

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

-----๑๑๑๑๑-----

DƯƠNG THỊ TÌNH

**PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG
TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN**

CHUYÊN NGÀNH: KINH TẾ VÀ QUẢN LÝ THƯƠNG MẠI
MÃ SỐ: 62340121

LUẬN ÁN TIẾN SỸ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: GS.TS. HOÀNG ĐỨC THÂN

HÀ NỘI, NĂM 2015

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học độc lập của tôi, các thông tin, số liệu, kết quả nêu trong luận án là trung thực và có nguồn gốc rõ ràng. Những kết quả nghiên cứu của Luận án chưa từng được công bố trong bất cứ một công trình nào khác.

Tác giả luận án

Dương Thị Tình

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin trân trọng cảm ơn Ban giám hiệu Trường ĐH Kinh tế Quốc dân, Viện Đào tạo Sau đại học, Viện Thương mại và Kinh tế Quốc tế Trường ĐH Kinh tế Quốc dân, Ban giám hiệu Trường ĐH Kinh tế & Quản trị kinh doanh, các cán bộ viên chức thuộc Trung tâm TT & TV, các thầy cô giáo thuộc khoa Kinh tế Trường ĐH Kinh tế & Quản trị kinh doanh đã tạo điều kiện thuận lợi và giúp đỡ tôi trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành và sâu sắc tới thầy hướng dẫn GS.TS Hoàng Đức Thân - người đã luôn tâm huyết và nhiệt tình hướng dẫn, động viên khích lệ, dành nhiều thời gian hướng dẫn và chỉ bảo tôi trong suốt thời gian học tập và nghiên cứu.

Tôi xin chân thành cảm ơn Viện Nghiên cứu Thương mại - Bộ Công thương đã luôn ủng hộ, chia sẻ kinh nghiệm trong quá trình học tập và thu thập tài liệu phục vụ cho việc nghiên cứu luận án.

Tôi xin chân thành cảm ơn Ủy ban nhân dân tỉnh Thái Nguyên, Sở Công thương tỉnh Thái Nguyên, Sở Tài nguyên & Môi trường tỉnh Thái Nguyên, Sở Khoa học & Công nghệ tỉnh Thái Nguyên, Sở Lao động Thương binh & xã hội tỉnh Thái Nguyên, Cục Thống kê tỉnh Thái Nguyên đã giúp đỡ và tạo điều kiện cho tôi tiến hành nghiên cứu.

Xin gửi tấm lòng tri ân tới Gia đình của tôi. Những người thân yêu trong gia đình luôn là những nguồn động viên lớn lao, luôn dành cho tôi sự quan tâm, giúp đỡ trên mọi phương diện để tôi yên tâm học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận án.

Xin trân trọng cảm ơn!

Tác giả luận án

Dương Thị Tình

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
MỤC LỤC	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT	vi
DANH MỤC CÁC BẢNG	viii
DANH MỤC CÁC HÌNH	ix
MỞ ĐẦU	1
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH	15
1.1. Lý thuyết về phát triển bền vững và vận dụng trong thương mại	15
1.1.1. Lý thuyết về phát triển bền vững.....	15
1.1.2. Khái niệm phát triển thương mại và phát triển thương mại bền vững ...	19
1.1.3. Vai trò của phát triển thương mại bền vững.....	25
1.2. Nội dung và tiêu chí đánh giá phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh	27
1.2.1. Nội dung phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh	27
1.2.2. Tiêu chí đánh giá phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh	31
1.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh	41
1.3.1. Hội nhập quốc tế.....	41
1.3.2. Thể chế thương mại.....	42
1.3.3. Điều kiện tự nhiên	44
1.3.4. Nguồn nhân lực thương mại.....	45
1.3.5. Cơ sở hạ tầng thương mại	47
1.3.6. Khoa học công nghệ trong thương mại	47

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN	49
2.1. Phân tích thực trạng phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên theo các tiêu chí bền vững.....	49
2.1.1. Quy mô tăng trưởng thương mại trên địa bàn	49
2.1.2. Chất lượng tăng trưởng của thương mại trên địa bàn	65
2.1.3. Lao động và thu nhập trong lĩnh vực thương mại	75
2.1.4. Mức độ thân thiện của thương mại với môi trường	79
2.2. Phân tích thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh thái Nguyên.....	85
2.2.1. Hội nhập quốc tế.....	85
2.2.2. Thể chế thương mại	85
2.2.3. Điều kiện tự nhiên	87
2.2.4. Nguồn nhân lực thương mại	90
2.2.5. Cơ sở hạ tầng thương mại	91
2.2.6. Khoa học công nghệ trong thương mại	93
2.2.7. Phân tích kết quả điều tra về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh thái Nguyên	94
2.3. Những kết luận qua phân tích thực trạng phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.....	100
2.3.1. Đánh giá, kết luận chung.....	100
2.3.2. Nguyên nhân của những hạn chế	103
CHƯƠNG 3: PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN...	105
3.1. Phương hướng phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái nguyên đến năm 2020.....	105
3.1.1. Dự báo bối cảnh tác động đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020	105
3.1.2. Quan điểm phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên ...	114

3.1.3. Định hướng phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020	116
3.2. Giải pháp phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên	121
3.2.1. Hoàn thiện môi trường thể chế của tỉnh Thái Nguyên cho phát triển thương mại bền vững	121
3.2.2. Xây dựng và thực thi chiến lược phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.....	124
3.2.3. Phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.	126
3.2.4. Phát triển nguồn nhân lực trong lĩnh vực thương mại của tỉnh Thái Nguyên.	127
3.2.5. Phát triển khoa học công nghệ của tỉnh trong lĩnh vực thương mại	128
3.2.6. Đảm bảo hài hòa giữa phát triển thương mại và bảo vệ môi trường trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.....	129
3.3. Kiến nghị	130
KẾT LUẬN	134
DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ ĐÃ CÔNG BỐ	136
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO	137
PHỤ LỤC	147

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

I. Tiếng Việt

Chữ viết tắt	Nghĩa đầy đủ
BHXH	Bảo hiểm xã hội
BLHH	Bán lẻ hàng hóa
CNH, HĐH	Công nghiệp hóa, hiện đại hóa
DNNN	Doanh nghiệp nhà nước
DNTM	Doanh nghiệp thương mại
LHQ	Liên hiệp quốc
KCN	Khu công nghiệp
KHCN	Khoa học công nghệ
HNQT	Hội nhập quốc tế
HTX	Hợp tác xã
KTQD	Kinh tế quốc dân
LĐ	Lao động
NK	Nhập khẩu
PTBV	Phát triển bền vững
PTTMBV	Phát triển thương mại bền vững
TDMNBB	Trung du miền núi bắc bộ
TDMNPB	Trung du miền núi phía bắc
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TTTM	Trung tâm thương mại
UBND	Ủy ban nhân dân
XHCN	Xã hội chủ nghĩa
XK	Xuất khẩu
XNK	Xuất nhập khẩu

II. Tiếng Anh

Chữ viết tắt	Tiếng Anh	Tiếng Việt
ABD	Asia Bank Development	Ngân hàng phát triển Châu Á
AFTA	ASEAN Free Trade Area	Khu vực mậu dịch tự do ASEAN
APEC	Asia Paccific Economic Cooperation	Diễn đàn kinh tế khu vực Châu Á- Thái Bình Dương
ASEAN	The Association of South East Asian Nations	Hiệp hội các nước Đông Nam Á
ASEM	Asia- Europe Meeting	Diễn đàn hợp tác Á - Âu
EU	European Union	Liên minh Châu Âu
FDI	Foreign Direct Investment	Đầu tư trực tiếp nước ngoài
FTAs	Free Trade Agreement	Hiệp định thương mại tự do
GDP	Gross Domestic Product	Tổng sản phẩm quốc nội
GO	Gross Output	Giá trị sản xuất
HDI	Human Development Index	Chỉ số phát triển con người
IMF	International Monetary Fund	Quỹ tiền tệ quốc tế
ISO	International Organization for Standardization	Tổ chức tiêu chuẩn quốc tế
IUCN	International Union for Conservation of Nature	Hiệp hội bảo tồn thiên nhiên quốc tế
UNCED	United Nations Conference on Enviroment and Development	Hội nghị về Môi trường và Phát triển của Liên hiệp quốc
UNCTAD	United Nations Conference on trade and Development	Hội nghị về Thương mại và Phát triển của Liên hiệp quốc
UNDP	United Nations Development Programme	Chương trình phát triển của Liên hiệp quốc
USD	United States Dollar	Đơn vị tiền tệ Đô la Mỹ
VA	Value Added	Giá trị gia tăng
WB	World Bank	Ngân hàng thế giới
WCED	World Commission for Enviroment and Development	Ủy ban Môi trường và phát triển thế giới
WTO	World Trade Organization	Tổ chức Thương mại thế giới

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 2.1. Tổng mức bán lẻ hàng hóa theo giá hiện hành của Tỉnh Thái Nguyên....	49
Bảng 2.2. Số cơ sở kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.....	52
Bảng 2.3. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước và tỉnh Thái Nguyên	54
Bảng 2.4. Thị trường xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên	56
Bảng 2.5. Mười thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn nhất của tỉnh Thái Nguyên	58
Bảng 2.6. Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của cả nước và tỉnh Thái Nguyên	59
Bảng 2.7. Thị trường nhập khẩu của tỉnh Thái Nguyên.....	61
Bảng 2.8. Năm thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của tỉnh Thái Nguyên	63
Bảng 2.9. Cán cân thương mại của tỉnh Thái nguyên	64
Bảng 2.10. Độ mở của nền kinh tế tỉnh Thái nguyên	65
Bảng 2.11. Đóng góp của thương mại trong GDP tỉnh Thái Nguyên.....	67
Bảng 2.12. Cơ cấu nhóm hàng hóa lưu thông của tỉnh Thái Nguyên	70
Bảng 2.13. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của tỉnh Thái Nguyên	71
Bảng 2.14. Cơ cấu xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên theo nhóm hàng.....	71
Bảng 2.15. Một số mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của tỉnh Thái Nguyên	73
Bảng 2.16. Cơ cấu nhập khẩu của tỉnh Thái Nguyên theo nhóm hàng.....	73
Bảng 2.17. Giá trị gia tăng thương mại theo giá hiện hành của tỉnh Thái Nguyên ..	75
Bảng 2.18. Số lao động đang hoạt động phân theo ngành kinh tế của tỉnh Thái Nguyên ..	76
Bảng 2.19. Thu nhập bình quân của lao động thương mại tỉnh Thái Nguyên	78
Bảng 2.21. Số DN gây ô nhiễm môi trường của tỉnh Thái Nguyên	83
Bảng 2.22. Khối lượng và tỷ lệ chất thải rắn được xử lý trong thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.....	84
Bảng 2.23. Tiềm năng khoáng sản của tỉnh Thái Nguyên	89
Bảng 2.24. Hệ thống chợ, siêu thị trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.....	92
Bảng 2.25. Minh họa kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho các biến.....	95
Bảng 3.1. Các cụm ngành có lợi thế so sánh trên thế giới	106
Bảng 3.2. Định hướng phát triển các cơ sở kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.....	118

DANH MỤC CÁC HÌNH

Hình 2.1. Thị trường xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên năm 2013	55
Hình 2.2. Thị trường nhập khẩu của tỉnh Thái Nguyên năm 2013	60
Hình 2.3. GDP thương mại theo giá hiện hành của tỉnh Thái Nguyên	66
Hình 2.4. Cơ cấu kinh tế của tỉnh Thái Nguyên 2007-2013	68
Hình 2.5. Cơ cấu lao động tỉnh Thái Nguyên	77
Hình 2.6. Thu nhập bình quân của lao động thương mại tỉnh Thái Nguyên	79
Hình 2.7. Vị trí tỉnh Thái Nguyên trong vùng Đông Bắc	88
Hình 3.1. Tổ chức SX không gian lãnh thổ của tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020 .	117

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Phát triển bền vững (PTBV) là xu thế tất yếu trong tiến trình phát triển của xã hội, là một lựa chọn mang tính chiến lược, bao gồm những biến đổi về kinh tế, cũng như các biến đổi về xã hội, về văn hóa giáo dục, khoa học và công nghệ, về môi trường và sự phát triển của con người. PTBV là nhu cầu tất yếu và đang là thách thức cho mọi quốc gia, các ngành, các địa phương trong điều kiện toàn cầu hóa, hội nhập kinh tế quốc tế nhất là đối với những nước đang phát triển thực hiện công nghiệp hóa sau như Việt Nam. Để đảm bảo sự PTBV đó đòi hỏi sự PTBV ở tất cả các lĩnh vực, trong đó thương mại là một lĩnh vực quan trọng tạo nên sự bền vững đó. Trong điều kiện hội nhập quốc tế, thương mại có ý nghĩa đặc biệt quan trọng, thương mại vừa là một bộ phận cấu thành của nền kinh tế quốc dân đồng thời là đòn bẩy kinh tế thúc đẩy các ngành kinh tế phát triển, tác động rất lớn đến sự phát triển kinh tế xã hội. Trong những năm gần đây, vấn đề PTBV nói chung và phát triển thương mại bền vững (PTTMBV) nói riêng đã và đang là chủ đề nóng trong hầu hết các diễn đàn kinh tế, xã hội từ sự luận bàn trong nghiên cứu đến các chương trình nghị sự. Đây cũng là vấn đề trọng tâm xuyên suốt trong chiến lược phát triển thương mại Việt Nam giai đoạn 2011- 2020 và những năm tiếp theo.

Thái Nguyên là một tỉnh thuộc vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ có nhiều lợi thế so sánh về vị trí địa lý, khí hậu thuận lợi, tài nguyên khoáng sản và tài nguyên rừng đa dạng phong phú, nguồn nhân lực dồi dào, chất lượng cao để phát triển một nền kinh tế đa dạng theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Tổng diện tích là 3.533,19 km² với tổng dân số là 1.155.991 người, bao gồm trung tâm thành phố, một thị xã và 7 huyện lân cận. Với đặc điểm là tỉnh công nghiệp phát triển mạnh về công nghiệp chế biến và chế tạo nhưng trong GDP toàn tỉnh thì tỷ trọng của Dịch vụ (trong đó có thương mại) từ năm 2007-2013 dao động trong khoảng 36,0-38,8 % qua các năm, điển hình năm 2013 GDP toàn tỉnh đạt 33.683,3 tỷ trong đó tỷ trọng dịch vụ chiếm 38,8% với 13.076,0 tỷ đồng [42]. Đóng góp vai trò quan trọng tăng ngân sách nhà nước, giải quyết việc làm, tăng thu nhập, xoá đói giảm

nghèo, đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng, tác động đến cơ cấu sản xuất trên địa bàn... ảnh hưởng rất lớn đối với kinh tế xã hội Tỉnh Thái Nguyên. Tuy nhiên, Thương mại trên địa bàn tỉnh phát triển còn ở mức dưới tiềm năng, hệ thống thông tin dự báo thị trường còn nhiều hạn chế, văn minh thương mại chưa được coi trọng, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp còn thấp... Bên cạnh đó, phát triển thương mại đang có nguy cơ làm cạn kiệt nguồn tài nguyên thiên nhiên, suy giảm đa dạng sinh học và ô nhiễm môi trường. Vấn đề chất lượng tăng trưởng thương mại chưa được quan tâm đúng mức, thiên về chỉ tiêu số lượng, coi nhẹ chất lượng và ảnh hưởng tiêu cực của thương mại đến xã hội và môi trường. Nếu không đánh giá đúng thực trạng và có những giải pháp cụ thể, sẽ làm cho thương mại phát triển không bền vững, ảnh hưởng rất lớn tới kinh tế, xã hội và môi trường của tỉnh.

Trên phương diện lý thuyết đã có những nghiên cứu toàn diện, sâu sắc về PTBV nói chung và phương diện một quốc gia nói riêng. Những nghiên cứu cụ thể trong một ngành, một địa phương còn ít và mới chỉ tập trung vào những yếu tố bên ngoài cho phát triển bền vững, còn những vấn đề bên trong của ngành và tiêu chí đánh giá nội tại tính bền vững chưa được nghiên cứu hệ thống, đặc thù. Nghiên cứu đề tài "*Phát triển thương mại bền vững trên địa bàn Tỉnh Thái Nguyên*" vừa bổ sung một số lý luận, vừa giải quyết vấn đề cấp thiết của thực tiễn hiện nay.

2. Tổng quan các nghiên cứu ngoài nước và trong nước

2.1. Nghiên cứu ngoài nước

Có nhiều nghiên cứu của các học giả nước ngoài và các tổ chức quốc tế liên quan đến vấn đề nghiên cứu của đề tài. Vấn đề phát triển bền vững (PTBV) đã được đề cập trong nhiều nghiên cứu của các tổ chức, học giả nước ngoài. Sau đại chiến thế giới lần II, nhiều tổ chức quốc tế phối hợp chặt chẽ trong việc tìm hiểu diễn biến môi trường, từ đó đưa ra chương trình hành động hướng các quốc gia phát triển theo mô hình bền vững. Năm 1951, UNESCO đã xuất bản một tài liệu đáng lưu ý với tiêu đề "*Thực trạng bảo vệ môi trường thiên nhiên trên thế giới vào những năm 50*", tài liệu này được cập nhật vào những năm 1954 và được coi là những tài liệu

quan trọng của “Hội nghị về môi trường con người” do Liên hiệp quốc tổ chức tại Stockholm và cũng được xem như “tiền thân” của báo cáo Brundtland.

Hội đồng thế giới về môi trường và phát triển của Liên hợp quốc (WCED) trong báo cáo “*Our common future*” (Tương lai của chúng ta) đưa ra năm 1987, đã phân tích các nguy cơ và thách thức đe dọa sự PTBV của các quốc gia trên thế giới. Trong đó, quan trọng phải kể đến khái niệm về PTBV đó “*Là sự đáp ứng của nhu cầu hiện tại mà không gây trở ngại cho các thế hệ mai sau*” đang được sử dụng rộng rãi hiện nay [2, trang 12]. Ngoài ra, sau hội nghị Môi trường và Phát triển tại Rio de Janeiro năm 1992, như nghiên cứu của Ngân hàng thế giới (WB): “*Toàn cầu hóa, tăng trưởng và đói nghèo*”, hay nghiên cứu của Thaddeus C.Trzyna “*Thế giới bền vững: định nghĩa và trách lượng phát triển bền vững*”[81]. Một số nghiên cứu khác cũng đưa ra các tiêu chí về PTBV. Bộ chỉ tiêu được tham khảo nhiều nhất trong đề tài này là bộ chỉ số PTBV của Liên hợp quốc và Việt Nam.

Bản báo cáo tổng hợp năm 2004 “*Sustainable trade and Poverty Reduction*” (Thương mại bền vững và giảm nghèo) của dự án IAP (Integrated Assessment and Planning) do UNEP tài trợ đã đánh giá tổng hợp và lập kế hoạch IAP trong 9 quốc gia bao gồm: Chilê, Colombia, Brazil, Cộng hòa Séc, Indonesia, Kenya, Lebanon, Nga, Uganda. Bản báo cáo này nhằm cung cấp thông tin về kết quả đạt được và triển khai những đề xuất của dự án và tính ứng dụng IAP cho các chính sách một cách hiệu quả bao gồm chính sách thương mại và giảm nghèo, hỗ trợ các quốc gia thực hiện chiến lược PTBVTM, đảm bảo cân bằng giữa kinh tế, xã hội, môi trường và đặc biệt gắn kết tăng trưởng thương mại và xóa đói giảm nghèo. Để đạt được mục tiêu này các dự án sẽ đánh giá kinh nghiệm các nước, xây dựng các tổ chức thương mại, khuyến khích sử dụng các công cụ tích hợp cho giảm nghèo và PTBVTM [119].

Một số nghiên cứu đã đề cập đến vấn đề xã hội liên quan đến hoạt động xuất khẩu như: Kamal Malhotra (2006), “*Phát triển bền vững con người: tiếp cận từ góc độ vai trò của xuất khẩu trong chiến lược phát triển quốc gia*” đã nêu bật vai trò của xuất khẩu góp phần đáng kể vào vấn đề giải quyết việc làm, phát triển con người; Medhi Krongkaew, Viện Quản lý Phát triển quốc gia Thái Lan-NIDA (2003)

với “ *Phân phối thu nhập và phát triển kinh tế bền vững ở Đông Á: Phân tích và so sánh*”; UNCTAD (2008) với “ *Chính sách hội nhập thương mại quốc tế cho phát triển và các chiến lược giảm nghèo: Những trường hợp thành công, Minh bạch hóa và tiên liệu được*”, tác phẩm này đã đưa ra những trường hợp thành công trong việc nâng cao thu nhập, cải thiện cuộc sống thông qua việc xây dựng và áp dụng các chính sách hội nhập quốc tế [81].

Tác giả Shawkat Alam (2007), nghiên cứu vấn đề “ *Sustainable Development and Free Trade: Institutional Approaches*”, trong cuốn sách này cung cấp một cuộc khảo sát toàn diện về mối liên hệ giữa tăng trưởng kinh tế từ thương mại và môi trường cũng như tác động của nó cho phát triển bền vững. Shawkat Alam cho rằng vấn đề bảo vệ môi trường gắn bó chặt chẽ với sự phát triển kinh tế của các nước đang phát triển, từ đó cung cấp những luận cứ cho cải cách thương mại quốc tế hiện hành và cách thức tổ chức trong chiến lược PTBV. Cuốn sách này là mối quan tâm của những nhà nghiên cứu trong các lĩnh vực nghiên cứu phát triển, kinh tế môi trường, thương mại quốc tế [105].

Bài hội thảo của UNCTAD có nhan đề “ *Sustainable trade of Arapaima gigas in Amazon region*” (Thương mại bền vững đối với Arapaima gigas tại khu vực Amazon) trong năm 2007 đã phân tích vấn đề kinh doanh thương mại bền vững đối với loài cá nước ngọt Arapaima gigas tại lưu vực sông Amazon Nam Mỹ. Arapaima gigas là loài cá nước ngọt lớn nhất thế giới nhưng do lượng đánh bắt quá lớn làm suy giảm quần thể loại cá tự nhiên này. Bài hội thảo này được các chuyên gia trao đổi, xác định mục tiêu và xây dựng chiến lược chung để thúc đẩy thương mại bền vững cũng như quản lý tốt sản phẩm hàng đầu của Amazon [117].

Năm 2008, tác giả Bastiaan Zoeteman and Wouter Kersten với tác phẩm “ *Stimulating Sustainable trade – Aiming at a Joint government business approach addressing*” đã thể hiện sự quan tâm đến sự bền vững của hệ thống thương mại toàn cầu và những ảnh hưởng tích cực của thương mại đối với thế giới qua những hỗ trợ phi chính thức ngày một tăng. Tuy nhiên, vẫn còn tồn tại nhiều trở ngại trước những quy định WTO nhất là các nước đang phát triển phải chịu áp lực lớn về trao đổi thương mại. Bên cạnh đó, cơ chế thương mại toàn cầu tạo ra sự bất bình đẳng trong

thu nhập và làm giảm hiệu quả khai thác tài nguyên thiên nhiên, sự khác biệt về kinh tế, chính trị cũng tác động nhiều đến sự phân bố lợi ích thương mại. Vì vậy, để tạo động lực cho các nước nhất là các nước đang phát triển để hướng tới một hệ thống thương mại bền vững [87].

UNCTAD - Tổ chức Phát triển Thương mại của Liên hợp quốc (United Nation Conference on trade and Development) trong thời gian gần đây đề cập rất nhiều đến các vấn đề về thương mại, PTBV và PTTMBV, cụ thể như: *“The green economy: Trade and sustainable development implications, Geneva, Switzerland, 2009,2010,2011”*, *“Trade and development, Report”*... xoay quanh các nội dung : Thương mại và liên kết phát triển bền vững, các biện pháp sở hữu trí tuệ liên quan đến thương mại, môi trường hàng hóa và dịch vụ, xuất khẩu tăng trưởng. Chứng tỏ rằng, vấn đề PTTMBV luôn được UNCTAD quan tâm và chú trọng nhưng cũng chỉ khái quát về khái niệm PTTMBV cũng như thực trạng phát triển của ngành thương mại nói chung để định hướng cho hành động, chưa nghiên cứu nội hàm sâu xa của PTTMBV.

Strachan, Janet R.; Sell, Malena; Gueye, Moustapha Kamal năm 2010 với tác phẩm *“Trade, climate change and sustainable development: key issues for small states, least developed countries and vulnerable economies”* (Thương mại, biến đổi khí hậu và phát triển bền vững: các vấn đề quan trọng đối với các nước nhỏ, các nước chậm phát triển nhất và các nền kinh tế dễ bị tổn thương) đã đề cập đến những cơ hội và thách thức lớn mà các nền kinh tế nhỏ và yếu kém, các nước kém phát triển nhất đang phải đối mặt. Ngoài ra, còn đưa ra các biện pháp biến đổi khí hậu và thúc đẩy hơn nữa năng lực và khả năng cạnh tranh thương mại của các nước này trong thị trường toàn cầu. Tác phẩm này là mối quan tâm đối với các nhà hoạch định chính sách và cá nhân cần tìm hiểu về những tác động của biến đổi khí hậu đối với nền kinh tế của các quốc gia nhỏ và đang phát triển [110].

Năm 2010, hai tác giả Mark Halle và Long Guogiang đã biên soạn cuốn sách *“Elements of sustainable trade strategy for China”* (Các yếu tố cấu thành chiến lược thương mại bền vững đối với Trung Quốc) được xuất bản tại Viện quốc tế về PTBV. Cuốn sách chia làm 3 phần và đề cập đến những vấn đề tăng trưởng kinh tế

chưa từng có của Trung Quốc trong 3 thập kỷ qua và tìm hiểu một số nhân tố chủ yếu được xem như là nền tảng để xây dựng chiến lược thương mại bền vững của Trung Quốc. Để đạt được mục tiêu PTTMBV cần phải có chính sách đổi mới trước những áp lực ngày một gia tăng từ các đối tác thương mại và khách hàng có nhận thức ngày một cao. Nghiên cứu này thu thập và tổng kết một số những nghiên cứu trong các lĩnh vực chủ yếu ảnh hưởng đến chiến lược thương mại bền vững của Trung Quốc để thúc đẩy nền sản xuất của quốc gia này đạt đến điểm tới hạn của chuỗi giá trị, gia tăng nhận thức và việc làm để hoàn thiện những yêu cầu về phát triển bền vững trong thương mại và đầu tư, từ đó mang lại mức lợi nhuận lớn nhất. Theo nội dung từ những bài báo và nghiên cứu, Trung Quốc có thể xây dựng một chiến lược thương mại bền vững để đạt được mức lợi nhuận lớn nhất cho sự tăng trưởng thương mại trong khi vẫn đảm bảo được mức sống cao hơn cho cả xã hội bao gồm cả người dân Trung Quốc và người dân của các quốc gia khác [102].

Cuốn sách “*Sustainable trade: changing the environment the market operates in, through standardized Global trade tariffs*” (Thương mại bền vững: thay đổi môi trường vận hành thị trường, thông qua hệ thống thuế quan thương mại toàn cầu được tiêu chuẩn hóa) được tác giả Zoltan Ban biên soạn năm 2011, đã đề cập đến vấn đề tiêu chuẩn hóa hệ thống thuế quan toàn cầu, tác động rất lớn đến thị trường và nhấn mạnh sự chung vai, hỗ trợ của Chính phủ để thay đổi một số giải pháp đối với hệ thống thuế quan, đem lại những lợi ích nhằm đáp ứng nhu cầu con người và góp phần bền vững thương mại [121].

Năm 2013, tác giả Frans Crul đã viết bài hội thảo “*China and South Africa on their way to Sustainable trade relations*” (Trung Quốc và Nam Phi trên con đường hướng tới quan hệ thương mại bền vững). Tác phẩm này đã nêu bật sự cần thiết hợp tác trong quan hệ thương mại bền vững giữa Trung Quốc và Nam Phi. Trong thập kỷ qua Trung Quốc đã trở thành đối tác thương mại lớn nhất của Nam Phi, nguồn vốn đầu tư trực tiếp từ Trung Quốc vào Nam Phi ngày càng tăng, giá trị kim ngạch nhập khẩu nguyên vật liệu vào Trung Quốc và hàng hóa nhập khẩu vào Nam Phi ngày càng lớn, mang lại lợi ích kinh tế cho hai bên. Tuy nhiên, khi hàng hóa chủ yếu nhập khẩu từ Trung Quốc khiến cho Nam Phi đối mặt với tỷ lệ thất

nghiệp ngày càng gia tăng. Như vậy, làm thế nào để Nam Phi vừa phát triển bền vững quan hệ thương mại với Trung Quốc vừa giải quyết vấn đề lao động thất nghiệp như hiện nay? Phần cuối tác phẩm này cho rằng Nam Phi cần bảo vệ bền vững thị trường nội địa và phát triển sản xuất trong nước, các chính sách thương mại cần được xây dựng trong thời gian ngắn hạn và dài hạn [94].

Bài báo năm 2014 “*Yes to a Sustainable trade policy - No to the Transatlantic trade and investment partnership* (Nói có với chính sách thương mại bền vững – Nói không với đối tác thương mại và đầu tư xuyên Đại Tây Dương) của tác giả Sven Hibig đã đề cập đến nhiều nội dung, điển hình nội dung: đề hướng tới chính sách thương mại bền vững và công bằng thì chính sách thương mại phải được dân chủ hơn, nhân quyền các chính sách thương mại phải được đề cao, phạm vi quản lý của Chính phủ cũng phải được mở rộng, nền sản xuất nông nghiệp phải có tính bền vững và công bằng [112].

Theo tác giả, mỗi nghiên cứu đều đạt được những kết quả nhất định rất đáng để nghiên cứu và vận dụng trong những điều kiện phù hợp, đã phân tích, làm rõ tầm quan trọng của PTTMBV, những tác động của thương mại tới xóa đói giảm nghèo, vai trò quan trọng của hệ thống thuế quan, thể chế tới PTTMBV và chiến lược PTTMBV - điển hình của Trung Quốc... Tuy nhiên, PTTMBV là một chiến lược phát triển quan trọng mang tính toàn cầu, nhưng vấn đề này chưa được phân tích một cách cụ thể ở các địa phương của các nước đang phát triển nói chung. Do vậy, việc nghiên cứu PTTMBV là vấn đề hoàn toàn cần thiết.

2.2. Nghiên cứu trong nước

Các vấn đề PTBV được biết đến ở Việt Nam vào những khoảng cuối thập niên 80 đầu thập niên 90. Mặc dù xuất hiện ở Việt Nam khá muộn nhưng có nhiều công trình nghiên cứu thể hiện ở nhiều cấp độ khác nhau. Về mặt học thuật, thuật ngữ này được giới khoa học nước ta tiếp thu nhanh. Đã có hàng loạt công trình nghiên cứu liên quan đến PTBV, đầu tiên là công trình nghiên cứu môi trường “*Tiến tới môi trường bền vững*” (1995) của Trung tâm tài nguyên và môi trường, Đại học Tổng hợp Hà Nội. Công trình đã tiếp thu và thao tác hóa khái niệm PTBV

theo báo cáo Brundtland như một tiến trình đòi hỏi đồng thời trên bốn lĩnh vực: bền vững về kinh tế, nhân văn, môi trường và bền vững về kỹ thuật. Năm 2000, tác giả Lưu Đức Hải và cộng sự đã trình bày hệ thống quan điểm lý thuyết và hành động quản lý môi trường cho PTBV thông qua tác phẩm “*Quản lý môi trường cho sự phát triển bền vững*”, công trình này đã xác định PTBV qua các tiêu chí: bền vững về kinh tế, xã hội, môi trường và bền vững về văn hóa.

Đề tài khoa học “*Nghiên cứu xây dựng tiêu chí phát triển bền vững cấp quốc gia ở Việt Nam-giai đoạn I*” do Viện Môi trường và phát triển bền vững, hội Liên hiệp các Hội khoa học kỹ thuật Việt Nam tiến hành vào năm 2003. Dựa trên cơ sở tiến hành tham khảo bộ tiêu chí PTBV của Brundtland và kinh nghiệm các nước: Trung quốc, Anh, Mỹ, các tác giả đã đưa ra các tiêu chí cụ thể về PTBV đối với các quốc gia là bền vững về mặt kinh tế, xã hội và bền vững về mặt môi trường. Đề tài đã đề xuất một số phương án lựa chọn tiêu chí PTBV cho Việt Nam.

Năm 2005, Bộ thương mại cũng đã tổ chức và hoàn thành kỷ yếu hội thảo khoa học quốc gia “*Thương mại Việt nam-20 năm đổi mới*” đã đánh giá được một cách toàn diện quá trình phát triển của thương mại Việt Nam đến 2005 của nhiều nhà khoa học có uy tín, đưa ra định hướng PTTMBV trong giai đoạn hội nhập kinh tế quốc tế. Đến nay, nghiên cứu cơ bản và có hệ thống nhất về vấn đề PTBV ở Việt nam đã được thực hiện trong khuôn khổ dự án “*Hỗ trợ xây dựng và thực hiện chương trình nghị sự 21 quốc gia Việt Nam*”- VIE/01/021 do Bộ Kế hoạch và Đầu tư (MPI) chủ trì thực hiện với sự tham gia của các Bộ ngành, địa phương và sự hỗ trợ hợp tác phát triển Liên Hợp Quốc (UNDP), Cơ quan phát triển quốc tế Đan Mạch (DANIDA), Cơ quan phát triển quốc tế Thụy điển (SIDA), gồm 4 hợp phần chính đó có hợp phần nghiên cứu chính sách PTBV [81].

Một số công trình nghiên cứu cũng đã tập trung nghiên cứu về phát triển thương mại như nghiên cứu năm 2007 của PGS.TS Lê Danh Vĩnh về “*Chính sách thương mại Việt Nam sau 20 năm đổi mới*”. PGS.TS Đinh Văn Thành nghiên cứu đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Công thương “*Chất lượng tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa*”. Nghiên cứu của

PGS.TS Nguyễn Văn Lịch về “*Điều tiết cán cân thương mại trong điều kiện công nghiệp hóa ở Việt Nam*”. Nghiên cứu của Viện Kinh tế Việt Nam về “*Chính sách ngoại thương Việt Nam trong mô hình tăng trưởng mới*”. Ngoài ra, năm 2012 Bộ Công thương đã tổ chức và ban hành kỷ yếu hội thảo với chủ đề “*Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020*” [6]. Hội thảo đã làm rõ cơ sở khoa học để xây dựng và hoàn thiện chính sách phát triển xuất nhập khẩu phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế nhanh và bền vững ở nước ta thời kỳ 2011 – 2020 thể hiện qua các vấn đề được quan tâm như các quan điểm, định hướng phát triển xuất nhập khẩu nhằm PTBV, đầu tư trực tiếp nước ngoài với PTBV ở Việt Nam, mối quan hệ giữa kinh tế và sinh thái nhằm hướng tới PTBV ở Việt Nam.

PGS.TS Lê Danh Vĩnh (2013) nghiên cứu đề tài khoa học cấp nhà nước “*Luận cứ khoa học cho xây dựng chính sách xuất nhập khẩu bền vững của Việt Nam thời kỳ 2011 – 2020*” [81], đề tài đã góp phần phát triển lý thuyết PTBV, ứng dụng vào trong hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa, đưa ra khái niệm, nội dung về xuất nhập khẩu bền vững và xác định các tiêu chí đánh giá, thông qua việc phân tích thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam theo khung lý thuyết, đề tài xác lập cơ sở thực tiễn và đề xuất các giải pháp có luận cứ khoa học cho việc hoàn thiện chính sách xuất nhập khẩu bền vững.

Luận án Tiến sỹ “*Điều chỉnh chính sách thương mại của các nước đang phát triển ở Châu Á trong mối quan hệ với công nghiệp hóa, hiện đại hóa và hội nhập kinh tế quốc tế - bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam*” của tác giả Phạm Thị Hồng Yến, trường Đại học Ngoại thương năm 2008, trên cơ sở phân tích những vấn đề lý luận luận án làm rõ sự cần thiết khách quan phải điều chỉnh chính sách thương mại trong điều kiện CNH, HĐH và hội nhập quốc tế.

Luận án Tiến sỹ của Đoàn Thị Thanh Hương “*Giải pháp tăng cường quản lý nhà nước về bảo vệ môi trường nhằm phát triển thương mại của Việt Nam trong điều kiện hội nhập kinh tế quốc tế*” năm 2008, Viện nghiên cứu Thương mại- Bộ Công thương, đã làm rõ hơn bản chất của mối quan hệ giữa chính sách quản lý nhà nước về bảo vệ môi trường với chính sách phát triển thương mại trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Đối với Thái Nguyên, trong những năm vừa qua vấn đề phát triển kinh tế xã hội nói chung và thương mại nói riêng luôn giành được sự quan tâm đặc biệt của lãnh đạo tỉnh Thái Nguyên, điều này thể hiện trong Nghị quyết của Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Thái Nguyên lần thứ XVIII và quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Thái Nguyên đến 2020, đã có nhiều biện pháp, chính sách, phát triển thương mại được đưa ra trong từng thời kỳ nhất định, tuy nhiên đó thường chỉ tập hợp của những biện pháp mang tính chất đơn lẻ, tình thế, chứ chưa phải là những nghiên cứu căn bản và có hệ thống. Các nghiên cứu đáng kể nhất gần đây phải kể đến đó là: (i) *Quy hoạch phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2006-2015, có tính đến 2020* [42] do sở Công thương tỉnh Thái nguyên phối hợp với viện Nghiên cứu chiến lược và chính sách thương mại - Bộ Công thương thực hiện, được UBND tỉnh Thái Nguyên phê duyệt năm 2005; (ii) *Chương trình phát triển Thương mại tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2006-2010* được UBND tỉnh Thái Nguyên thông qua năm 2006; (iii) *Quy hoạch tổng thể phát triển KTXH tỉnh Thái nguyên đến năm 2020* [77]. Đây là các nghiên cứu cơ bản, có hệ thống về thương mại Thái Nguyên, nghiên cứu này bước đầu đã phân tích được tiềm năng, nguồn lực và hiện trạng thương mại Thái Nguyên, phác thảo quy hoạch thương mại Thái Nguyên đến 2015. Tuy nhiên, cách tiếp cận của các nghiên cứu này chưa đặt sự quan tâm thích đáng đến các vấn đề chính sách phát triển thương mại và các vấn đề có liên quan về xã hội, môi trường... tổng quát hơn là phát triển thương mại theo hướng bền vững.

Liên quan đến vấn đề PTBV, Ủy ban nhân dân tỉnh Thái Nguyên đã ban hành “*Định hướng chiến lược phát triển bền vững tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020 (Chương trình nghị sự 21 Thái nguyên)*” [76]. Đây là văn kiện cụ thể hóa định hướng chiến lược PTBV của quốc gia vào điều kiện cụ thể tỉnh Thái Nguyên, trong đó khái quát thực trạng KTXH tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2015-2020 gắn với PTBV với những lĩnh vực kinh tế, xã hội, môi trường. Tuy nhiên, tài liệu này mới chỉ dừng lại ở việc xác định khung pháp lý nhằm hướng tới PTBV cho các chính sách phát triển KTXH của tỉnh Thái Nguyên, chưa đặt trọng tâm vào việc nghiên cứu vấn đề phát triển thương mại bền vững (PTTMBV).

Như vậy, qua quá trình tìm hiểu các công trình nghiên cứu trên thế giới và Việt Nam thì mỗi công trình nghiên cứu đều có đóng góp tích cực ở các góc độ tiếp cận khác nhau. Tuy nhiên, chưa phân tích vấn đề PTTMBV tại địa phương nói riêng của các quốc gia nói chung một cách chi tiết, cụ thể. Bên cạnh đó, PTBV kinh tế xã hội của tỉnh nói chung và PTTMBV nói riêng luôn giành được sự quan tâm đặc biệt của lãnh đạo tỉnh Thái Nguyên, nhưng chỉ dừng lại ở việc phân tích rõ tiềm năng, nguồn lực, hiện trạng và xác định khung pháp lý hướng tới PTBV cho KTXH của tỉnh chưa đặt trọng tâm vào việc nghiên cứu vấn đề PTTMBV. Do vậy, việc nghiên cứu PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên là hoàn toàn cấp thiết.

3. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục tiêu nghiên cứu

Trên cơ sở nghiên cứu lý luận về phát triển thương mại bền vững, đề xuất hệ thống chỉ tiêu đánh giá và vận dụng phân tích thực trạng phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh để đưa ra giải pháp PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện mục tiêu tổng quát trên, luận án có những nhiệm vụ cụ thể sau đây:

(i) Nghiên cứu cơ sở lý luận PTTMBV, chỉ ra những phương pháp luận nghiên cứu, xây dựng hệ thống chỉ tiêu đánh giá PTTMBV ở địa phương.

(ii) Phân tích thực trạng phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên, rút ra các kết luận, đánh giá theo các chỉ tiêu PTTMBV .

(iii) Dự báo bối cảnh tác động và quan điểm, phương hướng PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

(iv) Đề xuất hệ thống giải pháp nhằm PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020.

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là lý luận về PTTMBV và thực trạng PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

4.2.1. *Phạm vi nội dung*: Nghiên cứu thương mại hàng hóa ở tầm vĩ mô bao gồm thương mại trong nước và thương mại quốc tế của tỉnh Thái Nguyên, trọng tâm là xây dựng tiêu chí PTTMBV trên địa bàn tỉnh và sử dụng trong đánh giá thực trạng và đề xuất kiến nghị.

4.2.2. *Phạm vi không gian*: Phạm vi nghiên cứu thương mại vĩ mô trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

4.2.3. *Phạm vi thời gian*: Nghiên cứu thực trạng tình hình PTTM trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên trong giai đoạn 2007-2013. Đề xuất kiến nghị PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020.

5. Phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp chung

- Luận án sử dụng phương pháp duy vật biện chứng, duy vật lịch sử: Nghiên cứu thương mại trong mối quan hệ với các ngành khác trên địa bàn tỉnh, nghiên cứu quá trình và chuỗi thời gian của sự phát triển thương mại. Nghiên cứu mối tương quan giữa các yếu tố cấu thành đối tượng nghiên cứu.

- Phương pháp toán - thống kê: Tổng hợp các tư liệu, tài liệu thứ cấp và sử dụng phương pháp so sánh, đối chiếu, phân tích, tổng hợp để đánh giá. Sử dụng hệ thống các bảng, hình để biểu diễn quy mô lượng, chất của phát triển thương mại và các vấn đề có liên quan.

5.2. Phương pháp điều tra

* Nội dung phiếu điều tra và số phiếu điều tra

- Nội dung điều tra: bao gồm những nội dung về tiêu chí đánh giá PTTMBV, thực trạng hoạt động kinh doanh hàng hóa, các yếu tố ảnh hưởng (Hội nhập quốc tế, thể chế thương mại, điều kiện tự nhiên, nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng, khoa học công nghệ) và những mong muốn về phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên (Phụ lục 01).

- Tác giả đã thu về 269 phiếu điều tra/ tổng số 300 phiếu gửi đến các đối tượng điều tra, 100% phiếu hợp lệ (Phụ lục 02).

* Đối tượng điều tra

Đối tượng điều tra: là các doanh nghiệp thương mại kinh doanh hàng hóa trên địa bàn tỉnh theo các loại hình doanh nghiệp.

* Phương pháp xử lý kết quả điều tra

Luận án sử dụng công cụ Excel và phần mềm SPSS để tổng hợp, mã hóa dữ liệu, xử lý kết quả điều tra.

* Sử dụng kết quả điều tra

Sử dụng kết quả điều tra với mô hình hồi quy tuyến tính, luận án đánh giá, kết luận về các yếu tố ảnh hưởng đến PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên, đây là cơ sở quan trọng để đề xuất kiến nghị, giải pháp nhằm PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020.

6. Đóng góp của luận án

Về mặt lý luận

Luận án hệ thống hóa và phát triển lý thuyết phát triển bền vững (PTBV), ứng dụng vào lĩnh vực thương mại hàng hóa, hình thành khung lý thuyết cho việc tiến hành phân tích, đánh giá PTTMBV. Cụ thể đưa ra được khái niệm, nội dung, xác định tiêu chí và xây dựng được bộ chỉ tiêu về PTTMBV áp dụng tại địa phương.

(i) Dựa trên những nghiên cứu khoa học, luận án đã đưa ra được khái niệm và nội dung về *Phát triển thương mại bền vững* phục vụ cho nghiên cứu.

(ii) Luận án đã xác định tiêu chí và xây dựng được hệ thống chỉ tiêu đánh giá PTTMBV áp dụng tại địa phương.

Về mặt thực tiễn

(i) Luận án là nghiên cứu đầu tiên về PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên có sự kết hợp các phương pháp nghiên cứu truyền thống với phương pháp nghiên cứu hiện đại, phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với các phương pháp định lượng.

(ii) Qua tiến hành phân tích, đánh giá thực trạng PTTMBV trên địa bàn tỉnh từ năm 2007-2013 theo các tiêu chí PTTMBV, xác lập các giải pháp đến năm 2020

có căn cứ khoa học và có tính khả thi, tăng mức độ đóng góp của phát triển thương mại vào tăng trưởng kinh tế nhanh và bền vững, ổn định kinh tế vĩ mô, hạn chế khai thác tài nguyên, ô nhiễm môi trường.

7. Bộ cục của luận án

Chương 1. Cơ sở lý luận về phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh

Chương 2. Thực trạng phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Chương 3. Phương hướng và giải pháp phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH

1.1. Lý thuyết về phát triển bền vững và vận dụng trong thương mại

1.1.1. Lý thuyết về phát triển bền vững

Phát triển là một quá trình tăng trưởng về quy mô cả về số lượng và chất lượng... Mục tiêu phát triển của các quốc gia là nâng cao điều kiện và chất lượng cuộc sống của con người như nâng cao thu nhập, xóa đói giảm nghèo, đáp ứng tốt hơn nhu cầu sử dụng hàng hóa phục vụ sản xuất và tiêu dùng, làm cho con người ít phụ thuộc vào thiên nhiên, tạo lập nên cuộc sống công bằng và bình đẳng giữa các thành viên. Tuy nhiên, phát triển kinh tế cũng phải coi trọng vấn đề xã hội và bảo vệ môi trường vì sự cần thiết tính đến lợi ích chung của cộng đồng xã hội và của các thế hệ tương lai... Tất cả những yêu cầu trên dẫn đến sự ra đời một quan niệm mới “*Phát triển bền vững*”.

Trong hơn ba thập kỷ qua, nhiều giáo trình, tài liệu và các thỏa ước quốc tế đã đề cập đến chủ đề PTBV. Mặc dù đây là một thuật ngữ vẫn còn nhiều ý kiến khác nhau nhưng ý nghĩa của nó về cơ bản đã đạt được sự đồng thuận cao và luôn được quan tâm, phát triển và hoàn thiện.

Ý niệm về PTBV thể hiện rõ hơn từ cuốn sách “Mùa xuân im lặng” (Silent Spring) của nữ văn sĩ Rachel Carson, được xuất bản năm 1962, với những tiết lộ về hiểm họa của thuốc trừ sâu DDT. Chỉ một lần phun DDT để diệt một loài sâu hại cây trồng, hóa chất này cũng tiêu diệt đồng thời luôn nhiều loài côn trùng có lợi khác và tồn lưu lâu dài như một độc chất trong môi trường. “Mùa xuân im lặng” đã làm thay đổi nhận thức của người dân Mỹ về môi trường và góp phần thúc đẩy các chính sách về môi trường của đất nước này.

Năm 1980, tại Hội nghị Stockholm, Các tổ chức bảo tồn quốc tế như Hiệp hội Bảo tồn Thiên nhiên Thế giới (IUCN), chương trình Môi trường LHQ (UNEP) và

Quỹ Bảo vệ Thiên nhiên Thế giới (WWF) đã đưa ra “*Chiến lược bảo tồn thế giới*”. Trong chiến lược này, thuật ngữ phát triển bền vững lần đầu tiên được nhắc tới với nội dung khá đơn giản là *Sự phát triển của nhân loại không thể chú trọng tới phát triển kinh tế mà còn phải tôn trọng những nhu cầu thiết yếu của xã hội và sự tác động đến môi trường sinh thái học*. Tiếp theo chiến lược này, một công trình khoa học có tiêu đề “*Cứu lấy trái đất – Chiến lược cho cuộc sống bền vững*” đã được IUCN, UNEP và WWF soạn thảo và công bố năm 1991 với nhiều khuyến nghị và cải cách luật pháp, thể chế và quản trị [81].

Năm 1987, Ủy ban Quốc tế về Môi trường và Phát triển xuất bản báo cáo có tựa đề “*Tương lai của chúng ta*” (tựa tiếng Anh: Our Common Future và tiếng Pháp là Notre avenir à tous, thường được gọi là Báo cáo Brundtland). Bản báo cáo này lần đầu tiên công bố chính thức thuật ngữ “*Phát triển bền vững*”, định nghĩa cũng như một cách nhìn mới về cách hoạch định các chiến lược phát triển lâu dài. Brundtland định nghĩa phát triển bền vững là “*Sự phát triển đáp ứng được các nhu cầu của thế hệ hiện tại nhưng không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu của các thế hệ tương lai*”. Định nghĩa PTBV này có nội dung bao quát, không bị gò bó bởi những chuẩn mực hoặc quy tắc đã định sẵn, có thể dễ dàng áp dụng vào điều kiện thực tế trong mọi hoàn cảnh của mỗi quốc gia, mỗi vùng lãnh thổ. Vì vậy, khái niệm PTBV này dễ dàng được chấp nhận [2, trang 12].

