường hiện đại; thị trường thực và thị trường ảo (Hình 1).

Hình 1: Cơ cấu giá trị các kênh bán lẻ tại thị trường Việt Nam



Nguồn: Bộ Công Thương (2021).

*Thứ hai, thị trường đã có đủ các thành phần kinh tế, lực lượng thương nhân đông đảo với các hình thức sở hữu khác nhau.* Trên thị trường có các thành phần kinh tế tham gia gồm: kinh tế nhà nước, kinh tế tập thể, kinh tế tư nhân, kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài. Sau 35 năm, kinh tế nhà nước và kinh tế tập thể trong khâu bán lẻ hàng hóa giảm mạnh, kinh tế tư nhân có xu hướng tăng nhanh. Kinh tế nhà nước chi phối gần 100% thị trường hàng hóa thời kỳ 1976-1985 đã giảm xuống còn khoảng 70% thời kỳ 1990-1995 và còn 10-15% giai đoạn 2016-2020. Hệ thống hợp tác xã còn phát huy được vai trò ở nông thôn, miền núi song chỉ còn chiếm 1- 2% tổng mức bán lẻ hàng hóa trên thị trường. Lực lượng đông đảo nhất trên thị trường là kinh tế tư nhân với hệ thống doanh nghiệp, hộ tư thương, hộ tiểu thương. Từ năm 2000 đến 2020 kinh tế tư nhân chiếm trên 80% tổng mức bán lẻ hàng hóa trên thị trường. Khu vực các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài cũng đã tham gia vào thị trường nội địa, chiếm tỷ trọng khoảng 4% trong tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ hiện nay (Bảng 1).

*Thứ ba, quan hệ cung cầu hàng hóa trên thị trường đã thay đổi một cách cơ bản từ chỗ thiếu hụt hàng hóa sang trạng thái đủ và có dư thừa.* Nhiều mặt hàng trước đây phải nhập khẩu thì đến nay sản xuất đã bảo đảm yêu cầu trong nước và xuất khẩu quy mô lớn như gạo, hàng điện tử, quần áo, giày dép... Chúng loại hàng hóa rất đa dạng, phong phú, chất lượng ngày càng được nâng cao và giá cả hợp lý tạo cơ hội thuận lợi cho người tiêu dùng lựa chọn. Hàng Việt được ưa chuộng và chiếm tỷ trọng ngày càng cao trong các siêu thị. Trong hệ thống siêu thị của các doanh nghiệp Việt Nam, hàng hóa sản xuất trong nước chiếm tỷ trọng khoảng 80-90%, tỷ lệ hàng Việt tại hệ thống siêu thị có vốn đầu tư nước ngoài cũng chiếm 60-96% (Bộ Công Thương, 2020).

*Thứ tư, Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng luôn tăng trưởng ở mức cao.* Theo số

**Bảng 1: Cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hoá và doanh thu dịch vụ tiêu dùng phân theo thành phần kinh tế (giá hiện hành)**

Đơn vị: %

Năm	Tổng số	Trong đó		
		Nhà nước	Ngoài nhà nước	Khu vực FDI
1985	100,0	97,0	3,0	0
1990	100,0	69,6	30,4	0
1996	100,0	53,3	45,7	1,0
2000	100,0	18,3	80,3	1,4
2005	100,0	12,9	83,3	3,8
2010	100,0	14,2	83,2	2,6
2015	100,0	11,2	84,7	4,1

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2001, tr.383), Tổng cục Thống kê (2016, tr.539).

liệu của Tổng cục Thống kê, tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng trong giai đoạn 2007 - 2015 tăng trung bình gần 22%/năm. Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng năm 2010 gấp gần 7 lần năm 2000. Tăng trưởng giai đoạn 2016-2020 gấp khoảng 1,6 lần giai đoạn 2011-2015. Tốc độ tăng bình quân tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng giai đoạn 2016-2020 đạt gần 9,4%/năm. Trong điều kiện đại dịch COVID-19 tổng mức bán lẻ hàng hóa vẫn tăng 2,62% (Bảng 2).

