ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC SƯ PHẠM

ĐOÀN THỊ THÙY DUNG

PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH TUYÊN QUANG

Chuyên ngành: Địa lí học
Mã số: 60.31.05.01

LUẬN VĂN THẠC SĨ ĐỊA LÝ HỌC

Người hướng dẫn khoa học: TS. Vũ Vân Anh

THÁI NGUYÊN, NĂM 2017

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng, luận văn này là công trình nghiên cứu thực sự của cá nhân, được thực hiện dưới sự hướng dẫn khoa học của Tiến sĩ Vũ Vân Anh.

Nội dung luận văn có tham khảo và sử dụng các tài liệu, thông tin được đăng tải trên các tác phẩm, tạp chí và trang web theo danh mục tài liệu tham khảo của luận văn. Các số liệu, những kết luận nghiên cứu được trình bày trong luận văn này trung thực và chưa từng được công bố dưới bất cứ hình thức nào. Tác giả xin chịu trách nhiệm hoàn toàn về nghiên cứu của mình.

Tác giả luận văn

Đoàn Thị Thùy Dung

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin trân trọng cảm ơn Ban giám hiệu Trường ĐHSH - Đại học Thái Nguyên, các thầy cô giáo khoa Địa lý trường Đại Học sư phạm - ĐH Thái Nguyên 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 cô giáo hướng dẫn TS. Vũ Vân Anh - 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.

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 văn.

Xin trân trọng cảm ơn!

Tác giả luận văn

Đoàn Thị Thùy Dung

MỤC LỤC

Trang

Trang bìa phụ
Lời cam đoan.....i
Lời cảm ơn.....ii
Mục lục.....iii
Danh mục chữ viết tắt.....iv
Danh mục bảng.....v
Danh mục hình.....vi
MỞ ĐẦU.....1
1.Tính cấp thiết của đề tài.....1
2. Lịch sử nghiên cứu.....2
3. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu.....5
4. Quan điểm và phương pháp nghiên cứu.....6
5. Đóng góp chính của đề tài.....8
6. Cấu trúc của đề tài.....8
CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG.....9
1.1. Cơ sở lý luận.....9
1.1.1. Một số khái niệm.....9
1.1.2. Vai trò của phát triển thương mại bền vững.....15
1.1.3. Những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh.....16
1.1.4. Đánh giá phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh.....23
1.2. Cơ sở thực tiễn.....26
1.2.1. Khái quát về ngành thương mại Việt Nam.....26
1.2.2. Khái quát về ngành thương mại vùng TDVMNBB.....29
TIỂU KẾT CHƯƠNG 1.....32
CHƯƠNG 2.THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH TUYÊN QUANG.....33
2.1. Nhân tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang.....33
2.1.1. Hội nhập quốc tế.....33
2.1.2. Thể chế thương mại.....35

2.1.3. Kinh tế - xã hội 35
2.1.4. Điều kiện tự nhiên và tài nguyên thiên nhiên 41
2.1.5. Đánh giá chung 42
2.2. Phân tích thực trạng phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang theo các tiêu chí bền vững 43
2.2.1.Tổng mức bán lẻ hàng hóa xã hội và doanh thu dịch vụ tiêu dùng: 43
2.2.2. Chất lượng tăng trưởng của thương mại trên địa bàn 59
2.2.3. Lao động và thu nhập trong lĩnh vực thương mại 55
2.2.4. Thu hút nguồn vốn đầu tư phát triển thương mại. 56
2.2.5. Hoạt động kiểm tra, kiểm soát thị trường, chống buôn lậu, hàng giả và gian lận thương mại. 57
2.2.6. Công tác quản lý nhà nước về thương mại. 57
2.2.7. Chỉ số hàng hóa thân thiện với môi trường. 57
2.3. Một số hình thức tổ chức lãnh thổ thương mại trên địa bàn tỉnh. 61
2.3.1. Chợ truyền thống 61
2.3.2. Các loại hình thương mại khác. 62
2.4. Đánh giá chung về thực trạng phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang. 68
2.4.1. Thành tựu 68
2.4.2.Những hạn chế, tồn tại: 71
TIỂU KẾT CHƯƠNG 2 75
CHƯƠNG 3. ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI BỀN VỮNG TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH TUYÊN QUANG ĐẾN NĂM 2020. TẦM NHÌN ĐẾN NĂM 2025 76
3.1. Cơ sở đưa ra định hướng 76
3.1.1. Bối cảnh quốc tế, khu vực 76
3.1.2. Dự báo yếu tố ảnh hưởng đến thương mại tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020. 79
3.1.3. Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020 83
3.2. Quan điểm phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang 86
3.2.1.Quan điểm phát triển 86
3.2.2. Mục tiêu phát triển 86
3.3.Định hướng phát triển 88
3.3.1. Định hướng phát triển xuất - nhập khẩu 88

