

Khía cạnh pháp lý của các khái niệm dịch vụ phân phối, bán buôn và bán lẻ

Nguyễn Lê Lý*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Hoạt động phân phối là quá trình lưu thông, chuyển dịch hàng hoá từ khu vực sản xuất đến khu vực tiêu thụ, bao gồm vận chuyển, bảo quản, lưu trữ và chuyển giao hàng hoá từ kết quả sản xuất đến với người tiêu dùng, từ đó giúp cho quá trình tái sản xuất diễn ra liên tục, thông suốt và hiệu quả. Đây là ngành kinh tế giữ vai trò và chức năng quan trọng, sống còn trong đời sống kinh tế - xã hội. Trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế, các cam kết về lĩnh vực thương mại dịch vụ của Việt Nam trong WTO cũng như một số Hiệp định thương mại tự do khác đối với lĩnh vực này được thực hiện dưới tên gọi là "dịch vụ phân phối". Theo đó, những cam kết này đã tác động đáng kể đến sự thay đổi và phát triển của hoạt động phân phối ở cả góc độ kinh tế và luật pháp. Tuy vậy, quy định của pháp luật Việt Nam hiện nay liên quan nội dung này tồn tại những vấn đề cần được tiếp tục nghiên cứu làm sáng tỏ, bắt đầu từ vấn đề cơ bản là các khái niệm về dịch vụ phân phối và hoạt động thương mại liên quan là bán buôn và bán lẻ. Luật thương mại không có định nghĩa cụ thể cho những hoạt động này, các văn bản luật và dưới luật khác có liên quan vẫn sử dụng các thuật ngữ không thống nhất khi điều chỉnh pháp luật đối với chủ thể kinh doanh và phương thức kinh doanh của từng loại hình phân phối. Nhu cầu hoàn thiện các quy định có liên quan đến hoạt động này từ đó được đặt ra nhằm xây dựng một khái niệm chính thức cho dịch vụ phân phối, hoạt động bán buôn, hoạt động bán lẻ để thực hiện chiến lược và giải pháp phát triển ngành kinh tế này trong điều kiện hiện nay. Bài viết phân tích những vướng mắc, bất cập trong các quy định pháp luật có liên quan và đưa ra một số khuyến nghị hoàn thiện.

Từ khoá: dịch vụ phân phối, hoạt động phân phối, bán buôn, bán lẻ

GIỚI THIỆU

Hoạt động phân phối hay dịch vụ phân phối thực chất là quá trình lưu thông hàng hóa bao gồm vận chuyển, bảo quản, lưu trữ và chuyển giao hàng hóa từ khu vực sản xuất đến tay người tiêu dùng, từ đó giúp cho quá trình tái sản xuất diễn ra liên tục, thông suốt và hiệu quả. Đây là ngành kinh tế có vai trò quan trọng và đóng góp to lớn vào GDP các nước khi giữ vai trò và chức năng kết nối sống còn nhằm đáp ứng nhu cầu sản xuất và tiêu dùng, giữ vững cân đối vĩ mô và tạo tăng trưởng bền vững. Trong một số các FTA như WTO, CPTPP, EVFTA... đây cũng là ngành xuất hiện trong Biểu cam kết dịch vụ của các nước cùng với những bảo lưu nhất định trên cơ sở chính sách tự do hóa thương mại và mục tiêu phát triển kinh tế xã hội ở mỗi quốc gia. Quá trình thực thi cam kết quốc tế về dịch vụ phân phối sẽ có sự dẫn chiếu nhất định đến các khái niệm cơ bản trong ngành dịch vụ này để một mặt, tạo sự tương thích giữa các quy định của pháp luật trong nước khi tiến hành nội luật hóa, mặt khác, xây dựng được những quy định pháp luật riêng biệt và phù hợp cho mỗi phân ngành để đạt hiệu quả điều chỉnh nói chung. Tuy nhiên, trong các văn

bản pháp luật điều chỉnh hoạt động thương mại này hiện nay, những vấn đề cơ bản nhất như khái niệm về dịch vụ phân phối, hoạt động bán buôn hay bán lẻ vẫn chưa được xác định thống nhất, đầy đủ dẫn đến tồn tại những quy định rời rạc, mâu thuẫn ảnh hưởng đến vấn đề áp dụng trong thực tiễn, cần được nghiên cứu hoàn thiện.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để thực hiện mục tiêu nghiên cứu, tác giả sử dụng một số phương pháp nghiên cứu luật học như phương pháp phân tích để luận giải, làm rõ các vấn đề liên quan đến các khái niệm dịch vụ phân phối, bán buôn, bán lẻ hoặc để phân tích các quy định pháp luật có liên quan; phương pháp tổng hợp để liên kết, sắp xếp các yếu tố đã phân tích để đưa ra những đề xuất, khuyến nghị cho phương hướng hoàn thiện quy định pháp luật.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Trường Đại học Bạc Liêu, Việt Nam

Liên hệ

Nguyễn Lê Lý, Trường Đại học Bạc Liêu, Việt Nam

Email: nguyency@blu.edu.vn

Lịch sử

- Ngày nhận: 07-3-2022
- Ngày chấp nhận: 07-10-2022
- Ngày đăng: 15-10-2022

DOI: 10.32508/stdjelm.v6i3.1024



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Trích dẫn bài báo này: Lý N. L. **Khía cạnh pháp lý của các khái niệm dịch vụ phân phối, bán buôn và bán lẻ.** *Sci. Tech. Dev. J. - Eco. Law Manag.*; 6(3):3269-3276.