**Bảng 2: Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng theo giá thực tế phân theo ngành kinh doanh**

Năm	Tổng mức		Bán lẻ (Tỷ VNĐ)	Dịch vụ lưu trú, ăn uống (Tỷ VNĐ)	Dịch vụ du lịch (Tỷ VNĐ)
	Giá trị (Tỷ VNĐ)	% tăng so năm trước			
2000	219.400,0	9,10	155.115,8	26.766,8	37.517,4
2010	1.677.344,7	664,50	1.254.200,0	212.065,2	211.079,5
2011	2.079.523,5	23,98	1.535.600,0	260.325,9	283.597,6
2012	2.369.130,6	13,93	1.740.359,7	305.651,0	323.119,9
2013	2.615.203,6	10,39	1.964.666,5	315.873,2	334.663,9
2014	2.916.233,9	11,51	2.189.448,4	353.306,5	373.479,0
2015	3.223.202,6	10,53	2.403.723,2	399.841,8	419.637,6
2016	3.546.268,6	10,02	2.648.856,7	439.892,3	457.519,6
2017	3.956.599,1	11,57	2.967.484,7	488.615,6	500.498,8
2018	4.393.525,5	11,04	3.308.059,0	534.168,5	551.298,0
2019	4.930.838,3	12,23	3.743.000,4	586.491,1	601.346,8
2020	5.059.800,0	2,62	4.507.300,0,0	534.600,0	17.900,0

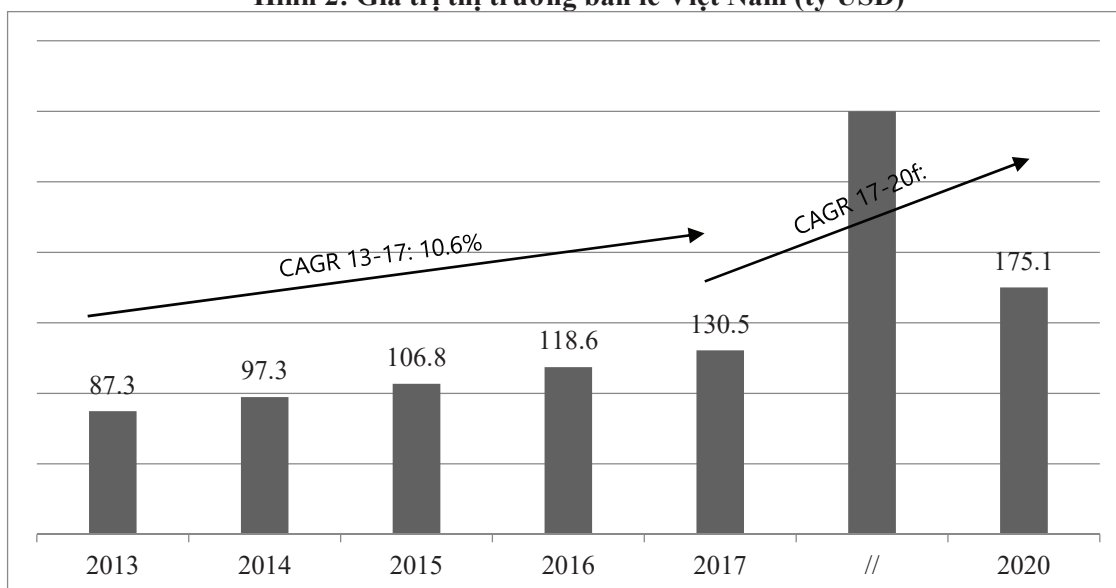
Nguồn: Tổng cục Thống kê (2001, tr. 383), Tổng cục Thống kê (2016, tr. 539), Tổng cục Thống kê (2021, tr. 619)

Thứ năm, thị trường bán lẻ hàng hóa của Việt nam luôn nằm trong tốp tăng trưởng, hấp dẫn cao của thế giới. Tốc độ tăng trưởng thị trường bán lẻ hàng hóa luôn cao từ gấp 1,5 đến 2 lần tăng trưởng GDP cả nước. Giai đoạn 2011-2020 tăng trung bình khoảng 10%/năm (Hình 2).

