

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN  
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH

---

NGUYỄN THỊ NGUYỄN

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI  
TỈNH THÁI NGUYÊN ĐẾN NĂM 2020

Chuyên ngành: Quản lý kinh tế  
Mã số: 60.34.04.10

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: T.S Lê Quang Dực

*Thái Nguyên, năm 2012*

## MỞ ĐẦU

### 1. Tính cấp thiết của Đề tài nghiên cứu

Thái Nguyên là tỉnh trung du miền núi thuộc vùng Đông Bắc, là trung tâm kinh tế, văn hóa của vùng trung du miền núi Bắc Bộ, là cửa ngõ phía Nam nối vùng Việt Bắc với Thủ đô Hà Nội và các tỉnh đồng bằng Sông Hồng, có tốc độ tăng trưởng kinh tế cao trong khu vực (giai đoạn 2007-2011, tốc độ tăng trưởng kinh tế bình quân đạt gần 11%/năm). Hoạt động thương mại của tỉnh những năm gần đây đã có những chuyển biến tích cực và có những đóng góp đáng kể vào quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế và tăng trưởng GDP của tỉnh.

Tuy nhiên, trong lĩnh vực hoạt động thương mại, nhìn chung vẫn còn những tồn tại: Cơ sở hạ tầng phục vụ hoạt động thương mại còn hạn chế, mạng lưới phân phối hàng hóa hiện đại như trung tâm mua sắm, trung tâm thương mại chưa phát triển, hệ thống siêu thị còn mỏng; hoạt động xuất nhập khẩu mặc dù có nhiều chuyển biến song cơ cấu hàng xuất khẩu còn nghèo về chủng loại và hạn chế về số lượng, chất lượng; năng lực cạnh tranh của các nhà phân phối trong tỉnh còn yếu...

Việt Nam đang trong thời kỳ đẩy mạnh công nghiệp hóa - hiện đại hóa và khi chúng ta trở thành thành viên chính thức của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), có những yếu tố mới xuất hiện đang và sẽ tác động mạnh đến sự phát triển của ngành thương mại cả nước, trong đó có tỉnh Thái Nguyên. Trong tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế diễn ra mạnh mẽ, Việt Nam mở cửa thị trường dịch vụ phân phối theo cam kết của WTO, đã đặt ra những cơ hội cũng như nhiều thách thức cho sự phát triển thương mại, đòi hỏi định hướng phát triển ngành thương mại, một mặt phải tập trung được mọi nỗ lực cho việc khai thác lợi ích thương mại từ những cơ hội này, mặt khác giảm thiểu được các chi phí cho việc vượt qua những thách thức...

Để phát huy vai trò của ngành thương mại trong việc tạo giá trị tăng thêm đóng góp vào tăng trưởng GDP của tỉnh; tạo thêm nhiều việc làm mới; nâng cao chất lượng cuộc sống của nhân dân trong tỉnh; hình thành, mở rộng thị trường trong nước và xuất khẩu đối với các ngành sản phẩm có lợi thế; định hướng sản xuất phù hợp với nhu cầu thị trường; đặc biệt là hỗ trợ các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thương mại của tỉnh phát triển hệ thống phân phối hàng hóa văn minh, hiện đại, đủ sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế, thúc đẩy quá trình phát triển thương mại tại địa phương ổn định và bền vững... đòi hỏi phải xây dựng *một định hướng chiến lược phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020 và những năm tiếp theo*, trên cơ sở phát huy các lợi thế phát triển, thích ứng với tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế và phù hợp với các mục tiêu, định hướng phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, của vùng và của ngành thương mại cả nước. Vì vậy tôi đã chọn đề tài "***Giải pháp phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020***" để nghiên cứu.

## **2. Mục tiêu nghiên cứu**

### ***2.1. Mục tiêu chung***

Mục tiêu bao trùm của luận văn là trên cơ sở nghiên cứu thực trạng phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên, đề ra các giải pháp phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020 theo hướng hiện đại nhằm thúc đẩy và nâng cao hiệu quả hoạt động thương mại - dịch vụ trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên; đề ra cơ chế quản lý nhằm khuyến khích phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên gắn với thị trường cả nước, phù hợp với tiến trình hội nhập kinh tế quốc tế, thích ứng với các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Thái Nguyên.