Các khái niệm dịch vụ phân phối, bán buôn và bán lẻ

Cung ứng dịch vụ là một khái niệm chỉ quá trình bắt đầu từ việc tạo ra dịch vụ, đưa dịch vụ đó vào thị trường để trao đổi với chủ thể có nhu cầu sử dụng với rất nhiều ngành và lĩnh vực khác nhau như dịch vụ kinh doanh, dịch vụ tài chính, dịch vụ kiến trúc, dịch vụ y tế và giáo dục v.v.¹. Dưới góc độ thương mại quốc tế, tại Điều XVIII Phụ lục IB của Hiệp định chung về thương mại dịch vụ của WTO (GATS), cung cấp một dịch vụ được xác định bao gồm việc sản xuất, phân phối, tiếp thị, bán và giao nhận dịch vụ đó. Dựa trên Danh mục phân loại các ngành dịch vụ của WTO (sau đây gọi là SSCL)², thương mại dịch vụ là hoạt động cung ứng dịch vụ gồm 12 ngành với khoảng 160 phân ngành, trong đó có dịch vụ phân phối.

Về khái niệm dịch vụ phân phối

Phân phối, hoạt động phân phối hay dịch vụ phân phối là khái niệm liên quan đến nhiều lĩnh vực khác nhau như quản lý vĩ mô, đến kinh tế học và có thể được hiểu dưới góc độ nhà sản xuất hay người tiêu dùng ở cách đánh giá chức năng, vai trò và lợi ích của hoạt động này. Về bản chất và vị trí, phân phối dưới góc độ kinh tế chính trị Marx-Lenin là một mặt của quan hệ sản xuất và là một khâu của quá trình tái sản xuất xã hội [³, p.355], trong đó các khâu sản xuất, phân phối, trao đổi và tiêu dùng có sự thống nhất và tác động lẫn nhau. Dưới góc độ marketing, kênh phân phối là một tập hợp các doanh nghiệp và cá nhân độc lập và phụ thuộc lẫn nhau tham gia vào quá trình đưa hàng hóa từ người sản xuất đến người tiêu dùng [⁴, p.308-309] hay có thể được hiểu là một tập hợp có hệ thống các phần tử tham gia vào quá trình chuyển đưa hàng hóa từ nhà sản xuất (hoặc tổ chức đầu nguồn) đến người sử dụng [⁵, p.215]. Theo cách xác định của quản trị doanh nghiệp, kênh phân phối được định nghĩa là một tổ chức hệ thống các quan hệ với các doanh nghiệp và cá nhân bên ngoài để quản lý các hoạt động phân phối tiêu thụ sản phẩm nhằm thực hiện các mục tiêu trên thị trường của doanh nghiệp [⁶, p.8].

Khi xem xét dưới tư cách là một ngành dịch vụ trong thương mại quốc tế, theo GATS, dịch vụ phân phối về cơ bản bao gồm việc bán hàng hóa cho người tiêu dùng cuối cùng hoặc bán cho người bán lại khác [⁷, p.3]. Theo SSCL, dịch vụ phân phối gồm có 5 phân ngành là đại lý thương mại, dịch vụ bán buôn, dịch vụ bán lẻ, nhượng quyền thương mại và “loại khác”; cụ thể bao gồm các ngành được đánh số tham chiếu tương ứng là 621 (dịch vụ đại lý thương mại), 622 (dịch vụ bán buôn), 631 (dịch vụ bán lẻ thực phẩm)

+ 632 (dịch vụ bán lẻ hàng hóa không phải là thực phẩm) + 6111 (bán xe cơ giới) + 6113 (bán các bộ phận và phụ tùng xe cơ giới) + 6121 (bán xe máy, xe trượt tuyết và các bộ phận, phụ kiện liên quan) và 8929 (tài sản vô hình phi tài chính khác – bên nhượng quyền bán các quyền cụ thể và đặc quyền như quyền sử dụng một định dạng bán lẻ cụ thể hoặc một nhãn hiệu). Định nghĩa mang tính chất liệt kê này được giải thích dựa trên sự tham chiếu chéo đến Hệ thống phân loại sản phẩm chủ yếu của Liên hiệp quốc (PCPC)⁸. Ba phân ngành đại lý thương mại, bán buôn, bán lẻ được xác định tại mục 6 của PCPC cũng như chính các loại hàng hóa mà các phân ngành dịch vụ thực hiện cũng dẫn chiếu ngược lại theo mục 1 đến mục 4 của bảng danh mục này.

Giải thích cho mục 6, PCPC cũng xác định, dịch vụ phân phối bao gồm việc bán hàng hóa cho những nhà bán lẻ, cho các nhà công nghiệp, thương mại, tổ chức hoặc các người dùng là doanh nghiệp chuyên nghiệp khác, hoặc cho những nhà bán buôn khác, hoặc hoạt động như môi giới hoặc đại lý (dịch vụ bán buôn) hoặc bán hàng hóa cho tiêu dùng cá nhân hoặc hộ gia đình bao gồm các dịch vụ phụ liên quan đến việc bán hàng hóa (dịch vụ bán lẻ). Các dịch vụ chính do các nhà bán buôn và bán lẻ cung cấp là bán lại hàng hóa, kèm theo hàng loạt các dịch vụ phụ trợ liên quan như bảo quản hàng hóa tồn kho, lắp ráp, sắp xếp, phân loại đối với hàng hóa khối lượng lớn, bốc dỡ và phân phối lại đối với hàng hóa khối lượng nhỏ, dịch vụ vận chuyển, dịch vụ bảo quản lạnh, các dịch vụ khuyến mãi do những nhà bán buôn thực hiện, các dịch vụ liên quan đến việc kinh doanh của nhà bán lẻ như gia công chế biến phục vụ cho bán hàng, dịch vụ kho hàng và bãi đỗ xe. Có thể nhận thấy, giải thích này do mang tính liệt kê nên sẽ không bao quát đầy đủ các chức năng mà các nhà phân phối sẽ phải thực hiện như kiểm soát hay quản lý chất lượng hàng hóa, chưa phân ánh đầy đủ vai trò của doanh nghiệp trong lĩnh vực này vì sự phân biệt giữa các nhóm nhà phân phối ngày càng không rõ ràng do có doanh nghiệp thực hiện một hoặc nhiều chức năng hoặc chính doanh nghiệp sản xuất sẽ tự mình phân phối⁹.