Định nghĩa này nhấn mạnh đến việc đáp ứng nhu cầu của con người thuộc các thế hệ khác nhau. Theo đó, hai vấn đề công bằng trong cùng một thế hệ và công bằng giữa các thế hệ phải được đảm bảo trước khi bất cứ một xã hội nào có thể đạt được mục tiêu phát triển bền vững. Như vậy, điều kiện để phát triển bền vững là phải có sự chuyên giao các nguồn lực (tự nhiên và nhân tạo) cho phát triển kinh tế xã hội, sao cho thế hệ tương lai vẫn có số lượng nguồn lực không ít hơn những gì mà thế hệ hiện tại đang có, để có mức sống bằng hoặc tốt hơn so với thế hệ hiện tại.

Đến năm 2002, khái niệm này được bổ sung và hoàn chỉnh trong hội nghị thượng đỉnh Thế giới nhóm họp tại Johannesburg, Nam Phi. PTBV được hình thành trong sự đan xen, hài hòa giữa ba hệ thống tương tác lớn của thế giới: hệ tự nhiên,

hệ kinh tế, hệ xã hội. Hội nghị thượng đỉnh Johannesburg đã đề ra các nhiệm vụ trọng tâm đến năm 2015 bao gồm: Xóa đói giảm nghèo; Thay đổi cách thức tiêu dùng và sản xuất; Phát triển bền vững trong điều kiện toàn cầu hóa; Nâng cao sức khỏe của con người, cam kết cùng thực hiện.

Quan niệm mới về PTBV được thể hiện trong cuốn *“Không chỉ là tăng trưởng kinh tế. Nhập môn về phát triển bền vững”* của Soubbotina (2005). Theo đó *“Phát triển bền vững cũng có thể được gọi bằng một cách khác là phát triển “bình đẳng và cân đối, có nghĩa là để duy trì sự phát triển mãi mãi, cân cân bằng giữa lợi ích của các nhóm người trong cùng một thế hệ, và thực hiện điều này đồng thời trên cả ba lĩnh vực quan trọng có mối quan hệ qua lại với nhau: Kinh tế, xã hội và môi trường”*. Khái niệm này cho thấy thực chất của sự phát triển bền vững là sự bình đẳng, trong đó bình đẳng về cơ hội làm giàu là điểm được chú ý nhất. Khái niệm này đồng thời nhấn mạnh đến tính toàn diện các mục tiêu mà phát triển bền vững phải đạt được là hợp phần giao nhau của ba mục tiêu chính là kinh tế, xã hội và môi trường [109].

Năm 2012, hội nghị LHQ về PTBV (gọi tắt là Rio+20) diễn ra Rio de Janeiro, Brazil. Mục tiêu của Hội nghị là đảm bảo cho các cam kết chính trị về PTBV đã đề ra, đánh giá những tiến bộ và hạn chế trong việc triển khai các nội dung của các Hội nghị thượng đỉnh trước đây, đặc biệt là Rio 1992, đồng thời xác định và tìm cách giải quyết cho những thách thức mới nổi trong thời gian gần đây. Hai nội dung chính của Hội nghị là: Kinh tế xanh trong bối cảnh PTBV và xóa đói giảm nghèo và khuôn khổ thể chế cho sự PTBV.

Ngân hàng phát triển Châu Á (ADB) đã đưa ra định nghĩa cụ thể hơn, đó là: *“Phát triển bền vững là một loại hình phát triển mới, lồng ghép một quá trình sản xuất với bảo toàn tài nguyên và nâng cao chất lượng môi trường. PTBV cần phải đáp ứng các nhu cầu của thế hệ hiện tại mà không phương hại đến khả năng của chúng ta đáp ứng nhu cầu của thế hệ tương lai”* [2, trang 12]. Định nghĩa này đã đề cập cụ thể hơn về mối quan hệ ràng buộc giữa sự đáp ứng nhu cầu hiện tại với khả năng đáp ứng của thế hệ tương lai, thông qua quá trình lồng ghép quá trình sản xuất

với các biện pháp bảo toàn tài nguyên, nâng cao chất lượng môi trường. Tuy vậy, định nghĩa này chưa đề cập được tính bản chất của các quan hệ giữa các yếu tố của PTBV và chưa đề cập đến các nhóm nhân tố cụ thể mà quá trình PTBV phải đáp ứng cùng một lúc, đó là các nhóm nhân tố tạo ra tăng trưởng kinh tế, nhóm nhân tố làm thay đổi xã hội, bao gồm thay đổi cả văn hóa và nhóm nhân tố tác động làm thay đổi tài nguyên, môi trường tự nhiên.

Như vậy, các khái niệm về PTBV đã thay đổi từ nghĩa hẹp liên quan chủ yếu đến vấn đề môi trường sang nghĩa rộng liên quan đến sự PTBV về kinh tế, xã hội, môi trường. Các khái niệm đều có ba đặc điểm chung: (i) điều kiện con người mong muốn, xây dựng một xã hội đáp ứng các nhu cầu chung của họ. (ii) điều kiện hệ sinh thái bền vững: hệ sinh thái duy trì khả năng hỗ trợ sự sống của con người và bản thân hệ sinh thái, (iii) tính bình đẳng: sự chia sẻ công bằng các lợi ích và gánh nặng - giữa các thế hệ hiện tại và thế hệ tương lai.

Ở Việt Nam, Tiên sĩ Ngô Doãn Vịnh đã đưa khái niệm phát triển tới ngưỡng cho phép. *Theo đó, sự phát triển phải bảo đảm không phá hoại môi trường sống, đồng thời phải đem lại sự thịnh vượng về kinh tế cho đại đa số nhân dân, giải quyết hài hòa các vấn đề xã hội* [82]. Mặc dù, chưa có một khái niệm chuẩn xác nhưng các học giả này đã cảnh báo về sự không lường trước được những khiếm khuyết của sự PTBV và cần cảnh giác với thực tiễn. Vì vậy, việc làm rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn về PTBV vận dụng vào điều kiện cụ thể của Việt Nam để đưa nền kinh tế nước ta tới giàu có, thịnh vượng có ý nghĩa cực kỳ quan trọng.

Theo các hướng phân tích đó, Luận án đề xuất một cách định nghĩa cụ thể hơn về PTBV, đó là: PTBV là một phương thức phát triển kinh tế xã hội nhằm giải quyết tốt mối quan hệ giữa sự phát triển ổn định, hợp lý, lâu dài về quy mô, chất lượng, cơ cấu và mức độ thân thiện với môi trường với mục tiêu đáp ứng tốt hơn các nhu cầu của thế hệ hiện tại đồng thời không gây trở ngại cho việc đáp ứng nhu cầu của thế hệ mai sau.

1.1.2. Khái niệm phát triển thương mại và phát triển thương mại bền vững

1.1.2.1. Khái niệm phát triển thương mại

**** Khái niệm thương mại***

Thương mại, tiếng Anh là Trade, vừa có ý nghĩa kinh doanh, vừa có ý nghĩa là trao đổi hàng hóa dịch vụ. Ngoài ra, tiếng Anh còn dùng một thuật ngữ nữa là Business hoặc Commerce với nghĩa là buôn bán hàng hóa, kinh doanh hàng hóa hay là mậu dịch. Tiếng pháp cũng có từ ngữ tương đương Commerce là sự buôn bán, mậu dịch hàng hóa dịch vụ. Tiếng La tinh, thương mại là “Commercium” vừa có ý nghĩa là mua bán hàng hóa vừa có ý nghĩa là hoạt động kinh doanh [59]. Tùy theo mô hình phát triển kinh tế của mỗi quốc gia mà thương mại được xếp vào các vị trí và có vai trò khác nhau. Đồng thời, tùy theo quy định của nội luật mỗi nước, thương mại cũng được đề cập theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp. Vậy Thương mại là gì? Hiện nay, trên thế giới khái niệm thương mại được hiểu theo nhiều cách khác nhau.

Trong luật la mã cổ đại, khái niệm thương mại được hiểu theo hiểu nghĩa rộng đó là: *“Các quan hệ pháp lý liên quan đến việc sử dụng các tài sản trong quá trình phân phối và lưu thông hàng hoá”*.

Trong hệ thống pháp luật của một số nước trên thế giới, khái niệm thương mại: *“Là các hoạt động phân phối lưu thông hàng hoá”*.

Trong các tài liệu, giáo trình học tập và nghiên cứu trong lĩnh vực Thương mại, các nhà khoa học cũng đã đưa ra khái niệm về Thương mại theo cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp, cụ thể như sau:

Theo nghĩa rộng, Thương mại là toàn bộ các hoạt động kinh doanh trên thị trường. Thương mại đồng nghĩa với kinh doanh được hiểu như là hoạt động kinh tế nhằm mục tiêu sinh lợi của các chủ thể kinh doanh trên thị trường. Theo Luật thương mại 2005, hoạt động thương mại là hoạt động nhằm mục tiêu sinh lợi, bao gồm mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ, đầu tư, xúc tiến thương mại và các hoạt động nhằm mục đích sinh lợi khác. Theo quy định của Tổ chức thương mại thế giới thì thương mại bao gồm: Thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, đầu tư, sở hữu trí tuệ.

Theo nghĩa hẹp, Thương mại là quá trình trao đổi mua bán hàng hóa dịch vụ trên thị trường, là lĩnh vực phân phối và lưu thông hàng hóa. Nếu hoạt động mua bán hàng hóa, dịch vụ có một bên là người nước ngoài thì người ta gọi là thương mại quốc tế.

Ủy ban Liên Hợp Quốc về Luật thương mại quốc tế cho rằng “Thương mại” được hiểu theo nghĩa rộng để bao quát các vấn đề nảy sinh ra từ mối quan hệ mang tính chất thương mại, dù có hay không có hợp đồng. Các mối quan hệ mang tính chất thương mại gồm bất cứ giao dịch thương mại nào về cung cấp hay trao đổi hàng hóa và dịch vụ, thỏa thuận phân phối, đại diện hoặc đại lý thương mại, ủy thác hoa hồng, cho thuê dài hạn, xây dựng công trình, tư vấn, kỹ thuật công trình, đầu tư, cấp vốn, ngân hàng, bảo hiểm, thỏa thuận khai thác tô nhượng, liên doanh và các hình thức khác về hợp tác công nghiệp hoặc kinh doanh, chuyên chở hàng hóa hay hành khách bằng đường biển, đường sắt, đường bộ [24].

Trên thực tế, thương mại có thể được phân chia theo nhiều tiêu thức khác nhau: Theo phạm vi hoạt động, có thương mại nội địa (nội thương), thương mại quốc tế (ngoại thương), thương mại khu vực, thương mại thành phố, nông thôn, thương mại nội bộ ngành... Theo đặc điểm và tính chất sản phẩm của sản phẩm trong quá trình tái sản xuất xã hội, có thương mại hàng hóa, thương mại dịch vụ, thương mại hàng tư liệu sản xuất, thương mại hàng tiêu dùng... Theo các khâu của quá trình lưu thông, có thương mại bán buôn, bán lẻ. Theo mức độ can thiệp của Nhà nước vào quá trình thương mại, có thương mại tự do hay mậu dịch tự do và thương mại có sự bảo hộ. Theo kỹ thuật giao dịch, có thương mại truyền thống và thương mại điện tử. Việc xem xét thương mại theo các góc độ như vậy tuy mang tính tương đối nhưng có ý nghĩa rất lớn cả về mặt lý luận và thực tiễn, đặc biệt trong việc hình thành các chính sách và biện pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển toàn diện, bền vững thương mại [59].

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế như ngày nay, việc phát triển thương mại luôn được đặt ở vị trí trọng tâm trong các mục tiêu tăng trưởng và phát triển. Đối với Việt Nam là một nước đang phát triển, trình độ phát triển kinh tế còn thấp, chất

lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh còn kém, quy mô sản xuất còn nhỏ bé, việc phát triển thương mại là tất yếu. Tuy nhiên, trong khuôn khổ luận án này, tác giả chỉ tập trung nghiên cứu về thương mại hàng hóa từ góc độ ngành trên địa bàn một tỉnh. Trong hệ thống tài khoản quốc gia (System of National Accounts) ngành được phân theo hoạt động sản xuất, bao gồm tất cả các đơn vị cơ sở cùng một loại hoạt động sản xuất. Theo bảng phân ngành hoạt động của Liên Hợp Quốc, thương mại hàng hóa được gọi là dịch vụ bán buôn, bán lẻ và dịch vụ sửa chữa nhỏ, là một trong 17 ngành cấp I. Theo Quyết định số 10/2007/QĐ-TTg ngày 23/01/2007 của Thủ tướng Chính phủ ban hành hệ thống ngành kinh tế Việt Nam và Quyết định số 337/QĐ-BKH ngày 10/4/2007 của Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và Đầu tư về việc ban hành Quy định nội dung Hệ thống ngành kinh tế của Việt Nam thì thương mại hàng hóa cũng chính là bán buôn, bán lẻ, sửa chữa ô tô, xe máy và xe có động cơ khác, là một trong 21 ngành cấp I [24].

**** Khái niệm phát triển thương mại***

Phát triển thương mại là sự tăng thêm về quy mô, gia tăng về tốc độ và nâng cao chất lượng của thương mại trong giai đoạn so sánh.

Tùy theo điều kiện kinh tế xã hội và quan niệm khác nhau của các quốc gia, các địa phương trong từng giai đoạn cụ thể, có thể quyết định cách thức phát triển thương mại khác nhau. Mỗi một cách thức có thể được hiểu là sự huy động, phân bổ các nguồn lực của quốc gia, địa phương cho lĩnh vực thương mại, cụ thể như sau:

Thứ nhất, Phát triển thương mại chủ yếu theo chiều rộng như: mở rộng quy mô tăng trưởng tổng mức lưu chuyển hàng hóa và dịch vụ xã hội, quy mô và tốc độ kim ngạch xuất nhập khẩu, mở rộng thị trường trong tỉnh sang các tỉnh khác, trong nước và quốc tế, gia tăng số lượng và quy mô doanh nghiệp, các hộ kinh doanh, mở rộng cơ sở hạ tầng thương mại.

Thứ hai, Kết hợp giữa phát triển thương mại theo chiều rộng với phát triển thương mại theo chiều sâu, chuyển đổi mô hình tăng trưởng thương mại từ chủ yếu phát triển theo chiều rộng sang phát triển hợp lý giữa chiều rộng và chiều sâu, vừa mở rộng quy mô vừa chú trọng nâng cao chất lượng, hiệu quả, tính bền vững.

Thứ ba, Tập trung nguồn lực để phát triển thương mại theo chiều sâu là chủ yếu, đó là nâng cao năng suất, chất lượng và giá trị gia tăng đối với các hoạt động thương mại, chuyển dịch cơ cấu thương mại theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa, củng cố các yếu tố cho phát triển thương mại bền vững.

Thực tiễn lịch sử phát triển thương mại của các quốc gia, địa phương cho thấy, đó là sự chuyển tiếp bắt đầu từ trạng thái phát triển chủ yếu theo chiều rộng sang cách thức thứ hai, đó là phát triển hợp lý giữa chiều rộng và chiều sâu và cuối cùng là chuyển sang trạng thái phát triển chủ yếu theo chiều sâu. [24]

1.1.2.2. Khái niệm về phát triển thương mại bền vững

Đã có rất nhiều công trình nghiên cứu về PTBV, còn đối với vấn đề PTTMBV thì chưa được nghiên cứu sâu sắc và toàn diện. Với tư cách là thước đo hay tiêu chuẩn hay cách tiếp cận, PTTMBV được đem ra soi rọi các chiến lược thương mại đã có, đánh giá thực trạng đã diễn ra và xem xét các quan điểm, hành động dưới góc nhìn rộng hơn, với những yêu cầu đòi hỏi toàn diện hơn mà có thể trước đây nhiều khía cạnh chưa được tính đến. PTTMBV giống như sự bổ sung các điều kiện của bài toán phát triển, đặt ra các tiêu chí nhằm sàng lọc và kiểm chứng các quan điểm và hành động giúp tìm kiếm các lựa chọn tốt hơn, cân bằng được nhiều mục tiêu hơn không chỉ là những lợi ích kinh tế duy nhất mà còn góp phần tạo ra nhiều hơn các đảm bảo cho phát triển lâu dài. Một chiến lược phát triển thương mại được xét qua lăng kính hay sàng lọc bởi tiêu chí của PTBV có thể phải thay đổi, làm mới, bổ sung và điều chỉnh phù hợp với thời đại [2].

Nói chung, PTTMBV được giải thích như là một cách tiếp cận hay mô hình đối với quá trình phát triển thương mại. PTTMBV phải đảm bảo không chỉ là quy mô thương mại mà còn đảm bảo cả chất lượng trong quá trình phát triển. Rõ ràng có thể thấy, trước đây nguồn lực tự nhiên và xã hội chỉ được xem xét thuần túy như một hình thức đầu vào của quá trình phát triển hàng hóa, được đánh giá là đủ hay thiếu như một nhu cầu đối với phát triển thương mại, hàng hóa được sản xuất càng nhiều thể hiện sự tăng trưởng của thương mại càng lớn. Tuy nhiên, môi trường ngày càng ô nhiễm, tài nguyên dần cạn kiệt, gian lận thương mại gia tăng... Vì vậy, trong cách tiếp cận mới PTTMBV cần chú trọng cả quy mô số lượng và chất lượng

trong quá trình phát triển. Con người bắt đầu chú trọng nhiều hơn đến cách thức khai thác và sử dụng sao cho ít “ảnh hưởng nhất”, tiết kiệm nhất và lâu dài hơn đem lại hiệu quả tổng thể cao nhất. Cũng như vậy, sản xuất hàng hóa trước đây mới chỉ tập trung mục tiêu sản phẩm và lợi nhuận thì nay đã cân nhắc nhiều hơn đến ảnh hưởng phế thải và ô nhiễm môi trường. Kinh doanh hàng hóa trước đây chỉ tập trung vào doanh thu và lợi nhuận thì nay đã quan tâm hơn đến vấn đề chất lượng hàng hóa, an toàn thực phẩm, cung cấp sản phẩm thân thiện môi trường, bảo vệ quyền lợi của người lao động, thu nhập được nâng cao, môi trường làm việc được cải thiện. Những vấn đề quy hoạch phát triển thương mại phải được xem xét toàn diện hơn. Cũng từ trong cách nhìn nhận mới, trong quá trình phát triển biết kết hợp hài hòa nhiều yếu tố kinh tế, xã hội và môi trường sẽ đảm bảo tăng trưởng lớn hơn, phát thải ô nhiễm ít hơn, góp phần lớn hơn trong giải quyết những vấn đề kinh tế xã hội. Do đó, phát triển thương mại cần nghiêng về những cách thức mới bền vững.

Tác giả Khalid Saeed với tác phẩm “*Sustainable trade Relation in Global economy*” (Mối quan hệ thương mại bền vững trong nền kinh tế toàn cầu) trong năm 1996 đã minh họa, xây dựng, thử nghiệm mô hình để xác định các vấn đề bền vững thương mại nhằm mục đích duy trì mối quan hệ kinh tế toàn cầu và bảo vệ môi trường bằng cách mô tả bản chất, thực trạng của thương mại trong thập kỷ qua và khẳng định ý nghĩa quan trọng của mô hình thương mại bền vững. Vấn đề đặt ra là cần quan tâm đến sản xuất và trao đổi thương mại nhất là thương mại quốc tế. Mô hình được thử nghiệm trước khi xây dựng các điều khoản của một thỏa thuận cấp quốc gia. Các quốc gia sẽ hưởng lợi ích khi có sự liên kết cao về quan hệ kinh tế và chia sẻ về môi trường [101].

Bản báo cáo “*The reality of Sustainable trade*” (Các vấn đề thực tiễn của thương mại bền vững) năm 2000 của Nick Robins và Sarah Roberts đã đề cập đến những quan điểm về thương mại bền vững, đó là sự liên hệ mật thiết giữa thương mại môi trường và sự phát triển, nêu bật những vấn đề thực tiễn, những thử thách để PTTMBV, tạo ra giá trị kinh tế lớn, giảm đói nghèo và bất bình đẳng, tái tạo môi trường... Trong tác phẩm có nêu lên một số trường hợp nghiên cứu kinh nghiệm kinh doanh thương mại ở Bangladesh (hàng may mặc, da, tôm), Ghana (cacao, dứa),

Ấn độ (dệt may) và Nam phi (du lịch) và đánh giá được những thành công, hạn chế của các nhà sản xuất. Cuối tác phẩm này đã nhấn mạnh nhu cầu cấp thiết cho hành động kết nối lại các khung chính sách và xác định các vấn đề để nâng cao tính bền vững của thương mại của 4 nước như sau: Hiểu các vấn đề phát triển bền vững trong chuỗi, xác định các áp lực và điểm đòn bẩy cho mọi thay đổi của thị trường, tham gia vào các cuộc đối thoại với các nhà sản xuất, người mua để xác định những cách tốt nhất để cải thiện khả năng bảo tồn của các chuỗi, xác định cải cách cần thiết của cung và cầu, xác định các nguyên tắc cơ bản của PTTMBV, xác định phương án hành động cho công việc tiếp theo [104].

Năm 2000, khi đề cập đến các tiêu chuẩn của thương mại bền vững, Bill Vorley, Dilys Roe và Stevebass đã phân tích trong bản báo cáo “*Standards and Sustainable trade*” (Tiêu chuẩn và thương mại bền vững) . Bản báo cáo này đã nêu lên các cơ hội phát triển thương mại gắn kết với giảm nghèo nhằm PTBV và giải quyết các vấn đề xung quanh các tiêu chuẩn của thương mại bền vững. Thương mại bền vững xảy ra khi trao đổi hàng hóa và dịch vụ tạo ra lợi ích tích cực về xã hội, kinh tế, môi trường, phản ánh 4 chỉ tiêu cốt lõi của PTTMBV [88]:

- (1) Tạo ra giá trị kinh tế
- (2) Giảm nghèo và bất bình đẳng
- (3) Tái tạo cơ sở tài nguyên môi trường
- (4) Được thực hiện trong một hệ thống quản trị mở và có trách nhiệm quản lý của nhà nước.

Để đo lường được 4 chỉ tiêu trên đòi hỏi phải có những tiêu chuẩn nhất định. Tiêu chuẩn bao gồm các thông số kỹ thuật, thuật ngữ, định nghĩa và những nguyên tắc mà các tác giả đã đưa ra, bao gồm:

- (1) Chất lượng: đảm bảo hương vị, sạch sẽ...
- (2) An toàn: đảm bảo sức khỏe, an toàn cho người lao động
- (3) Thực: đảm bảo giá trị sử dụng của hàng hóa
- (4) Thiện: đảm bảo sự thân thiện của sản xuất hàng hóa với môi trường

Bản báo cáo này đóng vai trò quan trọng trong việc tư vấn phát triển, xây dựng tiêu chuẩn phù hợp với từng địa phương làm cơ sở cho việc đánh giá về thực trạng thương mại bền vững, khắc phục hạn chế trong nền kinh tế thị trường.

Tổ chức Phát triển Thương mại của Liên hợp quốc (UNCTAD- United Nation Conference on trade and Development) trong nhiều năm đã cố gắng đưa ra các giải thích PTTMBV nhằm giúp định hướng cho các hành động. Những vấn đề cốt lõi nhất của phát triển thương mại đã được đề cập đến là: *Tăng trưởng kinh tế, đáp ứng nhu cầu con người và BVMT* [115]. Song chính nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao của dân cư buộc sản xuất phải tạo ra nhiều sản phẩm hơn và hệ quả là làm gia tăng quá trình khai thác tài nguyên và tác động xấu tới môi trường là không thể tránh khỏi. Làm thế nào để hài hoà giữa các vấn đề hết sức mâu thuẫn nhưng thống nhất và đâu là giới hạn của sự bền vững cần phải tìm kiếm, đó là mấu chốt của tiếp cận PTBV. Quan niệm PTBV trong thương mại được UNCTAD tiếp tục phát triển như là: *“Những mô hình (pattern) thương mại hoá hướng vào các lợi ích về kinh tế và xã hội của thế hệ hiện tại và các thế hệ sau mà không làm tổn hại tới quá trình sinh thái nền”* [116]. Tại hội nghị này, những tiêu chí cụ thể cũng đã được đề cập đến, trong đó có 3 tiêu chí quan trọng của quá trình PTTMBV:

- Tăng trưởng quy mô thương mại
- Sử dụng có hiệu quả nguồn lực con người
- Chia sẻ gánh nặng về môi trường

Để hiểu rõ hơn bản chất, nội dung của PTTMBV, cần có những tiếp cận gần gũi hơn, mang tính đặc trưng. Từ những phân tích trên đây, tác giả đưa ra khái niệm về phát triển thương mại bền vững như sau: *“Phát triển thương mại bền vững là sự phát triển ổn định, hợp lý, lâu dài về quy mô, chất lượng, cơ cấu và mức độ thân thiện với môi trường của thương mại”*.

1.1.3. Vai trò của phát triển thương mại bền vững

Thứ nhất, PTTMBV có vai trò quan trọng đối với quá trình tăng trưởng và phát triển kinh tế bền vững nói chung. Thương mại bền vững là yếu tố kích thích tăng trưởng kinh tế, nó mở rộng các khả năng tiêu dùng của người dân, tăng sản

lượng và là con đường tiếp cận nguồn lực khan hiếm và thị trường rộng khắp trên quốc gia, thế giới cho các sản phẩm sản xuất ra.

- Phát triển thị trường trong nước: Hoạt động thương mại được phát triển một cách bền vững tạo điều kiện cho các chủ thể kinh doanh mua bán hàng hóa trên thị trường, tạo điều kiện cho quá trình tái sản xuất được diễn ra một cách bình thường, lưu thông thông suốt, thúc đẩy hàng hóa phát triển, mở rộng khả năng tiêu dùng, nâng cao mức hưởng thụ của các cá nhân, doanh nghiệp, thực hiện cuộc cách mạng khoa học công nghệ trong nền KTQD.

- Tăng trưởng xuất nhập khẩu: Thông qua thương mại quốc tế, cơ cấu hàng hóa xuất nhập khẩu và thị trường luôn có sự chuyển dịch tích cực, đóng góp đáng kể về ngân sách nhà nước thông qua những nguồn thu thuế nhập khẩu, mở rộng thị trường hàng hóa sản xuất trong nước và bổ sung những mặt hàng hóa phục vụ sản xuất và tiêu dùng, kích thích tăng trưởng kinh tế.

Thứ hai, PTTMBV là tác nhân quan trọng gắn kết nền kinh tế của tỉnh, quốc gia nước ta với nền kinh tế thế giới. Trong xu thế quốc tế hóa đời sống kinh tế diễn ra mạnh mẽ, thị trường trong nước có mối liên hệ chặt chẽ với thị trường nước ngoài thông qua hoạt động ngoại thương [59]. PTTMBV là cơ sở, cơ hội rất lớn để có thể mở rộng thị trường xuất khẩu vững chắc, ổn định. Việc thiết lập và tăng cường liên kết trong khu vực và thế giới đòi hỏi các tỉnh, quốc gia có chính sách hợp lý, mở cửa tạo điều kiện cho thương mại phát triển trong môi trường cạnh tranh, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế.

Thứ ba, PTTMBV bảo đảm ổn định kinh tế vĩ mô của địa phương nói riêng, quốc gia nói chung. Thương mại phát triển theo quy luật vốn có của nó, quy luật lưu thông hàng hóa, quy luật sản xuất hàng hóa, quy luật của kinh tế thị trường... Nhà nước ta quản lý nền kinh tế thị trường không phải bằng sự duy ý chí của mình mà phải tuân theo quy luật kinh tế thị trường. Ngược lại trong cơ chế kinh tế hỗn hợp, cơ chế thị trường chịu sự điều tiết vĩ mô của nhà nước. Trong lĩnh vực thương mại nhà nước thực hiện vai trò điều tiết của mình thông qua chính sách và các công cụ điều tiết thương mại. Với sự phát triển nhanh chóng của thương mại trong thời kỳ

hội nhập, để đảm bảo cho PTTMBV nhà nước càng khẳng định và nâng cao vai trò quản lý của mình.

Thứ tư, PTTMBV tác động mạnh mẽ đến sử dụng có hiệu quả các nguồn lực. Phát triển thị trường theo định hướng XHCN chuyển dịch cơ cấu thương mại hướng mạnh về xuất khẩu, điều đó đã tạo điều kiện cho việc nhập khẩu những máy móc, thiết bị, khoa học công nghệ hiện đại vào trong nước thúc đẩy quá trình CNH-HĐH tác động đến nền kinh tế của tỉnh, quốc gia thoát khỏi tình trạng kém phát triển.

1.2. Nội dung và tiêu chí đánh giá phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh

1.2.1. Nội dung phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh

1.2.1.1. Quy mô tăng trưởng thương mại

Trong phát triển thương mại bền vững, quy mô tăng trưởng thương mại phải bảo đảm hợp lý cả với thương mại trong nước và thương mại quốc tế. Phản ánh thông qua tăng trưởng Tổng mức hàng hóa bán lẻ; Kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa; Số lượng tăng các doanh nghiệp thương mại hàng năm; Mức độ đa dạng thị trường xuất nhập khẩu hàng hóa.

Thứ nhất, Phải duy trì tốc độ tăng trưởng thương mại đều đặn, ổn định trong một thời gian dài bao gồm cả thương mại trong nước và thương mại quốc tế thông qua tốc độ tăng trưởng của tổng mức bán lẻ hàng hóa và xuất nhập khẩu hàng hóa, nhịp độ tăng trưởng không hợp lý đó là dấu hiệu của việc phát triển thiếu bền vững, không khuyến khích phát triển thương mại như các định hướng chiến lược được ưu tiên. Tốc độ tăng trưởng thương mại là chỉ tiêu quan trọng hàng đầu đánh giá mặt lượng của sự phát triển.

Thứ hai, Đảm bảo số lượng và cơ cấu hàng hóa lưu thông trên thị trường trong nước, hàng hóa xuất nhập khẩu sang thị trường các nước hợp lý, xuất siêu các hàng hóa có lợi thế, nhập siêu từ các nước tiên tiến. Tổ chức lưu thông hàng hóa thông suốt phục vụ nhu cầu người tiêu dùng trong nước, đáp ứng nhu cầu sản xuất kinh doanh.

Thứ ba, Thương mại quốc tế không phụ thuộc vào một vài thị trường mà luôn phát triển đa phương hóa quan hệ đối ngoại, đa dạng hóa thị trường và hàng hóa xuất nhập khẩu, mở rộng mối quan hệ giao thương sang nhiều nước trên thế giới, được thể hiện thông qua độ mở của nền kinh tế.

Thứ tư, Tăng giảm số lượng và thời gian tồn tại của các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn, điều này cũng phản ánh rõ ràng quy mô thương mại trong nước tăng trưởng bền vững hay không?

1.2.1.2. Chất lượng tăng trưởng của thương mại

Chất lượng tăng trưởng của thương mại là sự đóng góp của thương mại trong GDP không ngừng được nâng cao, cơ cấu chất lượng hàng hóa chuyển dịch theo hướng tích cực, tạo ra giá trị gia tăng cao trong quá trình phát triển, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế bền vững và ổn định kinh tế vĩ mô.

Thứ nhất, Chất lượng tăng trưởng thương mại trước tiên thể hiện ở tỷ lệ đóng góp của thương mại vào GDP, thể hiện sự phát triển hiệu quả của thương mại, thể hiện sự thặng dư thương mại hay vai trò quan trọng của nó trong việc góp phần tăng trưởng kinh tế và ổn định kinh tế vĩ mô, chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng CNH-HĐH, giải quyết sự thiếu hụt của nền kinh tế, góp phần ổn định thị trường, tạo tiền đề vững chắc để cải thiện trình độ công nghệ của nền kinh tế.

Thứ hai, Chuyển thương mại tăng trưởng chủ yếu theo chiều rộng sang phát triển chủ yếu theo chiều sâu trên cơ sở sử dụng có hiệu quả các thành tựu khoa học và công nghệ tiên tiến để tăng năng suất lao động và nâng cao sức cạnh tranh của các sản phẩm hàng hoá và dịch vụ, chú trọng nâng cao hàm lượng khoa học, công nghệ của sản phẩm hàng hoá và dịch vụ, nâng cao hiệu quả nguồn lực nói chung và hiệu quả vốn đầu tư nói riêng.

Thứ ba, Nâng cao giá trị gia tăng từ hoạt động kinh doanh thương mại, đồng thời bảo đảm cơ cấu chất lượng hàng hóa lưu thông và hàng hóa xuất nhập khẩu cân đối và hợp lý, gia tăng tỷ trọng mặt hàng chế biến cao, giảm dần tỷ trọng sản phẩm thô. Chuyển dần sự tham gia thị trường bên ngoài, thị trường quốc tế bằng cách tăng số lượng thị trường xuất khẩu, chuyển dịch từ các ngành sử dụng nhiều tài nguyên, lao động giá rẻ, giá trị gia tăng thấp sang các ngành sử dụng các nhân

tổ tăng năng suất, chất lượng, tiết kiệm các yếu tố đầu vào, hạn chế khai thác tài nguyên thiên nhiên không tái tạo, và hạn chế tiêu dùng lấn vào phần của các thế hệ mai sau. Nâng cao năng lực tham gia hàng hóa xuất khẩu vào chuỗi giá trị toàn cầu, thể hiện sự lành mạnh của hoạt động ngoại thương của một tỉnh, thể hiện sự thặng dư thương mại, hay khả năng cạnh tranh cao của một địa phương.

Thứ tư, Chất lượng tăng trưởng thương mại đảm bảo ngày càng cao thì trong nội hàm phát triển của thương mại phải tạo ra được sự tác động theo hướng tích cực đối với kinh tế xã hội nói chung, phát triển bền vững phải được đặt trong bối cảnh chung của nền kinh tế ngay cả hiện tại và tương lai.

1.2.1.3. Lao động và thu nhập trong lĩnh vực thương mại

Phát triển thương mại bền vững ở nội dung này là thương mại góp phần vào việc giải quyết các vấn đề xã hội như nâng cao thu nhập, tạo việc làm, nâng cao trình độ lao động, cải thiện điều kiện lao động, hạn chế bất bình đẳng và xung đột xã hội và bảo đảm các quyền lợi khác về kinh tế, chính trị, xã hội của các thành phần tham gia hoạt động thương mại.

Thứ nhất, Phát triển thương mại gắn với mục tiêu thực hiện mục tiêu xóa đói giảm nghèo, giải quyết việc làm cho người lao động. Thương mại phát triển trên cơ sở thực hiện trách nhiệm xã hội, thu hút số lượng lao động vào ngành thương mại ngày càng nhiều so với lao động các ngành khác của đại phương. Phát triển thương mại phải đảm bảo nâng cao chất lượng lao động và trình độ quản lý, tạo điều kiện nâng cao dân trí.

Thứ hai, Nâng cao thu nhập và cải thiện cuộc sống cho người lao động, thu nhập tăng cao vừa đảm bảo nhu cầu cuộc sống cho người lao động vừa tạo ra động lực làm việc, nâng cao hiệu quả kinh doanh. Phát triển thương mại phải giải quyết sự phát triển chênh lệch giữa các vùng miền, hạn chế bất bình đẳng và xung đột xã hội. vấn đề chia sẻ lợi ích thu được từ hoạt động thương mại là một trong những nội dung của PTTMBV, nếu lợi ích này chỉ riêng một nhóm nhỏ được hưởng lợi thì không thể nói là thương mại bền vững, gây ra bất bình đẳng về thu nhập, giá hàng hóa đẩy lên quá cao mang lại lợi ích cho thương nhân nhưng bất lợi cho người tiêu dùng hoặc cung cấp những sản phẩm không tốt để kiếm lời lại gây tổn hại cho người tiêu dùng.

Thứ ba, Phải tôn trọng quyền bình đẳng nam nữ, không phân biệt đối xử về mặt giới tính trong tuyển dụng lao động và trả lương mà phải dựa vào sự công bằng về năng lực của mỗi người, đảm bảo không xảy ra các xung đột xã hội như biểu tình, đình công.

PTTMBV còn liên quan đến các yếu tố khác như văn hóa, xã hội, góp phần giữ gìn và phát triển các giá trị văn hóa hoặc làm giảm giá trị đó. PTTMBV cũng phải gắn với bảo đảm ổn định chính trị.

1.2.1.4. Mức độ thân thiện của thương mại với môi trường

Mức độ thân thiện của thương mại với môi trường thể hiện ở tính chất các hàng hóa lưu thông không gây ô nhiễm môi trường, không làm cạn kiệt nguồn tài nguyên thiên nhiên, không ảnh hưởng đến đa dạng sinh học, góp phần tích cực vào việc xử lý rác thải tức là hoạt động thương mại xanh.

Thương mại và môi trường là một trong những mối quan hệ phức tạp của quan hệ kinh tế - môi trường và PTBV. Sự phát triển của hoạt động thương mại, một mặt đã góp phần tích cực trong quá trình tăng trưởng kinh tế, nâng cao mức sống và thỏa mãn nhu cầu ngày càng cao của nhân loại. Một mặt, hoạt động thương mại dẫn đến phổ biến các loại hàng hóa mới, trong đó có các loại trang thiết bị, công nghệ tiên tiến bảo vệ môi trường, giúp đẩy nhanh quá trình phổ biến các loại hàng hóa, công nghệ “thân thiện” hơn với môi trường. Mặt khác, nguy cơ với môi trường sẽ gia tăng cùng với vận chuyển, buôn bán các loại hàng hóa có khả năng tác động, ảnh hưởng tới không khí và bầu khí quyển, gây ra sự cố môi trường, các hoạt động thương mại trong một chừng mực nào đó đã ảnh hưởng đến môi trường sống con người ở mỗi quốc gia cũng như tại mỗi địa phương [23]. Do vậy, để đảm bảo PTTMBV đòi hỏi mỗi quốc gia, mỗi địa phương luôn hạn chế những tác động tiêu cực của thương mại và gia tăng mức độ thân thiện của thương mại với môi trường.

Thứ nhất, Phát triển thương mại trên cơ sở khuyến khích áp dụng các quy trình khai thác tài nguyên, phương pháp sản xuất hàng hóa thân thiện môi trường để vừa nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa vừa hạn chế ô nhiễm và cải thiện môi trường trong nước. Đồng thời, cung ứng ra ngoài thị trường hàng hóa có hàm lượng khoa học cao, phù hợp với các tiêu chuẩn môi trường quốc tế.

Thứ hai, Nhập khẩu những sản phẩm hàng hóa thân thiện môi trường, tăng cường quản lý để loại trừ nhập khẩu hàng hóa gây nguy hại đối với môi trường như công nghệ lạc hậu, tiêu tốn năng lượng, ô nhiễm môi trường ...

Thứ ba, Mức độ xử lý chất thải trong hoạt động thương mại, chủ yếu là chất thải rắn, tạo môi trường xanh thân thiện. Bảo đảm công nghệ, thiết bị máy móc hiện đại trong quá trình xử lý và áp dụng các biện pháp xử phạt nghiêm trong quá trình sai phạm làm ô nhiễm môi trường, tuyên truyền vận động nâng cao ý thức giữ gìn môi trường nhất là trong hoạt động thương mại.

1.2.2. Tiêu chí đánh giá phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh

1.2.2.1. Chỉ tiêu đánh giá quy mô tăng trưởng thương mại

(i) Tăng trưởng Tổng mức bán lẻ hàng hóa

- *Nội dung*: Theo thuật ngữ Thống kê Việt Nam, tổng mức bán lẻ hàng hóa (BLHH) là toàn bộ doanh thu hàng hóa bán lẻ đã bán ra ngoài thị trường của các cơ sở kinh doanh bao gồm: doanh thu BLHH của các cơ sở kinh doanh thương mại, các cơ sở sản xuất và nông dân trực tiếp bán ra thị trường tại các cửa hàng, siêu thị, TTTM, hợp tác xã mua bán, quầy hàng, bán tại chợ hoặc bán lưu động...trên địa bàn tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương [20].

Chỉ tiêu này thể hiện mức độ vận động luồng hàng hóa được lưu thông trên thị trường, mức BLHH càng cao thể hiện mức độ tăng trưởng quy mô thương mại càng lớn, tạo nên điều kiện quan trọng cho PTTMBV.

- *Phương pháp tính*: Chỉ tiêu này tăng trưởng đều đặn, duy trì liên tục và ổn định trong giai đoạn 5 - 10 năm đó là phát triển bền vững. Nếu tốc độ tăng trưởng trong giai đoạn, mặc dù có những năm đạt tốc độ rất cao, nhưng có những năm chỉ đạt tốc độ tăng trưởng rất thấp, sẽ tạo ra sự không ổn định trong quá trình phát triển bền vững. Tốc độ tăng trưởng tổng mức BLHH hàng năm được tính như sau:

$$K = \frac{TD_1 - TD_0}{TD_0} \times 100 \quad (1.1)$$

Trong đó: K : Tốc độ tăng trưởng tổng mức BLHH hàng năm (%)

TD₁: Tổng mức BLHH năm báo cáo

TD₀: Tổng mức BLHH năm trước

(ii) Số lượng và quy mô doanh nghiệp thương mại trên địa bàn

- *Nội dung*: Doanh nghiệp thương mại là đơn vị kinh tế hạch toán độc lập, có đầy đủ tư cách pháp nhân, được thành lập theo quy định của pháp luật (Luật doanh nghiệp, Luật Hợp tác xã) hoạt động trong ngành thương mại (bán buôn và bán lẻ; sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác) đang còn tồn tại về mặt pháp lý tại một thời điểm nhất định [20].

Chỉ tiêu này phản ánh quy mô hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn tỉnh, đồng thời là chỉ tiêu phản ánh quy mô tăng trưởng kinh tế, chỉ tiêu này đáp ứng được nguyên tắc và căn cứ lựa chọn “duy trì tăng trưởng kinh tế bền vững” của địa phương.

- *Phương pháp tính*: So sánh số DN thương mại đang hoạt động trên địa bàn năm sau so với năm trước sẽ được số doanh nghiệp tăng giảm. Để đảm bảo PTBV thì số lượng của doanh nghiệp thương mại phải phát triển, ổn định trong thời gian dài 5 - 10 năm. Quy mô vốn bình quân và doanh thu bình quân của doanh nghiệp thương mại cũng phản ánh sự PTBV của thương mại, được coi là PTBV khi quy mô vốn bình quân và doanh thu bình quân trên một doanh nghiệp thương mại tăng liên tục trong dài hạn. Ngoài ra, cùng với số lượng và quy mô doanh nghiệp thương mại thì thời gian hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp cũng phản ánh sự bền vững.

$$Q_{DN} = DN_1 - DN_0 \quad (1.2)$$

Trong đó:

Q_{DN} : Số lượng doanh nghiệp thương mại tăng giảm (DN)

DN_1 : Số lượng doanh nghiệp thương mại năm báo cáo

DN_0 : Số lượng doanh nghiệp thương mại năm trước

(iii) Tăng trưởng kim ngạch XNK và cán cân thương mại của địa phương

- *Nội dung*: Kim ngạch XNK hàng hóa là toàn bộ giá trị hàng hóa của các doanh nghiệp đóng trên địa bàn tỉnh đưa ra hoặc đưa vào lãnh thổ quốc gia làm giảm (xuất khẩu), làm tăng (nhập khẩu) nguồn của cải vật chất của đất nước trong một thời kỳ nhất định [20].

Chỉ tiêu này phù hợp với định hướng phát triển thương mại quốc tế của địa phương và là chỉ tiêu thống kê quan trọng phản ánh kết quả hoạt động buôn bán, trao đổi hàng hóa, khả năng hội nhập quốc tế, tiếp cận thị trường của địa phương với nước ngoài hay mở cửa thị trường trong nước, thể hiện rõ nội hàm khái niệm, nội dung về PTTMBV được đưa ra.

- *Phương pháp tính*: Tăng trưởng kim ngạch XNK hợp lý, duy trì liên tục, ổn định trong một thời gian dài 5-10 năm sẽ phản ánh mức độ bền vững cao của thương mại quốc tế tại địa phương.

+ Tốc độ tăng trưởng kim ngạch XK hàng hóa trong kỳ:

$$T_{XK} = \frac{XK_1 - XK_0}{XK_0} \times 100 \quad (1.3)$$

Trong đó: T_{XK} : Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu (%)

XK_1 : Kim ngạch xuất khẩu năm báo cáo

XK_0 : Kim ngạch xuất khẩu năm trước

+ Tốc độ tăng trưởng kim ngạch NK hàng hóa trong kỳ

$$T_{NK} = \frac{NK_1 - NK_0}{NK_0} \times 100 \quad (1.4)$$

Trong đó: T_{NK} : Tốc độ tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu (%)

NK_1 : Kim ngạch nhập khẩu năm báo cáo

NK_0 : Kim ngạch nhập khẩu năm trước

+ Mức độ đa dạng của thị trường xuất nhập khẩu: đa phương hóa trong quan hệ đối ngoại, đa dạng thị trường XNK là vấn đề quan trọng của chiến lược PTBV. Tuy nhiên, trong điều kiện tự do hóa thương mại và hội nhập quốc tế hiện nay thì thị trường XNK có ảnh hưởng rất lớn đến sự ổn định, tính bền vững của thương mại địa phương, sự phụ thuộc quá lớn vào một số thị trường sẽ gặp rủi ro rất cao nhưng nếu mở rộng ngoại thương với quá nhiều thị trường sẽ tạo ra những bất ổn cho các doanh nghiệp địa phương và thị trường nội địa.

+ Cán cân thương mại của địa phương phải luôn ở trạng thái xuất siêu. Xuất siêu sang các nước có trình độ phát triển thấp, nhập siêu từ các nước có trình độ phát triển cao. Tình trạng cán cân thương mại xuất siêu sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho ổn định kinh tế vĩ mô và tăng trưởng kinh tế bền vững. Tỷ lệ giữa tốc độ tăng xuất khẩu và tốc độ tăng nhập khẩu cũng thể hiện mức độ ổn định vĩ mô của nền kinh tế. Nếu chỉ số tăng xuất khẩu/chỉ số tăng nhập khẩu lớn hơn 1, cho thấy sự lành mạnh của cán cân thương mại nhờ xuất siêu. Ngược lại, cán cân thương mại nhập siêu sẽ thể hiện sự phụ thuộc của nền kinh tế đối với thị trường bên ngoài.

+ Tỷ lệ nhập siêu:

$$N_s = \frac{XK_1 - NK_1}{XK_1} \times 100 \quad (1.5)$$

Trong đó: N_s : Tỷ lệ nhập siêu (%)

XK_1 : Kim ngạch xuất khẩu năm báo cáo

NK_1 : Kim ngạch nhập khẩu năm báo cáo

(iv) Độ mở của nền kinh tế

- *Nội dung:* Chỉ tiêu này thể hiện định hướng ưu tiên “...*chủ động và tích cực hội nhập quốc tế*”. Chỉ tiêu này cũng đánh giá được mức độ mở cửa, hội nhập vào hệ thống thương mại thế giới, khai thác được thế mạnh của địa phương và tranh thủ được thị trường thế giới. Tỷ lệ này càng cao thể hiện mức độ hội nhập cao của nền kinh tế.

- *Phương pháp tính:* Độ mở của nền kinh tế được đo bằng cách so sánh tổng kim ngạch xuất nhập khẩu với GDP thông qua công thức H. Về phương diện lý luận khi $H < 1$ chứng tỏ độ mở ở mức độ thấp và $H > 1$ đạt độ mở ở mức độ cao của nền kinh tế.

$$H (\text{usd}) = \frac{\text{Kim ngạch NK} + \text{Kim ngạch XK}}{\text{GDP}} > 1 \quad (1.6)$$

1.2.2.2. Tiêu chí đánh giá chất lượng tăng trưởng thương mại

(i) Đóng góp của thương mại trong GDP

- *Nội dung*: GDP là Tổng sản phẩm trong nước (tính) là giá trị mới của hàng hóa được tạo ra của toàn bộ nền kinh tế trong một khoảng thời gian nhất định [20].

Chỉ tiêu này thể hiện ở tỷ lệ phần trăm của thương mại trong tổng GDP hoặc điểm phần trăm của thương mại trong mức tăng GDP. Tỷ lệ đóng góp này thể hiện qua cơ cấu thương mại trong GDP và giá trị thương mại trong GDP. Tỷ lệ này càng lớn càng khẳng định vai trò quan trọng của thương mại trong quá trình tăng trưởng bền vững.

- *Phương pháp tính*: Tốc độ tăng của giá trị thương mại trong GDP và tỷ trọng của thương mại trong GDP ổn định, liên tục trong thời gian dài phản ánh sự phát triển thương mại bền vững. Khi tỷ trọng của thương mại trong GDP từ 50% trở lên phản ánh nền kinh tế phát triển tốt và trình độ CNH ở mức khá.

$$\text{Tỷ trọng TM/GDP (\%)} = \frac{\text{Giá trị TM}}{\text{Giá trị GDP}} \times 100 \quad (1.7)$$

(ii) Cơ cấu theo nhóm hàng hóa lưu thông và xuất nhập khẩu

- *Nội dung*: Chỉ tiêu này được xác định qua cơ cấu hàng hóa theo hiện vật hoặc giá trị. Xác định cơ cấu nhóm hàng theo nhiều tiêu thức khác nhau: theo loại hàng hóa, theo chất lượng hàng hóa, theo mức độ chế biến...

Thay đổi trong cơ cấu hàng hóa lưu thông trên địa bàn và hàng hóa XNK là chỉ tiêu đánh giá chất lượng tăng trưởng của thương mại, được thể hiện qua tỷ trọng nhóm hàng chế biến, công nghệ cao trong tổng hàng hóa lưu thông trên địa bàn và tổng kim ngạch XNK của địa phương.