Theo xếp hạng trong chỉ số phát triển bán lẻ toàn cầu, từ năm 2008 đến năm 2018 Việt Nam liên tục nằm trong top 30 thị trường bán lẻ mới nổi hấp dẫn nhất thế giới. Năm 2017 Việt Nam xếp thứ 6 và năm 2018 đứng thứ 11 trong số các thị trường bán lẻ mới nổi hấp dẫn nhất thế giới (AT Kearney, 2019).

Thứ sáu, thị trường trong nước đã có sự thông thương với thị trường quốc tế. Sự tăng trưởng hay suy thoái trên thị trường quốc tế đều đã tác động đến thị trường trong nước. Điều này không chỉ diễn ra đối với những hàng hóa xuất nhập khẩu mà cả hàng hóa nội địa. Quá trình hội nhập của thị trường trong nước với thị trường khu vực và quốc tế ngày càng sâu rộng. Điều này được phản ánh qua độ mở cửa của nền kinh tế nước ta. Tính toán trên cơ sở số liệu của Tổng cục Thống kê về tổng kim ngạch xuất nhập khẩu và GDP cho

**Hình 2: Giá trị thị trường bán lẻ Việt Nam (tỷ USD)**



Nguồn: Tổng Cục Thống Kê (2021).

thấy năm 1985 độ mở cửa của nền kinh tế là 0,18 đến năm 2010 là 1,42, năm 2015 là 1,61 và đến năm 2020 độ mở cửa của nền kinh tế nước ta đã tăng lên là 2,82. Việt Nam trở thành quốc gia có độ mở cửa nền kinh tế cao trên thế giới.

*Thứ bảy, thị trường trong nước trở thành trụ đỡ cho nền kinh tế.* Từ cuộc khủng hoảng tài chính châu Á năm 1997, cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu từ 2008-2013 và đặc biệt trong cuộc suy thoái kinh tế do đại dịch COVID-19 hiện nay cho thấy thị trường hàng hóa trong nước thực sự là trụ đỡ cho nền kinh tế. Điều này được thể hiện:

(i) Bảo đảm nguồn thu bền vững của ngân sách nhà nước. Bộ trưởng Tài chính Đinh Tiến Dũng khẳng định: Cơ cấu thu ngân sách nhà nước bền vững hơn do tăng tỷ lệ thu nội địa. Tỷ trọng thu nội địa trong tổng thu ngân sách nhà nước tăng từ 68% bình quân giai đoạn 2011-2015 lên 85,5% năm 2020, tỷ trọng thu đầu thô và thu cân đối từ hoạt động xuất nhập khẩu giảm từ 30% bình quân giai đoạn 2011-2015 xuống còn khoảng 14,2% năm 2020 (Đinh Tiến Dũng, 2021).

(ii) Tiêu dùng trong nước ngày càng có đóng góp lớn hơn trong tăng trưởng kinh tế Việt Nam. Năm 2010 tương đương 77,2% GDP, đến năm 2020, tiêu dùng trong nước không chỉ tăng hơn ba lần về số tuyệt đối so với năm 2010 mà xét về tỷ lệ, còn tăng lên mức tương đương 80,04% GDP. Tốc độ tăng trưởng bình quân giá trị tăng thêm thương mại trong nước giai đoạn 2011-2019 đạt khoảng 8,8% (Bảng 3).