Trong ghi chú của Ban thư ký UNCTAD về dịch vụ phân phối [¹⁰, p.3], ngành dịch vụ này được định nghĩa bao gồm các hoạt động khác nhau liên quan đến việc kết nối giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng với nhau, giải quyết cả với các giao dịch giữa các doanh nghiệp và giao dịch giữa doanh nghiệp với người tiêu dùng cuối cùng. Dịch vụ phân phối thực hiện vai trò trung gian và kết nối chặt chẽ với các dịch vụ khác như vận chuyển, đóng gói, kho bãi, dịch vụ tài chính và phát triển bất động sản thương mại. Mặc dù tiếp tục dẫn chiếu đến quy định của GATS về các phân ngành

của dịch vụ phân phối (WTO, 1991) như đã trình bày ở trên, UNCTAD xác định ngành dịch vụ này có thể được hiểu rộng hơn bao gồm cả việc phân phối các dịch vụ khác và lợi ích phát triển đạt được từ tự do hóa thương mại hàng hóa và dịch vụ phụ thuộc vào sự tiếp cận của các quốc gia đang phát triển để thiết lập mạng lưới phân phối toàn cầu. Như vậy, quan điểm này gợi mở cho việc xây dựng cơ chế quản lý cho ngành dịch vụ này không chỉ bao gồm đối với bốn phân ngành được liệt kê mà WTO sử dụng, tương tự như những tiêu chuẩn cho ngành phụ thuộc đối với dịch vụ này mà PCPC đã kể ra.

Về khái niệm bán buôn

Khi sản xuất không ngừng mở rộng, thị trường không ngừng vươn ra sẽ dẫn đến mức độ tách rời sản xuất và tiêu dùng ngày càng lớn nên xuất hiện bán buôn và bán lẻ [11, p.9]. Việc phân chia này thể hiện sự phân hóa trong quá trình phát triển thương mại và là kết quả tất yếu của quá trình phát triển sản xuất và lưu thông hàng hóa. Với cách hiểu thông thường, bán buôn là bán hàng với số lượng lớn từ nhà sản xuất và bán lại cho nhà bán lẻ với số lượng nhỏ hơn. Nó là các hoạt động liên quan đến việc bán hàng hóa cho những người mua bao gồm các cơ sở kinh doanh, tổ chức kinh tế, những nhà bán lẻ hay cả những nhà bán buôn khác để bán lại hoặc sử dụng vào mục đích kinh doanh. Đối tượng mà bán buôn trực tiếp giao dịch cũng như mục tiêu hướng đến không phải là người tiêu dùng cuối cùng, do vậy phương thức thực hiện dịch vụ sẽ khác so với các phân ngành còn lại.

Dưới góc độ marketing, bán buôn bao gồm tất cả các hoạt động nhằm bán hàng hóa và dịch vụ cho những người mua về để bán lại hoặc để kinh doanh. Theo đó, các nhà bán buôn có thể phân thành 4 nhóm lớn là các nhà bán buôn, các nhà môi giới và đại lý, các chi nhánh và đại diện của nhà sản xuất và các nhà bán buôn đặc biệt (bán những sản phẩm đặc biệt hoặc thay mặt nhà sản xuất trên một khu vực thị trường nào đó) [4, p.347-349]. Nhà bán buôn được xem là kết nối những nhà bán lẻ với nhà sản xuất và tạo thêm giá trị trong quá trình cung ứng và phân phối vì dòng hàng hóa giữa các nhà sản xuất và bán lẻ cho phép nhà bán buôn cung ứng sản phẩm và sắp xếp thực hiện các hoạt động phân phối nhất định bằng phương thức hiệu quả [12, p.11]. Theo UNSTATS, bán buôn là việc bán lại (không làm biến đổi hàng hóa) hàng hóa loại mới và loại đã qua sử dụng cho các nhà bán lẻ, giữa mạng lưới các doanh nghiệp, các nhà công nghiệp, thương mại, các đối tượng sử dụng chuyên nghiệp hay các tổ chức, hay bán lại cho các nhà bán buôn khác, gồm cả các đại lý và môi giới mua hoặc bán hàng cho

các đối tượng kể trên. Các nhà bán buôn không chế biến hàng hóa mà chỉ lắp ráp, sắp xếp, phân loại hàng hóa với khối lượng lớn thành những hàng hóa nhỏ hơn khi đóng gói, phân phối lại, lưu kho, trữ lạnh, lắp đặt, tham gia vào xúc tiến thương mại và thiết kế nhãn hiệu [13, p.10].

Căn cứ PCPC, bán buôn được giải thích là việc bán hàng hóa cho những nhà bán lẻ hoặc người dùng là các nhà công nghiệp, thương mại, doanh nghiệp, cơ quan tổ chức khác, hoặc bán cho những nhà bán buôn khác, hoặc hoạt động như đại lý hoặc nhà môi giới. Tài liệu giải thích về dịch vụ phân phối của WTO [7, p.5] dẫn chiếu đến tiêu đề của PCPC phân tích, cơ sở để phân biệt giữa bán buôn và bán lẻ là dựa vào người mua hàng hóa, theo đó, đối với bán lẻ, người mua hàng hóa là cá nhân hoặc tiêu dùng hộ gia đình, còn với bán buôn người mua là các đối tượng nói trên. Theo cách phân loại này, việc bán hàng hóa cho các doanh nghiệp, cơ quan tổ chức khác đều được coi là bán buôn, kể cả khi các doanh nghiệp, tổ chức này là người tiêu dùng cuối cùng. Định nghĩa về bán buôn thực tế gây tranh cãi trong một số vụ kiện của WTO liên quan đến việc nhập khẩu, mua bán và phân phối chuối giữa Cộng đồng Châu Âu và Mỹ, Mexico. Đối với vụ kiện của Mexico, EC đã lập luận rằng việc bán buôn chuối chỉ bắt đầu sau khi hoàn tất quá trình dầm chuối nên tất cả các hoạt động trước khi dầm chuối đều không thể được xem là hoạt động bán buôn chuối mà chỉ được xem là một phần trong quy trình sản xuất. Ban Hội thẩm với sự dẫn chiếu theo phần giải thích ở mục 6 của PCPC định nghĩa “các dịch vụ chính, đặc trưng được cung cấp bởi các nhà bán buôn và bán lẻ có thể là bán lại hàng hóa kèm theo một loạt các dịch vụ phụ trợ có liên quan” cho thấy các tiêu chuẩn tương ứng trong PCPC không quy định sự khác nhau nào giữa chuối xanh và chuối đã dầm, do vậy việc phân phối cả hai loại chuối đều nằm trong phạm vi của nhóm bán buôn^a. Ngoài ra, tranh cãi trong thực hiện các công đoạn của quy trình sản xuất, phân phối chuối trong vụ kiện của Mỹ được Ban phúc thẩm xác định việc “bán lại hàng hóa” không nhất thiết là dịch vụ duy nhất được cung cấp bởi nhà bán buôn mà còn một loạt các dịch vụ liên quan, phụ trợ khác; trong đó người bán buôn phải có được hàng hóa để bán lại, nói cách khác, không thể thực hiện dịch vụ bán buôn khi không thể mua hoặc nhập khẩu hàng hóa^b.

