

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG MẠI TỈNH THÁI NGUYÊN

Dương Thị Tình

Tóm tắt

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế, thương mại ngày càng đóng vai trò quan trọng, thúc đẩy sản xuất hàng hóa phát triển, thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng, gắn thị trường trong nước với thị trường nước ngoài, từ đó thúc đẩy quá trình tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Bài viết nghiên cứu về giải pháp phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên. 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 phát triển kinh tế xã hội của tỉnh. Tuy nhiên, trong lĩnh vực hoạt động thương mại, nhìn tổng thể vẫn còn nhiều hạn chế. Kết quả nghiên cứu làm rõ các yếu tố ảnh hưởng, đánh giá những thành công, hạn chế và nguyên nhân trong thực trạng phát triển. Dựa trên kết quả nghiên cứu, đề xuất các giải pháp phát triển thương mại của tỉnh Thái Nguyên, phát huy vai trò trong việc tạo giá trị tăng thêm đóng góp vào tăng trưởng kinh tế cũng như tác động tích cực đến sản xuất, thích ứng nhanh với những thay đổi của nhu cầu thị trường.

Từ khóa: Thương mại tỉnh Thái Nguyên, giá cả sản phẩm, thị trường hàng hóa.

SOLUTIONS TO TRADE DEVELOPMENT IN THAI NGUYEN PROVINCE

Abstract

In the context of international economic integration, trade plays an increasingly important role, impulsing the growth of commodity production, satisfying consumer's demand, and linking the domestic market with foreign markets to speed up the process of economic growth and the shift of economic structure. This paper searches for the solutions to trade development in Thai Nguyen province. In recent years, the province's trading activities have witnessed positive evolutions and significant contributions to the socio-economic development of the province. However, limitations still exist in the field of trading activities. The research results clarify the influencing factors, and evaluate the achievements, limitations and causes in the current situation. Accordingly, solutions to trade development of Thai Nguyen Province will be proposed to promote the roles of creating the added value which contributes to the economic growth as well as brings positive impacts on production for timely response to the evolution of market demand.

Keywords: Thai Nguyen trade, product prices, commodity market

1. Đặt vấn đề

Thương mại là toàn bộ các hoạt động kinh doanh trên thị trường, thương mại đồng nghĩa với kinh doanh được hiểu như các hoạt động kinh tế nhằm mục tiêu sinh lợi của các chủ thể kinh doanh trên thị trường (Đặng Đình Đào, 2015, tr.9). Thương mại có vai trò quan trọng trong việc mở rộng khả năng tiêu dùng, nâng cao mức hưởng thụ của cá nhân và doanh nghiệp (Đặng Đình Đào & Hoàng Đức Thân, 2012, tr.21). Đồng thời, quốc tế hoá và khu vực hoá các nền kinh tế cũng đã làm thay đổi nhận thức về thương mại từ hoạt động phát sinh và đi sau sản xuất sang hoạt động làm năng động mọi yếu tố sản xuất hướng về thị trường, từ đó thúc đẩy quá trình tăng trưởng và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của các tỉnh, quốc gia.

Trong giai đoạn 2012-2016 vừa qua, tỉnh Thái Nguyên đã đạt nhiều thành tựu trong phát triển thương mại, tác động cho sản xuất ngày càng phát triển, đóng góp tăng trưởng kinh tế và giải quyết các

vấn đề xã hội. Nhưng bên cạnh đó còn nhiều vấn đề chưa đạt hiệu quả cao như: Kết cấu hạ tầng thương mại chuyển biến còn chậm, trung tâm thương mại, siêu thị còn mỏng; cơ cấu hàng xuất khẩu còn nghèo về chủng loại và hạn chế về số lượng, chất lượng. Đặc biệt, năng lực cạnh tranh của các nhà phân phối trong tỉnh còn yếu. Bên cạnh đó, rất nhiều công trình nghiên cứu về thương mại của tỉnh Thái Nguyên, tuy nhiên trong giai đoạn 2012-2016 chưa được nghiên cứu cụ thể - giai đoạn có nhiều chuyển biến quan trọng và cần phát triển bền vững cho những năm tiếp theo. Chính vì vậy, bài viết đánh giá đúng thực trạng, làm rõ các yếu tố ảnh hưởng và đề xuất giải pháp phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên phù hợp với các mục tiêu, định hướng phát triển kinh tế- xã hội của tỉnh, của vùng và của cả ngành thương mại cả nước trong tình hình mới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Để giải quyết được vấn đề nghiên cứu, tác giả sử dụng kết hợp giữa phương pháp phân tích định tính và phân tích định lượng để đánh giá, phân

tích cả mặt chất và mặt lượng của phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên.