- *Phương pháp tính*: Theo nghiên cứu ở một số nước phát triển tỷ lệ nhóm hàng chế biến, công nghệ cao thường chiếm trên 90%, ở các nước đang phát triển chiếm trên 50% trong tổng giá trị nhóm hàng. Đối với một địa phương cần đảm bảo mục tiêu PTTMBV thì chỉ tiêu này cũng phải đạt mức từ 50% trở lên. Riêng với nhập khẩu, nhằm phục vụ mục tiêu CNH-HĐH đất nước, Việt Nam phải tăng cường nhập khẩu

máy móc, thiết bị và công nghệ. Trong các quy định hiện hành của Chính Phủ, Bộ Công thương, Bộ Khoa học và Công nghệ đều khuyến khích doanh nghiệp nhập khẩu máy móc, thiết bị, dây chuyền công nghệ mới, công nghệ cao, trình độ công nghệ tiên tiến. Nhập khẩu nguyên liệu trong nước chưa sản xuất được hoặc chưa đáp ứng được nhu cầu. Vấn đề nhập khẩu góp phần làm cho thương mại nói riêng và nền kinh tế nói chung phát triển bền vững khi tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng chế biến, công nghệ cao trong tổng kim ngạch nhập khẩu từ 70% trở lên (nếu nhập khẩu máy móc, thiết bị, dây chuyền công nghệ đã qua sử dụng thì chất lượng còn lại so với chất lượng ban đầu từ 80% trở lên, thời gian sử dụng không quá 3-10 năm) [13].

$$\begin{array}{l} \text{Tỷ trọng} \\ \text{nhóm hàng} \\ \text{lưu thông} \end{array} = \frac{\text{Giá trị nhóm hàng CB, công nghệ cao}}{\text{Tổng giá trị nhóm hàng lưu thông}} \times 100 \quad (1.8)$$

$$\begin{array}{l} \text{Tỷ trọng} \\ \text{nhóm hàng} \\ \text{NK} \end{array} = \frac{\text{Kim ngạch NK nhóm hàng CB, công nghệ cao}}{\text{Tổng kim ngạch NK}} \times 100 \quad (1.9)$$

$$\begin{array}{l} \text{Tỷ trọng} \\ \text{nhóm hàng} \\ \text{XK} \end{array} = \frac{\text{Kim ngạch XK nhóm hàng CB, công nghệ cao}}{\text{Tổng kim ngạch XK}} \times 100 \quad (1.10)$$

(iii) Giá trị gia tăng của thương mại

- *Nội dung*: Giá trị gia tăng (còn được gọi là giá trị tăng thêm) là giá trị hàng hoá mới sáng tạo ra của các ngành kinh tế trong một thời kỳ nhất định. Giá trị gia tăng là một bộ phận của giá trị sản xuất, bằng chênh lệch giữa giá trị sản xuất (GO) và chi phí trung gian (IC), bao gồm: thu nhập của người lao động từ sản xuất, thuế sản xuất, khấu hao tài sản cố định trong sản xuất và thặng dư sản xuất.

Giá trị gia tăng là chỉ tiêu lõi phản ánh tăng trưởng kinh tế, đồng thời là chỉ tiêu định lượng phản ánh chất lượng tăng trưởng kinh tế, chỉ tiêu này đáp ứng được nguyên tắc và căn cứ lựa chọn PTBV địa phương, thể hiện định hướng ưu tiên “*Duy*

trì tăng trưởng kinh tế bền vững”. Thông qua chỉ tiêu này đánh giá được sự PTBV thông qua hiệu quả mà nó tạo ra cho nền kinh tế. Thương mại tăng trưởng cao, ổn định nhưng giá trị gia tăng thấp không thể coi là PTBV bởi vì việc sử dụng các nguồn lực và các yếu tố đầu vào không có hiệu quả, gây lãng phí tài nguyên thiên nhiên, cạn kiệt các nguồn lực khác của xã hội. Tỷ lệ VA/GO càng cao thì chất lượng tăng trưởng thương mại càng cao và ngược lại, nếu không nhận diện và điều chỉnh kịp thời sẽ tạo ra các mầm mống thiếu bền vững trong tương lai [2].

- *Phương pháp tính*: Chỉ số VA thường xét cho đơn vị sản xuất kinh doanh hoặc trên giác độ ngành hoặc nhóm ngành kinh tế, còn chỉ tiêu GDP được xác định trên giác độ toàn bộ nền kinh tế quốc dân. Theo cách tính trên, VA tỷ lệ thuận với GO và tỷ lệ nghịch với IC, do đó người ta thường sử dụng chỉ tiêu tỷ lệ VA/GO để phản ánh xu thế tăng trưởng có chất lượng của một ngành. Để phù hợp với mục tiêu, định hướng PTBV ngành thương mại của địa phương thì chỉ tiêu VA/GO thương mại > VA/GO các ngành kinh tế khác, đồng thời tốc độ tăng VA phải ổn định, liên tục trong thời gian 5 - 10 năm.

1.2.2.3. Tiêu chí đánh giá tỷ trọng lao động và thu nhập trong lĩnh vực thương mại

(i) Lao động trong ngành thương mại so với số lao động của địa phương

- *Nội dung*: Lao động trong ngành thương mại là số lao động do doanh nghiệp thương mại quản lý, sử dụng và trả lương, trả công.

Chỉ tiêu này thể hiện định hướng ưu tiên “*Đẩy mạnh tạo việc làm bền vững, thực hiện tiến bộ và công bằng xã hội, thực hiện tốt các chính sách an sinh xã hội*”. Chỉ tiêu này phản ánh được số lao động được giải quyết việc làm trong ngành thương mại, đây là chỉ tiêu thể hiện trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thương mại cũng như mang tính pháp lệnh thể hiện trong đường lối, chính sách cũng như định hướng phát triển của Đảng và Nhà nước.

- *Phương pháp tính*: Nếu tỷ trọng lao động của ngành thương mại trong tổng số lao động của địa phương lớn hơn những ngành khác trong tổng số lao động của

địa phương và cùng với đó là sự thu hút lao động hàng năm ở mức cao, sẽ phản ánh được sự PTBV của thương mại.

$$\frac{\text{Tỷ trọng LĐ thương mại}}{\text{LĐ địa phương}} = \frac{\text{Số LĐ thương mại}}{\text{Số LĐ địa phương}} \times 100 \quad (1.11)$$

(ii) Thu nhập bình quân của lao động trong ngành thương mại

- *Nội dung*: Thu nhập bình quân của lao động trong ngành thương mại là toàn bộ số tiền và giá trị hiện vật của lao động thương mại thu được, tính bình quân trong một thời kỳ nhất định (tháng, năm).

Chỉ tiêu này thể hiện định hướng ưu tiên “*Đẩy mạnh công tác giảm nghèo theo hướng bền vững*”. Các chỉ số đo lường thu nhập bình quân của người lao động là cơ sở quan trọng để đánh giá trách nhiệm xã hội của các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn, đồng thời cũng phản ánh được mức thu nhập, đánh giá được mức sống, thực trạng về thuận lợi, khó khăn, hiệu quả hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp cũng như làm cơ sở cho hoạch định chính sách thương mại.

- *Phương pháp tính*: Để thực hiện trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp trong vấn đề PTTMBV thì mức thu nhập mà doanh nghiệp trả cho người lao động cao hơn mức thu nhập trung bình của lao động địa phương, cụ thể như sau:

Thu nhập bình quân của LĐ thương mại > Thu nhập bình quân của LĐ địa phương

1.2.2.4. Tiêu chí đánh giá mức độ thân thiện của thương mại với môi trường

(i) Chỉ số hàng hóa thân thiện với môi trường

- *Nội dung*: Một hàng hóa được coi là thân thiện môi trường nếu đáp ứng được bốn tiêu chí dưới đây:

+ Hàng hóa được tạo ra từ các vật liệu thân thiện môi trường. Nếu sản phẩm chứa các vật liệu tái chế thay vì sử dụng vật liệu mới, thô, nó có thể được xem là hàng hóa xanh.

+ Hàng hóa đem đến những giải pháp an toàn đến môi trường và sức khỏe thay cho các hàng hóa độc hại truyền thống.

+ Hàng hóa giảm tác động đến môi trường trong quá trình sử dụng (ít chất thải, sử dụng năng lượng tái sinh, ít chi phí bảo trì).

+ Hàng hóa tạo ra một môi trường thân thiện và an toàn đối với sức khỏe (điển hình như vật liệu xây dựng xanh là những sản phẩm tạo ra một môi trường an toàn trong nhà bằng cách không sử dụng chất ô nhiễm quan trọng như sơn có dung môi hữu cơ bay hơi thấp, ngăn ngừa sự lan truyền chất ô nhiễm và cải thiện chất lượng chiếu sáng).

Một trong những chỉ tiêu để đảm bảo PTTMBV là sản xuất và lưu thông hàng hóa thân thiện với môi trường hay còn gọi là các sản phẩm xanh, sản phẩm sinh thái. Chỉ tiêu này thể hiện định hướng ưu tiên “*Thực hiện sản xuất và tiêu dùng bền vững*”. Thương mại bền vững cần gắn kết chặt chẽ với sản xuất bền vững và tiêu dùng bền vững, thể hiện vai trò và vị trí của thương mại trong hệ thống tái sản xuất xã hội vận động theo hướng bền vững. Một hàng hóa chỉ được coi là hoàn toàn thân thiện với môi trường khi và chỉ khi nó đáp ứng được tất cả các tiêu chuẩn về tính thân thiện với môi trường từ giai đoạn sản xuất (bao gồm nguyên vật liệu, máy móc thiết bị, công nghệ sản xuất) cho tới giai đoạn đưa vào tiêu dùng, sử dụng và cuối cùng là giai đoạn thải bỏ sau khi sử dụng (tính chất có thể tái chế được, không gây tổn hại cho môi trường tại bãi rác thải và quá trình vận chuyển lưu kho). Các tiêu chuẩn để đánh giá tính thân thiện rất khác nhau qua từng địa phương, vùng lãnh thổ, từng khu vực trên thế giới, cho nên khái niệm “Hàng hóa thân thiện môi trường” luôn chỉ mang tính tương đối.

- *Phương pháp tính*: Để đạt mức bền vững thì chỉ số nhóm hàng hóa thân thiện môi trường phải đạt trên mức 80%, khẳng định được hiệu quả cao trong việc khai thác, sử dụng TNTN tạo ra hàng hóa thân thiện môi trường, văn hóa tiêu dùng văn minh, mua sắm xanh, phát triển được thị trường sinh thái. Nếu thấp hơn mức này, sẽ không thể hiện được hiệu quả sử dụng TNTN, năng lượng trong quá trình sản xuất hàng hóa không những làm cạn kiệt TNTN mà còn gây ô nhiễm môi trường, ảnh hưởng sức khỏe con người, hàng hóa chưa đảm bảo mức độ thân thiện môi trường lớn, ý thức chưa cao trong vấn đề sản xuất, tiêu dùng.

$$\begin{array}{l} \text{Chi số nhóm} \\ \text{hàng hóa thân} \\ \text{thiện MT} \end{array} = \frac{\text{Giá trị nhóm hàng hóa thân thiện MT}}{\text{Tổng giá trị nhóm hàng hóa lưu thông}} \times 100 \quad (1.12)$$

(ii) Khối lượng rác thải rắn được xử lý trong hoạt động thương mại

- *Nội dung*: Chất thải rắn trong thương mại là những chất thải ở thể rắn mà con người không còn dùng được nữa hoặc không muốn dùng nữa được thải ra từ hoạt động kinh doanh thương mại.

Chỉ tiêu này thể hiện định hướng ưu tiên “*Quản lý chất thải rắn và nguy hại*” có trong bộ chỉ tiêu giám sát, đánh giá PTBV quốc gia, chỉ tiêu này đánh giá công tác quản lý chất thải rắn và kết quả xử lý các loại chất thải rắn trong hoạt động thương mại, là cơ sở để đánh giá mức độ thân thiện của thương mại với môi trường, tỷ lệ này càng cao phản ánh công tác quản lý chất thải rắn và thực hiện bảo vệ môi trường càng tốt và ngược lại.

- *Phương pháp tính*: Tỷ lệ chất thải rắn đã qua xử lý trong thương mại là tỷ lệ % chất thải rắn được thu gom, xử lý với công nghệ phù hợp đạt tiêu chuẩn hiện hành trong tổng lượng chất thải rắn được thải ra từ hoạt động kinh doanh thương mại trên địa bàn. Trong bộ chỉ tiêu PTBV địa phương do Bộ Kế hoạch và Đầu tư xây dựng được Thủ tướng Chính phủ phê duyệt tại quyết định 2157/QĐ-TTg ngày 11 tháng 11 năm 2013 thì tỷ lệ chất thải rắn thu gom, xử lý đạt tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật quốc gia phải đạt mức bền vững là >85-90% [65]. Vì vậy, để đảm bảo được sự PTTMBV, phù hợp với mục tiêu phát triển chung và tình hình cụ thể của địa phương, chỉ tiêu cũng phải đạt mức bền vững như sau:

$$\begin{array}{l} \text{Tỷ lệ (\%)} \\ \text{các chất thải rắn} \\ \text{đã qua xử lý trong TM} \end{array} = \frac{\text{Tổng lượng chất thải rắn đã qua xử lý trong TM}}{\text{Tổng lượng chất thải rắn trong TM}} \times 100 \quad (1.13)$$

1.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh

1.3.1. Hội nhập quốc tế

Quá trình tự do hóa thương mại ngày càng mở rộng về quy mô trên phạm vi khu vực và toàn cầu đang có những tác động sâu sắc đến tất cả các lĩnh vực kinh tế, chính trị, xã hội, môi trường. Các quốc gia trên thế giới đang nỗ lực hội nhập vào hệ thống thương mại quốc tế nhằm tận dụng các cơ hội để phát triển kinh tế nói chung và thương mại nói riêng.

Thông qua tự do hóa thương mại và HNQT, ở tầm vĩ mô, các quốc gia, các địa phương có thể phát huy lợi thế so sánh, nâng cao khả năng cạnh tranh và hiệu quả kinh tế nhờ phân bổ nguồn lực hợp lý và hiệu quả hơn, mở rộng khả năng tiếp cận thị trường. Ở tầm vi mô, tự do hóa thương mại tác động tích cực đối với cạnh tranh và công nghiệp hóa trong nước, chủ yếu nhờ giảm chi phí đầu vào, tiếp nhận công nghệ và kỹ năng quản lý tiên bộ hơn, đồng thời xuất khẩu mở rộng quy mô sản xuất, tác động tích cực đối với công nghiệp hóa, tăng trưởng kinh tế. Tuy nhiên, nền kinh tế của các quốc gia, các địa phương bị lệ thuộc vào sự thay đổi của thị trường thế giới. Tính bất định có xu hướng ngày càng gia tăng của thị trường thế giới làm cho thương mại khó có thể duy trì được tốc độ tăng trưởng ổn định. Bên cạnh đó áp lực cạnh tranh càng lớn.

Tự do hóa thương mại và HNQT vừa có tác động tích cực, vừa có tác động tiêu cực đối với môi trường sinh thái. Tự do hóa thương mại tạo điều kiện thuận lợi để phổ biến hàng hóa và công nghệ thân thiện môi trường, làm cho chúng được áp dụng trên diện rộng hơn, thu nhập của người tiêu dùng được cải thiện liên tục nên nhu cầu sử dụng sản phẩm hàng hóa và dịch vụ thân thiện môi trường cũng ngày càng gia tăng, nhận thức của con người về môi trường ngày càng cao hơn, thúc đẩy các điều kiện tốt hơn cho hợp tác quốc tế trong lĩnh vực bảo vệ môi trường. Bên cạnh đó, tự do hóa thương mại khuyến khích các quốc gia khai thác ngày càng nhiều hơn TNTN nhằm đạt được tăng trưởng kinh tế nhanh chóng, làm tăng nguy cơ ô nhiễm môi trường qua biên giới như ô nhiễm môi trường từ việc buôn bán các công nghệ lạc hậu, hàng hóa không đảm bảo, chất thải độc hại...

Tự do hóa thương mại và HNQT, mở rộng thêm cơ hội và phân bổ có hiệu quả hơn các luồng chu chuyển hàng hóa, dịch vụ, vốn, công nghệ, thông tin dẫn đến duy trì và nâng cao tốc độ tăng trưởng kinh tế, hệ quả chung là tạo việc làm, nâng cao thu nhập và góp phần quan trọng xóa đói giảm nghèo, rút ngắn khoảng cách giàu nghèo. Tuy nhiên, tự do hóa thương mại và HNQT có thể dẫn đến phá sản và tình trạng thất nghiệp ở các doanh nghiệp có khả năng cạnh tranh kém, điều này cùng với việc điều chỉnh cơ cấu ngành có thể làm tăng thất nghiệp, giảm thu nhập. Các tiêu chuẩn về xã hội được sử dụng ngày càng phổ biến trong điều kiện tự do hóa thương mại là một trong những áp lực để các doanh nghiệp quan tâm nhiều hơn đến lợi ích người lao động.

1.3.2. Thể chế thương mại

Muốn PTBV điều kiện đầu tiên và tiên quyết là chính quyền nhà nước các cấp phải xây dựng được các thể chế bao gồm hệ thống luật pháp, chính sách về PTBV của Chính phủ và tỉnh, các cơ chế và quy tắc vận hành, năng lực của bộ máy quản lý, năng lực thể chế thể hiện trước hết ở năng lực xây dựng và thực thi các chính sách để thực hiện mục tiêu PTBV, nó thể hiện quan điểm chính thức của quốc gia và địa phương đối với vấn đề phát triển kinh tế xã hội nói chung và phát triển thương mại nói riêng theo hướng bền vững. Một nền kinh tế nói chung và thương mại nói riêng không thể PTBV nếu như các cấp điều hành nó không mong muốn đạt được trạng thái đó. Quan điểm, thể chế và phát triển kinh tế xã hội của quốc gia và địa phương là cơ sở để xây dựng chiến lược phát triển thương mại của địa phương.

Trong thực tế, môi trường thể chế toàn cầu và khu vực ảnh hưởng sâu sắc đến thương mại quốc tế tại các địa phương. Luật pháp, chính sách, biện pháp của các quốc gia và các điều ước, thông lệ quốc tế, đây là các yếu tố liên quan trực tiếp đến các hoạt động thương mại quốc tế, đòi hỏi các địa phương phải tính đến khi xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển thương mại, đặc biệt là trong giai đoạn hiện nay khi chúng ta mở cửa hội nhập ngày càng sâu, rộng vào nền kinh tế thế giới.

Thể chế thương mại trong nước sẽ đóng góp cao vào sự hoàn thiện môi trường kinh doanh, góp phần phát triển thương mại. Hệ thống luật kinh doanh và những đạo luật có liên quan trực tiếp đến sự PTBV của thương mại.

Vấn đề PTBV nói chung và thương mại bền vững nói riêng ở cấp địa phương thể hiện tập trung nhất trong chính sách phát triển kinh tế, xã hội và chính sách bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, quan điểm về tăng trưởng về kinh tế, xã hội và bảo vệ môi trường trong từng giai đoạn nhất định ở các địa phương gặp nhiều trở ngại do nhận thức khác nhau giữa những người làm công tác thương mại và công tác môi trường, vấn đề lồng ghép các mục tiêu kinh tế và mục tiêu môi trường bị xem nhẹ, sự phối hợp trong việc đề ra chính sách thương mại và chính sách môi trường chưa coi trọng đúng mức. Để thực hiện chiến lược, trong mỗi giai đoạn phát triển thường có một hoặc một số chính sách thương mại khác nhau được thực hiện nhằm đạt được mục tiêu chung của chiến lược. PTTMBV phải được đặt ra là bộ phận không thể tách rời trong chiến lược phát triển của quốc gia, vùng, lãnh thổ, địa phương và doanh nghiệp. Chiến lược phát triển thương mại bao gồm chiến lược của cả quốc gia và chiến lược của các vùng và địa phương, trong đó chiến lược phát triển thương mại vùng phải được xây dựng trên cơ sở chiến lược phát triển thương mại của quốc gia, tiếp theo đó chiến lược phát triển thương mại của các địa phương phải được xây dựng trên cơ sở chiến lược vùng và chiến lược chung của cả nước.

Để đảm bảo PTBV nói chung và PTTMBV nói riêng, năng lực hoạch định chính sách có vai trò quan trọng, ảnh hưởng rất lớn đến thương mại bền vững trong quá trình xây dựng mô hình phát triển kinh tế, chính sách tăng trưởng phải tập trung vào việc nhanh chóng chuyển đổi mô hình tăng trưởng từ chiều rộng sang chiều sâu, từ việc dựa vào lợi thế sẵn có về tài nguyên và lao động sang lợi thế cạnh tranh dựa vào vốn, công nghệ và tri thức. Môi trường thể chế, chính sách ổn định, hợp lý sẽ thu hút được nhiều dự án đầu tư nước ngoài, nhiều khoản vay ưu đãi để phát triển kinh tế, giải quyết các vấn đề xã hội, bảo vệ môi trường. Điều kiện để đảm bảo tăng trưởng thương mại bền vững là có chính sách PTBV đúng đắn, quản lý trong sạch và sáng suốt, chất lượng lao động cao, phù hợp với nền kinh tế hội nhập và mang tính cạnh tranh cao.

1.3.3. Điều kiện tự nhiên

Điều kiện tự nhiên có tác động không nhỏ vào tất cả các lĩnh vực trong đó có lĩnh vực thương mại. Trong thực tế, các điều kiện tự nhiên có thể tạo thuận lợi hoặc gây khó khăn cho hoạt động sản xuất kinh doanh của một DN, của một ngành kinh doanh, thậm chí cho sự phát triển kinh tế của cả một quốc gia [24]. Những yếu tố điều kiện tự nhiên ảnh hưởng đến PTTMBV bao gồm: vị trí địa lý, tài nguyên thiên nhiên, thời tiết, khí hậu...

** Vị trí địa lý:*

Vị trí địa lý là nhân tố có ảnh hưởng quan trọng đến PTTMBV của một địa phương cũng như của một quốc gia. Sự ảnh hưởng của vị trí địa lý đến PTTMBV được biểu hiện theo hai hướng: (1) thúc đẩy PTBV (ảnh hưởng tích cực) và (2) cản trở tiến trình PTBV, tạo ra những nhân tố không bền vững trong sự phát triển (ảnh hưởng tiêu cực). Vị trí địa lý tạo điều kiện thúc đẩy PTTMBV của địa phương khi nó đáp ứng được ít nhất một trong các yêu cầu sau:

- Gần hệ thống giao thông chính như: đường cao tốc, đường sắt, sân bay, cảng biển, cảng sông, cửa khẩu quốc tế lớn...
- Gần nguồn nguyên liệu phục vụ các ngành sản xuất hàng hóa.
- Gần thị trường tiêu thụ lớn, tiềm năng.
- Gần các trung tâm kinh tế, văn hoá, chính trị lớn; gần các địa phương phát triển nhanh, năng động, các trung tâm khoa học, công nghệ cao; nằm trong hoặc gần các vùng kinh tế trọng điểm, các hành lang kinh tế...

Ngược lại, vị trí địa lý sẽ tạo ra những yếu tố không bền vững trong sự phát triển của địa phương trong các trường hợp:

- Nằm trong hoặc gần các khu vực không ổn định về chính trị, an ninh, quốc phòng, xung đột sắc tộc, tôn giáo.
- Nằm trong hoặc gần các khu vực thường xảy ra thiên tai: lũ lụt, động đất...
- Ở khu vực không thuận lợi về giao thông, thị trường tiêu thụ,...

** Tài nguyên thiên nhiên*

Tài nguyên thiên nhiên là điều kiện cần và có tác động mạnh đến PTTMBV, nếu nguồn tài nguyên đất, nước, rừng, khoáng sản...đa dạng, phong phú và có trữ lượng khá sẽ tạo điều kiện cung cấp nguyên liệu đầu vào ổn định cho các ngành sản xuất hàng hóa, tạo ra lợi thế so sánh và đảm bảo an ninh nguyên liệu cho các ngành sản xuất phát triển ổn định và bền vững, nhất là trong điều kiện các nguồn nhiên liệu hoá thạch như than, dầu mỏ, khí đốt và các nguồn tài nguyên không thể tái tạo khác ngày càng trở nên cạn kiệt, khan hiếm và đang là nguyên nhân gây ra các cuộc tranh chấp, xung đột ở nhiều khu vực và quốc gia trên thế giới.

Rõ ràng là các địa phương giàu tài nguyên thiên nhiên có lợi thế trong việc phát triển đa dạng, nguyên vật liệu sản xuất hàng hóa và tạo ra lợi thế cạnh tranh không nhỏ so với các địa phương khác. Tuy nhiên, cũng cần nhận thức một vấn đề là việc các địa phương có nguồn tài nguyên đa dạng, phong phú lại luôn tiềm ẩn những yếu tố không bền vững trong quá trình phát triển do việc lạm dụng và khai thác quá mức các nguồn tài nguyên không tái tạo của địa phương mình, gây ra tình trạng cạn kiệt tài nguyên, ô nhiễm môi trường, phá vỡ cảnh quan và quy hoạch. Bên cạnh đó, một đặc điểm cơ bản đối với các địa phương hiện nay là mới ở giai đoạn đầu của quá trình công nghiệp hoá, trình độ công nghệ, sản xuất còn thô sơ, lạc hậu nên chủ yếu khai thác, sơ chế, ít có những ngành chế biến sâu và chưa xuất hiện những ngành sản xuất hàng hóa có kỹ thuật cao, trình độ sản xuất hiện đại. Do đó, nếu không có biện pháp khai thác tài nguyên thiên nhiên phục vụ sản xuất hàng hóa có hiệu quả thì cùng với sự phát triển thương mại sẽ làm cạn kiệt nguồn tài nguyên thiên nhiên này, nguy cơ không bền vững trong phát triển thương mại của các địa phương này là rất lớn.

1.3.4. Nguồn nhân lực thương mại

Nguồn nhân lực là yếu tố quan trọng trong PTBV nền kinh tế nói chung và PTTMBV nói riêng. Bởi vì suy đến cùng thì mọi sự phát triển đều do con người quyết định. Con người đề ra cũng chính con người thực hiện chính sách thương mại

bền vững. Quản lý nhà nước về TMBV đặt ra yêu cầu đối với các nhà quản lý thương mại vừa phải có tâm, có tầm, có tài mới có thể đưa ra chính sách TMBV phù hợp với thực tiễn trình độ phát triển kinh tế xã hội và các cam kết quốc tế. Muốn nâng cao tăng trưởng thương mại đòi hỏi đội ngũ doanh nghiệp, lao động thương mại phải được đào tạo có tay nghề cao, nhiều kinh nghiệm.

Dưới góc độ PTTMBV thì phát triển nguồn nhân lực vừa là động lực, vừa là mục tiêu, điều này càng có ý nghĩa đối với định hướng PTTMBV ở Việt Nam - con người là trung tâm của sự phát triển. Tầm quan trọng của nguồn nhân lực không chỉ dừng lại ở nhận thức lý thuyết, ở tư duy của nhà lãnh đạo, các nhà hoạch định chính sách mà còn thể hiện ở trình độ, kỹ năng trong sản xuất kinh doanh. Nguồn nhân lực là yếu tố vật chất quan trọng nhất, quyết định năng lực của lực lượng sản xuất xã hội, trực tiếp sử dụng khoa học công nghệ trong thương mại và trong quá trình tăng trưởng kinh tế. Nguồn nhân lực có trình độ cao sẽ tạo ra một nền khoa học công nghệ hiện đại, có khả năng khai thác một cách tối đa nguồn tài nguyên thiên nhiên và mở rộng ra nhiều ngành, nhiều lĩnh vực hiện đại, tạo ra nhiều sản phẩm thân thiện với môi trường, bảo vệ môi trường sinh thái, phục vụ cho sự phát triển ngày càng mạnh mẽ của thương mại.

Một doanh nghiệp trong nền kinh tế thị trường đều chịu sự tác động bởi một môi trường cạnh tranh và thách thức, để tồn tại và phát triển không có con đường nào khác là phát triển nguồn nhân lực có hiệu quả.

Những chính sách như vậy sẽ phát huy được hiệu quả, tác dụng trong thực tiễn để đảm bảo chuyển đổi mô hình tăng trưởng từ chiều rộng sang chiều sâu, tức là sự chuyển đổi về chất của hoạt động thương mại. Con người thực hiện chính sách TMBV là toàn xã hội mà trước hết và cụ thể là cộng đồng doanh nghiệp, người lao động trong lĩnh vực thương mại. Để đảm bảo thương mại bền vững cần thiết phải phát triển nguồn nhân lực cho các lĩnh vực hoạt động này từ các nhà quản lý cấp cao nhất đến phát triển đội ngũ quản lý doanh nghiệp, người lao động và các tổ chức xã hội nhân sự.

1.3.5. Cơ sở hạ tầng thương mại

Cơ sở hạ tầng thương mại có ảnh hưởng trực tiếp đến PTTMBV, là nền tảng để thương mại của địa phương phát triển, là tiền đề quan trọng tác động mạnh đến hoạt động của doanh nghiệp, ảnh hưởng lớn đến chất lượng hoặc giá cả sản phẩm . Bao gồm cơ sở hạ tầng giao thông, vận tải, thông tin liên lạc, hệ thống hậu cần logistic và đặc biệt là hệ thống chợ, siêu thị, trung tâm siêu thị, cửa hàng bách hóa... để đảm bảo hiệu quả kinh doanh thương mại cũng như tốc độ tăng trưởng thương mại đòi hỏi cơ sở hạ tầng thương mại luôn được đầu tư nâng cấp, mở rộng theo thời gian.

Hạ tầng giao thông thuận lợi sẽ tạo điều kiện cho việc giao thương trao đổi mua bán hàng hóa giữa địa phương với các tỉnh lân cận hay trao đổi mua bán hàng hóa với các nước khác trên thế giới. Ngoài ra, hệ thống logistic với sự phát triển các dịch vụ hỗ trợ thương mại, đặc biệt thương mại quốc tế như vận tải, giao nhận, thông quan...góp phần giảm chi phí, tăng khả năng cạnh tranh cũng như tiết kiệm thời gian giao hàng [81].

Để mở rộng quy mô thương mại cũng như chất lượng trong phương thức kinh doanh thương mại thì việc phân tích thực trạng cơ sở hạ tầng thương mại sẽ cho biết mức độ hiện đại, mức độ tiên tiến và khả năng đáp ứng yêu cầu kinh doanh thương mại trong hiện tại cũng như trong tương lai của địa phương. Để thương mại của địa phương phát triển bền vững, đảm bảo cho các hoạt động của các thành phần kinh tế hoạt động bình thường và nâng cao năng lực cạnh tranh. Tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và người tiêu dùng mua bán hàng hóa, nâng cao trình độ văn minh thương mại, đảm bảo hài hòa cảnh quan kiến trúc và bảo vệ môi trường cần nâng cấp, sửa chữa, xây dựng mới hệ thống chợ, siêu thị, trung tâm thương mại hiện đại là điều kiện tất yếu.

1.3.6. Khoa học công nghệ trong thương mại

Trình độ khoa học công nghệ cũng hết sức quan trọng để duy trì tốc độ tăng trưởng thương mại bền vững. Ở những địa phương chú trọng đến việc phát triển khoa học công nghệ không những thúc đẩy nhanh quá trình CNH – HĐH, giữ vai trò then

chốt trong việc phát triển sản xuất hàng hóa, bảo vệ tài nguyên môi trường. Khoa học công nghệ còn tác động rất lớn đến thương mại như nâng cao mẫu mã, chất lượng sản phẩm, gia tăng khối lượng tiêu thụ sản phẩm trên thị trường cũng như hàng hóa xuất khẩu. Đáp ứng tốt hơn nhu cầu sản xuất và tiêu dùng về số lượng, chất lượng, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu hàng hóa lưu thông và hàng hóa xuất khẩu chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên và lao động giá rẻ sang ngành dựa vào công nghệ và lao động có trình độ cao. Phát triển công nghệ là yếu tố quyết định trong việc nâng cao năng suất, hiệu quả, chất lượng và sức cạnh tranh của thương mại nhất là thương mại quốc tế, trong môi trường hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng. Thúc đẩy sự tham gia mạnh mẽ của địa phương, của quốc gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Không những vậy, khoa học công nghệ còn ảnh hưởng lớn đến việc thu gom và xử lý rác thải từ hoạt động kinh doanh thương mại hay nâng cao hiệu quả khai thác TNTN phục vụ sản xuất hàng hóa, cải thiện, bảo vệ môi trường nhờ ứng dụng thành tựu khoa học tiên tiến, thiết bị hiện đại, góp phần xây dựng thương mại xanh và thân thiện môi trường.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN

2.1. Phân tích thực trạng phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên theo các tiêu chí bền vững

2.1.1. Quy mô tăng trưởng thương mại trên địa bàn

2.1.1.1. Tăng trưởng tổng mức bán lẻ hàng hóa

Tổng mức bán lẻ hàng hoá (BLHH) trên địa bàn tỉnh giai đoạn 2007-2013 tăng bình quân 22,64%/năm; từ 4.790,0 tỷ đồng năm 2007 lên 16.531,1 tỷ đồng năm 2013. Phân theo loại hình kinh tế thì kinh tế nhà nước chiếm tỷ trọng thấp, giảm từ 9,7% năm 2007 xuống còn 7,8% năm 2010, tiếp tục giảm 7,0 % năm 2013, khi đó các thành phần kinh tế dân doanh tăng tương ứng, năm 2007 chiếm 90,3% đến 2010 tăng lên đáng kể chiếm 93,1 % và đến năm 2013 là 92,9%. Như vậy, đến năm 2013 thành phần kinh tế nhà nước chỉ còn nắm một số khâu trọng yếu để điều tiết nền kinh tế vĩ mô.

Bảng 2.1. Tổng mức bán lẻ hàng hóa theo giá hiện hành của Tỉnh Thái Nguyên

TMBLHH	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tổng số (T. đồng)	4.790,0	6.379,3	7.642,8	9.288,3	11.608,4	14.364,5	16.531,1
Phân theo TP kinh tế - Tỷ đồng							
Nhà nước	466,0	590,0	648,8	727,8	888,3	1.034,4	1.169,8
Ngoài nhà nước	4.324,0	5.789,3	6.994,0	8.560,5	10.720,1	13.330,2	15.361,3
Tốc độ tăng - %							
Tốc độ tăng (%)	20,35	33,17	19,80	21,53	24,87	23,74	15,08
Tốc độ tăng TB giai đoạn (%)	22,64						

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

Tốc độ tăng trưởng bình quân tổng mức BLHH giai đoạn 2007-2013 đạt 22,64%. Sức mua bình quân đầu người năm 2013 đạt 9,34 triệu đồng/người/năm. Như vậy, có thể thấy rằng giá trị cũng như sự tăng trưởng mức BLHH của thương mại tăng qua các năm, cung cấp đáng kể nguồn hàng hóa cho địa phương đáp ứng nhu cầu tiêu dùng và sản xuất kinh doanh, đây cũng là sự quan tâm của lãnh đạo tỉnh luôn tạo điều kiện về cơ sở hạ tầng cũng như quan tâm chú trọng thị trường tiêu thụ. Tuy nhiên, tăng trưởng tổng mức BLHH trung bình giai đoạn 2007-2013 của Thái Nguyên là 22,64% thấp hơn so với tăng trưởng của cả nước là 27%.

Xét về chỉ tiêu bền vững đòi hỏi phải tăng trưởng đều đặn, duy trì liên tục và ổn định trong thời gian 5-10 năm, thì có thể thấy rằng: trong giai đoạn 7 năm, tăng trưởng của tổng mức BLHH hoàn toàn không ổn định, không đều trong giai đoạn từ năm 2007-2013, đạt mức tăng cao nhất trong giai đoạn là năm 2008 tăng so với năm trước 12,82%, đến năm 2009 có sự sụt giảm rõ rệt với mức tăng -13,37%, từ năm 2010-2012 tốc độ tăng trưởng rất chậm và lại giảm mạnh vào năm 2013 là -8.66%. Kết quả này tạo ra sự bất ổn trong quá trình PTTMBV.

2.1.1.2. Số lượng và quy mô của doanh nghiệp thương mại trên địa bàn

Cùng với quá trình phát triển của hoạt động thương mại, hệ thống tổ chức kinh doanh thương mại trên phạm vi cả nước nói chung và tỉnh Thái Nguyên nói riêng cũng thay đổi mạnh mẽ, cơ chế hành chính trong hệ thống tổ chức được thay bằng cơ chế lợi ích và cạnh tranh ngay trong một thành phần kinh tế và giữa các thành phần kinh tế với nhau.

- *Thành phần thương mại có vốn Nhà nước.* Trong giai đoạn 2007- 2013 số doanh nghiệp nhà nước (DNNN) tham gia hoạt động thương mại đóng trên địa bàn tỉnh đã chuyển đổi hình thức sở hữu. Một số ít các doanh nghiệp nhà nước lớn chuyển thành công ty trách nhiệm hữu hạn (TNHH) một thành viên, hoặc công ty cổ phần nhà nước giữ cổ phần chi phối chủ yếu kinh doanh những mặt hàng thiết yếu như điện, nước, xăng dầu ... đóng vai trò chủ đạo trong các khâu điều tiết thị trường đối với những mặt hàng này trên địa bàn tỉnh.

- *Thành phần thương mại ngoài Nhà nước.* Theo xu thế phát triển mạnh mẽ của thương mại các thành phần kinh tế ngoài nhà nước trên phạm vi cả nước trong giai đoạn vừa qua, thương mại ngoài nhà nước trên địa bàn Thái Nguyên đã hình thành và phát triển khá nhanh với nhiều loại hình và quy mô tổ chức khác nhau như doanh nghiệp tư nhân, công ty TNHH, công ty cổ phần; các hộ kinh doanh thương mại cá thể: lực lượng này phát triển nhanh chóng và đã góp phần không nhỏ trong việc cung ứng hàng hoá tới tay người tiêu dùng ở các làng, xã và nhất là ở các xã vùng sâu, vùng xa, dân tộc thiểu số, giữ vai trò quan trọng trên thị trường nông thôn và một phần bán lẻ trên thị trường thành thị. Trên thực tế, các hộ thương nhân phát triển có xu hướng tăng, tốc độ phát triển ở thành phố nhanh hơn khu vực nông thôn và kinh doanh tập trung lớn tại các chợ, điều đó cũng phản ánh thực trạng cơ cấu của ngành thương mại của Thái Nguyên chủ yếu là quy mô nhỏ của các hộ kinh doanh thương mại.

Hiện nay, trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên có 898 doanh nghiệp hạch toán độc lập và 30.872 cơ sở kinh tế cá thể tham gia kinh doanh dịch vụ thương mại. Chủ thể kinh doanh thương mại dịch vụ trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên chủ yếu vẫn là các cơ sở nhỏ lẻ, tập trung trong lĩnh vực bán buôn, bán lẻ, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy, xe có động cơ khác. Số lượng các doanh nghiệp thương mại tăng qua các năm, năm 2007 là 353 doanh nghiệp đến năm 2013 là 898 doanh nghiệp. Trên thực tế, thời gian qua, hệ thống doanh nghiệp kinh doanh thương mại thuộc các thành phần kinh tế ở Thái Nguyên phát triển mạnh. 100% doanh nghiệp Nhà nước được sắp xếp lại và chuyển đổi hình thức sở hữu thành Công ty TNHH một thành viên, Công ty cổ phần. Hệ thống doanh nghiệp sau chuyển đổi hình thức sở hữu đã năng động hơn, phương thức hoạt động được đổi mới.

Bảng 2.2. Số cơ sở kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Cơ sở kinh doanh	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tổng số cơ sở kinh doanh	24.835	24.329	26.009	26.999	28.672	31.873	31.770
Số lượng cơ sở kinh doanh							
1. Số hộ KD cá thể (Hộ)	24.482	23.909	25.326	26.225	27.829	30.995	30.872
2. DN Thương mại (DN)	353	420	683	774	843	878	898
Bán, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác	45	53	80	83	90	89	89
Bán buôn (Trừ ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác)	214	245	436	488	497	546	554
Bán lẻ (Trừ ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác)	94	122	167	203	256	243	255
3. DN CN CB, chế tạo (DN)	262	376	485	467	497	464	448
4. DN Nông lâm nghiệp (DN)	5	5	15	15	15	14	13
Số lượng tăng giảm							
1. Số hộ KD cá thể	766	- 573	1.417	899	1.604	3.166	-123
2. DN Thương mại	72	67	263	91	69	35	20
Bán, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác	10	8	27	3	7	-1	0
Bán buôn (Trừ ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác)	20	31	191	52	9	49	8
Bán lẻ (Trừ ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác)	23	28	45	36	30	-13	12
3. DN CN chế biến, chế tạo	116	114	109	-18	30	-33	-16
4. DN Nông lâm nghiệp	0	0	10	0	0	-1	-1

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

Xét theo chỉ tiêu PTTMBV đặt ra, số lượng tăng của các doanh nghiệp thương mại > số lượng tăng của các doanh nghiệp thuộc ngành kinh tế khác và tăng trưởng ổn định trong thời gian 5-10 năm, thì có thể thấy rằng: Năm 2008, doanh nghiệp Công nghiệp chế biến, chế tạo số lượng tăng cao nhất đạt 116 DN nhưng đến năm 2009 giảm mạnh và số lượng giảm âm trong những năm cuối giai đoạn. Đối với các cơ sở Nông lâm nghiệp, số lượng tăng không nhiều và có những năm không tăng. Vì vậy, số lượng tăng của doanh nghiệp thương mại cao hơn so với doanh nghiệp Công nghiệp chế biến, chế tạo, Nông lâm nghiệp, đạt tốc độ cao nhất là năm 2009 với 62,61% tương đương 263 doanh nghiệp, nhưng số lượng giảm mạnh, không ổn định trong những năm còn lại, với nhiều doanh nghiệp đóng cửa, giải thể, chưa đảm bảo được chỉ tiêu bền vững đề ra.

2.1.1.3. Tăng trưởng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa

a) Xuất khẩu:

Trong những năm qua, phát triển xuất khẩu đã có những đóng góp to lớn vào công cuộc đổi mới của đất nước. Xuất khẩu đã trở thành một trong những động lực chủ yếu của tăng trưởng kinh tế, góp phần ổn định kinh tế xã hội như giải quyết việc làm, tăng thu nhập, xóa đói giảm nghèo. Nhịp độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam bình quân trong giai đoạn 2007-2013 là 19,48%, mặt hàng xuất khẩu ngày càng phong phú và đa dạng, đến năm 2010 Việt Nam đã có 18 nhóm hàng, trong đó có 10 nhóm hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD và 8 nhóm hàng trên 2 tỷ USD, hàng hóa của Việt Nam đã có mặt trên thị trường của 220 nước và vùng lãnh thổ. Trong đó, hoạt động xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên trong 15 năm qua, giai đoạn đạt cao nhất là giai đoạn 2007-2013 chiếm 70,6% tổng giá trị xuất khẩu 15 năm, do việc mở rộng được thị trường xuất khẩu và có sự đầu tư năng lực sản xuất của một số doanh nghiệp xuất khẩu, khai thác những tiềm năng tài nguyên thiên nhiên của tỉnh, ngoài ra còn do yếu tố giá xuất khẩu tăng.

Bảng 2.3. Kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của cả nước và tỉnh Thái Nguyên

Năm	Cả Nước		Thái nguyên		Tỷ trọng TN/cả nước (%)
	Kim ngạch (Triệu USD)	Tốc độ tăng (%)	Kim ngạch (Triệu USD)	Tốc độ tăng (%)	
2007	48.561	21,93	64,744	22,10	0,13
2008	62.685	29,09	120,080	85,48	0,19
2009	57.096	-8,92	69,071	-42,48	0,12
2010	72.192	26,44	98,854	43,11	0,13
2011	96.906	34,23	142,269	43,91	0,15
2012	114.631	18,30	136,626	- 3,97	0,12
2013	132.175	15,30	182,656	33,69	0,13
Tốc độ tăng BQ giai đoạn		19,48		25,97	0,15

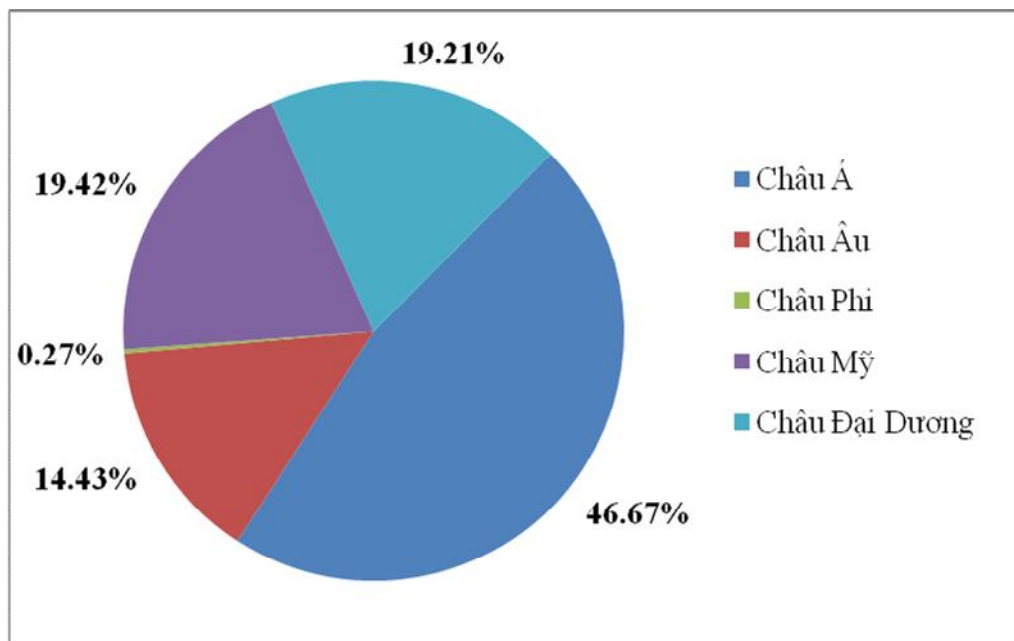
(Nguồn: Tổng cục Thống kê, Bộ Công Thương)

So với cả nước thì tốc độ tăng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên bình quân trong giai đoạn 2007-2013 là 25,97% cao hơn cả nước 6,49%. Từ năm 2011-2013 trong điều kiện khó khăn của nền kinh tế thế giới, tăng trưởng xuất khẩu vẫn đạt mức 43,91% năm 2011 và 33,69% năm 2013, với mức tăng như vậy, Thái nguyên là một tỉnh có mức xuất khẩu cao trong khu vực. Nếu so sánh với nhịp độ tăng trưởng GDP của Thái Nguyên trong thời kỳ 2007-2013 thì nhịp độ tăng trưởng bình quân kim ngạch xuất khẩu tăng nhanh gấp 3 lần, điều này thể hiện xuất khẩu đã trở thành một trong những động lực chính của tăng trưởng kinh tế của tỉnh. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng không ổn định, tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên so với cả nước chỉ chiếm 0,14% bình quân trong giai đoạn, riêng năm 2008 tổng kim ngạch xuất khẩu của tỉnh đạt 120,080 triệu USD, tăng 85,6% so với năm 2007, do nhà nước thay đổi cơ chế xuất khẩu đối với mặt hàng quặng các loại (theo Thông tư 08/2008/TT-BTC) nên một số doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu hàng quặng các loại để tránh tồn kho ứ đọng, đến năm 2009 kim ngạch xuất khẩu của tỉnh chỉ đạt 69,071 triệu USD giảm 42,48% so với năm 2008. Đến năm 2012,

Chính phủ đã chỉ đạo chủ động kéo dài các rào cản thương mại, duy trì và phát triển các thị trường truyền thống, mở rộng thị trường tiềm năng, các chính sách tín dụng hỗ trợ xuất khẩu nên kim ngạch xuất khẩu tiếp tục tăng, cả nước đạt 114.631 triệu USD, tỉnh Thái Nguyên đạt 136,626 triệu USD chiếm 0,12% kim ngạch xuất khẩu của cả nước. Năm 2013, giá trị kim ngạch là 182,656 triệu USD cao hơn so với năm 2012 đạt tốc độ tăng 33.69%.

Kim ngạch xuất khẩu của cả nước nói chung và của tỉnh Thái Nguyên nói riêng phát triển thiếu bền vững, không đạt chỉ tiêu đề ra là tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu phải tăng trưởng ổn định, duy trì liên tục trong thời gian dài từ 5-10 năm, giá trị gia tăng của hàng hóa xuất khẩu còn thấp do chủ yếu dựa vào khai thác các yếu tố về điều kiện tự nhiên và nguồn lao động giá rẻ, chính sách phát triển xuất khẩu trong thời gian qua chú trọng đến chỉ tiêu về số lượng, chưa thực sự quan tâm đến chất lượng và hiệu quả xuất khẩu.

* **Thị trường xuất khẩu hàng hóa của tỉnh Thái Nguyên:** Thị trường xuất khẩu của tỉnh Thái nguyên năm 2006 là 30 nước và vùng lãnh thổ nhưng đến năm 2013 đã phát triển lên tới 51 nước trên khắp 5 châu, tăng lên 59,37% so với năm 2007.