^aXem: European Communities – Regime for the Importation, Sale and Distribution of Bananas, Complaint by Mexico, WT/DS27/R/MEX, 22/5/1997 [https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S006.aspx?DataSource=Cat&query=%40Symbol%3dWT%2fDS27%2fR%2fMEX&Language=English&Context=ScriptedSearches&languageUIChanged=true], truy cập ngày 11/01/2022.

^bXem: European Communities – Regime for the Importation, Sale and Distribution of Bananas, Complaint by the United States,

Về khái niệm bán lẻ

Có nhiều định nghĩa khác nhau được đưa ra cho thuật ngữ bán lẻ. Nó được xem là điểm cuối của quá trình lưu thông với đối tượng giao dịch là người tiêu thụ cuối cùng; mạng lưới thương nghiệp bán lẻ đưa hàng hóa trực tiếp bán cho cư dân, cơ quan đoàn thể và xí nghiệp công nghiệp ở thành thị và nông thôn [11, p.995 và p.1010-1011]. Dưới góc độ kinh tế hay marketing, định dạng bán lẻ được định nghĩa như một loạt các quyết định mang tính chiến lược liên quan đến việc tổ chức các cửa hàng bán lẻ với bốn khía cạnh cơ bản bao gồm mối quan hệ giữa nhà bán lẻ và khách hàng, sự lựa chọn định dạng cửa hàng, sự lựa chọn địa điểm và việc quản trị, phối hợp các cửa hàng với nhau [12, p.12]. Bán lẻ cũng được xem là tất cả những hoạt động có liên quan đến việc bán hàng hóa hay dịch vụ trực tiếp cho người tiêu thụ cuối cùng để họ sử dụng cho bản thân chứ không phải kinh doanh. Việc bán lẻ có thể thực hiện qua nhân viên bán trực tiếp, bưu điện, điện thoại hay các máy bán lẻ tự động [4, p.343]. Mặc dù không có một định nghĩa cụ thể nhưng theo PCPC và SSCL được xây dựng trong suốt quá trình của vòng đàm phán Uruguay, bán lẻ là việc bán hàng hóa cho tiêu dùng cá nhân hoặc tiêu dùng hộ gia đình, bao gồm các dịch vụ đi kèm với việc bán hàng hóa đó.

THẢO LUẬN

Những bất cập trong pháp luật Việt Nam liên quan đến các khái niệm dịch vụ phân phối, bán buôn và bán lẻ

Về các quy định liên quan khái niệm dịch vụ phân phối

Liên quan tới vấn đề khái niệm dịch vụ phân phối trong pháp luật Việt Nam, cho đến thời điểm hiện tại, nội dung này chưa được thể hiện trong một văn bản pháp lý độc lập nào một cách đầy đủ về nội hàm, bản chất, phân loại, phương thức cung cấp dịch vụ và cách thức hoạt động của nó. Từ đó mang lại những vướng mắc trong thực tiễn khi xác định bản chất và chiến lược phát triển cho ngành dịch vụ này, cụ thể:

Thứ nhất, bắt đầu từ vấn đề cơ bản là thương mại dịch vụ, Luật Thương mại 2005 đưa ra khái niệm về cung ứng dịch vụ nói chung, theo đó, đây là hoạt động thương mại mà một bên có nghĩa vụ thực hiện dịch vụ cho một bên khác và nhận thanh toán; bên sử dụng dịch vụ có nghĩa vụ thanh toán cho bên cung ứng dịch vụ và sử dụng dịch vụ theo thỏa thuận. Luật Giá

WT/DS27/AB/R, 09/9/1997, [https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S006.aspx?Query=\(Symbol=%20wt/ds27/ab/r+%20not%20rw*\)&Language=ENGLISH&Context=FomerScriptedSearch&languageUICChanged=true](https://docs.wto.org/dol2fe/Pages/FE_Search/FE_S_S006.aspx?Query=(Symbol=%20wt/ds27/ab/r+%20not%20rw*)&Language=ENGLISH&Context=FomerScriptedSearch&languageUICChanged=true), truy cập ngày 11/01/2022.

