

Dựa vào tính chất phân công lao động xã hội, biểu hiện cụ thể qua sự khác nhau về quy trình công nghệ của các loại hoạt động kinh tế để tạo ra sản phẩm và dịch vụ khác nhau, các ngành kinh tế được chia thành ba khu vực: khu vực khai thác tài nguyên, khu vực sản xuất chế biến và khu vực dịch vụ. Trong khu vực dịch vụ có gồm có các ngành thương mại, dịch vụ, ngân hàng, bưu điện v.v...

Như vậy ngành thương mại được coi là một trong các ngành dịch vụ. Mới đây theo nghị quyết 12 của Bộ chính trị về tiếp tục đổi mới tổ chức và hoạt động thương nghiệp phát triển thị trường theo định hướng XHCN, thì việc tổ chức tốt thị trường và lưu thông hàng hóa làm cho thương nghiệp phải thực sự là đòn bẩy thúc đẩy sản xuất góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, phân công lại lao động xã hội, góp phần ổn định giá cả, kiềm chế lạm phát, thực hiện phân phối và phân phối lại thu nhập quốc dân một cách hợp lý, tăng tích lũy cho ngân sách nhà nước, cải thiện đời sống nhân dân.

Để thực hiện được nghị quyết này, ngành thương mại phải có nhiều biện pháp cải tiến phương thức hoạt động. Trong đó việc xây dựng các siêu thị sẽ góp phần đổi mới hoạt động ngành thương mại và thực hiện nghị quyết của Bộ chính trị.

Siêu thị là phương thức dịch vụ mua bán văn minh, lịch sự phù hợp với xu thế phát triển của đất nước trong điều kiện hòa nhập với kinh tế thế giới, nhất là đối với TP.HCM là đầu mối giao lưu giữa các nước trong khu vực Đông Nam Á, là nơi có tỉ lệ khách du lịch và kiều bào, người nước ngoài cư trú làm việc cao so với các tỉnh, thành phố khác trong nước.

Hiện nay trong TP có 16 siêu thị và cửa hàng tự chọn. Qua khảo sát 11 đơn vị cho thấy quy mô hoạt động của các siêu thị, cửa hàng tự chọn còn rất khác nhau. Có nơi có vốn đầu tư trên 7 tỉ đồng với diện tích mặt bằng kinh doanh gần 2000m² (Maximart quận 10 thuộc Cty TNHH An Phong) nhưng có nơi vốn đầu tư chỉ có vài chục triệu và chưa được 100m² diện tích kinh doanh (như Vinamart) có nơi sử dụng vài lao động, nhưng có nơi sử dụng đến 65 lao động. Tổng doanh số bán ra của 11 đơn vị siêu thị, cửa hàng tự chọn được khảo sát đến tháng 2.96 là 43,6 tỉ đồng. Trong đó có những siêu

SIÊU THỊ

PHƯƠNG THỨC DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI HIỆN ĐẠI VÀ NHIỆM VỤ BÁN LẺ CỦA THƯƠNG NGHIỆP QUỐC DOANH

PHAN HỒNG TÂM

thị trong dịp Tết bán được trên 100 triệu. Những ngày bình thường bán bình quân từ 60 đến 70 triệu đồng một ngày (Sài Gòn Coop và Maximart). Khách hàng viếng thăm và mua hàng bình quân trên 1000 lượt người mỗi ngày. Tỉ lệ lãi gộp 15% trong tổng doanh số bán ra. Những đơn vị này mới hoạt động, chi phí trang bị máy móc lớn nên lãi chưa cao (cổ nơi bị lỗ). Cơ cấu mặt hàng chủ yếu là nhóm hàng đồ dùng gia đình: soong, chén ly, thau, rổ v.v...(chiếm 30%), thực phẩm chế biến đóng hộp, vỏ chai, lon...(chiếm 30 - 40%); mỹ phẩm, hóa phẩm chất tẩy rửa (chiếm 20 - 25%).

