

Phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên: Cơ hội và thách thức

DƯƠNG THỊ TÌNH

Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Thái Nguyên

Thái Nguyên là tỉnh Trung du miền núi phía Bắc, là cửa ngõ phía Nam nối vùng Việt Bắc với thủ đô Hà Nội và các tỉnh Đồng bằng sông Hồng. Vị trí đó là lợi thế giúp Thái Nguyên phát triển mạnh thương mại. Tuy nhiên, để biến tiềm năng thành thế mạnh, thì những thách thức mà ngành Thương mại tỉnh Thái Nguyên phải đổi mới cũng không ít.

THỰC TRẠNG

Trong giai đoạn 2006-2012, hoạt động thương mại đã đóng góp vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế chung của Tỉnh. Năm 2006, thương mại đã đóng góp 599,9 tỷ đồng vào GDP Thái Nguyên, đến năm 2012, con số này là 2.248,8 tỷ đồng. Tính riêng năm 2012, giá trị lĩnh vực thương mại chiếm 23,6% GDP ngành dịch vụ và chiếm 7,75% GDP toàn Tỉnh. Đây là một lý do trong không những khai khẩn tốn so với các tỉnh khác, mà còn chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có của Thái Nguyên.

Hiện nay, trên địa bàn Tỉnh có 878 doanh nghiệp hạch toán độc lập và 42.813 cơ sở kinh tế cá thể tham gia kinh doanh dịch vụ, thương mại. Trong số đó, có 12 doanh nghiệp nhà nước và 772 doanh nghiệp dân doanh (hợp tác xã: 20). 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 cổ động cơ khác...

Tổng mức bán lẻ hàng hóa và doanh thu dịch vụ xã hội trên địa bàn Tỉnh giai đoạn 2006-2012 tăng bình quân 21,6%/năm; từ 3.980,2 tỷ đồng năm 2006 lên 9.288,3 tỷ đồng năm 2010 và đến năm 2012 đạt 13.786 tỷ đồng.

Thị trường xuất khẩu của Thái Nguyên cũng được mở rộng. Năm 2006 mới chỉ có 30 nước và vùng lãnh thổ, nhưng đến năm 2012, con số này đã lên tới 50 nước, tăng lên 66,7% so với năm 2006.

Tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng không ổn định. Năm 2008, tổng kim ngạch xuất khẩu của Tỉnh tăng đột biến lên 120.080 triệu USD, tăng 85,6% so với năm trước. Nguyên nhân là do Nhà nước thay đổi cơ chế xuất khẩu đối với mặt hàng quặng các loại (theo Thông tư 08/2008/TT-BTC, ngày 18/6/2008 về hướng dẫn xuất khẩu khoáng sản), nên các doanh nghiệp đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng quặng các loại để tránh tồn kho ứ đọng. Hết lụy là đến năm 2009, kim ngạch xuất khẩu của Tỉnh sụt giảm, chỉ còn 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,

để trì và phát triển các thị trường truyền thống, mở rộng thị trường tiềm năng, các chính sách tín dụng hỗ trợ xuất khẩu, nhằm kìm ngạch xuất khẩu của Tỉnh đạt 136,626 triệu USD.

PHÍA TRƯỚC CÓ NHIỀU CƠ HỘI...

Bối cảnh công nghiệp hóa, hiện đại hóa cũng như hội nhập sâu, rộng vào kinh tế thế giới của Việt Nam đã mở ra nhiều cơ hội cho ngành Thương mại Thái Nguyên. Cụ thể là:

- 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 Trung du miền núi phía Bắc, là cơ sở chính trị và pháp lý quan trọng để Thái Nguyên khai thác lợi thế, tiềm năng, tăng nhận mức thu hút đầu tư bên ngoài.

- Tốc độ tăng trưởng cao của vùng Đồng bằng sông Hồng và vùng Kinh tế trọng điểm Bắc bộ (nhất là: Thủ đô Hà Nội, Quảng Ninh, Bắc Ninh và Vĩnh Phúc) là cơ hội rất lớn để Thái Nguyên tận dụng vị trí đặc địa, tăng cường hợp tác, liên kết và hội nhập vào xu thế tăng trưởng này.

- Trong bối cảnh hội nhập quốc tế và khu vực ngày càng sâu rộng hiện nay, quan hệ Việt Nam và Trung Quốc trong việc hình thành "Hai hành lang và một vòng đai kinh tế" đang được xúc tiến cũng mở ra cho Thái Nguyên cơ hội phát triển quan hệ thương mại với Trung Quốc, nhất là vùng Tây-Nam Trung Quốc, thông qua các cửa khẩu biên giới thuộc các tỉnh lân cận là: Lạng Sơn, Cao Bằng và Hà Giang.

- Lộ trình cắt giảm thuế quan đến năm 2015 đối với nhiều loại hàng hóa công

nghiệp, thiết bị điện tử, nông, lâm nghiệp và thủy sản... trong khối ASEAN cũng là cơ hội để các doanh nghiệp Thái Nguyên hoàn thiện mình, nâng cao sức cạnh tranh khi hội nhập.