Phương pháp thu thập số liệu: số liệu thứ cấp được thu thập từ Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên, các bản quy hoạch, báo cáo của Sở Công thương tỉnh Thái Nguyên và một số tài liệu khác liên quan đến hoạt động thương mại tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2012-2016 về các chỉ tiêu định tính và định lượng phản ánh mặt lượng và chất của phát triển thương mại.

Phương pháp phân tích số liệu:

- Phương pháp thống kê mô tả, nghiên cứu các hoạt động thương mại bằng việc mô tả thông qua số liệu thu thập được, thống kê mô tả về mặt lượng và mặt chất của phát triển thương mại. Thông qua đó đánh giá được các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại, mặt mạnh, mặt yếu qua hoạt động kinh doanh thương mại một cách cụ thể nhất trong giai đoạn 2012-2016.

- Phương pháp thống kê so sánh, được sử dụng để đối chiếu các hiện tượng, định lượng các nội dung có tính chất, đặc điểm tương tự nhau

như số lượng doanh nghiệp, tổng mức bán lẻ hàng hóa, giá trị xuất nhập khẩu... được so sánh, đánh giá trong 5 năm, tạo cơ sở quan trọng để xuất giải pháp phát triển trong tương lai.

3. Kết quả phát triển thương mại trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên từ năm 2012-2016

3.1. Về quy mô phát triển thương mại trên địa bàn

Số lượng doanh nghiệp thương mại: Số lượng doanh nghiệp thương mại tăng giảm không ổn định qua các năm, năm 2015 có sự sụt giảm đáng kể do ảnh hưởng bởi cảnh kinh tế gặp nhiều khó khăn, có những doanh nghiệp kinh doanh thua lỗ, có doanh nghiệp phá sản hoặc chuyển đổi loại hình doanh nghiệp khác. Đến năm 2016 có chiều hướng gia tăng với 865 doanh nghiệp, do Ban chấp hành Đảng bộ tỉnh khóa XIX đã ban hành nhiều nghị quyết thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội trên địa bàn tỉnh, tình hình thị trường tương đối ổn định. Tuy nhiên, cần có những chiến lược tăng cường ổn định kinh tế vĩ mô, tạo điều kiện vững chắc hơn cho các doanh nghiệp.

Bảng 1: Số lượng doanh nghiệp đang hoạt động trên địa bàn

DVT: Doanh nghiệp

TT	Số lượng doanh nghiệp	2012	2013	2014	2015	2016 (Sơ bộ)
1	Tổng số doanh nghiệp trên địa bàn	2.024	2.090	2.019	2.052	2.178
2	Doanh nghiệp thương mại	878	898	873	841	865
	Bán, sửa chữa ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác	89	89	81	78	78
	Bán buôn (trừ ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác)	546	554	516	502	550
	Bán lẻ (trừ ô tô, mô tô, xe máy và xe có động cơ khác)	243	255	276	261	237

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên

Tổng mức BLHH và DTDVTD: Trong giai đoạn 2012-2016, tổng mức BLHH và DTDVTD trong 5 năm đạt 88.102 tỷ đồng, luôn tăng qua các năm, trong đó năm 2012 đạt 11.428 tỷ đồng đến năm 2016 đạt cao nhất giai đoạn với 22.17 tỷ đồng tăng 10,7% so với năm 2015. Trong tỷ