Nhìn chung phương thức dịch vụ thương mại này bước đầu có những ưu điểm đáp ứng được nhu cầu đang phát triển của nhiều tầng lớp người tiêu dùng thành phố. Khi bước vào cửa hàng, khách mua hàng có cảm giác thoải mái trong một không gian thoáng mát, lịch sự, văn minh, hàng hóa được trưng bày gọn gàng, đẹp mắt có mỹ thuật, khác hẳn với không khí oi bức, chật chội, ồn ào, phức tạp và đầy dẫy tệ nạn xã hội như ăn xin, trộm cắp thường xảy ra khá phổ biến ở các chợ. Về nội dung hàng hóa, có thể nói những mặt hàng được bày bán tại các nơi này được chọn lựa kỹ lưỡng từ những hãng sản xuất có tên tuổi trong và ngoài nước do đó hàng hóa có chất lượng cao, khách hàng yên tâm không có hàng kém chất lượng, hàng giả. Giá cả được niêm yết rành rọt bằng tem cho từng đơn vị hàng hóa. Khách hàng có điều kiện tiếp cận hàng hóa để dễ dàng chọn lựa trước khi quyết định mua, do hàng hóa được sắp xếp gọn gàng, trên các dãy, kệ nhiều tầng có lối đi thông thoáng, khác với cách mua bán hiện nay, khách hàng đứng bên ngoài quầy sập, rất ngại khi yêu cầu chủ hàng cho xem hàng hóa. Việc thanh toán qua máy tính tiền giúp cho người mua

dễ dàng trong việc chi trả, không sợ nhầm lẫn.

Bên cạnh những mặt ưu điểm cũng còn có những mặt hạn chế như tỉ trọng hàng sản xuất trong nước chỉ chiếm tỉ lệ từ 5 đến 10%. Điều này chưa giúp cho sản xuất trong nước phát triển. Giá cả cao hơn giá bán lẻ tại chợ và các cửa hàng từ 7 đến 10% do chi phí cao.

Phương thức dịch vụ mua bán siêu thị và các cửa hàng tự chọn được người tiêu dùng ủng hộ, nhưng nhìn lại số siêu thị, cửa hàng tự chọn do doanh nghiệp nhà nước tổ chức còn quá ít (trong số 9 siêu thị, cửa hàng tự chọn do Sở thương mại cấp giấy phép có 03 thuộc DNNN, 05 thuộc Cty TNHH, 01 thuộc HTX mua bán TP).

Hiện nay tỉ trọng bán lẻ của kinh tế quốc doanh trong thị trường bán lẻ là 23,14%. Như vậy TNQD còn chưa quan tâm đúng mức đến thị trường bán lẻ. Phương thức phục vụ bán lẻ còn lúng túng, không nhanh, nhạy bằng thương nghiệp tư nhân. Phải chăng hình thức siêu thị sẽ giúp cho thương nghiệp quốc doanh (TNQD) mở rộng bán lẻ. Thông qua siêu thị của mình, TNQD mới nắm bắt được nhu cầu người tiêu dùng để đặt hàng cho sản xuất, thực hiện được văn minh thương nghiệp, nâng cao trình độ dịch vụ thương mại, nâng cao tỉ trọng bán lẻ.

Trong nghị quyết 12 của Bộ chính trị, khi đề ra nhiệm vụ cho thương nghiệp quốc doanh cũng nêu rõ cần "hoàn thiện tổ chức và quản lý thương nghiệp nhà nước, làm cho thương nghiệp nhà nước giữ được vai trò chủ đạo trong nền thương nghiệp nhiều thành phần...Huy động được các tiềm năng về vốn, cơ sở vật chất kỹ thuật để sớm hình thành các siêu thị buôn bán theo phương thức hiện đại ở các thành phố lớn, trước hết là ở Hà Nội, TP.HCM".

Mong rằng thương nghiệp quốc doanh thành phố sẽ có những siêu thị tầm cỡ tương xứng với một thành phố văn minh hiện đại trong tương lai.