2012 lại xác định “dịch vụ là hàng hóa có tính vô hình, quá trình sản xuất và tiêu dùng không tách rời nhau, bao gồm các loại dịch vụ trong hệ thống ngành sản phẩm Việt Nam theo quy định của pháp luật”. Trong khi đó, Bộ Tiêu chuẩn quốc gia TCVN ISO 9000:2015 giải thích việc cung cấp dịch vụ có thể bao gồm hoạt động cung ứng được thực hiện trên sản phẩm hữu hình hoặc vô hình cung cấp cho khách hàng, hoặc giao sản phẩm vô hình trong bối cảnh chuyển giao tri thức hay tạo ra không gian cho khách hàng. Ngoài ra, Quyết định 27/2018/QĐ-TTg ngày 06 tháng 7 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ về ban hành hệ thống ngành kinh tế Việt Nam không có khái niệm dịch vụ trong định nghĩa về hoạt động kinh tế và ngành kinh tế. Vì chưa có khái niệm pháp lý cơ bản về ngành kinh tế dịch vụ, nên từ đó thuật ngữ dịch vụ phân phối cũng không được sử dụng rộng rãi trong pháp luật Việt Nam.

Thứ hai, về bản chất, hoạt động phân phối hay dịch vụ phân phối là khái niệm để chỉ việc bán hàng hoá cho người tiêu dùng hoặc bán cho người bán lại khác, có thể kèm các dịch vụ phụ trợ liên quan. Khi tiến hành đàm phán, dịch vụ phân phối được xem như một ngành kinh tế với các thoả thuận liên quan đến phương thức cung cấp dịch vụ trong lĩnh vực này xuất hiện trong các bản cam kết. Tuy vậy, trong pháp luật Việt Nam, “phân phối” được định nghĩa “là các hoạt động bán buôn, bán lẻ, đại lý bán hàng hóa và nhượng quyền thương mại theo quy định của pháp luật Việt Nam” và “quyền phân phối là quyền thực hiện trực tiếp các hoạt động phân phối” trong Nghị định 23/2007/NĐ-CP ngày 12 tháng 02 năm 2007 quy định chi tiết Luật thương mại về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Sau đó, khái niệm này được điều chỉnh “là các hoạt động bán buôn, bán lẻ, đại lý bán hàng hóa và nhượng quyền thương mại” trong Nghị 09/2018/NĐ-CP ngày 15 tháng 01 năm 2018 quy định chi tiết Luật Thương mại và Luật Quản lý ngoại thương về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam (thay thế cho Nghị định 23/2007/NĐ-CP). Rõ ràng, ở góc độ pháp lý, dịch vụ phân phối chỉ được định nghĩa bằng sự liệt kê và kết hợp của các hoạt động thương mại khác nhau. Điều này sẽ dẫn đến vấn đề về chủ thể thực hiện dịch vụ này khi đối với dịch vụ phân phối, quy định cho thấy chỉ nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài, cơ quan, tổ chức, cá nhân có liên quan đến hoạt động mua bán hàng hoá và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hoá của nhà đầu tư

nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài. Trong khi đó, chủ thể thực hiện hoạt động phân phối nói chung tại Việt Nam là thương nhân hoặc cá nhân hoạt động thương mại độc lập, thường xuyên không đăng ký kinh doanh. Thứ ba, trước yêu cầu thực tiễn đối với dịch vụ phân phối được đặt ra mạnh mẽ, một số chủ trương, chính sách lớn để nền kinh tế phát triển nhanh và bền vững tiếp tục được xây dựng. Trong đó, Quyết định số 531/QĐ-TTg ngày 01 tháng 4 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt chiến lược tổng thể phát triển khu vực dịch vụ của Việt Nam thời kỳ 2021 – 2030, tầm nhìn đến năm 2050 được ban hành đã sử dụng một cách chính thức khái niệm dịch vụ phân phối khi xác định các nội dung liên quan. Theo đó, dịch vụ phân phối được xem là ngành có khả năng cạnh tranh của Việt Nam cần được phát triển đồng bộ hệ thống phân phối bán buôn, bán lẻ, tăng cường kết nối doanh nghiệp và cơ quan quản lý để phát triển thị trường, đổi mới nội dung và phương thức quản lý phù hợp. Tuy vậy, trong văn bản vẫn sử dụng các thuật ngữ không thống nhất, khi là hoạt động phân phối, khi là dịch vụ phân phối, nên càng khó xác định đây là hoạt động thương mại hàng hoá hay thương mại dịch vụ. Trong khi trước đó, xét dưới góc độ lịch sử, các giai đoạn chính sách và chiến lược phát triển về hoạt động phân phối từ khi Đối mới đến gia nhập WTO và những năm gần đây đều chưa đề cập đến thuật ngữ dịch vụ phân phối trong các văn bản mang tính pháp lý về vấn đề này [14, p.402].

Như vậy, nhu cầu hoàn thiện các quy định có liên quan đến hoạt động phân phối càng được khẳng định, trong đó việc xây dựng một khái niệm chính thức cho dịch vụ phân phối cần được quy định trong văn bản có giá trị pháp lý cao để thực hiện các định hướng thực hiện chiến lược và giải pháp phát triển đã đề ra.

Về các quy định liên quan khái niệm bán buôn và bán lẻ

Đối với khái niệm bán buôn, Luật Thương mại năm 2005 không có định nghĩa nào cho hoạt động này. Đến khi được điều chỉnh trong văn bản dưới luật về hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế, Nghị định 23/2007/NĐ-CP xác định “bán buôn là hoạt động bán hàng hoá cho thương nhân, tổ chức khác; không bao gồm hoạt động bán hàng trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng”. Khi được thay thế bởi Nghị định 09/2018/NĐ-CP, khái niệm này được giải thích rõ hơn ở đối tượng tiếp nhận, theo đó, bán buôn là hoạt động bán hàng hóa cho thương nhân bán buôn, thương nhân bán lẻ và thương nhân, tổ chức khác; không bao gồm hoạt động bán lẻ. Cách định nghĩa này trên thực

tế sẽ gây khó khăn cho việc phân biệt giữa bán buôn và bán lẻ vì có chủ thể kinh doanh thực hiện cả hoạt động bán buôn và bán lẻ tại cùng một địa điểm có chịu sự điều chỉnh của các quy định khác nhau hay không, khác nhau như thế nào. Mặt khác, khái niệm này cũng chưa xác định được hoạt động bán buôn có bao gồm hoạt động làm biến đổi một phần chất lượng hàng hóa hoặc có sự tác động nhất định đến tính năng ban đầu của hàng hóa để đánh giá nó là một phần của quy trình sản xuất và chịu sự điều chỉnh của những quy định pháp luật khác hay xem nó là loại dịch vụ phụ trợ để thực hiện dịch vụ bán buôn.