### ***2.2. Mục tiêu cụ thể***

Phát hiện và phân tích được các yếu tố ảnh hưởng đến tình hình phát triển thương mại của tỉnh Thái Nguyên bao gồm:

- Góp phần hệ thống hóa về cơ sở lý luận và thực tiễn vấn đề phát triển thương mại.
- Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên.
- Đề ra định hướng và giải pháp phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020.

### **3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

#### **3.1. Đối tượng nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu là các vấn đề về phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên, là các hoạt động thương mại, các tổ chức kinh tế, khách hàng trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên trong quan hệ gắn bó hữu cơ với hoạt động thương mại của cả nước.

#### **3.2. Phạm vi nghiên cứu**

- *Phạm vi về thời gian:* Đánh giá thực trạng giai đoạn 2007-2011, xây dựng chiến lược, giải pháp phát triển thương mại trong giai đoạn 2012-2020.

- *Phạm vi về không gian:* Toàn bộ địa bàn tỉnh Thái Nguyên, trong đó chú trọng đến các địa bàn trọng điểm của tỉnh như: Thành phố Thái Nguyên, Thị xã Sông Công, các thị trấn nằm trên trục giao thông Quốc lộ 3.

- *Phạm vi về nội dung:* Gồm các vấn đề chủ yếu như đặc điểm, xu hướng phát triển thương mại - thị trường của Thái Nguyên; bố trí lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất trên lĩnh vực thương mại; các hoạt động thương mại; cơ cấu kinh tế - thương mại và hướng chuyển dịch của nó trên địa bàn tỉnh; chính sách và cơ chế quản lý thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

### **4. Ý nghĩa khoa học và những đóng góp mới của Đề tài**

#### **4.1. Ý nghĩa khoa học**

Luận văn là công trình khoa học có ý nghĩa lý luận và thực tiễn thiết thực, là tài liệu nhằm hoàn thiện hệ thống lý luận về thương mại và phát triển thương mại cho một địa phương (cụ thể trong phạm vi một tỉnh).

Đồng thời, đưa ra các chính sách, giải pháp nhằm phát triển thương mại của tỉnh Thái Nguyên dựa trên những phân tích và đánh giá với sự trợ giúp của các công cụ nghiên cứu và phương pháp phân tích hiện đại; có ý nghĩa thiết thực đối với quá trình phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Thái Nguyên và đối với các địa phương có điều kiện tương tự.

#### **4.2. Đóng góp mới của đề tài**

Đưa ra các khuyến nghị đối với các nhà xây dựng chính sách của tỉnh đối với việc xây dựng kế hoạch phát triển thương mại cho từng đối tượng và từng khu vực kinh tế của tỉnh.

### **5. Kết cấu của Luận văn**

Ngoài phần mở đầu, kết luận, mục lục, tài liệu tham khảo, Luận văn gồm có 4 chương:

*Chương 1:* Cơ sở lý luận, thực tiễn về thương mại và phát triển thương mại.

*Chương 2:* Phương pháp nghiên cứu.

*Chương 3:* Phân tích thực trạng hoạt động thương mại của tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2007-2011.

*Chương 4:* Giải pháp phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020.

## Chương 1

# CƠ SỞ LÝ LUẬN, THỰC TIỄN VỀ THƯƠNG MẠI VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI

### 1.1. Thương mại và phát triển thương mại

#### 1.1.1. Khái niệm thương mại

Ở Việt Nam, thuật ngữ “thương mại” được sử dụng khá rộng rãi trong đời sống xã hội và trong nhiều các văn bản quy phạm pháp luật, song đến nay chưa có định nghĩa chính thức trong Luật Thương mại.

Pháp lệnh Trọng tài thương mại ra đời và có hiệu lực ngày 1/7/2003 nêu rõ: “Hoạt động thương mại là việc thực hiện một hay nhiều hành vi thương mại của cá nhân, tổ chức kinh doanh bao gồm mua bán hàng hóa, cung ứng dịch vụ; phân phối; đại diện, đại lý thương mại; ký gửi; thuê; cho thuê; thuê mua; xây dựng; tư vấn; kỹ thuật; li-xăng; đầu tư; tài chính, ngân hàng; bảo hiểm; thăm dò, khai thác; vận chuyển hàng hóa, hành khách bằng đường hàng không, đường biển, đường sắt, đường bộ và các hành vi thương mại khác theo quy định của pháp luật”. Song có thể nói, khái niệm thương mại được hiểu theo nghĩa rộng này mới chỉ được tồn tại trong một văn bản pháp quy mang tính chất tổ tụng (luật hình thức) mà chưa tồn tại trong văn bản quy phạm pháp luật có giá trị pháp lý cao mang tính nội dung.