3.3.2. Định hướng phát triển các hệ thống thị trường nội địa 88
3.3.3. Định hướng phát triển thương mại điện tử 90
3.3.4. Định hướng phát triển trung tâm thông tin thương mại 91
3.4. Giải pháp phát triển thương mại bền vững trên địa bàn tỉnh Tuyên Quang. 91
3.4.1.Giải pháp về chính sách phát triển thương mại chính sách phát triển các loại hình tổ chức thương mại truyền thống và hiện đại. 91
3.4.2. Mở rộng liên kết, hợp tác phát triển thương mại giải pháp thúc đẩy và nâng cao hiệu quả liên kết giữa Tuyên Quang với thị trường các địa phương khác trong nước. 93
3.4.3 Giải pháp thúc đẩy liên kết giữa thị trường Tuyên Quang với các thị trường ngoài nước có tính chiến lược 93
3.4.4. Giải pháp về nguồn nhân lực phát triển thương mại. 94
3.4.5. Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại. 94
3.4.6. Giải pháp bảo vệ môi trường của thương mại bền vững 95
3.4.7. Giải pháp ứng phó với tình trạng biến đổi khí hậu toàn cầu ảnh hưởng đến phát triển kinh tế nói chung và thương mại bền vững nói riêng của tỉnh. 95
3.4.8. Chính sách khuyến khích xuất khẩu và xây dựng thương hiệu sản phẩm gắn với sở hữu trí tuệ. 96
3.4.9. Chính sách thu hút vốn phát triển thương mại. 96
3.4.10. Đổi mới phương thức và năng lực quản lý nhà nước đối với phát triển thương mại bền vững trên địa bàn. 97
TIỂU KẾT CHƯƠNG 3 98
KẾT LUẬN 99
TÀI LIỆU THAM KHẢO 101
PHỤ LỤC

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

STT	Từ viết tắt	Từ, ngữ đầy đủ
1	CNH- HĐH	Công nghiệp hóa – Hiện đại hóa
2	DN	Doanh nghiệp
3	DTDVTD	Doanh thu dịch vụ tiêu dùng
4	GDP	Tổng sản phẩm trong nước
5	HĐNT	Hoạt động ngoại thương
6	HNQT	Hội nhập quốc tế
7	KHCN	Khoa học công nghệ
8	LHQ	Liên hợp quốc
9	PTBV	Phát triển bền vững
10	TDVMNBB	Trung du vùng miền núi bắc bộ
11	TM	Thương mại
12	TMBLHH	Tổng mức bán lẻ hàng hóa
13	TNTN	Tài nguyên thiên nhiên
14	WB	Ngân hàng thế giới
15	XNK	Xuất nhập khẩu