Bán lẻ trong pháp luật Việt Nam được định nghĩa là “hoạt động bán hàng hóa cho cá nhân, hộ gia đình, tổ chức khác để sử dụng vào mục đích tiêu dùng” quy định trong Nghị định 09/2018/NĐ-CP thay cho “hoạt động bán hàng hóa trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng” ở Nghị định 23/2007/NĐ-CP. Khái niệm này do vậy dùng làm cơ sở để xác định nội dung liên quan khác là “cơ sở bán lẻ” và từ đó, có thể tham chiếu tại với một số loại hình cơ sở bán lẻ được liệt kê là cửa hàng tiện lợi, siêu thị mini, trung tâm thương mại^c hay các quy định ở văn bản pháp luật khác về chợ truyền thống. Các quy định về bán lẻ tiếp theo trong Nghị định 09/2018/NĐ-CP không thể hiện được tiếp nối những tính chất của phân ngành này cũng như nội dung về phương thức tổ chức kinh doanh và địa điểm kinh doanh là những đặc điểm chính yếu của nó để có điều chỉnh pháp luật xác đáng và phù hợp.

Chính vì chưa có cách hiểu thống nhất cho các khái niệm nên dẫn đến một số vướng mắc trong thực tiễn thực hiện các hoạt động thương mại này. Chẳng hạn, liên quan đến những quy định cấp phép khác nhau đối với dịch vụ bán buôn và bán lẻ, các nhà đầu tư hay doanh nghiệp gặp khó khăn trong việc phân biệt hai hoạt động này khi xác định tiêu chí so sánh là chủ thể tham gia, mục đích tiêu dùng và loại hàng hoá mua bán. Trả lời vướng mắc này, Bộ Công thương có công văn giải thích rằng căn cứ khoản 6 và khoản 7 Điều 3 Nghị định số 09/2018/NĐ-CP, “việc bán hàng cho các thương nhân, tổ chức khác không sử dụng hàng hóa vào mục đích bán buôn, bán lẻ hay tiêu dùng (...) là hoạt động bán buôn”, “việc bán hàng cho tổ chức để sử dụng vào mục đích tiêu dùng, sinh hoạt của tổ chức (...) mà không sử dụng trực tiếp vào quá trình sản xuất, hay triển khai dịch vụ theo mục tiêu đầu tư, ngành nghề đầu tư kinh doanh đã đăng ký, là hoạt động bán lẻ”^d.

^c Có sự lặp lại không đồng nhất với Quyết định 1371/2004/QĐ-BTM của Bộ trưởng Bộ Thương mại về việc ban hành Quy chế siêu thị, trung tâm thương mại.

^d Xem: Công văn số 6219/BCT-KH ngày 07 tháng 8 năm 2018 của Bộ Công thương hướng dẫn thực hiện theo quy định của Nghị định 09/2018/NĐ-CP khi trả lời vướng mắc của Công ty Luật trách nhiệm hữu hạn IPIC về phân biệt khái niệm bán buôn, bán lẻ và quy định có liên quan.

Những lý giải khó hiểu, không chính thức bằng văn bản quy phạm pháp luật nói trên không giải quyết được nội hàm khái niệm liên quan.

Bên cạnh đó, liên quan đến điều kiện kinh doanh đối với hàng hoá là rượu^e và thuốc lá^f, các đối tượng thực hiện hoạt động phân phối, bán buôn và bán lẻ đã được định nghĩa trùng lặp, không nhất quán, mâu thuẫn trong văn bản và với các quy định khác có liên quan. Cụ thể, Nghị định số 105/2017/NĐ-CP các quy định về điều kiện như quy mô, hệ thống phân phối, nguồn gốc hàng hoá sẽ khác nhau cho các chủ thể khác nhau bao gồm đối tượng phân phối rượu, đối tượng bán buôn rượu, đối tượng bán lẻ rượu và đối tượng bán lẻ rượu tiêu dùng tại chỗ. Đối tượng phân phối và bán buôn rượu phải là doanh nghiệp còn đối tượng bán lẻ rượu và bán lẻ rượu tiêu dùng tại chỗ có thể là doanh nghiệp, hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã hoặc hộ kinh doanh. Bên cạnh đó, ngoài các quyền và nghĩa vụ chung, quyền và nghĩa vụ của từng đối tượng kinh doanh rượu nói trên cũng được quy định riêng biệt. Khi đến phần về quyền và nghĩa vụ, Nghị định số 105/2017/NĐ-CP lại dùng “thương nhân phân phối rượu”, “thương nhân bán buôn rượu”. Tương tự như vậy, Nghị định số 67/2013/NĐ-CP đưa ra các điều kiện cấp giấy phép phân phối sản phẩm thuốc lá, cấp giấy phép bán buôn sản phẩm thuốc lá và cấp giấy phép bán lẻ sản phẩm thuốc lá. Theo đó, điều kiện đầu tiên về chủ thể kinh doanh, để phân phối hoặc bán buôn sản phẩm thuốc lá chủ thể phải là doanh nghiệp; còn thương nhân sẽ được quyền bán lẻ sản phẩm thuốc lá. Từ đó, các điều kiện kinh doanh khác cũng khác nhau với từng đối tượng. Trong khi đó, cũng tại Nghị định này, phần giải thích từ ngữ đã xác định (i) “tthương nhân phân phối sản phẩm thuốc lá” là thương nhân mua sản phẩm thuốc lá trực tiếp từ nhà cung cấp sản phẩm thuốc lá hoặc thương nhân phân phối sản phẩm thuốc lá để bán cho các thương nhân bán buôn sản phẩm thuốc lá và thương nhân bán lẻ sản phẩm thuốc lá; (ii) “thương nhân bán buôn sản phẩm thuốc lá” là thương nhân mua sản phẩm thuốc

^eXem: Nghị định số 105/2017/NĐ-CP ngày 14 tháng 9 năm 2017 của Chính phủ quy định về kinh doanh rượu; Được sửa đổi, bổ sung bởi Nghị định số 17/2020/NĐ-CP ngày 05 tháng 02 năm 2020 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của các nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ Công Thương.