Hình 2.1. Thị trường xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên năm 2013

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

Bảng 2.4. Thị trường xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên***ĐVT: 1000USD***

Giá trị	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Xuất khẩu	64.744	120.080	69.071	98.854	142.269	136.626	182.656
I. XK trực tiếp	63.519	116.607	67.452	97.069	140.300	136.200	181.790
1. Châu Á	33.134	60.205	25.896	35.758	71.712	64.440	84.841
- Đông Á	19.653	27.181	21.921	30.249	40.273	53.819	72.466
- Trung Nam Á	3.120	3.329	3.140	4.065	7.448	6.754	8.023
- Đông Nam Á	10.358	29.446	753	699	23.499	3.594	4.477
- Tây Á	3	249	82	745	492	273	125
2. Châu Âu	10.780	15.679	14.065	16.880	15.659	25.456	26.232
- Đông Âu	1.402	854	733	1.670	1.569	1.703	1.463
- Bắc Âu	5.790	9.832	4.872	2.664	2.010	6.639	6.980
- Nam Âu	88	282	5.223	6.909	3.060	5.278	5.323
- Tây Âu	3.500	4.711	3.237	5.637	9.020	11.836	12.466
3. Châu Phi	-	12	38	44	50	388	490
- Đông Phi	-	-	-	-	-	328	446
- Bắc Phi	-	-	4	3	-	-	2
- Nam Phi	-	12	34	41	50	60	42
4. Châu Mỹ	22.605	40.689	27.205	43.993	57.580	49.890	35.303
- Mỹ Latinh	-	-	-	-	792	-	301
- Trung Mỹ	3.312	2.560	3.196	1.350	2.708	2.432	2.834
- Nam Mỹ	84	1.028	316	903	3.801	945	1.908
- Bắc Mỹ	19.209	37.101	23.693	41.740	50.279	46.513	30.260
5. Châu Đại Dương	-	2	118	394	2.607	41.621	34.921
II. Ủy thác XK	1.225	3.473	1.619	1.785	1.969	426	866
Số nước XK	32	45	46	48	49	50	51

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

Châu Á luôn là thị trường tiềm năng nhất đối với mặt hàng xuất khẩu chiếm 46,67%, sau đó đến Châu Mỹ chiếm 19,42% thị trường xuất khẩu của tỉnh năm 2013. Hiện nay, các sản phẩm may mặc của Thái Nguyên đã và đang tiêu thụ tốt tại thị trường Hoa Kỳ, Canada, Đức, Pháp ..., các mặt hàng nông sản của Tỉnh đang được xuất khẩu sang các nước Châu Á và một số nước Trung Đông, mặt hàng quặng đã qua chế biến chủ yếu xuất khẩu sang Trung Quốc, và một số nước Đông Nam Á ..., một số mặt hàng là dụng cụ y tế xuất sang thị trường Nhật Bản... Điều này cho thấy Thái Nguyên đã tận dụng cơ hội của hội nhập quốc tế để mở rộng thị trường xuất khẩu. Tuy nhiên, số thị trường mở rộng xuất khẩu qua các năm tăng không đáng kể, cao nhất là năm 2013 xuất khẩu sang thị trường 51 nước tăng 2% so với năm 2012, so với năm 2007 tăng được 19 nước.

Giá trị kim ngạch xuất khẩu chủ yếu tập trung vào một số thị trường lớn, còn lại là những thị trường khác đạt giá trị xuất khẩu rất ít. Thị trường xuất khẩu lớn nhất là thị trường nước Mỹ, đạt cao nhất là năm 2010 với 37.786 nghìn USD chiếm 38,2% tổng kim ngạch xuất khẩu trong năm, sau đó đến Trung Quốc, cao nhất là năm 2007 chiếm 13,9% tổng kim ngạch xuất khẩu trong năm, tương đương 9.044 nghìn USD. Tuy nhiên, giá trị xuất khẩu sang Trung Quốc giảm dần qua các năm trong giai đoạn nghiên cứu, đến năm 2013 chỉ chiếm 4,6%. Giá trị kim ngạch xuất khẩu sang Đài Loan, Nhật Bản tương đối khá, chiếm tỷ trọng khoảng từ 6 – 11%, năm 2007 thị trường Anh chiếm tỷ trọng 9,3%, đến 2010 giảm đáng kể với 2,7%, năm 2012 tăng lên đến 4,6% và năm 2013 chỉ chiếm tỷ trọng 2,5%. Còn lại các thị trường Campuchia, Indonesia, Mexico... chiếm tỷ trọng thấp và không ổn định trong giai đoạn.

Như vậy có thể thấy rằng, thị trường xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên khá đa dạng và phong phú, nhưng chỉ tập trung một số thị trường chủ yếu và tỷ trọng xuất khẩu tăng giảm không ổn định, điều này sẽ gây nguy cơ bất ổn đối với tăng trưởng xuất khẩu khi thị trường các nước này có biến động lớn.

Bảng 2.5. Mười thị trường xuất khẩu hàng hóa lớn nhất của tỉnh Thái Nguyên

Thị trường	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013	
	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)
Mỹ	16.630	25,7	34.938	29,1	21.678	31,4	37.786	38,2	45.791	32,2	41.621	30,5	46.987	25,7
Trung Quốc	9.044	13,9	14.736	12,3	7.647	11,1	7.679	7,8	8.655	6,1	7.926	5,8	8.345	4,6
Anh	6.063	9,3	10.776	8,9	5.372	7,8	2.664	2,7	2.010	1,4	6.238	4,6	4.566	2,5
Đài loan	5.880	9,1	7.456	6,2	5.640	8,2	9.376	9,5	8.630	6,1	13.837	10,1	9.566	5,2
Nhật Bản	4.353	6,7	4.543	3,8	7.317	10,5	12.122	12,3	16.453	11,6	19.011	13,9	20.466	11,2
Pakixtan	3.321	5,1	3.785	3,2	3.592	5,2	4.461	3,1	6.287	4,4	6.709	4,9	7.057	3,9
Mêhicô	3.306	5,1	2.658	2,2	3.670	5,3	1.308	1,3	2.569	1,8	2.291	1,7	2.768	1,5
Indonesia	3.100	4,8	3.457	2,9	2.327	3,4	3.343	3,4	1.789	1,3	1.256	0,9	2.898	1,6
Camphuchia	3.042	4,8	4.082	3,3	1.208	1,7	1.699	1,7	1.789	1,2	1.747	1,2	1.968	1,0
Canada	2.925	4,5	2.936	2,4	3.015	4,4	5.275	5,3	4.488	3,2	4.892	3,6	4.667	2,6

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

b) Nhập khẩu

Cùng với sự gia tăng hoạt động xuất khẩu, hoạt động nhập khẩu của tỉnh trong thời gian qua cũng tăng với tốc độ khá, giai đoạn 2007-2013 tăng khoảng 19,38%/ năm thấp hơn so với mức tăng 25,97%/năm của giá trị xuất khẩu cùng giai đoạn. Tốc độ tăng trưởng kim ngạch của cả nước ổn định hơn của tỉnh Thái Nguyên, bình quân trong giai đoạn của cả nước là 17,82%, trong đó kim ngạch nhập khẩu cao nhất là năm 2012 đạt 114.347 triệu USD nhưng tốc độ cao nhất là năm 2007 tăng 39,815 tương ứng 62.764 triệu USD. Tốc độ tăng kim ngạch nhập khẩu của tỉnh cao nhất là năm 2013 đạt 542,604 triệu USD tăng 41,48% so với năm 2012, thấp nhất là năm 2009 giảm 7,30% so với năm trước, tốc độ tăng bình quân cả giai đoạn không ổn định; trong đó chủ yếu là nhập khẩu trực tiếp (chiếm 96,4), lượng hàng nhập khẩu theo hình thức uỷ thác chỉ chiếm một lượng rất nhỏ (3,6%). Tuy nhiên, tỷ trọng kim ngạch nhập khẩu của tỉnh Thái Nguyên so với cả nước chỉ đạt 0,31% bình quân trong giai đoạn.

Bảng 2.6. Kim ngạch nhập khẩu hàng hóa của cả nước và tỉnh Thái Nguyên

Năm	Cả nước		Thái nguyên		Tỷ trọng TN/cả nước (%)
	Kim ngạch (Triệu USD)	Tốc độ tăng (%)	Kim ngạch (Triệu USD)	Tốc độ tăng (%)	
2007	62.764	39,81	200,374	15,38	0,32
2008	80.713	28,60	207,667	3,63	0,26
2009	69.948	-13,34	192,542	-7,30	0,28
2010	84.839	21,23	301,262	56,46	0,36
2011	106.750	25,82	360,208	19,56	0,33
2012	114.347	7,11	383,513	6,46	0,33
2013	132.120	15,54	542,604	41,48	
Tốc độ tăng BQ giai đoạn		17,82		19,38	0,31

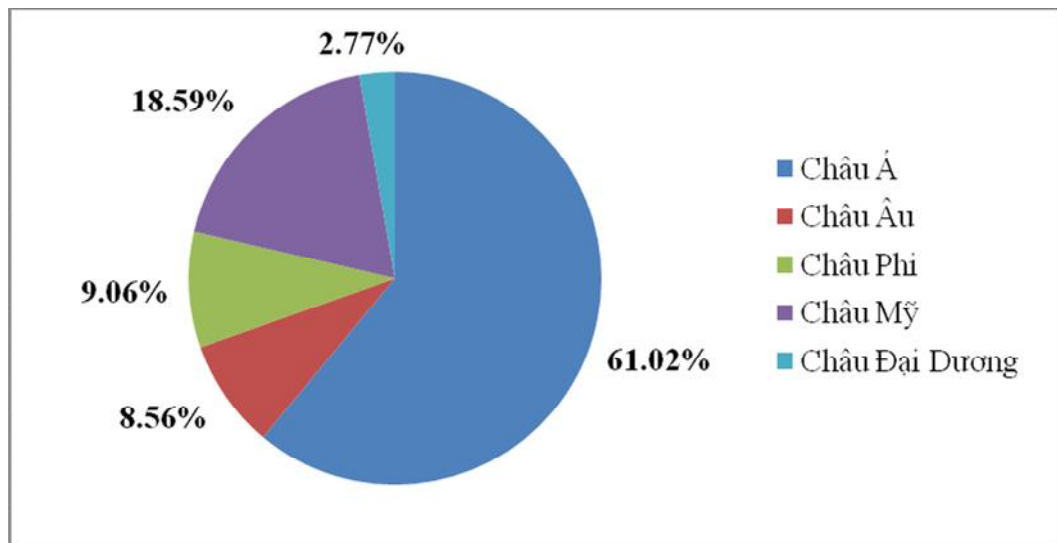
(Nguồn: Bộ Công Thương, Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên)

Cùng với việc thúc đẩy xuất khẩu, các biện pháp kiểm soát nhập khẩu của cả nước nói chung và của tỉnh Thái Nguyên nói riêng đã được thực hiện, nhất là các nhóm mặt hàng trong nước đã sản xuất được và đảm bảo chất lượng. Cơ quan quản lý nhà nước của tỉnh luôn có sự rà soát, điều chỉnh, bổ sung, công bố các danh mục các mặt hàng không thiết yếu, danh mục mặt hàng trong nước đã sản xuất được, danh mục sản phẩm hàng hóa nhập khẩu tiềm ẩn nguy cơ gây mất an toàn cho sản xuất và đời sống.

Theo chỉ tiêu bền vững, giá trị kim ngạch nhập khẩu phải tăng trưởng ổn định, duy trì liên tục trong thời gian dài từ 5-10 năm thì có thể thấy tốc độ tăng không ổn định trong giai đoạn, chưa đảm bảo sự bền vững, nhưng với các giải pháp đã thực hiện, nhập khẩu hàng hóa của tỉnh chuyển biến theo chiều hướng tích cực, tốc độ kim ngạch nhập khẩu thấp hơn hẳn so với kim ngạch xuất khẩu.

*** Thị trường nhập khẩu hàng hóa của tỉnh Thái Nguyên**

Thị trường nhập khẩu hàng hóa của tỉnh Thái Nguyên năm 2007 là 26 nước và khu vực, thấp hơn so với thị trường xuất khẩu, trong đó thị trường nhập khẩu lớn nhất của tỉnh trong 5 Châu vẫn là Châu Á năm 2007 là 178.227 nghìn USD tăng lên 330.314 nghìn USD trong năm 2013 chiếm 61,02% giá trị kim ngạch nhập khẩu toàn tỉnh, sau đó đến thị trường Châu Mỹ năm 2013 là 100,631 nghìn USD chiếm 18,59% thị trường xuất khẩu của cả tỉnh, thấp nhất là Châu Đại Dương là 14.994 nghìn USD chỉ chiếm 2,77%.



Hình 2.2. Thị trường nhập khẩu của tỉnh Thái Nguyên năm 2013

(Nguồn: Bộ Công Thương, Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên)

Tại thị trường Châu Phi, năm 2006 thị trường nhập khẩu của tỉnh không có thị trường Châu Phi, đến năm 2007 nhập khẩu tại thị trường này là 5.795 nghìn USD đến năm 2013 kim ngạch nhập khẩu tăng lên đáng kể với giá trị là 49.043 nghìn USD chiếm 9,06% tổng kim ngạch nhập khẩu của cả tỉnh, cao hơn so với thị trường nhập khẩu của Châu Âu.

Bảng 2.7. Thị trường nhập khẩu của tỉnh Thái Nguyên***ĐVT: 1000USD***

Giá trị	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nhập khẩu	200.374	207.667	192.542	301.262	360.208	383.513	542.604
I. NK trực tiếp	194.044	201.214	187.467	290.701	347.611	374.500	541.322
1. Châu Á	178.227	168.167	89.271	139.318	202.919	208.735	330.314
- Đông Á	164.743	132.090	74.483	133.297	165.499	184.333	231.446
- Trung Nam Á	754	2.526	4.828	3.431	8.973	10.640	25.567
- Đông Nam Á	12.730	33.055	9.675	2.590	28.364	10.700	26.006
- Tây Á	-	496	285	-	83	3.062	47.295
2. Châu Âu	2.087	10.391	60.450	70.111	38.589	60.244	46.337
- Đông Âu	132	3.270	50.436	62.308	35.375	48.018	34.345
- Bắc Âu	-	49	3.891	-	-	4.204	5.734
- Nam Âu	843	4.553	1.832	515	1.845	2.555	4.788
- Tây Âu	1.112	2.519	4.291	7.288	1.369	5.467	1.470
3. Châu Phi	5.795	4.684	10.014	20.513	33.519	31.525	49.043
- Đông Phi	-	-	-	-	-	2.966	6.043
- Trung Phi	-	3.268	4.373	-	-	6.009	7.445
- Tây Phi	5.795	-	692	20.513	33.519	13.880	25.432
- Nam Phi	-	1.416	4.949	-	-	8.670	10.123
4. Châu Mỹ	7.935	16.389	27.675	60.755	88.388	66.739	100.631
- Mỹ Latinh	-	666	8.894	27.340	15.145	1.555	3.453
- Caribe	-	-	-	-	15.145	1.555	4.783
- Trung Mỹ	-	-	3.325	318	25.032	8.230	12.341
- Nam Mỹ	-	345	-	1.436	826	9.668	18.452
- Bắc Mỹ	7.935	15.378	15.456	31.661	47.385	47.286	61.602
5. Châu ĐĐ	-	1.583	57	31.651	995	7.257	14.997
II. Ủy Thác NK	6.330	6.453	5.075	10.561	12.597	9.013	1.282
Số nước NK	26	35	43	47	50	72	73

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

Tại thị trường Châu Phi, mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là máy móc thiết bị của các doanh nghiệp nhập khẩu để tạo tài sản cố định theo các dự án đầu tư, hoặc nhập khẩu máy móc thiết bị nhằm đổi mới công nghệ và nhập khẩu nguyên, vật liệu, phụ tùng thay thế của máy móc thiết bị trong nước chưa sản xuất được.

Qua bảng số liệu 2.7 có thể thấy, Châu Á luôn củng cố vị thế nhà cung cấp hàng đầu hàng hóa nhập khẩu cho Thái Nguyên, ngoài Mỹ ra thì các nhà cung cấp lớn nhất năm 2013 là Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Hồng Kông... Năm 2007 giá trị kim ngạch nhập khẩu từ Trung Quốc chiếm 75,1% tổng kim ngạch nhập khẩu trong năm, tương đương 150.390 nghìn USD, đến năm 2013 chỉ chiếm 26,3% tương đương 143.240 nghìn USD. Năm 2007, giá trị kim ngạch nhập khẩu từ Nhật Bản chỉ đạt 1,8% đến năm 2013 tăng lên 10,1%.

Những xu hướng chuyển dịch tích cực là tăng nhập khẩu từ Hồng Kông, Hàn Quốc hay là sự giảm dần thị phần của Trung Quốc, hay sự tăng dần thị phần nhập khẩu từ Mỹ, Nhật bản, những thị trường công nghệ nguồn... Năm 2007 giá trị kim ngạch nhập khẩu từ Trung Quốc chiếm 75,1% tổng kim ngạch nhập khẩu trong năm nhưng sụt giảm mạnh vào những năm tiếp theo, năm 2012 chỉ chiếm 12,4 đến năm 2013 tăng lên 26,3, có thể thấy rằng Trung Quốc là thị trường nhập khẩu chủ yếu của Thái Nguyên, nhưng có xu hướng giảm dần qua các năm. Mỹ cũng là một thị trường nhập khẩu quan trọng của tỉnh, mặc dù tỷ trọng ổn định hơn nhưng giá trị nhập khẩu thấp hơn Trung Quốc. Còn lại Nhật Bản, Hàn Quốc, Hồng Kông chiếm tỷ trọng khoảng 1,5- 10% trong tổng kim ngạch nhập khẩu trong năm.

Tuy nhiên, giá trị kim ngạch nhập khẩu từ các thị trường này không ổn định, đem lại những rủi ro cao trong quá trình PTTMBV địa phương khi thị trường các nước này gặp bất ổn về kinh tế.

Bảng 2.8. Năm thị trường nhập khẩu hàng hóa lớn nhất của tỉnh Thái Nguyên

Thị trường	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013	
	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)	Kim ngạch 1000USD	Tỷ trọng (%)
Trung Quốc	150.390	75,1	71.909	34,6	22.335	11,6	32.084	10,6	127.591	35,4	47.609	12,4	143.240	26,3
Mỹ	6.824	3,4	13.388	6,4	15.446	8,0	31.651	10,5	47.385	13,2	47.240	12,3	50.345	9,2
Hồng Kong	5.428	2,7	7.385	3,6	7.507	3,9	6.109	2,0	7.113	2,0	6.607	1,7	8.766	1,6
Nhật Bản	3.668	1,8	2.896	1,4	4.756	2,5	4.997	1,7	15.074	4,2	88.083	23,0	54.660	10,1
Hàn Quốc	3.536	1,8	9.130	4,3	7.438	3,9	12.018	4,0	5.832	1,6	34.211	8,9	10.566	1,9

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

c) Cán cân thương mại

Bảng 2.9. Cán cân thương mại của tỉnh Thái nguyên

Năm	Kim ngạch nhập khẩu (1000USD)	Kim ngạch xuất khẩu (1000USD)	Nhập siêu (1000USD)	Tỷ lệ nhập siêu (%)
2007	200.374	64.744	135.630	209,4
2008	207.667	120.080	195.659	162,9
2009	192.542	69.071	123.471	178,8
2010	301.262	98.854	202.408	204,8
2011	360.208	142.269	217.939	153,2
2012	383.513	136.626	246.887	180,7
2013	542.604	182.656	359.948	197,1

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

Hoạt động xuất nhập khẩu của tỉnh đã có những bước tăng trưởng khá. Mặc dù còn nhiều khó khăn nhưng các doanh nghiệp xuất khẩu trên địa bàn có nhiều chủ động tìm kiếm, duy trì thị trường đối với các mặt hàng xuất khẩu chủ lực như: may mặc, chè, dụng cụ y tế và một số sản phẩm mới. Kim ngạch nhập khẩu tăng khá nhanh từ năm 2007 cho đến nay, cung cấp đáng kể nguồn hàng quan trọng phục vụ sản xuất, kinh doanh và tiêu dùng. Tuy nhiên, giá trị hàng hóa nhập khẩu luôn lớn hơn giá trị hàng hóa xuất khẩu, cán cân thương mại qua các năm trong giai đoạn luôn của tỉnh Thái Nguyên luôn trong tình trạng nhập siêu, tỷ lệ nhập siêu cao nhất là năm 2007 với 209,4%, thấp nhất là năm 2011 với 153,2%. Chứng tỏ rằng, nền kinh tế phụ thuộc rất lớn vào thị trường bên ngoài, tạo ra sự bất ổn trong quá trình phát triển kinh tế nói chung và quá trình PTTMBV nói riêng.

2.1.1.4. Độ mở của nền kinh tế

Toàn cầu hóa và HNQT tiếp tục phát triển về quy mô, mức độ và hình thức biểu hiện. Việc tham gia vào mạng sản xuất và chuỗi giá trị gia tăng kinh tế toàn cầu trở thành tất yếu khách quan đối với PTBV mỗi quốc gia. Theo dự báo của nhiều tổ chức quốc tế lớn và uy tín, từ nay đến năm 2020 và sau đó xa hơn, hòa bình, toàn cầu hóa, tự do hóa thương mại, cạnh tranh và ổn định tiếp tục là những đặc điểm trên thế giới và khu vực Đông Nam Á. Điều đó tạo ra cơ hội lớn cho Việt Nam nói chung và Thái Nguyên nói riêng tăng độ mở nền kinh tế.

Thông qua giá trị XNK và GDP, tác giả đã quy đổi giá trị GDP sang 1000 USD, vận dụng công thức $H = \text{XNK}/\text{GDP}$ tính toán trong bảng số liệu, cho thấy độ mở của nền kinh tế tỉnh Thái Nguyên rất thấp và không ổn định qua các năm trong giai đoạn, năm 2013 cao nhất là 0,45 đến năm sau đó là năm 2007, 2011 đạt 0,41-0,42, thấp nhất là năm 2009 chỉ đạt 0,29. Điều đó cho thấy, vấn đề mở cửa hội nhập giao thương trên thị trường quốc tế của tỉnh chưa được coi trọng, nền kinh tế chưa tận dụng, khai thác thế mạnh nội lực, tranh thủ thị trường, nguồn lực bên ngoài để mở cửa hội nhập. Xét theo chỉ tiêu bền vững thì chỉ tiêu này không đạt mức chỉ tiêu đề ra là $H > 1$. Vì vậy, để tiến xa trong vấn đề hội nhập, cần có chiến lược cụ thể, chuẩn bị các nguồn lực, nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất nhập khẩu, năng lực cạnh tranh của nền kinh tế, để khi hội nhập sâu vào thị trường quốc tế nền kinh tế Thái Nguyên vốn ở trình độ phát triển thấp, sẽ không dễ bị tổn thương với những cú sốc bên ngoài, những biến động thị trường quốc tế khó làm cho nền kinh tế của tỉnh dễ rơi vào “bẫy tự do thương mại”, cải thiện những rủi ro bất ổn của nền kinh tế.

Bảng 2.10. Độ mở của nền kinh tế tỉnh Thái nguyên

ĐVT: 1000 USD

Giá trị	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
NK	200.374	207.667	192.542	301.262	360.208	383.513	542.604
XK	64.744	120.080	69.071	98.854	142.269	136.626	182.656
GDP	624.889	821.296	882.116	1.047.189	1.221.843	1.413.865	1.601.221
H	0,42	0,4	0,29	0,38	0,41	0,37	0,45
TB giai đoạn: 0,38							

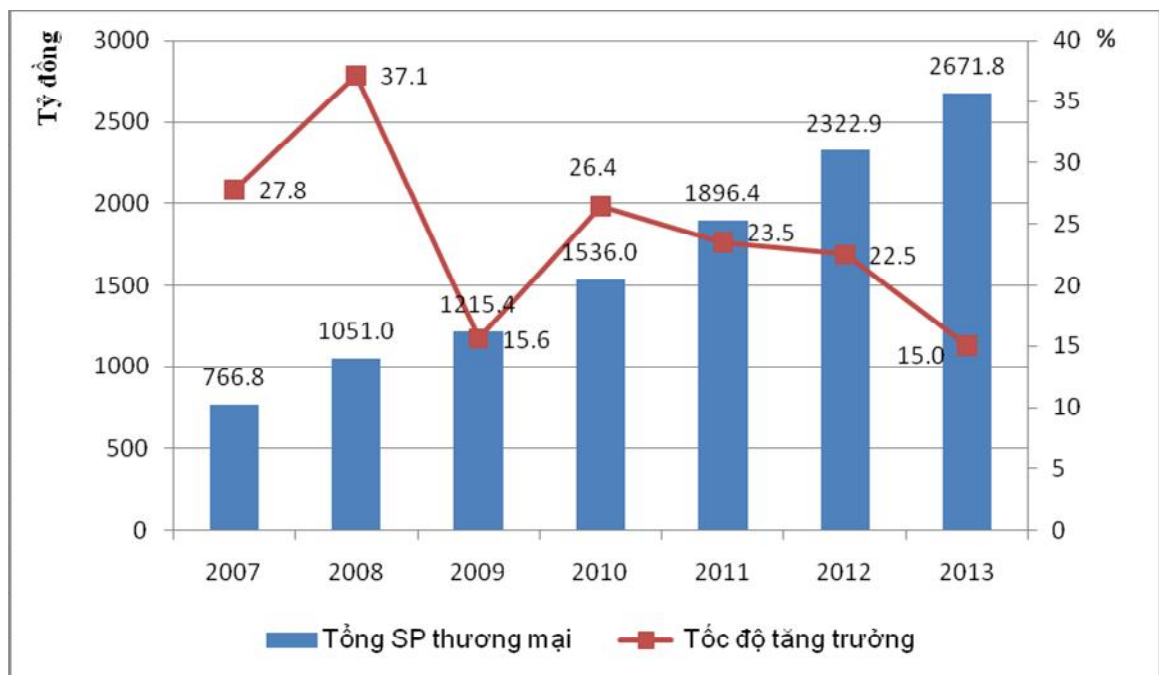
(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

2.1.2. Chất lượng tăng trưởng của thương mại trên địa bàn

2.1.2.1. Đóng góp của thương mại trong GDP

Trong giai đoạn 2007- 2013, hoạt động thương mại tỉnh Thái Nguyên đã đạt nhiều thành tựu quan trọng, có mức tăng trưởng khá cao trong giai đoạn vừa qua, giá trị tổng sản phẩm của thương mại năm 2007 là 766,8 tỷ đồng đến năm 2013 là

2.671,8 tỷ đồng tăng 1.905 tỷ đồng tăng 15% so với năm 2012, trung bình cả giai đoạn là 1.637,2 tỷ đồng. Tốc độ tăng trưởng có xu hướng giảm dần vào những năm cuối của giai đoạn nghiên cứu. Với số liệu như vậy có thể thấy rằng, mặc dù thời gian qua do ảnh hưởng nền kinh tế thế giới tạo ra tốc độ tăng giảm không ổn định, nhưng giá trị và tốc độ thương mại của tỉnh Thái Nguyên vẫn chiếm giá trị và tốc độ khá cao so với cả nước.



Hình 2.3. GDP thương mại theo giá hiện hành của tỉnh Thái Nguyên

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên)

Trong giai đoạn 2007-2013, hoạt động thương mại Thái Nguyên đã đóng góp vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế chung của tỉnh. Tính riêng năm 2007, GDP ngành thương mại chiếm 20,9% GDP của khu vực dịch vụ và chiếm 7,6% GDP toàn tỉnh, cao nhất trong giai đoạn, năm 2013 mặc dù ảnh hưởng suy thoái của nền kinh tế nhưng GDP của thương mại vẫn tăng so với năm 2012 và chiếm 20,4% trong khu vực dịch vụ và chiếm 7,9% trong tổng GDP toàn tỉnh. Với tỷ trọng như vậy, có thể thấy rằng tỷ trọng còn khiêm tốn, chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có nhưng đã có sự đóng góp vào sự phát triển chung của tỉnh Thái Nguyên.

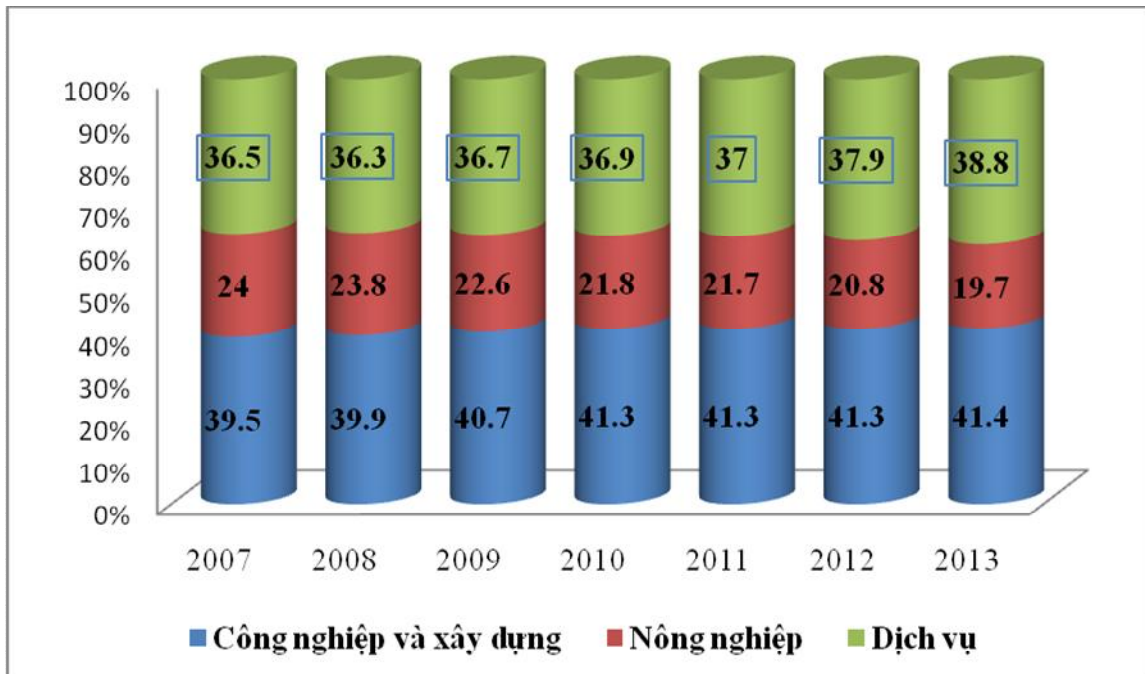
Bảng 2.11. Đóng góp của thương mại trong GDP tỉnh Thái Nguyên

GDP	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
GDP - Tỷ đồng							
Tỉnh	10.062,6	13.509,5	16.297,1	19.825,4	25.418,0	29.722,7	33.683,3
C.nghiệp và XD	3.978,6	5.384,7	6.634,1	8.191,2	10.491,2	12.277,7	13.957,2
Nông, lâm nghiệp	2.414,9	3.218,3	3.683,9	4.313,2	5.501,3	6.176,0	6.650,2
Dịch vụ	3.669,2	4.906,6	5.979,0	7.320,9	9.425,5	11.269,0	13.076,0
<i>Trong đó: Thương mại</i>	<i>766,8</i>	<i>1.051,0</i>	<i>1.215,4</i>	<i>1.536,0</i>	<i>1.896,4</i>	<i>2.322,9</i>	<i>2.671,8</i>
Cơ cấu - %							
Tỉnh	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
C.nghiệp và XD	39,5	39,9	40,7	41,3	41,3	41,3	41,4
Nông, lâm nghiệp	24,0	23,8	22,6	21,8	21,7	20,8	19,7
Dịch vụ	36,5	36,3	36,7	36,9	37,0	37,9	38,8
Đóng góp của Thương mại - %							
<i>Thương mại/DV</i>	<i>20,9</i>	<i>21,4</i>	<i>20,3</i>	<i>21,0</i>	<i>20,1</i>	<i>20,6</i>	<i>20,4</i>
<i>Thương mại/ GDP</i>	<i>7,6</i>	<i>7,8</i>	<i>7,5</i>	<i>7,7</i>	<i>7,5</i>	<i>7,8</i>	<i>7,9</i>

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên, xử lý của tác giả)

Điều đó cho thấy thương mại đóng góp vào tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của cả tỉnh theo hướng tích cực. Năm 2007, trong cơ cấu kinh tế của tỉnh công nghiệp và xây dựng chiếm 39,5%, dịch vụ chiếm 36,5% trong những năm tiếp theo hai ngành kinh tế này đều tăng qua các năm, đến năm 2013 ngành công nghiệp và xây dựng tăng lên, chiếm tỷ trọng cao nhất là 41,4%, dịch vụ 38,8%. Riêng có ngành nông, lâm nghiệp giảm dần qua các năm, năm 2007 chiếm 24,0% đến năm 2013 chỉ còn 19,7%. Như vậy, với đóng góp trung bình 7,7%/GDP trong giai đoạn

2007-2013 ngành thương mại đã đóng góp vai trò trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh theo hướng tích cực và đúng hướng.



Hình 2.4. Cơ cấu kinh tế của tỉnh Thái Nguyên 2007-2013

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên, xử lý của tác giả)

Sự phát triển của ngành thương mại giúp nâng cao trình độ phát triển kinh tế, bù đắp thiếu hụt của sản xuất và nguồn cung hàng hóa của tỉnh, góp phần ổn định kinh tế xã hội. Tuy nhiên, do ảnh hưởng nền kinh tế chung nên mức đóng góp của thương mại không ổn định qua các năm, chưa đạt mức đề ra của chỉ tiêu bền vững tạo ra bất ổn không nhỏ trong lộ trình phát triển kinh tế nói chung và thương mại nói riêng.

2.1.2.2. Cơ cấu nhóm hàng hóa lưu thông và xuất nhập khẩu

a) Cơ cấu các nhóm hàng, mặt hàng lưu thông

Hàng hóa lưu thông trên thị trường Thái Nguyên được định hình và củng cố với sự tham gia của các loại hình thương nhân thuộc mọi thành phần kinh tế, đã tạo ra hướng liên kết hoặc thâm nhập lẫn nhau giữa thương mại và sản xuất thích ứng với đặc điểm thương phẩm và quy trình công nghệ kinh doanh của từng chủng loại hàng hóa, như các mặt hàng xăng dầu, phân bón, xi măng, hàng tiêu dùng khác...

Hàng hóa lưu thông vận động theo các kênh chủ yếu như hàng nông sản thực phẩm từ sản xuất trong tỉnh (chủ yếu từ nông thôn) đến tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, vật tư và hàng công nghiệp từ sản xuất tại tỉnh, trong nước, nhập khẩu đến tiêu dùng trong tỉnh và xuất khẩu.

- Nhóm hàng hóa nông sản, thực phẩm: đặc thù của ngành nông sản thực phẩm là sản xuất phân tán trên địa bàn rộng, chủ thể sản xuất chủ yếu là các hộ nông dân với quy mô nhỏ, sản phẩm phân tán, thiếu đồng đều, chất lượng thấp, giá thành cao phần lớn là bán thô, đơn vị thu mua tự bảo quản, bao gói, vận chuyển. Đặc thù trên đây chi phối việc tổ chức các kênh lưu thông hàng nông sản thực phẩm. Do đó, các kênh lưu thông hàng nông sản Thái Nguyên tập trung ở các nhóm hàng sau:

+ Nhóm hàng hóa nông sản không hoặc ít qua chế biến công nghiệp: hàng hóa này đi từ người sản xuất (hộ gia đình nông dân) đến tiêu dùng tại tỉnh qua các chợ, các cửa hàng, quầy hàng của thương nhân và đến thị trường ngoài nước qua các doanh nghiệp xuất khẩu (chủ yếu là các doanh nghiệp trong tỉnh) hoặc từ người sản xuất qua khâu trung gian là thương nhân mua gom, dự trữ, bảo quản, sơ chế rồi qua mạng lưới phân phối để đi tiếp đến tiêu dùng trong nước và xuất khẩu thông qua các doanh nghiệp xuất khẩu.

+ Nhóm hàng hóa nông sản phải qua chế biến công nghiệp: hàng hóa này có sự liên kết giữa hộ gia đình nông dân với cơ sở chế biến, giữa nhà chế biến với nhà buôn hoặc liên kết tay ba (nông dân, nhà sản xuất chế biến, thương nhân) với tư cách là một khâu trung gian vừa thu mua vừa chế biến, dự trữ, bảo quản, rồi từ đó qua mạng lưới phân phối, hàng hóa tiếp tục đi đến người tiêu dùng và xuất khẩu.

- Nhóm hàng vật tư, công nghiệp tiêu dùng: do đặc thù của ngành hàng này là sản xuất tương đối tập trung, nhưng tiêu dùng lại phân tán trong phạm vi toàn tỉnh, tính chất của sản xuất khá rõ, dễ bảo quản, bao gói, vận chuyển, chất lượng và giá thành khá cao, chiếm tỷ lệ ít hơn hàng nông sản thực phẩm trên địa bàn tỉnh. Người sản xuất và nhà buôn sát gần nhau, nhiều thị trường đã, đang, sẽ liên kết, hợp nhất thành một chủ thể duy nhất.

Bảng 2.12. Cơ cấu nhóm hàng hóa lưu thông của tỉnh Thái Nguyên***ĐVT: %***

Nhóm hàng	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Nông sản thực phẩm	64	71	62	57	62	51	50
Vật tư, CN tiêu dùng	28	17	28	37	29	36	40
Vật phẩm, VH, giáo dục và các nhóm hàng khác	8	12	10	6	9	13	10

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên, xử lý của tác giả)

Nhìn chung, trong cơ cấu nhóm hàng lưu thông trên địa bàn tỉnh, hàng hóa nông sản thực phẩm chiếm chủ yếu trên thị trường, năm 2013 chiếm khoảng 50%, hàng vật tư, công nghiệp tiêu dùng chiếm tỷ lệ khoảng 40%, còn lại 10% là nhóm hàng vật phẩm, văn hóa, giáo dục và các loại hàng khác, khối lượng hàng hóa vận chuyển trên địa bàn năm 2007 đạt 7.942 nghìn tấn, năm 2013 đạt 18.615,3 nghìn tấn tăng 10.673 nghìn tấn. Điều đó cho thấy rằng, hàng hóa lưu thông trên địa bàn phong phú, đa dạng, đáp ứng cơ bản nhu cầu sản xuất và tiêu dùng. Tuy nhiên, trong cơ cấu nhóm hàng hóa thì chủ yếu tồn tại nhiều sản phẩm thô, không hoặc ít qua chế biến nhất là những mặt hàng nông sản thực phẩm, những mặt hàng chất lượng cao, chế biến chiếm tỷ trọng chưa nhiều, do hạn chế về đầu tư KHCN cũng như nguồn lực tay nghề cao, chưa đảm bảo chỉ tiêu bền vững.

*** Cơ cấu các nhóm hàng, mặt hàng xuất khẩu chủ yếu**

Năm 2007, sản phẩm may của tỉnh xuất khẩu là 5.036 nghìn sản phẩm đến năm 2013 do đầu tư máy móc thiết bị và khoa học công nghệ xuất khẩu được 26.411 nghìn sản phẩm tăng 21.375 nghìn sản phẩm, bên cạnh đó tốc độ xuất khẩu mặt hàng quặng titan không ổn định nhưng cũng là mặt hàng chiếm tỷ trọng lớn trong kim ngạch xuất khẩu, cao nhất là năm 2007 với 40.130 tấn. Khối lượng mặt hàng chè chiếm khá lớn và tương đối ổn định qua các năm, những kết quả đó thể hiện cụ thể qua số liệu như sau:

Bảng 2.13. Một số mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của tỉnh Thái Nguyên

Mặt hàng	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Thiếc	Tấn	424	439	119	79	60	90	200
Sản phẩm may	Nghìn Sp	5.036	6.590	4.697	7.730	14.352	10.200	26.411
Giấy đế	Tấn	4.878	4.000	4.142	4.908	5.321	3.980	5.080
Chè các loại	Tấn	6.876	5.054	6.165	6.438	6.926	6.505	8.019
Gang	Tấn	3.474	921	389	1.114	1.085	950	914
Thép cán	Tấn	17.872	29.172	887		1.625	1.400	603
Quặng ti tan	Tấn	40.130	6.879	22.800	7.880	10.370	8.780	-
Tinh quặng kẽm sun fua	Tấn	-	-	850	-	270	150	5.000
Tinh quặng chì sun fua	Tấn	1.855	1.336	3.027	824	-	600	-

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên, xử lý của tác giả)

Cơ cấu nhóm hàng xuất khẩu của tỉnh đã được cải thiện nhất định nhờ sự chuyển dịch cơ cấu kinh tế và quá trình công nghiệp hoá, hiện đại hoá. Tỷ trọng của các nhóm, mặt hàng đã qua chế biến tăng dần, chất lượng hàng hóa xuất khẩu đã được nâng lên đáng kể. Một số mặt hàng xuất khẩu của Thái Nguyên đã đủ sức cạnh tranh để giữ vững và tăng nhanh thị phần trên thị trường thế giới như: thiếc, chè khô các loại, hàng may mặc, các sản phẩm kim khí, dụng cụ y tế, thú y, giấy đế

Bảng 2.14. Cơ cấu xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên theo nhóm hàng**DVT: %**

Nhóm hàng	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	TB
Tổng số	100	100	100	100	100	100	100	100
CN nặng và khoáng sản	51	57	33	30	50	15	37	39
CN nhẹ và TTCN	37	37	56	59	42	77	55	51
Nông sản	12	6	11	11	8	8	8	9
Lâm sản	-	-	-	-	-	-	-	-
Thủy sản	-	-	-	-	-	-	-	-

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên, xử lý của tác giả)

Cụ thể, trong giai đoạn tỷ trọng nhóm hàng lâm sản, thủy sản hoàn toàn không có trong tổng cơ cấu xuất khẩu, nhóm hàng nông sản giảm đáng kể từ năm 2007 là 12% xuống còn 9% năm 2013. Tỷ trọng xuất khẩu nhóm hàng công nghiệp nặng và khoáng sản gần như không thay đổi ở mức 51-57% những năm 2007-2008, đến năm 2009-2010 sụt giảm rõ rệt, phục hồi lên 50% vào năm 2011, mặc dù sang năm 2013 lại tăng lên 37%, tốc độ tăng giảm không ổn định nhưng đây cũng là nhóm hàng xuất khẩu có tỷ trọng lớn. Tỷ trọng nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp tăng từ 37% năm 2007 lên mức 59% năm 2010 sau đó giảm vào năm 2011, phục hồi mạnh vào năm 2012 với mức 77%. Đây là xu hướng chuyển dịch tích cực, phù hợp chung với xu hướng chung của thế giới theo các cách, đầu tiên chuyển từ xuất khẩu từ hàng nguyên nhiên liệu thô và nông lâm thủy sản thâm dụng tài nguyên thiên nhiên sang xuất khẩu hàng chế biến, sau đó chuyển từ hàng chế biến truyền thống, thâm dụng lao động sang xuất khẩu hàng công nghiệp chế biến sâu, thâm dụng vốn và công nghệ.

Với tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu hàng công nghiệp đạt mức cao như hiện nay (92% năm 2013), xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên về cơ bản đã thể hiện rõ nét xu thế công nghiệp hóa. Tuy nhiên, nhóm hàng công nghiệp nhẹ và tiểu thủ công nghiệp có hàm lượng công nghệ cao, chế biến sâu chưa đạt mức chỉ tiêu bền vững đề ra là > 50% trong tổng giá trị nhóm hàng xuất khẩu, trung bình giai đoạn đạt 51% nhưng tăng giảm không ổn định qua các năm.

*** Cơ cấu các nhóm hàng, mặt hàng nhập khẩu chủ yếu**

Mặt hàng nhập khẩu chủ yếu là máy móc thiết bị của các doanh nghiệp nhập khẩu để tạo tài sản cố định theo các dự án đầu tư, hoặc nhập khẩu máy móc thiết bị nhằm đổi mới công nghệ và nhập khẩu nguyên, vật liệu, phụ tùng thay thế của máy móc thiết bị trong nước chưa sản xuất được và các mặt hàng phụ liệu ngành may, phôi thép, sắt thép các loại, than cốc, than mỡ, gạch bột chịu lửa, phân bón...

Bảng 2.15. Một số mặt hàng nhập khẩu chủ yếu của tỉnh Thái Nguyên

Mặt hàng	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Thực phẩm chế biến	1000 usd	-	-	-	-	-	2.265	-
Phụ liệu may mặc	1000 usd	18.753	28.541	21.169	47.392	35.772	32.654	30.776
Thép phế, thép thành phẩm	Tấn	68.496	65.443	174.856	220.100	255.767	230.120	211.529
Phôi thép	Tấn	200.454	119.435	120.195	115.037	80.812	1.146	137.925
Than cốc	Tấn	31.791	30.594	4.027	1.408	21.009	5.546	9.735
Than mỡ	Tấn	33.902	22.556	10.785	15.194	-	8.455	-
Gạch, bột chịu lửa	Tấn	910	890	2.183	13.013	6.562	7.189	1.653
Phân bón	Tấn	22.161	4.902	10.013	11.042	9.982	10.200	6.387

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

Trong tổng kim ngạch nhập khẩu của tỉnh thì mặt hàng phôi thép và thép phế chiếm tỷ trọng rất lớn trong tổng kim ngạch, năm 2007 nhập khẩu 200.454 tấn phôi thép tuy nhiên mặt hàng này có xu hướng giảm dần khối lượng nhập khẩu, đến năm 2012 chỉ còn 1.146 tấn, tăng lên trong năm 2013 là 137.925. Thép phế năm 2012 đạt kim ngạch nhập khẩu cao nhất với 230.120 tấn. Than cốc cũng là một mặt hàng nhập khẩu với giá trị lớn vào năm 2007, nhưng do nhu cầu sử dụng không ổn định nên giảm đáng kể vào năm 2012 chỉ còn 5.546 tấn... Nhìn chung, khối lượng nhập khẩu của các mặt hàng không ổn định qua các năm.

Bảng 2.16. Cơ cấu nhập khẩu của tỉnh Thái Nguyên theo nhóm hàng**ĐVT: %**

Nhóm hàng	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	TB
Máy móc, thiết bị, dụng cụ, phụ tùng	12	22	23	26	29,5	8,4	43,6	23,5
Nguyên, nhiên, vật liệu	85	76	76	73,5	70	91,5	51,4	74,8
Lương thực	-	-	-	-	-	-	-	-
Thực phẩm	0,01	-	-	0,03	0,01	0,01	-	0,001
Hàng y tế	0,02	-	-	-	-	-	-	-
Hàng khác	3,1	2	1	0,02	0,04	-	5,0	1,6

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

Nhóm hàng nguyên, nhiên, vật liệu chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu nhóm hàng nhập khẩu, cụ thể năm 2007 chiếm 85%, đến những năm sau sụt giảm còn 70% vào năm 2011 nhưng tiếp tục phục hồi 91,5% năm 2012, đến năm 2013 lại giảm chỉ còn 51,4%, mặc dù không ổn định những nhóm hàng này chiếm vị thế chủ yếu. Nhóm hàng máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng năm 2007 mới chỉ chiếm 12% đến năm 2008 tăng đáng kể và cao nhất giai đoạn là năm 2013 với 43,6%, có thể thấy rằng đây là nhóm hàng có tốc độ tăng về tỷ trọng cao nhất trong các nhóm hàng nhập khẩu, đây là máy móc thiết bị của các doanh nghiệp nhập khẩu để tạo tài sản cố định theo các dự án đầu tư, hoặc nhập khẩu máy móc thiết bị nhằm đổi mới công nghệ và nhập khẩu nguyên, vật liệu, phụ tùng thay thế của máy móc thiết bị trong nước chưa sản xuất được. Nhóm hàng thực phẩm, y tế chiếm tỷ trọng rất nhỏ trong cơ cấu nhập khẩu. Điều đó chứng tỏ mức độ tập trung lớn vào nhập khẩu nguyên nhiên liệu, máy móc thiết bị phục vụ cho công nghiệp hóa tỉnh Thái Nguyên và chế biến xuất khẩu của tỉnh, xét theo chỉ tiêu bền vững đề ra tỷ trọng nhóm hàng này đạt > 70% trong tổng giá trị nhóm hàng nhập khẩu, nhưng cần đảm bảo giá trị nhập khẩu ổn định hơn nữa trong lộ trình PTTMBV của tỉnh.

2.1.2.3. Giá trị gia tăng của thương mại

Giá trị gia tăng là chỉ tiêu lõi phản ánh tăng trưởng kinh tế, đồng thời là chỉ tiêu định lượng phản ánh chất lượng tăng trưởng kinh tế, thông thường người ta hay sử dụng một chỉ tiêu tương đối là tỷ lệ giữa giá trị gia tăng (VA) và giá trị sản xuất thương mại (GO) để so sánh và đánh giá mức độ giá trị gia tăng của sản xuất thương mại. Tỷ lệ VA/GO càng cao thì mức độ phát triển của thương mại càng cao và ngược lại.

Trong giai đoạn 2007-2013 giá trị gia tăng VA trung bình của thương mại tỉnh Thái Nguyên là 1.637,2 tỷ đồng, thấp nhất là năm 2007 với 766,8 tỷ đồng, cao nhất là năm 2013 đạt 2.671,8 tỷ đồng. Nhìn chung, giá trị gia tăng trong cả giai đoạn tăng dần qua các năm, xét về tốc độ tăng trưởng thì năm 2008 có tốc độ tăng trưởng cao nhất 37,0%, đến năm 2009 có sự sụt giảm rõ rệt về tốc độ so với năm trước là 15,6%, trung bình cả giai đoạn là 24%.

Bảng 2.17. Giá trị gia tăng thương mại theo giá hiện hành của tỉnh Thái Nguyên

Chỉ tiêu	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
VA	Tỷ đồng	756,4	1.031,3	1.141,6	1.452,6	1.810,5	2.235,4	2.566,7
GO	Tỷ đồng	1.046,6	1.623,9	2.002,5	2.579,9	3.206,7	3.765,0	4.334,7
Tốc độ tăng VA	%	25,8	36,3	10,7	27,2	24,6	23,4	14,8
Tốc độ tăng GO	%	23,9	55,15	23,3	28,8	20,9	17,4	15,2
VA/GO	%	72,3	63,5	57,0	56,3	56,5	59,4	59,2

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên)

Giá trị VA/GO của thương mại cao hơn hẳn so với các ngành kinh tế khác, cụ thể, trung bình trong giai đoạn, giá trị VA/GO của ngành Công nghiệp chế biến, chế tạo đạt 40,3%, giá trị VA/GO của ngành Nghiệp lâm nghiệp đạt 55,6% [20], nhưng tăng giảm không ổn định trong cả giai đoạn, cao nhất là 72,3% năm 2007, thấp nhất là năm 2010 với 56,3%, trung bình của giai đoạn là 60,6%, biểu hiện chất lượng tăng trưởng của thương mại Thái Nguyên khá cao nhưng không ổn định qua các năm. Điều đó chứng tỏ rằng về nội hàm ngành thương mại cũng có thuận lợi để đảm bảo PTBV nhưng tốc độ tăng trưởng không ổn định lại tạo ra những bất ổn trong quá trình phát triển.