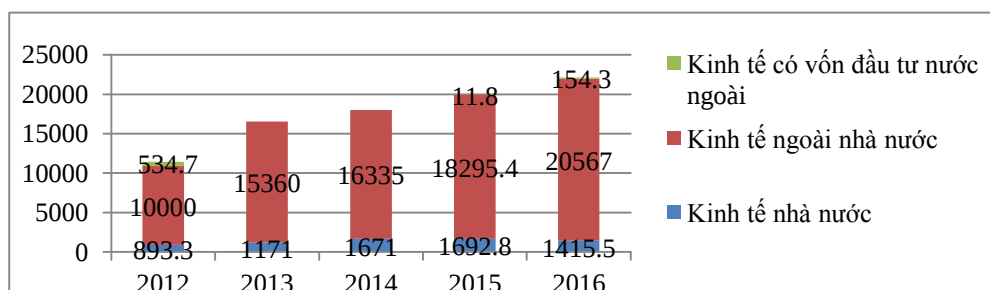
trọng tổng mức BLHH và DTDVTD thì thành phần kinh tế ngoài nhà nước lớn nhất, chiếm chủ yếu. Đây là thành tựu quan trọng trong hoạt động kinh doanh thương mại, có sự kết hợp giữa sự chỉ đạo hiệu quả của tỉnh, Sở Công thương cũng như sự nỗ lực của các doanh nghiệp.

Bảng 2: Tổng mức BLHH và DTDVTD trên địa bàn

DVT: tỷ đồng

TT	Phân theo thành phần kinh tế	2012	2013	2014	2015	2016
1	Kinh tế nhà nước	893,3	1.171	1.671	1.692,8	1.415,5
2	Kinh tế ngoài nhà nước	10.000	15.360	16.335	18.295,4	20.567
3	Kinh tế có vốn đầu tư nước ngoài	534,7	0	0	11,8	154,3
	Tổng mức theo từng năm	11.428	16.531	18.006	20.000	22.137
	Tổng mức trong giai đoạn	88.102				

Nguồn: Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên



Hình 1. Tổng mức BLHH và DTDVTD trên địa bàn

Nguồn: Báo cáo của Sở Công thương tỉnh Thái Nguyên

Xuất nhập khẩu

- **Xuất khẩu:** Giá trị xuất khẩu trung bình trong giai đoạn 2012-2016 của tỉnh Thái Nguyên đạt 9,87 tỷ USD, đều tăng qua các năm, góp phần giải quyết việc làm, tăng thu ngân sách và chuyển dịch cơ cấu kinh tế của tỉnh, nhưng cũng cần định hướng, giải pháp để đạt tốc độ phát triển ổn định, bền vững hơn trong tương lai. Về thị trường xuất khẩu: 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 ...

Bảng 3: Giá trị xuất nhập khẩu trên địa bàn

TT	Nội dung	ĐVT	2013	2014	2015	2016	TB giai đoạn
1	Xuất khẩu	Tỷ USD	2,45	8,97	17,50	19,09	9,87
	Tốc độ tăng trưởng	%	80,2	266,1	95,1	20,0	91,5
2	Nhập khẩu	Tỷ USD	6,07	8,10	13,20	11,81	8,60
	Tốc độ tăng trưởng	%	58,5	33,4	62,9	3,3	32,9

Nguồn: Báo cáo Sở Công thương, Niên giám thống kê của tỉnh Thái Nguyên

- **Nhập khẩu:** cũng giống như hoạt động xuất khẩu, nhập khẩu cũng đạt được nhiều chỉ tiêu đề ra nhưng thiếu sự ổn định, giá trị kim ngạch trong giai đoạn 2012-2016 của tỉnh Thái Nguyên đạt 43,01 tỷ USD, trung bình giai đoạn đạt 8,60 tỷ USD. Như vậy, có thể thấy giá trị đạt tăng qua các năm trong giai đoạn, và tốc độ tăng giảm không ổn định, chắc chắn. Về thị trường nhập khẩu: Thị trường nhập khẩu chủ yếu của tỉnh Thái Nguyên là các nước Đông Nam Á và một số nước châu Âu...

3.2. Về chất lượng phát triển thương mại trên địa bàn

Đóng góp của thương mại trong GRDP của tỉnh

Hoạt động thương mại đã đóng góp vai trò quan trọng trong tăng trưởng kinh tế chung của tỉnh. Bình quân trong giai đoạn 2012-2016, đóng góp của thương mại/GRDP của tỉnh là 20,9%, chưa thật sự ổn định qua các năm. Với tỷ trọng như vậy, có thể thấy rằng tỷ trọng còn khiêm tốn, chưa tương xứng với tiềm năng sẵn có, còn bị ảnh hưởng nền kinh tế chung cũng như bản chất kinh doanh thương mại, phụ thuộc rất lớn vào tình hình thị trường trong và ngoài nước.