**Bảng 3: Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng/GDP**

Chỉ tiêu	2010	2011	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Tổng mức bán lẻ và DVTD (Nghìn tỷ đồng)	1.677,3	2.079,5	3.223,2	3.546,3	3.956,6	4.393,5	4.930,8	5.059,8
GDP	2.172,7	2.779,9	4.192,9	4.502,7	5.007,9	5.542,3	6.037,3	6.293,1
Tổng mức bán lẻ và DVTD /GDP (%)	77,19	74,81	76,87	79,24	79,01	79,27	81,67	80,40

Nguồn: Tổng Cục Thống Kê (2016, tr.539), Tổng Cục Thống Kê (2021, tr.619) và tính toán của tác giả.

(iii) Tiêu dùng hộ gia đình là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế. Trong giai đoạn 2016-2019, nhờ tiêu dùng bình quân của hộ gia đình tăng cao 7,32%/năm đã đưa kinh tế tăng trưởng 6,78%/năm (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2021).

Những phân tích trên cho thấy thị trường hàng hóa trong nước đã và đang trở thành trụ đỡ, động lực chủ yếu góp phần quan trọng cho sự phát triển bền vững của nền kinh tế, giải quyết việc làm, góp phần xóa đói

---

giảm nghèo và đảm bảo an sinh xã hội.

*Thứ tám, xây dựng chính phủ điện tử và cải cách thủ tục hành chính đã tạo thuận lợi cho các chủ thể hoạt động trên thị trường. Ngân hàng Thế giới trong báo cáo về Chính phủ số và Dữ liệu mở tại Việt Nam năm 2019 khẳng định, Chính phủ Việt Nam đã có nhiều bước tiến rất quan trọng trong triển khai chương trình Chính phủ điện tử, đặc biệt là việc ban hành Nghị quyết số 17 ngày 07/3/2019 về một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm phát triển Chính phủ điện tử giai đoạn 2019-2020 định hướng đến 2025. Bên cạnh đó, một số Đề án quan trọng cũng bắt đầu được xây dựng bao gồm hệ thống e-Cabinet, hệ thống e-Services, Trục liên thông văn bản Quốc gia. Theo Chỉ số phát triển chính phủ điện tử Liên Hợp Quốc công bố hai năm một lần (EGDI), năm 2018, Việt Nam xếp thứ 88 trong số 193 quốc gia thành viên, tăng 1 bậc từ vị trí thứ 89/193 năm 2016. Điều này cho thấy xu hướng chuyển dịch của chính phủ điện tử/số đang diễn ra tích cực ở Việt Nam. Năm 2020, Chỉ số Phát triển Chính phủ điện tử của Việt Nam tăng thêm 2 bậc so với năm 2018 lên 86/193.*

Các thủ tục hành chính cản trở, gây phiền hà cho sản xuất kinh doanh liên tục được bãi bỏ. Từ năm 2017-2020 Việt Nam đã cắt giảm 3893/6191 điều kiện kinh doanh, 6776/9926 danh mục hàng hóa phải có điều kiện kinh doanh và 30 thủ tục hành chính liên quan đến kiểm tra chuyên ngành. Cắt giảm này đã tiết kiệm cho xã hội, người dân, doanh nghiệp khoảng 18 triệu ngày công/năm, tương đương hơn 6300 tỷ đồng/năm (Mai Tiến Dũng, 2021).

Xếp hạng môi trường kinh doanh do Ngân hàng Thế giới công bố, Việt Nam liên tục tăng hạng và đứng 70/100 năm 2020. Việt Nam đứng vị trí thứ 5 trong ASEAN sau Singapore, Malaysia, Thái Lan và Brunei.

#### **4.2. Những hạn chế lớn của phát triển thị trường hàng hóa trong nước**

*Một là, về tổng thể quy mô thị trường nhỏ và phát triển chưa bền vững.*

Cung cầu hàng hoá trên thị trường quy mô nhỏ, phân tán. Khả năng chống chịu thấp trước các tác động như khủng hoảng kinh tế, tài chính, dịch bệnh, thiên tai. Năm 2020, số doanh nghiệp thương mại dịch vụ tạm ngừng kinh doanh chiếm 71,1% số doanh nghiệp tạm ngừng kinh doanh cả nước, tăng 65,2% so với năm 2019; số doanh nghiệp giải thể chiếm 76,1% doanh nghiệp giải thể cả nước, tăng 4,5% so với 2019 (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2021).