2.1.3. Lao động và thu nhập trong lĩnh vực thương mại

2.1.3.1. Lao động trong ngành thương mại so với lao động trên địa bàn tỉnh

Nguồn nhân lực và chất lượng đào tạo nguồn nhân lực sẽ là lợi thế chủ yếu đối với sự nghiệp phát triển kinh tế nói chung và các hoạt động thương mại nói riêng của Thái Nguyên. Dân số trong độ tuổi lao động đang có xu hướng tăng nhanh, tạo nên lực lượng lao động trẻ tương đối dồi dào và có trình độ đào tạo tốt. Điều đó không chỉ cho phép Thái Nguyên phát triển các ngành công nghiệp, thương mại sử dụng nhiều lao động mà còn mở ra khả năng phát triển các ngành công nghiệp có giá trị tăng thêm lớn, qua đó sẽ tạo ra các sản phẩm có sức cạnh tranh cao trên thị trường. Hơn nữa, nếu các ngành sản xuất phát triển và giải quyết được việc làm tốt cho lực lượng lao động này, thì khối lượng thu nhập của dân cư trên địa bàn sẽ tăng lên mạnh mẽ và khối lượng cầu có khả năng thanh toán, cũng như cầu được thực hiện trên thị trường ngày càng cao hơn.

Thương mại phát triển có tác động tích cực đối với lao động và việc làm, hơn nữa thương mại còn giúp nâng cao trình độ, kỹ năng của người lao động và tạo chuyển biến lớn trong vấn đề chuyển dịch cơ cấu lao động từ nông thôn sang thành thị, từ lao động nông nghiệp sang lao động công nghiệp và dịch vụ thúc đẩy quá trình CNH-HĐH đất nước.

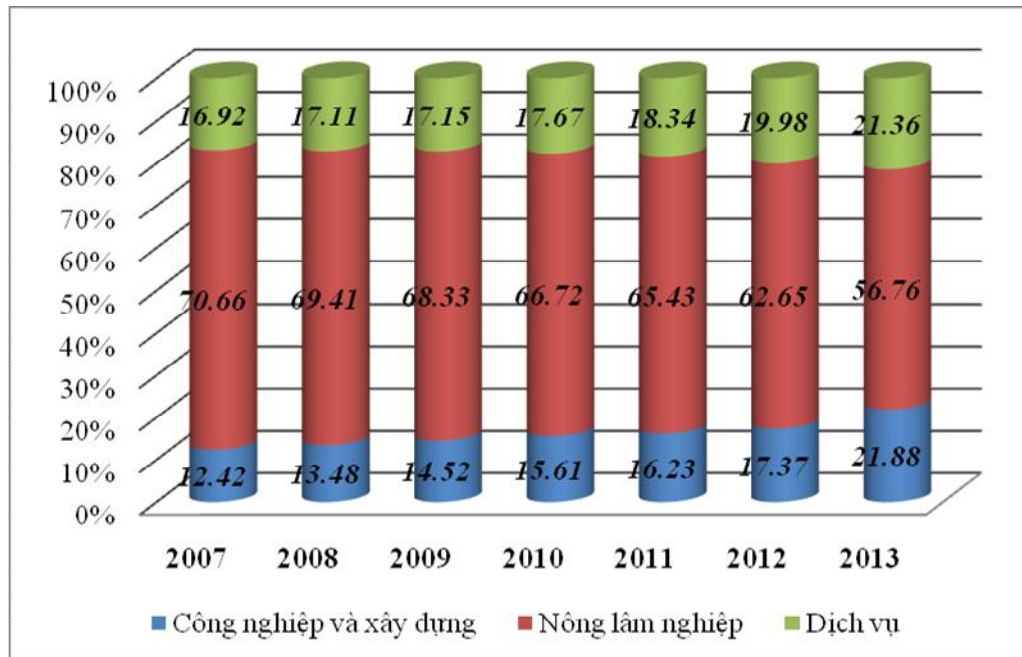
Bảng 2.18. Số lao động đang hoạt động phân theo ngành kinh tế của tỉnh Thái Nguyên

Lao động	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tỉnh	người	631.217	648.499	665.652	677.070	686.317	694.140	709.393
CN và XD	người	78.170	87.405	96.637	105.660	111.418	120.595	155.212
NLN và thủy sản	người	445.449	450.145	454.840	451.750	449.047	434.862	402.626
Dịch vụ	người	107.598	110.949	114.175	119.660	125.852	138.683	151.555
<i>Thương mại</i>	<i>người</i>	<i>39.456</i>	<i>39.833</i>	<i>41.564</i>	<i>43.173</i>	<i>46.620</i>	<i>47.810</i>	<i>49.966</i>
<i>Thương mại/ tỉnh</i>	<i>%</i>	<i>6,3</i>	<i>6,1</i>	<i>6,2</i>	<i>6,4</i>	<i>6,7</i>	<i>6,9</i>	<i>7,0</i>
<i>CN và XD/tỉnh</i>	<i>%</i>	<i>12,3</i>	<i>13,4</i>	<i>14,5</i>	<i>15,6</i>	<i>16,2</i>	<i>17,3</i>	<i>21,8</i>
<i>NLN thủy sản/tỉnh</i>	<i>%</i>	<i>70,5</i>	<i>69,1</i>	<i>68,3</i>	<i>66,7</i>	<i>16,2</i>	<i>62,6</i>	<i>56,7</i>

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên, xử lý của tác giả)

Trong giai đoạn 2007- 2013. Trong cơ cấu lao động của tỉnh, lao động trong ngành nông lâm nghiệp chiếm chủ yếu, năm 2007 chiếm 70,66% tổng số lao động trên địa bàn, các năm tiếp theo cùng với định hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng tích cực, giảm dần tỷ trọng nông nghiệp trong cơ cấu kinh tế nên số lao động trong ngành này giảm dần qua các năm, đến năm 2013 chỉ còn 56,76%. Số lao động ngành công nghiệp xây dựng trong năm đầu giai đoạn chiếm tỷ lệ nhỏ với 12,42%, có xu hướng tăng qua các năm, tốc độ tăng nhanh hơn ngành dịch vụ. Lực lượng lao động trong lĩnh vực dịch vụ thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên biến đổi theo xu thế chung của cả nước: lực lượng lao động thương mại của các thành phần kinh tế có vốn nhà nước giảm và lao động thương mại thuộc các thành phần kinh tế ngoài nhà nước lại có nhịp độ tăng

khá nhanh. Nếu tính số lao động theo thành phần kinh tế thì thành phần kinh tế cá thể có số lao động lớn nhất, năm 2011 chiếm tới 85,9 % trong tổng số lao động thương mại của tỉnh. Do các doanh nghiệp kinh doanh thương mại trên địa bàn chủ yếu là doanh nghiệp vừa và nhỏ nên việc tự động hóa trong lĩnh vực thương mại hạn chế, bố trí lao động chưa hợp lý, tuy lao động trong ngành đông, nhưng chủ yếu là lao động phổ thông. Nếu so sánh số lao động trong lĩnh vực thương mại có thể thấy tuy tỉnh có nguồn lao động khá dồi dào, nhưng chất lượng lao động của ngành chưa cao, số lao động thương mại có trình độ đại học, cao đẳng chưa nhiều. Điều này cũng làm ảnh hưởng không nhỏ đến hiệu quả hoạt động của ngành thương mại trong quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh theo hướng sản xuất hàng hoá tập trung, quy mô lớn.



Hình 2.5. Cơ cấu lao động tỉnh Thái Nguyên

Qua bảng số liệu thì có thể thấy, qua hoạt động thương mại giải quyết được nhiều việc làm cho người lao động, năm 2007 là 39.456 người, mặc dù đến năm 2008 là 39.833 người chỉ tăng 1%, nhưng những năm tiếp theo có sự tăng trưởng khá hơn, năm 2013 có 49.966 lao động, cao nhất trong giai đoạn. Trong ngành thương mại thì lĩnh vực bán buôn có số lao động đông nhất, chiếm 73,8% lao động của ngành thương mại. Tuy nhiên, xét tổng thể chung thì lao động của ngành thương mại chỉ chiếm từ 6,1-7,0% trong tổng số lao động trên toàn tỉnh giai đoạn

2007-2013, thấp hơn rất nhiều so với lao động của các ngành công nghiệp xây dựng và nông lâm nghiệp, chưa đạt chỉ tiêu bền vững. Vì vậy, để tạo nguồn nhân lực cho quá trình PTTMBV cũng như phát triển kinh tế, lãnh đạo tỉnh cần chú trọng hơn về các giải pháp nâng cao số lượng cũng như chất lượng nguồn lao động thương mại.

2.1.3.2. Thu nhập bình quân của lao động trong ngành thương mại

Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp được hiểu là sự cam kết của các doanh nghiệp đóng góp cho việc phát triển kinh tế bền vững, thông qua việc làm nâng cao chất lượng đời sống, nâng cao thu nhập cho người lao động và các thành viên trong gia đình họ, cho cộng đồng và toàn xã hội, luôn tuân thủ về chuẩn mực về bình đẳng giới, an toàn lao động.

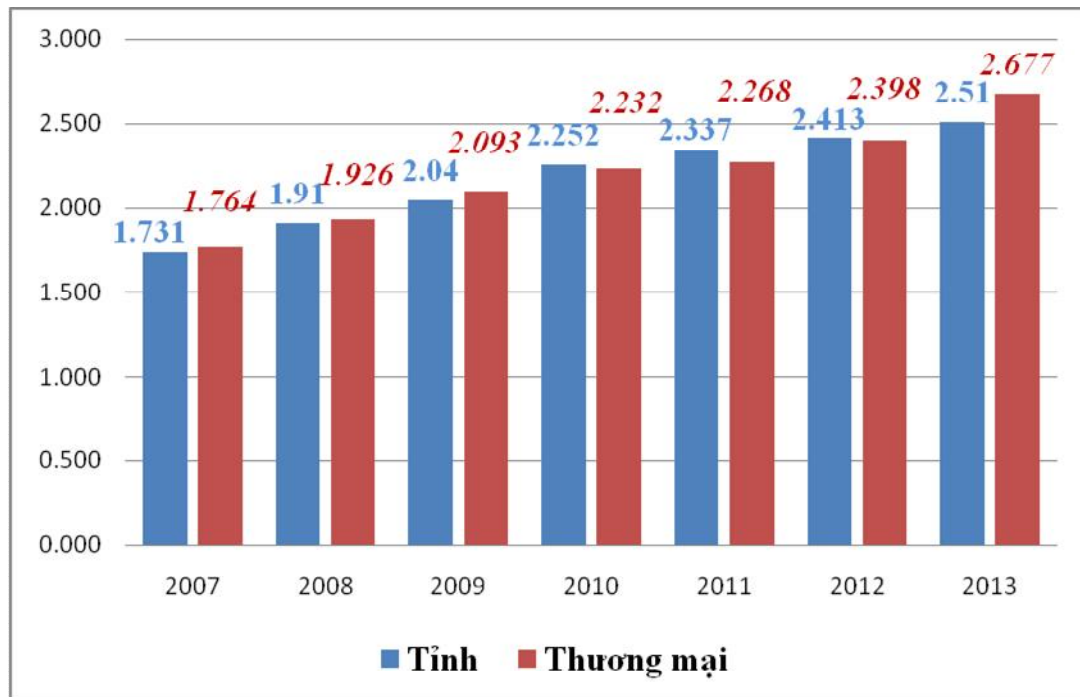
Bảng 2.19. Thu nhập bình quân của lao động thương mại tỉnh Thái Nguyên

TNBQ/LĐ	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Giá trị - nghìn đồng / Tháng							
Tỉnh	1.731	1.910	2.040	2.252	2.337	2.413	2.510
Thương mại	1.764	1.926	2.093	2.232	2.268	2.398	2.677
Tốc độ tăng thu nhập - %							
Tỉnh	8,2	10,3	6,8	10,4	3,8	3,3	4,0
Thương mại	7,8	9,1	8,7	6,6	1,6	5,8	11,6

(Nguồn: Sở Lao động-Thương binh và Xã hội tỉnh Thái Nguyên năm 2013 và kết quả điều tra của tác giả)

Thu nhập bình quân của lao động thương mại năm 2007 là 1.764 nghìn đồng/tháng, đến năm 2008 tăng lên 9,1% đạt mức tăng khá cao, chững lại với tốc độ tăng 1,6% năm 2011 tương đương 2.268 nghìn đồng, sang năm 2013 mặc dù vẫn còn ảnh hưởng khó khăn của nền kinh tế chung nhưng mức thu nhập đã cải thiện đáng kể với mức thu nhập bình quân là 2.677 nghìn đồng. Nhìn chung, thu nhập của lao động thương mại tăng qua các năm, tạo ra nguồn động viên lớn cho lao động thương mại cải thiện cuộc sống. Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng thu nhập bình quân của người lao động không ổn định qua các năm, so với mức thu nhập bình quân của lao động các ngành kinh tế khác trên địa bàn tỉnh, có thể thấy trong cả giai đoạn 2007 – 2013 mức

thu nhập bình quân của lao động thương mại cao hơn lao động của tỉnh trong nhiều năm, hai năm 2010, năm 2012 đạt mức thu nhập thấp hơn, chưa đạt chỉ tiêu bền vững thương mại trong hoạt động kinh doanh.



Hình 2.6. Thu nhập bình quân của lao động thương mại tỉnh Thái Nguyên

(Nguồn: Sở Lao động-Thương binh và Xã hội tỉnh Thái Nguyên năm 2013 và Kết quả điều tra của tác giả)

Trong việc tuyển chọn lao động vào làm việc không phân biệt vấn đề đẳng giới, vấn đề quan tâm đến người lao động, tôn trọng quyền và lợi ích hợp pháp của người lao động đã luôn được các doanh nghiệp thương mại thuộc mọi thành phần kinh tế quan tâm và chú trọng, thể hiện trách nhiệm của doanh nghiệp đối với người lao động được nâng cao nhưng để đảm bảo PTTMBV trong tương lai, các doanh nghiệp thương mại cần quan tâm, xây dựng chiến lược để nâng cao đời sống cho các thành viên khác trong gia đình của người lao động.

2.1.4. Mức độ thân thiện của thương mại với môi trường

2.1.4.1. Chỉ số hàng hóa thân thiện với môi trường

Tiêu dùng là đặc điểm trung tâm của xã hội, tiêu dùng tăng còn góp phần làm tăng trưởng kinh tế, song cũng trực tiếp hoặc gián tiếp là nguồn gốc hầu hết của các

vấn đề môi trường gây nên bởi hoạt động con người trong việc sử dụng hàng hóa xanh, thân thiện môi trường. Cùng với cả nước, tỉnh Thái Nguyên đã chú trọng đến việc sản xuất và tiêu dùng sản phẩm an toàn, vệ sinh, không gây ô nhiễm môi trường, tuy nhiên công tác này còn phụ thuộc vào nhiều yếu tố như sản xuất ra những nguồn hàng thân thiện, chất lượng, phụ thuộc vào nhận thức, thái độ của người tiêu dùng khi sử dụng hàng hóa...

Qua khái niệm, nội dung bao hàm về hàng hóa xanh, thân thiện môi trường và cách xác định cơ cấu hàng hóa theo hiện vật hoặc giá trị, xác định cơ cấu hàng hóa theo nhiều tiêu thức khác nhau: theo loại hàng hóa, chất lượng hàng hóa, mức độ chế biến trong chương 1, tác giả đã áp dụng vào thực tế để phân tích chỉ tiêu này. Tuy nhiên, không đủ cơ sở cũng như không đảm bảo đầy đủ số liệu đối với cách xác định cơ cấu hàng hóa theo hiện vật và xác định cơ cấu hàng hóa theo tiêu thức chất lượng hàng hóa, mức độ chế biến... Vì vậy, đối với chỉ tiêu này, tác giả phân tích qua giá trị theo nhóm hàng hóa được tiêu thụ và tỷ trọng hàng hóa thân thiện môi trường trong nhóm hàng đó, cụ thể như sau:

Bảng 2.20. Thống kê hàng hóa thân thiện môi trường phân theo nhóm hàng của tỉnh Thái Nguyên

Nhóm hàng	Chỉ tiêu	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Lương thực, thực phẩm	Giá trị lưu thông	T.đồng	223,4	576,8	251,1	1.467,6	2.120,8	3.460,0	4.102,8
	Tỷ trọng hàng hóa thân thiện MT	%	65	83	75	67	59	60	55
Hàng may mặc	Giá trị lưu thông	T.đồng	345,3	671,4	998,2	722,5	597,2	698,8	750,0
	Tỷ trọng hàng hóa thân thiện MT	%	85	75	82	90	76	95	87
Đồ dùng, trang thiết bị gia đình	Giá trị lưu thông	T.đồng	223,8	577,2	398,6	845,6	1.317,9	939,0	1.025,0
	Tỷ trọng hàng hóa thân thiện MT	%	84	91	73	62	87	79	82
Vật phẩm, văn hóa, giáo dục	Giá trị lưu thông	T.đồng	119,4	200,7	207,3	142,3	117,2	125,1	160,0
	Tỷ trọng hàng hóa thân thiện MT	%	77	89	78	89	91	87	88
Gỗ và vật liệu xây dựng	Giá trị lưu thông	T.đồng	221	165	174,0	453,2	356,2	521,2	633,0
	Tỷ trọng hàng hóa thân thiện MT	%	56	64	72	55	87	79	89
Ô tô con 12 chỗ ngồi trở xuống và phương tiện đi lại	Giá trị lưu thông	T.đồng	998	1.757,4	1.622,6	1.233,2	1.099,8	1.720,2	1.970,0
	Tỷ trọng hàng hóa thân thiện MT	%	66	81	77	65	63	78	82
Xăng dầu các loại và nhiên liệu khác	Giá trị lưu thông	T.đồng	1.356,3	1.523,2	1.021,1	1.634,4	1.408,4	1.315,4	1.650,0
	Tỷ trọng hàng hóa thân thiện MT	%	86	56	76	82	73	88	72

(Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên, Sở Y tế Thái Nguyên, xử lý của tác giả)

Qua bảng số liệu có thể thấy rằng, nhóm hàng lượng thực phẩm có tỷ trọng hàng hóa thân thiện môi trường thấp nhất, năm 2007 chiếm 65%, năm 2013 với tỷ trọng là 55%, do đặc thù của nhóm hàng này có rất nhiều mặt hàng chưa đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. Nhiều sản phẩm sử dụng nhiều chất bảo quản thực phẩm ảnh hưởng đến sức khỏe người tiêu dùng và xả ra môi trường nhiều vỏ bao bì khó phân hủy. Mặc dù các cơ quan chức năng kiểm tra, giám sát vấn đề an toàn vệ sinh thực phẩm nhất là những ngày lễ, tết, tuy nhiên số lượt người ngộ độc thực phẩm ngày càng tăng trên địa bàn, năm 2007 có 123 người ngộ độc thực phẩm, tăng lên 192 người vào năm 2011, giảm đi 70 người năm 2012 nhưng tăng 631 người cuối năm 2013. Đồng thời, theo số liệu thống kê của Sở Nông nghiệp & Phát triển nông thôn, hàng năm Thái Nguyên sử dụng trên 75 nghìn tấn phân hóa học và khoảng 420 tấn thuốc bảo vệ thực vật. Việc sử dụng quá liều lượng và không hợp lý, vỏ bao bì không được thu gom, xử lý triệt để và đúng quy định đã làm thoái hóa đất và gây ô nhiễm nguồn nước tại nhiều nơi. Việc chuyển dịch cơ cấu trong nông nghiệp, tổng đàn gia súc, gia cầm đang tăng nhanh, quy mô trang trại chăn nuôi lớn đang phát triển nhưng lại thiếu quy hoạch, phần lớn đều nằm trong khu dân cư và đều không có hệ thống xử lý chất thải, nước thải.

Tiếp theo đến nhóm hàng gỗ và vật liệu xây dựng có tỷ trọng hàng hóa thân thiện môi trường thấp hơn các nhóm hàng còn lại. Năm 2007 là 56% tăng trong hai năm kế tiếp và sụt giảm trong năm 2010 chỉ còn 55% nhưng đến năm 2013 do một số biện pháp được áp dụng và xử lý nghiêm như phạt tài chính những cơ sở kinh doanh gây ra bụi bẩn, ô nhiễm ở tất cả tuyến đường trong quá trình kinh doanh vật liệu xây dựng gây ra, năm 2013 tăng lên là 89%. Còn lại những nhóm hàng khác đạt tỷ trọng hàng hóa thân thiện khá cao, về cơ bản vấn đề sản xuất và tiêu dùng hàng hóa xanh, thân thiện đã được kiểm soát. Tuy nhiên, để sản xuất, tiêu dùng bền vững đóng góp vào công cuộc xây dựng kinh tế xã hội, PTTMBV cần có nhiều chế tài, biện pháp cụ thể hơn nữa đối với từng nhóm hàng, từng sự việc, từng mức độ để nâng cao ý thức con người trong việc giữ gìn môi trường xanh cũng như đạt được chỉ tiêu bền vững đã đề ra.

2.1.4.2. Khối lượng rác thải trong hoạt động thương mại và lượng được xử lý

Căn cứ vào Thông tư số 04/2012 của Bộ Tài nguyên môi trường về việc quy định tiêu chí xác định cơ sở gây ô nhiễm môi trường, gây ô nhiễm môi trường nghiêm trọng, trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên có các cơ sở gây ô nhiễm như sau:

Bảng 2.21. Số DN gây ô nhiễm môi trường của tỉnh Thái Nguyên

Phạm vi	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tỉnh	DN	54	70	78	71	62	40	41
Thương mại	DN	16	21	31	20	17	6	9
Tỉnh	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Thương mại	%	29,6	30,0	39,7	28,1	27,4	15,0	21,9

(Nguồn: Sở Tài nguyên và Môi trường, xử lý của tác giả)

Những tác động đến môi trường trong hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh chủ yếu là từ hoạt động vận chuyển, lưu thông hàng hóa và hoạt động của các loại hình tổ chức thương mại như chợ, cửa hàng, siêu thị, trung tâm bán buôn, trung tâm mua sắm ... Trong đó, tác động làm ô nhiễm môi trường từ các loại hình thương mại, đặc biệt là từ mạng lưới chợ đang và sẽ là vấn đề cấp thiết cần giải quyết vì mạng lưới chợ hiện đang bị xuống cấp và các yêu cầu về vệ sinh môi trường chợ chưa được đảm bảo. Những ô nhiễm chủ yếu do hoạt động kinh doanh trong các loại hình tổ chức thương mại và trong các loại hình chợ bao gồm: chất thải rắn, chất thải lỏng, vệ sinh an toàn thực phẩm, trong hoạt động kinh doanh thương mại chủ yếu là chất thải rắn bao gồm: rác thải vô cơ (giấy, túi bao gói, vỏ hộp...), và rác thải hữu cơ chủ yếu là rác thải trong quá trình sơ chế (giết mổ gia súc, gia cầm, chế biến hải sản, sơ chế rau, củ quả) đặc biệt trong khu kinh doanh thực phẩm tươi sống, khu kinh doanh hải sản, nơi mà việc chế biến nông sản thực phẩm tươi sống được thực hiện tại chỗ và là hoạt động hầu như rất phổ biến trên các chợ của Thái Nguyên, tạo khối lượng rác thải hữu cơ hàng ngày khá lớn.

Xử lý chất thải trong thương mại là việc thu gom, vận chuyển, xử lý, tái chế, loại bỏ chất thải rắn do con người thải ra trong hoạt động kinh doanh thương mại, việc quản lý và xử lý chất thải rắn đóng vai trò quan trọng trong việc giảm bớt ảnh hưởng của chúng đến sức khỏe con người, đến môi trường sống hay đảm bảo tính mỹ quan.

Cuối năm 2013, khối lượng chất thải rắn thu gom trung bình là 720 tấn/ngày, trên địa bàn toàn tỉnh chỉ có 02 khu liên hợp xử lý chất thải rắn là Sông Công (thị xã Sông Công) và Tân Cương (Thành phố Thái Nguyên) tạo ra hạn chế rất lớn trong công tác xử lý chất thải rắn. Ngoài ra, tổ chức bộ máy quản lý chất thải rắn cũng chưa đáp ứng được yêu cầu xử lý, năng lực thu gom, xử lý rác thải còn nhiều yếu kém.

Bảng 2.22. Khối lượng và tỷ lệ chất thải rắn được xử lý trong thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Phạm vi	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Tổng lượng chất thải rắn trong TM	Tấn	152.300	266.000	178.489	200.180	345.200	212.500	262.800
Tổng lượng chất thải rắn đã qua xử lý trong TM	Tấn	95.949	212.800	126.727	136.122	258.900	183.960	210.240
Tỷ lệ lượng chất thải rắn đã qua xử lý trong TM	%	63	80	71	68	75	70	80

(Nguồn: Sở Tài nguyên và Môi trường, xử lý của tác giả)

Tổng lượng chất thải rắn năm 2007 là 152.300 tấn đến năm 2013 là 262.800 tấn, tăng lên 110.500 tấn, riêng năm 2013 tỷ lệ chất thải rắn được xử lý cao nhất chiếm 80% trong tổng lượng chất thải, trung bình tỷ lệ lượng chất thải rắn đã qua xử lý trong thương mại giai đoạn 2007-2013 là 72,4% chưa đạt được mức chỉ tiêu tỷ lệ chất thải rắn đã qua xử lý phải đạt 85% trong tổng lượng chất thải mới có thể đảm bảo bền vững về môi trường. Bên cạnh đó, tỷ lệ thu gom, xử lý tại các huyện, thị xã, thành phố chênh lệch khá nhiều. ở Thành phố và Thị xã mức độ xử lý đạt 70-80%, còn thị trấn đạt 20-30%.

Về quản lý chất thải rắn cho đến nay Thái Nguyên vẫn chưa có quy hoạch tổng thể các khu chôn lấp chất thải rắn sinh hoạt, công nghiệp và chất thải nguy hại. Lượng chất thải rắn sinh hoạt ở các đô thị của tỉnh ước tính khoảng 330 tấn/ngày, song cả tỉnh mới chỉ có một bãi chôn lấp tại bãi rác Đá Mài, tiếp nhận khoảng gần 100 tấn rác thải thu gom mỗi ngày của thành phố Thái Nguyên, các huyện, thị còn

lại chỉ có các điểm chôn lấp thủ công, nhỏ lẻ và lượng thu gom thấp. Đây cũng chính là nguồn gây ô nhiễm nghiêm trọng ảnh hưởng đến môi trường đất, nước, không khí và sức khỏe nhân dân. Tuy nhiên, với mục tiêu nâng cao hiệu quả quản lý chất thải rắn, thông qua quy hoạch quản lý chất thải rắn của Vùng Trung du và MNBB đến năm 2025, tỉnh Thái Nguyên phấn đấu sẽ thu gom, xử lý 100% chất thải rắn trong đó có 90% tái chế, sử dụng được.

2.2. Phân tích thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

2.2.1. Hội nhập quốc tế

Tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước đã tạo ra cho Thái Nguyên những cơ hội và thách thức lớn trong quá trình phát triển kinh tế và có tác động không nhỏ đến PTTMBV của Thái Nguyên. Việc tham gia vào tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế của Thái Nguyên chủ yếu được thực hiện theo tiến trình và trong khuôn khổ hội nhập kinh tế quốc tế của đất nước.

Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và khu vực ngày càng sâu rộng, nước ta nói chung và tỉnh Thái Nguyên nói riêng đã có nhiều cơ hội để mở rộng thị trường xuất khẩu, gia tăng nhập khẩu thiết bị máy móc, nguyên vật liệu quan trọng để phục vụ phát triển kinh tế và thương mại trên địa bàn (thể hiện qua số liệu xuất nhập khẩu phần 2.1). Lộ trình cắt giảm thuế quan đối với nhiều loại hàng hóa công nghiệp, thiết bị điện tử, nông thủy... trong khối ASEAN sẽ là cơ hội thuận lợi để Thái Nguyên nâng cao sức cạnh tranh của nhiều ngành sản xuất và sản phẩm của mình nhờ giảm được chi phí sản xuất.

Tuy nhiên, nền kinh tế Thái Nguyên còn yếu kém, quy mô còn nhỏ bé, sự phụ thuộc của nền kinh tế thế giới cũng đem lại cho Thái Nguyên những thách thức, khó khăn trước những biến động của nền kinh tế thế giới.

2.2.2. Thể chế thương mại

PTBV nói chung và PTTMBV nói riêng đã trở thành đường lối, quan điểm và chính sách của Nhà nước. Để thực hiện mục tiêu PTBV, nhiều Chỉ thị, Nghị quyết khác của Đảng, nhiều văn bản quy phạm pháp luật được ban hành và triển khai thực hiện. Đối với Thái Nguyên theo Nghị quyết số 37/NQ-TW của Bộ Chính

trị ngày 01/7/2004 xác định phát triển Thái Nguyên thành trung tâm của vùng TDMNPB là trung tâm kinh tế, chính trị xã hội, giáo dục đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ của vùng, do đó đòi hỏi Thái Nguyên phải có tốc độ phát triển kinh tế cao trong thời kỳ 2005-2020 và các năm sau đó.

Hiện nay, để quản lý và phát triển thương mại, tỉnh Thái Nguyên đang thực thi song song hai nhóm cơ chế, chính sách phát triển kinh tế xã hội nói chung và ngành kinh tế nói riêng. Một là, nhóm cơ chế chính sách chung của quốc gia và các quy định riêng của tỉnh.

(1) Nhóm chính sách chung được quy định cụ thể trong Luật thương mại 2005, bao gồm các quy định về những nội dung quản lý nhà nước về thương mại, quyền và trách nhiệm của bên mua, bên bán, các hoạt động xúc tiến thương mại... và các quy định chủ yếu trong Luật Doanh Nghiệp và Luật Đầu tư, trong đó có các quy định chi tiết về chính sách ưu đãi về đất đai, bao gồm các quy định về giá thuê đất, miễn giảm giá thuê đất cho các nhà đầu tư trong nước và các nhà đầu tư nước ngoài, chính sách ưu đãi thuế, trong đó quy định ưu đãi cho các nhà đầu tư trong nước và các nhà đầu tư nước ngoài. Ngoài ra, còn áp dụng Luật an toàn thực phẩm ngày 17/6/2010 quy định chi tiết một số điều của Luật an toàn thực phẩm.

(2) Nhóm chính sách riêng do tỉnh quy định, bao gồm nhiều cơ chế chính sách khá rộng, có thể tóm tắt như sau:

- Hỗ trợ tiền thuê đất: Trường hợp địa điểm đầu tư tại địa bàn ưu đãi đầu tư của nhà nước và tỉnh, hỗ trợ tiền thuê đất xây nhà tập thể cho công nhân, người lao động tại các doanh nghiệp.

- Ưu đãi về thuế đầu tư có dự án đầu tư thuộc danh mục ngành nghề được hưởng ưu đãi đầu tư theo quy định của chính phủ, cho nhà đầu tư tại địa bàn huyện Đồng Hỷ, huyện Đại Từ, Huyện Định Hóa, huyện Phú Lương, Huyện Võ Nhai. Xây dựng các chính sách khuyến khích ưu đãi đầu tư. Nhờ nỗ lực đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính, tập trung xây dựng cơ sở hạ tầng, tăng cường xúc tiến thương mại, thu hút đầu tư trực tiếp nước ngoài FDI nên trong những năm qua, công tác thu hút đầu tư vào các khu công nghiệp trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đã có những bước

tiền đáng khích lệ, đưa tỉnh Thái Nguyên trở thành điểm sáng về thu hút đầu tư trong cả nước. Theo số liệu của Cục Đầu tư nước ngoài – Bộ Kế hoạch và Đầu tư năm 2013, thu hút được 3,4 tỷ USD vốn FDI, dẫn đầu cả nước về thu hút vốn đầu tư nước ngoài, xếp thứ 17/63 tỉnh, thành có số vốn đầu tư FDI còn hiệu lực. Ngoài tập đoàn Samsung, Thái Nguyên đang thu hút rất nhiều các nhà đầu tư khác từ Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Đức... đến để tìm hiểu môi trường đầu tư tại tỉnh. Trong đó, các dự án mà họ quan tâm là sản xuất linh kiện điện tử, công nghiệp hỗ trợ, khai thác và chế biến khoáng sản.

- Hỗ trợ kinh phí đào tạo nghề cho lao động địa phương

- Công khai hóa các cơ chế chính sách và các lĩnh vực khuyến khích, ưu đãi đầu tư trong từng thời kỳ, Cung cấp các thông tin đầu tư và tư vấn đầu tư, tạo điều kiện về thông tin, hoạt động xúc tiến thương mại.

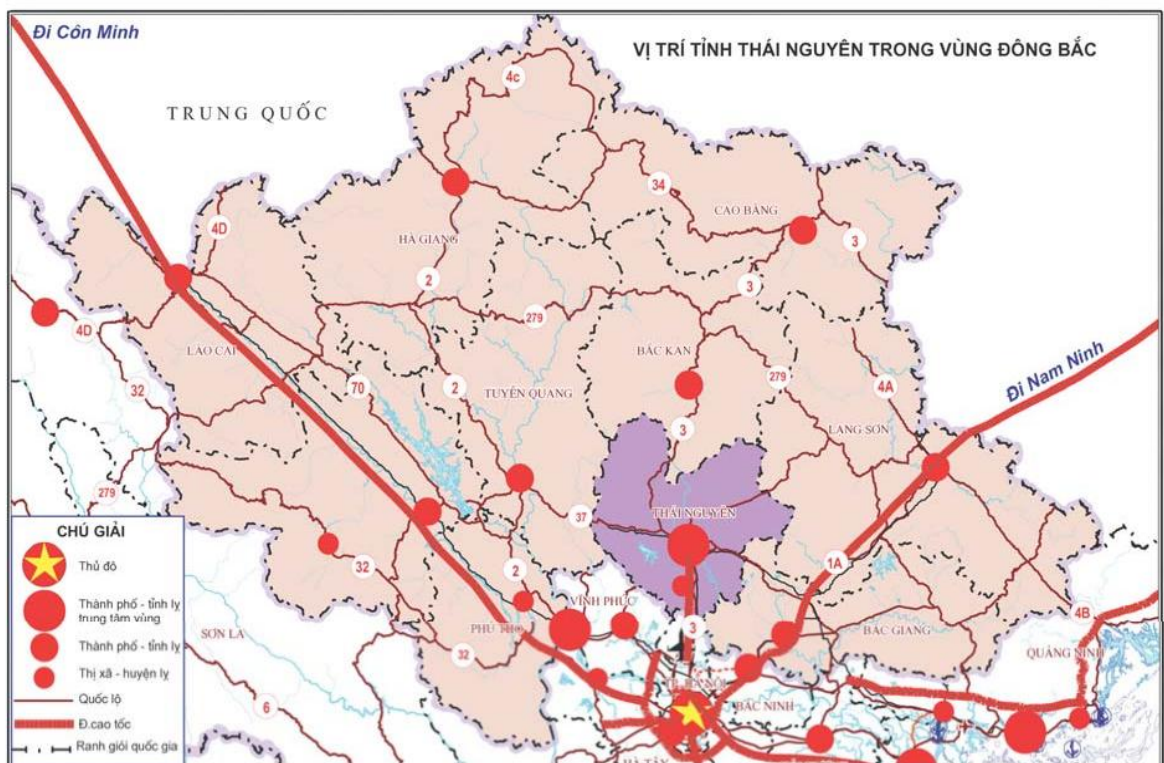
- Để tăng cường HNKTQT có hiệu quả cao, UBND tỉnh ban hành quyết định số 3402/QĐ-UBND ngày 22/12/2009 về việc kiện toàn Ban HNKTQT.

- Căn cứ vào Nghị định số 02/2003/NĐ-CP ngày 14/01/2003 của Chính phủ về phát triển và quản lý chợ, Nghị định số 23/QĐ-TTg ngày 06/01/2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt đề án phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010-2015 và định hướng đến năm 2020; Thông tư số 17/2010/TT-BCT ngày 5/5/2010 của Bộ Công thương quy định về nội dung, trình tự, thủ tục, thẩm định, phê duyệt quy hoạch phát triển ngành thương mại. Trên cơ sở đánh giá thực trạng, tỉnh Thái Nguyên đã ban hành “Định hướng chiến lược phát triển bền vững tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020”- Chương trình nghị sự 21 Thái Nguyên (ban hành kèm theo Quyết định số 1188/QĐ-UBND ngày 14/6/2006 của UBND tỉnh Thái Nguyên) [76], thể hiện cam kết của chính quyền và nhân dân trong công cuộc thực hiện PTBV, đây cũng là cơ sở chính trị và pháp lý quan trọng để Thái Nguyên khai thác lợi thế, tiềm năng của mình, tăng nhanh mức thu hút đầu tư từ bên ngoài vào tỉnh nhằm phát triển bền vững kinh tế nói chung và thương mại nói riêng.

2.2.3. Điều kiện tự nhiên

- *Vị trí địa lý.* Thái Nguyên là một trong 14 tỉnh thuộc vùng TDMNBB, phía Tây giáp với các tỉnh: Vĩnh Phúc, Tuyên Quang, phía Bắc giáp Bắc Kạn, phía Đông

giáp: Lạng Sơn, Bắc Giang, phía Nam giáp Hà Nội. Hiện nay, tỉnh Thái Nguyên có diện tích là 3.533,19 km²; dân số bình quân 1.155.991 người; có 9 đơn vị hành chính bao gồm: 01 Thành phố, 01 thị xã và 07 huyện, có 180 xã, phường, thị trấn, trong đó có 125 xã miền núi, vùng cao. Thái Nguyên là trung tâm kinh tế, văn hoá vùng Việt Bắc, nằm ở vị trí cửa ngõ phía Nam nối vùng Việt Bắc với thủ đô Hà Nội, các tỉnh đồng bằng Sông Hồng, với các tỉnh khác trong cả nước và quốc tế thông qua quốc lộ 3, sân bay quốc tế Nội Bài, cảng biển Hải Phòng, Quảng Ninh, cảng sông Đa Phúc và đường sông đến Hải Phòng; đường sắt Hà Nội - Thái Nguyên và Thái Nguyên - Bắc Giang; đường cao tốc Hà Nội - Thái Nguyên sẽ xây dựng là tuyến đường hướng tâm nằm trong quy hoạch vành đai vùng Hà Nội, Thái Nguyên có nhiều điều kiện để phát triển thương mại, có nhiều thuận lợi trong việc liên kết phát triển, hợp tác đầu tư, trao đổi hàng hóa với các địa phương trong nước và quốc tế.



Hình 2.7. Vị trí tỉnh Thái Nguyên trong vùng Đông Bắc

- *Tiềm năng đất*: Thái Nguyên có tổng diện tích đất tự nhiên là 353.102ha trong đó: Diện tích đất nông nghiệp là 294.634ha, đất phi nông nghiệp là 42.706ha và đất chưa sử dụng là 15.762ha, trong đó có khoảng 2,71% diện tích đất tự nhiên là

đất bằng và đất đồi núi chưa sử dụng có khả năng sử dụng cho mục đích nông nghiệp, lâm nghiệp.

Mặc dù là một tỉnh TDMNPB nhưng địa hình Thái Nguyên không phức tạp lắm so với các tỉnh trung du, miền núi khác. Đây cũng là một thuận lợi của tỉnh trong việc phát triển kinh tế xã hội nói chung và phát triển thương mại nói riêng.

- *Tài nguyên khoáng sản:* tài nguyên khoáng sản của Thái Nguyên phong phú về chủng loại, bao gồm cả nhóm khoáng sản kim loại, phi kim loại, và vật liệu xây dựng. Trong đó, nhiều loại có vai trò rất quan trọng phục vụ phát triển kinh tế đất nước như: Sắt, Titan, Than... Ngoài ra trên địa bàn tỉnh còn một số kim loại quý tuy trữ lượng không lớn nhưng lại có ý nghĩa to lớn về mặt kinh tế như: Đồng, vàng

Bảng 2.23. Tiềm năng khoáng sản của tỉnh Thái Nguyên

TT	Tài nguyên khoáng sản	Số lượng mỏ	Trữ lượng
I	Khoáng sản kim loại		
1	Than	11	65 triệu tấn
2	Quặng sắt	21	38 triệu tấn
3	Titan	17	10 triệu tấn
4	Thiếc, vonfram	3	18.648 tấn SnO ₂ , 173.567 tấn WO ₃ , 149.140 tấn Bi
5	Chì, kẽm	42	27 triệu tấn
II	Khoáng sản phi kim loại		
1	Cao lanh		100 triệu tấn
2	Barit (BaSO ₄)		124 triệu tấn
3	Photphorit		90 triệu tấn
4	Quazit		25,3 triệu tấn
5	Dolomit		100 triệu tấn
III	Khoáng sản VLXD		
1	Sét xi măng		84,6 triệu tấn
2	Đá Carbonat (đá vôi XD)		100 tỷ m ³
3	Đá Carbonat (đá vôi xi măng)		194,7 triệu tấn

(Nguồn: Quy hoạch các ngành Công nghiệp khai khoáng tỉnh Thái Nguyên)

- *Tài nguyên nước*: Thái Nguyên có hai con sông chính là Sông Công có lưu vực 951km² bắt nguồn từ vùng núi Ba lá huyện Định Hóa chạy dọc theo chân núi Tam đảo. Dòng sông được ngăn lại ở Đại Từ tạo thành Hồ Núi Cốc có mặt nước rộng 25km², chứa 175 triệu m³ nước. Còn Sông Cầu nằm trong hệ thống sông Thái nguyên có lưu vực 3.480km² bắt nguồn từ Chợ Đồn-Bắc Kạn chảy theo hướng Bắc-Đông Nam. Ngoài ra, Thái Nguyên có trữ lượng nước ngầm khá lớn mặc dù việc khai thác và sử dụng còn hạn chế.

- *Tài nguyên rừng*: Toàn tỉnh Thái Nguyên hiện có 180.639ha đất lâm nghiệp chiếm 51,16% diện tích tự nhiên. Trong đó, diện tích rừng hiện có 176.731ha gồm rừng tự nhiên 96.303ha, chiếm 53,3% đất lâm nghiệp, rừng trồng 80.428ha, chiếm 44,5% đất lâm nghiệp. Hiện tại, tài nguyên rừng ở Thái Nguyên bị suy giảm so với trước đây, một số loại gỗ quý hiếm bị khai thác trái phép, số lượng hệ động, thực vật giảm sút.

Nhìn chung, tài nguyên đất, nước, rừng phong phú, đa dạng, tạo ra nguồn đầu vào phục vụ đắc lực cho sản xuất hàng hóa kinh doanh thương mại. Tài nguyên khoáng sản của Thái Nguyên là phong phú về chủng loại, trong đó có nhiều loại có ý nghĩa quốc gia như quặng, sắt, than. Đây là điều kiện rất lớn để phát triển các ngành công nghiệp trọng điểm như luyện kim, khai khoáng, sản xuất xi măng, vật liệu xây dựng...do có nguồn nguyên liệu đầu vào ổn định, phong phú, tạo ra lợi thế và đảm bảo an ninh nguyên liệu cho sản xuất ổn định và bền vững, cung cấp nhiều sản phẩm lưu thông và xuất khẩu. Nhưng đồng thời cũng là sức ép đối với công tác bảo vệ môi trường và PTBV do luôn tiềm ẩn nguy cơ lạm dụng và khai thác quá mức các nguồn tài nguyên không tái tạo, gây ra tình trạng cạn kiệt tài nguyên, ô nhiễm môi trường. Bên cạnh đó, tiềm năng khoa học công nghệ còn yếu kém, các ngành công nghiệp chủ yếu tập trung vào lĩnh vực khai thác, sơ chế khoáng sản, công nghiệp chế biến mới chỉ dừng lại ở mức độ gia công, sơ chế chủ yếu, ít có ngành chế biến sâu, trình độ sản xuất hiện đại. Do đó, nguy cơ không bền vững trong PTTMBV là rất lớn.

2.2.4. Nguồn nhân lực thương mại

Dân số trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2013 là 1.155.991 người, mật độ dân số 327 người/km², cao nhất là Thành phố Thái Nguyên với mật độ 1.560

người/km², thấp nhất là huyện võ nhai 79 người/km², trình độ, kỹ năng nguồn nhân lực của tỉnh hiện ở mức tương đối cao (tỷ lệ qua đào tạo năm 2011 là 43,4% cao hơn mức trung bình của cả nước và cao nhất trong số các tỉnh vùng TDMNBB). Thái nguyên là một trong những trung tâm đào tạo lớn, đa ngành, nơi tập trung tương đối nhân lực KH-CN để thúc đẩy đổi mới và sáng tạo. Năm 2013 trên địa bàn có 8 trường trung cấp chuyên nghiệp, 12 trường cao đẳng, 9 trường đại học với 2.714 giảng viên, trình độ trên đại học có 2.753 giảng viên, đại học cao đẳng có 1.955 giảng viên. Lợi thế này cho phép tỉnh nhanh chóng tiếp cận với các ngành, sản phẩm có hàm lượng công nghệ cao và đi vào phát triển kinh tế tri thức theo xu hướng chung trên thế giới hiện nay, chuyển dần nền sản xuất kinh doanh hàng hóa dựa chủ yếu vào tài nguyên thiên nhiên sang nền sản xuất hàng hóa dựa trên nền tảng tri thức, tăng nhanh giá trị gia tăng.

Tuy nhiên, có sự chênh lệch khá lớn về trình độ phát triển dân trí giữa các vùng trong tỉnh. Trình độ phát triển của cộng đồng các dân tộc thiểu số trong tỉnh còn thấp, đời sống gặp nhiều khó khăn, tỷ lệ nghèo cao, địa hình ở một số xã miền núi phức tạp không thuận lợi cho việc xây dựng cơ sở hạ tầng thương mại và hạn chế giao thương mua bán hàng hóa cho người dân sản xuất và tiêu dùng.

2.2.5. Cơ sở hạ tầng thương mại

- *Các đường phố thương mại*: việc phát triển kinh doanh thương mại, dịch vụ trên đường phố của tỉnh Thái Nguyên chủ yếu tập trung trên các tuyến phố trung tâm, có những điều kiện thuận lợi cho việc phát triển kinh doanh: đường phố và vỉa hè khá rộng, mới được đầu tư lát vỉa hè; nằm trên các tuyến đường gần với các trung tâm thương mại, dịch vụ; nhiều đường là đường quốc lộ liên tỉnh, liên huyện ... Các mặt hàng kinh doanh khá đa dạng, phong phú nhưng phần lớn là hỗn hợp, tự phát. Theo thống kê thì các phố chuyên kinh doanh một mặt hàng chỉ chiếm khoảng 60% mặt hàng đó. Trong quá trình phát triển đến nay đã hình thành rõ nét một số tuyến phố chuyên doanh trên địa bàn thành phố Thái Nguyên như: Phố chợ đêm (Đường Bến Tượng- phường Trung Vương); vật liệu xây dựng và nội thất (Đường Lương Ngọc Quyến - phường Hoàng Văn Thụ); Chuyên doanh hàng dệt may: Quần áo, vải, chăn ga gối đệm (Đường 74B- Phường Phan Đình Phùng ...); Chuyên doanh hàng điện máy, điện tử, điện lạnh (Đường Cách mạng Tháng Tám - Phường Phan Đình Phùng). Cùng

với đó là hàng loạt các loại hình dịch vụ như dịch vụ vận tải, chuyên chở hành khách, dịch vụ du lịch, dịch vụ tài chính, ngân hàng - bảo hiểm, truyền hình, thông tin, viễn thông, y tế, tư vấn, xuất khẩu lao động và dịch vụ công ... Các ngành dịch vụ này đã hỗ trợ không nhỏ trong quá trình phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên thời gian qua.

- *Trung tâm thương mại*: hiện nay, Thái Nguyên chưa có các TTTM hoặc trung tâm mua sắm; có trên 10 siêu thị đã xây dựng và đi vào hoạt động, tập trung chủ yếu tại trung tâm thành phố Thái Nguyên (các siêu thị này chưa được phân hạng theo tiêu chuẩn). Tổng diện tích đất xây dựng của các siêu thị trên 7.000 m², tổng diện tích sàn kinh doanh trên: 4.640 m². Doanh thu từ các siêu thị còn rất nhỏ bé, tổng doanh thu thương mại đạt bình quân khoảng 95 tỷ đồng /năm, chiếm gần 1% trên tổng mức bán lẻ hàng hoá trên địa bàn .

- *Hệ thống chợ*: tổng diện tích sử dụng cho mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên là 518.009,2m², trong đó diện tích chợ được xây dựng kiên cố là 126.777,7m² (chiếm 24,5% tổng diện tích chợ trên địa bàn), diện tích chợ được xây dựng bán kiên cố là 68.976,5 m² (chiếm 13,3 % tổng diện tích chợ), số còn lại là chợ tạm.