Bảng 4: Đóng góp của thương mại trong GRDP của tỉnh

TT	GRDP	ĐVT	2012	2013	2014	2015	2016 (Sơ bộ)
1	Thương mại/Dịch vụ	%	20,6	20,4	20,3	21,5	21,8
2	Thương mại/ GRDP	%	7,8	7,9	7,0	7,1	7,3

Nguồn: Niên giám tỉnh Thái Nguyên, xử lý của tác giả

Cơ cấu hàng hóa lưu thông và xuất nhập khẩu

Cơ cấu 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. Trong cơ cấu, hàng hóa nông sản thực phẩm chiếm chủ yếu trên thị trường, trung bình giai đoạn 2012-2016 chiếm khoảng 53%, hàng vật tư, công

nghiệp tiêu dùng chiếm tỷ lệ khoảng 38%, còn lại 9% là nhóm hàng vật phẩm, văn hóa, giáo dục và các loại hàng khác.

Cơ cấu mặt hàng xuất khẩu chủ yếu như: sản phẩm may, kim loại màu và tinh quặng kim loại màu, thiếc, điện thoại thông minh, máy tính bảng, giấy để, công cụ dụng cụ, sản phẩm điện tử khác, chè khô các loại... Cơ cấu 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.

Cơ cấu mặt hàng nhập khẩu chủ yếu: Phân bón, chất dẻo, nguyên liệu, giấy các loại, hàng điện gia dụng và linh kiện, nguyên liệu chế biến thức ăn gia súc, nguyên liệu dệt may, vải các loại, máy móc, thiết bị, dụng cụ phụ tùng, phôi thép và sắt thép các loại, phế liệu sắt thép... 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 tỉnh chưa sản xuất được.

3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương mại trên địa bàn

Ngoài các yếu tố ảnh hưởng khách quan như hội nhập quốc tế, cơ chế chính sách quản lý, điều kiện tài nguyên thiên nhiên, vị trí địa lý, trong bài viết này tác giả tập trung một số yếu tố chủ quan ảnh hưởng đến phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên:

- Nguồn nhân lực thương mại: Nguồn nhân lực thương mại trên địa bàn tỉnh khá dồi dào, nhưng chất lượng nguồn nhân lực còn nhiều hạn chế nên ảnh hưởng đến năng suất lao động, hiệu quả công việc, lợi nhuận kinh doanh thương mại. Thái nguyên là một trong những trung tâm đào tạo lớn, đa ngành, nơi tập trung tương đối nhân lực khoa học công nghệ để thúc đẩy đổi mới và sáng tạo. Lợi thế này cho phép tỉnh nhanh chóng chuyển dần nền sản xuất kinh doanh hàng hóa dựa chủ yếu vào tài nguyên thiên nhiên sang nền sản xuất hàng hóa công nghệ cao.

- Cơ sở hạ tầng thương mại: Hiện nay, trên địa bàn tỉnh có hơn 10 siêu thị, đáp ứng nhu cầu khách hàng, nhưng chủ yếu tập trung ở trung tâm Thành Phố. Tổng diện tích sử dụng cho mạng lưới chợ trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên là 518.009,2m². 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, ảnh hưởng không nhỏ đến hoạt động trao đổi, mua bán hàng hóa thương mại trên địa bàn.

- Khoa học công nghệ trong thương mại: Phần lớn các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh mới ở giai đoạn thích nghi hoặc lắp lại công nghệ được chuyển giao. Ngoài những sản phẩm của tỉnh có

sức cạnh tranh cao 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, các tiềm năng tài nguyên thiên nhiên chưa được khai thác có hiệu quả cao.

4. Kết luận

Trong giai đoạn 2012 - 2016 cùng với những chuyển biến tích cực về thực trạng kinh tế của Thái Nguyên, ngành thương mại của tỉnh đã đạt nhiều thành tựu quan trọng, mang lại sự gia tăng trong các chỉ tiêu như giá trị tăng thêm đóng góp vào tăng trưởng GRDP của tỉnh. Thị trường hàng hóa tương đối ổn định, tổng mức BLHH và DTDVTD tăng qua các năm, đáp ứng khá tốt nhu cầu sản xuất và tiêu dùng, đạt nhiều giá trị cao trong xuất nhập khẩu hàng hóa. Hệ thống phân phối hàng hoá ra, vào tỉnh đã có bước phát triển với sự tham gia đông đảo của các loại hình thương nhân thuộc mọi thành phần kinh tế. Hoạt động xuất nhập khẩu có nhiều chuyển biến tích cực, cơ cấu mặt hàng chất lượng cao có xu hướng gia tăng.