^fXem: Nghị định số 67/2013/NĐ-CP ngày 27 tháng 6 năm 2013 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều và biện pháp thi hành Luật Phòng, chống tác hại của thuốc lá về kinh doanh thuốc lá; Được sửa đổi bổ sung bởi Nghị định số 106/2017/NĐ-CP ngày 14 tháng 9 năm 2017 của Chính phủ, Nghị định số 08/2018/NĐ-CP ngày 15 tháng 01 năm 2018 của Chính phủ sửa đổi một số Nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc phạm vi quản lý nhà nước của Bộ Công Thương và Nghị định số 17/2020/NĐ-CP ngày 05 tháng 02 năm 2020 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của các nghị định liên quan đến điều kiện đầu tư kinh doanh thuộc lĩnh vực quản lý nhà nước của Bộ Công Thương.

lá từ thương nhân phân phối sản phẩm thuốc lá và nhà cung cấp sản phẩm thuốc lá để bán cho các thương nhân bán lẻ sản phẩm thuốc lá; (iii) “thương nhân bán lẻ sản phẩm thuốc lá” là thương nhân mua sản phẩm thuốc lá từ thương nhân phân phối sản phẩm thuốc lá hoặc thương nhân bán buôn sản phẩm thuốc lá để bán trực tiếp cho người tiêu dùng. Ngay trong văn bản, việc xác định các chủ thể kinh doanh – những tổ chức, cá nhân có đủ điều kiện để phân phối, bán buôn hay bán lẻ sản phẩm thuốc lá đã không thống nhất với nhau.

Có thể nhận thấy vấn đề vướng mắc nói trên đều liên quan đến khái niệm phân phối, bán buôn và bán lẻ. Các khái niệm này đã không được định nghĩa trong Luật thương mại, cũng không có quy định cụ thể ngoại trừ trong Nghị định 09/2018/NĐ-CP ngày 15 tháng 01 năm 2018 quy định chi tiết Luật Thương mại và Luật Quản lý ngoại thương về hoạt động mua bán hàng hóa và các hoạt động liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa của nhà đầu tư nước ngoài, tổ chức kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài tại Việt Nam.

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Như vậy, các quy định pháp luật liên quan đến dịch vụ phân phối vẫn chưa đầy đủ, rõ ràng và còn nhiều thiếu sót, mâu thuẫn, hạn chế cần được điều chỉnh, bổ sung. Để đảm bảo sự thống nhất và tạo điều kiện pháp lý thuận lợi cho sự phát triển cho dịch vụ phân phối trong tình hình hiện nay, tác giả đề xuất những khuyến nghị như sau:

1. Xây dựng những khái niệm bao quát, thống nhất và chính xác hơn cho dịch vụ phân phối, bán buôn và bán lẻ dưới góc độ pháp lý. Một mặt, đây là cơ sở cho những quy định có liên quan của việc tiến hành hoạt động kinh doanh dịch vụ phân phối, mặt khác đáp ứng sự tương thích với cam kết quốc tế trong quá trình thực thi những nghĩa vụ quốc tế của Việt Nam trong lĩnh vực này trong điều kiện hiện nay cũng như phương hướng, chiến lược phát triển kinh tế của tương lai.
2. Từ những góc độ tiếp cận khác nhau nói trên có thể nhận thấy, dịch vụ phân phối thực chất là quá trình lưu thông hàng hóa bao gồm vận chuyển, bảo quản, lưu trữ và chuyển giao hàng hóa từ kết quả sản xuất đến tay người tiêu dùng, từ đó giúp cho quá trình tái sản xuất diễn ra liên tục, thông suốt và hiệu quả. Thuật ngữ dịch vụ phân phối mặc dù xuất phát từ thương mại quốc tế, hiện diện phổ biến trong các văn bản của các tổ chức kinh tế quốc tế như WTO, OECD, UNCTAD... nhưng nó cũng cần được sử

dụng chính thức trong văn bản pháp luật trong nước, không chỉ điều chỉnh riêng biệt đối với các nhà đầu tư nước ngoài. Đây là một hoạt động thương mại dịch vụ trong đó các chủ thể kinh doanh sử dụng những phương thức và cách thức tổ chức khác nhau để chuyển giao hàng hoá và thực hiện các dịch vụ liên quan mang tính hỗ trợ từ khu vực sản xuất đến với người tiêu dùng nhằm đảm bảo lưu thông hàng hoá trong nền kinh tế.

- Đối với dịch vụ bán buôn, cần được xem xét và giải thích ở góc độ rộng, một mặt nó không chỉ bó hẹp là hoạt động bán lại hàng hóa hoặc doanh nghiệp thực hiện hoạt động bán buôn chỉ được thực hiện duy nhất hoạt động bán lại hàng hóa, mặt khác, không thể hoàn toàn phân biệt bán buôn và bán lẻ dựa trên đối tượng người mua mà còn phải xem xét mục đích tiêu dùng hay mục đích kinh doanh mặc dù đây có thể là vấn đề chứng minh phức tạp trong thực tiễn khi ranh giới giữa các hoạt động có liên quan trong quy trình sản xuất – tiêu dùng ngày càng trở nên khó phân biệt. Việc xác định khái niệm cho hoạt động thương mại này là vấn đề quan trọng vì những cách thức điều chỉnh pháp luật dựa trên các đặc điểm kinh tế của nó sẽ đòi hỏi những nội dung tương đối khác biệt, đặc trưng cho mỗi phân ngành.
- Đối với dịch vụ bán lẻ, với nhiều khái niệm được đưa ra dưới các góc độ khác nhau như trên nhưng bán lẻ vẫn được xác định những đặc tính chung của nó là (i) giai đoạn cuối của khâu lưu thông hàng hóa hay tái sản xuất xã hội và (ii) mục đích của giai đoạn này là đưa hàng hóa và dịch vụ đến với người tiêu dùng vì mục đích tiêu dùng. Đây là những đặc tính dùng để phân biệt giữa bán buôn với bán lẻ
- Cuối cùng, để thực hiện việc xây dựng các khái niệm cho dịch vụ phân phối và các hoạt động thương mại có liên quan, cần có sự chọn lọc, tiếp thu nhất định những nội dung, các quy định, cam kết từ những văn bản điều ước quốc tế, các kết quả giải quyết tranh chấp có liên quan trong thương mại quốc tế về lĩnh vực này.