*Hai là, tiềm lực của các doanh nghiệp, hộ kinh doanh Việt Nam nhỏ, năng lực cạnh tranh yếu.*

Theo Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam 2021, tính đến ngày 31/12/2019, cả nước có 508.770 doanh nghiệp hoạt động trong khu vực thương mại dịch vụ, chiếm 67,1% tổng số doanh nghiệp cả nước. Trên 40% doanh nghiệp có doanh thu dưới 1 tỷ đồng/năm; 85% doanh nghiệp có doanh thu dưới 2 tỷ đồng/năm. Xếp theo quy mô thì doanh nghiệp có quy mô siêu nhỏ và nhỏ có số lượng doanh nghiệp chiếm tỷ lệ cao nhất. Tại thời điểm 31/12/2019 có 449.031 doanh nghiệp quy mô siêu nhỏ, chiếm 67,2% số doanh nghiệp cả nước; có 179.319 doanh nghiệp quy mô nhỏ, chiếm 26,8%; có 22.788 doanh nghiệp quy mô vừa, chiếm 3,4%; có 17.367 doanh nghiệp quy mô lớn, chỉ chiếm 2,6% (Bộ Kế hoạch và Đầu tư, 2021). Về công nghệ và máy móc, thiết bị đang được sử dụng ở các doanh nghiệp Việt Nam chỉ có 10% hiện đại, 38% trung bình và 52% là lạc hậu và rất lạc hậu; tỷ lệ sử dụng công nghệ cao mới chỉ có 2%; Các doanh nghiệp Việt Nam đầu tư cho đổi mới công nghệ rất thấp, chỉ khoảng 0,2% - 0,3% tổng doanh thu (Phạm Thị Vân Anh, 2020).

*Ba là, cơ sở hạ tầng thương mại và logistics chưa bảo đảm cho phát triển thị trường bền vững, hiện đại.*

Hệ thống kết cấu hạ tầng thương mại phát triển chưa đồng bộ và phân bố không đều. Số lượng chợ không tăng và tỷ lệ chợ loại 1 chỉ chiếm 2,7%, chợ loại 3 chiếm tới 86,6% năm 2019. Hệ thống siêu thị, trung tâm thương mại, cửa hàng tiện lợi... tăng nhanh nhưng quy mô nhỏ, phân bố không đều. Siêu thị, trung tâm thương mại – hạ tầng cho phát triển thương mại hiện đại, tập trung tại các đô thị lớn. Số lượng siêu thị tại 5 thành phố trực thuộc Trung ương, năm 2019, có 454 siêu thị chiếm 41,8% tổng số siêu thị cả nước; số lượng trung tâm thương mại là 98 trung tâm chiếm 40,8% tổng số trung tâm thương mại cả nước (Bảng 4). Theo báo cáo của Bộ Công Thương năm 2021, hệ thống chợ, cửa hàng tiện lợi bảo đảm 80% nhu cầu hàng tiêu dùng của dân cư.

Theo chỉ số năng lực quốc gia về Logistics (LPI) do Ngân hàng Thế giới tiến hành nghiên cứu và công bố trong báo cáo “Kết nối để cạnh tranh – ngành logistics trong nền kinh tế toàn cầu”, năm 2018 Việt Nam được xếp hạng 39/160 nước điều tra, tăng 25 bậc so với xếp hạng 64 năm 2016. Vấn đề hạn chế là thiếu đồng bộ, nhất là giữa cảng biển với hệ thống đường bộ, đường sắt và hệ thống dịch vụ hỗ trợ sau cảng biển. Tính kết nối không đồng bộ của 5 loại hình vận tải đã hạn chế việc phát triển của hoạt động vận tải,