SONG, CÙNG CÒN KHÔNG ÍT THÁCH THỨC

Một là, nguy cơ tụt hậu so với cả nước. Đây là một thách thức lớn đối với Tỉnh. Hiện nay, khoảng cách về tăng trưởng và thu nhập giữa Thái Nguyên và cả nước còn rất lớn. GDP bình quân đầu người của Tỉnh năm 2006 là 7,3 triệu đồng, bằng 62,4% mức bình quân cả nước. Năm 2012, con số này đã đạt 25,6 triệu đồng, nhưng cũng mới chỉ bằng 77,1% mức bình quân của cả nước.

Điều đáng nói là, những năm cuối giai đoạn 2006-2012, dù ảnh hưởng suy thoái nền kinh tế, nhưng mức GDP/người của cả nước vẫn tăng từ 22,8 triệu đồng năm 2010 lên 33,2 triệu đồng năm 2012. Nhưng, tại Thái Nguyên, chỉ số này chỉ tăng nhẹ, từ 17,4 triệu đồng năm 2010 lên 25,6 triệu đồng năm 2012.

Hai là, sự phát triển không đồng đều của kết cấu hạ tầng thương mại trên địa bàn Tỉnh cũng đã làm ảnh hưởng tới sự phát triển của ngành. Hiện nay, Tỉnh chưa có trung tâm thương mại, hoặc trung tâm mua sắm, số lượng siêu thị và chợ lớn còn rất hạn chế, chủ yếu mới chỉ tập trung hoạt động tại trung tâm thành phố. Hệ thống chợ được phân bố rộng rãi, nhưng số lượng chợ loại 1 còn chiếm quá ít, chủ yếu là chợ loại 3, thậm chí có rất nhiều chợ dọc tạm tại địa bàn huyện Đại Từ. Nguồn vốn đầu tư xây dựng chợ quá ít, phân bổ không đồng đều tại các địa bàn.

Ba là, trình độ phát triển khoa học, công nghệ thấp làm cho Thái Nguyên gặp nhiều khó khăn trong quá trình phát triển thương mại. Công tác nghiên cứu và phát triển khoa học, công nghệ vẫn còn hạn

chế so với tiềm năng. Điều này ảnh hưởng rất lớn tới kim ngạch xuất khẩu và thương hiệu hàng hóa của Tỉnh.

Bốn là, 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. Ngay cả các sản phẩm có thế mạnh của Tỉnh, như: chè và khoáng sản, thì Tỉnh vẫn chưa tạo được thương hiệu và chỗ đứng vững chắc trên thị trường trong nước, cũng như thế giới. Việc xuất khẩu dưới một nhãn hiệu của nước thứ ba vẫn là chủ yếu.

MỘT SỐ ĐỀ XUẤT

Đối với Chính phủ:

- Cần ban hành các chính sách thiết thực để đảm bảo phát triển thương mại bền vững tại các địa phương, nhất là các tỉnh thuộc khu vực Trung du miền núi phía Bắc, trong đó có Thái Nguyên. Vì đây là khu vực các tỉnh nghèo, cần sự hỗ trợ cao của Nhà nước.

- Xây dựng và ban hành sớm Quy hoạch phát triển thương mại của vùng Trung du miền núi phía Bắc và cả nước. Theo đó, đảm bảo phát triển thương mại bền vững của Thái Nguyên có căn cứ thực hiện.

- Có chính sách hỗ trợ thoả đáng kinh phí đầu tư hạ tầng thương mại tại các vùng miền núi, nhất là hạ tầng chợ.

Đối với Bộ Công Thương:

Cần sớm ban hành thống nhất các bộ tiêu chuẩn về các loại hình thương mại bán buôn, bán lẻ truyền thống hiện đại phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế. Trên cơ sở đó, Tỉnh có căn cứ để xây dựng và quản lý có hiệu quả các loại hình thương mại này trên địa bàn. Bên cạnh đó, thường xuyên tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn, dài hạn cho cán bộ quản lý về thương mại của Tỉnh và các huyện, thành phố, thị xã, cũng như đội ngũ nhân lực hoạt động trong lĩnh vực thương mại trên địa bàn Thái Nguyên.

Đối với UBND tỉnh Thái Nguyên:

Cần xây dựng các Chương trình hành động cụ thể nhằm phát triển các nhóm mặt hàng chủ lực có hiệu quả. UBND Tỉnh cần chỉ đạo sát sao và kiểm tra, giám sát quá trình triển khai thực hiện của các cơ quan quản lý, các doanh nghiệp. Đồng thời, phải 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. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bộ Công Thương (2011). *Chính sách thương mại nhằm phát triển bền vững ở Việt Nam thời kỳ 2011-2020*, Nxb Công Thương, Hà Nội
2. Cục Thống kê tỉnh Thái Nguyên (2006-2012). *Niệm giám thống kê tỉnh Thái Nguyên 2006-2012*, Thái Nguyên
3. Sở Công Thương tỉnh Thái Nguyên (2006-2012). *Báo cáo tình hình hoạt động ngành Công Thương 2006-2012*
4. UBND tỉnh Thái Nguyên (2005). *Quy hoạch phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2006-2015, có tính đến năm 2020*, ban hành kèm Quyết định số 2492/QĐ-UBND, ngày 7/11/2006 của UBND tỉnh Thái Nguyên