So với các nước trên thế giới, khái niệm Thương mại theo Luật Thương mại 1997 được hiểu theo nghĩa hẹp, bao gồm 14 hành vi điều chỉnh các quan hệ mua bán hàng hóa và dịch vụ liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa. Thậm chí đối tượng của việc mua bán hàng hóa cũng bị giới hạn ở các động sản, chủ yếu là các máy móc, thiết bị, nguyên liệu, vật liệu phục vụ sản xuất, tiêu dùng, các động sản khác được lưu thông trên thị trường, nhà ở dùng để kinh doanh dưới hình thức cho thuê, mua bán (Điều 5 Luật Thương mại 1997). Các bất động sản như nhà máy, công trình xây dựng (không phải là nhà ở), các quyền tài sản như cổ phần, cổ phiếu, trái phiếu, các hành vi liên quan trực tiếp đến mua bán hàng hóa như vận chuyển hàng, thanh toán tiền mua hàng qua hệ thống ngân hàng... cũng không thuộc phạm vi điều chỉnh của Luật thương mại 1997. Trong khi đó, ở các nước trên thế giới,

khái niệm thương mại ngày càng được mở rộng ra với một nội hàm rộng lớn, bao gồm tất cả các hoạt động nhằm mục đích tìm kiếm lợi nhuận...(Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam, 1997)

Sự ra đời khái niệm “kinh doanh” theo Luật Doanh nghiệp 1999, sự tồn tại khái niệm “kinh tế” trong Pháp lệnh Hợp đồng kinh tế 1989, cũng như khái niệm “thương mại” theo Pháp lệnh Trọng tài thương mại 2003 đã tạo ra sự nhận thức khác biệt trong cách hiểu về “thương mại” so với Luật Thương mại 1997. Phạm vi điều chỉnh rộng hẹp của khái niệm "thương mại" trong hệ thống pháp luật nêu trên đã tạo ra sự mâu thuẫn, chòng chẹo trong việc áp dụng các quy định pháp luật về luật nội dung (Luật Doanh nghiệp 1999, Luật Thương mại 1997, Pháp lệnh Hợp đồng kinh tế 1989) cũng như luật tố tụng (Pháp lệnh trọng tài thương mại 2003). Đặc biệt, điều này còn ảnh hưởng đến quá trình Việt Nam thích ứng với các quy định và tập quán thương mại quốc tế. Có thể nói đây là một trong những trở ngại lớn của Việt Nam trong quá trình hội nhập kinh tế quốc tế, cụ thể là việc thực thi Hiệp định Thương mại Việt Nam - Hoa Kỳ cũng như việc gia nhập Tổ chức Thương mại thế giới (Lê Hoàng Oanh, 2004).

### ***1.1.2. Vị trí, chức năng và vai trò của ngành Thương mại trong nền kinh tế***

#### ***1.1.2.1. Vị trí của thương mại***

Thương mại có vị trí quan trọng trong nền kinh tế thị trường ở nước ta. Xác định rõ vị trí của thương mại cho phép tác động đúng hướng và phát huy hết vai trò của thương mại với nền kinh tế quốc dân, đồng thời tạo được những điều kiện cho thương mại phát triển.

Trước hết xem xét thương mại với tư cách là một khâu của quá trình tái sản xuất: Thương mại là một bộ phận hợp thành của quá trình tái sản xuất (gồm sản xuất - phân phối - trao đổi - tiêu dùng): Thương mại là hình thức phát triển cao của trao đổi hàng hóa và lưu thông hàng hóa, nên thương mại có vị trí trung gian nối liền giữa sản xuất với tiêu dùng. Dòng vận động của sản phẩm hàng hóa qua khâu thương mại, hoặc để tiếp tục cho sản xuất hoặc đi vào tiêu dùng của từng cá nhân.