**Bảng 4: Số lượng chợ, siêu thị, trung tâm thương mại đến 31/12 hàng năm**

Chỉ tiêu	2010	2015	2016	2017	2018	2019
1. Tổng số chợ	8.538	8.660	8.591	8.580	8.475	8.500
Chợ hạng 1	224	284	236	234	229	234
Chợ hạng 2	907	924	902	888	903	907
Chợ hạng 3	7.407	7.452	7.453	7.458	7.343	7.359
2. Số siêu thị	571	832	865	958	1.007	1.085
3. Số Trung tâm thương mại	101	160	168	189	212	240

*Nguồn: Tổng Cục Thống Kê (2016, tr.541), Tổng Cục Thống Kê (2021, tr.622).*

đặc biệt là vận tải đa phương thức và dịch vụ logistics. Logistics tại Việt Nam còn yếu cả về cơ sở hạ tầng, dịch vụ và kết nối logistics. Điểm yếu hệ thống logistics đã làm cho chi phí lưu thông tăng. Công ty tư vấn ALG của Ngân hàng Thế giới cho rằng chi phí logistics của Việt Nam năm 2018 tương đương 20,9% GDP (Ngân hàng thế giới, 2018).

*Bón là, liên kết chuỗi và hợp tác phát triển kinh doanh ở mức thấp.*

Theo báo cáo của Cục kinh tế hợp tác và Phát triển nông thôn, Bộ Nông nghiệp & phát triển nông thôn, năm 2020 cả nước có 271 tổ chức khoa học, gần 587 nghìn hộ nông dân, 4028 hợp tác xã nông nghiệp, 1867 doanh nghiệp tham gia liên kết từ sản xuất, thu hoạch chế biến và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp. Có 1621 chuỗi nông sản an toàn được chứng nhận với 2346 sản phẩm. Số lượng này là rất nhỏ so với danh mục nông sản đang tiêu thụ trên thị trường.

Văn phòng nghiên cứu kinh tế vĩ mô khu vực ASEAN+3 (AMRO) nhận định tỷ trọng liên kết ngược của Việt Nam (nhập khẩu đầu vào từ nước ngoài để sản xuất gia công sau đó xuất khẩu sang nước thứ ba) trong tổng kim ngạch xuất khẩu tăng 9,5 điểm phần trăm năm 2000 lên 31,7 điểm phần trăm 2017. Trong khi các liên kết xuôi (xuất khẩu nguyên vật liệu sản xuất) vẫn duy trì mức 10,7% (AMRO, 2021).

Thiếu liên kết, hợp tác kinh doanh làm thiệt hại cho người sản xuất, người tiêu dùng, tạo lợi ích bất hợp lý cho khâu phân phối.

*Năm là, doanh nghiệp, hộ kinh doanh còn nhiều khó khăn trong tiếp cận chính sách và nguồn lực hỗ trợ của nhà nước.* Trong báo cáo khảo sát Chỉ số sức khoẻ doanh nghiệp do Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (VCCI) thực hiện năm 2020, doanh nghiệp còn gặp nhiều khó khăn trong tiếp cận các chính sách hỗ trợ của Nhà nước. 54% doanh nghiệp cho rằng khó thoả mãn các điều kiện của chính sách hỗ trợ, hơn 1/3 doanh nghiệp khó tiếp cận thông tin quy trình thủ tục đăng ký hỗ trợ, gần 1/3 doanh nghiệp chờ đợi xác minh, phê duyệt hồ sơ, hơn 1/4 doanh nghiệp khó khăn về kê khai hồ sơ hỗ trợ (Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam, 2020).

## **5. Giải pháp về chính sách nhà nước phát triển bền vững thị trường hàng hóa trong nước**

### **5.1. Đổi mới tư duy, chính sách phát triển kinh tế tư nhân thành động lực chủ yếu của phát triển thị trường hàng hóa trong nước**

Đại hội Đảng lần thứ XIII xác định kinh tế tư nhân giữ vai trò quan trọng. Qua số liệu phân tích thực trạng thì cần phải xác định kinh tế tư nhân là động lực chủ yếu của phát triển thị trường hàng hóa trong nước. Có như vậy mới đổi mới căn bản chính sách đối với kinh tế tư nhân.