Bảng 2.24. Hệ thống chợ, siêu thị trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Địa điểm	Loại chợ (sl chợ)				Vốn đầu tư xây dựng (Tr.đ)			Siêu thị
	1	2	3	Tạm	Xã	C.ty chợ	Ng.dân góp	
TP Thái Nguyên	3	3	20		71,3	65.551		9
Thị xã Sông Công		1	6				800	2
Huyện Định Hóa			18					
Huyện Võ Nhai		1	9				55	
Huyện Phú Lương		2	11		2.423	8000	185	1
Huyện Đồng Hỷ		1	12					
Huyện Đại Từ		1	9	14	6.286		1.099	1
Huyện Phú Bình			13				700	
Huyện Phổ Yên	2		10			105.730	3.155	1
Tổng	5	11	108					14

(Nguồn: Sở Công thương tỉnh Thái Nguyên)

Hàng năm, các chợ trên địa bàn đóng góp cho ngân sách Nhà nước hàng chục tỷ đồng. Hệ thống chợ được phân bố rộng rãi, tuy nhiên số lượng chợ loại 1 chiếm con số quá ít, chủ yếu là chợ loại 3, thậm chí có rất nhiều chợ dựng tạm tại địa bàn Huyện Đại từ. Nguồn vốn đầu tư xây dựng chợ quá ít, phân bố không đồng đều tại các địa bàn, ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động trao đổi, mua bán hàng hóa trên địa bàn

2.2.6. Khoa học công nghệ trong thương mại

Trình độ phát triển KHCN thấp làm cho Thái Nguyên gặp nhiều khó khăn trong quá trình phát triển thương mại. Công tác KHCN vẫn còn hạn chế so với tiềm năng, việc nhân rộng các mô hình ứng dụng tiến bộ KHCN vào thực tiễn sản xuất kinh doanh chưa mạnh, chưa có cơ chế, chính sách mạnh để thu hút đội ngũ nhân lực KHCN trong các trường đại học thực hiện nghiên cứu các vấn đề phục vụ phát triển kinh tế xã hội của tỉnh. Điển hình như công nghệ xử lý chất thải trong sản xuất công nghiệp và chất thải do thương mại thải ra còn kém, chưa đạt hiệu quả cao trong vấn đề bảo vệ môi trường. Ngoài ra, công nghệ trong sản xuất hàng tiêu dùng chưa nâng cao được chất lượng của những mặt hàng chế biến nông sản, các sản phẩm chế biến xuất khẩu: các sản phẩm đóng hộp, các sản phẩm gia công với nước ngoài như: dệt, da, may, giày dép... ảnh hưởng rất lớn tới kim ngạch xuất khẩu và thương hiệu hàng hóa của tỉnh.

Trên thực tế, chỉ một số doanh nghiệp mới đầu tư và sản xuất hàng xuất khẩu được trang bị đồng bộ, còn lại đa số các cơ sở sản xuất có trình độ công nghệ ở mức trung bình. Trình độ và năng lực của phần lớn các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh mới ở giai đoạn thích nghi công nghệ được chuyển giao, hoặc lặp lại quy trình công nghệ được chuyển giao và những thay đổi, cải tiến nhỏ về quy trình công nghệ. Hầu như chưa có doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh hàng hóa nào tiến hành nghiên cứu – triển khai để thực hiện có được quy trình công nghệ của mình cũng như các sản phẩm hoàn toàn mới. Trên thực tế, các doanh nghiệp mới chỉ quan tâm những vấn đề trước mắt về công nghệ và thị trường, chưa có tầm nhìn lâu dài.

Ngoài những sản phẩm của tỉnh có sức cạnh tranh cao, mặt hàng xuất khẩu chủ lực của tỉnh như chè, sản phẩm luyện kim, khoáng sản... thì trình độ công nghệ

và khả năng cạnh tranh của nhiều ngành và sản phẩm còn thấp, nền kinh tế chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên và chế biến thô, thiếu sản phẩm chủ lực có tính đột phá và năng lực cạnh tranh cao, các tiềm năng đất đai, điều kiện tự nhiên chưa được khai thác có hiệu quả cao.

2.2.7. Phân tích kết quả điều tra về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Để xác định, đo lường, đánh giá mức độ ảnh hưởng của các yếu tố ảnh hưởng đến PTTMBV, nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính bội giữa 6 yếu tố ảnh hưởng, thể hiện cụ thể như sau:

$$Y = \beta + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6$$

Y: Biến phụ thuộc - Phát triển thương mại bền vững

X₁: Biến độc lập thứ 1- Hội nhập quốc tế

X₂: Biến độc lập thứ 2- Thể chế thương mại

X₃: Biến độc lập thứ 3- Điều kiện tự nhiên

X₄: Biến độc lập thứ 4- Nguồn nhân lực thương mại

X₅: Biến độc lập thứ 5- Cơ sở hạ tầng thương mại

X₆: Biến độc lập thứ 6- Khoa học công nghệ trong thương mại

2.2.7.1. Đánh giá độ tin cậy của thang đo tính nhất quán bên trong - Hệ số Cronbach's Alpha

Như đã giới thiệu ở phần phương pháp nghiên cứu, các thang đo sử dụng trong nghiên cứu này dựa trên các thang đo trong bộ tiêu chí về PTTMBV và các nhân tố ảnh hưởng đến PTTMBV trong phần lý luận, tác giả đã lựa chọn tới 47 biến quan sát mà qua điều tra ảnh hưởng mức độ khác nhau.

Hệ số Cronbach's Alpha được sử dụng trước để loại các biến không phù hợp. Các biến có hệ số tương quan biến tổng (corrected item-total-correlation) nhỏ hơn .50 sẽ bị loại và theo Nunnally Peterson và Slate thì hệ số Cronbach's Alpha được xem xét trong các trường hợp sau [61]:

0.6 ≤ α < 0.7: Chấp nhận được (trong trường hợp nghiên cứu hoàn toàn mới hoặc trong bối cảnh nghiên cứu)

$0.7 \leq \alpha < 0.8$: Chấp nhận được

$0.8 \leq \alpha < 0.9$: Tốt

$0.9 \leq \alpha \leq 1$: Rất tốt

Công cụ xử lý là Analyze/Scale/Reliability Analysis trong phần mềm SPSS

Bảng 2.25. Minh họa kết quả kiểm định Cronbach's Alpha cho các biến

Biến	Cronbach's Alpha	Kết luận
PTTMBV	0.931	Rất tốt
Hội nhập quốc tế	0.914	Rất tốt
Thẻ chế thương mại	0.838	Tốt
Điều kiện tự nhiên	0.864	Tốt
Nguồn nhân lực thương mại	0.830	Tốt
Cơ sở hạ tầng thương mại	0.899	Tốt
Khoa học công nghệ trong thương mại	0.889	Tốt

(Nguồn: Trích từ kết quả xử lý số liệu điều tra)

2.2.7.2. Phân tích nhân tố khám phá EFA

Sau khi phân tích hệ số tin cậy Cronbach's Alpha, các thang đo được đánh giá tiếp bằng phương pháp phân tích nhân tố khám phá EFA để phân tích 47 quan sát của biến phụ thuộc và 6 biến độc lập, Sử dụng phương pháp kiểm định KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) để đo lường sự tương thích các mẫu khảo sát.

Giả thiết H_0 : Các biến quan sát không có mối quan hệ tương quan trong tổng thể

H_1 : Các biến quan sát có mối quan hệ tương quan trong tổng thể

Kết quả kiểm định KMO

KMO		0.780
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6136.438
	df	630
	Sig.	.000

Kết quả cho thấy: hệ số KMO là $0.780 > 0.5$ và $\text{Sig} = 0.000 < 0.05$ nên giả thiết độ tương quan giữa các biến quan sát là có tương quan với nhau trong tổng thể. Giả thiết H_0 bị bác bỏ.

Phân tích nhân tố tương ứng với các biến quan sát

Rotated Component Matrix ^a						
	Component					
	1	2	3	4	5	6
c13	.824					
c14	.785					
c15	.780					
c16	.761					
c17	.758					
c12	.756					
c18	.739					
c46		.862				
c44		.795				
c45		.718				
c42		.699				
c41		.681				
c47		.623				
c43		.616				
c36			.980			
c38			.858			
c37			.822			
c39			.805			
c40			.746			
c24				.862		
c27				.782		
c25				.751		
c26				.748		
c29				.743		
c28				.742		
c31					.845	
c32					.824	
c35					.723	
c33					.722	
c30					.667	
c34					.592	
c22						.797
c23						.787
c19						.761
c20						.688
c21						.634

Extraction Method: Principal Component Analysis.
 Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a
 a. Rotation converged in 5 iterations.

Kết quả EFA cho thấy các thang đo đều đạt yêu cầu về nhân tố trích, có phương sai > 50% và trọng số nhân tố > 50. Trọng số nhân tố thấp nhất .592 (thang đo c34), trọng số cao nhất .980 (biến c36) của biến nguồn nhân lực.

2.2.7.3. Kết quả mô hình hồi quy

Để xác định, đo lường và đánh giá mức độ ảnh hưởng của 6 biến độc lập đến biến phụ thuộc Y: (X₁) Hội nhập quốc tế; (X₂) Thẻ chế thương mại; (X₃) Điều kiện tự nhiên; (X₄) Nguồn nhân lực thương mại; (X₅) Cơ sở hạ tầng thương mại; (X₆) Khoa học công nghệ trong thương mại. Kết quả hồi quy thu được giá trị $R^2 = 0.691$, giá trị R^2 cho biết rằng các biến độc lập trong mô hình có thể giải thích được 69,1% sự thay đổi của biến phụ thuộc, 31,9% còn lại là do ảnh hưởng của các biến số khác ngoài mô hình.

Kết quả phân tích hồi quy

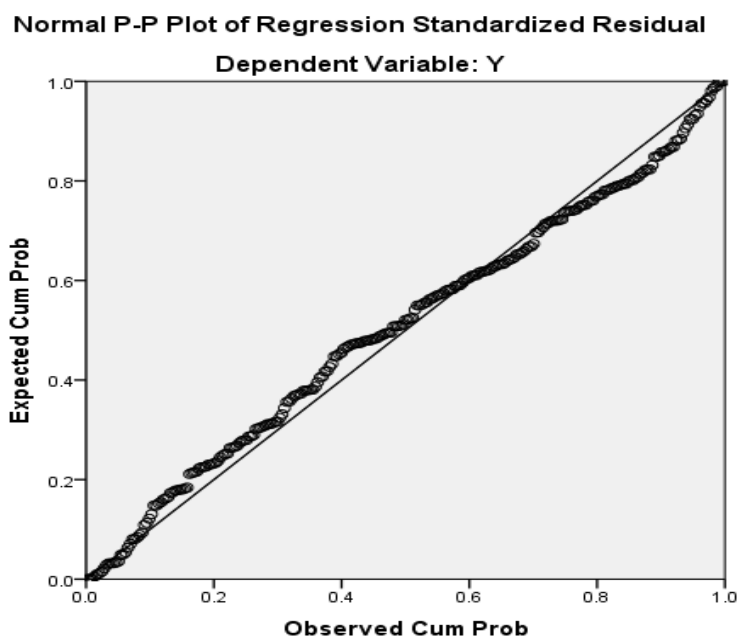
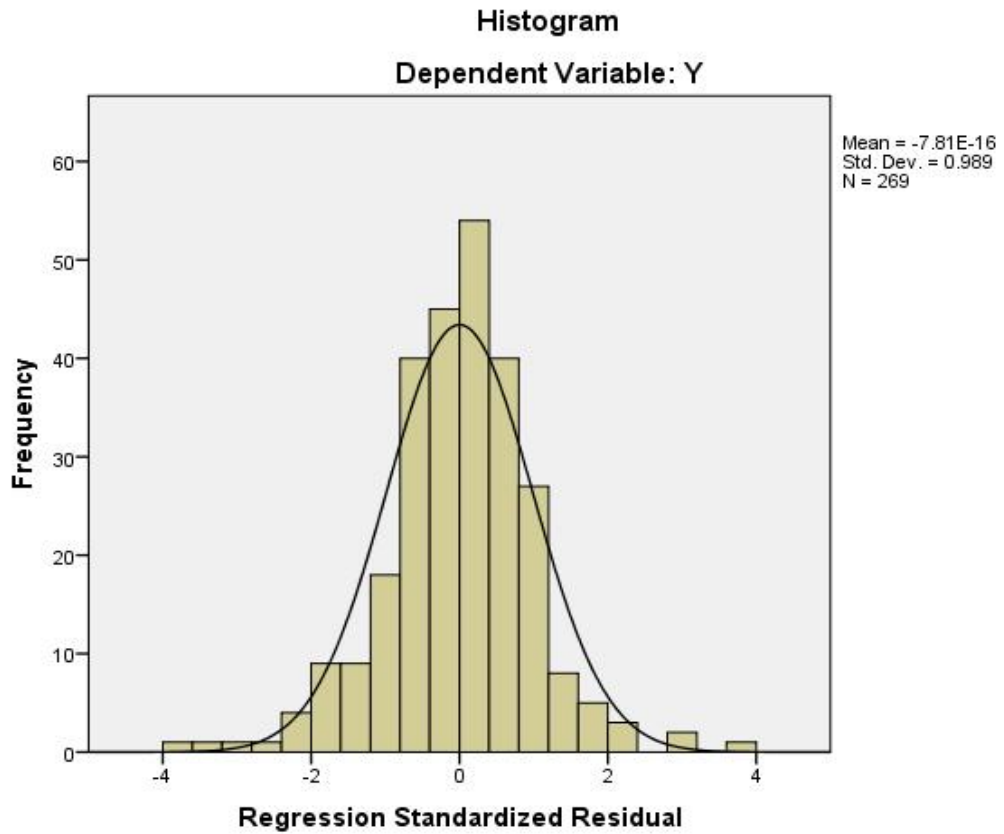
Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 ^a	.698	.691	.336	1.460
a. Predictors: (Constant), X6, X3, X4, X5, X2, X1					
b. Dependent Variable: Y					

Để kiểm định độ phù hợp của mô hình hồi quy tổng thể ta xem xét đến giá trị F từ bảng phân tích phương sai ANOVA, giá trị $F = 100.809$, giá trị $Sig = 0.000$, bước đầu cho thấy mô hình hồi quy tuyến tính bội phù hợp với tập dữ liệu và có thể sử dụng được. Đại lượng thống kê Durbin-Watson = 1.460 cho thấy không có sự tương quan giữa các phần dư, điều này có nghĩa mô hình hồi quy không vi phạm giả định về tính độc lập của sai số.

Kết quả phân tích ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.478	6	11.413	100.809	.000 ^b
	Residual	29.662	262	.113		
	Total	98.141	268			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X6, X3, X4, X5, X2, X1						

Biểu đồ tần số của phần dư chuẩn hóa: Qua biểu đồ ta thấy phân phối của phần dư chuẩn hóa (trung bình=0 và độ lệch chuẩn Std.Dev=0.989). Do đó có thể kết luận rằng giả định về phân phối chuẩn của phần dư không bị vi phạm.



Sau khi sử dụng công cụ xử lý là Analyze/Regression/Linear trong phần mềm SPSS, chạy hàm hồi quy ta thu được kết quả như sau:

Kết quả hồi quy đa biến

Các hệ số, biến số	Hệ số chưa chuẩn hóa		Hệ số chuẩn hóa	t	Mức ý nghĩa thống kê
	β	Độ lệch chuẩn	Beta		
Constant	-.760	.227		-3.342	.001
Hội nhập quốc tế	.356	.041	.369	8.782	.000
Thế chế thương mại	.292	.040	.283	7.286	.000
Điều kiện tự nhiên	.085	.032	.093	2.731	.007
Nguồn nhân lực thương mại	.087	.031	.095	2.743	.007
Cơ sở hạ tầng thương mại	.121	.033	.127	3.607	.000
Khoa học công nghệ	.286	.042	.294	6.880	.000
$R^2 = 0.691$ $F = 100.809$ (Sig.F = 0.000)					

$$Y = -.760 + .356X_1 + .292X_2 + .087X_3 + .085X_4 + .121X_5 + .286X_6$$

Tất cả các hệ số trong mô hình đều mang dấu dương, điều đó có nghĩa là cả 6 yếu tố đều tác động cùng chiều đến PTTMBV. Về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố, kết quả phân tích cho thấy yếu tố *Hội nhập quốc tế* ảnh hưởng lớn nhất đến PTTMBV trong giai đoạn 2007-2013 với hệ số $\beta_1 = .356$. Hội nhập quốc tế đem lại những cơ hội, thuận lợi to lớn nhưng cũng tồn tại những khó khăn, thử thách lớn cho tỉnh Thái Nguyên trong quá trình PTBV. Yếu tố ảnh hưởng ít nhất là *Điều kiện tự nhiên* với hệ số $\beta_3 = .085$. Vì vậy, đây là những cơ sở quan trọng để lãnh đạo tỉnh Thái Nguyên xây dựng chiến lược, kế hoạch phát triển, thể chế phù hợp với thực tế, tạo thuận lợi, động lực to lớn cho doanh nghiệp, hộ cá thể kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh nâng cao hiệu quả kinh doanh cũng như đảm bảo thương mại phát triển bền vững trước bối cảnh hội nhập thế giới như hiện nay.

2.3. Những kết luận qua phân tích thực trạng phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

2.3.1. Đánh giá, kết luận chung

Thứ nhất, Sự phát triển của ngành thương mại đã đóng góp quan trọng vào tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh Thái Nguyên.

Tỷ trọng của ngành thương mại ngày càng tăng cao, tốc độ tăng trưởng thương mại khá cao so với các tỉnh trong khu vực và cả nước. Thương mại đã góp phần quan trọng trong việc tạo việc làm, xóa đói giảm nghèo, nâng cao thu nhập cho người lao động và cải thiện điều kiện an sinh xã hội, giúp đảm bảo hài hòa hơn các mục tiêu xã hội trong quá trình PTTMBV. Số lượng lao động tham gia hoạt động thương mại tăng đáng kể qua một số năm, tác động mạnh theo hướng tích cực tới tổng cầu của nền kinh tế, kích thích gia tăng tiêu dùng và đầu tư, vai trò này đặc biệt quan trọng trong một số năm gần đây khi nền kinh tế tỉnh Thái Nguyên đứng trước những suy giảm của nền kinh tế thế giới.

Thứ hai, Quy mô tăng trưởng thương mại trên địa bàn tương đối cao trong giai đoạn nghiên cứu.

Mức độ tăng trưởng hàng hóa bán lẻ trên thị trường và hàng hóa xuất nhập khẩu đáp ứng khá tốt nhu cầu sản xuất và tiêu dùng cho xã hội. Mạng lưới kinh doanh thương mại tiếp tục được mở rộng trên địa bàn với phương thức kinh doanh, phương thức mua bán ngày càng đổi mới, cơ bản hình thành một thị trường thống nhất và tương đối ổn định trên cơ sở phát huy lợi thế của các thành phần kinh tế, doanh nghiệp dân doanh tăng nhanh về số lượng, quy mô, năng lực quản lý, lực lượng này tăng nhanh đã góp phần không nhỏ trong việc cung ứng hàng hóa tới tay người tiêu dùng. Quy mô sản xuất và kinh doanh hàng xuất khẩu được đầu tư mở rộng, nhiều mặt hàng xuất khẩu của tỉnh như hàng kim khí, dệt may, chè khô... có thị trường ổn định, giá trị kim ngạch cao hơn so với cả nước trở thành những động lực chủ yếu của tăng trưởng kinh tế của tỉnh, hoạt động nhập khẩu được điều hành theo đúng chủ trương của nhà nước, tiết kiệm ngoại tệ, tập trung cho phát triển sản xuất

và phục vụ đời sống nhân dân đối với những mặt hàng thiết yếu. Nhìn chung, có những bước phát triển căn bản hỗ trợ các doanh nghiệp cơ hội tìm kiếm khách hàng và mở rộng thị trường trong và ngoài nước.

Thứ ba, Không ngừng hoàn thiện môi trường đầu tư trực tiếp nước ngoài đóng góp tạo ra giá trị gia tăng của ngành thương mại ổn định và cao hơn so với các ngành kinh tế khác.

Trong các năm qua, tỉnh Thái Nguyên không ngừng hoàn thiện môi trường đầu tư theo hướng thuận tiện, thông thoáng, minh bạch nhằm thu hút những dự án FDI công nghệ cao, những dự án lớn của tập đoàn xuyên quốc gia tạo ra những bước tiến đáng khích lệ. Năm 2013 Thái Nguyên thu hút được 3,4 tỷ USD vốn FDI, năm 2014 thu hút 3,35 tỷ USD vốn FDI, tính lũy kế đến nay Thái Nguyên đã thu hút được 75 dự án FDI, đứng thứ 10 trong tổng số 63 tỉnh, thành phố có đầu tư nước ngoài tại Việt Nam. Đa phần tập trung vào các ngành chế biến, chế tạo. Điều đó đánh giá được vai trò quan trọng cũng như hiệu quả mà nó tạo ra giá trị gia tăng cho nền kinh tế và cũng chứng tỏ rằng ngành thương mại đã biết tận dụng các yếu tố đầu vào, khai thác thế mạnh trong quá trình phát triển.

Thứ tư, Chất lượng tăng trưởng thương mại còn thấp, thiếu tính bền vững. Tăng trưởng thương mại chủ yếu theo chiều rộng, chưa chú trọng phát triển theo chiều sâu.

Tốc độ tăng trưởng khá cao nhưng không ổn định qua các năm, tốc độ giảm dần vào những năm cuối của giai đoạn nghiên cứu (giảm thấp nhất năm 2011, 2012) do ảnh hưởng từ môi trường bên ngoài, sự suy thoái của nền kinh tế thế giới. Tổng mức BLHH tăng qua các năm nhưng cơ cấu mặt hàng công nghệ cao tăng qua các năm nhưng chủ yếu vẫn là những mặt hàng thô, không hoặc ít qua chế biến như những hàng nông sản thực phẩm. Hàng hóa thâm dụng tài nguyên thiên nhiên và sức lao động giản đơn vẫn chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu hàng xuất khẩu. Cơ cấu hàng hóa nhập khẩu chuyển dịch tích cực hơn so với xuất khẩu, nhưng chủ yếu nhập khẩu máy móc, thiết bị từ các thị trường công nghệ trung gian, công nghệ thấp, nếu không có biện pháp đối phó sẽ ảnh hưởng rất xấu tới năng lực cạnh tranh

và sự PTBV của ngành thương mại. Cán cân thương mại luôn trong tình trạng nhập siêu, điều đó còn thể hiện nền kinh tế Thái Nguyên có độ mở thấp, chưa khai thác hết thế mạnh nội lực, tranh thủ nguồn lực, thị trường bên ngoài để mở cửa hội nhập. Chất lượng phát triển thương mại còn thấp, điều này đã hạn chế vai trò động lực và những đóng góp của thương mại trong GDP. Giá trị gia tăng của thương mại cao hơn ngành kinh tế khác nhưng không ổn định, tạo ra những bất ổn trong việc khai thác thế mạnh nội lực để phát triển, điều này sẽ ảnh hưởng rất lớn đến vấn đề ổn định và PTBV ngành thương mại trên địa bàn tỉnh.

Thứ năm, Tính ổn định của thu hút lao động và thu nhập trong thương mại còn hạn chế.

Trình độ nguồn nhân lực còn thấp ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp. Thu nhập của lao động tăng lên qua các năm nhưng vẫn còn thấp. Cơ hội về thu nhập và việc làm dựa vào thương mại chưa thật bền vững do hoạt động kinh doanh thương mại phụ thuộc rất lớn vào tình hình từ thị trường bên ngoài, do đó nguy cơ mất, giảm việc làm trong những trường hợp thị trường biến động xấu là rất cao.

Thứ sáu, Trong lĩnh vực thương mại còn nhiều rủi ro và tiềm ẩn nguy cơ khủng hoảng.

Cả thương mại vĩ mô và vi mô thiếu chiến lược bài bản, khoa học, nặng về lợi ích trước mắt, thiếu tầm nhìn dài hạn, kinh doanh thương mại theo kiểu “chộp giật”, thiếu chuyên nghiệp. Số lượng doanh nghiệp thương mại trên địa bàn phá sản nhiều trong giai đoạn nghiên cứu. Sức cạnh tranh của sản phẩm, doanh nghiệp chưa cao, gặp nhiều rủi ro khi cạnh tranh với hàng hóa nhập khẩu vào thị trường nội địa, các doanh nghiệp còn lúng túng trước những biến động thị trường thế giới.

Thứ bảy, Phát triển thương mại đang có nguy cơ làm cạn kiệt TNTN, suy giảm đa dạng sinh học và ô nhiễm môi trường.

Tăng trưởng xuất khẩu chủ yếu dựa vào việc khuyến khích khai thác các nguồn lực tự nhiên và sử dụng ngày càng nhiều các yếu tố đầu vào làm gia tăng áp lực gây ô nhiễm. Số lượng rác thải rắn đã xử lý trong thương mại còn nhiều hạn

ché, việc quản lý chất thải rắn chưa đảm bảo yêu cầu xử lý, bộc lộ nhiều yếu kém, ảnh hưởng không nhỏ đến con người, môi trường sinh thái. Nhiều doanh nghiệp chủ yếu quan tâm đến mục tiêu kinh tế, thiếu quan tâm đến vấn đề bảo vệ môi trường và nhiều doanh nghiệp vì khả năng tài chính hạn chế không thực hiện đầy đủ các biện pháp bảo vệ môi trường.

2.3.2. Nguyên nhân của những hạn chế

Một là, Tác động của kinh tế thế giới, sự biến động khó lường của thị trường hàng hóa trong giai đoạn vừa qua ảnh hưởng sâu sắc đến PTTMBV. Hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh trong những năm gần đây chịu tác động rất lớn từ cuộc khủng hoảng tài chính thế giới từ cuối năm 2007, đầu năm 2008 và đến nay vẫn còn ít nhiều ảnh hưởng tiêu cực, trong đó chịu ảnh hưởng trực tiếp và lớn nhất là hoạt động XNK.

Hai là, Thái Nguyên là một tỉnh trung du miền núi thuộc vùng Đông Bắc, quy mô kinh tế còn nhỏ bé, hiệu quả hoạt động kinh tế chưa cao. Điểm xuất phát nền kinh tế thấp nên khả năng huy động các nguồn lực đầu tư phát triển thương mại còn thấp.

Ba là, Thể chế thương mại của tỉnh còn nhiều bất cập, cơ chế, chính sách thiếu đồng bộ, không theo kịp thực tiễn. Đặc biệt là trong thực hiện chức năng quản lý nhà nước về thương mại chưa bắt kịp cơ chế mới, chưa được đề cao, thống nhất giữa các cấp, các ngành và các huyện, thành phố, thị xã nên việc xây dựng và triển khai các chính sách, định hướng phát triển thương mại chưa đồng bộ, nhất quán. Công tác điều tra thông tin phục vụ cho việc quản lý thương mại còn thiếu, công tác dự báo và phối hợp liên ngành, liên vùng chưa được tổ chức, đồng thời thiếu sự liên kết, phối hợp liên ngành, liên vùng chưa được tổ chức. Tiến độ các chương trình còn chậm, do trong thực tế triển khai đi vào cụ thể đòi hỏi ràng buộc bởi cơ chế chính sách, cụ thể như chương trình xây dựng thương hiệu các sản phẩm đặc sản của tỉnh, xây dựng cơ sở xúc tiến thương mại tại các thị trường ngoài tỉnh. Ngân sách đầu tư phát triển thương mại hạn hẹp, năm 2003, Chính phủ ban hành Nghị định số 02/2003/NĐ-CP về đầu tư phát triển chợ, trong đó có một số chính sách

phát triển chợ nhưng kết quả đạt được còn thấp, một số chính sách ưu tiên phát triển thương mại miền núi, hải đảo theo Nghị định số 20/1998/NĐ-CP triển khai còn chậm. Công tác cải cách thủ tục hành chính mặc dù đạt nhiều tiến bộ nhưng hiệu quả chưa cao, còn mang tính hình thức hơn là đi sâu vào nội dung

Bốn là, Cơ sở hạ tầng trên địa bàn chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển bền vững thương mại. Mặc dù đã được quan tâm đầu tư nhưng vẫn thiếu về số lượng, kém về chất lượng, chưa có nhiều các loại hình thương mại hiện đại, làm cho năng lực cạnh tranh của ngành thương mại Thái Nguyên còn hạn chế. Hệ thống chợ, tuy có bước phát triển nhưng số lượng, chất lượng chợ hầu như chưa đạt tiêu chí về “chợ”, cơ sở vật chất kỹ thuật còn nghèo nàn, sơ sài và còn đang trong quá trình củng cố, nâng cấp từng bước, các trung tâm thương mại, siêu thị lớn mới chỉ phát triển ở khu vực thành thị, phần lớn chậm phát triển so với nhu cầu phát triển kinh tế xã hội do chưa huy động được nguồn vốn đầu tư của các thành phần kinh tế. Ảnh hưởng trực tiếp đến quy mô cũng như chất lượng thương mại.

Năm là, Đội ngũ và trình độ cán bộ kinh doanh thương mại phần lớn chưa đáp ứng được yêu cầu. Lao động trong lĩnh vực thương mại quốc tế, thương mại điện tử, đội ngũ làm công tác xúc tiến thương mại vừa thiếu vừa chưa mang tính chuyên nghiệp cao, kiến thức về thị trường nước ngoài, nắm bắt thông tin sản phẩm còn hạn chế. Việc đào tạo nguồn nhân lực thương mại chưa được quan tâm nhiều, chưa thu hút được nhiều lao động có tay nghề, trình độ cao tham gia.

Sáu là, Nguồn lực đầu tư cho phát triển thương mại còn nhiều khó khăn. Chưa đáp ứng được so với yêu cầu của sự phát triển, điển hình đầu tư cho khoa học công nghệ, cho phát triển theo chiều sâu còn hạn chế, chưa có nỗ lực mạnh mẽ theo hướng nâng cao năng lực công nghệ tự thân, phụ thuộc rất lớn vào tiềm lực khoa học công nghệ từ nước ngoài, chưa tạo ra đột phá trong việc nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như gia tăng máy móc, thiết bị máy móc xử lý rác thải trong hoạt động kinh doanh thương mại...

CHƯƠNG 3

PHƯƠNG HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI NGUYÊN

3.1. Phương hướng phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái nguyên đến năm 2020

3.1.1. Dự báo bối cảnh tác động đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020

3.1.1.1. Bối cảnh quốc tế, khu vực

Sau cuộc khủng hoảng tài chính và suy thoái kinh tế thế giới những năm 2008-2009, thế giới sẽ bước vào giai đoạn phát triển mới. Tương quan sức mạnh của các nền kinh tế và cục diện phát triển toàn cầu thay đổi với sự xuất hiện của các liên kết mới. Quá trình tái cấu trúc của nền kinh tế và điều chỉnh các thể chế tài chính toàn cầu sẽ diễn ra mạnh mẽ, gắn với những bước tiến mới về khoa học, công nghệ và sử dụng tiết kiệm năng lượng, tài nguyên. Mặt khác, khủng hoảng còn để lại hậu quả nặng nề, chủ nghĩa bảo hộ trở dậy trở thành rào cản lớn cho thương mại. Kinh tế thế giới tuy đã bắt đầu phục hồi nhưng còn nhiều khó khăn, bất ổn, tạo ra nhiều ảnh hưởng tiêu cực đến hoạt động thương mại của Việt Nam nói chung và tỉnh Thái Nguyên nói riêng, do đó việc điều chỉnh thương mại là việc làm rất cần thiết đối với nền kinh tế thế giới, quốc gia và các địa phương.

- Môi trường quốc tế ảnh hưởng đến xuất khẩu:

Về thị trường thế giới, đang có những vận động mạnh mẽ theo xu hướng chuyển dịch từ Tây sang Đông, đang ảnh hưởng trực tiếp đến chiến lược phát triển kinh tế của hầu hết các quốc gia trên thế giới. Khu vực Châu Á – Thái Bình Dương, từ chỗ chỉ chiếm gần 21% tỷ trọng thương mại quốc tế vào năm 1990, đến nay được coi là khu vực phát triển sôi động nhất thế giới và chiếm tới trên 30% thị phần trong xuất nhập khẩu toàn cầu. Trong đó, Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc đang nổi lên trở thành những quốc gia có vị thế và tầm ảnh hưởng không nhỏ trong nền kinh

tế thế giới. Nằm trong khu vực năng động này, hoạt động ngoại thương của Việt Nam nói chung, Thái Nguyên nói riêng sẽ được hưởng những ngoại ứng tích cực.

Dự báo năng lực cạnh tranh của nhóm hàng hóa trên thị trường thế giới là những cơ sở quan trọng để lập quy hoạch PTBVTM. Vì vậy, cần định hướng những ngành hàng có lợi thế cạnh tranh trên thế giới. Trong số 13 cụm ngành đã nêu trong bảng có bốn cụm ngành mà Thái Nguyên có nhiều triển vọng cạnh tranh là cụm ngành số 2, 5, 10 và 12. Hai cụm ngành tỉnh có triển vọng cạnh tranh nhưng tính khả thi thấp là cụm ngành số 3,4. Vì thế, những đề xuất về định hướng phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên trong giai đoạn tới cần tính đến các nhóm ngành được dự báo là đang và sẽ tiếp tục có lợi thế cạnh tranh trên thị trường thế giới, trên cơ sở đó kết hợp với những đánh giá về nội lực của tỉnh để lựa chọn ra các nhóm ngành mà tỉnh có lợi thế so sánh, có tiềm năng phát triển và có khả năng cạnh tranh để ưu tiên phát triển.

Bảng 3.1. Các cụm ngành có lợi thế so sánh trên thế giới

Cụm liên kết	Nhóm ngành	Cụm ngành	Nhóm ngành
1	1. Dược phẩm	6	17. Giao thông vận tải và hậu cần
	2. Thiết bị y tế		18. Du lịch và dịch vụ
	3. Các công cụ phân tích		19. Giải trí
			20. Bán buôn, bán lẻ
2	4. Giáo dục và đào tạo	7	21. Trang sức và kim loại quý
	5. Xuất bản và in ấn	8	23. Xây dựng và bất động sản
	6. Các dịch vụ kinh doanh tài chính		22. Khung thiết bị cho xây dựng
3	7. Điện tử	9	24. Dầu mỏ và khí đốt
	8. Tin học, viễn thông		25. Hóa chất
	9. Thiết bị thông tin		26. Đồ nhựa
4	10. Sản phẩm da	10	27. Sản xuất kim loại
	11. Giày dép		28. Động cơ, các phương tiện hàng không và quốc phòng
	12. Dệt may		29. Tự động hóa
	13. Đồ thêu ren	11	30. sx và truyền năng lượng điện
	14. Đồ chơi và hàng hóa cho trẻ em	12	31. Công nghiệp nặng
	15. Đồ nội thất		32. Sản phẩm chạy bằng động cơ
5	16. Nông sản, lâm sản, thủy sản		33. Công nghệ sản xuất
		13	34. Khai thác mỏ và khoáng sản

(Nguồn: Dự báo của Tổ chức thương mại thế giới (WTO))

Theo dự báo tháng 4/2013 của quỹ tiền tệ quốc tế (IMF) về triển vọng kinh tế toàn cầu đến năm 2018, tăng trưởng kinh tế thế giới sẽ phục hồi chậm từ 3,3% trong năm 2013 lên 4,0% trong năm 2014 và 4,5% trong năm 2018. Trong đó, tăng trưởng kinh tế của các nước phát triển chỉ đạt 1,2% năm 2013 sẽ phục hồi lên 2,2% năm 2014 và lên 2,5% năm 2018, kinh tế các nước đang phát triển sẽ đạt mức tăng 5,3% năm 2013, sau đó tăng 5,7% vào năm 2014 và dự báo tăng 6,2% năm 2018. Các nước kinh tế đang phát triển và mới nổi Châu Á sẽ có tốc độ tăng trưởng cao nhất thế giới, đạt mức tăng 7,1% năm 2013 và 7,3% năm 2014 và sẽ tăng đạt 7,7% trong năm 2018, đi kèm theo đó là nhu cầu nhập khẩu hàng hóa của nhiều quốc gia trên thế giới, trong đó có cả những quốc gia bạn hàng nhập khẩu lớn của Việt Nam, sẽ tiếp tục tăng. Đây là yếu tố thuận lợi để các nước có hoạt động xuất khẩu, trong đó có Việt Nam, có thể đẩy mạnh công tác phát triển xuất khẩu của mình. Tỉnh Thái Nguyên cũng cần tận dụng cơ hội này để phát triển xuất khẩu có hàm lượng tri thức cao, mang lại giá trị gia tăng lớn. Đồng thời, dưới tác động của cuộc cách mạng KHCN hiện đại, tốc độ vận động của quá trình kinh tế, xã hội ngày càng cao, gia tốc ngày càng lớn, đòi hỏi các quốc gia cũng như các doanh nghiệp phải ứng dụng KHCN hiện đại trên thế giới thông qua nhập khẩu để chuyển từ việc dựa chủ yếu vào lợi thế truyền thống sang lợi thế về trí tuệ.

Tuy nhiên, quá trình tự do hóa thương mại cũng đặt ra những thách thức đối với PTTMBV. *Trước hết* là áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các nước trong việc tiếp cận thị trường quốc tế. *Thứ hai* là yếu tố bất định của nền kinh tế gia tăng như biến động về giá cả, môi trường kinh doanh, khủng hoảng tài chính gây rủi ro cho các doanh nghiệp. *Thứ ba*, gia tăng xu hướng bảo hộ của các nước phát triển và áp đặt luật chơi trái với các nguyên tắc thương mại tự do để hạn chế thương mại các nước đang phát triển như áp thuế chống bán phá giá, rào cản kỹ thuật... Đây cũng là một thách thức khá lớn đối với Việt Nam nói chung và Thái Nguyên nói riêng.

- *Môi trường quốc tế ảnh hưởng đến thương mại nội địa:*

+ Thị trường dịch vụ bán lẻ của Việt Nam được đánh giá có sức hấp dẫn thứ 3 trên thế giới, vì vậy được nhiều tập đoàn và công ty thương mại bán buôn và bán

lẽ trên thế giới nhắm tới, trong đó thị trường Thái Nguyên với lợi thế riêng nên sẽ thu hút được một số đối tác, điều đó vừa tạo thêm những yếu tố thuận lợi để phát triển thương mại, vừa là điều kiện khó khăn hơn đối với các doanh nghiệp thương mại của tỉnh do sự có mặt của các nhà phân phối nước ngoài.

+ Đến nay, Việt Nam đã mở cửa thị trường dịch vụ phân phối gồm cả 4 phân ngành (đại lý uỷ quyền, bán buôn, bán lẻ, nhượng quyền thương mại) theo cam kết gia nhập WTO. Hiện nay, một số tập đoàn, công ty thương mại bán buôn và bán lẻ của Đức, Pháp, Nhật Bản ... đã có mặt ở một số thành phố lớn tại Việt Nam. Như vậy, cùng với quá trình thực thi các cam kết của Việt Nam, sự tham gia của các nhà phân phối bán buôn, bán lẻ hàng đầu thế giới như Mỹ, Nhật, Đức, Pháp, Anh, Trung Quốc, Singapore... sẽ có ở Thái Nguyên vừa tạo cơ hội hợp tác giữa các nhà phân phối trong nước với các đối tác này, vừa cải thiện cơ cấu thương mại hiện đại, đồng thời tạo sức ép cạnh tranh gay gắt hơn trong ngành.

+ Tác động của thương mại điện tử đến sự thay đổi toàn diện lĩnh vực phân phối, đặc biệt là sự xuất hiện các cửa hàng, siêu thị ảo hoặc giao dịch giữa các doanh nghiệp. Xu hướng cạnh tranh trong ngành để giảm chi phí chủ yếu bằng quy mô phân phối lớn, trình độ chuyên nghiệp hoá cao và tiêu chuẩn hoá mạng lưới phân phối... Những xu hướng này sẽ có tác động và chi phối nhiều đến cơ cấu của từng phân ngành cũng như đến tầm quan trọng của từng phân ngành trong ngành dịch vụ phân phối.

3.1.1.2. Bối cảnh trong nước

Phát triển bền vững nền kinh tế và thương mại của Việt Nam thời kỳ 2011-2020 diễn ra trong bối cảnh Đại hội Đảng toàn quốc lần thứ XI (tháng 1/2011) đã thông qua cương lĩnh xây dựng đất nước trong thời kỳ quá độ lên CNXH. Trong đó đã xác định đến giữa thế kỷ XXI xây dựng nước ta trở thành nước công nghiệp hiện đại, theo định hướng XHCN. Đẩy mạnh CNH, HĐH gắn với phát triển kinh tế tri thức, bảo vệ tài nguyên, môi trường. Chủ động và tích cực hội nhập quốc tế, giải quyết tốt mối quan hệ giữa độc lập tự chủ và hội nhập quốc tế. Xây dựng cơ cấu hợp lý, hiện đại có hiệu quả và bền vững, gắn kết chặt chẽ công nghiệp, nông

nghiệp, dịch vụ. Phát triển nhanh gắn liền với PTBV. Chiến lược phát triển kinh tế xã hội 2011-2020 có đặt ra mục tiêu: Thu nhập thực tế dân cư năm 2020 gấp khoảng 3,5 lần so với năm 2010, mức chi tiêu bình quân đầu người đạt khoảng 2,75 triệu đồng/tháng.

Theo quyết định số 3098/QĐ-BCT ngày 24/06/2011 của Bộ trưởng Bộ Công Thương về phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển thương mại Việt Nam thời kỳ 2011-2020 và định hướng đến 2030 phải tiếp tục hoàn thiện thể chế thương mại phù hợp với kinh tế thị trường định hướng XHCN trong thời kỳ chiến lược 2011-2020. Phát triển nhanh các doanh nghiệp XNK, doanh nghiệp phân phối lớn có phạm vi hoạt động với nhiều phương thức và hình thức tổ chức kinh doanh đa dạng phù hợp. Hình thành các khu thương mại tập trung gắn với qui hoạch phát triển các vùng kinh tế trọng điểm, tạo thành nhiều cấp độ khác nhau (khu thương mại tập trung của cả nước, liên vùng, vùng và các tiểu vùng). Cần đẩy mạnh phát triển thương mại điện tử, trong đó chú trọng hoàn thiện khung pháp lý liên quan đến việc thừa nhận giá trị pháp lý của chứng từ điện tử. Phát triển đa dạng các hoạt động hỗ trợ, xây dựng hệ thống cung cấp thông tin, dự báo thị trường cho doanh nghiệp, củng cố và nâng cao vai trò của thương vụ Việt Nam ở nước ngoài, phát triển các hoạt động xúc tiến thương mại gắn với thị trường mục tiêu, thị trường trọng điểm và thị trường cho ngành hàng quan trọng trong nền kinh tế, nâng cao vai trò các hiệp hội, làng nghề và các tổ chức xã hội trong việc hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường tiêu thụ. Tận dụng mọi cơ hội để đảm bảo PTTMBV.

Theo mục tiêu dự báo phải phát triển nhanh thương mại theo hướng hiện đại, dự báo đến năm 2020 đạt tốc độ tiên tiến trong khu vực, nâng cao thứ bậc trong bảng xếp hạng môi trường thương mại toàn cầu, khả năng tham gia điều tiết, đảm bảo cân đối cung cầu hàng hóa trong nền kinh tế được nâng lên rõ rệt, lợi ích của người tiêu dùng, người sản xuất và của nền kinh tế được bảo vệ, thương mại ngày càng được phát triển theo hướng thân thiện môi trường, tạo tiền đề vững chắc để tham gia hội nhập sâu vào kinh tế khu vực và thế giới. Một số chỉ tiêu dự báo cụ thể như sau: (i) *Thương mại trong nước*: Phân đầu đạt tốc độ tăng trưởng giá trị gia

tăng của ngành thương mại cao hơn tốc độ tăng trưởng GDP của nền kinh tế, bình quân tăng từ 8-8,5%/năm trong thời kỳ 2011-2015 và 8,5-9% trong thời kỳ 2016-2020, góp phần tích cực giải quyết việc làm cho người lao động dư thừa từ khu vực nông nghiệp, nông thôn do quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế tạo ra, dự báo số lao động tăng thêm hàng năm vào ngành thương mại đạt bình quân 1,5-2%/năm thời kỳ 2012-2015 và 1-1,5% thời kỳ 2016-2020. Sử dụng hiệu quả vốn đầu tư vào ngành thương mại, nhanh chóng hiện đại hóa các loại hình kết cấu hạ tầng thương mại. Tốc độ tăng trưởng của tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ tiêu dùng cả nước (theo giá thực tế) tăng bình quân 19-20% trong thời kỳ 2011-2015 và 20-21%/năm trong thời kỳ 2016-2020. Ngày 19/10/2012, Bộ trưởng Bộ Công thương ban hành quyết định số 6184/QĐ-BCT phê duyệt “Quy hoạch phát triển mạng lưới siêu thị, trung tâm thương mại cả nước đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030”. Theo đó, tốc độ tăng tổng mức bán lẻ hàng hóa qua mạng lưới siêu thị, TTTM đạt bình quân 26-27%/năm thời kỳ đến năm 2015 và 29-30%/năm trong thời kỳ 2016-2020. Số lượng TTTM, siêu thị tăng thêm từ 199 đến 238 siêu thị, Trung tâm mua sắm tăng thêm khoảng 47 trung tâm, TTTM tăng thêm 65 trung tâm [7].

(ii) *Thương mại quốc tế*: Theo quyết định số 2471/QĐ-TTg ngày 28/12/2011 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt chiến lược XNK hàng hóa thời kỳ 2011-2020, định hướng đến năm 2030, dự báo về một số kết quả cụ thể đến năm 2020, Việt Nam trở thành một nước có nền ngoại thương phát triển, tổng kim ngạch xuất khẩu tăng gấp 3 lần năm 2010, bình quân đầu người đạt trên 2000 USD, nâng cao chất lượng tăng trưởng và hiệu quả XNK, chuyển dịch cơ cấu XNK một cách hợp lý. Tốc độ tăng trưởng bình quân 12%/năm giai đoạn 2015-2020, kiềm chế tốc độ tăng nhập khẩu, bình quân 10-11%/năm trong giai đoạn 2015-2020 [7].

Như vậy, có thể thấy rằng với những dự báo kết quả hoạt động của thương mại của cả nước tạo ra những tác động rất lớn tới hoạt động thương mại của tỉnh Thái Nguyên, cả tác động tích cực và tiêu cực. Mặt tích cực thể hiện ở chỗ, là một phần của thương mại của cả nước, những chính sách của Chính phủ, Bộ Công thương và dự báo những kết quả sẽ đạt được tạo ra những thuận lợi lớn, cơ hội,

động lực lớn để PTBV. Bên cạnh đó, Thái Nguyên là một tỉnh TDMNPB đang còn đối mặt với nhiều khó khăn, với dự báo phát triển thương mại cả nước tạo cho ngành thương mại của tỉnh những sức ép nặng nề, phải vượt qua nhiều thử thách để không tụt hậu so với cả nước.

3.1.1.3. Bối cảnh trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

* Xu hướng liên kết kinh tế vùng và cả nước

Là tỉnh nằm ở vị trí cửa ngõ phía Nam nối vùng Việt Bắc với thủ đô Hà Nội, Thái Nguyên có thể gắn kết kinh tế với các tỉnh trong vùng TDMN Bắc Bộ. Những thị trường có mối quan hệ mật thiết trong tiêu thụ hàng nông sản, tư liệu sản xuất và cung ứng hàng công nghiệp tiêu dùng, nguyên nhiên liệu phục vụ sản xuất cho Thái Nguyên bao gồm :

- *Thị trường các tỉnh TDMNPB*: về mặt địa lý, Thái Nguyên cũng nằm trong lòng thị trường này nên có nhiều đặc điểm tương đồng trong phát triển kinh tế của vùng là đi lên từ thế mạnh ban đầu bằng sản xuất các mặt hàng nông sản và một số hàng nguyên liệu, công nghiệp phục vụ cho sản xuất và tiêu dùng, do vậy sự liên kết với khu vực thị trường này trong thu mua nguồn nguyên liệu nông sản, cây công nghiệp, nông nghiệp chế biến tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Mặt khác, đây là vùng kinh tế có trình độ phát triển chưa cao, chủ yếu là những thị trường có nhu cầu tiêu dùng về lương thực, thực phẩm phục vụ đời sống và các mặt hàng phục vụ cho sản xuất.

- *Thị trường các tỉnh Đồng bằng Sông Hồng*: là khu vực có thế mạnh sản xuất hàng nông thủy sản và là vựa nguyên liệu cung cấp cho chế biến hàng nông thủy sản. Do vậy, Thái Nguyên có thể tiêu thụ các loại hàng nông, thủy sản được sản xuất ra từ khu vực thị trường này và cung ứng lại các nguồn nguyên liệu.

Đây là hai thị trường mà Thái Nguyên có thể cung cấp những mặt hàng nông sản như thịt gia súc, gia cầm, rau quả các loại và một số sản phẩm công nghiệp tiêu dùng do các doanh nghiệp trong tỉnh sản xuất ... phục vụ cho sản xuất và tiêu dùng.

- *Thị trường Hà Nội*: Thành phố Hà Nội là đối tác quan trọng có nhiều tiềm năng để kêu gọi đầu tư, liên doanh, liên kết với tỉnh Thái Nguyên trong thu mua, chế biến hàng nông sản để phục vụ tiêu dùng trong nước và xuất khẩu. Hà Nội là địa bàn

trọng điểm của vùng Bắc Bộ, là thị trường lớn về tiêu thụ hàng hoá, do đó đây là cơ hội tốt cho Thái Nguyên tiêu thụ lương thực, thực phẩm, nguyên liệu từ nông, lâm, khoáng sản và vật liệu xây dựng ... Ngược lại Hà Nội cũng là thị trường lớn cung cấp cho Thái Nguyên máy móc thiết bị phục vụ sản xuất, vật liệu trang trí nội thất, hàng công nghiệp tiêu dùng (thực phẩm chế biến, hàng điện máy,...) đây là cơ hội tốt để tỉnh Thái Nguyên phát triển, nhưng cũng là thử thách đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trên địa bàn tỉnh.