Mặc dù các chỉ tiêu chính đều tăng cao, nhưng vẫn có biểu hiện phát triển chưa ổn định và bền vững, số lượng doanh nghiệp thương mại tăng giảm không ổn định, giá trị đóng góp của thương mại/GRDP của tỉnh còn thấp, tốc độ gia tăng các ngành chưa tương xứng với tốc độ tăng giá trị sản xuất, ảnh hưởng lớn từ thị trường bên ngoài. Giá trị xuất nhập khẩu tăng nhưng thiếu ổn định. Thiếu các thị trường có chất lượng cao như thị trường bất động sản, thị trường vốn và thị trường công nghệ...Nguyên nhân là do sự tác động của nền kinh tế thế giới, quy mô nền kinh tế tỉnh còn nhỏ bé nên khả năng huy động các nguồn lực đầu tư thương mại thấp, cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực còn chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển trong bối cảnh hội nhập.

5. Giải pháp phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên trong thời gian tới

5.1. Dự báo xu hướng phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên

- Dự báo tổng mức BLHH và DTDVTD: Tổng mức BLHH và DTDVTD của Thái Nguyên dự báo tăng từ 22.137 tỷ đồng năm 2016 lên 38.868 tỷ đồng năm 2020 và 71.800 tỷ đồng vào năm 2025 (tăng bình quân 22,5%/năm giai đoạn 2016 - 2025).

- Dự báo tổng sản phẩm ngành thương mại Thái Nguyên: Tỷ trọng GDP thương mại chiếm trong tổng sản phẩm khu vực dịch vụ, trung bình khoảng 23% trong giai đoạn 2016-2020 và khoảng 30% trong giai đoạn 2020-2025.

- Dự báo kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa: với các chính sách cụ thể, khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia để phát triển kinh doanh xuất nhập khẩu, mở rộng quan hệ hợp tác, với đối tác nước ngoài, liên kết với các doanh nghiệp của các địa phương khác trong nước. Dự báo kim ngạch xuất khẩu đạt 570 triệu USD vào năm 2020, tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2016-2020 là 20%, giai đoạn 2020-2025 là 26%. Kim

ngạch nhập khẩu đạt 570 triệu USD vào năm 2015, tốc độ tăng bình quân giai đoạn 2016-2020 là 10,5%, giai đoạn 2020-2025 là 15%.

- Dự báo xây dựng cơ sở hạ tầng thương mại, trong giai đoạn từ nay đến năm 2025, các hạng mục công trình thương mại cần đầu tư để đáp ứng nhu cầu kinh doanh, phù hợp với khả năng phát triển không gian thương mại tỉnh Thái Nguyên bao gồm nhiều loại hình khác nhau.

Bảng 5: Dự báo nhu cầu sử dụng đất phát triển kết cấu hạ tầng thương mại

STT	Hạng mục sử dụng đất (m ²)	Năm 2020	Năm 2025
1.	Mạng lưới chợ	848.000	848.000
2.	Cửa hàng bán lẻ xăng dầu	209.800	224.800
3.	Mạng lưới TTTM	320.000	750.000
4.	Mạng lưới siêu thị	36.000	80.000
5.	Khu thương mại dịch vụ tổng hợp	230.000	105.000
6.	Khu chiết nạp khí dầu mỏ hoá lỏng (LPG)	10.000	-
7.	Mạng lưới kho tàng, dịch vụ logistics	200.000	300.000
	Tổng cộng	1.1872.500	2.308.000

Nguồn: Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020, định hướng năm 2025

5.1. Giải pháp phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên

- Nâng cao hiệu quả quản lý thương mại trên địa bàn theo các chỉ tiêu, chương trình, đề án, kế hoạch phát triển của Bộ Công thương, Sở Công thương Thái Nguyên đã xây dựng. Rà soát, điều chỉnh bổ sung quy hoạch phù hợp với các chủ trương, chính sách chương trình cụ thể về phát triển ngành Công thương trên địa bàn từng giai đoạn.