### **5.2. Chính sách nhà nước đẩy mạnh phát triển sản xuất hàng hóa quy mô lớn và khuyến khích tiêu dùng xanh**

Chính sách của Chính phủ nhằm đẩy nhanh chuyển dịch cơ cấu sản xuất hàng hóa theo hướng tập trung, chuyên môn hóa cao vào các ngành có lợi thế so sánh và trên nền tảng công nghệ hiện đại. Xây dựng những vùng, những ngành sản xuất hàng hóa quy mô lớn.

Tiêu dùng xanh đã trở thành một xu thế ở nhiều nước trên thế giới. Các tiêu chuẩn quy định và giám sát của Chính phủ là điều kiện tiên quyết để có tiêu dùng xanh. Để tạo ra xu hướng tiêu dùng xanh, Chính phủ ban hành chính sách khuyến khích, bắt buộc các doanh nghiệp phải dán nhãn xanh, phải đổi mới tổ chức sản xuất kinh doanh và đổi mới tư duy, nhận thức, hành động của người tiêu dùng. Để đáp ứng yêu cầu tiêu dùng xanh, các doanh nghiệp trong nước phải sản xuất các sản phẩm đáp ứng được tiêu chuẩn gắn nhãn



---

xanh. Nhãn xanh là dấu hiệu để người tiêu dùng nhận biết và phân biệt các sản phẩm thông thường khác.

### **5.3. Chính sách đầu tư phát triển hạ tầng thương mại hiện đại**

Ưu tiên đầu tư công cho hệ thống hạ tầng giao thông vận tải hiện đại, cao tốc, cổng thông tin quốc gia kinh tế số, hệ thống cảng biển hiện đại. Chính sách thu hút nguồn lực xã hội để xây dựng phát triển chợ loại 1, siêu thị, trung tâm thương mại. Bảo đảm cơ sở hạ tầng cho phát triển thương mại điện tử, kinh doanh số.

### **5.4. Nâng cao chất lượng công tác thông tin, dự báo thị trường và các hoạt động phát triển thị trường hàng hóa trong nước**

Chính phủ cần đầu tư nâng cao chất lượng dự báo thị trường và phát triển thương mại ở Bộ Kế hoạch & Đầu tư, Bộ Công thương và một số bộ, địa phương trọng điểm. Đặc biệt là vấn đề dự báo dài hạn và hàng năm để giúp các doanh nghiệp định hướng kinh doanh và cảnh báo thị trường. Phát huy vai trò của các hiệp hội và tăng cường hợp tác quốc tế trong thông tin thị trường.

### **5.5. Chính sách thúc đẩy tái cấu trúc hệ thống kinh doanh thương mại**

Khuyến khích doanh nghiệp, doanh nhân hình thành, tham gia chuỗi giá trị, chuỗi liên kết và hợp tác kinh doanh. Thúc đẩy tham gia mạng sản xuất, mạng phân phối khu vực và quốc tế. Bảo đảm thị trường là thước đo, tín hiệu điều tiết sản xuất kinh doanh. Doanh nghiệp, hộ kinh doanh phải sản xuất và bán hàng theo tín hiệu thị trường. Khuyến khích để hình thành các doanh nghiệp thương mại quy mô lớn, có năng lực cạnh tranh cao. Đặc biệt, chính sách tạo môi trường và điều kiện để có nhiều tập đoàn kinh tế tư nhân trong sản xuất và lưu thông hàng hóa.