Ở vị trí cấu thành của quá trình tái sản xuất, thương mại được coi là hệ thống dẫn lưu, tạo ra sự liên tục của quá trình tái sản xuất, khâu này bị ách tắc sẽ dẫn tới sự khủng hoảng của sản xuất và tiêu dùng. Thương mại là hợp phần của sản xuất hàng hóa. Sản xuất hàng hóa là để thỏa mãn nhu cầu của người khác, để trao đổi, mua bán. Không thể nói tới sản xuất hàng hóa mà không nói tới thương mại. Vì vậy, thương mại là mắt xích trung gian nối liền giữa các ngành kinh tế, các vùng kinh tế với nhau thành một thể thống nhất, gắn quá trình kinh tế trong nước với quá trình kinh tế thế giới.

Thương mại với tư cách là một ngành kinh tế độc lập trong nền kinh tế quốc dân thì nó có vốn, lao động, cơ sở vật chất kỹ thuật riêng; thực hiện chức năng lưu thông hàng hóa. Song sự phát triển của ngành thương mại còn phụ thuộc vào quá trình phát triển phân công lao động xã hội và lực lượng sản xuất trong từng thời kỳ.

Thương mại với góc độ là hoạt động kinh tế, là lĩnh vực kinh doanh cũng thu hút trí lực và tiền vốn của các nhà đầu tư để thu lợi nhuận, thậm chí siêu lợi nhuận. Bởi vậy, kinh doanh thương mại trở thành ngành sản xuất vật chất thứ hai.

#### *1.1.2.2 . Chức năng của ngành Thương mại*

- Chức năng tổ chức lưu thông hàng hóa - thực hiện giá trị hàng hóa: Tổ chức quá trình lưu thông hàng hóa, dịch vụ trong nước và nước ngoài thông qua hoạt động mua bán để nối liền một cách có kế hoạch giữa sản xuất với tiêu dùng, đồng thời thỏa mãn các nhu cầu tiêu dùng của toàn bộ xã hội về hàng hóa và dịch vụ trên các mặt về số lượng, chất lượng, cơ cấu hàng hóa và dịch vụ theo không gian, thời gian một cách liên tục, với chi phí thấp nhất mang lại lợi nhuận cao nhất.

Thông qua chức năng thực hiện giá trị hàng hóa, dịch vụ, thương mại đáp ứng tốt mọi nhu cầu của sản xuất và đời sống, nâng cao mức hưởng thụ của người tiêu dùng: chuyển hóa hình thái giá trị hàng hóa là chức năng quan trọng của thương mại. Thực hiện chức năng này, thương mại tích cực phục vụ và thúc đẩy sản xuất phát triển, bảo đảm lưu thông thông suốt và đây chính là thực hiện mục tiêu của quá trình kinh doanh thương mại - dịch vụ.



- Chức năng tổ chức mặt hàng thương mại và dịch vụ để đáp ứng phù hợp với khách hàng: Tổ chức lưu thông hàng hóa cần phải có đủ hàng hóa một cách liên tục, giúp cho quá trình lưu thông không bị ngưng trệ, gián đoạn. Vì thế, phải tổ chức mặt hàng thương mại dịch vụ một cách tốt nhất. Thực chất thương mại thực hiện chức năng tiếp tục quá trình sản xuất trong khâu lưu thông, nghĩa là thương mại phải tổ chức việc vận chuyển hàng hóa, tiếp nhận, bảo quản, phân loại và ghép đồng bộ hàng hóa... nhằm giữ gìn, hoàn thiện giá trị sử dụng của hàng hóa, phục vụ cho quá trình bán hàng.

- Thương mại góp phần thực hiện các chính sách xã hội của Đảng và Nhà nước: Hoạt động kinh doanh của thương mại có vai trò xã hội quan trọng, qua đó góp phần thực hiện các chính sách xã hội của Đảng và Nhà nước, nhằm giảm bớt những khiếm khuyết của kinh tế thị trường ảnh hưởng tới đời sống kinh tế xã hội, trực tiếp là người tiêu dùng. Thông qua việc cung ứng hàng hóa và tiêu thụ hàng hóa cho người sản xuất, đặc biệt ở vùng nông thôn, vùng sâu, vùng xa, thương mại đã góp phần thúc đẩy sản xuất phát triển, tạo thêm việc làm, tăng thu nhập cho người lao động, hay việc không ảnh hưởng xấu tới môi trường kinh doanh...