- Có chính sách kiểm soát lạm phát, ổn định thị trường, giá cả, chất lượng hàng hoá và vệ sinh an toàn thực phẩm. Xây dựng lực lượng quản lý thị trường vững mạnh, tăng cường công tác kiểm tra, kiểm soát thị trường, đấu tranh chống các hành vi buôn bán hàng nhập lậu, hàng cấm, gian lận thương mại, chống sản xuất-buôn bán hàng giả... Tích cực phát triển sản xuất hàng hóa đáp ứng nhu cầu người tiêu dùng và phát triển nguồn lực lao động thương mại.

- Tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp chiếm lĩnh thị trường trong và ngoài nước, nâng cao chất lượng, chuyển đổi cơ cấu hàng hóa xuất khẩu, xác định rõ các mặt hàng nhập khẩu thiết yếu, đảm bảo hoạt động xuất nhập khẩu phát triển bền vững. Nâng cao năng lực cạnh tranh cho các doanh nghiệp trên địa bàn tỉnh, xúc tiến tìm kiếm mở rộng thị trường, khuyến khích đưa hàng Việt về nông thôn và các khu đô thị. Hỗ trợ cung cấp thông tin nhanh và hiệu quả cho các doanh nghiệp, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận thông tin thị trường.

- Nâng cao hiệu quả của hoạt động xúc tiến thương mại, hướng các hoạt động này thiết thực cho đầu tư và phát triển sản xuất (đặc biệt là các ngành nghề mới, tiểu thủ công nghiệp và làng nghề, các đơn vị sản xuất hàng xuất khẩu, sản xuất các sản phẩm mũi nhọn có tiềm năng của Tỉnh). Bên cạnh đó, chú trọng tổ chức các lớp học, lớp tập huấn về nghiệp vụ kinh doanh thương mại, phương pháp xây dựng thương hiệu hàng hóa, các hội nghị đối với các doanh nghiệp sản xuất kinh doanh trong tỉnh với các đối tác trong nước và các tham tán thương mại nước ngoài.

- Phát triển các thành phần kinh tế tham gia hoạt động thương mại, đa dạng các loại hình doanh nghiệp với nhiều quy mô khác nhau, tăng về số lượng, mới về phương thức hoạt động theo hướng hiện đại và chuyên nghiệp, phù hợp với quy luật lưu thông hàng hoá. Đổi mới mô hình tổ chức, công nghệ quản lý và phương thức kinh doanh theo hướng chuyên nghiệp. Phát triển các trung tâm thương mại lớn tại trung tâm và các khu công nghiệp, khu du lịch nhằm đáp ứng tốt nhu cầu tiêu dùng và tham quan mua sắm.

- Thiết lập mối quan hệ bền chặt với thị trường các nước và khu vực, tiếp tục thực hiện chủ trương đa dạng hóa, đa phương hóa quan hệ thị trường, tăng cường tìm kiếm và xuất khẩu hàng hóa sang các thị trường mới như: Châu Mỹ (đặc biệt là các nước Mỹ La Tinh), Châu Phi (Nam Phi, Ai Cập) và thị trường Trung Đông và Tây Á.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1]. Đặng Đình Đào, Hoàng Đức Thân. (2012). *Giáo trình Kinh tế Thương mại*. Hà Nội: NXB Kinh tế Quốc dân.
- [2]. Đặng Đình Đào.(2015). *Giáo trình Kinh tế các ngành Thương mại dịch vụ*. Hà Nội: NXB Lao động Xã hội.
- [3]. Cục Thống kê tỉnh Thái Nguyên. (2013). *Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên*. Thái Nguyên.
- [4]. Cục Thống kê tỉnh Thái Nguyên. (2015). *Niên giám thống kê tỉnh Thái Nguyên*. Thái Nguyên.
- [5]. Sở Công thương tỉnh Thái Nguyên. (2012-2016). *Báo cáo tổng kết về kết quả thực hiện nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu thực hiện chỉ tiêu kế hoạch của ngành Công Thương Thái Nguyên 2012-2016*. Thái Nguyên.
- [6]. Sở Công thương tỉnh Thái Nguyên.(2011). *Quy hoạch phát triển thương mại tỉnh Thái Nguyên đến năm 2020, định hướng đến 2025*. Thái Nguyên.

Thông tin tác giả:

Dương Thị Tình, Tiến sĩ

-Đơn vị công tác: Trường Đại học Kinh tế & QTKD

- Địa chỉ email: tinhvinh@gmail.com

Ngày nhận bài: 13/02/2017

Ngày nhận bản sửa: 26/06/2017

Ngày duyệt đăng: 30/06/2017