### **5.6. Chính sách hỗ trợ và thuận lợi thực hiện để doanh nghiệp, doanh nhân phục hồi sau đại dịch COVID-19**

Tăng quy mô gói tài chính nhà nước hỗ trợ và tạo thuận lợi để doanh nghiệp, hộ kinh doanh tiếp cận hỗ trợ. Tiếp tục chính sách hỗ trợ thông qua gia hạn thời hạn nộp thuế và tiền thuê đất, chính sách miễn giảm phí, lệ phí đến hết năm 2021. Cải cách thể chế kinh tế, cắt giảm thủ tục hành chính là giải pháp cơ bản, dài hạn hỗ trợ doanh nghiệp, hộ kinh doanh.

Phát triển thị trường hàng hóa gắn với mục tiêu chiến lược phát triển thương mại trong nước giai đoạn 2021-2030 là “ Phát triển thương mại trong nước hiện đại, văn minh, tăng trưởng nhanh và bền vững, là bệ đỡ, điểm tựa vững chắc cho sản xuất trong nước ngày càng đổi mới, phát triển; xây dựng thương hiệu hàng hóa Việt Nam, bảo vệ lợi ích của người tiêu dùng, doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh trong nước và của nền kinh tế, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao về phát triển kinh tế - xã hội, tạo tiền đề vững chắc để tham gia hội nhập sâu hơn vào kinh tế khu vực và thế giới” (Thủ tướng Chính phủ, 2021, 1).

## **Tài liệu tham khảo**

AT Kearney (2019), *Chỉ số phát triển bán lẻ toàn cầu công bố năm 2016, 2019*.

Bộ Công Thương (2020), *Báo cáo tổng kết đề án phát triển thị trường trong nước gắn với cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” giai đoạn 2014 - 2020*.

Bộ Công Thương (2021), *Báo cáo tổng kết tình hình thực hiện chiến lược phát triển thương mại giai đoạn 2011-2020*.

Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2021), *Sách trắng doanh nghiệp Việt Nam năm 2020*.

Đảng Cộng sản Việt Nam (1986), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ VI của Đảng*, Nxb. Chính trị quốc gia - Sự thật.

Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII của Đảng*, Nxb. Chính trị quốc gia - Sự thật.

Đặng Đình Đào & Hoàng Đức Thân (2019), *Giáo trình Kinh tế Thương mại*, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân.

Đình Tiên Dũng (2021), *Báo cáo tại Hội nghị tổng kết điều hành thực hiện nhiệm vụ tài chính-ngân sách nhà nước năm 2020, kế hoạch triển khai nhiệm vụ tài chính-ngân sách nhà nước năm 2021*.

Mai Tiên Dũng (2021), *Báo cáo của Tổ công tác cải cách thủ tục hành chính tại phiên họp của Ủy ban Quốc gia về chính phủ điện tử ngày 10/03/2021*.

Ngân hàng thế giới (2018), *Báo cáo “Kết nối để cạnh tranh – ngành logistics trong nền kinh tế toàn cầu”*.

- 
- Phạm Thị Vân Anh (2020), ‘Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp trong hội nhập’, *Tạp chí Tài chính*, kỳ 1, tháng 6/2020, 62.
- Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam (2020), *Báo cáo khảo sát Chỉ số sức khỏe doanh nghiệp*
- Thủ tướng Chính phủ (2021), *Quyết định số 1163/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược “Phát triển thương mại trong nước giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”*, ban hành ngày 13/7/2021.
- Tổng cục Thống kê (2001), *Niên giám Thống kê năm 2000*. Nhà xuất bản Thống kê
- Tổng cục Thống kê (2016), *Niên giám Thống kê năm 2015*. Nhà xuất bản Thống kê
- Tổng cục Thống kê (2021), *Niên giám Thống kê năm 2020*. Nhà xuất bản Thống kê
- Văn phòng Nghiên cứu kinh tế vĩ mô khu vực ASEAN+3 [AMRO] (2021), *Báo cáo “Vai trò của khu vực FDI trong việc tham gia chuỗi giá trị toàn cầu và tăng trưởng kinh tế tại Việt Nam”*, công bố tháng 5/2021.