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

CPTPP: Hiệp định đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership)

EVFTA: Hiệp định thương mại tự do Liên minh Châu Âu – Việt Nam (European – Vietnam Free Trade Agreement)

OECD: Tổ chức hợp tác và phát triển kinh tế (*Organization for Economic Cooperation and Development*)

UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development

WTO: World Trade Organization

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Bài viết chỉ phản ánh quan điểm cá nhân của tác giả, không có bất kỳ xung đột lợi ích nào trong công bố bài báo.

ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

Toàn bộ nội dung bài viết chỉ do tác giả thực hiện.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Trường Đại học Luật TP.HCM. Giáo trình pháp luật về thương mại hàng hóa và dịch vụ. TP.HCM: nhà xuất bản Hồng Đức; 2019;.
- World Trade Organization. Services Sectoral Classification List (MTN.GNS/WTO/120) [online]; 1991; Available from: <https://docs.wto.org/>.
- Phan PQ, Hạnh TĐ. Khái lược Kinh tế chính trị Mác-Lênin. Hà Nội: nhà xuất bản Chính trị quốc gia; 2008;.
- Đạo TM. Giáo trình Marketing căn bản. Hà Nội: nhà xuất bản Trường Đại học Kinh tế Quốc dân. 2010;.
- Quang NX. Giáo trình Marketing thương mại. Hà Nội Nhà Xuất Bản Lao Động Xã Hội. 2010;.
- Chiến TĐ. Quản trị kênh phân phối. Hà Nội: nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân. 2008;.
- World Trade Organization. Distribution Services - Background Note by the Secretariat [online]; 2010; Available from: <https://docs.wto.org/>.
- United Nations. Provisional central product classification [online]; 1991; Available from: <https://www.tralac.org/files/2013/12/UN-CPC-Provisional-central-product-classification.pdf>.
- Anh TM. Mở cửa thị trường dịch vụ phân phối - những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam. Hội thảo Các cam kết WTO về dịch vụ phân phối: những vấn đề đặt ra đối với Việt Nam. Dự án hỗ trợ thương mại đa biên EU-Việt Nam MUTRAP. Vol. III; 2010;.
- U.N. Conference on Trade and Development. Distribution services - note by the UNCTAD Secretariat [online]; 2005; Available from: https://unctad.org/system/files/official-document/c1em29d1_en.pdf.
- Quỳnh NH. Đỗ Duy Lân và Trần Đức Hậu. Đại từ điển kinh tế thị trường. Hà Nội: viện nghiên cứu và phổ biến tri thức bách khoa Hà Nội. 1998;.
- European Union. The single market review - impact on Services: distribution. Luxembourg: European Union Publications [online]. Vol. IV; 2010; Available from: <http://aei.pitt.edu/85781/>.
- United Nations. International Recommendations for Distributive Trade Statistics 2008. New York: UN Publication [online]; 2009; Available from: <https://unstats.un.org/>.
- Lý LN. Chính sách quản lý về hoạt động phân phối tại Việt Nam vì mục tiêu phát triển bền vững. Kỷ yếu hội thảo quốc tế Kinh tế, văn hoá và pháp luật trong phát triển bền vững. Hà Nội: Nhà Xuất Bản Tài Chính. 2021;.

Legal aspect of the definitions on distribution services, wholesales and retailing

Ly Le Nguyen*



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

Distribution activity is the process of circulating and moving goods from the production area to the consumption area, including transportation, preservation, storage and transfer of goods from production results to consumers, thereby helping the reproduction process to take place continuously, smoothly and efficiently. This is an economic sector that plays an important and vital role in socio-economic life. In the context of international economic integration, Vietnam's commitments in the field of trade in services in the WTO as well as a number of other free trade agreements in this field are called "distribution service". Accordingly, these commitments have significantly impacted the change and development of the distribution activity in both economic and legal perspective. However, the current regulations of Vietnam's law relating to this content exist issues that need to be further researched and clarified, starting from the basic issue of the concepts of distribution services and the involved trade consisting of wholesale and retail. Commercial law does not have a specific definition for these activities, other relevant legal documents and sub-laws still use inconsistent terms when adjusting the law to business entities and business methods of the distribution mode. The need to complete the regulations related to this activity has since arisen in order to develop a formal concept for distribution services, wholesale and retail to implement strategies and solutions of developing this economic sector nowadays. The article analyzes the problems and inadequacies in the relevant legal regulations and makes some recommendations for improvement.

Key words: distribution services, wholesale, retailing

Bac Lieu University, Vietnam

Correspondence

Ly Le Nguyen, Bac Lieu University, Vietnam

Email: nguyenlely@blu.edu.vn

History

- Received: 07-3-2022
- Accepted: 07-10-2022
- Published: 15-10-2022

DOI : [10.32508/stdjelm.v6i3.1024](https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i3.1024)



Copyright

© VNUHCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Nguyen L.L. **Legal aspect of the definitions on distribution services, wholesales and retailing.** *Sci. Tech. Dev. J. - Eco. Law Manag.*; 2022, 6(3):3269-3276.