- *Thị trường các tỉnh Nam Bộ*: tuy cách xa Thái Nguyên nhưng là thị trường đầu mối tiêu thụ sản phẩm của Thái Nguyên và là trung gian xuất khẩu hàng hóa sang các nước trong khu vực. Các doanh nghiệp của Thái Nguyên cũng có thể khai thác từ thị trường này một số hàng công nghiệp tiêu dùng như: hàng kim khí điện máy, vật liệu xây dựng, trang trí nội thất ...

Như vậy, có thể thấy ngành thương mại Thái Nguyên có nhiều điều kiện thuận lợi để PTTMBV, đóng vai trò quan trọng trong PTBV kinh tế chung của tỉnh,

+ Hoạt động thương mại tạo điều kiện để thúc đẩy sản xuất hàng hóa bền vững. Thông qua hoạt động thương mại trên thị trường, các chủ thể kinh doanh mua bán được sản phẩm, góp phần tạo ra quá trình tái sản xuất được tiến hành liên tục, nâng cao mức tiêu thụ và hưởng thụ của cá nhân và doanh nghiệp.

+ Sự tăng trưởng của ngành thương mại còn là động lực cho sự phát triển kinh tế, cũng như có tác động tích cực đối với phân công lao động xã hội trên địa bàn tỉnh. Nền kinh tế càng phát triển thì hoạt động thương mại càng phong phú, đa dạng, phản ánh trình độ phát triển kinh tế của mỗi quốc gia.

*** Dự báo khả năng phát triển đô thị tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020**

Hệ thống đô thị Thái Nguyên trong những năm tới sẽ phát triển chủ yếu theo hướng lấy công nghiệp và dịch vụ làm nền tảng, lấy hệ thống đô thị hiện tại làm hạt nhân; về mặt không gian, hệ thống đô thị sẽ phát triển theo hai chiều bám theo hai trục đường quốc lộ 3 và quốc lộ 1B, lấy thành phố Thái Nguyên làm trung tâm. Định hướng lớn đối với từng loại đô thị trong tỉnh như sau:

- Nâng tầm của thành phố Thái Nguyên: Thành phố Thái Nguyên nằm trong vành đai ảnh hưởng của Hà Nội, trong vùng phụ cận của tam giác kinh tế tăng trưởng nhanh Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh. Theo Quy hoạch chung xây dựng thành phố đến năm 2020, thành phố Thái Nguyên được xác định là trung tâm kinh tế, văn hoá, giáo dục, khoa học kỹ thuật, y tế, du lịch, dịch vụ của tỉnh và vùng TDMNBB; là một trong những trung tâm công nghiệp, y tế, văn hóa giáo dục và đào tạo của cả nước.

- Nâng cấp thị xã Sông Công: là đô thị trẻ, hiện đang được xếp loại đô thị loại III trung tâm kinh tế vùng phía nam của tỉnh với các ngành công nghiệp chủ chốt là cơ khí chế tạo, sản xuất động cơ, sản xuất dụng cụ y tế...

- Xây dựng Trung tâm huyện Phổ Yên đến năm 2020 trở thành thị xã công nghiệp: Quy hoạch và xây dựng tổ hợp khu công nghiệp và đô thị Yên Bình, Gắn kết với khu công nghiệp Diềm Thụy; hình thành các trung tâm thương mại, khu thương mại dịch vụ tổng hợp, nâng cấp các đô thị Ba Hàng, Bãi Bông và Bắc Sơn (hiện là đô thị loại V của huyện Phổ Yên) tương xứng với tầm của thị xã công nghiệp.

- Nâng cao chất lượng của 6 thị trấn huyện lỵ (đang là những đô thị loại V, trung tâm hành chính, chính trị, kinh tế, văn hoá của các huyện) và 11 thị trấn, thị tứ (đang là trung tâm của các cụm xã, trung tâm xã hoặc các đầu mối giao thông, hoặc nằm kề bên các xí nghiệp khai thác mỏ hay các nông trường trạm trại). Các đô thị này sẽ là các trung tâm phát triển các ngành nghề chế biến nông sản thực phẩm, chế biến lâm sản, khai thác vật liệu xây dựng, cơ khí và dịch vụ sửa chữa, sản xuất hàng tiêu dùng, hàng xuất khẩu. Các thị trấn Chùa Hang, Đại Từ, Đình Cả, Chợ Chu, phấn đấu đạt 70% là đô thị loại IV vào trước năm 2020.

- Thành lập đô thị ở khu vực Hồ Núi Cốc: Trên cơ sở, tách và sáp nhập các xã thuộc thành phố Thái Nguyên, huyện Đại Từ, thị xã Sông Công, huyện Phổ Yên trong khu vực ven Hồ Núi Cốc thành đơn vị hành chính để thống nhất quản lý nhằm giải quyết tình trạng lấn chiếm đất đai (nhất là ở vùng lòng hồ) và đảm bảo gìn giữ được vẻ đẹp tự nhiên, bảo vệ môi trường thiên nhiên khu du lịch Hồ Núi Cốc.

- Tăng cường đầu tư phát triển đô thị: Đến năm 2020 đề nghị Nhà nước công nhận các điểm dân cư đô thị như: La Hiên - Quang Sơn, Yên Lãng, Yên Ninh, Phú Thượng, Ninh Thanh, Thuận Thành là đô thị loại V.

Như vậy, bên cạnh yếu tố về đất dành cho cơ sở hạ tầng, sự phát triển của các đô thị mới ở Thái Nguyên thời kỳ đến 2020 sẽ là những yếu tố thúc đẩy khả năng phát triển hạ tầng thương mại tỉnh trong thời kỳ quy hoạch, là những thuận lợi lớn trong lộ trình PTTMBV.

3.1.2. Quan điểm phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Thứ nhất, Phát triển thương mại của tỉnh phải chú trọng phát triển hợp lý cả về chiều rộng và chiều sâu, vừa mở rộng quy mô thương mại vừa chú trọng nâng cao chất lượng, hiệu quả và cơ cấu thương mại.

Bảo đảm quyền tự chủ, tự do kinh doanh và cạnh tranh bình đẳng giữa các chủ thể, nhằm phát huy số lượng, tiềm năng của các doanh nghiệp thương mại, tạo lập điều kiện để mọi doanh nghiệp có cơ hội phát triển, dễ tiếp cận các nguồn lực chung, đáp ứng đầy đủ nhu cầu sản xuất và tiêu dùng ngay cả hiện tại và thế hệ mai sau trong việc đảm bảo phát triển thương mại nhanh, bền vững. Gắn kết chặt chẽ giữa mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu với phát triển thị trường trong tỉnh, nâng cao vai trò cầu nối giữa sản xuất với tiêu dùng, thúc đẩy phát triển sản xuất hàng hóa, đồng thời đóng góp giải quyết công ăn việc làm, xóa đói giảm nghèo, đảm bảo an sinh xã hội. Bên cạnh đó, chú trọng những mặt hàng hóa đạt chất lượng cao, hàng hóa thân thiện môi trường, chuyển dịch cơ cấu hàng hóa lưu thông và XNK theo hướng hiện đại, nâng tỷ trọng các hàng hóa có giá trị gia tăng cao, hạn chế tối đa các hàng hóa chế biến thô và sơ chế.

Thứ hai, PTTMBV là động lực của phát triển kinh tế xã hội bền vững của tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020.

PTTMBV trên địa bàn tỉnh phải phù hợp với các quy luật khách quan của nền kinh tế thị trường, bám sát quy hoạch tổng thể kinh tế xã hội của tỉnh đáp ứng được yêu cầu nâng cao quy mô và chất lượng kinh doanh thương mại, phù hợp với nhịp độ phát triển kinh tế, xã hội và thúc đẩy quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế xã hội của tỉnh theo hướng tích cực, tăng tỷ trọng các ngành phi nông nghiệp, đến

năm 2020 phần đầu tỷ trọng công nghiệp-xây dựng đạt 49-50%, nông lâm ngư nghiệp đạt 11-12%, dịch vụ trên 39,85% [77].

Thứ ba, Tập trung phát triển bền vững thương mại trong nước.

PTTMBV trong tình gắn kết với phát triển đa dạng về chế độ sở hữu và thành phần kinh tế của các chủ thể, về loại hình tổ chức và phương thức hoạt động. Quan tâm phát triển các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hộ kinh doanh, đồng thời thúc đẩy phát triển các doanh nghiệp thương mại lớn theo mô hình tập đoàn, có hệ thống phân phối hiện đại, có vai trò nòng cốt, dẫn dắt thị trường để định hướng sản xuất và tiêu dùng. chú trọng khuyến khích khả năng tích tụ và tập trung nguồn lực của các nhà đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng thương mại như hệ thống chợ, siêu thị, trung tâm thương mại gắn với văn hóa tiêu dùng văn minh, mở rộng mạng lưới kinh doanh. Cải thiện điều kiện làm việc, thu nhập cũng như nâng cao trình độ của lực lượng lao động thương mại, nâng cao trách nhiệm xã hội của các cơ sở kinh doanh đối với cộng đồng. Trong hoạt động kinh doanh thương mại luôn đảm bảo KHCN là nền tảng, động lực cho hoạt động phát triển, chú trọng áp dụng phát triển vào các ngành, lĩnh vực quan trọng trong hoạt động sản xuất, kinh doanh thương mại nhất là những công nghệ hiện đại, sạch, thân thiện với môi trường, đồng thời chú trọng công nghệ xử lý chất thải nhất là chất thải rắn.

Thứ tư, Đa dạng hóa mặt hàng xuất khẩu và đa phương hóa thương mại quốc tế, tích cực chủ động hội nhập vào kinh tế khu vực và thế giới.

Đảm bảo khai thác triệt để lợi ích từ quá trình tự do hóa thương mại và thực thi các các cam kết hội nhập quốc tế, cần có giải pháp và lộ trình cụ thể hiện thực hóa chiến lược phát triển với từng ngành hàng, nhóm hàng, mặt hàng nhằm đảm bảo thương mại quốc tế không chỉ “ấn tượng” về con số kim ngạch hay tốc độ tăng trưởng mà cần hướng tới sự bền vững.

Thứ năm, Giảm thiểu tác động tiêu cực của hoạt động thương mại đối với môi trường, gắn kết PTMBV với bảo vệ môi trường sinh thái.

Quản lý chặt chẽ các hoạt động thương mại gây ra ô nhiễm môi trường, kết hợp với tuyên truyền vận động các doanh nghiệp, người dân nâng cao tinh thần

trách nhiệm bảo vệ, giữ gìn môi trường để giảm thiểu tối đa nhất mức độ ô nhiễm môi trường trên địa bàn tỉnh. Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, bảo đảm an toàn vệ sinh thực phẩm, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ.

3.1.3. Định hướng phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020

3.1.3.1. Định hướng phát triển bền vững thương mại trong nước

Khai thác tối đa các tiềm năng, lợi thế để phát triển ngành thương mại trên địa bàn, nâng cao tính đa dạng, chất lượng các sản phẩm chủ lực của tỉnh, phục vụ sản xuất và đời sống, đưa thương mại trở thành mũi nhọn của tỉnh và phát triển bền vững, tạo động lực phát triển các ngành, lĩnh vực khác, cụ thể đối với các nhóm hàng hóa như sau: các sản phẩm công nghiệp chế tạo máy, điện tử, gia công kim loại và cơ khí lắp ráp. Đây là định hướng ưu tiên phát triển số 1 của tỉnh, là ngành quan trọng trong hoạch định thay đổi cơ cấu nội bộ ngành, chiếm tỷ trọng lớn sau năm 2015 (đến năm 2020 chiếm 40,9% trong cơ cấu công nghiệp của tỉnh). Các sản phẩm công nghiệp nhẹ, chế biến nông, lâm, thủy sản, thực phẩm, sản xuất hàng tiêu dùng. Phần đầu đạt tốc độ tăng trưởng bình quân các sản phẩm này phục vụ nhu cầu trên địa bàn và xuất khẩu, đạt khoảng 27,99%/năm giai đoạn 2011-2015 và 18,7%/năm giai đoạn 2016-2020. Các sản phẩm của ngành sản xuất vật liệu xây dựng. Tạo điều kiện thuận lợi nhất để các nhà máy sản xuất vật liệu xây dựng lớn hiện có trên địa bàn phát huy hết công suất như: Xi măng Thái Nguyên (1,5 triệu tấn/năm), La Hiên (0,75 triệu tấn/năm), Quan Triều đi vào sản xuất quý IV-2010 (0,77 triệu tấn/năm). Trong các khu cụm công nghiệp trên địa bàn tiếp tục thu hút đầu tư các dự án lớn sản xuất các sản phẩm mới với công nghệ tiên tiến.



Hình 3.1. Tổ chức SX không gian lãnh thổ của tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020

(Nguồn: UBND tỉnh Thái Nguyên)

Ngoài ra, định hướng các sản phẩm công nghiệp khai thác và chế biến khoáng sản. Thực hiện việc cải tạo 50% diện tích chè giống cũ, năng suất thấp sang các giống mới, thực hiện thâm canh để có năng suất, chất lượng cao. Nâng cao giá trị của chè thông qua chế biến sâu. Gia tăng giá trị sản xuất thủy sản, chủ yếu phát triển thủy sản là tại các hồ chứa lớn như các hồ Núi Cốc, hồ Phú Xuyên, Đoàn Uy, Phượng Hoàng (Đại Từ), hồ Suối Lạnh (Phổ Yên), hồ Ghềnh Chè (thị xã Sông Công).

Phát triển các cơ sở kinh doanh thương mại trên địa bàn, phát triển các mạng lưới chợ, đặc biệt chợ nông thôn, miền núi. Phát triển trung tâm thương mại, siêu thị, tổng kho thương mại và trung tâm dịch vụ Logistic phù hợp với quy hoạch phát triển tổng thể đô thị của tỉnh. Xuất phát từ nhu cầu của người dân, nâng cấp mở rộng các cơ sở kinh doanh cũ phù hợp với lượng hàng hóa và tập quán tiêu dùng của nhân dân.

Bảng 3.2. Định hướng phát triển các cơ sở kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Địa điểm	Chợ	TTTTM	Siêu thị	TMDV	TT HC, triển lãm	Logistic	Cửa hàng XD	cs chiết nạp LPG
TP Thái Nguyên	36	6	12	2	1	3	54	3
Thị xã Sông Công	11	2	3	1		1	12	2
Huyện Định Hóa	25	1	2				21	
Huyện Võ Nhai	19	1	1	1			22	
Huyện Phú lương	19	1	2	1		1	25	1
Huyện Đồng Hỷ	20	1	3	1		1	28	1
Huyện Đại Từ	32	1	2	1			31	
Huyện Phú Bình	22	1	2	1		1	24	
Huyện Phổ Yên	18	2	4	2		1	22	

(Nguồn: Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên)

Nâng cao vai trò của thương mại nội tỉnh trong việc đóng góp vào GDP của tỉnh, thu hút lao động xã hội, tạo việc làm mới, kết nối sản xuất và tiêu dùng. Đẩy mạnh các tiến bộ về khoa học kỹ thuật, đặc biệt là thương mại điện tử vào hoạt động quản lý và kinh doanh. Huy động và sử dụng có hiệu quả các nguồn lực của các thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại. Phát triển hài hòa giữa thương mại truyền thống và thương mại hiện đại, giữa thị trường thành thị và nông thôn.

3.1.3.2. Định hướng phát triển bền vững thương mại quốc tế

Với lợi thế có đường quốc lộ 3 từ Hà Nội lên Bắc Kạn, Cao Bằng cắt dọc toàn bộ tỉnh Thái Nguyên chạy qua thành phố Thái Nguyên là cửa ngõ phía Nam nối Thái Nguyên với Hà Nội, các tỉnh đồng bằng sông Hồng với các tỉnh khác trong cả nước, đồng thời còn là cửa ngõ phía bắc qua tỉnh Bắc Kạn sang Cao Bằng thông sang biên giới Trung Quốc. Các quốc lộ 37, 1B cùng với hệ thống tỉnh lộ, huyện lộ là những mạch giao thông quan trọng nối Thái Nguyên với các tỉnh xung quanh. Tuyến đường sắt Hà Nội – Quán Triều, Lư Xá – Đông Triều nối với khu công nghiệp Sông Công, khu Gang thép và thành phố Thái Nguyên. Đặc biệt với tuyến đường cao tốc Hà Nội – Thái Nguyên, tạo ra cơ hội lớn cho thị trường Thái Nguyên phát triển xuất nhập khẩu.

Trên cơ sở trình độ sản xuất và tiêu dùng trong tỉnh, năng lực kinh doanh của các công ty địa phương, khả năng tạo ra sản phẩm xuất khẩu và nhu cầu nhập khẩu của địa phương cũng như đánh giá về triển vọng thị trường xuất khẩu các sản phẩm của tỉnh Thái Nguyên. Định hướng ưu tiên phát triển thị trường chủ lực như Trung Quốc, các nước ASEAN, Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU... khai thác triệt để các cơ hội kinh doanh xuất nhập khẩu hàng hóa thông qua các doanh nghiệp xuất nhập khẩu lớn của cả nước.

Định hướng chuyển dịch cơ cấu hàng xuất khẩu theo hướng đẩy mạnh xuất khẩu những mặt hàng có giá trị gia tăng thêm cao, tăng sản phẩm chế biến, chế tạo, sản phẩm có hàm lượng công nghệ và chất xám cao, giảm dần tỷ trọng hàng thô. Tuy nhiên, đối với xuất khẩu của tỉnh Thái Nguyên, cần phải xác định thế mạnh về mặt hàng xuất khẩu và tập trung nâng cao qui mô xuất khẩu trong kỳ quy hoạch.

Trong đó, cần đặc biệt quan tâm đến năng lực sản xuất công nghiệp, kể cả thiết bị, vật liệu và thiết kế sản phẩm mới. Đối với nhập khẩu, cần ưu tiên nhập khẩu máy móc, thiết bị tiên tiến và các nguyên vật liệu phục vụ cho sản xuất kèm theo.

Từ những lợi thế và hướng phát triển như trên tỉnh Thái Nguyên khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia để phát triển kinh doanh xuất nhập khẩu, mở rộng quan hệ hợp tác, liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp của địa phương khác trong nước, với các doanh nghiệp xuất nhập khẩu lớn để tổ chức sản xuất, chế biến và khai thác các nguồn hàng xuất khẩu được sản xuất ra, nhập khẩu máy móc, thiết bị, vật tư phục vụ cho sản xuất trong tỉnh. Vừa nâng cao hiệu quả xuất nhập khẩu phù hợp với mục tiêu phát triển bền vững.

3.1.3.3. Định hướng bảo vệ môi trường trong kinh doanh thương mại

Thực hiện mục tiêu bảo vệ môi trường trong các văn bản pháp luật, chiến lược, chính sách, kế hoạch hành động về bảo vệ môi trường quốc gia đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, như Nghị quyết 41-NQ/TW ngày 15/11/2004 của Bộ Chính trị (khóa IX) về bảo vệ môi trường trong thời kỳ đẩy mạnh CNH-HĐH đất nước, Luật bảo vệ môi trường được Quốc hội thông qua ngày 29/11/2005. Quyết định số 52/2008/QĐ-BCT ngày 30/12/2008 của Bộ Công thương ban hành quy chế tạm thời về bảo vệ môi trường ngành công thương, quy định về hoạt động bảo vệ môi trường thương mại và công tác quản lý nhà nước về môi trường ngành Công thương, thể hiện cụ thể qua các mục tiêu như sau: Khai thác và sử dụng hợp lý các nguồn tài nguyên thiên nhiên, bảo đảm cân bằng sinh thái ở mức cao, bảo tồn thiên nhiên và giữ gìn đa dạng sinh học. Chủ động thực hiện và đáp ứng các yêu cầu về môi trường trong hội nhập kinh tế quốc tế, hạn chế các ảnh hưởng xấu của quá trình toàn cầu hóa tác động đến môi trường trong nước thông qua hoạt động xuất nhập khẩu, nhằm tăng trưởng kinh tế, đảm bảo PTBV nói chung và thương mại nói riêng.

Trong hoạt động kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh, định hướng tăng khả năng thu gom và xử lý chất thải rắn, góp phần tích cực xây dựng môi trường mua sắm hàng hóa văn minh, hiện đại. Tham gia tích cực vào các hoạt động bảo vệ môi trường thông qua các chính sách xây dựng nguồn hàng kinh doanh, không cung ứng đối với

nguồn hàng không rõ xuất xứ, các mặt hàng không thân thiện với môi trường, tăng cường giới thiệu các mặt hàng thân thiện môi trường, hạn chế sử dụng các sản phẩm không thân thiện môi trường, không kinh doanh hàng hóa quá hạn sử dụng, không đảm bảo chỉ tiêu chất lượng theo tiêu chuẩn bảo vệ môi trường, bảo vệ người tiêu dùng. Ngoài ra, định hướng các kế hoạch tuyên truyền người tiêu dùng hạn chế sử dụng các bao bì ni lông, thay thế bằng các vật liệu bao gói thân thiện với môi trường.

3.2. Giải pháp phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

3.2.1. Hoàn thiện môi trường thể chế của tỉnh Thái Nguyên cho phát triển thương mại bền vững

Tăng cường hiệu quả công tác quản lý Nhà nước về thương mại - dịch vụ trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên được tiến hành thông qua việc hoàn thiện các quy định pháp luật, chính sách và cơ chế quản lý thương mại; hoạch định chiến lược và quy hoạch, kế hoạch phát triển thương mại - dịch vụ, sử dụng các công cụ (hành chính, thuế...) để điều tiết hoạt động thương mại. Sở Công Thương Thái Nguyên là cơ quan quản lý Nhà nước về thương mại trên địa bàn có trách nhiệm tổ chức, hướng dẫn thi hành các văn bản hướng dẫn thi hành Luật Thương mại, các quy định khác của pháp luật về phát triển thương mại và đảm bảo PTTMBV trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, các quy định của nhà nước hướng dẫn về công tác quản lý thị trường, thanh tra, chống buôn lậu và gian lận thương mại... cho phù hợp với tình hình thực tiễn ở địa phương.

Các cơ quan có chức năng quản lý Nhà nước về thương mại, thị trường trên địa bàn tỉnh, tập trung nghiên cứu dự báo thị trường, quy hoạch và kế hoạch phát triển thương mại - dịch vụ, kiểm tra, kiểm soát thị trường. Đồng thời, phải gắn việc quản lý trên phạm vi toàn tỉnh với đặc thù của riêng của các huyện, thị xã, thành phố. Trong phạm vi chức năng và quyền hạn được giao, các cơ quan này cần chủ động đề xuất với tỉnh và ngành về việc hoàn thiện hệ thống các văn bản pháp luật, các cơ chế chính sách liên quan đến phát triển thương mại - dịch vụ trên địa bàn, góp phần ổn định thị trường.

- Về bộ máy quản lý. Căn cứ vào yêu cầu và nội dung quản lý để xác định rõ chức năng, nhiệm vụ và tổ chức bộ máy quản lý thương mại các cấp từ tỉnh đến các huyện, thành phố, thị xã.

+ Đối với bộ máy quản lý thương mại cấp tỉnh, cần đổi mới mô hình tổ chức và quản lý theo hướng tăng cường các quan hệ liên ngành, đặc biệt là đối với các ngành sản xuất và lĩnh vực đầu tư để thúc đẩy quá trình phát triển thị trường và hoạt động thương mại trên địa bàn tỉnh. Trước mắt, cần củng cố vai trò quản lý nhà nước về thương mại - dịch vụ của Sở Công Thương, tăng cường nguồn nhân lực và cơ sở vật chất cho Sở, sắp xếp lại bộ máy cho phù hợp với nhiệm vụ trong bối cảnh tự do hoá thương mại và hội nhập.

+ Đối với bộ máy quản lý thương mại các cấp, cần thực hiện theo hướng dẫn của Sở Công Thương. Cụ thể là:

(1) Tăng cường năng lực quản lý thương mại - dịch vụ cấp huyện, thành phố, thị xã.

(2) Đối với đội ngũ cán bộ quản lý thương mại - dịch vụ cấp huyện, thành phố, thị xã, cần chú trọng rèn luyện về phẩm chất đạo đức, không ngừng nâng cao trình độ chuyên môn và phong cách làm việc để thực hiện tốt các chính sách phát triển thương mại - dịch vụ ở địa phương.

- Về cải cách hành chính, Trong thời gian tới, Tỉnh cần hoàn thiện, chuẩn hóa, công khai hóa các quy trình giải quyết các thủ tục hành chính, nhất là trong lĩnh vực đầu tư, quy hoạch, quản lý đất đai. Tăng cường cơ sở vật chất, trang thiết bị, điều kiện làm việc, ứng dụng khoa học công nghệ trong quản lý, điều hành và tổ chức thực hiện. Trên cơ sở thực hiện chủ trương về cải cách hành chính của Chính phủ và UBND tỉnh, các ngành, các cấp trong tỉnh Thái Nguyên tiếp tục xây dựng các chương trình, đề án và thực hiện cải cách hành chính trên địa bàn, để tạo điều kiện thuận lợi cho các nhà sản xuất và kinh doanh hoạt động trên thương trường. Cụ thể là:

+ Tiếp tục rà soát, xây dựng quy trình giải quyết 100% các thủ tục hành chính tại bộ phận tiếp nhận và trả kết quả của Sở Công Thương và các cơ quan liên quan.

+ Quy định rõ hơn nữa chức năng, nhiệm vụ của từng cơ quan, Ban/ngành trong huyện, thành phố, thị xã để nghiên cứu bổ sung, thay đổi một cách phù hợp, tránh chồng chéo hoặc còn thiếu.

+ Tiếp tục triển khai thực hiện pháp lệnh công chức, pháp lệnh thực hành tiết kiệm, chống lãng phí, pháp lệnh chống tham nhũng...

+ Thực hiện cơ chế “một cửa” trong cơ quan hành chính các cấp. Tổ chức bộ máy quản lý theo hướng tinh giản, có hiệu lực cao, nâng cao trách nhiệm và năng lực điều hành trong thực hiện công vụ.

+ Phân cấp, phân quyền cho các cấp cơ sở, tăng cường công tác kiểm tra, phát huy dân chủ cơ sở.

- Về công tác quản lý thị trường, đấu tranh chống buôn lậu và gian lận thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Hiện nay, tình trạng buôn lậu, trốn thuế, buôn bán hàng cấm, hàng giả đã ảnh hưởng xấu đến sản xuất và đến những người kinh doanh tuân thủ pháp luật. Để làm tốt công tác quản lý thị trường, đấu tranh chống buôn lậu và các hành vi kinh doanh trái phép, các cấp chính quyền ở Thái Nguyên cần: Đề cao trách nhiệm của từng ngành chức năng; có sự phối hợp tốt giữa các lực lượng có liên quan; xây dựng đội ngũ cán bộ làm công tác quản lý thị trường có tinh thần trách nhiệm cao, chống buôn lậu, chống làm và bán hàng giả, chống trốn thuế... Xây dựng cơ sở kiểm tra, đo lường chất lượng hàng hóa lưu thông trên địa bàn tỉnh nhằm đảm bảo hàng hoá đưa vào lưu thông trên địa bàn đáp ứng các tiêu chuẩn quy định. Phát hiện và xử lý nghiêm các vi phạm, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Với những nhiệm vụ và phạm vi quyền hạn của Sở Công Thương Thái Nguyên hiện nay, cần xây dựng chính sách và cơ chế quản lý thương mại hàng hóa nhằm phát triển thị trường hàng hóa trên địa bàn và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, tạo môi trường kinh doanh thuận lợi và cạnh tranh công bằng cho các doanh nghiệp thương mại. Tổ chức thực hiện và hoàn thiện cơ chế quản lý thương mại của Trung ương.

3.2.2. Xây dựng và thực thi chiến lược phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Dựa vào lợi thế của tỉnh Thái Nguyên và phát huy vai trò của ngành thương mại trong việc tạo ra giá trị tăng thêm đóng góp vào GDP của tỉnh, tạo thêm nhiều việc làm mới, nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân, thúc đẩy quá trình phát triển thương mại tại địa phương một cách ổn định, bền vững... Xây dựng chiến lược phát triển thương mại một cách khoa học, bài bản, phù hợp với mục tiêu phát triển kinh tế xã hội của tỉnh, vùng và của ngành thương mại trong tình hình mới.

**** Hội nhập quốc tế chủ động, tích cực, hiệu quả.***

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế và khu vực ngày càng sâu rộng, với chính sách phân cấp quản lý nhà nước, đặc biệt là trong lĩnh vực hợp tác, thu hút đầu tư nước ngoài là cơ hội tốt cho tỉnh phát huy tính chủ động, sáng tạo nhằm thúc đẩy các hoạt động kinh tế đối ngoại. Cùng với cả nước thực hiện tốt các cam kết, hiệp định đối tác kinh tế toàn diện.

Thái Nguyên có nhiều lợi thế để thúc đẩy các quan hệ kinh tế quốc tế, bao gồm thu hút đầu tư và phát triển thương mại. Vì vậy, cần ra sức cải tiến và tạo môi trường thông thoáng để thu hút đầu tư và viện trợ nước ngoài. Duy trì và phát huy các thị trường Trung Quốc, EU, Nhật Bản, ASEAN, chủ động tìm kiếm thị trường quốc tế mới, chủ động và có lộ trình hội nhập kinh tế khu vực và quốc tế hợp lý.

Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp trong việc tiếp cận thông tin, thâm nhập và mở rộng thị trường, cần tranh thủ sự giúp đỡ của các sứ quán ở nước ngoài trong việc giúp đỡ các doanh nghiệp nghiên cứu thị trường và các đối tác nước ngoài. Hình thành các tổ chức nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại và đầu tư. Tích cực, chủ động trong việc đưa ra các sáng kiến để thúc đẩy các hoạt động kinh tế đối ngoại như đăng cai tổ chức các sự kiện: Festival chè, hội nghị xúc tiến đầu tư...

Chú trọng nâng cao chất lượng sản phẩm cũng như chú trọng việc đàm phán, cam kết hội nhập quốc tế để nâng cao năng lực hội nhập quốc tế của tỉnh Thái Nguyên thông qua các hoạt động điều phối liên Sở, Bộ, Ngành, tăng cường hợp tác và phối hợp chính sách tài chính, thương mại. Tập trung cải thiện kết cấu hạ tầng và

cải cách hệ thống giáo dục và đào tạo nhằm đáp ứng các yêu cầu về lực lượng lao động được đào tạo tốt và yêu cầu về cán bộ quản lý trung, cao cấp trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế sâu sắc, đào tạo những nhà đàm phán chính trị, nghiệp vụ, chuyên môn, giỏi ngoại ngữ.

**** Phát triển thị trường trong tỉnh Thái Nguyên***

Nâng cao vai trò của thương mại nội tỉnh trong đóng góp vào GDP của tỉnh, thu hút lao động xã hội, tạo việc làm mới, kết nối sản xuất và tiêu dùng, định hướng theo nhu cầu thị trường. Huy động và sử dụng có hiệu quả nguồn lực các thành phần kinh tế tham gia vào hoạt động thương mại.

Cần ưu tiên cho việc thiết lập các mối quan hệ liên kết giữa thị trường Thái Nguyên với Hà Nội, Quảng Ninh, Hải Phòng...vì đây là những thị trường ảnh hưởng lớn đến phát triển kinh tế, thương mại của tỉnh, giúp nâng cao vị thế, khả năng tiếp cận với các thị trường khác trong cả nước. Mặt khác cần duy trì và mở rộng mối liên kết với các tỉnh phụ cận như: Vĩnh Phúc, Lạng Sơn, Bắc Giang, Tuyên Quang, Bắc Kạn...cũng như các tỉnh và các địa phương khác trong cả nước để tạo ra các liên kết bổ sung và phân tán rủi ro khi có biến động lớn ở thị trường.

**** Phát triển xuất nhập khẩu hàng hóa của tỉnh Thái Nguyên***

Phát triển mạnh các hoạt động xuất nhập khẩu hàng hóa với sự tham gia của mọi thành phần kinh tế, theo hướng vừa mở rộng thị trường và mặt hàng, vừa nâng cao hiệu quả xuất nhập khẩu phù hợp với mục tiêu phát triển bền vững. Thay đổi cơ cấu hàng hóa xuất khẩu theo hướng tăng tỷ trọng các sản phẩm chế biến sâu và sản phẩm có giá trị gia tăng cao để nâng cao chất lượng tăng trưởng xuất khẩu, đảm bảo sản phẩm có đủ sức cạnh tranh và thay thế được hàng nhập khẩu, phải thắng ngay trên “sân nhà” khi hội nhập. Định hướng một số mặt hàng chủ lực, nghiên cứu thị trường và marketing xuất khẩu. Có chính sách hỗ trợ nhập khẩu nguyên vật liệu, vật tư thiết bị trong nước chưa sản xuất được hoặc sản xuất chưa đáp ứng nhu cầu trên nguyên tắc chú trọng nhập khẩu công nghệ tiên tiến, có chất lượng cao, tiết kiệm năng lượng vật tư, giá cả cạnh tranh nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của hàng hóa trong tỉnh.

3.2.3. Phát triển kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Xây dựng, phát triển kết cấu hạ tầng thương mại đồng bộ là một trong những đột phá nhằm nâng cao chất lượng, hiệu quả và sức cạnh tranh, quy hoạch phát triển cơ sở hạ tầng theo hướng phát triển hạ tầng thương mại gắn với dòng vận động và chuỗi cung ứng hàng hóa, có kết nối với khu vực và quốc tế, cần tập trung một số giải pháp sau:

Cần đầu tư kinh phí xây dựng đường giao thông, hệ thống thoát nước kiên cố, nâng cấp hệ thống thông tin liên lạc, hệ thống điện, hỗ trợ cho hoạt động kinh doanh đạt hiệu quả cao.

Quy hoạch những vị trí có lợi thế thương mại cho các dự án đầu tư xây dựng kinh doanh kết cấu hạ tầng thương mại dịch vụ cho thuê hoặc giao đất, bao gồm: chợ, trung tâm thương mại, siêu thị. Quy định thời hạn thuê cụ thể: Trung tâm thương mại, siêu thị, chợ loại I (đầu tư kiên cố) được thuê đất không quá 50 năm, các loại hình còn lại thời gian thuê đất không quá 30 năm; hết thời hạn thuê đất nếu nhà đầu tư có nhu cầu tiếp tục thuê đất kinh doanh thì sẽ được cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định.

Tạo điều kiện cho các nhà đầu tư có đủ điều kiện, đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng thương mại được hưởng các ưu đãi, khuyến khích về thuế ở mức cao nhất theo quy định của các văn bản pháp luật về thuế. Giá thuê đất: Được tính trên cơ sở quy định của các văn bản pháp luật về đất đai và quyết định về mức giá đất hàng năm của UBND tỉnh. Đầu tư trên một số địa bàn khó khăn giá thuê đất được giảm, nhưng không được thấp hơn 50% mức quy định, giá cụ thể do Chủ tịch UBND tỉnh xem xét, quyết định.

Khuyến khích các chủ đầu tư xây dựng chợ: Chợ đầu mối, chợ ở thành phố, thị xã, thị trấn, chợ nông thôn theo hình thức BOT (xây dựng - kinh doanh - chuyển giao) để phát triển doanh nghiệp kinh doanh khai thác chợ thay thế Ban quản lý chợ.

Đầu tư xây dựng chợ đầu mối, chợ loại I, loại II, loại III theo hình thức BOT nhà đầu tư được hưởng chính sách ưu đãi theo quy định của Pháp luật, đồng thời đề nghị Ngân sách Nhà nước hỗ trợ hai năm lãi suất sau đầu tư phần vốn vay ngân

hàng xây dựng hệ thống thoát nước, hệ thống điện chiếu sáng, kho thu mua nông sản thực phẩm trong chợ.

Đẩy nhanh quá trình hình thành và phát triển các trung tâm logistics cấp vùng, cấp địa phương theo quy hoạch. Xây dựng và phát triển các trung tâm cung ứng nguyên phụ liệu, trung tâm hội chợ triển lãm... phục vụ cho cung ứng đầu vào và xúc tiến XNK hàng hóa.

3.2.4. Phát triển nguồn nhân lực trong lĩnh vực thương mại của tỉnh Thái Nguyên

Khuyến khích thu hút các nhà quản trị kinh doanh trong và ngoài nước vào ngành thương mại. Để doanh nghiệp thương mại phát triển trên thị trường, đòi hỏi phải có biện pháp nâng cao năng lực của các nhà quản trị doanh nghiệp để từng bước tăng cường khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp thương mại. UBND tỉnh có chính sách ưu đãi để mời gọi, chiêu mộ Việt kiều từ các nước là những nhân tài hiểu biết về thị trường của các nước phát triển làm việc, cộng tác, hoặc tư vấn cho các doanh nghiệp thương mại của Thái Nguyên.

Quan tâm và đào tạo lại kiến thức quản lý nhà nước trong lĩnh vực thương mại, hội nhập kinh tế quốc tế. Tổ chức cho các nhà quản lý của doanh nghiệp thương mại được tham quan, học tập kinh nghiệm ở trong và ngoài nước. Hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực cho ngành thương mại để khuyến khích phát triển tiềm năng cho các nhà kinh doanh, xây dựng đội ngũ các nhà hoạch định chính sách, các chuyên gia về thương mại quốc tế, thị trường của từng ngành hàng, pháp luật, marketing xuất nhập khẩu. Tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng để trang bị về những kiến thức cần thiết trước hết là cho các doanh nhân, tập trung ưu tiên hỗ trợ những người xuất phát từ các chủ doanh nghiệp nhỏ và vừa, chủ kinh tế hộ gia đình, trang trại... Thúc đẩy nâng cao trình độ công nghệ kinh doanh, tăng cường khả năng ứng dụng công nghệ mới trong quản lý kinh doanh.

Hỗ trợ kinh phí cho tổ chức các lớp học để nâng cao kiến thức và kỹ năng quản lý, các chương trình tư vấn về kinh doanh, phát triển thương hiệu... dành cho các doanh nghiệp thương mại tư nhân.

3.2.5. Phát triển khoa học công nghệ của tỉnh trong lĩnh vực thương mại

Phát triển KHCN là một trong những giải pháp quyết định nâng cao chất lượng, thương hiệu sản phẩm hàng hóa, đáp ứng yêu cầu về PTBV, một số biện pháp cần thực hiện trong thời gian tới là:

Ưu tiên nhập khẩu công nghệ tiên tiến, thiết bị máy móc thế hệ mới, công nghệ hiện đại, nhập khẩu bằng phát minh sáng chế để ứng dụng, phù hợp với trình độ sản xuất của tỉnh. Tăng cường và đẩy nhanh tốc độ chuyển giao công nghệ. Đầu tư trang thiết bị, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ công tác quản lý KHCN. Có chính sách thỏa đáng để thu hút cán bộ KHCN và công nhân giỏi về hợp tác nghiên cứu tham gia quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa nền kinh tế của tỉnh.

Tăng cường và đẩy nhanh tốc độ chuyển giao công nghệ, nhất là các công nghệ đặc thù trong chế biến chè, chế biến và bảo quản nông sản thực phẩm, công nghiệp khai thác khoáng sản, luyện kim, lai tạo giống cây trồng vật nuôi... Đổi mới công nghệ, thiết bị theo hướng chuyển dần từ sản xuất và xuất khẩu sản phẩm thô sang sản xuất và xuất khẩu sản phẩm tinh, nâng cao chất lượng hàng xuất khẩu như các sản phẩm đóng hộp, đối với các sản phẩm gia công với nước ngoài như: dệt, da, may, giày dép... hướng công nghệ tập trung giải quyết nguồn nguyên liệu trong nước, giảm dần nguyên liệu nhập ngoại, tạo thế chủ động trong quá trình phát triển ngành này.

Đổi mới chính sách cán bộ đối với đội ngũ lao động KHCN trên cơ sở đó tạo môi trường hoạt động KHCN. Phát triển cạnh tranh lành mạnh tạo cho cán bộ KHCN có cơ hội tham gia phát triển năng lực nghiên cứu khoa học. Có chính sách thích đáng để thu hút cán bộ KHCN và công nhân giỏi, kể cả cộng đồng KHCN người Việt Nam ở nước ngoài, về hợp tác nghiên cứu tham gia quá trình CNH, HĐH nền kinh tế tỉnh Thái Nguyên.

Đổi mới cách tiếp cận công tác thống kê KHCN theo các hướng dẫn và tiêu chuẩn quốc tế để làm tốt công tác quản lý KHCN trong quá trình hội nhập với thế giới và khu vực. Trước mắt dành đủ nguồn vốn ngân sách theo quy định cho công tác nghiên cứu KHCN để có đủ kinh phí thực hiện được chức năng động lực gia tăng phát triển kinh tế của công tác KHCN.

Miễn giảm thuế cho các sản phẩm ứng dụng công nghệ mới. Phát triển thị trường khoa học công nghệ nhằm tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tiếp cận, ứng dụng đổi mới công nghệ. Doanh nghiệp cần lựa chọn công nghệ trình độ tiên tiến thích hợp, có khả năng nâng cao chất lượng, giảm giá thành sản phẩm và dịch vụ và tạo đột biến về năng suất lao động, thường xuyên cập nhật thông tin, liên kết, hợp tác chuyển giao và khuyến khích các hoạt động nghiên cứu, ứng dụng thành tựu KHCN mới vào kinh doanh theo hướng sử dụng tiết kiệm năng lượng, ít chất thải và tạo ra giá trị gia tăng cao. Hình thành và phát triển hệ thống các cơ quan đào tạo, tư vấn, dịch vụ KHCN phục vụ PTBV.

Chú trọng các công nghệ xử lý chất thải rắn, lỏng trong hoạt động kinh doanh thương mại, phòng chống ô nhiễm và bảo vệ môi trường.

Mở rộng giao lưu hợp tác KHCN với các tỉnh thành, các nước trong khu vực nhằm tiếp thu công nghệ mới phục vụ yêu cầu phát triển kinh tế xã hội của tỉnh. Đổi mới công tác quản lý hoạt động KHCN theo hướng thiết thực, hiệu quả từng bước tạo lập thị trường KHCN trên địa bàn.

3.2.6. Đảm bảo hài hòa giữa phát triển thương mại và bảo vệ môi trường trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên

Nâng cao nhận thức về môi trường đối với các cơ quan quản lý, doanh nghiệp thương mại, người tiêu dùng hàng hóa, thông qua các khóa đào tạo về môi trường và PTBV. Tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền bằng nhiều hình thức đa dạng, thiết thực như truyền hình, truyền thanh, hội nghị... về bảo vệ môi trường. Đảm bảo hài hòa các mục tiêu lợi nhuận của doanh nghiệp gắn với trách nhiệm bảo vệ môi trường liên quan đến hoạt động sản xuất kinh doanh. Doanh nghiệp cần tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, thương mại điện tử trong hoạt động kinh doanh trao đổi mua bán hàng hóa trong tỉnh và xuất nhập khẩu. Tích cực triển khai việc áp dụng các mô hình quản trị doanh nghiệp tiên tiến, mô hình quản lý chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng và bảo vệ môi trường.

Nghiên cứu các quy trình sản xuất thân thiện môi trường và đưa vào áp dụng tại các doanh nghiệp như quy trình rau an toàn, thịt an toàn, chế biến chè, lựa chọn

công nghệ trình độ tiên tiến thích hợp, nâng cao chất lượng sản phẩm... Đẩy mạnh công tác đánh giá tác động môi trường đối với những tổ chức, cá nhân thăm dò, khai thác, chế biến, nấu luyện khoáng sản, làm cơ sở cho việc cải tiến công nghệ sản xuất và bổ sung hoàn chỉnh các hệ thống bảo vệ môi trường. Xây dựng và áp dụng cơ chế kiểm soát chất lượng hàng hóa lưu thông trên địa bàn tỉnh nhằm ngăn chặn sự thâm nhập của hàng hóa không phù hợp với tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật, không đảm bảo an toàn và vệ sinh môi trường và không rõ nguồn gốc, xuất xứ. Nghiên cứu xây dựng, bổ sung các quy định về bao bì, đóng gói, các yêu cầu về ghi nhãn đối với hàng hóa sản xuất trên địa bàn tỉnh cũng như hàng hóa nhập khẩu nhằm mục đích bảo vệ môi trường.

Bên cạnh đó, xây dựng chế tài xử lý nghiêm minh và đủ sức răn đe các doanh nghiệp, cá nhân vi phạm các quy định của nhà nước về bảo vệ môi trường. Trước hết là các quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật, tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm. Thứ hai là các tiêu chuẩn về quy trình sản xuất, chế biến thân thiện môi trường. Thứ ba là các quy định và tiêu chuẩn về bao bì, đóng gói, nhãn môi trường và nhãn sinh thái.

Triển khai mạnh mẽ việc thực hiện chiến lược quốc gia về quản lý tổng hợp chất thải rắn đến năm 2020, thực hiện các chương trình phát triển năng lực tái chế chất thải, áp dụng chính sách hỗ trợ tiêu dùng, trợ giá sản phẩm tái chế. Rà soát, nâng cấp mạng lưới các bãi chôn lấp chất thải rắn theo từng địa bàn xã, huyện, thành phố.

Cuối cùng, cần khuyến khích sự tham gia của cộng đồng vào công tác bảo vệ môi trường, tăng cường hợp tác với các địa phương trong vùng giao thương, trao đổi mua bán hàng hóa trong quá trình PTTMBV. Tăng cường hợp tác quốc tế trong chuyển giao công nghệ, đặc biệt là công nghệ ít tiêu tốn năng lượng, nhiên liệu, công nghệ sản xuất sạch và thân thiện với môi trường.

3.3. Kiến nghị

(i) Với Chính phủ:

Tăng cường chỉ đạo, xây dựng và tổ chức thực hiện chương trình hành động, các chiến lược, quy hoạch phát triển ngành, sản phẩm, vùng lãnh thổ, bảo đảm phát huy lợi thế và sử dụng có hiệu quả mọi nguồn lực của đất nước nhằm thực hiện

thắng lợi mục tiêu của chiến lược phát triển nhanh và bền vững nền kinh tế. Ban hành các chính sách thiết thực để PTTMBV các địa phương thuộc khu vực TDMNPB, trong đó có Thái Nguyên. Khuyến khích và tạo điều kiện cho hoạt động thương mại tại khu vực này phát huy hiệu quả, qua đó phát huy vai trò quan trọng trong việc dẫn dắt các hoạt động sản xuất phát triển trên địa bàn tỉnh và nâng cao chất lượng cuộc sống của dân cư.

Xây dựng quy hoạch phát triển thương mại của vùng TDMNPB và của cả nước, theo đó quy hoạch phát triển thương mại của Thái Nguyên bền vững có căn cứ, thực hiện phù hợp với xu hướng phát triển chung.

Có chính sách hỗ trợ thỏa đáng kinh phí đầu tư hạ tầng thương mại tại các vùng đô thị và miền núi, nhất là hạ tầng chợ. Cần có những biện pháp nhằm kiềm chế lạm phát, ổn định kinh tế vĩ mô, tạo môi trường thuận lợi cho PTTMBV. Chỉ đạo kiểm tra việc thực hiện luật pháp, các thông lệ quốc tế, chú trọng nâng cao hiệu quả công tác bảo vệ môi trường.

Xây dựng cơ chế đảm bảo phối hợp chặt chẽ giữa các Bộ, ban, ngành, địa phương dưới sự chỉ đạo thống nhất xuyên suốt của Chính phủ trong việc ban hành và thực thi chiến lược PTTMBV.

(ii) Với Bộ Công Thương

Chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương và các hiệp hội ngành hàng xây dựng kế hoạch triển khai, chương trình hành động nhằm thực hiện thắng lợi các mục tiêu chiến lược PTTMBV. Chủ trì, phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương thực hiện nhóm giải pháp nhằm phát triển thương mại, nâng cao chất lượng, sức cạnh tranh của hàng hóa, đẩy nhanh tiến độ đầu tư những dự án sản xuất hàng hóa xuất khẩu hoặc hàng thay thế nhập khẩu, nâng cao hiệu quả công tác xúc tiến thương mại của các tỉnh thành trong cả nước.

Tham mưu tốt hơn cho Chính phủ trong việc xây dựng chiến lược thương mại ngành hàng và chiến lược hội nhập quốc tế, đàm phán, ký kết tham gia các hiệp định thương mại song phương, khu vực và đa phương. Rà soát các chính sách thương mại của Việt Nam theo các mục tiêu PTBV. Có các giải pháp điều hành linh

hoạt, kịp thời tháo gỡ khó khăn, ách tắc trong thương mại. Đẩy mạnh công tác dự báo thị trường, nhu cầu tiêu dùng, tăng cường cung cấp thông tin thị trường, tìm kiếm và mở rộng thị trường. Phối hợp với các Bộ, ngành, địa phương ban hành các biện pháp kỹ thuật, vệ sinh, kiểm dịch thực vật, tiêu chuẩn môi trường đối với hàng hóa nội địa và xuất nhập khẩu, đảm bảo hài hòa giữa phát triển thương mại và bảo vệ môi trường, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Hằng năm, chủ trì phối hợp với các Bộ, ban, ngành đánh giá tình hình thực hiện chiến lược PTBVTM và đề xuất lên Chính phủ kết quả, kịp thời bổ sung, điều chỉnh cho phù hợp với thực tế, nhằm thực hiện thắng lợi mục tiêu PTTMBV nói chung, tỉnh Thái Nguyên nói riêng.