### *1.1.2.3. Vai trò của ngành thương mại*

Nền kinh tế nước ta những thay đổi nhanh chóng khi nền kinh tế chuyển từ cơ chế tập trung bao cấp sang cơ chế thị trường có sự điều tiết của Nhà nước. Ngành thương mại có vị trí rất quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Hiệu quả kinh doanh theo cơ chế thị trường phụ thuộc một phần lớn chất lượng hoạt động của ngành thương mại. Đối với mỗi lĩnh vực trong nền kinh tế, ngành thương mại có vai trò cụ thể sau:

- Đối với sản xuất, thương mại phục vụ và thúc đẩy sản xuất phát triển: Thương mại mua hàng hóa giúp cho sản xuất thu hồi vốn nhanh, tạo điều kiện tăng lợi nhuận, giúp sản xuất tiếp tục quá trình tái sản xuất mở rộng. Với chức năng mua - bán của mình, thương mại mua hàng của nhà sản xuất và bán cho người tiêu dùng, đã giúp cho sản xuất thu hồi được vốn, tiếp tục mở rộng quá trình sản xuất kinh doanh. Để tiêu thụ được những sản phẩm sản xuất ra, các nhà sản xuất phải cải tiến

kỹ thuật, đổi mới công nghệ, nâng cao trình độ tay nghề nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm. Thông qua hoạt động trao đổi mua bán, thương mại tạo nên mối quan hệ rộng lớn giữa các ngành, các vùng, các miền, các quốc gia, giúp doanh nghiệp tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm, tạo điều kiện cho sản xuất phát triển.

- Đối với tiêu dùng cá nhân, thương mại góp phần nâng cao đời sống nhân dân: Tiêu dùng cá nhân chính là quá trình tái sản xuất sức lao động. Trong điều kiện còn tồn tại sản xuất hàng hóa thì tiêu dùng cá nhân được thỏa mãn chủ yếu thông qua trao đổi hàng hóa trên thị trường. Thương mại cung ứng hàng hóa thuận tiện giúp cho người tiêu dùng mua hàng được nhanh chóng, tạo điều kiện cho họ có thời gian nghỉ ngơi, tái sản xuất sức lao động, từ đó làm nâng cao năng suất lao động. Mặt khác, cung ứng phù hợp về không gian, thời gian còn đảm bảo cho hàng hóa tiêu thụ được, tránh việc ứ đọng hàng hóa trong khi tiêu dùng vẫn chưa được đáp ứng. Thương mại, cung ứng hàng hóa cho nhu cầu của đời sống, đặc biệt ở nông thôn và miền núi, góp phần cải tạo tiêu dùng lạc hậu và thúc đẩy hình thành tập quán tiêu dùng mới.

Thương mại kích thích cầu và luôn tạo ra cầu cầu tiêu dùng mới: Người tiêu dùng mua bán không xuất phát từ tình cảm mà bằng lý trí. Thương mại buộc các nhà sản xuất phải đa dạng về loại hình, kiểu dáng, mẫu mã, chất lượng sản phẩm. Điều này tác động ngược lại người tiêu dùng, làm tăng cầu tiêu dùng tiềm năng.

Thương mại còn hướng dẫn tiêu dùng theo đường lối, chính sách của Đảng và Nhà nước như: Tiêu dùng tiết kiệm, tiêu dùng những hàng hóa trong nước sản xuất ...

- Đối với thị trường, thông qua việc cung ứng hàng hóa của mình, giữa các vùng, các miền, thương mại góp phần làm cho lưu thông hàng hóa được thông suốt, cung cầu hàng hóa trên thị trường được cân bằng, giá cả hàng hóa ổn định. Từ đó góp phần ổn định và mở rộng thị trường. Mặt khác, thông qua sự trao đổi mua bán hàng hóa giữa các quốc gia góp phần mở rộng quan hệ kinh tế quốc tế, làm cho quan hệ thương mại giữa nước ta với các nước khác không ngừng phát triển. Điều đó giúp cho chúng ta vận dụng được ưu thế của thời đại, phát huy được lợi thế so sánh, từng bước đưa thị trường nước ta hội nhập với thị trường thế giới.