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1.1. TMBLHH và DTDVTD và cơ cấu theo thành phần kinh tế (giá thực tế) giai đoạn 2005– 2013 27
Bảng 1.2. Số lượng chợ, siêu thị, trung tâm thương mại của nước ta năm 2013 27
Bảng 1.3. TMBLHH và DTDVTD theo vùng của nước ta năm 2013 29
Bảng 1.4. TMBLHH và DTDVTD vùng TDVMNBB giai đoạn 2005 – 2013 theo giá hiện hành 30
Bảng 2.1. Tổng mức bán lẻ hàng hóa giai đoạn 2006 – 2012 44
Bảng 2.2: Tổng mức lưu chuyển hàng hóa bán lẻ tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2006 - 2012.....45
Bảng 2.3: Cơ cấu tổng mức bán lẻ hàng hóa tỉnh Tuyên Quang so với cả nước .46
Bảng 2.4: Tổng số doanh nghiệp kinh doanh thương mại toàn tỉnh giai đoạn 2006 – 2012 48
Bảng 2.5: Số hộ kinh doanh thương mại.....49
Bảng 2.6: Kim ngạch xuất nhập khẩu tỉnh Tuyên Quang giai đoạn 2006 – 2012 ...49
Bảng 2.7. Độ mở của nền kinh tế tỉnh Tuyên Quang.....51
Bảng 2.8: So sánh ngành Thương mại với các ngành kinh tế trong GDP tỉnh Tuyên Quang (giá so sánh) 52
Bảng 2.9: Bảng số liệu Cơ cấu hàng xuất khẩu năm 2012 55
Bảng 2.10: Bảng số liệu cơ cấu hàng nhập khẩu năm 2012 55
Bảng 2.11. Bảng Lao động trong các cơ sở kinh doanh thương mại giai đoạn 2006 – 2012 56
Bảng 2.12. Thống kê hàng hóa thân thiện môi trường phân theo nhóm hàng của tỉnh Tuyên Quang.....59
Bảng 2.13. Số DN gây ô nhiễm môi trường của tỉnh Tuyên Quang.....60
Bảng 2.14. Một số chỉ tiêu cơ bản về mạng lưới xăng dầu tỉnh Tuyên Quang.....63
Bảng 2.15: Một số chỉ tiêu cơ bản về mạng lưới cửa hàng kinh doanh khí dầu mỏ hóa lỏng tỉnh Tuyên Quang năm 2012.....65
Bảng 3.1: Dự báo dân số tỉnh Tuyên Quang.....80
Bảng 3.2. Dự báo thu nhập bình quân đầu người.....80
Bảng 3.2. Dự báo lao động trong ngành thương mại tỉnh Tuyên Quang đến năm 2020 82

DANH MỤC HÌNH

Hình 1.1. Biểu đồ cơ cấu TMBLHH và DTDVTD theo ngành kinh doanh.....28
Hình 2.1: Bản đồ hành chính tỉnh Tuyên Quang.....34
Hình 2.2. Biểu đồ thể hiện tổng mức bán lẻ hàng hóa và dịch vụ tỉnh Tuyên Quang.....44
Hình 2.3: Bản đồ phát triển thương mại tỉnh Tuyên Quang 67

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.

Tuyên Quang là một tỉnh thuộc vùng Trung du và miền núi Bắc Bộ đang có nhiều lợi thế về tài nguyên và con người, chất lượng nguồn nhân lực ngày càng được nâng cao để phát triển một nền kinh tế đa dạng theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Tổng diện tích là có diện tích: 5.867,9 Km, dân số: 760.289 người (năm 2015), bao gồm 07 đơn vị hành chính: Thành phố Tuyên Quang (đô thị loại III) và 6 huyện: Sơn Dương, Yên Sơn, Hàm Yên, Chiêm Hóa, Na Hang và Lâm Bình. Nền kinh tế nông-lâm nghiệp chiếm ưu thế, mô hình kinh tế trang trại kết hợp nông lâm. Trong bảng xếp hạng về chỉ số năng lực cạnh tranh cấp tỉnh của Việt Nam năm 2011, tỉnh Tuyên Quang xếp ở vị trí thứ 56/63 tỉnh thành.

Trong những năm qua, nền kinh tế của tỉnh tăng trưởng với tốc độ khá cao, GDP tăng bình quân năm 2014 đạt 15,52%; GDP bình quân đầu người theo giá hiện hành đạt 25,0 triệu đồng/người/năm; cơ cấu kinh tế tiếp tục chuyển dịch theo hướng tăng tỷ trọng ngành công nghiệp, dịch vụ, giảm tỷ trọng ngành nông, lâm nghiệp