(iii) Với UBND tỉnh Thái Nguyên

Triển khai kế hoạch, chiến lược PTTMBV trên địa bàn tỉnh đến các cấp, các ngành, hội doanh nghiệp. Căn cứ vào các quy định chính sách chung và đặc thù của trung ương cụ thể hóa thành các quy định của Tỉnh nhằm quản lý hoạt động thương mại không trái quy định chung và phù hợp với tình hình thực tế địa phương. UBND tỉnh cần chỉ đạo sát sao và kiểm tra, giám sát việc thực hiện của các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp thực hiện một cách nghiêm túc. Đồng thời, chiến lược PTTMBV trên địa bàn tỉnh mang tính mở, do vậy cần có sự rà soát, điều chỉnh theo từng giai đoạn để phù hợp với tình hình phát triển kinh tế xã hội của tỉnh, vùng và cả nước.

(iv) Với doanh nghiệp thương mại trên địa bàn

Các doanh nghiệp thương mại trên địa bàn cần hình thành, nâng cao vai trò của hiệp hội các doanh nghiệp thương mại Thái Nguyên trong quá trình liên kết hình thành các chuỗi cung ứng hàng hóa, đảm bảo được sức cạnh tranh bền vững cho các thành viên. Thực hiện tốt vai trò của hiệp hội, đại diện cộng đồng doanh nghiệp ngành có tiếng nói với Chính phủ, bộ, ngành giải quyết kịp thời những khó khăn, vướng mắc tạo thuận lợi cho doanh nghiệp phát triển bền vững. Đóng góp ý kiến trong xây dựng cơ chế, chính sách mới có liên quan.

Cần kiện toàn bộ máy tổ chức, mô hình hoạt động, nghiên cứu thị trường và marketing, nâng cao hiệu quả các hoạt động xúc tiến thương mại.

Xây dựng, quan tâm các kênh thông tin, dữ liệu về thị trường trong và ngoài nước, về các ngành hàng và xúc tiến thương mại, đẩy mạnh hợp tác với các tỉnh lân cận, các hiệp hội ngành nghề trong khu vực và trên thế giới nhằm tranh thủ hỗ trợ về tài chính, KHCN, kinh nghiệm kinh doanh...

Chú trọng đào tạo nguồn nhân lực, nâng cao trình độ, kỹ năng kinh doanh và tuyên truyền nâng cao ý thức bảo vệ môi trường, phát triển thương mại ổn định và bền vững.

KẾT LUẬN

Trong quá trình kiến tạo sự bền vững của thế giới, con người đã không ngừng sáng tạo để tìm ra chân lý phát triển. Tư tưởng PTBV là tiến bộ có tính cách mạng về quan niệm phát triển và quan niệm văn minh của loài người đã và đang có sức hấp dẫn đối với các quốc gia trong việc hướng tới chọn con đường phát triển.

PTBV đang trở thành xu thế tất yếu mang tính toàn cầu, là mục tiêu phấn đấu của các quốc gia trên thế giới. Để đảm bảo sự PTBV của một nền kinh tế đòi hỏi sự PTBV ở tất cả các lĩnh vực, trong đó không thể thiếu lĩnh vực thương mại ở các quốc gia nói chung và các địa phương nói riêng. PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên có vai trò rất quan trọng đối với sự phát triển bền vững nền kinh tế của tỉnh.

Luận án “*Phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên*” đã làm rõ được một số nội dung như sau:

1. Luận án đã hệ thống hóa và làm sáng tỏ lý luận về PTTMBV, góp phần bổ sung phát triển lý luận về PTBV. Thông qua hoạt động nghiên cứu lý luận và khảo sát thực tiễn nhận thức về PTTMBV, luận án đã đưa ra khái niệm, nội dung, vai trò của PTTMBV, các yếu tố ảnh hưởng và xây dựng bộ tiêu chí của PTTMBV, làm cơ sở áp dụng đánh giá thực trạng phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

2. Luận án đã phân tích rõ thực trạng phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên theo các tiêu chí PTTMBV qua 4 tiêu chí quan trọng về PTTMBV và nhận thấy: Trong giai đoạn nghiên cứu 2007-2013, sự phát triển của ngành thương mại đã có những đóng góp to lớn vào công cuộc đổi mới của tỉnh Thái Nguyên. Tốc độ tăng trưởng và giá trị gia tăng của thương mại tăng trưởng khá cao, đóng góp đáng kể vào GDP, mức lưu chuyển hàng hóa nội địa và xuất nhập khẩu tăng qua các năm, cơ cấu hàng hóa chuyển dịch dần theo hướng tích cực, nâng cao thu nhập, giải quyết được việc làm cho người lao động và luôn đảm bảo trách nhiệm xã hội đối với người lao động và nâng cao ý thức bảo vệ môi trường. Tuy nhiên, xét theo các chỉ tiêu bền vững, thì có thể thấy rằng *Thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên phát triển chưa bền vững*, còn bộc lộ nhiều yếu kém, chủ yếu phát triển theo chiều rộng, chưa chú trọng chiều sâu, chất lượng tăng trưởng thương mại chưa cao và

thiếu tính bền vững, không ổn định qua các năm. Hàng hóa thâm dụng tài nguyên thiên nhiên và sức lao động giản đơn vẫn chiếm tỷ trọng cao trong cơ cấu hàng lưu thông nội địa và xuất khẩu, năng lực cạnh tranh còn thấp làm cho ngành thương mại dễ bị tổn thương bởi các cú sốc của thị trường thế giới. Vấn đề bảo vệ môi trường chưa được kiểm soát chặt chẽ, ảnh hưởng rất lớn đến môi trường trên địa bàn tỉnh do việc quản lý chất thải rắn chưa đảm bảo yêu cầu xử lý, bộc lộ nhiều yếu kém, các biện pháp khai thác TNTN phục vụ cho kinh doanh thương mại chưa thật sự hiệu quả, ảnh hưởng đến môi trường sinh thái.

3. Qua phân tích thực trạng PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên, luận án đánh giá về những đóng góp của thương mại đến phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Thái Nguyên và đánh giá thực trạng các yếu tố ảnh hưởng đến PTTMBV. Đồng thời phân tích kết quả điều tra thông qua hàm hồi quy để chỉ ra mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến PTTMBV, làm cơ sở quan trọng để đưa ra các giải pháp PTBV trong tương lai.

4. Phân tích, dự báo tình hình trong khu vực, trong nước và quốc tế ảnh hưởng đến PTTMBV trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên trong thời gian tới. Bên cạnh những cơ hội và thuận lợi mới đến từ xu hướng hòa bình, hợp tác, hội nhập và phát triển, PTTMBV cũng đứng trước khó khăn, thách thức lớn trước những điều kiện nội tại để đảm bảo PTBV và những biến động của tình hình thế giới, áp lực cạnh tranh ngày càng gay gắt, càng hội nhập sâu áp lực cạnh tranh càng lớn.

5. Đề xuất các quan điểm, định hướng và các giải pháp chủ yếu nhằm PTTMBV đến năm 2020, đó là các giải pháp để tăng cường hội nhập quốc tế, xác lập các chiến lược kinh doanh bài bản, khoa học với tầm nhìn dài hạn. Hoàn thiện các cơ chế, chính sách về thủ tục, chính sách tài chính, tín dụng hỗ trợ cho PTTMBV. Phát triển kết cấu hạ tầng thương mại để nâng cao hiệu quả, sức cạnh tranh, đồng thời phát triển KHCN, giải phóng sức lao động và bảo vệ môi trường xanh. Nâng cao trình độ nguồn nhân lực, luôn chú trọng, đảm bảo hài hòa giữa phát triển thương mại và bảo vệ môi trường để nâng cao hiệu quả kinh doanh thương mại và đảm bảo các điều kiện PTTMBV trong tương lai.

DANH MỤC CÁC CÔNG TRÌNH CỦA TÁC GIẢ ĐÃ CÔNG BỐ

1. Dương Thị Tình (2010), “Ngành thương mại tỉnh Thái Nguyên: Thực trạng và giải pháp phát triển”, *Tạp chí Thương mại*, số 14, trang 15-17.
2. Dương Thị Tình (2010), “Những giải pháp nhằm phát triển kết cấu hạ tầng thương mại Thái Nguyên trong tương lai”, *Tạp chí Thương mại*, số 16, trang 15-16.
3. Dương Thị Tình (2011), “Hoạt động xuất khẩu tỉnh Thái Nguyên: Thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí Thương mại*, số 14, trang 19-20.
4. Dương Thị Tình (2013), “Phát triển bền vững Thái Nguyên: Cần những điều kiện nào?”, *Tạp chí Công thương*, số 13, trang 52-53.
5. Dương Thị Tình (2013), “Phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên: Cơ hội và thách thức”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, số 21, trang 56-57.
6. Dương Thị Tình (2013), “Tác động của năng lực cạnh tranh đối với phát triển thương mại bền vững tại Thái Nguyên”, *Kỷ yếu hội thảo Kinh tế 2014: CEO & Bài học trong tiến trình phát triển doanh nghiệp*, Bộ kế hoạch và đầu tư, trang 104-113.
7. Dương Thị Tình (2013), “Phát triển hệ thống các doanh nghiệp Logistics trên địa bàn Thành phố Hà Nội”, *Kỷ yếu hội thảo quốc tế: Phát triển hệ thống Logistics của Việt Nam theo hướng bền vững*, Viện Nghiên cứu kinh tế và phát triển Trường Đại học Kinh tế quốc dân, trang 165-172.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Tiếng Việt

1. Ban chấp hành Trung ương ĐCSVN (2004), *Nghị quyết số 41 – NQ/TW ngày 15/11/2004 của Bộ Chính trị về bảo vệ môi trường trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước*,
<http://222.255.31.179:8080/tiengviet/tulieuvankien/vankiendang>.
2. Nguyễn Hải Bắc (2010), *Nghiên cứu vấn đề phát triển công nghiệp bền vững trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Hà Nội.
3. Bộ Công Thương (2005), *Cơ sở khoa học trong việc hoạch định chính sách nhập khẩu hàng hóa nhằm bảo vệ môi trường nước ta phù hợp với các Điều ước quốc tế về môi trường*, Đề tài khoa học cấp Bộ.
4. Bộ Công Thương (2008), *Cơ sở khoa học định hướng các biện pháp phi thuế bảo hộ sản xuất hàng hóa ở Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế thương mại thế giới*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Vụ Kế hoạch thống kê.
5. Bộ Công Thương (2011), “Đề án: Chiến lược xuất nhập khẩu hàng hóa thời kỳ 2011-2020, tầm nhìn đến 2030”, Hà Nội.
6. Bộ Công Thương (2011), “Kỷ yếu Hội thảo: Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020”, NXB Công thương, Hà Nội.
7. Bộ Công Thương (2013), *Quy hoạch phát triển hệ thống trung tâm logistics và trung tâm hội chợ triển lãm trên địa bàn cả nước đến năm 2020, định hướng đến năm 2030*, Hà Nội.
8. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2002), *Định hướng chiến lược để tiến tới phát triển bền vững (Chương trình nghị sự 21 của Việt Nam)*, tháng 8, Hà nội.
9. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2003), *Kinh nghiệm xây dựng và thực hiện chương trình nghị sự 21 về phát triển bền vững của Trung Quốc*.www.mpi.gov.vn.
10. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2006), *Báo cáo nghiên cứu, xây dựng Bộ chỉ tiêu Phát triển bền vững địa phương*, www.mpi.gov.vn.

11. Bộ Kế hoạch và Đầu tư, Chương trình phát triển Liên hiệp quốc, Cơ quan phát triển quốc tế Đan Mạch, Cơ quan hợp tác quốc tế Thụy Điển (2006), *Đại cương về phát triển bền vững*. Dự án VIE/01/021, Viện nghiên cứu Sư phạm, Hà Nội.
12. Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2011), *Nội dung hệ thống chỉ tiêu thống kê cấp tỉnh. Ban hành kèm theo thông tư của Bộ trưởng Bộ Kế hoạch và đầu tư, số 02/2011/TT-BKHĐT ngày 10/01/2011*, Hà nội.
13. Bộ Khoa học và Công nghệ (2014), *Thông tư Quy định việc nhập khẩu máy móc, thiết bị, dây chuyền công nghệ đã qua sử dụng của Bộ trưởng Bộ Khoa học và Công nghệ, số 20/2014/TT-BKHHCN ngày 15/7/2014*, Hà nội.
14. Bộ Tài nguyên và Môi trường (2005), *Báo cáo về tăng cường công tác quản lý nhà nước về bảo vệ môi trường trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước (Tài liệu báo cáo tại hội nghị môi trường toàn quốc 2005)*, Hà nội.
15. Bộ Tài nguyên và môi trường (2005), *Định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam* (Chương trình nghị sự 21) được ban hành kèm theo Quyết định số 153/2004/QĐ-TTg, ngày 17/7/2004 của Thủ tướng Chính phủ.
16. Bộ môn kinh tế chính trị Mác-Lê nin (2002), *Lịch sử các học thuyết kinh tế*, NXB GD, Hà Nội.
17. Chương trình phát triển của Liên hợp quốc (UNDP) và Viện Khoa học xã hội Việt Nam (2005): *Kỷ yếu hội thảo bàn tròn cao cấp lần thứ nhất về tổng kết 20 năm đổi mới*, Hà nội.
18. CIEM, UNDP (2004), “Kết hợp tăng trưởng kinh tế với công bằng xã hội nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế- xã hội bền vững ở Việt Nam”, *Thông tin chuyên đề*, số 7, Hà Nội.
19. Cục Thống kê tỉnh Thái Nguyên (2012), *Kinh tế xã hội tỉnh Thái Nguyên sau 15 năm tái lập (1997-2011)*, Thái nguyên.
20. Cục Thống kê tỉnh Thái Nguyên (2007-2013), *Niên giám thống kê tỉnh Thái nguyên 2007-2013*, Thái Nguyên.
21. Nguyễn Sinh Cúc (2012), *Cơ sở lý luận và thực tế để xây dựng hệ thống chỉ tiêu thống kê phát triển bền vững ở Việt Nam hiện nay*, Hà Nội.

22. David Dapice (2003), *Nền kinh tế Việt Nam: Câu chuyện thành công hay tính hai mặt dị thường ? Một phân tích SWOT*, <http://www.fetp.edu.vn>.
23. Đặng Đình Đào (2012), *Giáo trình Kinh tế Thương mại*, NXB Thống kê, Hà Nội.
24. Nguyễn Trường Giang (2013), *Giải pháp phát triển thương mại của tỉnh Lào cai trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án Tiến sĩ kinh tế, Hà Nội.
25. Nguyễn Đình Hòa (2006), *Môi trường và phát triển bền vững*, NXB Thống kê, Hà Nội.
26. Trần Nhuận Kiên (2013), *Giáo trình kinh tế quốc tế*, NXB KHKT, Hà Nội.
27. Nguyễn Văn Lịch (2005), *Điều tiết cán cân thương mại trong điều kiện công nghiệp hóa ở Việt Nam*, NXB Lao động, Hà Nội.
28. MUTRAP (2004), *Các nghĩa vụ quốc tế về thương mại và môi trường: Một số vấn đề liên quan đến Việt Nam*, Mutrap, Hà Nội.
29. MUTRAP (2008), *Đánh giá tác động tổng thể khi Việt Nam trở thành thành viên WTO đến thay đổi xuất khẩu và thể chế*, Hà Nội.
30. Nguyễn Văn Nam (2006), *Phát triển kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở Việt Nam trong điều kiện toàn cầu hóa và hội nhập kinh tế quốc tế*, NXB Chính trị Quốc gia, Hà Nội.
31. Ngân hàng thế giới (2002), “Toàn cầu hóa, tăng trưởng và đói nghèo”, NXB Văn hóa thông tin, Hà Nội.
32. Ngân hàng thế giới (2006), “Báo cáo phát triển thế giới 2005, 2006, Công bằng và phát triển”, NXB Văn hóa thông tin, Hà Nội.
33. Ngân hàng thế giới (2007), *Xanh hóa công nghiệp: Vai trò mới của cộng đồng, thị trường và Chính phủ*.
34. Nghị quyết số 37/NQ-TW, *Phương hướng phát triển kinh tế xã hội, bảo đảm quốc phòng an ninh vùng Trung du miền núi bắc bộ*, Bộ Chính trị khóa IX.
35. Nguyễn Thị Nhiều (2009), *Các giải pháp nâng cao chất lượng và hiệu quả xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam*, Đề tài khoa học cấp bộ, Bộ Công thương.

36. Nguyễn Thị Nhiều (2011), *Nghiên cứu ảnh hưởng của chính sách thương mại hàng nông sản của Trung Quốc và Thái Lan tới thương mại hàng nông sản Việt Nam*, Đề tài khoa học cấp bộ, Bộ Công thương.
37. Trần Ngọc Phác (2011), *Giáo trình lý thuyết thống kê*, NXB Thống kê, Hà Nội.
38. Quốc hội nước cộng hòa XHCN Việt Nam (2005), *Luật Bảo vệ môi trường*, <http://www.monre.gov.vn/monreNet/>.
39. Quốc hội nước cộng hòa XHCN Việt Nam (2005), *Luật Thương mại*, <http://www.moit.gov.vn/web/guest/vanban>.
40. Quốc hội nước cộng hòa XHCN Việt Nam (2007), *Luật đa dạng sinh học*, <http://www.monre.gov.vn/monreNet/>.
41. Sở Công thương (2012), *Báo cáo tình hình hoạt động ngành Công Thương 2012*, Thái nguyên.
42. Sở Công thương (2013), *Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020*, Thái nguyên.
43. Sở Công thương (2011-2013), *Quy hoạch phát triển thương mại đến năm 2020*, Phú Thọ.
44. Sở Công thương (2011-2013), *Quy hoạch phát triển thương mại đến năm 2020*, Bắc Giang
45. Lê Anh Sơn, Nguyễn Công Mỹ (2006), *Xác định bộ tiêu chí phát triển bền vững và xây dựng cơ sở dữ liệu giám sát phát triển bền vững ở Việt Nam*, Đề tài nghiên cứu của Văn phòng Chương trình nghị sự 21, Bộ Kế hoạch và đầu tư, nghiệm thu năm 2006, Hà Nội.
46. Nguyễn Danh Sơn (2012), “Một số ý kiến về phát triển thương mại bền vững ở nước ta”, *Tạp chí nghiên cứu kinh tế*, (Số 1 tháng 1/2012), Trang 14-22.
47. Đỗ Anh Tài (2010), *Giáo trình phân tích số liệu thống kê*, NXB Khoa học và kỹ thuật, Hà Nội.
48. Hồ Trung Thanh (2003), *Cơ sở khoa học giải quyết mối quan hệ giữa chính sách thương mại và chính sách môi trường đảm bảo phát triển thương mại bền vững*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Thương mại, Hà Nội.

49. Hồ Trung Thanh (2005), *Báo cáo hiện trạng môi trường của các hoạt động thương mại Việt Nam giai đoạn 2001-2005*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Thương mại, Hà Nội.
50. Hồ Trung Thanh (2006), “Phát triển thương mại và những vấn đề môi trường sinh thái ở nước ta hiện nay”, *Tạp chí quản lý nhà nước*, (số 131), tháng 12/2006.
51. Hồ Trung Thanh (2008), “Các quy định về môi trường của một số nước đối với hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam”, NXB Thế giới, Hà Nội.
52. Đinh Văn Thành (2005), *Rào cản trong thương mại quốc tế*, NXB Thống kê, Hà Nội.
53. Đinh Văn Thành (2006), *Các biện pháp phi thuế quan đối với hàng nông sản trong thương mại quốc tế*, NXB Thống kê, Hà Nội.
54. Đinh Văn Thành (2005), *Chất lượng tăng trưởng xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong thời kỳ công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, Đề tài khoa học cấp Bộ, Bộ Công thương.
55. Nguyễn Đức Thành (2010), *Lựa chọn để tăng trưởng bền vững*, NXB Tri thức, Hà Nội.
56. Nguyễn Văn Thắng (2013), *Kinh tế Thế giới và Việt Nam 2012-2013 trên bước đường phục hồi đầy thách thức*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
57. Nguyễn Xuân Thắng (2013), *Thực hành nghiên cứu trong kinh tế và quản trị kinh doanh*, NXB KTQD, Hà Nội.
58. Nguyễn Xuân Thắng (2013), *Kinh tế Thế giới và Việt Nam năm 2011 triển vọng năm 2012*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
59. Hoàng Đức Thân, (2010), *Giáo trình Kinh tế thương mại dịch vụ*, NXB Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
60. Hoàng Đức Thân, Đinh Quang Ty (2010), *Tăng trưởng kinh tế và tiến bộ, công bằng xã hội ở Việt Nam*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
61. Trần Đình Thiên (2002), “Công nghiệp hóa, hiện đại hóa ở Việt Nam: Phác thảo lộ trình”, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội Trần Bình Trọng (2008), *Lịch sử các học thuyết kinh tế*, NXB Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

62. Trần Chí Thiện (2013), *Giáo trình Nguyên lý thống kê*, NXB Thống kê, Hà Nội.
63. Nguyễn Đình Thọ (2007), *Nghiên cứu khoa học Marketing-ứng dụng mô hình cấu trúc tuyến tính SEM*, NXB Đại học quốc gia, TP HCM.
64. Nguyễn Quang Thuấn, Bùi Nhật Quang (2011), *Mô hình phát triển xã hội của một số nước phát triển châu âu, kinh nghiệm và ý nghĩa đối với Việt Nam*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
65. Thủ tướng Chính phủ (2004), *Quyết định số 153/2004/QĐ-TTg ngày 17 tháng 8 năm 2004 của Thủ tướng Chính phủ ban hành định hướng chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam (chương trình nghị sự 21 của Việt Nam)*, Hà Nội.
66. Thủ tướng Chính phủ (2007), *Quyết định số 27/2007/QĐ-TTg ngày 15 tháng 02 năm 2007 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt đề án phát triển thương mại trong nước đến năm 2010 và định hướng đến năm 2020*, Hà Nội.
67. Thủ tướng Chính phủ (2008), *Quyết định số 27/2008/QĐ-TTg ngày 05 tháng 02 năm 2008 của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển kinh tế xã hội đối với các tỉnh Vùng trung du và miền núi Bắc Bộ đến năm 2010*, Hà Nội.
68. Thủ tướng Chính phủ (2012), *Quyết định số 432/2012/QĐ-TTg ngày 12 tháng 4 năm 2012 của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt chiến lược phát triển bền vững ở Việt Nam giai đoạn 2011-2020*, Hà Nội.
69. Thủ tướng Chính phủ (2013), *Quyết định số 160/2013/QĐ-TTg ngày 15 tháng 1 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt kế hoạch hành động quốc gia về phát triển bền vững giai đoạn 2013-2015*, Hà Nội.
70. Thủ tướng Chính phủ (2013), *Quyết định số 2157/QĐ-TTg ngày 11/11/2013 Quyết định ban hành Bộ chỉ tiêu giám sát, đánh giá Phát triển bền vững địa phương giai đoạn 2013-2020*, Hà Nội.
71. Nguyễn Văn Thường (2005), “Tăng trưởng kinh tế Việt Nam: Những rào cản cần vượt qua”, *Tạp chí Lý luận chính trị*, Hà Nội.
72. Tổng cục Thống kê (2011), *Chương trình phát triển liên hợp quốc, hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia*, Công ty cổ phần in KHCN mới.

73. Nguyễn Kế Tuấn, (2013), *Kinh tế Việt Nam năm 2012*, NXB Kinh tế quốc dân, Hà Nội.
74. UNCTAD (2008), *Chính sách hội nhập thương mại quốc tế cho phát triển và các chiến lược giảm nghèo: Những trường hợp thành công, minh bạch và tiên liệu được*.
75. Ủy ban quốc gia về Hợp tác kinh tế quốc tế (2006), “Các văn kiện gia nhập tổ chức thương mại thế giới WTO của Việt Nam”, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
76. Ủy ban nhân dân tỉnh Thái nguyên (2006), *Định hướng chiến lược phát triển bền vững tỉnh Thái nguyên đến năm 2020 (Chương trình nghị sự 21 Thái nguyên)*, Thái nguyên.
77. Ủy ban nhân dân tỉnh Thái nguyên (2007), *Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế xã hội tỉnh Thái nguyên đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030 (Báo cáo tổng hợp)*, Thái Nguyên.
78. Viện nghiên cứu con người, Viện Khoa học xã hội Việt Nam (2004): *Báo cáo tổng hợp nhiệm vụ cấp Bộ về bảo vệ môi trường- Luận cứ khoa học xây dựng tiêu chí xã hội nhân văn về bảo vệ môi trường trong hệ thống các chỉ tiêu đánh giá phát triển bền vững ở Việt Nam*, nghiệm thu 2004, Hà Nội.
79. Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương (2007), “*Kinh tế Việt Nam*”, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
80. Viện nghiên cứu Thương mại (2004), “*Các quy định về môi trường của EU đối với nhập khẩu hàng nông, thủy sản và khả năng đáp ứng của Việt Nam*”. NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
81. Lê Danh Vĩnh (2013), *Luận cứ khoa học cho xây dựng chính sách xuất nhập khẩu bền vững của Việt Nam thời kỳ 2011-2020*, Hà nội.
82. Ngô Doãn Vịnh (2006), *Những vấn đề chủ yếu về kinh tế phát triển*, NXB Chính trị quốc gia, Hà Nội.
83. WTO (2010), *Trade Policy Review, Report by the Secretariat of WTO: WT/TPR/S/230 26/2010 (2010-2015)*. Báo cáo rà soát chính sách thương mại lần thứ 3 của Trung Quốc, Ban thư ký, Tổ chức thương mại thế giới.

II. Tiếng Anh

84. Advisory Committee on Official Statistics (2009), *Good practice guidelines for the development and reporting of indicators*. Wellington: Statistics New Zealand
85. Baker, Susan; Kousis, Maria, Richardson, Dick and Young, Stephen (1997): *The Politics of Sustainable Development. Theory, Policy and Practice Within The European*, Routledge, London and New York.
86. Baumol W. and Oates (1998), *The theory of Environmental Policy*.
87. Bastiaan Zoeteman and Wouter Kersten (2008), *Stimulating Sustainable trade – Aiming at a Joint government business approach addressing*, paper Sustainable trade addressing NTCs, Tiburg University.
88. Bill Vorley, Dilys Roe, Steve Bass (2000), *Standards and Sustainable trade*, paper International institute for environment and development, London, April 2000.
89. Centre for Environment Education (2007). *Sustainable Development: An Introduction (Intership Series, Volume-I)*, India.
90. Cline, William (2004), “The World trade policy and poverty”, *International Institute of economics*, Washington.
91. Dasgupta S., Laplante B. and N. Mamingi N. (1999), *Trade policy Responses to environmental Performance in Developing Countries*, World Bank.
92. Fely David (2005), *Understanding and doing Reserch: a handbook for beginess*. NXB panorsma Printing Inc, 2005.
93. Field B.& Olewiler N. (2005), *Environmental Economic*. McGraw-Hill Ryerson Higher Education.
94. Frans Crul (2013), *China and south Africa on their way to Sustainable trade relations*, Trade working paper, Trade law centre.
95. Ian Coxhead (2006), *International trade and the Natural Resource “curse” in Southeast Asia: does China’ growth threaten Regional Development*, University of Wisconsin.

96. International Trade Centre (2007), *Competitiveness Report 2007*.
97. International Trade Centre (2008), *Statistics Database 2008*.
98. IISD-UNEP (2002), *Environment and Trade- A Handbook*.
99. Jccobs, P.and Sadler, B.(eds) (1989) *Sustainable Development and Environmental Assessment: Perspectives on Planning for a Common Future Canadian Enviromental Aessment Research Council, Quebec*.
100. John Blewitt (2008), *Understanding Sustainable Developmen*, Earth Scan, Sterling, VA.
101. Khalid Saeed, Social science and policy studies department (1996), *Sustainable trade relations in Global economy*, Worcester polytechnic Institute, Worcester, MA 01.609, USA.
102. Mark Halle and Long Guogiang (2010), *Elements of sustainable trade strategy for China*, International Institute for Sustainable Development.
103. Perter P.Roger, Kazi F. Jalal, and John A. Boyd (2007), *An introduction to sustainable Development*, Earth Scan, Sterling, VA.
104. Roberts, Robins (2000), *The Reality of Sustainable trade*. IIED London.
105. Shawkat Alam (2007), *Sustainable Development and Free Trade: Institutional Approaches*,
106. Simon Bell và Stephen Morse (2008), *Sustainability Indicators: Measuring the Immeasurable?*, Sterling, VA.
107. Simon Dresner (2009), *The Principles of sustainability*, Earth Scan, Sterling, VA.
108. Simon Kuznets (1995), *Economic Growth and Income Innequality, The American Economic Review, Mar.1995 (Vol.45,NO.1), pp1-28* .
109. Soubotina (2005), *Không chỉ là tăng trưởng kinh tế*, Nhập môn về phát triển bền vững. Nhà xuất bản văn hóa thông tin, Hà Nội.
110. Strachan, Janet R.; Sell, Malena; Gueye, Moustapha Kamal (2010), *Trade, climate change and sustainable development: key issues for small states, least developed countries and vulnerable economies*,
111. Sustainable Development in India (2011), *Stocktaking in the run up to Rio +20*.

112. Sven hibig (2014), “Yes to a sustainable trade policy – No to the Transatlantic trade and Invesment partnership”, *BROT*, Fur die welt.
113. Tietenberg, T. (2002), *Environmental and Natural Resources Economics*, Addison Wesley.
114. Tran Chi Thien (2013), *Viet Nam-South Korea economic co-operation: economic theories and practice*, Statistical publishing house, January 2013.
115. UNCTAD (United Nation Confeence on trade and Developmen), *Trade & Sustainable Developmen*, Berlin, 1997.
116. UNCTAD (United Nation Confeence on trade and Developmen), *Sustainable Management: Climate-change Mitigation and Resource/Material Efficiency - What is Myth and what Reality?*, Berlin, 26 Jan 2010. WCED, 1987.
117. UNCTAD (2007), *Sustainable trade of Arapaima gigas in Amazon region*, United Nations Publication.
118. UNCTAD (2008), *Staticstics Handbook 2008*.
119. UNEP (2004), *Sustainable trade and Poverty Reduction*, Integrated Assessment and planning.
120. WCED (1987), *Report of World Commission on Enviroment and Developmen: “Our common future”*, Nairobi – Kenya.
121. Zoltan Ban (2011), *Sustainable trade: changing the eviroment the market operates in, through Standardized Global trade tariffs*, Author House.

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 01**PHIẾU ĐIỀU TRA****PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THÁI GIUYÊN
PHIẾU ĐIỀU TRA DÀNH CHO CÁC DOANH NGHIỆP THƯƠNG MẠI**

Phát triển Thương mại bền vững là một chiến lược quan trọng trong phát triển kinh tế của tỉnh Thái Nguyên. Để có cơ sở đề xuất các giải pháp nhằm phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh kính mong được sự ủng hộ và hợp tác của Ông/bà bằng cách cung cấp các thông tin theo mẫu dưới đây. Thông tin trong phiếu chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu.

Tên Doanh nghiệp:

Địa chỉ :

Điện thoại: Email : Fax:

Năm thành lập doanh nghiệp.....

Loại hình doanh nghiệp: Doanh nghiệp Nhà nước ; Công ty cổ phần

Hợp tác xã, Tổ hợp tác ; công ty TNHH ; FDI ; Doanh nghiệp tư nhân

Xin vui lòng đánh dấu ✓ vào ô thích hợp hoặc điền vào chỗ trống

1. Ngành nghề kinh doanh

Ngành SXKD chính:

Ngành SXKD khác:

2. Quy mô vốn của doanh nghiệp (VND):

<10 tỷ

10-50 tỷ

> 50 tỷ

3. Lao động và thu nhập, trình độ của người lao động tại doanh nghiệp

Tổng số lao động của doanh nghiệp người, trong đó lao động người

Số lao động là người nước ngoài: người

Số lao động được đóng BHXH người

Thu nhập BQ 1 lao động/tháng..tr.đ

Số lao động không được trả công, trả lương..... người

Số lao động có trình độ học vấn.....

Dưới PTTH:.....người; Tốt nghiệp PTTH:.....người

Cao đẳng, đại học:.....người; Thạc sĩ: người

Tiến sĩ:..... người;

4. Anh/chị vui lòng điền ý kiến của mình về các nội dung PTTMBV.

Phát triển thương mại bền vững						
	Quy mô tăng trưởng của TM	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Tình hình kinh doanh ngày càng thuận lợi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Thị trường cung cấp sản phẩm đầu vào cho DN rất thuận lợi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	DN thỏa mãn về số lượng sản phẩm của DN được tiêu thụ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Kim ngạch xuất khẩu tăng so với năm trước	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Kim ngạch nhập khẩu tăng so với năm trước	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	Chất lượng tăng trưởng của TM	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Hiệu quả KD thương mại ngày càng thuận lợi	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Doanh thu ngày càng tăng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Đáp ứng đầy đủ nhu cầu sử dụng hàng hóa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Hàng hóa lưu thông chủ yếu là sản phẩm thô	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Hàng hóa xuất khẩu chủ yếu là sản phẩm thô	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	Lao động và thu nhập trong lĩnh vực thương mại	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
1	Số lượng lao động của DN tăng qua các năm	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Thu nhập của người lao động luôn tăng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	DN luôn chú trọng, nâng cao kỹ năng, trình độ cho người lao động	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Quyền lợi của người lao động tại nơi làm việc luôn được chú trọng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	Mức độ thân thiện của thương mại đối với môi trường	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
1	NVL chủ yếu khai thác từ TNTN trong nước	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Việc khai thác TNTN hiện nay chưa được xử lý triệt để	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Cần đầu tư vào công nghệ chế biến sản phẩm	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	DN luôn áp dụng các biện pháp xử lý chất thải	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Công tác tuyên truyền cho người lao động nâng cao ý thức bảo vệ môi trường được coi trọng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

5. Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đến PTTMBV trên địa bàn tỉnh TN.

	Hội nhập quốc tế	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Thị trường tiêu thụ sản phẩm của DN được mở rộng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	DN áp dụng KHCN hiện đại từ nhập khẩu	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Giải quyết nhiều việc làm, nâng cao thu nhập cho người LĐ	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Có nhiều cơ hội cung cấp các yếu tố đầu vào	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Nguy cơ ô nhiễm MT gia tăng (Khai thác TNTN sản xuất, NK công nghệ lạc hậu...)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
6	Áp lực cạnh tranh của DN càng lớn	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
7	Không ảnh hưởng lớn đến hoạt động KD của DN	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	Thể chế thương mại	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Các quy định, tiêu chuẩn môi trường cao, khó đáp ứng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Chính sách bảo vệ môi trường chưa được quan tâm	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Chính sách hỗ trợ DN chưa thỏa đáng (vốn, lãi suất, thuế..)	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Sự phối hợp giữa chính sách kinh tế và chính sách môi trường chưa được coi trọng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Cơ chế quản lý, giám sát thực thi chính sách XNK còn lỏng lẻo, chế tài xử phạt chưa nghiêm	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	Điều kiện tự nhiên	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Vị trí địa lý thuận lợi cho hoạt động trao đổi mua bán hàng hóa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	TNTN khoáng sản phong phú và đa dạng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Biện pháp khai thác TNTN chưa hiệu quả	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	NVL đầu vào sản xuất sản phẩm của cơ sở chủ yếu được nhập khẩu từ nước ngoài	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	NVL đầu vào sản xuất sản phẩm của cơ sở chủ yếu khai thác TNTN trong tỉnh	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
6	Chưa có biện pháp xử lý khai thác TNTN trái phép					

	Nguồn nhân lực	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Nguồn nhân lực của DN tăng qua các năm	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Trình độ nguồn nhân lực còn hạn chế	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Không khó khăn khi tuyển lao động thuê ngoài	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Đội ngũ nhân lực đều nỗ lực làm việc	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Việc đào tạo cho nhân lực nâng cao trình độ luôn được quan tâm	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
6	Thiếu nguồn nhân lực có trình độ cao	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	Cơ sở hạ tầng thương mại	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
1	CSHT chưa đảm bảo tốt phục vụ trao đổi mua bán hàng hóa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Hệ thống giao thông thuận lợi cho hoạt động trao đổi mua bán hàng hóa	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Hệ thống siêu thị, TTTM, logistics chưa phát triển	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Quy mô chợ cần được mở rộng	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Việc đầu tư xây dựng CSHT thương mại chưa được quan tâm thiết thực	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
	Khoa học công nghệ	Rất không đồng ý	Không đồng ý	Bình thường	Đồng ý	Rất đồng ý
1	Thiếu máy móc thiết bị, dây chuyền công nghệ thân thiện môi trường	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2	Chất lượng sản phẩm nâng cao nhờ KHCN	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3	Chủ yếu nhập khẩu KHCN từ nước ngoài	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4	Giảm tỷ trọng các sản phẩm thô và sơ chế	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
5	Hạn chế ô nhiễm và suy thoái môi trường	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
6	Nâng cao năng suất lao động của DN	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
7	Cần đầu tư nâng cao năng lực KHCN	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

Xin trân trọng cảm ơn sự hợp tác của Quý doanh nghiệp!

Ngày tháng năm 2013

Người điều tra

(ký, họ và tên)

Người ghi phiếu điều tra

(ký, họ và tên)

PHỤ LỤC 02

QUY TRÌNH THỰC HIỆN PHỎNG VẤN, ĐIỀU TRA

*** Bước 1: Xây dựng phiếu điều tra**

Trên cơ sở thực trạng phát triển thương mại bền vững tại địa phương, xây dựng hệ thống các câu hỏi điều tra để khai thác đánh giá thực trạng phát triển thương mại: kết quả kinh doanh, giá trị gia tăng, giải quyết việc làm, các quyền tại nơi làm việc, ổn định việc làm và thu nhập, trách nhiệm bảo vệ môi trường, các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh...

*** Bước 2: Chọn mẫu nghiên cứu**

Việc lựa chọn số mẫu điều tra nghiên cứu có ý nghĩa rất quan trọng và ảnh hưởng lớn tới kết quả điều tra, nếu mẫu được chọn không mang tính đại diện cho điểm nghiên cứu sẽ làm cho các kết luận sai lệch. Mặt khác, nếu số lượng mẫu được chọn không đủ lớn ($n > 30$) sẽ không thỏa mãn đảm bảo độ tin cậy.

Để xác định số hộ điều tra đề tài sử dụng công thức sau (Fely David, 2005) [92]:

$$n = \frac{NZ^2 p(1-p)}{Nd^2 + Z^2 p(1-p)}$$

Trong đó:

n: Quy mô mẫu mong muốn

Z: Độ lệch chuẩn, mức 1.96 tương ứng với mức 95% độ tin cậy.

p: Phần tổng thể mục tiêu được đánh giá là có những đặc điểm chung cụ thể, thường mức 50% (0.5)

d: Độ chính xác kỳ vọng thường ở mức 0.05

Tổng số cơ sở kinh doanh thương mại trên địa bàn tỉnh là 31.770 cơ sở trong đó: Doanh nghiệp thương mại là 898. Sau khi áp dụng công thức trên, chúng tôi xác định được mẫu của doanh nghiệp thương mại là 269 doanh nghiệp, tuy nhiên tồn tại 3 loại hình doanh nghiệp, vì vậy để đảm bảo tính chính xác cao, áp dụng công thức chọn mẫu phân tổ theo tỷ lệ như sau:

$$n_i = n \frac{N_i}{N} \quad [37]$$

Trong đó:

n_i : Là mẫu tổ i cần tìm

n : Là tổng thể mẫu

N_i : Số lượng tổ i của tổng thể chung

N : Số lượng của tổng thể chung

Cơ sở điều tra	Tổng mẫu	Quy mô mẫu điều tra
DN Thương mại	898	269
<i>Trong đó: DN nhà nước</i>	13	4
<i>DN ngoài nhà nước</i>	879	263
<i>DN có vốn đầu tư nước ngoài</i>	6	2

*** Bước 3: Tiến hành phỏng vấn, phát phiếu điều tra**

- Phỏng vấn: Sử dụng phương pháp phỏng vấn trực tiếp thông qua các câu hỏi, - Số phiếu phỏng vấn, điều tra phát ra 300 phiếu, phiếu thu về 269 phiếu

Đối tượng	Số phiếu	
	Phát ra	Thu về
DN Thương mại	300	269
Tổng	300	269

*** Bước 4: Thu, nhận phản hồi kết quả điều tra**

Sau khi ghi phiếu xong đọc lại cho người được điều tra nghe để xác nhận lại thông tin. Nếu phát hiện sai sót người điều tra chỉnh sửa lại số liệu ngay tại thời gian điều tra.

*** Bước 5: Phân tích, xử lý kết quả phỏng vấn, điều tra**

Phân tích thống kê, mô tả, so sánh và áp dụng mô hình hồi quy tuyến tính để xử lý kết quả điều tra.

PHỤ LỤC 03

KẾT QUẢ XỬ LÝ CÁC BIẾN TRONG MÔ HÌNH HỒI QUY

I. Kết quả xử lý bằng hệ số Cronbach's Alpha

1. Phát triển thương mại bền vững

Đặt biến Y = Phat_trieng_thuong_mai_ben_vung (Biến quan sát từ c1-c11)

Reliability

[DataSet3] E:\Dữ liệu điều tra của luận án.sav

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	269	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	269	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.931	.931	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c1	3.99	.755	269
c2	3.90	.829	269
c3	4.10	.764	269
c4	4.13	.766	269
c5	4.01	.794	269
c6	3.88	.794	269
c7	3.88	.773	269
c8	3.89	.812	269
c9	3.90	.829	269
c10	4.01	.710	269
c11	3.90	.811	269

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.963	3.877	4.134	.257	1.066	.009
Item Variances	.618	.504	.688	.184	1.365	.003
Inter-Item Covariances	.341	.200	.688	.488	3.437	.009
Inter-Item Correlations	.551	.315	1.000	.685	3.175	.018

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c1	39.60	37.323	.695	.	.926
c2	39.69	35.781	.790	.	.921
c3	39.49	38.273	.577	.	.931
c4	39.46	38.271	.575	.	.931
c5	39.58	36.983	.693	.	.926
c6	39.71	36.317	.769	.	.923
c7	39.71	36.304	.795	.	.921
c8	39.70	36.299	.751	.	.923
c9	39.69	35.781	.790	.	.921
c10	39.58	37.521	.723	.	.925
c11	39.69	36.729	.704	.	.925

Kết quả kiểm định cho biến Y cho thấy rằng trong toàn bộ mẫu gồm 269 doanh nghiệp được điều tra đều được tham gia vào quá trình phân tích (không có doanh nghiệp nào loại vì thiếu dữ liệu). Hệ số Cronbach's Alpha = 0.931, điều đó cho phép khẳng định rằng mức độ nhất quán bên trong giữa các biến của Y là cao, đạt ở mức Rất tốt.

2. Hội nhập quốc tế

Đặt biến X1= Hoi_nhập_quoc_te (Biến quan sát từ c12-c18)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	269	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	269	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.914	.914	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c12	3.96	.823	269
c13	3.89	.777	269
c14	3.95	.797	269
c15	3.90	.711	269
c16	3.95	.785	269
c17	3.93	.750	269
c18	3.85	.760	269

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.919	3.848	3.955	.108	1.028	.002
Item Variances	.597	.506	.677	.172	1.339	.003
Inter-Item Covariances	.359	.284	.438	.154	1.542	.002
Inter-Item Correlations	.603	.455	.690	.236	1.518	.003

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c12	23.48	14.161	.715	.612	.903
c13	23.54	14.175	.767	.626	.897
c14	23.48	14.109	.755	.628	.899
c15	23.53	14.728	.739	.588	.901
c16	23.48	14.161	.760	.630	.898
c17	23.50	14.535	.729	.590	.901
c18	23.58	14.654	.694	.569	.905

3. Thẻ chế thương mại

Đặt biến X2 = The_che_thuong_mai (Biến quan sát từ c19-c23)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	269	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	269	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.838	.838	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c19	4.00	.775	269
c20	3.95	.756	269
c21	3.98	.763	269
c22	3.72	.747	269
c23	4.11	.724	269

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.952	3.725	4.112	.387	1.104	.020
Item Variances	.567	.525	.601	.076	1.145	.001
Inter-Item Covariances	.289	.184	.377	.193	2.046	.003
Inter-Item Correlations	.509	.323	.637	.314	1.973	.008

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c19	15.76	5.488	.694	.578	.790
c20	15.81	5.803	.613	.450	.813
c21	15.78	5.746	.624	.505	.810
c22	16.03	5.943	.579	.431	.822
c23	15.65	5.685	.695	.492	.791

4. Điều kiện tự nhiên

Đặt biến X3= Dieu_kien_tu_nhien (Biến quan sát từ c24-c29)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	269	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	269	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.864	.866	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c24	3.24	.817	269
c25	3.32	.956	269
c26	3.21	.773	269
c27	3.47	.799	269
c28	3.31	.863	269
c29	3.39	.787	269

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.322	3.208	3.468	.260	1.081	.009
Item Variances	.697	.598	.914	.315	1.527	.014
Inter-Item Covariances	.358	.272	.441	.169	1.623	.003
Inter-Item Correlations	.518	.401	.654	.253	1.630	.005

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c24	16.70	10.183	.778	.622	.819
c25	16.61	10.134	.634	.417	.847
c26	16.72	11.058	.632	.455	.845
c27	16.46	10.765	.668	.456	.839
c28	16.62	10.653	.623	.410	.847
c29	16.55	11.010	.628	.417	.846

5. Nguồn nhân lực

Đặt biến X4 = Nguon_nhan_luc (Biến quan sát từ c30-c35)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	269	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	269	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.830	.830	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c30	4.07	.861	269
c31	3.57	.918	269
c32	3.49	.917	269
c33	3.63	.940	269
c34	3.62	.913	269
c35	3.76	.952	269

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.691	3.494	4.067	.572	1.164	.042
Item Variances	.841	.742	.906	.164	1.221	.003
Inter-Item Covariances	.377	.213	.510	.297	2.394	.011
Inter-Item Correlations	.449	.248	.602	.354	2.426	.014

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c30	18.08	12.289	.553	.390	.812
c31	18.57	11.037	.736	.568	.774
c32	18.65	11.198	.706	.575	.780
c33	18.51	11.810	.569	.509	.809
c34	18.53	12.556	.460	.318	.831
c35	18.38	11.640	.589	.510	.805

6. Cơ sở hạ tầng thương mại

Đặt biến X5= Co_so_ha_tang (Biến quan sát từ c36-c40)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	269	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	269	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.899	.907	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c36	3.84	.628	269
c37	3.96	.747	269
c38	3.88	.787	269
c39	3.71	.796	269
c40	3.67	.801	269

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.810	3.665	3.963	.297	1.081	.015
Item Variances	.570	.395	.641	.247	1.625	.011
Inter-Item Covariances	.365	.275	.427	.152	1.555	.002
Inter-Item Correlations	.661	.431	.863	.432	2.003	.020

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c36	15.22	6.573	.989	.980	.836
c37	15.09	6.752	.732	.865	.881
c38	15.17	6.413	.782	.862	.870
c39	15.35	6.683	.689	.848	.892
c40	15.39	6.886	.625	.798	.906

7. Khoa học công nghệ

Đặt biến X6= Khoa_hoc_cong_nghê (Biên quan sát từ c41-c47)

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	269	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	269	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.889	.889	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
c41	3.91	.826	269
c42	3.82	.787	269
c43	3.97	.805	269
c44	3.80	.825	269
c45	3.95	.834	269
c46	3.68	.768	269
c47	3.94	.766	269

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance
Item Means	3.869	3.684	3.970	.286	1.078	.011
Item Variances	.643	.586	.695	.109	1.187	.002
Inter-Item Covariances	.343	.241	.518	.277	2.152	.004
Inter-Item Correlations	.533	.380	.752	.372	1.979	.009

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
c41	23.17	13.901	.703	.623	.870
c42	23.26	14.658	.604	.493	.882
c43	23.11	14.323	.648	.543	.877
c44	23.28	13.933	.699	.558	.871
c45	23.13	13.666	.739	.675	.866
c46	23.40	14.084	.736	.642	.867
c47	23.14	14.532	.651	.534	.876

II. Kết quả phân tích nhân tố khám phá EFA**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.780
Bartlett's Test of Sphericity	6136.438
Approx. Chi-Square	
df	630
Sig.	.000

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
c13	.824					
c14	.785					
c15	.780					
c16	.761					
c17	.758					
c12	.756					
c18	.739					
c46		.862				
c44		.795				
c45		.718				
c42		.699				
c41		.681				
c47		.623				
c43		.616				
c36			.980			
c38			.858			
c37			.822			
c39			.805			
c40			.746			
c24				.862		
c27				.782		
c25				.751		
c26				.748		
c29				.743		
c28				.742		
c31					.845	
c32					.824	
c35					.723	
c33					.722	
c30					.667	
c34					.592	

Rotated Component Matrix^a

	Component					
	1	2	3	4	5	6
c22						.797
c23						.787
c19						.761
c20						.688
c21						.634

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 5 iterations.

III. Kết quả mô hình hồi quy đa biến

[DataSet2] E:\Dữ liệu điều tra chuẩn của LA.sav

Variables Entered/Removed^a

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X6, X4, X3, X5, X2, X1 ^b		. Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.835 ^a	.698	.691	.336	1.460

a. Predictors: (Constant), X6, X4, X3, X5, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	68.478	6	11.413	100.809	.000 ^b
Residual	29.662	262	.113		
Total	98.141	268			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X6, X4, X3, X5, X2, X1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.760	.227		-3.342	.001
X1	.356	.041	.369	8.782	.000
X2	.292	.040	.283	7.286	.000
X3	.085	.031	.095	2.743	.007
X4	.087	.032	.093	2.731	.007
X5	.121	.033	.127	3.607	.000
X6	.286	.042	.294	6.880	.000

. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.65	4.86	3.96	.505	269
Residual	-1.230	1.343	.000	.333	269
Std. Predicted Value	-4.578	1.767	.000	1.000	269
Std. Residual	-3.656	3.991	.000	.989	269

a. Dependent Variable: Y

Charts

